



GUIA DE MOBILIZAÇÃO EM CAMPANHAS

corrid**6**amiga
transporte a pé



corríd&amiga
transporte a pé

sobre nós

Somos uma organização que inspira as pessoas a trocarem o carro pelo tênis. Encantados pela liberdade e autonomia que o transporte a pé proporciona acreditamos que isso transforma a relação com você mesmo, com as pessoas e com a cidade.

A Corrida Amiga aproxima pessoas de 0 a 100 anos incentivando-as a utilizar os pés como meio de locomoção, angariando benefícios múltiplos, como otimização do tempo, melhorias na saúde, economia financeira e contribuição ao meio ambiente.



Apresentação desenvolvida pelo Instituto Corrida Amiga, disponibilizado nos termos da Licença Creative Commons – Atribuição – Não Comercial – Compartilhamento pela mesma licença 4.0 Internacional. É permitida a reprodução parcial ou total da apresentação, desde que citada a fonte.

equipe técnica

Angela Knijnik, Arthur Santana, Márcio de Moraes

coordenação geral

Silvia Stuchi

projeto gráfico e diagramação

Angela Knijnik

contato@corrídaamiga.org

www.corrídaamiga.org

[instagram.com/corrídaamiga](https://www.instagram.com/corrídaamiga)

[facebook.com/corrídaamiga](https://www.facebook.com/corrídaamiga)

[linkedin.com/company/corrídaamiga](https://www.linkedin.com/company/corrídaamiga)

11 9 4155 5993



Caminhada com Pref. Reg. Jabaquara
Mária de Fátima durante Campanha
A Pé Ao Trabalho - SP (2018)

sobre o guia

Este guia tem como objetivo indicar um possível caminho para organização de uma campanha. Tentamos elencar, nos baseando em nossas experiências, um passo a passo de como construímos nossas campanhas em suas diversas fases (pré, durante e pós campanha), enfatizando o processo de mobilização e engajamento de diversos atores.

Ressaltamos que não existe uma única maneira ou a correta - qualquer campanha deve levar em conta o público a ser engajado, os objetivos do trabalho, limitações de organizações e contextos maiores.

resultados obtidos

Seguindo este plano de desenvolvimento de campanhas, a Corrida Amiga obteve os seguintes resultados nas campanhas



#Calçada Cílada

No total, desde 2014, foram registradas cerca de **8.000 ciladas** nas calçadas ao pedestre, com ao menos uma participação em **38 municípios e 10 estados**. Os principais apontamentos indicam calçada irregular, falta de acessibilidade, calçada inexistente e faixa de pedestre apagada. Depois de 6 edições da campanha, chegamos a **mais de 8000 fiscalizações feitas e mais de 350 aparições na mídia**.

O monitoramento foi realizado na mídia digital de notícias veiculadas durante o mês da campanha através de **buscas por palavras-chaves** e pela ajuda das organizações parceiras.

Contamos com o apoio das organizações parceiras:

aPezito | BH em Ciclo | Brasília para Pessoas | CaminhaRio | Canal Mova-se | Canto Cidadão | Cidade Ativa | Cidade a Pé | Colab | Coletivo da Juventude | Desvelocidades | Escoteiros do Brasil - Região de São Paulo | Giro Urbano | Grupo de Estudos em Transportes/UFPR | Grupo Mulheres do Brasil - GT Meio Ambiente | Grupo Terra | Kolping | Milalá | Mobilize Brasil | Move Cultura | Movimento Nossa BH | Mundo Sem Bitucas | Pé de Igualdade | Translab Urb | Universidade Federal do Piauí

resultados obtidos

A Pé Ao Trabalho

Em 2019, acompanhamos, com a ajuda de voluntários, cinco representantes e gestores públicos e a Fabíola Cidral da Rádio CBN.



Apesar da chuva intensa, os seis participantes que aceitaram o convite realizaram o trajeto de ida (ou volta) ao trabalho a pé. Também tivemos a grande participação da população, que compartilhou e participou do evento através da hashtag #apéaostrabalho nas redes sociais. A campanha acontece desde 2015, no mês de julho, e tem um dia de duração. Em 2019, foi divulgada para a população também através da Rádio CBN.

Contamos com o apoio das organizações parceiras: AEAMESP - Associação dos Engenheiros e Arquitetos de Metrô | aPezito | BH em Ciclo | Bike Anjo | Canto Cidadão | CaminhaRio | Catraca Livre | Cidadeapé | Cidade Ativa | Clima e Mobilidade Ativa | Climate Reality Brasil | Ciclovida | Colab | Instituto Clima e Sociedade | Mobilize Brasil | REMS - Rede Esporte pela Mudança Social | SampaPé | UCB - União de Ciclistas do Brasil

resultados obtidos

Travessia #Cilada



No total foram 190 travessias ciladas mapeadas em 15 municípios do Brasil. Assim, o tempo médio de verde das ciladas identificado como tempos curtos para a travessia de pedestres foi de **6 segundos**, enquanto o tempo médio de vermelho para as travessias cujo tempo de espera foram as ciladas mapeadas foi de **1 minuto e 50 segundos**.

