

Burness

# Capacitação em Twitter e Instagram da Nia Tero

15 de abril de 2023

**burness**

# Apresentações 🤝

- Nome
- Quais redes sociais você usa?  
Não há resposta perfeita!
- Perfil favorito de rede social



**Michele Alexander  
Magruder**

Senior Digital Strategist

# Agenda

- Valor das redes sociais
- Do conhecimento para a ação
- Definição de sua presença nas redes sociais
- Criação de conteúdo atraente
- Combate à desinformação
- Boas práticas

# Valor das redes sociais

---



Em 2020, mais de **3,6 bilhões** de pessoas usavam redes sociais em todo o mundo, número projetado para aumentar para quase **4,41 bilhões** em 2025.

# Benefícios das redes sociais

- Público global e ativo
- Maneira econômica de alcançar seu público onde eles estão
- Muitas plataformas para escolher: encontre a mais adequada para você!
- Serve a indivíduos e organizações



# Twitter



- 450 milhões de usuários ativos
- 500 milhões de *tuites* publicados diariamente
- Atualizações constantes e na hora certa são a melhor estratégia
- Engajar outras pessoas aumentará seu sucesso no Twitter
- Rede profissional e pessoal: muitos jornalistas e pessoas do mundo político
- Propriedade de Elon Musk e as questões morais e éticas associadas

# Instagram



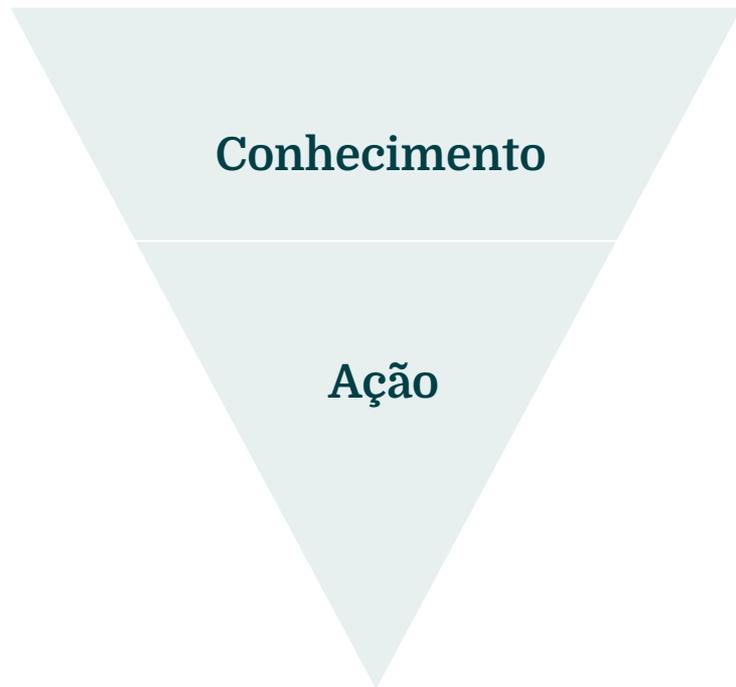
- 2 bilhões de usuários ativos
- Somente para dispositivos móveis
- O segundo aplicativo mais baixado do mundo
- Foto e vídeo (reels e lives)
- O uso pessoal se tornou profissional com a presença de influenciadores em quase todos os espaços
- Não é necessário ser muito polido

## Outras plataformas



# Do conhecimento à ação

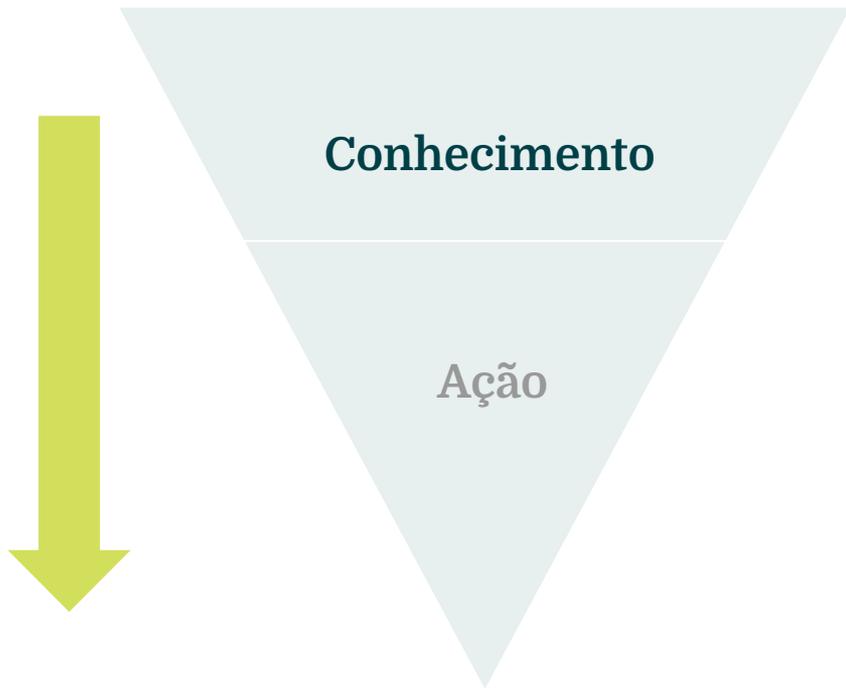
---



Pequenas  
perguntas



Grandes  
perguntas



## Oferta de conhecimento:

- Divulgue sua organização ou comunidade (p.ex.: compartilhe mensagens importantes sobre o que sua organização faz; a história de sua comunidade).
- Divulgue sua liderança (p.ex.: compartilhe sua participação em um evento, reunião com formuladores de políticas).
- Divulgue seu problema (p.ex.: compartilhe um vídeo explicando o problema).

earthrise

earthrise.studio and ninagualinga

earthrise.studio Keep fossil fuels in the ground.

For the second time in two years, an oil spill has occurred in the Ecuadorian Amazon on the banks of the Coca River. Still suffering the impacts of the spill in 2020, the 27,000 Kichwa living downstream now face another environmental disaster.

