

**Relatório Qualitativo**  
**Ênfases Temáticas**  
**SECOM**  
**1º ciclo de 2023**

## DETALHAMENTO DAS ÊNFASES TEMÁTICAS – SECOM

### 1. COMISSÃO DE ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

**ÊNFASE:** Gastos com publicidade institucional.

O Governo de Minas Gerais desempenhou um papel fundamental na área da Comunicação, ao informar e prestar contas à população, de todas as regiões do estado, sobre as principais políticas e ações de utilidade pública executadas no período de janeiro a maio de 2023. Entre as campanhas, destacam-se: informações sobre inscrições para o Trilhas de Futuro, programa que oferece vagas em cursos técnicos gratuitos em todo o Estado; campanhas para incentivar o combate ao feminicídio e à violência contra a mulher; conscientização da população em relação à prevenção contra Aids e outras ISTs durante o Carnaval; divulgação dos destinos turísticos de Minas Gerais; campanha para informar a população sobre a importância de buscar atendimento médico em caso de sintomas de Dengue, Chikungunya ou Zika, contribuindo para evitar casos graves e óbitos por essas doenças; e convocação/incentivo à vacinação contra a gripe, destacando a importância das vacinas para reduzir complicações e óbitos a pessoas do grupo de risco.

No período, foram empenhados R\$ 29.315.042,10, liquidados R\$ 8.219.595,53 e pagos R\$ 6.886.611,20.

**ÊNFASE:** Influência das redes sociais na comunicação do Poder Executivo.

As estratégias de comunicação utilizadas pelo Governo de Minas são elaboradas com base em dados de pesquisas realizadas por institutos especializados sobre o consumo dos meios de comunicação pelo público. A partir desses dados, são contemplados nas campanhas publicitárias do governo os meios de comunicação de maior consumo da população.

Em relação às redes sociais/internet, constatou-se em recente pesquisa do software TGI da Kantar Ibope (2022) que a exposição à internet de pessoas de ambos os sexos, classes ABCDE, com idade acima de 15 anos, corresponde a 91,5%, na RMBH.

É notória a utilização e o crescente aumento do uso da internet como um meio informativo para a população, além dos veículos tradicionais de publicidade, como o rádio e a TV. Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios, realizada em 2021, 90% dos lares brasileiros têm acesso à internet no Brasil. O estudo revela, ainda, o crescimento na conectividade em áreas rurais, que saiu de 57,8% em 2019 e chegou em 74,7% dos domicílios em 2021.

Outro dado interessante é o percentual de brasileiros com mais de 10 anos com acesso a internet, que subiu de 79% em 2019 para 84,7% em 2021. Em 2019, esse percentual era de 79,5%. Isto é, os brasileiros usuários de Internet já formam um contingente de 155,7 milhões de pessoas, o que representa mais 11,8 milhões de usuários de Internet em relação a 2019.

Em pesquisa realizada em novembro de 2022 encomendada pela Subsecretaria de Comunicação Social e eventos, com amostra de 8.000 respondentes das 12 mesorregiões de Minas, temos que o Instagram, Sites de Notícia e Facebook aparecem em 2º, 3º e 4º lugar, respectivamente, perdendo somente para TV. Isso demonstra que o comportamento digital dos mineiros deve ser levado em consideração quando se transmite informações e acontecimentos relativos a Minas Gerais.

Através desses dados, é possível confirmar a necessidade da presença do Governo de Minas na internet, para dar publicidade aos atos públicos, como também para disseminar informações de serviço e de utilidade pública.

Minas Gerais, com seus 853 municípios, 586 km² de extensão territorial e mais de 21 milhões de mineiros como público-alvo das informações de governo, encontra na internet e nas diversas ferramentas *online* um meio propício para atingir um número maior de pessoas.

É importante ressaltar também a utilização da internet móvel em Minas Gerais. O Estado é o segundo maior mercado para as empresas de telefonia no País, atrás apenas de São Paulo. Os mineiros são donos de quase 22 milhões de celulares, média de 98,4 aparelhos a cada 100 habitantes, de acordo com dados do Sindicato Nacional das Empresas de Telefonia e de Serviço Móvel, Celular e Pessoal (Conexis). Os mineiros foram responsáveis por 19,3 milhões de acessos à banda larga móvel em 2020, número que cresceu 11 vezes nos últimos 10 anos.

