

**[dlg]<sup>®</sup>**

QUESITO

**2**

**Capacidade de  
Atendimento**



Pessoas são início,  
fim e meios

*[Handwritten signatures and initials]*

Capacidade de  
atendimento

[ ]

[dlg] diálogo  
COMUNICAÇÃO



Na **Diálogo Comunicação Corporativa e Digital SS**, a comunicação é um compromisso com a construção de sentidos, vínculos e transformações reais.

Ao longo de mais de três décadas, desenvolvemos estratégias que colocam as pessoas no centro, acreditando que é por meio delas que marcas se tornam relevantes, instituições se fortalecem e propósitos ganham vida. Nossa atuação combina inteligência, sensibilidade e escuta profunda para criar soluções que ecoam com autenticidade nos diversos contextos da sociedade contemporânea.

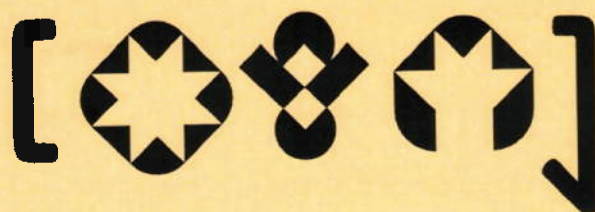
Acreditamos que ações, campanhas e tecnologias são, antes de tudo, caminhos para amplificar o que nos torna humanos. Abraçamos os ciclos em que marcas e pessoas se reinventam juntas, nutridas por transparência, escuta ativa e um propósito genuinamente compartilhado. Em constante diálogo com o futuro, reconhecemos que empresas e instituições precisam de conexões autênticas com seus públicos (clientes, comunidades e colaboradores) para

prosperar com significado.

Nosso nome traduz nossa essência:

**Diálogo.** É por meio dele que cultivamos confiança, promovemos transformação e construímos pontes entre ideias, instituições e pessoas. Seguimos comprometidos com uma comunicação viva, humana e orientada pelo que realmente importa, aquilo que nos conecta. E avançamos sempre com respeito às histórias, trajetórias, desafios e propósitos de nossos clientes.





Na esfera pública, a **Diálogo** acumula um sólido histórico de realizações. Essa jornada teve início com a prestação de serviços ao Ministério da Saúde, e se consolidou ao longo de 30 anos de experiência no apoio às assessorias de comunicação de diversos órgãos públicos nas esferas federal, estadual e municipal, nos setores estatal, autárquico e fundacional, e em instituições privadas.

Com a missão de realizar uma comunicação comprometida com a responsabilidade social e com forte atuação na área de utilidade pública, a **Diálogo** soma resultados expressivos na divulgação de campanhas, programas e ações de clientes como os ministérios da Saúde; da Educação; de Minas e Energia; da Justiça e Segurança Pública; da Agricultura, Pecuária e Abastecimento; e do Desenvolvimento Regional, entre outros.

Nossa carteira de clientes inclui ainda o Ministério do Desenvolvimento Agrário e Agricultura Familiar (MDA), o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan), a Companhia de Desenvolvimento de Maricá (Codemar), o Governo do Maranhão, a Norte Energia, a Caixa Econômica Federal, o Conjunto Cultural Banco do Brasil (CCBB), a Eletrobras e o Sebrae Nacional – exemplos que refletem a confiança construída ao longo de uma trajetória dedicada à comunicação que transforma.



‘ Acreditamos que toda ação,  
campanha e tecnologia é  
caminho para amplificar  
nossa humanidade.

Abraçamos ciclos contínuos em que marcas e pessoas se reinventam juntas, nutridas de transparência e propósito compartilhado, em diálogo constante com o futuro.

Subquesto A

## RELAÇÃO DOS **PRINCIPAIS** CLIENTES



Desde sua criação, o caminho escolhido pela **Diálogo** tem sido o da comunicação transformadora. A diversidade de clientes que a agência atendeu ao longo do tempo compõe um verdadeiro mosaico de histórias, saberes e desafios – prova de sua habilidade em ouvir, compreender e conectar diferentes vozes, visões e propósitos.

*Segue relação dos principais clientes atualmente atendidos pela Diálogo, conforme determinado pela alínea “a” do item 1.5.2 do apêndice III – Apresentação e Julgamento das Propostas Técnicas:*

CNU  
CONSELHO  
NACIONAL  
DE JUSTIÇA

ParkShopping  
Multiplan

CNSeg  
CONSELHO NACIONAL DE SEGURANÇA DE INFORMAÇÃO

GOVERNO DE  
Pernambuco

BANCO CENTRAL  
DO BRASIL

CODEMAR  
MARCA DESENVOLVIMENTO

SEBRAE



Cliente do Poder Executivo Federal  
(atuação nacional e regional)

## MINISTÉRIO DO DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO (MDA)

Em outubro de 2025, a **Diálogo** sagrou-se vencedora da licitação realizada pelo MDA, tendo como objeto a prestação de serviços de comunicação corporativa/institucional com serviços de comunicação digital. O atendimento começou em novembro.

**O Ministério do Desenvolvimento Agrário é um cliente integrante do Poder Executivo Federal.**

Serviços prestados: gerenciamento e atendimento à imprensa nacional e regional; mailing; análise e monitoramento de mídia; produção de conteúdo; cobertura fotográfica; edição de vídeos; captação e edição de áudio; projeto gráfico; diagramação de peças multimídia; conteúdo, diagramação e animação de apresentação, entre outros.

Cliente do Poder Executivo Federal  
(atuação nacional e regional)

## INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL (IPHAN)

Em agosto de 2024, a **Diálogo** sagrou-se vencedora da licitação realizada pelo Iphan, tendo como objeto a prestação de serviços de comunicação corporativa/institucional e digital. O atendimento começou em setembro daquele ano e continua sendo executado.

O Iphan é uma autarquia federal com capilaridade nacional – tem superintendências em todos os estados brasileiros.

**É, portanto, um cliente integrante do Poder Executivo Federal.**

Serviços prestados: na lista dos serviços essenciais, estão planejamento de comunicação; relações públicas; relacionamento com a imprensa; produção de conteúdo; análise de mídia; análise de imagem; gerenciamento, gestão de crise e alinhamento de mensagens; produção de textos, fotos, vídeos e áudios; design gráfico; serviços de editoração e produção de periódicos; mailings e comunicação interna, entre outros.

Cliente privado Nacional

## ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DOS MUNICÍPIOS (ABM)

A **Diálogo** mantém a prestação de serviços de comunicação corporativa/institucional e digital para a ABM desde janeiro de 2025.

A ABM promove a união e a cooperação entre os municípios, visando a criação de políticas públicas, dialogando com o Executivo, o Legislativo e o Judiciário, nos âmbitos municipal, estadual, nacional e com organizações internacionais.

**A ABM é um cliente privado com atuação nacional.**

Serviços prestados: contrato iniciado para a realização do Encontro Nacional de Novos Prefeitos e Prefeitas (ENPP) 2025, tendo como desafios o engajamento do público nas redes sociais por meio de conteúdos atraentes; comunicação digital, centrada com a missão de incentivar a participação massiva de prefeitos, vice-prefeitos, secretários municipais e técnicos de gestão pública de todo o Brasil; comunicar de forma clara e acessível a programação, benefícios e informações logísticas; criar engajamento antes e durante o evento; documentar e amplificar o alcance das atividades realizadas; estabelecer canais digitais eficientes de comunicação com o público-alvo.

Cliente privado Regional (DF)

## CENTRO DE CULTURA POPULAR BRASILEIRA (CEPOP)

Desde 2023, a **Diálogo** mantém contrato de prestação de serviços de comunicação digital nos eventos do CEPOP.

Por ser uma Organização da Sociedade Civil que atua no Distrito Federal, o **CEPOP é um cliente privado regional.**

Serviços prestados: planejamento estratégico de comunicação digital; ações institucionais no relacionamento com públicos influenciadores em ambientes digitais; criação e publicação de conteúdo no relacionamento em ambientes digitais; mapeamento da presença digital; interação e moderação em redes sociais; arquitetura de ambiente digital; design gráfico, infográfico, ilustrações, ícones, criação de layout e logomarca.

**É um cliente privado regional, situado em Brasília e Rio de Janeiro.**

## ASSOCIAÇÃO TRAÇOS DE COMUNICAÇÃO E CULTURA

Com a Traços, a **Diálogo** mantém contrato de prestação de serviços de comunicação corporativa/institucional e digital desde janeiro de 2021.

Serviços prestados: o contrato inclui diversos produtos de comunicação corporativa e digital, como planejamento estratégico de comunicação; relações públicas; mapeamento da presença digital; produção de textos, fotos, vídeos podcasts e áudios; produção em design gráfico e webdesign; traduções; serviços de editoração e produção de periódicos; e moderação de redes sociais, entre outros.

Para efeito de cômputo, na tabela a seguir, relacionamos nossos clientes às exigências do edital.

| CLIENTE | CLASSIFICAÇÃO                                                       |
|---------|---------------------------------------------------------------------|
| MDA     | Integrante do Poder Executivo Federal (atuação nacional e regional) |
| IPHAN   | Integrante do Poder Executivo Federal (atuação nacional e regional) |
| ABM     | Cliente com atuação nacional                                        |
| CEPOP   | Cliente com atuação regional                                        |
| TRAÇOS  | Cliente com atuação regional                                        |



*A seguir,  
apresentamos*

# CLIENTES JÁ ATENDIDOS

PELA DIÁLOGO AO LONGO  
DE SUA TRAJETÓRIA

**Companhia de  
Desenvolvimento  
de Maricá  
(Codemar)**

2022 a julho de 2025

Planejamento anual de comunicação; análise de imagem; gerenciamento (e treinamento) de crise e alinhamento de mensagens; produção de textos, fotos, vídeos e áudios; produção em design gráfico e webdesign; traduções; serviços de editoração e produção de periódicos; mailings; reuniões de mobilização e comunicação interna.

**Ministério do  
Desenvolvimento  
Agrário (MDA)**

2024 a abril de 2025

Notícias em texto; conteúdo em vídeo, fotografias, vídeos temáticos; monitoramento digital; conteúdo em linguagem digital; motion design; cobertura jornalística; marketing de influência e planejamento de eventos.

**Governo do  
Maranhão**

2016 a 2019 e de 2021 a 2023

O contrato incluiu diversos produtos e serviços de comunicação. Entre eles, diagnósticos de imagem; comunicação comunitária; comunicação multimídia.

**Prefeitura de  
Manaus (AM)**

2019 a janeiro de 2021

Monitoramento e análise de mídia local e nacional; campanhas de mobilização; produção de conteúdo multimídia; gerenciamento de crise.

**PSB Nacional**

Ano de 2019

Assessoria de imprensa; elaboração de plano de comunicação integrada; produção de conteúdo multimídia.

**Ministério da Saúde**

De 2009 a 2011; de 2013 a 2015; e de 2017 a 2019

Desenvolvimento de projetos e treinamentos (media training); comunicação comunitária; diagnósticos de imagem; produção de conteúdo multimídia.

**Ministério do  
Desenvolvimento  
Regional**

Ministério da  
Integração Nacional  
De 2014 a 2018

Produção de conteúdo social para ações do governo federal no combate à seca; produção de conteúdo multimídia; gerenciamento de crise.

