



ESTADO DE GOIÁS  
SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO  
GERÊNCIA DA SECRETARIA-GERAL

Processo: 202217697000410

Interessado: @nome\_interessado\_maiusculas@

**Assunto: Normatização dos gastos de publicidade**

**DESPACHO Nº 372/2022 - SECOM/GESG-17699**

Considerando a necessidade de regulamentação dos gastos com publicidade do Estado de Goiás, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição Estadual, conforme recomendação expedida pelo Tribunal de Contas do Estado, Parecer Prévio favorável à aprovação das Contas do Governador relativas ao exercício de 2021;

Considerando o Ofício 886/CGE (000031773041), expediente no qual à Controladoria-Geral do Estado informa que o Tribunal de Contas do Estado de Goiás (TCE) expediu recomendação no sentido de regulamentar os gastos com publicidade e propaganda do Estado de Goiás; e

Considerando o Plano de Ação (000033686807) enviado à CGE prevendo as etapas e ações referentes à normatização dos gastos com publicidade e propaganda estaduais;

Resolve:

Instaurar processo administrativo com para edição de Decreto, obedecendo as diretrizes do Decreto Estadual nº 9.697/20, com o objetivo de promover a normatização dos gastos com publicidade e propaganda no âmbito do Estado de Goiás, visando definir parâmetros para a realização de campanhas institucionais e coibir a indevida promoção de mandatos ou de gestores.

Remetam-se os autos à Superintendência de Mídias

Digitais e Publicidade desta Secretaria início dos trabalhos correlatos, conforme ações descritas no plano de ação (000033686807) enviado à Controladoria-Geral do Estado.

MARCOS ROBERTO SILVA  
Secretário de Estado de Comunicação

GERÊNCIA DA SECRETARIA-GERAL DO (A)  
SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO, ao(s) 12 dia(s) do  
mês de setembro de 2022.



Documento assinado eletronicamente por **MARCOS ROBERTO SILVA, Secretário (a)**, em 15/09/2022, às 10:18, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **000033603310** e o código CRC **9F3A1BF7**.

GERÊNCIA DA SECRETARIA-GERAL  
RUA 82 400, 9º ANDAR, ALA OESTE - Bairro SETOR CENTRAL -  
GOIANIA - GO - CEP 74015-908 - .



Referência:  
Processo nº 202217697000410



SEI 000033603310

Secretaria de  
Estado de  
Comunicação



ESTADO DE GOIÁS  
SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO

Exposição de Motivos nº 1/2022 - SECOM

GOIANIA, 28 de outubro de 2022.

A sua Excelência

RONALDO RAMOS CAIADO

Governador do Estado de Goiás

Palácio das Esmeraldas

Goiânia - GO

**Assunto: Normatização dos gastos com publicidade no Estado de Goiás**

Excelentíssimo Senhor Governador,

Considerando a necessidade de regulamentação dos gastos com publicidade do Estado de Goiás, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição Estadual, conforme recomendação expedida pelo Tribunal de Contas do Estado, Parecer Prévio favorável à aprovação das Contas do Governador relativas ao exercício de 2021;

Considerando o Ofício 886/CGE (000031773041), expediente no qual à Controladoria-Geral do Estado informa que o Tribunal de Contas do Estado de Goiás (TCE) expediu recomendação no sentido de regulamentar os gastos com

publicidade e propaganda do Estado de Goiás;

Considerando o Boletim de Inspeção 0004 (000031107794), expedido pela Controladoria-Geral do Estado no qual orienta identificar e normatizar critérios técnicos e objetivos mínimos para a contratação de veículos de comunicação no âmbito dos Contratos de Publicidade, em face do Achado de Inspeção nº 01.

Encaminhamos à apreciação de Vossa Excelência a minuta do Decreto que propõe a Regulamentação dos gastos com publicidade e propaganda no âmbito do Estado de Goiás, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição Estadual, e define critérios para contratação de veículos de comunicação em *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares..

1- Inicialmente destacamos no art. 1º, os objetivos principais das ações de comunicação dos órgãos e entidades da administração pública estadual, tais como dar conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Estadual, e ainda divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição, de forma a anteder o disposto no art. 92, §1º, da Constituição Estadual.

2- Do mesmo modo, o art. 2º elenca as diretrizes a serem observadas no desenvolvimento e na execução das ações de comunicação de acordo com as características de cada ação, como a atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social e ainda vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

3- Por sua vez, no art. 3º, destacamos as espécies de publicidade que serão veiculadas pelos órgãos e entidades do Estado de Goiás, a saber: publicidade de utilidade pública, publicidade mercadológica e publicidade legal, as quais guardam consonância com a normatização federal sobre o tema estabelecidos no Decreto Federal nº 6.555/2008.

4- No tocante ao Planejamento e execução das espécies de publicidade definidas no supracitado art. 3º, pontuamos no art. 4º, as diretrizes e características de cada ação, os princípios a serem observados, também cumprindo com o mandamento previsto no art. 92, §1, da Constituição Estadual.

5- No art. 5º, citamos as diretrizes que serão observadas pelos órgãos no planejamento das ações de mídia e

as características específicas de cada ação, tais como considerar a programação de meios e veículos comunicação e de divulgação regionalizados quando adequada à estratégia do anunciante.

6- No mesmo art. 5º, Inciso VI, foram estabelecidos os critérios a serem considerados, tais como: audiência, perfil do público-alvo, perfil editorial, cobertura geográfica, dados técnicos de mercado, pesquisas e/ou de mídia, sempre que possível.

7- Já no art 6º, elenca-se a documentação a ser apresentada pelas agências antes do início dos serviços, de modo a permitir a aferição se valores apresentados pelos veículos de publicidade não destoam dos praticados no mercado.

8- Por sua vez, o capítulo II, trata dos critérios para contratação dos veículos de comunicação no âmbito dos Contratos de Publicidade, em conformidade com o boletim de inspeção expedido pela Controladoria-Geral do Estado.

9- Nesse sentido, o art. 7º especifica que, para fins contratação dos veículos de comunicação em mídias digitais por meio de em *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares, no âmbito dos contratos de publicidade, deverá ser utilizado o *ad server*, consistente no software que gerencia os anúncios publicitários veiculados nas referidas mídias digitais, permitindo o conhecimento dos resultados e alcance da publicidade e otimização das estratégias de comunicação, de modo que a aferição dos resultados do *ad server* se dará a partir dos requisitos de impressões, cliques e conversões.

10- Ademais, considerando a especificidade técnica da matéria, e desnecessidade de sua definição por meio de Decreto, o § 2º do art. 7º, estabelece que caberá à Secretaria de Estado da Comunicação, nos termos do art. 31 da Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019, a partir de 1º de abril de 2023, expedir instrução normativa definindo quantidade mínima de impressões, cliques e conversões.

11- Da mesma forma, o art. 7º, § 3º, define que a quantidade mínima de cada um dos requisitos previstos no parágrafo anterior, deverá ser definida de acordo com cada uma das regiões de planejamento do Estado de Goiás (Sul, Sudeste, Sudoeste, Oeste, Metropolitana, Centro, Noroeste, Norte, Nordeste e RIDE - Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e do Estorno), observadas as peculiaridades de cada uma delas no tocante aos resultados e alcances dos veículos

digitais que são divulgados nas respectivas regiões.

12- Com o objetivo de permitir que os órgãos e entidades da administração pública estadual trabalhem com formatos fixos pré-determinados, otimizando o tempo de produção e possibilitando a entrega imediata para início da veiculação da peça publicitária, o art 8º, define o formato das mídias digitais a serem veiculadas, em consonância com o princípio da eficiência da administração pública.

13- De forma a permitir um marco temporal objetivo, uniformizando o tratamento em toda a administração pública estadual, com vistas à segurança jurídica, o art. 9º, determina que a partir de 1º de abril de 2023, a divulgação de mídia em veículos digitais, tais como sites e blogs, no âmbito do Estado de Goiás, seguirá o modelo previsto no presente Decreto.

14- No art. 10 cita que Caberá à Secretaria de Estado da Comunicação, nos termos do art. 31 da Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019 e do art. 17 do Decreto nº 9.544/2019, por meio da Superintendência de Mídias Digitais e Publicidade, expedir cartilha de orientação e novo modelo aos blogs e sites.

15- No art. 11º, determina que o disposto neste Decreto não dispensa a observância à legislação aplicável às ações aqui previstas e às normas e regulamentos editados pelos órgãos de controle interno e externo.

16- Já no art. 12º, estabelece que a Secretaria de Estado da Comunicação, poderá editar normas e orientações complementares para o cumprimento deste Decreto, conforme autoriza o art. 40, § 1, II, da Constituição Estadual.

17- Por fim, o art. 13º da minuta em apreço trata das vigências a serem observadas quando da edição do decreto.

Estando Vossa Excelência de acordo com as razões expendidas, sugiro a edição do decreto respectivo, tomando por base os termos da minuta em anexo.

Respeitosamente,

MARCOS ROBERTO SILVA  
Secretário de Estado de Comunicação

GABRIEL CORREIA PONTES  
Superintendente de Mídias Digitais e Publicidade



Documento assinado eletronicamente por **GABRIEL CORREIA PONTES, Superintendente**, em 04/11/2022, às 16:53, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



Documento assinado eletronicamente por **MARCOS ROBERTO SILVA, Secretário (a)**, em 07/11/2022, às 12:45, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **000034967598** e o código CRC **A539E986**.

RUA 82 82, 9º ANDAR - Bairro SETOR SUL -  
GOIANIA - GO - CEP 74015-908 - (62)3201-5816.



Referência:  
Processo nº 202217697000410



SEI 000034967598



Governo do Estado de Goiás  
Secretaria de Estado da Casa Civil

**DECRETO N° DE DE DE 2022.**

Regulamenta os gastos com publicidade e propaganda no âmbito do Estado de Goiás, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição Estadual, e define critérios para contratação de veículos de comunicação em *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares.

**O GOVERNADOR DO ESTADO DE GOIÁS**, no uso de suas atribuições constitucionais, com fundamento no inciso IV do art. 37 da Constituição do Estado de Goiás, tendo em vista o que consta dos Processos nº 202211867001184 e 202211867001323.

**DECRETA:**

**CAPÍTULO I**

**DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

**Seção I**

Dos objetivos e diretrizes das ações de publicidade e propaganda

Art. 1º As ações de comunicação dos órgãos e entidades da administração pública estadual serão desenvolvidas e executadas de acordo com o disposto neste Decreto e terão como objetivos principais:

- I - dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Estadual;
- II - divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição;
- III - estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas; e
- IV - disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais;

Art. 2º No desenvolvimento e na execução das ações de comunicação previstas neste Decreto, serão observadas as seguintes diretrizes, de acordo com as características de cada ação:

- I - afirmação dos valores e princípios da Constituição Federal e da Constituição do Estado de Goiás;
- II - atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social;
- III - preservação da identidade nacional e estadual;
- IV - valorização da diversidade étnica e cultural e respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual;

V - reforço das atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente;

VI - valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional;

VII - vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

VIII - adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público;

IX - uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação de governo;

X - valorização de estratégias de comunicação regionalizada;

XI - observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos;

e

XII - difusão de boas práticas na área de comunicação.

## Seção II

### Das espécies de publicidade

Art. 3º São espécies de publicidade veiculadas pelos órgãos e entidades do Estado de Goiás:

I - publicidade institucional: destina-se a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo estadual, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas;

II - publicidade de utilidade pública: destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos;

III - publicidade mercadológica: destina-se a alavancar vendas ou promover produtos e serviços no mercado; e

IV - publicidade legal: destina-se à divulgação de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo estadual, com o objetivo de atender a prescrições legais.

## Seção III

### Do planejamento e execução das espécies de publicidade

Art. 4º No desenvolvimento das ações e na criação dos conteúdos das peças publicitárias, os órgãos e entidades deverão observar as seguintes diretrizes, respeitadas as características de cada ação:

I - observar o princípio da impessoalidade, disposto no caput do art. 92, e seu §1º, da Constituição Estadual, que determina que a publicidade tenha caráter educativo, informativo ou de orientação social, proibida a menção a nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

II - buscar, na elaboração das mensagens, uma linguagem clara e de fácil entendimento para o cidadão;

III - contribuir para a compreensão do posicionamento e das políticas públicas do Poder Executivo estadual;

IV - contribuir para a compreensão dos investimentos realizados e das responsabilidades do governo estadual na obra ou ação divulgada, promovendo transparência da gestão pública e estimulando o controle social;

V - priorizar a divulgação de ações e resultados concretos, em detrimento a promessas ou realizações ainda não implementadas;

VI - nas ações de publicidade institucional ressaltar, sempre que possível, os benefícios diretos e indiretos das ações do Poder Executivo estadual para a sociedade;

VII - privilegiar o uso de pessoas, cenas e casos reais na publicidade institucional de prestação de contas;

VIII - promover a autoestima dos brasileiros;

IX - evitar o uso de siglas e termos estrangeiros;

X - evitar o uso de siglas, menção a estruturas administrativas internas e excessos na citação do nome do órgão ou entidade, em detrimento à mensagem principal;

XI - utilizar, sempre que possível, recurso que facilite a compreensão das mensagens por pessoas com deficiência visual e auditiva; e

XII - observar o princípio da impessoalidade, disposto no §1º do art. 92 da Constituição Estadual, na utilização de informe publicitário ou publieditorial e na produção de conteúdos por meio de veículos de comunicação e divulgação.

Art. 5º No planejamento das ações de mídia, os órgãos e entidades deverão observar as seguintes diretrizes, e as características específicas de cada ação:

I - usar critérios técnicos na seleção de meios e veículos de comunicação e divulgação;

II - diversificar o investimento por meios e veículos;

III - considerar a programação de meios e veículos comunicação e de divulgação regionalizados quando adequada à estratégia do anunciante;

IV - buscar melhor visibilidade e condição comercial, gerando eficiência, economicidade e racionalidade na aplicação dos recursos públicos, de forma a obter uma programação de meios e veículos adequada para atingimento dos objetivos de comunicação;

V - utilizar pesquisas, dados técnicos de mercado e estudos para identificar e selecionar a programação mais adequada, conforme as características de cada ação publicitária e estratégias de comunicação do órgão ou entidade;

VI - a programação de veículos deve considerar critérios como:

a) audiência;

b) perfil do público-alvo;

c) perfil editorial;

d) cobertura geográfica; e

e) dados técnicos de mercado, pesquisas e/ou de mídia, sempre que possível.

§ 1º Deverá ser mencionada a fonte da pesquisa e origem dos estudos utilizados, mantendo a integridade dos dados.

§ 2º Na programação de veículos, o órgão ou entidade poderá apresentar defesa técnica que justifique uma programação diferenciada, devidamente fundamentada com critérios técnicos, especialmente aqueles que promovam economicidade, racionalidade e efetividade no uso de investimentos públicos para a compra de tempo e/ou espaços publicitários, necessários para o alcance dos objetivos de comunicação da ação.

Art. 6º Na contratação de agências de publicidade pelos órgãos e entidades da administração direta e indireta do Estado de Goiás, a contratada deve apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás e com os preços correspondentes a serem cobrados do órgão ou entidade contratante, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele, de modo a permitir a aferição se valores apresentados pelos veículos de publicidade não destoam dos praticados no mercado.

## CAPÍTULO II

### DAS DISPOSIÇÕES ESPECÍFICAS

#### Seção única

Dos critérios para contratação dos veículos de comunicação em mídias digitais

Art. 7º Para fins de contratação dos veículos de comunicação no âmbito dos contratos de publicidade em mídias digitais por meio de *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares, deverá ser utilizado o *ad server*, consistente no software que gerencia os anúncios publicitários veiculados em websites, buscadores, redes sociais e aplicativos, permitindo o conhecimento dos resultados e alcance da publicidade e otimização das estratégias de comunicação.

§1º A aferição dos resultados do *ad server* se dará a partir dos requisitos de impressões, cliques e conversões.

I - o requisito de impressões decorre da quantidade de vezes, dentro do período de apuração, que a campanha publicitária apareceu na tela dos usuários;

II - o requisito de cliques decorre do número de vezes, dentro do período de apuração, que o usuário clicou no anúncio da campanha publicitária;

III - o requisito de conversões consiste na quantidade de vezes, dentro do período de apuração, que um usuário realizou o clique no anúncio e efetivou uma ação concreta no site.

§2º Caberá à Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM, nos termos do art. 31 da Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019, a partir de 1º de abril de 2023, expedir instrução normativa definindo quantidade mínima de impressões, cliques e conversões, dentro do período de apuração, para aceitação da veiculação de campanhas por veículos digitais através das agências de publicidade que firmarem contratos com os órgãos e entidades do Estado de Goiás.

§3º A definição da quantidade mínima de cada um dos requisitos previstos no parágrafo anterior, deverá ser definida de acordo com cada uma das regiões de planejamento do Estado de Goiás (Sul, Sudeste, Sudoeste, Oeste, Metropolitana, Centro, Noroeste, Norte,

Nordeste e RIDE), observadas as peculiaridades de cada uma delas no tocante aos resultados e alcances dos veículos digitais que são divulgados nas respectivas regiões.

§4º Deverá ser realizada pela Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM, com periodicidade mínima anual, a análise dos parâmetros mínimos de impressões, cliques e conversões estabelecida na instrução normativa que alude o parágrafo segundo, de modo verificar a necessidade da sua manutenção nos patamares estabelecidos, ou ainda elevação ou diminuição, de modo a otimizar os resultados e alcance das publicidades veiculadas.

Art. 8º As mídias digitais veiculadas em websites, buscadores, redes sociais e aplicativos devem observar os formatos de 728x90px.; 300x250px; 970x150px; 970x250px; 300x500px; 600x300px; 300x300px; 1000x100px; 800x600px e 940x600px, de modo a permitir o os órgãos e entidades da administração pública estadual trabalhem com formatos fixos pré-determinados, otimizando tempo de produção e a entrega imediata para início da veiculação da peça.

### CAPÍTULO III

#### DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 9º A partir de 1º de Abril de 2023, a divulgação de mídia em veículos digitais por meio de em *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares, no âmbito do Estado de Goiás, seguirá o modelo previsto no presente Decreto.

Parágrafo único. A partir da referida data, os referidos veículos de comunicação digital que não se adequarem aos critérios estabelecidos nos arts. 7º e 8º deste Decreto para veiculação de mídias digitais, ficarão inviabilizados de atender as agências de publicidade contratadas pelos órgãos da administração pública direta e indireta do Estado de Goiás.

Art. 10 Caberá à Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM, nos termos do art. 31 da Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019 e do art. 17 do Decreto nº 9.544/2019, por meio da Superintendência de Mídias Digitais e Publicidade, expedir cartilha de orientação aos blogs e sites, comunicando sobre o novo modelo, com prazo para a adequação, inclusive realizar o atendimento dos representantes dos veículos publicitários para esclarecimento de dúvidas na aplicação do novo modelo de contratação de mídias digitais previsto neste Decreto.

Art. 11 O disposto neste Decreto não dispensa a observância à legislação aplicável às ações aqui previstas e às normas e regulamentos editados pelos órgãos de controle interno e externo.

Art. 12 A Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM poderá editar normas e orientações complementares com vistas ao cumprimento deste Decreto.

Art. 13 Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, porém produz efeitos a partir de 1º de abril de 2023 quanto aos arts. 7º e 8º deste Decreto, nos termos especificados no art. 9º.

Goiânia, de de 2022; 134º da República.

RONALDO CAIADO  
Governador do Estado



Governo do Estado de Goiás  
Secretaria de Estado da Casa Civil

**DECRETO Nº DE DE DE 2022.**

Regulamenta os gastos com publicidade e propaganda no âmbito do Estado de Goiás, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição Estadual, e define critérios para contratação de veículos de comunicação em *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares.

**O GOVERNADOR DO ESTADO DE GOIÁS**, no uso de suas atribuições constitucionais, com fundamento no inciso IV do art. 37 da Constituição do Estado de Goiás, tendo em vista o que consta dos Processos nº 202211867001184 e 202211867001323.

**DECRETA:**

**CAPÍTULO I**

**DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

**Seção I**

Dos objetivos e diretrizes das ações de publicidade e propaganda

Art. 1º As ações de comunicação dos órgãos e entidades da administração pública estadual serão desenvolvidas e executadas de acordo com o disposto neste Decreto e terão como objetivos principais:

- I - dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Estadual;
- II - divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição;
- III - estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas; e
- IV - disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais;

Art. 2º No desenvolvimento e na execução das ações de comunicação previstas neste Decreto, serão observadas as seguintes diretrizes, de acordo com as características de cada ação:

- I - afirmação dos valores e princípios da Constituição Federal e da Constituição do Estado de Goiás;
- II - atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social;
- III - preservação da identidade nacional e estadual;
- IV - valorização da diversidade étnica e cultural e respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual;

V - reforço das atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente;

VI - valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional;

VII - vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

VIII - adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público;

IX - uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação de governo;

X - valorização de estratégias de comunicação regionalizada;

XI - observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos;

e

XII - difusão de boas práticas na área de comunicação.

## Seção II

### Das espécies de publicidade

Art. 3º São espécies de publicidade veiculadas pelos órgãos e entidades do Estado de Goiás:

I - publicidade institucional: destina-se a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo estadual, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas;

II - publicidade de utilidade pública: destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos;

III - publicidade mercadológica: destina-se a alavancar vendas ou promover produtos e serviços no mercado; e

IV - publicidade legal: destina-se à divulgação de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo estadual, com o objetivo de atender a prescrições legais.

## Seção III

### Do planejamento e execução das espécies de publicidade

Art. 4º No desenvolvimento das ações e na criação dos conteúdos das peças publicitárias, os órgãos e entidades deverão observar as seguintes diretrizes, respeitadas as características de cada ação:

I - observar o princípio da impessoalidade, disposto no caput do art. 92, e seu §1º, da Constituição Estadual, que determina que a publicidade tenha caráter educativo, informativo ou de orientação social, proibida a menção a nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

II - buscar, na elaboração das mensagens, uma linguagem clara e de fácil entendimento para o cidadão;

III - contribuir para a compreensão do posicionamento e das políticas públicas do Poder Executivo estadual;

IV - contribuir para a compreensão dos investimentos realizados e das responsabilidades do governo estadual na obra ou ação divulgada, promovendo transparência da gestão pública e estimulando o controle social;

V - priorizar a divulgação de ações e resultados concretos, em detrimento a promessas ou realizações ainda não implementadas;

VI - nas ações de publicidade institucional ressaltar, sempre que possível, os benefícios diretos e indiretos das ações do Poder Executivo estadual para a sociedade;

VII - privilegiar o uso de pessoas, cenas e casos reais na publicidade institucional de prestação de contas;

VIII - promover a autoestima dos brasileiros;

IX - evitar o uso de siglas e termos estrangeiros;

X - evitar o uso de siglas, menção a estruturas administrativas internas e excessos na citação do nome do órgão ou entidade, em detrimento à mensagem principal;

XI - utilizar, sempre que possível, recurso que facilite a compreensão das mensagens por pessoas com deficiência visual e auditiva; e

XII - observar o princípio da impessoalidade, disposto no §1º do art. 92 da Constituição Estadual, na utilização de informe publicitário ou publieditorial e na produção de conteúdos por meio de veículos de comunicação e divulgação.

Art. 5º No planejamento das ações de mídia, os órgãos e entidades deverão observar as seguintes diretrizes, e as características específicas de cada ação:

I - usar critérios técnicos na seleção de meios e veículos de comunicação e divulgação;

II - diversificar o investimento por meios e veículos;

III - considerar a programação de meios e veículos comunicação e de divulgação regionalizados quando adequada à estratégia do anunciante;

IV - buscar melhor visibilidade e condição comercial, gerando eficiência, economicidade e racionalidade na aplicação dos recursos públicos, de forma a obter uma programação de meios e veículos adequada para atingimento dos objetivos de comunicação;

V - utilizar pesquisas, dados técnicos de mercado e estudos para identificar e selecionar a programação mais adequada, conforme as características de cada ação publicitária e estratégias de comunicação do órgão ou entidade;

VI - a programação de veículos deve considerar critérios como:

a) audiência;

b) perfil do público-alvo;

c) perfil editorial;

d) cobertura geográfica; e

e) dados técnicos de mercado, pesquisas e/ou de mídia, sempre que possível.

§ 1º Deverá ser mencionada a fonte da pesquisa e origem dos estudos utilizados, mantendo a integridade dos dados.

§ 2º Na programação de veículos, o órgão ou entidade poderá apresentar defesa técnica que justifique uma programação diferenciada, devidamente fundamentada com critérios técnicos, especialmente aqueles que promovam economicidade, racionalidade e efetividade no uso de investimentos públicos para a compra de tempo e/ou espaços publicitários, necessários para o alcance dos objetivos de comunicação da ação.

Art. 6º Na contratação de agências de publicidade pelos órgãos e entidades da administração direta e indireta do Estado de Goiás, a contratada deve apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás e com os preços correspondentes a serem cobrados do órgão ou entidade contratante, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele, de modo a permitir a aferição se valores apresentados pelos veículos de publicidade não destoam dos praticados no mercado.

## CAPÍTULO II

### DAS DISPOSIÇÕES ESPECÍFICAS

#### Seção única

Dos critérios para contratação dos veículos de comunicação em mídias digitais

Art. 7º Para fins de contratação dos veículos de comunicação no âmbito dos contratos de publicidade em mídias digitais por meio de *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares, deverá ser utilizado o *ad server*, consistente no software que gerencia os anúncios publicitários veiculados em websites, buscadores, redes sociais e aplicativos, permitindo o conhecimento dos resultados e alcance da publicidade e otimização das estratégias de comunicação.

§1º A aferição dos resultados do *ad server* se dará a partir dos requisitos de impressões, cliques e conversões.

