



**Prefeitura Municipal de Vitória**  
Estado do Espírito Santo

SEGOV/GAB-REQ/358

Vitória-ES. 23 de junho de 2026

Senhor Vereador  
Anderson Goggi Rodrigues  
Presidente da Câmara Municipal de Vitória

Assunto: Resposta ao Requerimento de Informação.

Senhor Presidente,

Cumprimentando-o, encaminho resposta ao Requerimento de Informação nº 255/2026, de autoria do(a) vereador(a) Professor Jocelino, acompanhado do Ofício Nº 014/2026 SUBCOM.

Atenciosamente,

Luciano Forrechi  
Secretário de Governo em exercício

Ref. Proc.:

3768064/2026- PMV

8553/2026- CMV



**PREFEITURA DE  
VITÓRIA**

PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA  
Secretaria de Governo  
Subsecretaria de Comunicação

Ofício Subcom nº 014/2026

**Assunto: Resposta a requerimento parlamentar**

Cumprimentando V. Ex.<sup>a</sup>., informamos que as informações referentes a campanhas de comunicação estão disponíveis no Portal da Transparência.

Em atenção à solicitação a respeito dos critérios para definição das campanhas publicitárias, cumpre-se destacar que os planejamentos possuem caráter estritamente informativo, educativo e de prestação de contas à população, atendendo ao dever da administração pública de dar transparência às ações, investimentos e resultados alcançados pelo município de Vitória.

Em relação à campanha veiculada na data mencionada por V. Ex.<sup>a</sup>., destacamos que comunicação foi estruturada a partir de reconhecimentos nacionais recebidos pela cidade, entre eles o título de “Melhor Cidade do Brasil para se viver” pelo Instituto Austin, com o objetivo de apresentar à sociedade os avanços obtidos em áreas relevantes para o cidadão, como saúde, educação, segurança, meio ambiente, esporte, inovação e desenvolvimento urbano.

Para isso, a campanha foi composta por filmes principais de 60 segundos, organizados por eixos estratégicos e filmes complementares de 15 segundos para cada eixo.

A proposta da campanha foi apresentar, de maneira objetiva e acessível, dados e resultados de políticas públicas implementadas pela administração municipal, reforçando o compromisso com a transparência e a comunicação pública de interesse coletivo.

Apesar dos debates em torno da mudança que está ocorrendo no ambiente de mídia, com uma disputa cada vez mais acirrada com o digital, a participação da TV linear se mantém na divisão das verbas e continua sendo o meio mais

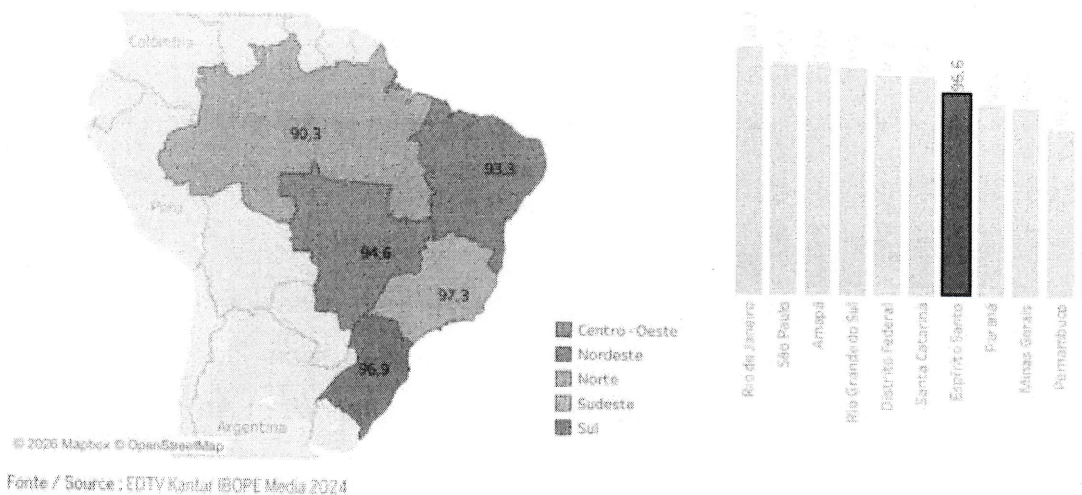


# PREFEITURA DE VITÓRIA

PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA  
Secretaria de Governo  
Subsecretaria de Comunicação