**Ministério da  
Cidadania**

De 2013 a 2014

Comunicação comunitária; produção de conteúdo social; diagnósticos de imagem; produção de conteúdo multimídia; treinamentos (media training).

**Ministério do  
Trabalho e Emprego**

2011

Assessoria de imprensa; comunicação comunitária; treinamentos (media training).

**Ministério do  
Desenvolvimento  
Regional**

Ministério das Cidades

2011

Treinamentos (media training); diagnóstico de imagem.

**BBTur/Banco  
do Brasil**

2017

Comunicação comunitária.

**Ministério do  
Esporte**  
2015

Ação especial de multimídia – produção de conteúdo multimídia e distribuição nacional.

**Ministério da Justiça  
e Segurança Pública**

De 2008 a 2010

Assessoria de comunicação;  
produção de conteúdo multimídia;  
diagnósticos de imagem.

**Governo da Bahia**

2010 e 2011, 2015 e 2016

Comunicação comunitária; diagnósticos de imagem.

**Governo de Minas  
Gerais**

2015

Diagnósticos de imagem; produção de conteúdo multimídia; pesquisa de opinião; gerenciamento de crise.

**Governo do Distrito  
Federal**

2011 e de 2013 a 2014

Diagnósticos de imagem; produção de conteúdo multimídia; pesquisa de opinião; gerenciamento de crise; relações públicas; comunicação comunitária.

**Caixa Econômica  
Federal**

2011 e de 2013 a 2014

Diagnósticos de imagem; produção de conteúdo multimídia; pesquisa de opinião; gerenciamento de crise; relações públicas; comunicação comunitária.

**Eletrobrás**

2014

Assessoria de comunicação externa; comunicação comunitária; treinamentos de gestores (media training).

**Governo de  
Pernambuco**

2008 a 2013

Relações públicas; gerenciamento de crise e treinamentos (media training).

**Governo do  
Rio de Janeiro**

2011

Assessoria de imprensa;  
relações públicas.

**Programa Luz para Todos (MME)**

2010

Comunicação comunitária; treinamentos; gerenciamento de crise.

**Metrô Rio**

2010 a 2011

Gerenciamento de crise; diagnóstico; assessoria de comunicação; relações públicas.

**Sebrae Nacional**

2011 a 2015

Comunicação comunitária; marketing digital; produção de conteúdo multimídia; relações públicas.

**Conselho Nacional do SESI**

2011

Assessoria de imprensa; relações públicas.

**Instituto Invepar**

2011

Relações públicas.

**Construtora Rossi**

2011

Relações públicas; marketing digital.

**Empresa Norte e Energia**

2011 a 2013

Comunicação comunitária; gerenciamento de crise.

**Educação em Foco**

2011

Assessoria de imprensa.

**Fundação Orsa**

2010

Assessoria de imprensa; produção de conteúdo multimídia; relações públicas.

**ParkShopping Center**

2010

Assessoria de imprensa; relações públicas.

**Cooperativas de Negócios e Consultoria Turística**

2009

Assessoria de comunicação; comunicação comunitária.

## Subquestito B

# QUALIFICAÇÃO E EXPERIÊNCIA DOS PROFISSIONAIS

Profissionais capacitados, com formação e experiência adequadas às funções que exercem, compõem a equipe da **Diálogo**. O time é integrado por jornalistas, publicitários, designers gráficos, webdesigners, diagramadores, editores, revisores, fotógrafos, profissionais de marketing, de mídia e de Business Intelligence (BI).

Há também uma equipe de profissionais especializados em produção e edição de vídeos e áudios (entradas ao vivo em emissoras parceiras, podcasts, entrevistas, boletins), coberturas, user experience/user interface, transmissão e marketing de influência.

No quadro a seguir, apresentamos os perfis dos profissionais que atendem plenamente os requisitos exigidos pelo edital e que poderão ser colocados à disposição da execução do contrato junto à **Agência Nacional de Aviação Civil (Anac)**.

Relação dos profissionais **para efeito de cômputo**, sendo 7 profissionais com pós-graduação e experiência superior a 8 anos, cujos currículos resumidos seguem abaixo do quadro.

| PROFISSIONAL                                 | FORMAÇÃO                                                                                                            | TEMPO DE MERCADO       |
|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------|
| Juliana Gomes Ribeiro                        | Jornalista<br>Mestre em Jornalismo de Dados,<br>Automação e Data Storytelling                                       | 32 anos de experiência |
| Maria de Lourdes Oliveira<br>(Malu Oliveira) | Jornalista<br>Mestre em Ciências<br>Mestre em Comunicação, Cultura e Cidadania Digitais                             | 46 anos de experiência |
| Mariana Xavier                               | Jornalista<br>Pós-graduada em Gestão da Comunicação nas Organizações<br>Pós-graduada em Marketing e Mídias Digitais | 14 anos de experiência |
| Patrícia Gil                                 | Jornalista<br>Mestre e doutora em Ciências da Comunicação<br>Mestre em Políticas Públicas e Governança              | 27 anos de experiência |
| Rosiene Assunção                             | Jornalista<br>Pós-graduada em Análise Política e Relações Institucionais                                            | 18 anos de experiência |
| Soraya Coelho                                | Publicitária<br>MBA em Gestão Estratégica de Mídias Digitais                                                        | 20 anos de experiência |
| Vinícius Moura Feitosa<br>(Vini Moura)       | Publicitário<br>Pós-graduado em Web Design                                                                          | 15 anos de experiência |

# Juliana Ribeiro

## FORMAÇÃO

- Jornalista
- Mestre em Jornalismo de Dados, Automação e Data Storytelling

## 32 ANOS DE EXPERIÊNCIA

Jornalista formada pela Universidade Federal de Goiás, em 1993, e **Mestre em Jornalismo de Dados, Automação e Data Storytelling**, pelo Instituto Insper (2024). É também especialista em Comunicação Corporativa e Governamental (UnB). Com atuação em análise de dados de redes sociais, planejamento estratégico, relações públicas nacional e internacional, comunicação interna, produção de conteúdo com técnicas de SEO e de discursos e artigos opinativos. Conhecimento estratégico nas áreas de comércio exterior, política industrial e políticas públicas. Experiência em comunicação integrada, relações públicas, planejamento e execução de campanhas com influenciadores digitais. Foi coordenadora de Comunicação nos ministérios da Cultura e do Desenvolvimento, Indústria e Comércio Exterior, assim como na Funcef.

EQUIPE DE ATENDIMENTO

# Malu Oliveira

## FORMAÇÃO

- Jornalista
- Mestre em Ciências
- Mestre em Comunicação, Cultura e Cidadania Digitais

## 46 ANOS DE EXPERIÊNCIA

Jornalista formada pela UFRGS em 1979, é **mestre em Ciências**, pela EACH/USP, e **mestre em Comunicación, Cultura y Ciudadania Digitales**, pela Universidad Rey Juan Carlos (Madri, 2019). Trabalhou como redatora, repórter e editora em grandes veículos como a Agência Estado, o Estado de S. Paulo, Folha de S. Paulo, Veja e IstoÉ. Desde 1995, trabalha em comunicação pública, tendo atuado como diretora, coordenadora e consultora na Agência Nacional de Energia, no Ministério do Desenvolvimento Social e Combate à Fome, no Governo de Angola e em campanhas políticas. Áreas de atuação: gerenciamento, atendimento e estratégia.

EQUIPE DE ATENDIMENTO

# Mariana Xavier

## FORMAÇÃO

- Jornalista
- Pós-graduada em Gestão da Comunicação nas Organizações
- Pós-graduada em Marketing e Mídias Digitais

## 14 ANOS DE EXPERIÊNCIA

Jornalista com 14 anos de formação, pelo IESB, **tem pós-graduação em Gestão da Comunicação nas Organizações**, pelo UniCEUB, em 2015, e em **Marketing e Mídias Digitais**, pela Fundação Getúlio Vargas, em 2022. Foi diretora de comunicação no Fórum Nacional de Justiça, coordenadora de redes sociais e campanhas do Conselho Nacional de Justiça (CNJ), roteirista, editora e apresentadora do podcast "Supremo na Semana" no Supremo Tribunal Federal (STF), coordenadora de novas mídias, apresentadora e roteirista na TV Justiça. Foi também editora-chefe da comunicação do Conselho da Justiça Federal e editora, apresentadora e repórter da TV Brasília/ Rede TV.

EQUIPE DE ATENDIMENTO

# Patrícia Gil

## FORMAÇÃO

- Jornalista
- Mestre e doutora em Ciências da Comunicação
- Mestre em Políticas Públicas e Governança

## 27 ANOS DE EXPERIÊNCIA

Jornalista, graduada em 1998 pela Universidade Federal do Paraná, com **mestrado** (conclusão em 2006) e **doutorado** (conclusão em 2017) em **Ciências da Comunicação** pela Universidade de São Paulo. Possui ainda **mestrado em Políticas Públicas e Governança** pela Universidade de News South Wales (Austrália). Em sua experiência profissional, foi repórter e editora de Cidades, Educação e Política na Gazeta do Povo. Também trabalhou como repórter na Gazeta Mercantil. Tem mais de 20 anos de atuação nas áreas de comunicação corporativa/institucional, análise e auditoria de imagem, gerenciamento de crise e planejamento de comunicação.

EQUIPE DE ATENDIMENTO

# Rosiene Assunção

## FORMAÇÃO

- Jornalista
- Pós-graduada em Análise Política e Relações Institucionais

## 18 ANOS DE EXPERIÊNCIA

Jornalista formada pelo UniCEUB, desde 2007, com **Pós-graduação em Análise Política e Relações Institucionais**, pela Universidade de Brasília (UnB), em 2011. Tem 18 anos de experiência na área, como consultora de comunicação, atendendo a diversos clientes de agências de comunicação – entre eles, o Conselho Federal de Química (CFQ) e a Fundação de Previdência Complementar do Servidor Público Federal (Funpresp) – e tendo atuado também nas assessorias de comunicação do Superior Tribunal de Justiça (STJ) e dos ministérios do Desenvolvimento Social, da Cultura e da Justiça. ➔

EQUIPE DE ATENDIMENTO

# Soraya Coelho

## FORMAÇÃO

- Publicitária
- MBA em Gestão Estratégica de Mídias Digitais

## 20 ANOS DE EXPERIÊNCIA

Profissional com mais de 20 anos de experiência nas áreas de marketing digital, planejamento, comunicação e branding. Formada em Publicidade, pela Universidade Católica de Brasília (2003), tem **MBA em Gestão Estratégica de Mídias Digitais (Unyleya – 2017)**. Atuação em empresas nacionais e multinacionais de grande porte nos segmentos de tecnologia, informação e internet/ FoodTech e serviços de comunicação e publicidade. Entre as empresas atendidas, estão **Diálogo**, Revista Traços, iFood, Brivia, Calia e Nova SB. Atuou também em gestão de equipes de marketing, em colaboração com outros times (UX, dados, social, conteúdo e criação), ao pensar e desenhar jornadas que fizessem sentido tanto para as pessoas quanto para as plataformas.

