

Análise de Eficácia Comunicacional

Arquivo: ste.mp4

Tipo: video · **Status:** sintetizado · **Data:** 23/07/2026, 16:14:23

Síntese executiva

Índice geral: 5.7 / 10

O conteúdo opera como peça de mobilização tribal, apostando na construção de identidade coletiva como mecanismo persuasivo central. A candidata é apresentada não como protagonista, mas como símbolo de um movimento maior — o slogan 'Eu sou uma, mas não sou só' (27s) cristaliza essa estratégia, transformando o voto em ato de autoafirmação coletiva. A engrenagem funciona bem na camada de pertencimento: 9 gatilhos de unidade (nos_identitario, co_criacao, agir_junto) com intensidade média de 2.6 criam coesão emocional sustentada, e a repetição visual de abraços (12 vezes ao longo do vídeo) ancora a mensagem em gesto corporal reconhecível. Porém, a máquina trava em três pontos críticos. Primeiro, na captura inicial: a abertura genérica 'o que Ste precisa é só uma coisa' (0s) não passa no teste dos 5 segundos — espectador não sabe quem é Ste, o que ela disputa ou por que deveria importar-se. Segundo, na ancoragem programática: o vídeo inteiro é meta-comunicação sobre a necessidade de divulgar a candidatura, sem jamais explicar o que Ste fará com o mandato ou qual problema concreto da periferia de Recife ela resolve. A lente n10 identifica que a mensagem central é 'divulgar' em vez de 'propor' — ausência total de lastro instrumental (0% em gatilhos lógicos e de unidade). Terceiro, na validação do público: o pedido de ação ('você têm a tarefa de apresentar Ste', 7.9s) vem antes de qualquer reconhecimento das dores ou contexto de vida dos convocados, invertendo a sequência validar → propor desde a primeira frase. O resultado é um conteúdo que mobiliza bem quem já está dentro do círculo afetivo, mas repele ou confunde quem está fora — nota 3 na lente n1 (captura) e nota 3 na lente n7 (validação) confirmam a barreira de entrada.

Forças

- **Slogan-pivô com ancoragem visual e repetição estratégica** — A frase 'Eu sou uma, mas não sou só' funciona como dispositivo mnemônico de alta eficiência: estrutura antitética gera micro-tensão e resolução imediata, é reforçada por texto animado na tela (27s) e repetida ao final (120.25s), criando consolidação por espaçamento. Dissolve a fronteira entre candidata e apoiadores, transformando o voto em ato de identidade coletiva.
 - Evidência: [0:27] "Eu sou uma, mas não sou só."
- **Inversão de hierarquia: público como herói necessário** — O vídeo posiciona o emissor como guia que simplifica a missão e o público como agente ativo indispensável, não como massa passiva. A frase 'Não dá pra ser Ste sozinha, tem que ser com vocês' (104.2s) torna o apoio coletivo condição necessária, elevando o status do eleitor de coadjuvante a protagonista da narrativa.

- Evidência: [1:44] "Não dá pra ser Ste sozinha, tem que ser com vocês."
- **Legibilidade e acessibilidade linguística** — Flesch 88.1 (leitura fácil), frases de 11.9 palavras em média, concretude lexical alta (0.8) e densidade zero de jargão político-burocrático garantem compreensão imediata em público de baixa escolaridade formal. A mensagem central 'as pessoas saibam quem é ela' (4s) usa sintaxe direta e vocabulário do cotidiano.
 - Evidência: [0:04] "É que as pessoas saibam quem é ela e que ela é pré-candidata."

Fraquezas

- **Abertura burocrática que falha no teste dos 5 segundos** — A primeira frase é genérica e impessoal ('o que Ste precisa é só uma coisa'), não identifica quem é Ste, qual cargo disputa, qual território representa ou o que o espectador ganha assistindo. A primeira imagem (caixas de papelão com grafite, 0.75s) não ancora atenção — elemento visualmente ignorável.
Resultado: barreira de entrada para público frio.
 - Evidência: [0:00] "E eu não tenho nenhuma dúvida que o que Ste precisa é só uma coisa."
 - Correção sugerida: Abrir com o slogan 'Eu sou uma, mas não sou só' em texto grande + voz direta sobre close de Ste olhando para câmera, seguido de 'Ste Vilela, pré-candidata a vereadora de Recife — e você faz parte disso', eliminando os 14 segundos iniciais de contextualização burocrática.
- **Ausência total de ancoragem programática ou problema concreto** — O vídeo inteiro é meta-comunicação sobre a necessidade de divulgar a candidatura, sem jamais explicar o que Ste fará com o mandato, qual lei pretende aprovar ou qual dor da periferia de Recife ela resolve. A lente n10 identifica que a mensagem é 'divulgar' em vez de 'propor' — 0% de lastro real em gatilhos lógicos e de unidade. O slogan memorável fica vazio de conteúdo instrumental.
 - Evidência: [0:14] "E as pessoas vão compreender que é fundamental ter uma pessoa como Ste na vida pública, na política, disputando eleição."
 - Correção sugerida: Inserir entre 10-20s um bloco de 8-10s mostrando um problema concreto (falta de creche, ônibus lotado) e uma proposta legislativa específica de Ste em linguagem simples, ancorada em imagens de arquivo dessas ações, para que o 'nós' tenha lastro programático e não apenas afetivo.
- **Pedido de ação sem validação prévia do público** — A convocação 'vocês têm a tarefa de apresentar Ste' (7.9s) vem antes de qualquer reconhecimento das dores, experiências ou contexto de vida dos convocados. A abertura é centrada na necessidade da candidata, não na experiência do público — inverte a sequência validar → propor desde a primeira frase.
Resultado: pedido sem legitimidade relacional.
 - Evidência: [0:07] "Vocês têm a tarefa só de apresentar Ste. E dizer que ela é pré-candidata."
 - Correção sugerida: Abrir com 15-20s de validação específica nomeando 2-3 dores concretas da periferia usando vocabulário local ('quando o busão não passa e você

perde a vaga'), demonstrar que Ste viu/viveu isso, rotular a emoção ('eu sei que é revolta'), só então apresentar a pré-candidatura como resposta.

O que este conteúdo ensina

- **Slogan como dispositivo de identidade coletiva** — A frase 'Eu sou uma, mas não sou só' funciona porque não é apenas memorável — ela dissolve a fronteira entre candidata e apoiadores, transformando o voto em ato de autoafirmação. A estrutura antitética (sou/não sou) gera micro-tensão cognitiva que força processamento profundo, e a repetição visual + verbal (27s, 120s) cria consolidação por espaçamento. (slogan-pivô com ancoragem identitária)
- **Eleitor-herói/candidato-guia inverte hierarquia persuasiva** — O vídeo posiciona o público como agente necessário ('não dá pra ser Ste sozinha, tem que ser com vocês', 104.2s) em vez de massa passiva que recebe promessas. Essa inversão eleva o status do eleitor e transforma apoio em ato de protagonismo, não de submissão — especialmente eficaz em contextos de exclusão política histórica. (eleitor-herói/guia)
- **Meta-comunicação sem lastro programático esvazia mobilização** — A ausência ensina: o vídeo inteiro fala sobre a necessidade de divulgar a candidatura sem jamais explicar o que Ste fará com o mandato. Resultado: mobiliza bem quem já está dentro do círculo afetivo (nota 8 na lente n6, comunidade), mas repele ou confunde quem está fora (nota 3 na lente n10, proposta). Identidade coletiva sem entrega concreta é tribo sem missão. (ancoragem programática como lastro de identidade)
- **Validar antes de propor: sequência relacional de legitimidade** — A ausência ensina: o pedido de ação ('vocês têm a tarefa', 7.9s) vem antes de qualquer reconhecimento das dores do público convocado. A lente n7 identifica que a abertura é centrada na necessidade da candidata, não na experiência do espectador — inverte a sequência validar → propor e gera pedido sem legitimidade relacional. (validar antes de propor)
- **Teste dos 5 segundos: captura exige identidade + promessa + ação** — A ausência ensina: a abertura genérica ('o que Ste precisa é só uma coisa', 0s) não identifica quem é Ste, qual cargo disputa ou o que o espectador ganha. A lente n1 aponta que espectador não sabe quem, o quê ou por quê nos primeiros 5 segundos — barreira de entrada para público frio. Captura exige responder as três perguntas imediatamente. (teste dos 5 segundos)

Coerência entre lentes: A nota 8 na lente n6 (comunidade) contrasta com nota 3 na lente n1 (captura) e nota 3 na lente n10 (proposta), revelando que o conteúdo é altamente eficaz para quem já pertence ao círculo afetivo da candidata, mas falha em atrair ou convencer público externo — é peça de consolidação tribal, não de expansão de base.

Notas por lente

Lente	Nota
N1 — Abertura & Captura	4/10
N10 — Mensagem & Proposta	3/10
N2 — Arquitetura Narrativa	7/10
N3 — Retenção & Ritmo	6/10
N4 — Emoção & Cérebro Primitivo	6/10
N5 — Gatilhos & Integridade Persuasiva	8/10
N6 — Identidade & Tribo	8/10
N7 — Validação & Posição Relacional	3/10
N8 — Clareza & Carga Cognitiva	6/10
N9 — Formato & Plataforma	5/10

Análises por lente

N1 — Abertura & Captura — nota 4/10

O conteúdo abre com uma afirmação categórica em voz off — "E eu não tenho nenhuma dúvida que o que Ste precisa é só uma coisa" (0–3.4s) — enquanto a câmera mostra caixas de papelão grafitadas e, em seguida, três homens segurando cartazes com o nome da candidata. A frase inicial promete revelar algo essencial, mas a informação mais impactante — que Ste é pré-candidata a vereadora — só é explicitada verbalmente aos 4–7.9s, e o contexto completo (Recife, mobilização coletiva) demora ainda mais para se consolidar. Nos primeiros três segundos, um espectador distraído vê imagens genéricas de evento político (cartazes, pessoas sorrindo) sem compreender imediatamente quem é Ste, o que ela disputa ou o que se espera dele. A abertura não passa no teste dos cinco segundos: falta clareza imediata sobre a oferta central e a via de ação.

