

ATO CONVOCATÓRIO 03/2026

O Instituto Cultural Filarmônica vem, por meio deste, publicar resposta a questionamentos referentes ao Ato Convocatório 03/2026, para seleção de empresa especializada na prestação de serviços de publicidade e design para criação e implementação de nova identidade visual institucional da Orquestra Filarmônica de Minas Gerais.

Pergunta 01:

Sobre o item 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: Entendemos que a partir da identidade visual aprovada, o escopo aqui é a criação de um sistema visual para o desenvolvimento da identidade dos projetos da Filarmônica e, a partir de então, atualizar a identidade de todos os programas conforme o novo sistema, correto?

Resposta 01:

Está correto o entendimento de que o escopo contempla a criação de uma nova identidade visual institucional, estruturada a partir de um sistema visual consistente e de suas diretrizes de aplicação.

A partir dessa definição, prevê-se o desdobramento e a aplicação desse sistema aos diferentes projetos, programas e frentes de atuação da Filarmônica de Minas Gerais, conforme descrito no objeto do Ato Convocatório.

Destaca-se, ainda, que o escopo não se limita à definição do sistema, incluindo também o desenvolvimento de aplicações e a entrega de determinados materiais finais, conforme especificado no edital.

Pergunta 02:

Sobre o item "d) Criação e Desenvolvimento de Campanhas e Peças Institucionais, incluindo: Campanha de Assinaturas 2027; Campanha Amigos da filarmônica; e demais peças institucionais correlatas: Há um histórico de enxoval de peças para cada campanha? Podem compartilhar, por favor?

Resposta 02:

A Filarmônica de Minas Gerais não disponibilizará enxovais completos de campanhas anteriores.

Eventuais referências poderão ser apresentadas de forma pontual, a critério da instituição, exclusivamente para fins de contextualização.

Ressalta-se que, conforme previsto no edital, determinados materiais institucionais possuem entrega final diagramada incluída no escopo. No entanto, no que se refere especificamente às campanhas de Assinaturas e do programa Amigos da Filarmônica, não está prevista a criação de enxoval completo de peças.

Para essas campanhas, a contratação contempla o desenvolvimento de conceitos, diretrizes e aplicações-base da identidade visual, de modo a orientar sua utilização nos diferentes formatos, cabendo à equipe interna da Filarmônica de Minas Gerais a produção e finalização das demais peças.

Pergunta 03:

Para a contratação dos serviços do Instituto de Pesquisa que realizará a parte estratégica da pesquisa para sustentar o projeto, o Instituto Filarmônica deverá fazer todo o pagamento através da agência ganhadora da licitação ou pode ser feito diretamente, com o objetivo de evitarmos a bitributação do projeto?

Resposta 03:

O pagamento dos serviços de pesquisa deve ser efetuado diretamente pela empresa contratada e ser considerado no valor global do orçamento referente a este Ato Convocatório. Reforçamos que este edital não se trata de uma licitação, uma vez que o Instituto Cultural é uma entidade privada.

Pergunta 04:

Consegue me dizer mais sobre essa pesquisa sensorial? Quais respostas buscam com ela?

Resposta 04:

A pesquisa sensorial tem como objetivo gerar insumos que contribuam para a construção conceitual e estratégica da identidade visual, a partir da compreensão da marca e de suas percepções junto aos públicos. Nesse sentido, busca-se mapear percepções, expectativas e possíveis dissonâncias entre diferentes públicos; levantar referências e associações que possam orientar o desenvolvimento do conceito criativo; e apoiar a definição do tom, da expressão da marca, de forma coerente com sua identidade e posicionamento.

Ressalta-se que cabe à empresa contratada propor e definir a metodologia mais adequada para atender aos objetivos estabelecidos no edital, podendo contemplar abordagens qualitativas, quantitativas ou mistas, conforme sua justificativa técnica.

Pergunta 05:

Sobre livros, guias de bolso e assinaturas, books de captação: Tem uma referência de quantidade de páginas para cada uma dessas peças? E o conteúdo para elas (textos e imagens) serão enviados ou precisam ser produzidos por nós?

Resposta 05:

A quantidade de páginas poderá variar conforme o formato proposto e as soluções editoriais adotadas pela empresa contratada. Como referência, consideram-se as seguintes faixas:

- Livro da Temporada: entre 124 (cento e vinte e quatro) e 184 (cento e oitenta e quatro) páginas;
- Guia de Bolso: entre 28 (vinte e oito) e 32 (trinta e duas) páginas;
- Book de Captação: entre 20 (vinte) e 24 (vinte e quatro) páginas.

