

DOCUMENTO DE FORMALIZAÇÃO DE DEMANDA (DFD)

I – ENDEREÇAMENTO E INFORMAÇÕES DO REQUISITANTE

A Sua Excelência

A Presidente da Câmara Municipal de Unaí (MG)

Vereadora Dorinha Melgaço (REPUBLICANOS)

UNIDADE REQUISITANTE: Assessoria de Comunicação e Cerimonial

DIRIGENTE DA UNIDADE REQUISITANTE: Eva Monalisa Pereira Ribeiro, Diretora de Comunicação e Cerimonial.

E-MAIL: daniel@unai.mg.leg.br

TELEFONE: (38) 3770300 (ramal 238)

II – DESCRIÇÃO SUCINTA DO PRODUTO OU SERVIÇO DEMANDADO COM AS ESPECIFICAÇÕES

Contratação empresa para produção de “**SOCIAL POSTS**” em tamanho e resolução padrão para uso nas redes sociais da Câmara Municipal de Unaí.

DEFINIÇÃO

Para fins desta contratação, denominar-se-á “**SOCIAL POSTS**” o conteúdo produzido para ser compartilhado nas redes sociais, que serão divididos em 4 grupos:

- a) vídeos de até 2 minutos e meio (editados, com capa, legendas e afins);
- b) cards (imagens informativas);
- c) fotos editadas para postagens e;
- d) animações em motion design.

SERVIÇO A SER PRESTADO

Produção de “**SOCIAL POSTS**” em tamanho e resolução padrão para uso em redes sociais contendo: informações sobre a Câmara Municipal de Unaí, campanhas educativas da Câmara Municipal de Unaí, informações sobre projetos e matérias aprovadas, celebração de datas comemorativas, convites para reuniões, entre outros.

As orientações e o roteiro (copy) para a confecção dos “**SOCIAL POSTS**” serão fornecidas pelo Departamento de Comunicação.

O conteúdo deverá ser enviado por meio de armazenamento eletrônico em nuvem e registrado planilha elaborada pelo DCom. O Departamento de Comunicação, se responsabilizará pela sua postagem nas redes sociais oficiais da Câmara Municipal de Unaí.

A empresa contratada para a confecção dos “**SOCIAL POSTS**” deverá estar disponível para receber a demanda da Câmara Municipal nos dias úteis no horário compreendido entre as 8 e 18 horas e em datas previamente agendadas. Além disso,



a EMPRESA deverá designar profissional para produção de fotos e vídeos (necessários para a confecção dos “**SOCIAL POSTS**”) na Câmara Municipal de Unaí (ou em local em que esta se faça presente por meio de representação oficial) nos dias de Reuniões Ordinárias, Reuniões Solenes, Audiências Públicas e demais eventos, mediante requisição do Departamento de Comunicação.

(1) Referências:

<https://www.mlabs.com.br/blog/redes-sociais#:~:text=O%20que%20%C3%A9%20um%20post,conte%C3%BAdo%20aparecer%20para%20mais%20pessoas.> e

<https://rockcontent.com/br/talent-blog/social-posts/#:~:text=O%20que%20s%C3%A3o%20Social%20Posts%20e%20para%20que%20eles%20servem.a%20leitura%20para%20saber%20mais!>

III – JUSTIFICATIVA E DETALHAMENTO DA NECESSIDADE;

Primeiramente é importante manifestar que uma comunicação mais eficaz, que levasse efetivamente a informação a toda a população unaiense e que estimulasse a participação popular nas decisões políticas e trabalhos do Poder Legislativo, far-se-ia necessária a **contratação de agência de publicidade, nos termos da Lei nº 12.232, de 29 de abril de 2010**, a qual não somente produziria peças de melhor qualidade como também teria meios de mensurar quantitativa e qualitativamente os resultados alcançados, por meio de pesquisa de opinião. Entretanto, este Departamento de Comunicação foi informado de que a Câmara Municipal de Unaí não possui a estrutura adequada para a realização da supracitada contratação.

As redes sociais estão em constante crescimento e já substituem, para a grande maioria das pessoas, os meios tradicionais de comunicação. Com a sua ascensão, surgiram também novas profissões dentro da área de comunicação, tais como, **filmmaker, designer de redes sociais, copywriter, gestor de tráfego, influencer, dentre outros**. Trata-se, portanto, de serviço que exige mão de obra, qualificação e aperfeiçoamento técnico para que se alcance resultados satisfatórios e uma comunicação verdadeiramente efetiva.