After the lower court judge threw out their lawsuit seeking justice and urgent measures to prevent future spills after the massive April 2020, the Kichwa brought their case before Ecuador's highest court. The case is still pending before the Constitutional Court, visit the link in

Oil is drowning the Ecuadorian Amazon

9,198 likes  
FEBRUARY 3, 2022

Add a comment... Post

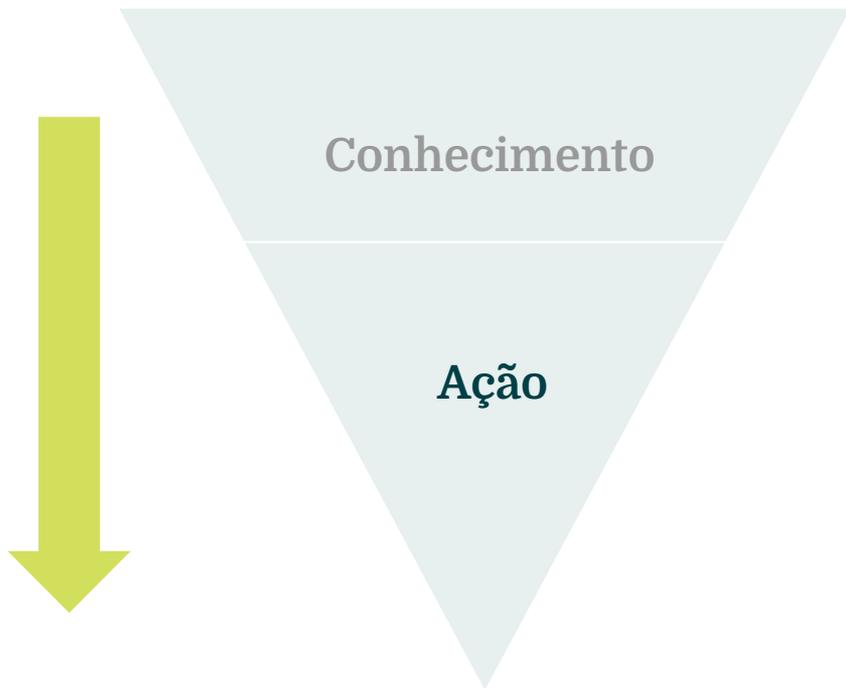
Amazon Frontlines ninagualinga

### **Objetivo de curto prazo:**

Chamar a atenção para um recente derramamento de óleo nas margens do Rio Coca.

### **Objetivo de longo prazo:**

Conscientizar o público sobre a ameaça e a frequência dos derramamentos de óleo na Amazônia e o impacto no meio ambiente.



### Induzir alguém a FAZER algo:

- Aumentar o envolvimento e apoio da comunidade (p.ex.: assinar uma petição, enviar um e-mail aos formuladores de políticas, manifestar-se)
- Aumentar o tráfego na internet (p.ex.: visitar uma postagem de blog, relatório ou artigo de opinião)
- Gerar novos leads (p.ex.: aumentar seguidores)



Survival International ✓

@Survival



Hundreds of [#Indigenous](#) (Adivasi) people from across [#India](#) have been protesting. Why?

- 👉 Their lands are stolen for tiger reserves;
- 👉 Tourists are welcomed in, but they're banned;
- 👉 They're killed, violently assaulted & harassed.

Take action now: [svlint.org/TigerReservesA...](https://svlint.org/TigerReservesA...)



5:00 AM · Apr 9, 2023 · 8,130 Views

**Objetivo de curto prazo:** Assine esta petição agora.

**Objetivo de longo prazo:** Junte-se ao movimento de defesa do povo Adivasi

# Definição de sua presença nas redes sociais

# Por que?

- Qual é o propósito e o valor de seus perfis?
- Quem é o seu público-alvo e que valor você está agregando a eles?
- Qual tom e personalidade você deseja transmitir por meio de seu conteúdo?
- Qual é o seu nicho? O que te torna único?

**Qual é a melhor forma de usar este perfil para atingir suas metas?**

# Propósito e valor

Qual é o propósito e o valor de seus perfis?



**Conectar-se** com outros ativistas, líderes indígenas e a comunidade de justiça ambiental



**Compartilhar** seu conhecimento, expertise e experiência



**Ampliar** a divulgação de seu trabalho para colegas e outras organizações



**Descobrir** novas tendências, soluções e conversas relacionadas ao seu trabalho

# Seu público

- Quem **deve** seguir seu perfil?
- Seja específico—pense em um exemplo para delimitar seu público-alvo ideal
- Qualidade > quantidade



**Joe Biden** ✓

@JoeBiden

United States government official

Husband to @DrBiden, proud father and for all Americans. Official account is @POTUS

Washington, DC [joe Biden.com](https://joe Biden.com)

47 Following 37.1M Followers

Followers you know   Followers   **Following**

-  **President Biden** ✓  
@POTUS  
United States government official  
46th President of the United States, husband to @FLOTUS, proud dad & pop. Tweets may be archived: [whitehouse.gov/privacy](https://whitehouse.gov/privacy) Text me: (302) 404-0880 **Follow**
-  **Michelle Obama** ✓  
@MichelleObama  
Girl from the South Side and former First Lady. Wife, mother, dog lover. Always hugger-in-chief. #TheLightWeCarry **Follow**
-  **The White House** ✓  
@WhiteHouse  
United States government organization  
Welcome to the Biden-Harris White House! Tweets may be archived: [whitehouse.gov/privacy](https://whitehouse.gov/privacy) **Follow**
-  **Pete Buttigieg** ✓  
@PeteButtigieg  
Personal account. For official updates, follow @SecretaryPete. Husband, father, veteran, writer, South Bend's former Mayor Pete. (he/him) **Follow**
-  **Hillary Clinton** ✓  
@HillaryClinton  
2016 Democratic Nominee, SecState, Senator, hair icon. Mom, Wife, Grandma x3, lawyer, advocate, fan of walks in the woods & standing up for our democracy. **Follow**
-  **Kamala Harris** ✓  
@KamalaHarris  
United States government official  
Fighting for the people. Wife, Momala, Auntie. She/her. Official account is @VP. **Follow**

# O que te torna único?

- Por que alguém deveria seguir você?
- Que tipos de conteúdo você é **especialmente adequado** para fornecer?
- Esteja aberto a opiniões de outras pessoas

Seu nicho pode ser definido por:

- Interesses ou paixões
- Experiência pessoal
- Experiência profissional
- Conexões pessoais e profissionais
- Talentos, habilidades e muito mais!

# Voz e tom



**Voz:** não muda, é como seu caráter ou personalidade



**Tom:** muda, é como seu humor e comportamento



# **Exercício 1**

## **Definição de sua presença nas redes sociais**

## Definição de sua presença nas redes sociais

**Qual é o propósito e o valor de seus perfis?**

Ex.: Chame a atenção para questões de direitos à terra em seu país.

**Quem é o seu público-alvo e que valor você está agregando a eles? Quem você quer seguir ou engajar?** Ex.: Outros líderes indígenas, formuladores de políticas globais como funcionários da ONU.

**Qual tom e personalidade você deseja transmitir por meio de seu conteúdo?** Ex.:

Cômico, considerado, solidário.

**O que te torna único?** Ex.: Que mensagem você quer transmitir? Que história você tem para contar?

# Criação de conteúdo atraente

---

“

Antes de compartilhar  
uma postagem, o que você  
deseja que seu público  
pense, sinta ou faça?