I - o requisito de impressões decorre da quantidade de vezes, dentro do período de apuração, que a campanha publicitária apareceu na tela dos usuários;

II - o requisito de cliques decorre do número de vezes, dentro do período de apuração, que o usuário clicou no anúncio da campanha publicitária;

III - o requisito de conversões consiste na quantidade de vezes, dentro do período de apuração, que um usuário realizou o clique no anúncio e efetivou uma ação concreta no site.

§2º Caberá à Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM, nos termos do art. 31 da Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019, a partir de 1º de abril de 2023, expedir instrução normativa definindo quantidade mínima de impressões, cliques e conversões, dentro do período de apuração, para aceitação da veiculação de campanhas por veículos digitais através das agências de publicidade que firmarem contratos com os órgãos e entidades do Estado de Goiás.

§3º A definição da quantidade mínima de cada um dos requisitos previstos no parágrafo anterior, deverá ser definida de acordo com cada uma das regiões de planejamento do Estado de Goiás (Sul, Sudeste, Sudoeste, Oeste, Metropolitana, Centro, Noroeste, Norte, Nordeste e RIDE), observadas as peculiaridades de cada uma delas no tocante aos resultados e alcances dos veículos digitais que são divulgados nas respectivas regiões.

§4º Deverá ser realizada pela Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM, com periodicidade mínima anual, a análise dos parâmetros mínimos de impressões, cliques e conversões estabelecida na instrução normativa que alude o parágrafo segundo, de modo verificar a necessidade da sua manutenção nos patamares estabelecidos, ou ainda elevação ou diminuição, de modo a otimizar os resultados e alcance das publicidades veiculadas.

Art. 8º As mídias digitais veiculadas em websites, buscadores, redes sociais e aplicativos devem observar os formatos de 728x90px.; 300x250px; 970x150px; 970x250px; 300x500px; 600x300px; 300x300px; 1000x100px; 800x600px e 940x600px, de modo a permitir o os órgãos e entidades da administração pública estadual trabalhem com formatos fixos pré-determinados, otimizando tempo de produção e a entrega imediata para início da veiculação da peça.

### CAPÍTULO III

#### DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 9º A partir de 1º de Abril de 2023, a divulgação de mídia em veículos digitais por meio de em *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares, no âmbito do Estado de Goiás, seguirá o modelo previsto no presente Decreto.

Parágrafo único. A partir da referida data, os referidos veículos de comunicação digital que não se adequarem aos critérios estabelecidos nos arts. 7º e 8º deste Decreto para veiculação de mídias digitais, ficarão inviabilizados de atender as agências de publicidade contratadas pelos órgãos da administração pública direta e indireta do Estado de Goiás.

Art. 10 Caberá à Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM, nos termos do art. 31 da Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019 e do art. 17 do Decreto nº 9.544/2019, por meio da Superintendência de Mídias Digitais e Publicidade, expedir cartilha de orientação aos blogs e sites, comunicando sobre o novo modelo, com prazo para a adequação, inclusive realizar o atendimento dos representantes dos veículos publicitários para esclarecimento de dúvidas na aplicação do novo modelo de contratação de mídias digitais previsto neste Decreto.

Art. 11 O disposto neste Decreto não dispensa a observância à legislação aplicável às ações aqui previstas e às normas e regulamentos editados pelos órgãos de controle interno e externo.

Art. 12 A Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM poderá editar normas e orientações complementares com vistas ao cumprimento deste Decreto.

Art. 13 Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, porém produz efeitos a partir de 1º de abril de 2023 quanto aos arts. 7º e 8º deste Decreto, nos termos especificados no art. 9º.

Goiânia, de de 2022; 134º da República.

RONALDO CAIADO  
Governador do Estado



ESTADO DE GOIÁS  
SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO  
PROCURADORIA SETORIAL

Processo: 202217697000410

Nome: SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO

Assunto: Minuta de Decreto

**PARECER JURÍDICO SECOM/PROCSET-17701 Nº 18/2022**

EMENTA: DIREITO  
CONSTITUCIONAL E  
ADMINISTRATIVO. MINUTA DE  
DECRETO. REGULAMENTAÇÃO DE  
GASTOS COM PUBLICIDADE E  
PROPAGANDA NO ESTADO DE  
GOIÁS. ART. 92, §1º, DA  
CONSTITUIÇÃO ESTADUAL.  
DEFINIÇÃO DE CRITÉRIOS PARA  
CONTRATAÇÃO DE VEÍCULOS DE  
COMUNICAÇÃO EM WEBSITES,  
PORTAIS DE NOTÍCIAS, BLOGS,  
APLICATIVOS E SIMILARES.

## I - RELATÓRIO

1.1. Trata-se da Exposição de Motivos nº 01/2022 – SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO (000034967598) que encaminha para apreciação a minuta de decreto (000035214200), que busca regulamentar os gastos com publicidade e propaganda, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição do Estado de Goiás, bem como definir critérios para contratação de veículos de comunicação em websites, portais de notícias, blogs, aplicativos e similares.

1.2. Na seção I do capítulo I da minuta de decreto são definidos os objetivos e diretrizes das ações de publicidade e

propaganda. Já na seção II, foram elencadas as espécies de publicidade veiculadas pelos órgãos e entidades estaduais.

1.3. Já os arts. 4º e 5º adentraram na temática do planejamento e execução das espécies de publicidade, para determinar as diretrizes a serem observadas no desenvolvimento das ações e na criação de conteúdo das peças publicitárias. Por seu turno, o art. 6º descreve a documentação a ser apresentada pelas agências antes do início dos serviços.

1.4. No que tange aos arts. 7º e 8º, inaugura-se o capítulo II versando sobre as disposições específicas, que trata dos critérios para contratação dos veículos de comunicação em mídias digitais e dos formatos a serem utilizados.

1.5. Por fim, o capítulo III, composto pelos arts. 9º a 13, trata das disposições finais acerca da minuta de decreto proposta.

1.6. É breve o relatório. Passo a fundamentar.

## **II - FUNDAMENTAÇÃO JURÍDICA**

### **a) Regularidade formal da minuta de decreto.**

2.1. Antes de analisar os aspectos materiais da minuta de decreto apresentada (000035214200), cumpre tecer breves comentários acerca dos requisitos formais do ato normativo que se pretende editar visando regulamentar o art. 92, §1º, da Constituição Estadual, além de estabelecer critérios e objetivos mínimos para contratação de veículos de comunicação no âmbito dos contratos de publicidade.

2.2. Nesse sentido, o art. 37, IV, da Constituição Estadual, autoriza que o Governador do Estado expeça regulamentos visando disciplinar atos, no âmbito infralegal, determinados aspectos de funcionamento da administração pública estadual, de certo que, uma vez que o ato normativo proposto não acarreta ônus financeiro ao erário público, bem como o art. 92, §1, da CE não exige lei em sentido estrito para tratar sobre a matéria, torna-se prescindível a edição de ato normativo primário para disciplinar o tema.

2.3. A respeito do tema, a Procuradoria-Geral do Estado já manifestou-se por meio do Despacho nº 600/2022 (000029744941):

"8. O mesmo entendimento já foi manifestado por esta Procuradoria no Despacho nº 1801/2020 - GAB (000016059745), oportunidade em que se esclareceu que o art. 84, VI, da Constituição Federal (e, por simetria, o art.37, XVIII, "a", da Constituição Estadual, estabelece uma competência normativa comum; ou seja, em matéria de organização administrativa, quando não houver aumento de despesa, criação ou extinção de órgão público, e sem alteração de atribuições (de órgãos e cargos) predispostos em lei em sentido estrito, tanto o regulamento quanto a lei são espécies normativas idôneas a tratar do tema".

2.4. Desta feita, o meio adotado é adequado para os fins que se destina, de certo que o Governador do Estado também é autoridade competente para tanto, uma vez que o teor da minuta de decreto abrange todos os órgãos e entidades da administração pública estadual.

## **b) Regularidade material do capítulo I da minuta de decreto.**

3.1. No tocante ao conteúdo material da minuta de decreto apresentada, tem-se que os objetivos e diretrizes definidos nos arts. 1º e 2º são coerentes com os mandamentos previstos no art. 92, §1, da Constituição Estadual, especialmente conforme foi recomendado pelo Tribunal de Contas do Estado de Goiás por meio do Ofício Nº 886/2022/CGE (000031773041) acerca da normatização dos gastos com publicidade e propaganda, com o objetivo de definir parâmetros para a realização de campanhas institucionais e coibir a indevida promoção de mandatos ou de gestores.

3.2. De igual modo, as espécies de publicidade elencadas no art. 3º também guardam similaridade com as estabelecidas pela União Federal através do Decreto Federal nº 6.555/2008, diferenciando adequadamente publicações que são feitas pelos órgãos e entidades da administração pública estadual.

3.3. No mesmo sentido, o planejamento e a execução das espécies de publicidade elencada nos arts. 4º e 5º da minuta de decreto estabelecem as diretrizes a serem observadas no desenvolvimento das ações e na criação de conteúdos das peças publicitárias, bem como no planejamento das ações de mídias, atendendo ao disposto no Carta Estadual quanto à publicidade de atos, programas, obras, serviços e

campanhas do Estado de Goiás.

3.4. Por fim, o art. 6º ao exigir que a agência de publicidade contratada apresente planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás antes do início do serviço, permite um maior controle pela administração pública estadual dos preços apresentados pelos veículos de publicidade. Com efeito, esta previsão possibilita a análise se remuneração proposta está dentro da média de mercado, evitando pagamentos com sobrepreço em favor dos particulares, garantindo uma maior proteção ao erário público, cumprindo com o princípio da economicidade, e, até mesmo, evitando o favorecimento indevido de um veículo de comunicação em favor de outros.

### **c) Regularidade material do capítulo II da minuta de decreto.**

4.1. Por sua vez, as disposições dos arts. 7º e 8º da minuta de decreto visam atender ao previsto no Boletim de Inspeção nº 0004/2022 (000031107794) da Controladoria-Geral do Estado exarado no processo SEI nº 202211867001184, que propôs a identificação e normatização de critérios técnicos e objetivos mínimos para a contratação de veículos de comunicação no âmbito dos Contratos de Publicidade via internet.

4.2. Inicialmente foram definidos critérios técnicos para aferição dos resultados alcançados pelos veículos de comunicação contratados, tais como a quantidade de impressões, cliques e conversões, a serem analisados por meio do *ad server* utilizado pela agência de publicidade, garantindo, assim, maior eficiência na análise da efetividade das publicações, permitindo a seleção adequada dos veículos de comunicação pelas agências de publicidade contratadas pelos órgãos e entidades da administração pública estadual, em consonância com o princípio da economicidade e da eficiência.

4.3. Ademais, considerando a especificidade da matéria, tem-se que esses requisitos técnicos poderão ser delimitados por meio de instrução normativa a ser expedida pela Secretaria de Estado da Comunicação, nos termos do art. 31 da Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019, conforme autoriza o art. 40, §1º, II, da Constituição Estadual, nos termos propostos pelo

§2º do art. 7º da minuta de decreto.

4.4. Ressalte-se também a adequação da definição desses critérios de acordo com cada uma das regiões do Estado, nos termos do §3º do art. 7º da minuta de decreto, tendo em vista a diferença de alcance da publicidade que naturalmente existe entre cada uma delas, uma vez que a região da capital certamente possui divulgação a um maior número de pessoas do que aquelas realizadas em cidades no interior.

4.5. Já quanto aos formatos das mídias digitais veiculadas em websites, portais de notícias, blogs, aplicativos e similares estabelecido no art. 8º, tem-se que é pertinente a sua definição, possibilitando o trabalho com formas já usuais no mercado publicitário e utilizadas pelos veículos de comunicação, otimizando o trabalho das agências de publicidade, em consonância com o princípio da eficiência da administração pública.

#### **d) Regularidade material do capítulo III da minuta de decreto.**

5.1. Quanto às disposições finais estabelecidas no capítulo III da minuta de decreto, tem-se por válida a previsão contida no *caput* do art. 9º de concessão de prazo para adequação pelas agências de publicidade aos requisitos estabelecidos no capítulo II, sendo o lapso temporal razoável para tanto. Ademais, a previsão do parágrafo único quanto à impossibilidade de atendimento pelos veículos de comunicação que não se adequarem a esses requisitos, atende à exigência feita pela Controladoria-Geral do Estado nos autos nº 202211867001184, quanto à utilização de requisitos e critérios técnicos mínimos para a contratação dos veículos de comunicação.

5.2. De igual modo, também é relevante a expedição da cartilha com orientações dos novos critérios pela SECOM, atendendo aos princípios da publicidade e transparência, nos termos definidos no art. 10, considerando a atribuição prevista no art. 31 da Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019.

5.3. Por fim, no tocante ao art. 12 da minuta de decreto que autoriza a Secretaria de Estado da Comunicação a expedirem normas complementares com vistas ao cumprimento do decreto, também guarda consonância com o art. 40, §1º, II, da Constituição Estadual, que permite que os Secretários de Estado

expeçam instruções normativas visando a execução de decretos.

### III - CONCLUSÃO

6.1. Ante o exposto, conclui-se pela legalidade da minuta de decreto proposta, visando atender às exigências estabelecidas nos processos SEI nº 202211867001184 e 202211867001323, por se adequar os requisitos do Decreto estadual nº 9.697/2020.

6.2. Considerando que a análise final da matéria não foi delegada às Procuradorias Setoriais, nos termos da Portaria PGE nº. 127/2018, remeto os autos à Procuradoria-Geral do Estado, observada a urgência que o caso requer, tendo em vista que a normatização em análise integrará a Prestação de Contas do Governador de 2022, nos termos do Ofício Nº 886/2022/CGE (000031773041).

6.3. É o parecer, à consideração superior.

PROCURADORIA SETORIAL DO(A) SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO, aos 07 dias do mês de novembro de 2022.



Documento assinado eletronicamente por **GUSTAVO LELIS SOUZA SILVA, Procurador (a) Chefe**, em 07/11/2022, às 17:45, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **000035220617** e o código CRC **B1633611**.

PROCURADORIA SETORIAL  
RUA 82 400, 9º ANDAR, ALA OESTE - Bairro SETOR CENTRAL -  
GOIANIA - GO - CEP 74015-908 - .



Referência: Processo nº  
202217697000410



SEI 000035220617



ESTADO DE GOIÁS  
PROCURADORIA-GERAL DO ESTADO  
GABINETE

Processo: 202217697000410

Interessado: @nome\_interessado\_maiusculas@

**Assunto:** MINUTA DE DECRETO

**DESPACHO Nº 1902/2022 - GAB**

EMENTA: MINUTA DE DECRETO.  
REGULAMENTAÇÃO DE GASTOS  
COM PUBLICIDADE E PROPAGANDA  
NO ESTADO DE GOIÁS. SUGESTÃO  
DE ALTERAÇÃO REDACIONAL.  
REGULARIDADE JURÍDICA  
CONSTATADA.

1. A Secretaria de Estado de Comunicação submeteu à apreciação desta Procuradoria-Geral a Exposição de Motivos nº 01/2022 – SECOM (SEI nº 000034967598), que traz minuta de Decreto (SEI nº 000035214200) cujo teor “propõe a Regulamentação dos gastos com publicidade e propaganda no âmbito do Estado de Goiás, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição Estadual, e define critérios para contratação de veículos de comunicação em *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares”.

2. Ao examinar o assunto, por intermédio do **Parecer Jurídico nº 18/2022** (SEI nº 000035220617), a Procuradoria Setorial vinculada à Pasta se manifestou da seguinte forma:

6.1. Ante o exposto, conclui-se pela legalidade da minuta de decreto proposta, visando atender às exigências estabelecidas

nos processos SEI nº 202211867001184 e 202211867001323, por se adequar os requisitos do Decreto estadual nº 9.697/2020.

3. Em sequência, houve o encaminhamento dos autos a este Gabinete para análise conclusiva da matéria.

4. É a síntese. Passo à fundamentação.

5. Consoante assinalado no **Parecer Jurídico nº 18/2022** (SEI nº 000035220617), o ato normativo incipiente visa regulamentar o art. 92, §1º, da [Constituição do Estado de Goiás](#) – que trata das balizas da publicidade institucional – e estabelece critérios e objetivos mínimos relacionados à contratação de veículos de comunicação nessa seara.

6. Tal medida é tencionada na esteira do Ofício nº 886/2022/CGE (SEI nº 000031773041), que veicula recomendação do Tribunal de Contas do Estado de Goiás relacionada à normatização dos gastos com publicidade e propaganda<sup>[1]</sup>.

7. Dito isso, no que diz respeito ao primeiro capítulo da minuta, os arts. 1º e 2º traçam as diretrizes e os objetivos das ações de comunicação regidas pelo decreto – guardando pertinência com os princípios constitucionais da Administração Pública e com o modelo federal de regência do tema ([Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008](#)). O art. 3º, por sua vez, elenca as espécies de publicidade veiculadas pelos órgãos e entidades do Estado de Goiás, ao passo em que os arts. 4º e 5º estabelecem diretrizes (genéricas) relacionadas ao planejamento e execução das espécies de publicidade. Nesse ponto, válidas as conclusões apontadas na manifestação da Procuradoria Setorial:

3.1. No tocante ao conteúdo material da minuta de decreto apresentada, tem-se que os objetivos e diretrizes definidos nos arts. 1º e 2º são coerentes com os mandamentos previstos no art. 92, §1, da Constituição Estadual, especialmente conforme foi recomendado pelo Tribunal de Contas do Estado de Goiás por meio do Ofício Nº 886/2022/CGE (000031773041) acerca da normatização dos gastos com publicidade e propaganda, com o

objetivo de definir parâmetros para a realização de campanhas institucionais e coibir a indevida promoção de mandatos ou de gestores. 3.2. De igual modo, as espécies de publicidade elencadas no art. 3º também guardam similaridade com as estabelecidas pela União Federal através do Decreto Federal nº 6.555/2008, diferenciando adequadamente publicações que são feitas pelos órgãos e entidades da administração pública estadual. 3.3. No mesmo sentido, o planejamento e a execução das espécies de publicidade elencada nos arts. 4º e 5º da minuta de decreto estabelecem as diretrizes a serem observadas no desenvolvimento das ações e na criação de conteúdos das peças publicitárias, bem como no planejamento das ações de mídias, atendendo ao disposto no Carta Estadual quanto à publicidade de atos, programas, obras, serviços e campanhas do Estado de Goiás. 3.4. Por fim, o art. 6º ao exigir que a agência de publicidade contratada apresente planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás antes do início do serviço, permite um maior controle pela administração pública estadual dos preços apresentados pelos veículos de publicidade. Com efeito, esta previsão possibilita a análise se remuneração proposta está dentro da média de mercado, evitando pagamentos com sobrepreço em favor dos particulares, garantindo uma maior proteção ao erário público, cumprindo com o princípio da economicidade, e, até mesmo, evitando o favorecimento indevido de um veículo de comunicação em favor de outros.

8. Já em relação ao capítulo II do ato normativo em exame – que traz “critérios para contratação dos veículos de comunicação em mídias digitais –, a par das considerações exaradas pela Procuradoria Setorial, merece relevo a menção, contida no *caput* do art. 7º, **à exigência de utilização de “ad server”** para a contratação dos veículos de comunicação no âmbito dos contratos de publicidade em mídias digitais.

9. Como se sabe, o “ad server” nada mais é que uma plataforma (*software*) que viabiliza a gestão de publicidade veiculada por meio de anúncios digitais. Nesse contexto, sugere-se que, de sorte a conferir clareza ao texto, bem como evitar eventual interpretação que exija a utilização de um *software* específico, **o termo “ad server” seja substituído por expressão equivalente, a exemplo de “software de gestão de publicidade” ou “software de gerenciamento de anúncio”**. Tal alteração, além de ir ao encontro do regramento inscrito no art. 13 do [Decreto Estadual nº](#)

[9.697/2020](#) – que prevê que “as disposições normativas serão redigidas com **clareza, precisão e ordem lógica**” (o que, ademais, encerra medida de "acessibilidade linguística", ante a retirada de um estrangeirismo do texto) –, evita um possível (e equivocado) direcionamento de contratação a agências que utilizam um *software* específico. É dizer: a alteração redacional ora sugerida esclarece que não há um *software* específico a ser utilizado, senão alguma plataforma de gestão de anúncios digitais.

10. Por fim, o capítulo derradeiro apenas normatiza a instrumentalização da regulamentação ora gestada.

11. Sem prejuízo da regularidade material do ato normativo, quanto à forma, salienta-se que a sua edição se encontra dentro da esfera de competências do Chefe do Poder Executivo Estadual – “poder regulamentar” (art. 37, inciso IV, da [Constituição do Estado de Goiás](#)) – e não extrapola os limites das normas superiores que lhe conferem subsídio (**inclusive as normas gerais da União na matéria, máxime a [Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010](#), que estabelece “normas gerais sobre licitações e contratações pela administração pública de serviços de publicidade prestados necessariamente por intermédio de agências de propaganda”**). Assim, a proposição ora gestada – ato normativo infralegal cujo escopo reside em apenas dar “fiel execução” à lei – expressa adequado exercício das atribuições do Chefe do Poder Executivo.

12. Em asserção derradeira – e sem embargo da sugestão consignada no parágrafo 9 deste opinativo –, válido acrescer que o diploma ora gestado atende às regras veiculadas no [Decreto Estadual nº 9.697/2020](#) e na [Lei Complementar Estadual nº 33/2001](#), que dispõem acerca da elaboração de atos normativos no Estado de Goiás.

13. Tecidas essas considerações adicionais, verifica-se que a Procuradoria Setorial da Secretaria de Estado de Comunicação orientou a matéria de forma adequada, identificando os enunciados normativos pertinentes ao caso. Não por outra razão, sem prejuízo dos acréscimos consignados nos

parágrafos anteriores, é possível a adoção dos fundamentos da peça opinativa como se aqui estivessem transcritos, valendo-se da técnica de fundamentação *per relationem* para efeito de assentar o posicionamento da Procuradoria-Geral do Estado acerca da questão jurídica que ora lhe é submetida.

14. Na confluência do exposto, ressalvada a sugestão fixada no parágrafo 9 deste despacho, **conclui-se** que a minuta de decreto (SEI nº 000035214200) encaminhada junto à Exposição de Motivos nº 01/2022 - SECOM (SEI nº 000034967598) é compatível com o ordenamento constitucional e legal vigente, razão pela qual **opina-se** pela sua regularidade jurídica. Ao ensejo, **aprova-se o Parecer Jurídico nº 18/2022** (SEI nº 000035220617), de lavra da Procuradoria Setorial vinculada à Secretaria de Estado de Comunicação.

15. À Secretaria de Estado de Comunicação, via procuradoria setorial, para ciência e orientação.

JULIANA PEREIRA DINIZ PRUDENTE  
Procuradora-Geral do Estado

[1] D - Recomendações ao Governo do Estado de Goiás:

(...) 6. Normatizar os gastos com publicidade e propaganda, com o objetivo de definir parâmetros para a realização de campanhas institucionais e coibir a indevida promoção de mandatos ou de gestores, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição Estadual (item 3.4).

GABINETE DA PROCURADORA-GERAL DO ESTADO  
*Data da assinatura digital*



Documento assinado eletronicamente por **JULIANA PEREIRA DINIZ PRUDENTE, Procurador (a) Geral do Estado**, em 23/11/2022, às 11:09, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **000035644483** e o código CRC **EC6E617D**.

ASSESSORIA DE GABINETE  
RUA 2 293 Qd.D-02 Lt.20, ESQ. COM A AVENIDA REPÚBLICA  
DO LÍBANO, ED. REPUBLICA TOWER - Bairro SETOR OESTE -  
GOIANIA - GO - CEP 74110-130 - (62)3252-8523.



Referência:  
Processo nº 202217697000410



SEI 000035644483



ESTADO DE GOIÁS  
SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO  
PROCURADORIA SETORIAL

Processo: 202217697000410

Interessado: @nome\_interessado\_maiusculas@

**Assunto:** Ciência e Encaminhamento

## **DESPACHO Nº 231/2022 - SECOM/PROCSET-17701**

Trata-se da Exposição de Motivos nº 01/2022 - SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO (000034967598) que encaminha para apreciação a minuta de decreto (000035214200), que busca regulamentar os gastos com publicidade e propaganda, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição do Estado de Goiás, bem como definir critérios para contratação de veículos de comunicação em websites, portais de notícias, blogs, aplicativos e similares.

Esta Procuradoria Setorial, por meio do Parecer Jurídico nº 18/2022 (000035220617) manifestou-se pela legalidade da minuta proposta, tanto no aspecto material quanto no formal.

Remetido os autos ao Gabinete da Procuradora-Geral do Estado para análise, o DESPACHO Nº 1902/2022 - GAB (000035644483) conclui-se que a minuta de decreto (000035214200) encaminhada junto à Exposição de Motivos nº 01/2022 - SECOM (SEI nº 000034967598) é compatível com o ordenamento constitucional e legal vigente, razão pela qual opinou-se pela sua regularidade jurídica e foi aprovado o Parecer Jurídico nº 18/2022 (SEI nº 000035220617), tendo sido apenas sugerido a alteração do *caput* do art. 7º da minuta de decreto para substituir o termo "*ad server*" por "software de gestão de publicidade" ou "software de gerenciamento de anúncio".

Ante o exposto, remetam-se os autos à Superintendência de Mídias Digitais e Publicidade para ciência e adoção das providências cabíveis quanto à implementação da alteração redacional sugerida na minuta de decreto. Em seguida, remetam-se os autos à Secretaria da Casa Civil para exame da proposta de ato normativo, **observada a urgência que o caso requer**, uma vez que o ato normativo integrará a prestação de contas do Governador do Estado relativo ao ano de 2022, conforme consta do Ofício Nº 886/2022/CGE (000031773041).

PROCURADORIA SETORIAL DO (A) SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO, ao(s) 23 dia(s) do mês de novembro de 2022.



