

ESPECIFICAÇÃO TÉCNICA

Contratação de empresa para serviços de comunicação estratégica

Criação de Unidades de Conservação - ICMBio

1. OBJETIVO

Contratar agência de comunicação para planejar, executar e gerir estratégia integrada de comunicação institucional, pública e territorial para os processos de criação e ampliação de Unidades de Conservação (UCs) conduzidos pelo ICMBio, garantindo transparência, combate à desinformação, mobilização social qualificada, participação informada da sociedade nas consultas públicas e coerência entre comunicação técnica, política e social.

A contratação terá alcance nacional e contemplará comunicação voltada ao público geral e a públicos estratégicos dos territórios, com capacidade de atuação em até 8 propostas de criação ou ampliação de UCs, conforme priorização e definição do ICMBio ao longo da execução contratual.

Toda a atuação da contratada deverá observar os objetivos estratégicos e as orientações institucionais de comunicação do ICMBio, cabendo à Coordenação-Geral de Comunicação Social (CGCS) a orientação e a validação das ações e estratégias de comunicação relacionadas à criação ou ampliação de unidades federais de conservação. Os conteúdos, insumos e informações de natureza técnica deverão ser submetidos à validação das áreas técnicas competentes, especialmente da Coordenação-Geral de Criação e Planejamento de Unidades de Conservação (CGCAP) e da Coordenação de Criação de Unidades de Conservação (COCUC), de forma a assegurar consistência técnica e conformidade institucional das ações desenvolvidas.

2. ANTECEDENTES E CONTEXTO

O ICMBio conduz simultaneamente diversos processos de criação ou ampliação de Unidades de Conservação, envolvendo elaboração de estudos técnicos, articulação política e diálogo com a sociedade, consultas públicas em diferentes territórios e interação com prefeituras, lideranças locais, setores produtivos e comunidades. Esse processo enfrenta desafios críticos de comunicação, tais como:

- Circulação de informações falaciosas, distorcidas e falsas, gerando desinformação;
- Linguagem técnica pouco acessível ao público geral;
- Necessidade de celeridade, clareza e coordenação;
- Necessidade de maior organização, continuidade e integração dos fluxos de comunicação relacionados aos processos de criação e ampliação de Unidades de Conservação;
- Comunicação fragmentada entre etapas pré e pós-consulta pública e no período posterior até a criação ou ampliação efetiva das unidades;
- Divulgação ampla, após a criação ou ampliação das unidades, valorizando características únicas e impactos positivos no território;
- Informação sobre a necessidade da criação ou ampliação de unidades de conservação como estratégia fundamental no enfrentamento às mudanças climáticas.

3. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Traduzir conteúdos técnicos para linguagem clara, acessível e confiável;
- Estruturar estratégia contínua de combate à desinformação;
- Organizar e agilizar fluxos de comunicação antes, durante e após as consultas públicas, abrangendo também o período posterior até a criação ou ampliação efetiva da unidade e sua valorização pública após a criação ou ampliação;
- Integrar comunicação digital e offline, respeitando as realidades locais;
- Subsidiar tecnicamente a CGCS, em articulação com a CGCAP e a COCUC, na organização de fluxos, produtos e estratégias de comunicação relacionados aos processos de criação e ampliação de UCs, sem substituição das atribuições institucionais das áreas competentes;

- Criar padrões replicáveis para múltiplos processos de criação e ampliação de UCs em andamento, com narrativas articuladas em âmbito local e nacional.

4. ESCOPO DE ATUAÇÃO

4.1 Planejamento estratégico de comunicação

- Diagnóstico comunicacional do processo de criação e ampliação de UCs;
- Mapeamento de públicos estratégicos, incluindo comunidades locais, prefeituras, gestores públicos, parlamentares, setores econômicos impactados, sociedade civil organizada, imprensa local e regional;
- Definição de mensagens-chave por etapa do processo: pré-consulta pública, consulta pública e pós-consulta pública, incluindo o período posterior até a criação ou ampliação efetiva da UC e após a criação ou ampliação ser publicada;
- Criação de plano estratégico macro de comunicação para a criação ou ampliação de UCs, com diretrizes, fluxos, padrões visuais e narrativos, adaptável às diferentes realidades territoriais, incluindo definição preliminar dos principais formatos, canais e produtos a serem utilizados ao longo da execução.

4.2 Comunicação técnica em linguagem acessível

- Tradução de estudos, decretos e fundamentos técnicos para textos explicativos, perguntas e respostas (FAQ), guias rápidos e infográficos;
- Criação de narrativas orientadas à compreensão pública, sem perda de rigor técnico;
- Elaboração de peças de apoio para demandas jurídicas associadas às propostas, tais como sínteses de fundamentos legais, linha do tempo procedimental, Q&A jurídico, notas explicativas e modelos de resposta institucional, para uso e validação pelas áreas responsáveis do ICMBio;
- Produção de apresentações institucionais para reuniões, encontros, mesas redondas e discussões com autoridades sobre o processo de criação e ampliação de UCs.

4.3 Combate à desinformação

- Mapeamento recorrente de narrativas falaciosas;
- Criação de conteúdos de "mitos e verdades", respostas rápidas a boatos e materiais explicativos para circulação local, em formatos compatíveis com os canais institucionais e territoriais definidos para cada caso, podendo incluir cards digitais, mensagens para WhatsApp, áudios curtos, vídeos breves, textos explicativos, notas de esclarecimento e subsídios para atendimento à imprensa;
- Definição de protocolos de gerenciamento de crises, com estratégia de resposta em redes sociais, imprensa, comunicação local e canais institucionais;
- Apoio técnico à equipe do ICMBio na distinção entre crítica legítima e desinformação.

