



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

**AVISO DE SESSÃO PÚBLICA nº 05/2025**

**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 sexta-feira, dia 24 de outubro de 2025 às 09h, 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:** Projeto de Integração do Rio São Francisco - PISF

**AGÊNCIA:** CÁLIX COMUNICAÇÃO E PUBLICIDADE LTDA.

**RTV:** Lucas Alencar / Cássia Russo

**TÍTULO:** Projeto de Integração do Rio São Francisco- PISF

**DURAÇÃO:** 5' (cinco minutos) e 1'30" (um minuto e trinta segundos)

**QUANTIDADE:** 03 (três) vídeos

**PRODUTO:** UTILIDADE PÚBLICA

**VEÍCULAÇÃO:** 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 5' (cinco minutos) e 02 (dois) filmes de 1'30" (um minuto e 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 - PROJETO DE INTEGRAÇÃO DO RIO SÃO FRANCISCO – PISF

### JUSTIFICATIVA

O Projeto de Integração do Rio São Francisco (PISF) é a maior obra hídrica já realizada no Brasil e um dos marcos estruturantes do Governo Federal para garantir segurança hídrica, desenvolvimento regional e sustentabilidade no semiárido nordestino. Seus Eixos Norte e Leste, somados aos Ramais do Agreste, Salgado e Apodi, beneficiam diretamente mais de 12 milhões de brasileiros nos estados de Pernambuco, Ceará, Paraíba e Rio Grande do Norte

Duas décadas após o início das obras, o PISF consolida-se como instrumento de cidadania e transformação social, levando água para consumo humano, produção agrícola e melhoria da qualidade de vida das populações historicamente afetadas pela seca. Contudo, apesar de sua relevância, ainda é necessário fortalecer a percepção pública sobre seus resultados, combater a desinformação e valorizar o impacto real do projeto.

Nesse contexto, o Ministério da Integração e do Desenvolvimento Regional (MIDR), por meio da Secretaria Nacional de Segurança Hídrica (SNSH) e da Assessoria Especial de Comunicação (AESCOM), propõe a criação de uma campanha publicitária educativa e informativa sob o tema “Águas que transformam vidas”, composta por um documentário institucional e desdobramentos digitais segmentados

A campanha tem como objetivos principais:

- Dar visibilidade ao impacto real do PISF por meio de depoimentos de moradores e agricultores beneficiados;
- Valorizar a grandiosidade técnica da obra, mostrando as estações de bombeamento, adutoras, barragens e canais com filmagens aéreas, 3D e recursos de realidade aumentada;
- Reforçar o papel institucional do MIDR/SNSH como responsável pela política de segurança hídrica;
- Educar e engajar as comunidades beneficiadas quanto ao uso consciente da água;
- Combater mitos e fake news, promovendo transparência e orgulho em relação ao projeto.

Assim, a campanha propõe uma comunicação emocional e informativa, que una histórias reais e dados técnicos, promovendo o reconhecimento do PISF como símbolo de desenvolvimento, esperança e transformação.

A ação cumpre os requisitos de utilidade pública, ao informar, orientar, prevenir e educar a população sobre o uso racional da água e o papel do PISF na segurança hídrica do país - reforçando a presença do Governo Federal como agente de desenvolvimento e promotor de qualidade de vida no semiárido brasileiro.

**PÚBLICO-ALVO: População em geral e utilização em eventos, reuniões com os parceiros e beneficiários do Programa de Integração do São Francisco.**

**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
<b>Título: PISF 5'</b>	1)Peça: documentário; 2)Quantidade: 01 (um); 3)Tipo: Original; 4)Minutagem: 5 minutos; 5)Complexidade: Alta; 6)Pré-produção: complexa; 7)Pós-produção: complexa; 8)Produção: complexa; 9)Haverá Versão: sim, 01 (uma) de até 1'30"; 10)Haverá Redução: não; 11)Recursos de acessibilidade: Libras, legenda; 12)Captação: 4k; 13)Nível tecnológico de equipamentos: Alta Performance; 14)Locação: Externa e estúdio; 15)Cenografia: simples; 16)Diárias de captação: 04 (quatro) diárias; 17)Localidade das captações: Pernambuco/PE, Paraíba/PB, Ceará/CE e Rio Grande do Norte/RN; 18)Equipe: Completa (mais de 20 pessoas); 19)Equipes simultâneas: não; 20)Celebridade: não; 21)Elenco: Sim, 01 (um); 22)Figurante: Sim, até 10 (dez); 23)Deslocamento: sim, aéreo e terrestre; 24)Computação gráfica: alta complexidade; 25)Captação aérea: sim, drone; 26)Banco de imagem: não; 27)Ilustração: sim; 28)Edição: alta complexidade; 29)Finalização HD: alta complexidade; 30)Finalização SD: alta complexidade; 31)Período de veiculação/utilização: 12 (doze) meses; 32)Utilização: 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). 33)Praças: Nacional; 34)Pacote: não; 35)Prazo estimado para produção: 10 (dez) dias; 36)Observação:
<b>PISF – 1'30" (Voo de Balão)</b>	1)Peça: filme; 2)Quantidade: 01 (um); 3)Tipo: original; 4)Minutagem: até 1'30" (um minuto e trinta segundos); 5)Complexidade: Alta; 6)Pré-produção: complexa; 7)Pós-produção: complexa; 8)Produção: complexa; 9)Haverá Versão: não; 10)Haverá Redução: não; 11)Recursos de acessibilidade: Libras, legenda; 12)Captação: 4k; 13)Nível tecnológico de equipamentos: Alta Performance;

