

MANUAL DE  
CANDIDATURAS  
SUSTENTÁVEIS

18

VOTE  
DIFERENTE!

VOTE



**REDE**  
SUSTENTABILIDADE

## A BIOGRAFIA

Em todas as redes, organize a bio do seu perfil. Mesmo em poucos caracteres, coloque informações importantes de contato e conte ao público quem é você.

# MENSAGEM

- Faça uma comunicação clara e simples
- **Seja você mesmo.**
- Aposte em publicações que humanizem sua página. Faça isso mostrando seus rituais diários e suas crenças; compartilhe alegrias e momentos importantes; mostre e comemore seus resultados.

## CONSTÂNCIA

Publique todos os dias ao menos duas vezes no feed e 10 vezes nos stories por dia.



# SUGESTÃO DE CONTEÚDO

## FEED

- Foto do dia a dia que mostre a sua rotina
- Card com notícias relacionadas ao seu trabalho
- Foto com uma frase de impacto ou motivacional
- Vídeo contando sua trajetória
- Comentário sobre alguma polêmica do seu nicho que mostre seu posicionamento
- Anúncio de lives com temas definidos
- Memes e brincadeiras relacionadas ao seu trabalho que não sejam ofensivas
- Foto agradecendo a participação do público em algum evento
- TBT com memória que gostaria de visitar (atenção #tbt é publicado apenas às quintas-feiras)



# SUGESTÃO DE CONTEÚDO

## STORIES

- Converse com o seu público
- Chame a atenção nos primeiros cinco segundos
- Compartilhe coisas do dia a dia como por exemplo, a saída de casa todas as manhãs para fazer a campanha ou quando vai abrir o computador para começar a trabalhar. O público gosta de rituais
- Marque a localização e as pessoas que aparecem com você ou que são citadas na mensagem
- Abuse das ferramentas de interação como caixa de perguntas e enquetes

# VÍDEOS

- **Crie um canal no Youtube** para que seja uma frente de divulgação, especialmente no período eleitoral, quando o tempo de TV é reduzido.
- **Dê um nome para o seu canal e personalize o link de divulgação**
- **Em todas as redes, ao publicar vídeos, crie um título e uma descrição que chame a atenção**
- **Comece o vídeo resumindo a mensagem principal do assunto que será abordado**
- **Compartilhe seu conteúdo em outras mídias sociais**
- **No facebook, use o recurso de transmissão cruzada para que a sua live também fique disponível em páginas parceiras e, assim, atinja um maior número de pessoas**



## SEU PRÓPRIO PROGRAMA

No Youtube, você pode criar seu próprio programa, divulgar suas propostas e bandeiras e divulgar esses vídeos em outras redes.

# VÍDEOS

- No **instagram** faça transmissões ao vivo e convide pessoas para participar, desta forma os seguidores dessa pessoa também terão acesso ao conteúdo
- Use o **IGTV** para publicar vídeos longos de até uma hora
- Se sua **transmissão** tem potencial para durar mais de uma hora, prefira usar o Facebook e o Youtube para a transmissão
- Utilizar corretamente as **palavras-chaves** e as **hashtags** para ranquear seu vídeo entre os melhores resultados de busca
- No **Tik Tok** e **Reels**, você pode editar vídeos dublados, em velocidades lentas ou rápidas e com músicas



## TIK TOK E REELS

Se o seu foco for criar conteúdo divertidos, aposte nestas ferramentas

## FORTALEÇA NARRATIVAS

**Compartilhe o conteúdo da nacional e das regionais. Ajudar a repercutir os posicionamentos fortalece a nossa narrativa, ajuda a atingir mais pessoas e combate boatos.**



# DIVULGAÇÃO DE EVENTOS

Ao convidar seu público para algum evento, presencial ou online, não esqueça de informar “**dia, horário e local**”. Se for uma transmissão na internet, indique o link da página onde ela será transmitida.

## REDUTOR DE LINK

Use o site **bitly.com** para reduzir e personalizar o seu link. Esse recurso é essencial para divulgar links grandes em cards e no Instagram, onde o link não é clicável.



## MARCAÇÃO NAS POSTAGENS

Nas postagens, marque as pessoas, organizações e localizações. Isso ajuda a rankear o seu conteúdo, além de divulgar seus parceiros e parceiras.

