



EU VEREADOR
♦ pré-campanha ♦

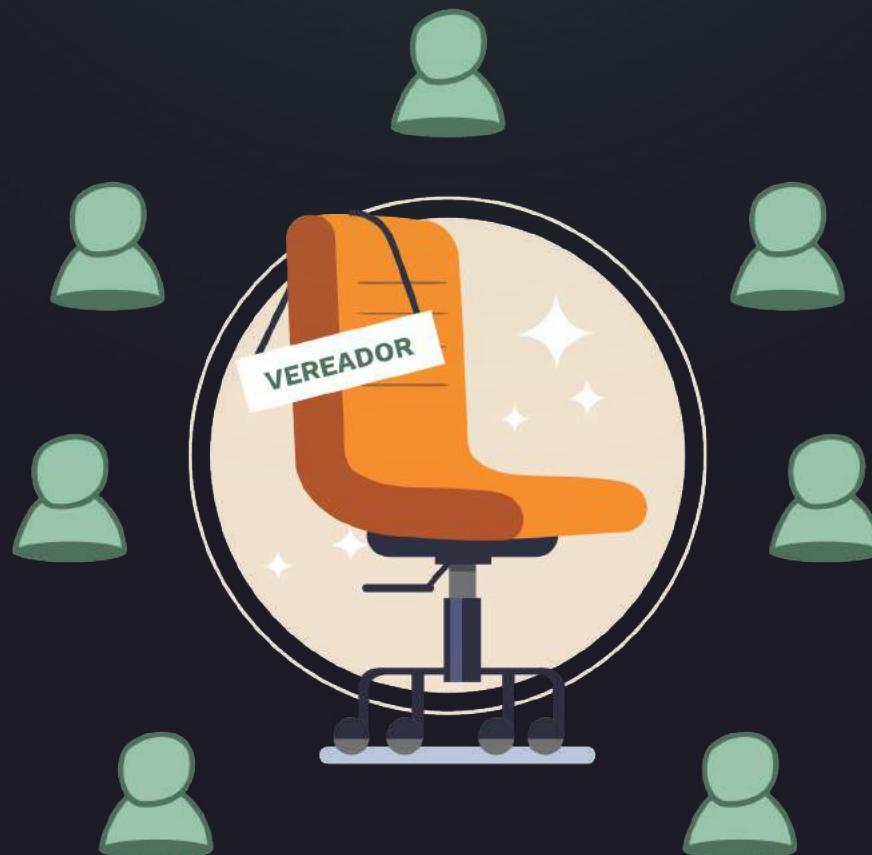


O seu desafio

**57 mil vereadores
eleitos em todo Brasil**

Cerca de 400 mil
candidatos a vereador

7 candidatos para cada vaga





O que você vai encontrar

Como o curso foi organizado

1. 📁 Por dentro da política
2. 🧠 Como funciona a cabeça do eleitor
3. 🔎 Pré-campanha sem mistério
4. 💡 Definindo a sua pré-candidatura
5. 📣 Como atrair a atenção dos eleitores agora?
6. 👀 Como manter os eleitores cativados até a eleição?
7. 🏆 Lições para uma pré-campanha de sucesso



Seu professor

Marcelo Vitorino

Professor e consultor de marketing político. Tem mais de 20 anos de experiência em campanhas eleitorais de todos os pleitos nas 5 regiões do país. É um dos pioneiros no uso de ferramentas digitais em campanhas políticas no Brasil e é referência no marketing político brasileiro.

Tem em seu currículo campanhas em todas as esferas eleitorais, de vereança à presidência da República, entre elas as de Gilberto Kassab para a Prefeitura de São Paulo em 2008, Netinho de Paula para Vereador de São Paulo em 2012, Marcelo Crivella para a Prefeitura do Rio de Janeiro em 2016, além de ter auxiliado nas campanhas de vereança do Partido NOVO em 2016 em Belo Horizonte e Porto Alegre, Geraldo Alckmin 2018 (presidência 2018), Arthur Henrique 2020 (prefeitura de Boa Vista 2020), Wilder Morais (senado de Goiás 2022), Mauro Mendes (governo de Mato Grosso 2022), Cel Marcos Rocha (governo de Rondônia 2022), Romero Jucá (senado de Roraima 2022) e muitas outras campanhas



+ 15 MIL ALUNOS

+ 20 ANOS DE EXPERIÊNCIA

MARCELO VITORINO

@MVITORINO_

MARCELO VITORINO

ENTRE PARA MINHA LISTA DE TRANSMISSÃO

QR code

MÓDULO 01

Por dentro da política



MÓDULO 01

Por dentro da política



1.1 O que faz um vereador

1.2 Coisas que você deveria saber antes de se candidatar

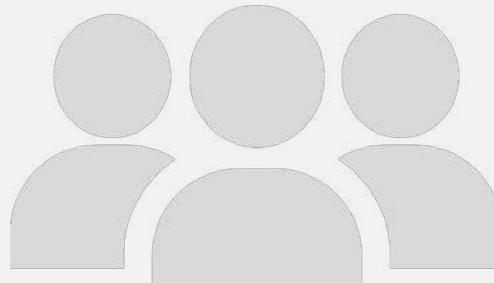
1.3 Tripé ideológico

1.4 Com o que você não deveria se preocupar agora

O que faz um vereador



Representante da população do município



Atribuições

- Propor e aprovar leis que impactam a administração municipal e/ou a população municipal
- Aprovar o orçamento e fiscalizar a administração municipal
- Processar e julgar o prefeito e os próprios vereadores, podendo, inclusive, cassar-lhes o mandato.
- Auxiliar o prefeito a administrar o município, recomendando-lhe ações em favor da população
- Na ausência do prefeito e do vice-prefeito, o presidente da Câmara Municipal assume a prefeitura.

MÓDULO 01

Por dentro da política



1.1 O que faz um vereador

1.2 Coisas que você deveria saber antes de se candidatar

1.3 Tripé ideológico

1.4 Com o que você não deveria se preocupar agora



Candidaturas precisam de candidatos. Agende-se para dedicar tempo à sua candidatura.



Recursos

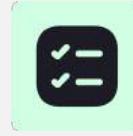
Não existe campanha sem dinheiro.

Quanto menos reputação, mais
dinheiro precisará.



Ideologia

Passarinho que fica em
cima do muro **toma**
pedrada dos dois lados.



Quantidade de votos

Você precisa convencer
apenas 2 a cada 100
pessoas que votam.

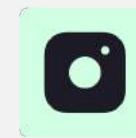


Candidato não é
profissão. Partido não
paga salário.



Dedicação

Manga boa não cai do pé.
Voto não tropeça e cai na
urna. É conquistado.



Rede social

Like não é voto. Like
não toma café e não
aperta mão.

MÓDULO 01

Por dentro da política



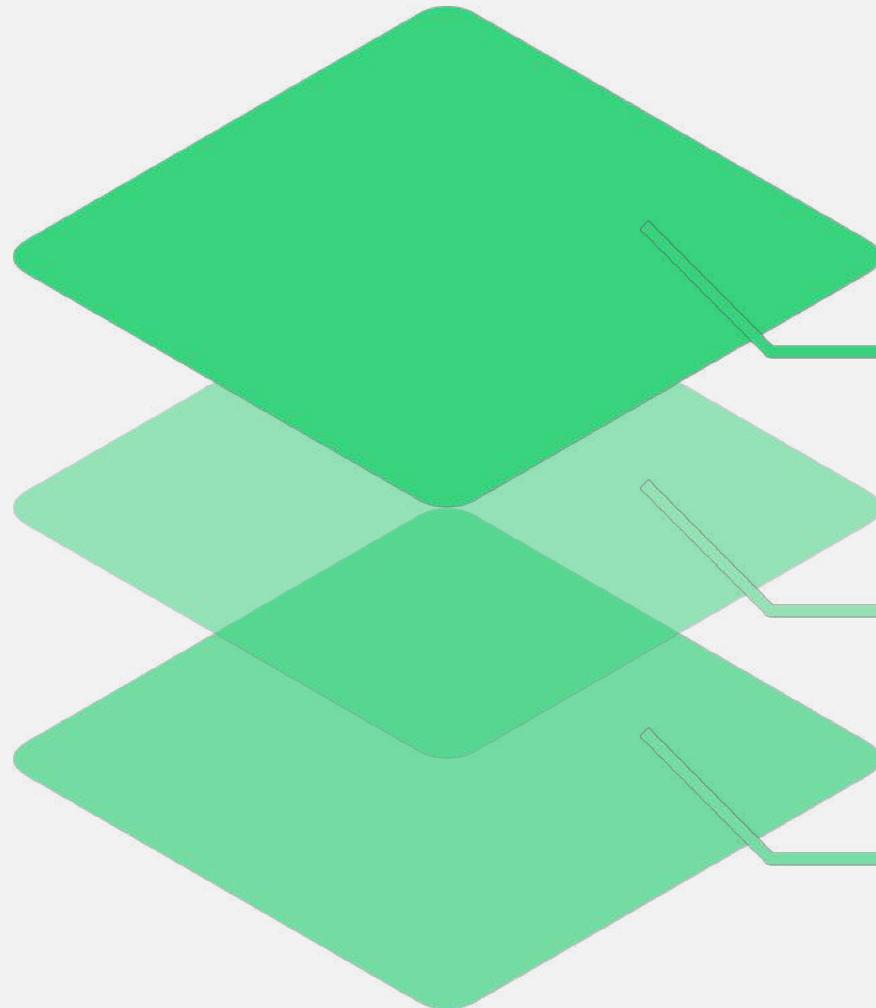
1.1 O que faz um vereador

1.2 Coisas que você deveria saber antes de se candidatar

1.3 Tripé ideológico

1.4 Com o que você não deveria se preocupar agora

TRIPÉ IDEOLÓGICO



Social
Conservador
Liberal

Social Conservador Liberal



DEFENDE

- Liberdade civil
- Democracia representativa
- Proteção do estado ao cidadão
- Segurança social
- Assistência social gratuita
 - saúde, educação, justiça, segurança

Social Conservador Liberal



PAUTAS ASSOCIADAS À CORRENTE SOCIAL:

- Cotas para equilíbrio de desigualdades
- Programas de transferência de renda
 - **bolsa família, bolsa escola, minha casa minha vida**
- Tributação de grandes fortunas

Social Conservador Liberal



DEFENDE

- Concentração do poder
- Valores morais e tradicionais
- Preservação da ordem social e moral
- Valores nacionalistas

Social Conservador Liberal



PAUTAS ASSOCIADAS À CORRENTE CONSERVADORA:

- Volta da monarquia
- Proibição de matrimônio entre pessoas do mesmo sexo
- Proibição do aborto em quaisquer casos
- Contra políticas migratórias

Social Conservador Liberal



DEFENDE

- Liberdade do indivíduo
- Direitos individuais
- Igualdade perante a lei
- Proteção à propriedade privada
- Livre comércio

Social Conservador Liberal



PAUTAS ASSOCIADAS A CORRENTE LIBERAL:

- Limitação e redução de gastos públicos
- Estado mínimo – mínima interferência dos Governos na vida do cidadão
- Direito à posse de armas
- Fim das cotas
- Fim dos programas sociais e assistencialistas

MÓDULO 01

Por dentro da política



1.1 O que faz um vereador

1.2 Coisas que você deveria saber antes de se candidatar

1.3 Tripé ideológico

1.4 Com o que você não deveria se preocupar agora

Com o que você **não deveria** se preocupar agora



Partido

A escolha definitiva do partido deve ser feita em meados de março do ano eleitoral

Com o que você **não deveria** se preocupar agora



Composição da chapa

É impossível fazer qualquer tipo de especulação sobre quem estará disputando.

Com o que você **não deveria** se preocupar agora



Quociente eleitoral

Em vez de fazer contas, aumente sua
reputação e não dependa de ninguém.

Com o que você **não** deveria se preocupar agora



Dizer que é candidato

As pessoas que estão fora da política tem
outros interesses que não são
relacionados a sua candidatura.

Com o que você **não deveria** se preocupar agora



A grama do vizinho

O que outra pessoa faz não te obriga a fazer igual. Você não é todo mundo.

Com o que você
não deveria se
preocupar agora

Partido

Composição
da chapa

Quociente
eleitoral

Dizer que é
candidato

A grama
do vizinho



MÓDULO 02

Como funciona a cabeça do eleitor



MÓDULO 02

Como funciona a cabeça do eleitor



2.1 Eleitor Netflix

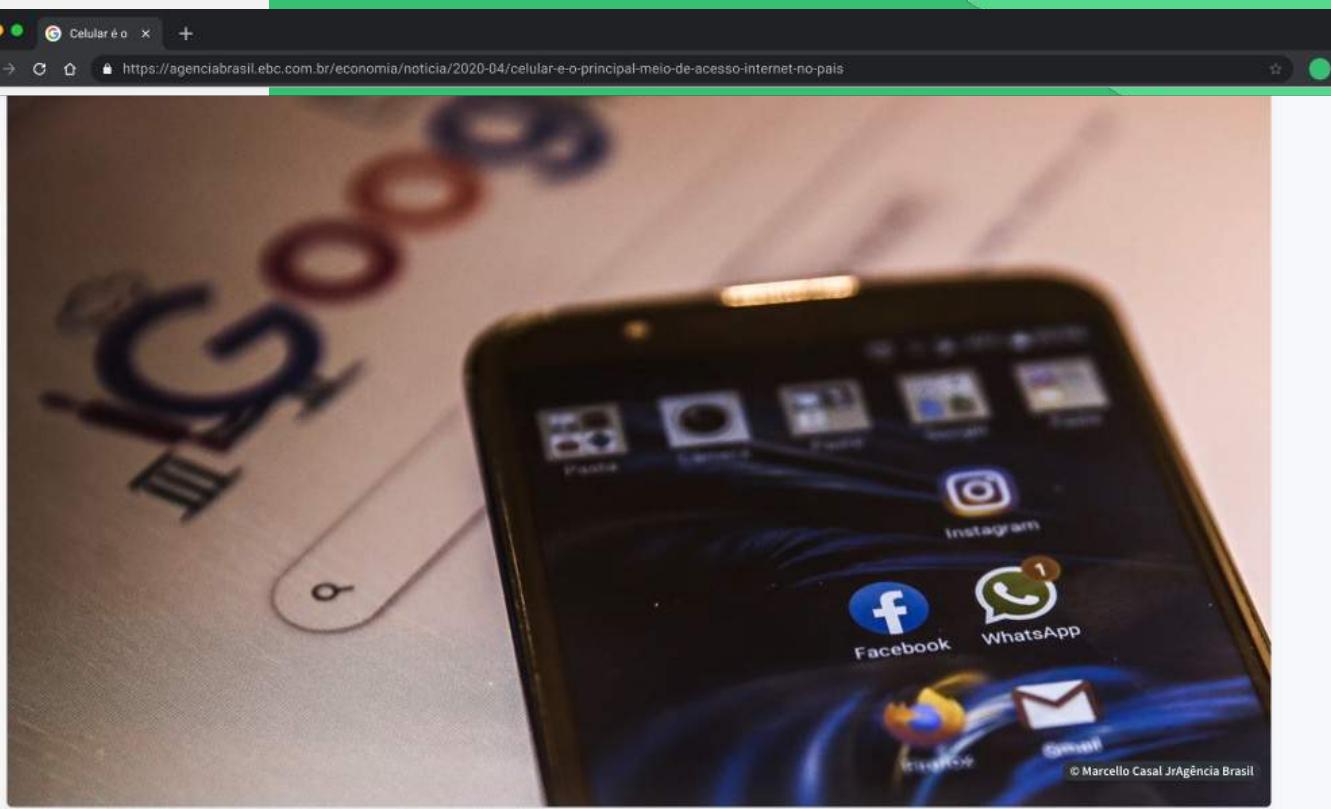
2.2 Como os eleitores usam a internet

2.3 O que os eleitores querem encontrar nos candidatos



Para atrair
a atenção,
você precisa estar na pauta do eleitor,
que hoje consome apenas o que gosta ou
que tem interesse, na hora que ele quer.

