



Fale Creator

Episódio.Aula 1

FLiNT

• pecege



Episódio.Aula 1

1. A linguagem Creator
2. A Criação de conteúdo e o mercado de trabalho
3. O mundo dos Memes e hashtags
4. Paulo Freire e a imersão no aprendizado

Episódio.Aula 1

5. Como ser autêntico
6. O mal-estar na civilização segundo Freud
7. Faça do seu conteúdo uma fonte de valores construtivos para a sociedade

Episódio.Aula 1

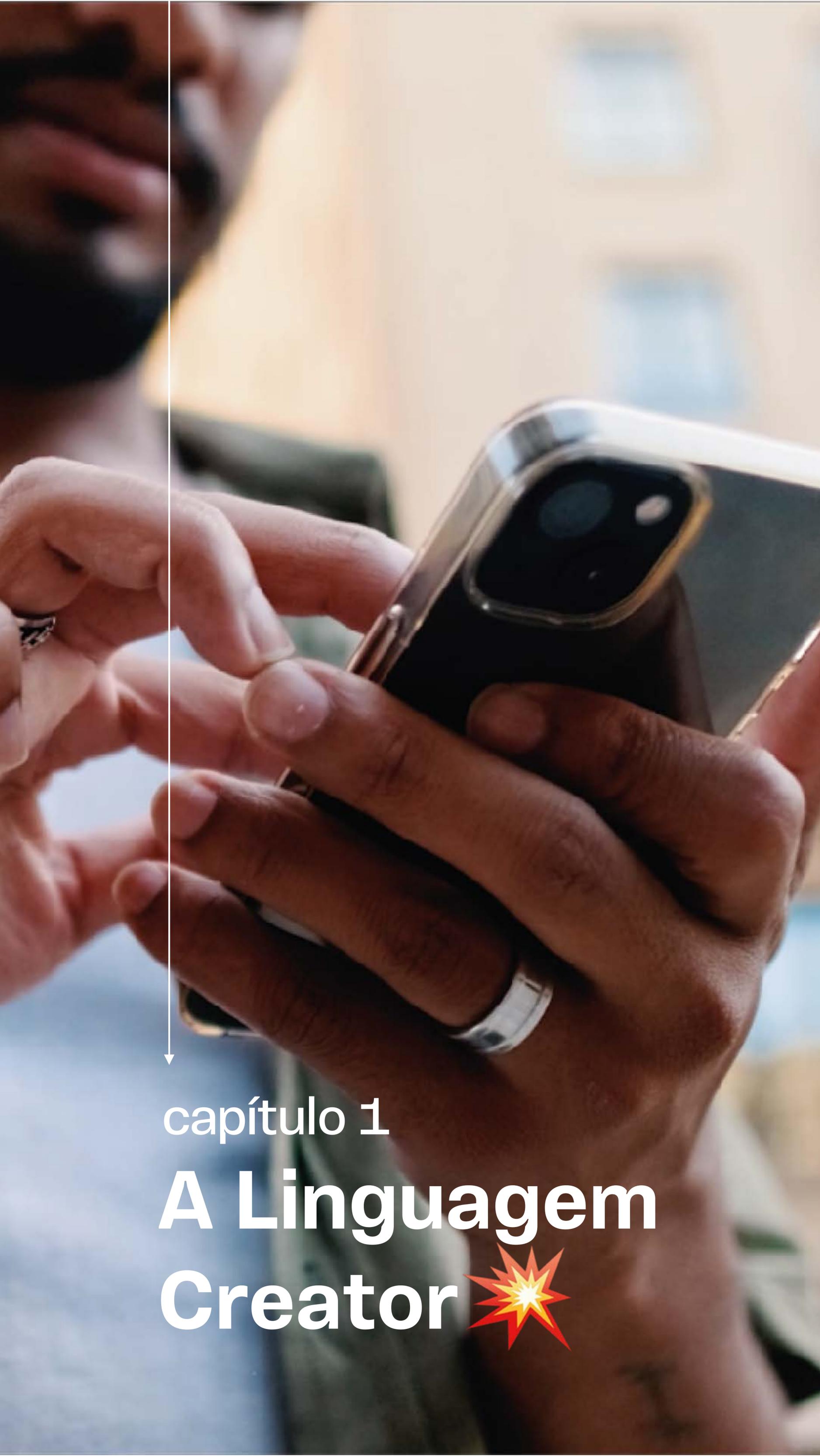
8. Storytelling
9. É melhor fazer um roteiro ou falar de improviso?
10. Ferramentas de análise de dados do seu conteúdo nas mídias sociais

Episódio.Aula 1

11. Valorize os comentários do seu público nas mídias sociais
12. Foco no seu objetivo! Por que você quer criar conteúdo?

Episódio.Aula 1

13. Como se conectar com o seu público?
14. Descomplique!
15. Tenha sensibilidade
16. Uma ajuda especial!
17. Bora praticar?



capítulo 1

A Linguagem Creator

 MESSAGES

agora

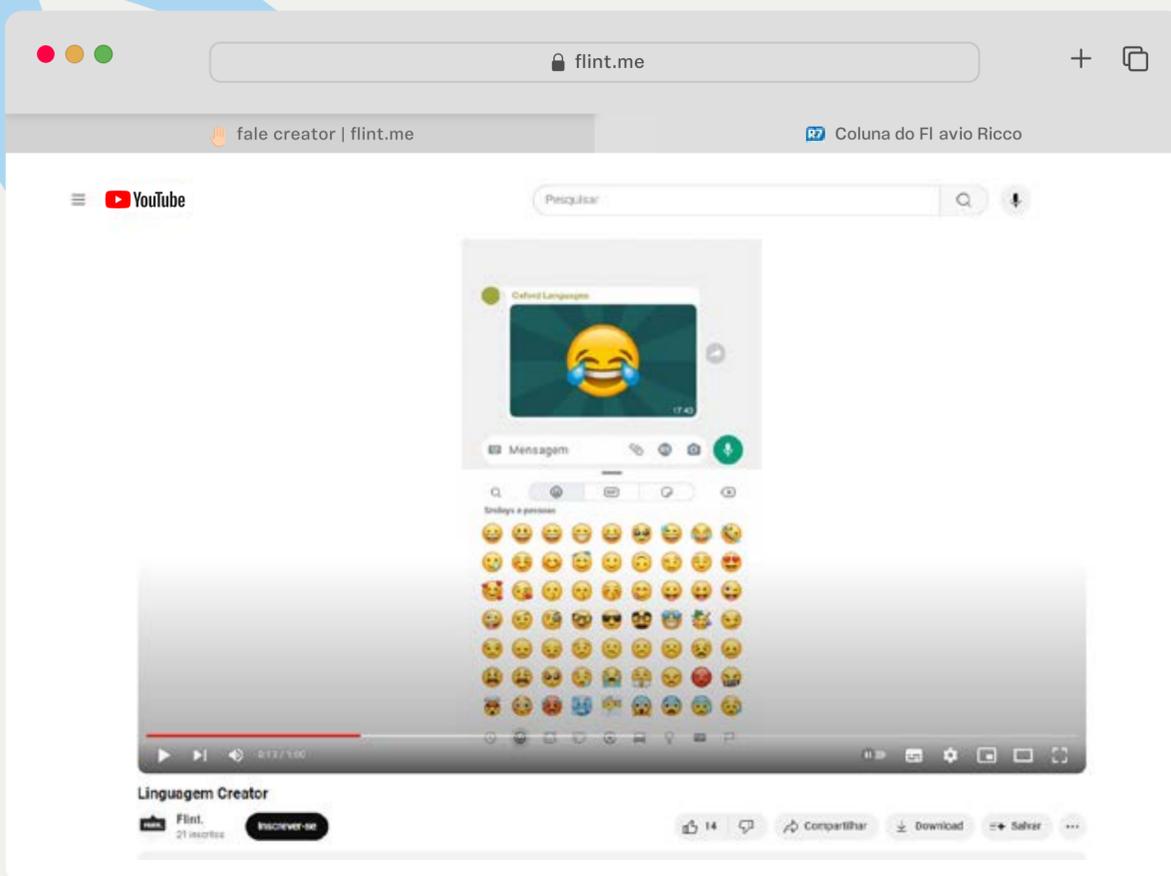
Flint

Eaí! Bora falar creator?

A linguagem é uma habilidade específica humana. Crescemos, por exemplo, ouvindo que precisamos falar inglês para termos mais oportunidades na carreira. Embora inegavelmente este idioma tenha sua devida importância para o nosso desenvolvimento profissional, em tempos digitais, você também precisa aprender a “falar Creator”.

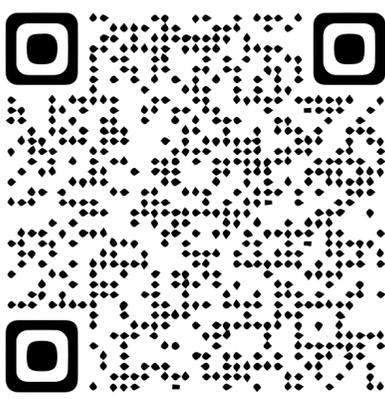
Esta linguagem dos criadores de conteúdo se estende desde aqueles que fazem deste nicho de mercado a sua profissão até os profissionais de todas as áreas que precisam criar uma conexão com o público para promover o seu produto ou serviço.





Esta linguagem possui características únicas e um vocabulário próprio, ganhando cada vez mais relevância em nosso cotidiano. Acesse o **Linguagem Creator** (youtube.com) ou abra o QR Code abaixo e saiba mais sobre a presença dessa linguagem em nossa sociedade.

Conteúdo bom, a gente compartilha



clique aqui para acessar [🔗](#)

👍 🗨️ 📍



Mas qual é o alcance da Linguagem Creator e como ela se relaciona com o nosso cotidiano? Confira neste episódio do podcast Desenrola, do The Summer Hunter a importância da Linguagem Creator para sua vida profissional. Para ouvir o podcast, acesse o link **Desenrola, episódio #40: Todo mundo tem que ser creator? | The Summer Hunter - The Summer Hunter** ou abra o QR Code abaixo.





Agora que você sabe mais sobre a importância da Linguagem Creator para a nossa sociedade, você deve estar se perguntando: é possível ganhar dinheiro com isso? Descubra na entrevista com o Christian Rôças, nosso querido Crocas, para a propmark, pelo link **Crocas: 'A gente vive a oportunidade de montar uma indústria'** (propmark.com.br) ou acesse pelo QR Code abaixo.





capítulo 2

**A Criação de
conteúdo e**

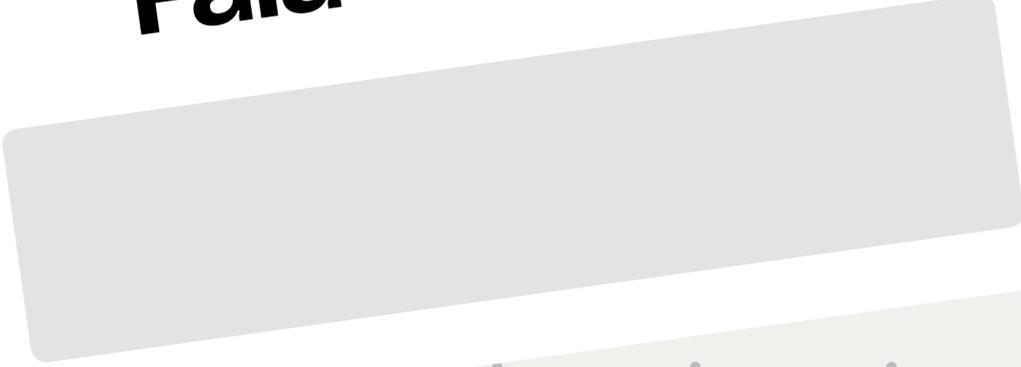
**o mercado
de trabalho**



The logo consists of the word "FLiNT." in a bold, black, sans-serif font, centered within a bright orange circle. This circle is positioned at the top of a white, rounded rectangular card that has a slight drop shadow and is tilted slightly to the right.

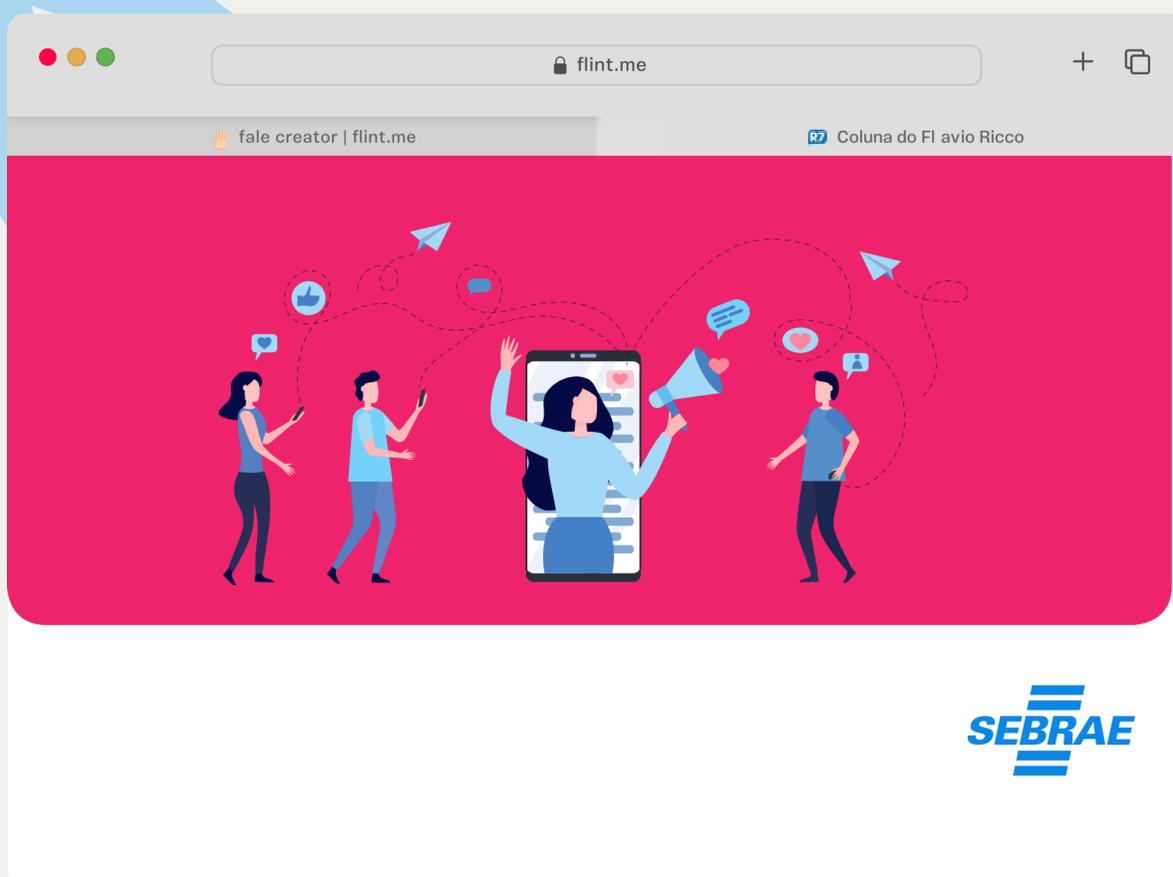
FLiNT.

