

## TERMO DE REFERÊNCIA

### OBJETO

Contratação de empresa para prestar os seguintes serviços ao Museu da Língua Portuguesa:

- Criação e manutenção de site institucional do Museu, incluindo desenvolvimento de arquitetura, identidade visual e considerando navegação ágil, acessível, com *design* responsivo e de acordo com linha editorial definida.

### APRESENTAÇÃO

O Museu da Língua Portuguesa abriu suas portas ao público no dia 21 de março de 2006. Em 10 anos de funcionamento, quase 4 milhões de pessoas visitaram o espaço, consolidando-o como um dos museus mais visitados do Brasil e da América do Sul. Durante o seu histórico de atuação, foram realizadas mais de 30 exposições temporárias e oferecidos ao público projetos educativos, cursos, palestras, debates e apresentações de artes.

Os principais objetivos do Museu da Língua Portuguesa são:

- Mostrar a língua como elemento fundamental e fundador da nossa cultura;
- Celebrar e valorizar a Língua Portuguesa, apresentada suas origens, história e influências sofridas;
- Aproximar o cidadão usuário de seu idioma, mostrando que ele é o verdadeiro “proprietário” e agente modificador da Língua Portuguesa;
- Valorizar a diversidade da Cultura Brasileira;
- Favorecer o intercâmbio entre os diversos países de Língua Portuguesa.

Em 21 de dezembro de 2015, as instalações do Museu foram atingidas por um incêndio de grandes proporções que obrigou o fechamento do espaço para a visitação pública. Em janeiro de 2016, foi firmado convênio entre a Secretaria de Cultura do Estado de São Paulo, a Fundação Roberto Marinho e a Organização Social IDBrasil Cultura, Educação e

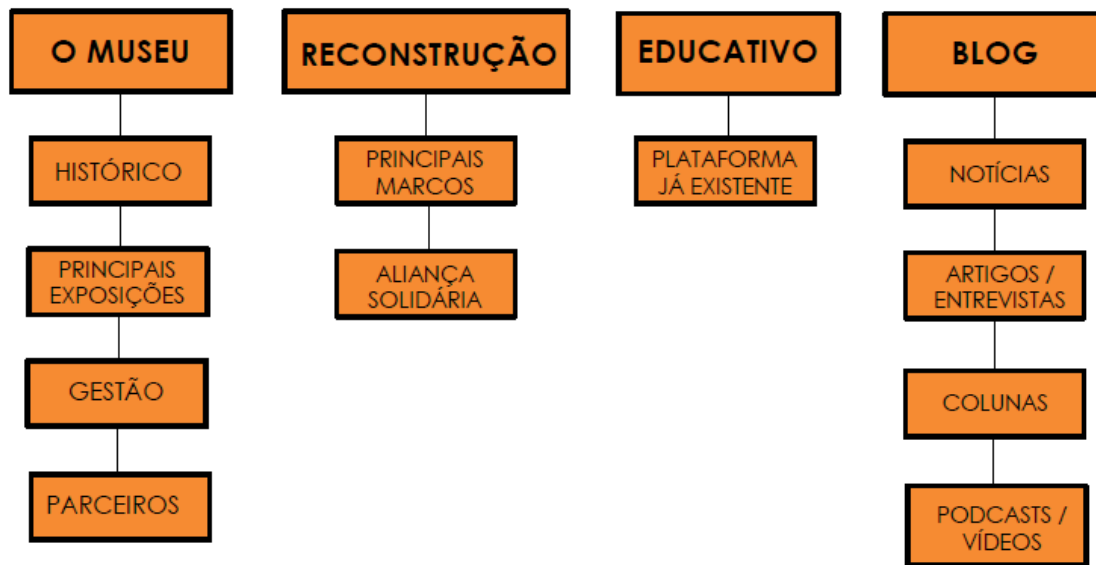
Esporte com o objetivo de reconstruir o Museu no menor prazo possível. Com esse mesmo objetivo, em 21 de março, o Governo do Estado de São Paulo e a Fundação Roberto Marinho deram início a uma articulação junto à iniciativa privada para formar uma aliança solidária em apoio à reconstrução e restauro das áreas afetadas pelo incêndio, contemplando, também, atualizações da concepção curatorial, expográfica e do projeto de acessibilidade.

