



## Diagnóstico de Persona

### Perguntas

Todas as perguntas serão feitas, sem exceção e nessa ordem:

### 1 Identidade

#### 1. NOME:

Vinícius Pereira, 40

#### 2. MANDATO (1º/REELEIÇÃO):

1º mandato como vereador de Ribeirão Preto. Se estiver em reeleição, ajusto.

#### 3. HISTÓRIA CURTA (3-8 LINHAS):

Nascido e criado no Jardim das Palmeiras, filho de motorista e costureira. Cresceu entre escola pública, igreja e quadra de bairro. Foi atleta de base e levou dos treinos a disciplina que hoje aplica na vida pública. Escolheu a Zona Norte como prioridade por ver ali muitos jovens com poucas oportunidades. Entrou na política para transformar o esporte em política pública que abre portas para estudo, trabalho e saúde. Defende o Estado como parceiro da sociedade, sem sufocar a iniciativa individual.

#### 4. ESTRUTURA FAMILIAR (OPCIONAL):

Casado, dois filhos adolescentes. Esposa professora de educação física. Família muito ligada ao esporte no dia a dia.

#### 5. RELIGIÃO (OPCIONAL)

Católico praticante, fé como base de equilíbrio pessoal e serviço ao próximo.

### 2 Postura e ideias

#### 6. IDEOLOGIA (LIBERAL/SOCIAL/CONSERVADOR/INDEFINIDA)

Social-democrata, acredito no Estado parceiro da sociedade, criando oportunidades sem sufocar a iniciativa individual. Sou moderado, aberto ao diálogo, com um olhar prático para juventude, educação e esporte.

#### 7. POSIÇÃO ANTE A GESTÃO (OPOSIÇÃO/SITUAÇÃO/NEUTRO)

Independente e propositivo. Apoia o que melhora a vida das pessoas, especialmente políticas integradas de esporte, educação e saúde. Cobra metas, transparência e execução no território da Zona Norte. Atua para ampliar orçamento e parcerias para esporte, prioriza manutenção de equipamentos públicos e programas de contraturno. Quando a gestão falha, fiscaliza, apresenta alternativas e convoca audiências para destravar soluções.

### 3 Território e temas

#### 8. CIDADE

Ribeirão Preto

#### 9. BAIRROS-ALVO

Atuo prioritariamente na Zona Norte, com foco no Jardim das Palmeiras e bairros do entorno, onde cresci e concentro a maior parte do meu trabalho

#### 10. REGIÕES

Priorizo a Zona Norte, sem deixar de atender demandas pontuais nas demais regiões quando o tema é esporte, juventude ou espaços públicos

#### 11. ATÉ 3 TEMAS PRIORITÁRIOS

Esporte como política pública, juventude e inclusão, saúde preventiva ligada à atividade física

## 4 PÚBLICOS E OBJETIVOS

### 12. SEGMENTOS-CHAVE

#### 1. Jovens de 12 a 24 anos da Zona Norte

Quero que a quadra seja mais atraente que a rua. Falo de treino, primeiro emprego, bolsa esportiva e rotina saudável. Levo calendário fixo de atividades perto de casa.

#### 2. Mães e famílias

Mostro segurança, disciplina e melhora nas notas. Trago professor presente, turma organizada e prestação de contas simples sobre vagas e frequência.

#### 3. Educadores e diretores

Integro esporte ao contraturno para reduzir evasão e indisciplina. Ofereço plano de atividades, metas por turma e voluntários cadastrados.

#### 4. Lideranças de bairro e pastorais

Construo rede de manutenção das praças e ginásios. Coordeno mutirões, regras claras de uso e agenda pública.

#### 5. Profissionais de saúde das UBS

Conecto prescrição de atividade física aos núcleos esportivos. Acompanho indicadores de peso, pressão e adesão.

#### 6. Clubes, academias e pequenos negócios

Apresento contrapartidas via adoção de espaços e patrocínio de torneios escolares. Dou visibilidade e relatórios.

#### 7. Imprensa local e formadores de opinião

Entrego dados, histórias reais e visitas de campo para pautas positivas e fiscalização séria.

