



ELAS POR ELAS

VIREO
JOGO!

DICAS DE
COMUNICAÇÃO

≡ ELEIÇÕES 2020 ≡



Secretaria Nacional
de Mulheres do PT

TODAS

SECRETARIA NACIONAL DE MULHERES DO PARTIDO DAS TRABALHADORAS E DOS TRABALHADORES

Site: <https://www.elasporelaspt.com.br>

e-mail: mulherespartidotrabalhadoras@gmail.com

Facebook: <https://fb.com/SECNMPT/>

Instagram: @mulherespt

Twitter: @MulheresPT

Todos os direitos reservados.

É permitida a reprodução parcial ou total da obra, desde que citada a fonte e que não seja para venda ou qualquer fim comercial.

EXPEDIENTE

**Secretaria Nacional de Mulheres do Partido dos
Trabalhadores - SNMPT**

Fundação Perseu Abramo

Anne Moura

Secretária Nacional de Mulheres do PT

Coletivo de Mulheres do PT

Organização

Danielle Santa Brígida

Maia Matos

Nádia Garcia

Revisão

Ana Clara Ferrari

Coordenadora da Comunicação do Elas por Elas

Laryssa Sampaio Praciano

Layout

Jeanine Mácola

Execução

Agência Todas de Comunicação

CARTA ÀS MULHERES DO PT

O Brasil chegou ao ano de 2020 com grandes desafios. Depois de quase 16 anos de grandes avanços e conquistas, vimos o golpe de 2016 afundar o país em uma profunda crise econômica, política e financeira.

Em 2018, vimos o que há de mais perverso chegar ao poder e aprofundar a retirada de direitos da classe trabalhadora, de mulheres, da juventude, de negros e negras, de povos e comunidades tradicionais e de LGBT.

E é diante de um cenário de pandemia, agravado pela atuação do governo Bolsonaro, que as mulheres do PT enfrentam o desafio de disputar as eleições 2020.

Nos levantamos mais uma vez contra o discurso de que nossas vidas e nossos corpos são descartáveis e iremos à luta contra o fascismo, o patriarcado e o machismo até a conquista de uma sociedade justa e igualitária.

A Secretaria Nacional de Mulheres do PT vem atuando para potencializar, cada vez mais, a voz das mulheres no partido e na sociedade, pois nós mulheres somos a força propulsora das mudanças sociais no Brasil e no mundo. Nós somos a primavera de um tempo de mudança.



Anne Moura

Secretária Nacional de Mulheres do PT

APRESENTAÇÃO

Este manual é direcionada à todas as mulheres do Partido das Trabalhadoras e dos Trabalhadores que atuarão nas eleições 2020, seja como candidata ou atuando em algum comitê de campanha.

Aqui você encontrará informações importantes sobre:

- Conjuntura
- O Projeto político do PT para as mulheres, atuação parlamentar e o modo petista de governar.

Este é mais um dos frutos do projeto Elas por Elas da Secretaria Nacional de Mulheres do PT, que visa fortalecer e ampliar a participação feminina no partido e nas eleições 2020.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	6
ELAS POR ELAS	7
DICAS DE COMUNICAÇÃO	8
PENSANDO SUA CAMPANHA	8
MARCA INDIVIDUAL	8
IDENTIFIQUE O SEU PÚBLICO	8
LINGUAGEM	8
TEXTO E MENSAGEM	9
CONSTRUINDO A MENSAGEM	10
PRINCIPAIS REDES	10
E-MAIL	10
WHATSAPP	10
FACEBOOK	12
INSTAGRAM	13
SUA AÇÃO	13
DENÚNCIAS	14
DICAS PARA GRAVAÇÃO DE VÍDEO	14
ORIENTAÇÕES PARA GRAVAR VÍDEO	17
OUTRAS DICAS	17

INTRODUÇÃO

Em tempos de pandemia as plataformas digitais para comunicação passaram a ser o meio mais seguro para se comunicar com as pessoas. Mesmo que essa não seja uma realidade para todas e todos, mas, ainda assim é inegável como vem sendo amplamente usadas para trabalho, estudos, autorganização e para interações sociais entre amigas e familiares.

Neste sentido o PT e a Secretaria nacional de mulheres vem buscando usar essas ferramentas e levar formação a suas filiadas para melhorar a comunicação e a implementação dessas ferramentas na mobilização, no diálogo com a sociedade e em âmbito geral.

As campanhas petista sempre foram pautadas pelo marketing político radical, focando principalmente no contato direto entre candidata e eleitora, bem como sempre foram vistas como um trabalho coletivo e colaborativo como um trabalho de formiguinhas.

Desde sua fundação, como um partido de massas, o PT realiza atividades com ampla participação de suas filiadas, contudo neste momento temos que encontrar formas seguras de estar juntas e mobilizadas sem o contato e sem a proximidade física.