Fala Creator?

A solid grey rectangular box with rounded corners, positioned below the title "Fala Creator?". It appears to be a placeholder for an image or video content.

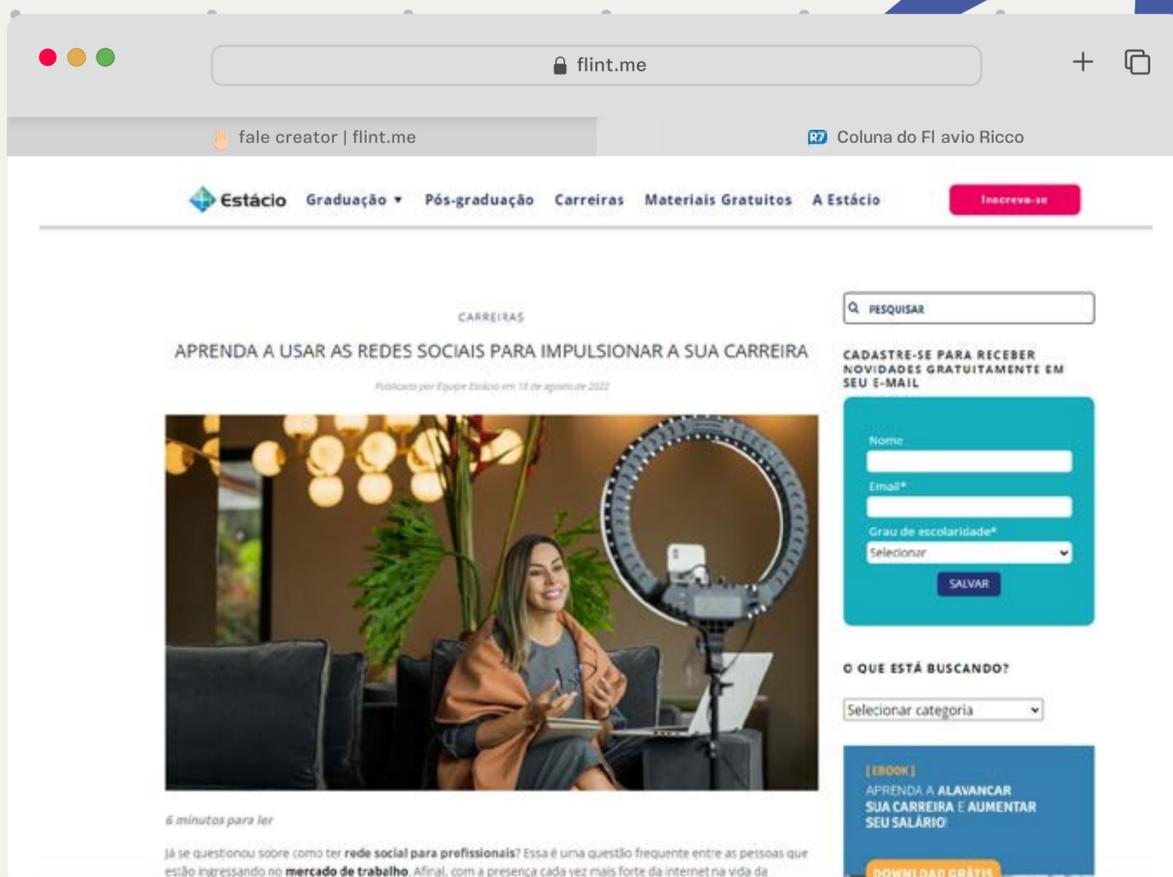
Com a nossa sociedade cada vez mais conectada, seja você um aspirante a influenciador digital ou um empreendedor que deseja utilizar as mídias sociais para vender seus produtos e serviços, você precisará produzir materiais audiovisuais de qualidade e capazes de alavancar o seu sucesso profissional.





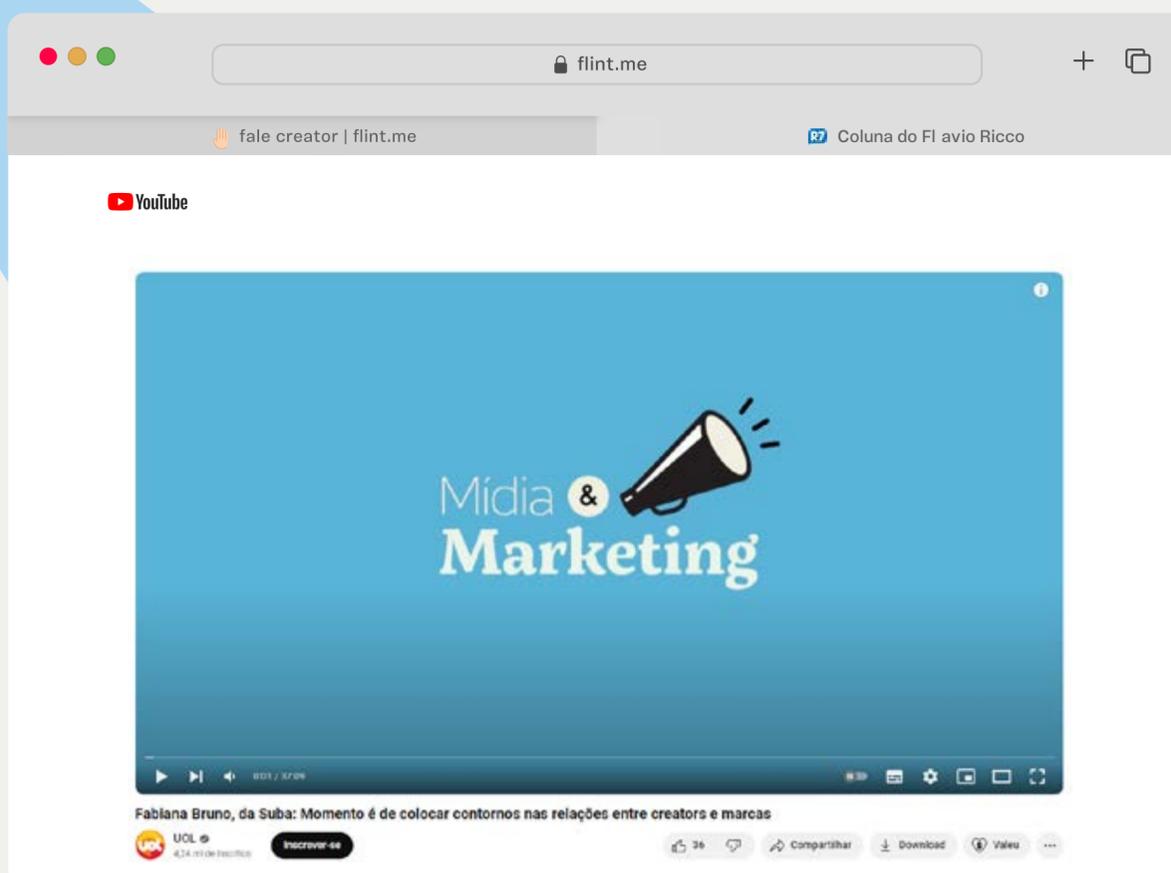
Quer produzir conteúdo para mídias sociais? Então dá uma olhada nesse guia elaborado pelo SEBRAE, que apresenta uma série de dicas valiosas sobre como produzir conteúdo de qualidade que gere engajamento e vendas. Para acessar, você pode abrir o QR Code ou clicar no link **Guia completo de como ser um produtor de conteúdos nas redes sociais (1).pdf**





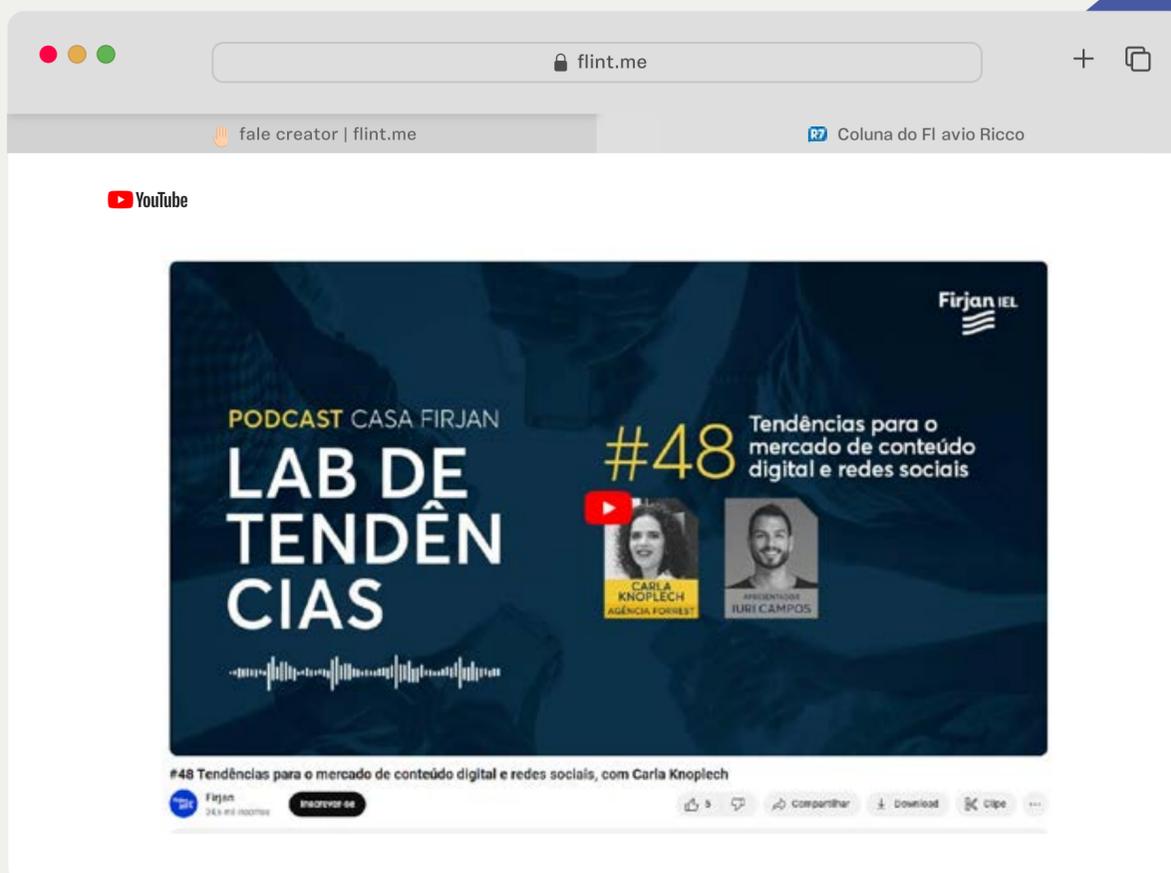
Se o seu objetivo é usar a Linguagem Creator para alavancar a sua carreira e se tornar uma referência profissional no mercado, veja esse link **Aprenda a usar as redes sociais para impulsionar a sua carreira - Blog Estácio** ou acesse o QR Code e confira dicas valiosas para crescer em sua área de atuação profissional.





Mas qual o alcance da Linguagem Creator e como ela se relaciona com as nossas vidas e nosso trabalho? Confira o vídeo Fabiana Bruno, da Suba: Momento é de colocar contornos nas relações entre creators e marcas e conheça as dinâmicas da **Linguagem Creator**. Para ver acesse ao link ou abra o código QR ao lado.





Seja para vender ou ganhar notoriedade, se existe uma afirmação na criação de conteúdo para os canais digitais é que este mercado está em constante mudança. Então, ouça este podcast do canal da Firjan e saiba sobre as principais tendências deste segmento. Para ouvir abra o QR Code ou clique no link **#48 Tendências para o mercado de conteúdo digital e redes sociais**, com Carla Knoplech.





MEMES + AI

capítulo 3

O mundo dos
Memes e
hashtags 🤔😂

Essa é uma dupla bem popular no universo das mídias sociais. Os memes são utilizados para gerar humor, já as hashtags são as queridinhas de muitos Creators para marcar o conteúdo e até melhorar o alcance orgânico da postagem.

#FaleCreator

#FaleCreator





Desde a popular #tbt, a famosa “Throwback Thursday” que em português significa “Quinta-feira da Lembrança”, até as mais inclusivas como #PraCegoVer, cada hashtag tem o seu papel, sendo necessário conhecer o que cada uma delas significa antes de sair utilizando # em tudo que é termo. Aliás, se você quiser saber sobre o projeto #PraCegoVer, clique no link **Você sabe o que é #PraCegoVer?** – CRP-PR (crppr.org.br) ou acesse através do QR Code.





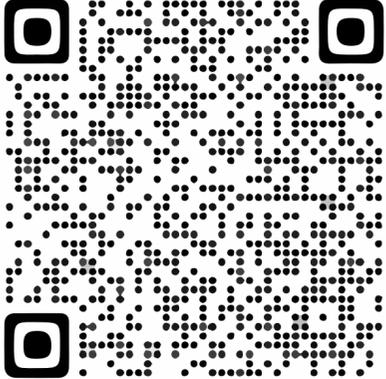
Esse universo das hashtags é tão amplo quanto a própria criação de conteúdo e se você quiser saber mais sobre como utilizá-las, acesse o link **Como usar hashtag? Seis dicas para aproveitar o recurso no Instagram**, ou abra o QR Code, e leia essa matéria do site TechTudo.



