

[Legislação Correlata - Instrução Normativa 21 de 22/06/2020](#)

## **INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 2, DE 14 DE JANEIRO DE 2020**

O SECRETÁRIO DE ESTADO DE COMUNICAÇÃO DO DISTRITO FEDERAL, no exercício da competência que lhe é outorgada pelo inciso III do artigo 105 da Lei Orgânica do Distrito Federal, e de acordo com o disposto no art. 2º da Lei nº 3.184, de 29 de agosto de 2003 resolve expedir a seguinte Instrução Normativa:

### **PLANO ANUAL DE PUBLICIDADE - 2020**

#### **1. DO PLANO**

O Plano de Publicidade e Propaganda do Governo do Distrito Federal para 2020, elaborado pela Secretaria de Estado de Comunicação, por meio da Subsecretaria de Publicidade e Propaganda, contempla as ações de publicidade que serão executadas, ao longo do ano, pelas agências de publicidade e propaganda que atendem o governo, reunindo as demandas das Secretarias de Estado que compõem a Administração Direta do Governo do Distrito Federal (GDF).

O papel da Secretaria de Estado de Comunicação é atuar para que as ações de comunicação obedeçam a critérios de sobriedade e transparência, eficiência e racionalidade na aplicação dos recursos, além de supervisionar a adequação das mensagens do Governo ao público em geral. É de competência da Secretaria de Estado de Comunicação, por meio da Subsecretaria de Publicidade e Propaganda, elaborar e executar o Plano Anual de Publicidade e Propaganda da Administração Direta do Governo do Distrito Federal.

O Plano trata da definição de critérios técnicos e recursos a serem investidos nas produções e veiculações das campanhas, peças publicitárias, ações de mídia e não mídia, além da publicidade legal (avisos e editais, entre outros).

Considerando que nem todas as demandas de publicidade e propaganda podem ser previstas pelas Secretarias de Estado, a Subsecretaria de Publicidade e Propaganda fará aditivos ao Plano original para atender às necessidades de ações extemporâneas e imprescindíveis à comunicação do Governo. Além das demandas de publicidade e propaganda, a Subsecretaria também recebe e encaminha aos jornais de grande circulação, por intermédio das agências de publicidade e propaganda, todos os pedidos de publicidade legal, oriundos das Secretarias, os quais não podem ser previstos antecipadamente.

#### **2. DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO**

A estratégia do presente Plano é atender aos princípios do direito à informação e da transparência de ações, difundindo ideias, princípios, iniciativas, serviços e fatos de relevante interesse da sociedade.

A estratégia a ser desenvolvida, durante o ano de 2020, atenderá às ações e campanhas publicitárias que vão priorizar a divulgação dos serviços e benefícios sociais promovidos pelas realizações governamentais - com humanização da mensagem - em todas as suas formas, seja por meio de obras físicas de pequeno, médio e grande portes (infraestrutura, saneamento, iluminação pública etc.) ou por intermédio de ações que contribuam com melhorias nas áreas de saúde, educação, transporte e segurança ou, ainda, por meio dos programas sociais que tenham como objetivo a melhoria dos índices de desenvolvimento humano e qualidade de vida. O Plano Anual de Publicidade e Propaganda para o Distrito Federal, para o ano de 2020, prevê a produção e a realização de ações e campanhas de utilidade pública e institucional sempre destinadas a informar a sociedade sobre temas de interesse da população e a prestar contas dos atos da Administração Direta do Distrito Federal, além da publicidade legal dos órgãos que a integram.

As ações de comunicação social da Secretaria de Estado de Comunicação cumprem o papel de divulgar as atividades e atuação do GDF, bem como o de estimular a população a participar das tomadas de decisões de interesse da sociedade do Distrito Federal. A necessidade de que essa comunicação alcance os diversos segmentos da sociedade determina que sejam utilizados diversos meios de comunicação, observadas as peculiaridades de cada público-alvo destinatário da informação.

A estratégia inclui a confecção de produtos especiais, impressos ou eletrônicos, destinados a divulgar informações sobre temas específicos. As ações, peças e campanhas publicitárias podem ser compostas por

textos, fotografias, desenhos, ilustrações, mapas, croquis, gráficos, infográficos, imagens em movimento (vídeos), investidas ou não de recursos de computação gráfica, músicas, cantos, efeitos sonoros, locução e depoimentos de personagens reais ou fictícios.

### 3. DAS DEMANDAS E EXECUÇÃO

3.1. A Secretaria de Estado de Comunicação executará as demandas dos Órgãos da Administração Direta elencados no artigo 8º do Decreto nº 39.610, de 1º de janeiro de 2019, conforme disciplina o artigo 22 do mesmo Decreto, excetuando os Órgãos ou Fundos enquadrados no § 3º do artigo 1º, da Lei nº 3.184, de 29 de agosto de 2003.