Documento assinado eletronicamente por **GUSTAVO LELIS SOUZA SILVA, Procurador (a) Chefe**, em 23/11/2022, às 14:20, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **000035674898** e o código CRC **4D0B1829**.

PROCURADORIA SETORIAL  
RUA 82 400, 9º ANDAR, ALA OESTE - Bairro SETOR CENTRAL -  
GOIANIA - GO - CEP 74015-908 - .



Referência:  
Processo nº 202217697000410

SEI 000035674898

Secretaria de  
Estado de  
Comunicação



ESTADO DE GOIÁS  
SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO

Exposição de Motivos nº 2/2022 - SECOM

GOIANIA, 23 de novembro de 2022.

A sua Excelência

RONALDO RAMOS CAIADO

Governador do Estado de Goiás

Palácio das Esmeraldas

Goiânia - GO

## **Assunto: Regulamentação de gastos com publicidade**

Excelentíssimo Senhor Governador,

Considerando a necessidade de regulamentação dos gastos com publicidade do Estado de Goiás, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição Estadual, conforme recomendação expedida pelo Tribunal de Contas do Estado, Parecer Prévio favorável à aprovação das Contas do Governador relativas ao exercício de 2021;

Considerando o Ofício 886/CGE (000031773041), expediente no qual à Controladoria-Geral do Estado informa que o Tribunal de Contas do Estado de Goiás (TCE) expediu recomendação no sentido de regulamentar os gastos com

publicidade e propaganda do Estado de Goiás;

Considerando o Boletim de Inspeção 0004 (000031107794), expedido pela Controladoria-Geral do Estado no qual orienta identificar e normatizar critérios técnicos e objetivos mínimos para a contratação de veículos de comunicação no âmbito dos Contratos de Publicidade, em face do Achado de Inspeção nº 01.

Encaminhamos à apreciação de Vossa Excelência a minuta do Decreto que propõe a Regulamentação dos gastos com publicidade e propaganda no âmbito do Estado de Goiás, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição Estadual, e define critérios para contratação de veículos de comunicação em *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares..

1- Inicialmente destacamos no art. 1º, os objetivos principais das ações de comunicação dos órgãos e entidades da administração pública estadual, tais como dar conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Estadual, e ainda divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição, de forma a anteder o disposto no art. 92, §1º, da Constituição Estadual.

2- Do mesmo modo, o art. 2º elenca as diretrizes a serem observadas no desenvolvimento e na execução das ações de comunicação de acordo com as características de cada ação, como a atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social e ainda vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

3- Por sua vez, no art. 3º, destacamos as espécies de publicidade que serão veiculadas pelos órgãos e entidades do Estado de Goiás, a saber: publicidade de utilidade pública, publicidade mercadológica e publicidade legal, as quais guardam consonância com a normatização federal sobre o tema estabelecidos no Decreto Federal nº 6.555/2008.

4- No tocante ao Planejamento e execução das espécies de publicidade definidas no supracitado art. 3º, pontuamos no art. 4º, as diretrizes e características de cada ação, os princípios a serem observados, também cumprindo com o mandamento previsto no art. 92, §1, da Constituição Estadual.

5- No art. 5º, citamos as diretrizes que serão

observadas pelos órgãos no planejamento das ações de mídia e as características específicas de cada ação, tais como considerar a programação de meios e veículos comunicação e de divulgação regionalizados quando adequada à estratégia do anunciante.

6- No mesmo art. 5º, Inciso VI, foram estabelecidos os critérios a serem considerados, tais como: audiência, perfil do público-alvo, perfil editorial, cobertura geográfica, dados técnicos de mercado, pesquisas e/ou de mídia, sempre que possível.

7- Já no art 6º, elenca-se a documentação a ser apresentada pelas agências antes do início dos serviços, de modo a permitir a aferição se valores apresentados pelos veículos de publicidade não destoam dos praticados no mercado.

8- Por sua vez, o capítulo II, trata dos critérios para contratação dos veículos de comunicação no âmbito dos Contratos de Publicidade, em conformidade com o boletim de inspeção expedido pela Controladoria-Geral do Estado.

9- Nesse sentido, o art. 7º especifica que, para fins contratação dos veículos de comunicação em mídias digitais por meio de em *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares, no âmbito dos contratos de publicidade, deverá ser utilizado o *software de gestão de publicidade*, consistente no software que gerencia os anúncios publicitários veiculados nas referidas mídias digitais, permitindo o conhecimento dos resultados e alcance da publicidade e otimização das estratégias de comunicação, de modo que a aferição dos resultados do *software de gestão de publicidade* se dará a partir dos requisitos de impressões, cliques e conversões.

10- Ademais, considerando a especificidade técnica da matéria, e desnecessidade de sua definição por meio de Decreto, o § 2º do art. 7º, estabelece que caberá à Secretaria de Estado da Comunicação, nos termos do art. 31 da Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019, a partir de 1º de abril de 2023, expedir instrução normativa definindo quantidade mínima de impressões, cliques e conversões.

11- Da mesma forma, o art. 7º, § 3º, define que a quantidade mínima de cada um dos requisitos previstos no parágrafo anterior, deverá ser definida de acordo com cada uma das regiões de planejamento do Estado de Goiás (Sul, Sudeste, Sudoeste, Oeste, Metropolitana, Centro, Noroeste, Norte, Nordeste e RIDE - Região Integrada de Desenvolvimento do

Distrito Federal e do Estorno), observadas as peculiaridades de cada uma delas no tocante aos resultados e alcances dos veículos digitais que são divulgados nas respectivas regiões.

12- Com o objetivo de permitir que os órgãos e entidades da administração pública estadual trabalhem com formatos fixos pré-determinados, otimizando o tempo de produção e possibilitando a entrega imediata para início da veiculação da peça publicitária, o art 8º, define o formato das mídias digitais a serem veiculadas, em consonância com o princípio da eficiência da administração pública.

13- De forma a permitir um marco temporal objetivo, uniformizando o tratamento em toda a administração pública estadual, com vistas à segurança jurídica, o art. 9º, determina que a partir de 1º de abril de 2023, a divulgação de mídia em veículos digitais, tais como sites e blogs, no âmbito do Estado de Goiás, seguirá o modelo previsto no presente Decreto.

14- No art. 10 cita que Caberá à Secretaria de Estado da Comunicação, nos termos do art. 31 da Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019 e do art. 17 do Decreto nº 9.544/2019, por meio da Superintendência de Mídias Digitais e Publicidade, expedir cartilha de orientação e novo modelo aos blogs e sites.

15- No art. 11º, determina que o disposto neste Decreto não dispensa a observância à legislação aplicável às ações aqui previstas e às normas e regulamentos editados pelos órgãos de controle interno e externo.

16- Já no art. 12º, estabelece que a Secretaria de Estado da Comunicação, poderá editar normas e orientações complementares para o cumprimento deste Decreto, conforme autoriza o art. 40, § 1, II, da Constituição Estadual.

17- Por fim, o art. 13º da minuta em apreço trata das vigências a serem observadas quando da edição do decreto.

Estando Vossa Excelência de acordo com as razões expendidas, sugiro a edição do decreto respectivo, tomando por base os termos da minuta em anexo.

Respeitosamente,

MARCOS ROBERTO SILVA  
Secretário de Estado de Comunicação

GABRIEL CORREIA PONTES  
Superintendente de Mídias Digitais e Publicidade



Documento assinado eletronicamente por **GABRIEL CORREIA PONTES, Superintendente**, em 25/11/2022, às 10:05, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



Documento assinado eletronicamente por **MARCOS ROBERTO SILVA, Secretário (a)**, em 25/11/2022, às 14:32, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **000035678494** e o código CRC **BB15046C**.

RUA 82 82, 9º ANDAR - Bairro SETOR SUL -  
GOIANIA - GO - CEP 74015-908 - (62)3201-5816.



Referência:  
Processo nº 202217697000410



SEI 000035678494



Governo do Estado de Goiás  
Secretaria de Estado da Casa Civil

**DECRETO N° DE DE DE 2022.**

Regulamenta os gastos com publicidade e propaganda no âmbito do Estado de Goiás, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição Estadual, e define critérios para contratação de veículos de comunicação em *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares.

**O GOVERNADOR DO ESTADO DE GOIÁS**, no uso de suas atribuições constitucionais, com fundamento no inciso IV do art. 37 da Constituição do Estado de Goiás, tendo em vista o que consta dos Processos nº 202211867001184 e 202211867001323.

**DECRETA:**

**CAPÍTULO I**

**DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

**Seção I**

Dos objetivos e diretrizes das ações de publicidade e propaganda

Art. 1º As ações de comunicação dos órgãos e entidades da administração pública estadual serão desenvolvidas e executadas de acordo com o disposto neste Decreto e terão como objetivos principais:

I - dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Estadual;

II - divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição;

III - estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas; e

IV - disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais;

Art. 2º No desenvolvimento e na execução das ações de comunicação previstas neste Decreto, serão observadas as seguintes diretrizes, de acordo com as características de cada ação:

I - afirmação dos valores e princípios da Constituição Federal e da Constituição do Estado de Goiás;

II - atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social;

III - preservação da identidade nacional e estadual;

IV - valorização da diversidade étnica e cultural e respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual;

V - reforço das atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente;

VI - valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional;

VII - vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

VIII - adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público;

IX - uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação de governo;

X - valorização de estratégias de comunicação regionalizada;

XI - observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos;

e

XII - difusão de boas práticas na área de comunicação.

## Seção II

### Das espécies de publicidade

Art. 3º São espécies de publicidade veiculadas pelos órgãos e entidades do Estado de Goiás:

I - publicidade institucional: destina-se a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo estadual, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas;

II - publicidade de utilidade pública: destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos;

III - publicidade mercadológica: destina-se a alavancar vendas ou promover produtos e serviços no mercado; e

IV - publicidade legal: destina-se à divulgação de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo estadual, com o objetivo de atender a prescrições legais.

## Seção III

### Do planejamento e execução das espécies de publicidade

Art. 4º No desenvolvimento das ações e na criação dos conteúdos das peças publicitárias, os órgãos e entidades deverão observar as seguintes diretrizes, respeitadas as características de cada ação:

I - observar o princípio da impessoalidade, disposto no caput do art. 92, e seu §1º, da Constituição Estadual, que determina que a publicidade tenha caráter educativo, informativo ou de orientação social, proibida a menção a nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

II - buscar, na elaboração das mensagens, uma linguagem clara e de fácil entendimento para o cidadão;

III - contribuir para a compreensão do posicionamento e das políticas públicas do Poder Executivo estadual;

IV - contribuir para a compreensão dos investimentos realizados e das responsabilidades do governo estadual na obra ou ação divulgada, promovendo transparência da gestão pública e estimulando o controle social;

V - priorizar a divulgação de ações e resultados concretos, em detrimento a promessas ou realizações ainda não implementadas;

VI - nas ações de publicidade institucional ressaltar, sempre que possível, os benefícios diretos e indiretos das ações do Poder Executivo estadual para a sociedade;

VII - privilegiar o uso de pessoas, cenas e casos reais na publicidade institucional de prestação de contas;

VIII - promover a autoestima dos brasileiros;

IX - evitar o uso de siglas e termos estrangeiros;

X - evitar o uso de siglas, menção a estruturas administrativas internas e excessos na citação do nome do órgão ou entidade, em detrimento à mensagem principal;

XI - utilizar, sempre que possível, recurso que facilite a compreensão das mensagens por pessoas com deficiência visual e auditiva; e

XII - observar o princípio da impessoalidade, disposto no §1º do art. 92 da Constituição Estadual, na utilização de informe publicitário ou publieditorial e na produção de conteúdos por meio de veículos de comunicação e divulgação.

Art. 5º No planejamento das ações de mídia, os órgãos e entidades deverão observar as seguintes diretrizes, e as características específicas de cada ação:

I - usar critérios técnicos na seleção de meios e veículos de comunicação e divulgação;

II - diversificar o investimento por meios e veículos;

III - considerar a programação de meios e veículos comunicação e de divulgação regionalizados quando adequada à estratégia do anunciante;

IV - buscar melhor visibilidade e condição comercial, gerando eficiência, economicidade e racionalidade na aplicação dos recursos públicos, de forma a obter uma programação de meios e veículos adequada para atingimento dos objetivos de comunicação;

V - utilizar pesquisas, dados técnicos de mercado e estudos para identificar e selecionar a programação mais adequada, conforme as características de cada ação publicitária e estratégias de comunicação do órgão ou entidade;

VI - a programação de veículos deve considerar critérios como:

a) audiência;

b) perfil do público-alvo;

c) perfil editorial;

d) cobertura geográfica; e

e) dados técnicos de mercado, pesquisas e/ou de mídia, sempre que possível.

§ 1º Deverá ser mencionada a fonte da pesquisa e origem dos estudos utilizados, mantendo a integridade dos dados.

§ 2º Na programação de veículos, o órgão ou entidade poderá apresentar defesa técnica que justifique uma programação diferenciada, devidamente fundamentada com critérios técnicos, especialmente aqueles que promovam economicidade, racionalidade e efetividade no uso de investimentos públicos para a compra de tempo e/ou espaços publicitários, necessários para o alcance dos objetivos de comunicação da ação.

Art. 6º Na contratação de agências de publicidade pelos órgãos e entidades da administração direta e indireta do Estado de Goiás, a contratada deve apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás e com os preços correspondentes a serem cobrados do órgão ou entidade contratante, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele, de modo a permitir a aferição se valores apresentados pelos veículos de publicidade não destoam dos praticados no mercado.

## CAPÍTULO II

### DAS DISPOSIÇÕES ESPECÍFICAS

#### Seção única

Dos critérios para contratação dos veículos de comunicação em mídias digitais

Art. 7º Para fins de contratação dos veículos de comunicação no âmbito dos contratos de publicidade em mídias digitais por meio de *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares, deverá ser utilizado software de gestão de publicidade, consistente no software que gerencia os anúncios publicitários veiculados em websites, buscadores, redes sociais e aplicativos, permitindo o conhecimento dos resultados e alcance da publicidade e otimização das estratégias de comunicação.

§1º A aferição dos resultados do *software de gestão de publicidade* se dará a partir dos requisitos de impressões, cliques e conversões.

I - o requisito de impressões decorre da quantidade de vezes, dentro do período de apuração, que a campanha publicitária apareceu na tela dos usuários;

II - o requisito de cliques decorre do número de vezes, dentro do período de apuração, que o usuário clicou no anúncio da campanha publicitária;

III - o requisito de conversões consiste na quantidade de vezes, dentro do período de apuração, que um usuário realizou o clique no anúncio e efetivou uma ação concreta no site.

§2º Caberá à Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM, nos termos do art. 31 da Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019, a partir de 1º de abril de 2023, expedir instrução normativa definindo quantidade mínima de impressões, cliques e conversões, dentro do período de apuração, para aceitação da veiculação de campanhas por veículos digitais através das agências de publicidade que firmarem contratos com os órgãos e entidades do Estado de Goiás.

§3º A definição da quantidade mínima de cada um dos requisitos previstos no parágrafo anterior, deverá ser definida de acordo com cada uma das regiões de planejamento do Estado de Goiás (Sul, Sudeste, Sudoeste, Oeste, Metropolitana, Centro, Noroeste, Norte,

Nordeste e RIDE), observadas as peculiaridades de cada uma delas no tocante aos resultados e alcances dos veículos digitais que são divulgados nas respectivas regiões.

§4º Deverá ser realizada pela Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM, com periodicidade mínima anual, a análise dos parâmetros mínimos de impressões, cliques e conversões estabelecida na instrução normativa que alude o parágrafo segundo, de modo verificar a necessidade da sua manutenção nos patamares estabelecidos, ou ainda elevação ou diminuição, de modo a otimizar os resultados e alcance das publicidades veiculadas.

Art. 8º As mídias digitais veiculadas em websites, buscadores, redes sociais e aplicativos devem observar os formatos de 728x90px.; 300x250px; 970x150px; 970x250px; 300x500px; 600x300px; 300x300px; 1000x100px; 800x600px e 940x600px, de modo a permitir o os órgãos e entidades da administração pública estadual trabalhem com formatos fixos pré-determinados, otimizando tempo de produção e a entrega imediata para início da veiculação da peça.

### CAPÍTULO III

#### DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 9º A partir de 1º de Abril de 2023, a divulgação de mídia em veículos digitais por meio de em *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares, no âmbito do Estado de Goiás, seguirá o modelo previsto no presente Decreto.

Parágrafo único. A partir da referida data, os referidos veículos de comunicação digital que não se adequarem aos critérios estabelecidos nos arts. 7º e 8º deste Decreto para veiculação de mídias digitais, ficarão inviabilizados de atender as agências de publicidade contratadas pelos órgãos da administração pública direta e indireta do Estado de Goiás.

Art. 10 Caberá à Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM, nos termos do art. 31 da Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019 e do art. 17 do Decreto nº 9.544/2019, por meio da Superintendência de Mídias Digitais e Publicidade, expedir cartilha de orientação aos blogs e sites, comunicando sobre o novo modelo, com prazo para a adequação, inclusive realizar o atendimento dos representantes dos veículos publicitários para esclarecimento de dúvidas na aplicação do novo modelo de contratação de mídias digitais previsto neste Decreto.

Art. 11 O disposto neste Decreto não dispensa a observância à legislação aplicável às ações aqui previstas e às normas e regulamentos editados pelos órgãos de controle interno e externo.

Art. 12 A Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM poderá editar normas e orientações complementares com vistas ao cumprimento deste Decreto.

Art. 13 Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, porém produz efeitos a partir de 1º de abril de 2023 quanto aos arts. 7º e 8º deste Decreto, nos termos especificados no art. 9º.

Goiânia, de de 2022; 134º da República.

RONALDO CAIADO  
Governador do Estado



Governo do Estado de Goiás  
Secretaria de Estado da Casa Civil

**DECRETO Nº DE DE DE 2022.**

Regulamenta os gastos com publicidade e propaganda no âmbito do Estado de Goiás, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição Estadual, e define critérios para contratação de veículos de comunicação em *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares.

**O GOVERNADOR DO ESTADO DE GOIÁS**, no uso de suas atribuições constitucionais, com fundamento no inciso IV do art. 37 da Constituição do Estado de Goiás, tendo em vista o que consta dos Processos nº 202211867001184 e 202211867001323.

**DECRETA:**

**CAPÍTULO I**

**DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

**Seção I**

Dos objetivos e diretrizes das ações de publicidade e propaganda

Art. 1º As ações de comunicação dos órgãos e entidades da administração pública estadual serão desenvolvidas e executadas de acordo com o disposto neste Decreto e terão como objetivos principais:

- I - dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Estadual;
- II - divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição;
- III - estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas; e
- IV - disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais;

Art. 2º No desenvolvimento e na execução das ações de comunicação previstas neste Decreto, serão observadas as seguintes diretrizes, de acordo com as características de cada ação:

- I - afirmação dos valores e princípios da Constituição Federal e da Constituição do Estado de Goiás;
- II - atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social;
- III - preservação da identidade nacional e estadual;
- IV - valorização da diversidade étnica e cultural e respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual;

V - reforço das atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente;

VI - valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional;

VII - vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

VIII - adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público;

IX - uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação de governo;

X - valorização de estratégias de comunicação regionalizada;

XI - observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos;

e

XII - difusão de boas práticas na área de comunicação.

## Seção II

### Das espécies de publicidade

Art. 3º São espécies de publicidade veiculadas pelos órgãos e entidades do Estado de Goiás:

I - publicidade institucional: destina-se a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo estadual, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas;

II - publicidade de utilidade pública: destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos;

III - publicidade mercadológica: destina-se a alavancar vendas ou promover produtos e serviços no mercado; e

IV - publicidade legal: destina-se à divulgação de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo estadual, com o objetivo de atender a prescrições legais.

## Seção III

### Do planejamento e execução das espécies de publicidade

Art. 4º No desenvolvimento das ações e na criação dos conteúdos das peças publicitárias, os órgãos e entidades deverão observar as seguintes diretrizes, respeitadas as características de cada ação:

I - observar o princípio da impessoalidade, disposto no caput do art. 92, e seu §1º, da Constituição Estadual, que determina que a publicidade tenha caráter educativo, informativo ou de orientação social, proibida a menção a nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

II - buscar, na elaboração das mensagens, uma linguagem clara e de fácil entendimento para o cidadão;

III - contribuir para a compreensão do posicionamento e das políticas públicas do Poder Executivo estadual;

IV - contribuir para a compreensão dos investimentos realizados e das responsabilidades do governo estadual na obra ou ação divulgada, promovendo transparência da gestão pública e estimulando o controle social;

V - priorizar a divulgação de ações e resultados concretos, em detrimento a promessas ou realizações ainda não implementadas;

VI - nas ações de publicidade institucional ressaltar, sempre que possível, os benefícios diretos e indiretos das ações do Poder Executivo estadual para a sociedade;

VII - privilegiar o uso de pessoas, cenas e casos reais na publicidade institucional de prestação de contas;

VIII - promover a autoestima dos brasileiros;

IX - evitar o uso de siglas e termos estrangeiros;

X - evitar o uso de siglas, menção a estruturas administrativas internas e excessos na citação do nome do órgão ou entidade, em detrimento à mensagem principal;

XI - utilizar, sempre que possível, recurso que facilite a compreensão das mensagens por pessoas com deficiência visual e auditiva; e

XII - observar o princípio da impessoalidade, disposto no §1º do art. 92 da Constituição Estadual, na utilização de informe publicitário ou publieditorial e na produção de conteúdos por meio de veículos de comunicação e divulgação.

Art. 5º No planejamento das ações de mídia, os órgãos e entidades deverão observar as seguintes diretrizes, e as características específicas de cada ação:

I - usar critérios técnicos na seleção de meios e veículos de comunicação e divulgação;

II - diversificar o investimento por meios e veículos;

III - considerar a programação de meios e veículos comunicação e de divulgação regionalizados quando adequada à estratégia do anunciante;

IV - buscar melhor visibilidade e condição comercial, gerando eficiência, economicidade e racionalidade na aplicação dos recursos públicos, de forma a obter uma programação de meios e veículos adequada para atingimento dos objetivos de comunicação;

V - utilizar pesquisas, dados técnicos de mercado e estudos para identificar e selecionar a programação mais adequada, conforme as características de cada ação publicitária e estratégias de comunicação do órgão ou entidade;

VI - a programação de veículos deve considerar critérios como:

a) audiência;

b) perfil do público-alvo;

c) perfil editorial;

d) cobertura geográfica; e

e) dados técnicos de mercado, pesquisas e/ou de mídia, sempre que possível.

§ 1º Deverá ser mencionada a fonte da pesquisa e origem dos estudos utilizados, mantendo a integridade dos dados.

§ 2º Na programação de veículos, o órgão ou entidade poderá apresentar defesa técnica que justifique uma programação diferenciada, devidamente fundamentada com critérios técnicos, especialmente aqueles que promovam economicidade, racionalidade e efetividade no uso de investimentos públicos para a compra de tempo e/ou espaços publicitários, necessários para o alcance dos objetivos de comunicação da ação.

Art. 6º Na contratação de agências de publicidade pelos órgãos e entidades da administração direta e indireta do Estado de Goiás, a contratada deve apresentar, antes do início dos serviços, planilha detalhada com os valores previstos na tabela referencial de preços do Sindicato das Agências de Propaganda do Estado de Goiás e com os preços correspondentes a serem cobrados do órgão ou entidade contratante, acompanhada de exemplar da referida tabela impressa pelo Sindicato ou autenticada por ele, de modo a permitir a aferição se valores apresentados pelos veículos de publicidade não destoam dos praticados no mercado.

## CAPÍTULO II

### DAS DISPOSIÇÕES ESPECÍFICAS

#### Seção única

Dos critérios para contratação dos veículos de comunicação em mídias digitais

Art. 7º Para fins de contratação dos veículos de comunicação no âmbito dos contratos de publicidade em mídias digitais por meio de *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares, deverá ser utilizado software de gestão de publicidade, consistente no software que gerencia os anúncios publicitários veiculados em websites, buscadores, redes sociais e aplicativos, permitindo o conhecimento dos resultados e alcance da publicidade e otimização das estratégias de comunicação.

§1º A aferição dos resultados do *software de gestão de publicidade* se dará a partir dos requisitos de impressões, cliques e conversões.

I - o requisito de impressões decorre da quantidade de vezes, dentro do período de apuração, que a campanha publicitária apareceu na tela dos usuários;

II - o requisito de cliques decorre do número de vezes, dentro do período de apuração, que o usuário clicou no anúncio da campanha publicitária;

III - o requisito de conversões consiste na quantidade de vezes, dentro do período de apuração, que um usuário realizou o clique no anúncio e efetivou uma ação concreta no site.

§2º Caberá à Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM, nos termos do art. 31 da Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019, a partir de 1º de abril de 2023, expedir instrução normativa definindo quantidade mínima de impressões, cliques e conversões, dentro do período de apuração, para aceitação da veiculação de campanhas por veículos digitais através das agências de publicidade que firmarem contratos com os órgãos e entidades do Estado de Goiás.

§3º A definição da quantidade mínima de cada um dos requisitos previstos no parágrafo anterior, deverá ser definida de acordo com cada uma das regiões de planejamento do Estado de Goiás (Sul, Sudeste, Sudoeste, Oeste, Metropolitana, Centro, Noroeste, Norte, Nordeste e RIDE), observadas as peculiaridades de cada uma delas no tocante aos resultados e alcances dos veículos digitais que são divulgados nas respectivas regiões.

§4º Deverá ser realizada pela Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM, com periodicidade mínima anual, a análise dos parâmetros mínimos de impressões, cliques e conversões estabelecida na instrução normativa que alude o parágrafo segundo, de modo verificar a necessidade da sua manutenção nos patamares estabelecidos, ou ainda elevação ou diminuição, de modo a otimizar os resultados e alcance das publicidades veiculadas.

