

CARTILHA

# REDES SOCIAIS

ELEIÇÕES MUNICIPAIS 2020



## **Cartilha Media Training**

1º semestre de 2020

Distribuição gratuita

## **Coordenação editorial**

Critério - Resultado em Opinião Pública

## **Supervisão**

Cleber Benvegnú

## **Produção**

Luiz Otávio Prates

Lucas Dalfrancis

## **Diagramação**

Jones Guimarães

## **Imagens**

Unsplash (banco de imagens)

Divulgação

## **Tiragem**

50.000 exemplares

## **Fundação Milton Campos para Pesquisas e Estudos Políticos**

*Câmara dos Deputados, Anexo I. 27º andar. Sala 2711*

(61) 3216.9761

[fmc@miltoncampos.org.br](mailto:fmc@miltoncampos.org.br)

[www.miltoncampos.org.br](http://www.miltoncampos.org.br)

## ÍNDICE

<b>Palavra do presidente</b>	4
<b>1. Um meteoro na política</b>	6
<b>2. A internet e o brasileiro</b>	7
<b>3. Você é uma pessoa, não é de plástico</b>	9
<b>4. O poder da história</b>	10
4.1 Elementos que geram interesse	11
<b>5. Rede social é relacionamento</b>	14
<b>6. O valor do conteúdo</b>	15
6.1 Escrever nunca foi tão importante	15
6.2 Propósito	16
6.3 Simplicidade	17
6.4 Foco	18
6.5 Estilo	19
<b>7. Internet é verdade</b>	20
<b>8. Fotografia</b>	21
<b>9. Vídeo</b>	22
<b>10. Redes Sociais</b>	23
10.1 Facebook	24
10.2 Instagram	25
10.3 Twitter	26
10.4 WhatsApp	27
<b>11. Monitoramento</b>	28



## **PALAVRA DO PRESIDENTE**

# **O canhão da política moderna**

O mundo não é mais o mesmo. E, é claro, a política também mudou. Antes, era comum o político falar no rádio e ser apenas ouvido pelas pessoas. Agora, as redes sociais emprestam uma experiência diferente: on-line, o governante conversa com a sociedade. O internauta sugere, concorda, contraria e pode fazer o discurso ser desconstruído. A opinião pública está refletida no que as redes sociais dizem.

Não podemos virar as costas para essa realidade, amigo progressista. E não há como voltar atrás. Se você é político ou quer ser político, precisa compreender e aprender as ferramentas. Também deve saber se relacionar com quem é nativo digital. E o mais importante: ser interessante e original em uma superpopulação de usuários que demonstram emoção e sentimento, que em minutos se transformam em um exército e, rapidamente, podem mudar o curso de um processo eleitoral.

Você deve ter percebido que na eleição de 2018 muitos candidatos foram bem votados em comunidades que sequer visitaram. E você deve ter reparado também que quase todos eles – com raras exceções – possuem uma legião de seguidores nas mídias sociais. Isso não é coincidência.

As plataformas digitais são um canhão da política moderna. Elas têm potencial infinito de capilaridade, ou seja: podem alcançar um número de pessoas que, humanamente, você jamais alcançaria. Podem potencializar as suas entregas, legitimar a sua reputação, dar forma para o seu jeito de pensar. E, do mesmo modo – se utilizadas de forma errada –, comprometer negativamente o seu projeto político.

Portanto, é preciso saber fazer. O que postar? Como dizer? Existe fórmula mágica para gerar engajamento? Não é em um estalar de dedos que você vai se tornar um influenciador digital, mas a partir das dicas organizadas neste manual vamos ajudar muito você a chegar lá. Reunimos aqui conteúdos importantes para lhe dar direcionamento. É também uma provocação sobre o seu propósito: uma reflexão necessária que lhe fará entender melhor a dimensão de estar na política brasileira.

A Fundação Milton Campos cumpre com seu papel de instrumentalizar a militância progressista, especialmente aqui abordando o conteúdo de marketing digital, pensado e redigido por profissionais que são referência sobre o tema no país. Leia até o fim e esteja preparado para vencer esta eleição. A boa política precisa de voz – a sua.

**Boa leitura!**

**Dep. federal Covatti Filho**

*Presidente da Fundação Milton Campos*

## 1. UM METEORO NA POLÍTICA

Durante muito tempo, vivemos a era da **opinião publicada** e, hoje, vivemos a era da **opinião pública**.