3.2. Consideram-se serviços de publicidade o conjunto de atividades realizadas integradamente que tenham por objetivo o estudo, o planejamento, a conceituação, a concepção, a criação, a execução interna, a intermediação e a supervisão da execução externa e a distribuição de publicidade aos veículos e demais meios de divulgação, com o objetivo de promover a venda de bens ou serviços de qualquer natureza, de difundir ideias e de informar o público em geral.

3.3. Os serviços abaixo poderão ser demandados em conformidade com a Lei Federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010, e a Lei Distrital nº 3.184, de 29 de agosto de 2003. Consideram-se despesas com publicidade e propaganda, segundo a legislação vigente, a aplicação de recursos públicos destinados a:

3.3.1. Edição de publicação em geral, nelas incluídos livros, monografias, coletâneas de leis, atos da administração, anúncios, avisos, boletins, circulares, editais, folhetos, cartazes e assemelhados;

3.3.2. Aquisição de material de consumo para elaboração de peça publicitária, de propaganda e promoções;

3.3.3. Contratação de serviços de terceiros para elaborar ou veicular peça publicitária, de propaganda e promoções;

3.3.4. Veiculação de propaganda de utilidade pública, nela incluídas campanhas de vacinação, preservação do meio ambiente, higiene, saneamento básico, saúde, ensino, segurança, trânsito e assemelhados.

3.3.5. Nas contratações de serviços de publicidade, poderão ser incluídos como atividades complementares os serviços especializados pertinentes:

3.3.5.1. Ao planejamento e à execução de pesquisas e de outros instrumentos de avaliação e de geração de conhecimento sobre o mercado, o público-alvo, os meios de divulgação nos quais serão difundidas as peças e ações publicitárias ou sobre os resultados das campanhas realizadas, respeitado o disposto no art. 3º da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010;

3.3.5.2. À produção e à execução técnica das peças e projetos publicitários criados;

3.3.5.3. À criação e ao desenvolvimento de formas inovadoras de comunicação publicitária, em consonância com novas tecnologias, visando à expansão dos efeitos das mensagens e das ações publicitárias.

3.3.6. As pesquisas e avaliações terão a finalidade específica de aferir o desenvolvimento estratégico, a criação e a veiculação visando possibilitar a mensuração dos resultados das campanhas publicitárias realizadas em decorrência da execução do contrato.

3.3.6.1. É vedada a inclusão, nas pesquisas e avaliações, de matéria estranha ou que não guarde pertinência temática com a ação publicitária ou com o objeto do contrato de prestação de serviços de publicidade.

3.4. É vedada a demanda de quaisquer outras atividades, em especial as de assessoria de imprensa, comunicação e relações públicas ou as que tenham por finalidade a realização de eventos festivos de qualquer natureza.

### 4. DOS TIPOS DE PUBLICIDADE

As ações publicitárias executadas pela Secretaria de Estado de Comunicação, por intermédio da Subsecretaria de Publicidade e Propaganda, podem ser conceituadas como:

#### 4.1. PUBLICIDADE LEGAL

Publicidade Legal é a que se destina a dar conhecimento de balanços, atas, editais, decisões, avisos e de outras informações do GDF com o objetivo de atender a prescrições legais. O conteúdo da publicidade legal será fornecido à Secretaria de Estado de Comunicação pelos órgãos responsáveis e ficará a cargo da Subsecretaria de Publicidade e Propaganda o encaminhamento e acompanhamento das informações para a devida publicação.

#### 4.2. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL E DE UTILIDADE PÚBLICA

A Publicidade Institucional divulga atos, ações, programas, obras, serviços, campanhas, metas e resultados do GDF com o objetivo de atender ao princípio da publicidade, de estimular a participação da sociedade no debate, no controle e na formulação de políticas públicas para o Distrito Federal.

As campanhas institucionais serão solicitadas às agências contratadas a partir de um briefing com a demanda específica e submetidas posteriormente para análise e avaliação da Subsecretaria de Publicidade e Propaganda. Essas campanhas podem ser classificadas de acordo com o seu caráter institucional ou de utilidade pública.

O objetivo da Publicidade de Utilidade Pública é divulgar direitos, produtos e serviços colocados à disposição dos cidadãos, a fim de informar, educar, orientar, mobilizar, prevenir ou alertar a população para adotar comportamentos que lhe tragam benefícios individuais ou coletivos e que melhorem a sua qualidade de vida.

