

## ESPECIFICAÇÃO PARA CONTRATAÇÃO DE SERVIÇO PESSOA JURÍDICA PARA A EXECUÇÃO DE ATIVIDADES DE COMUNICAÇÃO (REDES SOCIAIS) NO ÂMBITO DO PROJETO TRADIÇÃO E FUTURO – *Tecendo Caminhos Para O Bem-Viver Indígena*.

### 1. Objetivo:

Contratação de pessoa jurídica para a prestação de serviços especializados para gestão de redes sociais e comunicação digital do Projeto Tradição e Futuro (TF) – *Tecendo Caminhos para o Bem Viver Indígena*, englobando o planejamento, produção, edição e curadoria de conteúdo, a gestão das redes sociais do projeto, a articulação com as organizações indígenas parceiras para obtenção de conteúdo e o monitoramento de métricas de desempenho.

Serão priorizadas as seguintes personalidades jurídicas: Sociedade Limitada Unipessoal (SLU), Sociedade Limitada (Ltda.) ou Empresário Individual (EI), desde que regularmente constituídas e com CNPJ ativo. Não será aceita a contratação de Microempreendedor Individual (MEI), em razão das restrições legais dessa modalidade quanto à natureza dos serviços e ao volume de faturamento compatível com o escopo desta contratação.

### 2. Contextualização

O Projeto Tradição e Futuro – *Tecendo Caminhos para o Bem-Viver Indígena* é uma iniciativa patrocinada pelo Programa Petrobras Socioambiental e executada pelo Fundo Brasileiro para a Biodiversidade (FUNBIO). O seu objetivo geral é prover meios e ferramentas para a garantia do bem-viver das comunidades e povos indígenas atendidos.

A estratégia de atuação da iniciativa é dividida em dois grandes componentes: Componente 1 – Corredor de Boas Práticas (eixos de ações estruturantes nos territórios indígenas atendidos) e Componente 2 – Premiação Caminhos para o Bem-Viver (seleção de iniciativas inovadoras em âmbito nacional). Transversalmente, o projeto apoia ações de comunicação e formação de jovens comunicadores indígenas.

A estratégia de comunicação do projeto prioriza o protagonismo indígena na produção de conteúdo, a formação de comunicadores indígenas e a ampliação do alcance das ações junto a públicos diversos, incluindo: povos indígenas beneficiados, disseminadores e influenciadores, imprensa, público geral e força de trabalho Petrobras.

### 3. Descrição do serviço

O(a) profissional contratado(a) atuará com foco nas redes sociais e comunicação digital do Projeto TF, sendo responsável por parte da gestão da presença digital da iniciativa. O trabalho envolve articulação com 8 organizações indígenas parceiras, a equipe da Gerência TF/FUNBIO e a área de comunicação institucional do FUNBIO. O profissional contratado será responsável pela gestão de conteúdo de redes sociais que será produzido majoritariamente pelas organizações indígenas parceiras. Deve-se produzir calendário de posts, legendas para os conteúdos (caso seja necessário) de acordo com as seguintes entregas:

|  |           |
|--|-----------|
| Gestão de Postagens em redes sociais do Projeto – Instagram/Facebook       | 263 posts |
| Gestão de Postagens em Redes Sociais do Projeto - LinkedIn                 | 34 posts  |
| Gestão de Postagens em Vídeo nas redes do Projeto (reels, stories, outros) | 20 posts  |

A divisão do quantitativo corresponde a:

| Articulação, Revisão e Publicação de conteúdo produzido por organizações parceiras |     |
|--|-----|
| Postagens em redes sociais do Projeto – Instagram/Facebook                         | 200 |
| Postagens em Redes Sociais do Projeto - LinkedIn                                   | -   |
| Vídeo curto postados nas redes do Projeto (reels, stories, outros)                 | 16  |
| Planejamento e Elaboração e Publicação de conteúdo exclusivo                       |     |
| Postagens em redes sociais do Projeto – Instagram/Facebook                         | 63  |
| Postagens em Redes Sociais do Projeto - LinkedIn                                   | 34  |
| Vídeo curto postados nas redes do Projeto (reels, stories, outros)                 | 4   |

### 3.1. Planejamento

- Apoiar a elaboração e compartilhamento de conteúdo e produzir calendário mensal;
- Apoiar a definição das pautas de conteúdo com base nas atividades em execução pelas organizações parceiras em cada região;
- Alinhar periodicamente com a Gerência do Projeto e a equipe de Comunicação do FUNBIO a estratégia de comunicação, tom de voz e posicionamento editorial;
- Identificar datas comemorativas, efemérides e oportunidades de comunicação relevantes (Dia dos Povos Indígenas, Semana do Meio Ambiente, COP, eventos do projeto, etc.);
- Apoiar na proposição de campanhas temáticas e séries de conteúdo vinculadas aos resultados do projeto.