### 13. OBJETIVOS

#### 1. Explicar meu trabalho com clareza e provar impacto

Vou publicar, todo mês, um boletim simples: vagas abertas, presença, núcleos ativos, custos e resultados nas escolas e UBS. Reels curtos contam histórias de alunos e famílias. Meta: aumentar em 30% o conhecimento do meu trabalho na Zona Norte em 6 meses, medido por pesquisas e engajamento local.

#### 2. Ampliar a base na Zona Norte e abrir novas frentes em bairros vizinhos

Vou sair de 4 para 8 núcleos esportivos com calendário fixo e fila organizada por bairro. Crio grupos de WhatsApp por território para avisos e inscrições. Meta: 20% mais participantes ativos e duas praças adotadas por trimestre.

#### 3. Combater boatos com transparéncia e presença

Toda crítica recebe resposta com dado, prazo e responsável. Disponibilizo um painel público e faço rodas de conversa mensais nas paróquias e escolas. Meta: reduzir em 50% o volume de desinformação recorrente sobre meu mandato, acompanhando menções e retratações públicas.

## 5 Tempo e equipe

### 14. HORAS/SEMANA

Eu reservo 10 a 14 horas por semana só para comunicação.  
**Aproximação de divisão:** 6 h produção de conteúdo em campo, 4 h planejamento editorial e roteiros, 3 h atendimento e resposta a demandas, 3 h monitoramento de redes e WhatsApp por bairro, 2 a 6h para anúncios e relatórios conforme calendário.

### 15. ESTRUTURA (SOZINHO/1/2/>=3)

**Eu + 1 social media híbrido.** Essa pessoa edita vídeo curto, organiza agenda de posts, dispara WhatsApp e monta relatórios simples.  
**Entrega:** 3 a 4 conteúdos semanais, stories diários, boletim mensal.

**6 Canais e contatos****16. CANAIS ATIVOS**

**Instagram:** @viniciuszonanorte

**Facebook:** /viniciuszonanorte

**YouTube:** Vinícius Pereira Ribeirão

**TikTok:** @vinicius.esporte.rp

**Site:** viniciusesporte.rp.br

Newsletter quinzenal por e-mail

Grupos de WhatsApp por bairro da Zona Norte

**17. CANAL PRIORITÁRIO**

Instagram e WhatsApp dos bairros. É onde público prestação de contas, agenda das quadras e histórias de alunos e famílias.

**18. WHATSAPP (OPCIONAL)**

**Número do mandato para comunicação:**  
(16) 9 8888-4411

**19. -MAIL (OPCIONAL)**

**contato@viniciusesporte.rp.br**

Atendimento no gabinete de segunda a sexta, 9h às 18h.

**7 Frequência e planejamento: (OBS.: o agente deve apenas perguntar apenas sobre os canais ativos do vereador)****20. FREQUÊNCIA DE PUBLICAÇÕES POR REDE****Instagram**

Feed: 4 a 5 posts por semana

Reels: 2 por semana

Stories: diário, cobrindo agenda de bairro e bastidores

**Facebook**

3 a 4 posts por semana

Reaproveito vídeos curtos e faço álbuns de ações nos bairros

**YouTube**

1 vídeo mais profundo sob demanda de temas importantes

Shorts: 1 por semana

**TikTok**

2 vídeos curtos por semana, linguagem simples e direta do território

**Site**

1 atualização semanal de prestação de contas por bairro

Página de inscrições sempre atualizada

**Newsletter**

1 envio quinzenal com resultados, agenda e chamadas para voluntariado

**WhatsApp dos bairros**

Avisos 2 a 3 vezes por semana, sempre com utilidade clara

Atendimento diário em horário comercial

**21. PLANEJAMENTO SEMANAL****Segunda**

Reunião rápida de pauta. Defino objetivos da semana, calendários de quadras e prioridades por bairro. Ajusto roteiro de captação e lista de posts.

**Terça e quarta**

Captação em campo. Falas curtas com alunos, mães e professores. Fotos e vídeos dos núcleos.

**Quinta**

Edição de vídeos e montagem de carrosséis. Redação de legendas com CTA e dados. Programação dos posts.

