

ADITIAMENTO 1

ANEXO VI

BRIEFING

Sumário

1	Conceitos básicos.....	1
2	Problema de Comunicação.....	2
3	Atributos a comunicar	2
4	Objetivos de Comunicação.....	2
5	Identidade e Posicionamento.....	2
6	Públicos de Interesse	2
7	Praça.....	3
8	Verba estimada	4
9	Período de Campanha.....	5
10	Peças a serem desenvolvidas	5
11	Recursos a serem fornecidos.....	5

BRIEFING**CAMPANHA INSTITUCIONAL - 50 ANOS DA ITAIPU BINACIONAL**

Este briefing contém informações e parâmetros básicos destinados especificamente à orientação e execução de Proposta Técnica pelas agências de publicidade participantes do processo licitatório, **como simulação e demonstração da capacidade técnica das proponentes.**

Informações complementares sobre a ITAIPU, sua história, resultados e ações, estão disponíveis no site oficial da entidade (www.itaipu.gov.br). A seleção e uso de informações provenientes de outras fontes, sejam elas impressas ou digitais, como meios de comunicação, livros ou outras publicações especializadas, ou que estejam disponíveis em arquivos de acesso público ou privado, são de responsabilidade exclusiva das proponentes.

1 Conceitos básicos

ITAIPU é uma entidade binacional única no planeta, criada para explorar em igualdade de condições o potencial hidrelétrico do rio Paraná, entre Brasil e Paraguai. Derivada de tratativas diplomáticas, econômico-financeiras, de engenharia técnica e também de responsabilidade ambiental, que resultaram no Tratado de Itaipu (1973), na constituição da empresa (1974) e em sua construção e implantação, efetivamente concluída em 2007 com a disponibilidade de suas 20 unidades geradoras. Até os dias atuais, desempenha papel fundamental como fator de integração e desenvolvimento para os dois países.

Com 14 mil MW (megawatts) de potência instalada, a Itaipu Binacional é a usina que mais produziu energia hidrelétrica, limpa e renovável, na história da humanidade, tendo gerado, desde o início de sua operação em 1984, mais de **2,9 bilhões** de MWh (megawatt-hora) acumulados.

Sua missão institucional é “Gerar energia elétrica de qualidade, com responsabilidade social e ambiental, **contribuindo com o desenvolvimento sustentável** no Brasil e no Paraguai”.

A usina iniciou um processo de atualização tecnológica, que vai além da troca de equipamentos por outros, mais modernos. Isso inclui repensar funcionalidades e atividades, além de permitir alcançar ainda melhores marcas de produção anual e disponibilidade, e proporcionando segurança energética aos dois países.

ITAIPU também tem investido em várias obras estruturantes e que deixarão um legado para a região, destacando-se a construção da Ponte da Integração entre Foz do Iguaçu e Presidente Franco, no Paraguai; diversas estradas como a Boiadeira e a duplicação da BR 469 (Rodovia da Cataratas), entre outras; assim com a ampliação da pista de pouso do Aeroporto Internacional de Foz do Iguaçu.

2 Problema de Comunicação

Em 17 de maio de 2024 completam-se os 50 anos de constituição formal da entidade Itaipu Binacional, formalmente criada para construir e operar a Usina Hidrelétrica de Itaipu. Será preciso comunicar a importância e o sucesso que o empreendimento teve para garantir a

segurança energética e o desenvolvimento de Brasil e Paraguai nesse meio século de existência, abrangendo também sua atuação positiva nos aspectos ambiental e social para os dois países.

3 Atributos a comunicar

- Binacionalidade - que o diálogo e trabalho conjunto prevalecem sobre as diferenças entre os países;
- Equidade administrativa - princípio de igual importância entre os dois países nas decisões da empresa;
- Importância como indutora do desenvolvimento dos dois países;
- Importância como fator de segurança no fornecimento de energia para os dois países;
- Eficiência e eficácia na gestão de recursos financeiro-econômicos e humanos;
- Exemplo de empresa socialmente atuante e ambientalmente responsável.

4 Objetivos de Comunicação

- Consolidar a percepção da importância da Entidade [para estado do Paraná, para o Brasil e o Paraguai](#).

Para a finalidade desta licitação, o problema imediato de comunicação proposto é estabelecer uma narrativa positiva, de forma clara e específica, sobre a importância [da Itaipu Binacional em sua área de influência, para o desenvolvimento do estado do Paraná, e também para o Brasil e o Paraguai](#), enfatizando seus atributos e o que ela proporciona pelo direcionamento de suas ações administrativas e benefícios econômicos, sociais e ambientais.

5 Identidade e Posicionamento

- Identidade (slogan institucional sugerido para a campanha):
“Itaipu Binacional. Passado, presente e futuro com energia”.
- Posicionamento (abordagem sugerida para a campanha):
“O resultado da integração de dois povos”.

6 Públicos de Interesse

Para a finalidade desta licitação, como simulação de capacidade técnica, considerar:

- a) Primeiramente, formadores de opinião, classes AB, 25+ (faixa etária), [do estado do Paraná](#);
- b) secundariamente, os públicos diretamente beneficiados pela presença da Entidade em sua área de influência; e,
- c) por fim, o público interno da Entidade, como estímulo ao orgulho e demonstração de respeito à sua força de trabalho.