	14)Locação: Externa; 15)Cenografia: simples; 16)Diárias de captação: 02 (duas) diárias; 17)Localidade das captações: Pernambuco/PE; 18)Equipe: Completa (mais de 20 pessoas); 19)Equipes simultâneas: não; 20)Celebridade: não; 21)Elenco: Sim, 01 (um); 22)Figurante: não; 23)Deslocamento: sim, terrestre; 24)Computação gráfica: alta complexidade; 25)Captação aérea: sim, drone; 26)Banco de imagem: não; 27)Ilustração: não; 28)Edição: alta complexidade; 29)Finalização HD: alta complexidade; 30)Finalização SD: alta complexidade; 31)Período de veiculação/utilização: 12 (doze) meses; 32)Utilização: 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). 33)Praças: Nacional; 34)Pacote: não; 35)Prazo estimado para produção: 10 (dez) dias; 36)Observação:
<b>PISF – 1’30</b> <b>(Realidade Aumentada)</b>	1)Peça: filme; 2)Quantidade: 01 (um); 3)Tipo: adaptação; 4)Minutagem: até 1’30” (um minuto e trinta segundos); 5)Complexidade: Alta; 6)Pré-produção: simples; 7)Pós-produção: complexa; 8)Produção: simples; 9)Haverá Versão: não; 10)Haverá Redução: não; 11)Recursos de acessibilidade: Libras, legenda; 12)Captação: não se aplica; 13)Nível tecnológico de equipamentos: Alta Performance; 14)Locação: não se aplica; 15)Cenografia: não se aplica; 16)Diárias de captação: não se aplica; 17)Localidade das captações: não se aplica; 18)Equipe: Completa (mais de 20 pessoas); 19)Equipes simultâneas: não; 20)Celebridade: não; 21)Elenco: não; 22)Figurante: não; 23)Deslocamento: não; 24)Computação gráfica: alta complexidade; 25)Captação aérea: não; 26)Banco de imagem: não; 27)Ilustração: não; 28)Edição: alta complexidade;

	29)Finalização HD: alta complexidade; 30)Finalização SD: alta complexidade; 31)Período de veiculação/utilização: 12 (doze) meses; 32)Utilização: 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). 33)Praças: Nacional; 34)Pacote: sim, 03 (três); 35)Prazo estimado para produção: 10 (dez) dias; 36)Observação: filme produzido a partir de visualização interativa em Realidade Mista das EBI 1, 2 e 3 do PISF, desenvolvida a partir de modelos 3D e acessada por meio dos óculos Meta Quest 3. A experiência permite ao usuário explorar as estruturas das estações, acionar pontos informativos com detalhes técnicos e visualizar esquemas das obras, enquanto explica-se o funcionamento das EBI e a relevância do PISF para a segurança hídrica.
--	--

### 3. Detalhamento dos custos

ITEM	QUANTIDADE	CUSTO UNITÁRIO/FILME	CUSTO TOTAL
<b>Título: PISF 5'</b>	<b>1</b>	<b>R\$</b>	<b>R\$</b>
<b>Título: PISF 1'30"</b> <b>Voo de Balão</b>	<b>1</b>	<b>R\$</b>	<b>R\$</b>
<b>Título: PISF 1'30</b> <b>Realidade Aumentada</b>	<b>1</b>	<b>R\$</b>	<b>R\$</b>

**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 Video.**

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: **23/10/2025 – quinta-feira até às 19:00 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.

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

As propostas serão abertas em reunião em Brasília, no dia **24 de outubro de 2025, às 09h**, 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, **24 de outubro 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; (23/10/2025)
- aprovação dos custos (considerar 1 dia);
- 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 Cálux, 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