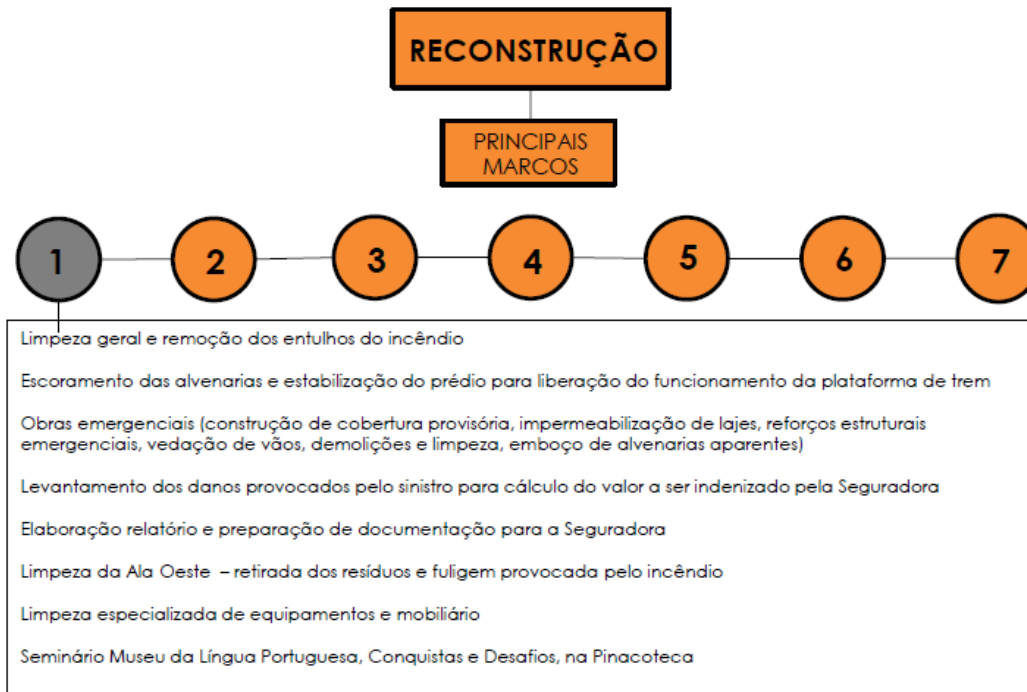
Enquanto o Museu permanecer fechado para a sua reconstrução, o contato com os diversos públicos de interesse da instituição se dará por meio do site institucional e dos seus perfis nas redes sociais. Por esse motivo, esses canais de comunicação serão estratégicos uma vez que serão por meio dos quais os públicos-alvo obterão informações acerca do andamento da obra. Ao mesmo tempo, será através desses canais que a imagem institucional será trabalhada e fortalecida, criando-se uma expectativa positiva em torno da reinauguração do Museu, dessa forma, atraindo a atenção de potenciais patrocinadores e de formadores de opinião. São os **público-alvo**: imprensa, empresas, governos, organizações não-governamentais, instituições de ensino, visitantes e demais *stakeholders* do Museu.

## DAS ESPECIFICAÇÃO DOS SERVIÇOS PARA O CRIAÇÃO DE NOVO SITE INSTITUCIONAL

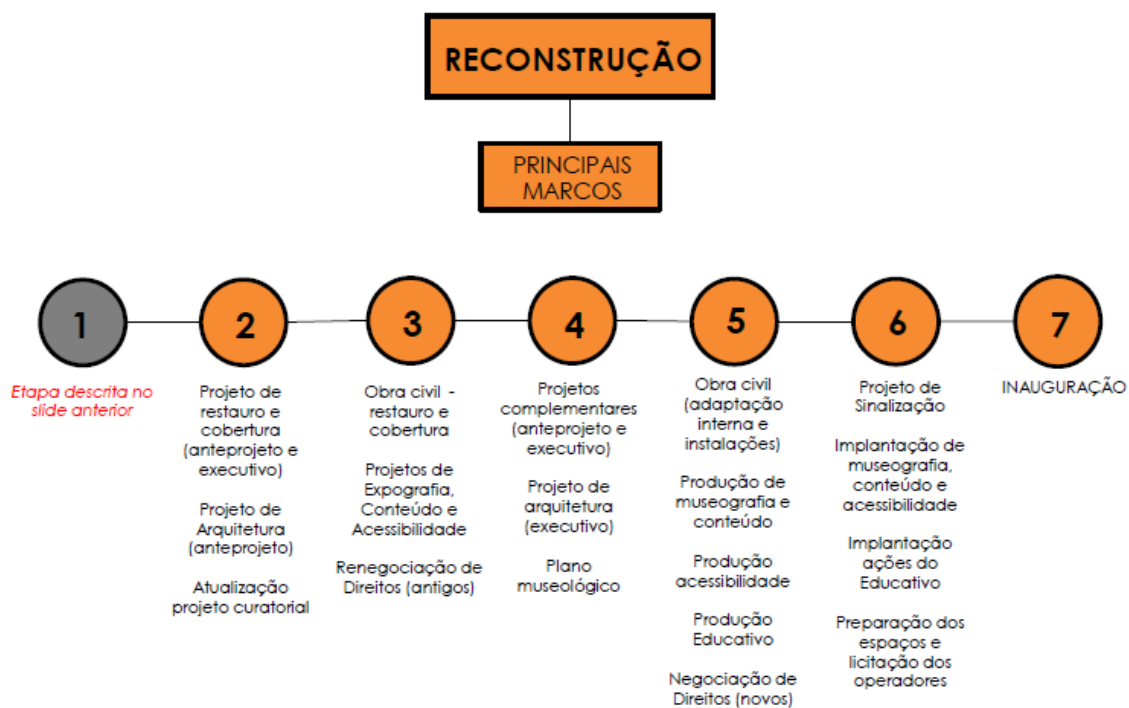
O atual site do Museu da Língua Portuguesa está hospedado no seguinte endereço: [www.museudalinguaportuguesa.org.br](http://www.museudalinguaportuguesa.org.br) . Pretende-se torná-lo mais atraente do ponto de vista de sua **identidade visual**, melhorar a sua **navegação** tornando-a ágil, incluir critérios de **SEO Marketing** e recursos de **acessibilidade**, bem como incluir páginas para o acompanhamento pelo público do andamento da obra, divulgação da aliança solitária, inclusão de notícias, artigos, entrevistas, colunas, *podcasts* e vídeos, que poderá ter o nome de “Blog” ou outra denominação a ser definida, e campo para a inclusão de dados cadastrais para recebimento de informativos do Museu (*Newsletters e e-mail marketing*).