O **celular** já tomou
espaço e é a
primeira tela de
muitos brasileiros.



Celular é o principal meio de acesso à internet no país

Acesso pelo celular aumentou para 98,1% de 2017 para 2018

<https://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2020-04/celular-e-o-principal-meio-de-acesso-internet-no-pais>

Pesquisa mostra que mais de 70% dos brasileiros usam celular enquanto assistem a TV

Os resultados foram obtidos em um estudo que contou com a colaboração de 1.130 brasileiros

Por **Guilherme Pinheiro** | 26/05/2022 às 10:00:00 | 0 Reportar erro

<https://mundoconectado.com.br/noticias/v/25626/pesquisa-mostra-que-mais-de-70-dos-brasileiros-usam-celular-enquanto-assistem-a-tv>

A audiência da televisão não é apenas da televisão.

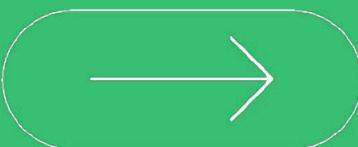


O conteúdo precisa ser pensado para quem **está em movimento e com atenção dispersa**.





EXEMPLOS



Ruim 

“Bom dia! Que Deus ilumine o seu caminho e que as bênçãos do senhor recaiam sobre o seu lar. Efésios: 5:25”



Bom

“O dia que nunca quero esquecer” **na imagem.**

No texto, “Para muita gente a palavra de Deus não significa nada, e até eu entender mais sobre ela, eu também não acreditava. Tudo mudou no dia em que eu estava em desespero, tinha perdido emprego, minha esposa estava doente, e eu não tinha mais a quem recorrer. Antes de dormir, orei e pedi a Deus, não que me desse bens materiais, mas que me iluminasse, que me permitisse ver uma saída. No dia seguinte, me ligaram de uma empresa anterior que eu tinha trabalhado, me oferecendo emprego. Na semana seguinte, minha esposa curada. Orei novamente, dessa vez em agradecimento pelas benções que recebi, sendo a maior delas a de enxergar que existe um Deus que zela por nós.



MÓDULO 02

Como funciona a cabeça do eleitor



2.1 Eleitor Netflix

2.2 Como os eleitores usam a internet

2.3 O que os eleitores querem encontrar nos candidatos



A internet é meio, não fim.

Pense no mundo real e depois
leve para o digital.



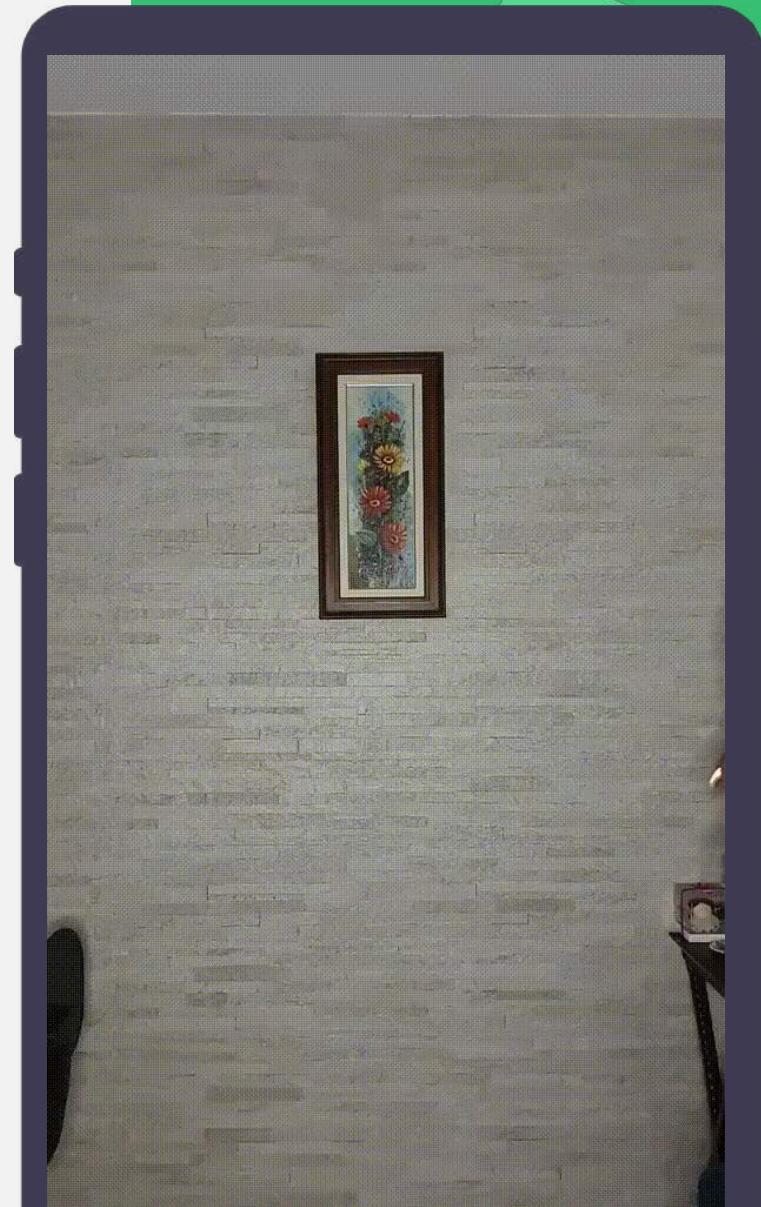
O que as pessoas querem ao usar as ferramentas digitais:

	Informação	Serviços	Aprendizado	Entretenimento	Relacionamento
 Google	✓	✓	✓	✓	
 Facebook				✓	✓
 Instagram				✓	✓
 TikTok			✓	✓	
 YouTube			✓	✓	
 WhatsApp	✓				✓

É preciso levar em conta o momento da pessoa que está consumindo conteúdo.

Por exemplo:

Um vídeo curto é bom para quem quer entretenimento rápido, mas é ruim para quem está buscando aprender algo.



MÓDULO 02

Como funciona a cabeça do eleitor



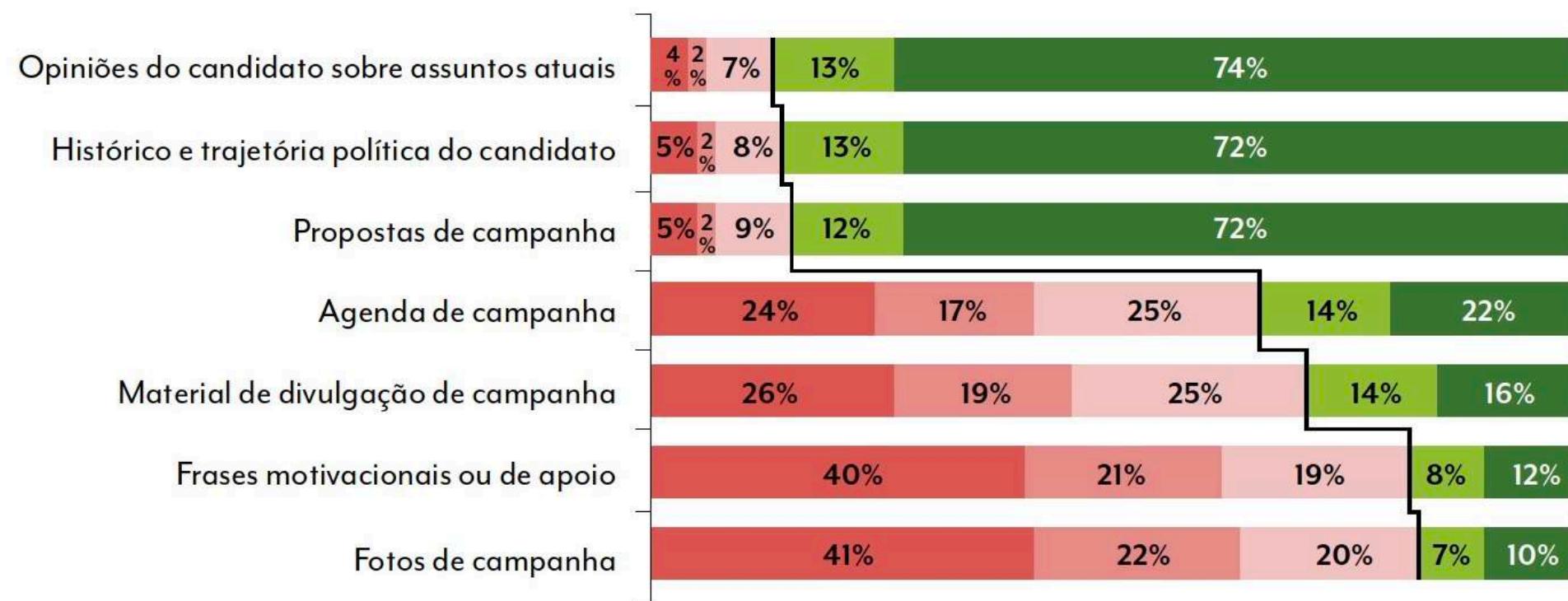
2.1 Eleitor Netflix

2.2 Como os eleitores usam a internet

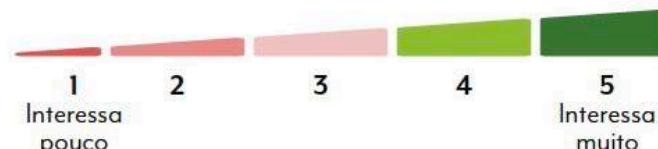
2.3 O que os eleitores querem encontrar nos candidatos

ACESSO À INTERNET E CONSUMO DE CONTEÚDO

12 • PROCURANDO INFORMAÇÕES SOBRE UM CANDIDATO, O QUE MAIS LHE INTERESSA?