Atualmente, o departamento de comunicação não dispõe do quantitativo de pessoal necessário para a realização destes trabalhos. Além disso, com a constante atualização e modernização das redes sociais, consideramos inviável uma contratação permanente por meio de concurso público, tendo em vista as constantes mudanças e alterações na dinâmica das redes sociais.

Diante disto, consideramos como mais viável a alternativa da **contratação da produção de “SOCIAL POSTS”** com o fito de suprir a atual deficiência de mão de obra do Departamento.

SOBRE A IMPORTÂNCIA DA PUBLICIDADE INSTITUCIONAL

A publicidade institucional, divulgada através dos mais diversos meios de



comunicação, é a forma do Poder Legislativo ir de encontro aos cidadãos, levando até ele as informações sobre as matérias apreciadas e demais atos que são, segundo o texto constitucional, realizados “em nome do povo” (CF/88, art.1º parágrafo único).

Igualmente importante é o respeito à lei nº 12.527, de 18 de novembro de 2011, denominada LEI DA TRANSPARÊNCIA, a qual prevê em seu artigo terceiro o “**fomento ao desenvolvimento da cultura de transparência na administração pública**”.

O QUE SERÁ DIVULGADO?

Atos institucionais da Câmara Municipal de Unaí, tais como: convites para reuniões e solenidades da Câmara; principais matérias legislativas aprovadas pelo Plenário da Câmara; campanhas institucionais educativas; campanhas institucionais do PROCON Câmara e da Escola do Legislativo; campanhas de orientação social; informações gerais sobre o Poder Legislativo Unaiense, eventos por ele promovidos ou que deles participe.

Destaca-se aqui também que, para se evitar que haja **promoção pessoal** de agentes públicos, para as peças publicitárias destinadas à Publicidade Institucional, não haverá menção a nomes, símbolos ou imagens de vereadores e partidos políticos.

Art. 37. A administração pública direta e indireta de qualquer dos Poderes da União, dos Estados, do Distrito Federal e dos Municípios obedecerá aos princípios de legalidade, impessoalidade, moralidade, publicidade e eficiência e, também, ao seguinte: (Redação dada pela Emenda Constitucional nº 19, de 1998)

§ 1º A publicidade dos atos, programas, obras, serviços e campanhas dos órgãos públicos deverá ter caráter educativo, informativo ou de orientação social, dela **não podendo constar nomes, símbolos ou imagens** que caracterizem promoção pessoal de autoridades ou servidores públicos.

Cada meio de comunicação possui suas especificidades e, por este motivo, apresentamos abaixo uma justificativa para cada veículo:

SOCIAL POSTS PARA REDES SOCIAIS

A intenção neste ano de 2025 é **aumentar a visibilidade das mídias sociais da própria Câmara Municipal de Unaí.**

Pesquisas revelam que, nos últimos anos, houve uma mudança significativa nos padrões de audiência entre **mídias sociais e televisão**. Esta mudança de comportamento da população justifica a diminuição da contratação de mídia televisiva em relação aos últimos 3 anos e a inclusão da mídia social Instagram.

A **TV aberta** ainda possui um alcance considerável, mas enfrenta desafios devido à **queda gradual** na audiência. [A TV Globo, por exemplo, perdeu cerca de 1/3 de sua audiência média desde 2004 até 2022¹. Programas como o Domingo Espetacular e A Praça é Nossa continuam a atrair espectadores, mas a concorrência com outras mídias é intensa².](#)

Já o **Instagram** tem se destacado, com **aumento significativo** em sua audiência. [Em comparação com o Facebook, o Instagram recebeu 22 vezes mais](#)



interações em um determinado período³. O tempo gasto usando redes sociais também está em crescimento, com uma média diária de **3 horas e 46 minutos**⁴.

Neste sentido, alguns pontos merecem destaque:

1. Influência das Mídias Sociais na Televisão:

Redes Sociais e TV: As redes sociais estão transformando a experiência televisiva. Cerca de **25% dos telespectadores** relataram que tomam conhecimento da programação de TV por meio das redes sociais. O **Twitter**, com seus **Trending Topics**, é uma forte referência para o que está sendo exibido na TV.

Interação e Segunda Tela: Os telespectadores estão cada vez mais envolvidos em outras atividades digitais enquanto assistem TV. Entre os jovens com idades entre 13 e 18 anos, mais de **dois terços** usam smartphones ou tablets para navegar na internet enquanto assistem TV. Além disso, **29% desses jovens** enviam mensagens para amigos pela internet quando algo interessante acontece no programa que estão assistindo⁶.