4.4 Comunicação para consulta pública

- Apoio à definição de estratégias de mobilização social para ampliar a participação qualificada, sem substituir a atuação das equipes locais e das instâncias responsáveis pela mobilização territorial;
- Criação e gestão de informes, cards para WhatsApp, boletins, materiais de convocação e conteúdos educativos sobre o papel da consulta pública em linguagem simples, acessível e mobilizadora, destinados prioritariamente aos públicos dos territórios envolvidos no processo de criação ou ampliação da UC;
- Elaboração de arquivos digitais, editáveis e finais de folder, cartilha, peças gráficas e demais materiais que possam subsidiar eventual impressão, quando necessária, sem incluir impressão, produção gráfica física, instalação ou distribuição pela contratada;
- Cobertura jornalística das consultas públicas, com produção de texto, vídeo, fotos e apoio ao atendimento à imprensa, conforme estratégia validada para cada proposta;
- Apoio à finalização gráfica, diagramação e qualificação visual de apresentações institucionais das propostas de criação ampliação de UC, com base em conteúdo técnico previamente elaborado e validado pela equipe do ICMBio.

4.5 Gestão de redes sociais e conteúdos para canais digitais

- Planejamento e execução de conteúdo para redes institucionais do ICMBio e demais canais digitais definidos pela contratante, tais como Instagram, YouTube, WhatsApp e outros;

- Produção, adaptação e desdobramento de conteúdos em diferentes formatos para ambientes digitais, incluindo cards, carrosséis, stories, vídeos curtos, peças para mensageria, conteúdos em áudio e textos de apoio;
- Gestão de processos simultâneos com calendário editorial integrado, padronização visual e narrativa e adaptação territorial dos conteúdos;
- Monitoramento de interações, percepções públicas e desempenho dos conteúdos digitais, com produção de clipping digital, análise de riscos e recomendações;
- Inclusão de entregáveis para canais de mensageria e conteúdos em áudio como formatos complementares, observando diretrizes institucionais e respeito à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

4.6 Assessoria de imprensa e relacionamento com a mídia

- Assessoria proativa e reativa de imprensa, em nível local, regional e nacional, incluindo produção de releases, sugestões de pauta, atendimento à imprensa e articulação para divulgação qualificada;
- Elaboração de avisos de pauta, notas à imprensa, subsídios informativos, perguntas e respostas para porta-vozes e materiais de apoio ao relacionamento com veículos de comunicação;
- Monitoramento de repercussão na mídia, com produção de clipping, análise de riscos e recomendações;
- Apoio à divulgação institucional em veículos de comunicação locais, regionais e nacionais, observadas as diretrizes e validações da área de comunicação do ICMBio.

4.7 Comunicação offline e territorial

- Apoio à concepção, redação, adaptação de linguagem e finalização de arquivos para materiais físicos e/ou territorializados, quando necessários, tais como faixas, cartazes, folders, panfletos, spots de rádio, anúncios em veículos regionais, peças para carros de som e outros formatos pertinentes;
- A contratação não inclui impressão, produção gráfica física, instalação, locação de estruturas, distribuição de materiais ou veiculação de mídia, salvo se houver previsão específica, autorização formal e orçamento segregado para tais despesas;
- Adequação da linguagem e formato às realidades locais;
- Integração entre comunicação offline e digital.

4.8 Comunicação institucional estratégica sobre a importância da criação e ampliação de Unidades de Conservação

- Apoio ao desenvolvimento de campanhas institucionais específicas voltadas à divulgação da importância estratégica da criação e ampliação de UCs no Brasil, considerando sua contribuição para a conservação da biodiversidade, a proteção dos recursos naturais, a conectividade de paisagens, a mitigação dos efeitos das mudanças climáticas, a valorização de populações e territórios tradicionais e o fortalecimento das políticas públicas ambientais;
- Observância às diretrizes institucionais do ICMBio e alinhamento prévio com a equipe técnica responsável e com a área de comunicação competente;
- Proposição de conceito criativo, linha de comunicação institucional, peças, roteiros, textos de apoio, infográficos, vídeos curtos, animações, spots, estratégias de distribuição e impulsionamento, relatórios de desempenho e recomendações de aperfeiçoamento;
- Execução em caráter de apoio técnico e operacional, sem substituição das atribuições institucionais da área de comunicação do ICMBio.

4.9 Apoio técnico-operacional, interlocução e deslocamentos técnicos

A contratada deverá garantir capacidade de interlocução técnica e operacional com as equipes indicadas pela contratante, por meio de ponto focal designado pela própria empresa, sem alocação exclusiva de profissional, sem subordinação direta à contratante, sem controle de jornada pelo ICMBio e sem caracterização de posto de trabalho nas dependências da Administração.

A interlocução terá por finalidade organizar demandas, qualificar briefings, consolidar insumos, acompanhar prazos, registrar encaminhamentos e apoiar a tramitação dos produtos de comunicação até sua submissão à validação institucional pela CGCS, CGCAP, COCUC e demais áreas técnicas competentes, conforme o caso.

Quando necessário à execução dos produtos, a contratada deverá realizar deslocamentos técnicos aos territórios relacionados às propostas de criação ou ampliação de UCs priorizadas pelo ICMBio. Para fins de elaboração da proposta comercial, estima-se a possibilidade de até 8 deslocamentos técnicos, vinculados às propostas de criação ou ampliação de UCs contempladas no contrato, com duração estimada de 3 a 5 dias corridos por deslocamento,

conforme agenda de consultas públicas, reuniões preparatórias, ações territoriais ou demais atividades autorizadas pela contratante.

A relação indicativa das propostas, localidades de referência e meses estimados de consulta pública e deslocamento deverá constar do Anexo I desta especificação ou ser formalizada pela contratante em cada ordem de serviço, quando a definição prévia não for possível.

As despesas de deslocamento, hospedagem, alimentação, transporte local, seguros, equipamentos, diárias de equipe, captação de imagens, autorizações operacionais e demais custos necessários à execução das atividades presenciais deverão ser previstas na proposta da contratada e correrão sob sua responsabilidade, observadas as localidades indicadas pela contratante e as autorizações formais de deslocamento.

5. PRODUTOS, ENTREGÁVEIS, PRAZOS E CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

5.1 Critérios gerais de quantificação e aceite

A quantificação dos produtos e entregáveis considera até 8 propostas de criação ou ampliação de UCs. Para fins de dimensionamento, cada proposta deverá contemplar, no mínimo, os produtos indicados na tabela única do item 5.3, observada a priorização do ICMBio, a disponibilidade dos insumos técnicos, a complexidade territorial de cada proposta e a validação prévia da CGCS, CGCAP, COCUC e demais áreas competentes.

