ATO CONVOCATÓRIO
012/2016
MAR – Museu de Arte do Rio

1. INTRODUÇÃO

Considerando que o Museu de Arte do Rio – MAR é uma das âncoras do plano de revitalização da região portuária da cidade do Rio de Janeiro, localizado na Praça Mauá, em dois prédios interligados, nº 5 e nº 10 (Escola do Olhar e Palacete D. João VI) e áreas externas;

Considerando que o MAR é instituição museológica comprometida com a reflexão acerca da produção artística no contexto da cultura visual e atento às suas implicações ambientais, históricas, sociais, econômicas, culturais e políticas;

Considerando a necessidade de se consolidar a identidade visual do MAR, por meio da execução e produção de materiais gráficos específicos de caráter institucional, com vistas à divulgação das exposições e atividades da Escola do Olhar, bem como da programação mensal do museu;

Considerando que o INSTITUTO ODEON, entidade cultural de fins não econômicos, com endereço de sua matriz na Rua Herval, 480, Belo Horizonte – MG, CEP 30.240-010, CNPJ 02.612.590/0001-39, e endereço de sua filial na Praça Mauá, nºs 05 e 10, Rio de Janeiro – RJ, CEP 20.081-240, CNPJ 02.612.590/0002-10, é ogestor operacional do MAR - Museu de Arte do Rio, em razão de "contrato de gestão" celebrado em 27/04/2012 com o Município do Rio de Janeiro, por meio da sua Secretaria Municipal de Cultura, com vigência inicial de até 2 (dois) anos, visando a gestão operacional daquele museu;

O INSTITUTO ODEON resolve publicar o presente Ato Convocatório nos seguintes termos:

2. OBJETO

O objeto do presente ato convocatório é a seleção de prestador de serviços de assessoria de imprensa, em atendimento às necessidades do Museu de Arte do Rio, doravante denominado MAR, conforme definições abaixo:

a) posicionar e consolidar o MAR como um dos destaques culturais da cidade, ampliando sua visibilidade e contribuindo para aumentar o fluxo de visitantes no museu;

b) consolidar a imagem da Escola do Olhar como uma instituição de vanguarda na área da educação, com seu programa de formação de educadores, diferentes núcleos de estudo e pesquisa, atividades educativas e sua biblioteca;

c) transformar os diretores do MAR em porta-vozes referência, fontes não só para projetos desenvolvidos pelo museu, mas também para pautas relacionadas às artes visuais, museus, exposições, relação entre arte e educação e gestão de instituições culturais;

d) gerar maior visibilidade para o MAR, construindo uma imagem positiva do museu junto ao público e posicionando-o na mídia como referência;

e) aproximar a instituição e seus porta-vozes dos jornalistas-chave de diferentes áreas, de forma a valorizar a sua imagem;

f) garantir uma exposição qualificada junto à mídia, abastecendo-a continuamente com informações sobre o museu, sua programação, novidades e outros assuntos relevantes;

g) apresentar o museu em todas as suas dimensões: arte, cultura, educação, turismo;

h) mapear todos os públicos de interesse do museu e identificar quais são os veículos/meios para atingi-los;

i) acompanhar o planejamento e a montagem de novas exposições, a formação do acervo do museu e traçar metas para divulgação de sua programação anual, bem como do programa da Escola do Olhar.

2.1. O **escopo dos serviços** a serem prestados pela assessoria de imprensa contempla:

a) elaboração de releases e notas (institucionais, de exposições e atividades da Escola do Olhar), que serão enviados à imprensa;

b) elaboração de pautas sobre o mercado de museus e de artes visuais, e sobre gestão de instituições culturais que serão enviadas à imprensa;

c) interface com os jornalistas setoristas de cada divulgação;

d) apuração, coleta de dados e outros materiais adicionais como fotos, vídeos, folders etc. junto ao museu, necessários para enriquecer o trabalho da imprensa e aumentar o interesse pelas pautas sugeridas;

e) elaboração de listas de jornalistas estratégicos para envio de press kit institucional do museu de acordo com cada ação específica (envio, layout, produção e impressão do material são responsabilidade da equipe de Comunicação do MAR);

f) identificação dos setores da mídia nos quais haja maior receptividade ao MAR;

g) contato com os jornalistas a fim de seguir o planejamento de publicações especiais/suplementos que estejam de acordo com o calendário de atividades do museu;

h) monitoramento das pautas sugeridas, fornecendo informações extras, agendando entrevistas e tirando dúvidas;

i) atendimento aos pedidos de jornalistas servindo como filtro entre eles e o museu, evitando possíveis situações de desgaste;

j) auxílio com a preparação de porta-vozes em entrevistas estratégicas;

k) acompanhamento de entrevistas por teleconferência ou ao vivo;

l) uso do mailing completo de jornalistas no Brasil;

m) atendimento às demandas da imprensa internacional (trabalho reativo);

n) organização e realização de eventos de relacionamento com a imprensa e com formadores de opinião;