Visualmente, a sequência inicial alterna entre planos de objetos (caixas, cartazes) e pessoas em interação, com cortes rápidos (cena média de 2.5s) e música animada de fundo. A potência de interrupção é moderada: as cores vibrantes (rosa, verde, amarelo nos cartazes) e o ritmo de corte criam movimento, mas não há elemento disruptivo — nenhum padrão visual quebrado, nenhum som inesperado, nenhuma provocação verbal que force o polegar a parar. A frase de abertura é afirmativa e burocrática ("o que Ste precisa é só uma coisa"), não provocativa; ela contextualiza em vez de interromper. A música permanece em volume baixo, sem pico de atenção. O resultado é uma abertura que se dissolve no fluxo comum de conteúdo político: evento, cartazes, abraços, discurso.

O gancho verbal mais forte surge apenas aos 26.2–29.4s, quando a voz off declara "Eu sou uma, mas não sou só" — frase que coincide com texto animado na tela e imagens de Ste abraçando apoiadores. Esse momento funciona como slogan memorável e prepara a associação central (coletividade, interdependência), mas chega tarde demais para capturar quem já passou. A abertura

deveria começar por aqui, ou por uma variação ainda mais direta: "Ste não pode sozinha — e você faz parte disso". A frase atual ("o que Ste precisa") fala sobre a candidata, não com o espectador; é impessoal, descritiva, sem urgência. A transição do genérico ("uma coisa") para o específico ("que as pessoas saibam quem é ela") dilui o impacto em vez de concentrá-lo.

A abertura também falha em criar intensidade emocional coerente com o fechamento. O conteúdo termina com "esperançar cada recifense da periferia" (113.6–129.9s) — promessa de transformação social, tom elevado, apelo à esperança. Mas começa morno, quase administrativo: "vocês têm a tarefa de apresentar Ste" (7.9–10.9s). Não há dor articulada, não há risco nomeado, não há promessa forte nos primeiros segundos. A abertura prepara uma campanha de divulgação ("apresentar"), não um movimento de mudança. A desconexão entre a temperatura inicial (baixa) e a final (alta) enfraquece a coerência narrativa e reduz a probabilidade de retenção.

A estrutura visual reforça o problema: a primeira cena (0–0.75s) mostra caixas de papelão com grafites, sem pessoas, sem ação clara — um plano de detalhe que não ancora o espectador em nada reconhecível. Só aos 0.75s aparecem rostos humanos (os três homens com cartazes), mas a câmera já cortou antes que o cérebro processe a informação. A sequência seguinte (1.58–3.625s) mostra um jardim com pessoas sentadas ao fundo, plano aberto, sem foco — novamente, nada que interrompa o scroll. A candidata Ste só aparece claramente aos 3.625s, abraçando alguém, mas sem contexto verbal que explique quem ela é ou por que importa. A abertura dispersa a atenção em vez de concentrá-la.

O conteúdo também comete o erro de introdução burocrática: os primeiros 14 segundos são dedicados a explicar a tarefa da equipe ("apresentar Ste", "dizer que ela é pré-candidata") em vez de engajar o espectador diretamente. A frase "É tudo bom, viu, Bia?" (22.8–25.5s) sugere que o vídeo foi editado a partir de uma reunião interna, sem adaptação para consumo externo — o espectador assiste a uma conversa alheia, não participa de um diálogo. A abertura deveria romper essa quarta parede imediatamente: "Você conhece alguém que a política esqueceu? Ste Vilela quer chegar lá levando você junto — mas só se você agir agora".

A música de fundo (0–1.2s, 3.4–4s, etc.) é animada, mas genérica e em volume baixo, sem função dramatúrgica. Não há sincronia entre picos sonoros e momentos visuais ou verbais de impacto. O som não trabalha a favor da captura — é apenas preenchimento. A abertura precisaria de um elemento sonoro disruptivo (silêncio súbito, voz direta sem música, som ambiente de rua) para criar contraste com o feed.

Em síntese: a abertura é previsível (evento político padrão), impessoal (fala sobre a candidata, não com o espectador), morna (sem dor, risco ou promessa forte) e lenta (informação essencial postergada). Não rompe o estado automático de rolagem porque não oferece, nos primeiros três segundos, nenhum elemento que viole expectativa ou justifique atenção. A preparação pré-suasiva é fraca: as imagens de abraços e sorrisos plantam associação positiva genérica (simpatia), mas não preparam o argumento central de interdependência coletiva que só emerge depois. A reestruturação prioritária é inverter a ordem: começar pelo slogan "Eu sou uma, mas não sou só" em texto grande e voz direta, seguido imediatamente de "Ste Vilela, pré-candidata a vereadora — e você faz parte"

sobre imagem de Ste em close olhando para a câmera, eliminando os primeiros 10 segundos de contextualização burocrática.

Dimensões: D1: 2/5 · D2: 2/5 · D3: 2/5 · D4: 1/5 · D5: 2/5

Penalidades: introdução burocrática antes do ponto (primeiros 14s explicam tarefa interna, não engajam espectador); abertura desconectada do restante (tom administrativo inicial vs. apelo emocional final)

Evidências:

- [0:00] "E eu não tenho nenhuma dúvida que o que Ste precisa é só uma coisa." — Frase de abertura genérica e impessoal, não passa teste dos 5 segundos — espectador não sabe quem é Ste, o que ela disputa ou o que fazer
- [0:00] "caixas de papelão empilhadas com grafites coloridos em um jardim" — Primeira imagem é plano de detalhe sem pessoas ou ação clara, não ancora atenção — elemento visual ignorável
- [0:07] "Vocês têm a tarefa só de apresentar Ste." — Linguagem burocrática de briefing interno, não fala diretamente com espectador externo — quebra de quarta parede ausente
- [0:26] "Eu sou uma, mas não sou só." — Gancho verbal mais forte do vídeo, mas surge apenas aos 26s — deveria abrir o conteúdo para capturar atenção imediata
- [0:03] "abraça uma mulher, sorrindo" — Candidata aparece pela primeira vez abraçando alguém, mas sem contexto verbal que explique quem é ou por que importa — imagem genérica de político
- [1:53] "Que a gente consiga esperar cada recifense da periferia da nossa cidade." — Fechamento com intensidade emocional alta (esperança, transformação), mas abertura foi morna — desconexão de temperatura narrativa

Sugestão: Inverter a estrutura: abrir com o slogan 'Eu sou uma, mas não sou só' em texto animado grande + voz direta sobre close de Ste olhando para câmera, seguido imediatamente de 'Ste Vilela, pré-candidata a vereadora de Recife — e você faz parte disso'. Eliminar os primeiros 14 segundos de contextualização burocrática ('apresentar Ste', 'tarefa de vocês') e substituir por pergunta direta ao espectador: 'Você conhece alguém que a política esqueceu?' antes de revelar a candidata. Adicionar elemento sonoro disruptivo (silêncio súbito ou voz sem música) nos 3 primeiros segundos para forçar interrupção do scroll.

N10 — Mensagem & Proposta — nota 3/10

A peça não possui uma mensagem central formulável em uma frase única — o que existe é uma instrução de campanha disfarçada de conteúdo público. O narrador off abre dizendo que "o que Ste precisa é só uma coisa: que as pessoas saibam quem é ela e que ela é pré-candidata" (0–7.9s), transformando o vídeo inteiro em meta-comunicação sobre a própria necessidade de comunicar. Não há diagnóstico de problema concreto da cidade, não há proposta de solução, não há ancoragem em dor ou necessidade do eleitor — apenas a afirmação circular de que "as pessoas vão compreender que é fundamental ter uma pessoa como Ste na vida pública" (14.1–22.8s), sem

jamais explicar *por quê* é fundamental ou *para quê* ela serviria. O slogan "Eu sou uma, mas não sou só" (26.2–29.4s, repetido em texto) é esteticamente eficaz e memorável, mas permanece vazio de conteúdo programático: expressa um valor (coletividade) sem conectá-lo a nenhuma entrega concreta. A única frase que se aproxima de promessa é "vamos construir uma pré-campanha linda em Recife, com muito engajamento, com muita mobilização, olho no olho" (56.6–59.1s) — mas isso é promessa sobre o *processo de campanha*, não sobre o mandato. A candidata não governa, portanto não incorre no teste do incumbente, mas o escopo da mensagem está deslocado: em vez de dizer o que fará pela cidade, diz o que precisa que façam por ela. A repetição estratégica existe (o slogan aparece duas vezes, a ideia de coletividade percorre toda a peça), mas repete-se forma sem substância. O argumento que o espectador leva é "Ste precisa de muita gente" (32.5–37.8s) e "não dá pra ser Ste sozinha, tem que ser com vocês" (104.2–109.9s) — um apelo à mobilização que nunca responde à pergunta "mobilização *para quê?*". A única ancoragem territorial aparece no final: "esperançar cada recifense da periferia" (113.6–129.9s), mas o verbo poético não se traduz em ação verificável. O vídeo funciona como peça de engajamento interno de militância — é eficaz para quem já decidiu apoiar e quer sentir-se parte de algo maior —, mas falha como mensagem pública persuasiva porque não oferece ao eleitor indiferente nenhuma razão instrumental para votar em Ste além da simpatia pessoal construída pelas imagens de abraços. A completude da proposta é zero: não há "o quê", não há "como", não há "com que recursos". O que existe é um convite emocional a "construir junto" sem planta do edifício. A peça seria radicalmente mais forte se o narrador, em vez de dizer "vocês têm a tarefa de apresentar Ste", dissesse "Ste vai apresentar ao Recife três projetos de lei que..." e então convocasse: "mas isso só vira lei se vocês elegerem ela e mais dez vereadoras como ela". A reestruturação prioritária é inverter a lógica: começar com um problema concreto da periferia do Recife (transporte, creche, violência — qualquer um), mostrar Ste escutando esse problema nas imagens de rua que já existem, apresentar uma proposta legislativa específica (mesmo que simplificada), *então* convocar a mobilização coletiva como meio para viabilizar aquela solução. O slogan "eu sou uma, mas não sou só" ganharia lastro: uma vereadora sozinha não aprova projeto, precisa de bancada — *por isso* a eleição dela é coletiva. Atualmente, a peça pede apoio sem dar motivo, e promessa sem mecanismo é vulnerável a qualquer adversário que pergunte "mas o que exatamente ela vai fazer?".

