

ATO CONVOCATÓRIO 03/2026

O INSTITUTO CULTURAL FILARMÔNICA, pessoa jurídica de direito privado sem fins lucrativos, qualificada como Organização Social (OS) pelo Estado de Minas Gerais, inscrita sob o CNPJ nº 07.837.375/0001-50, com sede na Rua Tenente Brito Melo, nº 1.090, Bloco 02, Bairro Barro Preto, em Belo Horizonte/MG, vem, por meio desta, divulgar ATO CONVOCATÓRIO, de acordo com as regras a seguir:

1. Objeto

Constitui objeto do presente Ato Convocatório a contratação de empresa especializada para prestação de serviços de publicidade e design para criação e implementação de nova identidade visual institucional da Orquestra Filarmônica de Minas Gerais, compreendendo:

a) CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE IDENTIDADE VISUAL INSTITUCIONAL COMPLETA, compreendendo a concepção de sistema visual integrado, definição de diretrizes gráficas, tipográficas, cromáticas e conceituais, bem como a elaboração e entrega de Manual de Identidade Visual contendo normas técnicas de aplicação;

b) DESDOBRAMENTO E APLICAÇÃO DO SISTEMA VISUAL aos materiais institucionais e de programação, incluindo, mas não se limitando a: book de apresentação geral do projeto; livro da temporada anual de concertos; guia de venda de assinaturas; calendário com programação dos concertos por assinatura; séries de concertos; concertos especiais; guia de bolso com a programação anual; materiais promocionais e souvenirs;

c) CRIAÇÃO E APLICAÇÃO DO SISTEMA VISUAL AOS PROJETOS EDUCACIONAIS E DE ACESSIBILIDADE, incluindo: Concertos para a Juventude; Filarmônica em Câmara; Academia Filarmônica; Festival Tinta Fresca; Laboratório de Regência; Filarmônica na Praça; turnês estaduais;

d) CRIAÇÃO E DESENVOLVIMENTO DE CAMPANHAS E PEÇAS INSTITUCIONAIS, incluindo: campanha de assinaturas 2027; campanha amigos da filarmônica; e demais peças institucionais correlatas;

e) DIAGRAMAÇÃO E ENTREGA DE MATERIAIS FINAIS, prontos para produção gráfica e/ou veiculação, incluindo: livro da temporada anual de concertos 2027; calendário com programação dos concertos por assinatura 2027; guia de bolso com a programação anual 2027; envelopes institucionais; porta-cartão do assinante; cartão do assinante;

f) OBSERVAÇÃO ESTRATÉGICA: Integração entre pesquisa, definição conceitual e execução visual constitui elemento essencial para a consolidação de identidade coerente, relevante e perene, alinhada à missão artística e institucional da Orquestra Filarmônica de Minas Gerais, podendo os materiais e desdobramentos acima elencados sofrer ajustes ou alterações em decorrência dos resultados da pesquisa de identidade e da avaliação de consumo.

A Orquestra

A Orquestra Filarmônica de Minas Gerais é uma das principais instituições culturais do Brasil e uma referência da música de concerto na América Latina. Fundada em 2008 e sob direção artística e regência titular de Fabio Mechetti, a Orquestra consolidou-se ao longo de quase duas décadas por sua excelência artística, consistência de programação e forte presença institucional no cenário cultural brasileiro e internacional.

Com sede na Sala Minas Gerais, inaugurada em 2015 em Belo Horizonte e considerada uma das melhores salas de concerto da América Latina em termos de arquitetura e acústica, a Filarmônica tornou-se protagonista na transformação da capital mineira em um importante polo da música sinfônica no país. A atuação da Orquestra contribuiu significativamente para ampliar o acesso e o

interesse pela música de concerto, ao mesmo tempo em que fortaleceu a presença do Brasil no circuito internacional da música clássica.

Sua programação artística tem como eixo central as séries de concertos por assinatura, realizadas regularmente na Sala Minas Gerais. Ao todo, são cinco séries, que apresentam ao longo da temporada grandes obras do repertório sinfônico, com participação de regentes e solistas convidados de destaque no cenário nacional e internacional. Essas séries constituem o principal vínculo contínuo entre a Orquestra e seu público, reunindo milhares de assinantes que acompanham a temporada ano após ano.

