

INSTRUÇÃO NORMATIVA Nº 01, DE 16 DE JANEIRO DE 2023

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 3.184/2003 resolve:

PLANO ANUAL DE PUBLICIDADE - 2023

1. DO PLANO

1.1. O Plano de Publicidade e Propaganda do Governo do Distrito Federal para 2023, elaborado pelo Gabinete do Secretário de Estado e a Subsecretaria de Administração Geral para execução através da Subsecretaria de Publicidade e Propaganda (SUBPUP) da Secretaria de Estado de Comunicação do Distrito Federal (SECOM), contempla as ações de publicidade que serão executadas, ao longo do ano, pelas agências de publicidade e propaganda que atendem ao governo, reunindo as demandas das Secretarias de Estado que compõem a Administração Direta do Governo do Distrito Federal (GDF) que se encontram no anexo I e nos processos SEI nº 04000-00001588/2022-11 e 04000-00000057/2023-91.

1.2. 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.

1.3. É de competência da Secretaria de Estado de Comunicação, por meio da Subsecretaria de Publicidade e Propaganda, 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, publicidade legal (avisos e editais, entre outros), e pesquisas, conforme determina a [Lei nº 3.184/2003](#). Considerando que nem todas as demandas de publicidade e propaganda podem ser previstas pelas Secretarias de Estado, a Subsecretaria de Publicidade e Propaganda, se necessário, fará aditivos ao Plano original para atender às necessidades de ações extemporâneas e imprescindíveis à comunicação do Governo.

1.4. 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.

1.5. 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.

1.6. O Plano Anual de Publicidade e Propaganda para o Distrito Federal (DF), para o ano de 2023, 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.

2. DA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO

2.1. 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.

2.2. 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.

2.3. A estratégia a ser desenvolvida, durante o ano de 2023, 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.

2.4. 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 e à criação e 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. CRITÉRIOS PARA CONTRATAÇÃO DE VEÍCULOS DE COMUNICAÇÃO

3.1. No planejamento das ações de mídia, deverá ser observada as seguintes diretrizes, as características específicas de cada ação:

3.1.1. Usar critérios técnicos na seleção de meios e veículos de comunicação e divulgação;

3.1.2. Diversificar o investimento por meios e veículos;

3.1.3. Considerar a programação de meios e veículos comunicação e de divulgação regionalizados quando adequada à estratégia da campanha publicitária;

3.1.4. 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 da campanha publicitária;

3.1.5. Utilizar pesquisas, dados técnicos de mercado e estudos para identificar e selecionar a programação mais adequada, conforme as características de cada campanha publicitária;

3.1.6. 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.

3.1.7. Orientar-se por uma programação abrangente quando existirem outros meios e veículos, sempre que a estratégia e o orçamento permitirem.

3.2. Para definição dos veículos de comunicação e divulgação, deverão ser utilizadas pesquisas de audiência dos diferentes segmentos, categorias e/ou critérios, como índice de afinidade, cobertura geográfica, perfil editorial, perfil comportamental.

3.3. Nos casos de indisponibilidade ou inexistência de dados de pesquisas ou de informações de mercado, recomenda-se uma programação abrangente em busca da ampliação da cobertura da ação.

3.4. São admitidas contratações de serviços que permitam o acompanhamento, o monitoramento, a avaliação e a geração de conhecimento do desempenho das ações publicitárias, em consonância com novas tecnologias, com o objetivo de otimizar as estratégias de mídia ou de expandir os efeitos das mensagens e rentabilizar a compra dos tempos e/ou espaços publicitários, desde que devidamente justificada sua necessidade, para melhoria do desempenho da ação, com base nos incisos I e III do § 1º do art. 2º da Lei nº 12.232/2010.

3.5. No meio internet, os veículos programados devem permitir tecnologias de verificação das veiculações.

3.6. Na programação de veículos, o órgão ou a agência contratada 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. Podendo ainda serem observados os seguintes pontos:

3.6.1. Inclusão por Adequação:

3.6.1.1. Incluir alguns veículos, mesmo se os números forem desfavoráveis, quando ocorrer um caso desses:

- a) O veículo possui alta penetração e afinidade com o target da campanha.
- b) O veículo possui exclusividade ou representa referência num determinado assunto, gênero ou segmento.

3.6.2. Exclusão por adequação:

- 3.6.2.1. A campanha contraria o conteúdo editorial do veículo.
- 3.6.2.2. A criação da campanha não combina com o padrão editorial do veículo.
- 3.6.2.3. O posicionamento do produto não combina com o padrão editorial do veículo.

4. DAS DEMANDAS E EXECUÇÃO

4.1. DAS DEMANDAS:

4.1.1. A Secretaria de Estado de Comunicação executará campanhas próprias e as demandadas pelos Órgãos da Administração Direta elencados no artigo 8º do [Decreto 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. As demandas estão assim definidas:

4.1.1.1. Demanda da própria Secretária de Comunicação: Campanhas de iniciativa da SECOM tratando de assuntos relativos a prestação de contas das obras e ações desenvolvidas pelo Governo, bem como pesquisas quantitativas e qualitativas.

4.1.1.2. Demanda dos Órgãos da Administração Direta: Campanhas específicas que gerem informações sobre ações e programas desenvolvidos pelos órgãos.

4.1.1.3. Demanda das Agências: Campanhas propostas pelas Agências de Publicidade contratadas que não tenham sido abordadas nas demandas da SECOM e demais Órgãos da Administração direta. A Agência não poderá valorar a campanha, ficando a valoração a cargo da Subsecretária de Publicidade, quando da adequação da estratégia de mídia.

4.2. ETAPAS DE ATENDIMENTO DAS DEMANDAS:

4.2.1. Demanda da própria Secretária de Comunicação:

4.2.1.1. O Secretário de Estado de Comunicação encaminhará solicitação de campanha para análise da Subsecretária de Publicidade.