Infelizmente os esforços do PT para ampliar o acesso a internet gratuita e de qualidade no Brasil foram interrompidos pelo golpe em 2016 e deste modo o Plano Nacional de Banda Larga do governo Dilma, o Floresta Digital no Acre e o Navega Pará foram descontinuados e o sinal antes gratuito foi interrompido.

Atualmente a população depende exclusivamente da iniciativa privada para conseguir conectar e a qualidade depende do quanto se tem condições de pagar, deixando milhões de brasileiras com uma conexão de má qualidade e até sem conexão.

ELAS POR ELAS

O Elas por Elas é um projeto formulado e desenvolvido pela Secretaria Nacional de Mulheres do PT que visa formar e fortalecer lideranças do partido e dos movimentos sociais. O projeto foi lançado em 2018, ampliou a participação feminina no pleito daquele ano e elegeu a maior bancada feminina da história do PT.

O Elas por Elas contempla a pluralidade das mulheres, principalmente jovens, negras e LBT com atividades gerais e voltadas às suas especificidades.

Essa iniciativa tem como objetivo construir uma plataforma de formação das mulheres petistas, para ocupação dos espaços de decisão e discussão política e social sobre a vida das mulheres brasileiras. Além de **fortalecer a comunicação e a articulação das mulheres petistas nos estados**, tendo formado em 2020 o **Coletivo Nacional de Comunicadoras Populares**, presente em todos estados e no Distrito Federal.

Essa agenda vem fortalecendo também a participação ativa feminina e feminista no partido e a ocupação dos cargos de direção partidária na busca pela equidade entre dirigentes homens e mulheres.

Essa é a maior ação do Brasil elaborada e executada por mulheres para mulheres e está presente em todo o país por meio de assessoras nos estados que contribuem com as Secretarias Estaduais de Mulheres do PT.

DICAS DE COMUNICAÇÃO

PENSANDO SUA CAMPANHA

Por mais que o objetivo final de sua campanha seja o voto é preciso pensar o caminho que levará até conquistá-lo.

Primeiro identifique a mensagem que você quer passar

1. Defina seus pontos fortes,
2. Porque quer ser candidata,
3. Se for eleita o que pretende fazer (plataforma)?
4. O slogan.

MARCA INDIVIDUAL

Quando a disputa tem candidaturas semelhantes (mulheres, brancas, em idade próxima) as candidatas que estão na primeira eleição podem criar uma marca para se destacar e sempre ser reconhecida. Pode ser um acessório como um relógio colorido, uma flor no cabelo, um lenço no pescoço ou outro.

IDENTIFIQUE O SEU PÚBLICO

Onde mora? (bairro, campo/cidade, periferia/centro, comunidade tradicional, ocupação, etc.)

Idade? (faixa etária - jovem, adulta, meia idade, idosa)

O que faz com frequência? (viaja, pratica esportes, passar em praças, etc.)

Gênero/identidade de gênero? (homem, mulher, cis ou trans)

Participa de algum movimento? (mulheres, LGBT, juventude, negras e negros, etc.)

Que plataforma mais usa? (Instagram, Twitter, Facebook, whatsapp, e-mail)

LINGUAGEM

Precisa ser de acordo com a plataforma e com seu público. A maioria possui as mesmas funcionalidades, mas em formatos diferentes. Neste sentido lembre-se que as redes sociais são espaços de mensagens diretas e rápidas, por isso os vídeos devem ser curtos de preferência entre 30 segundos e 1 minuto para o Instagram e de 3min a 3min30seg para o Facebook.

Vídeos maiores só com fala são pouco assistidos. Contudo as lives ajudam a movimentar as redes, mas faça algo fluído, não muito demorado, com convidadas ou que interaja com seu público, entre 1h e 1h30.

Obs.: as lives no Instagram tem duração máxima de 1h e os vídeos com mais de 1min tem seu formato alterado no feed.

Texto e mensagem

As três primeiras linhas são cruciais para transmitir a informação. Poucas pessoas clicam em “leia mais” para ver o texto completo.

Deste modo a mesma ideia pode ser comunicada de formas diferentes, tente sempre fazer textos diretos e curtos com as principais informações necessárias para ser entendida.

Exemplos: Sobre os 20 anos da Marcha das Margaridas

Mensagem longa: Foi no ano de 2000 a primeira vez que as ruas de Brasília foram tomadas pelas Margaridas. Da realização da primeira Marcha para 2020, foram anos de uma revolução que teve como protagonistas, mulheres de diferentes lugares do Brasil, de rincões antes nunca ouvidos, que foram até a capital do país erguer suas vozes e reivindicar melhores condições de vida para as trabalhadoras rurais, do campo e da cidade, inspiradas na luta de Margarida Alves.