EQUIPE DE ATENDIMENTO

# Vini Moura

## FORMAÇÃO

- Publicitário
- UI/UX Designer
- Diretor de Arte

## 15 ANOS DE EXPERIÊNCIA

Graduado em Publicidade e Propaganda, em 2010, pela Facitec (atual Estácio). É UI/UX Designer e Diretor de Arte. **Tem Pós-graduação em Web Design**, pela Lisbon School of Design, em 2023. Já trabalhou em agências como Monumenta, Digital Group, Settegraal, DeBrito Propaganda, ThinkOn Digital e Nabuko Design.

*Demais profissionais Diálogo*

## ALÉM DESTES TÉCNICOS ALTAMENTE CAPACITADOS E COM AMPLA EXPERIÊNCIA

*temos uma equipe formada por perfis profissionais com atuação em áreas diversas, o que permite um atendimento completo e eficiente a nossos clientes. A seguir, listamos alguns destes profissionais:*



## Allan Tavares

Profissional com mais de 14 anos de experiência em produção visual, atuando como fotógrafo, videomaker e cinegrafista. De 2010 a 2014, atuou na cobertura de eventos sociais, produzindo conteúdos completos em foto e vídeo. Entre 2015 e 2017, foi cinegrafista da TV O Flu, registrando eventos políticos, culturais e institucionais no Jornal O Fluminense. Por cerca de três anos, integrou a equipe de comunicação da Companhia de Desenvolvimento de Maricá (Codemar) como videomaker e fotógrafo. Seu trabalho une técnica, criatividade e visão estratégica para comunicar com autenticidade e impacto.

## Ana Clara da Silva Araújo

Designer gráfica, atua com criação de materiais publicitários, fotografia, produção de conteúdo e redes sociais. Tem experiência em agências e empresas. Formação complementar em gestão de projetos, branding, design político e webdesign, o que contribui para uma abordagem completa no desenvolvimento de soluções visuais.

## Ana Paula Soares

Jornalista com vasta experiência em assessoria de imprensa e comunicação interna. Foi editora de jornalismo na Assessoria de Imprensa da Prefeitura de Maricá (RJ). Por dois anos, durante a pandemia, foi coordenadora de Comunicação da Secretaria Municipal de Saúde de Maricá, responsável pelas estratégias para produção e execução de comunicação com imprensa, órgãos públicos e organizações sociais; edição e execução de reportagens da Atenção Primária à Rede de Urgência e Emergência. Além de atender às demandas das equipes de comunicação e da Prefeitura de Maricá, atuava em relações públicas, fazendo, ainda, atendimento a veículos de imprensa locais e de diversos países.

# Ayra Rosa

Jornalista atuante na área de comunicação há 11 anos. A profissional tem experiência em instituições públicas e privadas, como Ordem dos Advogados do Brasil (OAB), Jornal O Fluminense, Codemar e Organizações Sociais de Saúde. Expertise em produção de conteúdo multimídia institucional, gerenciamento de crise, produção de jornais e revistas, atendimento e abordagem à imprensa e produção fotográfica.

# Fernanda Barbosa

Publicitária com mais de 20 anos de experiência em agências de comunicação e produtoras audiovisuais. Atuou como gerente de projetos e tráfego para grandes contas, como CAIXA, Banco do Brasil, BNDES e Embratur, liderando equipes multidisciplinares com foco em organização, prazos e resultados. Na Embratur, realizou campanhas para mais de 8 países.

# João Batista dos Santos Junior

O gerente administrativo-financeiro da Diálogo é graduado em Administração de Empresas e tem Pós-graduação em Gestão de Pessoas. Seus 22 anos de experiência em gestão administrativa e financeira são marcados por atuação em setores diversos, como o da comunicação, o automotivo e o farmacêutico.

# Laís Eiras

Formada em Marketing, é especialista em Otimização de Conteúdo e SEO Técnico, com 10 anos de vasta experiência em marketing digital. Já prestou serviços a empresas como Mapa HDS, Tatic e Compass 3D. Habilidades em otimização de conteúdo, SEO técnico e gestão de campanhas de marketing. Experiência também em desenvolvimento de estratégias de marketing digital, criação de conteúdo e gestão de redes sociais para grandes agências de comunicação.

# Leonardo Fonseca

Repórter fotográfico com 20 anos de experiência, sendo que por 10 anos atuou como editor de fotografia do jornal O Fluminense. Tem formação em Marketing Digital e cursa graduação em Ciência de Dados.

# Lucyanna Melo

Profissional com formação em webdesign. Tem 14 anos de atuação em design para web, como diretora de criação e de arte em mídias sociais, produção publicitária e criação de interfaces para apps multiplataforma (UI/UX). Atendeu clientes corporativos como Anglo American, Vale, Senado Federal e autarquias, além de atuar na assessoria de imprensa da Secom PR e diversos ministérios por meio de agências de comunicação.

# Marcelle Corrêa

Graduada em Comunicação Social, com especialização em Gestão Pública, a jornalista tem 15 anos de experiência em órgãos públicos como o Governo do Rio de Janeiro, a Prefeitura de Niterói e a Prefeitura de São Gonçalo, além da Codemar e em projetos socioesportivos. Sua atuação de destaque é na área da saúde pública, onde atuou a maior parte de sua carreira, realizando produção de conteúdo, gerenciamento de crise e assessoria de imprensa para unidades básicas de saúde, Vigilância Sanitária, prontos-socorros, Defesa Civil e Samu.

## Mariana Vieira

Jornalista formada pela Universidade de Brasília (UnB). Tem mais de 10 anos de experiência em comunicação social, com forte atuação em redes sociais, especializada em pautas de interesse público e direitos humanos. Sua trajetória profissional é marcada pela capacidade de traduzir temas complexos em narrativas acessíveis e impactantes. Antes da **Diálogo**, trabalhou na agência Brívia e na revista Traços.

## Marina Mello

Pós-graduanda em Jornalismo Cultural pela UERJ, tem três anos de experiência como repórter na redação do jornal O Fluminense e já atuou na assessoria de comunicação do Maricá das Artes, da Secretaria de Cultura de Maricá, além de agências de comunicação do Rio de Janeiro.

## Matheus Couto

Formado em Comunicação Social e Jornalismo, atuou por mais de cinco anos como produtor audiovisual. Já realizou trabalhos para a CDL Maricá, Prefeitura de Maricá e eventos, como o Curta Itaocaia e o Celebrar Maricá, além de coberturas especiais, como o show da Pitty. Também participou da coordenação de comunicação dos projetos "Vem Viver Itaocaia" e "Vem Viver Espreado", e produziu comerciais e clipes, incluindo colaborações com artistas como Neginho da Beija-Flor.

## Ozimar Souza

Bacharel em Ciência da Computação, é pós-graduado em Engenharia de Dados e BI. Com mais de 27 anos de experiência em SQL Server e 15 anos em BI e ETL, tem ampla atuação em projetos de engenharia de dados, arquitetura de dados e dashboards. Trabalhou em empresas como Intel, Intuit, Caixa Seguradora e Sebrae, utilizando ferramentas como SSIS, SSRS, Power BI, Tableau, IBM DataStage e Python. Tem experiência internacional, já atuou como professor universitário e é reconhecido por sua contribuição técnica à comunidade Microsoft.

## Paulo Ávila

Formado em Fotografia pela Faculdade Cruzeiro do Sul, em São Paulo, tem 20 anos de experiência em produção audiovisual e colaborações com a Fiocruz Brasília e em projetos nacionais dos Ministérios da Saúde e da Justiça e Segurança Pública.

## Rafaela Martins dos Santos

Jornalista com 6 anos de formação e pós-graduanda em Gestão da Comunicação nas Organizações, atuou como repórter na editoria de cidades do Correio Braziliense. Atende a conta do Iphan desde 2024.

## Wilson Mendes

Jornalista com 20 anos de experiência, sendo 15 em redação, com atuação na Editora Globo (jornais O Globo, Extra e Expresso) e veículos como O Fluminense e O São Gonçalo. Tem experiência em assessoria de imprensa e gerenciamento de crise de órgãos públicos, tendo prestado serviços para a Secretaria de Educação de São Gonçalo (RJ).

# Yuri Leão

Formado em Comunicação e Marketing, com sólida experiência em planejamento e execução de campanhas digitais. Atuou em empresas como TV Band e Rádio Atividade FM e, desde 2017, está focado em estratégias de tráfego já tendo atendido clientes de renome, como a Ambev. Atua como profissional de marketing e mídia digital, com foco na performance de campanhas patrocinadas, estratégias de vendas e marketing de relacionamento, utilizando plataformas de CRM e automação de marketing digital, como RD Station e Mailchimp, além da integração entre mídia paga, e-mail marketing e CRM.



*A seguir conheça o*

## CORPO EXECUTIVO

Além da equipe técnica, a **Agência Nacional de Aviação Civil (Anac)** terá à sua disposição, permanentemente, o corpo executivo da **Diálogo** para encaminhamento e atendimento de questões referentes à execução do contrato, sempre que necessário.



# SÓCIOS DIÁLOGO

[Alba Chacon]  
SÓCIA E FUNDADORA

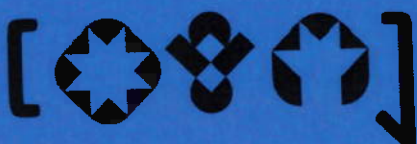
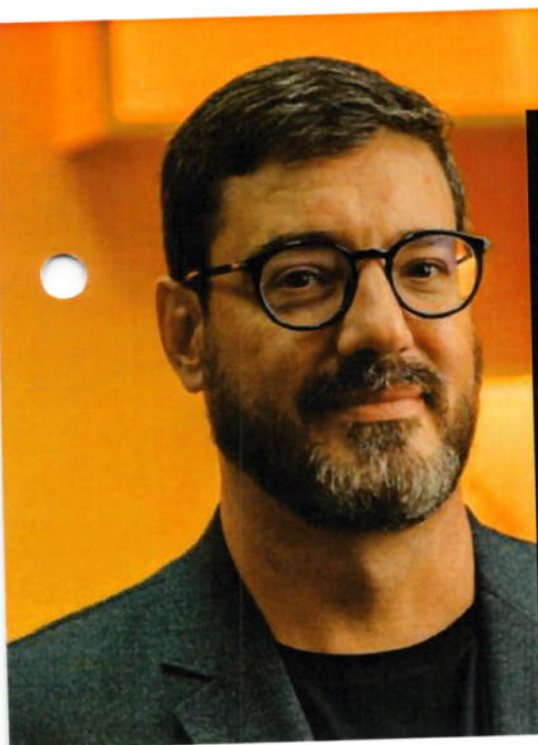


Sócia fundadora, é formada em Jornalismo. Atuou nas principais redações do país, com passagens pela TV Globo (repórter, repórter especial, apresentadora e editora), Correio Braziliense, Jornal do Brasil e SBT.

É responsável pelo planejamento, concepção e implementação de estratégias de comunicação aplicadas aos atuais clientes e aos que já estiveram na carteira da **Diálogo**, como ministérios – da Saúde, da Educação, de Minas e Energia, das Cidades e do Desenvolvimento Social –, Sebrae Nacional e Caixa Econômica Federal, entre outros. Criou a primeira agência de comunicação do Distrito Federal, a Informe Comunicação.