Além da programação artística principal, a Filarmônica desenvolve uma ampla atuação de formação de público e democratização do acesso à música, com concertos gratuitos, atividades educativas e projetos especiais realizados tanto em Belo Horizonte quanto em outras cidades de Minas Gerais. Esses programas ampliam o alcance da instituição e fortalecem sua dimensão social e educativa.

Outro eixo fundamental da relação com o público é o Programa de Amigos da Filarmônica, iniciativa de relacionamento e captação que convida pessoas físicas a apoiarem diretamente a Orquestra por meio de contribuições recorrentes. O programa fortalece o engajamento da comunidade com a instituição e permite que o público participe mais ativamente da sustentabilidade e do desenvolvimento da Orquestra.

A Filarmônica também possui presença consolidada no cenário fonográfico internacional. São 12 álbuns gravados, entre eles quatro lançados pelo selo internacional Naxos no projeto “A música do Brasil”, realizado em parceria com o Itamaraty. Um desses registros, dedicado a obras de Almeida Prado, foi indicado ao Grammy Latino em 2020.

Em 2026, ao completar 18 anos de atividades, a Filarmônica de Minas Gerais chega a um momento de maturidade institucional, com público consolidado, forte reconhecimento artístico e um papel central na vida cultural de Minas Gerais. Suas campanhas de Assinaturas e Amigos da Filarmônica representam hoje os principais pilares de relacionamento direto com o público, fundamentais tanto para a sustentabilidade da programação quanto para o fortalecimento do vínculo da Orquestra com a sociedade

O Instituto Cultural Filarmônica

A Orquestra Filarmônica de Minas Gerais é administrada pelo Instituto Cultural Filarmônica, organização social sem fins lucrativos, criada para estruturar e gerir o projeto de uma grande orquestra em Minas Gerais. O Instituto tem a missão de promover, fomentar, e difundir o repertório sinfônico brasileiro e universal por meio da elaboração e viabilização da programação artística da Orquestra Filarmônica de Minas Gerais e da administração da Sala Minas Gerais. A missão do Instituto é empreender todos os esforços para que cada vez mais pessoas tenham acesso à música sinfônica de excelência, instrumento de aprimoramento do ser humano, que transcende todas as barreiras culturais e socioeconômicas.

A atuação do Instituto é pautada pelos valores de Comprometimento com a Ideologia, Busca por Excelência, Respeito às Pessoas, Trabalho Colaborativo e Engajamento, Zelo pelos Bens e Recursos confiados ao ICF, Compromisso com os Stakeholders e Perenidade. Além disso, o Instituto rege-se pelos princípios éticos de Legalidade, Impessoalidade, Moralidade, Transparência, Economicidade, Razoabilidade, Eficiência e Excelência.

Cada uma das empresas concorrentes poderá solicitar esclarecimentos, a serem enviados para os e-mails florasilber@filarmonica.art.br e zilkacaribe@filarmonica.art.br para aprofundamento do *briefing*, com a equipe responsável pela Comunicação do Instituto Cultural Filarmônica. A solicitação deve ser feita com até 02 (dois) dias úteis de antecedência em relação ao prazo máximo para recebimento das propostas. O resultado final será publicado no site do Instituto Cultural Filarmônica.

2. Condições de Participação

Somente serão admitidos a participar deste Ato Convocatório os fornecedores do ramo do objeto a ser contratado, legalmente constituídos no Brasil, com sede em território nacional e habilitados para o exercício da atividade, e que

cumprirem todas as exigências indicadas no presente Ato Convocatório.

Consideram-se habilitados para o exercício da atividade os fornecedores que possuam, em seu contrato social ou documento equivalente de constituição legal, atividades de prestação de serviços compatíveis com o objeto deste Ato Convocatório.

Os interessados deverão cumprir todas as exigências indicadas no presente Ato Convocatório, especialmente quanto à relação de documentos necessários.

