

ANEXO I

1. CONTRAPARTIDAS DE IMAGEM

1.1. O proponente deverá detalhar todas as contrapartidas oferecidas, incluindo as de marketing de relacionamento e as de visibilidade como material impresso de divulgação, inserções em rádio, TV e Internet, anúncios em jornal, dentre outros adequados a cada caso. Todas estas informações deverão ser detalhadas no Plano de Comunicação, com indicativos de quantidade, espaço, tempo e frequência.

1.2 Em todos os materiais de divulgação produzidos, deverão ser inseridas as marcas dos Correios, do Governo Federal, do Ministério da Cultura e o selo da Lei de Incentivo, obedecidos os dispositivos de aplicação de marca dos órgãos na época de realização dos projetos.

1.2.1. O uso de outras chancelas no material de divulgação deverá ser previamente aprovado pelos Correios.

1.3. O contratado, na fase de prestação de contas, deverá entregar aos Correios, em duas vias, o Relatório de Centimetragem/Minutagem da mídia espontânea, com a respectiva valoração.

1.4. As contrapartidas de imagem recomendadas em termos de materiais de divulgação a serem oferecidos, encontram-se descritas no quadro abaixo, de acordo com as Unidades Culturais e com os segmentos. Ressalta-se que os materiais listados são apenas um indicativo do retorno esperado, podendo ser redefinidos por indicação do Ministério da Cultura ou por acordo entre as partes, quando da efetiva negociação do contrato:

MATERIAIS DE DIVULGAÇÃO POR UNIDADE CULTURAL

SEGMENTOS	ITENS	CCC RIO DE JANEIRO	CCC RECIFE	CCC SALVADOR	CCC SÃO PAULO	ECC FORTALEZA	ECC JUIZ DE FORA	MUSEU NACIONAL DOS CORREIOS
Dança e Teatro	Banner Interno	1	-	-	-	-	-	-
	Banner Externo	1	-	-	-	-	-	-
	Programa	1.000	-	-	-	-	-	-
	Cartão postal	1.000	-	-	-	-	-	-
	Convite	1.000	-	-	-	-	-	-
Música	Banner Interno	1	3	-	-	-	-	2
	Banner Externo	1	1	-	-	-	-	-
	Toten/adeseivo fosco	-	-	-	4	-	-	-
	Programa	1.000	500	-	2.000	-	-	110 por sessão
	Convite	1.000	300	-	2.000	-	-	1.000
	Cartaz	-	-	-	200	-	-	-
	Cartão Postal	-	1.000	-	-	-	-	-
Artes Visuais	Banner Interno	1	1	3	-	2	2	1
	Banner Externo	1	1	1	-	3	2	-
	Toten/adeseivo fosco	-	-	-	4	-	-	-
	Adeseivo perfurado (aplicação externa)	-	-	-	-	-	-	1
	Catálogo	1.000	1.000	1.500	2.000	1.000	1.000	1.000
	Convite	1.000	1.000	1.500	2.000	2.000	1.000	1.000
	Recorte Eletrônico	1	1	1	2	1	1	1

	Cartão postal	1.000	2.000	500	2.000	500	500	1.000
	Folders	6.000	2.000	2.000	7.000	2.000	1.000	2.000
Audiovisual	Banner Interno	1	3	-	-	-	-	2
	Banner Externo	1	1	-	-	-	-	-
	Toten/adeseivo fosco	-	-	-	-	-	-	-
	Programa	1.000	1.000	-	-	-	-	110 por sessão
	Convite	1.000	1.000	-	-	-	-	1.000
	Cartão Postal	-	1.000	-	-	-	-	-
	Cartaz	100	100	-	-	-	-	-
Humanidades	Banner Interno	1	3	-	-	-	-	2
	Banner Externo	1	1	-	-	-	-	-
	Toten/adeseivo fosco	-	-	-	4	-	-	-
	Programa	500	500	-	2.000	-	-	110 por sessão
	Cartão Postal	1.000	1.000	-	2.000	-	-	-
	Cartaz	100	100	-	200	-	-	-
	Convite	1.000	1.000	-	1.000	-	-	-

1.5. Em conjugação com os quantitativos descritos no item acima, as contrapartidas a serem oferecidas deverão observar, como um padrão mínimo de qualidade, as descrições abaixo definidas:

- Catálogos
 - **Resolução:** resolução de saída de máquina mínima de 1200x1200 dpi;
 - **Formato:** formato fechado mínimo com 25 x 24 cm ou 21,5 x 26,5 cm;
 - **Suporte:** miolo: papel com densidade mínima de 120g/m²; capa: papel com densidade mínima de 150 g/m²;
 - **Encadernação:** encadernação tipo brochura com lombada;
 - **Quantidade de páginas:** Para exposição com até 40 (quarenta) obras, o catálogo deverá reproduzir uma obra por página. Acima disso, as obras poderão ser escolhidas a compor o catálogo, que deverá ter o mínimo de 40 (quarenta) páginas.
- Convite
 - Formato 15 x 21 cm, impressão 4x4 cores sobre papel cartão supremo 350g,, com resolução mínima de 600DPI. Todos os convites deverão ser entregues envelopados. Envelope em papel sulfite, com gramatura mínima de 90g/m, medindo 16,5 x 22,5 cm.
- Folder
 - Folder com 8 faces, impressão 4x4 cores, formato mínimo 15 x 21 cm, papel couché com densidade mínima de 120 g/m² e com resolução mínima de 600DPI. Uma face do folder será destinada ao texto institucional dos Correios.
- Programa
 - Programa com no mínimo 4 faces, impressão 4x4 cores, formato fechado mínimo 15 x 21 cm, couché com gramatura mínima de 120g/m²; com resolução mínima de 600DPI.

- Cartões Postais
 - Formato 15 x 10,5 cm, impressão 4x4 cores sobre papel cartão supremo 350g, com resolução mínima de 600DPI.
- Cartaz
 - Formato 31 x 44 cm, impressão 4/0 cores sobre papel couchê 120g.
- Recorte Eletrônico
 - Formato mínimo de 2,00 x 1,50 metros, com a reprodução das logomarcas definidas pelos Correios.
- Adesivo perfurado (Museu/Brasília)

Formato de 1,35 x 2,34 (l x h) metros.
- Adesivo / Totem (CCC/SP)

Formato de 0,6 x 2,10 (l x h) metros.
- Banners

Lona front lite HP fosca, gramatura 440 g/m², impressão em 100% policromia 4/0, conforme dimensões (**largura x altura**) e acabamento a seguir:

 - **CCC/RJ:**
 - ✓ Externo: formato 0,90 x 3,40 metros e acabamento em tubete/tubo nas extremidades (superior e inferior);
 - ✓ Interno: formato 0,80 x 2,60 metros e acabamento em tubete/tubo nas extremidades (superior e inferior).
 - **CCC/RECIFE:**
 - ✓ Externo: formato 0,90 x 1,87 metros e acabamento em ilhós a cada 15 cm em todo perímetro;
 - ✓ Interno: formato 0,90 x 1,80 metros e acabamento com tubete/tubo, ponteira e cordão.
 - **CCC/SALVADOR:**
 - ✓ Externo: formato 5,00 x 2,00 metros e acabamento com ilhós em todo o perímetro;
 - ✓ Internos: 02 (dois) no formato 1,00 x 0,70 metros e 01 (um) no formato 0,8 x 2,60 metros, com acabamento com tubo, ponteira e cordão.
 - **ECC/FORTALEZA:**
 - ✓ Externo: 2,00 x 1,10 metros, instalação com rebite;
 - ✓ Interno: formato 0,90 x 2,00 metros e acabamento com tubete/tubo, ponteira e cordão.
 - **ECC/JUIZ DE FORA:**
 - ✓ Um Banner Externo: formato 5,00 x 1,00 metros e acabamento em tubete/tubo nas extremidades (superior e inferior);
 - ✓ Um Banner Externo: formato 1,00 x 5,00 metros e acabamento em tubete/tubo nas extremidades (superior e inferior);
 - ✓ Interno: formato 0,90 x 1,80 metros e acabamento com tubete/tubo, ponteira e cordão.
 - **MUSEU NACIONAL DOS CORREIOS/BRASÍLIA**
 - ✓ Interno: formato 0,90 x 2,10 metros e acabamento com tubete/tubo, ponteira e cordão.

- Assessoria de Imprensa

1.6. Todo material promocional e/ou de divulgação deverá ser disponibilizado aos Correios, sem ônus, em formato digital para arquivo e/ou eventual utilização institucional, a critério da ECT;

1.7. Para montagem de acervo, deverão ser produzidas e entregues aos Correios imagens dos projetos com as seguintes especificações:

- resolução mínima de oito milhões de pontos de formação de imagem (oito megapixels);
- uso de câmera refle monobjetiva digital (DSLR);
- imagens com exposição e contraste regulares, sem superexposição ou subexposição e com velocidade de obturador adequada à luz ambiente;
- enquadramentos que ilustrem o tema do projeto, o ambiente e a apresentação geral da Unidade Cultural;
- os objetos temas das fotografias deverão estar focados.

