

CrânIA - comunicação, IA e autonomia

Workshop de Pré-Campanha

Comunicação que move pessoas

Princípios de imagem, vídeo, áudio, roteiro, mídias e IA para comunicar ideias, produtos, projetos e campanhas com clareza e autonomia.

Fábio Souza & CrânIA

WORKSHOP DE PRÉ-CAMPANHA

- Comunicação que
- move pessoas

Princípios de imagem, vídeo, áudio, roteiro, mídias e IA para pré-candidatos comunicarem com clareza e autonomia.

- 01
- Imagem
- 02
- Vídeo
- 03
- Áudio + roteiro
- 04
- Mídias
- 05
- IA + autonomia
- FÁBIO SOUZA
- Conhecimento antes da ferramenta
- 01

PONTO DE PARTIDA

- 02
- A ferramenta muda. O conceito permanece.
- Uma pré-campanha forte é construída com intenção, clareza e repetição — não com dependência de um aplicativo.
- Intenção
- Defina quem precisa entender, o que precisa mudar na percepção e qual próximo passo faz sentido.
- Clareza
- Uma mensagem por conteúdo. Excesso de promessa, efeito e assunto vira ruído com figurino digital.
- Consistência
- Repita valores, linguagem e prova real. Marca pessoal se constrói no acervo, não em uma publicação isolada.
- Pergunta-guia: que ideia precisa ficar na cabeça da pessoa depois de 15 segundos?

EIXO 1 — ROTEIRO E ÁUDIO

- 03

- Todo bom vídeo começa antes da câmera.

O roteiro define a ideia; o áudio dá credibilidade à fala. Antes de produzir imagem, saiba o que será dito e para quem.

- Roteiro

- Gancho → ideia → exemplo → próximo passo. Uma mensagem por conteúdo, com começo, meio e fechamento.

- Fala

- Frases curtas, ritmo humano e pausas. Clareza vence pressa, volume e improviso vazio.

- Captação

- Ambiente mais silencioso, microfone próximo e teste curto antes de gravar. Técnica simples, resultado enorme.

- Teste de qualidade: alguém entende a ideia apenas ouvindo sua fala?

EIXO 2 — IMAGEM E IDENTIDADE

- 04

- Imagem guia o olhar antes da fala.

Luz, enquadramento, cor e formato organizam a leitura da pré-campanha — e evitam que uma boa ideia pareça improvisado visual.

- Contraste

- Destaque rosto, texto e ideia principal. O que não é legível em segundos também não é memorável.

- Enquadramento

- Decida o que entra e o que sai. Olhar, gesto e fundo contam a história junto com a fala.

- Identidade

- Cores, tipografia e tom precisam se repetir para a pré-campanha ser reconhecível.

- Formato

- 9:16, 1:1 e 16:9 mudam composição, leitura e distribuição. Não é detalhe de exportação.

- Prática: antes de editar, responda “onde está o foco e por quê?”.

EIXO 3 — VÍDEO

- 05

- Vídeo organiza uma ideia no tempo.

Com roteiro, áudio limpo e imagem definida, a timeline vira ferramenta de narrativa — não parque de efeitos aleatórios.

- 1

- Gancho

- Abra com pergunta, fato ou conflito.

- 2

- Ideia

- Explique uma mensagem por vez.

- 3

- Prova

- Mostre exemplo, dado ou situação.

- 4

- Ação

- Convide a acompanhar, refletir ou responder.

- Timeline

- Organize início, desenvolvimento, pausa e encerramento.

- Legenda e efeito

- Use para orientar leitura; não para disputar atenção com a mensagem.

EIXO 4 — MÍDIAS E DISTRIBUIÇÃO

- 06

- Cada mídia pede uma adaptação.

A mesma ideia pode circular em vários ambientes, desde que linguagem, formato, duração e convite respeitem o contexto.

- WhatsApp

- Conversa, continuidade e encaminhamento responsável.

- Instagram

- Vitrine visual: Reels, Stories e carrosséis.

- Facebook

- Comunidade, memória e contexto local.

- TikTok

- Descoberta e síntese nos primeiros segundos.

- YouTube

- Profundidade e acervo pesquisável.

- Método: uma tese central → versões por plataforma → retorno da audiência → ajuste do próximo conteúdo.

EIXO 5 — IA COMO COPILOTO

- 07

- IA amplifica execução; não terceiriza responsabilidade.

Use para reduzir trabalho repetitivo e testar alternativas. Revisão humana, contexto e verdade continuam fora do terceirizador automático.

- 01

- Pesquisa

- Organize perguntas e fontes.

- 02

- Rascunho

- Estruture roteiro e variações.

- 03

- Produção

- Apoie legendas, cortes e formatos.

- 04

- Revisão

- Cheque clareza, coerência e contexto.

- Regra de ouro: IA produz possibilidades. O pré-candidato responde pela mensagem que publica.

SÍNTESE — AUTONOMIA E CONFORMIDADE

- 08

- A pré-campanha ganha força quando técnica e responsabilidade caminham juntas.

Comunicação não é só estética: envolve sustentabilidade, transparência, rotina de aprendizado e coerência com os valores defendidos.

- Valor

- Capacitação, mentorias e parcerias precisam ter entrega real, escopo claro e atividade permitida.

- Conformidade

- Despesas, doações e comunicação exigem registro e validação com jurídico e contabilidade.

- Autonomia

- Domine princípios para escolher ferramentas, fornecedores e formatos sem ficar refém de moda.

- Diagnosticar → planejar → produzir → adaptar → medir. Comunicação de pré-campanha com propósito.

Quem é Fábio Souza?

- Mídia, política, tecnologia e formação aplicadas à pré-campanha.
- 09

CrânIA - comunicação, IA e autonomia

FÁBIO SOUZA — EXPERIÊNCIA E ECOSSISTEMA

- 10

- Conhecimento vivido, mídia em prática e tecnologia aplicada.

- Uma trajetória que conecta formação, comunicação política, desenvolvimento e ensino de IA.

- Formação

Engenheiro de Computadores. Pós-graduação em Engenharia de Software, MBA em Gestão Pública e especialização em Inteligência Artificial e Ciência de Dados.

- Política e valores

Libertário, conservador, membro do NOVO e ex-candidato a vereador em Santo André. Defesa de liberdade, responsabilidade e política baseada em dados.

- Mídias e conteúdo

Produz conteúdo político e tecnológico em canais como Conhecimento Liberta e @FabioSouza.AI, unindo roteiro, vídeo, automação e presença digital.

- CrânIA, IA e mentoria

Criador da CrânIA: ecossistema de IA para conhecimento e execução. No Laboratório da CrânIA, o Alstem apoia práticas de automação, agentes e experimentação.

A proposta: dar ao pré-candidato autonomia para comunicar, aprender e construir soluções — sem ficar refém de uma única ferramenta.

Uma conversa para mapear possibilidades

Esta apresentação é uma base de conversa para candidatos, pré-candidatos, empresas, profissionais e equipes que precisam comunicar ideias, produtos, projetos ou campanhas com mais clareza.

A primeira conversa é uma demonstração: serve para entender contexto, mostrar método e indicar caminhos. Não promete resolver tudo em uma hora, porque milagre instantâneo é ótimo em anúncio ruim e péssimo em projeto sério.

Agende uma conversa com a CrânIA para avaliar o que faz sentido no seu caso.