[Reinaldo Gomes]  
CFO

O sócio e CFO da **Diálogo** é bacharel em Direito e jornalista, com mestrado em Comunicação e Economia Criativa pela Universidade Católica de Brasília. Produtor cultural, foi subsecretário de Cultura do Distrito Federal, responsável pela criação e implementação da Lei de Incentivo à Cultura do DF. É também sócio-diretor da Mobi In Publicidade e Promoção.





## Tiago Bernardes

O diretor de Operações da **Diálogo** é jornalista e também graduado em Gestão de Marketing pelo Unicesp (2007). Tem Pós-graduação em Gestão Pública, pela Fortium (2009) e Especialização em Análise de Mercado (2006) e em Análise de Projetos (2007), ambos pelo UniCesp. Em mais de 20 anos de experiência profissional, atuou como professor universitário na Faculdade Alvorada e foi Conselheiro de Administração na Usina Eólica Mangue Seco II. Atuou na comunicação publicitária, digital, relações públicas e assessoria de imprensa dos ministérios do Planejamento, da Integração Nacional, da Justiça e Segurança Pública, da Saúde, das Comunicações e do Turismo. No setor estatal, foi assessor do presidente da Casa da Moeda e diretor de marketing na Embratur. No setor privado, foi gerente comercial da TV Cultura, de empresas de mídia digital e programática e diretor de Relações Governamentais da Global Data Bank.

## Ednilson Machado

O diretor de Estratégia de Comunicação da **Diálogo** é formado em Jornalismo pela Universidade de São Paulo (USP), em 1998. Tem passagem, desde os anos 90, pelos grupos Abril, Folha, Estado e Bandeirantes como repórter, editor e chefe de redação. Há 26 anos trabalha em comunicação corporativa, pública e política, dentro e fora do Brasil, tendo se especializado na elaboração e execução de planejamentos integrados de comunicação, programas de treinamento para porta-vozes e gestão de crises de imagem.

## Rejane Gomes

A diretora de Atendimento e Conteúdo da **Diálogo** é jornalista formada há 26 anos pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), com vasta experiência no atendimento a clientes, na gestão dos processos, na execução de projetos e campanhas. Foi repórter do jornal O Liberal (PA), editora assistente do jornal Amazônia (PA) e produtora da TV Cultura do Pará. Já atuou como analista de estratégias sênior em redes sociais, atendendo o Ministério da Saúde e a Infraero. No Ministério do Desenvolvimento Social, planejou e editou conteúdos para plataformas diversas, além de desenvolver estratégias de comunicação para a imprensa, gestores públicos e beneficiários de políticas públicas. Em agência de comunicação, foi gerente de conta, planejou e consolidou estratégia de consolidação corporativa e digital do Conselho Federal de Química (CFQ).

## Fernando Portela

O diretor de Criação da **Diálogo** é publicitário, formado pela UnB em 2003. Foi professor de Arquitetura da Informação e Usabilidade UX Design no UniCEUB, fundador da Full Design Comunicação Integrada, tendo como principais clientes Globo, TV Globo, UniCEUB e UCB. Dirigiu a área de criação da Nosotros Live Marketing por cinco anos, atendendo CAIXA, BRB e ApexBrasil. Na Monumenta, como diretor de UX Design, atendeu Banco do Brasil, Sebrae e Globo. Como diretor de criação da DePonto Agência, atendeu clientes como CAIXA, Comitê Olímpico Brasileiro (COB) e ParkShopping. É ganhador de diversos prêmios nacionais e internacionais.

## Claudia Buono

A Diretora de Endomarketing e Recursos Humanos da **Diálogo** é jornalista (UniCEUB - 1990), com sólida experiência em rádio, TV, assessoria de imprensa e comunicação corporativa. Tem grande prática em gestão e coordenação operacional e de equipes. Começou sua carreira na Radiobrás (atual EBC), onde foi produtora, repórter e âncora de programas. Paralela à experiência em rádio, desenvolveu carreira também na TV Bandeirantes, onde trabalhou por 10 anos, chegando a ser Diretora de Jornalismo, em Brasília. Atuou em grandes agências de comunicação como diretora de Atendimento; de Operações; de Comunicação Corporativa; e de Gestão e Relacionamento. Experiência no atendimento a clientes como os ministérios do Desenvolvimento Social, da Justiça, da Educação e dos Transportes; Banco Central; CAIXA; Governo do Maranhão; Conselho Nacional de Justiça (CNJ); ONU Brasil; Fundação do Banco do Brasil (FBB); Sebrae e ANS, entre outros.

*Subquestito C*

# INFRAESTRUTURA, INSTALAÇÕES E RECURSOS MATERIAIS

*Sede em  
Brasília*



A **Diálogo**, – com sede no SRTVN, quadra 701, conjunto C, em Brasília (DF) – possui 425m<sup>2</sup> distribuídos pela loja 150 (térreo), salas 733 e 802 (bloco A) e 828 (bloco B), no Centro Empresarial Norte, oferecendo moderna infraestrutura para seus clientes e colaboradores. A área interna de trabalho é composta, aproximadamente, por 120 estações com computadores PC de última geração, divididos entre desktops Windows e Macbooks e Apple iMacs.

A estrutura que provê os serviços de tecnologia possui ambientes monitorados, com redundância de links e com servidores para atender seus clientes hospedados na nuvem de grandes provedores, como Microsoft Azure e Amazon AWS.

O propósito é alcançar o uptime de serviços (tempo online sem interrupções) de 99,7% do tempo operante.

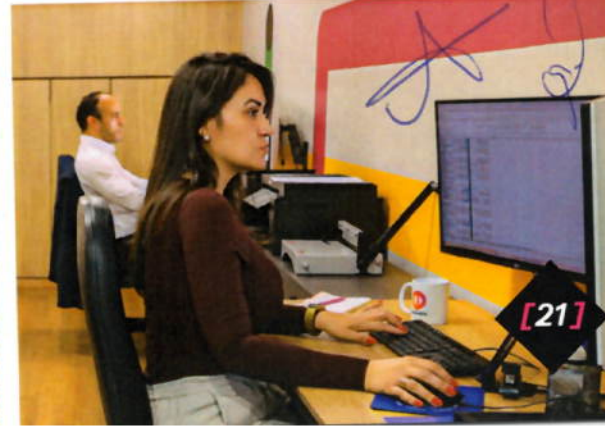
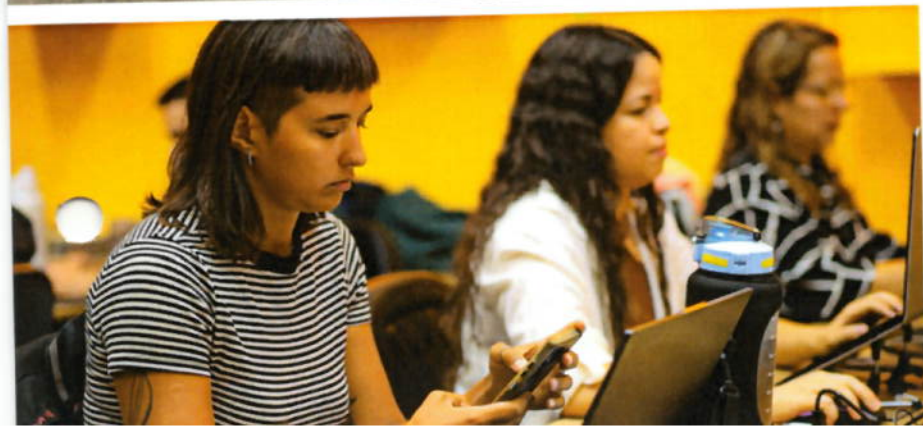
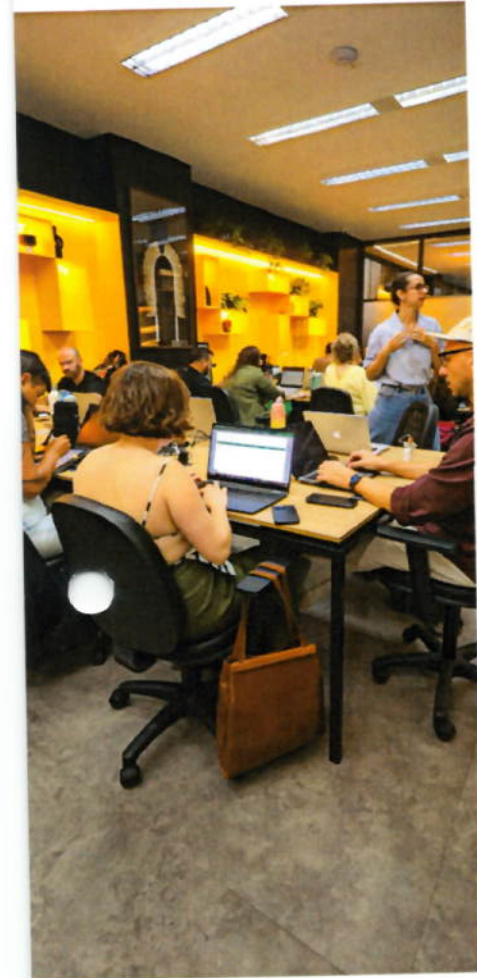
*Escritório no  
Rio de Janeiro*



A empresa dispõe de estúdio de áudio com três salas separadas, isolamento acústico, mesa de som, microfones, fones, computador e placa de captura de áudio. Nele, é possível gravar entrevistas, editar áudios, fazer links ao vivo, vinhetas, boletins e programas com alta qualidade. O núcleo de Design conta com computadores Apple iMac, ideais para serviços de edição e criação de peças publicitárias, produção de newsletters e conteúdo digital, por exemplo, como vídeos, cards e peças gráficas.



Nossa estrutura é composta ainda por uma gráfica rápida. São quatro impressoras de alta definição e qualidade que imprimem até tamanho A3, nos mais variados tipos de papel e gramatura, além de perfurador Duplamax e Fechadora Wire-o. A empresa imprime em modo frente e verso, reutiliza impressões descartadas para rascunhos e faz grande uso de papel reciclado.



# ESCRITÓRIO NO *RIO DE* *JANEIRO*

A estrutura da **Diálogo** no Rio de Janeiro (RJ) está localizada na Península da Ponta d'Areia, com vista para a Lagoa Rodrigo de Freitas e para o Cristo Redentor. É um empreendimento imobiliário de alto padrão na capital fluminense, com foco em escritórios corporativos e lojas, composto por duas torres de design sofisticado, incluindo heliporto, lobby com pé-direito triplo, auditório e salas de reunião.



Nosso escritório fica no 7º andar, com moderna infraestrutura para clientes e colaboradores. Ele conta com segurança 24 horas, refeitório e sala de reunião.

# TRABALHAMOS COM DIVERSAS **FERRAMENTAS E SISTEMAS**

*que dão suporte confiável e seguro à comunicação integrada oferecida pela empresa aos seus clientes. São mecanismos modernos, que agilizam e qualificam o monitoramento e a mensuração de resultados, entre outros aspectos.*

## V-Tracker

Ferramenta completa utilizada para monitorar, por meio de uma única interface, as diversas redes sociais e mídias digitais, com SAC 2.0, aplicativo mobile, geração de grafos interativos e insights sobre o cliente.