Dimensões: D1: 2/5 · D2: 1/5 · D3: 0/5 · D4: 3/5 · D5: 3/5

Penalidades: dispersão temática: a peça oscila entre meta-comunicação ("apresentar Ste"), mobilização de campanha ("construir uma pré-campanha linda") e promessa difusa ("garantir os sonhos de vocês") sem unificar em uma mensagem central; promessa fora do escopo do emissor: "garantir a presença e os sonhos de cada um de vocês" (39–47.9s) é promessa inespecífica demais para ser atribuída a um mandato de vereadora

Evidências:

- [0:00] "E eu não tenho nenhuma dúvida que o que Ste precisa é só uma coisa. É que as pessoas saibam quem é ela e que ela é pré-candidata." — Evidencia que a mensagem central é meta-comunicação ("divulgar a candidatura") em vez de proposta substantiva — o vídeo fala sobre a necessidade de comunicar, não sobre o que comunicar.

- [0:14] "E as pessoas vão compreender que é fundamental ter uma pessoa como Ste na vida pública, na política, disputando eleição." — Demonstra ausência de ancoragem em dor/necessidade: afirma que as pessoas "vão compreender" a importância sem jamais explicar *por que* é importante ou *para resolver o quê*.
- [0:26] "Eu sou uma, mas não sou só." — Slogan memorável e repetível (D4 positivo), mas vazio de conteúdo programático — expressa valor (coletividade) sem conectá-lo a entrega concreta (D3 negativo).
- [0:32] "Ela precisa chegar lá levando muita gente, porque ela precisou de muita gente pra chegar lá." — Repetição estratégica da ideia de interdependência (D5 positivo), mas reforça lógica invertida: fala do que a candidata precisa receber, não do que vai entregar.
- [0:39] "Porque a gente vai garantir não só a presença de Ste representando o povo do Recife, mas vai garantir a presença e os sonhos de cada um de vocês." — Única frase que se aproxima de promessa, mas é inespecífica ("sonhos") e fora do escopo verificável de um mandato legislativo municipal (D3 = 0, penalidade aplicada).
- [0:56] "Vamos construir uma pré-campanha linda em Recife, com muito engajamento, com muita mobilização, olho no olho." — Promessa sobre o processo de campanha, não sobre o mandato — reforça que a mensagem é voltada para militância interna, não para persuasão de indecisos (D2 negativo).
- [1:44] "Não dá pra ser Ste sozinha, tem que ser com vocês." — Repetição da convocação coletiva (D5 positivo), mas sem jamais especificar "com vocês para fazer o quê" — mobilização como fim em si, não como meio para proposta.
- [1:53] "Que a gente consiga esperar cada recifense da periferia da nossa cidade." — Única ancoragem territorial e de público-alvo (periferia do Recife), mas o neologismo poético "esperar" não se traduz em ação verificável — permanece no campo simbólico (D3 negativo).

Sugestão: Reestruturar a peça invertendo a lógica: abrir com um problema concreto da periferia do Recife (ex: falta de creche, ônibus lotado, rua sem asfalto), mostrar Ste escutando esse problema nas cenas de rua já gravadas, apresentar uma proposta legislativa específica em linguagem simples (ex: "projeto de lei para criar 50 vagas de creche no bairro X usando verba Y"), *então* convocar a mobilização coletiva explicando que uma vereadora sozinha não aprova projeto — precisa de bancada. O slogan "eu sou uma, mas não sou só" ganharia lastro instrumental: a eleição dela é coletiva porque a aprovação de leis é coletiva. Manter as imagens de abraço e festa, mas subordiná-las a uma mensagem programática clara que responda "Ste vai fazer o *quê* com o voto?". Reduzir o tempo de meta-comunicação ("apresentar Ste") para no máximo 10 segundos iniciais, dedicando o restante a problema + proposta + convocação.

N2 — Arquitetura Narrativa — nota 7/10

O conteúdo opera uma fórmula narrativa de mobilização coletiva que pode ser sintetizada como "convocação → interdependência → transformação", mas apresenta truncamento estrutural significativo: a etapa de conflito/problema está ausente, e a narrativa salta diretamente da apresentação da necessidade ("o que Ste precisa é só uma coisa", 0-3.4s) para a solução (mobilização coletiva) sem estabelecer o obstáculo que justifica a urgência. A estrutura está

completa em suas três etapas declaradas, porém falta a camada de tensão que tornaria a resolução necessária em vez de apenas desejável. O posicionamento de papéis é exemplar: o emissor (narrador off, presumivelmente um coordenador de campanha) ocupa consistentemente o papel de guia-facilitador, nunca de herói. A frase "Vocês têm a tarefa só de apresentar Ste" (7.9-10.9s) estabelece empatia ao simplificar a missão, enquanto "E as pessoas vão compreender que é fundamental ter uma pessoa como Ste na vida pública" (14.1-22.8s) demonstra autoridade ao prever o resultado. O público é posicionado como herói coletivo desde o início, reforçado pela inversão do slogan "Eu sou uma, mas não sou só" (26.2-29.4s) — a candidata declara sua incompletude sem o coletivo, invertendo a hierarquia tradicional candidato-eleitor. As imagens visuais sustentam esse posicionamento: Ste aparece sempre em interação (abraços em 3.625-9.708s, 17.375-23.125s, múltiplas cenas), nunca em pose isolada de autoridade. O problema, quando nomeado, permanece apenas na camada externa: "as pessoas [não] saibam quem é ela" (4-7.9s). Não há nomeação do sentimento interno que essa invisibilidade gera (frustração? exclusão? impotência?) nem do princípio filosófico que a sustenta ("não deveria ser assim que a política funciona"). O vilão está ausente — não há causa-raiz identificada para a invisibilidade de Ste, nenhum sistema ou prática nomeada como obstáculo. A narrativa assume que a solução (apresentação) é suficiente sem diagnosticar por que o problema existe, o que enfraquece a urgência da mobilização. A transformação está presente mas difusa: o futuro prometido é "garantir a presença e os sonhos de cada um de vocês" (43-47.9s) e "esperançar cada recifense da periferia" (113.6-129.9s). A identidade aspiracional "de → para" é implícita (de invisível/excluído para representado/esperançoso) mas nunca cristalizada em contraste visual ou verbal direto. As cenas finais (113.6-129.9s) mostram Ste em interação contínua, sem imagem de "chegada" ou vitória concreta que materialize a transformação. A coerência estrutural é alta: cada bloco conecta-se fluidamente através do refrão "não sou só" e da repetição de "muita gente" (32.5-37.8s), "com vocês" (104.2-109.9s), criando unidade temática. Os 24 gatilhos persuasivos (9 de unidade, 4 narrativos) reforçam o eixo central sem dispersão. A penalidade por vilão difuso se aplica: a narrativa não identifica contra o que ou quem a mobilização se dirige, apenas a favor de quê, o que reduz a força dramática. A reestruturação prioritária deveria inserir, nos primeiros 15 segundos, uma camada de problema interno/filosófico: nomear o sentimento de exclusão ("você já sentiu que sua voz não chega lá?") e o princípio ("a política não deveria ser só pra quem já tem nome"), seguido da apresentação de Ste como resposta a esse sistema, não apenas como necessidade abstrata. Isso transformaria a fórmula de convocação em jornada de superação coletiva, elevando a intensidade narrativa sem alterar o posicionamento correto de papéis.

Dimensões: D1: 3.5/5 · D2: 5/5 · D3: 2/5 · D4: 3/5 · D5: 5/5

Penalidades: vilão difuso: nenhuma causa-raiz ou obstáculo sistêmico nomeado, apenas ausência de conhecimento como problema (-0.5)

Evidências:

- [0:03] "E eu não tenho nenhuma dúvida que o que Ste precisa é só uma coisa. É que as pessoas saibam quem é ela e que ela é pré-candidata." — Estabelece o problema apenas na

camada externa (desconhecimento), sem nomear sentimento interno ou princípio filosófico que justifique por que isso é injusto ou urgente.

- [0:10] "Vocês têm a tarefa só de apresentar Ste." — Posiciona o emissor como guia que simplifica a missão (empatia) e o público como agente ativo (herói), invertendo a hierarquia tradicional de campanha.
- [0:27] "Eu sou uma, mas não sou só." — Slogan que cristaliza o posicionamento da candidata como incompleta sem o coletivo, reforçando o público como herói necessário, não opcional.
- [0:37] "Ela precisa chegar lá levando muita gente, porque ela precisou de muita gente pra chegar lá." — Demonstra autoridade do guia ao revelar a lógica da interdependência, justificando a convocação através de causalidade (porque), não apenas apelo.
- [0:47] "mas vai garantir a presença e os sonhos de cada um de vocês." — Promessa de transformação que conecta vitória da candidata a realização pessoal dos apoiadores, mas permanece abstrata sem imagem concreta do 'depois'.
- [1:49] "Não dá pra ser Ste sozinha, tem que ser com vocês." — Reforço final do posicionamento: candidata como guia dependente, público como herói indispensável, mantendo coerência estrutural até o fim.
- [2:09] "Que a gente consiga esperar cada recifense da periferia da nossa cidade." — Visão de futuro que nomeia o território e o beneficiário (periferia), mas não contrasta com estado atual de desesperança, deixando a transformação implícita.

Sugestão: Inserir nos primeiros 15 segundos uma camada de problema interno/filosófico: abrir com pergunta que nomeie o sentimento ('Você já sentiu que sua voz não chega na política?') seguida do princípio ('Não deveria ser assim — a Câmara precisa de gente como a gente'), depois apresentar Ste como resposta a esse sistema excludente, não apenas como necessidade de visibilidade. Ao final, contrastar visualmente o 'antes' (rostos sérios, espaços vazios) com o 'depois' (cena coletiva de celebração) para materializar a transformação prometida.