Compete à Secretaria de Estado de Comunicação, em conjunto com as agências de publicidade e propaganda, desenvolver campanhas institucionais e de utilidade pública para posicionar e fortalecer o Governo do Distrito Federal, prestar contas de atos, obras, programas, serviços, metas e resultados das ações do GDF, solicitando a criação de peças de campanhas publicitárias para divulgar serviços, projetos e realizações do Governo, tais como: revistas, informativos, vídeos, programas de rádio e TV.

5. DA PREVISÃO ORÇAMENTÁRIA A previsão orçamentária para os serviços de publicidade, no ano de 2020, de acordo com a Lei Orçamentária Anual é de:

5.1. Publicidade e Propaganda Institucional - R\$ 36.839.144,00 (trinta e seis milhões, oitocentos e trinta e nove, cento e quarenta e quatro reais);

5.2 Publicidade e Propaganda - Utilidade Pública - R\$ 59.836.461,00 (cinquenta e nove milhões, oitocentos e trinta e seis, quatrocentos e sessenta e um reais).

6. DA APLICAÇÃO DO VALOR ORÇAMENTÁRIO Com relação ao investimento publicitário, o valor orçamentário será utilizado em dois tipos de despesas: produção e veiculação.

6.1. PRODUÇÃO - Consiste no estudo, planejamento, conceituação, concepção, criação e execução de peças publicitárias (filme, documentário, revista, jornal, livro, material para Internet, diagramação de edital e avisos, faixa, cartaz, folheto, folder, spot para rádio, painel, anúncios, etc) para campanhas institucionais e de utilidade pública. Despesa estimada em 25% do valor total do contrato com as agências de publicidade e propaganda.

6.2. VEICULAÇÃO - Distribuição da produção publicitária aos veículos e demais meios de comunicação, incluindo mídia televisiva, radiofônica, impressa e eletrônica das campanhas institucionais, de utilidade pública e da publicidade de matéria legal. Despesa estimada em 75% do valor total dos contratos.

#### 7. DOS GRUPOS E TEMAS DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS

A Secretaria de Propaganda e Publicidade dividiu o plano de trabalho para 2020 em cinco grupos: Grupo 1 - Economia, Governança, Controladoria e Procuradoria; Grupo 2 - Ciência, Tecnologia e Inovação, Esporte e Lazer, Cultura, Economia Criativa e Turismo; Grupo 3 - Segurança Pública, Educação, Saúde, Trabalho, Justiça e Cidadania; Grupo 4 - Desenvolvimento da Região Metropolitana, Desenvolvimento Econômico, Agricultura, Abastecimento e Desenvolvimento Rural, Desenvolvimento Urbano e Habitacional, Desenvolvimento Social, Obras e Infraestrutura, Transporte e Mobilidade, Atendimento à Comunidade e Pessoas com Deficiência; Grupo 5 - Meio Ambiente, Juventude, Relações Internacionais, Relações Institucionais, Ordem Urbanística, Projetos Especiais e Mulher.

Cabe ressaltar que as despesas de publicidade referentes à execução deste Plano Anual serão publicadas, trimestralmente, no Diário Oficial do Distrito Federal, conforme §§1º e 2º do art. 22 da Lei Orgânica do Distrito Federal, e serão disponibilizadas no site <http://www.secom.df.gov.br/>.

Todas as campanhas que serão executadas no ano de 2020 estarão resguardadas pelo Decreto nº 36.451, de 15 de abril de 2015 e demais leis e instruções normativas correlatas à matéria não citadas neste plano.

As ações de publicidade e propaganda para cada grupo em 2020, assim como os investimentos, estão previstas da seguinte forma:

#### Grupo 1

1. IPVA;
2. IPTU;
3. Nota Legal;
4. REFIS;
5. GDF Presente;
6. Brasília Inteligente;
7. Sistema de Autoatendimento Digital do Governo do Distrito Federal - GDF;
8. Vídeo Institucional da Casa Civil;
9. Ouvidoria Geral do Distrito Federal;
10. Dados Abertos do Distrito Federal;
11. Índice de Transparência Ativa;
12. Lei de Acesso à Informação;
13. Siga Brasília;
14. Portal da Transparência do Distrito Federal;
15. Acordo Direto de Precatórios;
16. Negativação de Contribuintes;
17. Programa de Educação Fiscal.

#### Grupo 2

1. Brasília 60 Anos;
2. Wi-fi Social;
3. Carros Elétricos - Programa Vem DF;
4. RECICLOTECH;
5. Lançamento do Plano Diretor;
6. Campus Party;
7. Semana Nacional da Ciência e Tecnologia - SNTC;
8. Fórum Internacional de Cidade Inteligente;
9. Carnaval 2020;
10. Reforma do Teatro Nacional;
11. Natal 2020;
12. Réveillon 2020;
13. Ativações nos CAT;

14. Campanha de Estímulo ao Turismo nas RAs Aniversariante do Mês;
15. Carnaval de Rua (Turismo Cultural);
16. Campanha de Prestação de Contas;
17. Reforma do Teatro Nacional;
18. Campanha de Aniversário de 33 anos do Título de Patrimônio Cultural Mundial.

