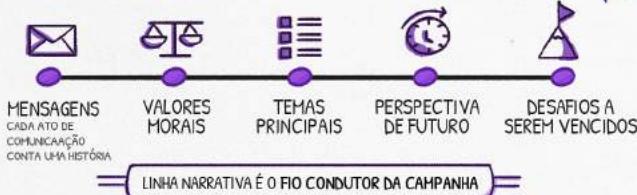


CONTEÚDO DE CAMPANHA ELEITORAL

CONSTRUÇÃO DA LINHA NARRATIVA



PARA A CONSTRUÇÃO DA LINHA NARRATIVA, DEVE SER OBSERVADO NO DIAGNÓSTICO:



LINHA A PARTIR DO DIAGNÓSTICO

VALIDANDO A LINHA NARRATIVA

É POSSÍVEL VALIDAR LINHAS NARRATIVAS POR GRUPOS FOCAIS EM PESQUISAS QUALITATIVAS, MAS A COMPOSIÇÃO DESSES GRUPOS DEVE SER PENSADA PARA A VALIDAÇÃO CORRETA.

COMPOSIÇÃO RECOMENDADA

- GRUPOS EM PARIDADE DE COMPOSIÇÃO
- GRUPOS DE ACORDO COM PADRÃO DE CRENÇA
- GRUPOS DE ACORDO COM APROVAÇÃO DA ATUAL GESTÃO

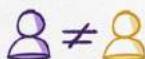


A NARRATIVA É A ESPINHA DORSAL DA CAMPANHA

PLANEJANDO CONTEÚDO

CANDIDATO NÃO É TUDO IGUAL.

ANTES DE PENSAR EM CONTEÚDO VOCÊ PRECISA LEMBRAR QUE VOCÊ VENDE UMA HISTÓRIA DE VIDA.



PARA FACILITAR DESENHAMOS 10 ESTEREÓTIPOS

- | | | | | |
|----------------------|----------------|-------------------|---------------|------------------------|
| O HERÓI DO PASSADO | O INDICADO | O ANTI-SISTEMA | O COMANDANTE | O DEFENSOR DE MINORIAS |
| O DEFENSOR DE CAUSAS | O BEM SUCEDIDO | O JOVEM IDEALISTA | O TRADICIONAL | O VISIONÁRIO |



PLANEJAMENTO DE CONTEÚDO É MUITO MAIS DO QUE PLANEJAR O POST DO DIA, É PLANEJAR UMA HISTÓRIA CONTADA EM MUITOS CAPÍTULOS PARA PROMOVER JUÍZO DE VALOR, COM INÍCIO, MEIO E FIM.



DOCUMENTO MESTRE

- BIOGRAFIA COMPLETA EM PRIMEIRA PESSOA (CRENÇAS, VISÕES DE MUNDO, PERTENCIMENTO);
- PRINCIPAIS EXPRESSÕES E PALAVRAS-CHAVE, ORALIDADE (DA PERSONA);
- IDEOLOGIA (SUAS CRENÇAS, O QUE DEFENDE COMO VALORES PESSOAIS);
- PÚBLICOS PRIORITÁRIOS E IDEIAS-CHAVE PARA CADA SEGMENTAÇÃO;
- POSICIONAMENTOS MAIS EMBLEMÁTICOS E POLÉMICOS (PERFIL PSICOLÓGICO);
- POSSÍVEIS VACINAS (PREVENÇÃO DE CRISES E CRÍTICAS PREVISÍVEIS).

- TESTEMUNHAIOS** SEMPRE PERGUNTAR O ANTES E DEPOIS
- Como era sua vida antes da mudança X?
 - Como você se sente com essa mudança?
 - Quando você olha para o futuro, o que vê?
 - Nos últimos X anos, você acha que sua vida melhorou ou piorou?

CONTEÚDO BASE

BIOGRAFIA

- ESCREVA A BIOGRAFIA DO CANDIDATO, TRAZENDO OS ELEMENTOS EMOCIONAIS
- No que acredita? Quem é?
 - Como se interessou pela política?
 - Trabalho e futuro - o que já fez e o que fará

O QUE PERGUNTAR NA ENTREVISTA DIAMANTE

- Quais suas principais lembranças de infância?
- Conte uma lição aprendida com seu pai e/ou com sua mãe.
- Antes de ser político, qual era sua profissão? Como escolheu?
- Desde quando se interessou pela política?
- Como foi a primeira campanha?
- Quem são suas referências?
- Como iniciou a vida pública?
- Quais foram seus êxitos em campanhas eleitorais?
- Qual é seu legado político?
- Quais as dificuldades enfrentadas durante seus mandatos?
- Qual foi sua motivação para se lançar a um novo cargo?
- Qual é seu diferencial como político?
- Porque deve permanecer no cargo?
- O que as pessoas podem esperar de você?