N3 — Retenção & Ritmo — nota 6/10

O conteúdo abre com uma promessa clara — "o que Ste precisa é só uma coisa" (0–3.4s) — mas a resolve imediatamente sem criar tensão: basta que as pessoas saibam quem ela é. Esse fechamento precoce elimina o principal motor de retenção nos primeiros segundos, quando a curiosidade deveria estar no auge. A partir daí, o vídeo se estrutura como um discurso de mobilização interna, dirigido a apoiadores já engajados ("Vocês têm a tarefa só de apresentar Ste", 7.9–10.9s), não como narrativa que prenda quem ainda não conhece a candidata. O ritmo visual compensa parcialmente: 34 cortes por minuto e cenas médias de 2.5 segundos mantêm renovação de estímulo, alternando entre abraços, palco, cartazes e fotos coletivas. A música de fundo pontua as transições, mas nunca cria contraste dramático — é decorativa, não estrutural. O slogan "Eu sou uma, mas não sou só" (26.2–29.4s) emerge como linha memorável e reaparece em texto animado ao final (120.25–123.75s), cumprindo função de âncora retórica. Porém, a concretude imagética é alta: vemos Ste abraçando pessoas, caminhando em ruas, no palco com braços erguidos (72.6–74.0s), cartazes sendo fixados (24.6–25.75s) — cada cena gera filme mental claro, o que sustenta atenção passiva mesmo quando o discurso verbal se torna circular. O problema central está no terço médio: entre 59.1 e 104.2 segundos, a fala se estende por 45 segundos contínuos sobre

"engajamento, mobilização, olho no olho, união" sem introduzir informação nova ou stakes tangíveis. As imagens nesse trecho (grupo posando para foto, 87.9–104.2s) são estáticas e repetitivas, criando o vale de atenção mais profundo do vídeo. Não há contraste estruturante — o conteúdo não apresenta um "antes" problemático nem um "risco" caso a mobilização falhe; tudo é afirmativo e celebratório, o que achata a curva emocional. A frase "Não dá pra ser Ste sozinha, tem que ser com vocês" (104.2–109.9s) tenta resgatar urgência, mas chega tarde e sem consequência articulada. O payoff final — "esperançar cada recifense da periferia" (113.6–129.9s) — é poeticamente forte, mas abstrato demais para funcionar como fechamento satisfatório após quase dois minutos de mobilização genérica. A ausência de loop aberto ao final (nenhuma pergunta sem resposta, nenhuma promessa pendente) significa que o vídeo não deixa gancho para retenção pós-consumo ou compartilhamento motivado por curiosidade. A estrutura ideal seria: abrir com contraste (periferia sem voz × potencial de Ste), manter o slogan como eixo, inserir micro-stakes no meio ("se não apresentarmos ela agora, perdemos a janela"), e fechar com convocação concreta em vez de metáfora. O ritmo de cortes salva o conteúdo de ser abandonado cedo, mas não compensa a falta de progressão narrativa — a sensação é de assistir a um compilado emocional, não a uma história que justifique os 130 segundos investidos.

Dimensões: D1: 2.5/5 · D2: 4/5 · D3: 4.5/5 · D4: 2/5 · D5: 4/5

Penalidades: meio do conteúdo vira explicação em bloco (59.1–104.2s: 45s de fala contínua sobre mobilização sem progressão); final fraco, sem síntese nem aterrissagem (fechamento abstrato com 'esperançar' não resolve tensão nem oferece payoff concreto)

Evidências:

- [0:00] "E eu não tenho nenhuma dúvida que o que Ste precisa é só uma coisa." — Gancho inicial que promete revelação, mas é resolvido em 3.4s sem criar loop de curiosidade — pico de atenção desperdiçado.
- [0:26] "Eu sou uma, mas não sou só." — Linha memorável que funciona como slogan citável, reforçada por texto animado na tela e repetição ao final (120.25s) — principal mecanismo de consolidação.
- [0:59] "com muito engajamento, com muita mobilização, olho no olho. Mas isso só é possível com essa união." — Início do vale de retenção: 45 segundos de fala contínua sem novidade informacional, coincidindo com imagens estáticas de grupo posando (87.9–104.2s) — maior risco de evasão.
- [1:12] "homem e mulher (Ste) com braços levantados, telão, público" — Momento de maior concretude visual — gesto clássico de vitória cria imagem mental forte e renova estímulo no terço final, compensando parcialmente a monotonia verbal.
- [1:44] "Não dá pra ser Ste sozinha, tem que ser com vocês." — Tentativa tardia de criar urgência através de interdependência, mas sem articular consequência tangível do fracasso — stakes implícitos, não explícitos.
- [1:53] "Que a gente consiga esperançar cada recifense da periferia da nossa cidade." — Payoff final poeticamente carregado, mas abstrato — não oferece fechamento narrativo claro nem responde à promessa inicial de 'o que Ste precisa', deixando sensação de incompletude.

Sugestão: Reestruturar em três atos: (1) abrir com contraste visual/verbal entre periferia invisibilizada e potencial de Ste (10s), mantendo o gancho sem resolvê-lo; (2) no meio, intercalar depoimentos curtos de apoiadores (5–8s cada) entre as imagens de abraços, quebrando o bloco de fala contínua e renovando estímulo a cada 15s; (3) fechar com o slogan 'Eu sou uma, mas não sou só' seguido de CTA concreto ('grave um vídeo apresentando Ste') em vez de metáfora, criando loop de ação que justifica o tempo investido.

N4 — Emoção & Cérebro Primitivo — nota 6/10

O conteúdo constrói uma assinatura emocional centrada em alegria e pertencimento, mas permanece em registro moderado sem variação dramática de intensidade. A música animada de fundo estabelece valência positiva constante, enquanto as imagens de abraços, sorrisos e interações criam cenas mentais concretas de acolhimento — a candidata abraçando uma senhora aos 9.7s, posando com grupos aos 33.8s, levantando os braços em vitória aos 74s. Essas imagens materializam a promessa abstrata de "união" em gestos corporais reconhecíveis, ativando memória episódica mais do que conceitual. O slogan "Eu sou uma, mas não sou só" (27-29.4s, repetido em texto aos 120s) funciona como âncora emocional: a estrutura antitética cria micro-tensão resolvida imediatamente, gerando satisfação cognitiva leve. Porém, a curva emocional é plana — alegria em arousal 2 do início ao fim, sem picos de urgência ou vales de vulnerabilidade que amplificariam o impacto. O discurso evita medo completamente: não há ameaça, adversário ou consequência negativa caso a ação não ocorra. A frase "Não dá pra ser Ste sozinha, tem que ser com vocês" (104-109s) poderia introduzir vulnerabilidade ("sem vocês, não conseguimos"), mas é dita em tom afirmativo, não como apelo desesperado. Isso calibra bem para não repelir, mas sacrifica urgência — o espectador não sente que algo será perdido se não agir agora. A concretude é alta em imagens (cartazes sendo fixados aos 24s, broches visíveis aos 47s, palco com telão aos 17s), mas o texto verbal oscila: "esperançar cada recifense da periferia" (113-129s) é evocativo mas vago — o que muda concretamente na vida dessa pessoa? A promessa "vai garantir a presença e os sonhos de cada um de vocês" (43-47s) permanece em abstração aspiracional. O direcionamento pessoal é forte no uso de "vocês" (2.09 por 100 palavras) e no tratamento "minha gente" (53s), dissolvendo hierarquia, mas a candidata é narrada em terceira pessoa por voz off — o espectador nunca ouve Ste falar diretamente para ele, criando mediação que atenua intimidade. O contraste decisório é fraco: não há dicotomia clara (nós versus eles, antes versus depois, agir versus estagnar) que facilite escolha rápida. A oposição implícita é "Ste sozinha" versus "Ste com vocês", mas ambos os lados incluem a candidata — falta um antagonista ou estado indesejável nítido. O início é visualmente forte (caixas grafitadas, cartazes, energia de evento), mas a fala abre com construção indireta: "E eu não tenho nenhuma dúvida que o que Ste precisa..." — o "E" sugere continuação de conversa anterior, desorientando quem entra agora. O fim repete o slogan em texto animado (120-129s), fixando a frase, mas a última fala ("esperançar cada recifense da periferia") é conceitual, não deixa imagem ou chamado concreto. A montagem rápida (2.5s por cena) mantém atenção, mas a música contínua e o tom uniforme criam monotonia emocional — falta silêncio dramático, mudança de ritmo ou momento de intimidade que quebre o padrão. O conteúdo fala mais com o decisor aspiracional (quem já simpatiza e quer pertencer) do que com o instintivo cético (quem precisa sentir urgência visceral ou ver benefício tangível). A reestruturação prioritária seria: abrir com a voz da

própria candidata em frase direta ao espectador ("Você da periferia do Recife, eu preciso de você"), introduzir micro-tensão no meio ("sem mobilização de base, a periferia continua invisível na Câmara" — vulnerabilidade + consequência), e fechar com ação específica visualizável ("semana que vem, vamos juntos de porta em porta no seu bairro — vem com a gente").

Dimensões: D1: 3/5 · D2: 2/5 · D3: 4/5 · D4: 3.5/5 · D5: 1/5 · D6: 3/5

Penalidades: tom monotônico sem variação: música e valência emocional constantes do início ao fim, sem quebra de ritmo ou silêncio dramático; abstrações políticas sem materialização: 'esperançar', 'sonhos', 'fundamental ter uma pessoa como Ste' permanecem em registro aspiracional sem tradução em mudança concreta

Evidências:

- [0:27] "Eu sou uma, mas não sou só." — Slogan com estrutura antitética cria micro-tensão e resolução imediata, gerando satisfação cognitiva leve e memorabilidade através da repetição (texto na tela aos 120s), mas permanece em arousal moderado sem pico emocional.
- [0:09] "abraça uma mulher, sorrindo [cena visual]" — Imagem concreta de abraço materializa a abstração 'união' em gesto corporal reconhecível, ativando memória episódica e associação afetiva positiva; repetida 12 vezes ao longo do vídeo, ancora a candidata em sensação de acolhimento.
- [1:44] "Não dá pra ser Ste sozinha, tem que ser com vocês." — Frase que poderia introduzir vulnerabilidade (medo de falhar sem apoio) é dita em tom afirmativo, calibrando para não repelir mas sacrificando urgência — não há consequência negativa clara se o espectador não agir.
- [0:43] "mas vai garantir a presença e os sonhos de cada um de vocês." — Promessa emocional de co-propriedade do projeto, mas permanece em abstração ('sonhos') sem tradução em benefício tangível ou cena mental específica do que muda na vida do espectador.
- [0:00] "E eu não tenho nenhuma dúvida que o que Ste precisa é só uma coisa." — Abertura com 'E' sugere continuação de conversa anterior, desorientando entrada; construção indireta adia a mensagem central, perdendo os primeiros segundos críticos para captura instintiva.
- [1:14] "levantam os braços juntos, sorrindo [cena visual no palco]" — Gesto clássico de vitória cria imagem memorável de celebração coletiva, mas ocorre no meio do vídeo sem construção de tensão prévia — a 'vitória' não foi conquistada narrativamente, reduzindo impacto emocional.
- [1:53] "Que a gente consiga esperançar cada recifense da periferia da nossa cidade." — Fechamento com neologismo evocativo ('esperançar') e demarcação territorial ('periferia'), mas permanece conceitual — não deixa imagem final concreta ou chamado à ação específico que fixe o próximo passo.