### 3.2. Articulação com Parceiros

- Manter contato regular com os pontos focais de comunicação das 8 organizações indígenas parceiras para coleta de informações, fotos, vídeos e depoimentos;
- Apoiar e orientar pontos focais de comunicação das organizações parceiras na produção de conteúdo;
- Adaptar e contextualizar materiais produzidos pelos parceiros para publicação nos canais do projeto;
- Garantir que os conteúdos respeitem procedimentos formais de uso de imagem, obtendo autorizações quando necessário;
- Articular com a área de comunicação institucional do FUNBIO para alinhamento de conteúdos e *cross-posting* entre canais.

### 3.3. Produção e Curadoria de Conteúdo

- Redigir textos (legendas, chamadas, threads) para publicações nas plataformas pertinentes;
- Editar fotos e vídeos curtos (*reels, stories*) para publicação, garantindo qualidade visual e aderência ao manual de marca;
- Apoiar a definição de *template* para peças gráficas simples (*cards, carrosséis, infográficos*) utilizando ferramentas como Canva, Photoshop ou similares;
- Revisar e aprovar conteúdos produzidos pelos comunicadores indígenas antes da publicação;

- Garantir a aplicação correta das marcas Petrobras, FUNBIO e TF em todas as publicações, conforme manual de marca.

#### 3.4. Gestão de Canais e Publicação

- Gerenciar as contas do projeto em Instagram e Facebook, incluindo agendamento, publicação e moderação de comentários;
- Responder a mensagens diretas e comentários de forma ágil e alinhada ao tom de voz do projeto;
- Manter a consistência visual e editorial das publicações (grid, identidade visual, frequência);
- Sugerir e testar novos formatos e plataformas conforme tendências de comunicação digital;

#### 3.5. Monitoramento, Métricas e Relatórios

- Monitorar indicadores de desempenho das redes sociais: alcance, impressões, engajamento, crescimento de seguidores, cliques, compartilhamentos e salvamentos;
- Elaborar relatórios mensais de métricas com análise de desempenho e recomendações;
- Realizar benchmarking periódico com projetos e organizações similares na temática socioambiental e indígena;
- Monitorar menções ao projeto em redes sociais (social listening);
- Acompanhar retorno de mídia espontânea digital;
- Propor ajustes na estratégia com base em dados e tendências observadas.

#### 3.6. Apoio à Comunicação de Eventos

- Apoiar a cobertura digital de eventos presenciais do projeto (oficinas, rituais, intercâmbios, premiação), presencialmente quando viável ou remotamente a partir de material enviado pelos parceiros;
- Produzir conteúdo em tempo real (*stories*, *lives*) durante eventos, quando presencial;
- Articular com influenciadores digitais para ampliação de alcance, conforme estratégia do projeto.

#### 4. Produtos:

A contratada deverá entregar os seguintes produtos ao longo do contrato:

| Entrega | Descrição  | Prazo (dias) | Pagamento |
|---------|--|--------------|-----------|
| 1       | Plano de Trabalho                                  | 30           | 10%       |
| 2       | 1º Relatório Trimestral de Comunicação             | 120          | 12,5%     |
| 3       | 2º Relatório Trimestral de Comunicação             | 210          | 12,5%     |
| 4       | 3º Relatório Trimestral de Comunicação             | 300          | 12,5%     |
| 5       | 4º Relatório Trimestral de Comunicação             | 390          | 12,5%     |
| 6       | 5º Relatório Trimestral de Comunicação             | 480          | 12,5%     |
| 7       | 6º Relatório Trimestral de Comunicação             | 570          | 12,5%     |
| 8       | Relatório Final Consolidado de Comunicação Digital | 730          | 15%       |

O contrato terá duração de 730 dias corridos (aproximadamente 24 meses). Os pagamentos serão efetuados após aceite formal da Gerência TF/FUNBIO, mediante emissão de nota fiscal.

#### **4.1. Detalhamento dos Produtos**

##### **4.1.1. Produto 1 – Plano Simplificado de Comunicação Digital e Calendário Editorial**

- Diagnóstico da situação atual dos canais do projeto (seguidores, engajamento, conteúdos mais relevantes, perfil do público);
- Definição de metas quantitativas e qualitativas para o período do contrato (crescimento de seguidores, taxa de engajamento, alcance);
- Estratégia editorial por plataforma;
- Proposta de indicadores de desempenho (KPIs) e modelo de relatório de métricas.