CONTEÚDO DE CAMPANHA ELEITORAL

MATERIAL A SER TESTADO NA PESQUISA QUANTITATIVA

- ▶ VÍDEO CURTOS COM O CANDIDATO;
- ▶ SLOGANS OU IDENTIDADE VISUAL;
- ▶ FOTOS DO CANDIDATO;
- ▶ TRECHOS DE MATÉRIAS EM VEÍCULOS DE MÍDIA OU CONTEÚDOS RETIRADOS DAS REDES.

CONTEÚDO POR FASES



AQUECIMENTO – TRAZER CONTEÚDOS QUE APRESENTEM O CANDIDATO DE FORMA MAIS LEVE.

- Vídeos curtos e descontraídos
- Cartões e GIFs com frases de impacto (ligadas à região, valores e características do candidato)
- Bastidores de gravações descontraídos e humorísticos

MOTIVAÇÃO

- Fotos e vídeos emotivos
- Abraços
- Histórias pessoas cativantes e de superação
- Mostrar o dia a dia do candidato
- Motivos para votar
- Propostas
- Diferenças que o candidato pode fazer
- Conteúdos de apoio de micro influenciadores e liberações
- Divulgação de legado (resgate de entregas)
- Antes e depois (como era X como ficou)
- Fulano responde
- Resumo de eventos e agendas (menos jornalístico e mais publicitário)

SENSIBILIZAÇÃO

- Legado • Reforço e marcação do número da campanha • Vira-voto (mesmo aos eleitores de conquistarem mais 1 voto) • Importância de votar • Contagem regressiva • Convite para eventos
- Conteúdo para indecisos • Melhores momentos da campanha • Video jingle e clipe
- Divulgação de pesquisas favoráveis com linha de crescimento de pontos

EXEMPLO DE DINÂMICA

1

MODERADOR COMEÇA QUESTIONANDO PRESENTES SOBRE QUEM SÃO E O QUE FAZEM

2

COLOCA EM DISCUSSÃO A POLÍTICA NACIONAL, ESTADUAL E MUNICIPAL, E PEGA PERCEPÇÕES

3

QUESTIONA OS MORADORES SOBRE O SENTIMENTO SOBRE O ATUAL MOMENTO DA CIDADE

4

QUESTIONA OS MORADORES SOBRE O FUTURO DA CIDADE E OS PRINCIPAIS PROBLEMAS/DESAFIOS

5

QUESTIONA OS MORADORES SOBRE O SENTIMENTO DA POLÍTICA LOCAL (MUDANÇA/MANUTENÇÃO)

6

QUESTIONA OS MORADORES SOBRE COMO SERIA O PREFEITO/VEREADOR "DOS SONHOS"

7

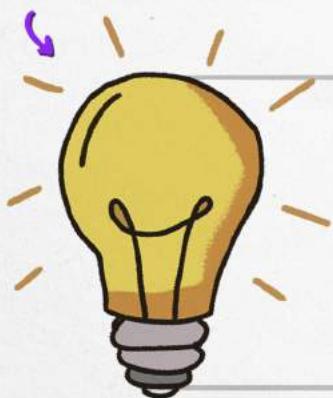
APRESENTA FOTOS E QUESTIONA OS MORADORES SOBRE OS CANDIDATOS PARA VER RECONHECIMENTO E PERCEPÇÕES

8

FAZ UM "SORTEIO" E COLOCA MATERIAIS DE TESTE PARA VALIDAÇÃO DO GRUPO EM RELAÇÃO A COERÊNCIA, TRANSPARÊNCIA, CREDIBILIDADE, E MÉRITO DA NARRATIVA

9

IDENTIFICA SE HOUVE MUDANÇA DE PERCEPÇÃO SOBRE O CANDIDATO APÓS OS VÍDEOS E BUSCA JUSTIFICATIVA



DICAS DAS ETAPAS DE DINÂMICA

- 1 O OBJETIVO É SABER SE O RECRUTAMENTO DAS PESSOAS FOI BEM FEITO
- 2 O OBJETIVO É NÃO DEIXAR AS PESSOAS CIENTES DE QUE A PESQUISA É PARA O CANDIDATO X
- 3 NÃO PERGUNTE O QUE ESTÃO ACHANDO (BOOM OU RUIM), MAS SIM SOBRE O SENTIMENTO (PARA DESENVOLVEREM A RESPOSTA)
- 4 COMO VOCÊ ENXERGA A CIDADE/REGIÃO DAQUI A 10 ANOS?
- 5 ESTÁ NA HORA DE HUDAR OU DE MANTER?
- 6 FAZER UM "SORTEIO" E TIRAR O SEU CANDIDATO (MUITAS VEZES OS ENTREVISTADOS TÊM MEDO DE SE PRONUNCIAR, DESSA FORMA SE SENTEM MAIS CONFORTAVEL)
- 7 PERGUNTAR O ANTES E DEPOIS SOBRE A IMPRESSÃO DOS ENTREVISTADOS EM RELAÇÃO AO CANDIDATO