



ANEXO I

BRIEFING EXERCÍCIO CRIATIVO

1. INTRODUÇÃO

ESCLARECIMENTOS INICIAIS

O presente briefing consiste em informações e instruções destinadas às agências de propaganda participantes do procedimento licitatório a ser realizado pelo DEPARTAMENTO ESTADUAL DE TRÂNSITO DE GOIÁS – DETRAN-GO, doravante determinado DETRAN-GO, cujo objeto é a contratação de prestação de serviços de publicidade.

As informações a seguir têm como objetivo apresentar o DETRAN-GO, seus principais objetivos e forma de atuação, aos interessados em participar da presente licitação, bem como, de modo mais específico, apresentando, além dos principais objetivos, sua forma de atuação. Esta entidade será atendida pelas agências de propaganda que forem vencedoras neste certame, ressaltando que a entidade está vinculada ao DETRAN-GO.

Tais informações também têm a finalidade de detalhar o exercício criativo, que incluem sugestões de implementação e capilarização de dados e informes, fornecendo elementos para a realização dessa tarefa pelas licitantes participantes.

1.2. Princípios gerais

Dentro dos princípios que regem a atividade governamental, de total transparência e legalidade de seus atos, salientamos que as ações de publicidade e comunicação deverão ter caráter legal, educativo, informativo, de orientação e mobilização social, em respeito ao disposto no art. 37, § 1º, da Constituição Federal, perseguindo a meta de eficiência e racionalidade para melhorar e aplicar os recursos, com permanente e sistemática avaliação dos resultados.

Deste modo, para atender de forma adequada às necessidades governamentais, a realização de qualquer ação de publicidade, na esfera da administração pública, deverá obedecer sempre ao princípio constitucional supra apontado e, deste modo, adotar como linha de atuação específica um dos seguintes aspectos nos serviços ofertados: de publicidade institucional, legal ou de utilidade pública, de modo geral.

Estas são, em resumo, as características principais da prestação de serviços ser desempenhada pela agência de publicidade quando atender ao DETRAN-GO:



observar sempre a necessidade de obediência aos princípios legais que norteiam a atividade administrativa, a qual é desempenhada no intuito de atender ao interesse público, primordialmente; bem como deve ser respeitado o objetivo de educar, orientar e difundir a população do Estado, quanto às realizações e a execução de programas, projetos e ações, adequados às metas de governo, os quais serão objeto de implementação.

1.3. Marcos Normativos

A presente licitação fundamenta-se na seguinte legislação, referente à matéria publicitária e à contratação de prestação de serviços de publicidade:

1.3. Marcos Normativos

1. Constituição da República Federativa do Brasil, art. 37, §1º;
2. Constituição do Estado de Goiás, Art. 92, XXV, §1º e Art. 169, III, c,;
3. Lei federal nº 8.666, de 21 de junho de 1993 e Lei Estadual nº 17.928, de 27 de dezembro de 2012;
4. Lei federal nº 12.232, de 29 de abril de 2010;
5. Lei federal nº 4.680, de 18 de junho de 1965;
6. Decreto federal nº 57.690, de 1º de fevereiro de 1966, parcialmente alterado pelo Decreto federal nº 4.563, de 31 de dezembro de 2002;
7. Decreto Estadual nº 5.357, de 01 de fevereiro de 2001, com as alterações do Decreto Estadual nº 5.594, de 14 de maio de 2002;
8. Decreto Estadual nº 8.348, de 27 de março de 2015.

2. O CLIENTE

2.1. DEFINIÇÃO

Primeiramente esclarecemos que o cliente é o Departamento Estadual de Trânsito – DETRAN, entidade da administração indireta do Poder Executivo do Estado de Goiás, criado com autonomia administrativa, financeira e patrimonial, jurisdicionada à Secretaria de Estado da Segurança Pública, cuja Comunicação Setorial está subordinada à Secretaria de Comunicação de Goiás (Secom), criada pela Lei nº 20.417/2019. Segundo a referida lei, publicada no Diário Oficial do Estado nº 23.080, de 26 de junho de 2019, entre as competências da Secom está a coordenação das ações de comunicação social, propaganda, publicidade e divulgação na imprensa local, regional e nacional dos atos e das atividades do Poder Executivo estadual, bem como da gestão das redes e mídias sociais.

2.2. PRINCIPAIS ATRIBUIÇÕES DO DETRAN-GO



O Detran-GO é a entidade executiva de trânsito do Estado Goiás, integrante do Sistema Nacional de Trânsito, previsto no inciso III do artigo 7º da Lei federal n.º 9.503, de 23 de setembro de 1997, Código de Trânsito Brasileiro (CTB), e tem por finalidades executar, controlar e fiscalizar, em todo o território do Estado, as atividades de trânsito, nos termos da legislação em vigor.