Art. 8º As mídias digitais veiculadas em websites, buscadores, redes sociais e aplicativos devem observar os formatos de 728x90px.; 300x250px; 970x150px; 970x250px; 300x500px; 600x300px; 300x300px; 1000x100px; 800x600px e 940x600px, de modo a permitir o os órgãos e entidades da administração pública estadual trabalhem com formatos fixos pré-determinados, otimizando tempo de produção e a entrega imediata para início da veiculação da peça.

### CAPÍTULO III

#### DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 9º A partir de 1º de Abril de 2023, a divulgação de mídia em veículos digitais por meio de em *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares, no âmbito do Estado de Goiás, seguirá o modelo previsto no presente Decreto.

Parágrafo único. A partir da referida data, os referidos veículos de comunicação digital que não se adequarem aos critérios estabelecidos nos arts. 7º e 8º deste Decreto para veiculação de mídias digitais, ficarão inviabilizados de atender as agências de publicidade contratadas pelos órgãos da administração pública direta e indireta do Estado de Goiás.

Art. 10 Caberá à Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM, nos termos do art. 31 da Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019 e do art. 17 do Decreto nº 9.544/2019, por meio da Superintendência de Mídias Digitais e Publicidade, expedir cartilha de orientação aos blogs e sites, comunicando sobre o novo modelo, com prazo para a adequação, inclusive realizar o atendimento dos representantes dos veículos publicitários para esclarecimento de dúvidas na aplicação do novo modelo de contratação de mídias digitais previsto neste Decreto.

Art. 11 O disposto neste Decreto não dispensa a observância à legislação aplicável às ações aqui previstas e às normas e regulamentos editados pelos órgãos de controle interno e externo.

Art. 12 A Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM poderá editar normas e orientações complementares com vistas ao cumprimento deste Decreto.

Art. 13 Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, porém produz efeitos a partir de 1º de abril de 2023 quanto aos arts. 7º e 8º deste Decreto, nos termos especificados no art. 9º.

Goiânia, de de 2022; 134º da República.

RONALDO CAIADO  
Governador do Estado



ESTADO DE GOIÁS  
SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO  
GERÊNCIA DE ATENDIMENTO E DIVULGAÇÃO

Processo: 202217697000410

Interessado: SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO

**Assunto: Normatização dos gastos de publicidade**

**DESPACHO Nº 229/2022 - SECOM/GECED-17708**

Trata-se da Exposição de Motivos nº 01/2022 - SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO (000034967598) que encaminha minuta de decreto (000035214200) visando regulamentar os gastos com publicidade e propaganda, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição do Estado de Goiás, bem como definir critérios para contratação de veículos de comunicação em websites, portais de notícias, blogs, aplicativos e similares.

Considerando a conclusão do DESPACHO Nº 1902/2022 - GAB (000035644483) apontado a sua compatibilidade com o ordenamento constitucional e legal vigente, bem como a sugestão de alteração redacional, procedeu-se a substituição do termo "ad server" no caput e no §1 do art. 7º da minuta de decreto (000035679316), bem como na Exposição de Motivos 2 (000035678494), por "software de gestão de publicidade", de forma a atender o comando previsto no art. 13 do Decreto Estadual nº 9.697/2020 - que prevê que "as disposições normativas serão redigidas com clareza, precisão e ordem lógica" (o que, ademais, encerra medida de "acessibilidade linguística", ante a retirada de um estrangeirismo do texto) -, evitando um possível (e equivocado) direcionamento de contratação a agências que utilizam um software específico.

Dessa forma, remetam-se os autos à Secretaria da Casa Civil para exame da proposta de ato normativo, **observada a urgência que o caso requer**, uma vez que o ato normativo

integrará a prestação de contas do Governador do Estado relativo ao ano de 2022, conforme consta do Ofício Nº 886/2022/CGE (000031773041).

MARCOS ROBERTO SILVA  
Secretário de Estado de Comunicação

SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO, ao(s)  
23 dia(s) do mês de novembro de 2022.



Documento assinado eletronicamente por **MARCOS ROBERTO SILVA, Secretário (a)**, em 25/11/2022, às 14:32, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **000035680088** e o código CRC **06A2F363**.

RUA 82 82, 9º ANDAR - Bairro SETOR SUL - GOIANIA - GO - CEP  
74015-908 - (62)3201-5816.



Referência:  
Processo nº 202217697000410



SEI 000035680088



ESTADO DE GOIÁS  
SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO  
SUPERINTENDÊNCIA DE MÍDIAS DIGITAIS E PUBLICIDADE

Nota Técnica nº: 1/2022 - SECOM/SUPMDP-18247

**Assunto: Normatização dos gastos de publicidade e propaganda**

1. A presente Nota Técnica tem por objetivo apresentar esclarecimentos e ponderações acerca dos apontamentos realizados pelo egrégio Tribunal de Contas do Estado de Goiás (TCE-GO), que levaram à Recomendação nº 6, ao Governo do Estado de Goiás, no Parecer Prévio das Contas do Governador do exercício de 2021.

*D - Recomendações ao Governo do Estado de Goiás:*

*(...)*

*6. Normatizar os gastos com publicidade e propaganda, com o objetivo de definir parâmetros para a realização de campanhas institucionais e coibir a indevida promoção de mandatos ou de gestores, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição Estadual (item 3.4).*

## ANÁLISE DOS DADOS

2. Consta do documento denominado “Análise do Relator, nas Contas Anuais do Governador do Estado de Goiás – Exercício de 2021”, no item 3.4, página 15, a recomendação de que o Governo do Estado que promova a normatização sobre gastos com publicidade e propaganda, com o objetivo de legitimar a realização de campanhas institucionais e coibir a indevida promoção de mandatos ou de gestores, conforme o pretendido pelo referido texto constitucional.

*“Já as despesas com publicidade e propaganda totalizaram R\$ 124,3 milhões, correspondente a 0,365% do total realizado, com significativo crescimento em relação ao exercício anterior. Nesse ponto, deve-se ressaltar que o art. 73, inc. VII, da Lei nº 9.504/1997 estipula limite para tais despesas no primeiro semestre do ano de eleição, que será verificado na análise das contas do exercício corrente.*

*Considerando a aceleração das despesas em 2021, e tendo em vista que a legislação federal dispõe apenas sobre limite para ano eleitoral e, ainda, diante da baliza prevista no art. 92, § 1º, da Constituição Estadual, que veda a promoção pessoal e permite o gasto somente nas vertentes educativa, informativa e/ou de orientação social, compreendo que existe lacuna passível de preenchimento por legislação estadual.*

*Assim, acolho parcialmente a sugestão do Parquet no sentido de recomendar ao Governo do Estado que promova a normatização sobre gastos com publicidade e propaganda, com o objetivo de legitimar a realização de campanhas institucionais e coibir a indevida promoção de mandatos ou de gestores, conforme o pretendido pelo referido texto constitucional.”*

3. O Relatório Técnico Contas do Governador - 2021, no item 3.4.2, páginas 113/114 apresenta o volume de gastos com Publicidade e Propaganda incorridos em 2021, com o objetivo de acompanhar e dar transparência à evolução destes após a revogação da Lei nº 18.699/14.

*“Este tópico apresenta o volume de gastos com Publicidade e Propaganda incorridos em 2021, com o objetivo de acompanhar e dar transparência à evolução destes após a revogação da Lei nº 18.699/14. A lei estabelecia um percentual máximo de 0,5% para atender estes gastos, com base na Receita Corrente Líquida, salvo exceções. Ela foi revogada pela Lei nº 19.877 em 30 de outubro de 2017.*

*Para levantamento das despesas com publicidade e propaganda foram consideradas as naturezas de despesa apresentadas no quadro abaixo. A seleção dos subelementos seguiu as orientações da Tabela de Classificação das Despesas para o Estado de Goiás disponível junto ao Guia de Apropriação da Despesa.*

(...)

*Verificou-se, pela soma dos saldos empenhados nestas naturezas, que os gastos com publicidade e propaganda totalizaram R\$ 124.380.091,44, valor que corresponde a 0,365% do total das despesas realizadas pelo Estado. Em comparação ao exercício de 2020, estes gastos tiveram aumento de 229,95%. A participação dos subelementos indicados no total da despesa com publicidade e propaganda está representada no gráfico a seguir.*

(...)

*Esclarece-se que não se fez juízo de valor sobre o conteúdo, a técnica e a essencialidade das propagandas veiculadas, assim como a avaliação da realização desta despesa em detrimento de outra que contribuiria efetivamente para o atendimento de uma necessidade social.”*

## ESCLARECIMENTOS

4. Inicialmente, com o objetivo de atender a recomendação nº 6 do Parecer Prévio das Contas do Governador do exercício de 2021, a Superintendência de Mídias Digitais e Publicidade realizou consulta a diversas entidades representativas do mercado publicitário, tais como a ABAP – Associação Brasileira de Agências de Propaganda, a ABERT – Associação Brasileira de Emissoras de Rádio e Televisão e CONAR – Conselho Brasileiro de Autorregulamentação Publicitária, de forma a obter subsídios para definir parâmetros com gastos de publicidade, tabelas de serviços, regulação de veículos e agente, de acordo com o mercado dos veículos de publicidade do Estado de Goiás.

5. Em seguida, deu-se início ao Processo SEI nº 202217697000410 com a elaboração de exposição de motivos (000034967598) apresentando as justificativas necessárias para regulamentar os termos do art. 92, § 1º, da Constituição Estadual por meio de Decreto do Governador do Estado, nos moldes do inciso IV do art. 37 da Constituição do Estado, acompanhada da minuta do ato normativo (000035214200) a ser elaborado.

6. A minuta em questão previu a regulamentação das ações de comunicação e publicidade a exemplo do modelo utilizado no âmbito do Governo Federal por meio do Decreto nº 6.555, de 8 de setembro de 2008, traçando as diretrizes e os objetivos das ações de comunicação, que, por sua vez, guardam

pertinência com os princípios constitucionais da Administração Pública, além de estabelecer diretrizes no planejamento e execução das espécies de publicidade, nos seguintes termos:

*Art. 1º As ações de comunicação dos órgãos e entidades da administração pública estadual serão desenvolvidas e executadas de acordo com o disposto neste Decreto e terão como objetivos principais:*

*I - dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Estadual;*

*II - divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição;*

*III - estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas; e*

*IV - disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais;*

*Art. 2º No desenvolvimento e na execução das ações de comunicação previstas neste Decreto, serão observadas as seguintes diretrizes, de acordo com as características de cada ação:*

*I - afirmação dos valores e princípios da Constituição Federal e da Constituição do Estado de Goiás;*

*II - atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social;*

*III - preservação da identidade nacional e estadual;*

*IV - valorização da diversidade étnica e cultural e respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual;*

*V - reforço das atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente;*

*VI - valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional;*

*VII - vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;*

*VIII - adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público;*

*IX - uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação de governo;*

*X - valorização de estratégias de comunicação regionalizada;*

*XI - observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos; e*

*XII - difusão de boas práticas na área de comunicação.*

*(...)*

*Art. 4º No desenvolvimento das ações e na criação dos conteúdos das peças publicitárias, os órgãos e entidades deverão observar as seguintes diretrizes, respeitadas as características de cada ação:*

*I - observar o princípio da impessoalidade, disposto no caput do art. 92, e seu §1º, da Constituição Estadual, que determina que a publicidade tenha caráter educativo, informativo ou de orientação social, proibida a menção a nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;*

*II - buscar, na elaboração das mensagens, uma linguagem clara e de fácil entendimento para o cidadão;*

*III - contribuir para a compreensão do posicionamento e das políticas públicas do Poder Executivo estadual;*

*IV - contribuir para a compreensão dos investimentos realizados e das responsabilidades do governo estadual na obra ou ação divulgada, promovendo transparência da gestão pública e estimulando o controle social;*

*V - priorizar a divulgação de ações e resultados concretos, em detrimento a promessas ou realizações ainda não implementadas;*

*VI - nas ações de publicidade institucional ressaltar, sempre que possível, os benefícios diretos e indiretos das ações do Poder Executivo estadual para a sociedade;*

*VII - privilegiar o uso de pessoas, cenas e casos reais na publicidade institucional de prestação de contas;*

*VIII - promover a autoestima dos brasileiros;*

*IX - evitar o uso de siglas e termos estrangeiros;*

*X - evitar o uso de siglas, menção a estruturas administrativas internas e excessos na citação do nome do órgão ou entidade, em detrimento à mensagem principal;*

*XI - utilizar, sempre que possível, recurso que facilite a compreensão das mensagens por pessoas com deficiência visual e auditiva; e*

*XII - observar o princípio da impessoalidade, disposto no §1º do art. 92 da Constituição Estadual, na utilização de informe publicitário ou publieditorial e na produção de conteúdos por meio de veículos de comunicação e divulgação.*

*Art. 5º No planejamento das ações de mídia, os órgãos e entidades deverão observar as seguintes diretrizes, e as características específicas de cada ação:*

*I - usar critérios técnicos na seleção de meios e veículos de comunicação e divulgação;*

*II - diversificar o investimento por meios e veículos;*

*III - considerar a programação de meios e veículos comunicação e de divulgação regionalizados quando adequada à estratégia do anunciante;*

*IV - buscar melhor visibilidade e condição negocial, gerando eficiência, economicidade e racionalidade na aplicação dos recursos públicos, de forma a obter uma programação de meios e veículos adequada para atingimento dos objetivos de comunicação;*

*V - utilizar pesquisas, dados técnicos de mercado e estudos para identificar e selecionar a programação mais adequada, conforme as características de cada ação publicitária e estratégias de comunicação do órgão ou entidade;*

*VI - a programação de veículos deve considerar critérios como:*

*a) audiência;*

*b) perfil do público-alvo;*

*c) perfil editorial;*

*d) cobertura geográfica; e*

*e) dados técnicos de mercado, pesquisas e/ou de mídia, sempre que possível.*

*§ 1º Deverá ser mencionada a fonte da pesquisa e*

*origem dos estudos utilizados, mantendo a integridade dos dados.*

*§ 2º Na programação de veículos, o órgão ou entidade poderá apresentar defesa técnica que justifique uma programação diferenciada, devidamente fundamentada com critérios técnicos, especialmente aqueles que promovam economicidade, racionalidade e efetividade no uso de investimentos públicos para a compra de tempo e/ou espaços publicitários, necessários para o alcance dos objetivos de comunicação da ação.*

7. Ademais, propôs-se ainda o estabelecimento de critérios para contratação dos veículos de comunicação em mídias digitais, os quais permitem o conhecimento dos resultados e alcance da publicidade e otimização das estratégias de comunicação, em consonância com o princípio da eficiência, evitando o dispêndio de verbas públicas com a divulgação de campanhas por meio de veículos de comunicação que atendam critérios mínimos de alcance nas mídias por eles divulgadas.

8. Nesse sentido, a minuta de decreto recebeu parecer favorável da Procuradoria Setorial da Secretaria de Estado da Comunicação através do Parecer Jurídico nº 18/2022 (000035220617), opinando por sua legalidade, em razão do atendimento dos requisitos Decreto Estadual nº 9.697/2020.

9. Em seguida, a Procuradora-Geral do Estado, por meio do DESPACHO Nº 1902/2022 - GAB (000035644483), concluiu, igualmente, pela compatibilidade da minuta de decreto com o ordenamento constitucional e legal vigente, opinando pela sua regularidade jurídica, e tão somente sugeriu uma alteração redacional de forma a tornar o texto mais claro e preciso ao fim que se propõe, o que se deu conforme o Despacho 229/2022 - SECOM/SUPMDP-18247 (000035680088).

10. Atualmente, a minuta de decreto se encontra tramitando na Secretaria da Casa Civil para exame da proposta de ato normativo, conforme exige o Decreto Estadual nº 9.697, de 16 de julho de 2020, após o que, restará apenas a sua aprovação final pelo Governador do Estado, com a consequente publicação em diário oficial.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

11. Diante do exposto, informamos à Egrégia Corte de Contas que estão sendo adotadas todas as providências necessárias para Recomendação nº 6, ao Governo do Estado de Goiás, no Parecer Prévio das Contas do Governador do exercício de 2021, conforme demonstrado acima, de modo que a normatização dos gastos com publicidade e propaganda, com o objetivo de definir parâmetros para a realização de campanhas institucionais e coibir a indevida promoção de mandatos ou de gestores, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição Estadual, se dê ainda no exercício de 2022.

12. Encaminhe-se à Controladoria-Geral do Estado e ao relator das Contas de Governo, do exercício de 2021, do Tribunal de Contas do Estado

GABRIEL CORREIA PONTES  
Superintendente de Mídias Digitais e Publicidade

BRUNO LEONARDO DE SOUSA FARIAS  
Assessor de Publicidade e Propaganda

SUPERINTENDÊNCIA DE MÍDIAS DIGITAIS E PUBLICIDADE, em GOIANIA - GO, aos 29 dias do mês de novembro de 2022.



Documento assinado eletronicamente por **GABRIEL CORREIA PONTES, Superintendente**, em 29/11/2022, às 14:15, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



Documento assinado eletronicamente por **BRUNO LEONARDO DE SOUSA FARIAS, Gestor (a) de Contrato**, em 29/11/2022, às 14:51, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **000035814212** e o código CRC **CD90514D**.

SUPERINTENDÊNCIA DE MÍDIAS DIGITAIS E PUBLICIDADE  
RUA 82 400, 9º ANDAR, ALA OESTE - Bairro SETOR CENTRAL -



Referência:  
Processo nº 202217697000410

SEI 000035814212



ESTADO DE GOIÁS  
SECRETARIA DE ESTADO DA CASA CIVIL  
GERÊNCIA DE REDAÇÃO E REVISÃO DE ATOS OFICIAIS

Processo: 202217697000410

Interessado: SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO

**Assunto: Minuta de decreto.**

**DESPACHO Nº 1687/2022 - CASACIVIL/GERAT-12321**

Trata-se da Exposição de Motivos nº 1/2022/SECOM (SEI nº 000034967598), de iniciativa da Secretaria de Estado de Comunicação - SECOM, que propõe a minuta do decreto que consta no documento SEI nº 000035214200. Ela pretende regulamentar os gastos com publicidade e propaganda no âmbito do Estado de Goiás, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição estadual, e define critérios para contratação de veículos de comunicação em *websites*, portais de notícias, *blogs*, aplicativos e similares. A pasta, no Despacho nº 229/2022/GECED/SECOM (SEI nº 000035680088) solicita urgência no exame da matéria com a justificativa de que a futura norma integrará a prestação de contas do Governador relativa ao ano de 2022.

Antes de submeter a proposta à deliberação governamental, em consideração às competências relativas às licitações e aos contratos previstas na Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019, que "estabelece a organização administrativa do Poder Executivo e dá outras providências", encaminhem-se os autos à Secretaria de Estado da Administração - SEAD para que sobre ela se manifeste.

GERÊNCIA DE REDAÇÃO E REVISÃO DE ATOS  
OFICIAIS DO (A) SECRETARIA DE ESTADO DA CASA CIVIL, ao(s)  
8 dia(s) do mês de dezembro de 2022.



Documento assinado eletronicamente por **THIAGO JUNQUEIRA RODRIGUES, Gerente**, em 08/12/2022, às 15:56, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **000036095388** e o código CRC **EC32C8CE**.

GERÊNCIA DE REDAÇÃO E REVISÃO DE ATOS OFICIAIS  
RUA 82 400, PALÁCIO PEDRO LUDOVICO TEIXEIRA, 8º ANDAR -  
Bairro SETOR CENTRAL - GOIANIA - GO - CEP 74015-908 - .



Referência:  
Processo nº 202217697000410



SEI 000036095388



ESTADO DE GOIÁS  
SECRETARIA DE ESTADO DA ADMINISTRAÇÃO  
GABINETE

Processo: 202217697000410

Interessado: @nome\_interessado\_maiusculas@

**Assunto: Minuta de decreto SECOM.**

**DESPACHO Nº 9554/2022 - GAB**

**DOCUMENTO URGENTE**

1. Trata-se os autos da Exposição de Motivos nº 1/2022/SECOM (000034967598), de iniciativa da Secretaria de Estado de Comunicação, que propõe a minuta do decreto anexa (000035214200), visando regulamentar os gastos com publicidade e propaganda, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição do Estado de Goiás, bem como definir critérios para contratação de veículos de comunicação em websites, portais de notícias, blogs, aplicativos e similares.
2. A Secretaria de Estado da Comunicação, via Despacho nº 229/2022 (000035680088) solicita urgência no exame da matéria com a justificativa de que a futura norma integrará a prestação de contas do Governador relativa ao ano de 2022.
3. Neste sentido, a Secretaria de Estado da Casa Civil, por meio do Despacho nº 1687/2022 (000036095388), antes de submeter à deliberação governamental, em

consideração às competências relativas às licitações e aos contratos previstas na Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019, que "estabelece a organização administrativa do Poder Executivo e dá outras providências", encaminha os autos à esta Secretaria de Estado da Administração para análise e manifestação.

4. Ante o exposto, encaminhem-se os autos à **Subsecretaria de Gestão Pública/Superintendência Central de Compras Governamentais e Logística** para análise e manifestação, **observando a urgência que o caso requer.**

Goiânia, 8 de dezembro de 2022.

MÁRCIA FREIRE DANTAS COUTINHO  
Chefe de Gabinete

GERÊNCIA DA SECRETARIA-GERAL, do (a)  
SECRETARIA DE ESTADO DA ADMINISTRAÇÃO, ao(s) 08 dia(s) do  
mês de dezembro de 2022.



Documento assinado eletronicamente por **MARCIA FREIRE DANTAS COUTINHO, Chefe de Gabinete**, em 09/12/2022, às 13:09, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **000036108930** e o código CRC **3067209D**.

GERÊNCIA DA SECRETARIA-GERAL  
RUA 82 Nº 400, PALÁCIO PEDRO LUDOVICO TEIXEIRA, 7º  
ANDAR - Bairro SETOR CENTRAL - GOIANIA - GO - CEP 74015-  
908 - (62)3201-5779.



Referência:  
Processo nº 202217697000410



SEI 000036108930



ESTADO DE GOIÁS  
SECRETARIA DE ESTADO DA ADMINISTRAÇÃO  
SUBSECRETARIA DE GESTÃO PÚBLICA

Processo: 202217697000410

Interessado: SECRETARIA DE ESTADO DA COMUNICAÇÃO

**Assunto:** Minuta de decreto SECOM.

**DESPACHO Nº 2126/2022 - SEAD/SUBGESTÃO-18222**

**DOCUMENTO URGENTE**

Trata-se os autos da Exposição de Motivos nº 1/2022/SECOM (000034967598), de iniciativa da Secretaria de Estado de Comunicação, que propõe a minuta do decreto anexa (000035214200), visando regulamentar os gastos com publicidade e propaganda, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição do Estado de Goiás, bem como definir critérios para contratação de veículos de comunicação em websites, portais de notícias, blogs, aplicativos e similares.

A Secretaria de Estado da Comunicação, por meio do Despacho nº 229/2022 (000035680088) solicita urgência no exame da matéria com a justificativa de que a futura norma integrará a prestação de contas do Governador relativa ao ano de 2022.

Neste sentido, a Secretaria de Estado da Casa Civil, por meio do Despacho nº 1687/2022 (000036095388), antes de submeter à deliberação governamental, em consideração às competências relativas às licitações e aos contratos previstas na Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019, que "estabelece a organização administrativa do Poder Executivo e dá outras providências", encaminha os autos à esta Secretaria de Estado da Administração para análise e manifestação.

Ante o exposto, encaminhem-se os

autos à Superintendência Central de Compras Governamentais e Logística para análise e manifestação, **observando a urgência que o caso requer.**

SUBSECRETARIA DE GESTÃO PÚBLICA DO (A)  
SECRETARIA DE ESTADO DA ADMINISTRAÇÃO, ao(s) 12 dia(s) do  
mês de dezembro de 2022.



Documento assinado eletronicamente por **MARCIA FREIRE DANTAS COUTINHO, Subsecretario(a) de Estado em Substituição**, em 13/12/2022, às 14:29, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **000036134307** e o código CRC **B6F9C891**.

SUBSECRETARIA DE GESTÃO PÚBLICA  
RUA 82 300, PALÁCIO PEDRO LUDOVICO TEIXEIRA, 7º ANDAR -  
Bairro CENTRO - GOIANIA - GO - CEP 74015-908 - .



Referência:  
Processo nº 202217697000410

SEI 000036134307



ESTADO DE GOIÁS  
SECRETARIA DE ESTADO DA ADMINISTRAÇÃO  
SUPERINTENDÊNCIA CENTRAL DE COMPRAS GOVERNAMENTAIS E LOGÍSTICA

Referência: Processo nº 202217697000410

Interessado: @nome\_interessado@

**Assunto:** Minuta de decreto SECOM.

DESPACHO Nº 33/2023/SEAD/SCCGL-18227

Trata-se os autos da Exposição de Motivos nº 2/2022/SECOM (000035678494), de iniciativa da Secretaria de Estado de Comunicação, que propõe a minuta do decreto anexa (000035679316), visando regulamentar os gastos com publicidade e propaganda, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição do Estado de Goiás, bem como definir critérios para contratação de veículos de comunicação em websites, portais de notícias, blogs, aplicativos e similares.

A Secretaria de Estado da Casa Civil, por meio do Despacho nº 1687/2022 (000036095388), antes de submeter à deliberação governamental, em consideração às competências relativas às licitações e aos contratos previstas na Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019, que "estabelece a organização administrativa do Poder Executivo e dá outras providências", encaminha os autos à esta Secretaria de Estado da Administração para análise e manifestação.

Ante o exposto, encaminhem-se os autos à **Gerência Central de Gestão de Contratos** para análise e manifestação, **observando a urgência que o caso requer.**

SUPERINTENDÊNCIA CENTRAL DE COMPRAS  
GOVERNAMENTAIS E LOGÍSTICA DO (A) SECRETARIA DE ESTADO  
DA ADMINISTRAÇÃO, ao(s) 13 dia(s) do mês de janeiro de 2023.