Mensagem direta e curta: A luta de Margarida Alves continua inspirando a Marcha das Margaridas, que completa 20 anos em agosto, e representa as vozes das trabalhadoras rurais que reivindicam melhores condições de vida no campo e na cidade.

Termos: evite usar termos técnicos ou jargões do ativismo para o público geral, pois isso torna a mensagem menos interessante a quem não conhece esses termos.

Mensagem acessível: evite usar “x” para marcar gênero neutro, prefira uma linguagem inclusiva ou sem gênero, pois pessoas com deficiência visual usam aplicativos para ler as mensagens e as palavras fora da grafia usual não são lidas por esses apps.

Exemplos:

Mensagem completa: No julgamento conjunto da ADO 26 e do MI 4733 no STF, xs Ministrxs entenderam que a homolesbitransfobia poderia ser equiparada ao crime de racismo – conforme previsto na Lei 7.716/89.

Traduzindo: O Supremo Tribunal Federal (STF) decidiu que a discriminação contra pessoas LGBTQ+ também deve ser crime, assim como o racismo e a intolerância religiosa.

Construindo a mensagem

Responda 5 perguntas básicas em um único parágrafo para ter sua mensagem.

O QUÊ? (ação)

QUEM? (o agente)

QUANDO? (o tempo)

ONDE? (o lugar)

COMO? (o modo como se fez a ação)

Exemplo:

O QUE? Vai cortar o orçamento destinado às mulheres

QUEM? Bolsonaro

QUANDO? Este mês

ONDE? No Brasil

COMO? Sem consultar a população, ele anunciou que vai cortar verba

Resultado: Bolsonaro vai cortar o orçamento destinado às mulheres em todo o país, ainda este mês. Sem consultar a população, ele anunciou que vai cortar a verba, deixando brasileiras sem proteção social e econômica

PRINCIPAIS REDES

E-mail

Se resume basicamente a mensagens de texto, mas podem ser incluídos no corpo da mensagem imagens e vídeos para deixar a mensagem mais atraente ou a mensagem pode ser um atrativo links ou para arquivos com maiores informações em anexo.

É usada por pessoas mais velhas e para mensagens mais complexas ou resumo de notícias com link para leitura na íntegra. As pessoas podem ter a opção de se cadastrar para receber seus e-mails e deixar de receber seus e-mails.

Os e-mails devem ser enviados periodicamente por exemplo com sua agenda semanal, principais notícias da sua campanha sobre adesão de grupos e ações de sucesso, para divulgação de vaquinha/arrecadação virtual, sua plataforma ou opinião sobre algum assunto polêmico ou da atualidade.

Whatsapp

É atualmente a rede mais usada no Brasil para comunicação, permite mensagens de texto, imagem, áudios e vídeo e chamadas de voz e de vídeo com até 8 pessoas. Contudo para evitar a interferência nas eleições deste ano a empresa vem buscando criar limitações para o disparo de mensagens para vários grupos e pessoas.

Mas você ainda pode criar grupos com as pessoas da sua equipe de campanha e ou de apoiadoras. Atualmente os grupos podem ter no máximo 256 pessoas e as mensagens podem ser enviadas para até 1.280 pessoas (ou 20 grupos).

Torne seus grupos de campanha mais objetivos, e, se for necessários configure o grupo para que apenas as administradoras enviem mensagem. Evite Conteúdos longos: “textão”, áudios longos e vídeos longos.

CUIDADO!

Envio da mesma mensagem para vários grupos e ou pessoas pode ser identificado ou denunciado como spam. Neste caso seu número pode ser bloqueado e você vai precisar de outro número para ter uma nova conta de whatsapp.

Produza conteúdo para whatsapp:

- Figurinhas (stickers) são criadas e usadas principalmente por jovens e adolescentes, costumam ser caricatas e cômicas, e geralmente substituem a linguagem escrita por expressões muito usadas pelas pessoas. Funcionam principalmente com expressões locais.
- Vídeos comunicam quando bem elaborados, mas lembre-se que você não pode usar efeitos especiais. Então faça-os simples e diretos e se for usar música use de uma biblioteca pública para não ter problemas com direitos autorais.
- Imagens/cards podem ser criadas a partir da <https://casa13.pt.org.br/> que conta com uma ferramenta para gerar cards que podem ser personalizados com a sua foto para redes, além de ter várias informações das ações do PT no seu estado e cidade.