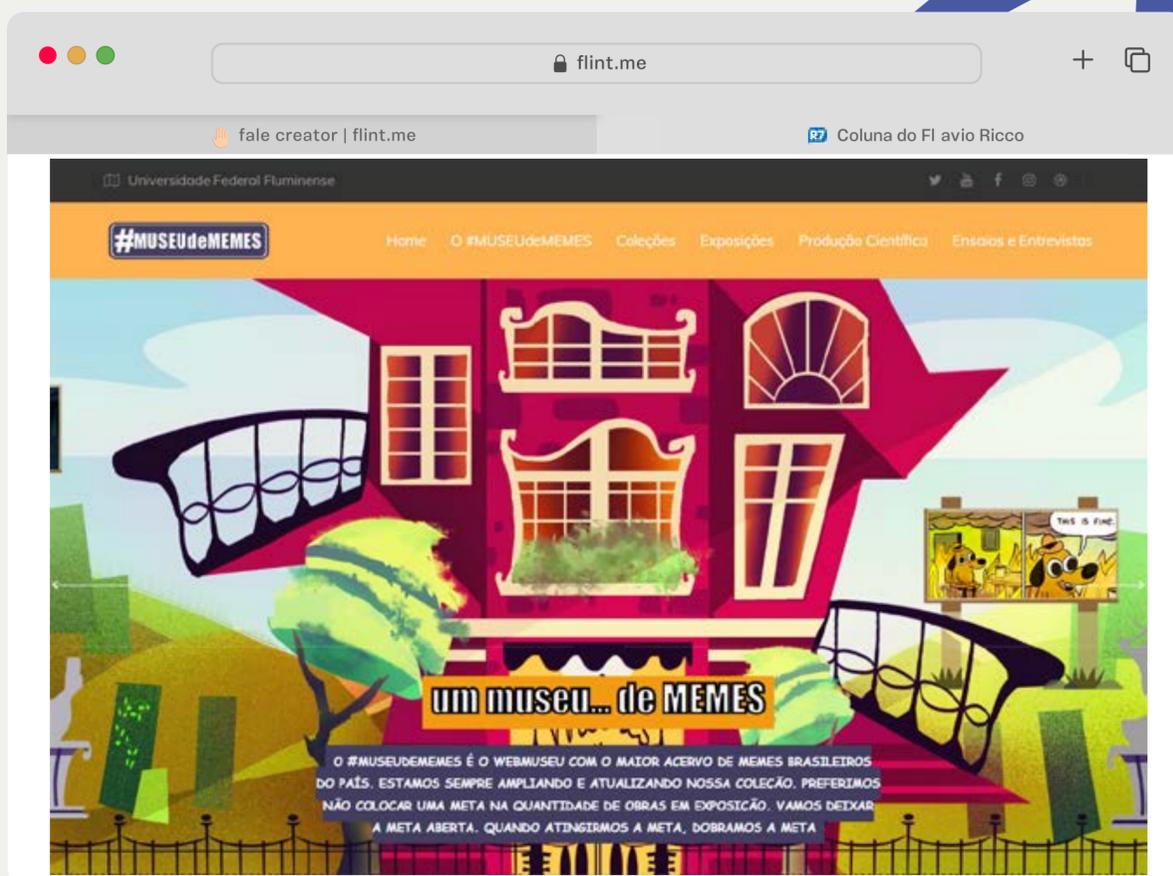


Embora as hashtags possam melhorar o alcance do seu conteúdo, é válido ressaltar que utilizar muitas delas pode deixar o texto da sua postagem com um ar poluído. Para evitar o excesso de informação, assista a esse vídeo do site Olhar Digital **Dica: saiba como esconder hashtags no Instagram.**

Conteúdo bom, a gente compartilha

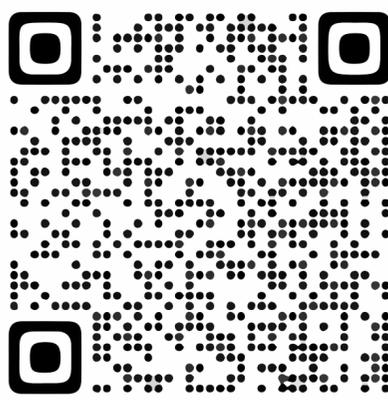


[clique aqui para acessar](#)

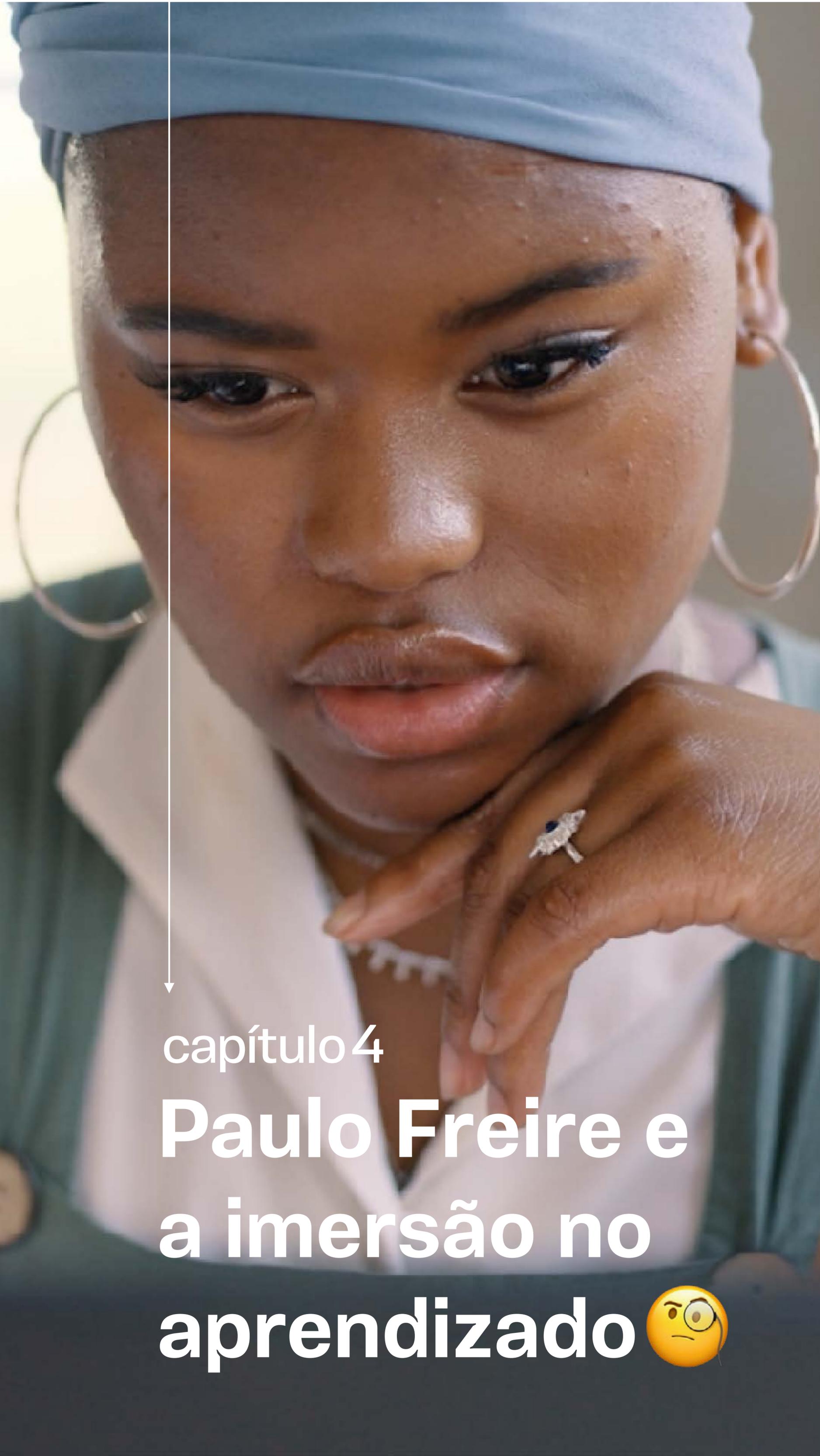


Já os Memes são uma forma de provocar humor e quando bem utilizados podem gerar um engajamento considerável. Para saber mais sobre este universo, vale a pena visitar o Museu dos Memes e quem sabe até encontrar inspiração para produzir o seu próprio! Acesse **#MUSEUdeMEMES** e mergulhe neste mundo divertido da vida on-line.

Conteúdo
bom, a gente
compartilha



clique aqui para acessar 



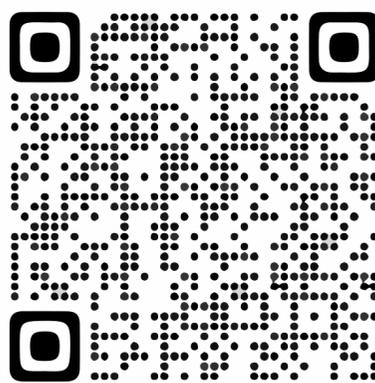
capítulo 4

**Paulo Freire e
a imersão no
aprendizado** 🤔

O pedagogo Paulo Freire acreditava que a educação deveria partir das relações humanas e da cultura, na qual o estudante deveria ser capaz de ler o mundo para depois poder transformá-lo. Segundo o educador, não é possível educar sem que se conheça o educando. Essa mesma lógica pode ser aplicada ao criador de conteúdo, ou seja, não é possível criar um bom conteúdo se você não conhece a sua audiência. Afinal, quais são os seus públicos? Para saber mais sobre o método de Paulo Freire assista ao vídeo **Pensadores na Educação: Paulo Freire e a educação para mudar o mundo**, do canal Instituto Claro, e descubra como valorizar a relação educador e educando.

Conteúdo
bom, a gente

compartilha

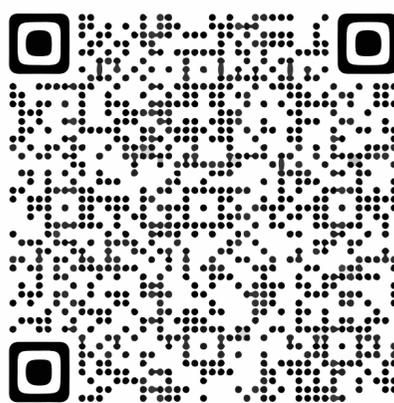


clique aqui para acessar 

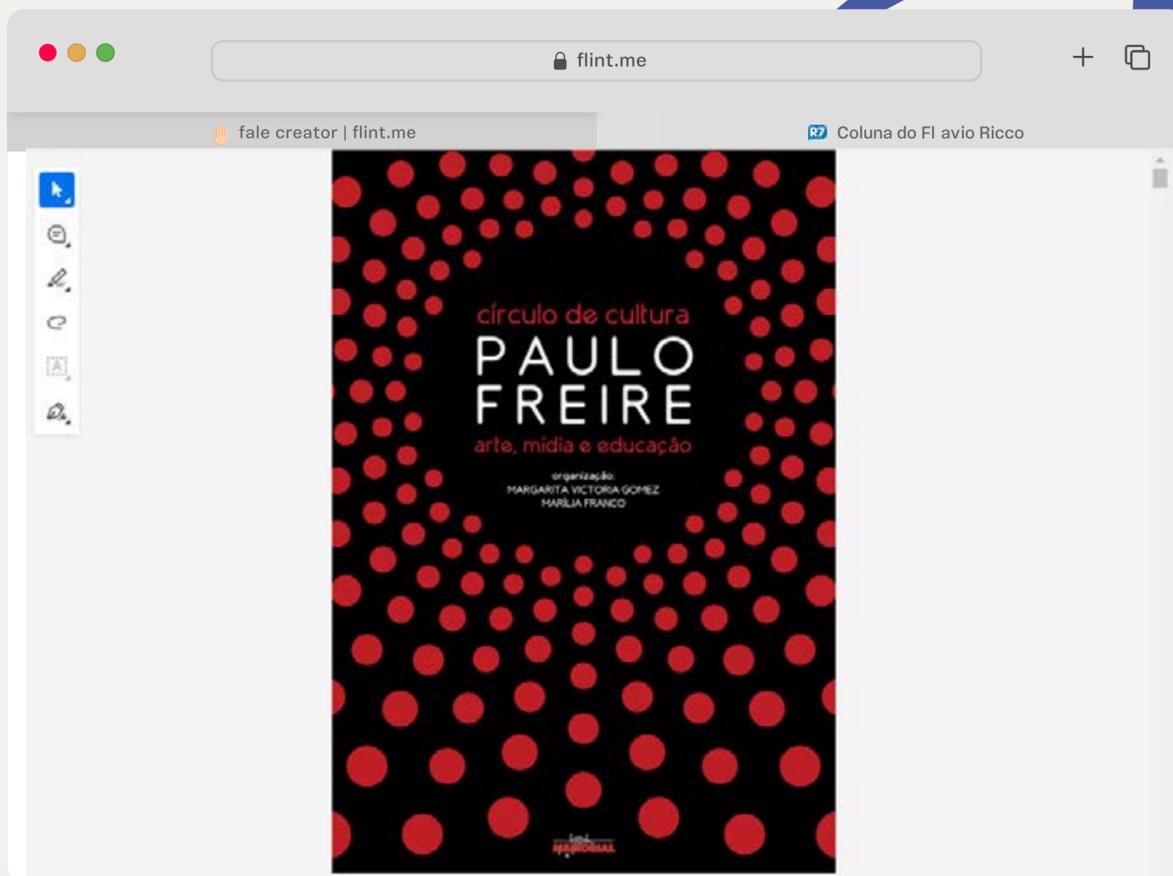


Agora, para conhecer mais sobre a vida e a pedagogia voltada para a transformação, arquitetada pelo educador Paulo Freire, leia a matéria **A educação voltada para valores humanos de Paulo Freire continua atualíssima**, publicada pelo Jornal da Unesp.

Conteúdo bom, a gente compartilha

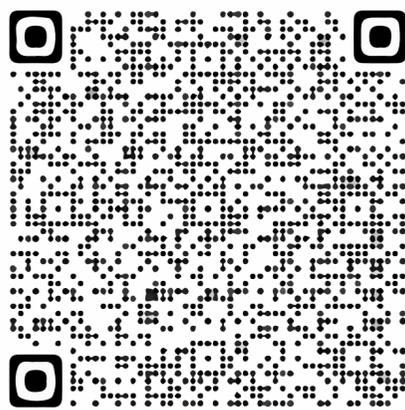


clique aqui para acessar 

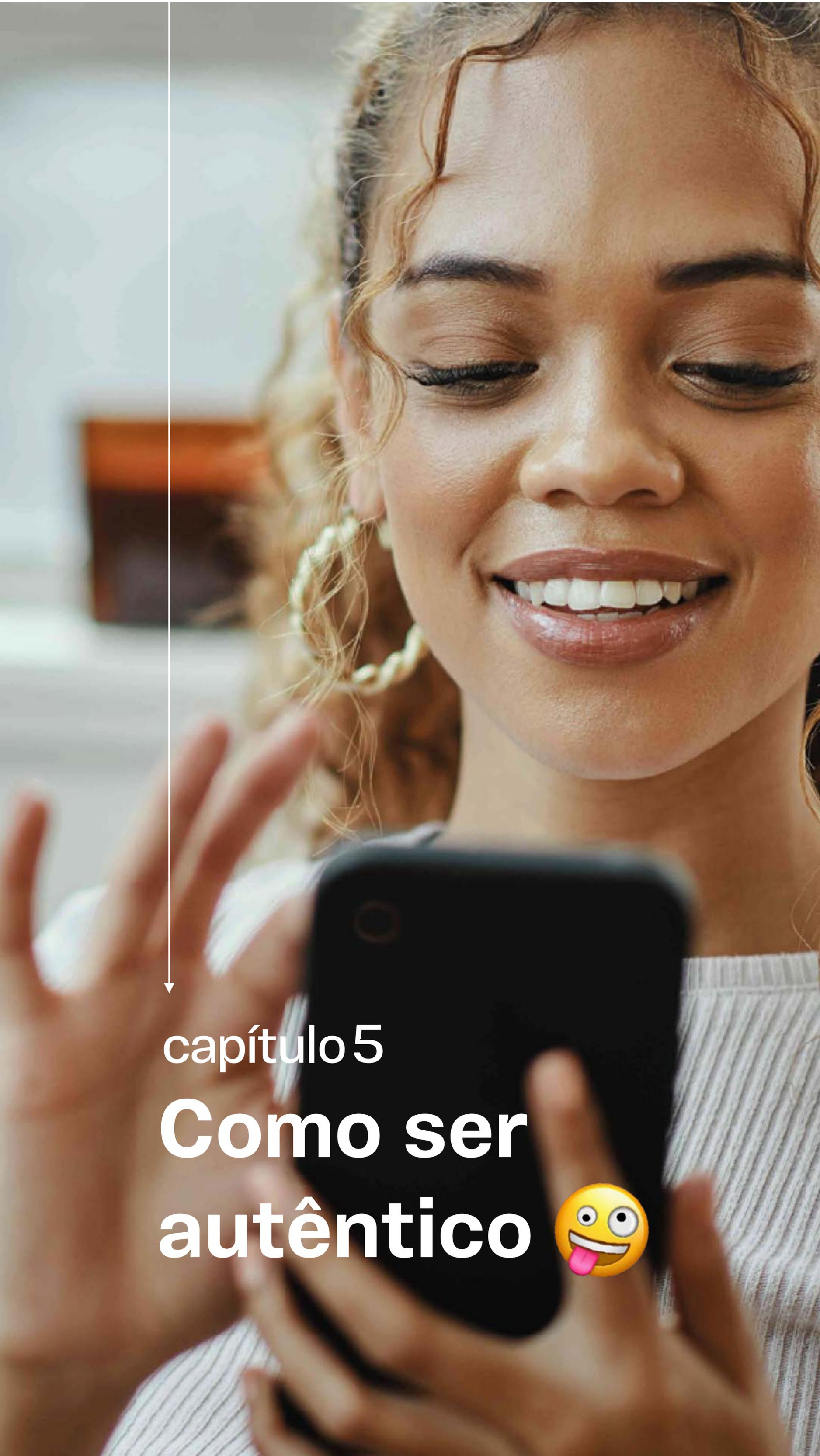


E se você realmente quiser se aprofundar sobre Paulo Freire na educação contemporânea vale a pena ler o e-book **Círculo de cultura Paulo Freire: arte, mídia e educação**, da Fundação Memorial da América Latina, que está disponível no link: [circulodeculturapaulofreire_artemidiaeducacao.pdf](#)