Documento assinado eletronicamente por **LUCAS RODRIGUES TEIXEIRA DE BRITO, Superintendente em Substituição**, em 16/01/2023, às 09:06, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **000036975775** e o código CRC **733463C2**.

SUPERINTENDÊNCIA CENTRAL DE COMPRAS GOVERNAMENTAIS  
E LOGÍSTICA  
AVENIDA UNIVERSITÁRIA Nº 609, , - Bairro SETOR LESTE  
UNIVERSITÁRIO - GOIANIA - GO - CEP 74610-250 - (62)3201-  
8740.



Referência:  
Processo nº 202217697000410



SEI 000036975775



ESTADO DE GOIÁS  
SECRETARIA DE ESTADO DA ADMINISTRAÇÃO  
GERÊNCIA CENTRAL DE GESTÃO DE CONTRATOS

Referência: Processo nº 202217697000410

Interessado: SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO -  
SECOM

**Assunto: Minuta de Decreto - SECOM**

DESPACHO Nº 13/2023/SEAD/GECGC-20222

Trata-se os autos da Exposição de Motivos nº 2/2022/SECOM (000035678494), de iniciativa da Secretaria de Estado de Comunicação, que propõe a minuta do decreto anexa (000035679316), visando regulamentar os gastos com publicidade e propaganda, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição do Estado de Goiás, bem como definir critérios para contratação de veículos de comunicação em websites, portais de notícias, blogs, aplicativos e similares.

A Secretaria de Estado da Casa Civil, por meio do Despacho nº 1687/2022 (000036095388), antes de submeter à deliberação governamental, em consideração às competências relativas às licitações e aos contratos previstas na Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019, que "estabelece a organização administrativa do Poder Executivo e dá outras providências", encaminha os autos à esta Secretaria de Estado da Administração para análise e manifestação.

A minuta de decreto apresentada visa regulamentar o art. 92, §1º, da Constituição Estadual. Embora estabeleça alguns critérios e objetivos mínimos para contratação de veículos de comunicação no âmbito dos contratos de publicidade, o ato normativo proposto não estabelece normas acerca do procedimento de licitação e seleção de fornecedores, razão pela qual não vislumbramos óbice ao prosseguimento do feito, considerando a urgência requerida.

Outrossim, considerando que a Lei nº 12.232, de 29 de abril 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, foi instituída sob a amparo da Lei nº 8.666/1993, que está sendo revogada pela Lei nº 14.133/2021, vislumbramos a necessidade de regulamentação do tema sob a égide da Nova Lei de Licitações.

Assim, entendemos ser pertinente a formação de grupo de trabalho para discussão do tema, e ainda a elaboração de modelos padronizados de contratação a fim de garantir maior qualidade e legalidade nas contratações de serviços de publicidade e propaganda, nos termos da Lei 14.133/2021 e em conformidade com as competências da Secretaria de Estado de Administração, previstas na Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019.

Ante o exposto, retornam-se os autos à **Superintendência de Central de Compras Governamentais, Logística e Suprimentos/Subsecretaria de Gestão Pública/Chefia de Gabinete** para deliberação e continuidade.

GERÊNCIA CENTRAL DE GESTÃO DE CONTRATOS  
DO (A) SECRETARIA DE ESTADO DA ADMINISTRAÇÃO, ao(s) 13 dia(s) do mês de janeiro de 2023.



Documento assinado eletronicamente por **DEYSE LUCIDY DINIZ SANCHES, Gerente**, em 13/01/2023, às 17:57, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **000036981499** e o código CRC **F5950348**.

GERÊNCIA CENTRAL DE GESTÃO DE CONTRATOS

AVENIDA UNIVERSITÁRIA 609, SETOR LESTE UNIVERSITÁRIO -  
GOIANIA - GO - CEP 74610-250 -(62)3201-8739.



Referência:  
Processo nº 202217697000410



SEI 000036981499



ESTADO DE GOIÁS  
SECRETARIA DE ESTADO DA ADMINISTRAÇÃO  
SUPERINTENDÊNCIA CENTRAL DE COMPRAS GOVERNAMENTAIS E LOGÍSTICA

Referência: Processo nº 202217697000410

Interessado: SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO

**Assunto: Minuta de Decreto - SECOM**

DESPACHO Nº 34/2023/SEAD/SCCGL-18227

1. Considerando o teor do DESPACHO Nº 13/2023/SEAD/GECGC (000036981499) no qual a Gerência Central de Gestão de Contratos inteira que:
2. "A minuta de decreto apresentada visa regulamentar o art. 92, §1º, da Constituição Estadual. Embora estabeleça alguns critérios e objetivos mínimos para contratação de veículos de comunicação no âmbito dos contratos de publicidade, o ato normativo proposto não estabelece normas acerca do procedimento de licitação e seleção de fornecedores, **razão pela qual não vislumbramos óbice ao prosseguimento do feito, considerando a urgência requerida.**
3. Outrossim, considerando que a Lei nº 12.232, de 29 de abril 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, foi instituída sob o amparo da Lei nº 8.666/1993, que está sendo revogada pela Lei nº 14.133/2021, **vislumbramos a necessidade de regulamentação do tema sob a égide da Nova Lei de Licitações.**
4. Assim, **entendemos ser pertinente a formação de grupo de trabalho para discussão do tema, e ainda a elaboração de modelos padronizados de contratação a fim de garantir maior qualidade e legalidade nas contratações de serviços de publicidade e propaganda,** nos termos da Lei 14.133/2021 e em conformidade com as competências da

Secretaria de Estado de Administração, previstas na Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019."

5. Em tempestividade, tornem os autos à SUBSECRETARIA DE GESTÃO PÚBLICA e ao GABINETE DA SECRETARIA DE ESTADO DA ADMINISTRAÇÃO, via GERÊNCIA DE SECRETARIA-GERAL, para apreciação superior e demais providências que julgarem necessárias.

SUPERINTENDÊNCIA CENTRAL DE COMPRAS GOVERNAMENTAIS E LOGÍSTICA DO (A) SECRETARIA DE ESTADO DA ADMINISTRAÇÃO, ao(s) 16 dia(s) do mês de janeiro de 2023.



Documento assinado eletronicamente por **LUCAS RODRIGUES TEIXEIRA DE BRITO**, Superintendente em Substituição, em 16/01/2023, às 09:17, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **000036992662** e o código CRC **14ADEDEF**.

SUPERINTENDÊNCIA CENTRAL DE COMPRAS GOVERNAMENTAIS  
E LOGÍSTICA  
AVENIDA UNIVERSITÁRIA Nº 609, , - Bairro SETOR LESTE  
UNIVERSITÁRIO - GOIANIA - GO - CEP 74610-250 - (62)3201-8740.



Referência:  
Processo nº 202217697000410



SEI 000036992662



ESTADO DE GOIÁS  
SECRETARIA DE ESTADO DA ADMINISTRAÇÃO  
SUBSECRETARIA DE GESTÃO PÚBLICA

Referência: Processo nº 202217697000410

Interessado: SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO -  
SECOM

**Assunto: Minuta de Decreto - SECOM.**

DESPACHO Nº 67/2023/SEAD/SUBGESTÃO-18222

**DOCUMENTO URGENTE**

Trata-se os autos da Exposição de Motivos nº 1/2022/SECOM (000034967598), de iniciativa da Secretaria de Estado de Comunicação, que propõe a minuta do decreto anexa (000035214200), visando regulamentar os gastos com publicidade e propaganda, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição do Estado de Goiás, bem como definir critérios para contratação de veículos de comunicação em websites, portais de notícias, blogs, aplicativos e similares.

A Secretaria de Estado da Comunicação, via Despacho nº 229/2022 (000035680088) solicita urgência no exame da matéria com a justificativa de que a futura norma integrará a prestação de contas do Governador relativa ao ano de 2022.

Neste sentido, a Secretaria de Estado da Casa Civil, por meio do Despacho nº 1687/2022 (000036095388), antes de submeter à deliberação governamental, em consideração às competências relativas às licitações e aos contratos previstas na Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019, que "estabelece a organização administrativa do Poder Executivo e dá outras providências", encaminha os autos à esta Secretaria de Estado da Administração para análise e manifestação.

Instada a se manifestar, a Gerência Central de Gestão de Contratos, da Superintendência Central de Compras Governamentais e Logística, por meio do Despacho nº 13/2023

(000036981499) esclareceu o seguinte:

A minuta de decreto apresentada visa regulamentar o art. 92, §1º, da Constituição Estadual. Embora estabeleça alguns critérios e objetivos mínimos para contratação de veículos de comunicação no âmbito dos contratos de publicidade, o ato normativo proposto não estabelece normas acerca do procedimento de licitação e seleção de fornecedores, razão pela qual não vislumbramos óbice ao prosseguimento do feito, considerando a urgência requerida.

Outrossim, considerando que a Lei nº 12.232, de 29 de abril 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, foi instituída sob o amparo da Lei nº 8.666/1993, que está sendo revogada pela Lei nº 14.133/2021, vislumbramos a necessidade de regulamentação do tema sob a égide da Nova Lei de Licitações.

Assim, entendemos ser pertinente a formação de grupo de trabalho para discussão do tema, e ainda a elaboração de modelos padronizados de contratação a fim de garantir maior qualidade e legalidade nas contratações de serviços de publicidade e propaganda, nos termos da Lei 14.133/2021 e em conformidade com as competências da Secretaria de Estado de Administração, previstas na Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019.

Isto posto, encaminhamos os autos ao Gabinete do Sr. Secretário de Estado da Administração para conhecimento, com sugestão de remessa do feito à Secretaria de Estado da Casa Civil.

SUBSECRETARIA DE GESTÃO PÚBLICA DO (A)  
SECRETARIA DE ESTADO DA ADMINISTRAÇÃO, ao(s) 16 dia(s) do  
mês de janeiro de 2023.



Documento assinado eletronicamente por **LARA GARCIA BORGES FERREIRA, Subsecretário (a)**, em 16/01/2023, às 13:54, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site  
[http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?)



acao=documento\_conferir&id\_orgao\_acesso\_externo=1 informando o código verificador **000037003375** e o código CRC **F230AF44**.

---

SUBSECRETARIA DE GESTÃO PÚBLICA  
RUA 82 300, PALÁCIO PEDRO LUDOVICO TEIXEIRA, 7º ANDAR -  
Bairro CENTRO - GOIANIA - GO - CEP 74015-908 - .



Referência:  
Processo nº 202217697000410

SEI 000037003375



ESTADO DE GOIÁS  
SECRETARIA DE ESTADO DA ADMINISTRAÇÃO

Referência: Processo nº 202217697000410

Interessado: Secretaria de Estado de Comunicação

**Assunto: Minuta de decreto SECOM.**

DESPACHO Nº 395/2023/GAB

1. Trata-se os autos da Exposição de Motivos nº 1/2022/SECOM (000034967598), de iniciativa da Secretaria de Estado de Comunicação, que propõe a minuta do decreto anexa (000035214200), visando regulamentar os gastos com publicidade e propaganda, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição do Estado de Goiás, bem como definir critérios para contratação de veículos de comunicação em websites, portais de notícias, blogs, aplicativos e similares.
2. A Secretaria de Estado da Comunicação, via Despacho nº 229/2022 (000035680088) solicita urgência no exame da matéria com a justificativa de que a futura norma integrará a prestação de contas do Governador relativa ao ano de 2022.
3. Neste sentido, a Secretaria de Estado da Casa Civil, por meio do Despacho nº 1687/2022 (000036095388), antes de submeter à deliberação governamental, em consideração às competências relativas às licitações e aos contratos previstas na Lei nº 20.491, de 25 de junho de

2019, que "estabelece a organização administrativa do Poder Executivo e dá outras providências", encaminha os autos à esta Secretaria de Estado da Administração para análise e manifestação.

4. Os autos foram encaminhados à Subsecretaria de Gestão Pública/Superintendência Central de Compras Governamentais e Logística que, por meio do Despacho nº 13/2023 (000036981499) esclareceu o seguinte:

A minuta de decreto apresentada visa regulamentar o art. 92, §1º, da Constituição Estadual. Embora estabeleça alguns critérios e objetivos mínimos para contratação de veículos de comunicação no âmbito dos contratos de publicidade, o ato normativo proposto não estabelece normas acerca do procedimento de licitação e seleção de fornecedores, razão pela qual não vislumbramos óbice ao prosseguimento do feito, considerando a urgência requerida.

Outrossim, considerando que a Lei nº 12.232, de 29 de abril 2010, que dispõe sobre as normas gerais para licitação e contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por intermédio de agências de propaganda, foi instituída sob o amparo da Lei nº 8.666/1993, que está sendo revogada pela Lei nº 14.133/2021, vislumbramos a necessidade de regulamentação do tema sob a égide da Nova Lei de Licitações.

Assim, entendemos ser pertinente a formação de grupo de trabalho para discussão do tema, e ainda a elaboração de modelos padronizados de contratação a fim de garantir maior qualidade e legalidade nas contratações de serviços de publicidade e propaganda, nos termos da Lei 14.133/2021 e em conformidade com as competências da Secretaria de Estado de Administração, previstas na Lei nº 20.491, de 25 de junho de 2019.

6. As informações foram ratificadas pela Superintendência Central de Compras Governamentais e Logística e pela Subsecretaria de Gestão Pública através dos Despachos nº 34/2023 (000036992662) e nº 67/2023 (000037003375), respectivamente.

7. Assim, encaminhem-se os autos à **Secretaria de Estado da Casa Civil** para conhecimento e providências julgadas necessárias.

Goiânia, 16 de janeiro de 2023.

MÁRCIA FREIRE DANTAS COUTINHO  
Chefe de Gabinete

GERÊNCIA DA SECRETARIA-GERAL, do (a)  
SECRETARIA DE ESTADO DA ADMINISTRAÇÃO, ao(s) 16 dia(s) do  
mês de janeiro de 2023.



Documento assinado eletronicamente por **MARCIA FREIRE DANTAS COUTINHO, Chefe de Gabinete**, em 16/01/2023, às 18:43, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site  
[http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **000037026651** e o código CRC **22A95C83**.

GERÊNCIA DA SECRETARIA-GERAL  
RUA 82 Nº 400, PALÁCIO PEDRO LUDOVICO TEIXEIRA, 7º  
ANDAR - Bairro SETOR CENTRAL - GOIANIA - GO - CEP 74015-  
908 - (62)3201-5779.



Referência:  
Processo nº 202217697000410

SEI 000037026651



ESTADO DE GOIÁS  
SECRETARIA DE ESTADO DA CASA CIVIL

Referência: Processo nº 202217697000410

Interessado: Secretaria de Estado de Comunicação

**Assunto: Minuta de Decreto.**

DESPACHO Nº 716/2023/GAB

1. Autos em que o então titular da Secretaria de Estado de Comunicação - SECOM, apresenta minuta de decreto que pretende, com fundamento no § 1º do art. 92 da Constituição estadual<sup>[1]</sup>, regulamentar os gastos com publicidade e propaganda pelo Governo do Estado. Propõe-se também definir os critérios para a contratação de veículos de comunicação em *websites*, portais de notícias, *blogs*, aplicativos e similares. A proposta decorre da Exposição de Motivos nº 2/2022/SECOM (SEI nº 000035678494).

2. Nessa exposição de motivos, a SECOM informa que, no Ofício nº 886/2022/CGE (SEI nº 000031773041 - Processo nº 202211867001323), do titular da Controladoria-Geral do Estado - CGE, foi apresentada a recomendação de o Estado normatizar os gastos com publicidade e propaganda. Para isso, deveria haver a definição de parâmetros à realização de campanhas institucionais e a coibição da promoção indevida de mandatos ou de gestores, como dispõe o art. 92, § 1º, da Constituição estadual. Essa recomendação é proveniente do Tribunal de Contas do Estado de Goiás - TCE/GO e integra o Parecer Prévio de Contas Anuais do Governador - Exercício de 2021, publicado no Diário Eletrônico de Contas nº 114, de 30 de junho de 2022.

3. A Procuradoria-Geral do Estado - PGE, no Despacho nº 1.902/2022/GAB (SEI nº 000035644483), aprovou o Parecer

Jurídico nº 18/2022/PROCSET/SECOM (SEI nº 000035220617), da Procuradoria Setorial da SECOM. De acordo com a PGE, a proposta é compatível com o ordenamento constitucional e legal vigente.

4. No Despacho nº 395/2023/GAB (SEI nº 000037026651), da Chefia de Gabinete, a Secretaria de Estado da Administração - SEAD informou que a Superintendência Central de Compras Governamentais e Logística e a Subsecretaria de Gestão Pública, respectivamente, nos Despachos nº 34/2023/SCCGL/SEAD (SEI nº 000036992662) e nº 67/2023/SUBGESTÃO/SEAD (SEI nº 000037003375), ratificaram a manifestação da Gerência Central de Gestão de Contratos - GECGC, no Despacho nº 13/2023/GECGC/SEAD (SEI nº 000036981499). A GECGC esclareceu que o ato normativo proposto (SEI nº 000036981499) não estabelece normas acerca do procedimento de licitação e seleção de fornecedores. Por isso, não foi identificado óbice ao prosseguimento da regulamentação pretendida, sobretudo devido à urgência do caso.

5. Contudo, a GECGC advertiu que a Lei federal nº 12.232, de 29 de abril 2010, ao dispor sobre as normas gerais para a licitação e a contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por agências de propaganda, determina a aplicação da Lei federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993. Este último ato normativo, porém, será revogado em abril de 2023, conforme o inciso II do art. 193 da Lei federal nº 14.133 (Lei de Licitações e Contratos Administrativos), de 1º de abril de 2021. Dessa forma, a regulamentação do tema precisa ocorrer em conformidade com a nova lei de licitações. Adicionalmente, houve a sugestão da formação de grupo de trabalho para a discussão do tema e a elaboração de modelos padronizados de contrato. Isso serviria para garantir maior qualidade e legalidade às contratações de serviços de publicidade e propaganda, nos termos da Lei federal nº 14.133, de 2021.

6. Para a concretização da proposta e tendo em vista a edição do Decreto de 24 de janeiro de 2023, publicado na primeira página do Suplemento do Diário Oficial nº 23.967, da mesma data (Protocolo nº 354453), determino o retorno do processo à SECOM para manifestação de seu atual titular.

Goiânia, de de 2023.

JORGE LUÍS PINCHEMEL

[1] Art. 92. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes do Estado e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade, eficiência, razoabilidade, proporcionalidade e motivação e, também, ao seguinte:

(...)

§ 1º A publicidade de atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos e entidades da administração pública deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela não podendo constar nomes, símbolos ou imagens que caracterizem, mesmo indiretamente, promoção pessoal de autoridades ou serviços públicos, sendo que:

I - o Executivo publicará, mensalmente, o demonstrativo das despesas realizadas com propaganda e publicidade sob qualquer título, discriminando beneficiário, valor e finalidade;

II - o demonstrativo a que se refere o inciso I compreende a administração pública direta e indireta do Estado.



Documento assinado eletronicamente por **JORGE LUIS PINCHEMEL**, Secretário (a) de Estado, em 26/01/2023, às 14:53, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **000037376245** e o código CRC **8B68C708**.



Referência:  
Processo nº 202217697000410



SEI 000037376245



Secretaria de  
Estado de  
Comunicação



ESTADO DE GOIÁS  
SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO

Exposição de Motivos nº 3/2023 - SECOM

GOIANIA, 15 de março de 2023.

A sua Excelência  
RONALDO RAMOS CAIADO  
Governador do Estado de Goiás  
Palácio das Esmeraldas  
Goiânia - GO

**Assunto: Regulamentação de gastos com publicidade**

Excelentíssimo Senhor Governador,

Considerando a necessidade de regulamentação dos gastos com publicidade do Estado de Goiás, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição Estadual, conforme recomendação expedida pelo Tribunal de Contas do Estado, Parecer Prévio favorável à aprovação das Contas do Governador relativas ao exercício de 2021;

Considerando o Ofício 886/CGE (000031773041), expediente no qual à Controladoria-Geral do Estado informa que o Tribunal de Contas do Estado de Goiás (TCE) expediu recomendação no sentido de regulamentar os gastos com publicidade e propaganda do Estado de Goiás;

Considerando o Boletim de Inspeção 0004 (000031107794), expedido pela Controladoria-Geral do Estado no qual orienta identificar e normatizar critérios técnicos e objetivos mínimos para a contratação de veículos de comunicação no âmbito dos Contratos de Publicidade, em face do Achado de Inspeção nº 01.

Encaminhamos à apreciação de Vossa Excelência a minuta do Decreto que propõe a Regulamentação dos gastos com publicidade e propaganda no âmbito do Estado de Goiás, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição Estadual, e define critérios para contratação de veículos de comunicação em *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares..

1- Inicialmente destacamos no art. 1º, os objetivos principais das ações de comunicação dos órgãos e entidades da administração pública estadual, tais como dar conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Estadual, e ainda divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição, de forma a anteder o disposto no art. 92, §1º, da Constituição Estadual.

2- Do mesmo modo, o art. 2º elenca as diretrizes a serem observadas no desenvolvimento e na execução das ações de comunicação de acordo com as características de cada ação, como a atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social e ainda vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

3- Por sua vez, no art. 3º, destacamos as espécies de publicidade que serão veiculadas pelos órgãos e entidades do Estado de Goiás, a saber: publicidade institucional, publicidade de utilidade pública e publicidade legal, as quais guardam consonância com a normatização federal sobre o tema estabelecidos no Decreto Federal nº 6.555/2008.

4- No tocante ao Planejamento e execução das espécies de publicidade definidas no supracitado art. 3º, pontuamos no art. 4º, as diretrizes e características de cada ação, os princípios a serem observados, também cumprindo com o mandamento previsto no art. 92, §1, da Constituição Estadual.

5- No art. 5º, citamos as diretrizes que serão observadas pelos órgãos no planejamento das ações de mídia e as características específicas de cada ação, tais como considerar a programação de meios e veículos comunicação e de divulgação

regionalizados quando adequada à estratégia do anunciante.

6- No mesmo art. 5º, Inciso VI, foram estabelecidos os critérios a serem considerados, tais como: audiência, perfil do público-alvo, perfil editorial, cobertura geográfica, dados técnicos de mercado, pesquisas e/ou de mídia, sempre que possível.

7- Por sua vez, o Capítulo II, trata dos critérios para contratação dos veículos de comunicação no âmbito dos Contratos de Publicidade, em conformidade com o boletim de inspeção expedido pela Controladoria-Geral do Estado.

8- Nesse sentido, o art. 6º especifica, para fins contratação dos veículos de comunicação em mídias digitais por meio de em *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares, no âmbito dos contratos de publicidade, os critérios mínimos a serem observados pelos veículos de comunicação, tais como o tempo mínimo de existência ativa e comprovação de audiência através de relatório de entrega de visitas únicas, permitindo o conhecimento dos resultados e alcance da publicidade e otimização das estratégias de comunicação.

9- Da mesma forma, o art. 6º, § 2º, define que a quantidade mínima de cada um dos requisitos previstos no parágrafo anterior, deverá ser definida de acordo com cada uma das regiões de planejamento do Estado de Goiás (Sul, Sudeste, Sudoeste, Oeste, Metropolitana, Centro, Noroeste, Norte, Nordeste e RIDE - Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e do Estorno), observadas as peculiaridades de cada uma delas no tocante aos resultados e alcances dos veículos digitais que são divulgados nas respectivas regiões.

10- Com o objetivo de permitir que os órgãos e entidades da administração pública estadual trabalhem com formatos fixos pré-determinados, otimizando o tempo de produção e possibilitando a entrega imediata para início da veiculação da peça publicitária, o art 7º, define o formato das mídias digitais a serem veiculadas, em consonância com o princípio da eficiência da administração pública.

11- De forma a permitir um marco temporal objetivo, uniformizando o tratamento em toda a administração pública estadual, com vistas à segurança jurídica, o art. 8º, determina que a partir de 15 de abril de 2023, a divulgação de mídia em veículos digitais, tais como sites e blogs, no âmbito do Estado de Goiás, seguirá o modelo previsto no presente Decreto.

12- Já o art. 9º dispõe que caberá à Secretaria de

Estado da Comunicação, nos termos do art. 20 da Lei nº 21.792, de 16 de fevereiro de 2023, expedir cartilha de orientação e novo modelo aos blogs e sites.

13- No art. 10, determina-se que o disposto neste Decreto não dispensa a observância à legislação aplicável às ações aqui previstas e às normas e regulamentos editados pelos órgãos de controle interno e externo.

14- Já no art. 11, estabelece que a Secretaria de Estado da Comunicação, poderá editar normas e orientações complementares para o cumprimento deste Decreto, conforme autoriza o art. 40, § 1, II, da Constituição Estadual.

15- Por fim, o art. 12 da minuta em apreço trata das vigências a serem observadas quando da edição do decreto.

Estando Vossa Excelência de acordo com as razões expendidas, sugiro a edição do decreto respectivo, tomando por base os termos da minuta em anexo.

Respeitosamente,

GEAN CARLO CARVALHO

Secretário de Estado de Comunicação

GABRIEL CORREIA PONTES

Superintendente de Publicidade



Documento assinado eletronicamente por **GABRIEL CORREIA PONTES, Superintendente**, em 15/03/2023, às 15:32, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



Documento assinado eletronicamente por **GEAN CARLO CARVALHO, Secretário (a)**, em 15/03/2023, às 18:47, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.





A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **45743538** e o código CRC **E393690D**.

---

GERÊNCIA DA SECRETARIA-GERAL  
RUA 82 400, 9º ANDAR, ALA OESTE - Bairro  
SETOR CENTRAL - GOIANIA - GO - CEP 74015-  
908 - .