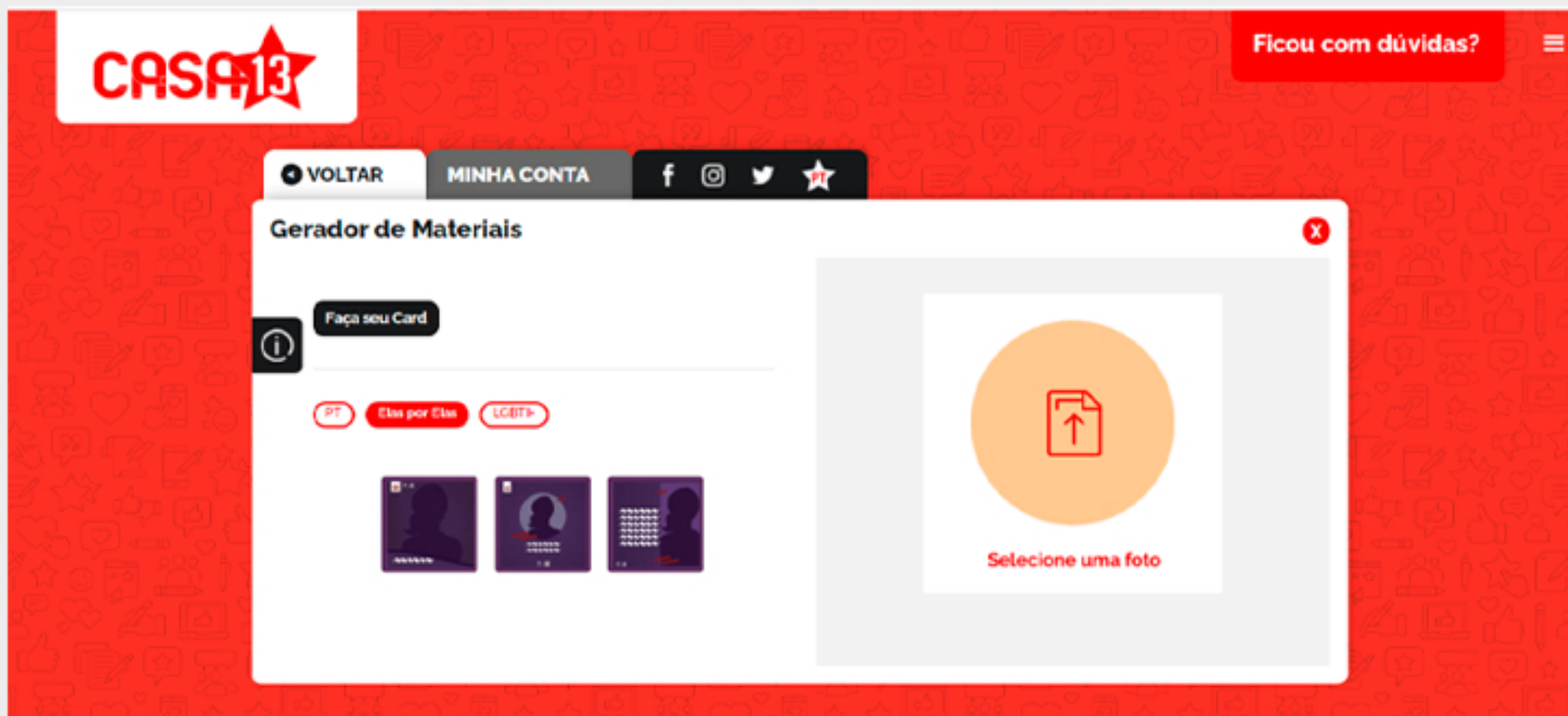
The image shows a screenshot of the CASA 13 website interface. At the top left is the CASA 13 logo. At the top right is a red button labeled "Ficou com dúvidas?" and a hamburger menu icon. Below the header are five main navigation cards:

- Bem-vindo(a)!**: Includes an illustration of three people and a "Login" button. Text: "Realize seu login utilizando seu acesso da área PT e baixe seus materiais personalizados para sua pré-campanha. Se não conseguir acessar clique aqui."
- PT nos Municípios**: Includes an illustration of a person at a desk and a "Veja as realizações" button. Text: "Veja aqui as realizações dos governos Lula e Dilma em sua cidade." It has dropdown menus for "Estado*" and "Cidade*".
- Materiais para baixar**: Includes an illustration of documents and a "Saiba mais" button. Text: "Entre aqui e baixe vídeos, jingles, capas de redes sociais, cards e muito mais! São vários materiais para você personalizar suas redes. Aproveite."
- Orientações Jurídicas para Pré-Campanha**: Includes an illustration of a scale of justice and a "Saiba mais" button. Text: "A secretaria nacional de finanças e planejamento disponibiliza todas as instruções para sua pré-campanha."
- Plataforma Programa de Governo**: Includes an illustration of people and a "Saiba mais" button. Text: "Mobilize seu município com o Programa de Governo Participativo. Clique aqui e saiba como obter a plataforma de programa de governo."

Você faz login com os mesmos dados da Área PT (apenas para filiadas ao partido).



Você carrega sua foto, escolhe o layout, coloca as suas informações e é só baixar.