# Tipos de conteúdo

# Postagem de links (tráfego + ação)

 **Thomas Friang**  
@TomFriang

J'ai eu le plaisir d'animer ces 2 sommets. Le témoignage de [@hindououmar](#) comme l'ambition de [@ZacGoldsmith](#) en 2021 m'avaient marqué. L'appel à la mobilisation de [@JaneGoodallInst](#) ou la clarté de [@SelwinHart](#) sur l'urgence n'étaient pas moins saisissants. [globalforestsummit.org/2021-outcomes](https://globalforestsummit.org/2021-outcomes)

Translated from French by Google

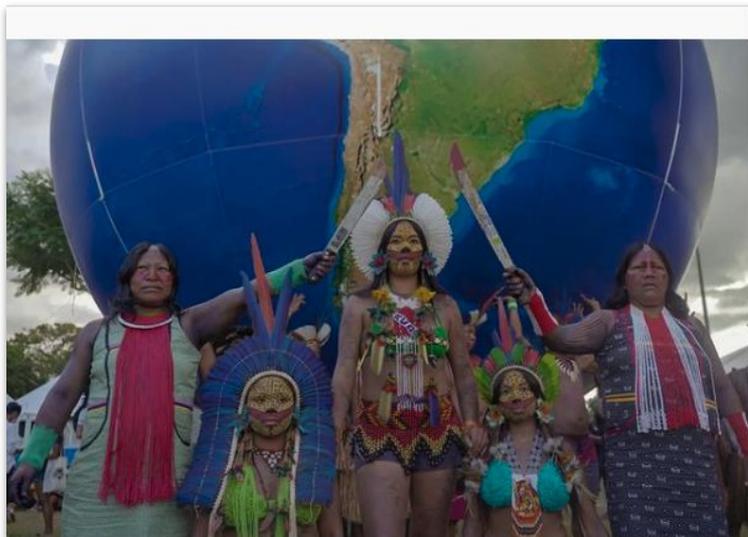
I had the pleasure of hosting these 2 summits. The testimony of [@hindououmar](#) like the ambition of [@ZacGoldsmith](#) in 2021 had marked me. The call for mobilization of [@JaneGoodallInst](#) or the clarity of [@SelwinHart](#) on the urgency were no less striking. [globalforestsummit.org/2021-outcomes](https://globalforestsummit.org/2021-outcomes)



[globalforestsummit.org](https://globalforestsummit.org)  
Library - Global Forest Summit  
Global Forest Summit: Take a look at our 2021 online conference.

11:38 AM · Mar 21, 2023 · 460 Views

# Fotos e GIFs (conhecimento e engajamento)



priscilatapajowara · Follow

London, United Kingdom



priscilatapajowara O que você tem feito pela nossa Mãe Terra?

Nós somos a extensão da natureza e é necessário se conectar com a Terra e lutar por ela. A nossa existência depende dela viva. 🌍

#earthday

Edited · 50w See translation



258 likes

APRIL 22, 2022

Comments on this post have been limited.



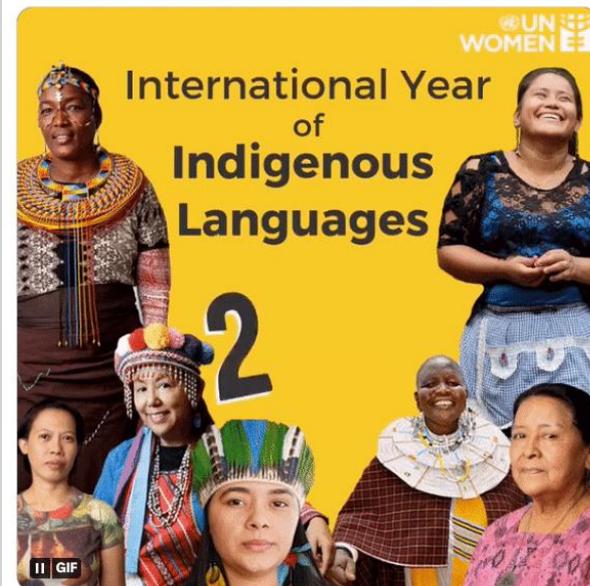
UN Women

@UN\_Women

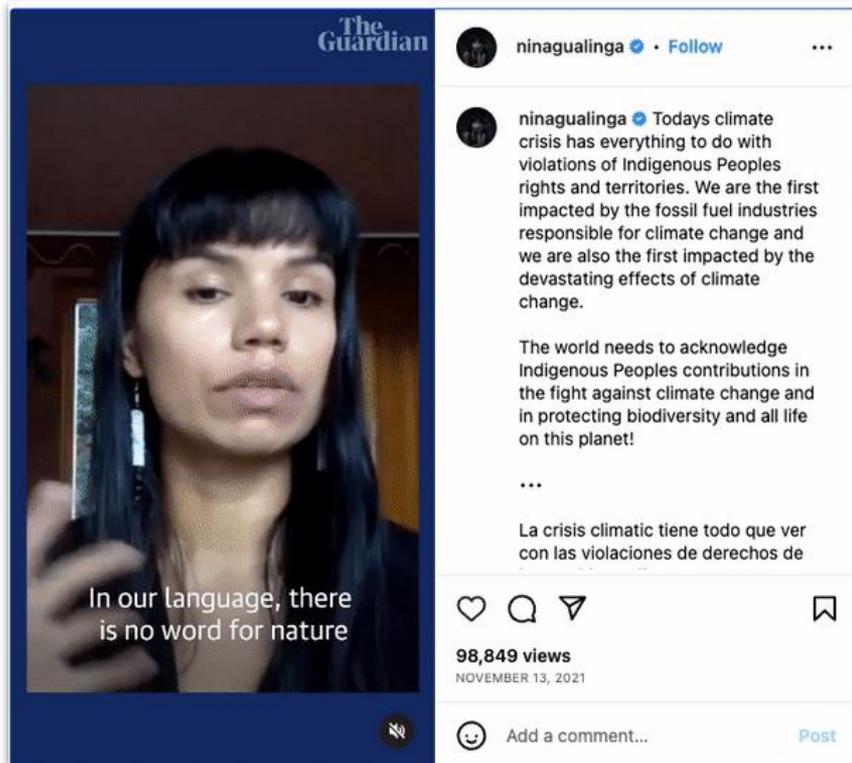
We need to protect [#IndigenousLanguages](#) to preserve:

- ★ unique identities
- ★ cultural history
- ★ traditions
- ★ collective memory
- ★ rich diversity!

[#WeAreIndigenous](#) [#UNPFII](#)



# Vídeos, reels e stories (conhecimento e engajamento)



The Guardian

ninagualinga • Follow

ninagualinga • Today's climate crisis has everything to do with violations of Indigenous Peoples rights and territories. We are the first impacted by the fossil fuel industries responsible for climate change and we are also the first impacted by the devastating effects of climate change.

The world needs to acknowledge Indigenous Peoples contributions in the fight against climate change and in protecting biodiversity and all life on this planet!