Referência:  
Processo nº 202217697000410



SEI 45743538



Governo do Estado de Goiás  
Secretaria de Estado da Casa Civil

**DECRETO N° DE DE DE 2022.**

Regulamenta os gastos com publicidade e propaganda no âmbito do Estado de Goiás, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição Estadual, e define critérios para contratação de veículos de comunicação em *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares.

**O GOVERNADOR DO ESTADO DE GOIÁS**, no uso de suas atribuições constitucionais, com fundamento no inciso IV do art. 37 da Constituição do Estado de Goiás, tendo em vista o que consta dos Processos nº 202211867001184 e 202211867001323.

**DECRETA:**

**CAPÍTULO I**

**DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

**Seção I**

Dos objetivos e diretrizes das ações de publicidade e propaganda

Art. 1º As ações de comunicação dos órgãos e entidades da administração pública estadual serão desenvolvidas e executadas de acordo com o disposto neste Decreto e terão como objetivos principais:

- I - dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Estadual;
- II - divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição;
- III - estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas; e
- IV - disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais;

Art. 2º No desenvolvimento e na execução das ações de comunicação previstas neste Decreto, serão observadas as seguintes diretrizes, de acordo com as características de cada ação:

- I - afirmação dos valores e princípios da Constituição Federal e da Constituição do Estado de Goiás;
- II - atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social;
- III - preservação da identidade nacional e estadual;
- IV - valorização da diversidade étnica e cultural e respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual;

V - reforço das atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente;

VI - valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional;

VII - vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

VIII - adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público;

IX - uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação de governo;

X - valorização de estratégias de comunicação regionalizada;

XI - observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos;

e

XII - difusão de boas práticas na área de comunicação.

## Seção II

### Das espécies de publicidade

Art. 3º São espécies de publicidade veiculadas pelos órgãos e entidades do Estado de Goiás:

I - publicidade institucional: destina-se a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo estadual, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas;

II - publicidade de utilidade pública: destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos;

III - publicidade legal: destina-se à divulgação de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo estadual, com o objetivo de atender a prescrições legais.

## Seção III

### Do planejamento e execução das espécies de publicidade

Art. 4º No desenvolvimento das ações e na criação dos conteúdos das peças publicitárias, os órgãos e entidades deverão observar as seguintes diretrizes, respeitadas as características de cada ação:

I - observar o princípio da impessoalidade, disposto no caput do art. 92, e seu §1º, da Constituição Estadual, que determina que a publicidade tenha caráter educativo, informativo ou de orientação social, proibida a menção a nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

II - buscar, na elaboração das mensagens, uma linguagem clara e de fácil entendimento para o cidadão;

III - contribuir para a compreensão do posicionamento e das políticas públicas do Poder Executivo estadual;

IV - contribuir para a compreensão dos investimentos realizados e das responsabilidades do governo estadual na obra ou ação divulgada, promovendo transparência da gestão pública e estimulando o controle social;

V - nas ações de publicidade institucional ressaltar, sempre que possível, os benefícios diretos e indiretos das ações do Poder Executivo estadual para a sociedade;

VII - privilegiar o uso de pessoas, cenas e casos reais na publicidade institucional de prestação de contas;

VIII - promover a autoestima dos goianos;

IX - evitar o uso de siglas e termos estrangeiros;

X - evitar o uso de siglas, menção a estruturas administrativas internas e excessos na citação do nome do órgão ou entidade, em detrimento à mensagem principal;

XI - utilizar, sempre que possível, recurso que facilite a compreensão das mensagens por pessoas com deficiência visual e auditiva; e

XII - observar o princípio da impessoalidade, disposto no §1º do art. 92 da Constituição Estadual, na utilização de informe publicitário ou publiteditorial e na produção de conteúdos por meio de veículos de comunicação e divulgação.

Art. 5º No planejamento das ações de mídia, os órgãos e entidades deverão observar as seguintes diretrizes, e as características específicas de cada ação:

I - usar critérios técnicos na seleção de meios e veículos de comunicação e divulgação;

II - diversificar o investimento por meios e veículos, inclusive por novas tecnologias e/ou veículos de comunicação;

III - considerar a programação de meios e veículos comunicação e de divulgação regionalizados quando adequada à estratégia do anunciante;

IV - buscar melhor visibilidade e condição negocial, gerando eficiência, economicidade e racionalidade na aplicação dos recursos públicos, de forma a obter uma programação de meios e veículos adequada para atingimento dos objetivos de comunicação;

V - utilizar pesquisas, dados técnicos de mercado e estudos para identificar e selecionar a programação mais adequada, conforme as características de cada ação publicitária e estratégias de comunicação do órgão ou entidade;

VI - a programação de veículos deve considerar critérios como:

a) audiência;

b) perfil do público-alvo;

c) perfil editorial;

d) cobertura geográfica; e

e) dados técnicos de mercado, pesquisas e/ou de mídia, sempre que possível.

§ 1º Na programação de veículos, o órgão ou entidade poderá apresentar defesa técnica que justifique uma programação diferenciada, devidamente fundamentada com

critérios técnicos, especialmente aqueles que promovam economicidade, racionalidade e efetividade no uso de investimentos públicos para a compra de tempo e/ou espaços publicitários, necessários para o alcance dos objetivos de comunicação da ação.

## CAPÍTULO II DAS DISPOSIÇÕES ESPECÍFICAS

### Seção única

Dos critérios para contratação dos veículos de comunicação em mídias digitais

Art. 6º Para fins de contratação dos veículos de comunicação no âmbito dos contratos de publicidade em mídias digitais por meio de *websites*, portais de notícias, blogs, aplicativos e similares, os referidos veículos deverão observar os seguintes critérios mínimos:

I - tempo mínimo de 01 ano de existência ativa;

II - comprovação de audiência através da entrega de relatórios de visitas únicas, volume de tráfego, fonte de tráfego e visualizações de páginas dos últimos 12 meses através de ferramentas de monitoramento e análise de sites e aplicativos, tais como *Google Analytics*, *Piwik*, *Parse.ly*, *KISSMetric*, *Click*, *Woopra* e similares.

§1º Os referidos critérios serão avaliados de acordo com cada uma das regiões de planejamento do Estado de Goiás (Sul, Sudeste, Sudoeste, Oeste, Metropolitana, Centro, Noroeste, Norte, Nordeste e RIDE), observadas as peculiaridades de cada uma delas no tocante aos resultados e alcances dos veículos digitais que são divulgados nas respectivas regiões.

§2º Deverá ser realizada pela Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM, com periodicidade mínima anual, a análise dos relatórios de visitas únicas, volume de tráfego, fonte de tráfego e visualizações de páginas, estabelecidos na instrução normativa que alude o parágrafo segundo, de modo verificar a necessidade da sua manutenção nos patamares estabelecidos, ou ainda elevação ou diminuição, de modo a otimizar os resultados e alcance das publicidades veiculadas.

Art. 7º As mídias digitais veiculadas em *websites*, buscadores, redes sociais e aplicativos devem observar os formatos de 728x90px.; 300x250px; 970x150px; 970x250px; 300x500px; 600x300px; 300x300px; 1000x100px; 800x600px e 940x600px, de modo a permitir o os órgãos e entidades da administração pública estadual trabalhem com formatos fixos pré-determinados, otimizando tempo de produção e a entrega imediata para início da veiculação da peça.

## CAPÍTULO III DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 8º A partir de 15 de abril de 2023, a divulgação de mídia em veículos digitais por meio de em *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares, no âmbito do Estado de Goiás, seguirá o modelo previsto no presente Decreto.

Parágrafo único. A partir da referida data, os referidos veículos de comunicação digital que não se adequarem aos critérios estabelecidos nos arts. 6º e 7º deste Decreto para veiculação de mídias digitais, ficarão inviabilizados de atender as agências de publicidade contratadas pelos órgãos da administração pública direta e indireta do Estado de Goiás.

Art. 9º Caberá à Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM, nos termos do art. 20 da Lei nº 21.792, de 16 de fevereiro de 2023, expedir cartilha de orientação aos blogs e sites, comunicando sobre o novo modelo, com prazo para a adequação, inclusive realizar o atendimento dos representantes dos veículos publicitários para esclarecimento de dúvidas na aplicação do novo modelo de contratação de mídias digitais previsto neste Decreto.

Art. 10 O disposto neste Decreto não dispensa a observância à legislação aplicável às ações aqui previstas e às normas e regulamentos editados pelos órgãos de controle interno e externo.

Art. 11 A Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM poderá editar normas e orientações complementares com vistas ao cumprimento deste Decreto.

Art. 12 Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, porém produz efeitos a partir de 15 de abril de 2023 quanto aos arts. 6º e 7º deste Decreto, nos termos especificados no art. 8º.

Goiânia,                      de                      de 2022; 134º da República.

RONALDO CAIADO  
Governador do Estado



V - reforço das atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente;

VI - valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional;

VII - vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

VIII - adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público;

IX - uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação de governo;

X - valorização de estratégias de comunicação regionalizada;

XI - observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos;

e

XII - difusão de boas práticas na área de comunicação.

## Seção II

### Das espécies de publicidade

Art. 3º São espécies de publicidade veiculadas pelos órgãos e entidades do Estado de Goiás:

I - publicidade institucional: destina-se a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo estadual, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas;

II - publicidade de utilidade pública: destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos;

III - publicidade legal: destina-se à divulgação de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo estadual, com o objetivo de atender a prescrições legais.

## Seção III

### Do planejamento e execução das espécies de publicidade

Art. 4º No desenvolvimento das ações e na criação dos conteúdos das peças publicitárias, os órgãos e entidades deverão observar as seguintes diretrizes, respeitadas as características de cada ação:

I - observar o princípio da impessoalidade, disposto no caput do art. 92, e seu §1º, da Constituição Estadual, que determina que a publicidade tenha caráter educativo, informativo ou de orientação social, proibida a menção a nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

II - buscar, na elaboração das mensagens, uma linguagem clara e de fácil entendimento para o cidadão;

III - contribuir para a compreensão do posicionamento e das políticas públicas do Poder Executivo estadual;

IV - contribuir para a compreensão dos investimentos realizados e das responsabilidades do governo estadual na obra ou ação divulgada, promovendo transparência da gestão pública e estimulando o controle social;

V - nas ações de publicidade institucional ressaltar, sempre que possível, os benefícios diretos e indiretos das ações do Poder Executivo estadual para a sociedade;

VII - privilegiar o uso de pessoas, cenas e casos reais na publicidade institucional de prestação de contas;

VIII - promover a autoestima dos goianos;

IX - evitar o uso de siglas e termos estrangeiros;

X - evitar o uso de siglas, menção a estruturas administrativas internas e excessos na citação do nome do órgão ou entidade, em detrimento à mensagem principal;

XI - utilizar, sempre que possível, recurso que facilite a compreensão das mensagens por pessoas com deficiência visual e auditiva; e

XII - observar o princípio da impessoalidade, disposto no §1º do art. 92 da Constituição Estadual, na utilização de informe publicitário ou publieditorial e na produção de conteúdos por meio de veículos de comunicação e divulgação.

Art. 5º No planejamento das ações de mídia, os órgãos e entidades deverão observar as seguintes diretrizes, e as características específicas de cada ação:

I - usar critérios técnicos na seleção de meios e veículos de comunicação e divulgação;

II - diversificar o investimento por meios e veículos, inclusive por novas tecnologias e/ou veículos de comunicação;

III - considerar a programação de meios e veículos comunicação e de divulgação regionalizados quando adequada à estratégia do anunciante;

IV - buscar melhor visibilidade e condição negocial, gerando eficiência, economicidade e racionalidade na aplicação dos recursos públicos, de forma a obter uma programação de meios e veículos adequada para atingimento dos objetivos de comunicação;

V - utilizar pesquisas, dados técnicos de mercado e estudos para identificar e selecionar a programação mais adequada, conforme as características de cada ação publicitária e estratégias de comunicação do órgão ou entidade;

VI - a programação de veículos deve considerar critérios como:

a) audiência;

b) perfil do público-alvo;

c) perfil editorial;

d) cobertura geográfica; e

e) dados técnicos de mercado, pesquisas e/ou de mídia, sempre que possível.

§ 1º Na programação de veículos, o órgão ou entidade poderá apresentar defesa técnica que justifique uma programação diferenciada, devidamente fundamentada com critérios

técnicos, especialmente aqueles que promovam economicidade, racionalidade e efetividade no uso de investimentos públicos para a compra de tempo e/ou espaços publicitários, necessários para o alcance dos objetivos de comunicação da ação.

## CAPÍTULO II DAS DISPOSIÇÕES ESPECÍFICAS

### Seção única

Dos critérios para contratação dos veículos de comunicação em mídias digitais

Art. 6º Para fins de contratação dos veículos de comunicação no âmbito dos contratos de publicidade em mídias digitais por meio de *websites*, portais de notícias, blogs, aplicativos e similares, os referidos veículos deverão observar os seguintes critérios mínimos:

I - tempo mínimo de 01 ano de existência ativa;

II - comprovação de audiência através da entrega de relatórios de visitas únicas, volume de tráfego, fonte de tráfego e visualizações de páginas dos últimos 12 meses através de ferramentas de monitoramento e análise de sites e aplicativos, tais como *Google Analytcis*, *Piwik*, *Parse.ly*, *KISSMetric*, *Click*, *Woopra* e similares.

§1º Os referidos critérios serão avaliados de acordo com cada uma das regiões de planejamento do Estado de Goiás (Sul, Sudeste, Sudoeste, Oeste, Metropolitana, Centro, Noroeste, Norte, Nordeste e RIDE), observadas as peculiaridades de cada uma delas no tocante aos resultados e alcances dos veículos digitais que são divulgados nas respectivas regiões.

§2º Deverá ser realizada pela Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM, com periodicidade mínima anual, a análise dos relatórios de visitas únicas, volume de tráfego, fonte de tráfego e visualizações de páginas, estabelecidos na instrução normativa que alude o parágrafo segundo, de modo verificar a necessidade da sua manutenção nos patamares estabelecidos, ou ainda elevação ou diminuição, de modo a otimizar os resultados e alcance das publicidades veiculadas.

Art. 7º As mídias digitais veiculadas em websites, buscadores, redes sociais e aplicativos devem observar os formatos de 728x90px.; 300x250px; 970x150px; 970x250px; 300x500px; 600x300px; 300x300px; 1000x100px; 800x600px e 940x600px, de modo a permitir o os órgãos e entidades da administração pública estadual trabalhem com formatos fixos pré-determinados, otimizando tempo de produção e a entrega imediata para início da veiculação da peça.

## CAPÍTULO III DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 8º A partir de 15 de abril de 2023, a divulgação de mídia em veículos digitais por meio de em *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares, no âmbito do Estado de Goiás, seguirá o modelo previsto no presente Decreto.

Parágrafo único. A partir da referida data, os referidos veículos de comunicação digital que não se adequarem aos critérios estabelecidos nos arts. 6º e 7º deste Decreto para veiculação de mídias digitais, ficarão inviabilizados de atender as agências de publicidade contratadas pelos órgãos da administração pública direta e indireta do Estado de Goiás.

Art. 9º Caberá à Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM, nos termos do art. 20 da Lei nº 21.792, de 16 de fevereiro de 2023, expedir cartilha de orientação aos blogs e sites, comunicando sobre o novo modelo, com prazo para a adequação, inclusive realizar o atendimento dos representantes dos veículos publicitários para esclarecimento de dúvidas na aplicação do novo modelo de contratação de mídias digitais previsto neste Decreto.

Art. 10 O disposto neste Decreto não dispensa a observância à legislação aplicável às ações aqui previstas e às normas e regulamentos editados pelos órgãos de controle interno e externo.

Art. 11 A Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM poderá editar normas e orientações complementares com vistas ao cumprimento deste Decreto.

Art. 12 Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, porém produz efeitos a partir de 15 de abril de 2023 quanto aos arts. 6º e 7º deste Decreto, nos termos especificados no art. 8º.

Goiânia,                      de                      de 2022; 134º da República.

**RONALDO CAIADO**  
Governador do Estado



Referência: Processo nº 202217697000410

Interessado: Secretaria de Estado de Comunicação

**Assunto: Decreto - Regulamentar os gastos com publicidade e propaganda pelo Governo do Estado**

DESPACHO Nº 86/2023/SECOM/GESG-17699

Tratam os autos da Exposição de Motivos nº 2/2022/SECOM (SEI nº 000035678494) que tem por objetivo a apresentação de minuta de decreto que pretende, com fundamento no § 1º do art. 92 da Constituição estadual, regulamentar os gastos com publicidade e propaganda pelo Governo do Estado, bem como definir os critérios para a contratação de veículos de comunicação em websites, portais de notícias, blogs, aplicativos e similares.

A referida proposição decorre do Ofício nº 886/2022/CGE (000031773041, expediente no qual à Controladoria-Geral do Estado informa que o Tribunal de Contas do Estado de Goiás (TCE) expediu recomendação no sentido de regulamentar os gastos com publicidade e propaganda do Estado de Goiás, com vistas à definição de parâmetros para realização de campanhas institucionais e a coibição da promoção indevida de mandatos ou de gestores, como dispõe o art. 92, § 1º, da Constituição estadual

De igual modo, também é oriunda do Boletim de Inspeção 0004 (000031107794), expedido pela Controladoria-Geral do Estado no qual orienta identificar e normatizar critérios técnicos e objetivos mínimos para a contratação de veículos de comunicação no âmbito dos Contratos de Publicidade, em face do Achado de Inspeção nº 01.

Instaurado o procedimento de edição do ato normativo seguindo os trâmites do do Decreto estadual nº 9.697, de 16 de julho de 2020, a Procuradoria-Geral do Estado – PGE, no Despacho nº 1.902/2022/GAB (SEI nº 000035644483), aprovou o Parecer Jurídico nº 18/2022/PROCSET/SECOM (SEI nº 000035220617), da Procuradoria Setorial da SECOM. De acordo com a PGE, a proposta é compatível com o ordenamento constitucional e legal vigente.

No Despacho nº 395/2023/GAB (SEI nº 000037026651), da Chefia de Gabinete, a Secretaria de Estado da Administração – SEAD informou que a Superintendência Central de Compras Governamentais e Logística e a Subsecretaria de Gestão Pública, respectivamente, nos Despachos nº 34/2023/SCCGL/SEAD (SEI nº 000036992662) e nº 67/2023/SUBGESTÃO/SEAD (SEI nº 000037003375), ratificaram a manifestação da Gerência Central de Gestão de Contratos – GECCG, no Despacho nº 13/2023/GECCG/SEAD (SEI nº 000036981499). A GECCG esclareceu que o ato normativo proposto (SEI nº 000036981499) não estabelece normas acerca do procedimento de licitação e seleção de fornecedores. Por isso, não foi identificado óbice ao prosseguimento da regulamentação pretendida, sobretudo devido à urgência do caso.

Ao final, o Secretário de Estado da Casa Civil, por meio do Despacho nº 716/2023/GAB (000037376245), antes de submeter o ato à apreciação do Chefe do Poder Executivo, considerando a alteração do titular da Secretaria de Estado da Comunicação através do Decreto de 24 de janeiro de 2023, publicado na primeira página do Suplemento do Diário Oficial nº 23.967, da mesma data, solicitou o retorno dos autos a esta Pasta para manifestação do seu atual titular.

Com efeito, em que pese tenha ocorrido a mudança na titularidade da chefia da SECOM, ainda persiste o interesse público e social em regulamentar os gastos com publicidade e propaganda pelo Governo do Estado, bem como definir os critérios para a contratação de veículos de comunicação em websites, portais de notícias, blogs, aplicativos e similares, nos termos do Ofício nº 886/2022/CGE (000031773041) e do Boletim de Inspeção 0004 (000031107794), especialmente porque o ato normativo a ser editado integrará a prestação de contas do Governador do ano de 2022.

Em razão do exposto, segue nova Exposição de Motivos nº 3/2023/SECOM (45743538) promovendo modificações pontuais nos termos da Exposição de Motivos nº 2/2022/SECOM (SEI nº 000035678494) acompanhada da Minuta de Decreto (SEI 45744825), com as devidas alterações redacionais, em especial em virtude da superveniência da Lei nº 21.792, de 16 de fevereiro de 2023, sem, contudo, modificar substancialmente a minuta do Decreto que já havia sido

aprovado pela Procuradoria-Geral do Estado e pela Secretaria de Estado da Administração – SEAD.

Por consequência, ratifico os demais atos praticados nesta Pasta no bojo do presente processo SEI.

Retornem os autos ao Secretário da Casa Civil para ciência e adoção das providências subsequentes, observada a urgência que o caso requer.

GOIANIA, 15 de março de 2023.

**GEAN CARLO CARVALHO**  
Secretário de Estado da Comunicação



Documento assinado eletronicamente por **GEAN CARLO CARVALHO, Secretário (a)**, em 15/03/2023, às 18:47, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **45744962** e o código CRC **ED76610E**.

GERÊNCIA DA SECRETARIA-GERAL  
RUA 82 400, 9º ANDAR, ALA OESTE - Bairro SETOR CENTRAL -  
GOIANIA - GO - CEP 74015-908 - .



Referência:  
Processo nº 202217697000410



SEI 45744962



Referência: Processo nº 202217697000410

Interessado: Secretaria de Estado de Comunicação

**Assunto: Minuta de decreto.**

DESPACHO Nº 324/2023/CASACIVIL/GERAT-12321

1 Versam os autos sobre a minuta de decreto que pretende regulamentar os gastos com publicidade e propaganda pelo Governo do Estado. Propõe-se também definir os critérios para a contratação de veículos de comunicação em *websites*, portais de notícias, *blogs*, aplicativos e similares.

2 Para a concretização da proposta e tendo em vista a edição do Decreto de 24 de janeiro de 2023, publicado na primeira página do Suplemento do Diário Oficial nº 23.967, da mesma data (Protocolo nº 354453), o processo retornou à Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM para manifestação de seu atual titular. O Secretário da pasta, então, juntou aos autos a Exposição de Motivos nº 3/2023/SECOM (SEI nº 45743538) e nova minuta de decreto (SEI nº 45744825).

3 No Despacho nº 86/2023/SECOM/GESG (SEI nº 45744962), do titular da SECOM, informou-se que a nova minuta não modifica substancialmente a minuta anterior que já havia sido aprovada pela Procuradoria-Geral do Estado - PGE e pela Secretaria de Estado da Administração - SEAD. Entretanto, verificou-se na nova minuta: i) a exclusão do § 1º do art. 5º e do art. 6º da minuta anterior; ii) a alteração do Capítulo II com a inserção de critério de tempo mínimo de 1 (um) ano de existência ativa para contratação e outras modificações; e iii) a inconsistência no § 2º do art. 6º quando menciona

“instrução normativa a que alude o parágrafo segundo”.

4 Ante o exposto, retornem os autos à SECOM para análise jurídica da nova minuta conforme o inciso II do art. 25 do Decreto nº 9.697, de 16 de julho de 2020, que estabelece as normas e as diretrizes para a elaboração, a redação, a alteração, a consolidação e o encaminhamento de propostas de atos normativos ao Governador do Estado.

Goiânia, 16 de março de 2023.

NARA DE SOUZA REZENDE  
Gerência de Redação e Revisão de Atos Normativos substituta



Documento assinado eletronicamente por **NARA DE SOUZA REZENDE**, **Gerente em Substituição**, em 17/03/2023, às 11:47, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **45797816** e o código CRC **915B26A2**.



Referência:  
Processo nº 202217697000410



SEI 45797816



ESTADO DE GOIÁS  
SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO  
PROCURADORIA SETORIAL

Processo: 202217697000410

Nome: SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO

**Assunto: Minuta de decreto.**

**PARECER JURÍDICO SECOM/PROCSET-17701 Nº 4/2023**

EMENTA: DIREITO CONSTITUCIONAL E ADMINISTRATIVO. MINUTA DE DECRETO. REGULAMENTAÇÃO DE GASTOS COM PUBLICIDADE E PROPAGANDA NO ESTADO DE GOIÁS. ART. 92, §1º, DA CONSTITUIÇÃO ESTADUAL. DEFINIÇÃO DE CRITÉRIOS PARA CONTRATAÇÃO DE VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO EM WEBSITES, PORTAIS DE NOTÍCIAS, BLOGS, APLICATIVOS E SIMILARES.

## **I - RELATÓRIO**

1.1. Trata-se da Exposição de Motivos nº 01/2022 - SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO (000034967598) que encaminha para apreciação a minuta de decreto (000035214200), que busca regulamentar os gastos com publicidade e propaganda, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição do Estado de Goiás, bem como definir critérios para contratação de veículos de comunicação em websites, portais de notícias, blogs, aplicativos e similares.

1.2. O procedimento de edição do ato normativo seguiu os trâmites do do Decreto estadual nº 9.697, de 16 de julho de 2020, e, ao final, o Secretário de Estado da Casa Civil, por meio do Despacho nº 716/2023/GAB (000037376245), antes de submeter o ato à apreciação do Chefe do Poder Executivo, considerando a alteração do titular da Secretaria de Estado da Comunicação através do Decreto de 24 de janeiro de 2023,

publicado na primeira página do Suplemento do Diário Oficial nº 23.967, da mesma data, solicitou o retorno dos autos a esta Pasta para manifestação do seu atual titular.

1.3. Atendendo à solicitação, o Secretário de Comunicação juntou aos autos a Exposição de Motivos nº 3/2023/SECOM (SEI nº 45743538) e nova minuta de decreto (SEI nº 45744825), promovendo alterações no projeto de minuta anterior e remeteu os autos à Secretaria da Casa Civil.

1.4. Em seguida, a Gerência de Redação e Revisão de Atos Normativos da Secretaria da Casa Civil, por meio do Despacho nº 324/2023/CASACIVIL/GERAT (45797816), considerando as alterações que foram promovidas, determinou o retorno dos autos à SECOM para análise jurídica da nova minuta, conforme o inciso II do art. 25 do Decreto nº 9.697, de 16 de julho de 2020, o que se passa a fazer no presente momento.