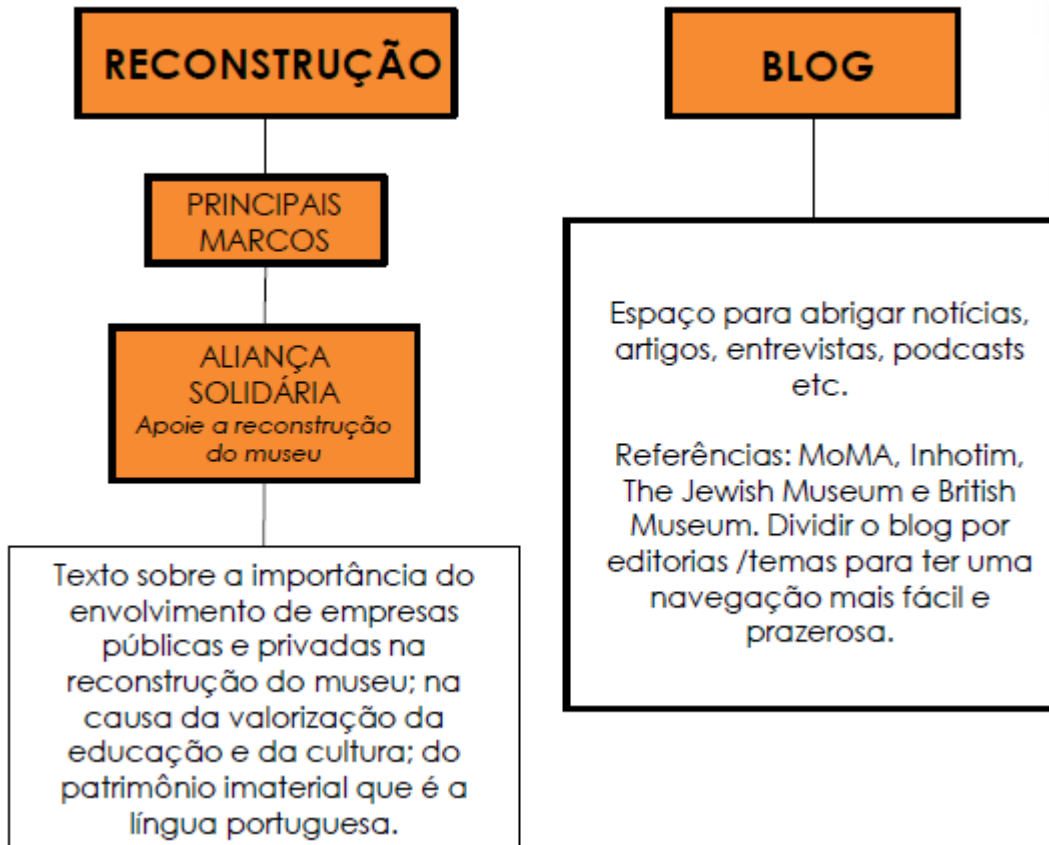
Apresentamos a seguir o menu principal para o novo site institucional e o detalhamento das páginas novas que se pretende incluir.





*\*\*Base do estudo: plano de trabalho da equipe de patrimônio*





A **identidade visual** do novo site deverá seguir conceito do Museu e a linha editorial definida, bem como conter na home elementos exigidos pela Secretaria de Estado da Cultura e que serão informados à contratada posteriormente. A página <Gestão> deverá conter documentos da administração do Museu em sub menu intitulado “transparência”.