Os produtos deverão ser entregues em versões editáveis e finais, conforme aplicável. Quando houver referência a folder, cartilha, cartaz, faixa, peça para veículo regional ou material semelhante, a obrigação da contratada limita-se à concepção, redação, design, diagramação, adaptação e finalização dos arquivos digitais, não abrangendo impressão, produção gráfica física, instalação, distribuição ou logística local.

Os percentuais de pagamento incidirão exclusivamente sobre produtos efetivamente entregues, aprovados e aceitos pela contratante. O pagamento de cada linha da tabela fica condicionado ao aceite formal da entrega correspondente. O somatório dos percentuais da tabela única corresponde a 100% do valor contratual.

5.2 Mídia paga

A contratada será responsável pelo planejamento, criação, adaptação, gestão técnica, otimização e relatório das campanhas de mídia paga, quando demandadas. A verba de veiculação, impulsionamento, compra de mídia, inserção em rádio, TV, mídia impressa, veículos regionais, carros de som, outdoors ou outros meios não compõe a remuneração ordinária da contratada e não deverá ser arcada pela empresa com recursos próprios.

Quando houver necessidade de veiculação, a contratada deverá apresentar plano de mídia com indicação de canais, formatos, públicos prioritários, praças de veiculação, período, estimativa de investimento e justificativa técnica, de forma segregada do custo de planejamento, criação, gestão e monitoramento. A execução da veiculação dependerá de autorização formal da contratante e de disponibilidade orçamentária específica.

5.3 Produtos, entregas, prazos e desembolso

Para fins desta tabela, D corresponde à data de assinatura do contrato. Os prazos são referenciais máximos contados em dias corridos a partir da assinatura, podendo ser ajustados por ordem de serviço quando houver alteração justificada da agenda de consulta pública, desde que mantidos os produtos, os percentuais totais e o prazo máximo de vigência do contrato.

Item	Proposta / etapa	Produtos e entregáveis	Quantitativo estimado	Prazo de referência	% de pagamento
1	Início do contrato	Reunião inicial, definição de fluxo de trabalho, canais de interlocução, pontos focais de validação e cronograma preliminar.	1 entrega	Até D+5	1%

Item	Proposta / etapa	Produtos e entregáveis	Quantitativo estimado	Prazo de referência	% de pagamento
2	Planejamento macro	Plano Estratégico Macro de Comunicação e Manual Inicial de Boas Práticas Comunicacionais, incluindo diretrizes gerais, matriz de públicos, mensagens-chave, fluxos de aprovação, canais prioritários, formatos de produtos e padrão de acompanhamento.	1 plano + 1 manual inicial	Até D+20	7%
3	Proposta 1 - plano de ação	Plano de ação específico da proposta, contendo públicos prioritários, mensagens-chave, riscos comunicacionais, estratégia territorial, cronograma de entregas, fluxo de aprovação e 2 apresentações institucionais para reuniões, consultas e articulações.	1 plano + 2 apresentações	Até D+30	1,2%
4	Proposta 1 - pré-consulta	Kit pré-consulta: 4 cards para redes sociais e/ou WhatsApp, 2 peças de convocação, 1 FAQ resumido, texto, arte e diagramação de 1 folder digital, texto, arte e diagramação de 1 cartilha explicativa digital e 1 vídeo de animação de apresentação da proposta, com duração estimada de 1min30s.	1 kit pré-consulta	Até D+40	2,3%
5	Proposta 1 - consulta pública	Kit durante consulta: 4 cards informativos, 1 vídeo curto de até 60 segundos, 3 peças para WhatsApp, 1 Q&A, 1 release ou aviso de pauta, cobertura fotográfica, atendimento à imprensa e clipping do período.	1 kit consulta	Até D+50	1,7%
6	Proposta 1 - pós-consulta	Kit pós-consulta: 3 cards ou peças informativas sobre resultados e próximos passos, 2 peças para WhatsApp, 1 informe sintético "o que acontece depois", 1 conteúdo de encaminhamento para públicos estratégicos, quando necessário, e relatório de aprendizados da proposta.	1 kit pós-consulta + 1 relatório da proposta	Até D+60	1,7%
7	Proposta 1 - conteúdos digitais complementares	Cards/artefatos digitais explicativos, vídeos curtos para redes e WhatsApp, peças de mensageria e conteúdo em áudio, incluindo roteiro, gravação/locução, edição, legendas e finalização, conforme estratégia aprovada.	8 cards + 2 vídeos + 10 peças WhatsApp + 1 áudio/podcast	Até D+65	1,7%
8	Proposta 1 - desinformação e apoio jurídico	Conteúdos de combate à desinformação e peças de apoio jurídico: 3 cards de mitos e verdades, 2 respostas rápidas, 1 peça de correção ou esclarecimento, notas explicativas, Q&A jurídico, cards de fundamento legal, linha do tempo procedimental e apresentações de apoio.	6 conteúdos de desinformação + 6 peças de apoio jurídico	Até D+65	1,7%