4.2.1.2. A Subsecretária de Publicidade e Propaganda encaminhará a demanda para o chefe da assessoria responsável pela campanha (institucional ou utilidade pública)

4.2.1.3. O chefe da assessoria responsável analisará a possibilidade de atendimento do pleito. Caso seja possível atender a demanda a Assessoria responsável deverá encaminhar para a Subsecretária de Publicidade para verificação junto a Subsecretaria de Administração Geral de saldo orçamentário para atender a demanda.

4.2.1.4. Após confirmação do saldo orçamentário deverá ser elaborado briefing para encaminhamento as Agências atendendo as seguintes etapas:

- a) Objetivos da Campanha
- b) Público alvo
- c) Período da campanha
- d) Estratégia de mídia

e) Tática de mídia

f) Estimativa de investimento na campanha (detalhada por meio)

4.2.1.5. As propostas de campanhas apresentadas pelas Agências deverão ser encaminhadas para a Comissão de Avaliação para Seleção Interna das Agências de Publicidade e Propaganda, para pronunciamento conforme prevê a [Portaria nº 9 de 01 de abril de 2019](#).

4.2.1.6. Após a seleção da agência, a comissão enviará ao chefe da Assessoria responsável que remeterá o resultado a Subsecretária de publicidade e propaganda, a qual deverá submeter ao Secretário de Estado de Comunicação o resultado da seleção solicitando autorização para o desenvolvimento da demanda ou apresentado motivos para não atendimento da mesma.

4.2.1.7. Autorizada a Campanha pelo Secretário a Subsecretaria de Publicidade solicitará a SUAG o empenho da despesa.

4.2.2. Demanda dos Órgãos do GDF:

4.2.2.1. Demanda endereçada para o Secretário de Estado de Comunicação que encaminhará a mesma para Subsecretaria de Publicidade e Propaganda

4.2.2.2. A Subsecretária de Publicidade e Propaganda encaminhará a demanda para o chefe da assessoria responsável pela campanha (institucional ou utilidade pública)

4.2.2.3. O chefe da assessoria responsável analisará a possibilidade de atendimento do pleito. Caso seja possível atender a demanda a Assessoria responsável deverá encaminhar para a Subsecretária de Publicidade para verificação junto a Subsecretaria de Administração Geral de saldo orçamentário para atender a demanda.

4.2.2.4. Após confirmação do saldo orçamentário deverá ser elaborado briefing para encaminhamento as Agências atendendo as seguintes etapas:

a) Objetivos da Campanha

b) Público alvo

c) Período da campanha

d) Estratégia de mídia

e) Tática de mídia

f) Estimativa de investimento na campanha (detalhada por meio)

4.2.2.5. As propostas de campanhas apresentadas pelas Agências deverão ser encaminhadas para a Comissão de Avaliação para Seleção Interna das Agências de Publicidade e Propaganda, para pronunciamento conforme prevê a Portaria nº 9 de 01 de abril de 2019.

4.2.2.6. Após a seleção da agência, a comissão enviará ao chefe da Assessoria responsável que remeterá o resultado a Subsecretária de publicidade e propaganda, a qual deverá submeter ao Secretário de Estado de Comunicação o resultado da seleção solicitando autorização para o desenvolvimento da demanda ou apresentado motivos para não atendimento da mesma.

4.2.2.7. Autorizada a Campanha pelo Secretário a Subsecretaria de Publicidade solicitará a SUAG o empenho da despesa.

4.2.2.8. Quando da apresentação das peças publicitárias o órgão demandante será convocado para reunião de aprovação da campanha. A referida reunião deverá ser registrada em ata com a assinatura dos representantes da SECOM, Agência responsável pela campanha e do Órgão demandante.

4.2.3. Demanda das Agências:

4.2.3.1. A Agência solicitante deverá encaminhar para o Secretário de Estado de Comunicação proposta de campanha contendo as seguintes etapas:

a) Objetivos da Campanha

- b) Público alvo
- c) Período da campanha
- d) Estratégia de mídia
- e) Tática de mídia
- f) Estimativa de investimento na campanha (detalhada por meio)

4.2.3.2. O Secretário enviará o processo à Subsecretaria de Publicidade, para análise e deliberação da Comissão de Avaliação para Seleção Interna das Agências de Publicidade e Propaganda.

4.2.3.3. Após a avaliação, a comissão enviará a deliberação ao chefe da Assessoria responsável que remeterá o resultado a Subsecretaria de Publicidade e propaganda, a qual deverá submeter ao Secretário de Estado de Comunicação a deliberação da seleção solicitando autorização para o desenvolvimento da demanda ou apresentado motivos para não atendimento da mesma.

4.2.3.4. Autorizada a Campanha pelo Secretário a Subsecretaria de Publicidade solicitará a SUAG o empenho da despesa.

4.2.3.5. As propostas de mídias apresentadas pelas Agências deverão vir acompanhadas das devidas justificativas.

5. DAS DEFINIÇÕES

5.1. Serviços de publicidade - 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. 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:

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

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

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

5.1.4. Aquisição de materiais para distribuição gratuita, entendidos como veículos especiais de propaganda, neles incluídos agendas, adesivos, stands, fitas gravadas, faixas, calendários e assemelhados;

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

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

5.1.7. 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 12.232 de 2010;

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

5.1.9. 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.

5.1.10. 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.

5.1.11. 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.

5.1.12. 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.

