



**FINANCIAMENTO  
COLETIVO PARA  
CAMPANHAS**



Ficha técnica

Conteúdo **Bando**  
Sistematização **Leticia Maçulo**  
Coordenação **Gabriel Lindenbach**  
Revisão **Cecília Madeira**  
Designer **Ila Ruana**  
Foto capa **Marcelo Freixo**

# APRESENTAÇÃO

Esta cartilha contém informações para orientar você que planeja utilizar o financiamento coletivo para fortalecer sua campanha nas eleições de 2018. Aqui você irá entender o que é financiamento coletivo, como utilizar essa ferramenta para mobilizar e organizar a sua campanha, além de informações gerais sobre questões legais, de arrecadação, campanhas bem sucedidas que também utilizaram esta ferramenta e dicas sobre plataformas e organização de campanha de arrecadação. Toda essa informação com conteúdo exclusivo organizado por profissionais que trabalham com financiamento coletivo para diversos fins, e profissionais da comunicação.

Desde 2015, com a proibição do STF de que empresas financiem campanhas, o financiamento coletivo vem abrindo um novo horizonte de atuação política, permitindo que pessoas estejam engajadas e se sintam parte de uma campanha. Esse novo olhar sobre a participação política e cria um ambiente propício para campanhas independentes ou de candidatos que não contem com apoio de grandes empresas.

# SUMÁRIO

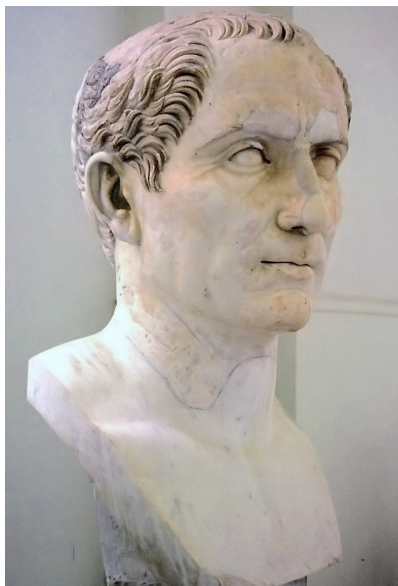
- 01.** O que você precisa saber antes de financiar coletivamente sua campanha
  - a.** Financiamento da política
  - b.** O problema do sistema brasileiro
  - c.** A proibição das doações de empresas
  
- 02.** O que é financiamento coletivo?
  - a.** Caso: Eu financio Freixo
  - b.** O que aconteceu nas eleições de 2016?
  - c.** Expectativas para a eleição de 2018
  
- 03.** Decisões importantes
  
- 04.** O que diz a lei?
  
- 05.** Como fazer?
  
- 06.** Você vai precisar de: Materiais de campanha

**O QUE VOCÊ  
PRECISA SABER  
ANTES DE FINANCIAR  
COLETIVAMENTE SUA  
CAMPANHA**

**01**

## a. Financiamento da política

O advogado Lawrence Lessig, em sua palestra sobre o poder corrosivo do dinheiro no sistema político norte-americano, é claro: o financiamento da política não é o maior ou o mais importante problema da nossa sociedade, mas é o primeiro problema. Se não resolvermos isso, não conseguiremos resolver nada.



*A influência do capital na política é algo tão antigo quanto a própria república. Há mais de 2.000 anos, Júlio César, o homem que de fato tornaria a república de Roma um império, ganhou sua primeira eleição com o apoio de um único doador rico.*

### TÍTULO I DOS PRINCÍPIOS FUNDAMENTAIS

Art. 1º A República Federativa do Brasil, formada pela união indissolúvel dos Estados e Municípios e do Distrito Federal, constitui-se em Estado Democrático de Direito e tem como fundamentos:

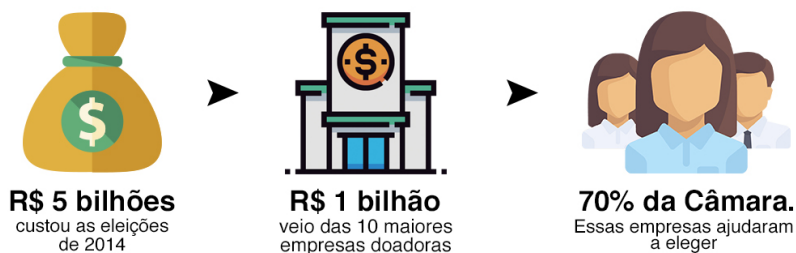
- I - a soberania;
- II - a cidadania;
- III - a dignidade da pessoa humana;
- IV - os valores sociais do trabalho e da livre iniciativa;
- V - o pluralismo político.

