

TERMO DE REFERÊNCIA - GEF AP 004.2025

CONTRATAÇÃO DE SERVIÇO PJ ESPECIALIZADO EM “SOCIAL MEDIA” E COMUNICAÇÃO SOCIOAMBIENTAL PARA FORTALECIMENTO DAS AÇÕES DE COMUNICAÇÃO DO PROJETO GEF ÁREAS PRIVADAS

O Projeto GEF Áreas Privadas – Concretizando o potencial de conservação da biodiversidade em áreas privadas no Brasil é financiado pelo Global Environment Facility (GEF) e implementado pelo Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA). Sua gestão financeira é realizada pelo Instituto Internacional para Sustentabilidade (IIS), sob a coordenação técnica do Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima (MMA). Os principais objetivos são ampliar o manejo sustentável da paisagem, contribuir para a conservação da biodiversidade e fortalecer a provisão de serviços ecossistêmicos em áreas privadas no Brasil.

O projeto abrange três componentes interrelacionados. O Componente 1 visa desenvolver atividades em duas áreas-piloto, uma no bioma Mata Atlântica e outra no bioma Cerrado, com foco na redução da fragmentação das paisagens produtivas, no aumento da disponibilidade de habitat para espécies ameaçadas de extinção e no desenvolvimento de esquemas de incentivo para a conservação. O Componente 2 se propõe a estabelecer um acordo com empresas do setor de árvores plantadas e proprietários de áreas nos seus arredores para promover a conservação da biodiversidade e a recuperação da vegetação nativa, bem como favorecer a execução de ações para conectividade de fragmentos florestais. Por fim, o Componente 3 tem como objetivo aprimorar as capacidades públicas para planejar e implementar políticas de conservação em áreas privadas, incorporando o valor da conservação em políticas e ferramentas públicas.

1. ANTECEDENTES

A comunicação é uma ferramenta estratégica para o alcance dos objetivos do Projeto GEF Áreas Privadas, especialmente no que se refere à **mobilização social**, ao **engajamento dos públicos-alvo**, à **educação ambiental** e à **divulgação das ações e entregas técnicas**.

Durante a Fase 1, iniciada em 2018 sob coordenação do Instituto Internacional de Sustentabilidade (IIS), foi elaborado um plano de comunicação com foco na integração dos componentes do projeto e no fortalecimento institucional. Diversos materiais foram produzidos e canais de comunicação foram estruturados, incluindo site, boletins e redes sociais.

Na Fase 2, com a construção do Plano de Comunicação e os objetivos de comunicação atualizados, a **gestão integrada dos canais digitais** tornou-se central para alcançar públicos diversos e ampliar o impacto do projeto. Redes sociais como Instagram e os canais de WhatsApp institucional são hoje meios prioritários para **disseminar informações técnicas**,



mobilizar comunidades, estimular o diálogo e promover a conservação da biodiversidade em áreas privadas de forma acessível, educativa e atrativa.

A atuação da comunicação, nesta fase, está voltada à consolidação de uma estratégia integrada, que articule conteúdos técnicos, campanhas de mobilização e engajamento e ações educativas. Isso inclui o planejamento e produção de conteúdos digitais, a gestão dos canais oficiais, o monitoramento de desempenho das redes e o apoio às entregas do projeto nos territórios. Com isso, a comunicação fortalece a visibilidade do GEF Áreas Privadas, amplia seu alcance e engaja diferentes públicos em torno da conservação.

2. OBJETIVO

O objetivo deste Termo de Referência (TDR) é **a contratação de serviço de consultoria de pessoa jurídica especializada na gestão de redes sociais (social media), comunicação e produção de conteúdo, com experiência na área socioambiental**. A consultoria atuará de forma integrada à Coordenação de Comunicação.

3. PERÍODO DE CONTRATAÇÃO

O período para execução das atividades do contrato a ser firmado será de **180 (cento e oitenta)** dias a partir da assinatura do termo contratual com possibilidade de renovação por período igual.