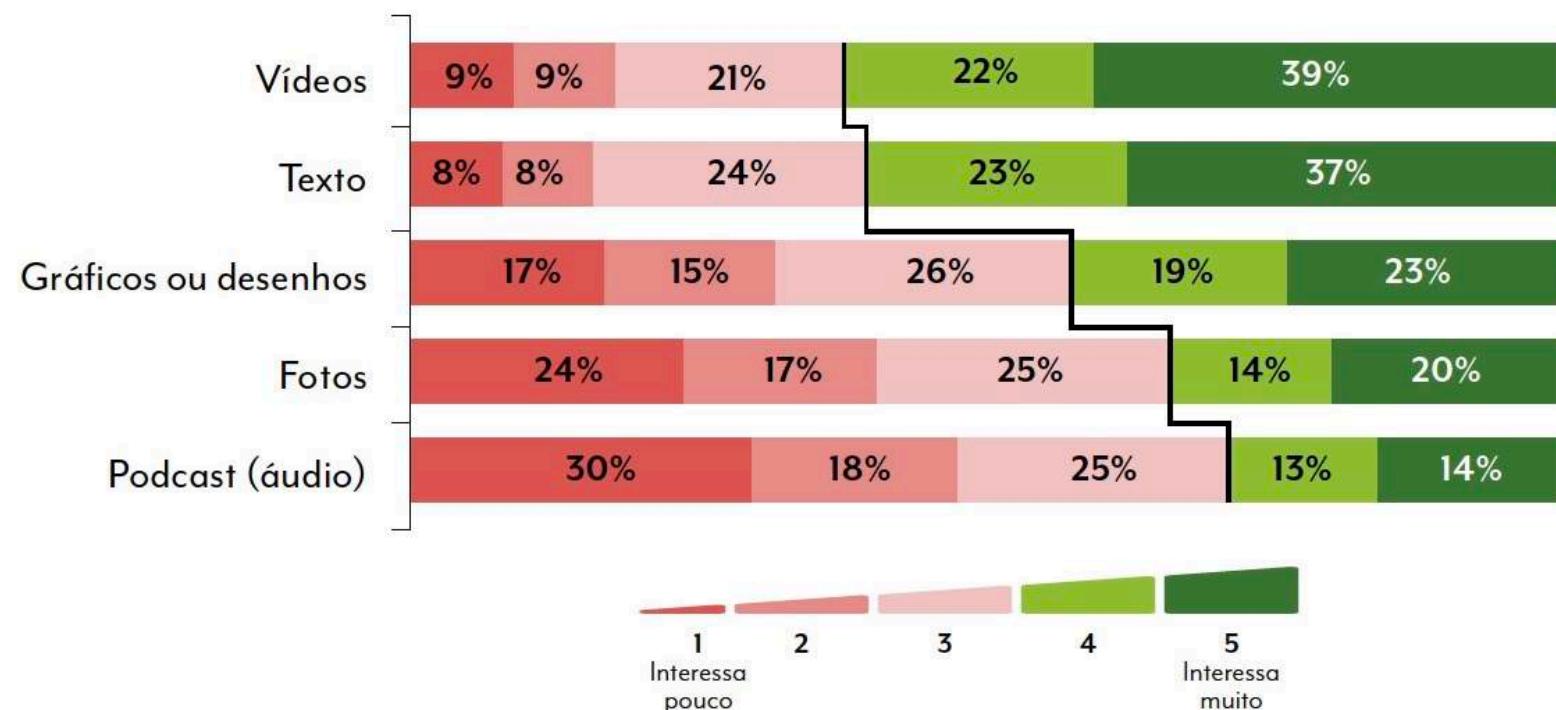


Base total: 3.955 entrevistas



ACESSO À INTERNET E CONSUMO DE CONTEÚDO

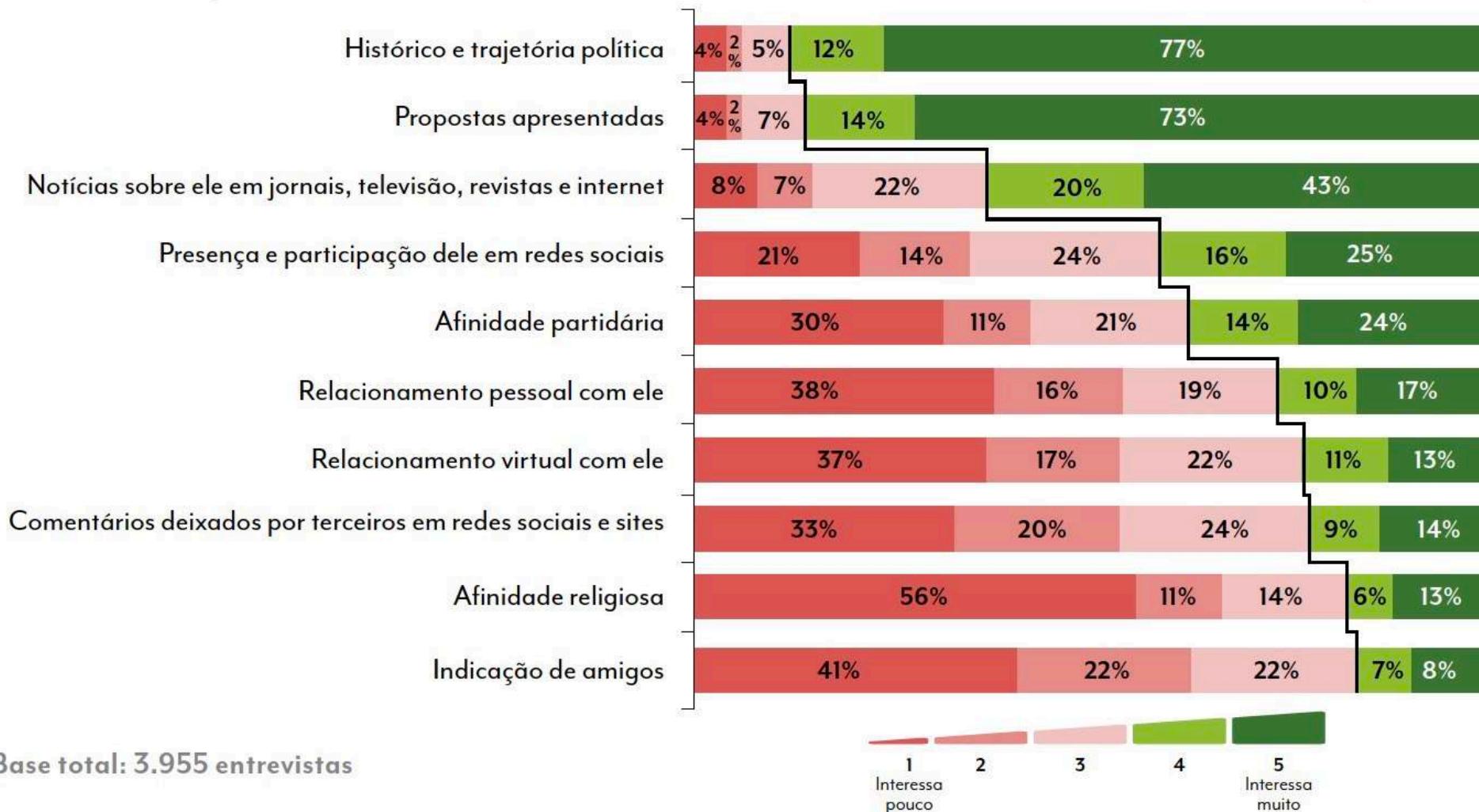
13. EM QUAL FORMATO É MAIS INTERESSANTE VER AS INFORMAÇÕES APRESENTADAS?



Base total: 3.955 entrevistas

ACESSO À INTERNET E CONSUMO DE CONTEÚDO

14. DOS CRITÉRIOS ABAIXO, O QUE PARA VOCÊ É IMPORTANTE NA HORA DE DEFINIR SEU VOTO EM UM CANDIDATO?



Download do material completo

DISPONÍVEL AQUI NA PLATAFORMA



MÓDULO 03

Pré-campanha sem mistério



MÓDULO 03

Pré-campanha sem mistério



3.1 O que é e o que pode ser feito na pré-campanha

3.2 O que não pode ser feito na pré-campanha

3.3 Quais as fases da campanha eleitoral

3.4 Os principais momentos de uma pré-campanha



O que **pode ser feito** na pré-campanha

Cadastrar pessoas em listas
de transmissão no WhatsApp



O que **pode ser feito** na pré-campanha

Fazer publicações
em redes sociais



O que **pode ser feito** na pré-campanha

Ter um site



O que **pode ser feito** na pré-campanha

Criticar ou elogiar pessoas
e ações de governo

De forma respeitosa



O que **pode ser feito** na pré-campanha

Realizar eventos e encontros
sem característica eleitoral



O que pode ser feito na pré-campanha

Participar de ações sociais



O que **pode ser feito** na pré-campanha

Realizar lives



O que **pode ser feito** na pré-campanha

Coletar assinaturas para
movimentos e ações



O que **pode ser feito** na pré-campanha

Ações em benefício a categorias profissionais ou entidades de classe



O que **pode ser feito** na pré-campanha

Impulsionamento em redes sociais

O que pode ser feito na pré-campanha

Cadastrar pessoas
em listas de
transmissão no
WhatsApp

Fazer publicações
em redes sociais

Ter um site

Criticar ou elogiar
pessoas e ações
de governo (de
forma respeitosa)

Realizar eventos
e encontros sem
característica
eleitoral

Participar de
ações sociais

Realizar lives

Coletar assinaturas
para movimentos e
ações

Ações em benefício
a categorias
profissionais ou
entidades de classe

Impulsionamento
em redes sociais

MÓDULO 03

Pré-campanha sem mistério



3.1 O que é e o que pode ser feito na pré-campanha

3.2 O que não pode ser feito na pré-campanha

3.3 Quais as fases da campanha eleitoral

3.4 Os principais momentos de uma pré-campanha



O que **não pode ser feito** na pré-campanha

Pedir voto



O que **não pode ser feito** na pré-campanha

Falar em número de urna



O que **não pode ser feito** na pré-campanha

Produzir ou disseminar boatos



O que não pode ser feito na pré-campanha

Gastar muito dinheiro para
promoção pessoal



O que **não pode ser feito** na pré-campanha

Fazer outdoors



O que **não pode ser feito** na pré-campanha

Distribuir brinde, comida ou
qualquer coisa de valor

O que não pode ser feito na pré-campanha

Pedir voto

Falar em
número de urna

Produzir ou
disseminar
boatos

Gastar muito
dinheiro para
promoção pessoal

Fazer outdoors

Distribuir brinde,
comida ou qualquer
coisa de valor

MÓDULO 03

Pré-campanha sem mistério



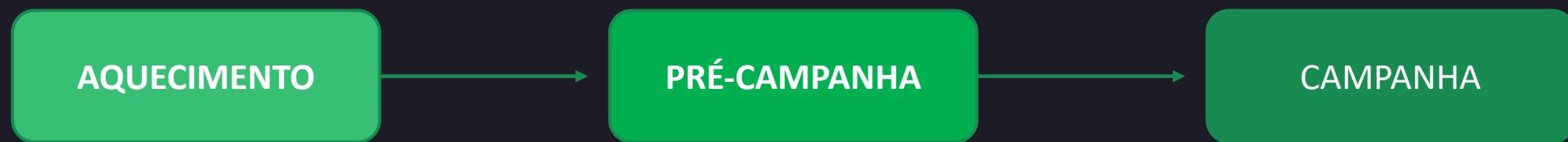
3.1 O que é e o que pode ser feito na pré-campanha

3.2 O que não pode ser feito na pré-campanha

3.3 Quais as fases da campanha eleitoral

3.4 Os principais momentos de uma pré-campanha

Fases da campanha eleitoral



Fase de Aquecimento

Período de construção de reputação e sensibilização

Ano não eleitoral



Fase de Pré-campanha

Período de construção de ampliação de alcance e motivação

Ano eleitoral



Fase de Campanha

Período de presença na rua e mobilização

Ano eleitoral

AGO

SET

OUT

Fases da campanha eleitoral

AQUECIMENTO

PRÉ-CAMPANHA

CAMPANHA

O foco do nosso curso

O que fazer durante a fase de aquecimento

Aquecimento

DEFINIR CANDIDATURA

- Temas que irá abordar
- Públicos
- Regiões
- Posicionamento ideológico

Aquecimento

CONSTRUIR BANCO DE DADOS

- Ações de rua
 - palestras, porta a porta, blitz
- Ações virtuais
 - lives, mobilização

Aquecimento

ESTABELECER/MELHORAR CANAIS DE COMUNICAÇÃO

- WhatsApp
- Facebook
- Instagram
- YouTube
- Site

Aquecimento

CONSTRUIR/REFORÇAR REPUTAÇÃO

- Publicação de conteúdo focado
- Ativação em redes
- Eventos presenciais

Cronograma

ANO NÃO ELEITORAL												
	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	<th>Junho</th> <th>Julho</th> <th>Agosto</th> <th>Setembro</th> <th>Outubro</th> <th>Novembro</th> <th>Dezembro</th>	Junho	Julho	Agosto	Setembro	Outubro	Novembro	Dezembro
Definição da candidatura	Definição de temas que irá abordar											
	Definição de públicos que irá abordar											
	Definições de regiões de trabalho											
	Definição de posicionamento ideológico											
Construção de base de cadastros	Ações de rua (palestras, porta a porta, blitz)											
	Ações virtuais (lives, mobilização)											
Estabelecer canais de comunicação	Abrir e configurar canais (WhatsApp, Facebook, Instagram, Facebook)											
Construção de reputação	Publicação de conteúdo nos canais digitais											
	Compartilhamento do conteúdo com públicos											
	Realização de eventos presenciais											

O que fazer durante a fase de pré-campanha

Pré-campanha

LANÇAR A PRÉ-CANDIDATURA

- Virtual
- Presencial

Pré-campanha

ARRECADAR RECURSOS

- Contratação de plataforma
- Definição de valores
- Definição de usos dos recursos

Pré-campanha

CONSTRUIR BANCO DE DADOS

- Ações de rua
 - palestras, porta a porta, blitz
- Ações virtuais
 - lives, mobilização

Pré-campanha

AMPLIAR REPUTAÇÃO

- + Publicação de conteúdo focado
- + Ativação em redes
- + Eventos presenciais

Cronograma

		ANO ELEITORAL							
		Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Junho	Julho	Agosto
Lançamento da candidatura	Virtual								
	Presencial								
Arrecadação de doações	Contratação de plataforma								
	Definição de valores								
	Definição do uso dos recursos								
Ampliação da captação de cadastros	Ações de rua (palestras, porta a porta, blitz)								
	Ações virtuais (lives, mobilizações)								
Ampliação da construção de reputação	Publicação de conteúdo nos canais digitais								
	Compartilhamento do conteúdo com públicos								
	Realização de eventos presenciais								

MÓDULO 03

Pré-campanha sem mistério



3.1 O que é e o que pode ser feito na pré-campanha

3.2 O que não pode ser feito na pré-campanha

3.3 Quais as fases da campanha eleitoral

3.4 Os principais momentos de uma pré-campanha



Escolha definitiva de partido

FEVEREIRO

MARÇO

DO ANO ELEITORAL

Lançamento da pré-candidatura público interno

MARÇO

ABRIL

DO ANO ELEITORAL

Escolha de domicílio eleitoral

ABRIL

Lançamento da pré-candidatura público externo

MAIO

DO ANO ELEITORAL

Lançamento de campanha de arrecadação

MAIO

DO ANO ELEITORAL

Entrega de documentação

JULHO

AGOSTO



MÓDULO 04

Definindo sua pré-campanha



MÓDULO 04

Definindo sua pré-campanha

4.1 Organizando suas informações

4.2 Escolhendo o partido

4.3 Exemplos de pré-candidaturas



Quem é você

QUEM É VOCÊ

FAMÍLIA



ORIGEM



RELIGIOSIDADE



REGIÃO



IDEOLOGIA



- Liberal
- Social
- Conservador

TEMAS



- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

O QUE TENHO A OFERECER



- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

POR QUE QUER SER CANDIDATO



POSICIONAMENTO



- Oposição
- Situação
- Neutralidade

VISÃO SOBRE A POLÍTICA



DESAFIOS



- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

MÓDULO 04

Definindo sua pré-campanha



4.1 Organizando suas informações

4.2 Escolhendo o partido

4.3 Exemplos de pré-candidaturas

Afinidade partidária



QUAL PARTIDO ESCOLHER E QUAL EVITAR

SOCIAL



LIBERAL



CONSERVADOR



MÓDULO 04

Definindo sua pré-campanha



4.1 Organizando suas informações

4.2 Escolhendo o partido

4.3 Exemplos de pré-candidaturas



João Souza

Professor | 28 anos

👤 Mini biografia

Ex-vereador, 28 anos, solteiro, sem filhos, professor de história, estudou a vida toda no ensino público, defensor de políticas LGBTQIA+, foi líder estudantil. Nascido e criado em Ribeirão Preto, tem atuação predominante na área central da cidade, onde leciona para alunos do segundo grau em colégio particular.