Parágrafo único. Todo o poder emana do povo, que o exerce por meio de representantes eleitos ou diretamente, nos termos desta Constituição.

Retirado de: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/constituicao/constituicao.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm)

## b. O problema do sistema brasileiro

O artigo primeiro da nossa constituição, em seu parágrafo único nos diz: todo poder emana do povo. Mas, se formos avaliar, por exemplo, como foram financiadas as campanhas dos deputados eleitos em 2014, percebemos que o poder que deveria estar na mão do povo repousa nas das grandes empresas.



A “bancada da JBS”, ou seja, os deputados que receberam algum recurso proveniente da empresa de Joesley Batista, tem 162 cadeiras, mais que o dobro da maior bancada de partido, que é do PT. Nosso sistema estava quebrado. O poder não emana do povo.

## c. A proibição das doações de empresas

Depois de vários escândalos políticos ligados à doações de campanha e às pressões da sociedade, a solução encontrada pelo STF foi proibir as doações de empresas, declaradas inconstitucionais em 2015.

É comum regulamentar a relação do dinheiro com a política. Todos os 180 países incluídos na base de dados do Instituto Internacional para a Democracia e a Assistência Eleitoral usam pelo menos alguma forma de regulação do papel do dinheiro na política, como proibições de doações de certas fontes, limites de gastos e provisões para financiamento público. Um em cada cinco proíbem doações de empresas nos seus sistemas eleitorais.

Com a proibição das doações de empresas, surgiu a possibilidade de que o financiamento de pessoas físicas por meio da internet pudesse ocupar esse espaço.

# O QUE É FINANCIAMENTO COLETIVO?

02



*Também chamado de Crowdfunding, a junção das palavras multidão e financiamento, em inglês.*

**Financiamento coletivo** é um meio de encontrar pessoas que se identificam com a sua idéia e querem contribuir para ela sair do papel. A idéia tem ganhado força ultimamente e a economia colaborativa só cresce. Como dinheiro e política andam lado a lado, a lógica do financiamento coletivo abre novos horizontes para a atuação política.



(foto: Jake Bucci)

A campanha do senador americano Bernie Sanders para presidência da república dos Estados Unidos da América em 2016 foi um dos grandes casos de sucesso envolvendo financiamento coletivo para campanhas. Ao fim de 2015, sua campanha havia arrecadado mais de 73 milhões de dólares de 2,513,665 doações. A média de doação por pessoa foi 27,16 dólares

A ideia pode parecer nova, mas não é. O Cristo Redentor, um dos pontos turísticos mais reconhecidos do Brasil, foi financiado coletivamente, lá em 1923. De lá pra cá, o Crowdfunding cresceu não como um fenômeno isolado mas, como parte de uma mudança de paradigma do século 21, formando uma nova economia que chamamos de Economia Colaborativa.



(Foto: Wikipolitica)

O Movimento WikiPolítica, no México, usou o financiamento coletivo para ocupar a política com vozes que representem o povo.

Dessas mudanças surge o desafio: Criar uma campanha financiada **majoritariamente** por **pequenos doadores**.

## a. Caso: Eu financio Freixo



(Foto: Marcelo Freixo)



### **EU FINANCIIO FREIXO**

O financiamento da candidatura de Marcelo Freixo à Prefeitura do Rio em 2016 foi O maior crowdfunding político da história

R\$ 1.820.928 arrecadados  
14.022 apoiadores



14 mil doadores e R\$ 1,8 milhão arrecadados. Um recorde na história do Brasil.