O que isso quer dizer? Se antes um político tradicional compartilhava sua opinião em uma emissora de rádio para milhões de pessoas – e os ouvintes eram apenas passivos como receptores – hoje, o mesmo político fará uma live na rede social e, simultaneamente, haverá quem concorde, discorde, critique, opine ou mesmo seja mal educado e diga que não gosta. Sim, a política mudou.



**Dica!**

**Mudou o jeito de fazer política.  
Aumentou-se a proximidade, deu-se voz  
aos anônimos, criou-se influenciadores  
a partir da existência criativa, nasceram  
novas plataformas.**

Ser político igualmente ficou ainda mais complexo. O discurso pelo discurso, raso, sem caldo e pequeno, é insuficiente.

É preciso esforço intelectual. O público está crítico, acessa o Google e pesquisa.

A informação não está mais na enciclopédia ou tão somente no jornal do dia seguinte: ela é instantânea, viva, mutável.

A internet obriga você, político, a saber mais, ter domínio sobre o que faz, a explicar de forma didática ao eleitor qual a serventia do seu trabalho e qual a sua razão de existir no processo.

E essa premissa não é apenas uma conclusão do marketing político.

Ganha tempo e acumula reputação quem entende que essa prática deve ser diária. Uma eleição começa assim que a outra termina.

## **2. A INTERNET E O BRASILEIRO**

Você ainda acha que internet é coisa de juventude? Bobagem de quem ocupa o tempo vendo a vida alheia no Facebook? Atenção, candidato!

O mundo está conectado e o Brasil é um dos países que mais consome banda larga.

Os números são impressionantes!



Os brasileiros ficam, em média, conectados à internet cerca de 9h14 por dia.



### **3. VOCÊ É UMA PESSOA, NÃO É DE PLÁSTICO**

Antes de ser um candidato, você é uma pessoa. E, como todo indivíduo, possui qualidades, fraquezas, talento, família, profissão, uma trajetória que merece ser contada. Clarear ao eleitor quem você é e tudo que já fez é algo indissociável da campanha. E é bom que se tenha essa consciência desde agora: cargo público também torna pública a sua exposição.

Pessoas não são de plástico ou de gesso, maquiadas, alinhadas o tempo todo, com postagens milimetricamente perfeitas. As campanhas cinematográficas e altamente publicitárias deram licença ao tempero de vida real – e é desse jeito que políticos e influenciadores têm aumentado visibilidade, aberto espaço e conquistado resultados.

Esta é a tática: **essência e verdade.**

## 4. O PODER DA HISTÓRIA

Se as plataformas surgiram e a tecnologia engoliu a mídia tradicional – comprovadamente com a queda da audiência da televisão aberta e dos volumes impressos de jornal – ela deu ainda mais importância para a arte de contar histórias.

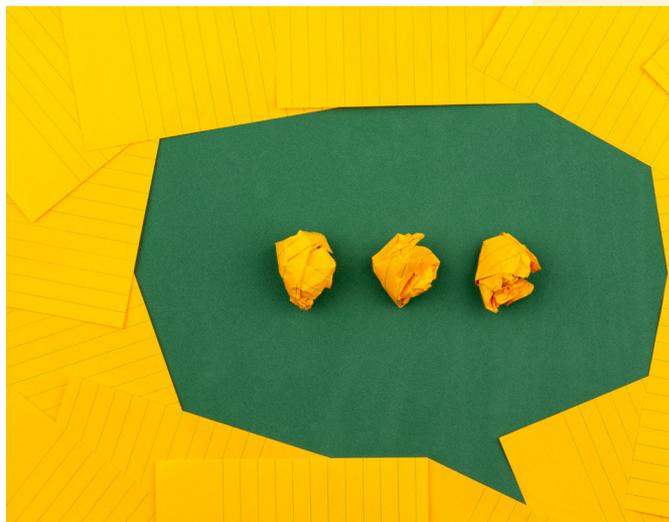
Desde os primórdios do homem, indivíduos sentavam-se ao redor da fogueira para contar fatos interessantes, pitorescos, aventuras, mentiras, relatar suas demonstrações de coragem, altas capacidades, convencer, persuadir, emocionar. Isso não mudou.

A mesma arte, a da narrativa, é o que move e movimentada todas as redes sociais.



