



## TERMO DE REFERÊNCIA Nº 1732 PARA CONTRATAÇÃO DE PESSOA FÍSICA/JURÍDICA CONSULTOR POR PRODUTO

### 1. PROJETO

Desenvolvimento da Gestão Estratégica do IBRAM e dos Museus Brasileiros para o fortalecimento Institucional na Formulação e Implementação de Políticas

### 2. ENQUADRAMENTO

#### 2.1 RESULTADOS

Resultado 2.1 - Modelos de gestão formulados e testados para a consolidação dos processos de planejamento e gerenciamento do Ibram e dos museus brasileiros.

#### 2.2 ATIVIDADES

Atividade 2.1.2 - Formular modelos de gestão para aplicação no planejamento e gerenciamento do Ibram e dos museus brasileiros.

### 3. JUSTIFICATIVA

O campo museal brasileiro tem se fortalecido de forma acentuada nos últimos dez anos, com a ampliação conceitual do fazer museológico, a elevação do número de museus no País e a consolidação de uma legislação própria, inédita em nossa história. Partindo da Política Nacional de Museus e suas premissas, foram estabelecidas as bases teóricas e práticas para a criação do Sistema Brasileiro de Museus (SBM), do Cadastro Nacional de Museus (CNM), do Estatuto de Museus, e culminando com a criação do Instituto Brasileiro de Museus (IBRAM), que simboliza, não um marco final, mas o início de um novo tempo para a cultura museal brasileira.

O Órgão, criado para a gestão da política cultural museal, possui grandes desafios a serem enfrentados, como a modernização dos museus, o estabelecimento de políticas e ações de circulação de acervos, o aumento do número de exposições, a ampliação do número de visitantes e divulgação das ações realizadas pelo campo, entre outros. Dentro desse escopo, a sua política de comunicação social ganha relevância, já que funciona como um elemento difusor e propulsor do conhecimento no campo museal e dos eventos relativos à área, tanto para o público frequentador de museus quanto para a comunidade especializada em assuntos museais.

Para alcançar o cumprimento de suas metas, o IBRAM conta com a parceria da Organização dos Estados Ibero-americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI), por meio do Projeto "Desenvolvimento da Gestão Estratégica do IBRAM e dos Museus Brasileiros para o fortalecimento institucional na formulação e implantação de políticas públicas". Um dos principais eixos programáticos do projeto prevê a aplicação de modelos atualizados de gestão em amostras de museus brasileiros. Tal ação será de grande valia para diagnosticar os efeitos dos modelos de gestão em Comunicação aplicados em determinados museus e, por consequência, orientar as políticas de comunicação do Ibram com o seu público-alvo.

Assim, faz-se necessária a contratação de consultor para compor o projeto do IBRAM para o fortalecimento da gestão e para o desenvolvimento de requisitos para a melhoria das ações comunicação do Instituto Brasileiro de Museus e dos museus vinculados ao Instituto.

### 4. OBJETIVO DA CONTRATAÇÃO

Contratação de consultoria especializada para realizar diagnóstico, análise e especificação de requisitos para a melhoria das ações comunicação do Instituto Brasileiro de Museus e dos museus vinculados ao Instituto.

### 5. ESPECIFICAÇÃO TÉCNICA DOS SERVIÇOS A SEREM REALIZADOS

#### 5.1 Especificação (Perfil Gestão da Comunicação / Comunicação Integrada)

- Avaliar a estrutura de comunicação nas unidades administrativas do Ibram e dos museus vinculados;
- Identificar as ações de comunicação realizadas e as ferramentas/canais utilizados;
- Indicar as melhores práticas nas instituições avaliadas;
- Mapear os públicos de interesse do Instituto e de cada um de seus museus;
- Sugerir ações a serem implementadas, a partir do diagnóstico feito.

### 6. REQUISITOS MÍNIMOS DE QUALIFICAÇÃO

#### A. Formação Acadêmica

## A.1 Formação acadêmica (Perfil Gestão da Comunicação / Comunicação Integrada)

### A. Formação Acadêmica

Curso de nível superior, devidamente reconhecido pelo MEC, em Comunicação Social;

Ou

Curso de nível superior em qualquer área, devidamente reconhecido pelo MEC, acompanhado de certificação de curso de pós-graduação stricto e/ou lato sensu na área de Comunicação Social de, no mínimo, 360 horas, fornecido por instituição reconhecida pelo MEC.