Sugestão: Abrir com a voz direta da candidata ao espectador ("Você da periferia, eu preciso de você — e vou te explicar por quê"), introduzir no segundo terço uma vulnerabilidade calibrada com via de ação ("Sem gente de base na Câmara, nossa comunidade continua sem creche, sem asfalto — mas se você mobilizar 3 vizinhos, a gente vira esse jogo"), e fechar com ação visualizável e prazo ("Sábado, 9h, encontro no Largo — vem de verde, traz teu irmão, vamos panfletar juntos").

N5 — Gatilhos & Integridade Persuasiva — nota 8/10

Este conteúdo opera um sistema persuasivo coeso centrado na construção de identidade coletiva como estratégia dominante, servindo ao estágio de cultivo de relação e redução de incerteza típico de pré-campanha. O padrão persuasivo é o da mobilização por pertencimento: a candidata não se apresenta como solução individual, mas como símbolo de um projeto compartilhado. O slogan 'Eu sou uma, mas não sou só' (26.2-29.4s e 120.25-123.75s) funciona como pivô retórico que dissolve a fronteira entre candidata e apoiadores, transformando o voto em ato de autoafirmação coletiva. A sequência persuasiva segue arquitetura competente: inicia com credibilidade implícita através de prova social visual (multidões em eventos, abraços sistemáticos desde 3.625s), constrói emoção via promessa de co-criação ('vai garantir a presença e os sonhos de cada um de vocês', 39-47.9s) e fecha com justificação lógica de interdependência ('Não dá pra ser Ste sozinha, tem que ser com vocês', 104.2-109.9s). O empilhamento de gatilhos é estratégico: nos momentos-chave, gatilhos visuais (associação_positiva via abraços) e retóricos (nos_identitario, co_criacao) operam simultaneamente, amplificando-se sem saturar. A peça evita fadiga ao alternar entre cenas de intimidade (closes de abraços) e cenas de escala (palco com multidão), mantendo renovação de estímulo com média de 2.5s por cena. A integridade do sistema é o ponto forte: dos 24 gatilhos detectados, os centrais possuem lastro real verificável — as imagens de multidão correspondem a eventos documentados, os abraços são interações capturadas (não encenadas em estúdio), e a estrutura de palco com telão (17.375-19.9167s) atesta capacidade organizacional concreta. Os gatilhos retóricos, embora não verificáveis por natureza, evitam falsificação grosseira: a promessa de 'esperançar cada recifense da periferia' (113.6-129.9s) é aspiracional mas não mensurável, logo não cria expectativa falsificável. A persuasão permanece majoritariamente invisível: o discurso nunca explicita suas técnicas, e a repetição do slogan (2 ocorrências) fica aquém da fadiga. A dose é adequada — o absolutismo medido (0.52/100) e a ausência de desumanização mantêm o tom dentro do registro de mobilização positiva, sem deslizar para manipulação agressiva. O fechamento do sistema apresenta fragilidade calculada: o CTA é transitório ('Vamos simhora', 53.6-56.6s) e não direto, apropriado para pré-campanha mas insuficiente para conversão imediata. A promessa de 'construir uma pré-campanha linda' (56.6-59.1s) é o pedido implícito — participar da construção — mas ele chega após 41% do conteúdo, quando a relação já foi cultivada. O que falta ao sistema é um mecanismo de redução de incerteza sobre a candidata em si: o conteúdo constrói brilhantemente o 'nós', mas oferece poucos elementos concretos sobre quem é Ste além de 'uma que não é só'. A justificativa 'as pessoas vão compreender que é fundamental ter uma pessoa como Ste na vida pública' (14.1-22.8s) é circular — pressupõe que conhecer é aprovar, sem oferecer razões substantivas. A ausência de números específicos (0 citados) e a baixa densidade informacional (88 palavras/min) reforçam que o objetivo não é convencer por argumentos, mas por identificação. A reestruturação prioritária deveria inserir, entre 10-20s, um bloco de 8-10s com 2-3 realizações concretas ou posições claras de Ste (ex: 'Ste que lutou por creches no bairro X' ou 'Ste que defende transporte gratuito'), ancoradas em imagens de arquivo dessas ações, para que o 'nós' tenha lastro programático e não apenas afetivo. Isso transformaria o gatilho 'porque_justificativa' (atualmente retórico) em lastro misto, elevando a credibilidade sem quebrar a fluidez emocional. A penalidade por repetição do slogan não se aplica (2 ocorrências estão dentro do limiar estratégico), e não há escassez artificial, prova social inverificável como pivô ou autoridade meramente simbólica.

sustentando o argumento central — o palco é elemento de contexto, não de autoridade. O sistema é competente, íntegro e quase invisível, mas opera em registro aspiracional que pode não converter audiências céticas sem ancoragem factual adicional.

Dimensões: D1: 5/5 · D2: 4.5/5 · D3: 5/5 · D4: 4.5/5 · D5: 3.5/5

Evidências:

- [0:26] "Eu sou uma, mas não sou só." — Slogan-pivô que dissolve fronteira entre candidata e apoiadores, transformando voto em ato de autoafirmação coletiva — gatilho central do sistema persuasivo
- [0:39] "Porque a gente vai garantir não só a presença de Ste representando o povo do Recife, mas vai garantir a presença e os sonhos de cada um de vocês." — Promessa de co-criação que ancora emocionalmente o pedido de engajamento, empilhando co_criacao + territorio + esperanca_ganho
- [1:44] "Não dá pra ser Ste sozinha, tem que ser com vocês." — Justificação lógica de interdependência que fecha a sequência persuasiva (credibilidade → emoção → razão), tornando o apoio coletivo condição necessária
- [0:03] "abraça uma mulher, sorrindo" — Início da repetição sistemática de associacao_positiva (12 ocorrências) que constrói lastro visual real para a retórica de proximidade e afeto
- [0:17] "palco com iluminação colorida e telão ao fundo" — Prova social real (multidão + simbolo_autoridade) que atesta capacidade de mobilização sem depender de afirmação retórica
- [0:14] "E as pessoas vão compreender que é fundamental ter uma pessoa como Ste na vida pública, na política, disputando eleição." — Justificativa circular que revela lacuna do sistema: pressupõe que conhecer é aprovar, sem oferecer razões substantivas sobre a candidata
- [1:53] "Que a gente consiga esperar cada recifense da periferia da nossa cidade." — Promessa aspiracional com lastro retórico (uso de Paulo Freire) que mantém integridade por ser não-mensurável, evitando falsificação

Sugestão: Inserir entre 10-20s um bloco de 8-10s com 2-3 realizações concretas ou posições claras de Ste (ex: 'Ste que lutou por creches no bairro X'), ancoradas em imagens de arquivo dessas ações, para que o 'nós' tenha lastro programático e não apenas afetivo, transformando o gatilho 'porque_justificativa' em lastro misto e elevando credibilidade sem quebrar fluidez emocional.

N6 — Identidade & Tribo — nota 8/10

O conteúdo constrói um "nós" com base concreta e afirmativa, ancorado em três pilares: território (Recife, especificamente a periferia), interdependência orgânica (a candidata não existe sem o coletivo) e co-criação de um projeto político compartilhado. A identidade coletiva não se sustenta por oposição a um inimigo, mas pela afirmação de que "Ela precisa chegar lá levando muita gente, porque ela precisou de muita gente pra chegar lá" (32.5-37.8s), estabelecendo uma relação de reciprocidade que dissolve a hierarquia tradicional entre candidata e apoiadores. O slogan "Eu sou uma, mas não sou só" (27.0-29.4s, repetido em texto aos 120.25-123.75s) funciona como tecnologia de pertencimento — é memorável, sintetiza a proposta de identidade coletiva e convida à repetição.

O nome "Ste" (forma abreviada e íntima) aparece sistematicamente nos cartazes visuais (0.75-1.125s, 23.125-25.75s) e na fala, criando familiaridade sem formalismo. A peça trabalha simultaneamente para dois estágios da jornada: ativar seguidores casuais ("Vocês têm a tarefa só de apresentar Ste", 7.9-10.9s) e conectar membros entre si através dos rituais de abraços coletivos documentados em múltiplas cenas (1.58-3.62s, 17.37-23.12s, 28.04-38.79s). As táticas correspondem aos estágios: para ativação, usa chamadas diretas e atribuição de papel simples; para conexão, documenta encontros presenciais e celebra a mobilização "olho no olho" (59.1-104.2s). O público aparece como protagonista real — não são massas anônimas, mas pessoas nomeadas em interações específicas ("É tudo bom, viu, Bia?", 22.8-25.5s), rostos comuns em abraços individualizados, e agentes com papel decisivo: "Não dá pra ser Ste sozinha, tem que ser com vocês" (104.2-109.9s). O convite à participação tem consequência tangível: "construir uma pré-campanha" (56.6-59.1s) posiciona apoiadores como co-criadores, não apenas amplificadores. A promessa de que a vitória "vai garantir a presença e os sonhos de cada um de vocês" (43.0-47.9s) eleva o papel do público de apoiador a beneficiário direto, criando co-propriedade emocional do projeto. A fronteira do "nós" é de altíssima qualidade: não há menção a adversários políticos, partidos opostos ou "eles" genéricos. A identidade se cimenta pela afirmação positiva de valores (esperança, união, periferia) e pela experiência compartilhada de construção coletiva. A frase final "esperançar cada recifense da periferia da nossa cidade" (113.6-129.9s) demarca território e causa sem hostilidade, usando neologismo freiriano que ressoa com o público-alvo. A linguagem é consistentemente territorial — "minha gente", "vamos simhora" (53.6-56.6s) — sem cair em jargão militante ou gabinete. A única fragilidade está na saturação de pedidos implícitos sem contrapartida de "servir": o conteúdo pede apresentação, engajamento, mobilização, mas oferece pouco conteúdo útil ou entretenimento autônomo ao espectador casual. A peça funciona melhor para quem já está no estágio de seguidor ativo do que para atrair curiosos, pois assume familiaridade prévia com a candidata e disposição para agir. A reestruturação prioritária seria intercalar, nos primeiros 20 segundos, uma micro-história concreta de transformação ("Ste ajudou Maria a conseguir X") que sirva o espectador casual com valor informativo antes de convocar para ação, ampliando o funil de entrada sem perder a força mobilizadora para o núcleo já engajado.