**Sexta**

Publico a prestação de contas da semana e preparam a newsletter quinzenal quando for a semana de envio.

**Sábado e domingo**

Cobertura leve de eventos e treinos, foco em stories.

## 8 Engajamento, resposta e integração

### 22. PERCENTUAL MÉDIO DE RESPOSTAS A COMENTÁRIOS

Respondo cerca de 85% dos comentários relevantes nas primeiras 24 horas. Em posts de prestação de contas e inscrições, a meta sobe para 95%.

### 23. TEMPO MÉDIO DE RESPOSTA EM HORAS DESDE O RECEBIMENTO DO COMENTÁRIO

**Comentários:** média de 6 horas em dias úteis.

**Direct e WhatsApp:** média de 3 horas em dias úteis.

Aos fins de semana, priorizo casos de serviço e agenda de bairro, com média de 8 a 12 horas.

### 24. INTERAÇÃO COM OUTROS PERFIS

Toda semana interajo com escolas, UBS, paróquias, times amadores e líderes de bairro. Curto, comento e compartilho quando há utilidade pública. Faço convites para lives curtas com professores e médicos da rede, e dou visibilidade a torneios comunitários. Evito embates, foco em dado e solução.

### 25. SE HÁ INTEGRAÇÃO ENTRE OS CANAIS

(EX.: LINK NA BIO LEVANDO AO WHATSAPP, SITE, NEWSLETTER ETC.).

Link na bio do Instagram leva para uma página com botões de WhatsApp por bairro, inscrições em núcleos, agenda e newsletter.

Nos posts, uso CTA com link do site para inscrição e prestação de contas.

Stories fixos com atalhos para grupos de WhatsApp.

No YouTube, descrição com links para site, newsletter e grupos.

No site, banners para newsletter e WhatsApp por bairro.

Na newsletter, links diretos para vídeos, formulário de voluntariado e calendário das quadras.

## 9 Prova de trabalho e transparência

### 26. SE PUBLICA VOTAÇÕES, REQUERIMENTOS, FISCALIZAÇÕES, EMENDAS E PRESTAÇÃO DE CONTAS;

Eu publico tudo. Votações com posição e justificativa simples. Requerimentos e ofícios com PDF e status. Ações de fiscalização com data, local, fotos e qual problema foi encaminhado. Emendas com valor, objeto, etapa e unidade beneficiada. Prestação de contas mensal com entregas, custos e metas dos núcleos esportivos.

### 26. SE HÁ PRESTAÇÃO DE CONTAS RECORRENTE.

Sim. Toda sexta eu faço um resumo da semana por bairro nas redes. No fim de cada mês publico um boletim completo no site e no Instagram com: vagas ofertadas, presença por núcleo, eventos realizados, investimentos, parcerias firmadas e próximos passos. A cada trimestre, divulgo um painel consolidado com indicadores de educação e saúde relacionados às atividades físicas, para mostrar impacto além da quadra.

## 10 Biblioteca de mídia

### 27. BOAS FOTOS

Sim. Tenho banco de fotos atualizado, com retratos, ação nas quadras, bastidores e equipamentos públicos. Trabalho com luz natural quando possível e enquadramentos horizontais e verticais para múltiplos usos. Padronizo arquivo em alta resolução e versão web. Uso legenda com data, bairro, nomes e autorização quando aplicável.

### 28. VÍDEOS TIPO B-ROLL

Sim. Toda sexta eu faço um resumo da semana por bairro nas redes. No fim de cada mês publico um boletim completo no site e no Instagram com: vagas ofertadas, presença por núcleo, eventos realizados, investimentos, parcerias firmadas e próximos passos. A cada trimestre, divulgo um painel consolidado com indicadores de educação e saúde relacionados às atividades físicas, para mostrar impacto além da quadra.

**29. VINHETAS COM IDENTIDADE VISUAL**

Sim. Tenho abertura e fechamento com logo, tipografia e trilha leve. Versões de 3, 5 e 7 segundos. Lower thirds com nome, cargo e bairro. Cartelas de dados para prestação de contas. Pacote de stickers estáticos para stories e molduras para antes e depois.