### **Dica!**

**Quer ser interessante?  
Conte uma história que cativa, inspire e seduza.**



## 4.1 ELEMENTOS QUE GERAM INTERESSE

### Conte uma novidade

Revele algo pessoal, até então desconhecido. Algo novo, de bastidor, que o público nunca tenha visto. O nome deste critério jornalístico é ineditismo. Surprenda as pessoas com uma informação que elas desconhecem.

### Traga emoção

Conecte-se com os sentimentos das pessoas. Você precisa tocar o eleitor. As pessoas costumam buscar likes nas redes – o que denota visibilidade e aceitação.

### Leve para uma jornada

Durante muito tempo, a política tentou quantificar as coisas. O custo, a origem, o tamanho, medir as conquistas matematicamente. Conta pra mim: você sabe mensurar R\$ 10 milhões?

Tangibilizar isso é muito difícil. Sequer sabemos se cabe em duas sacolas, ou se precisa de 20 para carregar tudo isso. Agora se você contar uma história, poderia sensibilizar as pessoas sobre como será aplicado o recurso.





**Exemplo prático: a pauta é uma patrola**



### COMO NÃO FAZER

**TEXTO:**

Através de recursos de emenda parlamentar em fase de pré-empenho, do Orçamento Geral da União, já sinalizadas pelo deputado Marcondes de Sá, pretendemos viabilizar a aquisição de uma motoniveladora para o nosso município. O equipamento de R\$ 354 mil terá contrapartida da Prefeitura.

**RECURSO VISUAL:**

Uma imagem do ofício que comunica a destinação do recurso.

### COMO FAZER

**TEXTO:**

Uma patrola zero quilômetro chega no mês que vem! Será utilizada para arrumar as estradas do nosso interior. Quem é agricultor merece o melhor, por onde ele passa, o desenvolvimento passa junto.

**RECURSO VISUAL:**

Vídeo curto de um agricultor conhecido e querido do município dizendo que o equipamento chega em boa hora, que não dava mais para esperar.



## Perceba o momento

Você precisa entender o que as pessoas estão falando – na internet e na vida real também.

E, com inteligência, surfar nesta onda para mostrar proximidade, conhecimento e visão. Por favor, não cometa o equívoco de ser inconveniente.

Exemplo prático: Às 21h30 está acontecendo a final do Brasileirão e o time do seu Estado está suando para vencer o Campeonato. As redes sociais estão explodindo – falando somente sobre esse assunto. E você, como candidato a vereador, posta uma proposta sobre o ajuste fiscal da máquina pública.



**Dica!**

**Surfar na onda – sem querer  
tirar vantagem descarada –  
sempre é inteligente.**

## 5. REDE SOCIAL É RELACIONAMENTO

Partimos da premissa de que competência e bom relacionamento são indissociáveis para a vitória. E isso não é restrito ao campo do marketing político: é uma lição para a vida. No trabalho, na família, na escola, em todas as dinâmicas da humanidade.

Rede social não é o espaço para megafone na mão. Rede social é você de mãos dadas com alguém.

Sabe quando você cumprimenta e o cidadão não lhe responde? É isso que ele sente quando você não o responde na rede social. Portanto, converse!



- > **Estabeleça conexões verdadeiras, de reciprocidade**
- > **Traga conteúdos que dialoguem com a vida do seu público**
- > **Responda os comentários**
- > **Responda as mensagens**
- > **Alguém curtiu a sua página ou publicação? Converse**
- > **Não seja passivo – você também precisa curtir e comentar os outros**
- > **Traga informações novas, paute a imprensa e vire fonte**

## 6. O VALOR DO CONTEÚDO

Nunca foi tão importante saber o que se está dizendo. As maiores referências da política do país – e que mais crescem nas redes sociais – têm conhecimento sobre as suas pautas, clareiam situações, desmentem o que é fake news, são didáticos perante temas delicados.

Ou seja, você precisa ter conteúdo. As suas postagens precisam deste caldo.

### 6.1 ESCREVER NUNCA FOI TÃO IMPORTANTE

Engana-se quem acha que escrever foi algo suprimido pela internet. Pelo contrário: com o alcance das plataformas digitais, escrever se tornou um ativo ainda mais poderoso e decisivo.

O conteúdo pode te derrubar ou fazer você crescer exponencialmente durante a eleição.

No jornalismo, ensina-se a explicar onde, por quê, quando e como logo no primeiro parágrafo – a estratégia visa fisgar o leitor. E na internet, em que há uma enxurrada de oferta de conteúdos, o desafio é ainda maior.