5.2. Briefing – é o documento que registra os dados necessários para a criação de um projeto, e destacará as seguintes informações:

5.2.1. Objetivos da Campanha – definição de variáveis que nortearão a programação de meios e veículos de comunicação e divulgação, tais como, alcance do público alvo, frequência média e período ou continuidade de veiculação;

5.2.2. Público alvo - é o segmento do mercado que se quer atingir

5.2.3. Período da campanha – tempo (dias, meses) em que se pretende veicular uma campanha.

5.2.4. Estratégia de mídia - definição dos meios apropriados para o efetivo alcance dos objetivos de mídia, levando-se em consideração período, público-alvo, índices de penetração e afinidade dos meios, solução criativa e investimento para a realização da ação;

5.2.5. Tática de mídia – apresentação detalhada da maneira como a estratégia de mídia será executada;

5.2.6. Estimativa de investimento na campanha (detalhada por meio) – são todos os custos para a produção da campanha.

6. DOS TIPOS DE PUBLICIDADE

6.1. 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.

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

6.2.1. PUBLICIDADE INSTITUCIONAL: 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.

6.2.2. 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.

6.2.3. 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. As campanhas de utilidade pública 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.

6.3. CLASSIFICAÇÃO DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO:

CLASSIFICAÇÃO DOS MEIOS	
MÍDIA ELETRÔNICA	MÍDIA IMPRESSA

TV Aberta	
TV Fechada (por assinatura)	Revistas
Rádio	Jornal
Cinema	Anuários
Painéis Eletrônicos	
MÍDIA DIGITAL	
Internet (Websites, Hotsites, Links e demais serviços)	
MÍDIA EXTERIOR /Midia Out of home (OOH)	
Outdoor;	
Minidoor nas comunidades (Outdoor social);	Mobiliário urbano (bancas de jornal, totens, quiosques, relógios, abrigo de ônibus etc.)
Painéis (backlight, frontlight, empena, luminosos);	Mídia Aeroportuária;
Painel rodoviário;	Mídia Shopping;
Busdoor;	Taxidoor (veiculação em frotas de táxis, placas, vidros ou envelopamento);
Mídia Metrô;	Mídia Card – mensagens em formato de cartão postal;
Telas LCD;	TV corporativa – canais de TV de conteúdo próprio dentro de ambientes empresariais ou comerciais
Celular SMS – envio de mensagens instantâneas por telefonia celular	Bikedoor
BlueTooth – envio de mensagens para equipamentos compatíveis próximo ao ponto de divulgação.	Trio elétrico/carro de som
Mídia em Supermercados;	
Mídia promocional	
Banner;	
Cartaz;	Quiosque ou stand;
Impressos: folder, flyers, volantes, catálogos, tablóides;	Móviles;
VEÍCULOS ALTERNATIVOS DE COMUNICAÇÃO	
§ 9º, ARTIGO 149 DA LEI ORGÂNICA DO DF.	

7. DA PREVISÃO ORÇAMENTÁRIA: A PREVISÃO ORÇAMENTÁRIA PARA OS SERVIÇOS DE PUBLICIDADE, NO ANO DE 2023, DE ACORDO COM A LEI ORÇAMENTÁRIA ANUAL É DE: R\$ 160.000.000,00 (CENTO E SESENTA MILHÕES DE REAIS), ASSIM CLASSIFICADOS:

7.1. PROGRAMA DE TRABALHO: 04.131.6203.8505.0002 – Publicidade e Propaganda – Institucional – SECOM/DF, no valor de R\$ 85.000.000,00 (oitenta e cinco milhões de reais)

7.2. PROGRAMA DE TRABALHO: 04.131.6203.8505.0004 – Publicidade e Propaganda – Utilidade Pública – SECOM/DF, no valor de R\$ 75.000.000,00 (setenta e cinco milhões de reais).

8. DA APLICAÇÃO DO VALOR ORÇAMENTÁRIO:

8.1. O investimento publicitário será utilizado em dois tipos de despesas:

8.1.1. 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.

8.1.1.1. Despesa estimada em 25% do valor total do contrato com as agências de publicidade e propaganda.

8.1.2. VEICULAÇÃO – Distribuição da produção publicitária aos veículos e demais meios de comunicação, incluindo mídia televisiva, radiofônica, impressa, eletrônica, digital e exterior das campanhas institucionais, de utilidade pública e da publicidade de matéria legal.

8.1.2.1. Despesa estimada em 75% do valor total dos contratos.

9. DOS GRUPOS E TEMAS DE CAMPANHAS PUBLICITÁRIAS:

9.1. A Secretaria de Estado de Comunicação dividiu o plano anual de publicidade-2023 em seis grupos:

9.1.1. Grupo 1 – Saúde, Educação e Esporte:

9.1.1.1. Neste grupo serão contempladas campanhas com o objetivo de informar, educar e orientar a população do DF, sobre ações realizadas nos temas pertinentes ao segmento, tais como vacinação, dengue, combate e prevenção de doenças, matrículas, cartão escolar, programas sociais realizados através do esporte, entre outras demandas. Além de, também, dar publicidade sobre o que vem sendo realizado nessas áreas, como a reforma de escolas, hospitais, quadras esportivas ou a contratação de pessoal e outras demandas pertinentes ao grupo.

9.1.2. Grupo 2 – Mobilidade, Infraestrutura, Meio Ambiente, Ordem Urbanística, Tecnologia e Parcerias:

9.1.2.1. Serão contempladas campanhas com o objetivo de informar a população do DF acerca de ações sobre alterações de cunho estrutural no Distrito Federal, bem como orientá-lo aos riscos causados por queimadas irregulares, combate ao uso irregular de área pública e, ainda, os cuidados relacionados à preservação do meio ambiente e ao descarte correto de resíduos, disponibilização para a população de novas tecnologias e parcerias públicos privadas, enquadrando-se também, neste grupo, a prestação de contas das obras realizadas pelo GDF, a fim de mostrar ao cidadão a destinação do investimento feito através da arrecadação dos impostos, bem como o retorno a ser usufruído pela população e o impacto das obras em suas vidas.