Conteúdo bom, a gente compartilha



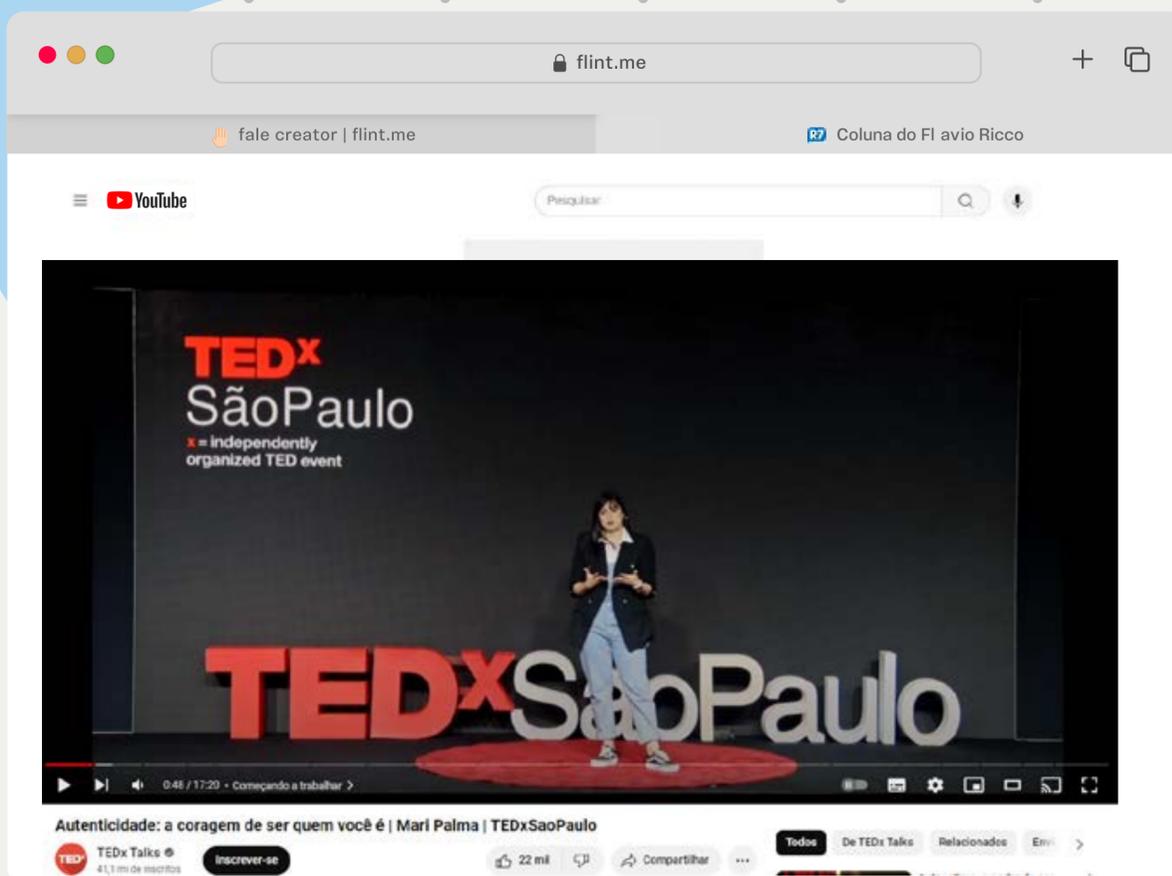
clique aqui para acessar 



capítulo 5

**Como ser
autêntico**





O que diferencia o seu conteúdo dos demais produzidos por milhares de criadores é a sua autenticidade. São os seus conhecimentos, aliados à sua bagagem de vida, que lhe proporcionarão a capacidade de produzir um conteúdo original. No entanto, para ser autêntico muitas vezes é preciso se despir de determinadas máscaras sociais para só então se redescobrir. Assista ao TEDxSaoPaulo **Autenticidade: a coragem de ser quem você é**, com Mari Palma, e entenda a importância de ser autêntico.





Mas o que é ser autêntico e como é possível exercitar essa qualidade em nosso cotidiano? Se quiser saber a resposta, veja essa matéria do UOL Viva Bem e entenda os motivos pelos quais a autenticidade é um grande atrativo: **Ser autêntico não é fácil, mas é atraente: como ser mais fiel a si mesmo.**

Conteúdo bom, a gente compartilha

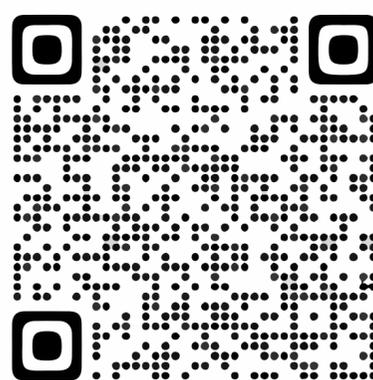


clique aqui para acessar 



Agora que você já sabe mais sobre autenticidade, pode estar se perguntando: e como eu aplico isso na minha produção de conteúdo e transformo esta autenticidade em engajamento? Produza um conteúdo original que chame a atenção pela qualidade. Para saber como fazer, acesse a matéria **6 dicas para fazer conteúdos autênticos e de qualidade**, do site Rockcontent, e aprenda a atrair seguidores pela sua originalidade.

Conteúdo bom, a gente compartilha

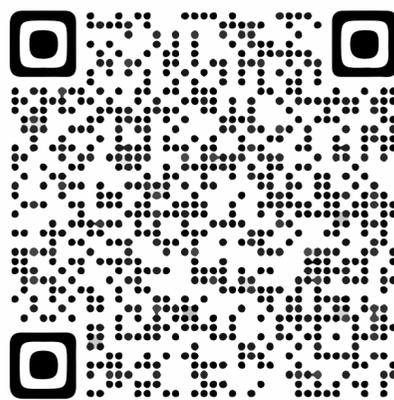


clique aqui para acessar [🔗](#)

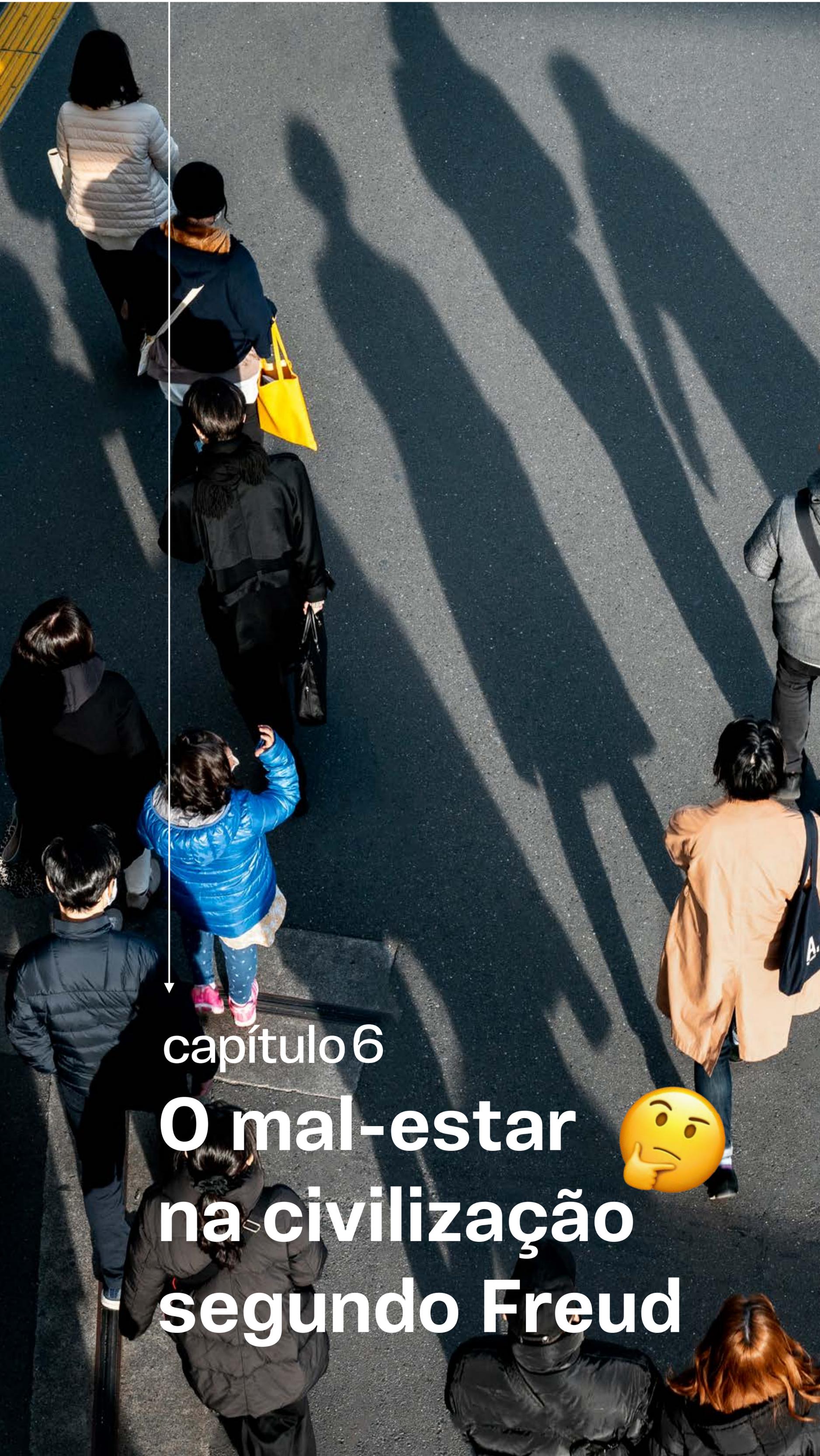


Um conteúdo autêntico tem sido cada vez mais valorizado por plataformas como, por exemplo, o Instagram, que chegou inclusive a alterar o seu sistema de recomendação de Reels para valorizar conteúdos originais. Leia essa matéria do site Canaltech e saiba mais sobre essa mudança: **Instagram vai priorizar conteúdo original e penalizar repost.**

Conteúdo bom, a gente compartilha



clique aqui para acessar [🔗](#)



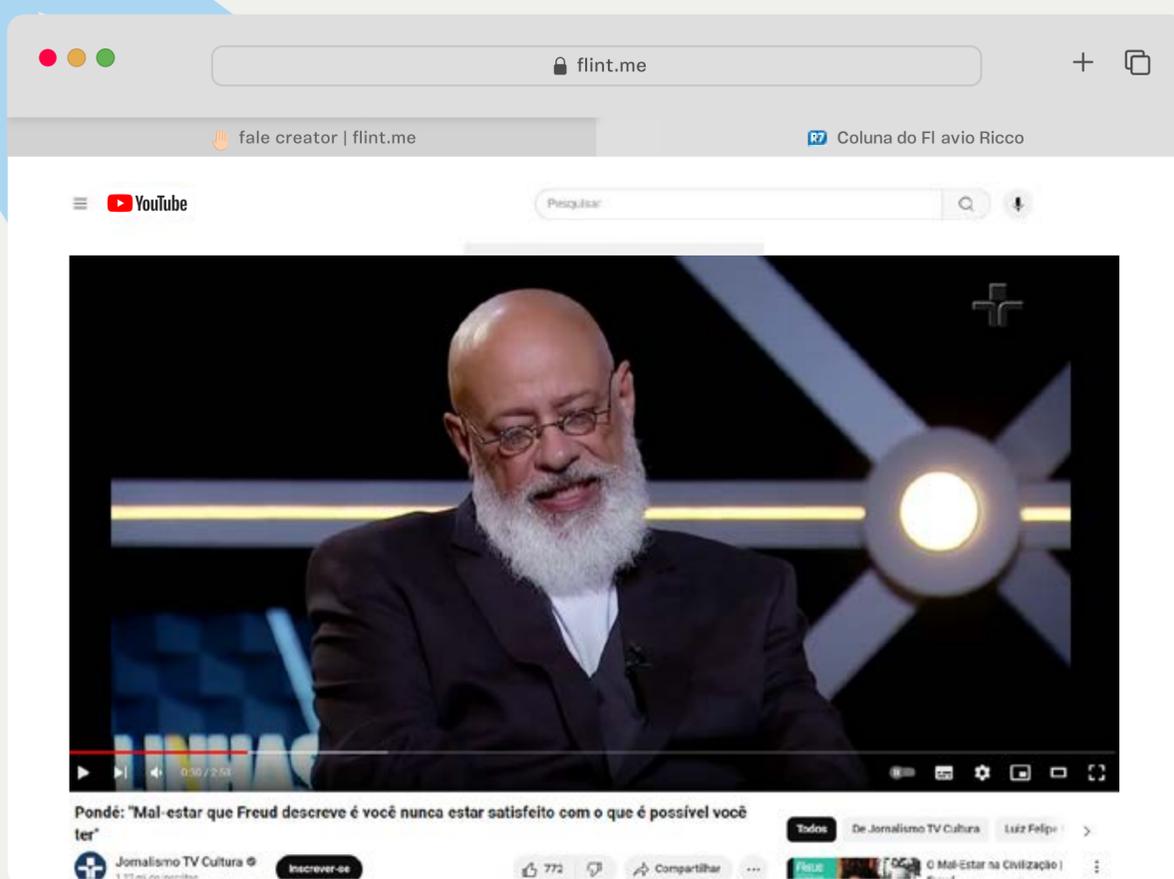
capítulo 6

O mal-estar

na civilização

segundo Freud





Ao reprimir nossos desejos para nos enquadrarmos em regras sociais, estamos sujeitos ao mal-estar social, que é capaz de gerar diversos sintomas, tais como depressão, ansiedade entre outros. Para saber como essas normas nos afetam assista ao vídeo Pondé: **Mal-estar que Freud descreve é você nunca estar satisfeito com o que é possível você ter**, do canal Jornalismo TV Cultura.

