

TRANSPORTE URBANO DO DISTRITO FEDERAL

PLANO ANUAL DE PUBLICIDADE E PROPAGANDA DO DFTRANS EXERCÍCIO DE 2019

O DIRETOR-GERAL DO TRANSPORTE URBANO DO DISTRITO FEDERAL, no uso das atribuições que lhe são conferidas e considerando o disposto na Lei nº 3.184, de 29 de agosto de 2003, , alterada pela Lei nº 5.356, de 9 de junho de 2014, publicada no Diário Oficial do Distrito Federal de 10 de junho de 2014, resolve APROVAR o Plano de Publicidade e Propaganda do DFTrans para o exercício de 2019 considerando a dotação orçamentária aprovada por esta autarquia, relativa ao exercício de 2019:

Programa de Trabalho	Natureza	Fonte	Ação	Valor (R\$)
26.131.6001.8505.0025	339039	100	Publicidade e Propaganda Institucional - DFTRANS - Plano Piloto	10.000,00
	339139	100	Publicidade e Propaganda Institucional - DFTRANS - Plano Piloto	140.000,00
Total:				150.000,00

Programa de Trabalho	Natureza	Fonte	Ação	Valor (R\$)
26.131.6216.8505.7910	339039	100	Publicidade e Propaganda - Utilidade Pública DFTRANS - DistritoFederal	50.000,00
Total:				50.000,00

1- O Plano Anual de Publicidade e Propaganda do DFTrans tem como objetivo a divulgação dos projetos e ações desenvolvidas pela autarquia aos usuários do transporte público coletivo e à população do Distrito Federal. A intenção é mostrar as áreas de atuação e os serviços prestados pela autarquia, principalmente nas atividades relacionadas à utilidade pública. Os serviços deverão observar o caráter educativo, informativo e de orientação social.

A publicidade e propaganda institucional e educativa do DFTrans visa estabelecer correspondência direta entre o esforço da autarquia em oferecer uma excelência em serviços no âmbito de suas atribuições e o reconhecimento desse esforço por parte da sociedade. Da mesma forma, visa dar conhecimento desses serviços e das facilidades que o cidadão tem à sua disposição.

Diante da diversidade de necessidades, o principal desafio que se coloca para a comunicação institucional e educativa da autarquia é desenvolver um modelo

eficaz de comunicação. Esta, por sua vez, deve atender a determinadas características e estar em acordo com diretrizes de melhor gestão da comunicação autárquica, entre as quais se destacam:

Caráter permanente e regular - Os materiais criados para este fim devem ser concebidos como parte de uma estratégia de longo prazo, de sedimentação de informações e de conceitos junto aos diversos públicos.

Impacto Persuasivo - As mensagens devem ser concebidas de modo a atrair a atenção e cativar pelo que apresentarem de criativo, inusitado, atraente, aprazível e persuasivo.

2- As campanhas serão realizadas em conjunto ou não com outros órgãos públicos do Distrito Federal de acordo com o período de demanda de cada ação e/ou de acordo com as necessidades circunstanciais de cada projeto ou ação, levando em consideração a disponibilidade orçamentária.

3- Se houver lançamento de uma campanha de publicidade e propaganda por parte do DFTrans, deverá ser estabelecida a época de sua execução, a intensidade da exposição e os custos necessário à produção e veiculação. Igualmente, devem ser analisados os resultados para ver se a estratégia adotada alcançou o objetivo esperado.

4- A previsão de Despesa neste exercício de 2019, de acordo com os recursos orçamentários é a seguinte: a) Criação e produção: 80% (oitenta por cento), b) Veiculação: 20% (vinte por cento).

Determinar a publicação deste Plano no Diário Oficial do Distrito Federal, em cumprimento ao disposto na Lei nº 5.356, de 9 de junho de 2014.

Publicado na edição do DODF de 26/2/2019.