9.1.3. Grupo 3 – Economia, Planejamento, Desenvolvimento Econômico, Trabalho, Agricultura, Turismo e Cultura:

9.1.3.1. Neste grupo serão contempladas campanhas com o objetivo de informar ao cidadão acerca da relevância do recolhimento de tributos e a importância da participação popular na elaboração da lei de Diretrizes orçamentárias e na apresentação de propostas para a lei orçamentária anual, bem como da observância das datas de vencimento das parcelas, para dar continuidade às ações de desenvolvimento econômico do DF; bem como prestar contas acerca da destinação da aplicação dos tributos arrecadados. Além disso, neste grupo serão contempladas campanhas destinadas a estimular o turismo, a cultura, na agricultura divulgar ações para promover o desenvolvimento rural, econômico e ambiental sustentável, além da fiscalização e inspeção animal e vegetal, no Trabalho incentivar a qualificação da mão de obra no DF e incentivar criação de novos postos de trabalho.

9.1.4. Grupo 4 – Segurança, Justiça e Mulher:

9.1.4.1. Serão contempladas campanhas com o objetivo de informar e prestar contas à população do DF sobre os temas como: Divulgação das ações do GDF de combate a violações dos direitos das minorias, alertar a população sobre os riscos nos períodos de estiagem e chuvas, enfrentamento da violência, dos índices relacionados à segurança no DF, além de divulgar os serviços de proteção, acolhimento e os canais de denúncia disponibilizados pelo GDF aos cidadãos, bem como a garantia dos direitos das mulheres e a proteção deste grupo.

9.1.5. Grupo 5 – Ação Social, Habitação, Direitos Humanos e Juventude:

9.1.5.1. Serão contempladas campanhas de prestação de contas para informar à população do DF acerca dos temas relacionados ao segmento; abrangendo, ainda a divulgação de informações relacionadas às políticas públicas destinadas às pessoas em situação de vulnerabilidade social, à política habitacional, aos direitos da pessoa com deficiência, ao combate da discriminação racial e a política distrital destinada a inclusão social e ambiental dos jovens.

9.1.6. Grupo 6 - Publicidade Legal, Notas Oficiais, Pesquisas e Prestação de Contas:

9.1.6.1. 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.

9.1.6.2. Nota Oficial - texto distribuído em situações que requerem um posicionamento forte e definido de assuntos que possam interferir no cotidiano do cidadão ou no bom funcionamento das atividades governamentais. Pode ser enviada aos meios de comunicação ou publicada como matéria paga.

9.1.6.3. Pesquisa terá como objetivo aferir as campanhas realizadas com o objetivo de traçar estratégias para novas campanhas.

9.1.6.4. Prestação de contas terá como objetivo divulgar os benefícios entregues a população seja em obras que buscam a melhoria das cidades, bem como as entregas sociais que visam o bem-estar da comunidade do Distrito Federal.

10. A DESTINAÇÃO DOS INVESTIMENTOS ESTÁ PREVISTA DA SEGUINTE FORMA:

a) Grupo 1 – Investimento Previsto: 30,24%

b) Grupo 2 - Investimento previsto: 25,13%

c) Grupo 3 – Investimento previsto: 7,05%

d) Grupo 4 – Investimento previsto: 2,96%

e) Grupo 5 - Investimento previsto: 6,75%

f) Grupo 6 - Investimento previsto: 27,87%

10.1 Para o Plano anual de 2023, fez-se necessário um novo ajuste para que os investimentos estejam adequadamente distribuídos nos seis grupos, para isso foi necessário incluir no grupo 6: pesquisas e campanhas de prestação de contas.

10.2. Para a definição dos valores foi necessária realizar uma adequação nos valores empenhados em 2022 no grupo 2, remanejando os investimentos aplicados em campanhas de prestação de contas para o grupo 6, para assim buscar os valores reais para investimentos em 2023.

10.3. Quanto a definição dos percentuais de investimento para 2023, foram utilizados os estabelecidos no Plano Anual de Publicidade 2022, fazendo-se uma média com os investimentos já adequados nos respectivos grupos.

10.4. É importante ressaltar que os percentuais indicados para investimento, devem ser tratados como previsão, já que no decorrer no ano podem ocorrer variações, sendo necessária uma incrementação maior em grupos com percentuais menores, por ocasião de alguma emergência, como foi o caso da COVID-19.

11. INDICADORES DE DESEMPENHO:

11.1. Após o final de cada campanha será realizada pesquisa de avaliação, objetivando aferir a impactação da campanha publicitária de acordo com os seguintes indicadores de desempenho (adequação feita para atender a informação 93/2021-Digem1 do Tribunal de contas do DF):

a) 90% a 100 % - Excelente

b) 60% a 89% - Bom

c) 30% a 59% - Regular

d) 0% a 29% - Insuficiente

11.2. Quando o indicador de desempenho for insuficiente ou regular a Subsecretaria de Publicidade deverá elaborar relatório em conjunto com Agências contratadas e órgão demandante, buscando verificar as causas de deram origem ao desempenho indesejado e apontando soluções e novas estratégias para futuras campanhas.

11.2.1. Quando se tratar de desempenho insuficiente ou regular, a subsecretaria de publicidade deverá comunicar o fato a comissão executora do contrato para que faça constar na avaliação de desempenho da agência quando da renovação do contrato.

11.3. 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/>. Também será publicado, os indicadores de desempenho de cada campanha atendendo ao inciso III letra "a" da Decisão 6370/2014 do Tribunal de contas do DF.

11.4. Todas as campanhas que serão executadas no ano de 2023 e estarão resguardadas pelo Decreto nº 36.451/2015 e demais leis e instruções normativas correlatas à matéria não citadas neste plano.