Facebook

Possui cerca de 139 milhões de usuárias/os e nela você pode:

- fazer posts com fotos, vídeos e textos,
- compartilhar conteúdos de outros canais,
- interagir com pessoas (comentários, chat, chamadas de voz e de vídeo),
- participar e criar grupos e conhecer melhor seu público,
- engajar seu público com lives (transmissão ao vivo),
- criar página pessoal ou de eventos,
- Impulsionar conteúdo (pagar para que sua publicação seja vista por mais pessoas).

Desde o mês de agosto é obrigatório a identificação de usuárias no Facebook com cadastro de RG e CPF para que possam fazer impulsionamento.

O Facebook lhe permite usar textos mais longos, mas quando usar imagens, você pode colocar uma frase curta em destaque que sintetize sua ideia e colocar um

texto com mais informações sobre o que você pensa sobre o assunto.

Se você tiver uma página no facebook ela pode ser associada a conta no Instagram e as publicações compatíveis podem ser publicadas simultaneamente nas duas redes (texto e imagem).

Instagram

É uma rede de compartilhamento de imagens, possui um público majoritariamente jovem e urbano. Tem sido usado amplamente para realização de lives (transmissão ao vivo) no período da pandemia e fazer lives ajuda a aumentar o seu número de seguidores, o melhor horário é a partir das 17h.

Os conteúdos precisam ser curtos, rápidos, atuais e links não funcionam nas publicações, mas você pode por um link na Bio para direcionar as pessoas para outro site ou rede social.

Também permite impulsionamento de suas publicações.

SUA AÇÃO

Visite seu planejamento e responda: O que? Onde? Como? Quando?

Após ver suas ações escolha as ferramentas para comunicar, que pode ser por vídeo, texto, imagem em diferentes formatos e linguagens de acordo com o público e rede social escolhida.

Engajamento

Estimule e envolva as pessoas a produzirem para as redes.

No período de pré-campanha apoiadoras podem se manifestar de forma espontânea e independente da sua vontade, mas no período de campanha **(a partir de 27 de setembro)** você pode pedir apoio e engajar pessoas em ações de declaração de apoio, seja por meio de mensagens, fotos com cartazes seus ou feitos a mão, vídeo e outros, isso nas suas redes sociais e nas delas para ter um maior alcance.

Sensibilize

As pessoas se importam com pessoas por isso o exemplo e histórias reais inspiradoras ou pessoais ajudam a sensibilizar o público. Por isso não tenha medo de dizer quem você é e tudo que você passou para chegar onde chegou, pois as pessoas precisam conhecer você para confiar.

Conecte suas propostas com a sua realidade e a realidade do seu público e dê ênfase às soluções mais que aos problemas. Foque no que você defende e na solução dos problemas.

Ouçá o que as pessoas têm a dizer e pense junto a solução, pois se o conteúdo é simple, acessível e é sobre a pessoa ou algo que lhe afeta ela curte e compartilha.

Denúncias

Caso seja vítima de ofensa ou Fake News, ou caso verifique alguma infração você pode denunciar indo a uma delegacia comum ou pela internet.

1. Copie e salve o link da ofensa ou Fake News.
2. Tire foto ou print (imagem da tela) da publicação/post, do comentário, imagens e perfil.
3. Leve a delegacia impresso ou em pendrive ou acesse um dos canais abaixo na internet:

Denúncia de violações de Direitos Humanos e discriminação: <http://new.safer-net.org.br/denuncie>

Ministério Público Federal: <http://cidadao.mpf.mp.br/>



Dicas para gravação de vídeo

Antes de fazer o roteiro responda às seguintes perguntas:

1. O que te comove?

Se você se preocupa com a questão expor seu ponto de vista vai sensibilizar outras pessoas como você.

2. Você sabe o bastante sobre o assunto?

Estude o tema antes de falar sobre ele.

3. É importante para você?

Se for importante para você então o assunto tem urgência.

4. É importante e urgente para quem vai assistir?

Conheça seu público e o que é importante por nicho/grupo/movimento e direcione seu conteúdo.

5. Quem vai assistir?

Fale da forma adequada a quem vai assistir. Se for um grupo profissional entenda os termos técnicos que norteiam sua pauta, se for do movimento social use uma linguagem mais adequado com os termos usados pelo movimento.

6. Já fizeram isso antes?

Não tem problema! Grande parte do conhecimento humano já está na internet, o que você precisa é fazer do seu jeito. Seja inovadora!

7. É algo relevante?

Qualquer coisa é importante se você direcionar para o público certo.

Roteiro

Pense num roteiro antes de gravar. Trace as principais perguntas que te fazem sobre o tema e calcule o tempo para você não se perder.

Cuide da sua saúde mental durante o processo

E se flopar? E os haters? E se eu me arrepender?

Não permita que as coisas abatam você. Você não está sozinha, então foque no seu público e em produzir conteúdo de qualidade, com informações que expressam a sua verdade e das pessoas que acreditam no seu projeto político.