1.8. As informações de modelo de câmera e informações sobre a imagem deverão ser preservadas nos metadados dos arquivos enviados (EXIFs), além do nome completo do fotógrafo;

1.9. Adicionalmente às especificações acima dispostas, os catálogos das exposições deverão ser disponibilizados em formato PDF a ser entregue para os Correios antes do encerramento do projeto;

1.10. Não será permitida a comercialização de nenhum material gráfico produzido com o patrocínio, incluindo os catálogos das exposições de artes visuais, cuja distribuição deverá ser gratuita.

1.11. É obrigatória a cessão de ao menos uma página no catálogo para inserção de texto institucional dos Correios.

1.12. Os itens: catálogo, folders, recorte perfurado e os textos integrantes da expografia das exposições devem ser bilíngue (português e inglês).

2. CONTRAPARTIDAS SOCIAIS

2.1. No quadro abaixo, estão indicadas as ações sociais recomendadas para cada Unidade Cultural e para cada segmento, podendo ser redefinidas por indicação do Ministério da Cultura ou por acordo entre as partes, quando da efetiva negociação do contrato, obedecidos os normativos de regência do mecanismo de incentivo fiscal.

CONTRAPARTIDAS SOCIAIS MÍNIMAS POR UNIDADE CULTURAL								
SEGMENTOS	ITENS	CCC RIO DE JANEIRO	CCC RECIFE	CCC SALVADOR	CCC SÃO PAULO	ECC FORTALEZA	ECC JUIZ DE FORA	MUSEU NACIONAL DOS CORREIOS
Dança e Teatro	Sessão Social	1	-	-	-	-	-	-
Música	Sessão Social	1	1	-	1	-	-	1
Artes Visuais	Visitas Monitoradas	600	600	400	600	400	400	600
Audiovisual	Sessão Social	1	1	-	-	-	-	1
Humanidades	Sessão Social	1	1	-	1	-	-	1

2.2. As visitas monitoradas previstas nos projetos de Artes Visuais deverão ser realizadas preferencialmente com turmas de alunos de instituições públicas de ensino da cidade ou de pessoas

em situação de risco social ou pessoas com deficiência, atendidas por entidades filantrópicas ou organizações não-governamentais, com transporte, lanche e acompanhamento de monitoria. Caso essa ação seja programada sem custo ou com o apoio de terceiros, esta condição deverá constar do projeto.

2.3. A sessão social consiste na realização de uma sessão gratuita destinada a turmas de alunos de instituições públicas de ensino da cidade ou de pessoas em situação de risco social ou pessoas com deficiência, atendidas por entidades filantrópicas ou organizações não-governamentais, com transporte e lanche, com a expectativa mínima de público por sessão de acordo com a capacidade do espaço. A informação acerca da realização da sessão social deverá também constar na proposta a ser submetida ao Ministério da Cultura.

2.4. Além das ações sociais previstas nos itens 2.2. e 2.3., outras ações de caráter social ou educativo poderão ser propostas nos projetos.

3. CONTRAPARTIDAS DE SUSTENTABILIDADE

3.1. Nos tópicos abaixo estão indicadas as contrapartidas de sustentabilidade recomendadas, podendo ser redefinidas por indicação do Ministério da Cultura ou por acordo entre as partes, quando da efetiva negociação do contrato, obedecidos os normativos de regência do mecanismo de incentivo fiscal.

- Todos os materiais de divulgação deverão ser confeccionados com papel certificado produzido a partir de fontes responsáveis.
- Em todas as peças gráficas, com exceção dos catálogos, deverá ser inserida a mensagem: "Material reciclável. Descarte em local adequado".

4. DISPOSIÇÕES GERAIS

4.1. Para ações de endomarketing e estratégias de relacionamento com clientes e fornecedores, deverá haver cessão de ingressos proporcional ao valor do patrocínio dos Correios, tendo como limite máximo 10% da capacidade total do espaço.

4.2. É obrigatória a presença, durante todo o período de sua realização, de no mínimo 02 (dois) monitores para cada exposição.

4.3. Para os segmentos de música, humanidades, audiovisual, dança e teatro, poderá ser solicitado ao proponente a produção de ingressos, de acordo com a necessidade do evento, para todas as sessões com as seguintes características:

- Formato mínimo de 12,5x5cm, com picote para destaque e informação de lugar e horário.