## 6.2 PROPÓSITO

Antes e depois do texto, pergunte-se sobre o que você quis dizer. Ainda que subliminarmente, toda postagem – seja qual for a rede social – precisa ter uma propósito de existência.

Na cabeça do eleitor, toda publicação tem um significado e a soma de cada um deles é que construirá a sua reputação na cabeça de quem vai votar.

Exemplos práticos

POSTAGEM	PROPÓSITO
Fotografia com a esposa pelos 25 anos de casamento.	Transmite a mensagem de que você é amoroso e tem valores familiares.
Publicação que denuncia a falta de médico no posto de saúde.	Pressionar o Executivo, passa a ideia de que você se preocupa com as pessoas.
Imagem de que está estudando gestão pública no fim de semana.	De que você não parou no tempo, de que é esforçado e sempre busca melhorar.
Postagem no bairro, visitando as pessoas e ouvindo as suas demandas.	De que você está perto, não é ausente e vive a vida real do cidadão.
Foto com o Marley, seu cachorro de estimação.	De que você respeita e considera os animais, de que também se preocupa com isso.

### 6.3 SIMPLICIDADE

A linguagem técnica do mundo da administração pública é pouco compreensível para quem não é político ou não está imerso nesse ambiente. Por isso, você precisa ser simples em tudo que vai explicar.

#### Evite usar termos como:

- A rubricas orçamentárias específicas (...)
- A revisão da Lei Orgânica necessita (...)
- A nova Lei de Responsabilidade Fiscal que (...)
- A ata de registro de preços que será empregada (...)
- O processo de dispensa licitatória compromete (...)



**Dica!**

**Você pode escrever:**

*A bola foi chutada com força pela criança.*

**OU**

**pode escrever:**

*O menino chutou a bola.*

**Entenda que ser fácil e simples funciona melhor.**

## 6.4 FOCO: ACERTE NO ALVO

Pergunte-se sempre: para quem eu quero dizer o que eu quero dizer? E isso terá qual foco? É para conseguir votos? Para influenciar a opinião pública? Para pressionar um líder político? Quero gerar interesse jornalístico?

Exemplos práticos

POSTAGEM	FOCO
Digo que o asilo municipal apresenta irregularidades: “Chega a ser desumano”	Pressionar o prefeito e chamar atenção da mídia local para essa pauta
Sinalizo que o deputado mais votado da cidade ano a ano tem destinado cada vez menos recursos	Influenciar a opinião pública que o parlamentar não tem olhado com atenção para os seus eleitores.
Informo que serei candidato a vereador nesta eleição porque quero dar voz a quem não tem.	Meu foco é falar com todos aqueles que não se sentem representados na Câmara de Vereadores e na Prefeitura.

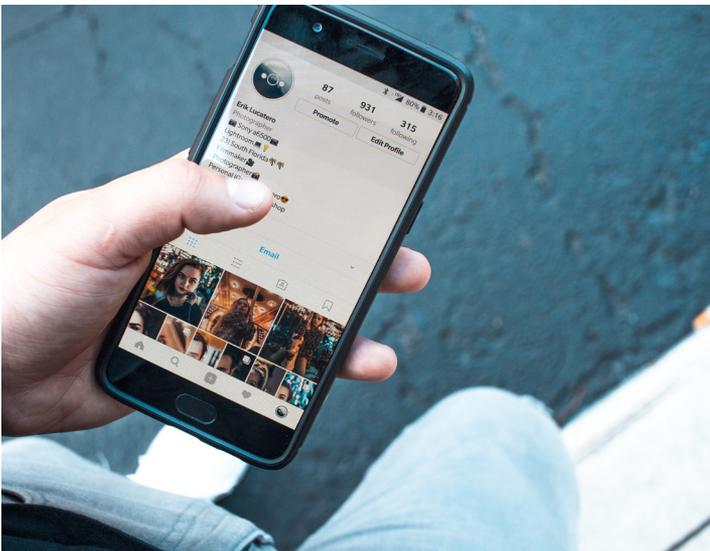


## 6.5 ESTILO: OU É VOCÊ OU NÃO É

Não aceite que digam a você que precisa mudar o seu estilo. Se sempre usou camisetas no dia-a-dia, não apareça de camisa na eleição. Se nunca foi a velórios de desconhecidos, não vá agora na corrida eleitoral.