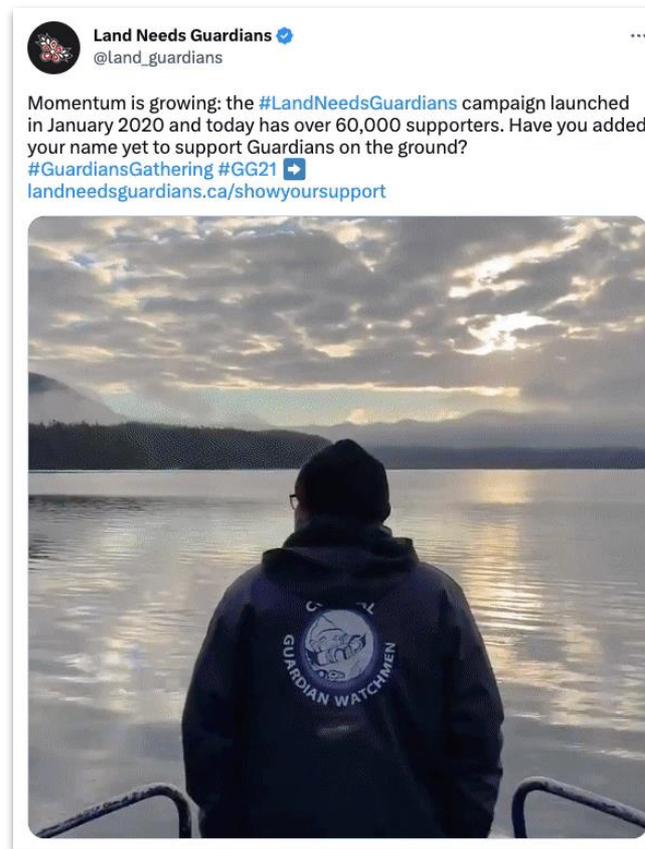
...

La crisis climatic tiene todo que ver con las violaciones de derechos de

In our language, there is no word for nature

98,849 views  
NOVEMBER 13, 2021

Add a comment... Post



Land Needs Guardians ✓  
@land\_guardians

Momentum is growing: the #LandNeedsGuardians campaign launched in January 2020 and today has over 60,000 supporters. Have you added your name yet to support Guardians on the ground?  
#GuardiansGathering #GG21  
[landneedsguardians.ca/showyoursupport](https://landneedsguardians.ca/showyoursupport)



burness

# Só texto (conhecimento e engajamento)

 **The Rockefeller Foundation**   
@RockefellerFdn

Health should be a central consideration in our climate discussions. This means prioritizing the needs of the most vulnerable and ensuring we have the tools to address the health impacts of climate change. [#HealthandClimate](#) [#HealthForAll](#)

11:20 PM · Mar 23, 2023 · **3,342** Views

**8** Retweets **32** Likes **1** Bookmark

 **Kate Mackenzie**   
@kmac

In the 1st week of COP27, just a couple of days after "Finance Day", one chapter in one country's debt/climate/fossil fuel story concluded. Chad, an oil producing African nation, became the first country to get a debt restructuring under the Common Framework.

12:33 AM · Nov 25, 2022

**16** Retweets **2** Quotes **64** Likes **15** Bookmarks

 **Kate Mackenzie**   
@kmac · Nov 25, 2022

Replying to @kmac

The deal was criticised by World Bank president David Malpass because it didn't actually reduce the NPV (roughly, the total amount that creditors would receive).

 [marketscreener.com](#)  
**World Bank's Malpass criticizes Chad creditors' p...**  
World Bank President David Malpass on Friday said he was deeply concerned about Chad's ...

 **2**   **3**  

 **Kate Mackenzie**   
@kmac · Nov 25, 2022

However it was good enough for the IMF, with MD Kristalina Georgeiva pointing out that it protected the country from further oil price falls. It's expected the restructuring will allow mean Chad receives \$145m under its IMF programme in the next few weeks.

**O que postar?**

# Sobre o que eu posto?

As melhores postagens são aquelas em que você é mais autêntico – compartilhando sua experiência, sua personalidade e o que você vê em sua vida ou comunidade.

- Atualizações sobre você e seu ativismo
- Notícias relacionadas a direitos indígenas, mudanças climáticas, justiça ambiental etc.
- Resumos ou conteúdo ao vivo de eventos ou conferências
- Conselhos
- Recursos como relatórios ou *white papers*
- Perguntas ou enquetes para ouvir e interagir com seu público
- Outras coisas! Não há regras definidas - seja criativo, experimente!

# Conteúdo para pensar cuidadosamente

- **Legislação e política.** Você se sente capacitado para avaliar uma legislação específica ou falar sobre líderes ou candidatos políticos? Você recebe algum financiamento que afete sua capacidade de fazer lobby? Isso apresenta algum risco para você?
- **Assuntos “polêmicos” e notícias de última hora.** Julgue o que for melhor. Se um assunto tem mais probabilidade de causar debate e raiva do que fornecer informação valiosa, avalie sua posição quanto a esse engajamento.
- **Perfis e conteúdos públicos versus privados:** o que você se sente confortável em compartilhar com o mundo versus apenas com seus seguidores? Você quer ter perfis pessoais e profissionais separados? Como o conteúdo difere se você tiver perfis separados? Considere: Roda do Twitter e Amigos Próximos.

**Não há resposta correta: é diferente para cada um!**

# Conteúdo a ser evitado

- **Eventos privados e confidenciais.** Evite tuitar ao vivo ou postar sobre reuniões e eventos privados ou confidenciais.
- **Não poste até que a confidencialidade seja suspensa!** Certifique-se de que todas as informações compartilhadas estejam abertas ao público e que todas as datas/horários de restrição da divulgação tenham passado.
- **NINGUÉM ganha uma guerra de comentários nas redes sociais.** A melhor resposta geralmente é nenhuma resposta. Pergunte-se: quanto tempo eu quero investir nisso? Qual é a intenção dessa pessoa? Estão usando discurso de ódio?  
*Lembre-se: você pode bloquear pessoas que o assediam ou ofendem.*

**Em caso de dúvida – se não parecer certo, não publique.**

# Quatro princípios de bom conteúdo

Seja oportuno

Engaje as pessoas

Seja inclusivo

Seja colaborativo

## Princípio #1

# Seja oportuno.

- O tempo é tudo - mas também é preciso planejar um pouco.
- Encontrar assuntos em alta com seu público-alvo ajudará a criar conteúdo mais relevante.
- Aproveitar os momentos pode ajudá-lo a participar de conversas mais amplas sobre um assunto, dia, evento ou experiência.
- Isso ajuda suas postagens a permanecerem **relevantes** e **relacionadas** ao seu público.

# Momentos planejados

*Esses são marcos com datas estabelecidas ou definidas que você pode planejar.*

## Dicas

- Use um calendário para mapear as datas e monitore os eventos futuros.
- Decida quais momentos planejados valem o investimento.

## Exemplos

- Comemorações mundiais
- Aniversários
- Feriados
- Estações
- Datas organizacionais
- Eventos

# Momentos improvisados

*São eventos que não têm data prevista/certa — eles surgem.*

## Dicas

- Revise seus feeds periodicamente durante o dia: veja os trending topics no Twitter, siga as hashtags, use a busca no Instagram.
- Use ferramentas de escuta social para encontrar tendências de assuntos ou monitorar palavras-chave e hashtags.
- Use os alertas do Google Notícias.

## Exemplos

- Trending Topics
- Hashtags
- Últimas notícias
- Marcos do seguidor
- Tendências do consumidor ou da indústria
- Eventos/momentos culturais

## tuites / Stories ao vivo

Compartilhar atualizações ao vivo, via Twitter ou Instagram Stories, é uma ótima maneira de engajar o público em momentos oportunos.