Quanto ao conteúdo, a Filarmônica de Minas Gerais disponibilizará os materiais base, incluindo textos e imagens. Caberá à empresa contratada a adaptação, organização e eventual complementação desses conteúdos, conforme necessário ao desenvolvimento das peças, respeitando o conceito criativo e as diretrizes estabelecidas no edital.

Pergunta 06:

Campanha de Assinaturas e Campanha Amigos da Filarmônica: O escopo contempla uma campanha para cada ocasião, certo?

Resposta 06:

Esclarece-se que o escopo do edital não contempla o desenvolvimento completo das campanhas anuais de Assinaturas e do programa Amigos da Filarmônica.

A contratação prevê o desenvolvimento e desdobramento da identidade visual, de modo a estruturar um sistema aplicável às diferentes frentes de comunicação, incluindo as referidas campanhas.

Caberá à empresa contratada propor diretrizes, conceitos e aplicações-base que orientem a utilização da identidade nos materiais de campanha, ficando a finalização e produção das peças sob responsabilidade da equipe interna da Filarmônica de Minas Gerais.

Pergunta 07:

É possível ter mais tempo para envio da proposta?

Resposta 07:

O ato foi prorrogado para até o dia 14 de abril, conforme publicação em nosso site.

[Comunicado-FILARMONICA-prorrogacao-Ato-Convocatorio-Identidade-Visual-260408.pdf.pdf](#)

Pergunta 08:

O edital prevê a entrega de 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. Como o texto é bem amplo, gostaria de confirmar se podem ser apresentadas peças já criadas anteriormente para a própria Filarmônica?

Resposta 08:

É permitida a apresentação, no portfólio, de materiais anteriormente desenvolvidos para a Filarmônica de Minas Gerais, desde que sejam de autoria da empresa proponente e estejam alinhados ao objeto da presente contratação.

Ressalta-se que o portfólio deverá demonstrar a experiência da empresa em projetos compatíveis com o escopo do edital, não se restringindo somente a trabalhos realizados para a Filarmônica de Minas Gerais.

Pergunta 09:

Sobre os trechos do edital: "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 indicados";

"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."

Pergunta-se: Não ficou claro se teremos que apresentar além dos custos de criação e desenvolvimento, os custos de impressão dos materiais listados no edital. Se for necessário apresentar custo de impressão, precisaremos ter acesso às especificações técnicas sobre cada material como formato, número de páginas, acabamento, quantidade, etc.

Sobre a pesquisa, não ficou claro se a agência deve prever o custo de contratação de um instituto de pesquisas para realização da mesma.

Resposta 09:

Os custos de impressão física não devem ser incluídos no orçamento final, pois serão cobertos à parte pelo Instituto Cultural Filarmônica. A empresa escolhida será responsável por fornecer os arquivos finais prontos para impressão e por orientar sobre o tipo de material a ser utilizado na gráfica.

Em relação ao custo de um instituto de pesquisa, o pagamento dos serviços de pesquisa deve ser efetuado diretamente pela empresa contratada e ser considerado no valor global do orçamento referente a este Ato Convocatório.

Pergunta 10:

Não encontramos no site informações sobre este presente edital. Podem nos informar o link no qual a resposta deste e de outros possíveis questionamentos serão postadas?

Resposta 10:

Todas as informações do presente Ato serão publicadas no site da Filarmônica através do link

<https://filarmonica.art.br/compras-e-contratacoes/>

Pergunta 11:

A resposta 5 do questionamento informa que os atestados de capacidade técnica devem ser assinados pelo representante legal. Contudo, conforme a Lei nº 14.133/2021 (Nova Lei de Licitações) e a jurisprudência consolidada do Tribunal de Contas da União (TCU), não existe uma obrigatoriedade legal estrita determinando que o atestado de capacidade técnica deva ser assinado exclusivamente pelo "representante legal" (conforme definido no contrato social) da empresa emitente.

O Artigo 67, que trata da documentação relativa à Qualificação Técnica, estabelece que a aptidão deve ser comprovada por meio de atestados fornecidos por pessoas jurídicas de direito público ou privado.