Ajustes são necessários para qualquer evolução, mas a sua descaracterização pode ser um tiro no pé e tem grande chance de não dar certo.

Nas redes sociais, é exatamente assim. Não dê visibilidade a alguém que você não é, as práticas que você não tem, a palavras que jamais usaria ou a exposições que nunca teria. Se funciona para todo mundo, cuidado: não funciona verdadeiramente para você.



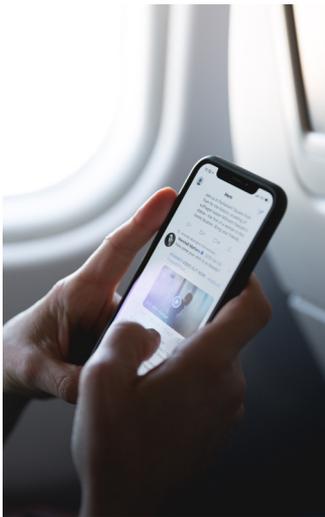
### Dica!

**O seu estilo  
é seu – e é  
dessa forma  
que as pessoas  
te conhecem e  
reconhecem.**

## 7. INTERNET É VERDADE

Não custa repetir o que já foi dito: poste sempre a verdade na internet. O contrário disso pode pegar mal, virar meme, deboche, ser usado contra você e até lhe derrubar na eleição.

Mais importante do que ser interessante é ser honesto com o seu eleitor. Passar pela saia-justa de ser desmentido publicamente é uma crise que pode lhe gerar dor de cabeça.



### Atenção!

- > **Não diga mentiras**
- > **Não faça montagens em fotografias**
- > **Não conte um pedaço da história – a que lhe convém**
- > **Não alimente esperanças sem ter certeza**
- > **Não prometa o impossível**
- > **Não utilize foto e voz de ninguém sem autorização**
- > **Tenha certeza do dado que será utilizado**

## 8. FOTOGRAFIA

Uma foto pode ser mais impactante que qualquer legenda. Inclusive, nem sempre você precisa estar na fotografia.

O subliminar é muito forte e pode ser até mais mobilizador. Uma foto antiga, um ângulo distinto, um aperto de mão, aquele sorriso largo, tudo comunica.



### Em vez de...

...postar a sua foto do lado da patrula, vale postar o **equipamento trabalhando no barro e sendo operado por um funcionário público querido por todos.**

...postar uma foto ao lado da esposa atual, comemore os **50 anos de casado com a imagem de quando vocês se casaram.**

...postar um layout aleatório com o escrito Feliz Dia Das Mães, tire uma **foto sua do lado da sua própria mãe e conte uma história da infância.**

...optar por fotografias posadas, opte por imagens que demonstrem **ação, velocidade e protagonismo. Com a mão erguida, com sorriso no rosto, por exemplo.**

## 9. VÍDEOS

Você sabia que 54% do alcance de marcas se dá pela publicação de vídeos? E que 95% das informações conseguem ser retidas a partir de audiovisuais? As pessoas se concentram mais a partir desse recurso.

Mas cuidado: 85% dos vídeos no Facebook são assistidos sem som. A imagem deve falar por si só, ou contar com legendas e outros recursos gráficos.

- **Preocupe-se com a estética e a funcionalidade: qualidade de luz e som.**
- **Vídeos longos demais podem comprometer quem tem internet limitada.**
- **Não seja o “chato de live”. Precisa ser importante para realizá-la. Não banalize a ferramenta.**
- **As imagens captadas precisam ter autorização. O contrário pode gerar problemas jurídicos.**
- **Coloque legenda nos vídeos, pois a maioria assiste sem som.**
- **Coloque palavras em destaque escritas na tela, como lettering.**





## 10. REDES SOCIAIS

Cada rede social possui o seu perfil, contando com um determinado propósito. E os seus públicos têm diferentes expectativas sobre as características das postagens.

Nem sempre uma publicação serve para todos os canais. Se você quer realmente fazer decolar a sua vitória progressista, customize o que postar, dando o tratamento adequado ao que cada rede espera.