4. ESCOPO DO TRABALHO

A dedicação prevista para execução dos escopos dessa contratação é cerca de 4 (quatro) horas diárias, de segunda a sexta-feira, com disponibilidade para realizar eventuais viagens para coberturas de atividades presenciais nos territórios, quando necessário, assim como reuniões presenciais junto à equipe do projeto no MMA. O trabalho será executado em regime remoto, com reuniões periódicas de alinhamento com a coordenação de comunicação do Projeto GEF Áreas Privadas.

A prestação de serviços envolverá a definição de estratégia, planejamento, gestão, criação e edição de conteúdos digitais (texto, imagem e vídeo), o monitoramento e análise de desempenho das redes sociais (destaque para Instagram). A atuação deverá ser estratégica, alinhada aos objetivos do plano de comunicação e com foco em educação ambiental, mobilização social, divulgação técnica e fortalecimento da imagem institucional do projeto.

A pessoa jurídica também apoiará ações complementares de comunicação do projeto no suporte às atividades de comunicação institucional, contribuindo com tarefas de assistente de comunicação sempre que necessário.

A pessoa jurídica contratada será responsável por:

- Planejamento de conteúdo digital mensal para redes sociais do projeto.
- Criação de conteúdos (texto, imagem e vídeo) para as redes sociais do projeto e divulgação nos canais institucionais do MMA/SBIO.

- Redação de postagens com linguagem acessível e adequada ao público-alvo (público rural, técnico, comunitário e geral).
- Orientações e criações de artes, cards, vídeos e peças gráficas institucionais com base na identidade visual do projeto.
- Agendamento e publicação de conteúdos nas plataformas.
- Gerenciamento das redes sociais.
- Interação com o público e resposta a mensagens e comentários (moderador).
- Elaboração de relatórios mensais com métricas e análise de desempenho para cada rede utilizada pelo projeto.
- Suporte à cobertura de eventos em tempo real (stories, posts, vídeos curtos).
- Assistência à coordenação de comunicação da Unidade de Coordenação do Projeto (UCP) e eventuais atividades de comunicação para a Secretária Nacional de Biodiversidade Florestas e Direitos Animais (SBIO/MMA) diretamente relacionadas aos objetivos do projeto GEF Áreas Privadas.

5. ATIVIDADES

As atividades e produtos que deverão ser desenvolvidas no âmbito do presente Termo de Referência (TdR) são:

5.1. Elaboração da estratégia digital e Gestão da Rede

- Realizar reuniões virtuais e/ou presenciais com a equipe de supervisão do Projeto, sempre que necessário, para definição de alinhamento com o plano de comunicação, linhas editoriais e cronograma inicial de trabalho.
- Elaboração de uma estratégia digital alinhada com a estratégia do plano de comunicação do projeto.
- Gestão da rede social.

5.2. Criação de conteúdos

- Cards informativos.
- Vídeos curtos (reels, stories).
- Textos com abordagem acessível, técnica ou educativa.
- Postagens comemorativas ou especiais.
- Cobertura de atividades do projeto nos territórios (quando aplicável).
- Registros fotográficos e apoio à produção de conteúdos audiovisuais.
- Apoio à organização de entrevistas, captação de depoimentos, se houver.

5.3. Design gráfico e edição de vídeo

- Desenvolver peças gráficas, quando necessário, com identidade visual do Projeto GEF Áreas Privadas e demais parceiros.
- Adaptar peças para os diferentes formatos das plataformas digitais.

- Captação de imagens e edição de vídeos curtos em diversos formatos, conforme solicitado.

5.4. Interação com o público

- Monitorar comentários, responder dúvidas e interagir com os seguidores de forma respeitosa e alinhada com a política institucional.
- Encaminhar dúvidas técnicas e/ou comentários sensíveis à equipe de coordenação do projeto.

5.5. Relatórios mensais de desempenho

- Elaborar relatórios com indicadores de desempenho para cada rede utilizada pelo projeto (ex: alcance, engajamento, crescimento de seguidores, postagens mais relevantes).
- Analisar os resultados e propor ajustes na estratégia de comunicação digital.

