



CRUZADA DOS MILITARES ESPÍRITAS

ORIENTAÇÕES PARA POSTAGEM NAS MÍDIAS SOCIAIS

1. Para que serve e como utilizar este Guia

A presença digital se tornou essencial para o compartilhamento rápido de informações e estabelecimento de uma relação mais próxima com o público desejado. As redes sociais encurtaram o caminho entre a emissão da mensagem e o receptor, além de abrirem um canal eficaz para ouvir as demandas dos Cruzados. Mas não basta postar ou seguir as tendências do momento, os conteúdos precisam ser pensados de acordo com a missão, preceitos e valores da Cruzada dos Militares Espíritas – CME e do Evangelho de Jesus.

Este "Guia de Orientação" tem por finalidade orientar os Núcleos e os Grupos de Estudos Doutrinários na utilização de mídias sociais.

2. Canais oficiais da CME

As mídias sociais favorecem a comunicação, o relacionamento e a participação na sociedade. Atualmente, cada vez mais pessoas comentam, manifestam opiniões e se organizam em prol de alguma causa, por meio das mídias sociais. Desse modo, tão importante quanto o cuidado com os conteúdos, é o monitoramento da interatividade. Por esta razão, a criação de perfis oficiais de instituições públicas nesses espaços deve servir não somente para a divulgação das informações, mas também como canal de interlocução com os Cruzados e de divulgação da mensagem espírita e cristã.

▪ Site

As publicações no site da CME serão submetidas à Direção e ao "Conselho Editorial", para análise e aprovação.

▪ Instagram Business

O Instagram surgiu focado no compartilhamento de fotos. A ferramenta evoluiu e, hoje, possibilita a criação de diversos conteúdos visuais. Além dos posts tradicionais, a rede permite comentários, interações privadas, *stories* e *reels*. Seguem algumas orientações:

- ☐ Os conteúdos devem ser pensados atendendo às particularidades de cada ferramenta; deve-se evitar replicar um mesmo formato de conteúdo;

- ☐ Usar imagens significativas e com alta resolução;
- Conteúdos mais informais ajudam no crescimento do canal e aproximam o seguidor do tipo de conteúdo que você produz.

- **Facebook**

Importante - não deve ser atrelado a nenhum perfil pessoal.

- Utilizar formatos diversos de postagem: texto, vídeos, fotos, enquetes, infográficos;
- Sempre utilizar links e sites oficiais para o compartilhamento de informações e citá-los, quando for o caso;
- Realizar transmissões ao vivo para aumentar o engajamento e divulgar alguma ação ou evento, com os devidos cuidados e preparação prévia;
- Usar *hashtags* para melhorar o ranqueamento do conteúdo.

3. Presença das mídias sociais

Critérios a serem adotados:

- **Respeito aos valores da CME** - observar sempre na elaboração dos conteúdos que serão divulgados.
- **Uso adequado da Logomarca da CME** em alta resolução.
- **Interações nas mídias sociais** - criar um perfil de mídia social, é importante dispor de uma infraestrutura mínima para viabilizar o fluxo de interação com os usuários.
- **Frequência das postagens** para estabelecer uma comunicação assertiva com os cruzados, deve ser mantida uma frequência de ao menos três posts semanais;
- **Cuidado com as respostas no site e nas mídias sociais** (*directs* e comentários) - utilizar as mídias sociais implica em se adaptar à linguagem desses canais, que é mais próxima a um discurso falado do que escrito. Isso significa que clareza, leveza, simplicidade, coloquialidade e informalidade são elementos fundamentais na elaboração das mensagens. Além disso, textos muito longos e jargões devem ser evitados. A linguagem mais leve e informal, além de ser a mais adequada para as mídias sociais, também humaniza o discurso, gerando maior aproximação com os usuários.
- **Correção dos conteúdos** devem-se observar as normas gramaticais e ortográficas.
- **Conteúdo e constância** - o diferencial das mídias digitais é a sua constância. Os conteúdos precisam ser planejados e as redes alimentadas rotineiramente para que os seguidores não percam o interesse. Existe uma variedade de materiais que podem ser trabalhados e publicados no âmbito de cada segmento. As datas comemorativas, por exemplo, podem ser um

tipo de conteúdo interessante para as redes. Publicar por publicar é gastar tempo e desperdiçar a atenção do seu público-alvo.

- **Coerência estética** - na criação das artes, que devem se harmonizar com a identidade visual da CME.
- **Responsabilidades** - designar uma pessoa/equipe responsável por cuidar das postagens, monitoramento e respostas aos comentários e e-mails do site.
- o **Logins e senha** - designar as pessoas/equipe responsáveis pelo acesso às mídias sociais e pelo armazenamento dos *logins* e senhas (fortes e alteradas com periodicidade).
- o **Linguagem** - evitar linguagem rebuscada e termos técnicos; usar frases atraentes e informativas; utilizar linguagem visual para deixar o conteúdo mais claro e atraente para o público-alvo.
- o **Utilização de *hashtags*** - as *hashtags* podem ser aliadas importantes para a distribuição do seu conteúdo, mas se usadas em excesso ou erroneamente podem comprometer o engajamento da sua publicação.

4. Identidade Visual

Os Núcleos e os GEDs devem seguir o padrão estabelecido na identidade Visual da CME.

Observações:

- o Atender à paleta de cores da CME.
- o Equalização dos tamanhos das fotos.
- o Utilizar o Logo (vetorizado) para usá-lo em qualquer tamanho, mantendo a qualidade da imagem.

Paleta de Cores da CME



Sugestão de Fonte

A escolha é livre no desenvolvimento das artes gráficas.

5. Sugestão de Aplicativo para confecção das artes das mídias sociais da CME

O Canva é um dos aplicativos mais completos para quem quer produzir conteúdo nas redes sociais. O aplicativo também apresenta uma versão desktop, que pode ser acessada de qualquer lugar. A ferramenta disponibiliza vários *templates* organizados por formatos. O serviço permite criar artes para redes sociais, pôsteres, currículos, capas para vídeos, apresentações em slides, além de disponibilizar criação de identidade virtual para marcas.

**CRUZADO, ESTE DOCUMENTO FOI PENSADO PARA AUXILIÁ-LO E NÃO
PRETENDE LIMITAR A CRIATIVIDADE E A DIVULGAÇÃO DAS ATIVIDADES DO
SEU NÚCLEO E GEDE.**