2.3. AS COMPETÊNCIAS DA ENTIDADE

Compete ao Departamento Estadual de Trânsito:

I – a execução da política estadual de trânsito, observada a legislação federal pertinente;

II – o exercício do poder de polícia relativo a registro, licenciamento e utilização de veículos automotores, fiscalização de trânsito, bem como habilitação de condutores e a execução dos procedimentos a ela atinentes, no que se refere a formação, aperfeiçoamento, reciclagem e suspensão;

III – expedir e cassar Licença de Aprendizagem, Permissão para Dirigir e Carteira Nacional de Habilitação, mediante delegação do órgão federal competente;

IV – vistoriar, inspecionar condições de segurança veicular, registrar, emplacar, selar a placa, e licenciar veículos, expedindo o Certificado de Registro e Licenciamento Anual, mediante delegação do órgão federal competente;

V – estabelecer, em conjunto com a Polícia Militar, as diretrizes para o policiamento ostensivo de trânsito;

VI – executar a fiscalização de trânsito, autuar e aplicar as medidas administrativas cabíveis pelas infrações cometidas contra os dispositivos do Código de Trânsito Brasileiro, no âmbito de sua competência;

VII – aplicar as penalidades por infrações, previstas no âmbito da competência traçada no Código de Trânsito Brasileiro, notificando os infratores e arrecadando as multas que aplicar;

VIII – arrecadar valores provenientes da permanência e da remoção de veículos e objetos;

IX – comunicar ao órgão executivo de trânsito da União a suspensão e cassação do direito de dirigir e o recolhimento da Carteira Nacional de Habilitação - CNH;



X – coletar e disponibilizar dados estatísticos, bem como elaborar estudos sobre acidentes de trânsito e suas causas, bem como propor medidas para a sua redução;

XI – credenciar órgãos ou entidades para a execução de atividades previstas na legislação de trânsito, de acordo com as normas estabelecidas pelo Conselho Nacional de Trânsito - CONTRAN;

XII – implementar as medidas da Política Nacional de Trânsito e do Programa Nacional de Trânsito;

XIII – promover e participar de projetos e programas de educação e segurança de trânsito, de acordo com as diretrizes estabelecidas pelo CONTRAN;

XIV – integrar-se a outros órgãos e entidades do Sistema Nacional de Trânsito para fins de arrecadação e compensação de multas impostas na área de sua competência, com vistas à unificação do licenciamento, simplificação e celeridade das transferências de veículos e de prontuários de condutores de uma para outra unidade da Federação;

XV – fornecer aos órgãos e às entidades executivos de trânsito e rodoviários municipais, os dados cadastrais dos veículos registrados e dos condutores habilitados, para fins de notificação e imposição de penalidades e de arrecadação de multa nas áreas de suas competências;

XVI – fiscalizar o nível de emissão de poluentes e ruídos produzidos pelos veículos automotores ou pela sua carga, de acordo com o estabelecido na legislação, além de dar apoio, quando solicitado, às ações específicas dos órgãos ambientais locais;

XVII – articular-se com os demais órgãos do Sistema Nacional de Trânsito; e

XVIII – realizar outras atividades correlatas.

2.4. ESTRUTURA ORGANIZACIONAL

As unidades administrativas que constituem a estrutura básica e complementar do Departamento Estadual de Trânsito são desdobramentos do Gabinete do Presidente e estão assim dispostas:

I – Chefia de Gabinete

II – Procuradoria Setorial;



III – Comunicação Setorial;

IV – Gerência de Auditoria;

V – Corregedoria Setorial;

VI – Gerência de Ação Integrada;

VII – Gerência da Secretaria-Geral;

VIII – Assessoria de Controle Interno;

IX – Diretoria de Gestão Integrada:

a) Gerência de Planejamento Institucional;

b) Gerência de Execução Orçamentária e Financeira;

c) Gerência de Gestão e Desenvolvimento de Pessoas;

d) Gerência de Compras Governamentais;

e) Gerência de Apoio Administrativo e Logístico e

f) Assessoria Contábil;

X – Diretoria Técnica:

a) Gerência de Credenciamento e Controle;

b) Gerência de Engenharia de Trânsito; e

c) Gerência de Educação de Trânsito;

XI – Diretoria de Operações:

a) Gerência de Habilitação e Exames de Trânsito;

b) Gerência de Regularização de Veículos; e

c) Gerência de Fiscalização e de Aplicação de Penalidades;

XII – Diretoria de Atendimento e Inovação Institucional:

a) Gerência de Atendimento Regional; e

b) Gerência de Tecnologia;

XIII – Regional de Ciretran de Porte 1;

XIV – Regional de Ciretran de Porte 2;

XV – Regional de Ciretran de Porte 3; e

XVI – Juntas Administrativas de Recursos de Infrações – JARI.