- Art. 12, inciso I: Define que os documentos do processo licitatório serão produzidos por escrito, com data, local e assinatura dos responsáveis.
- A interpretação técnica: "Responsável" não se limita ao sócio administrador. Pode ser qualquer preposto da empresa ou órgão que tenha autoridade e conhecimento técnico sobre a execução do serviço, como um Diretor, Gerente de Contratos, ou o Engenheiro/Fiscal responsável pela obra.

Pergunta: podemos considerar que a assinatura pode ser do responsável da área?

Resposta 11:

Como sinalizado anteriormente em respostas aos questionamentos, a assinatura poderá ser de qualquer pessoa que detenha poderes de representação da empresa, seja o representante legal ou um procurador devidamente constituído por ele. Ademais, destacamos que a Lei de Licitações não se aplica ao Instituto e o edital de seleção não configura licitação.

Pergunta 12:

O item 7.2 é referente à defesa técnica das propostas comerciais. Contudo, o item "b" traz um quadro em que inovação em relação ao briefing, qualidade conceitual e capacidade de desdobramentos são critérios de avaliação. O que vocês querem dizer com esses termos? Pergunto, pois esses termos podem soar como expectativa de ver soluções gráficas antes mesmo de vitória na concorrência, e, portanto, antes mesmo do desenvolvimento do projeto. Isso seria contraditório, inclusive, pois a pesquisa não teria sido realizada até o momento, sendo ela fundamental para embasar o projeto. O nosso entendimento, é que toda e qualquer solução de design será desenvolvimento somente após a contratação. Nosso entendimento está correto?

Resposta 12:

O entendimento está correto ao considerar que o desenvolvimento de soluções de design, incluindo propostas visuais e gráficas, ocorrerá somente após a contratação, a partir das etapas previstas no edital, incluindo a realização da pesquisa.

Os critérios de avaliação previstos no item 7.2 referem-se à análise da proposta metodológica e estratégica apresentada pela empresa, e não à exigência de entrega de peças criativas finalizadas ou estudos visuais.

Nesse contexto, os termos “inovação em relação ao briefing”, “qualidade conceitual” e “capacidade de desdobramento” dizem respeito à clareza, consistência e pertinência da abordagem proposta pela empresa para atender ao objeto do edital, considerando sua capacidade de estruturar um sistema de identidade visual coerente, aplicável e alinhado aos objetivos institucionais.

Assim, espera-se que a defesa técnica apresente o racional estratégico, a leitura do briefing e a proposta de condução do projeto, sem a necessidade de desenvolvimento prévio de soluções gráficas.

Pergunta 13:

O Ato Convocatório orienta os licitantes a encaminharem as propostas para o email compras@filarmonica.art.br.

Cada participante deverá enviar 2 pdfs, sendo um com a Proposta técnica e outro com a Proposta comercial, acompanhada dos documentos de habilitação, certo? Frente a isso, é muito provável que a soma do peso dos 2 arquivos supere o limite permitido em um único email (especialmente em razão do Portfólio, com suas peças gráficas, vídeos etc).

Assim, podemos enviar 2 emails separados (para o mesmo endereço, obviamente)? Ou seja, um contendo a Proposta Comercial + habilitação e outro com a Proposta Técnica? Ou ainda pode-se gerar e encaminhar apenas um link a ser baixado que conterá todo esse material?

Resposta 13:

Será permitido o envio da documentação em mais de um e-mail, desde que todos sejam encaminhados dentro do prazo estabelecido no Ato Convocatório e devidamente identificados. Ressalta-se que é de responsabilidade do proponente garantir o correto envio e acesso a todos os documentos exigidos.

Pergunta 14:

Onde está indicada/detalhada a forma de pagamento citada no item 4 (Proposta Comercial) do referido Ato Convocatório?

Resposta 14:

A menção à forma de pagamento no item 4 refere-se à necessidade de que a proposta comercial esteja compatível com as condições que serão estabelecidas contratualmente. O Ato Convocatório não detalha a forma de pagamento nesta etapa, sendo definido em contrato, conforme indicado no item 9 (Pagamento).

A empresa selecionada deverá emitir nota fiscal em nome do Instituto Cultural Filarmônica, que realizará as retenções fiscais cabíveis, sendo o pagamento efetuado em conta de titularidade da contratada, após a validação dos serviços prestados.



Zilka Caribé

Diretora de Marketing e Comunicação
INSTITUTO CULTURAL FILARMÔNICA