## Maxpress

Ferramenta de pesquisa e tratamento de informações para relacionamento postal, telefônico e eletrônico (e-mail), de públicos estratégicos, dentro do território brasileiro.

## Basecamp

Com o objetivo de diminuir a enorme quantidade de reuniões e otimizar o desenvolvimento dos trabalhos, o software com plataforma web gerencia projetos de diversas áreas. Dentre as inúmeras usabilidades, pode-se destacar o compartilhamento de arquivos, com capacidade para armazenar e compilar todos os documentos e pastas em um lugar, onde as informações sobre o andamento do projeto também são visualizadas por todos os usuários cadastrados. O Basecamp dispõe também da função Mensagens, como forma de uma comunicação instantânea e rápida entre os integrantes do projeto.

## Scup

Ferramenta de monitoramento, gestão e análise de mídias sociais que contribui para o conhecimento profundo do público-alvo, gerando insights para a comunicação e construindo relacionamentos profundos com seus públicos de interesse.

## Stilingue

Software focado em gerar dados para embasar decisões a partir de conversas, opiniões e influenciadores dos principais meios online.

## Mobi In

A Diálogo também mantém ativa, e em atualização permanente, uma ferramenta de relacionamento direto com públicos específicos, utilizada em campanhas de comunicação há mais de duas décadas. Sua principal linha de ação é mobilizar o cidadão comum por meio de parceiros sociais (líderes – religiosos, comunitários ou políticos – nos locais onde vivem).

## TCM Plus

Prestadora de serviços de consultoria de infraestrutura de rede e servidores Windows, Linux e MacOS. Atua com consultoria em análise de software e de dados.

## 19 Tech

Fábrica de software e desenvolvimento de soluções, análise de dados e Business Intelligence.

## Tech Wize

Referência nacional em proteção de dados e adequação à LGPD, trabalha ativamente no mapeamento de dados para tratamento, análise de conformidade, elaboração de relatórios e consultoria mensal.

## Linear

Prestadora de serviços de clipping e análise de imagem.

## Knewin

Prestadora de serviços de aquisição e distribuição de mailing.

## Dinamize

Ferramenta de disparo mensagens eletrônicas em diversos meios (WhatsApp, SMS, e-mail, apps)

## MASX Digital

Empresa prestadora de serviços de gestão de banco de dados.

## Capcut e Mojo Pró

Ferramentas para criação e edição de vídeo.

TRABALHAMOS  
COM DIVERSAS  
**FERRAMENTAS  
E SISTEMAS**



### Subquestito D

## SISTEMÁTICA OPERACIONAL DE ATENDIMENTO

Há mais de 30 anos no mercado de comunicação, a Diálogo vem evoluindo, se modernizando e se estruturando como uma agência 360° nas áreas de

comunicação corporativa/institucional, comunicação digital e marketing promocional, com um time especializado em resultados estratégicos e operacionais, com expertises em definição de estratégias, execução operacional com diversas ferramentas de inteligência de dados, relacionamento próximo dos clientes e gestão administrativa e financeira atuante.

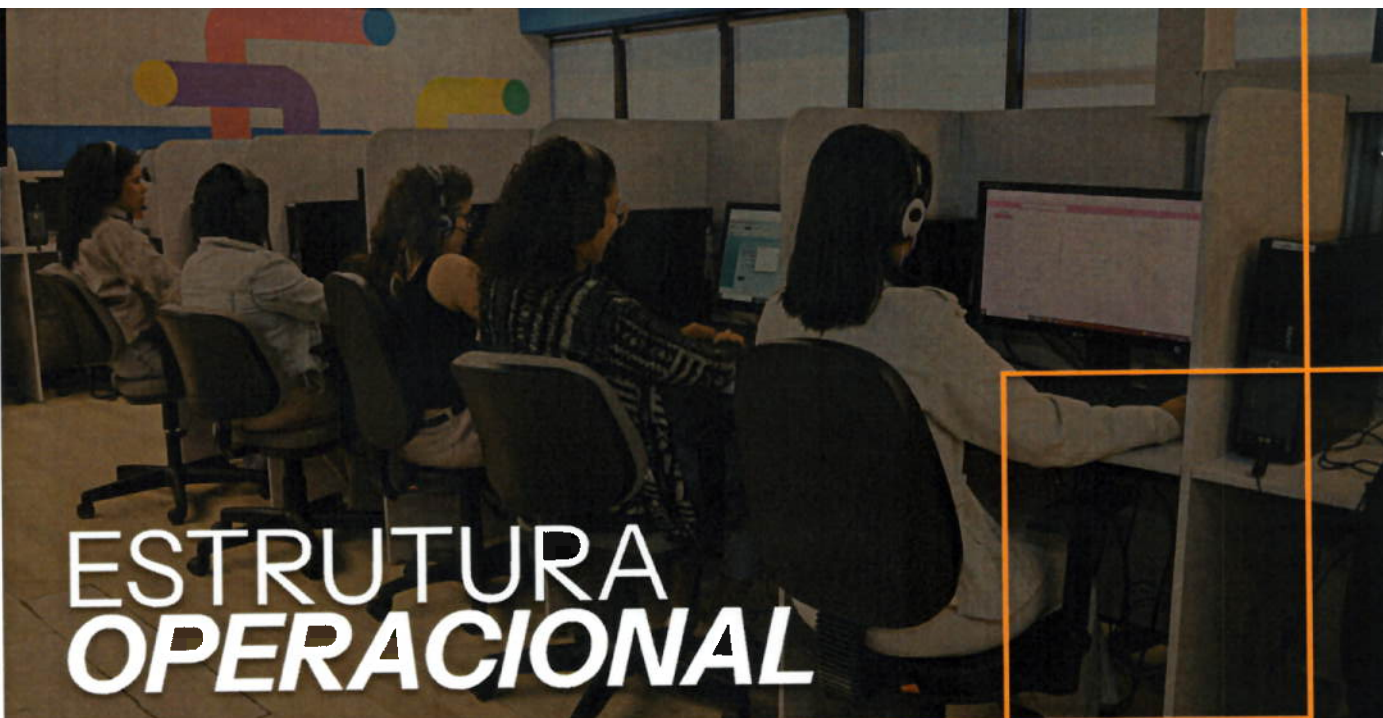
A Diálogo, caso venha a se tornar vencedora desta concorrência, prestará serviços de comunicação institucional à Agência Nacional de Aviação Civil (Anac), conforme previsto no edital, referentes à:

**A]** a prospecção, o planejamento, o desenvolvimento, a implementação, a manutenção e o monitoramento de soluções de comunicação institucional, no seu relacionamento com a imprensa e na sua atuação em relações públicas, em território nacional e internacional, no que couber;

**B]** manutenção e monitoramento das ações e soluções de comunicação institucional; e

**C]** criação e execução técnica de projetos, ações ou produtos de comunicação institucional.

Nosso atendimento se caracteriza, principalmente, pela personalização. Nos preocupamos em compreender nosso cliente, suas necessidades, seus desafios, seus objetivos e quais são seus públicos-alvo. A partir daí, são criadas estratégias específicas de comunicação, utilizando as mais modernas ferramentas, produtos e serviços para promover conexão com valor e propósito. São estratégias concretas e fundamentadas, que reforçam a imagem do cliente, multiplicam informações de seu interesse e o aproximam de seus públicos-alvo.

A photograph of a call center with several employees wearing headsets and working at computers. The image is partially obscured by an orange box containing text and a white star logo.

# ESTRUTURA OPERACIONAL

- *Soluções em comunicação corporativa/institucional e digital*
- *Inteligência de dados*
- *Tecnologia da informação*
- *Equipe multimídia*
- *Equipes de estratégia e operações*
- *Gestão de relacionamento com clientes e fornecedores*
- *Recursos humanos*
- *Administrativo, financeiro e controladoria*

A photograph of an office environment with people working at desks. The image is partially obscured by an orange box containing text and a white star logo.

## EQUIPE 360°

- *Gestores*
- *Jornalistas [assessores de imprensa, editores, repórteres, redatores e locutores]*
- *Publicitários [criativos UX/UI, mídia, performance e BI]*
- *Relações Públicas*
- *Estatísticos e pesquisadores*
- *Videomakers, fotógrafos e operadores de áudio*
- *Webdesigners e designers gráficos*

# Áreas de atuação



## ANÁLISE E MONITORAMENTO DE MÍDIA

Análise e monitoramento de mídias; pesquisas de avaliação de percepção de imagem e de resultados; auditoria de imagem e percepção do cliente na mídia.



## RELACIONAMENTO COM MÍDIA E PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

Planos estratégicos de comunicação; prevenção e gerenciamento de crises; relacionamento com a imprensa e atendimento as demandas dos veículos; media training para capacitação de porta-vozes; organização de entrevistas coletivas e de visitação de profissionais da mídia; produção de conteúdos, redação e edição de textos.



## DESIGN APLICADO À COMUNICAÇÃO

User experience e user interface (UX/UI); projetos branding (identidade visual); criação e finalização de publicações impressas e digitais; criação e edição de conteúdos multimídia; desenvolvimento de conteúdos digitais em diversos sistemas operacionais, aplicativos e softwares.



## AUDIOVISUAL

Vídeos publicitários, institucionais, promocionais e para redes sociais, videocast e podcast; animações para diversos meios e fonte; criação de spots, jingles e audiobranding.



## RELAÇÕES PÚBLICAS E EVENTOS

Eventos para formadores de opinião, imprensa, visitação e coletivas de imprensa; seminários, congressos, lançamentos e conferências; endomarketing; eventos presenciais e online.



## PUBLICIDADE E PROMOÇÃO

Planejamento estratégico de mídia; plano de mídia on e off; analytics para campanhas; expertise em mídia programática; impulsionamento nas redes sociais; criação e desenvolvimento de peças; metrics para os resultados das campanhas.

# As principais atividades realizadas pela *Diálogo* são:

## 1

### **PRODUÇÃO DE CONTEÚDOS**

Elaboração e edição de textos jornalísticos ou institucionais, relatórios, documentos governamentais, livros, websites, estudos acadêmicos, publicações de entidades, pesquisas estatísticas e outros conteúdos e publicações impressas ou eletrônicas.

## 2

### **DIGITAL**

Produção/criação e publicação de textos e posts para canais digitais, tais como web, blogs, redes sociais, newsletters e boletins informativos, entre outros, além de transmissões, coberturas e marketing de influência. Elaboração e implantação de projetos digitais para públicos de interesse. A *Diálogo* preza pela singularidade de cada cliente. Tendo isso como princípio, é elaborado um planejamento diferenciado com soluções inovadoras de comunicação.

## 3

### **MEDIA TRAINING**

Processo de treinamento dos porta-vozes apontados pelo cliente. O objetivo é aperfeiçoar sua capacidade de se relacionar com os jornalistas, seja na hora das entrevistas, em eventos ou em encontros de relacionamento. O media training é essencial em qualquer estratégia de comunicação corporativa, assessoria de imprensa ou relações públicas, e é planejado pela agência antes que quaisquer ações proativas sejam realizadas.

