



**MINISTÉRIO DA INTEGRAÇÃO E DO DESENVOLVIMENTO REGIONAL
ASSESSORIA ESPECIAL DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

AVISO DE SESSÃO PÚBLICA nº 06/2025, de 12/11/2025

Contrato nº 63/2021

Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional – Agência Cálix Comunicação e Publicidade LTDA.

Atendendo ao que dispõe no art. 14, §2º, da Lei nº 12.232/2010, e da Cláusula 5.1.9.1 do contrato, e em razão do valor da estimativa de preços ultrapassar 0,5% do valor da verba contratual, vimos informar que na quarta-feira, dia 12 de novembro de 2025 às 15h, nas dependências do MIDR - ESPLANADA DOS MINISTÉRIOS – BLOCO E – SALA 820 - 8º Andar realizaremos abertura dos envelopes referentes ao orçamento do serviço abaixo discriminado:

BRIEFING VÍDEO

CLIENTE: MIDR – MINISTÉRIO DA INTEGRAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL

CAMPANHA: Cidades Sustentáveis e Resilientes – COP 30

AGÊNCIA: CÁLIX COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA.

RTV: Lucas Alencar / Cássia Russo

TÍTULO: Cidades Sustentáveis e Resilientes

DURAÇÃO: 30 (trinta) segundos

QUANTIDADE: 01 (um) vídeo

PRODUTO: UTILIDADE PÚBLICA

VEÍCULAÇÃO: Televisão aberta e fechada, eventos internos, externos e patrocinados, internet, intranet, redes sociais, DOOH, mídias alternativas, mídia exterior, acervo on-line do cliente e agência (site, redes sociais, canais próprios, YouTube).

PERÍODO: 12 meses a contar da primeira data de veiculação.

IMAGENS: Direitos de utilização das imagens brutas, incluindo direitos da produtora, de

equipe e das pessoas presentes, por 12 meses.

ESPÉCIE: **Produção de 01 (um) filme de 30" (trinta segundos), contemplando a captação, montagem, edição e finalização dos formatos de acordo com o PM que será enviado pela Agência.**

1. Contexto da Campanha

Campanha CIDADES SUSTENTÁVEIS E RESILIENTES

A realização da COP30, em Belém (PA), entre 10 e 21 de novembro de 2025, coloca o Brasil no centro do debate internacional sobre o enfrentamento da crise climática e o papel dos países em desenvolvimento na transição para um modelo de crescimento sustentável e inclusivo. Nesse contexto, o Ministério das Cidades atua de forma estratégica para demonstrar que o desenvolvimento urbano e a sustentabilidade ambiental podem e devem caminhar juntos. A campanha “Cidades Sustentáveis e Resilientes” visa comunicar à sociedade as ações concretas e políticas públicas implementadas pelo Ministério das Cidades que promovem a adaptação climática, a redução das desigualdades e a melhoria da qualidade de vida nas áreas urbanas, especialmente nas periferias - territórios mais vulneráveis aos efeitos das mudanças climáticas.

Por meio de iniciativas como o Periferia Viva, os Planos Municipais e Comunitários de Redução de Riscos (PMRR e PCRA), as Soluções Baseadas na Natureza, a Renovação da Frota de Transporte Público, o incentivo à mobilidade urbana sustentável, às tecnologias de baixo carbono, à habitação verde e à gestão de resíduos, o Ministério das Cidades reafirma seu compromisso com o desenvolvimento urbano sustentável e resiliente. São ações que unem prevenção, planejamento, infraestrutura e inclusão, beneficiando milhões de brasileiros. A campanha busca fortalecer a imagem institucional do Governo Federal e do Ministério das Cidades como agentes de transformação urbana e climática, apresentando de forma acessível e didática os resultados dessas políticas - desde grandes obras estruturantes até intervenções locais que impactam diretamente o cotidiano das pessoas. O conceito de “Cidades Sustentáveis e Resilientes” traduz uma visão integrada: cidades que planejam seu crescimento com justiça social, que reduzem vulnerabilidades, valorizam o verde, investem em mobilidade limpa e se preparam para os desafios climáticos. A comunicação reforçará que a agenda climática é, sobretudo, uma agenda de cuidado com as pessoas, alinhada ao posicionamento “Governo do Brasil, do lado do povo brasileiro”. Com linguagem clara, visual moderno e narrativa positiva, a campanha será veiculada na TV aberta, com foco na Região Norte e no estado do Pará, palco da COP30. O objetivo é sensibilizar a sociedade sobre a importância de cidades planejadas, humanas e sustentáveis, destacando que o futuro climático do planeta começa dentro das nossas cidades. Assim, a campanha “Cidades Sustentáveis e Resilientes” cumpre sua função de utilidade pública e prestação de contas, promovendo conscientização, engajamento e orgulho nacional diante do protagonismo do Brasil na construção de um futuro urbano mais verde, seguro e inclusivo.