📝 Atividade

Atualmente participa do conselho de educação da cidade, é oposição ao prefeito, tem como pauta principal a educação, é pessoalmente alinhado com a social democracia, quer ser vereador novamente para continuar o trabalho que foi interrompido com a derrota na última eleição (sua chapa não atingiu o quociente eleitoral), atualmente filiado ao PSB.

🏛️ Por que quer ser vereador?

Quer fiscalizar as ações do município relacionadas a educação de primeira infância, ampliar o número de vagas nas creches, cobrir as quadras das escolas, abrir as escolas nos finais de semana para atividades esportivas, implementar boletim eletrônico para que pais acompanhem as atividades.



Eliane Furquim

Comerciante | 46 anos

⌚ Mini biografia

Comerciante, 46 anos, casada, têm 3 filhos, participa ativamente da associação comercial de Campo Grande, cidade em que reside há mais de 20 anos, é dona de posto de gasolina na região norte da cidade.

🕒 Atividade

É do mesmo grupo político da atual gestão municipal, tem como pauta a zeladoria da cidade (iluminação, limpeza, asfalto), define-se como liberal, mas tem posições conservadoras.

Atualmente filiada ao União Brasil.

🏛️ Por que quer ser vereador?

Quer ser vereadora para influenciar nas decisões tomadas na Câmara de Vereador em favor do comércio.

Tem como pautas o novo zoneamento da cidade, projetos de incentivo ao comércio local, quer institucionalizar que pequenas compras no município sejam preferencialmente feitas nas empresas locais, deseja implementar um sistema de premiação para quem pagar impostos em dia e quer desburocratizar o sistema de pedidos de zeladoria.



Cauã Ribeiro

Ex-professor | 40 anos

⌚ Mini biografia

Ex-professor de educação física, motorista de aplicativo, 40 anos, casado, têm 1 filho do primeiro casamento, é liderança do bairro de São Francisco, bairro em que nasceu. É evangélico e tem afinidade com partidos do eixo conservador, mas não é filiado a nenhum.

🕒 Atividade

Participa ativamente das atividades regionais, é do grupo político adversário da atual gestão municipal, tem como pauta a saúde por meio da atividade física.

🏛️ Por que quer ser vereador?

Quer ser vereador para incentivar a prática esportiva em sua cidade. Tem como desafios a instalação de academias ao ar livre, organização de campeonatos esportivos nos bairros, a iluminação e instalação de equipamentos esportivos nas praças, a realização de um evento "Virada esportiva", a instituição de palestras sobre cuidados com o corpo na rede pública de ensino para os pais e crianças, a proibição de fornecimento de alimentos que não sejam saudáveis nas cantinas das escolas municipais.



Renata do Vale
Vereadora | 28 anos

⌚ Mini biografia

Vereadora em mandato em Caucaia do Norte, defensora reconhecida da causa animal, servidora pública de carreira, 28 anos, solteira, está no seu segundo mandato, mora na região sul da cidade e vem de família humilde.

⌚ Atividade

Tem atuação na cidade toda. Pertence ao grupo político do atual prefeito. Se considera social-democrata. Filiada ao PDT

🏛️ Por que quer ser vereador?

Tem como pautas a fiscalização constante do canil público, a realização de feiras de adoção de animais, a implementação do serviço público de castração animal, a escuta de reclamações dos moradores sobre maus tratos animais, quer implementar um aplicativo de denúncia em seu próximo mandato.



Dr. Mauro César
Advogado | 55 anos

⌚ Mini biografia

Advogado com mais de 20 anos de experiência, atuando na área civil e criminal, residente de Itaquaquecetuba há mais de 30 anos. Tem escritório na cidade e participa ativamente dos eventos públicos da região. Não é adepto a nenhuma religião.

🕒 Atividade

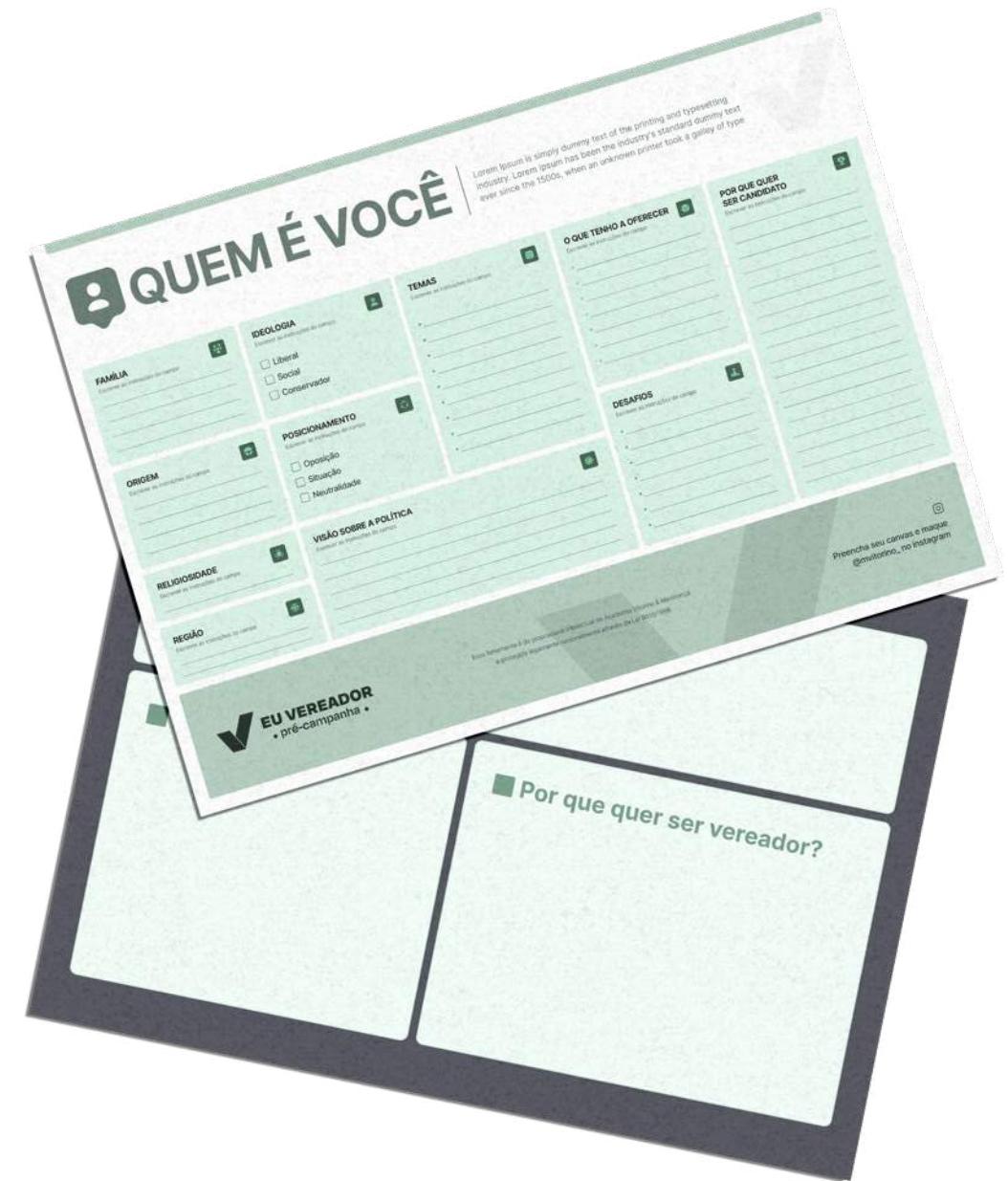
Nunca atuou politicamente. Tem boa relação com os comerciantes locais. Filiou-se recentemente ao MDB.

🏛️ Por que quer ser vereador?

Tem como pautas a defesa do cidadão de forma amplia, quer ser vereador para colocar o gabinete a disposição para orientação ao munícipe, defesa em relação a aumento de impostos e ao abuso de autoridade, bem como, na desburocratização dos serviços do município.

Agora, imprima e preencha o seu

DISPONÍVEL AQUI NA PLATAFORMA



MÓDULO 05

Como atrair a atenção dos eleitores agora?



MÓDULO 05

Como atrair a atenção dos eleitores agora?

5.1 Escolhendo os públicos principais

5.2 Definindo seus canais de comunicação

5.3 Definindo suas pautas de trabalho



**Escolha com
quem você
irá falar**





*Onde encontro os grupos de eleitores que são
simpáticos ao que eu tenho a dizer?*



Públicos regionais

Públicos setoriais

Públicos ideológicos

Públicos segmentados

Públicos regionais



Bairro



Zona



Cidade



Estado

Públicos regionais

Públicos setoriais

Públicos ideológicos

Públicos segmentados

Públicos setoriais



Saúde



Educação



Segurança

...

Públicos regionais

Públicos ideológicos

Públicos ideológicos

Públicos segmentados

Públicos ideológicos



Conservador



Liberal



Social

Públicos regionais

Públicos ideológicos

Públicos ideológicos

Públicos segmentados

Públicos segmentados

 Evangélicos

 Funcionalismo público

 Profissionais liberais

...

MÓDULO 05

Como atrair a atenção dos eleitores agora?

5.1 Escolhendo os públicos principais

5.2 Definindo seus canais de comunicação

5.3 Definindo suas pautas de trabalho



Quais os melhores canais e ferramentas de comunicação para impactar os meus públicos?



EU VEREADOR PRÉ-CAMPANHA – COMO ATRAIR A ATENÇÃO DOS ELEITORES AGORA?

	Tipo	Vantagem	Desvantagem
 Site	Site	Indexação	Complexidade
 Facebook	Rede social	Interação	Sem indexação
 Instagram	Rede social	Interação	Sem indexação
 Twitter	Microblog	Disseminação	Limitado
 LinkedIn	Rede social	Segmentação	Popularidade
 TikTok	Rede social	Viralização	Abrangência
 YouTube	Agregador multimídia	Acessível	Produção
 WhatsApp/Telegram	Mensageiros eletrônicos	Agilidade	Perecível
 Abordagem porta a porta	Rua	Próximidade	Tempo
 Eventos	Rua	Próximidade	Custo

MÓDULO 05

Como atrair a atenção dos eleitores agora?



5.1 Escolhendo os públicos principais

5.2 Definindo seus canais de comunicação

5.3 Definindo suas pautas de trabalho

Quais são os assuntos
que **você domina?**

Qual sua **experiência prática ou**
histórico com os assuntos que domina?

Você é reconhecido por
dominar esses assuntos?

Existem **outros candidatos que**
dominam os seus temas?

Você produz conteúdo
sobre esses assuntos?

Esse assunto é relevante
para a disputa da vereança?



Quando conseguir definir suas pautas, **escolha uma pauta macro e divida em bandeiras.**



Regional



Temática



Ideológico

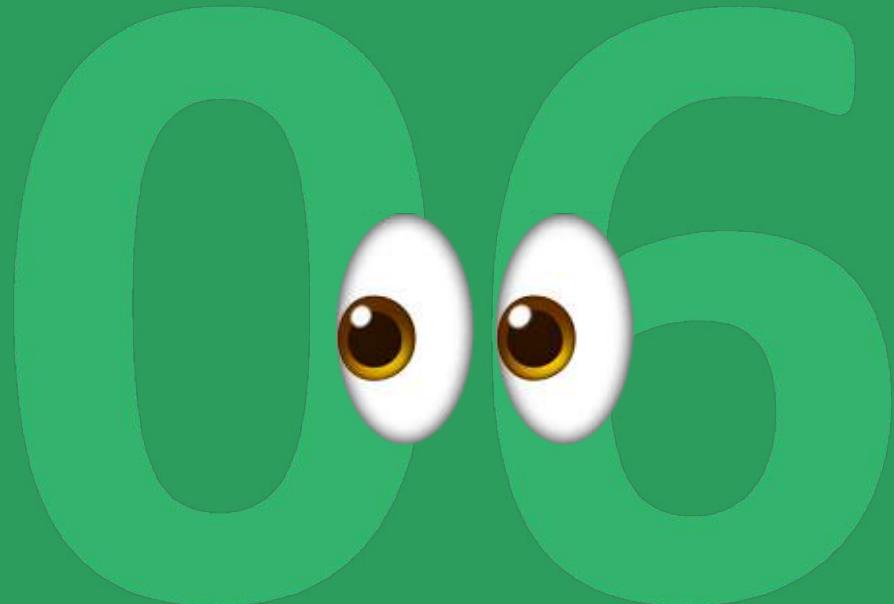
Pauta macro: Saúde

- ─ **Bandeira regional:** Saneamento de bairro que era ocupação
- ─ **Bandeira temática:** Campanha de vacinação
- ─ **Bandeira ideológica:** Atendimento social nos postos de saúde

Quem fala com todo mundo
não é lembrado por
ninguém

MÓDULO 06

Como manter os eleitores cativados até a eleição?



MÓDULO 06

Como manter os eleitores cativados até a eleição?

6.1 Como contar sua história sem ser chato

6.2 Comunicação digital

6.3 Comunicação de campo

6.4 Construindo seu banco de dados para campanha



A **base** de todo o seu
conteúdo é a **sua história**

Aprenda a contar a sua

Comece a usar **técnicas de
storytelling** no seu conteúdo



Storytelling é a arte de **contar histórias de forma envolvente**

Storytelling é a fórmula de sucesso do entretenimento

Você já assistiu ou ouviu falar desse filme?