A área de influência direta de Itaipu está relacionada à água e à segurança hídrica, e

começou com a formação do reservatório, quando foi estabelecido o território dos 16 municípios lindeiros - ou seja, aqueles diretamente afetados pelo enchimento do lago. Depois, ao adotar a gestão por bacias hidrográficas, a empresa ampliou a sua área de influência para 29 municípios, sendo 27 deles na Bacia do Paraná 3 (a área da bacia conectada ao reservatório da usina), além de Mundo Novo (MS) e Altônia (Noroeste do Paraná). Por fim, em 2017, uma nova ampliação foi definida, de forma a promover o desenvolvimento sustentável da região - e a área de influência da Itaipu ficou com um total de 55 municípios. Fazem parte da lista 53 dos 54 municípios da Amop (Associação dos Municípios do Oeste do Paraná). Cantagalo, apesar de fazer parte da Amop, não foi contemplado por não ter rios ligados às bacias que abastecem o reservatório.

7 Praça

Para a finalidade desta licitação, como simulação de capacidade técnica, considerar:

a) Público principal: públicos formadores de opinião **no estado do Paraná**, abrangendo, no mínimo:

- Curitiba (e Região Metropolitana);
- Londrina (e região);
- Maringá (e região);
- Ponta Grossa (e região);
- Cascavel (e região).

Obrigatoriamente, incluir:

- Foz do Iguaçu (e região) - onde está localizada a usina, principal ponto de influência do empreendimento;
- Guarapuava (e região) - principal centro populacional no centro-sul do estado.

b) Como público secundário, incluir a melhor cobertura possível para a área de influência, conforme lista completa dos 55 municípios da área de influência da ITAIPU:

1. **Altônia (Noroeste)**
2. **Anahy**
3. **Assis Chateaubriand**
4. **Boa Vista da Aparecida**
5. **Braganey**
6. **Brasilândia do Sul**
7. **Cafelândia**
8. **Campo Bonito**
9. **Capitão Leônidas Marques**
10. **Cascavel**
11. **Catanduvas**
12. **Céu Azul**
13. **Corbélia**
14. **Diamante do Oeste**
15. **Diamante do Sul**
16. **Entre Rios do Oeste**
17. **Formosa do Oeste**
18. **Foz do Iguaçu**
19. **Francisco Alves**
20. **Guaíra**

21. *Guaraniaçu*
22. *Ibema*
23. *Iguatu*
24. *Itaipulândia*
25. *Iracema do Oeste*
26. *Jesuítas*
27. *Lindoeste*
28. *Marechal Cândido Rondon*
29. *Maripá*
30. *Matelândia*
31. *Medianeira*
32. *Mercedes*
33. *Missal*
34. *Mundo Novo (MS)*
35. *Nova Aurora*
36. *Nova Santa Rosa*
37. *Ouro Verde do Oeste*
38. *Palotina*
39. *Pato Bragado*
40. *Quatro Pontes*
41. *Ramilândia*
42. *Santa Helena*
43. *Santa Lucia*
44. *Santa Tereza do Oeste*
45. *Santa Terezinha de Itaipu*
46. *São José das Palmeiras*
47. *São Miguel do Iguaçu*
48. *São Pedro do Iguaçu*
49. *Serranópolis do Iguaçu*
50. *Terra Roxa*
51. *Toledo*
52. *Três Barras do Paraná*
53. *Tupãssi*
54. *Ubiratã*
55. *Vera Cruz do Oeste*

c) Para o público interno, considerar ações e adaptações de peças para uso em intranet, e-mails etc., sem custo de produção e/ou veiculação, por se tratar de meios próprios da ITAIPU.

8 Verba estimada

Para a finalidade desta licitação, como simulação de capacidade técnica, estimar **aproximadamente R\$ 300.000 (trezentos mil reais)** como verba de produção e **R\$ 2.200.000 (dois milhões e duzentos mil reais)** como verba de veiculação, perfazendo, na soma dos itens, o teto máximo (verba de campanha) de **R\$ 2.500.000,00 (dois milhões e quinhentos mil reais)**.

9 Período de Campanha

Para a finalidade desta licitação, como simulação de capacidade técnica, flight de **1**

(um) mês, entre 15 de outubro e 15 de novembro de 2023.

10 Peças a serem desenvolvidas

Para a finalidade desta licitação, como simulação de capacidade técnica,
Conforme relação constante no Anexo III - Requisitos para Elaboração da Proposta Técnica e no Caderno de Bases e Condições.

Outras ações podem eventualmente serem apresentadas/descritas na Estratégia, sem que sejam materializadas, no entanto, em peças publicitárias, dentro dos limites estabelecidos naquele Anexo.

11 Recursos a serem fornecidos

A ITAIPU disponibiliza, em <http://www.itaipu.gov.br/sala-de-imprensa/manual-de-utilizacao-da-logomarca>, os seguintes recursos:

1. Logomarca vetorial oficial;
2. Instruções básicas de aplicação;
3. [Marca vetorial Brasil - Governo Federal](#);
4. [Arquivo vetorial da marca Brasil - Governo Federal aplicada à assinatura Itaipu Binacional, a ser utilizada na demonstração da campanha.](#)