11.5. Caberá a Subsecretária de Publicidade e Propaganda o fiel cumprimento da desta Instrução Normativa.

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

WELIGTON MORAES

ANEXO I

TEMAS DE CAMPANHAS POR ÓRGÃOS	
ORGÃO	TEMA DA CAMPANHA
ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DE ÁGUAS CLARAS	PRAÇA SAUDÁVEL ÁGUAS CLARAS (3ª EDIÇÃO)
ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DE BRAZLANDIA	FESTA DA GOIABA (Festa tradicional realizada para todo DF)
ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DE BRAZLANDIA	ANIVERSÁRIO DE BRAZLÂNDIA (90 anos)
ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DE BRAZLANDIA	FESTA DO MORANGO DE BRASÍLIA
ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DE TAGUATINGA	ANIVERSÁRIO DE 65 ANOS DE TAGUATINGA
ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DO CRUZEIRO	ANIVERSÁRIO DO CRUZEIRO -lançamento de selo comemorativo
ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DO CRUZEIRO	CAMPANHA DE CONSCIENTIZAÇÃO - DESCARTE CORRETO DE LIXO
ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DO CRUZEIRO	CARNAVAL
ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DO CRUZEIRO	FESTAS JUNINAS
ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DO CRUZEIRO	ANIVERSÁRIO DO CRUZEIRO
ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DO CRUZEIRO	FESTAS DE FIM DE ANO
ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DO CRUZEIRO	OBRAS FUTURAS
ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DO SIA	DESCARTE CONSCIENTE DE LIXO EM ÁREA PÚBLICA
ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DO VARJÃO	CONSTRUÇÃO RESTAURANTE COMUNITÁRIO
ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DO VARJÃO	DESCARTE CONSCIENTE DE LIXO EM ÁREA PÚBLICA
ADMINISTRAÇÃO REGIONAL DO VARJÃO	REVITALIZAÇÃO NA CIDADE
SECRETARIA DA MULHER	CARNAVAL SEM ASSÉDIO
SECRETARIA DA MULHER	MARÇO MAIS MULHER
SECRETARIA DA MULHER	OUTUBRO ROSA

SECRETARIA DA MULHER	16 DIAS DE ATIVISMO PELO FIM DA VIOLÊNCIA CONTRA AS MULHERES
SECRETARIA DA MULHER	COMBATE À VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER E AO FEMINICÍDIO
SECRETARIA DE AGRICULTURA, ABASTECIMENTO E DESENVOLVIMENTO RURAL	BIOSSEGURIDADE NAS PROPRIEDADES COM EXPLORAÇÕES PECUÁRIAS
SECRETARIA DE AGRICULTURA, ABASTECIMENTO E DESENVOLVIMENTO RURAL	NOTIFICAÇÃO DE DOENÇAS EM ANIMAIS DE INTERESSE PECUÁRIO NO DF
SECRETARIA DE AGRICULTURA, ABASTECIMENTO E DESENVOLVIMENTO RURAL	ATUALIZAÇÃO CADASTRAL DO REBANHO DO DF
SECRETARIA DE AGRICULTURA, ABASTECIMENTO E DESENVOLVIMENTO RURAL	VACINAÇÃO CONTRA BRUCELOSE
SECRETARIA DE AGRICULTURA, ABASTECIMENTO E DESENVOLVIMENTO RURAL	VACINAÇÃO CONTRA RAIVA DE BOVINOS, BUBALINOS E EQUÍDEOS
SECRETARIA DE AGRICULTURA, ABASTECIMENTO E DESENVOLVIMENTO RURAL	SEMANA DO ALIMENTO SEGURO
SECRETARIA DE AGRICULTURA, ABASTECIMENTO E DESENVOLVIMENTO RURAL	VAZIO SANITÁRIO PARA A CULTURA DA SOJA
SECRETARIA DE AGRICULTURA, ABASTECIMENTO E DESENVOLVIMENTO RURAL	VAZIO SANITÁRIO PARA A CULTURA DO FEIJÃO COMUM
SECRETARIA DE AGRICULTURA, ABASTECIMENTO E DESENVOLVIMENTO RURAL	ADOTE UM ANIMAL
SECRETARIA DE AGRICULTURA, ABASTECIMENTO E DESENVOLVIMENTO RURAL	ATUALIZAÇÃO CADASTRAL DO REBANHO DO DF
SECRETARIA DE AGRICULTURA, ABASTECIMENTO E DESENVOLVIMENTO RURAL	VACINAÇÃO CONTRA BRUCELOSE
SECRETARIA DE AGRICULTURA, ABASTECIMENTO E DESENVOLVIMENTO RURAL	VACINAÇÃO CONTRA RAIVA DE BOVINOS, BUBALINOS E EQUÍDEOS
SECRETARIA DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO	RECICLOTECH II - DIVULGAÇÃO CONTINUADA
SECRETARIA DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO	WI-FI SOCIAL DF
SECRETARIA DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA E INOVAÇÃO	CAMPUS PARTY
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO	BALANÇO INSTITUCIONAL
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO	GDF PARA TODOS
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO	NOTA OFICIAL
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO	PESQUISAS QUALITATIVA E QUANTITATIVA
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO	PRESTAÇÃO DE CONTAS
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO	PUBLICIDADE LEGAL
SECRETARIA DE COMUNICAÇÃO	TUDO EXPLICADINHO

SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA	CARNAVAL
SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA	REABERTURA DO TEATRO NACIONAL
SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA	ANIVERSÁRIO DE BRASÍLIA
SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA	PRÊMIO CANDANGO DE LITERATURA
SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA	PRÊMIO CANDANGUINHO DE POESIA INFANTOJUVENIL
SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA	CULTURA NAS CIDADES
SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA	ESCOLA DE CARNAVAL
SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA	FESTIVAL DE BRASÍLIA DO CINEMA BRASILEIRO
SECRETARIA DE CULTURA E ECONOMIA CRIATIVA	RÉVEILLON 2024
SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL	AGENDAMENTOS DE ATENDIMENTOS NOS CRAS
SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL	INAUGURAÇÃO DE NOVOS RESTAURANTES COMUNITÁRIOS, EM SOL NASCENTE E ARNIQUEIRA.
SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL	REESTRUTURAÇÃO DA ATENÇÃO SOCIAL BÁSICA
SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL	TRÊS ANOS DO CARTÃO PRATO CHEIO
SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO SOCIAL	TRÊS ANOS DO PROGRAMA BOLSA MATERNIDADE
SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO URBANO E HABITAÇÃO	PLANO DISTRITAL DE HABITAÇÃO DE INTERESSE SOCIAL (PLANDHIS)
SECRETARIA DE DESENVOLVIMENTO URBANO E HABITAÇÃO	REVISÃO DO PLANO DIRETOR DE ORDENAMENTO TERRITORIAL (PDOT)
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO	CARTÃO PDAF
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO	EDUCAÇÃO DE JOVENS E ADULTOS (EJA)
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO	INSCRIÇÕES PARA AÇÕES DE FORMAÇÃO DA EAPE
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO	CENTRO INTERESCOLAR DE LÍNGUAS (CIL)
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO	EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO	INSCRIÇÕES PARA AÇÕES DE FORMAÇÃO DA EAPE
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO	INSCRIÇÕES DE NOVOS ESTUDANTES
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO	EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO	REMANEJAMENTO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO	RENOVAÇÃO DE MATRÍCULAS NA REDE PÚBLICA
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO	CENTRO INTERESCOLAR DE LÍNGUAS (CIL)
SECRETARIA DE ESPORTE E LAZER	CENTROS OLÍMPICOS
SECRETARIA DE ESPORTE E LAZER	FUTURO CAMPEÃO
SECRETARIA DE FAZENDA	IPVA 2023
SECRETARIA DE FAZENDA	NOVA SISTEMÁTICA DO ISS
SECRETARIA DE FAZENDA	PROGRAMA DE CONCESSÃO DE CRÉDITOS NOTA LEGAL - 2023
SECRETARIA DE FAZENDA	IPTU 2023

SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE TRABALHO ESCRAVO
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	DIA NACIONAL DE COMBATE À INTOLERÂNCIA RELIGIOSA – 21 DE JANEIRO
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	DIVULGAÇÃO DAS ELEIÇÕES DE ESCOLHA DE CONSELHEIRO TUTELAR
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	LANÇAMENTO DA LEI Nº 12.594 INSTITUIU O SISTEMA NACIONAL DE ATENDIMENTO SOCIOEDUCATIVO (SINASE)
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	NÃO EXISTE UM CAMINHO PARA PAZ. A PAZ É O CAMINHO
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	CARNAVAL DOS DIREITOS HUMANOS E IGUALDADE RACIAL
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	CONCURSO DE DESENHO E REDAÇÃO “NEM TUDO QUE É LEGAL É LEGAL DE VERDADE”
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	DIA NACIONAL DE COMBATE ÀS DROGAS E ALCOOLISMO
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	NÃO AO CRIME DE IMPORTUNAÇÃO SEXUAL NO CARNAVAL
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	SEMANA MUNDIAL DE HARMONIA INTER-RELIGIOSA – 1ª SEMANA DE FEVEREIRO
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	CONCURSO DE REDAÇÃO - TRÁFICO DE PESSOAS NO DF: ESSE CRIME É REAL
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	BULLYING NÃO
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	DIA MUNDIAL SEM TABACO – 31 DE MAIO
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	PREVENÇÃO E COMBATE AO ABUSO E À EXPLORAÇÃO SEXUAL DE CRIANÇAS NO DISTRITO FEDERAL
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	PROGRAMA ACOLHE DF
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	CIGARRO ELETRÔNICO: HERÓI OU VILÃO
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE PREVENÇÃO E COMBATE À TORTURA
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	DIA DO ORGULHO LGBTI : 28 DE JUNHO
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	NÃO À AGRESSÃO CONTRA CRIANÇAS
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	UM OLHAR DE CUIDADO COM OS IDOSOS
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	COMEMORAÇÕES ALUSIVAS AO ANIVERSÁRIO DO ESTATUTO DA CRIANÇA E DO ADOLESCENTES (ECA)
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	CORAÇÃO AZUL
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	SEMANA DE ENFRENTAMENTO AO TRÁFICO DE PESSOAS
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	COMEMORAÇÃO EM HOMENAGEM À LEI MARIA DA PENHA
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE AS POLÍTICAS DE INCLUSÃO SOCIAL DA POPULAÇÃO EM SITUAÇÃO DE RUA NO DISTRITO FEDERAL
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	DIA DO SERVIDOR SOCIOEDUCATIVO
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	DROGAS: PREVENÇÃO E AÇÃO
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	DIA DE COMBATE À INTOLERÂNCIA RELIGIOSA NO DF
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	TODOS CONTRA A VIOLÊNCIA CONTRA A MULHER
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	LANÇAMENTO DA CARTILHA DA SEJUS PARA A PREVENÇÃO E COMBATE À VIOLÊNCIA CONTRA MENINAS E MULHERES
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	VINTE E UM DIAS DE ATIVISMO
SECRETARIA DE JUSTIÇA E CIDADANIA	DIA INTERNACIONAL DOS DIREITOS HUMANOS
SECRETARIA DE JUVENTUDE	CENTROS DE REFERÊNCIA DA JUVENTUDE NAS REGIÕES ADMINISTRATIVAS DO DISTRITO FEDERAL
SECRETARIA DE JUVENTUDE	MAIS QUE VENCEDOR (GRATUIDADE CURSOS PRÉ VESTIBULAR)
SECRETARIA DE JUVENTUDE	POLÍTICA DISTRITAL DA JUVENTUDE SAUDÁVEL
SECRETARIA DE JUVENTUDE	PROGRAMA BOLSA UNIVERSITÁRIA DE ESTUDO
SECRETARIA DE JUVENTUDE	“AUXÍLIO FINANCEIRO” AO JOVEM