### Dica!

**Seja em qual for a rede social, busque conteúdos interessantes, com abordagens que conversem com a sua essência. Sem isso, você não vai “bombar” na internet.**



## 10.1 FACEBOOK

Cada vez mais a maior rede social do mundo é um espaço adequado para partilhar histórias, fazer amigos e apresentar as suas opiniões, experiências de vida e conquistas. Veja como você pode com inteligência e estratégia fazer um bom uso da plataforma:



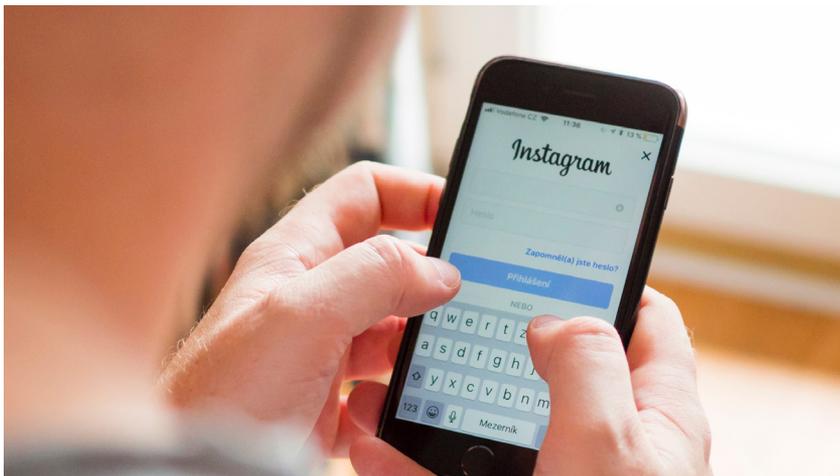
- **Não importa se é página ou perfil, é importante você personalizar as postagens. O público precisa entender que tem o seu dedo nisso.**
- **Comente, curta e compartilhe também as postagens dos outros. Não seja passivo nesta relação. Interaja.**
- **Responder os comentários lhe confere dois ganhos: dá atenção ao seu eleitor e, ao mesmo tempo, mostrará para o algoritmo que a postagem é interessante – isso dará uma sobrevida à sua publicação.**
- **Troque mensagens: chame pelo nome, pergunta, agradeça, mostre que você está ali, estabeleça uma conexão genuína.**

## 10.2 INSTAGRAM

Essa rede social nasceu para inspirar. Está em franco crescimento e é o lugar favorito de quem gosta de boas fotografias, figurino e estética. É o local também em que você tem um engajamento orgânico ainda maior a partir dos stories. De forma criativa, você pode contar com tem lidado com os seus desafios.



- **Excelente ferramenta para construção de imagem**
- **Use fotos diferentes, criativas, explore detalhes**
- **Mídia extremamente visual, utilize-se dos filtros que o aplicativo dispõe**
- **Você pode trazer histórias, mas lembre-se que a âncora disso é a fotografia**
- **Nos stories, construa uma narrativa, para que quem lhe acompanha saiba onde você está, o que tem feito e como pensa**





### 10.3 TWITTER

Veículo muito utilizado por jornalistas, o Twitter tem um papel importantíssimo na política brasileira. O próprio presidente da República, Jair Bolsonaro, usa sua conta pessoal para grandes notícias. Essa rede é um canhão da opinião e um local para compartilhar ideias.



- > **Dê força para sua opinião**
- > **Mostre como você realmente pensa**
- > **Relacione-se com jornalistas**
- > **Relacione-se com seus eleitores**
- > **As suas ideias podem viralizar – para o bem ou para o mal –, então esteja certo daquilo que irá defender ou opinar**
- > **Os caracteres são limitados, portanto seja forte porém sucinto**

## 10.4 WHATSAPP

Muita gente se pergunta como vivia antes de o WhatsApp existir. É extraordinária a velocidade que o aplicativo empresta para a informação. Sabendo utilizar seus contatos, você consegue multiplicar rapidamente a sua rede.



### Grupos

Não crie grupos a não ser que os integrantes tenham muito apreço por você. E tenha certeza de que eles consentirão em participar deste núcleo. Grupos são bem utilizados quando tem uma missão de dialogar ações de trabalho e dividir tarefas. Não cometa o equívoco de enviar uma série de mensagens para grupos que não desejam recebê-las.



### Lista de transmissão

Você pode enviar simultaneamente a mesma mensagem para até 256 pessoas. Entretanto, o conteúdo chegará no celular do seu eleitor somente se ele tiver armazenado o número de onde partiu o envio. Cheque isso.



### Organização

Organize seus contatos por segmentos: professores, defensores da causa animal, atletas, servidores públicos, empreendedores, movimento estudantil, entre outros. Desta forma, você poderá pensar mensagens que atinjam no alvo o seu público de interesse.