Item	Proposta / etapa	Produtos e entregáveis	Quantitativo estimado	Prazo de referência	% de pagamento
9	Proposta 1 - campanha/mídia	Kit de peças para campanha de mídia paga e/ou orgânica, incluindo planejamento, criação, adaptação, desdobramento de peças, indicação de canais, públicos, cronograma e estimativa segregada da verba de veiculação, quando aplicável.	1 kit de campanha	Até D+70	1,2%
10	Proposta 2 - plano de ação	Plano de ação específico da proposta, contendo públicos prioritários, mensagens-chave, riscos comunicacionais, estratégia territorial, cronograma de entregas, fluxo de aprovação e 2 apresentações institucionais para reuniões, consultas e articulações.	1 plano + 2 apresentações	Até D+55	1,2%
11	Proposta 2 - pré-consulta	Kit pré-consulta: 4 cards para redes sociais e/ou WhatsApp, 2 peças de convocação, 1 FAQ resumido, texto, arte e diagramação de 1 folder digital, texto, arte e diagramação de 1 cartilha explicativa digital e 1 vídeo de animação de apresentação da proposta, com duração estimada de 1min30s.	1 kit pré-consulta	Até D+65	2,3%
12	Proposta 2 - consulta pública	Kit durante consulta: 4 cards informativos, 1 vídeo curto de até 60 segundos, 3 peças para WhatsApp, 1 Q&A, 1 release ou aviso de pauta, cobertura fotográfica, atendimento à imprensa e clipping do período.	1 kit consulta	Até D+75	1,7%
13	Proposta 2 - pós-consulta	Kit pós-consulta: 3 cards ou peças informativas sobre resultados e próximos passos, 2 peças para WhatsApp, 1 informe sintético "o que acontece depois", 1 conteúdo de encaminhamento para públicos estratégicos, quando necessário, e relatório de aprendizados da proposta.	1 kit pós-consulta + 1 relatório da proposta	Até D+85	1,7%
14	Proposta 2 - conteúdos digitais complementares	Cards/artefatos digitais explicativos, vídeos curtos para redes e WhatsApp, peças de mensageria e conteúdo em áudio, incluindo roteiro, gravação/locução, edição, legendas e finalização, conforme estratégia aprovada.	8 cards + 2 vídeos + 10 peças WhatsApp + 1 áudio/podcast	Até D+90	1,7%
15	Proposta 2 - desinformação e apoio jurídico	Conteúdos de combate à desinformação e peças de apoio jurídico: 3 cards de mitos e verdades, 2 respostas rápidas, 1 peça de correção ou esclarecimento, notas explicativas, Q&A jurídico, cards de fundamento legal, linha do tempo procedimental e apresentações de apoio.	6 conteúdos de desinformação + 6 peças de apoio jurídico	Até D+90	1,7%

Item	Proposta / etapa	Produtos e entregáveis	Quantitativo estimado	Prazo de referência	% de pagamento
16	Proposta 2 - campanha/mídia	Kit de peças para campanha de mídia paga e/ou orgânica, incluindo planejamento, criação, adaptação, desdobramento de peças, indicação de canais, públicos, cronograma e estimativa segregada da verba de veiculação, quando aplicável.	1 kit de campanha	Até D+95	1,2%
17	Proposta 3 - plano de ação	Plano de ação específico da proposta, contendo públicos prioritários, mensagens-chave, riscos comunicacionais, estratégia territorial, cronograma de entregas, fluxo de aprovação e 2 apresentações institucionais para reuniões, consultas e articulações.	1 plano + 2 apresentações	Até D+80	1,2%
18	Proposta 3 - pré-consulta	Kit pré-consulta: 4 cards para redes sociais e/ou WhatsApp, 2 peças de convocação, 1 FAQ resumido, texto, arte e diagramação de 1 folder digital, texto, arte e diagramação de 1 cartilha explicativa digital e 1 vídeo de animação de apresentação da proposta, com duração estimada de 1min30s.	1 kit pré-consulta	Até D+90	2,3%
19	Proposta 3 - consulta pública	Kit durante consulta: 4 cards informativos, 1 vídeo curto de até 60 segundos, 3 peças para WhatsApp, 1 Q&A, 1 release ou aviso de pauta, cobertura fotográfica, atendimento à imprensa e clipping do período.	1 kit consulta	Até D+100	1,7%
20	Proposta 3 - pós-consulta	Kit pós-consulta: 3 cards ou peças informativas sobre resultados e próximos passos, 2 peças para WhatsApp, 1 informe sintético "o que acontece depois", 1 conteúdo de encaminhamento para públicos estratégicos, quando necessário, e relatório de aprendizados da proposta.	1 kit pós-consulta + 1 relatório da proposta	Até D+110	1,7%
21	Proposta 3 - conteúdos digitais complementares	Cards/artefatos digitais explicativos, vídeos curtos para redes e WhatsApp, peças de mensageria e conteúdo em áudio, incluindo roteiro, gravação/locução, edição, legendas e finalização, conforme estratégia aprovada.	8 cards + 2 vídeos + 10 peças WhatsApp + 1 áudio/podcast	Até D+115	1,7%
22	Proposta 3 - desinformação e apoio jurídico	Conteúdos de combate à desinformação e peças de apoio jurídico: 3 cards de mitos e verdades, 2 respostas rápidas, 1 peça de correção ou esclarecimento, notas explicativas, Q&A jurídico, cards de fundamento legal, linha do tempo procedimental e apresentações de apoio.	6 conteúdos de desinformação + 6 peças de apoio jurídico	Até D+115	1,7%

Item	Proposta / etapa	Produtos e entregáveis	Quantitativo estimado	Prazo de referência	% de pagamento
23	Proposta 3 - campanha/mídia	Kit de peças para campanha de mídia paga e/ou orgânica, incluindo planejamento, criação, adaptação, desdobramento de peças, indicação de canais, públicos, cronograma e estimativa segregada da verba de veiculação, quando aplicável.	1 kit de campanha	Até D+120	1,2%
24	Proposta 4 - plano de ação	Plano de ação específico da proposta, contendo públicos prioritários, mensagens-chave, riscos comunicacionais, estratégia territorial, cronograma de entregas, fluxo de aprovação e 2 apresentações institucionais para reuniões, consultas e articulações.	1 plano + 2 apresentações	Até D+105	1,2%
25	Proposta 4 - pré-consulta	Kit pré-consulta: 4 cards para redes sociais e/ou WhatsApp, 2 peças de convocação, 1 FAQ resumido, texto, arte e diagramação de 1 folder digital, texto, arte e diagramação de 1 cartilha explicativa digital e 1 vídeo de animação de apresentação da proposta, com duração estimada de 1min30s.	1 kit pré-consulta	Até D+115	2,3%
26	Proposta 4 - consulta pública	Kit durante consulta: 4 cards informativos, 1 vídeo curto de até 60 segundos, 3 peças para WhatsApp, 1 Q&A, 1 release ou aviso de pauta, cobertura fotográfica, atendimento à imprensa e clipping do período.	1 kit consulta	Até D+125	1,7%
27	Proposta 4 - pós-consulta	Kit pós-consulta: 3 cards ou peças informativas sobre resultados e próximos passos, 2 peças para WhatsApp, 1 informe sintético "o que acontece depois", 1 conteúdo de encaminhamento para públicos estratégicos, quando necessário, e relatório de aprendizados da proposta.	1 kit pós-consulta + 1 relatório da proposta	Até D+135	1,7%
28	Proposta 4 - conteúdos digitais complementares	Cards/artefatos digitais explicativos, vídeos curtos para redes e WhatsApp, peças de mensageria e conteúdo em áudio, incluindo roteiro, gravação/locução, edição, legendas e finalização, conforme estratégia aprovada.	8 cards + 2 vídeos + 10 peças WhatsApp + 1 áudio/podcast	Até D+140	1,7%
29	Proposta 4 - desinformação e apoio jurídico	Conteúdos de combate à desinformação e peças de apoio jurídico: 3 cards de mitos e verdades, 2 respostas rápidas, 1 peça de correção ou esclarecimento, notas explicativas, Q&A jurídico, cards de fundamento legal, linha do tempo procedimental e apresentações de apoio.	6 conteúdos de desinformação + 6 peças de apoio jurídico	Até D+140	1,7%