SECRETARIA DE JUVENTUDE	"POLÍTICA EU ESCOLHI ESPERAR" PARA PREVENÇÃO E CONSCIENTIZAÇÃO SOBRE GRAVIDEZ PRECOCE NO DF
SECRETARIA DE JUVENTUDE	CADASTRO DISTRITAL DE INFORMAÇÃO PARA A PROTEÇÃO DA INFÂNCIA E DA JUVENTUDE
SECRETARIA DE JUVENTUDE	DIVULGAÇÃO DE FOTOGRAFIAS DE JOVENS DESAPARECIDOS, COM IDADE ENTRE 15 E 29 ANOS
SECRETARIA DE JUVENTUDE	FUNDO EXCLUSIVO DISTRITAL DE JUVENTUDE – FDJ
SECRETARIA DE JUVENTUDE	GRATUIDADE AOS JOVENS DE 15 A 29 ANOS EM PROJETOS CULTURAIS FOMENTADOS COM RECURSOS PÚBLICOS
SECRETARIA DE JUVENTUDE	OBSERVATÓRIO DE PROTEÇÃO INTEGRAL À JUVENTUDE
SECRETARIA DE JUVENTUDE	PLANO DISTRITAL DE JUVENTUDE NO ÂMBITO DO DISTRITO FEDERAL
SECRETARIA DE JUVENTUDE	POLÍTICA DISTRITAL DE ATENDIMENTO JUVENIL AOS EGRESSOS DE SERVIÇOS DE ACOLHIMENTO
SECRETARIA DE JUVENTUDE	POLÍTICA DISTRITAL DE QUALIFICAÇÃO TÉCNICA PARA O JOVEM TUTELADO
SECRETARIA DE JUVENTUDE	POLÍTICA DISTRITAL DESTINADA À INCLUSÃO SOCIAL E AMBIENTAL DE JOVENS
SECRETARIA DE JUVENTUDE	PRIMEIRO CRÉDITO PARA A JUVENTUDE RURAL
SECRETARIA DE JUVENTUDE	PROJETO VIRA VIDA (RESGATE DE JOVENS VÍTIMAS DE VIOLÊNCIA SEXUAL)
SECRETARIA DE JUVENTUDE	"SEMANA DA JUVENTUDE CRISTÃ"
SECRETARIA DE JUVENTUDE	POLÍTICA PÚBLICA DOS JOGOS DA JUVENTUDE
SECRETARIA DE OBRAS E INFRAESTRUTURA	DRENAR DF
SECRETARIA DE OBRAS E INFRAESTRUTURA	CONSTRUÇÃO DO TÚNEL DE TAGUATINGA.
SECRETARIA DE OBRAS E INFRAESTRUTURA	CONSTRUÇÃO DO VIADUTO DA EPIG
SECRETARIA DE OBRAS E INFRAESTRUTURA	RETOMADA DAS OBRAS NO SETOR HABITACIONAL SOL NASCENTE
SECRETARIA DE OBRAS E INFRAESTRUTURA	REVITALIZAÇÃO DA VIA HÉLIO PRATES
SECRETARIA DE OBRAS E INFRAESTRUTURA	REVITALIZAÇÃO DO PAVIMENTO DA W3
SECRETARIA DE OBRAS E INFRAESTRUTURA	REVITALIZAÇÃO DO SETOR COMERCIAL SUL
SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E ADMINISTRAÇÃO	PROGRAMA CARTÃO GÁS
SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E ADMINISTRAÇÃO	AUDIÊNCIA PÚBLICA RELATIVA À ELABORAÇÃO DO PLANO PLURIANUAL 2024-2027
SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E ADMINISTRAÇÃO	CENTRAL 156 MAIS INTELIGENTE
SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E ADMINISTRAÇÃO	LEI DE DIRETRIZES ORÇAMENTÁRIAS 2024
SECRETARIA DE PLANEJAMENTO, ORÇAMENTO E ADMINISTRAÇÃO	LEI ORÇAMENTÁRIA ANUAL 2024
SECRETARIA DE PROJETOS ESPECIAIS	PARCERIAS COM A INICIATIVA PRIVADA
SECRETARIA DE PROJETOS ESPECIAIS	PROGRAMA ADOTE UMA PRAÇA
SECRETARIA DE PROTEÇÃO E DA ORDEM URBANÍSTICA	COMBATE AO DEPÓSITO IRREGULAR DE RESÍDUOS SÓLIDOS E INSTALAÇÃO IRREGULAR DE FAIXAS DE PUBLICIDADE