A campanha de Marcelo Freixo para a prefeitura do Rio, em 2016, acabou se tornando o maior financiamento coletivo político da história. Se transformando em um marco na busca de um modelo de financiamento das eleições mais justo e transparente.



**R\$ 120**  
foi o valor médio  
de doação.



**80%**  
do gasto da campanha  
veio de pessoas físicas. O  
restante veio do partido.



**33%**  
dos doadores  
moram fora do Rio.



**76%**  
doaram pela primeira  
vez para uma campanha  
eleitoral.



**99%**  
dizem que doariam  
de novo..

Com isso, vimos o financiamento coletivo criar um novo espaço de participação política. Mas apenas proibir doações de empresas não resolve o problema do financiamento da política.



(Foto: Kelly Bracha 2012)

As campanhas que elegeram Barack Obama como presidente dos Estados Unidos, em 2008 e 2012, são exemplos de financiamentos coletivos bem sucedidos.



## b. O que aconteceu nas eleições de 2016?

Com o fim das doações empresariais, percebemos 4 mudanças no financiamento das eleições de 2016.

- **Eleições mais baratas.**

Houve uma redução de quase metade do custo das campanhas para a prefeitura do Rio em 2016 se comparada a 2012, a última eleição municipal. De R\$ 5,3 bilhões para R\$ 2,9 bilhões.

- **Benefício a candidatos ricos.**

A lei brasileira não estabelece um teto para uso de recursos financeiros do próprio candidato. Com menos dinheiro circulando, quem tinha grana do próprio bolso pra olocar na campanha saiu em vantagem.

*Milionários no Brasil: 0,08% - Milionários eleitos prefeitos: 20%*

Dos R\$ 12 milhões que o Dória arrecadou em SP, por exemplo, R\$ 4,6 milhões foram doados por ele mesmo.

- **Não eliminou a influência de empresas nas eleições.**

A lei brasileira não estabelece um teto de limite de doações. Apenas um teto percentual de 10% da renda declarada no último imposto de renda, ou seja, quem tem mais dinheiro pode doar mais e, conseqüentemente, influenciar mais na eleição.

Um exemplo claro aconteceu durante a campanha do Freixo. No primeiro turno, nós tivemos 6.500 doadores e levantamos pouco mais de R\$ 600 mil. O Pedro Paulo candidato à sucessão do PMDB precisou de 4 doadores para igualar a arrecadação, todos eles sócios de empresas envolvidas em negócios suspeitos com a prefeitura. Tentamos inserir na reforma eleitoral um limite nominal de 10 salários mínimos. Pra nossa surpresa, a sugestão passou no congresso, mas foi vetada pelo presidente em exercício, Michel Temer.

- **Poucas doações pela internet.**

Com o fim das doações de empresa, criou-se uma expectativa

de que haveria uma grande utilização do financiamento coletivo e que as doações de pessoas físicas por meio da internet fosse decolar. Não foi o que aconteceu.

As doações pela internet das mais de meio milhão de campanhas pelo Brasil representaram apenas 0,1% (R\$ 2,9 milhões ) do total arrecadado, sendo que metade foi para a campanha do Freixo. O grande aprendizado do financiamento coletivo para campanhas políticas em 2016 foi que não basta ter a ferramenta. É preciso saber usá-la.

## **C. Expectativas para a eleição de 2018**

Em 2017, uma minirreforma eleitoral foi aprovada no congresso e trouxe duas mudanças relevantes para as campanhas que decidirem apostar em financiamento coletivo:

### **1. Criação do fundo**

A principal mudança em relação ao financiamento de campanha foi a criação do Fundo Especial de Financiamento de Campanha, na prática um fundo público eleitoral de R\$ 1,7 bilhão. Foi a solução que deputados e senadores encontraram para tapar o buraco deixado nas contas de campanha pela proibição das doações empresariais.