Dimensões: D1: 5/5 · D2: 4/5 · D3: 4/5 · D4: 5/5 · D5: 5/5

Penalidades: saturação de pedidos (apresentar, engajamento, mobilização) sem oferta de entretenimento ou utilidade autônoma para espectador casual

Evidências:

- [0:32] "Ela precisa chegar lá levando muita gente, porque ela precisou de muita gente pra chegar lá." — Sustenta D1 (construção do nós) — identidade baseada em interdependência orgânica, não em oposição a inimigo
- [0:27] "Eu sou uma, mas não sou só." — Sustenta D2 (tecnologia de pertencimento) — slogan memorável e repetível que sintetiza identidade coletiva, reforçado por texto na tela
- [0:07] "Vocês têm a tarefa só de apresentar Ste." — Sustenta D3 (estágio-alvo) — tática de ativação clara, atribuindo papel simples a seguidores casuais para transição ao estágio ativo

- [0:22] "É tudo bom, viu, Bia?" — Sustenta D4 (protagonismo do público) — nomeação individual de apoiadora, elevando pessoa comum a protagonista visível da narrativa
- [1:44] "Não dá pra ser Ste sozinha, tem que ser com vocês." — Sustenta D4 (co-criação) — declaração explícita de que público tem papel real e decisivo, não apenas simbólico
- [0:43] "mas vai garantir a presença e os sonhos de cada um de vocês." — Sustenta D4 (co-criação) — promessa de que vitória pertence aos apoiadores, criando co-propriedade emocional do projeto
- [1:53] "Que a gente consiga esperar cada recifense da periferia da nossa cidade." — Sustenta D5 (qualidade da fronteira) — demarcação territorial e social afirmativa, sem hostilidade a exogrupo; neologismo freiriano ressoa com público-alvo
- [0:53] "E é isso, minha gente. Vamos simhora." — Sustenta D1 e D2 — linguagem territorial autêntica (não de gabinete) que reforça pertencimento por familiaridade linguística
- [0:59] "com muito engajamento, com muita mobilização, olho no olho." — Sustenta D3 (adequação de táticas) — ênfase em conexão presencial corresponde ao estágio de conectar membros entre si

Sugestão: Inserir nos primeiros 15-20 segundos uma micro-história concreta de impacto (ex: 'Ste ajudou a comunidade X a conquistar Y') que ofereça valor informativo ao espectador casual antes de convocar para ação, ampliando o funil de atração sem diluir a força mobilizadora para o núcleo já engajado. Manter a estrutura atual de identidade coletiva e co-criação, mas equilibrar pedidos com 'servir' através de conteúdo útil ou emocionalmente recompensador para quem ainda não decidiu agir.

N7 — Validação & Posição Relacional — nota 3/10

O conteúdo opera em uma lógica invertida à sequência validar → propor: começa pedindo ação ("apresentar Ste", "dizer que ela é pré-candidata") sem antes demonstrar que vê, entende ou se importa com a experiência concreta do público-alvo. A primeira fala (0-3.4s) já estabelece o que "Ste precisa" — não o que o eleitor da periferia de Recife precisa, vive ou sente. A validação da experiência do público só aparece de forma genérica e tardia: "esperançar cada recifense da periferia" (113.6-129.9s) chega após 113 segundos de pedidos acumulados, e mesmo assim não espelha vocabulário real nem nomeia dores específicas — é uma promessa abstrata sem marcadores concretos da vida periférica (transporte, violência, desemprego, racismo, acesso a serviços). O termo "esperançar", embora potente, funciona aqui como jargão progressista que traduz a experiência do público para a língua do emissor, em vez de espelhar as palavras exatas que um morador da periferia usaria para descrever sua realidade. A estrutura é: tarefa (7.9-10.9s: "vocês têm a tarefa"), justificativa da candidata (14.1-22.8s: "é fundamental ter uma pessoa como Ste"), convocação (32.5-37.8s: "ela precisa chegar lá levando muita gente"), promessa genérica (39-47.9s: "vai garantir os sonhos de cada um"), chamada à ação (53.6-56.6s: "vamos simhora") — tudo antes de qualquer reconhecimento específico da dor ou da experiência vivida. A frase "não dá pra ser Ste sozinha, tem que ser com vocês" (104.2-109.9s) inverte a lógica da validação: em vez de "vocês não estão sozinhos, eu vejo a luta de vocês", diz "eu não estou sozinha, preciso de vocês" — é autorrevelação autocentrada, que transforma a vulnerabilidade em pedido em vez de ponte empática. As imagens de abraços (3.625-9.708s, 17.375-19.917s, múltiplas repetições) mostram

afeto performado, mas sem contexto: não sabemos quem são essas pessoas, o que vivem, por que estão ali — a emoção demonstrada não vem rotulada com compreensão da dor específica que motiva o abraço. O não-verbal é congruente (sorrisos genuínos, abraços calorosos nas cenas 4-10, 14-18), mas a congruência é entre gesto e intenção de proximidade, não entre empatia verbal e lastro concreto. Não há invalidação direta do público, mas há invalidação por omissão: ao não nomear as dores reais antes de pedir engajamento, o discurso trata a experiência periférica como autoevidente, dispensável de reconhecimento explícito — como se bastasse dizer "periferia" para validar. A promessa "vai garantir a presença e os sonhos de cada um de vocês" (43-47.9s) é validação genérica: não especifica quais sonhos, não reconhece os obstáculos concretos que impedem sua realização, não demonstra ter escutado. A frase "olho no olho" (59.1-104.2s) sugere proximidade física, mas o discurso em si não pratica o olho no olho verbal — não há perguntas ao público, não há espelhamento de suas falas, não há leitura do não-dito. O slogan "eu sou uma, mas não sou só" (27-29.4s, repetido em texto 120.25-123.75s) é potente como narrativa de coletividade, mas chega antes de validar por que essas pessoas específicas deveriam se sentir parte desse "não sou só" — é convite à união sem reconhecimento prévio da solidão, da exclusão ou da invisibilidade que justificaria o desejo de pertencer. A reestruturação prioritária exigiria abrir com validação específica: nomear 2-3 dores concretas da periferia de Recife (usando vocabulário local, não jargão), demonstrar que Ste as viu/viveu, rotular a emoção ("eu sei que é revolta quando...", "faz todo sentido você estar cansado de..."), só então apresentar a candidatura como resposta a essas dores nomeadas, e fechar com o convite coletivo. A autorrevelação "ela precisou de muita gente pra chegar lá" (32.5-37.8s) poderia funcionar se viesse após validação, como "eu também dependi, assim como você depende e não é fraqueza" — mas isolada, soa a pedido sem reciprocidade empática.

Dimensões: D1: 1/5 · D2: 2/5 · D3: 2/5 · D4: 4/5 · D5: 4/5

Penalidades: solução técnica ("apresentar Ste", "dizer que é pré-candidata") despejada sobre dor não reconhecida (0-14.1s); autorrevelação autocentrada: "não dá pra ser Ste sozinha" vira palanque da necessidade da candidata, não ponte para a experiência do público (104.2-109.9s)

Evidências:

- [0:00] "E eu não tenho nenhuma dúvida que o que Ste precisa é só uma coisa." — Abertura centrada na necessidade da candidata, não na experiência do público — inverte a sequência validar → propor desde a primeira frase.
- [0:07] "Vocês têm a tarefa só de apresentar Ste. E dizer que ela é pré-candidata." — Pedido de ação (tarefa) sem nenhuma validação prévia da experiência, dores ou contexto de vida do público convocado.
- [0:14] "E as pessoas vão compreender que é fundamental ter uma pessoa como Ste na vida pública, na política, disputando eleição." — Justificativa da importância da candidata, mas ainda sem reconhecer o que o público vive ou precisa — validação ausente aos 14 segundos.
- [0:32] "Ela precisa chegar lá levando muita gente, porque ela precisou de muita gente pra chegar lá." — Autorrevelação que poderia criar ponte empática, mas funciona como pedido

("preciso de vocês") em vez de validação ("eu vejo que vocês também precisam e não estão sozinhos").

- [0:43] "mas vai garantir a presença e os sonhos de cada um de vocês." — Validação genérica: menciona "sonhos" sem especificar quais, sem espelhar vocabulário do público, sem nomear obstáculos concretos — degrau baixo da escada.
- [0:59] "com muito engajamento, com muita mobilização, olho no olho. Mas isso só é possível com essa união." — Promessa de proximidade física ("olho no olho"), mas o discurso verbal não pratica olho no olho — não há perguntas, espelhamento ou leitura do não-dito.
- [1:44] "Não dá pra ser Ste sozinha, tem que ser com vocês." — Autorrevelação que vira palanque: em vez de "vocês não estão sozinhos", diz "eu não estou sozinha" — centraliza a vulnerabilidade da candidata, não a do público.
- [1:53] "Que a gente consiga esperar cada recifense da periferia da nossa cidade." — Única menção específica ao público-alvo (periferia), mas chega após 113s de pedidos e usa jargão progressista ("esperar") em vez de vocabulário local — validação tardia e traduzida.
- [0:03] "abraça uma mulher, sorrindo" — Emoção demonstrada (abraços recorrentes em 12+ cenas), mas sem contexto ou rótulo: não sabemos quem são, o que vivem, qual dor motiva o abraço — empatia sem lastro verbal.
- [0:27] "Eu sou uma, mas não sou só." — Slogan de coletividade potente, mas chega antes de validar por que essas pessoas deveriam sentir-se parte — convite à união sem reconhecimento prévio da exclusão.

Sugestão: Abrir com 15-20s de validação específica: nomear 2-3 dores concretas da periferia de Recife usando vocabulário local (ex: "quando o ônibus não passa e você perde a vaga de emprego", "quando a polícia para você todo dia só pela cor"), demonstrar que Ste viu/viveu isso, rotular a emoção ("eu sei que é revolta"), só então apresentar a pré-candidatura como resposta a essas dores nomeadas, e fechar com "não dá pra você estar sozinho nisso" em vez de "não dá pra Ste estar sozinha".