Este tipo de transmissão “em terreno”:

- Constrói relacionamentos durante eventos como encontros públicos, conferências ou reuniões globais.
- Eleva seu perfil como um formador de opinião e especialista confiável – as pessoas sabem que devem recorrer a você para atualizações e reações ao vivo nos momentos de notícias de última hora ou para ouvir as informações mais recentes de um evento.

# Exemplos de conteúdo oportuno



## Princípio #2

# Engaje as pessoas

- As redes sociais são **vias de mão dupla**.
- Não se trata apenas de compartilhar conteúdo, mas de **engajar seu público e envolvê-los com outros membros da comunidade**.
- **Utilize as várias funcionalidades que as plataformas oferecem**.
- Queremos que nosso público **participe, aprenda ou aja**.

# Seja um recurso

Crie conteúdo que ajude seu público a agir.

- Responda às perguntas mais comuns
- Compartilhe dicas ou recursos úteis
- Use design e visualização de dados para facilitar a absorção



UNPFII

@UN4Indigenous

¿Qué dice la Recomendación General No.39 de la #CEDAW sobre las Defensoras Indígenas de derechos humanos? Échale un vistazo:

[bit.ly/3TeBIXP](https://bit.ly/3TeBIXP)

#SomosIndígenas #MujeresIndígenas

Translated from Spanish by Google

What does General Recommendation No.39 of #CEDAW say about Indigenous Human Rights Defenders? Check it out:

[bit.ly/3TeBIXP](https://bit.ly/3TeBIXP)

#SomosIndígenas #MujeresIndígenas

## ¿Qué hay en la Recomendación General No.39 de la CEDAW?



“Las **defensoras indígenas de los derechos humanos** se enfrentan a asesinatos, amenazas y acoso, o a la criminalización, estigmatización y descrédito de su trabajo.

Los Estados Partes deben adoptar **medidas que tengan en cuenta las cuestiones de género** para reconocer, apoyar y **proteger públicamente la vida, la libertad y la seguridad** de las defensoras de los derechos humanos de las mujeres indígenas, y para garantizar unas condiciones seguras y un entorno propicio para su labor de defensa sin discriminación, racismo, asesinatos, acoso ni violencia.”

Para 51



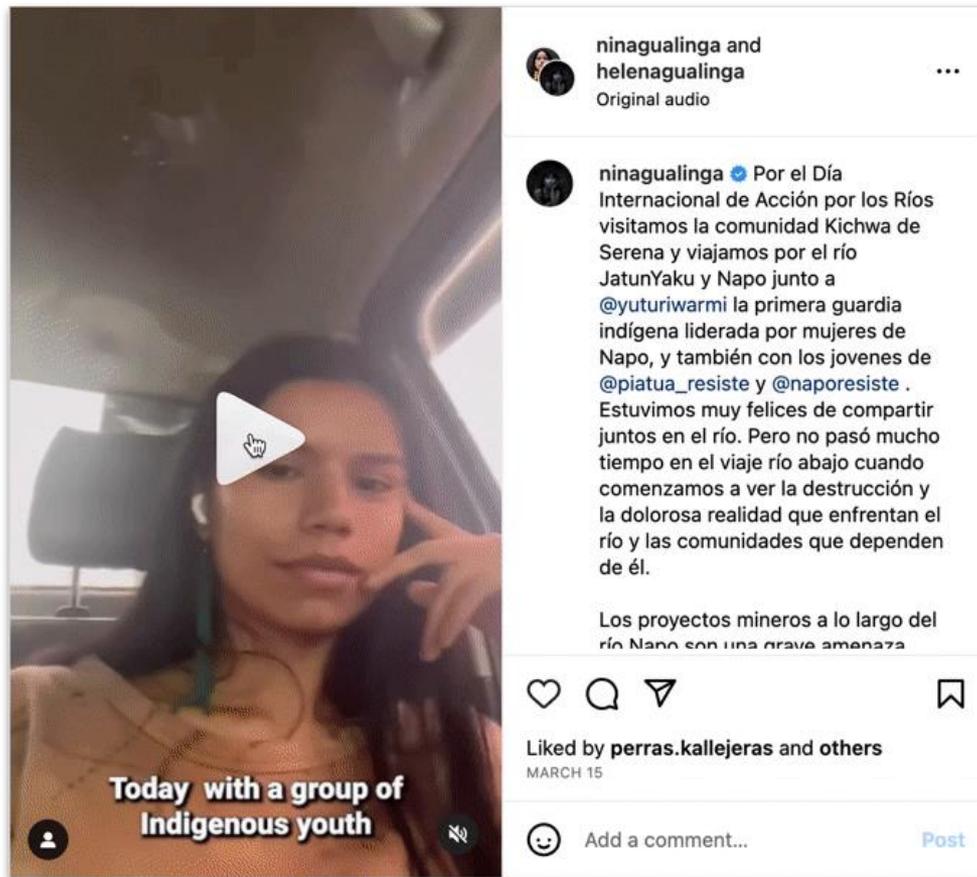
United Nations

Department of Economic and Social Affairs

# Conte uma história

Use seus canais para contar uma **história** sobre uma experiência ou trajetória que se conecta com o interesse de seu público.

- Compartilhe uma história pessoal ou organizacional
- Use a experiência de um líder
- Compartilhe uma perspectiva diferente
- Fios e vídeos



ninagualinga and helenagualinga  
Original audio

ninagualinga 🌍 Por el Día Internacional de Acción por los Ríos visitamos la comunidad Kichwa de Serena y viajamos por el río JatunYaku y Napo junto a @yuturiwarmi la primera guardia indígena liderada por mujeres de Napo, y también con los jovenes de @piatua\_resiste y @naporesiste . Estuvimos muy felices de compartir juntos en el río. Pero no pasó mucho tiempo en el viaje río abajo cuando comenzamos a ver la destrucción y la dolorosa realidad que enfrentan el río y las comunidades que dependen de él.