## **II - FUNDAMENTAÇÃO JURÍDICA**

2.1. De início, no tocante aos aspectos formais, considerando que já houve a sua apreciação por meio do Parecer Jurídico nº 18/2022/PROCSET/SECOM (SEI nº 000035220617), da Procuradoria Setorial da SECOM, aprovado pelo Despacho nº 1.902/2022/GAB (SEI nº 000035644483), e tendo em vista que não ocorreu nenhuma alteração da nova minuta quanto a este ponto, não se fazem necessárias maiores digressões a seu respeito.

2.2. Dessa forma, a nova análise jurídica deve se ater às alterações pontuadas no Despacho nº 324/2023/CASACIVIL/GERAT (45797816).

2.3. Nesse sentido, a supressão do §1º do art. 5º da primeira minuta de decreto não aparenta ensejar maiores prejuízos à regulamentação dos gastos com publicidade e propaganda no âmbito do Estado de Goiás, em especial no tocante ao que foi recomendado pelo Tribunal de Contas do Estado de Goiás por meio do Ofício Nº 886/2022/CGE (000031773041), uma vez que o dever de manter a integridade dos dados utilizados pelos órgãos e entidades da administração pública estadual já decorre de expressa imposição legal, consistente no art. 6º da Lei Federal nº 12.527, de 18 de novembro de 2011 (Lei de Acesso à Informação), que assim dispõe:

Art. 6º Cabe aos órgãos e entidades do poder público, observadas as normas e procedimentos específicos aplicáveis, assegurar a:

I - gestão transparente da informação, propiciando amplo acesso a ela e sua divulgação;

**II - proteção da informação, garantindo-se sua disponibilidade, autenticidade e integridade; e**

III - proteção da informação sigilosa e da informação pessoal, observada a sua disponibilidade, autenticidade, integridade e eventual restrição de acesso.

2.4. Noutro giro, quanto às alterações do Capítulo II da minuta de decreto, que trata sobre os os critérios para contratação dos veículos de comunicação em mídias digitais, tem-se que se amoldam ao aspecto da discricionariedade do novo titular da Pasta, ou seja, adequam-se à conveniência e oportunidade do atual gestor público que chefia da Secretaria de Comunicação, em detrimento daqueles critérios que haviam sido estabelecidos pelo Secretário que o precedeu, sem, contudo, evidenciar qualquer ilegalidade em contraponto às normas que regem a edição de atos normativos no âmbito do Estado de Goiás, enquadrando-se no chamado mérito administrativo.

2.5. Ademais, especialmente quanto à inserção de critério de tempo mínimo de 1 (um) ano de existência ativa para contratação, atende-se à exigência feita pela Controladoria-Geral do Estado nos autos nº 202211867001184 no Boletim de Inspeção nº 0004/2022 (000031107794), quanto à utilização de requisitos e critérios técnicos mínimos para a contratação dos veículos de comunicação, evitando a contratação pelas agências de publicidade os veículos recém criados que não possuem um mínimo de visitas e visualizações, a justificar a aplicação de verba pública para divulgação de campanha em sua plataforma. Do mesmo modo, também obsta a divulgação por meio daqueles veículos que são criados e extintos repetidas vezes em curto espaço de tempo e de forma fraudulenta, apenas para replicar divulgação que já é publicada em veículos de maior expressão.

2.6. Por fim, no tocante à inconsistência no §2º do art. 6º, considerando as modificações que foram introduzidas no mencionado artigo, verifica-se que não subsiste a necessidade de manutenção da expressão “estabelecidos na instrução normativa que alude o parágrafo segundo”, motivo pelo qual se sugere a sua supressão em minuta de decreto retificada a ser enviada pelo titular da pasta à Secretaria da Casa Civil.

### III - CONCLUSÃO

3.1. Ante o exposto, conclui-se pela legalidade da nova minuta de decreto proposta (45744825), visando atender às exigências estabelecidas nos processos SEI nº 202211867001184 e 202211867001323, por se adequar os requisitos do Decreto estadual nº 9.697/2020, especialmente pelos novos critérios se enquadrarem dentro da conveniência e oportunidade do atual titular da Pasta, **e ainda se sugere a supressão da expressão “estabelecidos na instrução normativa que alude o parágrafo segundo”, prevista no §2º do art. 6º.**

3.2. Retornem os autos ao Secretário de Comunicação para ciência deste opinativo e adoção das providências que entender cabíveis.

3.3. É o parecer, à consideração superior.

**Gustavo Lelis Souza Silva**

Procurador do Estado

Chefe da Procuradoria Setorial da SECOM

PROCURADORIA SETORIAL DO(A) SECRETARIA DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO, aos 17 dias do mês de março de 2023.



Documento assinado eletronicamente por **GUSTAVO LELIS SOUZA SILVA, Procurador (a) Chefe**, em 17/03/2023, às 15:08, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **45835140** e o código CRC **24ADF003**.

PROCURADORIA SETORIAL

RUA 82 400, 9º ANDAR, ALA OESTE - Bairro SETOR CENTRAL -  
GOIANIA - GO - CEP 74015-908 - .



Referência: Processo nº  
202217697000410



SEI 45835140



Referência: Processo nº 202217697000410

Interessado: Secretaria de Estado de Comunicação

**Assunto: Minuta de decreto.**

DESPACHO Nº 92/2023/SECOM/GESG-17699

1. Versam os autos sobre a minuta de decreto que pretende regulamentar os gastos com publicidade e propaganda pelo Governo do Estado. Propõe-se também definir os critérios para a contratação de veículos de comunicação em websites, portais de notícias, blogs, aplicativos e similares.

2. A Gerência de Redação e Revisão de Atos Normativos da Secretaria da Casa Civil, por meio do Despacho nº 324/2023/CASACIVIL/GERAT (45797816), considerando as alterações que foram promovidas, determinou o retorno dos autos à SECOM para análise jurídica da nova minuta, conforme o inciso II do art. 25 do Decreto nº 9.697, de 16 de julho de 2020.

3. Nesse sentido, a Procuradoria Setorial da SECOM, pelo PARECER JURÍDICO SECOM/PROCSET-17701 Nº 4/2023 (45835140), concluiu pela legalidade da nova minuta de decreto proposta (45744825), visando atender às exigências estabelecidas nos processos SEI nº 202211867001184 e 202211867001323, por se adequar os requisitos do Decreto estadual nº 9.697/2020, especialmente pelos novos critérios se enquadrarem dentro da conveniência e oportunidade do atual titular da Pasta, e ainda se sugeriu a supressão da expressão “estabelecidos na instrução normativa que alude o parágrafo segundo”, prevista no §2º do art. 6º.

4. Dessa forma, acatando a sugestão da Procuradoria Setorial, promove-se a alteração do §2º do art. 6º da

minuta de decreto, com a supressão da expressão “estabelecidos na instrução normativa que alude o parágrafo segundo”, que segue devidamente retificada Anexo Minuta PDF (45837616).

5. Retornem os autos à Gerência de Redação e Revisão de Atos Normativos da Secretaria da Casa Civil para ciência e adoção das providências cabíveis.

Atenciosamente,

GOIANIA, 17 de março de 2023.

GEAN CARLO CARVALHO  
Secretário de Estado de Comunicação



Documento assinado eletronicamente por **GEAN CARLO CARVALHO, Secretário (a)**, em 20/03/2023, às 16:12, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **45837026** e o código CRC **81BBF8AB**.

GERÊNCIA DA SECRETARIA-GERAL  
RUA 82 400, 9º ANDAR, ALA OESTE - Bairro SETOR CENTRAL -  
GOIANIA - GO - CEP 74015-908 - .



Referência:  
Processo nº 202217697000410



SEI 45837026



V - reforço das atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente;

VI - valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional;

VII - vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

VIII - adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público;

IX - uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação de governo;

X - valorização de estratégias de comunicação regionalizada;

XI - observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos;

e

XII - difusão de boas práticas na área de comunicação.

## Seção II

### Das espécies de publicidade

Art. 3º São espécies de publicidade veiculadas pelos órgãos e entidades do Estado de Goiás:

I - publicidade institucional: destina-se a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo estadual, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas;

II - publicidade de utilidade pública: destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos;

III - publicidade legal: destina-se à divulgação de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo estadual, com o objetivo de atender a prescrições legais.

## Seção III

### Do planejamento e execução das espécies de publicidade

Art. 4º No desenvolvimento das ações e na criação dos conteúdos das peças publicitárias, os órgãos e entidades deverão observar as seguintes diretrizes, respeitadas as características de cada ação:

I - observar o princípio da impessoalidade, disposto no caput do art. 92, e seu §1º, da Constituição Estadual, que determina que a publicidade tenha caráter educativo, informativo ou de orientação social, proibida a menção a nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

II - buscar, na elaboração das mensagens, uma linguagem clara e de fácil entendimento para o cidadão;

III - contribuir para a compreensão do posicionamento e das políticas públicas do Poder Executivo estadual;

IV - contribuir para a compreensão dos investimentos realizados e das responsabilidades do governo estadual na obra ou ação divulgada, promovendo transparência da gestão pública e estimulando o controle social;

V - nas ações de publicidade institucional ressaltar, sempre que possível, os benefícios diretos e indiretos das ações do Poder Executivo estadual para a sociedade;

VII - privilegiar o uso de pessoas, cenas e casos reais na publicidade institucional de prestação de contas;

VIII - promover a autoestima dos goianos;

IX - evitar o uso de siglas e termos estrangeiros;

X - evitar o uso de siglas, menção a estruturas administrativas internas e excessos na citação do nome do órgão ou entidade, em detrimento à mensagem principal;

XI - utilizar, sempre que possível, recurso que facilite a compreensão das mensagens por pessoas com deficiência visual e auditiva; e

XII - observar o princípio da impessoalidade, disposto no §1º do art. 92 da Constituição Estadual, na utilização de informe publicitário ou publiteditorial e na produção de conteúdos por meio de veículos de comunicação e divulgação.

Art. 5º No planejamento das ações de mídia, os órgãos e entidades deverão observar as seguintes diretrizes, e as características específicas de cada ação:

I - usar critérios técnicos na seleção de meios e veículos de comunicação e divulgação;

II - diversificar o investimento por meios e veículos, inclusive por novas tecnologias e/ou veículos de comunicação;

III - considerar a programação de meios e veículos comunicação e de divulgação regionalizados quando adequada à estratégia do anunciante;

IV - buscar melhor visibilidade e condição negocial, gerando eficiência, economicidade e racionalidade na aplicação dos recursos públicos, de forma a obter uma programação de meios e veículos adequada para atingimento dos objetivos de comunicação;

V - utilizar pesquisas, dados técnicos de mercado e estudos para identificar e selecionar a programação mais adequada, conforme as características de cada ação publicitária e estratégias de comunicação do órgão ou entidade;

VI - a programação de veículos deve considerar critérios como:

a) audiência;

b) perfil do público-alvo;

c) perfil editorial;

d) cobertura geográfica; e

e) dados técnicos de mercado, pesquisas e/ou de mídia, sempre que possível.

§ 1º Na programação de veículos, o órgão ou entidade poderá apresentar defesa técnica que justifique uma programação diferenciada, devidamente fundamentada com

critérios técnicos, especialmente aqueles que promovam economicidade, racionalidade e efetividade no uso de investimentos públicos para a compra de tempo e/ou espaços publicitários, necessários para o alcance dos objetivos de comunicação da ação.

## CAPÍTULO II DAS DISPOSIÇÕES ESPECÍFICAS

### Seção única

Dos critérios para contratação dos veículos de comunicação em mídias digitais

Art. 6º Para fins de contratação dos veículos de comunicação no âmbito dos contratos de publicidade em mídias digitais por meio de *websites*, portais de notícias, blogs, aplicativos e similares, os referidos veículos deverão observar os seguintes critérios mínimos:

I - tempo mínimo de 01 ano de existência ativa;

II - comprovação de audiência através da entrega de relatórios de visitas únicas, volume de tráfego, fonte de tráfego e visualizações de páginas dos últimos 12 meses através de ferramentas de monitoramento e análise de sites e aplicativos, tais como *Google Analytics*, *Piwik*, *Parse.ly*, *KISSMetric*, *Click*, *Woopra* e similares.

§1º Os referidos critérios serão avaliados de acordo com cada uma das regiões de planejamento do Estado de Goiás (Sul, Sudeste, Sudoeste, Oeste, Metropolitana, Centro, Noroeste, Norte, Nordeste e RIDE), observadas as peculiaridades de cada uma delas no tocante aos resultados e alcances dos veículos digitais que são divulgados nas respectivas regiões.

§2º Deverá ser realizada pela Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM, com periodicidade mínima anual, a análise dos relatórios de visitas únicas, volume de tráfego, fonte de tráfego e visualizações de páginas, de modo verificar a necessidade da sua manutenção nos patamares estabelecidos, ou ainda elevação ou diminuição, de modo a otimizar os resultados e alcance das publicidades veiculadas.

Art. 7º As mídias digitais veiculadas em websites, buscadores, redes sociais e aplicativos devem observar os formatos de 728x90px.; 300x250px; 970x150px; 970x250px; 300x500px; 600x300px; 300x300px; 1000x100px; 800x600px e 940x600px, de modo a permitir o os órgãos e entidades da administração pública estadual trabalhem com formatos fixos pré-determinados, otimizando tempo de produção e a entrega imediata para início da veiculação da peça.

## CAPÍTULO III DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 8º A partir de 15 de abril de 2023, a divulgação de mídia em veículos digitais por meio de em *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares, no âmbito do Estado de Goiás, seguirá o modelo previsto no presente Decreto.

Parágrafo único. A partir da referida data, os referidos veículos de comunicação digital que não se adequarem aos critérios estabelecidos nos arts. 6º e 7º deste Decreto para veiculação de mídias digitais, ficarão inviabilizados de atender as agências de publicidade contratadas pelos órgãos da administração pública direta e indireta do Estado de Goiás.

Art. 9º Caberá à Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM, nos termos do art. 20 da Lei nº 21.792, de 16 de fevereiro de 2023, expedir cartilha de orientação aos blogs e

sites, comunicando sobre o novo modelo, com prazo para a adequação, inclusive realizar o atendimento dos representantes dos veículos publicitários para esclarecimento de dúvidas na aplicação do novo modelo de contratação de mídias digitais previsto neste Decreto.

Art. 10 O disposto neste Decreto não dispensa a observância à legislação aplicável às ações aqui previstas e às normas e regulamentos editados pelos órgãos de controle interno e externo.

Art. 11 A Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM poderá editar normas e orientações complementares com vistas ao cumprimento deste Decreto.

Art. 12 Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, porém produz efeitos a partir de 15 de abril de 2023 quanto aos arts. 6º e 7º deste Decreto, nos termos especificados no art. 8º.

Goiânia,                    de                    de 2022; 134º da República.

RONALDO CAIADO  
Governador do Estado



Governo do Estado de Goiás  
Secretaria de Estado da Casa Civil

**DECRETO Nº DE DE DE 2022.**

Regulamenta os gastos com publicidade e propaganda no âmbito do Estado de Goiás, nos termos do art. 92, § 1º, da Constituição Estadual, e define critérios para contratação de veículos de comunicação em *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares.

**O GOVERNADOR DO ESTADO DE GOIÁS**, no uso de suas atribuições constitucionais, com fundamento no inciso IV do art. 37 da Constituição do Estado de Goiás, tendo em vista o que consta dos Processos nº 202211867001184 e 202211867001323.

**DECRETA:**

**CAPÍTULO I**

**DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

**Seção I**

Dos objetivos e diretrizes das ações de publicidade e propaganda

Art. 1º As ações de comunicação dos órgãos e entidades da administração pública estadual serão desenvolvidas e executadas de acordo com o disposto neste Decreto e terão como objetivos principais:

- I - dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e programas do Poder Executivo Estadual;
- II - divulgar os direitos do cidadão e serviços colocados à sua disposição;
- III - estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas; e
- IV - disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais;

Art. 2º No desenvolvimento e na execução das ações de comunicação previstas neste Decreto, serão observadas as seguintes diretrizes, de acordo com as características de cada ação:

- I - afirmação dos valores e princípios da Constituição Federal e da Constituição do Estado de Goiás;
- II - atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social;
- III - preservação da identidade nacional e estadual;
- IV - valorização da diversidade étnica e cultural e respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual;

V - reforço das atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente;

VI - valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional;

VII - vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

VIII - adequação das mensagens, linguagens e canais aos diferentes segmentos de público;

IX - uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual utilizados na comunicação de governo;

X - valorização de estratégias de comunicação regionalizada;

XI - observância da eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos públicos;

e

XII - difusão de boas práticas na área de comunicação.

## Seção II

### Das espécies de publicidade

Art. 3º São espécies de publicidade veiculadas pelos órgãos e entidades do Estado de Goiás:

I - publicidade institucional: destina-se a divulgar atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados dos órgãos e entidades do Poder Executivo estadual, com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de valorizar e fortalecer as instituições públicas, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas;

II - publicidade de utilidade pública: destina-se a divulgar temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, com o objetivo de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para a adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos;

III - publicidade legal: destina-se à divulgação de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações dos órgãos e entidades do Poder Executivo estadual, com o objetivo de atender a prescrições legais.

## Seção III

### Do planejamento e execução das espécies de publicidade

Art. 4º No desenvolvimento das ações e na criação dos conteúdos das peças publicitárias, os órgãos e entidades deverão observar as seguintes diretrizes, respeitadas as características de cada ação:

I - observar o princípio da impessoalidade, disposto no caput do art. 92, e seu §1º, da Constituição Estadual, que determina que a publicidade tenha caráter educativo, informativo ou de orientação social, proibida a menção a nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

II - buscar, na elaboração das mensagens, uma linguagem clara e de fácil entendimento para o cidadão;

III - contribuir para a compreensão do posicionamento e das políticas públicas do Poder Executivo estadual;

IV - contribuir para a compreensão dos investimentos realizados e das responsabilidades do governo estadual na obra ou ação divulgada, promovendo transparência da gestão pública e estimulando o controle social;

V - nas ações de publicidade institucional ressaltar, sempre que possível, os benefícios diretos e indiretos das ações do Poder Executivo estadual para a sociedade;

VII - privilegiar o uso de pessoas, cenas e casos reais na publicidade institucional de prestação de contas;

VIII - promover a autoestima dos goianos;

IX - evitar o uso de siglas e termos estrangeiros;

X - evitar o uso de siglas, menção a estruturas administrativas internas e excessos na citação do nome do órgão ou entidade, em detrimento à mensagem principal;

XI - utilizar, sempre que possível, recurso que facilite a compreensão das mensagens por pessoas com deficiência visual e auditiva; e

XII - observar o princípio da impessoalidade, disposto no §1º do art. 92 da Constituição Estadual, na utilização de informe publicitário ou publieditorial e na produção de conteúdos por meio de veículos de comunicação e divulgação.

Art. 5º No planejamento das ações de mídia, os órgãos e entidades deverão observar as seguintes diretrizes, e as características específicas de cada ação:

I - usar critérios técnicos na seleção de meios e veículos de comunicação e divulgação;

II - diversificar o investimento por meios e veículos, inclusive por novas tecnologias e/ou veículos de comunicação;

III - considerar a programação de meios e veículos comunicação e de divulgação regionalizados quando adequada à estratégia do anunciante;

IV - buscar melhor visibilidade e condição negocial, gerando eficiência, economicidade e racionalidade na aplicação dos recursos públicos, de forma a obter uma programação de meios e veículos adequada para atingimento dos objetivos de comunicação;

V - utilizar pesquisas, dados técnicos de mercado e estudos para identificar e selecionar a programação mais adequada, conforme as características de cada ação publicitária e estratégias de comunicação do órgão ou entidade;

VI - a programação de veículos deve considerar critérios como:

a) audiência;

b) perfil do público-alvo;

c) perfil editorial;

d) cobertura geográfica; e

e) dados técnicos de mercado, pesquisas e/ou de mídia, sempre que possível.

§ 1º Na programação de veículos, o órgão ou entidade poderá apresentar defesa técnica que justifique uma programação diferenciada, devidamente fundamentada com critérios

técnicos, especialmente aqueles que promovam economicidade, racionalidade e efetividade no uso de investimentos públicos para a compra de tempo e/ou espaços publicitários, necessários para o alcance dos objetivos de comunicação da ação.

## CAPÍTULO II DAS DISPOSIÇÕES ESPECÍFICAS

### Seção única

Dos critérios para contratação dos veículos de comunicação em mídias digitais

Art. 6º Para fins de contratação dos veículos de comunicação no âmbito dos contratos de publicidade em mídias digitais por meio de *websites*, portais de notícias, blogs, aplicativos e similares, os referidos veículos deverão observar os seguintes critérios mínimos:

I - tempo mínimo de 01 ano de existência ativa;

II - comprovação de audiência através da entrega de relatórios de visitas únicas, volume de tráfego, fonte de tráfego e visualizações de páginas dos últimos 12 meses através de ferramentas de monitoramento e análise de sites e aplicativos, tais como *Google Analytcis*, *Piwik*, *Parse.ly*, *KISSMetric*, *Click*, *Woopra* e similares.

§1º Os referidos critérios serão avaliados de acordo com cada uma das regiões de planejamento do Estado de Goiás (Sul, Sudeste, Sudoeste, Oeste, Metropolitana, Centro, Noroeste, Norte, Nordeste e RIDE), observadas as peculiaridades de cada uma delas no tocante aos resultados e alcances dos veículos digitais que são divulgados nas respectivas regiões.

§2º Deverá ser realizada pela Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM, com periodicidade mínima anual, a análise dos relatórios de visitas únicas, volume de tráfego, fonte de tráfego e visualizações de páginas, de modo verificar a necessidade da sua manutenção nos patamares estabelecidos, ou ainda elevação ou diminuição, de modo a otimizar os resultados e alcance das publicidades veiculadas.

Art. 7º As mídias digitais veiculadas em websites, buscadores, redes sociais e aplicativos devem observar os formatos de 728x90px.; 300x250px; 970x150px; 970x250px; 300x500px; 600x300px; 300x300px; 1000x100px; 800x600px e 940x600px, de modo a permitir o os órgãos e entidades da administração pública estadual trabalhem com formatos fixos pré-determinados, otimizando tempo de produção e a entrega imediata para início da veiculação da peça.

## CAPÍTULO III DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 8º A partir de 15 de abril de 2023, a divulgação de mídia em veículos digitais por meio de em *websites*, portais de notícias, blogs e aplicativos e similares, no âmbito do Estado de Goiás, seguirá o modelo previsto no presente Decreto.

Parágrafo único. A partir da referida data, os referidos veículos de comunicação digital que não se adequarem aos critérios estabelecidos nos arts. 6º e 7º deste Decreto para veiculação de mídias digitais, ficarão inviabilizados de atender as agências de publicidade contratadas pelos órgãos da administração pública direta e indireta do Estado de Goiás.

Art. 9º Caberá à Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM, nos termos do art. 20 da Lei nº 21.792, de 16 de fevereiro de 2023, expedir cartilha de orientação aos blogs e

sites, comunicando sobre o novo modelo, com prazo para a adequação, inclusive realizar o atendimento dos representantes dos veículos publicitários para esclarecimento de dúvidas na aplicação do novo modelo de contratação de mídias digitais previsto neste Decreto.

Art. 10 O disposto neste Decreto não dispensa a observância à legislação aplicável às ações aqui previstas e às normas e regulamentos editados pelos órgãos de controle interno e externo.

Art. 11 A Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM poderá editar normas e orientações complementares com vistas ao cumprimento deste Decreto.

Art. 12 Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação, porém produz efeitos a partir de 15 de abril de 2023 quanto aos arts. 6º e 7º deste Decreto, nos termos especificados no art. 8º.

Goiânia,                    de                    de 2022; 134º da República.

RONALDO CAIADO  
Governador do Estado



ESTADO DE GOIÁS  
SECRETARIA DE ESTADO DA CASA CIVIL

**DECRETO N°** , **DE** **DE** **DE 2023**

Regulamenta os gastos do Governo do Estado de Goiás com publicidade e propaganda, nos termos do § 1º do art. 92 da Constituição estadual, e define critérios para a contratação de veículos de comunicação em *websites*, portais de notícias, *blogs*, aplicativos e similares.

**O GOVERNADOR DO ESTADO DE GOIÁS**, no uso das atribuições que lhe confere o inciso IV e a alínea “a” do inciso XVIII do art. 37 da Constituição estadual, também tendo em vista o que consta do Processo n° 202217697000410,

**DECRETA:**

#### CAPÍTULO I

#### DAS DISPOSIÇÕES GERAIS

#### Seção I

#### **Dos objetivos e das diretrizes das ações de publicidade e propaganda**

Art. 1º As ações de publicidade e propaganda dos órgãos e das entidades do Poder Executivo estadual serão desenvolvidas e executadas de acordo com o disposto neste Decreto e terão principalmente os seguintes objetivos:

I – dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e dos programas do Poder Executivo estadual;

II – divulgar os direitos do cidadão e os serviços colocados à sua disposição;

III – estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas; e

IV – disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais.

Art. 2º No desenvolvimento e na execução das ações de publicidade e propaganda previstas neste Decreto, serão observadas as seguintes diretrizes de acordo com as características de cada ação:

I – a afirmação dos valores e dos princípios da Constituição federal e da Constituição estadual;

- II – a atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social;
- III – a preservação da identidade nacional e estadual;
- IV – a valorização da diversidade étnica e cultural, também do respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual;
- V – o reforço às atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente;
- VI – a valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional;
- VII – a vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;
- VIII – a adequação das mensagens, das linguagens e dos canais aos diferentes segmentos de público;
- IX – a uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual na comunicação do Governo;
- X – a valorização de estratégias de comunicação regionalizada;
- XI – a observância da eficiência e da racionalidade na aplicação dos recursos públicos; e
- XII – a difusão de boas práticas na área de comunicação.