TÉCNICA DE STORYTELLING:
A JORNADA DO HERÓI



Ato 1



Ato 2



Ato 3



Início



Meio



Fim



Apresentação



Confrontação



Resolução



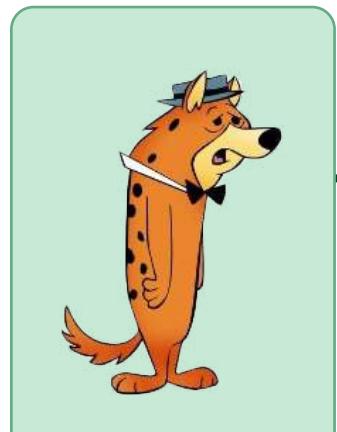
Uma boa
história
deve ter:

- Personagem com um objetivo
- Contexto | Apresentação de fatos
- Conflito | Perrengue | Problema
- Solução | Transformação | Superação

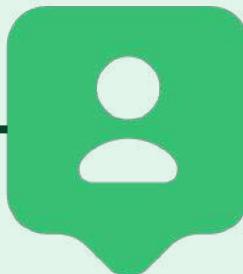
Ninguém
gosta de
personagens
que:

- Se vitimizam
- Sejam imbatíveis
- Não evoluem
- Saem da história do mesmo jeito que entraram

Um bom personagem é



Nem fraco demais



Uma pessoa comum com uma boa história de superação



Nem forte demais

Mas só contar sua
história não basta

Você precisa
conquistar as pessoas



Você precisa mobilizar
as pessoas para algo

As etapas da comunicação

As etapas da comunicação

SENSIBILIZAR

Crie empatia

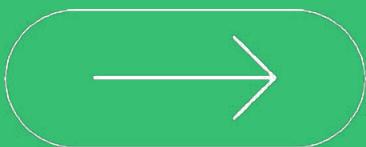
MOTIVAR

Dê razões, motivos

MOBILIZAR

Faça seu pedido

Exemplos de conteúdo





NASCI EM 1995
NA CIDADE DE
RIBEIRÃO PRETO

ESTUDEI A VIDA TODA
NO ENSINO PÚBLICO

SOU PROFESSOR
DE HISTÓRIA E
DEFENSOR DAS
POLÍTICAS
LGBTQIA+

FAÇA PARTE
DA NOSSA
CAMINHADA!

LEGENDA

Nasci e fui criado no interior de Alvorada/RS, pelos meus pais. Sou o filho mais novo de quatro irmãos. Quando eu era criança meus pais não tinham dinheiro para comprar roupas novas para todos os filhos e como eu era o mais novo, sempre usava as roupas do meu irmão mais velho. Lembro-me que usei um mesmo tênis para ir para a escola, por uns três anos seguidos, cuidava deles como se fossem de ouro, eu não jogava nem bola com eles, para não estragar.

Sempre estudei em escola pública. Tive uma professora na quinta série, chamada Marta, que dizia que através dos estudos podemos conquistar o mundo. No dia em que me formei no ensino médio, essa mesma professora me disse que se eu sonhasse com todas as minhas forças, eu poderia ser o que eu quisesse. Agradeço a Deus por hoje ter a oportunidade e condições de poder ajudar ao próximo com os princípios e valores que aprendi.



Minha mãe sempre conta que eu adorava ficar na frente de casa lendo os livros que papai me trazia. Eu gostava de ir à missa todos domingos, era o único dos quatro irmãos, que não reclamava de ir, gostava de ouvir atentamente cada palavra do padre na benção, por pouco não fui padre, mas Deus tinha outros planos para mim.

Meus pais sempre trabalharam muito para sustentar eu e meus irmãos, nunca nos faltou nada.

Eu e meus irmãos tivemos a chance de prosseguir nos estudos, e graças a Deus com a ajuda de meus pais, mesmo com dificuldades, cada um de nós pôde estudar e trabalhar pra ajudar no sustento de casa.

Tenho orgulho dos meus pais por serem fortes e nunca desistirem de nada.

Lembro-me que quando eu era criança, todas as noites, antes de dormir, minha mãe rezava conosco, pedindo a Deus que abençoasse a nossa família e que todos pudessem ter um prato de comida e uma cama quentinha para dormir, eu acreditava que quando ela pedia a Deus ele realizava todos os pedidos dela. Até hoje costumo rezar pedindo as mesmas coisas. Tive uma infância muito feliz, pude brincar e aproveitar cada momento dela. Agradeço aos meus pais por tudo o que fizeram por mim, se hoje sou um homem forte e um pai amoroso, foi graças ao amor deles.



LEGENDA

Me lembro muito bem do dia em que essa foto foi tirada. Foi no mesmo dia que a minha professora de matemática mandou um bilhete para os meus pais. Não sei como funciona hoje, mas naquela época era assim, você bagunçava e os professores mandavam bilhetes para os pais, e você precisava devolver no dia seguinte assinado.

O daquele dia veio da professora Margarete, que me acompanhou desde a 5.^a série até o início do colegial. Ela me pegou conversando enquanto explicava a matéria e achou que eu merecia um alerta. Ok, aquele dia foi ruim, fiquei de castigo por uma semana, mas foi graças a ela que desenvolvi minha paixão por números, o que me fez depois estudar administração pública e chegar até aqui.

Professora Margarete, se essa publicação chegar até a senhora, quero que saiba que lhe agradeço, por nunca ter desistido de mim.

Feliz dia dos professores!



PECENDA

Há 5 anos eu faço o mesmo trajeto pelas manhãs. Levo a Daniela, minha filha, para a escola e de lá vou para o trabalho. Entre minha casa e o destino final eu passo pela Av. Alberto Barros, mas também passo por ruas menos movimentadas, como a Rua do Carmo, que é aonde minha filha estuda.

Em todos esses anos eu andei por essas calçadas e posso garantir que nenhum vereador deve ter feito esse caminho, porque se andou e nada fez, é uma pessoa que não tem amor pela região e nem pelas pessoas que moram aqui.

É buraco, mato, terra, bueiro destampado, níveis diferentes e todo tipo de problema, que qualquer um pode ver. Outro dia mesmo eu quase quebrei o pé nesse caminho.

É uma calçada pior do que a outra. Se na minha idade eu já encontro dificuldade para caminhar, imagino o que acontece com os mais idosos e com aqueles que possuem problemas de locomoção, como os cadeirantes.

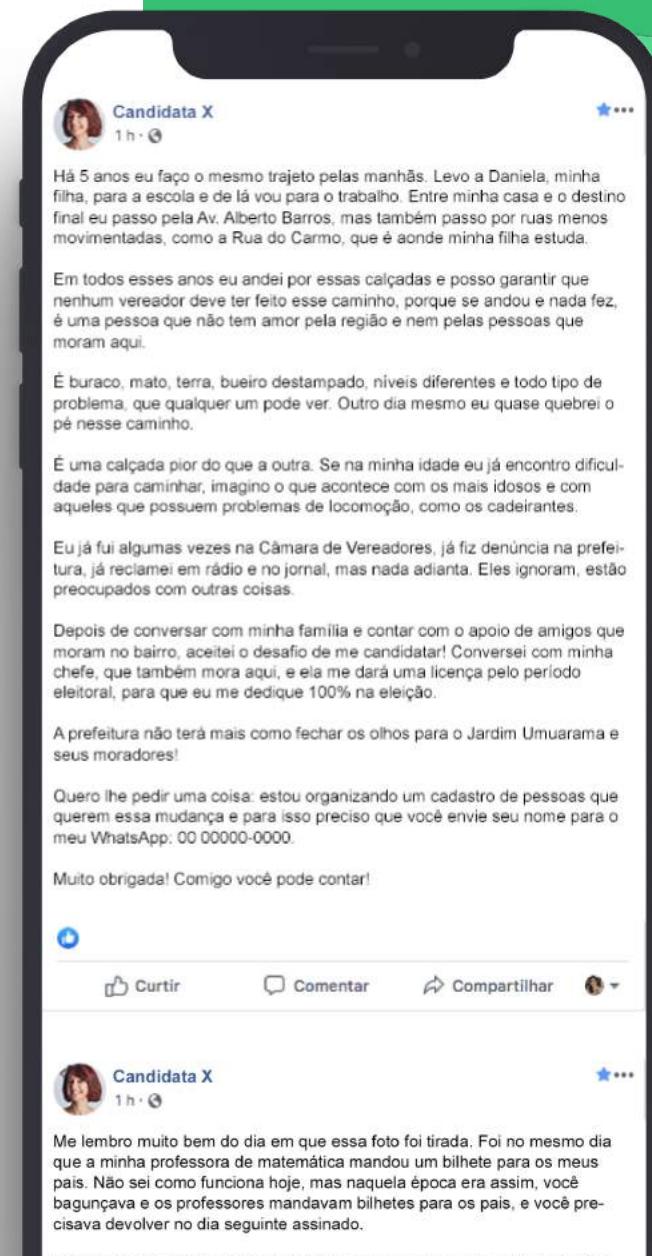
Eu já fui algumas vezes na Câmara de Vereadores, já fiz denúncia na prefeitura, já reclamei em rádio e no jornal, mas nada adianta. Eles ignoram, estão preocupados com outras coisas.

Depois de conversar com minha família e contar com o apoio de amigos que moram no bairro, aceitei o desafio de me candidatar! Conversei com minha chefe, que também mora aqui, e ela me dará uma licença pelo período eleitoral, para que eu me dedique 100% na eleição.

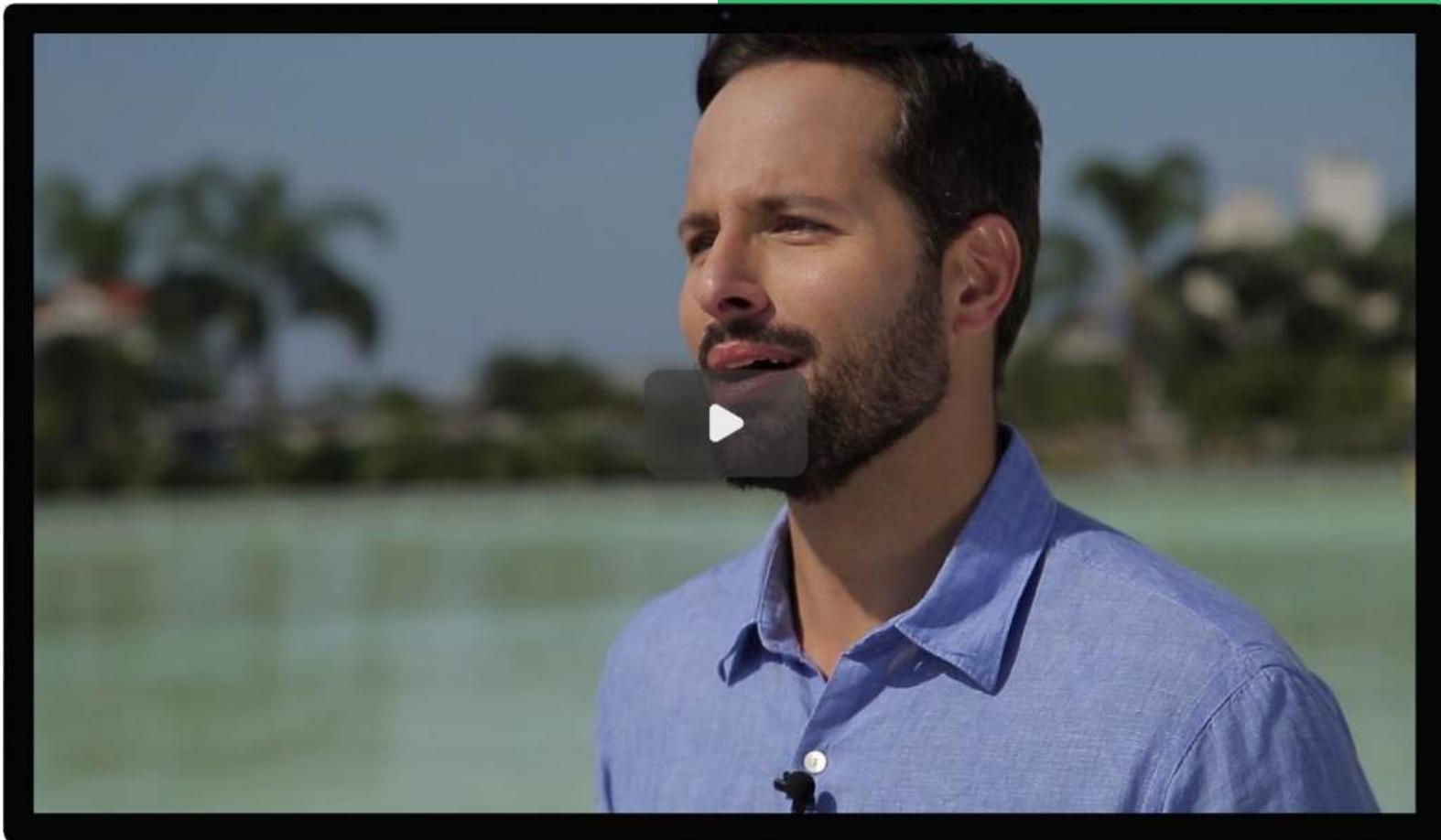
A prefeitura não terá mais como fechar os olhos para o Jardim Umuarama e seus moradores!

Quero lhe pedir uma coisa: estou organizando um cadastro de pessoas que querem essa mudança e para isso preciso que você envie seu nome para o meu WhatsApp: 00 00000-0000.

Muito obrigada! Comigo você pode contar!



EU VEREADOR PRÉ-CAMPANHA – COMO MANTER OS ELEITORES CATIVADOS ATÉ A ELEIÇÃO?



<https://www.youtube.com/watch?v=PN9V32lyH5w>



<https://www.youtube.com/watch?v=JZCLHOnM7FU>



<https://www.youtube.com/watch?v=LVG60Vqy0dU>

MÓDULO 06

Como manter os eleitores cativados até a eleição?