3. Entrega das Propostas

As propostas deverão ser encaminhadas até as 18h do dia 10/04/2026, por meio digital para o e-mail compras@filarmonica.art.br. Após esta data e horário, o Instituto Cultural Filarmônica não receberá nenhum outro documento, adendo ou acréscimo à proposta.

4. Proposta Comercial

A proposta de orçamento deverá ser elaborada em uma via, datada e assinada pelo representante legal em papel timbrado da empresa, sem emendas, acréscimos, borrões, rasuras, ressalvas, entrelinhas ou omissões, salvo se, inequivocamente, tais falhas não impedirem a exata compreensão de seu conteúdo, devendo constar obrigatoriamente:

- Nome, número do CNPJ, endereço e telefone da empresa proponente;
- Relatório dos serviços a serem prestados;
- Prazo de validade da proposta, que será de, no mínimo, 20 (vinte) dias a contar da data final marcada para a entrega das propostas;
- Valor global da proposta nos termos do presente Ato Convocatório;
- Forma de pagamento nos termos do presente Ato Convocatório;
- Declaração (Anexo II) de que, nos preços propostos para remuneração do fornecedor, encontram-se incluídos todos os gastos com reuniões, visitas a fornecedores, custos de materiais (inclusive os de consumo), mão de obra, encargos sociais e trabalhistas, tributos (inclusive ISSQN), transporte de pessoal, equipamentos e materiais, frete e entrega, mobilização e desmobilização de equipamentos e pessoal, alimentação, uniformes, administração, seguros e quaisquer outros, inclusive o lucro do Contratado e quaisquer outros ônus que porventura possam recair sobre a prestação de serviços do fornecedor, nos termos do presente Ato Convocatório. Não será aceita, pelo Instituto, nenhuma despesa adicional.
- Declaração (Anexo II) de que a empresa não atende, no momento, conta de outra instituição cuja atividade seja a manutenção e programação artística de orquestra sinfônica.

A Proposta Comercial deverá, ainda, ser acompanhada da seguinte documentação de habilitação jurídica, fiscal e técnica, apresentada em via única, sem emenda, rasuras ou entrelinhas:

- Nome, número do CNPJ, endereço, telefone e e-mail da empresa proponente;
- Cópia do Documento de Identidade do Representante Legal;
- Registro Comercial (no caso de empresa individual);
- Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, acompanhado de documentos de eleição de seus administradores;
- Comprovante de Inscrição no Cadastro Nacional de Pessoas Jurídicas – CNPJ;
- Comprovante de Inscrição no Cadastro de Contribuintes Estadual ou Municipal, conforme o caso, relativo ao domicílio ou sede da proponente, pertinente ao seu ramo de atividade e compatível com o objeto contratual;
- Pelo menos um atestado de prestação de serviços de criação de identidade visual para clientes de porte igual ou superior à Filarmônica, assim consideradas organizações com mais de 50 (cinquenta) funcionários;
- Portfólio relacionado com o objeto da presente contratação que demonstre a experiência do fornecedor, igual ou superior a 5 (cinco) anos no mercado de criação.

A proponente selecionada deverá, ainda, apresentar, previamente à celebração do Contrato:

- Certificado de Regularidade para com o FGTS, expedido pela Caixa Econômica Federal;
- Certidão de regularidade com a Receita Federal e o INSS/Previdência Social (CND);
- Certidões de regularidade fiscal junto à Receita Estadual e Municipal (CND);
- Certidão Negativa de Débitos Trabalhistas (CNDT);

Todos os documentos acima listados constituem requisitos obrigatórios para a participação no processo e eventual contratação pelo Instituto Cultural Filarmônica – uma Organização Social (OS), auditada periodicamente por diferentes instâncias – e devem ser encaminhados juntamente com a proposta. A ausência de qualquer documento resultará na automática desclassificação da proposta. No momento da contratação, as certidões de regularidade fiscal deverão estar dentro do prazo de validade legal.