eficaz para comunicação de massa, alcançando diversos tipos de públicos em todas as regiões, com baixa dispersão e elevada audiência. Apresenta-se como o meio de maior influência nas campanhas, dado o seu envolvimento emocional. No Estado do Espírito Santo, segundo Mídia Dados 2024, a TV Aberta possui 75% de penetração entre a população de ambos os sexos e dados mais recentes do Kantar Media Ibope Mídia, conforme gráfico abaixo, apontam que 96,6% dos domicílios capixabas tem posse de aparelho de TV.

## Posse - (%)



Diante do exposto acima, o meio TV foi selecionado como um dos canais para divulgação da campanha de prestação de contas da Prefeitura de Vitória. A TV Gazeta, afiliada Globo, emissora que detém a maior fatia de audiência, estava na ocasião exibindo o seu principal reality show, o Big Brother Brasil 2026, cujo último episódio se deu no dia 21 de abril, bem no ápice da campanha. Na presente campanha, também foram autorizadas veiculações nas emissoras com cobertura no município de Vitória, entre elas a TV Tribuna, TV SIM/SBT, TV Vitória e TV RedeTV.



PREFEITURA DE  
**VITÓRIA**

PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA  
Secretaria de Governo  
Subsecretaria de Comunicação

Os *reality shows* ocupam hoje um espaço privilegiado na atenção do público porque unem emoção, identificação, imprevisibilidade e conversa em tempo real. Mais do que audiência, eles geram envolvimento. O espectador não apenas assiste: ele comenta, torce, compartilha, repercute e participa. O que cria alto nível de atenção e permanência o que aumenta a retenção de marca.

Aproveitando este gancho, o planejamento de mídia considerou estrategicamente exibir seu conteúdo no último episódio do Big Brother Brasil, o mais esperado e de maior audiência, inclusive em relação aos demais programas da TV Aberta. Foram veiculados 3 filmes distintos, denominados Eixo 1, Saúde e Esporte, que se complementavam, sendo 1 de 60" (sessenta segundos) – Eixo 1 - no valor de R\$18.470,40 e dois filmes de 15" (quinze segundos) – Saúde e Esporte – no valor de R\$5.772,00 cada. Cabe ressaltar que destes valores, são descontados 4% referentes a desconto da agência.

**Dados Kantar Media Ibope comprovam que o programa teve um alcance de 236.255 telespectadores com share de 39,17%**

Agradecendo a cordial atenção, enviamos votos de estima e consideração e nos colocamos à disposição.

Vitória, 29 de maio de 2026.

VALERIA CRISTINA  
MORGADO  
RIBEIRO:96649542768

Assinado de forma digital por  
VALERIA CRISTINA MORGADO  
RIBEIRO:96649542768  
Dados: 2026.05.29 17:27:02 -03'00'

*Valéria Cristina Morgado Ribeiro*  
**Subsecretária de Comunicação**



PREFEITURA MUNICIPAL DE VITÓRIA  
Secretaria de Governo  
Subsecretaria de Comunicação

\*Fonte: Kantar IBOPE Media - Instar Analytics / Grande Vitória - total de indivíduos / período:  
21/04/2026

O documento foi adicionado eletronicamente por VALERIA CRISTINA MORGADO RIBEIRO, CPF: \*\*\*.95.427-\*\* em 29/05/2026 17:28:06. Para verificar a autenticidade do documento, vá ao site "<https://protocolo.vitoria.es.gov.br?validacao>" e utilize o código abaixo:  
76699331-F4A7-4681-A3AA-07E5DE043A0E

# PROTOCOLO DE ASSINATURA(S)

O documento acima foi assinado eletronicamente e pode ser acessado no endereço /autenticidade utilizando o identificador 3300340038003000350039003A005000

Assinado eletronicamente por **Valdir Barcelos de Jesus** em 26/06/2026 13:00

Checksum: **815A734DA98D50561EF9B4A835514D0A760DCC02E7965E647656F1FCB68C07ED**