## **Seção II**

### **Das espécies de publicidade**

Art. 3º São espécies de publicidade veiculadas pelos órgãos e pelas entidades do Poder Executivo estadual:

I – publicidade institucional: destina-se a divulgar os atos, as ações, os programas, as obras, os serviços, as campanhas, as metas e os resultados dos órgãos e das entidades do Poder Executivo estadual, para atender ao princípio da publicidade, valorizar e fortalecer as instituições públicas, além de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas;

II – publicidade de utilidade pública: destina-se a divulgar os temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, para informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população da necessidade de adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos; e

III – publicidade legal: destina-se a divulgar balanços, atas, editais, decisões, avisos e outras informações dos órgãos e das entidades do Poder Executivo estadual, para atender às prescrições legais.

## **Seção III**

### **Do planejamento e da execução das espécies de publicidade**

Art. 4º No desenvolvimento das ações e na criação dos conteúdos das peças publicitárias, os órgãos e as entidades do Poder Executivo estadual deverão observar as seguintes diretrizes, respeitadas as características de cada ação:

I - observar o princípio da impessoalidade, disposto no art. 92, *caput* e § 1º, da Constituição estadual, em atenção à determinação de que a publicidade deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, proibida a menção a nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

II - buscar, na elaboração das mensagens, uma linguagem clara e de fácil entendimento pelo cidadão;

III - contribuir para a compreensão do posicionamento do Poder Executivo estadual e das políticas públicas adotadas por ele;

IV - contribuir para a compreensão dos investimentos realizados e das responsabilidades do Poder Executivo estadual na obra ou na ação divulgada, além de promover a transparência da gestão pública e estimular o controle social;

V - ressaltar, sempre que for possível, nas ações de publicidade institucional, os benefícios diretos e indiretos das ações do Poder Executivo estadual à sociedade;

VI - privilegiar o uso de pessoas, cenas e casos reais na publicidade institucional de prestação de contas;

VII - promover a autoestima dos goianos;

VIII - evitar o uso de siglas e termos estrangeiros;

IX - evitar a menção a estruturas administrativas internas e os excessos na citação do nome do órgão ou da entidade em detrimento da mensagem principal;

X - utilizar, sempre que for possível, recurso que facilite a compreensão das mensagens por pessoas com deficiência visual e auditiva; e

XI - observar o princípio da impessoalidade na utilização de informe publicitário ou publeditorial e na produção de conteúdos por veículos de comunicação e divulgação.

Art. 5º No planejamento das ações de mídia, os órgãos e as entidades do Poder Executivo estadual deverão observar as seguintes diretrizes e as características específicas de cada ação:

I - usar critérios técnicos na seleção de meios e veículos de comunicação e divulgação;

II - diversificar os meios, inclusive com novas tecnologias e veículos, a contarem com o investimento público em publicidade;

III - considerar a programação de meios e veículos de comunicação e de divulgação regionalizados quando ela for adequada à estratégia do anunciante;

IV - buscar melhor visibilidade e condição negocial, para a eficiência, a economicidade e a racionalidade na aplicação dos recursos públicos e para a obtenção de uma programação de meios e veículos adequada ao alcance dos objetivos de comunicação;

V - utilizar pesquisas, dados técnicos de mercado e estudos para identificar e selecionar a programação mais adequada, conforme as características de cada ação publicitária e as estratégias de comunicação do órgão ou da entidade;

VI - a programação de veículos deve considerar critérios como:

a) audiência;

b) perfil do público-alvo;

- c) perfil editorial;
- d) cobertura geográfica; e
- e) dados técnicos de mercado, de pesquisas e/ou de mídia, sempre que for possível.

Parágrafo único. Na programação de veículos, o órgão ou a entidade poderá apresentar defesa técnica que justifique uma programação diferenciada, devidamente fundamentada com critérios técnicos, em especial aqueles que promovam a economicidade, a racionalidade e a efetividade dos investimentos públicos para a compra de tempo e/ou espaços publicitários necessários ao alcance dos objetivos de comunicação da ação.

## CAPÍTULO II

### DOS CRITÉRIOS PARA A CONTRATAÇÃO DOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO EM MÍDIAS DIGITAIS

Art. 6º Para a contratação dos veículos de comunicação no âmbito dos contratos de publicidade em mídias digitais por meio de *websites*, portais de notícias, *blogs*, aplicativos e similares, os referidos veículos deverão observar os seguintes critérios mínimos:

I - tempo mínimo de 1 (um) ano de existência ativa; e

II - comprovação de audiência com a entrega de relatórios de visitas únicas, volume de tráfego, fonte de tráfego e visualizações de páginas dos últimos 12 (doze) meses por ferramentas de monitoramento e análise de *websites* e aplicativos, como *Google Analytics*, *Piwik*, *Parse.ly*, *Kissmetrics*, *Click*, *Woopra* e similares.

§ 1º Os critérios referidos no inciso II do *caput* deste artigo serão avaliados de acordo com cada uma das regiões de planejamento do Estado de Goiás (Sul, Sudeste, Sudoeste, Oeste, Metropolitana, Centro, Noroeste, Norte, Nordeste e Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno - RIDE), observadas as peculiaridades delas no tocante aos resultados e aos alcances dos veículos digitais que são divulgados nas respectivas regiões.

§ 2º Deverá ser realizada pela Secretaria de Estado da Comunicação - SECOM, com periodicidade mínima anual, a análise dos relatórios de visitas únicas, volume de tráfego, fonte de tráfego e visualizações de páginas, para verificar a necessidade da sua manutenção nos patamares estabelecidos ou ainda a elevação ou a diminuição para otimizar os resultados e os alcances das publicidades veiculadas.

Art. 7º As mídias digitais em *websites*, buscadores, redes sociais e aplicativos devem observar os formatos de 728x90px, 300x250px, 970x150px, 970x250px, 300x500px, 600x300px, 300x300px, 1000x100px, 800x600px e 940x600px, para permitir que os órgãos e as entidades do Poder Executivo estadual trabalhem com formatos fixos e predeterminados, também para otimizar o tempo de produção e a entrega imediata para o início da veiculação da peça.

## CAPÍTULO III

### DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 8º A partir de 15 de abril de 2023, a divulgação de mídia em veículos digitais por meio de *websites*, portais de notícias, *blogs*, aplicativos e similares, no Poder Executivo estadual, seguirá o modelo previsto neste Decreto.

Parágrafo único. A partir da data indicada no *caput* deste artigo, os veículos de comunicação digital que não se adequarem aos critérios estabelecidos nos arts. 6º e 7º deste Decreto para a veiculação de mídias digitais não mais atenderão às agências de publicidade contratadas pelos órgãos e pelas entidades do Poder Executivo estadual.

Art. 9º Caberá à SECOM, nos termos do art. 20 da Lei nº 21.792, de 16 de fevereiro de 2023, expedir cartilha aos *blogs* e aos *websites* para orientá-los sobre o novo modelo de contratação de mídias digitais previsto neste Decreto, com prazo para adequação, e atender os representantes dos veículos publicitários no esclarecimento de dúvidas relativas à aplicação do que se estabelece.

Art. 10. O disposto neste Decreto não dispensa a observância da legislação aplicável às ações aqui previstas e às normas e aos regulamentos editadas pelos órgãos de controle interno e externo.

Art. 11. A SECOM poderá editar normas e orientações complementares para o cumprimento deste Decreto.

Art. 12. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação e produz efeitos a partir de 15 de abril de 2023 quanto aos arts. 6º e 7º, nos termos especificados no art. 8º.

Goiânia, de de 2023; 135º da República.

RONALDO CAIADO  
Governador do Estado

CASA CIVIL/GERAN/EAF  
202217697000410



ESTADO DE GOIÁS  
SECRETARIA DE ESTADO DA CASA CIVIL

**DECRETO Nº \_\_\_\_\_, DE \_\_\_\_\_ DE \_\_\_\_\_ DE 2023**

Regulamenta os gastos do Governo do Estado de Goiás com publicidade e propaganda, nos termos do § 1º do art. 92 da Constituição estadual, e define critérios para a contratação de veículos de comunicação em *websites*, portais de notícias, *blogs*, aplicativos e similares.

**O GOVERNADOR DO ESTADO DE GOIÁS**, no uso das atribuições que lhe confere o inciso IV e a alínea “a” do inciso XVIII do art. 37 da Constituição estadual, também tendo em vista o que consta do Processo nº 202217697000410,

**DECRETA:**

**CAPÍTULO I**  
**DAS DISPOSIÇÕES GERAIS**

**Seção I**

**Dos objetivos e das diretrizes das ações de publicidade e propaganda**

Art. 1º As ações de publicidade e propaganda dos órgãos e das entidades do Poder Executivo estadual serão desenvolvidas e executadas de acordo com o disposto neste Decreto e terão principalmente os seguintes objetivos:

- I – dar amplo conhecimento à sociedade das políticas e dos programas do Poder Executivo estadual;
- II – divulgar os direitos do cidadão e os serviços colocados à sua disposição;
- III – estimular a participação da sociedade no debate e na formulação de políticas públicas; e
- IV – disseminar informações sobre assuntos de interesse público dos diferentes segmentos sociais.

Art. 2º No desenvolvimento e na execução das ações de publicidade e propaganda previstas neste Decreto, serão observadas as seguintes diretrizes de acordo com as características de cada ação:

- I – a afirmação dos valores e dos princípios da Constituição federal e da Constituição estadual;

- II – a atenção ao caráter educativo, informativo e de orientação social;
- III – a preservação da identidade nacional e estadual;
- IV – a valorização da diversidade étnica e cultural, também do respeito à igualdade e às questões raciais, geracionais, de gênero e de orientação sexual;
- V – o reforço às atitudes que promovam o desenvolvimento humano e o respeito ao meio ambiente;
- VI – a valorização dos elementos simbólicos da cultura nacional e regional;
- VII – a vedação do uso de nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;
- VIII – a adequação das mensagens, das linguagens e dos canais aos diferentes segmentos de público;
- IX – a uniformização do uso de marcas, conceitos e identidade visual na comunicação do Governo;
- X – a valorização de estratégias de comunicação regionalizada;
- XI – a observância da eficiência e da racionalidade na aplicação dos recursos públicos; e
- XII – a difusão de boas práticas na área de comunicação.

## **Seção II**

### **Das espécies de publicidade**

Art. 3º São espécies de publicidade veiculadas pelos órgãos e pelas entidades do Poder Executivo estadual:

I – publicidade institucional: destina-se a divulgar os atos, as ações, os programas, as obras, os serviços, as campanhas, as metas e os resultados dos órgãos e das entidades do Poder Executivo estadual, para atender ao princípio da publicidade, valorizar e fortalecer as instituições públicas, além de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas;

II – publicidade de utilidade pública: destina-se a divulgar os temas de interesse social e apresenta comando de ação objetivo, claro e de fácil entendimento, para informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população da necessidade de adoção de comportamentos que gerem benefícios individuais e/ou coletivos; e

III – publicidade legal: destina-se a divulgar balanços, atas, editais, decisões, avisos e outras informações dos órgãos e das entidades do Poder Executivo estadual, para atender às prescrições legais.

## **Seção III**

### **Do planejamento e da execução das espécies de publicidade**

Art. 4º No desenvolvimento das ações e na criação dos conteúdos das peças publicitárias, os órgãos e as entidades do Poder Executivo estadual deverão observar as seguintes diretrizes, respeitadas as características de cada ação:

I – observar o princípio da impessoalidade, disposto no art. 92, *caput* e § 1º, da Constituição estadual, em atenção à determinação de que a publicidade deve ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, proibida a menção a nomes, símbolos ou imagens que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos;

II – buscar, na elaboração das mensagens, uma linguagem clara e de fácil entendimento pelo cidadão;

III – contribuir para a compreensão do posicionamento do Poder Executivo estadual e das políticas públicas adotadas por ele;

IV – contribuir para a compreensão dos investimentos realizados e das responsabilidades do Poder Executivo estadual na obra ou na ação divulgada, além de promover a transparência da gestão pública e estimular o controle social;

V – ressaltar, sempre que for possível, nas ações de publicidade institucional, os benefícios diretos e indiretos das ações do Poder Executivo estadual à sociedade;

VI – privilegiar o uso de pessoas, cenas e casos reais na publicidade institucional de prestação de contas;

VII – promover a autoestima dos goianos;

VIII – evitar o uso de siglas e termos estrangeiros;

IX – evitar a menção a estruturas administrativas internas e os excessos na citação do nome do órgão ou da entidade em detrimento da mensagem principal;

X – utilizar, sempre que for possível, recurso que facilite a compreensão das mensagens por pessoas com deficiência visual e auditiva; e

XI – observar o princípio da impessoalidade na utilização de informe publicitário ou publeditorial e na produção de conteúdos por veículos de comunicação e divulgação.

Art. 5º No planejamento das ações de mídia, os órgãos e as entidades do Poder Executivo estadual deverão observar as seguintes diretrizes e as características específicas de cada ação:

I – usar critérios técnicos na seleção de meios e veículos de comunicação e divulgação;

II – diversificar os meios, inclusive com novas tecnologias e veículos, a contarem com o investimento público em publicidade;

III – considerar a programação de meios e veículos de comunicação e de divulgação regionalizados quando ela for adequada à estratégia do anunciante;

IV – buscar melhor visibilidade e condição negocial, para a eficiência, a economicidade e a racionalidade na aplicação dos recursos públicos e para a obtenção de uma programação de meios e veículos adequada ao alcance dos objetivos de comunicação;

V – utilizar pesquisas, dados técnicos de mercado e estudos para identificar e selecionar a programação mais adequada, conforme as características de cada ação publicitária e as estratégias de comunicação do órgão ou da entidade;

VI – a programação de veículos deve considerar critérios como:

a) audiência;

b) perfil do público-alvo;

- c) perfil editorial;
- d) cobertura geográfica; e
- e) dados técnicos de mercado, de pesquisas e/ou de mídia, sempre que for possível.

Parágrafo único. Na programação de veículos, o órgão ou a entidade poderá apresentar defesa técnica que justifique uma programação diferenciada, devidamente fundamentada com critérios técnicos, em especial aqueles que promovam a economicidade, a racionalidade e a efetividade dos investimentos públicos para a compra de tempo e/ou espaços publicitários necessários ao alcance dos objetivos de comunicação da ação.

## CAPÍTULO II

### DOS CRITÉRIOS PARA A CONTRATAÇÃO DOS VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO EM MÍDIAS DIGITAIS

Art. 6º Para a contratação dos veículos de comunicação no âmbito dos contratos de publicidade em mídias digitais por meio de *websites*, portais de notícias, *blogs*, aplicativos e similares, os referidos veículos deverão observar os seguintes critérios mínimos:

I – tempo mínimo de 1 (um) ano de existência ativa; e

II – comprovação de audiência com a entrega de relatórios de visitas únicas, volume de tráfego, fonte de tráfego e visualizações de páginas dos últimos 12 (doze) meses por ferramentas de monitoramento e análise de *websites* e aplicativos, como *Google Analytics*, *Piwik*, *Parse.ly*, *Kissmetrics*, *Click*, *Woopra* e similares.

§ 1º Os critérios referidos no inciso II do *caput* deste artigo serão avaliados de acordo com cada uma das regiões de planejamento do Estado de Goiás (Sul, Sudeste, Sudoeste, Oeste, Metropolitana, Centro, Noroeste, Norte, Nordeste e Região Integrada de Desenvolvimento do Distrito Federal e Entorno – RIDE), observadas as peculiaridades delas no tocante aos resultados e aos alcances dos veículos digitais que são divulgados nas respectivas regiões.

§ 2º Deverá ser realizada pela Secretaria de Estado da Comunicação – SECOM, com periodicidade mínima anual, a análise dos relatórios de visitas únicas, volume de tráfego, fonte de tráfego e visualizações de páginas, para verificar a necessidade da sua manutenção nos patamares estabelecidos ou ainda a elevação ou a diminuição para otimizar os resultados e os alcances das publicidades veiculadas.

Art. 7º As mídias digitais em *websites*, buscadores, redes sociais e aplicativos devem observar os formatos de 728x90px, 300x250px, 970x150px, 970x250px, 300x500px, 600x300px, 300x300px, 1000x100px, 800x600px e 940x600px, para permitir que os órgãos e as entidades do Poder Executivo estadual trabalhem com formatos fixos e predeterminados, também para otimizar o tempo de produção e a entrega imediata para o início da veiculação da peça.

## CAPÍTULO III

### DAS DISPOSIÇÕES FINAIS

Art. 8º A partir de 15 de abril de 2023, a divulgação de mídia em veículos digitais por meio de *websites*, portais de notícias, *blogs*, aplicativos e similares, no Poder Executivo estadual, seguirá o modelo previsto neste Decreto.

Parágrafo único. A partir da data indicada no *caput* deste artigo, os veículos de comunicação digital que não se adequarem aos critérios estabelecidos nos arts. 6º e 7º deste Decreto para a veiculação de mídias digitais não mais atenderão às agências de publicidade contratadas pelos órgãos e pelas entidades do Poder Executivo estadual.

Art. 9º Caberá à SECOM, nos termos do art. 20 da Lei nº 21.792, de 16 de fevereiro de 2023, expedir cartilha aos *blogs* e aos *websites* para orientá-los sobre o novo modelo de contratação de mídias digitais previsto neste Decreto, com prazo para adequação, e atender os representantes dos veículos publicitários no esclarecimento de dúvidas relativas à aplicação do que se estabelece.

Art. 10. O disposto neste Decreto não dispensa a observância da legislação aplicável às ações aqui previstas e às normas e aos regulamentos editadas pelos órgãos de controle interno e externo.

Art. 11. A SECOM poderá editar normas e orientações complementares para o cumprimento deste Decreto.

Art. 12. Este Decreto entra em vigor na data de sua publicação e produz efeitos a partir de 15 de abril de 2023 quanto aos arts. 6º e 7º, nos termos especificados no art. 8º.

Goiânia, de de 2023; 135º da República.

RONALDO CAIADO  
Governador do Estado

CASA CIVIL/GERAN/EAF  
202217697000410



ESTADO DE GOIÁS  
SECRETARIA DE ESTADO DA CASA CIVIL

Referência: Processo nº 202217697000410

Interessado: Secretaria de Estado de Comunicação

**Assunto: Deliberação sobre minuta de decreto.**

DESPACHO Nº 1425/2023/GAB

1 Trata-se da minuta do decreto (SEI nº 45837616) que pretende, com fundamento no § 1º do art. 92 da Constituição estadual, regulamentar os gastos do Governo do Estado com publicidade e propaganda. Propõe-se também definir os critérios para a contratação de veículos de comunicação em *websites*, portais de notícias, *blogs*, aplicativos e similares. A proposta decorre da solicitação da Secretaria de Estado de Comunicação – SECOM constante da Exposição de Motivos nº 3/2023/SECOM (SEI nº 45743538).

2 Nesse expediente, a SECOM informa que, no Ofício nº 886/2022/CGE (SEI nº 000031773041 – Processo nº 202211867001323), do titular da Controladoria-Geral do Estado – CGE, recomendou-se ao Estado normatizar os gastos com publicidade e propaganda. Para isso, deveria haver a definição de parâmetros à realização de campanhas institucionais e a coibição da promoção indevida de mandatos ou de gestores, como dispõe o art. 92, § 1º, da Constituição estadual. Essa recomendação é proveniente do Tribunal de Contas do Estado de Goiás – TCE/GO e integra o Parecer Prévio de Contas Anuais do Governador – Exercício de 2021, publicado no Diário Eletrônico de Contas nº 114, de 30 de junho de 2022.

3 Na Seção I do Capítulo I da minuta do decreto (arts.

1º e 2º), definem-se os objetivos e as diretrizes das ações de publicidade e propaganda. Na Seção II (art. 3º), estão discriminadas as espécies de publicidade veiculadas pelos órgãos e pelas entidades estaduais. A Seção III atém-se ao planejamento e à execução das espécies de publicidade para determinar as diretrizes a serem observadas no desenvolvimento das ações e na criação do conteúdo das peças publicitárias (arts. 4º e 5º).

4 O Capítulo II apresenta disposições específicas que tratam dos critérios para a contratação dos veículos de comunicação em mídias digitais e dos formatos a serem utilizados (arts. 6º e 7º). Por último, no Capítulo III (arts. 8º a 12), figuram as disposições finais acerca do tema, entre elas está a fixação de que, a partir de 15 de abril de 2023, a divulgação de mídia em veículos digitais por meio de *websites*, portais de notícias, *blogs*, aplicativos e similares, no Poder Executivo estadual, seguirá o modelo indicado na proposta.

5 A Procuradoria-Setorial da SECOM, no Parecer nº 4/2023/PROCSET/SECOM (SEI nº 45835140), concluiu que há legalidade na matéria exposta no evento SEI nº 45744825 pelo novo titular da SECOM. Reforçou-se que a Procuradoria-Geral do Estado, no Despacho nº 1.902/2022/GAB (SEI nº 000035644483), já havia aprovado o Parecer nº 18/2022/PROCSET/SECOM (SEI nº 000035220617), da Procuradoria Setorial da SECOM, com a opinião de que a primeira minuta apresentada (SEI nº 000035214200) possuía regularidade jurídica. O Parecer nº 4/2023/PROCSET/SECOM destacou a conveniência e a oportunidade dos novos critérios constantes da minuta formulada pelo atual titular da pasta. Mas foi sugerida a supressão da expressão “estabelecidos na instrução normativa que alude o parágrafo segundo” que consta do § 2º do art. 6º proposto em razão das modificações desse artigo.

6 No Despacho nº 395/2023/GAB (SEI nº 000037026651), da Chefia de Gabinete, a Secretaria de Estado da Administração – SEAD manifestou-se sobre a versão da minuta do evento SEI nº 000035679752. Foi informado que a Superintendência Central de Compras Governamentais e Logística e a Subsecretaria de Gestão Pública, respectivamente, nos Despachos nº 34/2023/SCCGL/SEAD (SEI nº 000036992662) e nº 67/2023/SUBGESTÃO/SEAD (SEI nº 000037003375), ratificaram a manifestação da Gerência Central de Gestão de Contratos – GECGC, no Despacho nº 13/2023/GECGC/SEAD (SEI nº 000036981499). A GECGC esclareceu que o ato normativo

proposto não estabelece normas acerca do procedimento de licitação e seleção de fornecedores. Por isso, não foi identificado óbice ao prosseguimento da regulamentação pretendida, sobretudo devido à urgência do caso.

7 Contudo, a GECGC advertiu que a Lei federal nº 12.232, de 29 de abril 2010, ao dispor sobre as normas gerais para a licitação e a contratação pela administração pública de serviços de publicidade prestados por agências de propaganda, determina a aplicação da Lei federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993. Esta última lei, porém, será revogada em abril de 2023, conforme o inciso II do art. 193 da Lei federal nº 14.133 (Lei de Licitações e Contratos Administrativos), de 1º de abril de 2021. Dessa forma, a regulamentação do tema precisa ocorrer em conformidade com a nova lei de licitações. Adicionalmente, houve a sugestão da formação de grupo de trabalho para a discussão do tema e a elaboração de modelos padronizados de contrato. Isso serviria para garantir maior qualidade e legalidade às contratações de serviços de publicidade e propaganda, nos termos da Lei federal nº 14.133, de 2021.

8 Por fim, a SECOM, no Despacho nº 92/2023/GESG/SECOM (SEI nº 45837026), atendeu à recomendação de sua Procuradoria Setorial indicada no final do parágrafo 5. Anexou-se a minuta de decreto constante do evento SEI nº 45837616.

9 Assim, foi elaborada a minuta do decreto referente ao evento SEI nº 46339556. Ela está submetida à deliberação do Governador do Estado via bloco de assinatura.

Goiânia, de de  
2023.

JORGE LUÍS PINCHEMEL  
Secretário de Estado da Casa Civil



Documento assinado eletronicamente por **JORGE LUIS PINCHEMEL**, **Secretário (a) de Estado**, em 31/03/2023, às 19:31, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o



código verificador **45994412** e o código CRC **1CF44683**.

---

GERÊNCIA DE REDAÇÃO E REVISÃO DE ATOS NORMATIVOS  
RUA 82, 400, PALÁCIO PEDRO LUDOVICO TEIXEIRA, 8º ANDAR  
- Bairro SETOR CENTRAL - GOIÂNIA - GO - CEP 74015-908 - .



Referência:  
Processo nº 202217697000410



SEI 45994412



ESTADO DE GOIÁS

Referência: Processo nº 202217697000410

Interessado: Secretaria de Estado de Comunicação

**Assunto: Deliberação sobre minuta de decreto.**

DESPACHO Nº

/2023

Trata-se da minuta do decreto que pretende, com fundamento no § 1º do art. 92 da Constituição estadual, regulamentar os gastos do Governo do Estado com publicidade e propaganda. Propõe-se também definir os critérios para a contratação de veículos de comunicação em *websites*, portais de notícias, *blogs*, aplicativos e similares.

Conforme a prerrogativa prevista no inciso IV do art. 37 da Constituição do Estado de Goiás, baixo o decreto constante do evento SEI nº 46339556. Adicionalmente, determino que a Secretaria de Estado da Casa Civil adote as providências necessárias à sua publicação no Diário Oficial do Estado de Goiás.

Goiânia, de  
de 2023.

RONALDO CAIADO  
Governador do Estado



Documento assinado eletronicamente por **RONALDO RAMOS CAIADO**,



**Governador(a)**, em 04/04/2023, às 18:13, conforme art. 2º, § 2º, III, "b", da Lei 17.039/2010 e art. 3ºB, I, do Decreto nº 8.808/2016.

---



A autenticidade do documento pode ser conferida no site [http://sei.go.gov.br/sei/controlador\\_externo.php?acao=documento\\_conferir&id\\_orgao\\_acesso\\_externo=1](http://sei.go.gov.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=1) informando o código verificador **46109125** e o código CRC **338374CC**.

---



Referência:  
Processo nº 202217697000410



SEI 46109125