2.5. COMPETÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO SETORIAL

I – seguir, disseminar e fiscalizar interna e externamente as diretrizes de comunicação, identidade visual e padronizações estabelecidas pelo Governo do Estado, sob orientação e coordenação da Secretaria de Estado de Comunicação;

II – assistir o titular da Pasta e demais integrantes no relacionamento com os veículos de comunicação;

III – criar e manter canais de comunicação interna e externa dinâmicos e efetivos;

IV – facilitar a interação e articulação interna, propiciando uma comunicação eficiente e eficaz entre as diversas unidades da Pasta;

V – avaliar, elaborar e validar material visual de suporte às atividades internas e externas da Pasta, obedecidos as diretrizes, os manuais de aplicação de marca e as apresentações oferecidos pela Secretaria de Estado de Comunicação, tais como materiais gráficos, sinalização interna e externa e, nos casos conflituosos, buscar suporte junto à Secretaria de Estado de Comunicação;

VI – elaborar material informativo, reportagens e artigos para divulgação interna e externa, bem como acompanhar a posição da mídia no que diz respeito ao campo de atuação da entidade, por meio de clippings e respostas à imprensa, buscando, sempre que necessário, o amparo da Secretaria de Estado de Comunicação;

VII – administrar as informações no sítio da internet e as mídias digitais da entidade, colocando à disposição da sociedade aquelas atualizadas e pertinentes ao campo funcional e à atuação dela, dentro de padrões de qualidade, confiabilidade, segurança, integridade e identidade visual do Governo do Estado, fornecidos pela Secretaria de Estado de Comunicação;

VIII – alimentar as redes sociais da Pasta com postagens relacionadas às ações do Órgão e/ou do Governo do Estado, tendo em vista as necessidades internas e as diretrizes estabelecidas pela Secretaria de Estado de Comunicação;

IX – monitorar as redes sociais e responder a todas as dúvidas e sugestões dadas pela população, com linguagem facilitada e respeitosa, falando sempre em nome do Governo de Goiás, por meio da referida Pasta, bem como encaminhar demandas específicas para as áreas responsáveis;



X – avisar previamente a Secretaria de Estado de Comunicação, sobre as operações e ações de grande proporção e repercussão da Pasta, para que possam atuar em conjunto, de maneira a encontrar a melhor estratégia de comunicação e, assim, o impacto ser mais efetivo na sociedade;

XI – aproximar a sociedade da Entidade, ao dar espaço a ela nas redes sociais da Pasta, com gravações de vídeos, depoimentos e outras formas de interação e participação;

XII – coordenar a atuação de repórteres fotográficos, editores de fotos e vídeos, designers e outros profissionais relacionados à atividade fim de comunicação, estejam eles lotados ou não nas comunicações setoriais, devendo os mesmos atender às solicitações do órgão central, bem como solicitar apoio quando necessário;

XIII – disponibilizar, direta ou indiretamente, por meio dos profissionais envolvidos, por iniciativa própria em casos de repercussão ou atendendo a pedido do órgão central, fotos e vídeos em alta qualidade, devidamente identificados, à Secretaria de Estado de Comunicação, através da Gerência de Imagens e Vídeos, bem como por aplicativos de comunicação em tempo real, durante e logo após eventos;

XIV – produzir imagens com amplitude suficiente para que contemplem evento, reunião ou similar que tenham relevância para o Governo do Estado, quando houver pertinência, além de dar a elas o devido tratamento, selecionando aquelas ou os vídeos de curta duração para o arquivamento na Secretaria de Estado de Comunicação;

XV – manter arquivo de matéria jornalística de interesse da Entidade;

XVI – compor e manter atualizado acervo histórico da evolução tecnológica e administrativa da Entidade;

XVII – manter cadastros atualizados de autoridades de órgãos do Estado de Goiás, de outras entidades públicas ou privados e de órgãos ligados à imprensa;

XVIII – promover assinaturas e distribuição de jornais, revistas e periódicos para as unidades administrativas da Entidade;

XIX – planejar, elaborar, revisar e acompanhar a produção/veiculação de campanhas publicitárias relativas ao DETRAN/GO;



XX – repassar informações à área de Tecnologia da Informação, concernentes à alimentação do sítio do DETRAN/GO quanto à denominada transparência ativa;

XXI – administrar a utilização do auditório de eventos do DETRAN/GO; e

XXII – realizar outras atividades correlatas.