2. Audiência da TV Brasileira:

Entre **2000 e 2013**, a audiência média da TV aberta no Brasil caiu **28%**. Isso representa, em média, **dois pontos percentuais a menos** na audiência somada dos cinco maiores canais comerciais por ano⁷.

Essa diminuição pode ser atribuída, em parte, ao aumento do consumo de mídia online e à influência das mídias digitais na forma como as pessoas consomem conteúdo⁸.

Em resumo, a audiência da TV aberta ainda tem relevância, mas tem enfrentado desafios com o crescimento do consumo de conteúdo online. Por outro lado, as plataformas digitais, como o Instagram, estão ganhando terreno e atraindo um público mais jovem e engajado⁵.

O crescimento das mídias sociais também ocasionou o surgimento de novas profissões dentro da área da Comunicação Social. Neste sentido, a própria Câmara Municipal de Unaí precisa se modernizar, para que possa se conectar a este público cada vez mais exigente.

Os Social Posts terão como foco: atos institucionais da Câmara e dos vereadores; projetos e ações da Câmara Municipal de Unaí; campanhas e orientações do PROCON Câmara e; ações da Escola do Legislativo.

Fontes:

1. <https://www.metropoles.com/entretenimento/televisao/tv-globo-perdeu-1-3-da-audiencia-nos-ultimos-anos>;
2. <https://observatoriodatv.uol.com.br/audiencias-da-tv>;
3. <https://olhardigital.com.br/2021/05/23/internet-e-redes-sociais/instagram-maior-que-facebook-audiencia/>



4. <https://globalad.com.br/blog/digital-brazil-2023/>
5. <https://arquivo.canaltech.com.br/redes-sociais/Estudo-mostra-como-as-redes-sociais-tem-influenciado-a-televisao/>
6. <https://arquivo.canaltech.com.br/redes-sociais/Estudo-mostra-como-as-redes-sociais-tem-influenciado-a-televisao/>
7. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0122-82852015000200003
8. <http://scielo.org.co/pdf/pacla/v18n2/v18n2a03.pdf>
9. <https://f5.folha.uol.com.br/colunistas/cristina-padiglione/2022/12/copa-do-mundo-audiencia-da-globo-surfa-na-emocao-da-final-entre-argentina-e-franca.shtml>

IV – RESULTADOS PRETENDIDOS COM A CONTRATAÇÃO;

Pretende-se a contratação serviços de produção de “**SOCIAL POSTS**” sejam eles: 1 - vídeos de até 2 minutos e meio (editados, com capa, legendas e afins); 2 - cards (imagens informativas); 3 - fotos editadas para postagens e; 4 - animações em motion design.

Produção de “**SOCIAL POSTS**” para publicação nas redes sociais da Câmara Municipal de Unaí contendo: informações sobre a Câmara, campanhas educativas da Câmara Municipal de Unaí, informações sobre projetos e matérias aprovadas, celebração de datas comemorativas, convites para reuniões, entre outros.

A publicidade institucional é uma forma de publicidade que não se destina à venda de um produto em si, mas à divulgação da imagem e dos valores de uma instituição. O objetivo aqui é a disseminação de ideias no intuito de moldar e de influenciar a opinião pública, motivando comportamentos desejados por uma instituição ou provocando mudanças na imagem pública desta.

No caso da Câmara Municipal de Unaí, a publicidade institucional, tem o intuito de propagar informações diversas, como horários das reuniões, convites para audiências públicas, dados sobre projetos aprovados ou em tramitação. Também se objetiva aqui a disseminação de campanhas de orientação social, como o “outubro rosa” e o “novembro azul” (prevenção ao câncer), bem como de campanhas relativas aos direitos do consumidor (PROCON).

Em resumo, o objetivo final desta contratação é fazer com que as informações sobre os atos do Poder Legislativo Unaiense cheguem até o maior número de cidadãos residentes no Município de Unaí-MG.

V – ESTIMATIVA DO VALOR E DAS QUANTIDADES

Pretende-se a contratação, por 12 meses, dos serviços de produção de 200 “**SOCIAL POSTS**” por mês sejam eles: 1 - vídeos de até 2 minutos e meio (editados, com capa, legendas e afins); 2 - cards (imagens informativas); 3 - fotos editadas para postagens e; 4 - animações em motion design.



Conforme orçamento (anexo) enviado pela empresa Patrik Ramon Silva Oliveira, o valor da produção dos Social Posts ficaria por **R\$7.500,00 por mês**.