Los proyectos mineros a lo largo del río Napo son una grave amenaza

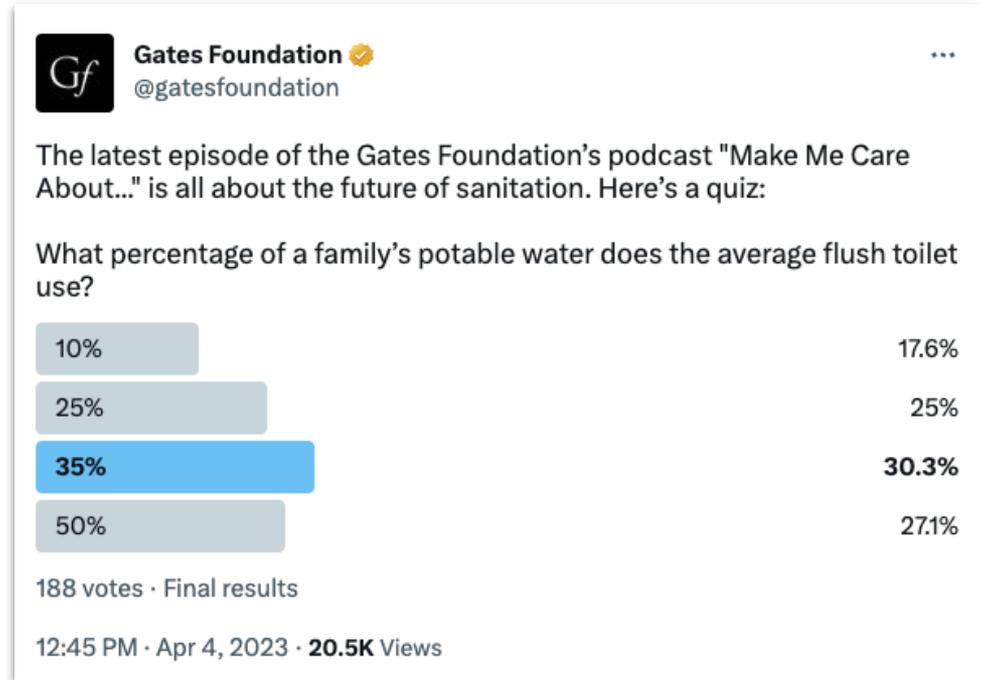
Liked by perras.kallejeras and others  
MARCH 15

Add a comment... Post

# Seja interativo

Dê ao seu público outras maneiras de se engajar:

- Faça perguntas ou sugestões que incentivem seu público a responder.
- Tente fazer uma enquete em uma postagem ou em seu stories.
- Adote a chamada à ação (call-to-action)





### Princípio #3

# Seja inclusivo

- Devemos criar conteúdo para **todos** - não apenas para alguns.
- Seu conteúdo é acessível para as quase **3 em cada 10 pessoas** com deficiência visual e **1 em cada 15 pessoas** com deficiência auditiva?
- Você está representando e falando sobre pessoas ou grupos de forma **respeitosa e precisa?**

**2,2 bilhões de pessoas** têm deficiência visual ou cegueira e **466 milhões de pessoas** têm deficiência ou perda auditiva

Fonte: Organização Mundial da Saúde, fevereiro de 2021

**Ao postar, pergunte-se: seu conteúdo é acessível a todos?**

# O que não fazer...

 **World Health Organization (WHO)** @WHO · Mar 22

Large inequalities in access to water, sanitation & hygiene continue to persist:

- ! At least 2 billion people rely on 💧 supplies that are unsafe
- ! 673 million people still 🚽 in the open
- ! An estimated 3 billion people have no access to basic 🚰🧼 facilities

#WorldWaterDay



38 412 882



 **World Health Organization (WHO)** @...

Large inequalities in access to water, sanitation & hygiene continue to persist:

- ! At least 2 billion people rely on 💧 supplies that are unsafe
- ! 673 million people still 🚽 in the open
- ! An estimated 3 billion people have no access to basic 🚰🧼 facilities

#WorldWaterDay <https://pbs.twimg.com/media/ExFubhiXAAEKn4a.jpg>

Twitter | Yesterday at 10:12 AM



# Mantenha o conteúdo acessível

- **Emojis:** Use-os com moderação, evite usá-los como bullets ou no meio de um conteúdo escrito (coloque-os no final do texto). Verifique as descrições em [emojipedia.org](https://emojipedia.org).
- **Hashtags:** Use com moderação (1-3), faça tudo em #CamelCase e coloque-as no final dos tuitos ou postagens quando possível.
- **Imagens (incluindo GIFs):** Adicione texto alternativo a todas as imagens, especialmente aquelas com texto.
- **Vídeos:** Adicione legendas (CC) para vídeos com diálogos, evite usar luzes brilhantes ou efeitos estroboscópicos. Verifique várias vezes todas as suas legendas!



# Linguagem inclusiva

- Use palavras ponderadas e precisas: como um indivíduo ou grupo prefere ser chamado?
- Abordagem de recursos versus déficit
- Linguagem que prioriza a pessoa versus a linguagem que prioriza a identidade → sempre que possível, determine qual abordagem uma pessoa/grupo prefere
- O contexto é fundamental

Princípio #4

## Seja colaborativo

- Colaborar é uma ótima maneira de **diversificar seu conteúdo** e **alcançar novos públicos**.
- As parcerias também podem ajudá-lo a atingir metas.

# Parceiros em potencial

## Externos

- Ativistas
- Colegas/parceiros (organizações e indivíduos)
- Influencers
- Formuladores de políticas

## Internos

- Líderes organizacionais
- Funcionários



## Antes de estabelecer parcerias, pense sobre estas questões:

- Isso ajudará a atingir um ou mais de seus objetivos?
- Vale a pena o investimento (tempo e custo)?
- O que você pode oferecer ao público do seu parceiro e vice-versa?
- Existem alertas ou preocupações a serem levadas em consideração?

# Como encontrar um colaborador?

- Torne-se membro de grupos no Facebook e LinkedIn para encontrar pessoas envolvidas nas mesmas áreas, temas e problemas em que você trabalha
- Durante sua revisão diária, veja quais nomes de indivíduos e organizações aparecem com frequência e transmitam confiança e procure contactá-los (via e-mail ou mensagem)
- Envolver-se com conteúdo relevante para que potenciais colaboradores lhe conheçam

# Oportunidades de parceria

Trabalho leve

- Compartilhar os recursos de um parceiro (p.ex.: compartilhar uma postagem de amostra de um kit de ferramentas)
- Seguir ou seguir de volta
- Construir uma lista do Twitter
- Engajar com o conteúdo de um parceiro (curtir, retuitar, compartilhar)
- Publicação colaborativa no Instagram

- Cocriação de um texto, artigo de opinião ou blog
- Convidar um parceiro para falar em um webinar ou evento
- Desenvolver um kit de ferramentas de conteúdos de amostra que os parceiros possam compartilhar para promover seu trabalho

Trabalho pesado

- Campanha
- Lives do Facebook, Instagram ou LinkedIn
- Entregar o controle de um perfil de rede social
- Coorganizar um webinar ou evento
- Chat do Twitter
- Desenvolver um novo recurso (p.ex.: relatório, guia)

# **Exercício 2: Identificação de seu conteúdo**

# Identifique seu conteúdo

Pensa por uns minutos no conteúdo que deseja postar:

- Que tipos de notícias pessoais você compartilharia?
- Durante o ano, quais são seus grandes momentos? (Ex: eventos ou reuniões anuais como a UNGA ou COP28; fórum da próxima semana)
- No que você está trabalhando e deseja promover? (Ex: artigos publicados/artigos de periódicos, artigos de opinião que está escrevendo)
- Sobre que tipo de tópicos você deseja postar?
- Em quais fontes (meios de notícias, indivíduos, organizações, financiadores) você confia para compartilhar conteúdo?