5. Parâmetros gerais para dimensionamento de custo da Proposta Comercial

Para avaliação da proposta será considerado o preço global. O valor da proposta apresentada pela empresa deverá contemplar todas as despesas relacionadas com o presente Ato Convocatório e o(s) seu(s) respectivo(s) contrato(s), além das despesas necessárias para realização dos serviços gráficos, de acordo com o detalhamento indicado abaixo.

6. Escopo de Trabalho

O presente Ato tem como escopo a contratação de serviços especializados para a criação de uma nova identidade visual institucional da Orquestra Filarmônica de Minas Gerais, capaz de representar, de forma contemporânea e consistente, sua excelência artística, relevância cultural e diversidade de atuações do Instituto Cultural Filarmônica.

A nova identidade deverá constituir um sistema visual completo, durável e flexível, apto a atender às demandas institucionais e aos desdobramentos para os projetos artísticos, educativos e de comunicação da Instituto Cultural Filarmônica ao longo dos próximos anos.

O processo deverá ser orientado por uma abordagem estratégica, fundamentada em diagnóstico, pesquisa e entendimento profundo da marca e de seus públicos, visando também a ampliação do consumo das atividades ofertadas pela Orquestra Filarmônica de Minas Gerais. Para tanto, tal identidade deverá estar alinhada com a visão, missão, valores e princípios da instituição.

Para o cumprimento do objeto contratual, a empresa selecionada deverá conduzir seus trabalhos em conformidade com as fases estipuladas no cronograma (Anexo I) deste Ato Convocatório, observando o escopo global ora definido.

6.1. Premissas conceituais e estratégicas da identidade visual

6.1.1. Pesquisa sensorial e diagnóstico de marca

O processo de criação da identidade visual deverá ser precedido ou acompanhado por uma **etapa de pesquisa sensorial e diagnóstico de marca**, com o objetivo de embasar conceitualmente e estrategicamente as decisões criativas. Essa etapa deverá gerar insumos que contribuam para a definição de:

- **Tom de voz da marca**, incluindo atributos de linguagem, grau de formalidade, proximidade e expressividade;
- **Universo imagético**, referências visuais, atmosferas, códigos estéticos e simbólicos associados à Filarmônica;
- **Mood da marca**, emoções e sensações evocadas pela instituição;

- **Percepção dos públicos**, considerando como a Orquestra Filarmônica é vista por seus diferentes públicos (assinantes, público jovem, educacional, patrocinadores, parceiros institucionais e imprensa).

A empresa deverá apresentar metodologia própria para essa etapa, podendo incluir entrevistas qualitativas, workshops, pesquisas exploratórias, análise de benchmarks e mapeamento de atributos sensoriais e simbólicos. Os resultados dessa pesquisa deverão fundamentar o conceito criativo e orientar todo o desenvolvimento do sistema de identidade visual.

6.1.2. Longevidade e consistência institucional

A identidade visual deverá:

- Ser concebida para uso de longo prazo, evitando soluções baseadas em modismos;
- Manter coerência, força e reconhecimento institucional ao longo do tempo, mesmo diante de diferentes contextos e aplicações.

6.1.3. Atendimento a múltiplos públicos

O sistema visual deverá dialogar de forma estratégica e clara com os diferentes públicos da instituição, incluindo:

- Assinantes e público frequente;
- Público jovem e novos públicos;
- Público das ações educativas;
- Patrocinadores, parceiros institucionais e imprensa.

6.1.4. Flexibilidade e abrangência de aplicações

A identidade visual deverá ser extremamente flexível, permitindo desdobramentos coerentes e consistentes em:

- Concertos, séries e festivais;
- Projetos educativos;
- Campanhas institucionais e promocionais;
- Ambientes digitais, impressos e audiovisuais.

6.1.5. Coerência com a música e a excelência artística

A identidade visual deverá:

- Refletir **cultura, sofisticação e precisão**, valores associados à música sinfônica e à atuação da Filarmônica;
- Buscar uma linguagem contemporânea, visando uma renovação de público, porém sem abandonar a sua essência;
- Evitar soluções visuais genéricas, óbvias ou excessivamente romantizadas sobre música clássica que possam remeter ao conservadorismo.