6.1 Como contar sua história sem ser chato

6.2 Comunicação digital

6.3 Comunicação de campo

6.4 Construindo seu banco de dados para campanha



Plano de conteúdo



Exemplo de plano de conteúdo

Mensal



Pauta macro: Educação

Janeiro

Atividades de lazer
educativas para crianças
e adolescentes

Fevereiro

Volta às aulas /
atenção aos pais

Março

Alimentação das
creches do município

Abril

Consumo consciente

Maio

Visita as escolas de
ensino fundamental

Junho

Programa nacional de
alimentação escolar

Julho

Atividades de lazer
educativas para crianças e
adolescentes fora da escola

Agosto

Programas para
educação para adultos

Setembro

Mês do professor /
destaques semanais
para educadores

Outubro

Dia das crianças /
Primeira infância

Novembro

Enem

Dezembro

Retrospectiva

Exemplo de plano de conteúdo

Semanal

Segunda	Terça	Quarta	Quinta	Sexta	Sábado	Domingo
Notícia em destaque	Questionamento sobre pauta	Ponto comercial (visita e história); Personalidade influente	Foto memória, com história pessoal, do bairro, curiosidade	Dica da cidade (evento, o que fazer, lazer)	Compartilhar conteúdo relevante para suas pautas e para a reputação (artigo, vídeo, trecho de livro, série)	Foto pessoal (família, pets, rotina pessoal, encontro com amigo, visita a igreja)

Exemplo de plano de conteúdo

Diário

SEGUNDA-FEIRA

		f Facebook			@ Instagram			Twitter		YouTube		WhatsApp	
		Perfil	Página	Grupo	Feed	Stories	Reels						
Segunda	Manhã	Notícia sobre obra atrasada no bairro x			Card com imagens da obra atrasada	Visita à obra atrasada no bairro x + enquete		Marcação do @ da prefeitura na notícia da obra atrasada					Disparo da notícia na comunidade da região da obra atrasada
	Tarde		Notícia sobre obra atrasada no bairro x				Comparativo do início da obra e como está						
	Noite			Notícia sobre obra atrasada no bairro x									

Exemplo de plano de conteúdo

Diário

QUARTA-FEIRA

		f Facebook			@ Instagram			Twitter		YouTube		@ WhatsApp	
		Perfil	Página	Grupo	Feed	Stories	Reels					Lista de transmissão	Comunidades
Quarta	Manhã					Cobertura em tempo real da visita à padaria do Zé							
	Tarde	Foto comendo e localização da padaria do Zé Pão	Texto contando a história da padaria e relação com meus pais	Enquete quem conhece a padaria do Zé Pão com foto comendo									
	Noite				Texto contando a história da padaria e relação com meus pais								

Exemplo de plano de conteúdo

Diário

QUINTA-FEIRA

		f Facebook		Instagram			Twitter		YouTube		WhatsApp	
		Perfil	Página	Grupo	Feed	Stories	Reels				Lista de transmissão	Comunidades
Quinta	Manhã	Foto TBT da minha formatura				Sequência de stories com fotos para contar da minha jornada universitária e escolha da profissão				Envio do vídeo do YouTube para a lista de transmissão de jovens	Compartilhamento do vídeo do YouTube na comunidade de jovens estudantes	
	Tarde		Foto TBT da minha formatura contando como escolhi essa carreira	Compartilhamento do post TBT em grupo temático de estudantes da cidade				Marcação de @ de antigos colegas de faculdade para contar histórias da época				
	Noite				Foto TBT da minha formatura contando como escolhi essa carreira		Trend com música e fotos da vida universitária					

Exemplo de plano de conteúdo

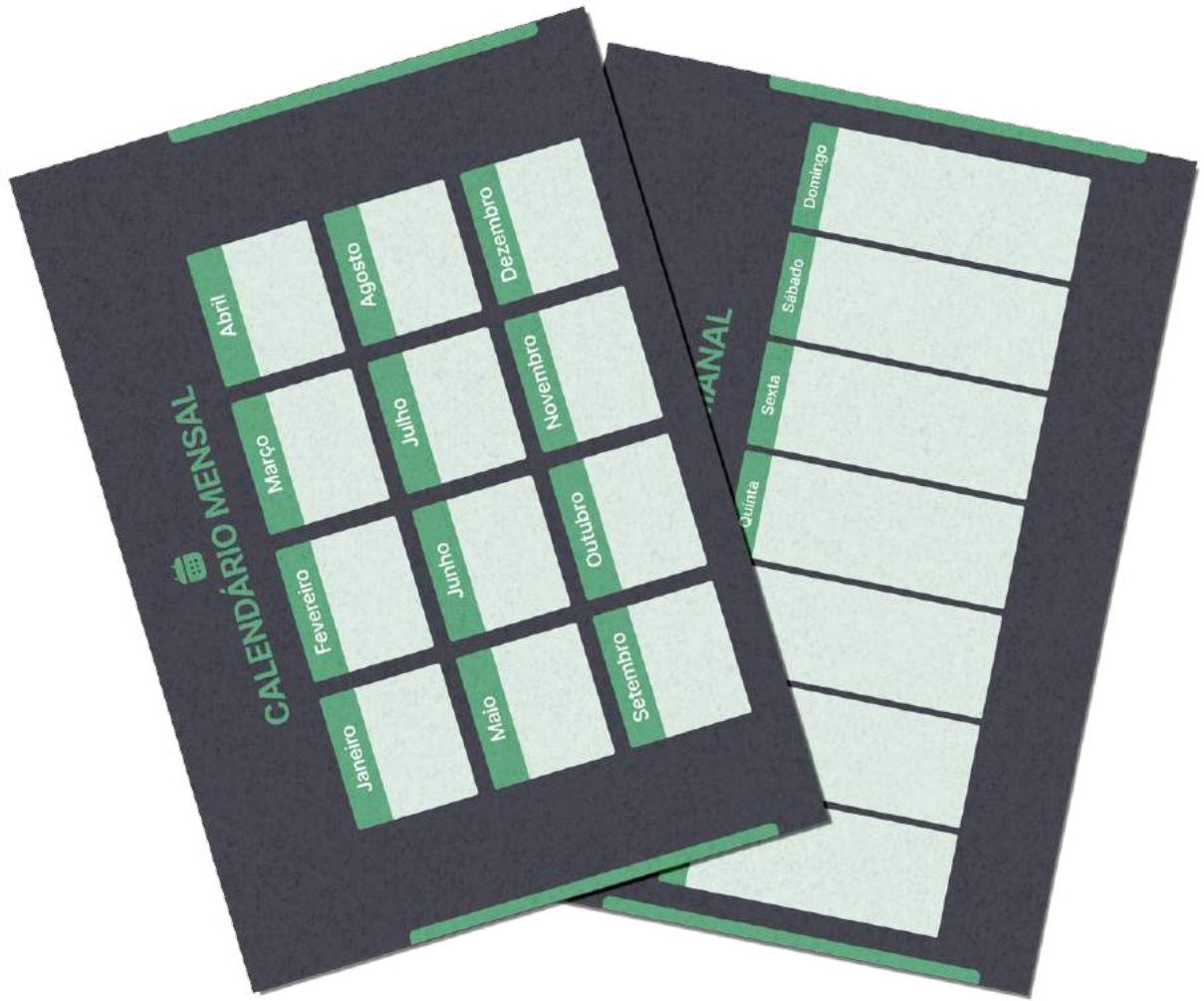
Diário

DOMINGO

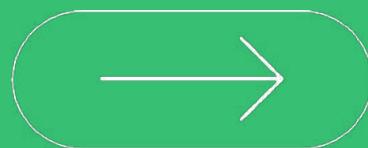
		f Facebook		@ Instagram		Twitter		YouTube		WhatsApp	
		Perfil	Página	Grupo	Feed	Stories	Reels			Lista de transmissão	Comunidades
Domingo	Manhã	Vídeo brincando com os cachorros				Quiz de cachorro X personalidade					
	Tarde		Foto brincando com os cachorros + texto explicando a personalidade de cada um				Trend com vídeo brincando com os cachorros				
	Noite			Compartilhamento do post em grupos de petlovers da cidade	Foto brincando com os cachorros + texto explicando a personalidade de cada um						

Faça download do seu calendário

DISPONÍVEL AQUI NA PLATAFORMA



Bons exemplos de conteúdo





<https://www.youtube.com/watch?v=JWKMEFFzgnc>



Lembro, meio que vagamente, quando ainda criança,

LEGENDA

Conheci Jane no final de um culto. Eu já havia pedido a Deus uma companheira e quando a vi soube imediatamente que era ela. Lembro até da roupa que usava: calça de veludo azul e uma blusa xadrez. Muitos anos se passaram e nosso amor só aumenta. Minha primeira namorada! Meu eterno amor!



Marcelo Crivella

Publicado por Marcelo Crivella [?] · 12 de junho de 2017 ·

Conheci Jane no final de um culto. Eu já havia pedido a Deus uma companheira e quando a vi soube imediatamente que era ela. Lembro até da roupa que usava: calça de veludo azul e uma blusa xadrez. Muitos anos se passaram e nosso amor só aumenta. Minha primeira namorada! Meu eterno amor!

#DiaDosNamorados

Promoção indisponível

13 mil

493 comentários 503 partilhas

Gosto

Comentar

Partilhar

Desempenho da tua publicação

313.408 Pessoas alcançadas

29 200 Reações, comentários e partilhas

11 862	11 862	0
Gosto	Na publicação	Em partilhas

1594	1594	0
Adoro	Na publicação	Em partilhas

4	4	0
Orgulho	Na publicação	Em partilhas

12	12	0
Riso	Na publicação	Em partilhas

105	105	0
Surpresa	Na publicação	Em partilhas

1	1	0
Tristeza	Na publicação	Em partilhas

1038	519	519
Comentários	Sobre a publicação	Sobre as partilhas

1006	503	503
Partilhas	Sobre a publicação	Sobre as partilhas

0 Cliques em publicações

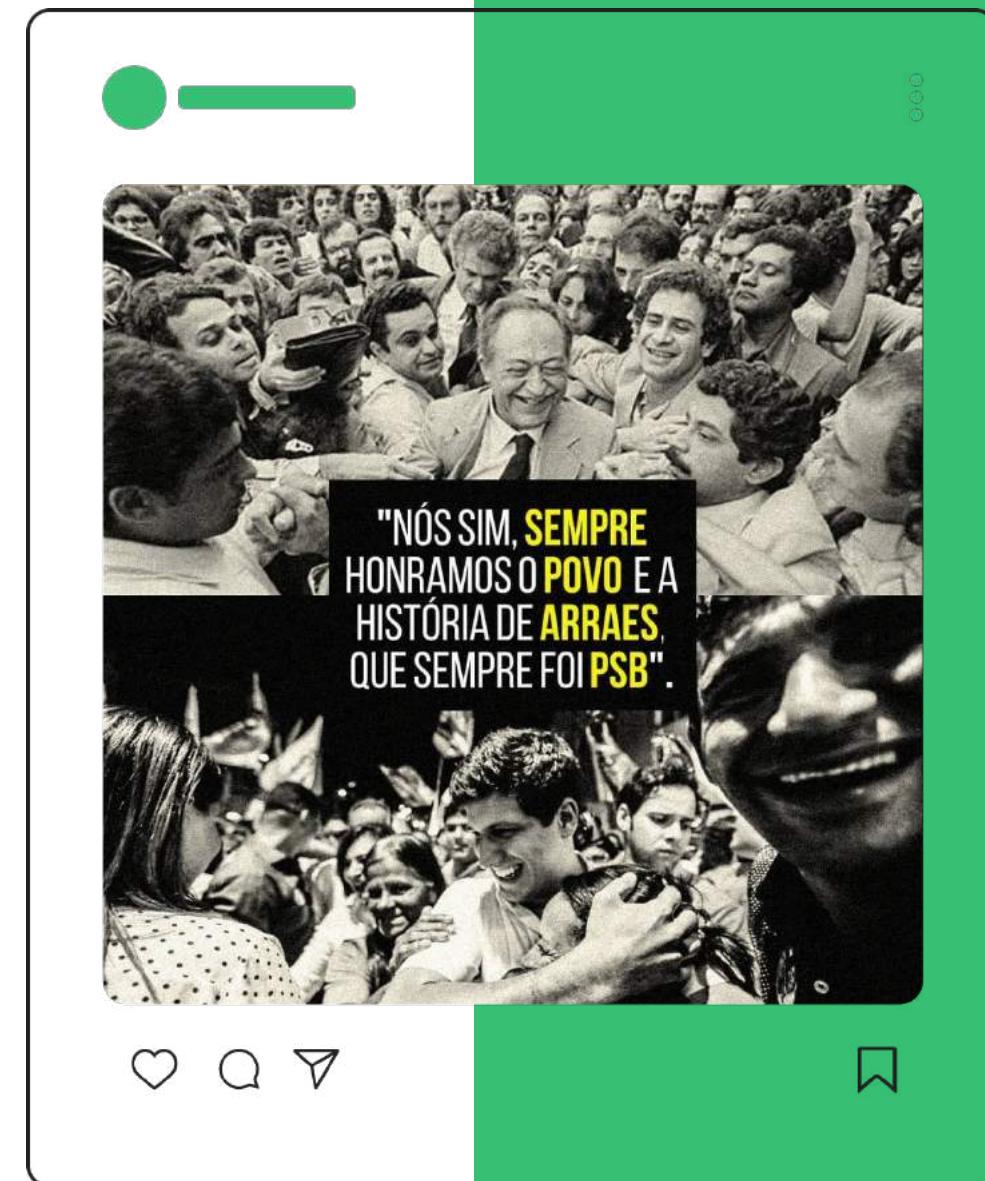
0	0	0
Visualizações de fotos	Cliques em ligações	Outros cliques

OPINIÃO NEGATIVA

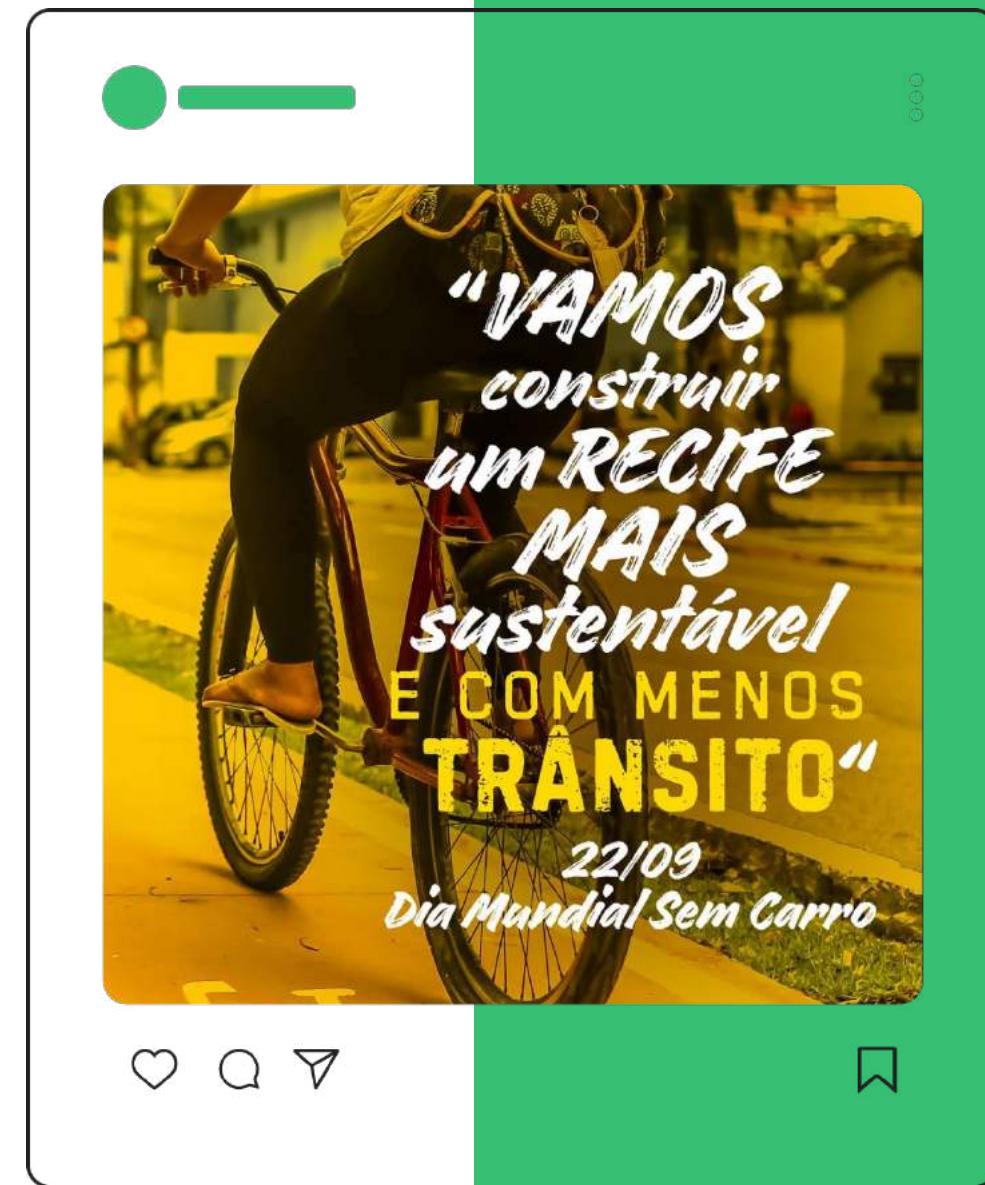
0	0
Ocultar publicação	Ocultar todas as publicações