Item	Proposta / etapa	Produtos e entregáveis	Quantitativo estimado	Prazo de referência	% de pagamento
30	Proposta 4 - campanha/mídia	Kit de peças para campanha de mídia paga e/ou orgânica, incluindo planejamento, criação, adaptação, desdobramento de peças, indicação de canais, públicos, cronograma e estimativa segregada da verba de veiculação, quando aplicável.	1 kit de campanha	Até D+145	1,2%
31	Proposta 5 - plano de ação	Plano de ação específico da proposta, contendo públicos prioritários, mensagens-chave, riscos comunicacionais, estratégia territorial, cronograma de entregas, fluxo de aprovação e 2 apresentações institucionais para reuniões, consultas e articulações.	1 plano + 2 apresentações	Até D+130	1,2%
32	Proposta 5 - pré-consulta	Kit pré-consulta: 4 cards para redes sociais e/ou WhatsApp, 2 peças de convocação, 1 FAQ resumido, texto, arte e diagramação de 1 folder digital, texto, arte e diagramação de 1 cartilha explicativa digital e 1 vídeo de animação de apresentação da proposta, com duração estimada de 1min30s.	1 kit pré-consulta	Até D+140	2,3%
33	Proposta 5 - consulta pública	Kit durante consulta: 4 cards informativos, 1 vídeo curto de até 60 segundos, 3 peças para WhatsApp, 1 Q&A, 1 release ou aviso de pauta, cobertura fotográfica, atendimento à imprensa e clipping do período.	1 kit consulta	Até D+150	1,7%
34	Proposta 5 - pós-consulta	Kit pós-consulta: 3 cards ou peças informativas sobre resultados e próximos passos, 2 peças para WhatsApp, 1 informe sintético "o que acontece depois", 1 conteúdo de encaminhamento para públicos estratégicos, quando necessário, e relatório de aprendizados da proposta.	1 kit pós-consulta + 1 relatório da proposta	Até D+160	1,7%
35	Proposta 5 - conteúdos digitais complementares	Cards/artefatos digitais explicativos, vídeos curtos para redes e WhatsApp, peças de mensageria e conteúdo em áudio, incluindo roteiro, gravação/locução, edição, legendas e finalização, conforme estratégia aprovada.	8 cards + 2 vídeos + 10 peças WhatsApp + 1 áudio/podcast	Até D+165	1,7%
36	Proposta 5 - desinformação e apoio jurídico	Conteúdos de combate à desinformação e peças de apoio jurídico: 3 cards de mitos e verdades, 2 respostas rápidas, 1 peça de correção ou esclarecimento, notas explicativas, Q&A jurídico, cards de fundamento legal, linha do tempo procedimental e apresentações de apoio.	6 conteúdos de desinformação + 6 peças de apoio jurídico	Até D+165	1,7%

Item	Proposta / etapa	Produtos e entregáveis	Quantitativo estimado	Prazo de referência	% de pagamento
37	Proposta 5 - campanha/mídia	Kit de peças para campanha de mídia paga e/ou orgânica, incluindo planejamento, criação, adaptação, desdobramento de peças, indicação de canais, públicos, cronograma e estimativa segregada da verba de veiculação, quando aplicável.	1 kit de campanha	Até D+170	1,2%
38	Proposta 6 - plano de ação	Plano de ação específico da proposta, contendo públicos prioritários, mensagens-chave, riscos comunicacionais, estratégia territorial, cronograma de entregas, fluxo de aprovação e 2 apresentações institucionais para reuniões, consultas e articulações.	1 plano + 2 apresentações	Até D+155	1,2%
39	Proposta 6 - pós-consulta	Kit pós-consulta: 3 cards ou peças informativas sobre resultados e próximos passos, 2 peças para WhatsApp, 1 informe sintético "o que acontece depois", 1 conteúdo de encaminhamento para públicos estratégicos, quando necessário, e relatório de aprendizados da proposta.	1 kit pós-consulta + 1 relatório da proposta	Até D+185	1,7%
40	Proposta 6 - conteúdos digitais complementares	Cards/artefatos digitais explicativos, vídeos curtos para redes e WhatsApp, peças de mensageria e conteúdo em áudio, incluindo roteiro, gravação/locução, edição, legendas e finalização, conforme estratégia aprovada.	8 cards + 2 vídeos + 10 peças WhatsApp + 1 áudio/podcast	Até D+190	1,7%
41	Proposta 6 - desinformação e apoio jurídico	Conteúdos de combate à desinformação e peças de apoio jurídico: 3 cards de mitos e verdades, 2 respostas rápidas, 1 peça de correção ou esclarecimento, notas explicativas, Q&A jurídico, cards de fundamento legal, linha do tempo procedimental e apresentações de apoio.	6 conteúdos de desinformação + 6 peças de apoio jurídico	Até D+190	1,7%
42	Proposta 6 - campanha/mídia	Kit de peças para campanha de mídia paga e/ou orgânica, incluindo planejamento, criação, adaptação, desdobramento de peças, indicação de canais, públicos, cronograma e estimativa segregada da verba de veiculação, quando aplicável.	1 kit de campanha	Até D+195	1,2%
43	Proposta 7 - plano de ação	Plano de ação específico da proposta, contendo públicos prioritários, mensagens-chave, riscos comunicacionais, estratégia territorial, cronograma de entregas, fluxo de aprovação e 2 apresentações institucionais para reuniões, consultas e articulações.	1 plano + 2 apresentações	Até D+180	1,2%