PÚBLICO-ALVO: **Público presente na COP30; Comunidade local; População periférica da região e Sociedade em geral.**

PERÍODOS E PRAZOS: **12 meses, com veiculação iniciando em novembro/2025.**

2. Orçamento

As propostas orçamentárias deverão contemplar, separadamente, a indicação dos custos, observando a descrição abaixo:

Peças	Descrição/Especificações Técnicas
Título: COP 30	<p>1)Peça: Filme;</p> <p>2)Quantidade: 01 (um);</p> <p>3)Tipo: Original;</p> <p>4)Minutagem: 30 segundos;</p> <p>5)Complexidade: Alta;</p> <p>6)Pré-produção: complexa;</p> <p>7)Pós-produção: complexa;</p> <p>8)Produção: complexa;</p> <p>9)Haverá Versão: não;</p> <p>10)Haverá Redução: não;</p> <p>11)Recursos de acessibilidade: Libras, legenda;</p> <p>12)Captação: 4k;</p> <p>13)Nível tecnológico de equipamentos: Alta Performance;</p> <p>14)Locação: Externa;</p> <p>15)Cenografia: média;</p> <p>16)Diárias de captação: 02 (duas) diárias;</p> <p>17)Localidade das captações: Belém/PA;</p> <p>18)Equipe: Completa (mais de 20 pessoas);</p> <p>19)Equipes simultâneas: não;</p> <p>20>Celebridade: não;</p> <p>21)Elenco: 01 (uma) pessoa;</p> <p>22)Figurante: Sim, até 10 (dez);</p> <p>23)Deslocamento: sim, terrestre e aéreo;</p> <p>24)Computação gráfica: alta complexidade;</p> <p>25)Captação aérea: sim, drone;</p> <p>26)Banco de imagem: não;</p> <p>27)Ilustração: não;</p> <p>28)Edição: alta complexidade;</p> <p>29)Finalização HD: alta complexidade;</p> <p>30)Finalização SD: alta complexidade;</p> <p>31)Período de veiculação/utilização: 12 (doze) meses;</p> <p>32)Utilização: Televisão aberta e fechada, Eventos internos, externos e patrocinados, internet, intranet, redes sociais, DOOH, mídias alternativas, mídia exterior, acervo on-line do cliente e</p>

	<p>agência (site, redes sociais, canais próprios, YouTube).</p> <p>33) Praças: Nacional;</p> <p>34) Pacote: não;</p> <p>35) Prazo estimado para produção: 07 (sete) dias;</p> <p>36) Observação:</p>
--	--

3. Detalhamento dos custos

ITEM	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO/FILME	CUSTO TOTAL
Título: COP 30	1	R\$	R\$

Validade da proposta: 60 dias

4. Produção e Edição de Vídeo.

A produção e edição do vídeo deverão considerar em seu planejamento:

- a. A reunião de produção ocorrerá em Brasília, junto com agência e Assessoria Especial de Comunicação Social do MIDR. Na ocasião, serão discutidas as decisões de produção e direção, considerando as características do roteiro.
- b. A execução de diária extra de captação está condicionada à prévia aprovação da Assessoria Especial de Comunicação Social do MDR.
- c. A apresentação do *off line* acontecerá em Brasília, mas sem a necessidade da presença da produtora, e para a finalização é preciso prever no máximo 1 dia, a partir da aprovação do *off line*, para o vídeo.
- d. Para cenas compradas em banco de imagens, a produtora deverá prever a utilização das mesmas no pacote de produção.
- e. É de total responsabilidade da produtora contratada, a obtenção prévia de todas as autorizações de uso de imagem e voz de todo elenco, e de crianças menores de 16 anos. No caso dos menores de 16 anos, impetrar as autorizações junto aos órgãos competentes antes da produção do vídeo.

5. Formato do Vídeo.

A captação será em Full-HD/4K.

6. Pós-produção

Ficará a cargo da produtora toda a pós-produção: edição, aplicação de *lettering*, cartelas de assinaturas (fornecidas pela agência), finalização e tratamento “*tape to tape*” para equalização das imagens.

7. Direitos de Utilização

Utilização: Utilidade pública.

8. Cotação

Entrega da carta proposta/orçamento: **12/11/2025 – até às 11:00 hrs.**

A proposta deverá contemplar todos os itens que constam no briefing. A proposta com os custos deverá estar lacrada e ser encaminhada para a agência, em Brasília-DF, no seguinte endereço: CÁLIX COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA. SHIS QI 09/11, BLOCO L, SALAS 105 E 106 – EDIFÍCIO DONA MARTA XIX – LAGO SUL – BRASÍLIA – DF – CEP 71.625-125.