0	0
Denunciar como spam	Cancelamentos de gostos

As estatísticas denunciadas podem estar atrasadas quando aparecem nas publicações









EU VEREADOR PRÉ-CAMPANHA – COMO MANTER OS ELEITORES CATIVADOS ATÉ A ELEIÇÃO?





<https://www.instagram.com/p/B9CfadvAN1e/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

EU VEREADOR PRÉ-CAMPANHA – COMO MANTER OS ELEITORES CATIVADOS ATÉ A ELEIÇÃO?



<https://www.instagram.com/p/CAA0a-opvcn/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

EU VEREADOR PRÉ-CAMPANHA – COMO MANTER OS ELEITORES CATIVADOS ATÉ A ELEIÇÃO?



<https://www.instagram.com/p/CDXi3AwJgtC/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>



<https://www.instagram.com/p/B9CfadvAN1e/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

EU VEREADOR PRÉ-CAMPANHA – COMO MANTER OS ELEITORES CATIVADOS ATÉ A ELEIÇÃO?



<https://www.instagram.com/p/B9CfadvAN1e/?igshid=YmMyMTA2M2Y=>

EU VEREADOR PRÉ-CAMPANHA – COMO MANTER OS ELEITORES CATIVADOS ATÉ A ELEIÇÃO?



A screenshot of a social media post from Geraldo Alckmin's official account. The post features a Polaroid-style photograph of him and his wife, Lu, standing together outdoors. The caption is a heartfelt message in Portuguese about their relationship and shared experiences.

geraldoalckmin_ • Seguir ...

geraldoalckmin_ Uma das coisas em que mais acertei foi criar coragem em um baile em Pindamonhangaba. Hoje, acho que não tem mais bailes como aqueles. A Lu estava linda naquela noite. Eu precisava fazer alguma coisa, e o frio na barriga quase me impediu. Graças a Deus, a vontade foi maior que o medo. E, ao contrário do que tanto temia, ela aceitou meu convite para dançar. Desde então, estamos sempre juntos, vivendo alegrias e tristezas, nos ajudando um ao outro, sempre com muito amor. Encaramos as dificuldades sem medo, dançando conforme a banda toca. A mãe dos meus filhos, avó dos meus netos, minha companheira, minha

Curtido por natalia3m e outras 2.924 pessoas

12 DE JUNHO DE 2018

Adicione um comentário... Publicar

EU VEREADOR PRÉ-CAMPANHA – COMO MANTER OS ELEITORES CATIVADOS ATÉ A ELEIÇÃO?



<https://www.tiktok.com/@marcelofreixo/video/6983800556691164421>

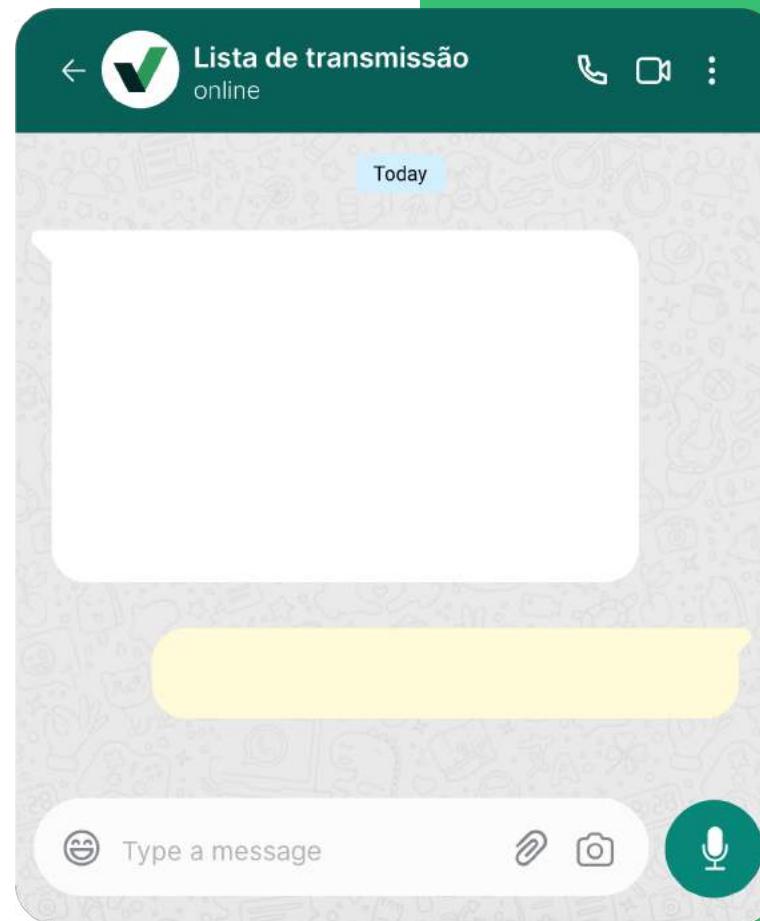
Fazendo o conteúdo chegar nas pessoas

Impulsionamento

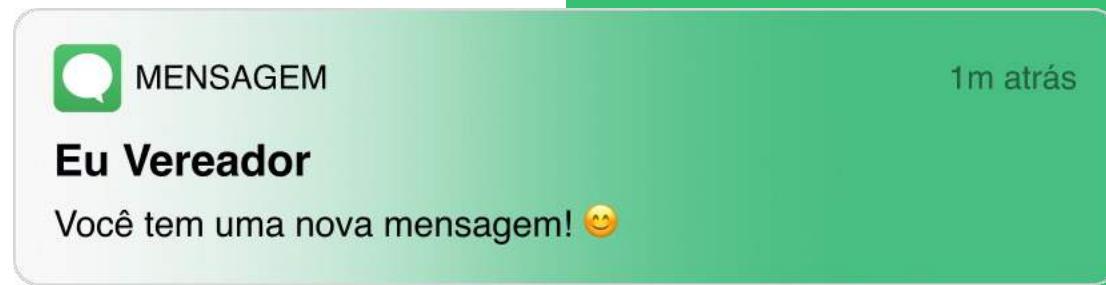


WhatsApp

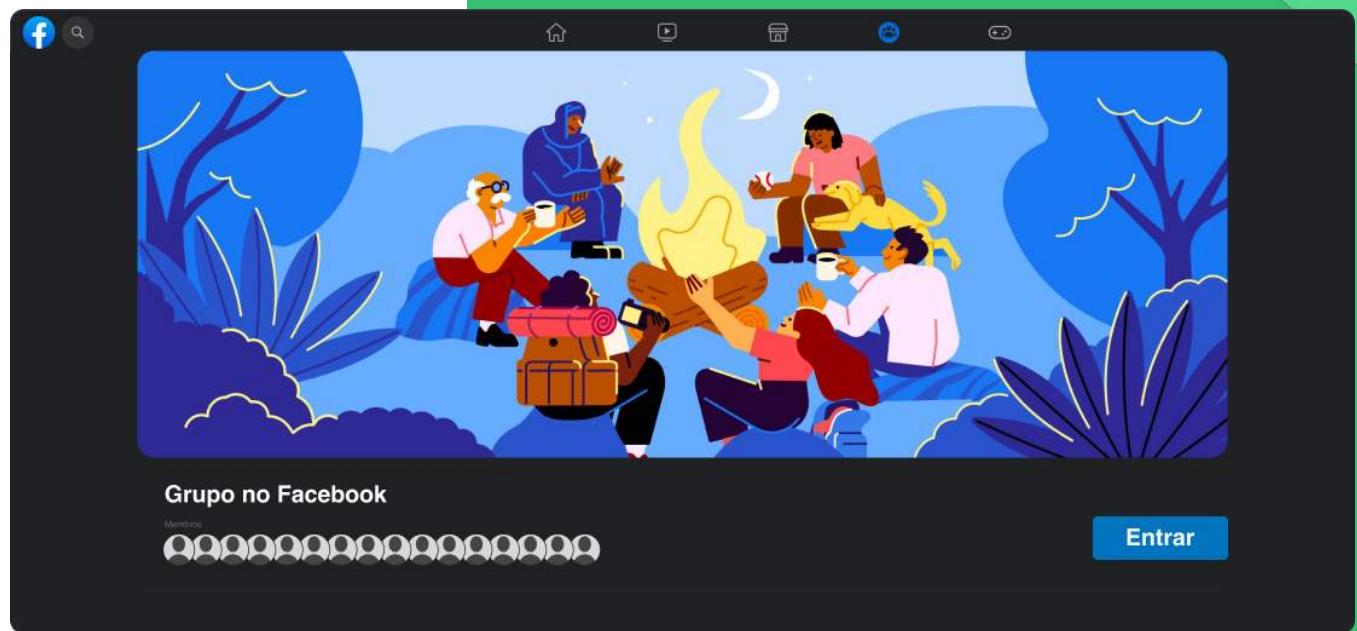
- 1. Lista de transmissão**
- 2. Grupos**
- 3. Comunidades**



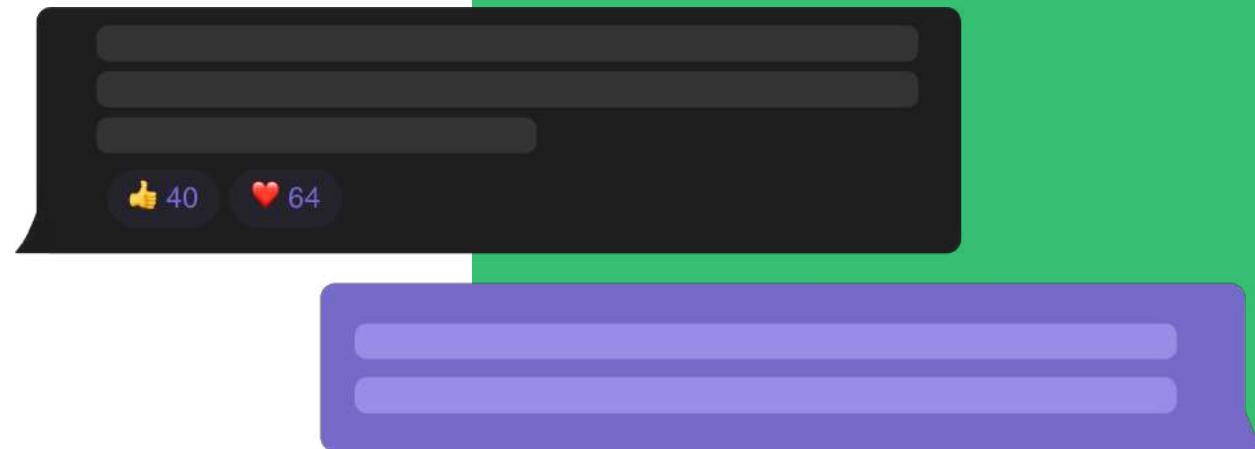
SMS



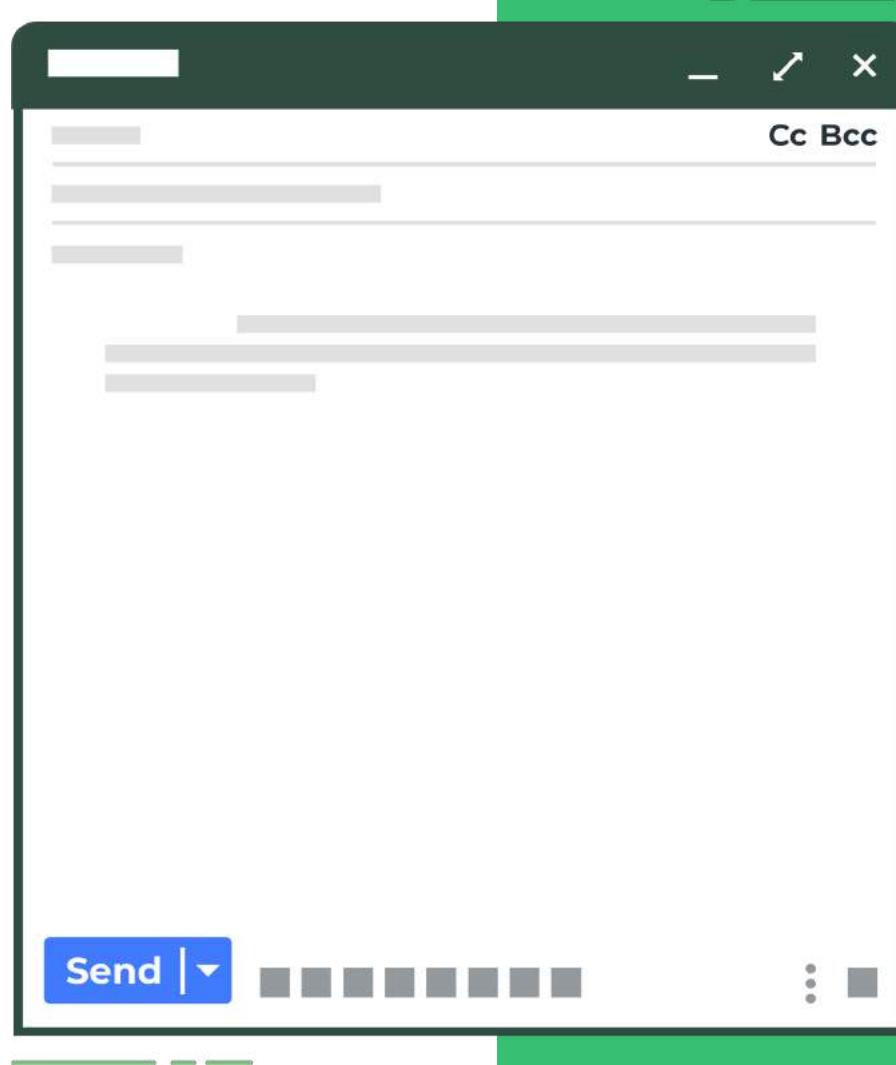
Grupos de Facebook



Telegram



E-mail



MÓDULO 06

Como manter os eleitores cativados até a eleição?