Conteúdo bom, a gente compartilha

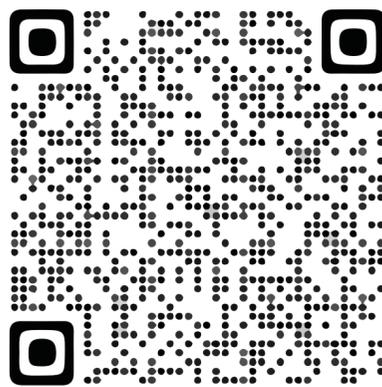


clique aqui para acessar [🔗](#)

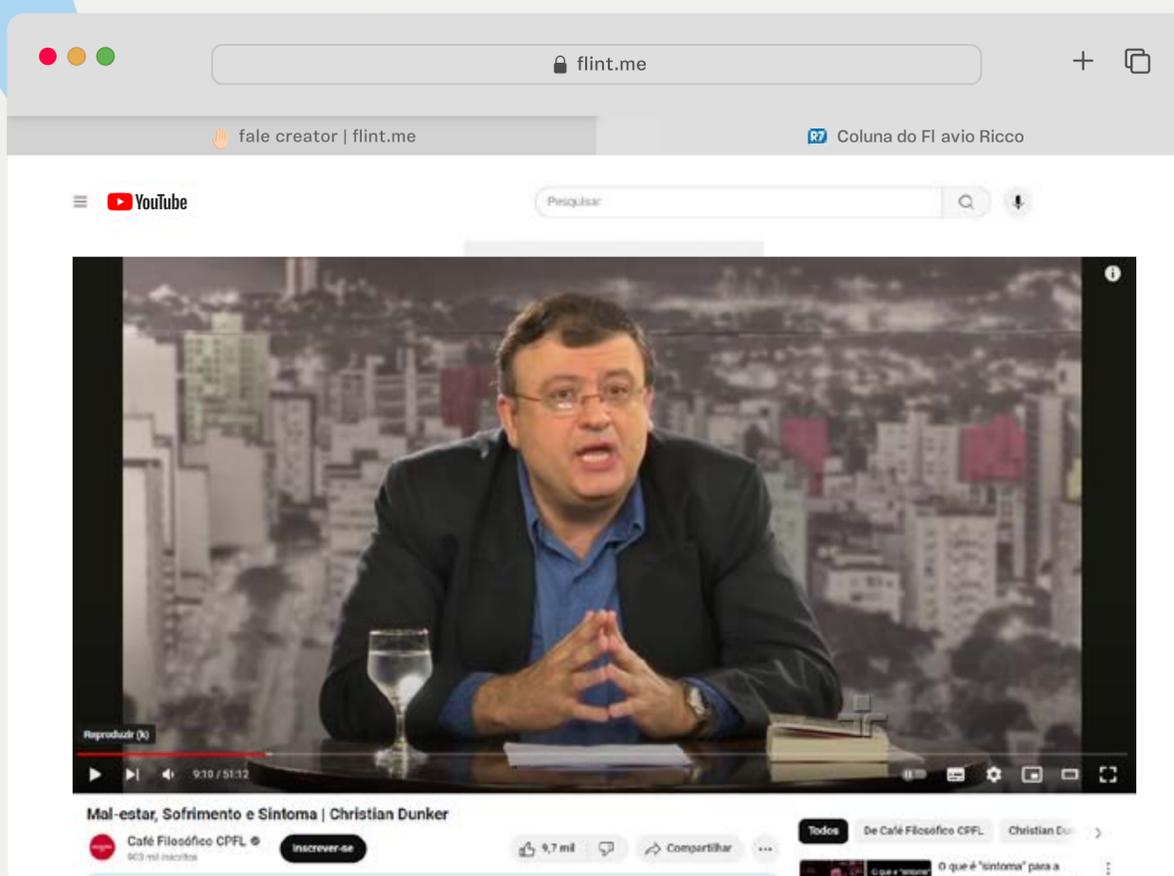


Como esse mal-estar, identificado pelo médico e psicanalista Sigmund Freud no início do século XX, ainda está presente em nossa sociedade digital e qual o papel das mídias sociais neste cenário contemporâneo? Para compreender tais questões, leia a matéria **O mal-estar na civilização**, do site da Band.

Conteúdo bom, a gente compartilha

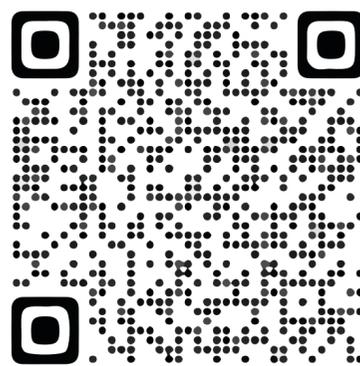


clique aqui para acessar



Para se aprofundar na relação entre esse mal-estar e a nossa realidade brasileira assista ao episódio **Mal-estar, Sofrimento e Sintoma**, do canal Café Filosófico, com o psicanalista Christian Dunker e compreenda a evolução do diagnóstico ao contexto cultural brasileiro.

Conteúdo
bom, a gente
compartilha

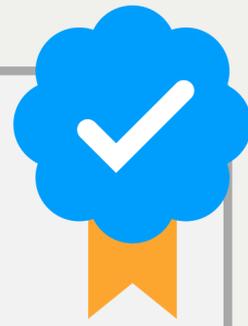


clique aqui para acessar [🔗](#)



capítulo 7

**Faça do seu
conteúdo uma
fonte de valores
construtivos
para a
sociedade** 🤔



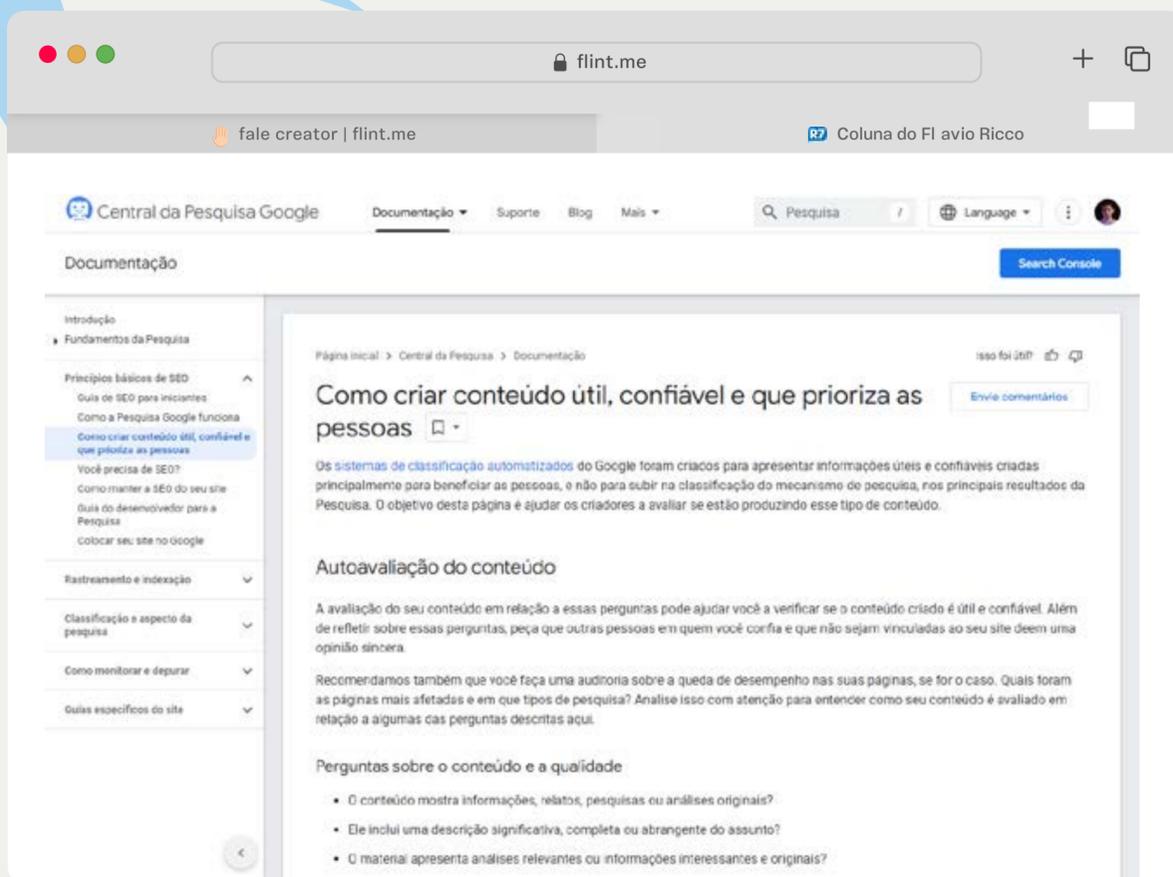
CERTIFICADO
DE FLUÊNCIA EM:

creator

Flint.

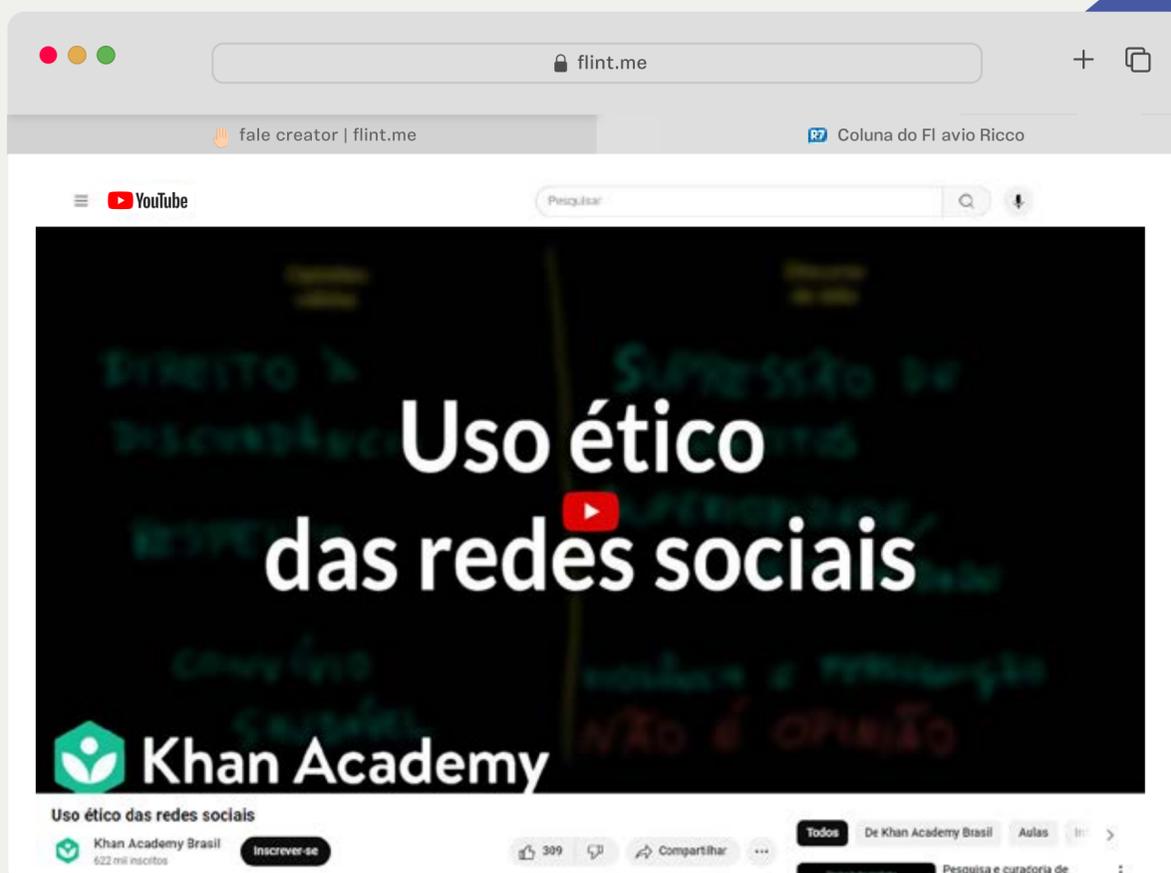
Ao criar uma postagem, lembre-se que você deve elaborar conteúdo para as pessoas e não para um algoritmo. Evite cair nas armadilhas de supostas dicas e truques fornecidos por influencers que se vendem como verdadeiros mágicos da viralização digital. Se quiser trilhar um caminho de resultados mais duradouros e capazes de viabilizar uma conexão real com o público, produza conteúdos que tenham um significado positivo para a nossa sociedade.





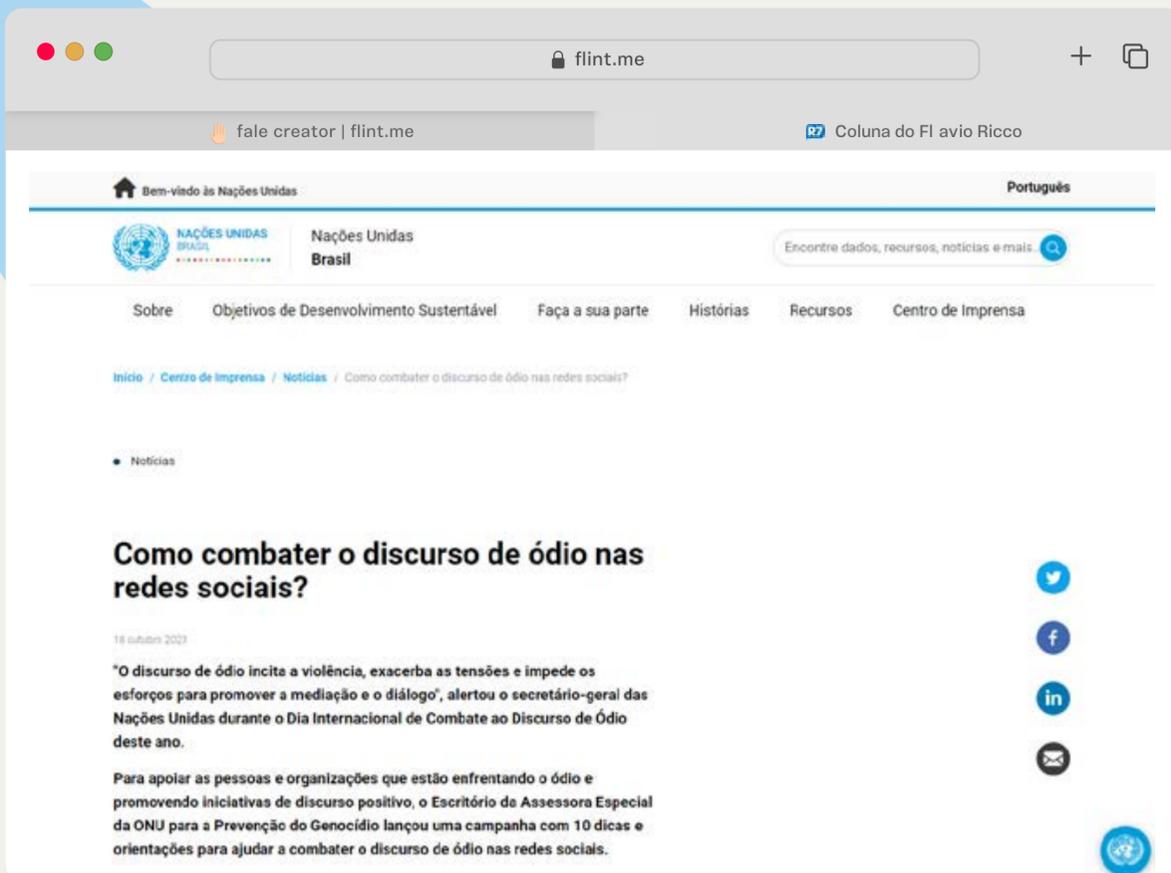
As próprias plataformas estão valorizando cada vez mais conteúdos originais que tenham sido elaborados para se estabelecer um ambiente mais saudável nas mídias sociais. Quer um exemplo? Leia este artigo do Google e observe as recomendações da plataforma sobre como criar conteúdo útil, confiável e que prioriza as pessoas .