Item	Proposta / etapa	Produtos e entregáveis	Quantitativo estimado	Prazo de referência	% de pagamento
44	Proposta 7 – pós-ampliação	Kit pós-ampliação: 3 cards ou peças informativas sobre a criação da UC, seus resultados e benefícios, 2 peças para WhatsApp, 1 informe sintético (“o que muda e o que acontece depois”), 1 conteúdo de encaminhamento para públicos estratégicos, quando necessário, e 1 relatório de aprendizados da proposta.	1 kit pós-consulta + 1 relatório da proposta	Até D+210	1,7%
45	Proposta 7 - conteúdos digitais complementares	Cards/artefatos digitais explicativos, vídeos curtos para redes e WhatsApp, peças de mensageria e conteúdo em áudio, incluindo roteiro, gravação/locução, edição, legendas e finalização, conforme estratégia aprovada.	8 cards + 2 vídeos + 10 peças WhatsApp + 1 áudio/podcast	Até D+215	1,7%
46	Proposta 7 - desinformação e apoio jurídico	Conteúdos de combate à desinformação e peças de apoio jurídico: 3 cards de mitos e verdades, 2 respostas rápidas, 1 peça de correção ou esclarecimento, notas explicativas, Q&A jurídico, cards de fundamento legal, linha do tempo procedimental e apresentações de apoio.	6 conteúdos de desinformação + 6 peças de apoio jurídico	Até D+215	1,7%
47	Proposta 7 - campanha/mídia	Kit de peças para campanha de mídia paga e/ou orgânica, incluindo planejamento, criação, adaptação, desdobramento de peças, indicação de canais, públicos, cronograma e estimativa segregada da verba de veiculação, quando aplicável.	1 kit de campanha	Até D+220	1,2%
48	Proposta 8 - plano de ação	Plano de ação específico da proposta, contendo públicos prioritários, mensagens-chave, riscos comunicacionais, estratégia territorial, cronograma de entregas, fluxo de aprovação e 2 apresentações institucionais para reuniões, consultas e articulações.	1 plano + 2 apresentações	Até D+205	1,2%
49	Proposta 8 - pós-ampliação	Kit pós-ampliação: 3 cards ou peças informativas sobre a criação da UC, seus resultados e benefícios, 2 peças para WhatsApp, 1 informe sintético (“o que muda e o que acontece depois”), 1 conteúdo de encaminhamento para públicos estratégicos, quando necessário, e 1 relatório de aprendizados da proposta.	1 kit pós-consulta + 1 relatório da proposta	Até D+235	1,7%
50	Proposta 8 - conteúdos digitais complementares	Cards/artefatos digitais explicativos, vídeos curtos para redes e WhatsApp, peças de mensageria e conteúdo em áudio, incluindo roteiro, gravação/locução, edição, legendas e finalização, conforme estratégia aprovada.	8 cards + 2 vídeos + 10 peças WhatsApp + 1 áudio/podcast	Até D+240	1,7%

Item	Proposta / etapa	Produtos e entregáveis	Quantitativo estimado	Prazo de referência	% de pagamento
51	Proposta 8 - desinformação e apoio jurídico	Conteúdos de combate à desinformação e peças de apoio jurídico: 3 cards de mitos e verdades, 2 respostas rápidas, 1 peça de correção ou esclarecimento, notas explicativas, Q&A jurídico, cards de fundamento legal, linha do tempo procedimental e apresentações de apoio.	6 conteúdos de desinformação + 6 peças de apoio jurídico	Até D+240	1,7%
52	Proposta 8 - campanha/mídia	Kit de peças para campanha de mídia paga e/ou orgânica, incluindo planejamento, criação, adaptação, desdobramento de peças, indicação de canais, públicos, cronograma e estimativa segregada da verba de veiculação, quando aplicável.	1 kit de campanha	Até D+245	1,2%
53	Monitoramento periódico 1	Relatório periódico de monitoramento, clipping, análise de riscos, percepção pública, desempenho de conteúdo, recomendações e ajustes de estratégia, consolidando as propostas em execução no período.	1 relatório periódico	Até D+30	1%
54	Monitoramento periódico 2	Relatório periódico de monitoramento, clipping, análise de riscos, percepção pública, desempenho de conteúdo, recomendações e ajustes de estratégia, consolidando as propostas em execução no período.	1 relatório periódico	Até D+60	1%
55	Monitoramento periódico 3	Relatório periódico de monitoramento, clipping, análise de riscos, percepção pública, desempenho de conteúdo, recomendações e ajustes de estratégia, consolidando as propostas em execução no período.	1 relatório periódico	Até D+90	1%
56	Monitoramento periódico 4	Relatório periódico de monitoramento, clipping, análise de riscos, percepção pública, desempenho de conteúdo, recomendações e ajustes de estratégia, consolidando as propostas em execução no período.	1 relatório periódico	Até D+120	1%
57	Monitoramento periódico 5	Relatório periódico de monitoramento, clipping, análise de riscos, percepção pública, desempenho de conteúdo, recomendações e ajustes de estratégia, consolidando as propostas em execução no período.	1 relatório periódico	Até D+150	1%
58	Monitoramento periódico 6	Relatório periódico de monitoramento, clipping, análise de riscos, percepção pública, desempenho de conteúdo, recomendações e ajustes de estratégia, consolidando as propostas em execução no período.	1 relatório periódico	Até D+180	1%
59	Monitoramento periódico 7	Relatório periódico de monitoramento, clipping, análise de riscos, percepção pública, desempenho de conteúdo, recomendações e ajustes de estratégia, consolidando as propostas em execução no período.	1 relatório periódico	Até D+210	1%