3. OBJETIVO ESPECÍFICO - EXERCÍCIO CRIATIVO: MOTORISTA GOIANO E O USO DA SETA E DA FAIXA DE PEDESTRES – CONSTRUÇÃO DE UMA NOVA RELAÇÃO PARA UM TRÂNSITO MELHOR

3.1 Legislação

O Detran-GO, considerando o prescrito pelos artigos 75 da Lei Federal n.º 9.503/97 - Código de Trânsito Brasileiro (CTB) -, em especial quanto à aplicação de ações de educação para o trânsito, tem o dever de promover campanhas, cujo os temas deverão ser promovidos por todos os órgãos ou entidades do Sistema Nacional de Trânsito. Porém, consideradas as peculiaridades e regionalismo, este documento busca identificar e nortear campanha que gere maior identidade junto à população do estado de Goiás.

Todo motorista pode contribuir com a segurança no trânsito e evitar acidentes com uma atitude simples: dar a seta para indicar com antecedência aos demais condutores, ciclistas e pedestres a intenção de deslocar o veículo. O artigo 196 do CTB estabelece que é preciso indicar com antecedência, mediante gesto regulamentar de braço ou luz indicadora de direção do veículo, o início da marcha, a realização da manobra de parar o veículo, a mudança de direção ou de faixa de circulação. A não observância da atitude configura infração grave, com anotação de 5 pontos na Carteira Nacional de Habilitação, além de multa, estabelecida, atualmente, em R\$ 195,23.

Já a preferência de passagem aos pedestres que estejam na faixa é um dever cívico dos condutores de veículo. Ao avistar uma faixa, o condutor deve diminuir a velocidade e redobrar atenção para dar passagem ao pedestre que pretenda atravessá-la. O motorista deve aguardar que o pedestre termine sua travessia na faixa com segurança, para só então continuar sua condução. Os pedestres também devem ter atenção ao atravessar vias, só realizando a travessia quando todos os motoristas estiverem parados. De acordo com o artigo 214 do Código de Trânsito Brasileiro (CTB), não dar preferência é considerada infração gravíssima e resulta em penalidade de sete pontos na CNH e multa.

Importante frisar que os motoristas não podem para os veículos sobre faixa de pedestre. De acordo com o artigo 183 do Código Brasileiro de Trânsito, parar o



veículo sobre faixa de pedestre na mudança de sinal luminoso é considerado infração média e tem como penalidade multa.

3.2 Cenário

A dificuldade em assimilar a importância do acionamento da seta está entre as principais queixas em relação ao comportamento do motorista goiano. Apesar de estar listado como infração no CTB, o ato é de difícil aplicação por parte das autoridades de trânsito, por suas características e pela quantidade de repetições que um mesmo motorista pode cometer em um trajeto de poucos quilômetros. Ainda assim, em 2019 foram aplicadas 5.962 multas do tipo em todo o Estado – são 16 infrações por dia. O número parece baixo, mas diz respeito apenas ao que salta aos olhos dos agentes de trânsito.

De acordo com a Secretaria Municipal de Trânsito de Goiânia (SMT), 2.036 multas foram aplicadas para motoristas que desrespeitaram faixa de pedestres. Ou seja, em média 169 por mês. A maioria delas foram aplicadas em cruzamentos com semáforos, por conta de condutores que pararam em cima da faixa.

A Educação para o Trânsito busca agir de forma preventiva, evitando a ação da fiscalização. Neste contexto, uma campanha educativa em meios de comunicação e que sirva para orientar, estimular e envolver o motorista goiano a usar a seta e evitar acidentes pode mudar a forma de como as pessoas dirigem, se relacionam com os demais motoristas e geraria um círculo virtuoso, com a consequente diminuição de acidentes, feridos e mortes em um trânsito que vitimou 1.664 pessoas em Goiás, em 2017, segundo dados do Data SUS.

3.3 Requisitos

A campanha publicitária a ser criada deve contar com estratégia de divulgação local, regional e estadual incentivando a pesquisa e compreensão do trânsito e relacionamento dos cidadãos de forma a atender ao interesse público e aos cidadãos em geral, como público-alvo secundário, sempre de olho no futuro e nas novas gerações, como um modelo de gestão moderna;

Além disso, deve haver definição de estratégia de mídia e não mídia a ser realizada, adequada ao público-alvo (tanto primário quanto secundário) de forma eficiente, notadamente tanto de forma ampla quanto restrita (local), devendo ainda a agência considerar e otimizar a utilização de equipamentos e serviços públicos sob responsabilidade da Administração Pública Estadual para atingir, de forma adequada, os objetivos da ação de publicidade, utilizando todos os meios de comunicação aptos a tal fim;



A considerar a necessidade de divulgação e de mudança de cultura e postura, a campanha publicitária deve ser planejada para ser veiculada em médio prazo (de 31 a 60 dias, podendo estender-se por 90 dias);

O proponente deverá desenvolver ferramentas tornando possível ao cliente aferir os resultados alcançados pela ação de publicidade desenvolvida, especialmente voltadas para o público-alvo, especialmente de não mídia;

**Verba estimada para o “briefing” - exercício criativo - R\$ 4.000.000,00
(Quatro milhões de reais)**