**11 Identidade visual e linguagem****30. E MANTÉM PADRÕES VISUAIS CONSISTENTES (CORES, FONTES, LOGOTIPO)**

Eu mantendo um manual simples e aplico sempre as mesmas diretrizes.

**Cores principais:** azul profundo, verde esporte e branco. Cores de apoio: cinza claro para fundos e amarelo discreto para destaque.

**Fontes:** título com uma sans moderna de alta legibilidade, textos com sans neutra para facilitar leitura em celular.

**Logotipo:** meu nome “Vinícius Pereira” com ênfase em “Vinícius” e selo “Esporte e Juventude”. Versões horizontal e vertical, positiva e negativa.

**Uso consistente:** margem de respiro definida, grid de 8px, fotos com tratamento leve, ícones simples. Nada de efeitos exagerados.

**Acessibilidade:** contraste AA, tamanho mínimo de fonte em 16 px no mobile, alt text nas imagens, legendas nos vídeos.

**Templates:** pacotes prontos para prestação de contas, agenda, histórias de alunos, antes e depois de espaços, cards de votação. Tudo versionado na nuvem.

**31. LINGUAGEM PADRONIZADA DO MANDATO (TOM, VOCABULÁRIO, HASHTAGS FIXAS).**

Tom direto, humano e respeitoso. Evito jargão. Começo pelo problema, apresento o que fiz e mostro o próximo passo com prazo.

**Vocabulário base:** oportunidade, disciplina, segurança, saúde, presença, resultado, parceria.

**Estrutura de mensagem:** o que aconteceu, onde, com quem, resultado e como participar.

**Hashtags fixas:** #EsporteQueTransforma #ZonaNorteEmMovimento #JuventudeEmJogo #RibeirãoEmQuadra

**CTAs claros:** inscreva-se no núcleo do seu bairro, acompanhe a agenda, participe do mutirão, envie sua sugestão.

**Coerência entre canais:** os mesmos termos e dados aparecem no Instagram, site, newsletter e WhatsApp. Quando há correção ou atualização, eu edito todos os canais no mesmo dia e registro a mudança no boletim mensal.

**12 Base de contatos****32. E POSSUI BASE PRÓPRIA (NÃO COMPRADA)**

Sim.

**32. NÚMERO DE CONTATOS ATIVOS NO WHATSAPP E POR E-MAIL.**

Considero ativo quem interagiu nos últimos 90 dias.

**WhatsApp**

4.350 contatos ativos no total

Jardim das Palmeiras 1.180

Quintino Facci II 760

Avelino Alves Palma 620

Simioni 540

Maria Casagrande 430

Outros bairros da Zona Norte 820

**E-mail**

2.150 inscritos ativos na newsletter quinzenal

Abertura média 42 por cento, clique 6 por cento, descadastro mensal 1,8 por cento

**Observação de higiene**

Faço limpeza trimestral, removo contatos inativos e padronizo nomes e bairros. Segmento por território, tema de interesse e participação em núcleos esportivos para enviar mensagens úteis e no volume certo.

**13 Conformidade e riscos jurídicos****33. – SE OS CONTATOS FORAM OBTIDOS COM AUTORIZAÇÃO (OPT-IN) | SE UTILIZA BASE COMPRADA.**

100% base própria. Coleta por formulários no site, QR code nas quadras e escolas, listas de transmissão por bairro e inscrições em eventos. Tudo com opt in claro, registro de consentimento e possibilidade de descadastro a qualquer momento. Não compro listas. Sigo LGPD, guardo a origem do contato.

**14 Observações finais****34. – ESPAÇO LIVRE PARA COMENTÁRIOS, PENDÊNCIAS OU ANOTAÇÕES DO AVALIADOR. (OPCIONAL)****Objetivos políticos****→ Curto prazo:**

1. Emplacar o esporte como política pública transversal a educação e saúde.
2. Ampliar captação de recursos e parcerias para equipamentos e programas na Zona Norte.
3. Comunicar impacto em histórias reais.

**→ Médio prazo:**

1. Ser referência municipal em juventude e prevenção pela atividade física.
2. Expandir projetos para outras regiões mantendo a base na Zona Norte