5.6. Revisões e ajustes

- Realizar ajustes nas peças e textos conforme orientação da coordenadora de comunicação do projeto.
- Adaptar linguagem e formato quando necessário, para ampliar a acessibilidade e o alcance.

5.7. Assistente de Comunicação

- Apoiar a coordenação de comunicação nas demais atividades que surgirem;
- Apoio na sistematização de informações para relatórios de comunicação (como levantamento de métricas, ações executadas e resultados).
- Apoio na elaboração de conteúdo e/ou materiais de suporte para apresentações institucionais do projeto.
- Apoio para publicação de notícias no site do projeto, assim como análise de métricas.

6. PRODUTOS

Quadro 1: Detalhamento dos produtos/atividades a serem entregues bem como a forma de apresentação de cada um:

Nº	Produtos	Descrição	Periodicidade	Forma de Entrega
1	Estratégia Digital Inicial	Documento com proposta de planejamento de conteúdos e diretrizes editoriais para redes sociais, com base nos objetivos do plano de comunicação do projeto.	Entrega única (início do contrato)	PDF enviado por e-mail e pasta no SharePoint

2	Planejamento de Conteúdo Mensal	Calendário editorial com planejamento das publicações do mês, com temáticas, datas, formatos e sugestões de legenda.	Mensal	Documento em Word/PDF, aprovado previamente
3	Conteúdo para Redes Sociais	Criação e publicação de conteúdos (cards, carrosséis, vídeos curtos, stories, textos informativos e comemorativos) nas redes sociais do projeto.	Semanal (média de 3 a 4 postagens por semana)	Publicação direta nas plataformas, com backup em pasta do SharePoint
4	Peças gráficas institucionais	Criação de artes visuais com identidade do projeto, adaptadas aos canais digitais e necessidades pontuais da equipe.	Conforme demanda	Arquivos editáveis e versão final em SharePoint
5	Cobertura de eventos e ações do projeto	Apoio à cobertura de atividades e eventos (fotos, texto, vídeos, stories), quando aplicável.	Conforme demanda	Upload de mídias em pasta organizada no SharePoint
6	Interação e monitoramento	Interação com seguidores (comentários, mensagens diretas), monitoramento de menções e encaminhamento de dúvidas técnicas à equipe.	Contínuo	Registro de interações relevantes nos relatórios
7	Relatório de desempenho	Relatório mensal com métricas de desempenho (alcance, engajamento, seguidores, conteúdo mais relevante), análise crítica e recomendações de ajustes.	Mensal	PDF enviado por e-mail e SharePoint
8	Audiovisual	Captação de imagens e edição de vídeo em formatos digitais	Conforme Demanda	Publicação direta nas plataformas, com backup em pasta do SharePoint
9	Ajustes e revisões	Adaptação de conteúdos, ajustes de linguagem e formato conforme orientação da coordenação.	Contínuo	Versões atualizadas dos conteúdos
10	Relatório de Atividades	Entrega de relatório com as atividades desenvolvidas no período, acompanhado do relatório de desempenho das redes.	Mensal	Envio em versão word e PDF, salvo no SharePoint.

7. CRONOGRAMA DE ENTREGA DOS PRODUTOS E DE DESEMBOLSO

O contrato terá prazo de **180 (centro e oitenta dias)** dias para execução da das atividades a contar da data da sua assinatura.

O pagamento será realizado mediante entrega de relatórios de atividades mensais, a serem entregues até o quinto dia útil de cada mês. A responsável pela supervisão do contrato terá o prazo de até cinco dias úteis para realizar a análise técnica e validação das atividades descritas.

A partir da aprovação do conteúdo por parte da UCP, o IIS irá solicitar a nota fiscal, e realizar o pagamento em até cinco dias úteis. Dessa forma, haverá um prazo mínimo de quinze dias úteis entre a entrega do relatório e a efetivação do pagamento correspondente.