Os acessos à banda larga fixa triplicaram na última década, alcançando 3,8 milhões no ano passado. Ainda segundo o sindicato, 84% dos municípios mineiros têm cobertura de telefonia móvel 4G e todos já são atendidos, pelo menos, pelo 3G.

Sobre o uso das redes sociais como ferramenta multiplicadora e potencial para o maior alcance do público, é importante destacar que, segundo ranking da Comscore, Minas Gerais é o segundo maior consumidor das redes (14%), atrás apenas de São Paulo, com 32% dos usuários. Entre as ferramentas mais utilizadas estão Instagram, Facebook e outras plataformas de redes sociais.

Ainda segundo pesquisa da Resultados Digitais, 61,5% dos usuários de redes sociais no Brasil afirmam que usam as redes para buscar mais informações sobre marcas e produtos. É possível

investir em anúncios pagos nas redes sociais para atingir um maior número de pessoas. Ao investir em material pago nas redes sociais (impulsioneamento de anúncio), é possível aumentar as possibilidades de alcançar o público adequado com as campanhas. Os anúncios pagos também colaboram para a presença nas redes sociais e ajudam na aceleração dos resultados de forma natural, já que colocam os usuários em contato com o anunciante de maneira mais ágil.

No período de janeiro a maio de 2023, o Governo de Minas investiu em redes sociais, para divulgação de suas principais campanhas, **R\$ 1.473.326,47**. O impacto previsto para o investimento foi calculado em 74.164.862 cliques, mas, após a conclusão das campanhas, constatou-se que foram entregues 129.308.846 cliques, superando as expectativas.

**ÊNFASE** Planejamento, execução e acompanhamento da política estadual de comunicação social.

A criação da Secretaria de Comunicação tem como principal objetivo o fortalecimento da Comunicação Pública, com o intuito de garantir uma maior acessibilidade aos mineiros de informação de interesse público. A partir da implementação da Secom, estão sendo realizadas a construção de fluxos, manuais e diretrizes para que haja um alinhamento na política de comunicação do governo com todas as secretarias de estado. Esse alinhamento terá como base o que foi determinado no Decreto Nº 48.642, de 23 de junho de 2023, que traz a estrutura e competências da Secom. O cidadão tem o direito de ser informado sobre os programas de governo, sobre as prestações de serviços e as ações que irão poder fazer com que o Estado cumpra o seu papel constitucional. No primeiro mandato, houve um diagnóstico de que essa área ficou subvalorizada e que em muitas ocasiões essa falha na comunicação não permitiu que o mineiro tivesse as devidas informações sobre os programas que podem atendê-lo. Queremos amplificar essa comunicação em vários sentidos, como em campanhas públicas de direitos e deveres para a disseminação ações que podem beneficiar toda a sociedade. O foco será sempre no cidadão mineiro e como a comunicação pode auxiliar o governo a melhorar a vida dos moradores de Minas, uma vez que uma população mais bem informada têm mais condições de controle e participação social, além de acesso aos serviços públicos.

## **2. COMISSÃO DE CULTURA**

- **ÊNFASE:** Relação de quais campanhas estão atualmente sendo veiculadas e quais estão em planejamento para a divulgação de Minas Gerais como destino turístico, em particular após a aprovação da Lei nº 24.090, de 2022, que buscou facilitar a divulgação da cultura, do turismo e da

gastronomia do Estado fora do território mineiro, e detalhamento de quais os programas e ações que serão consignados no Plano Plurianual de Ação Governamental e no orçamento para os próximos anos.

Para julho de 2023, a Secretaria de Comunicação, juntamente com a Secretaria de Estado de Cultura e Turismo, está desenvolvendo uma campanha publicitária para divulgar os principais destinos turísticos e produtos de Minas e atrair visitantes de fora do estado, durante as férias de julho, com o objetivo de divulgar a cultura, o turismo e a gastronomia de nosso Estado. A campanha tem investimento previsto de R\$ 4.000.000,00 (quatro milhões de reais) e contemplará TV Fechada, Jornal, Internet e Mídia Exterior.