Aumentar a participação do financiamento público nas eleições é uma forma de controlar os interesses privados, limitando o chamado “rabo preso”. Em 2016, a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) divulgou um relatório que aponta que as eleições de 14 dos 16 países membros europeus são majoritariamente financiadas por meio de recursos públicos. Em média, as eleições nesses países foram 73% financiadas com dinheiro público e, 27% com dinheiro privado. No Brasil, a campanha eleitoral de 2014 foi financiada com 95% de recursos privados e apenas 5% de fundos públicos.

É interessante que se aumente a participação de dinheiro público nas eleições, junto com uma redução total dos custos das campanhas. O que se tem feito, no entanto, é tentar manter um patamar criado por doações privadas usando

o dinheiro público. A maior crítica que se faz ao modelo de financiamento público é o engessamento político, uma vez que o financiamento tende a entrar em um ciclo vicioso, doando recursos para os grandes partidos e favorecendo os mesmos candidatos que controlam a máquina.

Assim, a única saída é a criação de um modelo misto e do fortalecimento do financiamento coletivo por pessoas físicas como meio legítimo de financiamento de uma política feita pelas pessoas e para as pessoas.

## **2. Facilitação do Financiamento Coletivo**

Nós colaboramos com a consultoria legislativa da Câmara dos Deputados na parte de financiamento coletivo com o objetivo principal de facilitar o crowdfunding para campanhas.

Em 2016, com a campanha do Freixo, fomos os primeiros a fazer uma campanha com foco nos micro doadores. Muita coisa ainda estava confusa na época. Agora, todos que participam de alguma forma dessa dinâmica têm mais segurança para operar.

A principal mudança foi a inclusão da possibilidade de se utilizar uma plataforma para realizar o financiamento coletivo de uma campanha. Antes, era obrigatório que o candidato construísse um site próprio. Achávamos que a lei não era democrática, afinal, não são todos os candidatos que têm recursos para criar a própria plataforma.

Já aprendemos em 2016, porém, que só a ferramenta não basta para realizar o financiamento coletivo de uma campanha política. É preciso saber usá-la.

Ajudar você a construir e planejar o financiamento coletivo da sua candidatura é o grande objetivo desse curso. Com a segurança da nova legislação e compartilhamento da nossa experiência e aprendizado, acreditamos que em 2018 o financiamento coletivo vai consolidar sua posição como meio relevante de financiamento da política no Brasil.

# DECISÕES IMPORTANTES

03



### • **Financiamento coletivo é para a minha campanha?**

Essa é uma decisão muito importante. O financiamento coletivo é pra todo mundo, desde que esteja alinhado com sua atuação política. Transparência, conexão, colaboração, bem comum e aproximação com o público precisam estar na essência da sua atuação no gabinete. Se esses valores não estão conectados com a sua forma de fazer política, financiamento coletivo talvez não seja para você. Mas, sinceramente, talvez a política não seja para você.

### • **Qual tecnologia devo usar?**

Você pode desenvolver um site próprio ou utilizar uma plataforma já existente. É uma decisão entre flexibilidade e controle x praticidade e simplicidade.

### • **E na pré campanha, vale a pena arrecadar a partir do dia 15 de maio?**

Essa é uma dúvida bem comum. Em um financiamento coletivo, nem sempre mais tempo equivale à mais arrecadação. As arrecadações começam fortes, enfraquecem, e depois alavancam no final. Assim, começar a arrecadar muito antes das eleições pode não ser o mais indicado. Com a nossa atual legislação, pode ser vantagem lançar um financiamento apenas para comunicar à sua base que você irá se candidatar. Afinal, após a última mudança da lei, a única maneira legal de se falar sobre a pré campanha é através do financiamento. É preciso avaliar caso a caso mas, de maneira geral não costuma valer a pena.

### • **Dá trabalho?**

Você vai precisar tocar duas campanhas diferentes. Vote e financie a candidata. Será necessária uma equipe planejando essa campanha de financiamento.

**O QUE DIZ  
A LEI?**

**04**

Vamos ver o que diz a lei sobre financiamento de campanhas políticas. O objetivo aqui não é discutir se a lei é boa ou ruim, mas sim destacar o que é importante de se saber sobre arrecadação de recursos e prestação de contas.