o) em casos de questionamentos da imprensa que possam apresentar algum risco para a imagem da instituição, preparação de um guia com possíveis perguntas e respostas para entrevistas individuais e coletivas com os porta-vozes do museu;

p) entrega de relatórios semanais, sempre às sextas-feiras, em formato Excel (planilha) com a lista das últimas atividades desenvolvidas, pautas sugeridas e status de cada ação, além dos destaques do clipping da semana e previsão das ações da semana seguinte;

q) entrega de relatórios mensais qualitativos do trabalho da assessoria de imprensa, com gráficos e imagens de destaque, comentando o impacto e repercussão das notícias para o MAR, em formato PDF ou PPT;

r) apresentação e entrega de um relatório anual qualitativo, com gráficos e imagens de destaque, com um balanço dos resultados do trabalho de assessoria de imprensa;

s) estudo e análise dos resultados obtidos no clipping mensal do MAR de forma a pensar estratégias e aproveitar oportunidades;

t) atendimento especializado, com disponibilidade inclusive nos finais de semana, por telefone e presencial, quando necessário;

u) divulgação de textos e imagens do MAR no site da assessoria de imprensa;

v) reuniões mensais de acompanhamento entre a assessoria de imprensa contratada e a gerência de Comunicação do MAR.

3. REQUISITOS PARA A PARTICIPAÇÃO

A execução do objeto desta contratação deverá prever as seguintes habilidades:

a) Ter no mínimo 10 (dez) anos de experiência: comprovação mediante entrega de, pelo menos, 2 (dois) contratos de prestação de serviço na área;

b) Ter sede ou filial na cidade do Rio de Janeiro;

c) Ter experiência em atendimento a clientes do segmento cultural (museus, artes visuais, instituições culturais, feiras ou galerias de artes): comprovação mediante apresentação de 1 (um) case de serviço prestado ao(s) cliente(s) desse segmento;

d) Ter coordenador e atendimento da conta do MAR especializado na área de cultura: comprovação mediante entrega dos currículos.

4. CRITÉRIO DE SELEÇÃO

O Proponente vencedor será aquele que, tendo cumprido os requisitos previstos neste ato convocatório, apresentar o menor preço para pagamento fixo mensal.

5. CREDENCIAMENTO

A empresa participante deverá apresentar ainda, histórico de serviços prestados, indicando o perfil da empresa, estrutura física, empregados e organização da matriz e, se for o caso, das filiais.

6. FORMA DE PAGAMENTO

O pagamento será feito em parcelas fixas mensais, a vencerem no 5º dia útil do mês subsequente, até o fim da vigência do contrato. Será necessário apresentar nota fiscal e comprovante de recolhimento dos competentes tributos municipais, estaduais e federais.

7. VIGÊNCIA

A vigência do contrato é de 12 (doze) meses a contar da data de sua assinatura, podendo ser prorrogado mediante acordo entre as partes.

8. APRESENTAÇÃO DAS PROPOSTAS

a) A proposta de trabalho, bem como documentação exigida, deverá ser encaminhada pelo proponente interessado ao e-mail comunicacao@museudeartedorio.org.br **até o dia 8/4/2016**.

b) Juntamente com a proposta, as empresas deverão anexar o seu respectivo ato constitutivo (contrato social ou estatuto social com ata de criação e posse ou declaração de empresário) em vigor, devidamente registrado na Junta Comercial (em se tratando de sociedades comerciais), ou no Cartório de Registro de Pessoas Jurídicas (nos demais casos), bem como certidões negativas de débito (CNDs) de tributos nos âmbitos federal, estadual e municipal, bem como perante a Justiça do Trabalho, o Instituto Nacional do Seguro Social (INSS) e o Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS).

9. CONSIDERAÇÕES GERAIS

a) A apresentação da proposta por parte da empresa significa pleno conhecimento e integral concordância com as cláusulas e condições deste Ato Convocatório e total sujeição à legislação pertinente e ao Regulamento de Compras e Contratações do Instituo Odeon (http://www.museudeartedorio.org.br/sites/default/files/regulamento_de_compras_e_contratacoes.pdf).

a) A realização do presente ato convocatório não obriga o Instituto Odeon a formalizar a compra ou a contratação junto ao proponente vencedor, podendo o processo ser anulado ou revogado pelo Diretor responsável ou por pessoa a quem ele delegar poderes para tanto, sendo dada ciência aos interessados.

b) O Proponente declara estar ciente de que está obrigado a manter os preços propostos ainda que o volume de serviços venha a ser posteriormente reduzido pelo INSITUTO ODEON.

d) Eventuais dúvidas podem ser sanadas pelo telefone 21 30312792, por *e-mail* comunicacao@museudeartedorio.org.br ou ainda por meio de reunião previamente agendada.

Rio de Janeiro, 30 de março de 2016.

Tiago Cacique
Diretor Administrativo Financeiro - Instituto Odeon
MAR – Museu de Arte do Rio