Como em todas as relações humanas, o seu trabalho como Creator precisa ser regido pela ética. Não só por ser o melhor a se fazer pela nossa sociedade, mas também porque você é responsável aos olhos da lei pelo conteúdo que produz. Do que adianta conseguir milhões de seguidores se o seu perfil for cancelado por causa de uma infração? Assista ao vídeo **Uso ético das redes sociais**, da Khan Academy Brasil, e saiba mais como guiar a sua produção de conteúdo de uma forma mais assertiva.





Conteúdos baseados em ações de desrespeito, preconceitos, xingamentos e notícias falsas são extremamente nocivos para a nossa sociedade e importantes instituições mundiais já reconhecem a gravidade desse problema. Veja a matéria **Como combater o discurso de ódio nas redes sociais?**, da ONU, e conheça dez dicas valiosas para se combater essa prática tão nociva a nossa democracia.

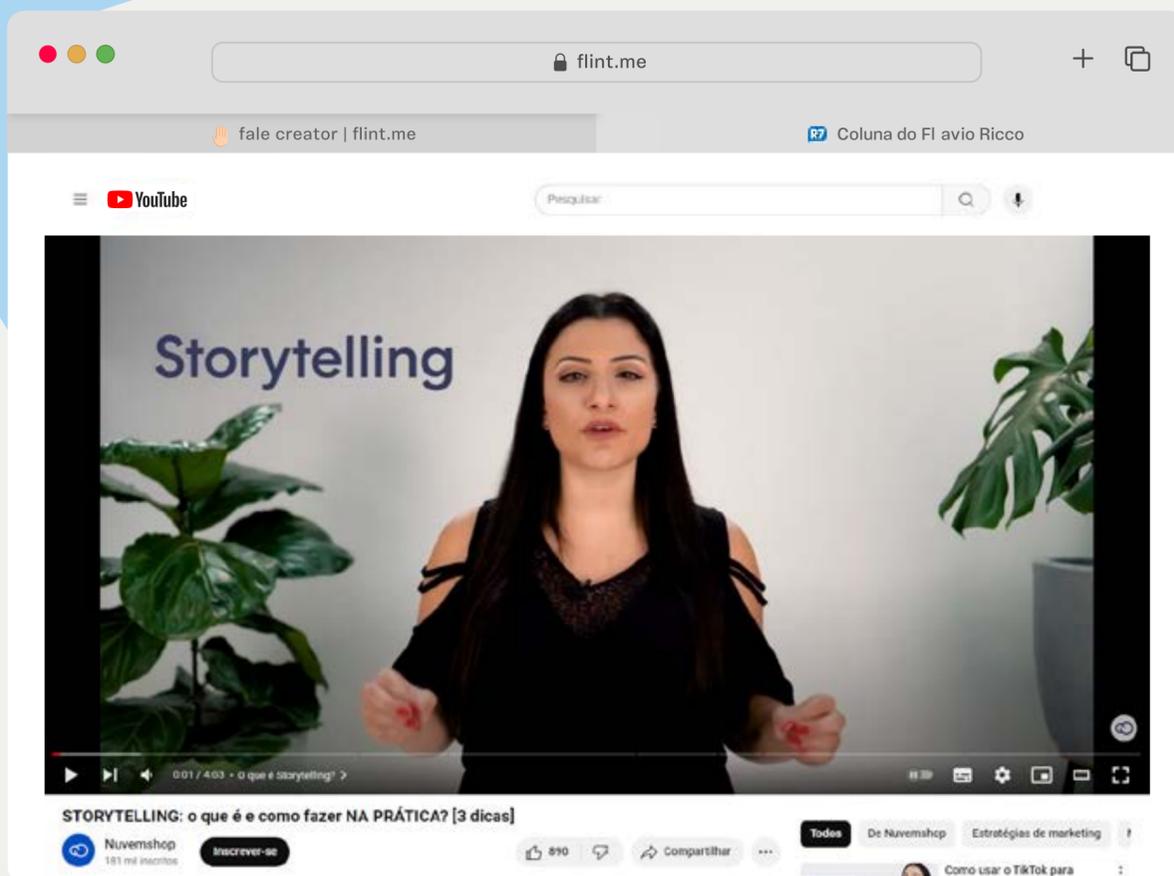




capítulo 8

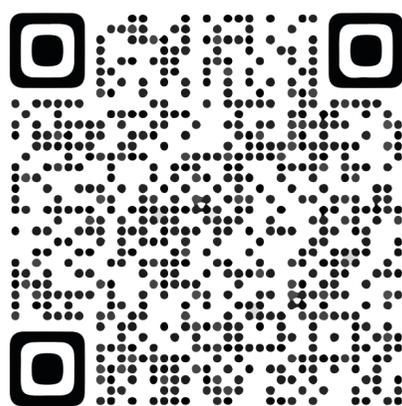
Storytelling





Gostamos de ver, contar e compartilhar histórias. Pense em seu cotidiano: quantas histórias você narra para as pessoas e vice-versa? Você prefere, por exemplo, ver um caso de superação ou o comercial de um banco? Pois saiba que hoje a tendência é que você acompanhe a história do empreendedor/a que venceu suas dificuldades porque contou com o apoio de uma linha de crédito do banco. Graças ao Storytelling, anúncios se tornaram mais apreciados pelo público. Quer saber como utilizar essa técnica? Então assista aos vídeos **STORYTELLING: o que é e como fazer NA PRÁTICA?**, da Nuvemshop, e saiba como este método pode deixar o seu conteúdo mais atraente.

Conteúdo bom, a gente compartilha

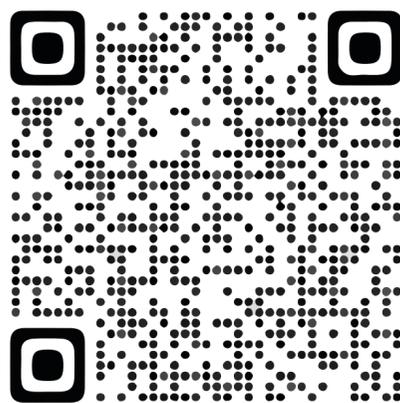


clique aqui para acessar [↗](#)



O Storytelling ajuda a aumentar as chances do anúncio de seu vídeo ser assistido ao invés de ser simplesmente ignorado. Para compreender a importância desta técnica para a sua divulgação, leia o artigo **Storytelling: tudo o que você precisa saber**, da Endeavor Brasil, e saiba a relevância desta técnica para o engajamento do seu conteúdo.

Conteúdo
bom, a gente
compartilha

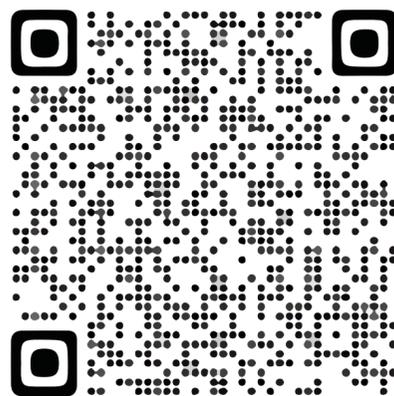


clique aqui para acessar [🔗](#)

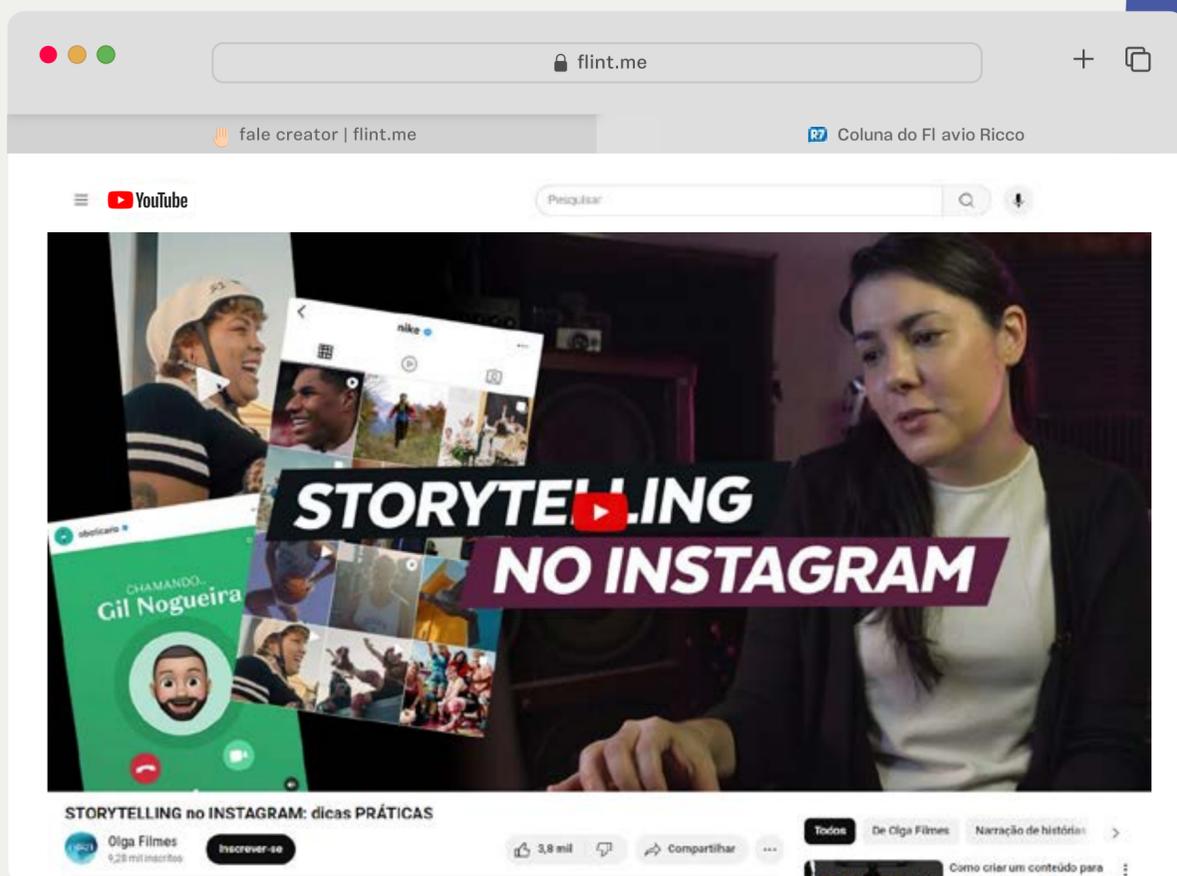


Esta é uma técnica capaz de aumentar significativamente tanto o engajamento quanto a retenção do seu conteúdo. Leia o artigo **Storytelling: o que é e como aplicar essa técnica?**, da revista Exame, e apreenda mais sobre os elementos que compõem o Storytelling.

Conteúdo bom, a gente compartilha

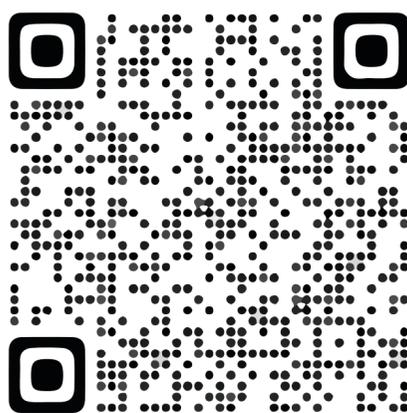


clique aqui para acessar [🔗](#)



Agora, quer dicas de como utilizar o Storytelling no Instagram? Então assista ao vídeo **STORYTELLING no INSTAGRAM: dicas PRÁTICAS**, da Olga Filmes, e saiba como as marcas estão utilizando esta técnica nesta mídia social.

Conteúdo bom, a gente compartilha



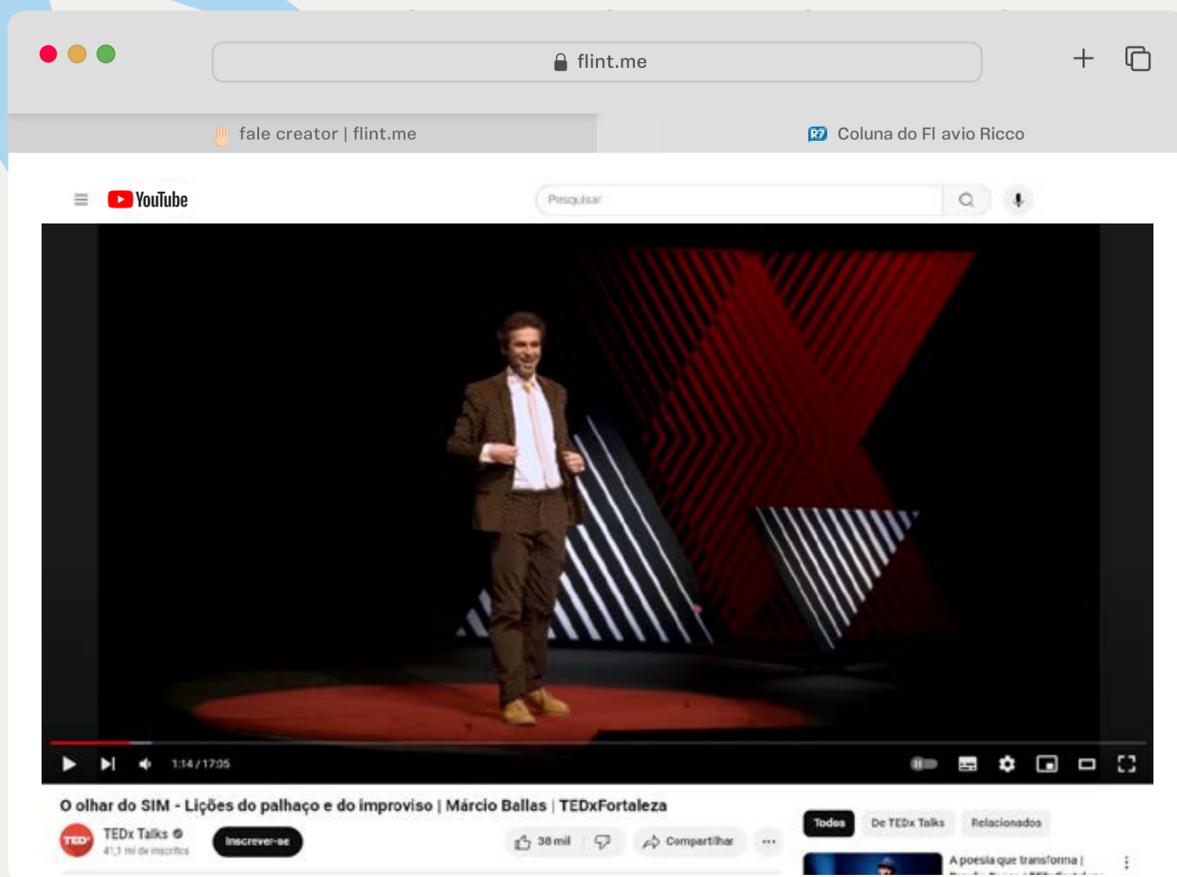
[clique aqui para acessar](#)



capítulo 9

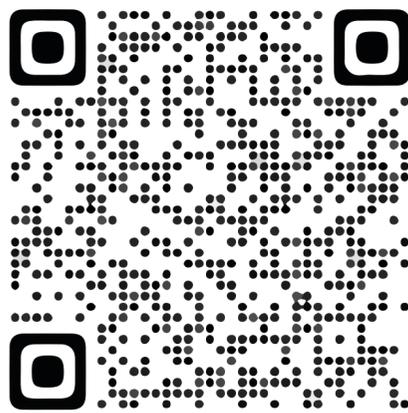
**É melhor fazer
um roteiro
ou falar de
improviso?**