8. INSUMOS NECESSÁRIOS

A contratada deverá dispor de todo equipamento necessário, como celular com boa câmera, para execução bem qualificada dos produtos conforme previstos na seção 6 deste termo de referência.

9. REQUISITOS DE HABILITAÇÃO E QUALIFICAÇÃO

9.1. Documentação de Habilitação

Segue abaixo a listagem da documentação de habilitação:

Documentação de Habilitação	
Situação Jurídica (Conforme Natureza Jurídica da Empresa)	
8.1	Registro comercial, no caso de empresa individual; Ou Ato constitutivo, estatuto ou contrato social em vigor, devidamente registrado, em se tratando de sociedades comerciais, e, no caso de sociedades por ações, acompanhado dos documentos de eleição de seus administradores; Ou Inscrição do ato constitutivo, no caso de sociedades civis, acompanhada de prova de investidura ou nomeação da diretoria em exercício.
Regularidade fiscal	
8.2	Comprovante de Inscrição e de Situação Cadastral no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ);
8.3	Comprovação da regularidade jurídico-fiscal
Outros	
8.4	Cópia da cédula de identidade e do CPF do responsável legal pela assinatura do Contrato.
8.5	Comprovante contendo os dados bancários para o pagamento.

9.2. Documentação de Classificação Técnica

A seleção será realizada com base na análise do portfólio e em entrevista técnica, ambos com pontuação definida nos critérios de avaliação. A pessoa jurídica interessada deve enviar:

- Portfólio e comprovações de experiências anteriores compatíveis com o escopo da contratação;
- Currículo de no máximo 3 páginas com destaque para formação e experiências relevantes;
- Comprovação de formação, certificados e referências profissionais;
- Proposta financeira, considerando a previsão de horas estimada de 4 (quatro) horas diárias, de segunda a sexta-feira, durante 180 (cento e oitenta) dias corridos de prestação de serviço.

As candidaturas deverão ser enviadas por meio de formulário online: [FORMULÁRIO DE CANDIDATURA - CLIQUE AQUI PARA PREENCHER.](#)

As comprovações da qualificação técnica da pessoa jurídica e da equipe técnica deverão ser realizadas mediante apresentação de currículo adaptado e portfólio, caso houver, contendo as informações pertinentes ao escopo dessa contratação, certificados, referências anteriores correlacionando à formação acadêmica e profissional, conforme formação e experiência indicados.

Critérios	Descrição
Formação	Profissional com nível superior ou cursando.
Experiência	Experiência mínima de 2 (dois) anos em atividades de social media ou comunicação social/organizacional e desenvolvimento de peças publicitárias ou afins.
Portfólio	Qualidade, diversidade e aderência do portfólio às atividades previstas no escopo da contratação.
Entrevista técnica	Avaliação do domínio técnico, entendimento do escopo proposto, clareza na comunicação e compatibilidade com os objetivos do projeto.
Competências Desejáveis	Comunicação oral e escrita, habilidades em produção de conteúdo, gestão de redes sociais e comunicação institucional.
Desejável	Conhecimento em inglês.
Diferenciais	Conhecimento de edição de vídeos e criação de peças gráficas.
Experiência adicional	Experiência com trabalhos na área ambiental será um diferencial.

10. SUPERVISÃO TÉCNICA

Este termo de referência estará sob supervisão técnica da Coordenação de Comunicação do projeto GEF Áreas Privadas e da Unidade de Coordenação do Projeto no Ministério do Meio Ambiente e Mudança do Clima (MMA).

11. GESTÃO DO CONTRATO

O IIS é a instituição Contratante responsável pela gestão (comercial/financeira) do contrato. Seguem abaixo listados os contatos para comunicação:

Nome: Mariana Gogola

Cargo: Gerente de Projetos

Contato: m.gogola@iis-rio.org; gerencia.gefap@iis-rio.org

1. DIREITOS AUTORAIS E DE PROPRIEDADE INTELECTUAL

Todo o conteúdo e os produtos desenvolvidos a partir dos trabalhos objeto deste contrato terão os direitos patrimoniais revertidos para o projeto GEF Áreas Privadas (i.e., GEF, MMA, IIS e PNUMA) e sua reprodução total ou parcial requer expressa autorização e referência ao mesmo, inclusive após o encerramento do contrato, resguardando os direitos morais e autorais do/a contratado/a.