Quando falamos na legislação eleitoral, a principal lei é a 9.504 de 1997, conhecida com a Lei das Eleições. A parte de arrecadação e prestação de contas e que concentra o que nós vamos falar aqui vai do artigo 17 a 32.

Toda eleição, o TSE publica uma série de resoluções que regulamentam o pleito do ano. Especificamente sobre arrecadação de recursos em 2018, temos a resolução 23.553 do TSE. Nós destacamos aqui, exclusivamente, o que está nas normas. É importante ver as leis e consultar a sua advogada ou sua contadora. Existem interpretações divergentes sobre alguns pontos da legislação, então, se mantenha informada e busque orientação!

## **a. Limite de gastos**

A resolução do TSE estabeleceu o limite de gastos para cada cargo em disputa, isto é, o máximo que você pode gastar na sua campanha. Esse teto não será um problema para a grande maioria das candidatas. Deputadas federais podem gastar no máximo R\$2,5 milhões, e deputadas estaduais ou distritais podem gastar no máximo R\$ 1 milhão em suas campanhas. Os limites de gastos para senadoras e governadoras variam de acordo com o número de eleitores em cada estado. Consulte a resolução 23.553 do TSE para saber o limite no seu estado. É interessante observar que o limite de gastos para um candidato à Presidência é de R\$ 70 milhões, 20% dos R\$ 350 milhões gastos na reeleição da Dilma em 2014.

## **b. Pré-requisitos**

Pra você começar a arrecadar dinheiro para a sua campanha, você vai precisar de:

- Requerimento do registro de candidatura na Justiça Eleitoral

- Inscrição no Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica (CNPJ) da campanha
- Abrir uma conta bancária específica para Doações de Campanha. O candidato e os partidos são obrigados a abrir essa conta, mesmo que não haja nenhuma movimentação financeira. Se você for receber recursos do Fundo Partidário ou do Fundo Eleitoral, você terá que abrir uma conta para cada um deles, e não poderá transferir os recursos delas para a conta de Doações de Campanha. Além disso, os bancos são obrigados a abrir essas contas e não podem cobrar taxas de manutenção nem depósito mínimo. Os bancos também são obrigados a identificar o CPF de qualquer pessoa que fizer uma transferência para a conta de doações de campanha. Todas essas contas e o CNPJ são encerradas pelo banco ao final da eleição.

## C. Como receber doações

Existem 5 fontes possíveis de recursos para a sua campanha:

1. Recursos próprios dos candidatos;
2. Recursos próprios do partido;
3. Doações financeiras de pessoas físicas;
4. Comercialização de bens e serviços e realização de eventos de arrecadação;
5. Doações de outros partidos políticos e de outros candidatos.

Existe uma outra forma de você receber uma doação: a chamada “recursos estimáveis em dinheiro”, que são bens e serviços que alguém coloca à disposição da campanha. Todos esses recursos têm que, obrigatoriamente, passar pela conta de “Doações de Campanha”. Aqui estamos tratando apenas as doações de pessoas físicas. Para informações sobre as outras origens de recursos permitidas, consulte a legislação.

Existem 3 formas de você receber esses recursos na conta:

1. Cheques, transferência ou depósito direto na conta;
2. Por meio de um site próprio do candidato, partido ou coligação;
3. Plataformas de crowdfunding.

As doações para um financiamento precisam respeitar algumas normas, destacaremos algumas importantes:

- As doações podem ser feitas por cartão de crédito, débito ou boleto bancário, apenas por quem for titular do cartão.
- O limite de doação total de quem apoia é de 10% de seus rendimentos brutos declarados no Imposto de Renda 2018. Todas as doações dos apoiadores são somadas para esse limite.
- O limite de doação para quem é isento de declaração é 10% do limite da isenção, esse ano será de R\$ 2.855. Em 2014, o Ministério Público processou uma série de doadores isentos de declaração de imposto de renda e que tinham doado pequenos valores para campanha do Marcelo Freixo para deputado estadual. O problema foi resolvido, e hoje a interpretação do próprio TSE está explícita na resolução.
- As doações acima de R\$ 1.064,10 só podem ser feitas diretamente na conta bancária. Esse limite vale para diferentes doações da mesma pessoa realizadas no mesmo dia.
- Todos que são obrigados a declarar imposto de renda precisam declarar a doação para uma campanha política.
- No caso de um site próprio de arrecadação, o candidato é obrigado a registrar o nome e o CPF do doador para incluir na prestação de contas.
- Se você optar por utilizar uma plataforma, certifique-se de que ela está devidamente registrada na Justiça Eleitoral, que recolherá o nome, CPF e endereço dos doadores, disponibilize uma página com o nome e valor de todas as

doações e que seja atualizada instantaneamente a cada nova doação contendo identificação do doador (nome completo, CPF e endereço), identificação da candidata (CNPJ ou CPF, na hipótese de pré-candidata), a eleição a que se refere, valor doado, data da doação, forma de pagamento e identificação da plataforma (razão social e do CNPJ)

Se você optar por utilizar uma plataforma de financiamento coletivo, você tem a possibilidade de realizar uma arrecadação prévia de recursos a partir do dia 15 de maio. A liberação dos recursos por meio da plataforma de financiamento coletivo está sujeita à confirmação do registro de candidatura, que acontecerá somente em agosto. Se a candidatura não for registrada, a plataforma devolverá o dinheiro arrecadado para os doadores.

## d. Prestação de contas

Para toda doação recebida, o candidato deve emitir um recibo eleitoral. Ele é gerado pelo Sistema de Prestação de Contas Eleitorais (SPCE). Você pode baixar esse programa no site do TSE.

### **Importante:**

- O candidato é obrigado a informar à Justiça Eleitoral em até 72 horas a partir do recebimento da doação. Se você fizer um site próprio, o dinheiro arrecadado ficará numa conta virtual e você precisará solicitar a transferência para a conta bancária da campanha. O prazo para a prestação de contas é considerado a partir do crédito efetivo na conta. Se você usar uma plataforma de crowdfunding, é provável que ela funcione de forma semelhante e você precise solicitar a transferência do dinheiro arrecadado para a conta bancária da campanha. Mas é importante você entender o funcionamento da plataforma escolhida.

- Pra subir os dados da doação no SPCE, é preciso gerar um arquivo no formato especificado no programa e enviá-lo. O site próprio deve ter um sistema pensado pra isso. As plataformas geralmente possuem um sistema específico, mas vale a pena se informar sobre cada caso.
- Todas as doações devem ser lançadas com valor bruto na prestação de contas de campanha eleitoral. As taxas cobradas pelas instituições arrecadoras e meios de pagamento deverão ser consideradas despesas de campanha eleitoral e lançadas na prestação de contas de candidatos.

**COMO  
FAZER?**

**05**



É preciso entender que o financiamento coletivo exige uma campanha específica. No total, serão duas campanhas, uma servindo a outra, mas com públicos e estratégias diferentes. A metodologia que propomos é uma jornada que passa pela avaliação, construção, planejamento e execução. Nós a chamamos de 4x4. São quatro dimensões e quatro fatores.

## 1. Avaliação

Os 4 fatores do potencial de uma campanha:

- **Relevância:** Importante lembrar que financiamento coletivo é um mercado de nicho, não de massa. E quando falamos de política, todas as campanhas costumam ser meio parecidas. Qual é o tamanho do apelo da sua campanha? Quão relevante ela é para a sua comunidade específica? Quais são seus principais temas de campanha e quão relevante eles são para essas redes?
- **Potencial da rede:** É preciso avaliar a capacidade de financiamento desse público, estudando o tamanho e a capacidade de financiamento das redes que você consegue acessar direta ou indiretamente.
- **Comunicação:** Não adianta apenas lançar um projeto de financiamento coletivo no ar. É preciso saber o que, como, onde e por quem será contada a história da sua campanha. Nesse momento, é preciso levar em consideração as pessoas influentes que você pode acessar e se comunicar com essas pessoas.
- **Time:** Recursos e habilidades ajudam no potencial da campanha. É preciso saber quantas pessoas estarão engajadas e suas habilidades específicas, além de seu entendimento sobre financiamento coletivo. O time é o principal ponto de avaliação quando fazemos projetos.