6.1.6. Sistema de identidade visual (não apenas logotipo)

O foco do projeto é o desenvolvimento de um sistema de identidade visual completo, que contemple, no mínimo:

- Tipografia(s) institucional(is);
- Logomarca e suas variações;
- Paleta cromática principal e secundária;
- Grid de marcas, hierarquias visuais e princípios de composição;

Rua Tenente Brito Melo, 1.090 | Bloco 02 | Barro Preto | BH | MG | CEP 30180-070 | (31) 3219.9000 | Fax (31) 3219.9030

www.filarmonica.art.br

- Elementos gráficos de apoio;
- Diretrizes para uso de fotografia e/ou ilustração;
- Possibilidades de desdobramento para séries, projetos especiais e campanhas.

6.1.7 Versatilidade técnica

A identidade visual deverá funcionar de maneira eficiente:

- Em meios digitais (redes sociais, site, peças audiovisuais e motion);
- Em materiais impressos (programas, cartazes, livros, papelaria);
- Em formatos grandes e pequenos;
- Em aplicações coloridas, em preto e branco e em escala de cinza.

6.1.8 Acessibilidade e legibilidade

São premissas indispensáveis:

- Contraste adequado entre elementos visuais;
- Legibilidade em diferentes tamanhos e para diferentes faixas etárias;
- Clareza de aplicação em materiais educativos e institucionais.

6.1.9 Tradição e contemporaneidade

A identidade visual deverá estabelecer um equilíbrio consistente entre:

- A tradição e a solidez institucional de uma orquestra filarmônica;
- Uma linguagem contemporânea, atual e conectada ao presente.

Importante: A Filarmônica não pode parecer datada, tampouco romper com sua identidade institucional de modo a comprometer seu reconhecimento e posicionamento.

6.2 Entregas finais

A Proposta deverá contemplar as seguintes entregas finais, sem prejuízo do previsto no Anexo I e do contrato firmado entre o Instituto e fornecedor:

6.2.1. Criação de nova identidade visual institucional completa, incluindo sistema visual e Manual de Identidade Visual.

6.2.2. Desdobramentos obrigatórios para a identidade visual, incluindo a aplicação do sistema visual aos seguintes projetos e materiais do Instituto:

A) Institucionais e de programação:

- Book de apresentação geral do projeto;
- Livro da temporada anual de concertos;
- Guia de venda de assinaturas;
- Calendário com programação dos concertos por assinatura;
- Série de concertos;
- Concertos Especiais;
- Guia de Bolso com a programação anual;
- Materiais promocionais e souvenirs.

B) Projetos educacionais e de acessibilidade:

- Concertos para Juventude;
- Filarmônica em Câmara;
- Academia Filarmônica;
- Festival Tinta Fresca;
- Laboratório de Regência;
- Filarmônica na praça;
- Turnês Estaduais.

C) Campanhas:

- Campanha de Assinaturas;
- Peças institucionais;
- Campanha Amigos da Filarmônica.

6.2.3. Diagramação e entrega dos seguintes materiais:

- Livro da temporada anual de concertos;
- Calendário com programação dos concertos por assinatura;
- Guia de Bolso com a programação anual;
- Envelopes institucionais;
- Porta cartão do Assinante;
- Cartão do Assinante.

Fica estabelecida a necessidade de integração entre pesquisa, definição conceitual e execução visual, como forma de garantir uma identidade coerente, relevante e durável, alinhada à missão artística e institucional da Orquestra Filarmônica de Minas Gerais. Os materiais previstos poderão sofrer alterações de acordo com o resultado do trabalho da pesquisa de identidade e avaliação de consumo.

7. Critérios para Seleção

Para fins de seleção do fornecedor serão considerados critérios de preço e qualidade técnica da proposta, avaliados em duas etapas sucessivas, conforme critérios abaixo definidos.

Para fins de cálculo das notas, somente serão consideradas as informações presentes nas propostas devidamente habilitadas, não sendo considerados quaisquer valores apresentados por fornecedores que tenham sido desclassificados por qualquer motivo.