## HORÁRIO

Use a ferramenta “Informações” das páginas para verificar o melhor horário para publicar o seu conteúdo. Os melhores horários tendem a ser: 7h, 12h, 21h

## MODERAÇÃO

Tire um momento do dia para responder todos as mensagens e comentários. Você pode designar alguém de confiança da sua equipe para fazer isso, mas certifique-se que ninguém ficará sem resposta.



# TWITTER

Nessa ferramenta, as mensagens são limitadas a 280 caracteres, por isso, é preciso criar algumas estratégias.

- Crie listas para ficar atento no que o seu público alvo tem publicado
- Verifique os assuntos do momento para ver se algum tem relação com o seu trabalho e atuação. Se houver, participe dos debates com comentários relevantes e usando as hashtags de identificação do tema
- Retweet os conteúdos que te representarem

**18**  
VOTE  
DIFERENTE!  
VOTE   
**REDE**  
SUSTENTABILIDADE



## O QUE ESTÁ ACONTECENDO?

Informações em tempo real – 70% dos usuários brasileiros usam o Twitter como principal plataforma para buscar informações em tempo real sobre o que está acontecendo.

FONTE: GIZMODO BRASIL

# TWITTER

- Quer publicar conteúdos mais longos? Use o sinal de mais (+) para continuar escrevendo em novos tweets e crie threads (tópicos) sobre determinados assuntos
- Crie tuitaços e mobilize seus amigos para participar. Escolha uma hashtag que defina o assunto e use banco de tweets (arquivos com frases prontas) para difundir a mensagem de forma rápida
- Use imagens para driblar a limitação de caracteres.

O tamanho correto é 1024 X 512 px



## EM TEMPO REAL

70% dos brasileiros gostam de acompanhar o Twitter para checar eventos em tempo real. Aquelas pessoas que adoram discutir um jogo de futebol, ou alguma premiação, por exemplo.

FONTE: GIZMODO BRASIL

## IDENTIDADE VISUAL

Use sempre a logo e a **identidade visual da REDE**. Ela faz a diferença na sua comunicação, agrega profissionalismo ao trabalho e te identifica como membro do partido.



# QUALIDADE DA IMAGEM



## FACEBOOK

### Perfil:

Resolução mínima 180 x 180 pixels.  
Arquivos em JPG ou PNG

### Capa:

Resolução recomendada:  
820 x 312 pixels.  
Arquivos em JPG ou PNG

### Vídeo:

Resolução recomendada:  
820 x 462 pixels.  
Arquivo em MP4

### Feed:

Quadrado 600 x 600 pixels;  
Paisagem 600 x 315 pixels;  
Vertical: 600 x 750 pixels.  
Arquivo JPG ou PNG

**Evento:** Resolução recomendada: 500 x 262 pixels.  
Arquivo em JPG ou PNG



## INSTAGRAM

### Perfil

Resolução mínima: 180 x 180 pixels. Arquivo JPG;

### Feed:

Quadrado 1080 x 1080 pixels;  
Vertical 1080 x 1350 pixels;  
Horizontal 1080 x 566 pixels.  
Arquivo JPG

### Stories:

Proporção 9:16;  
resolução recomendada 1.080 x 1920 pixels.  
Vídeos com duração máxima de 15 segundos



## YOUTUBE

### Perfil:

Resolução recomendada: 500 x 500 pixels.  
Arquivo em JPG ou PNG

### Thumbnail:

Resolução recomendada: 1280 x 720 pixels;  
Largura mínima: 640 pixels;  
Formatos de imagem: JPG, GIF, BMP ou PNG;  
Até 2 MB

### Vídeos:

Resolução mínima de 1280 x 760 pixels (no caso dos vídeos de HD);  
Proporção recomendada: 16:9.



## TWITTER

### Perfil:

Resolução recomendada: 400 x 400 pixels;  
Tamanho máximo 100 MB;  
Formatos: JPG, GIF ou PNG

### Capa:

Resolução recomendada: 1500 x 1500 pixels;  
Tamanho máximo 10 MB;  
Formatos: JPG, GIF ou PNG  
Imagens compartilhadas:  
Resoluções recomendadas: 900 x 450 pixels ou 1080 x 1080 pixels;  
Tamanho máximo 5 MB para fotos, 3 MB para vídeos e GIFs

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



**REDE**  
SUSTENTABILIDADE

 /RedeSustentabilidade18  @redesustentabilidade  @REDE\_18