Contamos com o apoio das organizações e pessoas parceiras:

- aPezito | Brasília para Pessoas | Carona a Pé | Canto Cidadão | CaminhaRio | Caraminhola | Cidade Ativa | Cidade a Pé | Colab | Como Anda | Instituto Clima e Sociedade | International Federation of Pedestrians | MetrÓpole 1:1 | Mobicidade Salvador | Mobilize Brasil | MudaBH | Ocupa Baby Pedala Manaus | Pedale Como Uma Amazona | Pé de Igualdade | Projeto Aracaju Acessível | REMS | União de Ciclistas do Brasil | Caio Scheidegger | Carolina Maziviero | Eneida de Almeida | Fernanda Bardelli | Fernando Franklin | Frederico Gualberto | Lady Brown | Luciana Trindade | Luciana Freitas | Ricardo Nakano | Paulo Silva



SP1 - <https://glo.bo/34OuDi7>



GloboNews - <https://glo.bo/2Yb5OdQ>



Bom Dia Brasil - <http://bit.ly/2rds6PT>



GloboNews - <https://glo.bo/2PgwiKW>



Band Notícias - <http://bit.ly/2RfbDoX>



**AGORA APRESENTAREMOS
O PASSO A PASSO:**

**PERÍODO PRÉ CAMPANHA
DURANTE A CAMPANHA
PERÍODO PÓS CAMPANHA**

BOA LEITURA!

período pré campanha

Fase para desenvolver reuniões com a(s) equipe(s) de trabalho, para definição de tarefas e responsáveis, do foco da campanha do ano e estratégias a partir de aprendizados dos últimos anos (se houver), assim como o tempo disponível para preparo e articulação e tempo de campanha.



Definir quais serão os agentes externos e instituições que atuarão diretamente na campanha.

Disponibilizar dados, repassar feedback de erros e acertos das últimas edições, iniciar o planejamento da comunicação e da divulgação (em redes sociais, e-mail etc) e definir quem trabalhará diretamente com a equipe na atualização de dados e comunicação.

comunicação: para multiplicar o alcance

Definir um plano e dividir funções para a equipe de comunicação, para o início da confecção de **materiais para divulgação**. Aprovar a identidade visual da campanha, envolvendo o logo, templates, cores, imagens, hashtags e fontes usadas. Elaborar os textos de divulgação para cada propósito (e-mail, redes sociais etc) e definir o **calendário de publicações**. Atualização ou criação de um local para compartilhar todos os materiais da campanha de maneira aberta (como sites ou blogs). Anotar numa lista contatos da imprensa e enviar o press release.

materiais

- identidade visual da campanha / ação
- newsletter e materiais institucionais
- press release
- posts de convocatória - imagens, fotos e vídeos

período pré campanha



Entrar em contato com as prefeituras regionais e gestores públicos. Confeccionar convites de participação ou parceria e **definir regiões de interesse** dentro do escopo da prefeitura regional.

articulação e articuladores/as

Articuladores/as são representantes da sociedade civil que **promovem ações e/ou engajam mais pessoas em suas cidades**. Para isso, é necessária a definição do escopo da campanha e zona física de atuação. Convidar possíveis parceiros interessados através de contato direto, formulários online etc, e realizar reuniões para alinhamento sobre a campanha - é preferível manter uma **comunicação frequente** através de grupos de Facebook, WhatsApp ou outros meios para compartilhamento de experiências e rápida troca de informação.

Articular a campanha para promover eventos e atividades com organizações fora do âmbito exato do tema da campanha - identificar organizações, pessoas, coletivos e universidades. Manter o contato direto e articulação de diferentes parcerias (através de eventos ou da divulgação da campanha), e controlar calendário de eventos em outras cidades, se houver.

durante a campanha

Monitorar as hashtags durante o período da campanha para publicações, devolutivas e relatório final da campanha. Acompanhar com atenção o **calendário de comunicação** (publicações, newsletter, documentos, materiais gráficos etc) e divulgar resultados parciais, se houver.

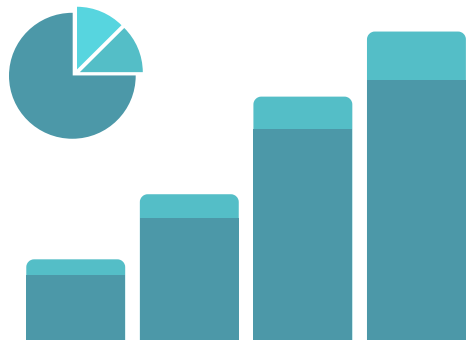
Manter a comunicação com os agentes externos e instituições que estão atuando diretamente na campanha, para solucionar problemas, tirar dúvidas etc. Atender à demandas da imprensa, se houver.



Identificar, divulgar e monitorar eventos dos parceiros/as e articuladores/as da campanha. Identificar informações relevantes para serem publicados nas redes sociais (geração de conteúdo e devolutiva). Apoiar os/as articuladores/as.

Evento da campanha #Calçada
Cilada em Contagem, MG (2019)

período pós campanha



Coletar, compilar e analisar todos os dados referentes aos resultados da campanha: eventos, hashtags, fiscalizações, articuladores/as, parceiros/as etc. Escolher dados para divulgação e criar um template de relatório e/ou materiais de divulgação dos resultados (recomendamos a confecção de um **Relatório Final de campanha**).

Dar um retorno e agradecer aos articuladores/as e parceiros/as de campanha. Entregar o resultado à prefeituras regionais, gestores públicos, entre outros. Separar as fiscalizações realizadas por região da prefeitura regional e confeccionar uma carta a ser protocolada junto ao relatório.

Lançar um Press Release e posts nas redes sociais com os resultados da campanha e encaminhar à lista de contatos de imprensa. Coletar feedback da equipe interna e agentes externos envolvidos. Analisar e sintetizar os pontos mais relevantes do feedback para campanha do ano seguinte, se houver.



corridaamiga

transporte a pé



corridaamiga.org



contato@corridaamiga.org



[/corridaamiga](https://www.facebook.com/corridaamiga)



[@corridaamiga](https://www.instagram.com/corridaamiga)



[/company/corridaamiga](https://www.linkedin.com/company/corridaamiga)



[@corridaamiga](https://twitter.com/corridaamiga)



[Corrida Amiga](https://www.youtube.com/CorridaAmiga)