7.1. Primeira Etapa – Classificação Inicial

A primeira etapa terá caráter classificatório e considerará os seguintes quesitos, com notas que variam de 0 a 5:

a – Preço

Critério – Maior nota

$$\text{Nota } a = 5 \times (\text{MPG} / \text{PG})$$

Onde:

Rua Tenente Brito Melo, 1.090 | Bloco 02 | Barro Preto | BH | MG | CEP 30180-070 | (31) 3219.9000 | Fax (31) 3219.9030
www.filarmonica.art.br

MPG = Menor valor de preço global apresentado ao Instituto no presente processo seletivo;

PG = Valor do preço global apresentado na proposta comercial do proponente.

O Instituto não pagará nenhum valor a título de acompanhamento de serviços de terceiros, comissão de agência ou similar, devendo o preço global ser expresso em reais, sob pena de desclassificação.

b – Portfólio

Critério para melhor nota – A avaliação considerará a experiência da empresa e a qualidade técnica apresentada em seu portfólio, considerando os seguintes itens:

Pontuação	Crítérios
1,0	Experiência comprovada da empresa em projetos de identidade visual institucional
1,5	Experiência em projetos culturais ou de complexidade equivalente
1,5	Qualidade técnica e consistência dos trabalhos apresentados em portfólio
1,0	Adequação da equipe técnica ao objeto da contratação

c – Atestados de Capacidade Técnica

Critério para melhor nota – Maior quantidade de atestados de capacidade técnica, até o limite de 5 (cinco) atestados. Cada atestado terá o valor de 1 (um) ponto. Apenas serão considerados atestados de prestação de serviços de criação de identidade visual para clientes de porte igual ou superior à Filarmônica, assim consideradas organizações com mais de 50 (cinquenta) funcionários.

Nota da Primeira Etapa

A Nota da Primeira Etapa (N1) será calculada pela soma:

$$N1 = 2 \times (\text{Nota a}) + \text{Nota b} + \text{Nota c}$$

7.2. Segunda Etapa – Defesa e Avaliação Final

As 03 (três) proponentes classificadas com as maiores notas da Primeira Etapa (N1) serão convocadas para reunião presencial ou virtual para apresentação / defesa técnica de suas propostas.

Após a realização das apresentações, será atribuída nova pontuação, com notas que variam de 0 a 5, considerando:

a – Preço

Critério - Maior nota

$$\text{Nota } a = 5 \times (\text{MPG} / \text{PG})$$

Onde:

MPG = Menor valor de preço global apresentado ao Instituto no presente processo seletivo;

PG = Valor do preço global apresentado na proposta comercial do proponente.

b – Qualidade da Proposta

Critério para melhor nota – Melhor Proposta

A avaliação considerará os seguintes itens:

Pontuação	Critérios
1,0	Apresentação, consistência e clareza da proposta metodológica
1,5	Alinhamento estratégico da proposta quanto à pertinência, coerência e inovação em relação ao briefing do Instituto Cultural Filarmônica
1,0	Pertinência, coerência e capacidade de desdobramento da proposta
1,0	Qualidade conceitual apresentada na defesa
0,5	Estrutura de averiguação dos preços apresentados

Nota Final

A Nota Final da Segunda Etapa (NOTA FINAL) será calculada pela soma:

$$\text{NOTA FINAL} = \text{Nota a} + \text{Nota b}$$

8. Forma de Escolha

Será selecionado o fornecedor devidamente habilitado e não desclassificado que apresentar a maior Nota Final, conforme fórmula indicada ao final da Segunda Etapa o item 7.2.

8.1 – Critérios de Desempate

Em caso de empate na Nota Final, serão adotados, sucessivamente, as seguintes notas como critérios para desempate:

- Nota do item “**Qualidade da Proposta**”;
- Nota do item “**Preço**”;
- Nota do item “**Atestados de Capacidade Técnica**”.

9. Pagamento

As condições de pagamentos serão especificadas em contrato, devendo a empresa selecionada fornecer a nota fiscal hábil emitida contra o Instituto Cultural Filarmônica, que procederá com as retenções fiscais cabíveis, após a sua aprovação. Os pagamentos pelo serviço prestado serão realizados em conta de titularidade da empresa selecionada.

