



## TERMO DE REFERÊNCIA

### **Assessoria de comunicação para estruturação do Programa Estadual de Concessão para Restauração do Estado do Pará**

#### 1. APRESENTAÇÃO

A The Nature Conservancy (TNC) é uma organização global de conservação ambiental dedicada à preservação em grande escala das terras e água das quais a vida depende. Guiada pela ciência, a TNC cria soluções inovadoras e práticas para os desafios mais difíceis do mundo, para que a natureza e as pessoas possam prosperar juntos. Trabalhando em 72 países, a organização utiliza uma abordagem colaborativa, que envolve comunidades locais, governos, setor privado e outros parceiros. No Brasil, onde atua há mais de 30 anos, a TNC promove iniciativas nos principais biomas, com o objetivo de compatibilizar o desenvolvimento econômico e social dessas regiões com a conservação dos ecossistemas naturais.

A The Nature Conservancy em parceria com a Secretaria de Estado de Meio Ambiente e Sustentabilidade (SEMAS/PA) e o Instituto de Desenvolvimento Florestal e da Biodiversidade do Estado do Pará (IDEFLOR-Bio), tem atuado no apoio técnico à estruturação do **Programa Estadual de Concessão para Restauração de Vegetação Nativa**. Essa iniciativa pioneira tem como objetivo promover a restauração de áreas degradadas por meio de concessões a entes privados, com retorno econômico baseado na geração de créditos de carbono e outras receitas acessórias. O piloto desse modelo inovador foi lançado na Área de Proteção Ambiental (APA) Triunfo do Xingu, marcando um importante avanço no enfrentamento do desmatamento e da degradação florestal na Amazônia. A partir dessa experiência, o Estado do Pará busca consolidar um programa estadual estruturado, com escalabilidade, governança robusta e forte engajamento dos diversos atores envolvidos.

Dada a complexidade e o potencial transformador dessa política pública, torna-se essencial contar com uma **estratégia de comunicação clara, acessível e mobilizadora**, capaz de ampliar a visibilidade do Programa, engajar públicos diversos e fortalecer sua legitimidade junto à sociedade paraense, investidores, comunidades locais e demais parceiros estratégicos. Assim, este Termo de Referência visa à contratação de uma consultoria especializada em comunicação, que atuará na **estruturação da estratégia de comunicação institucional e de engajamento** do Programa Estadual de Concessão para Restauração, apoiando a SEMAS, o IDEFLOR-Bio e a TNC na construção de narrativas, produção de conteúdos, definição de canais e planejamento de ações de comunicação para diferentes públicos-alvo.

#### 2. OBJETIVO

Desenvolver uma **estratégia integrada de comunicação e engajamento** para o lançamento de novas Unidades de Recuperação (UR) na COP 30 e para o Programa Estadual de Concessão para Restauração da Vegetação Nativa no Estado do Pará, com foco na ampliação da visibilidade institucional da iniciativa, no fortalecimento da narrativa pública e no engajamento de diferentes públicos estratégicos — como

comunidades locais, setor privado, poder público, financiadores, investidores, imprensa e sociedade civil.

### 3. ÁREA DE ABRANGÊNCIA E ESCOPO DO TRABALHO

O presente Termo de Referência abrange todo o estado do Pará.

### 4. CARACTERÍSTICAS GERAIS DO TRABALHO

A consultoria contratada deverá atuar de forma articulada com a equipe da TNC, SEMAS/PA e IDEFLOR-Bio, respeitando os fluxos de comunicação entre as instituições e contribuindo para o fortalecimento da imagem pública e da compreensão social do Programa Estadual de Concessão para Restauração de Vegetação Nativa.

O trabalho deverá considerar os seguintes princípios e diretrizes:

- **Articulação institucional:** a consultoria deverá manter diálogo constante com os pontos focais indicados pelas instituições envolvidas, garantindo alinhamento e validação dos produtos em cada etapa do processo.
- **Foco em linguagem acessível e inclusiva:** os conteúdos produzidos devem utilizar linguagem clara, objetiva e adaptada aos diferentes públicos-alvo (comunidades locais, setor público, investidores, imprensa, sociedade civil).
- **Adequação cultural e territorial:** os materiais e estratégias devem considerar a diversidade sociocultural e territorial do Estado do Pará e da Amazônia, valorizando o protagonismo local e respeitando saberes e identidades.
- **Multiformato e multiplataforma:** espera-se que os conteúdos e ações propostas sejam pensados para diferentes meios (digitais, presenciais, audiovisuais, impressos), com atenção à acessibilidade e ao potencial de engajamento.
- **Flexibilidade e capacidade de resposta:** a consultoria deverá estar apta a adaptar os produtos e prazos em função de mudanças de contexto, novos marcos políticos e necessidades emergentes do Programa.
- **Ética e responsabilidade institucional:** o trabalho deve prezar pela transparência, pela ética nas mensagens transmitidas e pela salvaguarda da imagem pública das instituições envolvidas.