## 4

### **GERENCIAMENTO DE CRISE**

As crises de imagem se tornaram comuns nos tempos atuais. Muitas vezes, governos se deparam com situações que saem da rotina, para as quais ainda não há uma solução rápida e corretiva. Para esses momentos, a *Diálogo* conta com uma equipe especializada em criar um planejamento com mecanismos eficientes, a fim de contornar e controlar os problemas.

O gerenciamento de crises serve exatamente para planejar e monitorar o modo como a informação é levada ao público-alvo, além de zelar pela imagem interna da instituição. Na gestão de crise, a palavra de ordem é "Antecipar". Para isso, contamos com especialistas no processo de planejamento e elaboração de um plano de ações de caráter preventivo.



EM SÍNTESE, AS ETAPAS DO ATENDIMENTO FEITO PELA **DIÁLOGO** COMPREENDEM DIAGNÓSTICO, PLANEJAMENTO, IMPLEMENTAÇÃO E MENSURAÇÃO DE RESULTADOS:

## Diagnóstico

**NA PRIMEIRA ETAPA**, a **Diálogo** irá conhecer profundamente os temas de interesse da **Agência Nacional de Aviação Civil (Anac)**, além de identificar oportunidades para projeção de sua imagem nos meios de comunicação e em todos os canais pertinentes. Por meio de pesquisas de opinião, análises de mídia e do ambiente de comunicação, mapeamento de experiências e estudo de pontos fortes e fracos, serão elaborados panoramas possíveis. Dessa forma, será possível traçar uma estratégia de comunicação eficiente e atingir os objetivos desejados.

## Planejamento

Etapa primordial para garantir que todas as ações realizadas pela **Anac** sejam relevantes para seus públicos-alvo, sendo necessária uma análise dos pontos vulneráveis e de oportunidades. A partir dos dados encontrados no Diagnóstico, desenham-se os objetivos do trabalho, cronograma para a implementação das ações e as metas. Será elaborada uma proposta base para a reunião de planejamento estratégico. Durante a reunião, as equipes de comunicação da **Diálogo** e da **Anac** determinam e atestam:

1. Objetivos
2. Mensagens
3. Prioridades
4. Porta-vozes
5. Públicos-alvo
6. Estratégias
7. Gestão de crises
8. Plano de ações
9. Avaliação dos resultados



## Implementação

**NA TERCEIRA ETAPA**, é a hora de dar vida às ações do cliente e as executar diariamente. É preciso engajar os públicos-alvo utilizando os canais de comunicação mais efetivos, com o desenvolvimento de conteúdo para as diversas frentes de trabalho e atuando em conjunto com várias áreas para garantir um trabalho eficaz.



## Mensuração de resultados

**ACOMPANHAMENTO DOS OBJETIVOS TRAÇADOS**, estabelecimento de métricas e análise detalhada dos resultados, com a elaboração de relatório integrado de iniciativas de comunicação. Nesta etapa, são apontadas recomendações estratégicas para o acerto de rumos ou proposição de novas ações. A rotina de trabalho inclui a preparação e a apresentação de relatórios de exposição da **Anac** e de outros temas de interesse na mídia com os referentes resultados das ações de comunicação.

O Plano contempla atividades que vão desde a apuração e produção de conteúdos, passando pelo armazenamento e organização de dados, até a distribuição de material aos diversos públicos de interesse da **Anac**.

Todas as ações executadas são descritas e mensuradas em relatórios mensais.

# DECLARAÇÃO

A Diálogo Comunicação Corporativa e Digital SS declara que, para a execução do contrato, além dos responsáveis técnicos já apontados, colocará à disposição da Agência Nacional de Aviação Civil (Anac) equipe formada por perfis profissionais que atendem os requisitos qualitativos e quantitativos para o atendimento de um contrato deste porte.

## TERMO DE ENCERRAMENTO

A Diálogo Comunicação Corporativa e Digital SS, pessoa jurídica de direito privado, inscrita no CNPJ sob o nº 03.201.952/0001-61, sediada no SRTVN, quadra 701, conjunto C, edifício Centro Empresarial Norte, loja 150 (térreo), salas 733 e 802 (bloco A) e 828 (bloco B), Asa Norte – Brasília/DF, representada por seu representante legal, DECLARA que a CAPACIDADE DE ATENDIMENTO da Concorrência Nº 90001/2025, contém 30 páginas, incluindo esta.

BRASÍLIA, NA DATA DE SUA ASSINATURA.

ALBA ROSAS COSTA  
CHACON:14996448334

Assinado de forma digital por  
ALBA ROSAS COSTA  
CHACON:14996448334  
Dados: 2025.12.10 19:05:28 -03'00'

**DIÁLOGO COMUNICAÇÃO CORPORATIVA E DIGITAL SS**  
**Alba Chacon / Representante Legal**

[dlg]

diálogo  
COMUNICAÇÃO

QUESITO

3

**[dlg]**®

## **Relatos de Soluções de Comunicação Instucional**



Pessoas são início,  
fim e meios

Cliente: **Companhia de Desenvolvimento de Maricá (Codemar)**

Período: **2023**

### **Exposição do desafio**

Nos últimos dois anos, o Aeroporto de Maricá – sob a gestão da Companhia de Desenvolvimento de Maricá (Codemar), vinculada à Prefeitura Municipal de Maricá – consolidou-se como uma das prioridades da empresa para o futuro da cidade. Situado a apenas 60 quilômetros da capital fluminense, o aeroporto passou a ocupar lugar de destaque no plano de negócios da Codemar desde 2023, como um dos pilares estruturantes do desenvolvimento local.

Maricá, atualmente o município líder no recebimento de royalties do pré-sal, tem utilizado essa vantagem estratégica para erguer os alicerces de uma nova economia. Uma economia que se projeta para o futuro, mas que nasce do presente. Nesse cenário, o Aeroporto de Maricá é símbolo de planejamento e transformação.

Com foco inicial voltado ao transporte offshore até as plataformas da Petrobras na Baía de Santos, o aeroporto vem cumprindo papel fundamental na engrenagem produtiva da região. A meta estabelecida em 2023 era clara e ousada: tornar-se referência nacional no segmento offshore, ampliando sua receita e impulsionando o desenvolvimento da cidade – inclusive por meio do turismo de negócios –, ao mesmo tempo em que se preparava para uma nova etapa: o transporte aéreo regular de passageiros.

Os números atestam a trajetória de expansão do aeroporto. Desde a reestruturação, suas operações triplicaram. Apenas em 2023, o crescimento foi vertiginoso, com 21 voos diários destinados às plataformas da Petrobras. Nos meses seguintes, o ritmo se intensificou com a chegada dos voos da Azul Conecta, marcando o início do atendimento ao público em geral.

Para acompanhar esse avanço, o aeroporto passou por uma série de melhorias estruturais. As obras no pátio 3 dobraram a capacidade de posições para aeronaves, enquanto o pátio 4 e novos hangares já integravam o horizonte de expansão. Cada passo dado representava um movimento estratégico que reafirma Maricá como protagonista da nova geografia econômica fluminense.

Diante desse cenário, o desafio imposto à Diálogo, em termos da Comunicação, foi ampliar a visibilidade do aeroporto e contribuir para posicioná-lo como referência no setor, além de explicitar aos veículos de comunicação sua fase promissora e de acelerado crescimento, atraindo as atenções da imprensa e das plataformas de informação – o que objetivava, ao fim, atrair os olhares do público e dos investidores para o local.

### **Complexidade**

Se é realidade que as operações do aeroporto estavam em 2023 em fase acelerada, também é fato que o Aeroporto de Maricá ainda não era enxergado como um dos players mais relevantes do offshore. Faltava o reconhecimento daquilo que de fato ele é: uma eficiente, promissora e vantajosa ferramenta para o mercado da aviação, sobretudo o offshore.

O passado do aeroporto também não contribuía para a construção da reputação merecida. No fim da década de 90, uma Comissão Parlamentar Mista de Inquérito (CPMI) se dedicou a investigar o tráfico de drogas e armas que usava o então aeródromo como rota.



Mesmo com o fim das atividades criminosas e o início da estruturação do aeroporto, o local ainda não figurava como protagonista no offshore.

A pandemia de coronavírus agravou a situação, forçando o adiamento do início dos voos offshore para 2022. Ou seja, tratava-se ainda em 2023 de um “novato” frente a outros players consolidados, como os aeroportos de Macaé, Cabo Frio e Jacarepaguá, todos no Rio de Janeiro e reconhecidos pelos stakeholders.

O aeroporto, na prática, estava fora da pauta dos veículos de comunicação mais relevantes ou especializados. O que era um contrassenso, diante de seu grande potencial e sua grande fase vivida naquele momento.

Portanto, cabia à estratégia de comunicação, sempre aliada à estratégia de negócios da empresa, superar essas dificuldades e posicionar o aeroporto como referência, inclusive na mídia especializada – fundamental para fazer com que os investidores, empresas e público pudessem olhar o Aeroporto de Maricá com novos e interessados olhos.

## Estratégia

O planejamento estratégico de comunicação teve a diretriz de que as operações do Aeroporto de Maricá fossem percebidas como elementos concretos que impactam diretamente a vida das pessoas e dos investidores.

Como captar ao mesmo tempo a atenção dos investidores e do público em geral? Pelo mesmo conceito (o da concretude) e pelo mesmo canal (os veículos de comunicação e as plataformas de informação em geral), porém com mensagens-chave diferentes.

Para os investidores – nacionais e internacionais –, a mensagem principal foi o da eficiência, da confiança, da acessibilidade e da credibilidade do aeroporto.

Para o público em geral, ficou definido que a chegada da Azul Conecta –, que fez o voo inaugural e simbólico em maio de 2023, durante o aniversário de Maricá, e que vai começar as operações de fato em fevereiro de 2024 – seria o ponto prioritário de virada para que o aeroporto passasse a estar presente nas mentes e nos corações dos moradores da cidade e da região.

Ou seja, a comunicação do Aeroporto deveria alcançar uma narrativa que falasse para dentro de Maricá, mas que também transcendesse fronteiras locais, refletindo a concretude de suas operações.

O aeroporto deveria ser visto pelos meios de comunicação e pela população de Maricá e região como parte essencial das oportunidades que o município oferece. Era forçoso despertar nesses públicos o orgulho de ter o aeroporto na cidade.

Para os veículos fora da região de Maricá, para as empresas e para os investidores, o aeroporto precisava estar posicionado como solução para os negócios.

Isso não quer dizer, evidentemente, que o offshore ficou fora das ações de comunicação voltadas mais para o público geral e para os veículos regionais; e nem que os voos da Azul Conecta ficaram fora das ações de comunicação voltadas mais para os veículos fora da região e os investidores. Afinal, todas essas operações convergem para o mesmo ponto.

Portanto, o planejamento estratégico abarcou todas essas operações, a fim de que, ao fim, o olhar sobre o aeroporto fosse o mesmo: o de soluções e oportunidades.

A solução para executar o planejamento estratégico envolveu diversas ações. Ao longo do ano, a equipe Diálogo estabeleceu uma série de interlocuções com os veículos de comunicação e formadores de opinião para disseminar o conceito e as mensagens-chave expostas acima.