##### **4.1.2. Produtos 2 a 7 – Relatórios Trimestrais de Comunicação**

Cada relatório trimestral deve conter:

- Compilação de todas as publicações realizadas no período (prints ou links), organizadas por plataforma;
- Relatório de métricas com: número de publicações, alcance total, impressões, taxa de engajamento, crescimento de seguidores, melhores posts, análise comparativa com período anterior;
- Registro da articulação com parceiros (contatos realizados, conteúdos recebidos, desafios);
- Análise de tendências e recomendações de ajuste na estratégia;
- Relato de apoio a eventos, quando aplicável.

##### **4.1.3. Produto 8 – Relatório Final Consolidado**

- Análise de desempenho geral por plataforma;
- Acervo completo e organizado de todas as peças produzidas (fotos, vídeos, artes, textos);
- Lições aprendidas e recomendações estratégicas para continuidade;
- Entrega de todos os arquivos originais abertos (artes editáveis, vídeos sem compressão, textos).

#### **5. Condições para a contratação**

Espera-se 01 (um) profissional alocado para a realização do serviço, com experiência em:

##### **Formação acadêmica**

- Formação superior completa em Comunicação Social, Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Marketing, Relações Públicas ou áreas correlatas;
- Desejável: cursos ou especialização em marketing digital, mídias sociais, produção de conteúdo audiovisual ou áreas afins.

##### **Experiência profissional (obrigatória)**

- Mínimo de 01 (um) ano de experiência comprovada em gestão de redes sociais;
- Experiência em análise de métricas e elaboração de relatórios de desempenho de redes sociais (alcance, engajamento, crescimento de audiência, conversão);
- Experiência em produção de conteúdo digital multiplataforma (texto, fotografia, vídeo curto, peças gráficas);
- Experiência em elaboração e revisão de textos em português com qualidade editorial;

##### **Experiência desejável (diferencial)**

- Experiência com comunicação em projetos socioambientais, organizações do terceiro setor ou projetos com patrocínio corporativo;

- Experiência com comunicação envolvendo povos indígenas ou comunidades tradicionais;
- Experiência com gestão de marcas corporativas em contextos institucionais (aplicação de manuais de marca, co-branding);
- Familiaridade com a temática de direitos indígenas, gestão territorial e ambiental ou sociobiodiversidade.

#### **Competências técnicas**

- Domínio operacional das plataformas Instagram, Facebook, X (Twitter) e YouTube, incluindo funcionalidades de publicação, agendamento, impulsionamento e análise nativa;
- Habilidade mínimas em edição de imagem e vídeo curto (Canva, Adobe Photoshop, Premiere, CapCut ou similares);
- Conhecimento de ferramentas de gestão e agendamento de redes sociais (Meta Business Suite, Hootsuite, Buffer, mLabs ou similares);
- Conhecimento de ferramentas de análise de métricas (Instagram Insights, Meta Analytics, Google Analytics, Social Blade ou similares);
- Capacidade de produção textual com narrativa engajadora adaptada a diferentes plataformas e públicos;
- Noções de SEO, estratégias de crescimento orgânico e tendências de algoritmos.
- O fornecedor a ser contratado deverá se enquadrar, prioritariamente, nas modalidades de Empresa Individual (EI).

#### **Disponibilidade**

Eventual disponibilidade de viagens, a serem custeadas com recursos do projeto, para o acompanhamento de eventos e atividades do projeto. Tais ações podem ocorrer em locais remotos e com baixa infraestrutura, como Terras Indígenas e áreas de preservação ambiental.

#### **6. Recursos disponíveis**

A contratada deverá desenvolver suas atividades de forma autônoma, utilizando seu próprio espaço de trabalho, acervo técnico e material.

O FUNBIO, através da equipe da gerência do projeto, disponibilizará todas as informações relativas à iniciativa, bem como atuará na facilitação do relacionamento com as organizações indígenas parceiras do projeto.

Para atividades de campo em que seja necessária a presença da contratada, o FUNBIO, com recursos do projeto, arcará com todas as despesas logísticas necessárias (seguros, passagens, alimentação, deslocamentos via aplicativo e etc), incluindo o fornecimento de materiais necessários à pernoite em localidades remotas, quando necessário (barracas, redes, kit de primeiro socorros e etc.).

Destaca-se que o apoio supracitado se limita a até 01 (uma) pessoa.

#### **7. Propriedade Intelectual e Direitos Autorais**

Todos os direitos de uso e propriedade dos produtos desenvolvidos no âmbito desta contratação são do FUNBIO e parceiros envolvidos no projeto, incluindo, mas não se limitando a: relatórios, publicações, vídeos, fotografias, mapas, materiais gráficos, posts para redes sociais e quaisquer outros materiais produzidos.

Os materiais não têm caráter comercial (não serão vendidos) e sua utilização deverá respeitar os protocolos de consentimento dos povos indígenas envolvidos.

#### **8. Supervisão**

A orientação e supervisão da execução dos serviços acima descritos ficarão a cargo da Gerência do projeto e a equipe da ASCOM do FUNBIO.