### 5. ATIVIDADES PROPOSTAS

**Assessoria de Comunicação Estratégica** - A CONTRATADA prestará serviço de Assessoria de Comunicação Estratégica, apoiando tanto a TNC quanto o Governo do Estado do Pará, contemplando atividades tais como:

- Apoio à TNC e ao Governo do Estado do Pará, na elaboração de mensagens-chave relacionadas ao PROJETO, de modo a responder adequadamente e em tempo hábil a quaisquer questões que possam surgir durante a preparação do PROJETO;

- Preparação de materiais e mensagens de divulgação para eventos associados ao PROJETO, tais como repositório virtual de arquivos, reuniões com interessados, consultas e audiências públicas, roadshows, lançamento de novas Unidades de Recuperação do PROJETO e reuniões de esclarecimento com a sociedade civil e membros do Poder Legislativo, quando houver solicitação nesse sentido;
- Elaboração de boletim informativo (clipping), contemplando a cobertura de mídia relacionada ao PROJETO, inclusive mídias sociais, com periodicidade e abrangência pré-definidas;
- As atividades relacionadas à Comunicação Estratégica do Projeto contemplam o apoio a realização de campanhas publicitárias ou similares, desenvolvimento de peças e materiais gráficos e produtos de propaganda ou marketing.

## 6. PRODUTOS

### **Produto 1 - Elaboração e Execução de um Plano de Comunicação para o Projeto**

Deverá ser elaborado e entregue um Plano de Comunicação do Projeto, como parte do trabalho de Assessoria de Comunicação Estratégica, conforme disposições dos itens a seguir:

Alguns dos objetivos do plano são:

- (i) promover o PROJETO para potenciais investidores;
- (ii) estabelecer a estratégia de divulgação e apoio à realização de eventos relacionados ao PROJETO, tais como roadshows, consultas e audiências públicas;
- (iii) promover o PROJETO e seus benefícios para a população, para os ATORES e para a mídia em geral;
- (iv) estimular o engajamento dos ATORES;
- (v) promover o acesso de informações aos grupos diretamente afetados pelo projeto, em forma, conteúdo e veículo adequados;
- (vi) prover os instrumentos adequados de transparência para comunicação sobre o PROJETO; e
- (vii) evitar ou mitigar possíveis oposições ao PROJETO.

**Plano de Comunicação do Projeto** deverá incluir, no mínimo:

- a) Mapeamento dos STAKEHOLDERS mais relevantes do PROJETO ao longo de toda sua duração, identificando potenciais investidores, oponentes e apoiadores do PROJETO, como, por exemplo, população dos municípios, secretarias, agências e outras entidades governamentais, comunidades afetadas ou interessadas, lideranças comunitárias, sindicatos e associações, mídia (tradicional, mídia social, veículos locais, entre outros), associações e organizações setoriais, entre outras;
- b) Estratégia de divulgação com foco na COP 30;
- c) Planejamento de ações estratégicas a serem realizadas, com definição de temas a serem abordados, mensagens-chave de mídia e públicos-alvo;

- d) Cronograma e realização de reuniões do grupo de comunicação;
- e) Identificação dos porta-vozes e proposta de governança de comunicação externa;
- f) Desenvolvimento de narrativas contendo argumentos e mensagens explicando a lógica do PROJETO, bem como seus objetivos e benefícios para a população, mostrando o caráter inovador do PROJETO devido a características particulares como escala, impacto e potencial de replicabilidade e o foco prioritário do PROJETO na restauração florestal e no desenvolvimento local;
- g) Levantamento de potenciais perguntas e questionamentos sensíveis relacionados ao PROJETO com sugestões de respostas;
- h) Estratégia de prevenção e gerenciamento de crises: aconselhamento ao cliente, participação na definição da melhor estratégia, monitoramento da imprensa e canais digitais, produção de materiais de apoio (comunicados, posicionamentos, Q&As, talking points), contatos com a imprensa e produção de análises.

### **Produto 2 – Documento de Identidade Institucional do Programa**

Proposta de narrativa institucional, mensagens-chave, tom de voz, slogan (se necessário) e recomendações de identidade visual.

### **Produto 3 – Kit de Materiais Institucionais**

Entrega de peças como apresentações institucionais (em PowerPoint ou Canva), roteiros de vídeo, conteúdos para redes sociais, cards, folders, briefing, releases, entre outros.

#### **6.1 Avaliação de Qualidade dos Produtos e Serviços**

Todos os SERVIÇOS TÉCNICOS prestados e os PRODUTOS entregues deverão respeitar os prazos estabelecidos e apresentar alta qualidade compatível com as melhores práticas de mercado, com as normas jurídicas e técnicas aplicáveis, bem como conteúdo e forma compatíveis com a finalidade a que se destinam.

Eventuais alterações no procedimento de execução do objeto do CONTRATO poderão ser efetuadas a critério da TNC ou por solicitação da CONTRATADA, desde que previamente aprovadas pela TNC.

#### **6.2 Revisões e ajustes nos Produtos**

A CONTRATADA deverá promover todas as revisões e ajustes necessários nos PRODUTOS, com vistas ao atendimento de demandas provenientes da TNC, do Governo do Estado do Pará, de órgãos de fiscalização, regulação e controle interno e externo durante o prazo de vigência do CONTRATO.