VI – RELATÓRIO DE SALDO DA DOTAÇÃO A SER UTILIZADA NO EMPENHAMENTO DA DESPESA, A SER EMITIDO PELO SERVIÇO DE CONTABILIDADE E TESOURARIA DA CÂMARA MUNICIPAL DE UNAÍ;

Não se aplica

VII – requisitos necessários para contratação;

A empresa ou pessoa contratada deve possuir:

- a) habilitação e registro nos órgãos competentes e equipamento mínimo necessário para a produção e edição vos vídeos;
- b) comprovação de no mínimo 3 anos de experiência de atuação no mercado;
- c) profissional “filmmaker” ou “videomaker” para a produção de vídeos para redes sociais, comerciais e vídeos institucionais;
- d) profissional designer de redes sociais para criação de conteúdos visuais, edição de fotos, cards, cartazes e banners;

Equipamento mínimo necessário:

- a) Smartphone com Resolução da tela: Full HD+ (1290 x 2796 pixel) ou maior; Câmera Fusion de 48 MP com zoom de qualidade óptica da teleobjetiva de 2x. Câmera ultra-angular faz fotos macro em close extremo ou em planos abertos. Captura espacial, você já pode começar a fazer fotos e gravar vídeos em 3D.
- b) Microfone duplo, lapela Frequência mínima - Frequência máxima
- c) 20 Hz - 16 kHz
- d) Luz de vídeo LED On-Câmera
- e) Cage Gaiola de Estabilização para Smartphone
- f) Telepropter.

A empresa contratada deverá, ainda, realizar o trabalho obedecendo à Legislação Brasileira no tocante aos direitos autorais das imagens, vídeos, vinhetas, músicas de fundo e outros artifícios utilizado na confecção do conteúdo e se responsabilizará pelo pagamento do direito de uso, quando for o caso.

VIII – PROVIDÊNCIAS A SEREM ADOTADAS PELA ADMINISTRAÇÃO PREVIAMENTE À CONTRATAÇÃO;



Inclusão no Plano de Contratação Anual da Câmara Municipal de Unaí do item: “Contratação empresa para produção de “**SOCIAL POSTS**” em tamanho e resolução padrão para uso nas redes sociais da Câmara Municipal de Unaí”.

IX – PRAZO DE VIGÊNCIA DO CONTRATO.

O contrato terá vigência de 12 meses, por se tratar de serviços continuados. As atividades realizadas pela Câmara Municipal de Unaí são permanentes. Mesmo nos períodos de recesso parlamentar, os setores administrativos e outros serviços como o PROCON e a Escola do Legislativo continuam funcionando e os “Social Posts” adquiridos serão utilizados também para a divulgação destes serviços.

X – INDICAÇÃO DE VINCULAÇÃO OU DEPENDÊNCIA COM O OBJETO DE OUTRO DOCUMENTO DE FORMALIZAÇÃO DE DEMANDA PARA A SUA EXECUÇÃO.

Não se aplica.

XI – RESPONSABILIDADE PELA FORMALIZAÇÃO DA DEMANDA E DO CONTEÚDO DO DOCUMENTO

Assumo que a equipe responsável pela fase preparatória, bem como pela fiscalização, ficará à disposição para dirimir eventuais dúvidas sobre esta requisição, bem como para acompanhar todo o procedimento de contratação, fornecendo todas as informações técnicas necessárias junto ao agente de contratação, pregoeiro e sua equipe de apoio.

Certifico que a formalização da demanda acima identificada se faz necessária pelos motivos expostos na justificativa da contratação do presente documento.





CÂMARA MUNICIPAL DE UNAÍ-MG

Av. José Luiz Adjuto, nº 117, Centro, Unai - MG, CEP: 38.610-066.

CNPJ:19.783.570/0001-23.

Assinatura do Documento



Documento Assinado Eletronicamente por **EVA MONALISA PEREIRA RIBEIRO - DIRETOR DO DEPARTAMENTO DE COMUNICAÇÃO**, CPF: 103.72*. **6-*1 em **09/05/2025 13:58:55**, Cód. Autenticidade da Assinatura: 1320.8358.655U.9456.2614, Com fundamento na Lei Nº 14.063, de 23 de Setembro de 2020.



Informações do Documento

ID do Documento: **3B7.D33** - Tipo de Documento: **DOCUMENTO DE FORMALIZAÇÃO DE DEMANDA - DFD - Nº 10/DECOM/2025**.

Elaborado por **DANIEL SALGADO COSTA**, CPF: 013.49*. **6-*3 , em **09/05/2025 - 13:58:14**

Código de Autenticidade deste Documento: 1320.5E58.414Z.K84R.0771

A autenticidade do documento pode ser conferida no site:
<https://zeropapel.unai.mg.leg.br/verdocumento>