Se receber mensagens de ódio oculte as mensagens, bloqueie e denuncie quem enviar, se você se arrepender do que publicar, não tenha medo, tire do ar e peça desculpas. Se flopar (não fazer sucesso), não se preocupe as redes sociais são isso, as vezes é como você publica, talvez tentar mudar o texto que acompanha a publicação ou publicar em outra rede pode melhorar o desempenho, mas se não adiantar tudo bem nem toda publicação faz sucesso mesmo.

Tipos de narrativa para o vídeo

Problemas!

Você e seu conteúdo serão a mudança dessa história e demonstrarão as pessoas o que você pensa e quem você é. Durante sua história dê muito mais ênfase na solução do conteúdo!

Análise de processos!

Excelente para vídeos tutoriais de “como fazer” ou análise de serviços. Não há um problema a ser resolvido aqui, apenas a apresentação de algo, seguindo uma linha narrativa de uma história, com começo, meio e fim. Este é um bom método para apresentar suas propostas para cidade e como vão funcionar na prática, no dia a dia da população.

Storytelling

O Storytelling é uma forma de você explicar um determinado assunto através de uma história. Funciona bem para qualquer tipo de mídia, pois os seres humanos são apaixonados por boas histórias. Use esse artifício. Humaniza o vídeo. Coloca a candidata no centro da história.

Ex.: Decidi ser candidata quando vi que as leis precisavam ser mudadas...

Postura e fala na hora de gravar

Espere alguns segundos

Posicione o celular ou notebook, se posicione de forma confortável e aperte o play pra gravar. Espere um pouco antes de começar (de 3 a 5 segundos). Não use bom dia, boa tarde e boa noite, mesmo em transmissão ao vivo, pois vai ficar registrado e as pessoas vão poder assistir a qualquer momento, use "olá" ou outra expressão de sua escolha.

Faça uma saudação se apresentado. Diga seu nome, profissão e sua aproximação com o tema do vídeo. Essas histórias prendem a atenção.

Nós e gente

Evite usar termos os termos "nós" e "gente". As pessoas gostam de se sentir únicas. Você tem que falar pra pessoa que está ouvindo. Fale você, seu, sua. Isso vai engajar a audiência. Pode ter certeza!

Vamos deixar de falar né no final da frase!

Evite repetições de palavras ou redundâncias! Você pode usar, mas com cautela!

Vocabulário

Use um vocabulário simples e sem ambiguidade.

Uma informação de cada vez

Não dê mais de uma informação por frase. As pessoas precisam de tempo para absorver cada informação. Explique cada uma!

Terminei, e agora?

Não saia correndo. Quando terminar a última palavra espere um pouco pra finalizar a gravação com calma e com um sorriso no rosto ou no clima do assunto, caso seja um tema mais sério ou triste.

A melhor dica!

Faça o que for mais natural e confortável para você.



Orientações para Gravar Vídeo

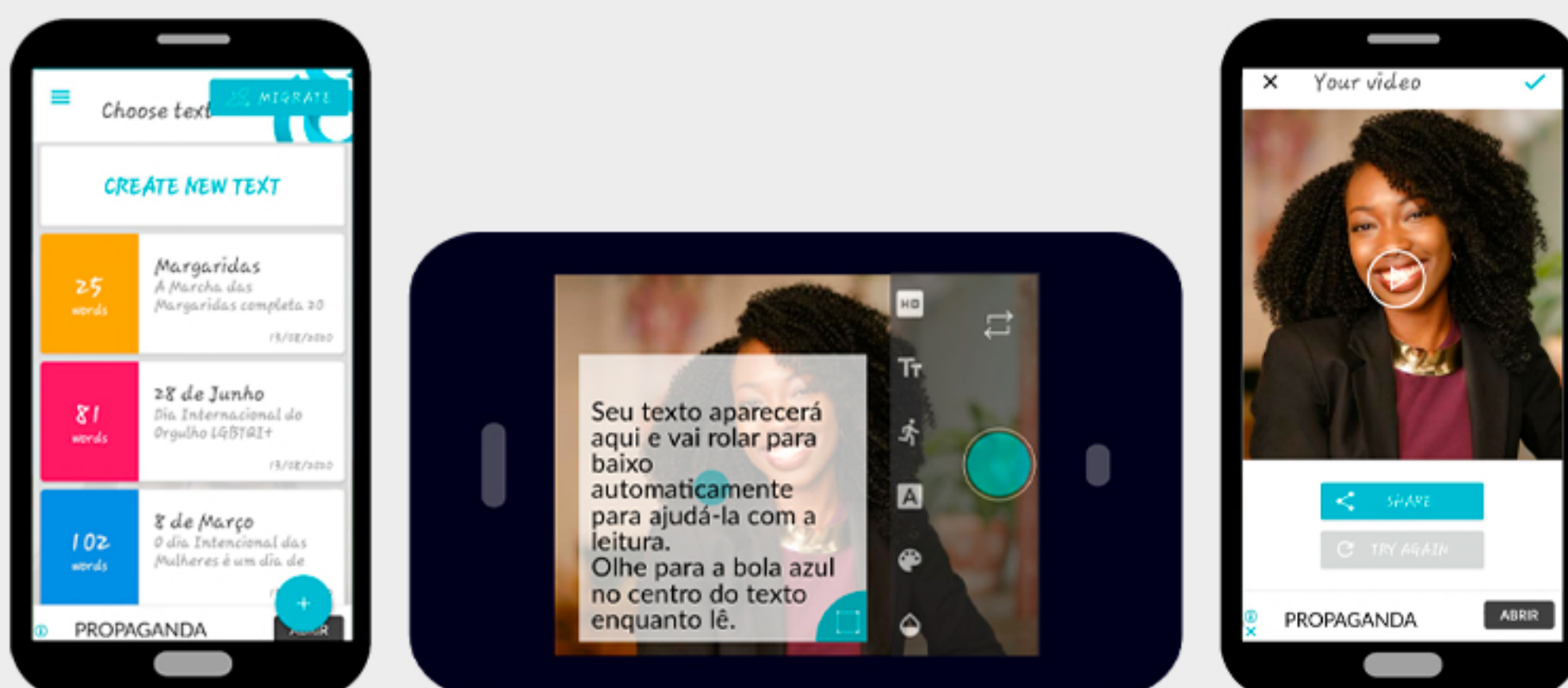
Algumas pessoas ficam um pouco intimidadas ou desconfortáveis ao gravar vídeos, mas não se preocupe, com o tempo isso passa e você fica cada vez mais natural.