6.1 Como contar sua história sem ser chato

6.2 Comunicação digital

6.3 Comunicação de campo

6.4 Construindo seu banco de dados para campanha



Comunicação de campo

 Organização de
lista de ligações



Organização de lista de ligações

- Influenciadores
- Aniversariantes do dia
- Comerciantes da região
- Círculos de relacionamento pessoal

Comunicação de campo

👉 Participação em
eventos do município



Participação em eventos do município

- Aniversário de cidade
- Reuniões de conselhos
- Agenda cultural
- Festas comemorativa religiosas
- Audiência pública
- Entrega de equipamento público

Comunicação de campo



Participação em
eventos políticos



Participação em eventos políticos

- Reuniões partidárias
- Mutirão de filiação
- Sessões deliberativas
- Eventos sociais

Comunicação de campo



Organização de
listas de ligações



Participação em
eventos



Participação em
eventos políticos

MÓDULO 06

Como manter os eleitores cativados até a eleição?



6.1 Como contar sua história sem ser chato

6.2 Comunicação digital

6.3 Comunicação de campo

6.4 Construindo seu banco de dados para campanha

Porta a porta





Data 06/11/10 Bairro: _____

PESQUISADOR: Tulivera Julin Ferreira da Silva TEL / ZAP: _____

CONSULTE COM MORADORES DO BAIRRO

1. O Emanuelzinho quer saber se o Senhor(a) utiliza o serviço municipal de saúde? [] Sim Não
2. O Emanuelzinho quer saber também se o Senhor(a) foi bem atendido nas últimas vezes que precisou de atendimento? [] Sim Não Alguma observação sobre o atendimento _____
3. O Emanuelzinho quer saber se o Senhor(a) conseguiu pegar os medicamentos receitados pelo médico no Postinho de Saúde? [] Sim Não

EDUCAÇÃO

4. O Emanuelzinho quer saber se Senhor(a) tem filhos matriculados na creche ou na escola municipal? NÃO TEM FILHOS [] → NEM CONTINUE AS PRÓXIMAS 2 PERGUNTAS. [] Sim Não - Quantos? _____
5. O Emanuelzinho quer saber se seu filho ou filha (s) recebe kit escolar? [] Sim Não

INFRAESTRUTURA

6. O Emanuelzinho quer saber se as lâmpadas dos postes da rua estão funcionando bem? Sim [] Não
7. O Emanuelzinho quer saber se chega água todo dia aqui na sua casa? [] Sim Não
8. O Emanuelzinho quer saber se você acha a qualidade do ASFALTO/ CALÇAMENTO boa? Sim [] Não
9. O Emanuelzinho quer saber se o Senhor(a) está satisfeito(a) com o sistema de ônibus no bairro? Sim [] Não
10. O Emanuelzinho quer saber se o Senhor(a) se sente seguro aqui no seu bairro.
[] Sim [] Não - Alguma sugestão? Limpesa das ruas

ENCERRAMENTO

11. Se o Emanuelzinho criar aplicativos, e modernizar os principais serviços (saúde, educação, infraestrutura) através do celular, você acha que isso facilitaria a solução dos problemas?
(Como marcações de exames, serviço de limpeza e tapa buraco você faria de casa, tudo através do seu celular.) Sim [] Não
12. O Emanuelzinho agora tem WhatsApp, e o número dele está disponível para conversar com população. O Senhor(a) sabia disso? Sim [] Não → Se você quiser anotar é 9935-1414
13. O Emanuelzinho quer saber o que ele poderia fazer para melhorar a qualidade de vida dos moradores aqui no bairro principalmente da sua rua. Você tem alguma sugestão? Limpesa frequentes das ruas

RUA: Al. pantaneira Nº DA CASA: 110 BAIRRO: Agua Bela

NOME DA PESSOA ENTREVISTADA José
[] MULHER HOMEM - Como o entrevistado reagiu as perguntas: recebeu bem [] recebeu mal



Campanhas de mobilização



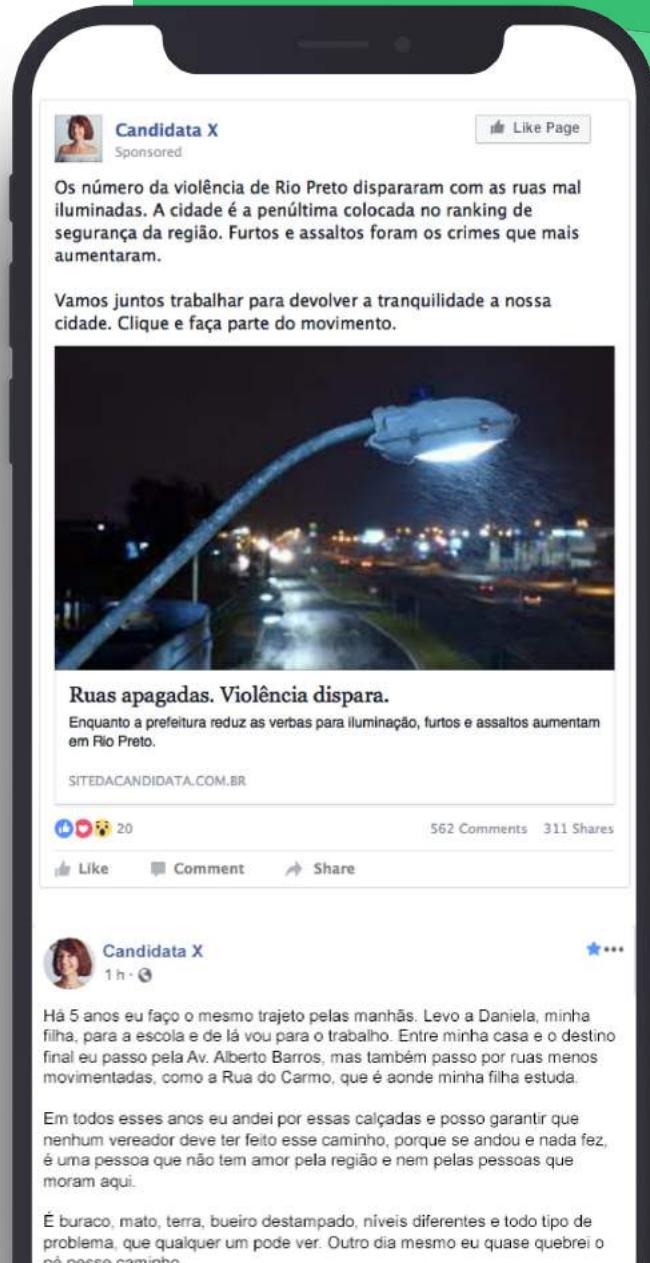


LEGENDA

Os números da violência de Rio Preto dispararam com as ruas mal iluminadas. A cidade é a penúltima colocada no ranking de segurança da região. Furtos e assaltos foram os crimes que mais aumentaram.

Vamos juntos trabalhar para devolver a tranquilidade a nossa cidade.

Clique e faça parte do movimento.



Cartão de visita e banners em reuniões









Ações de rua e intervenção urbana



EU VEREADOR PRÉ-CAMPANHA – COMO MANTER OS ELEITORES ATIVADOS ATÉ A ELEIÇÃO?



The screenshot shows a news article on the Câmara Municipal de Dourados website. The article is titled "Daniela lança 'Luz na Fita' contra postes sem iluminação". It features a photo of a woman (Daniela Hall) taping red tape to a utility pole. The text discusses her campaign to highlight unlit poles across the city. The article includes quotes from her and the executive branch, and details about the service she has set up via WhatsApp.

Daniela lança 'Luz na Fita' contra postes sem iluminação

22/05/2019 11:01

22/05/2019 11h00 - Por: Assessoria

Vereadora percorre bairros sinalizando com fita vermelha todos os postes sem manutenção em Dourados

A vereadora Daniela Hall (PSD) deu início à campanha "Luz na Fita" em Dourados. O objetivo é sinalizar todos os postes sem iluminação com uma faixa vermelha. A medida é uma forma cobrar providências da Secretaria de Serviços Urbanos da Prefeitura. Daniela Hall deu inicio aos trabalhos no último sábado, quando passou por ruas do bairro Diocílio Artuzi. Com o apoio de moradores, vários postes com problemas de manutenção foram sinalizados.

Antes desse trabalho a vereadora passou pelo bairro à noite e mapeou o total de 37 pontos sem energia. "Nós fizemos um raiô-x da iluminação pública em pelo menos 11 bairros. Depois, a localização exata de cada poste sem manutenção e entregamos para a Prefeitura. Nem assim os cidadãos foram atendidos. Agora estamos sinalizando com uma fita vermelha para ver se o município consegue 'enxergar' o problema", destaca.

A parlamentar entregou relatórios ao Ministério Público Estadual, Defensoria Pública e Tribunal de Contas. O documento mostra bairros com metade das lâmpadas apagadas. Para isso a vereadora tem feito visitas à noite e mapeando a escuridão de Dourados. Os relatórios servirão de base para ela pedir a suspensão da taxa de iluminação pública, já que, segundo ela, a população está pagando por um serviço que não tem. A pedido de Daniela, o Tribunal de Contas do Estado também abriu auditoria nas contas da Prefeitura de Dourados. O procedimento pode ser consultado pela internet, no site do TCE, com o número: TC/2456/2019.

A medida ocorre após o Executivo informar que arrecadou mais de R\$ 15,4 milhões da Cosip (Contribuição para o Custo de Iluminação Pública), mas só aplicou R\$ 933 mil durante o ano de 2018. Outros quase R\$ 6 milhões da taxa foram desviados para pagamentos como o 13º salário dos servidores públicos. "Se a Prefeitura de Dourados não está utilizando os recursos da taxa de iluminação, então não é justo que ela cobre da população. O cidadão paga e tem o direito de receber o serviço. Não é justo pagar por um serviço que não se tem. Então, nossa proposta seria suspender a cobrança até que a Prefeitura comprove que o montante que arrecadou foi investido na iluminação pública ou que faça o compromisso de regularizar a situação dos bairros que vivem na escuridão", destaca.

****Serviço ****

Daniela Hall tem colocado o serviço de WhatsApp dela à disposição da população para que os moradores possam entrar em contato e denunciar postes sem iluminação, por meio do número (67) 99174-4554. O mesmo serviço serve para agendar visitas da vereadora no bairro para fazer o trabalho de mapeamento e sinalização com a fita vermelha.

Daniela Hall tem colocado o serviço de WhatsApp dela à disposição da população para que os moradores possam entrar em contato e denunciar postes sem iluminação, por meio do número (67) 99174-4554. O mesmo serviço serve para agendar visitas da vereadora no bairro para fazer o trabalho de mapeamento e sinalização com a fita vermelha.



Seg-Sex: 7h às 13h
Endereço:
Avenida Marcelino Pires, 3495
Jardim Caramuru -
DOURADOS/MS.
79830-001

(67) 3410-0100
E-mail:
ouvidoria@camaradourados.ms.gov.br
Presidente:
Laudir Antonio Munaretto

MÓDULO 07

Lições para uma pré-campanha de sucesso



MÓDULO 07

Lições para uma pré-campanha de sucesso

01

Permaneça em
poucas pautas por
período, **tenha foco.**



02

Ignore atalhos

- Comprar like
- Contratar robô
- Mandar spam



03

Construa
relacionamento
com os **principais**
influenciadores.



04

Marque posição
sobre assuntos
polêmicos **relevantes**
para seu público.



05

Utilize as redes
sociais como canal
de comunicação,
“dialogue”.



06

Confira se os conteúdos ajudam a **construir a reputação** que você precisa.



07

Cuidado com o
immediatismo ao
emitir opiniões.



08

Evite a ansiedade para lançar sua campanha.



09

Cuide da sua base de dados com carinho,
todo contato merece cadastro.



10

Não seja chato, o eleitor só vai pensar em eleição no período eleitoral.



11

Tenha projetos
coletivos, **não**
individuais.



12

Participe ativamente
da **vida social** de
sua comunidade.



13

Prepare-se para o
período eleitoral,
separando tempo
para fazer campanha.



14

**Like não é voto,
não iluda-se com
métricas de vaidade.**



15

Aposte em relevância
de conteúdo, de
forma **constante** e
com qualidade.



16

Se exponha de forma
adequada, **nem
mais, nem menos.**



17

Planeje-se para captar recursos e **não dependa** de partido.



18

**Saiba dizer “não”
sem ofender, nem
perder a eleição.**



**Não existe
desafio que
não possa
ser vencido**



**Mas a vitória virá
de acordo com o
tempo e o trabalho
que você dedicar**



Quanto maior a sua
reputação, maior a
sua chance de vencer
e menor será o seu
gasto eleitoral



Tudo é um
equilíbrio



TEMPO



CORAGEM



DINHEIRO

OBRIGADO



ACOMPANHE NO YOUTUBE

youtube.com/marcelovitorino



VEJA MAIS CONTEÚDOS

dicasparavereador.com.br