SECRETARIA DE PROTEÇÃO E DA ORDEM URBANÍSTICA	COMBATE À OCUPAÇÃO COMERCIAL IRREGULAR DE ÁREA PÚBLICA
SECRETARIA DE PROTEÇÃO E DA ORDEM URBANÍSTICA	INCENTIVO DA OBTENÇÃO DE LICENÇA DE FUNCIONAMENTO COMERCIAL
SECRETARIA DE PROTEÇÃO E DA ORDEM URBANÍSTICA	REGULARIZAÇÃO DE ENGENHOS PUBLICITÁRIOS
SECRETARIA DE PROTEÇÃO E DA ORDEM URBANÍSTICA	MONITORAMENTO POR GEORPROCESSAMENTO E DADOS GEOESPACIAIS
SECRETARIA DE PROTEÇÃO E DA ORDEM URBANÍSTICA	COMBATE À OCUPAÇÃO IRREGULAR DO SOLO
SECRETARIA DE SAÚDE	DIA MUNDIAL DA DIABETES
SECRETARIA DE SAÚDE	ESTRATÉGIA SAÚDE DA FAMÍLIA
SECRETARIA DE SAÚDE	NOVEMBRO AZUL
SECRETARIA DE SAÚDE	ONDE BUSCAR ATENDIMENTO
SECRETARIA DE SAÚDE	PREVENÇÃO À TUBERCULOSE
SECRETARIA DE SAÚDE	DENGUE, CHIKUNGUNYA E ZIKA
SECRETARIA DE SAÚDE	MULTIVACINAÇÃO
SECRETARIA DE SAÚDE	POLIOMIELITE
SECRETARIA DE SAÚDE	MARÇO LILÁS
SECRETARIA DE SAÚDE	INFLUENZA
SECRETARIA DE SAÚDE	DOAÇÃO DE LEITE MATERNO
SECRETARIA DE SAÚDE	DOAÇÃO DE LEITE MATERNO
SECRETARIA DE SAÚDE	CARNAVAL E AS ISTS
SECRETARIA DE SAÚDE	DIA DOS NAMORADOS E DIA DO ORGULHO LGBTIQI
SECRETARIA DE SAÚDE	DIA MUNDIAL SEM TABACO
SECRETARIA DE SAÚDE	DENGUE, CHIKUNGUNYA E ZIKA
SECRETARIA DE SAÚDE	VACINAÇÃO ANTIRRÁBICA
SECRETARIA DE SAÚDE	AGOSTO DOURADO
SECRETARIA DE SAÚDE	OUTUBRO ROSA
SECRETARIA DE SAÚDE	SETEMBRO VERDE
SECRETARIA DE SAÚDE	COVID
SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA	CAMPANHA FURTO EM VEÍCULO (TRIMESTRAL)
SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA	FURTO DE CABOS DE ENERGIA (TRIMESTRAL)
SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA	REDUÇÃO CONTÍNUA DE HOMICÍDIOS E/OU OUTROS CRIMES DE RELEVÂNCIA.
SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA	CAMPANHA CONTRA ROUBO E FURTO DE CELULAR.
SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA	TROTOS AOS SERVIÇOS DE EMERGÊNCIA.
SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA	CAMPANHA PREVENTIVA E EDUCATIVA DA DEFESA CIVIL SOBRE OS PERÍODOS DE ESTIAGEM E DE CHUVAS NO DISTRITO FEDERAL.
SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA	BALANÇO SEMESTRAL DA SEGURANÇA PÚBLICA
SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA	#METAACOLHER - DE PREVENÇÃO AO FEMINICÍDIO
SECRETARIA DE SEGURANÇA PÚBLICA	CAMPANHA PREVENTIVA E EDUCATIVA DA DEFESA CIVIL SOBRE OS PERÍODOS DE ESTIAGEM E DE CHUVAS NO DISTRITO FEDERAL.
SECRETARIA DE TRABALHO	CADASTRAMENTO DE CICLISTAS TRABALHADORES POR APLICATIVO
SECRETARIA DE TRABALHO	CADASTRAMENTO DE LAVADORES DE VEÍCULOS

SECRETARIA DE TRABALHO	CESTA DO TRABALHADOR
SECRETARIA DE TRABALHO	FÁBRICA SOCIAL
SECRETARIA DE TRABALHO	PROSPERA
SECRETARIA DE TRABALHO	QUALIFICADF MÓVEL
SECRETARIA DE TRABALHO	RENOVADF
SECRETARIA DE TRABALHO	QUALIFICADF
SECRETARIA DE TRABALHO	APLICATIVO DO TRABALHO
SECRETARIA DE TRANSPORTE E MOBILIDADE	BENEFÍCIOS DO CARTÃO MOBILIDADE
SECRETARIA DE TRANSPORTE E MOBILIDADE	ESTACIONAMENTOS PAGOS (ZONA VERDE)
SECRETARIA DO MEIO AMBIENTE	SEPARADOS PELO DESTINO
SECRETARIA DO MEIO AMBIENTE	CAMPANHA DE COMBATE A INCÊNDIOS FLORESTAIS
UNIVERSIDADE DO DISTRITO FEDERAL	ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO
UNIVERSIDADE DO DISTRITO FEDERAL	NOVIDADES DA UNDF EM 2023
UNIVERSIDADE DO DISTRITO FEDERAL	OUVIDORIA UNDF
UNIVERSIDADE DO DISTRITO FEDERAL	PARCERIAS INSTITUCIONAIS
UNIVERSIDADE DO DISTRITO FEDERAL	SEMINÁRIOS, CONGRESSOS E COLÓQUIOS
UNIVERSIDADE DO DISTRITO FEDERAL	ASSISTÊNCIA ESTUDANTIL UNDF 2023
UNIVERSIDADE DO DISTRITO FEDERAL	CONVOCAÇÃO DOCENTES EM 2023 CONCURSO - CARREIRA MAGISTÉRIO
UNIVERSIDADE DO DISTRITO FEDERAL	criação, construção ou aquisição de novos espaços físicos
UNIVERSIDADE DO DISTRITO FEDERAL	DIVULGAÇÃO DOS NOVOS CURSOS
UNIVERSIDADE DO DISTRITO FEDERAL	MATRÍCULAS E/OU VESTIBULAR
UNIVERSIDADE DO DISTRITO FEDERAL	ASSISTÊNCIA ESTUDANTIL UNDF 2023
UNIVERSIDADE DO DISTRITO FEDERAL	criação, construção ou aquisição de novos espaços físicos
UNIVERSIDADE DO DISTRITO FEDERAL	DIVULGAÇÃO DOS NOVOS CURSOS
UNIVERSIDADE DO DISTRITO FEDERAL	MATRÍCULAS E/OU VESTIBULAR

[Este texto não substitui o publicado no DODF nº 12 de 17/01/2023 p. 20, col. 1](#)