## 2. Construção

Os 4 pilares da campanha:

- **Lapidação da narrativa:** Qual a melhor forma de contar a sua história? É preciso tomar cuidado com a forma que a história da sua campanha será contada. Com uma narrativa bem trabalhada, as chances das pessoas se engajarem aumentam.
- **Mapeamento de rede:** Você não irá criar redes, mas sim, analisá-las. É preciso mirar nas pessoas e nos momentos certos.
- **Definição de recompensas:** Na política, a recompensa é o pertencimento. O mais importante é manter contato constante com o apoiador e mostrar concretude, tangibilizar o que está sendo feito.
- **Cálculo das metas:** A meta é o objetivo do jogo e, cada nova fase deve ser desafiadora, porém, alcançável. Ela deve ser analisada por último, pois você precisa saber antes o custo de todo o projeto. Existem quatro valores que, se somados, compõem a meta. O cálculo é feito somando: o custo do projeto + recompensa + campanha + plataforma

### 3. Planejamento

Os 4 pilares do financiamento coletivo:

- **Foco na preparação:** É preciso estar preparado e não lançar apenas um site bonito.
- **Largada forte:** Os primeiros dias precisam mostrar ao que você veio. Se você alcança 30% da meta, sua campanha tem 90% de chances de dar certo.
- **Escalada de confiança:** Você começa conquistando as pessoas mais próximas, até chegar nas mais distantes.
- **Senso de urgência:** É preciso criar um senso de urgência para que as pessoas tomem uma atitude.

#### 4. Execução

As 4 atitudes do realizador:

- **Seja concreto:** O que está acontecendo. O que você vai fazer com o dinheiro?
- **Seja sniper:** Tenha ações pontuais e específicas para garantir retorno.
- **Seja água:** Nenhum planejamento está pronto para a realidade.
- **Valorize quem apoia:** Quem apoia é tão importante quanto quem faz.

**VOCÊ VAI  
PRECISAR DE:  
MATERIAIS DE  
CAMPANHA**

**06**

## • Video

Não é o obrigatório, mas altamente recomendável. Será a principal ferramenta de comunicação com quem apoia. Projetos com vídeo têm taxa de sucesso maior. Devem ser cativantes e curtos.

É preciso:

- gerar empatia
- ter qualidade
- cuidados com áudio
- ser curto. (1 a 2 min)

Para o vídeo específico de crowdfunding, lembrem-se: identificação com causa, confiança no potencial do realizador: mostre que você é capaz, mostre sua equipe, sua cara e empatia. Lembre-se da qualidade: do seu vídeo, do cartão de apresentação e do áudio.

## • Texto

No vídeo você chamou a atenção e despertou o interesse daquela pessoa em apoiar sua campanha. Com o texto, você terminará de conquistá-la e a palavra de ordem aqui é confiança.

Detalhe todos os pontos da campanha, como o dinheiro será usado, quais as metas e separe em blocos para facilitar a leitura. O ideal é que o primeiro parágrafo seja um resumo da narrativa e traga tudo o que a pessoa precisa saber. No jornalismo é chamado de lead.

## • Imagens

Aposte em imagens que despertem interesse.

## • Materiais complementares

áudio / vídeo / imagens.

Tudo com a identidade visual da campanha e com o objetivo de trazer as pessoas de diferentes lugares da internet para a página da sua campanha.



**E lembre-se, existem três grupos de pessoas:**



Quem apoia é tão importante quanto quem faz  
Quem apoia é tão relevante quanto quem faz  
Quem apoia é tão realizador quanto quem faz  
Quem apoia é tão foda quanto quem faz

**BOA CAMPANHA!**



**chama**

[www.achama.org](http://www.achama.org)



[www.clip.lat](http://www.clip.lat)

**UPDATE**

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

**BANDO**

[www.somosbando.com](http://www.somosbando.com)