**TIME** FOR A  
BREAK

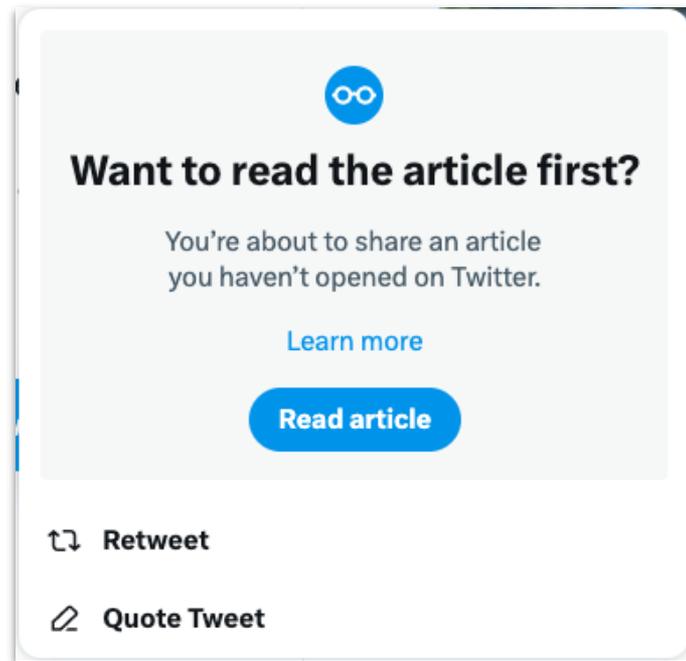


# Combate à desinformação

---

# Conheça o conteúdo que você está compartilhando

- Leia o artigo / fio / legenda completos
- Analise cada imagem no carrossel
- Clique em “link na bio” no Instagram
- Assista ao vídeo inteiro (e leia as legendas / ouça o áudio)
- Verifique a fonte



Existe alguma coisa no conteúdo que faz você hesitar? Por que?

# Conheça suas fontes

- Você já ouviu falar da pessoa ou organização que compartilhou ou criou este conteúdo?
- Se for uma pessoa, ela é de uma organização ou empresa respeitável?
- Com quem eles estão se engajando?
- Esta é a conta real da pessoa ou organização?

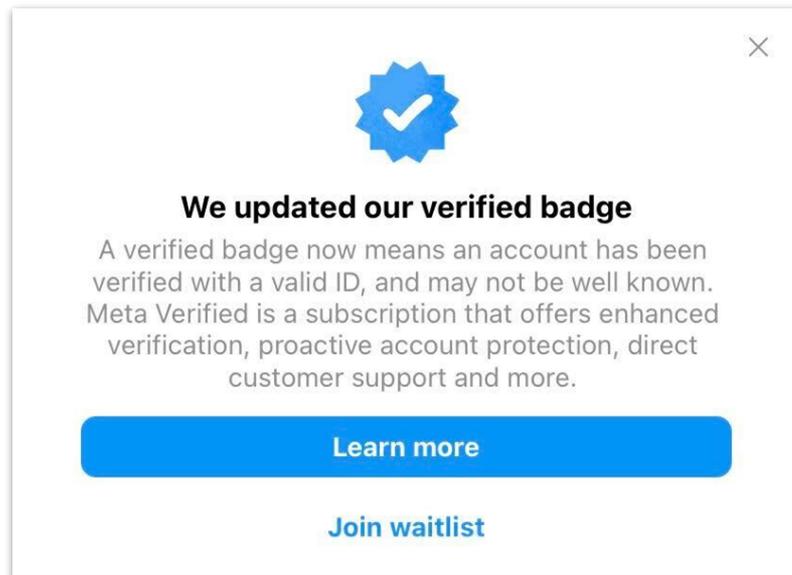


**President Biden** ✓  
@POTUS  
United States government official  
46th President of the United States, husband to @FLOTUS, proud dad & pop. Tweets may be archived: [whitehouse.gov/privacy](https://whitehouse.gov/privacy)  
Text me: (302) 404-0880  
[WhiteHouse.gov](https://whitehouse.gov) Joined January 2021  
13 Following 30.2M Followers

**President Joe Biden (So-Called)**  
@biden4pres  
I'm not selling ya coupons; just a snappy VP with a whole lotta gumption and half a mind to do it. Running for all fifty, jack. By the by, this is not Joe Biden  
Greenville, DE [drewjanda.info](https://drewjanda.info)  
Joined December 2017  
95 Following 102.6K Followers

Existe alguma coisa sobre essa fonte que faz você hesitar? Por que?

# Verificação: Ainda é relevante?



# Boas práticas

---

# Boas práticas em geral

- **Comprimento da postagem.** Normalmente, quanto mais curto, melhor. E lembre-se, no Twitter, você está limitado a 280 caracteres (incluindo espaços; 257 caracteres se compartilhar um link).
- **Use mais do que palavras.** Links, enquetes, imagens, vídeos e até mesmo GIFs ou emojis podem tornar seu conteúdo mais atraente.
- **Mantenha as coisas simples.** Evite jargões e gírias. Se o seu argumento não estiver claro na primeira leitura, os leitores pularão seu post. Escreva em um nível de leitura da 8ª série.
- **Diversifique.** Não compartilhe o conteúdo exatamente da mesma maneira toda vez que postar – teste as diferentes maneiras em que as plataformas permitem compartilhar e crie um perfil diversificado. Compartilhe vídeos / reels, tuites só com texto, um link, retuite citações, um carrossel ou infográficos.

Há muitas ferramentas nas caixas de ferramentas das redes sociais - experimente! **rness**

# Hashtags e menções

**Hashtags:** Inclui seu tuite ou postagem na conversa e é uma ótima maneira de encontrar mais informações.



**Marcações ou etiquetas:** Adiciona outra pessoa ou organização à sua postagem. Uma ótima maneira de mostrar e construir conexões ou dar crédito a outras pessoas.





“Não trabalhe cada vez mais,  
mas sim de forma mais inteligente:  
Reutilize, reoriente e reapresente seu conteúdo.

# Vale a pena repetir: Utilize os recursos próprios de cada plataforma

## Twitter

- Tuites: somente texto, incluem link e até quatro fotos, GIFs ou vídeos
- Citação de retuites
- Respostas
- Fios
- Enquetes
- Roda

## Instagram

- Postagens de feed: Reel, imagem ou vídeo único ou carrossel de até 10 imagens ou vídeos
- Stories (24 horas → Destaques)
- Características da história: Testes, enquetes, perguntas, adesivo "Adicione o seu" e muito mais
- Link na biografia
- Amigos próximos

