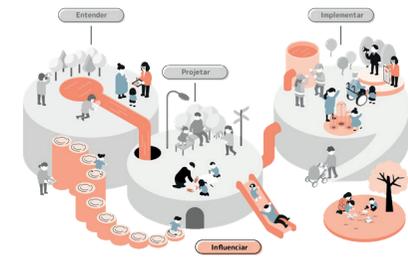


-  **Formato**
template, workshop de equipe
-  **Tamanho do grupo**
pequeno
-  **Duração**
2-3 horas
-  **Experiência em facilitação**
iniciante



Criando a sua mensagem

O que é? O que você deve dizer na sua mensagem para influenciar as pessoas da maneira que você precisa? O objetivo de utilizar uma abordagem estruturada para sua mensagem é manter o foco na estratégia e garantir que o cerne da mensagem seja apresentado de forma consistente e frequente o bastante para ser lembrado e repetido pelo seu público.

Como usar? Suas **personas** são fundamentais para compreender as necessidades, interesses, pontos de vista e comportamentos do seu público-alvo (consulte a ferramenta “*Criar personas*”). Com essa compreensão, você terá uma base sólida para atuar. A **abordagem estratégica** guiará quais aspectos das personas devem ser focados em sua mensagem. Para apoiar seu projeto, você pode aproveitar a oportunidade de compartilhar histórias nas mídias sociais ou na grande mídia. Utilize o modelo à direita para garantir que essas histórias estejam alinhadas com sua abordagem estratégica. Após definir sua mensagem principal, considere desenvolver um conjunto de mensagens complementares que forneçam uma linguagem padronizada para ser usada em diferentes contextos. Por exemplo, uma **apresentação da organização** liderando o projeto e **seus objetivos**. Além disso, você pode precisar de variações de mensagens específicas para diferentes públicos, levando em conta seus interesses e questões.

Lembre-se: Não se esqueça de responder às perguntas básicas nos pontos relevantes de suas mensagens principais: **quem, o quê, por que e quando?** Uma ferramenta adicional que pode ser útil é um **documento de perguntas e respostas**, fornecendo orientações para todos os membros da equipe e representantes em relação a uma série de possíveis perguntas. Considere todas as perguntas que as várias pessoas com as quais você se envolverá possam fazer, elaborando respostas curtas e concisas. Esse documento pode ser atualizado regularmente.

1 Qual **público** você está tentando atingir com a sua narrativa?

- Cuidadores
- Proprietários de empresas locais
- Liderança municipal
- Profissionais do desenvolvimento infantil
- ...

2 Qual é o foco dessa narrativa? Faça referência a aspectos da infância nos meios urbanos.

Escreva uma única frase curta com sua mensagem principal.

Escreva três frases curtas que descrevam ainda mais sua mensagem central.

3 Sobre **quem** seria a narrativa?

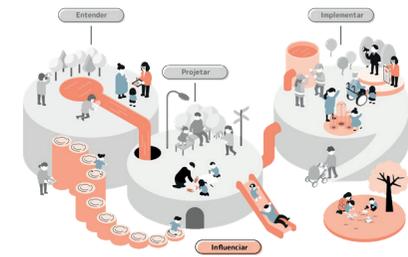
- Crianças pequenas de 0 a 5 anos
- Mulheres grávidas
- Profissionais de desenvolvimento urbano
- ...

4 Como você poderia utilizar essa narrativa?

- Como um vídeo de introdução para uma conferência
- ...

5 Como a narrativa influenciará seus **sentimentos, pensamentos e ações?**

- Motivados a fazer uma campanha para dar mais ênfase ao desenvolvimento da primeira infância no planejamento
- Entusiasmados com as possibilidades futuras de seu bairro
- Indignados com a falta de apoio às crianças pequenas
- ...



Criando a sua mensagem #exemplo

Desenvolvimento da mensagem central criada pelo **Estúdio+1** para a proposta do projeto “ Livre para amamentar” em Jurujuba, Niterói, Brasil (outubro de 2022)

Principais mensagens

SINTA-SE À VONTADE PARA AMAMENTAR!

- Amamentar é natural e extremamente necessário;
- A cidade pode ser um espaço lúdico e seguro para crianças e cuidadores;
- Os homens também são responsáveis pela criação dos filhos.

“Sinta-se à vontade para amamentar” é a mensagem central do nosso projeto, a partir da qual esperamos derivar mensagens sobre: nutrição infantil, paternidade ativa e quebrar tabus relacionados ao corpo feminino no processo de criar filhos.

A mensagem principal é bastante simples e a transmitimos ao público por meio das Unidades Básicas de Saúde (UBS) e por arte em espaços públicos. A estratégia foi alcançada através de murais em paredes em espaços públicos, que abordaram a amamentação e a paternidade ativa como tema do mural. Como apoio a essa mensagem, esperamos oferecer espaços públicos que acolham crianças e cuidadores da melhor maneira possível. Com o incentivo ao uso e permanência, podemos criar um ciclo motivador: quanto mais o espaço for frequentado por bebês e cuidadores, e quanto

mais essa mensagem se espalhar, consequentemente teremos mais bebês e cuidadores atraídos para visitar e ocupar o espaço público. Dada a abordagem escolhida, esperamos reduzir o estigma em torno do tema da amamentação e abordar o assunto de forma clara e informativa. Através dessas mensagens, acreditamos que as crianças e seus cuidadores ganharão força e visibilidade na ocupação e participação ativa na construção de espaços públicos, sendo mais um passo em direção à construção de cidades cada vez mais acolhedoras para a primeira infância. Isso não se trata apenas da amamentação, mas de como esse tema destaca comportamentos fundamentais que ainda prejudicam a implementação de políticas para a primeira infância.



ESTÚ
DIO+1