10. Disposições Finais

Este Ato Convocatório deverá ser lido integralmente pela empresa, não sendo aceitas alegações de desconhecimento ou discordância de seus termos após a apresentação das propostas. A participação do fornecedor no processo implica a integral aceitação de todos os termos do Ato Convocatório, bem como a observância do Regulamento de Compras e Contratações

do Instituto Cultural Filarmônica.

Todos os requisitos supracitados serão considerados obrigatórios para a participação no processo seletivo de escolha da empresa que prestará serviços ao Instituto Cultural Filarmônica. O fornecedor deverá declarar expressamente, em sua proposta, que compreende e está de acordo com todas as condições listadas neste Ato Convocatório, que deverão ser cumpridas durante a execução do contrato.

É facultado ao Instituto promover diligência destinada a esclarecer ou complementar o processo deste Ato Convocatório e a análise das propostas, bem como solicitar a órgãos, entidades e empresas competentes a elaboração de pareceres técnicos destinados a fundamentar as decisões. É também permitido ao Instituto realizar acréscimos ou supressões ao objeto deste Ato Convocatório.

O Instituto Cultural Filarmônica terá direito de cessão total, permanente e irrevogável sobre todos os direitos de Propriedade Intelectual sobre as peças e criações desenvolvidas em função da contratação, podendo utilizar livremente todo o material, inclusive após o encerramento do contrato de prestação de serviços, não sendo devido nenhum valor adicional à empresa fornecedora em função disso. O Instituto poderá utilizar, reproduzir, alterar, editar, adaptar, traduzir, incluir em fonogramas ou produção audiovisual, distribuir, comunicar ao público, armazenar e fixar o material licenciado em qualquer país e por qualquer meio, inclusive fotografias, filmagens e gravações de áudio e/ou vídeo, para qualquer finalidade, sendo-lhe ainda permitida a distribuição das gravações, filmagens, impressões e demais formas de fixação do material mediante cabo, fibra ótica, satélite, CDs, DVDs, arquivos eletrônicos/digitais, websites ou por meio de qualquer outro tipo de mídia impressa, televisiva, radiofônica, eletrônica ou digital. A empresa selecionada se obriga ainda a assinar todos os documentos e tomar as providências necessárias, junto a terceiros e ao Instituto, para assegurar plenamente a este as prerrogativas aqui listadas e outras necessárias para o exercício dos direitos de Propriedade Intelectual.

O fornecedor eventualmente selecionado deverá celebrar contrato de prestação de serviços por escrito com o Instituto, contemplando todas as condições previstas no presente Ato Convocatório, no qual o fornecedor se comprometerá a não utilizar ou fornecer produtos e/ou serviços provenientes de contrabando, pirataria ou trabalho infantil.

O fornecedor ainda se compromete a assegurar todas as condições ofertadas no processo seletivo enquanto durar o contrato.

Eventuais pendências contratuais anteriores junto ao Instituto serão consideradas para fins da inabilitação do proponente.

O Instituto Cultural Filarmônica é uma entidade privada, não integrante da Administração Pública, e se reserva o direito de não selecionar nenhuma das propostas apresentadas.

O presente Ato Convocatório não constitui licitação nem concurso público.

Belo Horizonte, 16 de março de 2026.