# Pense na plataforma

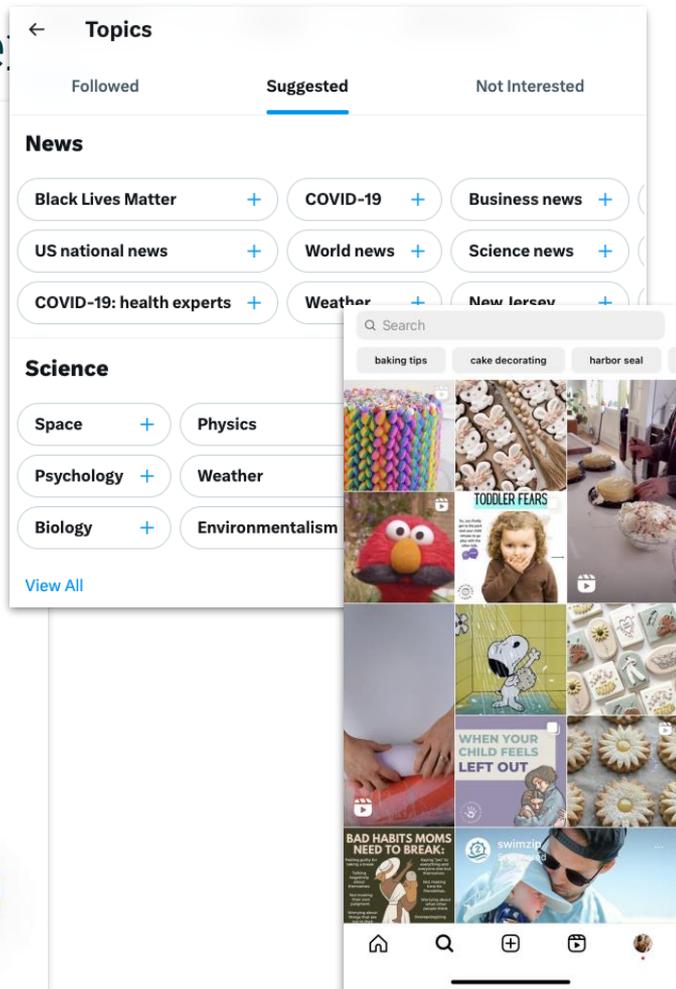
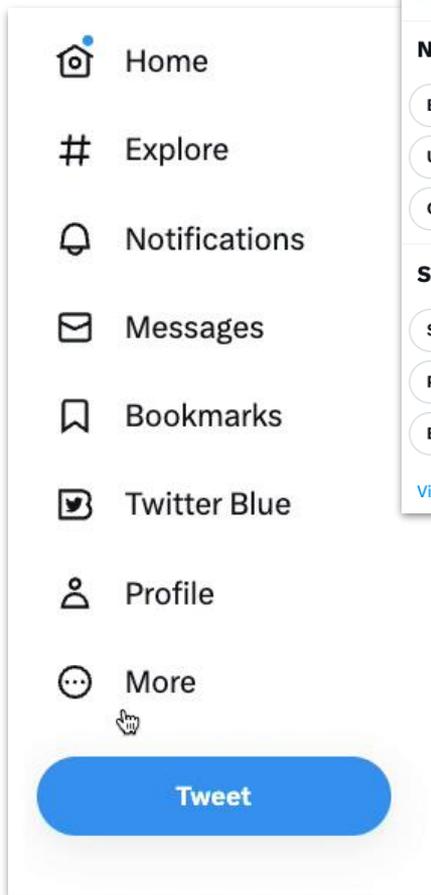
Pergunte a si mesmo: qual é plataforma mais adequada para meu conteúdo:

- Você está enviando as pessoas para um link (como um artigo de opinião ou relatório)?
- Seu conteúdo é visual?
- Onde a conversa está ocorrendo e como?
  - Hashtags populares
  - Tuitar ao vivo



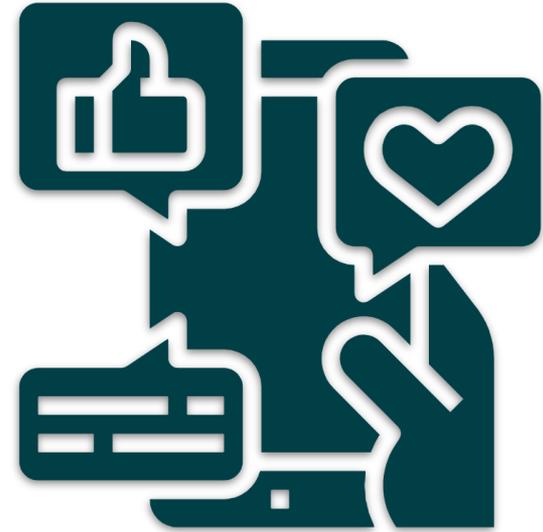
# Crie um feed que você gostaria de ler

- Os **tópicos** permitem que você siga os tópicos de seu interesse para ver o conteúdo relacionado.
- As **listas** mostram o conteúdo de um grupo definido de perfis.
- O **Instagram Explore** (ícone 🔍) permite que você pesquise termos e mostra o conteúdo que pode ser do seu interesse.

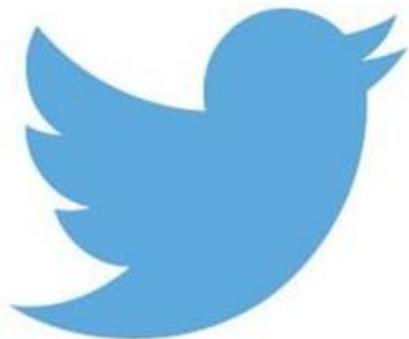


# Incorpore as redes sociais em seu dia-a-dia

- Baixe o app para celular ou tablet
- Ative as notificações
- Coloque um lembrete para fazer a checagem
- Defina limites de tempo
- Descubra quando você deseja postar (você pode agendar postagens usando serviços gratuitos como [Tweetdeck](#) e [Buffer](#))



# Com que frequência você deve postar?



2-3 tuites  
por  
semana



3-4  
postagens  
por  
semana



1-2  
postagens  
por  
semana

# **Exercício 3:**

# **Vamos praticar!**

# Cenário 1: Você foi citado

Parabéns! O New York Times está citando você várias vezes em um artigo sobre um assunto que o preocupa profundamente.

Elabore um plano básico de como você promoveria isso nas redes sociais.

Elementos a considerar e discutir:

- Quais são as diferentes maneiras de compartilhá-lo em seus canais?
  - Quais são as diferenças entre o Twitter e o Instagram?
- Como você pode divulgar isso aos parceiros e facilitar o compartilhamento?

## Cenário 2: Promoção de evento

A COP28 acontecerá em Dubai de 30 de novembro a 12 de dezembro. Você estará presente de 1º a 7 de dezembro.

Planeje um rascunho de como você promoverá sua presença na COP28.

Elementos a considerar e discutir:

- Divulgue sua localização para o público:
  - Você está participando ou organizando algum evento? Quando e onde?
  - Você será anfitrião em algum pavilhão?
- Que tipo de conteúdo você deseja compartilhar? Vídeos? Fotos? Texto?
- Quais plataformas?
- Você tem uma chamada para ação (siga-me para atualizações, se inscreva na newsletter?)

## Cenário 3:

Alguém responde a um artigo que você tuitou onde compartilhou preocupações sobre novas construções em sua comunidade e suas implicações. Os comentários dizem que você está atrapalhando o desenvolvimento e o progresso, impedindo a criação de empregos e prejudicando a economia da sua comunidade.

Você deve se engajar com essa resposta?

Elementos a considerar e discutir:

- Qual é a sua postura usual ao responder a comentários?
- Quem é o comentarista (eles têm muitos seguidores? Isso importa?)?
- Quanto tempo você quer investir nisso?
- Qual seria sua resposta?
- Qual é o tom/mensagem deles: desinformam ou usam discurso de ódio?

# Perguntas e respostas

---