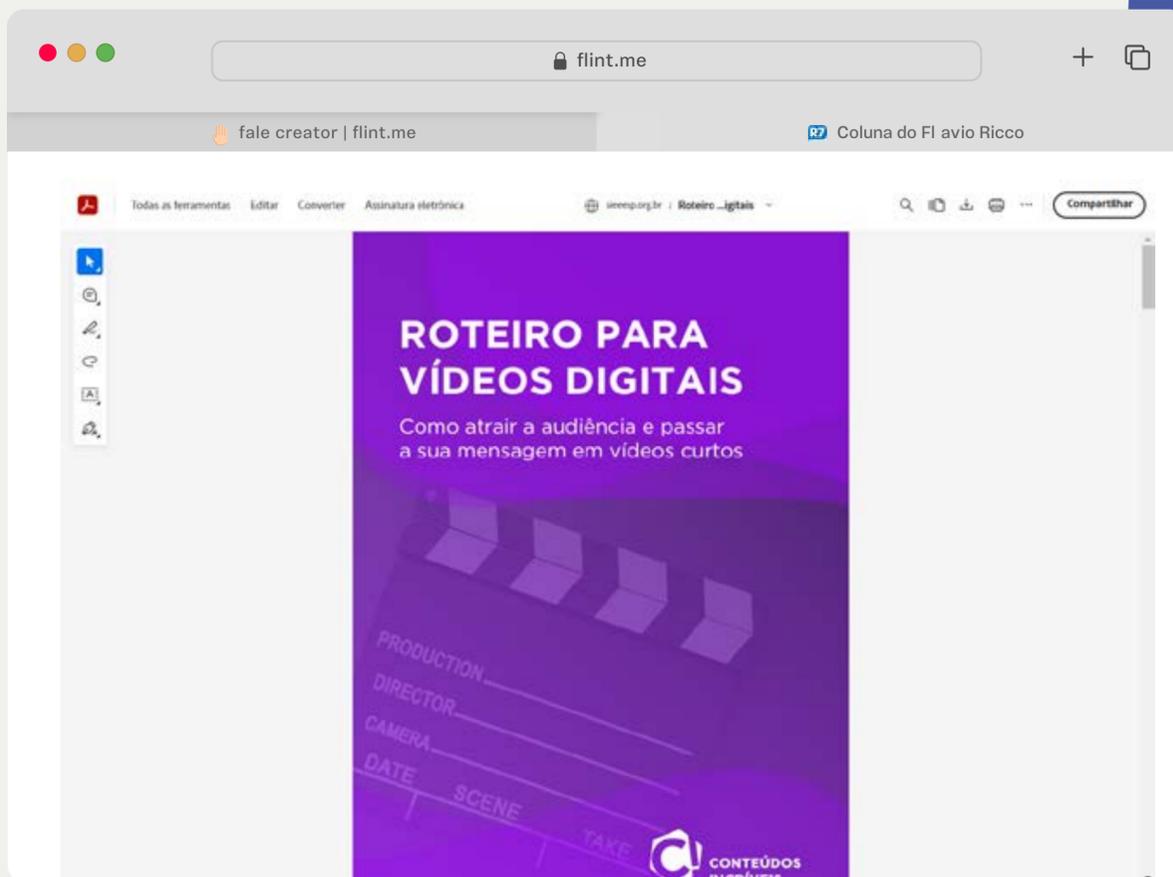


Sabemos: a espontaneidade pode deixar o seu conteúdo mais atraente. Muito antes da era digital, os artistas de teatro e circo, por exemplo, já sabiam do valor desta ferramenta e a utilizam com maestria. Assista ao vídeo com o palhaço Márcio Ballas, **O olhar do SIM - Lições do palhaço e do improviso**, do canal TEDx Talks, e conheça mais o universo da improvisação.

Conteúdo bom, a gente compartilha

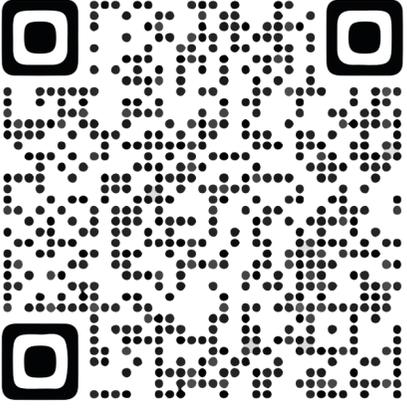


clique aqui para acessar [🔗](#)



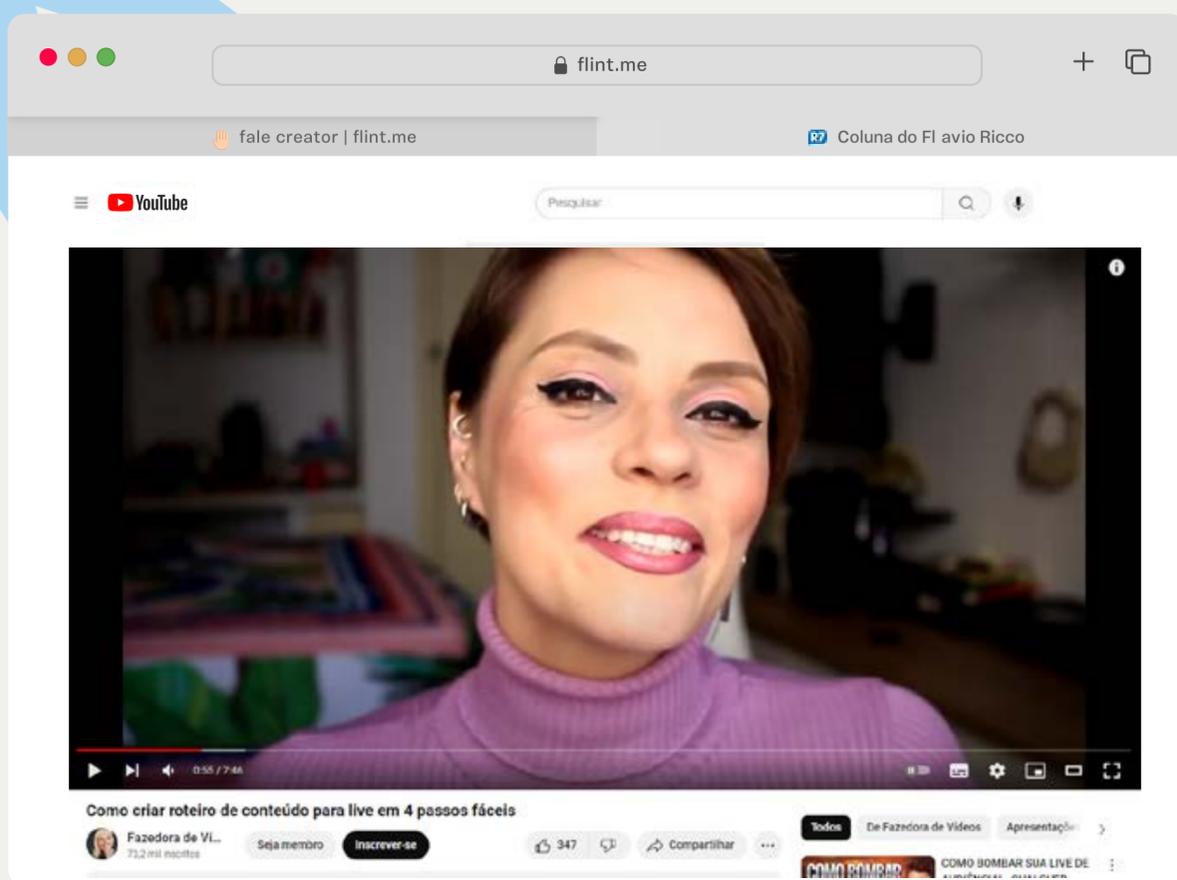
Não é preciso escolher entre roteiro ou improviso, você pode fazer os dois! Leia o guia **Roteiro para Vídeos Digitais.pdf** (sieceesp.org.br), e saiba como fazer um roteiro básico, que contenha as indicações mais relevantes do seu conteúdo e, ao mesmo tempo, deixe margem para o improviso.

Conteúdo bom, a gente compartilha



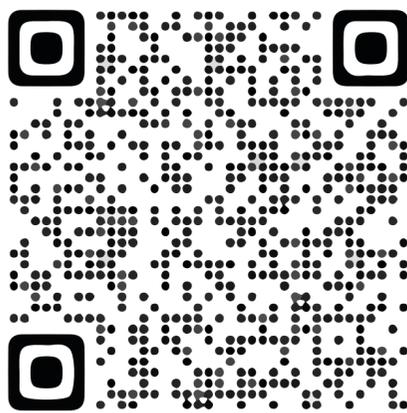
clique aqui para acessar [🔗](#)





Um roteiro básico irá fornecer uma boa estrutura para a criação do seu conteúdo. Até mesmo os formatos, como de live, que estão mais associados ao universo do improviso, podem ser beneficiados pela organização de um roteiro. Assista ao vídeo **Como criar roteiro de conteúdo para live em 4 passos fáceis**, do canal Fazedora de Vídeos, e veja um exemplo de como organizar um roteiro para uma live.

Conteúdo bom, a gente compartilha

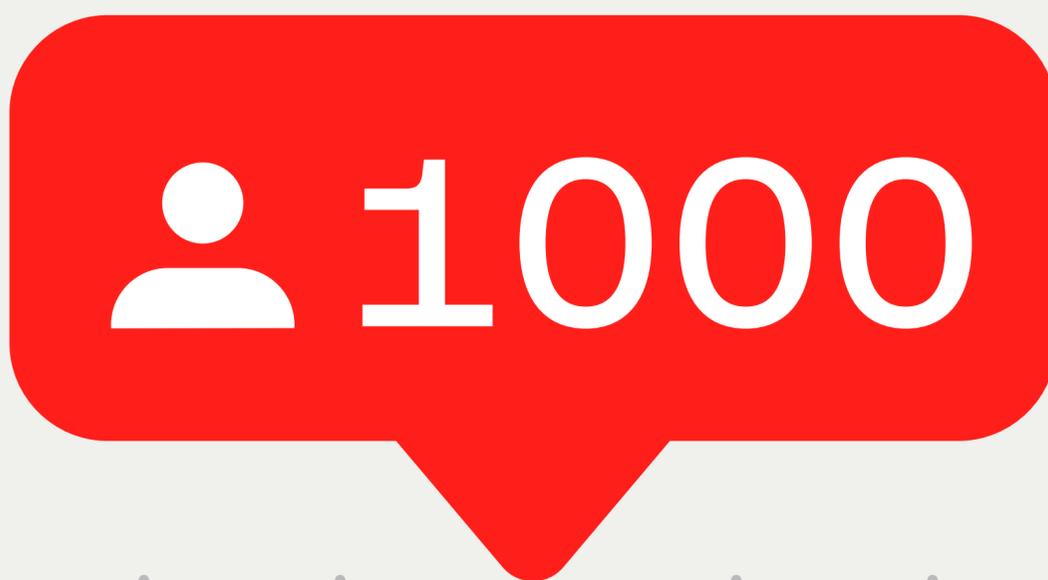


clique aqui para acessar [🔗](#)