Há ferramentas que podem ajudar no seu desempenho. Como por exemplo o **Selvi** que é um aplicativo que exibe um texto criado por você na tela do seu celular durante a gravação e está disponível na versão gratuita no Google App e na Apple Store.

Ao abrir o Selvi você clica no botão azul com um “+” no canto inferior da tela e digita seu texto com um título, ou você pode copiar o texto de outro arquivo e colocar, como do e-mail por exemplo.

Depois de salvar ao clicar em cima do texto ele vai abrir na tela da câmera. Aperte no botão azul para iniciar a gravação, ele vai ficar vermelho e ao clicar novamente ele encerra a gravação e vai para a próxima tela em que você pode clicar sobre o vídeo para assistir, pode escolher a opção “SHARE” para compartilhar ou “TRY AGAIN” para regravar.

Na versão gratuita do aplicativo você pode mudar o tamanho das letras  e aumentar ou diminuir a velocidade do texto .



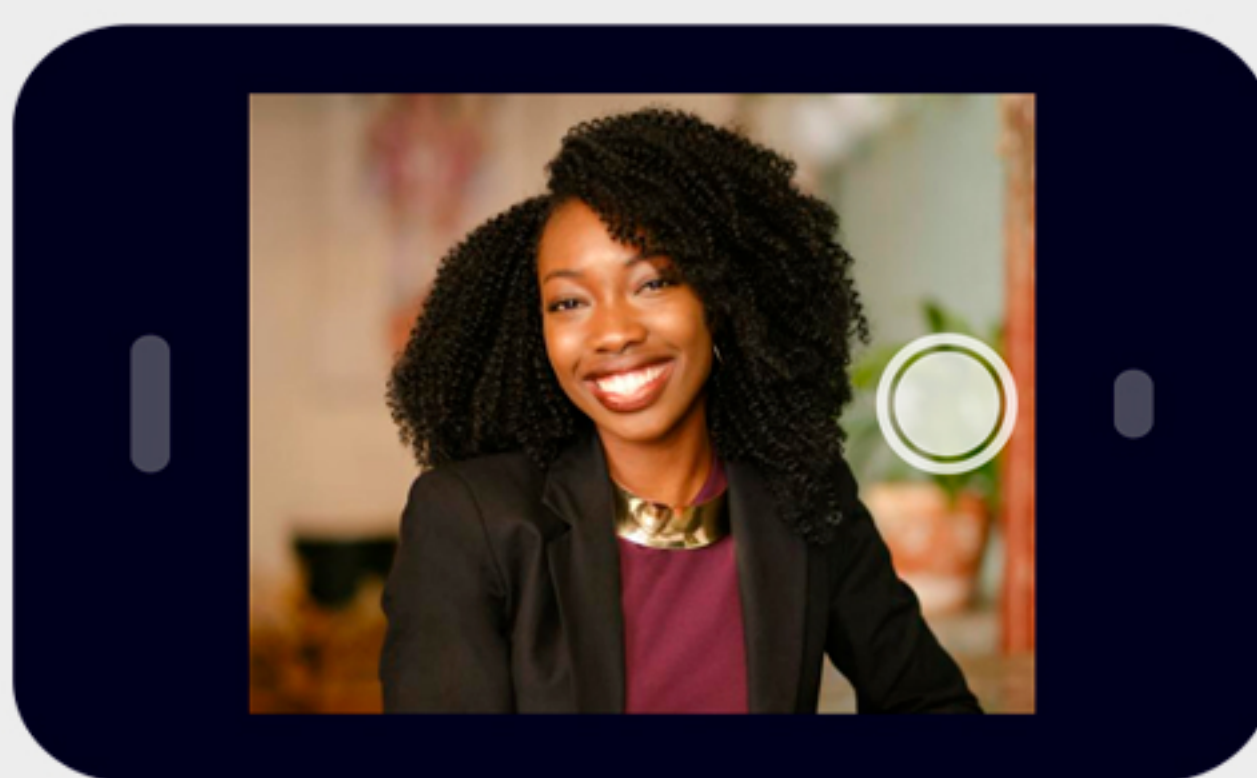
Dê preferência para gravar vídeos no celular, atualmente as câmeras são melhores que as de notebooks.