### Grupo 3

1. Segurança Pública Gera Mais Qualidade de Vida ao DF;
2. Redução Contínua de Homicídios e/ou Outros Crimes de Relevância;
3. Campanha Contra Trotes aos Serviços de Emergência;
4. Campanha Preventiva e Educativa da Defesa Civil Sobre os Períodos de Estiagem e de Chuvas no Distrito Federal;
5. Balanço Semestral da Segurança Pública;
6. Entrega de 4 novos CDPs;
7. Campanha de Prevenção ao Femicídio;
8. Campanha Contra Roubo de Celular;
9. Novas Matrículas Ensino Regular;
10. Renovação de Matrículas Ensino Regular;
11. Novas Matrículas EJA;
12. Novas Matrículas CIL;
13. Novas Matrículas Educação Profissional;
14. Vagas Remanescentes Ensino Regular;
15. Vagas Remanescentes e CIL;
16. Programa Material Escolar;
17. Ensino Médio em tempo Integral - EMTI;
18. Aedes Aegypti;
19. Campanha de Prevenção às Infecções Sexualmente Transmissíveis (IST);
20. Campanha Anual de Vacinação Contra o Vírus Influenza (H1N1);
21. Semana Mundial de Doação de Leite Materno;
22. Setembro Amarelo - Combate ao suicídio;
23. Outubro Rosa;
24. Novembro Azul;
25. Dia mundial de AIDS e Semana Distrital de Prevenção das IST;
26. Campanha Antirrábica;
27. Vacinação da Criança e do Adolescente;

28. Enfrentamento à Violência Contra a Mulher;
29. Campanha de Enfrentamento à Discriminação;
30. Campanha Contra a Negligência e Abandono de Crianças e Adolescentes;
31. Proteção aos Direitos Humanos.

#### Grupo 4

1. Programa de Privatização;
2. Programa PROCIDADES;
3. Programa Pequenos Reparos nas Escolas;
4. Programa Cartão Material Escolar;
5. SIMPLIFICA PJ;
6. Febre Aftosa;
7. Vazio Sanitário da Soja;
8. Vazio Sanitário do Feijão;
9. III Encontro Distrital de Agroindústria;
10. Registro de estabelecimentos produtores de bebidas;
11. Selo arte;
12. Peste Suína Clássica;
13. Combate à Clandestinidade no Transporte de Produtos;
14. Ação de Regularização;
15. Divulgação de Edital para a Seleção de 71 Famílias para o Assentamento de Pinheral;
16. Revitalização de Áreas Públicas;
17. Obras Públicas;
18. Substituição dos Ônibus da EPTG;
19. Sistema de Integração;
20. Estacionamentos Pagos;
21. Nova Regra para utilização do PLE;
22. Dia Internacional da Síndrome de Down;
23. Semana Nacional da Pessoa com Deficiência Intelectual e Múltipla;
24. Dia Nacional de Luta da Pessoa com Deficiência;
25. Dia da Pessoa com Deficiência Física;
26. Dia Nacional dos Ostomizados;
27. Dia Internacional da Pessoa com deficiência.

#### Grupo 5

1. Prevenção de Incêndios Florestais;

2. Campanha Coleta Seletiva Consciente;
3. Recursos Hídricos;
4. Poupa DF;
5. Cuidados com Mananciais e Nascentes do Distrito Federal;
6. Festa Internacional das Embaixadas nos 60 Anos de Brasília;
7. Não é Não;
8. Campanha para o Mês De Março (Mês Da Mulher);
9. Campanha De Combate à Violência Contra a Mulher;
10. Campanha de Prevenção ao Femicídio no DF;
11. Rota de Proteção das Mulheres;
12. Coworking público do Distrito Federal;
13. Galeria da Juventude;
14. Centros da Juventude do DF;
15. Programa Jovem Candango;
16. CONJUVE/DF;
17. Grilagem;
18. Ambulantes Regularizados;
19. Ocupação de Área Pública;
20. Atividades Econômicas;
21. Grandes Geradores de Resíduos;
22. Lixo;
23. Calçadas e Acessibilidade;
24. Poda;
25. Proteção das Áreas Tombadas;
26. Como Construir Legal;
27. Esgoto e Água Servida;
28. Lotes Sujos e Responsabilidades;
29. Faixas.

Esta Instrução Normativa entra em vigor na data de sua publicação.

**WELIGTON MORAES**

Este texto não substitui o publicado no DODF nº 10 de 15/01/2020