Item	Proposta / etapa	Produtos e entregáveis	Quantitativo estimado	Prazo de referência	% de pagamento
60	Monitoramento periódico 8	Relatório periódico de monitoramento, clipping, análise de riscos, percepção pública, desempenho de conteúdo, recomendações e ajustes de estratégia, consolidando as propostas em execução no período.	1 relatório periódico	Até D+240	1%
61	Encerramento	Relatório final consolidado e Manual Atualizado de Boas Práticas Comunicacionais para processos de criação de UCs, contendo resultados, aprendizados, recomendações, matriz de boas práticas e orientações para replicação.	1 relatório final + 1 manual atualizado	Até D+270 ou até 15 dias antes do encerramento contratual, o que ocorrer primeiro	4%

6. PRAZO DE EXECUÇÃO

O prazo estimado para execução será de até 280 dias corridos, contados da assinatura do contrato, limitado ao prazo final do projeto GEF Terrestre em 22/05/2027. Caso a assinatura ocorra após 15/08/2026, o cronograma deverá ser proporcionalmente ajustado para assegurar que todas as entregas sejam concluídas até 22/05/2027.

O cronograma detalhado de execução deverá ser apresentado pela contratada no início do contrato e validado pela contratante, observando a tabela única do item 5.3, os prazos de validação institucional e a priorização das propostas de criação e ampliação de UCs pelo ICMBio. Alterações na ordem de atendimento das propostas poderão ser realizadas por decisão da contratante, sem alteração do quantitativo global, dos produtos exigidos, dos percentuais de pagamento e do prazo final de execução.

Considerando que editais, sínteses e demais documentos oficiais relacionados às consultas públicas podem ser disponibilizados em prazo próximo à realização dos eventos, a contratada deverá trabalhar com versões preliminares dos materiais a partir dos insumos disponíveis e realizar a finalização dos produtos após validação e disponibilização das informações oficiais pela contratante.

7. FORMA DE ACOMPANHAMENTO E APROVAÇÃO

A execução deverá ser feita sob coordenação da Coordenação-Geral de Comunicação Social (CGCS), em articulação com a Coordenação-Geral de Criação e Planejamento de Unidades de Conservação (CGCAP), a Coordenação de Criação de Unidades de Conservação (COCUC) e as equipes técnicas responsáveis pelos processos de criação e ampliação de UCs. As entregas deverão passar por validação da contratante antes de publicação, veiculação ou encaminhamento externo, conforme fluxo a ser definido no contrato.

A contratada não substituirá as atribuições do setor de comunicação do ICMBio, atuando como parceira técnico-operacional e estratégica. Toda publicação, veiculação, interação institucional e resposta oficial deverá ser previamente validada e autorizada pela CGCS, respeitando identidade visual, orientações institucionais e normas internas.

8. INSUMOS, RESPONSABILIDADES E CONDIÇÕES NECESSÁRIAS À EXECUÇÃO

8.1 Caberá à contratante

- Fornecer informações institucionais, estudos técnicos, mapas, notas técnicas, minutas, dados públicos, documentos de referência e demais insumos necessários à compreensão das propostas de criação e ampliação de UCs;
- Indicar os pontos focais responsáveis pela validação técnica e institucional dos produtos, especialmente no âmbito da CGCS, CGCAP, COCUC e demais áreas competentes;

- Disponibilizar orientações sobre identidade visual, linguagem institucional, fluxos de aprovação, canais oficiais e diretrizes de comunicação do ICMBio;
- Validar previamente os conteúdos, peças, roteiros, materiais, campanhas e manifestações públicas antes de qualquer publicação, veiculação ou encaminhamento externo;
- Informar, com a antecedência possível, as agendas de consultas públicas, reuniões preparatórias, ações territoriais, campanhas e demais marcos relevantes para a execução dos produtos;
- Autorizar previamente eventual veiculação de mídia paga, bem como aprovar plano de mídia, público-alvo, canais, formatos, cronograma, praças de veiculação e estimativa de investimento;
- Preencher ou atualizar o Anexo I com a relação indicativa das propostas de criação e ampliação de UCs, localidades de referência e meses previstos de consulta pública e deslocamento, sempre que essas informações estiverem disponíveis.

8.2 Caberá à contratada

- Disponibilizar equipe técnica qualificada e suficiente para execução dos produtos previstos, sob sua responsabilidade técnica, administrativa e gerencial;
- Realizar planejamento, criação, redação, edição, revisão, diagramação, adaptação, finalização e entrega dos produtos de comunicação previstos nesta especificação;
- Providenciar equipamentos, softwares, licenças, bancos de imagem, recursos técnicos, ferramentas de monitoramento, plataformas de gestão, captação de imagem, edição audiovisual e demais meios necessários à execução dos serviços;
- Custear os deslocamentos técnicos autorizados e necessários à produção dos produtos, incluindo passagens, hospedagem, alimentação, transporte local, seguros, equipamentos e demais despesas associadas à execução presencial das atividades;
- Observar as diretrizes institucionais do ICMBio, a identidade visual aplicável, a LGPD, normas de direitos autorais, autorizações de uso de imagem e demais orientações legais e institucionais pertinentes;
- Apresentar os produtos em formatos editáveis e finais, quando solicitado, de modo a permitir arquivamento, reaproveitamento e atualização pela contratante;
- Manter registro das demandas, versões, validações, ajustes solicitados e entregas realizadas, garantindo rastreabilidade do processo de produção;
- Apresentar relatórios de execução, monitoramento, clipping e desempenho, conforme os prazos definidos no contrato;
- Apresentar, quando demandada mídia paga, plano de mídia e estimativa de investimento segregada, não cabendo à contratada arcar com a verba de veiculação sem autorização formal e orçamento específico.

A contratada não poderá publicar, veicular, distribuir, encaminhar à imprensa ou divulgar qualquer conteúdo em nome do ICMBio sem validação e autorização prévia da contratante. A contratação não inclui impressão, produção gráfica física, instalação ou distribuição local de materiais, salvo previsão específica, autorização formal e orçamento segregado.

9. QUALIFICAÇÃO DA CONTRATADA

A contratada deverá demonstrar capacidade técnica compatível com o objeto da contratação, comprovando experiência na execução de serviços de comunicação institucional, pública, socioambiental e/ou territorial, preferencialmente relacionados a políticas públicas, meio ambiente, conservação da biodiversidade, participação social, gestão de conflitos, comunicação de risco, combate à desinformação ou temas de interesse público.