Para abastecer a imprensa em geral e a especializada, foi feito um briefing e estratégico, a fim de facilitar a compreensão sobre o aeroporto.

As atividades também envolveram três press trips, para que jornalistas de veículos conceituados tivessem contato direto com o local e com as operações. Em todas elas, houve acompanhamento in loco da equipe Diálogo.

A organização de entrevistas coletivas também se inseriram nas tarefas, bem como a elaboração de planos específicos de comunicação para eventos de peso no aeroporto, como a chegada da Azul Conecta. Apresentações em PPT, para serem usadas pela equipe do Aeroporto em eventos e reuniões, igualmente estiveram no rol de atividades.

Rotineiramente, foram feitos releases, reportagens, vídeos, fotos, informativos e editorações para abastecer os veículos de comunicação, gerais e especializados, além da oferta de notas exclusivas para colunas de renome. Houve ainda a confecção de mailing especializado.

Foi feito também media training com com porta-voz do Aeroporto de Maricá, além de pesquisa para medir o conhecimento sobre os voos da Azul Conecta.

Abaixo, seguem as principais ações realizadas:

- *Produção e edição de vídeos temáticos: 1 em janeiro, 1 em julho, 1 em agosto, 1 em setembro e 1 em outubro*
- *Produção de briefing estratégico: 1, em maio*
- *Produção de informativos e editoração: 1 em junho, 1 em setembro e 1 em dezembro*
- *Captação externa de imagens e informações: 76 saídas da equipe ao longo do ano*
- *Organização de coletiva de imprensa: 1 em julho e 1 em novembro*
- *Press trips: 1 em maio (TV Globo/InterTV), 1 em julho (AeroMagazine)*
- *Media training: 1, em junho*
- *Planos específicos de comunicação: 1 em maio, 2 em julho e 1 em novembro*
- *Apresentações em PPT: 1 em maio, 1 em junho, 1 em outubro e 1 em novembro*

### **Alcance dos objetivos e relevância dos resultados obtidos**

A partir das ações expostas acima, o Aeroporto de Maricá passou a ter frequência em veículos de peso, onde antes não tinha visibilidade.



Por meio de press trip, por exemplo, foi viabilizada a presença da equipe da TV Globo, por meio da afiliada InterTV, no voo inaugural da Azul Conecta, como pode ser visto no link a seguir, de 25/05/2023: <https://globoplay.globo.com/v/11649477/>



A presença da TV Globo não se limitou a grandes eventos. Houve cobertura também, por exemplo, das obras de ampliação (31/08/2023) do aeroporto, conforme link a seguir: <https://globoplay.globo.com/v/11910369/>



Houve ainda a publicação de notas em primeira mão em colunas e espaços de relevância nacional. Entre elas, Ancelmo Gois publicou em 25/05/2023 nota sobre a adoção da tarifa social nos voos comerciais em Maricá: <https://shre.ink/riXj>

O aeroporto de Maricá também entrou na pauta da mídia especializada. A AeroMagazine, principal referência nacional na mídia especializada e que não cobria o aeroporto, passou a publicar reportagens e posts após o início da execução do planejamento estratégico, como pode ser exemplificado nos seguintes links:



- Receita de aeroporto no Rio de Janeiro pode triplicar em 2024 (17/10/2023) – <https://shre.ink/riX7>



- Helicóptero Sikorsky S-92 fez primeiro voo em aeroporto no Rio de Janeiro (20/11/2023) – <https://shre.ink/riXL>



- Aeroporto de Maricá terá voos da Azul Conecta (25/05/2023) – <https://shre.ink/riXA>

Além disso, o dia a dia do aeroporto entrou na pauta dos veículos do Rio de Janeiro, como exemplificam reportagens do Dia sobre treinamento de segurança (14/12/2023) <https://shre.ink/riXS> e do Extra sobre certificação ISO (29/11/2023) <https://shre.ink/riXt>



Ao longo do ano, foram 106 reportagens publicadas na imprensa a partir, exclusivamente, do trabalho realizado pela Diálogo, com foco no Aeroporto de Maricá.



Para além dos resultados junto a veículos de comunicação, houve também a medição do conhecimento do aeroporto, após parte das ações, junto à população de Maricá.

O levantamento feito pela Diálogo, parte integrante do escopo de trabalho para a Codemar, mostrou que, em julho de 2023, 53% dos entrevistados sabiam que haveria voos comerciais em Maricá a partir de janeiro de 2024 – um índice bastante relevante menos de dois meses após o início da divulgação da informação.

Brasília, 05 de maio de 2025.

**REBECA**  
**SCATRUT:07547285449**

Assinado de forma digital por  
REBECA SCATRUT:07547285449  
Dados: 2025.06.11 15:18:42 -03'00'

**Diálogo Comunicação Corporativa e Digital SS**

CNPJ: 03.201.952/0001-61

**Rebeca Scatrut**

CPF: 075.472.854-49

RG: 1.952.397 SSP/DF

Representante Legal



## ATESTADO DE VALIDAÇÃO

A Companhia de Desenvolvimento de Maricá (Codemar) referenda e valida todas as informações prestadas sobre o planejamento estratégico e a execução de ações para divulgação e a promoção da reputação do Aeroporto de Maricá no ano de 2023, atestando, para os devidos fins, que a Rede de Diálogo – sob o contrato nº 52/2022, assinado em 28 de julho de 2022 – executou, e continua executando, de forma plenamente satisfatória a estratégia delineada para as ações descritas.

O trabalho feito pela Rede de Diálogo vem resultando em expressiva divulgação na mídia – nacional e regional – , alcançando os objetivos propostos. Atestamos, por fim, que a prestação de serviços da Rede de Diálogo tem se dado de forma satisfatória, não havendo nenhum fato que desabone a conduta, a competência e a responsabilidade da empresa.



Documento assinado digitalmente

MARIANA FERREIRA TAVARES

Data: 06/05/2025 14:31:44-0300

Verifique em <https://validar.jti.gov.br>

---

**Mariana Ferreira Tavares**  
Matrícula 553  
Superintendente de Comunicação  
[mariana.ferreira@codemar-sa.com.br](mailto:mariana.ferreira@codemar-sa.com.br)  
(21) 3995-3090



## FICHA TÉCNICA – PEÇAS



### VÍDEO TEMÁTICO

- **Desafio:** mostrar ao público em geral e aos investidores que o Aeroporto de Maricá estava pronto, com a infraestrutura necessária, para receber voos e passageiros, posicionando-se como referência entre os aeroportos com foco no offshore. Era preciso deixar claro como sua estrutura era diferenciada e completa.
- **Ação:** produção, edição e finalização de vídeo mostrando os diferenciais do aeroporto.
- **Material utilizado:** vídeo temático.



### INFORMATIVO PARA IMPRESSÃO

- **Desafio:** retratar o crescimento acelerado do Aeroporto de Maricá e a chegada de grandes e novas aeronaves, posicionando o aeroporto como um dos mais promissores do Brasil no setor offshore.
- **Ação:** criação, diagramação e finalização de informativo com textos, imagens e fotografias.
- **Material utilizado:** informativo com 4 páginas para impressão.

Cliente: **Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan)**  
Período: **Novembro de 2024 a Janeiro de 2025**

### **Exposição do desafio**

Há algo de profundamente brasileiro na imagem de um pedaço de queijo Minas sobre a mesa da cozinha, ao lado de um café passado na hora. É sabor que abraça, é memória que insiste em ficar. Por trás dessa simplicidade cotidiana há um saber ancestral, transmitido, ao longo de mais de 300 anos, de mãos calejadas a esperançosas. E foi esse saber-fazer que o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) reconheceu, em 2008, como Patrimônio Cultural do Brasil.

O Queijo Minas Artesanal é muito mais que um alimento. Ele é gesto, tradição, resistência. É vínculo entre gerações, expressão de pertencimento e testemunho vivo da cultura de um povo. Seu modo de fazer carrega histórias de afeto, de hospitalidade e de uma convivência tecida com paciência e cuidado. É símbolo de identidade e orgulho para homens e mulheres de tantas Minas Gerais.

Em março de 2023, foi com o mesmo zelo que o Iphan apresentou à Unesco a candidatura dos Modos de Fazer o Queijo Minas Artesanal à lista Representativa do Patrimônio Cultural Imaterial da Humanidade. A iniciativa nasceu do pedido da Associação Mineira de Produtores de Queijo Artesanal (Amiqueijo) e da Secretaria de Cultura e Turismo do Estado de Minas Gerais, e contou com todos os pré-requisitos exigidos pela organização internacional – reconhecimento nacional; robusto plano de salvaguarda; e o consentimento legítimo da comunidade detentora do saber.

Ali, começava uma nova travessia – longa, desafiadora e delicada como o próprio processo de cura de um bom queijo.

Em novembro de 2024, finalmente, os Modos de Fazer o Queijo Minas Artesanal foram incluídos na lista Representativa do Patrimônio Cultural Imaterial da Unesco – a votação seria realizada no dia 4 de dezembro, durante a 19ª sessão do Comitê Intergovernamental da Convenção para a Salvaguarda do Patrimônio Cultural Imaterial do órgão em Assunção, no Paraguai. E foi então que o Iphan, como guardião da memória brasileira, precisou reafirmar seu papel diante do país. A missão, confiada à Diálogo Comunicação, era clara: construir uma estratégia que reposicionasse o Instituto como protagonista da candidatura e defensor legítimo do patrimônio cultural brasileiro.

### **Complexidade**

O cenário era competitivo. Após análise detalhada do noticiário sobre o tema, identificou-se que o Estado de Minas Gerais já vinha investindo fortemente na divulgação da pauta, promovendo eventos e ações que buscavam associar o reconhecimento internacional ao esforço estadual.

O Iphan, por sua vez, entrava na cena pública em um momento estratégico — às vésperas da votação final — com a missão de reposicionar a narrativa. Era preciso comunicar que o reconhecimento como Patrimônio da Humanidade era, acima de tudo, o resultado de um trabalho técnico, contínuo e silencioso, conduzido pelo Instituto com excelência e compromisso.

A estratégia, portanto, precisaria ser justa, sensível, sem confronto, respeitando a pluralidade de vozes que compõem o patrimônio cultural brasileiro. Como quem traduz o valor de um gesto simples, mas carregado de sentido. Como quem conta a história de um país por meio do sabor de um queijo.

## Estratégia

Coube à **Diálogo**, sob o comando da Coordenação-Geral de Comunicação Institucional do Iphan, criar e implementar um plano de comunicação institucional com ações de relacionamento com a imprensa, atendimento a demandas e produção de conteúdos estratégicos.

O plano foi estruturado em três momentos principais. No primeiro, a equipe da Diálogo realizou uma imersão com especialistas do Iphan e elaborou um plano detalhado, com fases distintas e mapeamento criterioso de veículos e jornalistas. Os principais objetivos eram reforçar o papel técnico do Iphan na proteção e promoção do patrimônio cultural, aproximar o Instituto da sociedade por meio de uma linguagem acessível e sensível, e destacar a excelência de sua equipe e de sua atuação institucional.

No segundo momento, era hora de ocupar os espaços de escuta e diálogo com a sociedade. Os canais de divulgação escolhidos foram: o site oficial do Iphan, veículos de mídia (nacionais, regionais e especializados), além de ações via e-mail e WhatsApp.