Cálix Propaganda – A/C: Lucas Alencar / Cássia Russo.

As propostas serão abertas em reunião em Brasília, no dia **12 de novembro de 2025, às 15hrs**, nas dependências do MIDR - ESPLANADA DOS MINISTÉRIOS – BLOCO E – SALA 820 - 8º Andar com a presença da agência, MIDR, e das produtoras convidadas que tiverem interesse em participar.

Abertos os envelopes, a produtora com menor preço será comunicada na mesma data, ou seja, **12 de novembro de 2025.**

Fazem parte desta concorrência, no mínimo, (três) produtoras. Cada produtora irá receber um kit composto por:

- Briefing;
- 1 roteiro-base;
- Modelo de cronograma;
- . Modelo de carta proposta (seguir o modelo encaminhado e colocar todos os itens que constam do briefing);
- Modelo de orçamento decupado que deverá ser utilizado e apresentado pela produtora vencedora **até 01 dia após a abertura dos envelopes.**

9. Cronograma

Junto com a carta proposta, a produtora deverá encaminhar também o cronograma de produção, deve contemplar:

- entrega dos orçamentos; (12/11/2025)
- aprovação dos custos (12/11/2025);
- início produção de base;

- reunião de pré-produção (PPM) agência;
- reunião de pré-produção (PPM) cliente;
- gravação;
- início edição/computação;
- apresentação *offline*;
- ajustes;
- apresentação do *online*
- aprovação final;
- finalização e fechamentos;

Outras Observações

- a. Condições de pagamento: 100% – até 30 dias após o mês de produção.
- b. A aprovação das peças poderá ser feita através de envio do material por *link*, por email (formatos mpeg e *Windows Media Player*) para Agência, a cada versão apresentada.
- c. A agência irá considerar que a produtora está contemplando todos os itens do briefing e do roteiro-base.
- d. Fica sob responsabilidade da produtora o recolhimento das autorizações de uso de imagem e voz dos participantes, para veiculação.
- e. As propostas devem conter elementos mínimos de identificação do proponente, tais como o nome da empresa, endereço, telefone, CNPJ, nome completo, RG e CPF do responsável pela proposta, data, assinatura e carimbo.
- f. Os dados da produtora no orçamento devem estar de acordo com os dados da nota fiscal e do carimbo dos orçamentos originais.
- g. Caso a produtora seja optante pelo Simples, emitir declaração de optante pelo Simples, para que não haja a retenção na hora do faturamento.
- h. Nenhuma despesa será liquidada ou paga sem a efetiva comprovação da execução dos serviços a cargo da contratada.
- i. A agência fará um contrato no qual constarão todos os itens aqui mencionados, especialmente aqueles relativos aos direitos de utilização.
- j. Manter, por si e por seus prepostos, irrestrito e total sigilo sobre quaisquer dados que lhes sejam fornecidos, sobretudo quanto à estratégia de atuação da contratante.
- k. Só divulgar informações acerca da prestação dos serviços objeto desta consulta, que envolva o nome da contratante, mediante sua prévia e expressa autorização, e exigir o mesmo procedimento de seus eventuais contratados.
- l. Em casos de contratação de terceiros para a execução, total ou parcial, dos serviços estipulados, exigirem dos eventuais contratados, no que couberem, as mesmas condições aqui firmadas.
- m. Responder por qualquer ação judicial movida por terceiros com base na legislação de

proteção à propriedade intelectual, direitos de propriedade ou direitos autorais, relacionadas com os serviços descritos neste briefing.

- n. Os direitos autorais, patrimoniais e conexos não serão devidos quando se tratar de “serviço de cópia”, devendo estar sempre incluídos no custo da produção.
- o. A agência Cálix, ou qualquer outra agência determinada pelo Ministério da Integração e Desenvolvimento Regional, produtora ou órgão do Governo Federal, poderá fazer contato por ocasião de nova produção, para requisitar as imagens à produtora. Estas imagens são exclusivas do MIDR, não podendo ser utilizadas pela produtora para outro fim.
- p. Na reutilização de peças por período igual ao inicialmente ajustado, o percentual em relação ao valor original da cessão de uso de obras consagradas incorporadas a essas peças a ser pago pela CONTRATANTE aos detentores dos direitos patrimoniais de autor e conexos dessas obras, será de no máximo 50% (cinquenta por cento). Para reutilização por períodos inferiores, o percentual máximo será obtido pela regra de três simples