A comprovação da qualificação técnica poderá ocorrer mediante apresentação de portfólio, atestados de capacidade técnica, contratos anteriores, produtos executados, campanhas realizadas, relatórios de desempenho, materiais de imprensa, peças digitais, vídeos, publicações, cases ou outros documentos que demonstrem experiência compatível com o escopo.

A contratada deverá comprovar experiência em serviços de comunicação institucional ou estratégica, bem como capacidade de atuar nas seguintes frentes: planejamento estratégico de comunicação; produção de conteúdo técnico em linguagem acessível; comunicação pública, institucional e territorial; assessoria de imprensa; gestão de redes sociais e canais digitais; criação de peças gráficas, audiovisuais, radiofônicas e digitais; planejamento e gestão de mídia paga; monitoramento de mídia, clipping, análise de riscos e enfrentamento à desinformação.

9.1 Equipe técnica mínima

Para execução do objeto, a contratada deverá dispor de equipe técnica compatível com a complexidade e simultaneidade das demandas. A organização interna da equipe será de responsabilidade da contratada, desde que assegurada a entrega dos produtos nos prazos e padrões de qualidade definidos pela contratante. Não haverá exigência de dedicação exclusiva, posto de trabalho, alocação permanente ou quantitativo fixo de profissionais, admitido o acúmulo de funções por um mesmo profissional quando demonstrada capacidade técnica suficiente.

Perfil / frente de atuação	Qualificação sugerida	Atribuições principais
Coordenação de projeto e atendimento institucional	Experiência em gestão de projetos de comunicação, atendimento institucional, organização de fluxos e interlocução com equipes multidisciplinares. Experiência ou familiaridade com temática socioambiental será considerada diferencial.	Organizar demandas, prazos, fluxos de aprovação, interlocução com a contratante e controle das entregas. Elaborar estratégias, planos de ação, matriz de públicos, mensagens-chave e recomendações por proposta.
Conteúdo, jornalismo, assessoria de imprensa e monitoramento	Experiência em produção de conteúdo institucional, assessoria de imprensa, releases, relacionamento com mídia, linguagem simples, monitoramento, clipping, análise de riscos e desinformação.	Produzir FAQs, textos explicativos, roteiros, informes, releases, avisos de pauta, notas e Q&A. Monitorar repercussão, identificar narrativas de risco, produzir relatórios e recomendar respostas.
Design gráfico, direção de arte, audiovisual e áudio	Experiência em criação de peças digitais, identidade visual, diagramação, finalização de arquivos, roteiro, edição de vídeos curtos, fotografia e/ou conteúdo em áudio.	Criar cards, apresentações, infográficos, peças de campanha, arquivos digitais para eventual impressão, vídeos, áudios, registros de consulta pública, entrevistas e materiais audiovisuais.
Social media e mídia paga	Experiência em planejamento de conteúdo digital, adaptação para redes sociais, campanhas pagas, segmentação, análise de métricas e otimização.	Planejar calendários, adaptar conteúdos, propor campanhas, acompanhar desempenho, orientar impulsionamento e gerar relatórios de mídia e redes sociais.

A contratada deverá indicar, na proposta, a composição da equipe técnica, os currículos resumidos dos profissionais-chave, a experiência relacionada ao objeto e a forma de organização da equipe para atendimento simultâneo das demandas previstas nesta especificação.

A contratação possui natureza de prestação de serviços especializados de comunicação, orientada à entrega de produtos e resultados, não implicando cessão de mão de obra, dedicação exclusiva de profissionais, subordinação direta à Administração ou controle de jornada pela contratante.

ANEXO I - Cronograma indicativo das propostas de criação e ampliação de UCs e deslocamentos técnicos

O Anexo I apresenta a relação das propostas de criação e ampliação de Unidades de Conservação prioritizadas pela equipe técnica do ICMBio para fins de execução contratual, com indicação das respectivas localidades de referência e, quando disponíveis, dos meses estimados para realização das consultas públicas e dos deslocamentos técnicos.

Eventuais alterações na priorização, nas localidades de referência ou no cronograma estimado serão indicadas formalmente ao longo da execução, conforme o andamento dos processos de criação e de ampliação e a necessidade institucional.

Proposta	UC / área de estudo	UF / município de referência	Mês previsto da consulta pública	Mês previsto de deslocamento	Observações
Proposta 1	Refúgio da Vida Silvestre Delta do Salobra	Bodoquena e Miranda/MS	A definir	A definir	A definir pela CGCAP/COCUC ou em ordem de serviço
Proposta 2	APA dos Campos Missioneiros e REVIS dos Campos Finos e Matas de Pau-Ferro	Santiago/RS e região	A definir	A definir	A definir pela CGCAP/COCUC ou em ordem de serviço
Proposta 3	PARNA Serra da Capivara (ampliação)	João Costa, Coronel José Dias, São Raimundo Nonato e Brejo do Piauí/PI	A definir	A definir	A definir pela CGCAP/COCUC ou em ordem de serviço
Proposta 4	UC Macaco Galego	Mataraca/PB e Baía Formosa/RN	A definir	A definir	A definir pela CGCAP/COCUC ou em ordem de serviço
Proposta 5	UC Arara Azul de Lear	A definir	A definir	A definir	A definir pela CGCAP/COCUC ou em ordem de serviço
Proposta 6	Parque Nacional Sete Cidades (ampliação)	Brasileira e Piracuruca/PI	A definir	A definir	A definir pela CGCAP/COCUC ou em ordem de serviço

Proposta	UC / área de estudo	UF / município de referência	Mês previsto da consulta pública	Mês previsto de deslocamento	Observações
Proposta 7	Parque Nacional Pantanal (ampliação)	Poconé/MT	A definir	A definir	A definir pela CGCAP/COCUC ou em ordem de serviço
Proposta 8	Estação Ecológica Taiamã (ampliação)	Poconé e Cáceres/MT	A definir	A definir	A definir pela CGCAP/COCUC ou em ordem de serviço