A SBIO/MMA resguarda o direito de reprodução parcial ou integral, edição, distribuição em qualquer meio dos produtos intermediários e finais decorrentes da execução do objeto contratado conforme disposto neste TdR, com aquiescência do PNUMA, como Agência Implementadora do GEF.

Para a publicação e produção de materiais bibliográficos na forma de artigos, trabalhos acadêmicos, para congressos e eventos científicos, entre outros, produzidos a partir de informações desta contratação, deve ser obtida autorização do MMA, como Agência Implementadora do GEF.

Fotografias e filmagens devem respeitar as normas referentes ao uso de imagem e resguardar o direito de imagem dos comunitários e não podem ser utilizadas pelo/a contratado/a após a finalização do trabalho para uso em outros trabalhos, propagandas ou divulgações, sem a devida autorização do Sbio/MMA, como agência Implementadora do GEF.

12. CÓDIGO DE CONDUTA

A gestão interna do GEF Áreas Privadas visa incentivar a equidade de oportunidade e de perspectivas, independente da identidade de gênero, orientação sexual, etnia, condição de saúde, origem social, religião ou idade. A diversidade de seu pessoal, assim como um ambiente de trabalho e atuação regrado pelo respeito e apreço mútuos, representa para o GEF AP um sinal de êxito e excelência em seu trabalho. O GEF AP prioriza a indicação de mulheres, de LGBTI (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Transexuais e Travestis, Intersex), pessoas negras e indígenas, e pessoas com deficiência para palestras, representações, entrevistas e até mesmo vagas de emprego.

Assim, o(a) consultor(a) ou empresa selecionado(a) deverá respeitar a diversidade de gênero, orientação sexual, etnia, condição de saúde, classe social, religião e idade e assumir atitudes que, com efeito multiplicador, ajudará a promover a igualdade entre os diversos atores envolvidos na consultoria desse TdR, adotando as seguintes posturas:

▪ Postura pessoal

- Escute e dê crédito a ideias de suas(eus) colegas de trabalho, independentemente de gênero, orientação sexual, etnia, condição de saúde, origem social, religião ou idade, mantenha a atenção para situações de vulnerabilidade, respeite sua oportunidade de fala e apoie as ideias de suas colegas de trabalho;

- Fale sobre assuntos relacionados a gênero, escute e tenha empatia com quem é prejudicada(o) pelas desigualdades – em especial as mulheres, leia sobre o tema e incentive essa discussão nos espaços que circula, seja na empresa, organização, reuniões ou palestras;
 - Questione e combata o assédio sexual, seja um exemplo de respeito às mulheres e não se cale diante da denúncia ou testemunho a um assédio;
 - Questione a ideia de que existem atividades de homens e atividades de mulheres, evite atribuir certas atividades apenas a mulheres, simplesmente porque são tidas como “atividades femininas”.
- **Ao prestar o serviço**
- Seja um exemplo de respeito aos direitos das mulheres, de LGBTI, das pessoas negras e indígenas, pessoas com deficiência e idosas(os) para suas(seus) colegas de trabalho. Evite piadas que degradem esses grupos;
 - Procure estar sempre informada(o) sobre as políticas de promoção da equidade de gênero em seu ambiente de trabalho, busque divulgá-las e respeitá-las. A implementação de estratégias de promoção de equidade de gênero visa uma transformação de cultura interna e pode impactar também externamente.
- **Orientações corporativas**
- Apoie iniciativas de acesso e permanência de mulheres, de LGBTI, pessoas negras e indígenas, e pessoas com deficiência no campo do desenvolvimento sustentável, que encontram inúmeros obstáculos para ocuparem espaços de decisão e poder em nossa sociedade.