O site deverá possuir os seguintes **requisitos técnicos**: layout responsivo para que sua visualização esteja de acordo com o dispositivo a partir do qual o usuário acessa (*smartphones*, computadores, *tablets* e outros dispositivos que acessam a internet); sistema de busca dentro do próprio site; integração com redes sociais; e recursos de acessibilidade para pessoas com deficiência, seguindo as diretrizes WCAG2 e adequando-se às exigências da Lei Brasileira de Inclusão (nº 13.146, de 6 de julho de 2015). Ainda quanto

à acessibilidade, deve ter seu design e programação construídos para que suas páginas sejam acessadas por pessoas com deficiência visual, auditiva e motora.

A seção com as informações do histórico do Museu contará com tradução para o idioma inglês e as demais páginas com recurso para a tradução por meio de dispositivo da internet.

Pelo site deverá ser possível a criação de newsletters para disparo de e-mail marketing por meio de ferramenta já utilizada pelo Museu.

O fornecedor deverá propor a arquitetura da informação, produzir os *wireframes*, informar os requisitos de infraestrutura (banco de dados, memória e sistema operacional). O site será hospedado em servidor contratado pelo Museu, mas o fornecedor será responsável pela implantação da solução no servidor. O código fonte do website será de propriedade do Museu e o site construído sobre a plataforma do *wordpress*.

Critério para a melhor indexação dos conteúdos, conforme estratégias de SEO Marketing, deverão ser contemplados no plano de trabalho. Caberá à contratada a avaliação do conteúdo conforme esses critérios.

Quanto aos **requisitos de administração do site**, a solução deve prever a possibilidade de fácil edição de todas as seções, inclusive de forma remota pela equipe do Museu, que deverá receber treinamento específico para a alimentação dos conteúdos no site e para a criação de novas páginas e sessões, de modo a prover a autonomia de gestão do site pela instituição.

A contratada deverá assegurar, durante o período do contrato, a manutenção do site no que se refere a: banco de dados e sistema operacional, envolvendo a segurança dos links e

conteúdos, correção de erros de programação, upload de conteúdos dinâmicos e estáticos (texto, imagem) e criação de novas páginas ou extinção de páginas quando solicitado. O fornecedor deverá realizar backup semanal em servidor próprio, bem como realizar a restauração dos dados para fins de testes e homologação do backup para restauração completa do sistema em caso de falha da aplicação ou do próprio hardware do servidor. Quando solicitado, o fornecedor deverá fornecer os arquivos de backup para auditoria do processo.

Para o **atendimento** ao Museu, o fornecedor deverá disponibilizar um e-mail, telefone e sistema web por meio dos quais seja possível relatar bugs e solicitar correções ou implementações. O monitoramento da solução será feito pelo fornecedor 24 horas por dia, em todos os dias da semana. O serviço de manutenção será feito de forma proativa para o caso de o site sair do ar. A SLA de atendimento será do retorno em 30 minutos e solução em 2 horas.

Espera-se ao final do cronograma estabelecido em conjunto com a equipe do Museu obter-se: o site instalado e funcionando, arquivos fonte, imagens e fontes utilizadas, manual de usuário do site incluindo requisitos pautados em critérios de SEO Marketing, documentação técnica do site com informações de infraestrutura, instalação, configuração, manutenção e backup, entre outras.

O site deverá ter garantia de 40 dias úteis após a entrega, não sendo consumidas horas do contrato de manutenção para a correção de eventuais problemas encontrados nesse período.

## O PRAZO DE EXECUÇÃO E VIGÊNCIA DO CONTRATO

O prazo para execução e vigência do contrato será de 12 (doze) meses, quando poderá ser renovado.

## DA FORMA DE ANÁLISE DA PROPOSTA

- As propostas recebidas serão analisadas conforme o critério de melhor preço e metodologia de trabalho. Para avaliação da metodologia, pede-se o envio de proposta detalhada com especificações e tempo necessário para a conclusão de cada etapa do trabalho.
- Os valores para o desenvolvimento, implementação, manutenção técnica e manutenção evolutiva do deverão ser apresentados individualmente. O valor para o planejamento digital também deverá ser individualizado.
- O IDBRASIL se reserva o direito de selecionar os itens a serem contratados.
- Este processo não gera obrigatoriedade de contratação de empresa selecionada por parte do IDBRASIL.

## DA EMPRESA

Empresa deve estar estabelecida no mercado há pelo menos 5 anos e comprovar, através de, no mínimo, dois atestados de capacidade técnica, a prestação de serviços similares ou iguais para outros clientes. A empresa também deverá apresentar informações acerca da quantidade de funcionários nas áreas administrativas, nas áreas de negócio e nas áreas técnicas de desenvolvimento e infraestrutura, e informar o tipo de vínculo empregatício e o faturamento bruto dos últimos 3 anos.