- > **Não vire o “chato do grupo”**
- > **Não crie grupos sem a autorização das pessoas**
- > **Crie listas de transmissão segmentadas**
- > **Tenha bom-senso no envio**
- > **Não crie conteúdos muito pesados**
- > **Seja simples e direto, evite textos longos**



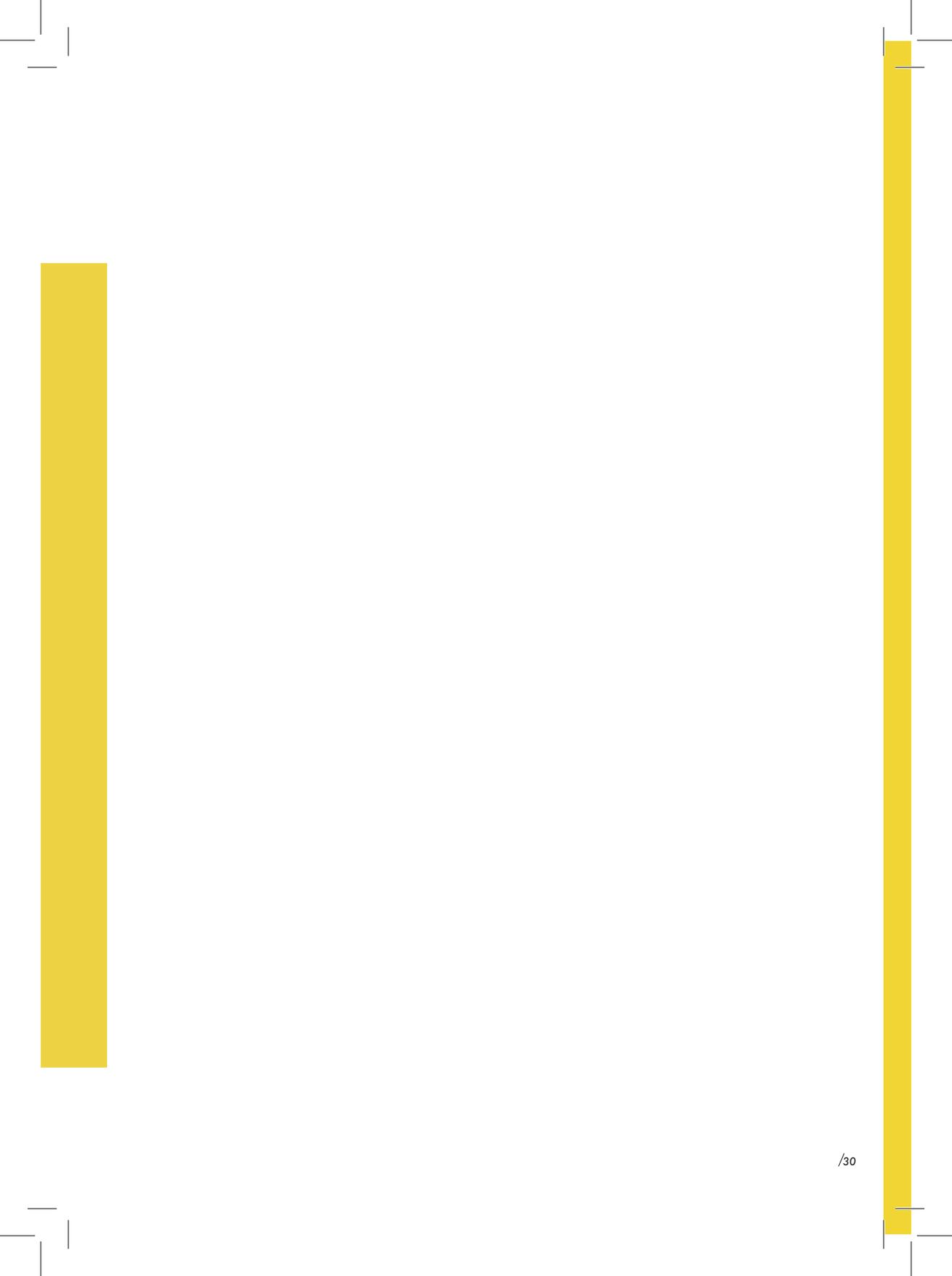
## 11. MONITORAMENTO

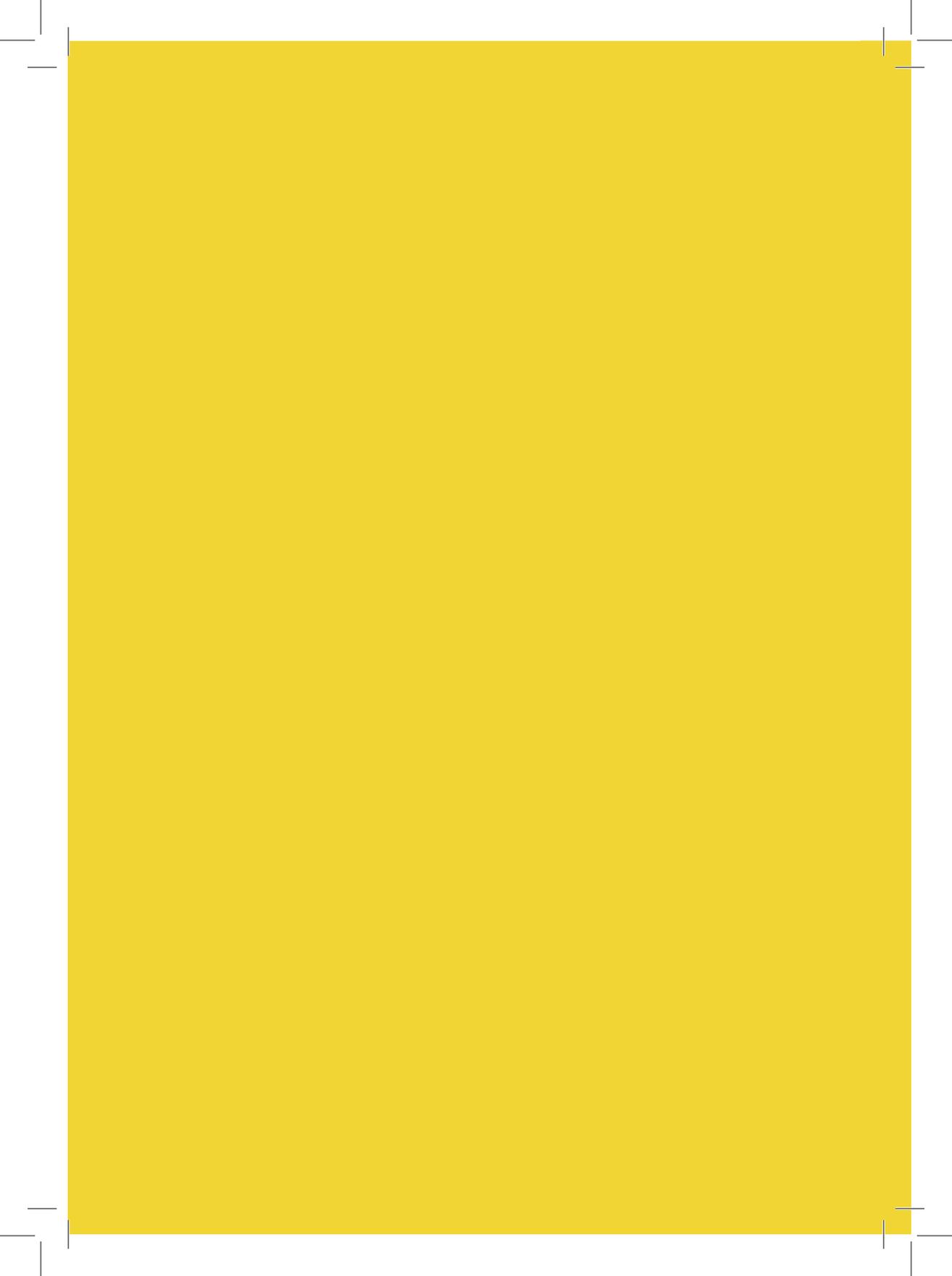
Pouca gente fala disso, mas é muito importante que alguém da sua equipe esteja sempre atento a tudo que está acontecendo nas redes.

Preste atenção aos assuntos em voga, se você é citado, como a concorrência tem se manifestado, qual a pauta que pode ser utilizada para fortalecer a sua imagem.

Aplicativos e softwares já existem justamente para isso. Utilize esses mecanismos a seu favor.







**Confira nossas  
redes sociais**

 [fmciltoncampos](#)

 [fmciltoncampos](#)

 [FMCiltonCampos](#)

 [Fundação Milton Campos](#)