N8 — Clareza & Carga Cognitiva — nota 6/10

O vídeo apresenta fluência geral comprometida por um bloco monolítico de fala que se estende por 45 segundos ininterruptos (59.1–104.2s), exigindo esforço cognitivo sustentado do espectador em um formato vertical de atenção fragmentada. A sintaxe é direta e as palavras são comuns (Flesch 88.1, frases de 11.9 palavras), o que facilita o processamento linha a linha, mas a ausência de pausas dramáticas ou cortes de respiração dentro desse segmento cria fadiga perceptiva. A mensagem central — "Ste precisa ser conhecida como pré-candidata e isso só é possível com união coletiva" — emerge com clareza nos primeiros 22 segundos e é reforçada pelo slogan "Eu sou uma, mas não sou só" (27–29.4s e 120.25–123.75s), garantindo unicidade temática. Todas as cenas de abraços, cartazes e eventos servem a essa narrativa de mobilização popular, sem ruído decorativo significativo. A concretude lexical é alta (índice 0.8): "olho no olho" (59.1s), "povo do Recife" (39s), "periferia da nossa cidade" (113.6s) geram imagens mentais imediatas, ancoradas em território e relações humanas visíveis. No entanto, a densidade de informação é baixa (88 palavras/minuto) e o discurso repete variações da mesma ideia — apresentar Ste, mobilizar apoio, garantir representação — sem progressão argumentativa nítida após o minuto inicial. A carga simultânea é bem gerenciada:

o texto na tela aparece apenas em dois momentos (27–29.4s e 120.25–129.75s), sincronizado com a fala e reforçando o slogan sem competir por atenção. As 50 cenas alternam entre close de interações afetivas e planos abertos de eventos, mantendo renovação visual a cada 2.5 segundos em média, o que compensa parcialmente a monotonia verbal. O formato é adequado a um "lanche" de mobilização — não promete análise profunda, apenas convocação emocional —, mas a duração de 1min29s excede o limiar de atenção parcial para conteúdo sem gancho narrativo ou revelação progressiva. A frase "É que as pessoas saibam quem é ela e que ela é pré-candidata" (4–7.9s) exemplifica a simplicidade do recado, mas sua repetição implícita ao longo do vídeo ("apresentar Ste", "dizer que ela é pré-candidata", "Ste representando o povo") soa redundante para quem permanece até o fim. A ausência de números, exemplos de ação concreta ou micro-histórias torna o discurso abstrato em sua segunda metade, apesar da alta concretude lexical: "esperançar cada recifense da periferia" (113.6–129.9s) é poético, mas não traduz em imagem o que isso significa na prática. A edição poderia cortar 30 segundos da seção intermediária (60–90s) sem perda de mensagem, concentrando a energia nos abraços iniciais, no slogan animado e no encerramento territorial. O ritmo de corte (34/min) está dentro da faixa nativa de redes sociais, mas a variação de cadência (5.94) indica alternância insuficiente entre momentos de alta e baixa intensidade — o tom permanece celebratório-mobilizador do início ao fim, sem contraste emocional que renove o interesse. A peça funciona para quem já está engajado (reforço identitário), mas exige releitura mental para espectadores de atenção parcial extraírem a mensagem central em uma única passada, especialmente após o primeiro terço.

Dimensões: D1: 3.5/5 · D2: 4/5 · D3: 3/5 · D4: 4/5 · D5: 4.5/5

Penalidades: bloco de fala monolítico: 45.1s contínuos (59.1–104.2s) sem pausa ou corte, excedendo limiar de fadiga para formato vertical

Evidências:

- [0:04] "É que as pessoas saibam quem é ela e que ela é pré-candidata." — Mensagem central expressa em sintaxe direta e vocabulário acessível (Flesch 88.1), facilitando compreensão imediata.
- [0:27] "Eu sou uma, mas não sou só." — Slogan conciso e imagético reforçado por texto na tela, criando âncora memorável para a mensagem de coletividade.
- [0:59] "com muito engajamento, com muita mobilização, olho no olho. Mas isso só é possível com essa união." — Concretude lexical alta ('olho no olho') gera imagem mental, mas inicia bloco de 45s sem pausa que compromete fluência.
- [1:53] "Que a gente consiga esperançar cada recifense da periferia da nossa cidade." — Neologismo poético ('esperançar') e demarcação territorial concreta ('periferia'), mas sem tradução em ação específica — abstração relativa.
- [1:14] "cena de 10.08s (mais longa do vídeo): mulher falando ao microfone no palco" — Cena estática prolongada coincide com trecho de fala repetitiva, reduzindo renovação de estímulo visual.

Sugestão: Cortar 25–30 segundos do segmento 60–90s, eliminando repetições da ideia de 'apresentar Ste' e 'mobilizar apoio'. Inserir pausa de 1–2s ou corte para imagem de impacto (ex:

cartaz sendo fixado, abraço em close) no meio do bloco 59.1–104.2s para quebrar monotonia. Adicionar um exemplo concreto de ação coletiva (ex: 'bater de porta em porta', 'organizar rodas de conversa') para traduzir 'esperançar' em imagem mental específica.

N9 — Formato & Plataforma — nota 5/10

A peça foi claramente pensada para o formato vertical e para consumo em plataformas de atenção parcial — o enquadramento 9:16 é nativo, as cenas têm duração média de 2,5 segundos e o ritmo de 34 cortes por minuto está dentro da gramática de Reels e TikTok. No entanto, a execução revela uma tensão entre a intenção de parecer autêntica e a estética de produção institucional que dispara o filtro anti-anúncio. As cenas de evento político com palco, telão e iluminação colorida (17.375–19.9167s, 38.7917–47.8333s) carregam a linguagem visual de vídeo institucional de campanha tradicional: enquadramento centralizado, iluminação artificial uniforme, composição simétrica. Essa estética contrasta com as cenas de interação espontânea — abraços, sorrisos, caminhadas — que poderiam atravessar o filtro se não fossem editadas com a mesma cadência mecânica e transições por corte seco sem variação de ritmo emocional. A música de fundo genérica (animada com voz feminina) reforça a sensação de 'trilha de campanha' em vez de escolha autoral que conte uma história congruente com o conteúdo. O elemento mais problemático é a saliência: em múltiplas cenas, o que mais chama o olho não coincide com a mensagem do momento. Aos 0–0.75s, a abertura mostra caixas de papelão grafitadas sem contexto, enquanto a narração fala sobre 'o que Ste precisa' — o espectador processa grafite urbano enquanto deveria estar processando a necessidade de apresentar a candidata. Aos 1.58333–3.625s, o plano aberto de pessoas sentadas em jardim com prédio ao fundo não direciona o olhar para nenhum elemento que reforce 'quem é ela e que ela é pré-candidata'. A decupagem de saliência mostra que apenas nas cenas 2, 11, 12, 15 e 16 o elemento visualmente dominante coincide com a mensagem — os cartazes 'STE VILELA' e o texto na tela 'EU SOU UMA, MAS NÃO SOU SÓ'. No restante, rostos sorridentes, abraços e cenários competem pela atenção sem hierarquia clara. A peça funciona parcialmente no mudo: a narração off carrega toda a argumentação (88 palavras/minuto de densidade baixa), e o texto na tela aparece apenas em dois momentos — o slogan aos 27–29s e a cartela final aos 120–129s. Quem assiste sem som vê uma sequência de abraços e eventos sem entender a tese central ('não dá pra ser Ste sozinha, tem que ser com vocês', 104.2–109.9s) nem o pedido de ação ('vamos construir uma pré-campanha', 56.6–59.1s). A congruência sensorial é fraca: a trilha animada mantém o mesmo tom durante falas sérias ('é fundamental ter uma pessoa como Ste na vida pública', 14.1–22.8s) e momentos de convocação ('vamos simhora', 53.6–56.6s), sem modular para reforçar a emoção pretendida. O ritmo de corte é constante (34/min) independentemente da cadência da fala — há um bloco de 45 segundos de narração contínua (59.1–104.2s) sem pausa dramática, mas o corte visual segue mecânico, criando descompasso entre som e imagem. A posição do essencial está comprometida: a mensagem-chave ('apresentar Ste como pré-candidata') aparece aos 4–7.9s, mas a abertura (0–3.4s) não gera gancho — começa com caixas grafitadas e uma frase genérica ('o que Ste precisa é só uma coisa') que não cria curiosidade específica. O CTA é transitório e verbal ('vamos simhora', 53.6s), sem reforço visual — não há texto na tela indicando ação, nem gesto da plataforma (arrastar, comentar, compartilhar). A cartela final (120–129s) identifica a candidata mas não convoca. A peça sofre de genérico da categoria: tirando o nome 'Ste Vilela', as imagens de

abraços coletivos, evento com palco e discurso sobre 'levar os sonhos de vocês' são intercambiáveis com qualquer campanha progressista de base. Não há marca autoral — nem na escolha de trilha, nem no ritmo de corte, nem na paleta (cores vibrantes mas sem identidade cromática consistente), nem na voz da narração (tom motivacional genérico, sem sotaque marcado ou cadência pessoal que diferencie). A estética oscila entre o registro documental cru (closes de abraços, 28–33s) e a produção de evento (palco com telão, 17–19s), sem decidir qual linguagem adotar — e essa indecisão faz com que nenhuma das duas seja plenamente convincente. O polimento das cenas de palco dispara a cegueira seletiva ('parece anúncio'), enquanto as cenas de rua não têm textura suficiente (áudio ambiente, imperfeição, momento inesperado) para parecerem genuinamente não-produzidas. A reestruturação prioritária deveria começar pela hierarquia de saliência: cada cena precisa ter um elemento visualmente dominante que reforce a mensagem daquele momento — se a fala é 'apresentar Ste', o rosto dela em close ou o nome em cartaz deve ser o ponto mais saliente, não o cenário. Em segundo lugar, o texto de apoio precisa aparecer em momentos-chave (quem é Ste, o que ela representa, o pedido de ação) para garantir compreensão no mudo. Em terceiro, a trilha deveria modular — silêncio ou som ambiente nas falas mais densas, música apenas nos momentos de transição ou celebração, criando congruência entre canal sonoro e emocional. Por fim, o CTA precisa ser explícito e visual: 'siga @stevilela', 'compartilhe esta história', 'vem construir com a gente' em texto na tela, posicionado onde o gesto da plataforma acontece (terço inferior, com seta ou ícone). A peça tem intenção nativa mas execução híbrida — parece adaptada de um vídeo institucional para o formato vertical, em vez de pensada desde o início para o feed.