## B. Exigências Específicas

### B.1 Exigências específicas (Perfil Gestão da Comunicação / Comunicação Integrada)

Desejável:

Pós-graduação em Gestão da Comunicação; Planejamento Estratégico de Comunicação ou cursos afins.

#### B. Exigência específica

Experiência mínima de 3 (três) anos, comprovada, em atividades relacionadas ao planejamento e execução de ações de Assessoria de Comunicação;

Desejável experiência na prestação de consultoria para órgãos públicos;

Desejável conhecimento do setor cultural.

## 7. PRODUTOS OU RESULTADOS PREVISTOS

### 7.1 Produtos (Perfil Gestão da Comunicação / Comunicação Integrada)

Qtd. Parcelas: 4

ENQUADRAMENTO	DESCRIÇÃO DA PARCELA	VALOR DA PARCELA	PRAZO DE ENTREGA
2.1.2	Documento técnico "A" contendo análise das ações de comunicação interna e externa do Instituto Brasileiro de Museus, com diagnóstico, identificação das ferramentas utilizadas e sugestões de ações a serem implementadas.	R\$ 12,000.00	20 dias após a assinatura do contrato
2.1.2	Documento técnico "B" contendo análise das ações de comunicação interna e externa dos museus da Abolição (PE), Victor Meirelles (SC), Das Missões (RS), das Bandeiras (GO), Casa da Princesa (GO), de Arte Sacra da Boa Morte (GO) e Casa Histórica de Alcântara (MA), com diagnóstico, identificação das ferramentas utilizadas e sugestões de ações a serem implementadas.	R\$ 18,000.00	50 dias após a assinatura do contrato
2.1.2	Documento técnico "C" contendo análise das ações de comunicação interna e externa dos museus da República, Histórico Nacional, Imperial, Nacional de Belas Artes, Raymundo Ottoni de Castro Maya, Villa-Lobos, de Biologia Prof. Mello Leitão, Casa de Benjamin Constant, de Arte Sacra de Paraty, Defensor Perpétuo de Paraty, de Arte Religiosa e Tradicional de Cabo Frio, Socioambiental de Itaipu, Solar Monjardim (MG), com diagnóstico, identificação das ferramentas utilizadas e sugestões de ações a serem implementadas.	R\$ 10,000.00	75 dias após a assinatura do contrato
2.1.2	Relatório contendo análise das ações de comunicação interna e externa dos museus da República, Histórico Nacional, Imperial, Nacional de Belas Artes, Raymundo Ottoni de Castro Maya, Villa-Lobos, de Biologia Prof. Mello Leitão, Casa de Benjamin Constant, de Arte Sacra de Paraty, Defensor Perpétuo de Paraty, de Arte Religiosa e Tradicional de Cabo Frio, Socioambiental de Itaipu, Solar Monjardim e Casa da Hera, todos no estado do Rio de Janeiro, com diagnóstico, identificação das ferramentas utilizadas e sugestões de ações a serem implementadas.	R\$ 20,000.00	90 dias após a assinatura do contrato

## 8. VALOR GLOBAL

### 8.1 Valor global (Perfil Gestão da Comunicação / Comunicação Integrada)

R\$ 60.000,00

## 9. LOCAL DE ENTREGA/REALIZAÇÃO

### 9.1 Local de entrega/realização (Perfil Gestão da Comunicação / Comunicação Integrada)

Brasília - DF

## 10. PRAZO DE EXECUÇÃO

### 10.1 Prazo de execução (Perfil Gestão da Comunicação / Comunicação Integrada)

**Data de Início:** Data da assinatura do contrato

**Período até:** 3 meses e 15 dias

**Data de Término:** 30/12/2012

## 11. NÚMERO DE VAGAS

### 11.1 Número de vagas (Perfil Gestão da Comunicação / Comunicação Integrada)

1 vaga(s)

## **12. CONSIDERAÇÕES**

Não se aplica.