Para não sobrecarregar a memória do seu celular, transfira os vídeos para um cartão de memória ou para um computador.

Se você tiver uma câmera que grave pode utilizá-la.

Posicione o celular num local estável que ele não se mexa. Se não tiver um tripé você pode improvisar um com ajuda de livros empilhados ou outros objetos.

Grave na posição horizontal (deitado), na altura do seu rosto e Você pode gravar com a câmera frontal do celular.



Clique no botão para gravar. Posicione-se e comece. Lembre-se de se apresentar.

Ao terminar aperte o botão e espere o vídeo ser gravado e assista antes de enviar para suas rede sociais.

Cheque se o microfone do seu celular não está com nem uma interferência.

Use fone de ouvido, de preferência, o que o microfone é uma pecinha no fio do fone de ouvido.

Se for gravar sem microfone, faça em local fechado e avise as pessoas da casa para fazer menor barulho possível.

Pense no Cenário

Você deve vestir uma cor diferente da cor da parede. Se quiser, pode colocar bandeiras, vaso de flores, quadros para ornamentar seu cenário. Deixe o cenário leve e agradável para quem vai ver.

Ex.: Se a cor da parede for vermelha, vista uma blusa de cor branca;

Observe a iluminação. Grave um pouco pra você ver como ficou.

Escolha um local iluminado, fique de frente para janela, ou outra fonte luz.

Evite ventiladores e outras fontes sonoras para não prejudicar o áudio.

Não grave em locais azulejados (banheiro e cozinha), porque pode dar eco e o áudio sair prejudicado.

Postura

Você poderá gravar o vídeo sentada ou em pé. A escolha é sua. Só lembra que a câmera tem que ficar parada.

Evite colocar mão na boca.

Tenha sempre um papel com o seu roteiro por perto.

Não fale muito baixo, tente falar em um tom de voz como se estivesse numa sala de 20 pessoas.

Outras Dicas

Seja a solução: identifique os problemas da cidade (nos jornais, redes sociais, conversando com pessoas, etc.) e pense em soluções.

Não perca tempo: fique atenta ao que acontece e tenha na sua equipe alguém que possa monitorar as informações para que você possa se posicionar nas redes sociais. Porém não seja a pessoa que só reclama, fale também de coisas boas, aponte soluções e esteja aberta a ouvir opiniões.

A tática e estratégia: você precisa pensar o passo a passo do que sua campanha precisa e como pode usar a comunicação.

Ex.: financiamento coletivo (vaquinha virtual), criação de uma rede de apoiadoras, criação de comitê virtual, realização de ações nas redes sociais, etc.

Aliados e adversários: identifique quem pode ajudar e quem pode prejudicar, se há outra candidatura no bairro e como vai lidar com isso. Pense nos esforços que serão necessários e se serão o suficiente para o resultado pretendido, se não for o bastante mude ou amplie a estratégia.

Mas lembre-se:

- **aliadas:** já estão com você e você precisa mantê-las engajadas, agradecer e convidá-las para participar mais.

- **resistentes** são pessoas que demandam tempo e atenção para serem convencidas. Dificilmente você conseguirá convencer uma pessoa resistente através de pu-

blições nas redes sociais, porém o diálogo, histórias inspiradoras e mensagens positivas podem ajudar.

- **indecisas** ou pessoas dispostas a conversar: quem ainda não sabe em quem votar ou não tem preferência pode ser convencida a votar em você e pode ser conquistada a entrar na campanha e apoiar seu projeto político, principalmente se construí-lo em conjunto com você e suas aliadas.

- **opositores**: não importa o que você diga não acreditarão e sempre verão um lado ruim no que você disser ou fizer.