As revisões ou ajustes demandados nos PRODUTOS acima não serão considerados novos PRODUTOS para fins de pagamento.

## 7. REQUISITOS E PERFIL DA CONSULTORIA

A empresa ou consultoria contratada deverá possuir comprovada experiência em comunicação institucional, estratégica e socioambiental, preferencialmente com atuação em temas ambientais relacionados à restauração florestal, mudanças climáticas, conservação da biodiversidade e/ou gestão territorial.

- **Experiência comprovada** no desenvolvimento de estratégias de comunicação para projetos socioambientais, incluindo a criação de narrativas, identidade institucional e materiais de divulgação multiformato.
- **Equipe qualificada**, composta por profissionais com formação e experiência relevantes em comunicação, jornalismo, publicidade, relações públicas, marketing institucional ou áreas afins.
- **Capacidade de atuação integrada** com equipes multidisciplinares e instituições públicas, demonstrando habilidade de articulação, escuta ativa e adaptação a diferentes contextos políticos e culturais.
- **Conhecimento sobre o contexto amazônico** e sobre políticas públicas ambientais, especialmente relacionadas à restauração de vegetação nativa, regularização fundiária, uso do solo e mercado de carbono.
- **Capacidade de produção de conteúdos e materiais acessíveis** e adaptáveis a diferentes plataformas (digitais, impressas, audiovisuais), considerando públicos diversos, inclusive comunidades locais.
- **Compromisso com a ética, transparência e diversidade**, respeitando a imagem institucional das organizações envolvidas e promovendo a inclusão de diferentes vozes nos processos de comunicação.

## 8. CESSÃO/SUBCONTRATAÇÃO

É vedado ao contratado qualquer tipo de subcontratação. Não será permitida alteração da equipe selecionada, exceto com autorização da TNC.

## 9. CRITÉRIO DE AVALIAÇÃO DA PROPOSTA

A avaliação das propostas considerará o portfólio que informa a experiência da proponente em relação ao serviço demandado e o valor final da proposta. É importante que a proposta de orçamento considere todos os gastos envolvidos com logística, impostos, hospedagem (se houver), alimentação (se houver).

## 10. VALOR, REEMBOLSO E PAGAMENTO

### a. Valor do Contrato

O valor total do contrato a ser firmado será o valor da proposta vencedora e deve incluir todos os custos para a realização dos produtos, por todos os bens e equipamentos

utilizados e fornecidos e por todos os gastos incorridos para a execução do serviço. Deste valor serão retidos os descontos previstos em lei.

a. Reembolso de Despesas

A TNC não pagará nenhuma quantia para reembolso de gastos incorridos para a execução dos serviços previstos.

## 11. CONDIÇÕES DE PAGAMENTO

Após aprovação de cada produto, conforme estipulado em contrato, o contratado, Pessoa Jurídica, deverá apresentar Nota Fiscal (NF).

Todos os pagamentos serão realizados em até 10 dias úteis após entrega da solicitação completa de pagamento ao Setor Financeiro da TNC, a ser feita pelo gestor do contrato da TNC. O pagamento será realizado via transferência bancária para conta em nome do titular contratado.

**IMPORTANTE:** para Pessoa Jurídica, a conta deve estar em nome da Pessoa Jurídica, e não de seus gestores ou proprietários.

## 12. PROPRIEDADE DE DOCUMENTO E DADOS

Toda produção advinda do levantamento de dados através do Contrato de Prestação de Serviços será de propriedade exclusiva da TNC, independentemente do valor.

## 13. ENVIO DE PORTFÓLIO E PROPOSTA FINANCEIRA

Serão aceitas propostas de pessoa física ou jurídica, devendo incluir obrigatoriamente as seguintes informações:

- a) Portfólio de projetos realizados e experiência relevantes.
- c) Curriculum vitae resumido do(s) profissional(is).
- d) Cronograma de execução das atividades.
- e) Proposta financeira.

O valor total da proposta deve cobrir todos os gastos para a execução das atividades descritas neste Termo de Referência; além disso, todos os encargos sociais estipulados na legislação fiscal e trabalhista são por conta da CONTRATADA.

A documentação deverá ser enviada aos cuidados de Olavo Tatsuo Makiyama, por meio do e-mail [olavo.makiyama@tnc.org](mailto:olavo.makiyama@tnc.org), com cópia para [hellen.mileo@tnc.org](mailto:hellen.mileo@tnc.org) até às 23h do dia 27 de maio de 2025. Todos os e-mails devem ter no item “Assunto” o seguinte texto: **“TdR - Assessoria de Comunicação - Programa de Concessão”**. Eventuais dúvidas devem ser encaminhadas para os mesmos destinatários até o dia 20 de maio de 2025. Todos os e-mails solicitando esclarecimentos devem ter no item “Assunto” ou “Subject” o seguinte texto: **“Dúvida: TdR-Assessoria de Comunicação”**. Pede-se que, havendo mais de uma dúvida, sejam todas compiladas em um mesmo e-mail, a fim de otimizar o atendimento.