Zilka Caribé
Diretora de Marketing e Comunicação



Joaquim Barreto Guimarães
Diretor Administrativo-financeiro

INSTITUTO CULTURAL FILARMÔNICA

ANEXO I – CRONOGRAMA

Fase	Período estimado	Período	Objetivo	Principais atividades	Entregáveis
Fase 1 Imersão, pesquisa sensorial e diagnóstico de marca	3 semanas	13/04/2026 a 04/05/2026	Compreensão aprofundada da marca e seus públicos	Kick-off; Levantamento de materiais; Entrevistas; Pesquisa sensorial; Benchmarks	Relatório de diagnóstico; Mapa de atributos; Tom de voz; Universo imagético
Fase 2 Estratégia criativa e conceito	2 semanas	05/05/2026 a 29/05/2026	Definição e aprovação do conceito criativo	Consolidação da pesquisa; Conceito; Moodboards; Validação	Documento conceitual; Moodboards; Diretrizes estratégicas
Fase 3 Sistema de identidade visual	4 semanas	01/06/2026 a 29/06/2026	Desenvolvimento e aprovação da identidade visual	Tipografia; Cores; Grids; Elementos gráficos; Testes	Sistema de identidade visual validado
Fase 4 Desdobramentos prioritários e produtos finais diagramados	10 semanas	30/06/2026 a 10/08/2026 - Entrega do livro diagramado; 31/08/2026 - Entrega Calendário diagramado; 07/09/2026 - Entrega do Guia de Bolso Diagramado 11/09/2026 - Entrega dos envelopes, porta-cartões e cartões diagramados	Aplicação nos materiais estratégicos	Desenvolvimento dos materiais da Temporada e comunicação	Caderno da Temporada; Calendário; Guia; Envelopes; Posts
Fase 5 Manual de identidade visual	Paralela à Fase 4	30/06/2026 a 31/07/2026	Consolidação das diretrizes	Documentação técnica; Organização dos arquivos	Manual de identidade visual; Kit de arquivos

<p>Fase 6 Desdobramentos complementares</p>	<p>4 meses após as entregas do manual de marca e produtos diagramáveis</p>	<p>14/09/2026 a 18/09/2026 - Desdobramento para o Guia de Assinaturas</p> <p>21/09/2026 a 30/09/2026 - Desdobramento para o Book de Captação</p> <p>05/10/2026 a 16/10/2026 - Desdobramento para Identidade das Séries de Concerto e peças institucionais</p> <p>21/10/2026 a 04/11/2026 - Desdobramentos dos projetos educacionais Laboratório de Regência, Festival Tinta Fresca, Academia Filarmônica.</p> <p>09/11/2026 a 20/11/2026 - Desdobramentos para Concertos para a Juventude e Filarmônica em Câmara</p> <p>25/11/2026 a 11/12/2026 - Desdobramentos para os projetos Filarmônica na Praça e Turnê Estadual</p> <p>14/12/2026 a 22/12/2026 - Desdobramentos para o Programa Amigos</p>	<p>Entender o uso da identidade estabelecida nos demais projetos da Orquestra</p>	<p>Desenvolver a aplicação da identidade da Orquestra em seus demais projetos educacionais, campanhas institucionais e de itinerância</p>	<p>Manuais de aplicação da identidade da Orquestra para os demais projetos</p>
--	--	---	---	---	--

ANEXO II – DECLARAÇÃO

Por esse ato, _____, pessoa jurídica de Direito privado, CNPJ nº _____, com sede no endereço _____, neste ato representada por seu representante legal, _____, CPF _____, RG _____, declara que:

1 - Nos preços propostos conforme proposta comercial enviada para participação no Ato Convocatório nº 03/2026, promovido pelo INSTITUTO CULTURAL FILARMÔNICA, encontram-se incluídos todos os gastos com reuniões, visitas a fornecedores, custos de materiais, mão de obra, encargos sociais e trabalhistas, tributos (inclusive ISSQN), equipamentos e materiais, frete e entrega, taxas com operações de crédito, mobilização e desmobilização de equipamentos e pessoal, uniformes, administração, seguros e quaisquer outros, inclusive o lucro do Contratado e quaisquer outros ônus que porventura possam recair sobre a prestação dos serviços do fornecedor, nos termos do Ato Convocatório. Não será aceita, pelo Instituto, nenhuma despesa adicional, além do preço apresentado na proposta, referente a qualquer procedimento que envolva o objeto do Ato Convocatório.

2 - Conhece e concorda integralmente com a minuta do Ato Convocatório e seus anexos, inclusive com todas as condições listadas no item “2 – Condições de Participação” do referido documento, que deverão ser cumpridas durante a execução do contrato.

3 - Não atende, no momento, conta de outra instituição cuja atividade seja a manutenção e programação artística de orquestra sinfônica.

Loca: _____ data: _____

Assinatura: _____