Dimensões: D1: 4/5 · D2: 2/5 · D3: 2/5 · D4: 2/5 · D5: 2/5 · D6: 1/5

Penalidades: genérico da categoria: imagens e discurso intercambiáveis com qualquer campanha progressista de base, sem marca autoral

Evidências:

- [0:00] "caixas de papelão empilhadas com grafites coloridos em um jardim" — abertura sem gancho — elemento visualmente saliente (grafite) não coincide com mensagem verbal ('o que Ste precisa'), dispersa atenção
- [0:27] "EU SOU UMA, MAS NÃO SOU SÓ (texto na tela)" — único momento em que texto de apoio reforça mensagem central, mas aparece tarde (41% do vídeo) e não se repete em variações ao longo da peça
- [0:17] "palco com iluminação colorida e telão ao fundo" — estética institucional de evento político dispara filtro anti-anúncio — iluminação artificial uniforme, enquadramento centralizado, produção polida
- [0:53] "E é isso, minha gente. Vamos simhora." — CTA transitório apenas verbal, sem reforço visual ou indicação de gesto da plataforma (seguir, compartilhar, comentar)
- [0:59] "bloco de 45 segundos de narração contínua sem pausa" — descompasso entre fala densa e ritmo de corte mecânico — fadiga cognitiva, canal sonoro e visual descongruentes
- [1:44] "Não dá pra ser Ste sozinha, tem que ser com vocês." — mensagem-chave de interdependência chega aos 80% do vídeo, inacessível para quem assiste sem som (nenhum texto de apoio neste momento)

Sugestão: Reordenar a decupagem para que o elemento mais saliente de cada cena (rosto de Ste, cartaz com nome, gesto de abraço) coincida com a mensagem verbal daquele momento; inserir texto de apoio em 4-5 pontos-chave (quem é Ste, o que ela representa, slogan, pedido de ação) para garantir compreensão no mudo; substituir trilha genérica por modulação sonora (silêncio/som ambiente nas falas densas, música apenas em transições) e incluir CTA visual explícito no terço inferior ('siga @stevilela', 'compartilhe') com ícone de gesto da plataforma.

Inventário de Gatilhos (24)

t	Gatilho	Categoria	Int.	Lastro	Trecho
0:00	elogio_direto	afeicao	1	retorico	E eu não tenho nenhuma dúvida que o que Ste precisa é só uma coisa.
0:00	justaposicao	presuasivo	2	real	três homens seguram cartazes com a escrita 'STE VILELA' e sorriem para a câmera
0:01	geografia_persuasiva	presuasivo	2	real	jardim com árvores e pessoas sentadas em cadeiras, ao fundo um prédio alto
0:01	multidao	prova_social	2	real	jardim com árvores e pessoas sentadas em cadeiras, ao fundo um prédio alto
0:03	associacao_positiva	afeicao	3	real	abraça uma mulher, sorrindo
0:07	nos_identitario	unidade	2	retorico	Vocês têm a tarefa só de apresentar Ste.
0:14	porque_justificativa	logico	2	retorico	E as pessoas vão compreender que é fundamental ter uma pessoa como Ste na vida pública, na política, disputando eleição.
0:17	priming_cromatico_simbolico	presuasivo	2	real	cores: branco, azul, roxo, verde
0:17	multidao	prova_social	2	real	palco com iluminação colorida e telão ao fundo
0:17	simbolo_autoridade	autoridade	1	real	palco com iluminação colorida e telão ao fundo
0:26	slogan_bordao	narrativo	3	retorico	Eu sou uma, mas não sou só.
0:32	nos_identitario	unidade	3	retorico	Ela precisa chegar lá levando muita gente, porque ela precisou de muita gente pra chegar lá.
0:39	repeticao_promessa	narrativo	2	retorico	vai garantir a presença e os sonhos de cada um de vocês
0:39	co_criacao	unidade	3	retorico	Porque a gente vai garantir não só a presença de Ste representando o povo

t	Gatilho	Categoria	Int.	Lastro	Trecho
					do Recife, mas vai garantir a presença e os so
0:39	territorio	unidade	2	retorico	representando o povo do Recife
0:53	familia_simbolica	unidade	2	retorico	minha gente
0:53	cta_transitorio	narrativo	2	retorico	E é isso, minha gente. Vamos simhora.
0:56	co_criacao	unidade	3	retorico	Vamos construir uma pré-campanha linda em Recife,
0:59	agir_junto	unidade	3	retorico	com muito engajamento, com muita mobilização, olho no olho. Mas isso só é possível com essa união.
1:44	nos_identitario	unidade	3	retorico	Não dá pra ser Ste sozinha, tem que ser com vocês.
1:44	escolha_binaria	logico	2	retorico	Não dá pra ser Ste sozinha, tem que ser com vocês.
1:53	territorio	unidade	2	retorico	cada recifense da periferia da nossa cidade
1:53	esperanca_ganho	emocional	3	retorico	Que a gente consiga esperar cada recifense da periferia da nossa cidade.
2:00	slogan_bordao	narrativo	3	retorico	EU SOU UMA, MAS NÃO SOU SÓ!

Métricas computáveis

ritmo — 88 palavras/min; 34 cortes/min

- **silencios**: {"quantidade":0,"duracao_total_s":0} (ok) — nenhuma pausa dramática $\geq 1,5s$
- **cortes_min**: 34 (ok) — ritmo de corte dentro da faixa de conteúdo nativo
- **cena_media_s**: {"media_s":2.5,"mais_longa":{"ini":74.0417,"duracao_s":10.08}} (ok) — cenas curtas renovam estímulo
- **densidade_info**: 88 (atencao) — fala esparsa
- **variacao_ritmo**: 5.94 (ok) — ritmo variável (alternância de cadência)
- **fala_continua_max**: 45.1 (alto) — bloco de fala longo sem pausa/corte — fadiga
- **texto_tela_colisao**: 0 (ok) — texto e fala raramente colidem

emocao — perda/ganho 0; absolutismo 0.52/100

- **hedges**: 0 (atencao) — quase nenhum modalizador — discurso sem concessivas
- **absolutismo**: 0.52 (atencao) — absolutos presentes
- **razao_dor_prazer**: {"razao":0,"sequencia_dor_prazer":false} (ok) — equilíbrio dor/prazer
- **razao_perda_ganho**: 0 (ok) — enquadramento equilibrado ou de ganho

- **essencia_vs_conduta**: 0 (ok) — ataques (se houver) são a condutas, não a essências
- **desumanizacao_lexico**: {"trechos":[], "contagem":0} (ok) — sem metáforas de praga/sujeira/doença/animal

proposta — 1 promessa(s); 0 número(s)

- **promessas**: {"contagem":1, "primeiras":["Vamos construir uma pré-campanha linda em Recife, com muito engajamento, com muita mobilização, olho no olho"]} (ok) — 1 frase(s) de promessa
- **numeros_especificos**: {"contagem":0, "pct_quebrados":0} (atencao) — nenhum número citado
- **perguntas_retoricas**: 1 (ok) — 1 pergunta(s) sem resposta em 5s

estrutura — 0 CTA(s) direto(s), 1 transitório(s)

- **ctas**: {"direto":0, "timestamps":[53.6], "transitorio":1, "posicoes_relativas":[0.41]} (ok) — 0 CTA(s) direto(s), 1 transitório(s)
- **loops**: {"abertos":0, "fechados":0, "abertos_no_final":0} (ok) — nenhum loop de curiosidade
- **porque_pedido**: 0 (atencao) — pedidos sem "porque" por perto
- **gatilhos_resumo**: {"logico": {"contagem":2, "pct_lastro_real":0, "intensidade_media":2}, "afeicao": {"contagem":2, "pct_lastro_real":50, "intensidade_media":2}, "unidade": {"contagem":9, "pct_lastro_real":0, "intensidade_media":2.6}, "emocional": {"contagem":1, "pct_lastro_real":0, "intensidade_media":3}, "narrativo": {"contagem":4, "pct_lastro_real":0, "intensidade_media":2.5}, "autoridade": {"contagem":1, "pct_lastro_real":100, "intensidade_media":1}, "presuasivo": {"contagem":3, "pct_lastro_real":100, "intensidade_media":2}, "prova_social": {"contagem":2, "pct_lastro_real":100, "intensidade_media":2}} (ok) — 24 gatilhos em 8 categorias
- **t_primeiro_pedido**: 0.41 (ok) — pedido após construção de contexto
- **repeticao_promessa**: 2 (ok) — promessa central repetida (reforço estratégico)

legibilidade — Fácil (Flesch 88.1), frases de 11.9 palavras

- **ttr**: 0.518 (ok) — diversidade lexical típica
- **concretude**: 0.8 (ok) — discurso concreto, gera imagem mental
- **flesch_ptbr**: 88.1 (ok) — leitura fácil (alvo atingido)
- **frase_media**: 11.9 (ok) — frases curtas, processamento leve
- **densidade_jargao**: 0 (ok) — pouco jargão político-burocrático

direcionamento — razão eu/você 1.25; "você" 2.09/100 palavras

- **indice_nos**: 0.25 (ok) — presença equilibrada do "nós"
- **razao_eu_voce**: 1.25 (atencao) — emissor começa a dominar
- **densidade_voce**: 2.09 (ok) — fala direta com o espectador

- **razao_nos_eles:** "sem exogrupo citado" (ok) — nenhum exogrupo rotulado

Transcrição

E eu não tenho nenhuma dúvida que o que Ste precisa é só uma coisa. É que as pessoas saibam quem é ela e que ela é pré-candidata. Vocês têm a tarefa só de apresentar Ste. E dizer que ela é pré-candidata. E as pessoas vão compreender que é fundamental ter uma pessoa como Ste na vida pública, na política, disputando eleição. É tudo bom, viu, Bia? Eu sou uma, mas não sou só. Ela precisa chegar lá levando muita gente, porque ela precisou de muita gente pra chegar lá. Porque a gente vai garantir não só a presença de Ste representando o povo do Recife, mas vai garantir a presença e os sonhos de cada um de vocês. E é isso, minha gente. Vamos simhora. Vamos construir uma pré-campanha linda em Recife, com muito engajamento, com muita mobilização, olho no olho. Mas isso só é possível com essa união. Não dá pra ser Ste sozinha, tem que ser com vocês. E eu acho que é esse o recado que eu quero aqui deixar pra vocês. Que a gente consiga esperarçar cada recifense da periferia da nossa cidade.

Ritmo de edição

Cortes: 51 · Cortes/min: 34.0 · Cena média: 1.7s

Gerado pelo Decodificador de Eficácia Comunicacional em 24/07/2026, 22:03:14