O trabalho começou com contatos nas editorias de Cultura. Mas logo se percebeu que a pauta ganhava mais aderência nas editorias de Brasil, o que ampliou sua projeção. A estreia na grande mídia se deu com exclusividade no jornal O Globo, por meio de uma matéria com embargo. Àquela altura, ainda não era possível anunciar a vitória — a votação ocorreria dias depois —, mas o terreno já estava preparado.

Outros veículos seguiram o mesmo caminho. As TVs foram mobilizadas para cobertura com imagens no dia da votação, em 4 de dezembro. Alguns, como o Globo Rural, optaram por antecipar a cobertura online e deixar a televisão para um segundo momento. Grandes rádios, como a Rádio Itatiaia, também aderiram à narrativa, reconhecendo o saber-fazer como patrimônio vivo e valorizando o papel institucional do Iphan.

Veículos que já vinham seguindo uma linha narrativa centrada no governo estadual, como o Estado de Minas, abriram espaço para destacar a atuação técnica e institucional do Iphan. A comunicação embasada e respeitosa tem esse poder: costura pontes onde há disputa, oferece escuta onde antes havia ruído.

No terceiro momento — o da votação da Unesco —, a imprensa já estava mobilizada. Tinha o contexto, o material e a confiança necessária. Assim que a decisão foi anunciada, uma onda de matérias, notas e reportagens percorreu o país. O saber-fazer do queijo, moldado por séculos, finalmente ecoava em alto e bom som nas redações e nos lares brasileiros.

Entre novembro de 2024 e janeiro de 2025, foram produzidos releases e avisos de pauta, além do acompanhamento e preparação de porta-vozes, mais de 30 atendimentos à imprensa e análises diárias de mídia. Também foram disponibilizados cortes de vídeo e fotografias da sessão de votação, com amplo uso pelos veículos.

### Principais ações realizadas:

- Criação e execução de Planejamento de Comunicação
- Alinhamento de mensagens-chaves e narrativas
- Orientação e acompanhamento de porta-vozes
- Cronograma de pautas
- Levantamento de mailings de veículos
- Produção de releases e avisos de pautas
- Envio de cortes de vídeos e fotografias
- Análises diárias de mídia

### Resultados

A repercussão foi expressiva. Estima-se que mais de 200 veículos de comunicação noticiaram o fato, entre rádios, TVs, portais e impressos no período de novembro de 2024 a janeiro de 2025. Programas de grande audiência, mesmo fora do noticiário tradicional, como o Mais Você, da Rede Globo, também celebraram a conquista. Entre os principais destaques, estão: Jornal Nacional, TV Record, Estadão, Folha de S. Paulo, G1, Globo Rural, O Globo, CNN Brasil, CBN, Estado de Minas e Agência Brasil. Importante destacar que a aproximação e o follow-up realizados pela equipe de comunicação da Diálogo, com jornalistas específicos, tornaram possível a realização de diversas entrevistas com o presidente do Iphan, Leandro Grass.

Em janeiro de 2025, por ocasião do Dia Mundial do Queijo (20 de janeiro), o tema voltou à pauta, sendo novamente amplamente repercutido. O Globo Rural online, por exemplo, reforçou a conquista e ressaltou o protagonismo técnico e institucional do Iphan no processo.

A valoração estimada da comunicação ultrapassou R\$ 27 milhões, com mais de 200 notícias publicadas em veículos nacionais, regionais e especializados. Mas o impacto mais importante não se mede em números: foi o fortalecimento da imagem do Iphan como guardião da memória brasileira, defensor da cultura viva e articulador do patrimônio que une o país em torno da sua identidade.

**+ de 200 veículos impactados**

Rádio, TV, internet e mídia impressa em cobertura nacional e regional.

#### Veículos de destaque:

- Jornal Nacional
- O Globo
- Folha de S. Paulo
- G1
- Globo Rural
- CNN Brasil
- Estado de Minas
- Agência Brasil

#### Formatos produzidos:

- +10 releases e avisos de pauta
- +30 atendimentos à imprensa
- Entrevistas com porta-vozes
- Vídeos e fotografias da votação

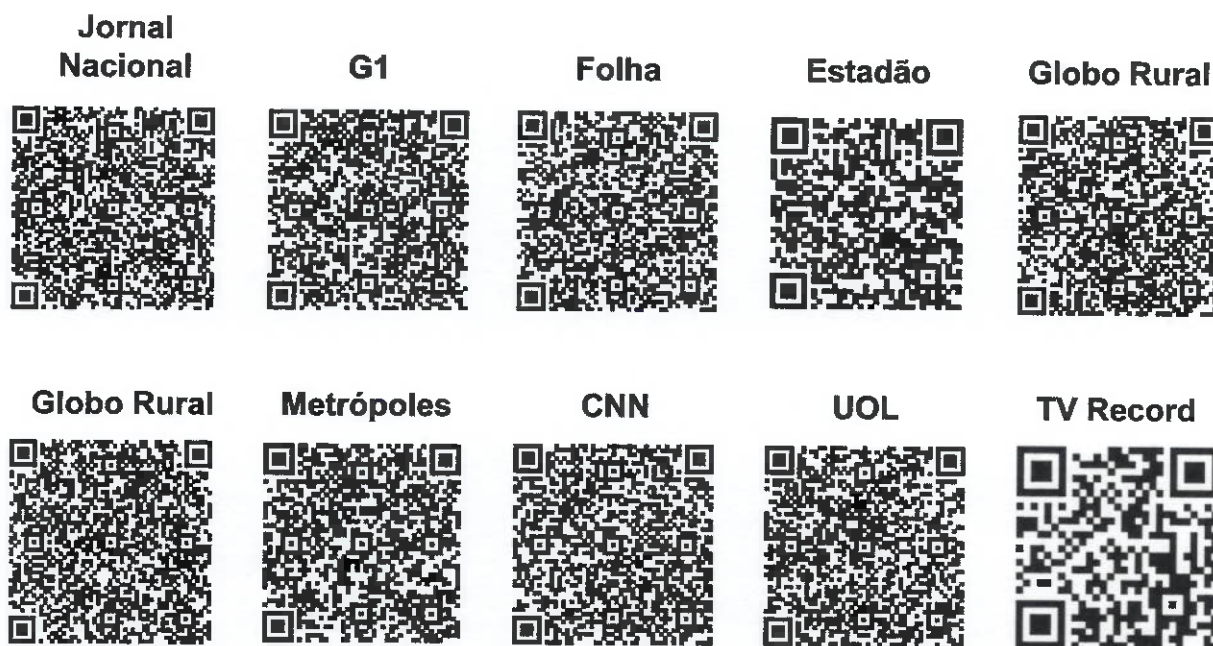
Valoração estimada da comunicação:

**R\$ 27 milhões** em mídia espontânea  
(com base em mais de 200 notícias veiculadas)

Em um país feito de afetos, sabores e histórias, o Queijo Minas Artesanal agora é, oficialmente, um Patrimônio da Humanidade. E o Iphan, com sua atuação técnica, sensível e firme, foi reconhecido como fiador desse legado — aquele que transforma saberes em memória, e memória em orgulho nacional.

Esses dados e informações deixam claro que o trabalho de comunicação proposto e executado pela Diálogo Comunicação, sob a liderança da Coordenação-Geral de Comunicação Institucional do Iphan, se mostrou eficaz e eficiente.

#### Links



Brasília, 08 de maio de 2025.

REBECA  
SCATRUT:075472854  
49

Assinado de forma digital por  
REBECA SCATRUT:07547285449  
Dados: 2025.06.11 15:19:45  
-03'00'

**Diálogo Comunicação Corporativa e Digital SS**

CNPJ: 03.201.952/0001-61

**Rebeca Scatrut**

CPF: 075.472.854-49

RG: 1.952.397 SSP/DF

Representante Legal



**ATESTADO DE VALIDAÇÃO**

O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan) referenda e valida todas as informações prestadas sobre o planejamento estratégico e a execução de ações de relacionamento com a imprensa, atendimento a demandas e produção de conteúdos estratégicos sobre a inclusão dos Modos de Fazer o Queijo Minas Artesanal na lista Representativa do Patrimônio Cultural Imaterial da Unesco no período de novembro de 2024 a janeiro de 2025, atestando, para os devidos fins, que a Diálogo – sob o contrato 16/2024, assinado em 10 de setembro de 2024 – executou, e continua executando, de forma plenamente satisfatória a estratégia delineada para as ações descritas.

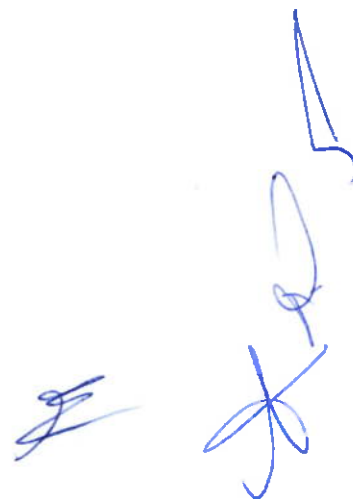
O trabalho feito pela Diálogo vem resultando em expressiva divulgação na mídia – nacional e regional –, alcançando os objetivos propostos. Atestamos, por fim, que a prestação de serviços da Diálogo tem se dado de forma satisfatória, não havendo nenhum fato que desabone a conduta, a competência e a responsabilidade da empresa.

Brasília, 08 de maio de 2025.

Documento assinado digitalmente  
**gov.br** ALEXANDRE BANDEIRA DE MELLO SANTOS DA F  
Data: 08/05/2025 09:59:30-0300  
Verifique em <https://validar.iti.gov.br>

---

**Alexandre Bandeira de Mello Santos da Figueira**  
**Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – Iphan**  
Coordenador-geral de Comunicação Institucional  
[alexandre.bandeira@iphan.gov.br](mailto:alexandre.bandeira@iphan.gov.br)  
61-20245531



## FICHA TÉCNICA – PEÇAS



### NOTÍCIA NO SITE (para follow-up com a imprensa)

- **Desafio** – Promover a transparência pública e a divulgação de informações sobre a candidatura do Modos de fazer o Queijo Minas Artesanal à Lista Representativa da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco). As notícias publicadas no site do Iphan eram utilizadas como base para o follow-up com jornalistas. Foi adotada estratégia de comunicação mais direta e próxima com esses profissionais, a fim de assegurar a divulgação na mídia.
- **Ação** – Produção e disponibilização de notas institucionais, com atualizações em tempo real sobre a candidatura.
- **Material** – Notícia (QR Code e anexo)



### ANÁLISE DE MÍDIA

- **Desafio** – Garantir que a alta gestão do Iphan e a comunicação recebesse análises diárias sobre a repercussão da pauta e demais assuntos de interesse do Instituto, bem como a identificação de tendências e oportunidades relevantes para a marca.
- **Ação** – Produção diária de análises de imagem a partir do clipping do noticiário, com envio de alertas no decorrer de cada dia em grupo no WhatsApp.
- **Material utilizado** – Documento em formato digital enviado por e-mail (QR Code e anexo)

As peças seguem em pen drive anexo.



*(Handwritten signature)*