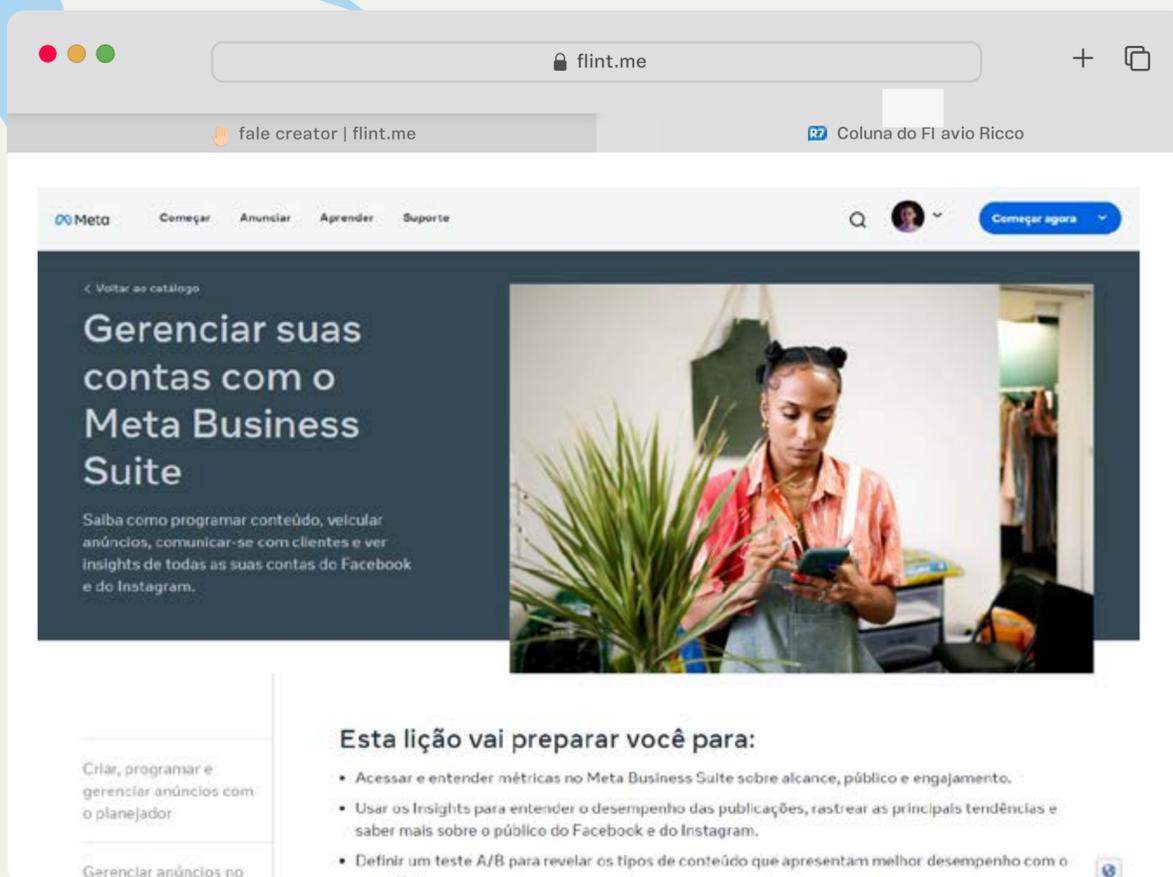
capítulo 10

**Ferramentas
de análise de
dados do seu
conteúdo nas
mídias sociais** 😎



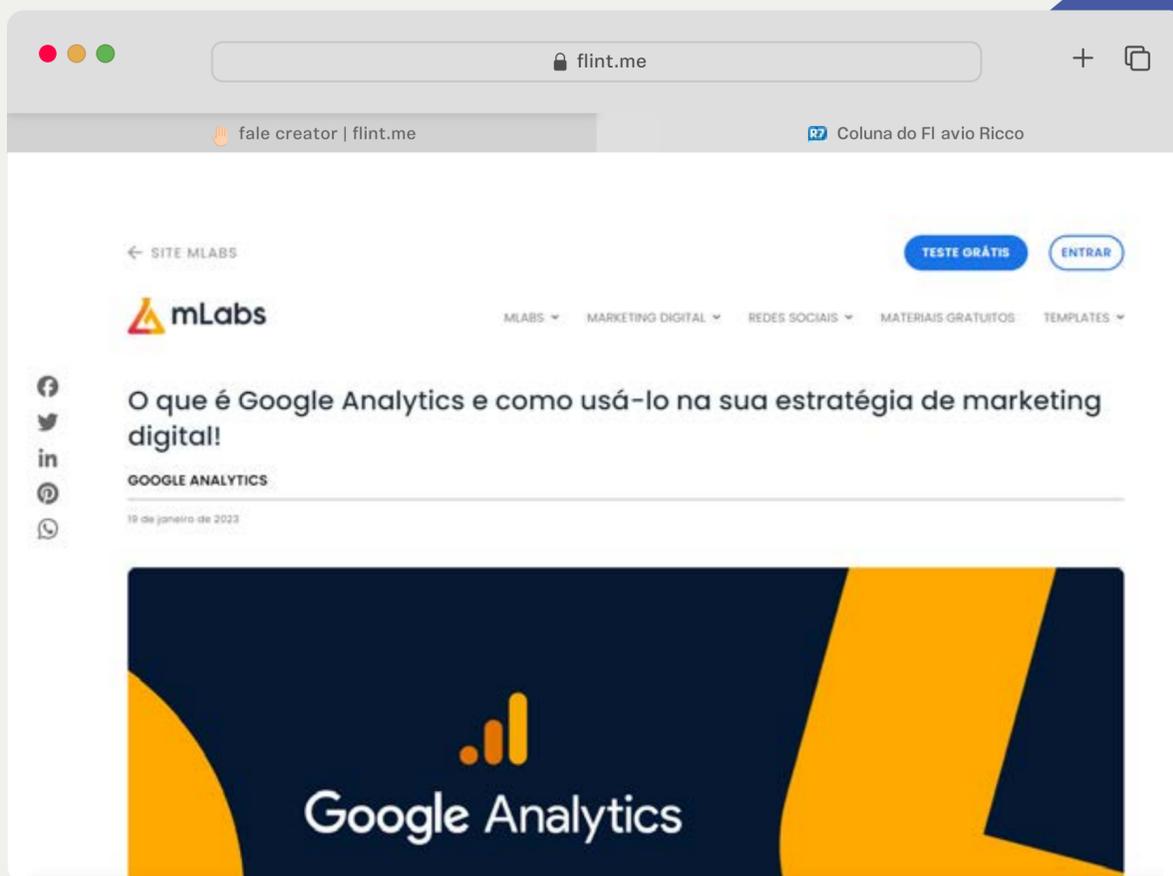
Nem só de criação de conteúdo vive um Creator. Uma parte importante da rotina do seu trabalho será a análise de suas métricas de resultados, já que registram informações preciosas de como o público está apreciando (ou não) o seu conteúdo.





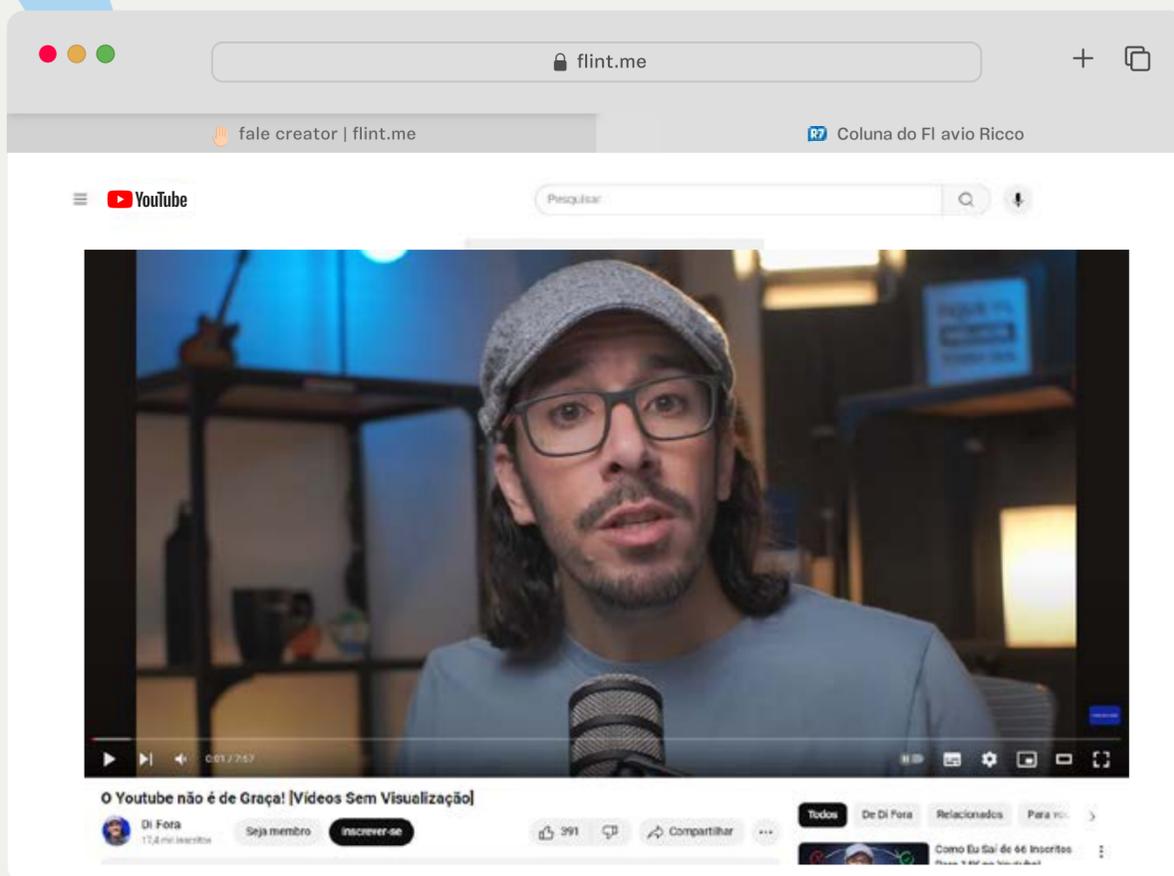
Para começar, provavelmente você já trabalha ou pretende utilizar o Facebook ou o Instagram para divulgar os seus conteúdos. Então, você precisa conhecer a ferramenta de análise de dados da Meta. Acesse o link **Lição Insights, do Meta Business Suite**, e entenda melhor como o seu público interage com o seu conteúdo.





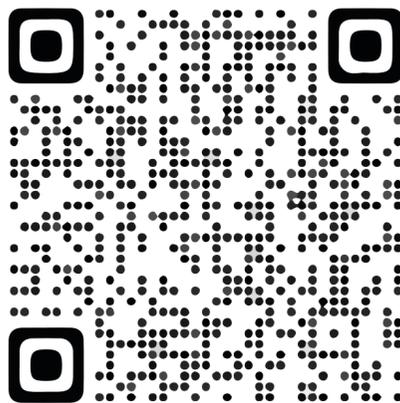
Agora, se o seu trabalho de Creator também envolve um site ou um blog que dialogam com suas mídias sociais, saiba que o Google oferece uma ferramenta gratuita para que você possa conhecer o comportamento da sua audiência na internet. Acesse o link **O que é Google Analytics: veja o guia completo + 5 dicas!**, do site Mlabs, e entenda como estudar o seu público fora do universo das mídias sociais.





E se a sua estratégia envolve um canal no Youtube, acesse a playlist **Entenda as estatísticas do seu canal**, do canal YouTube Criadores, e compreenda como suas métricas podem ajudar você a conhecer melhor os seus públicos.

Conteúdo bom, a gente compartilha



clique aqui para acessar [🔗](#)



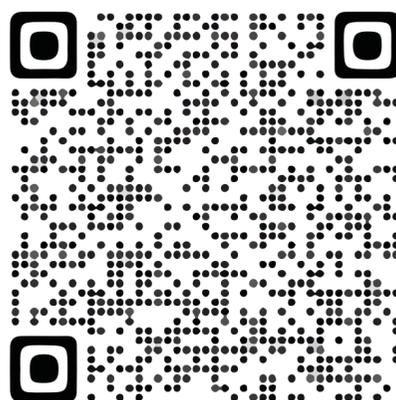
capítulo 11

**Valorize os
comentários do
seu público nas
mídias sociais 🤔**



A famosa propaganda “boca a boca” também está presente no mundo digital, e melhor do que ter somente você falando da importância do seu conteúdo é ter também o seu público comentando as suas postagens. Então, não deixe de dar atenção aos comentários que você recebe dos seus seguidores. Leia o artigo **5 dicas para lidar com comentários nas redes sociais**, do site Domestika, e saiba como esta interação pode favorecer a divulgação do seu trabalho.

Conteúdo bom, a gente compartilha



clique aqui para acessar [🔗](#)



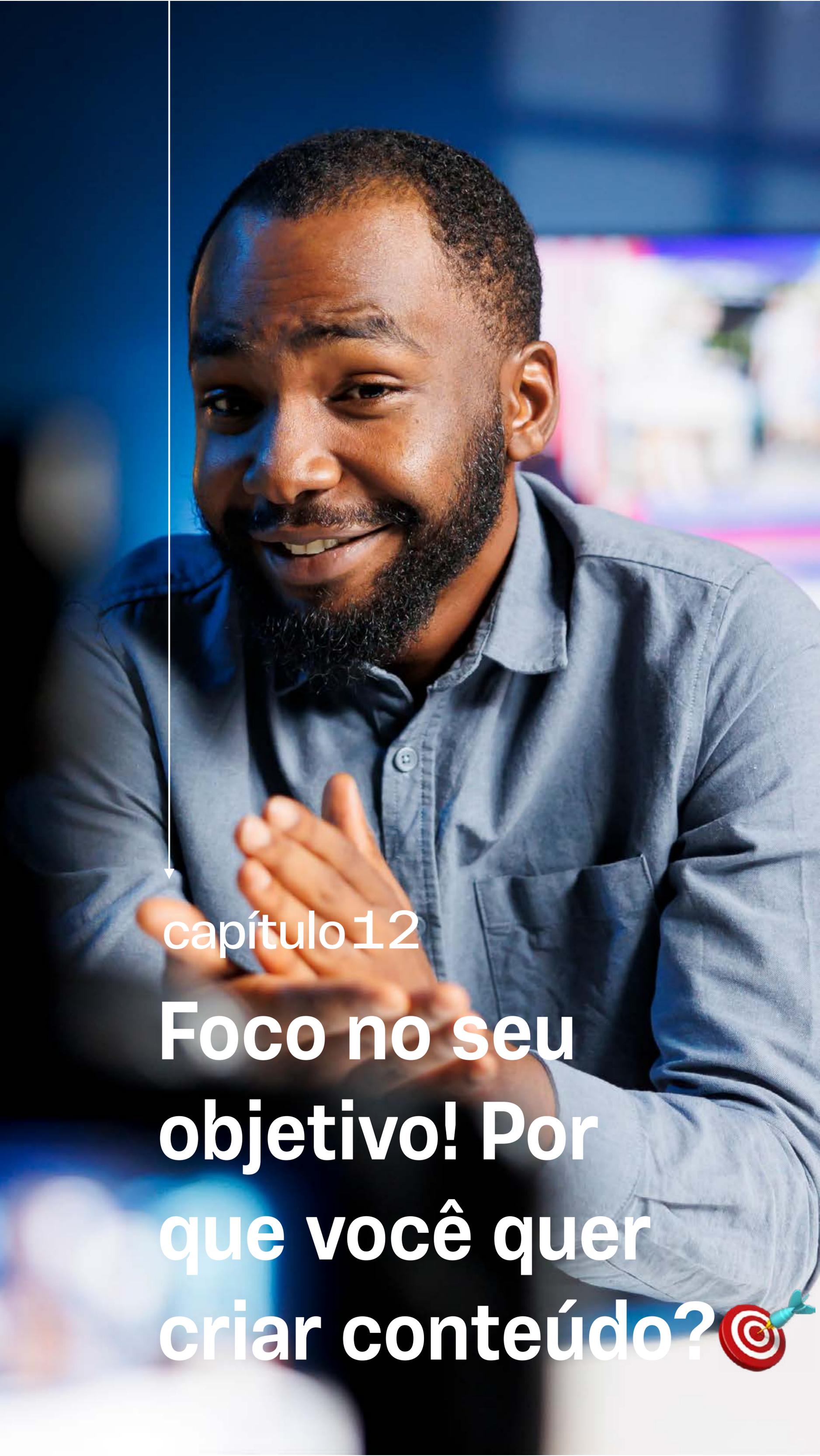
Para além de simplesmente “curtir” ou “responder”, as plataformas criaram formas inovadoras de se utilizar os comentários dos usuários para gerar engajamento e inclusive até novas postagens. Veja a matéria **Instagram: como compartilhar um comentário do feed ou Reels nos Stories**, do site Olhar Digital, e conheça novas formas de aproveitar os comentários dos seu seguidores.





Além dos comentários, nas mídias sociais existem diversas ferramentas que ajudam você a estabelecer um diálogo com o seu público. Leia o artigo, do site Rock Content, **Interação nas redes sociais: como se relacionar com o público?**, e conheça algumas das possibilidades para aumentar a sua conexão com os seus seguidores.





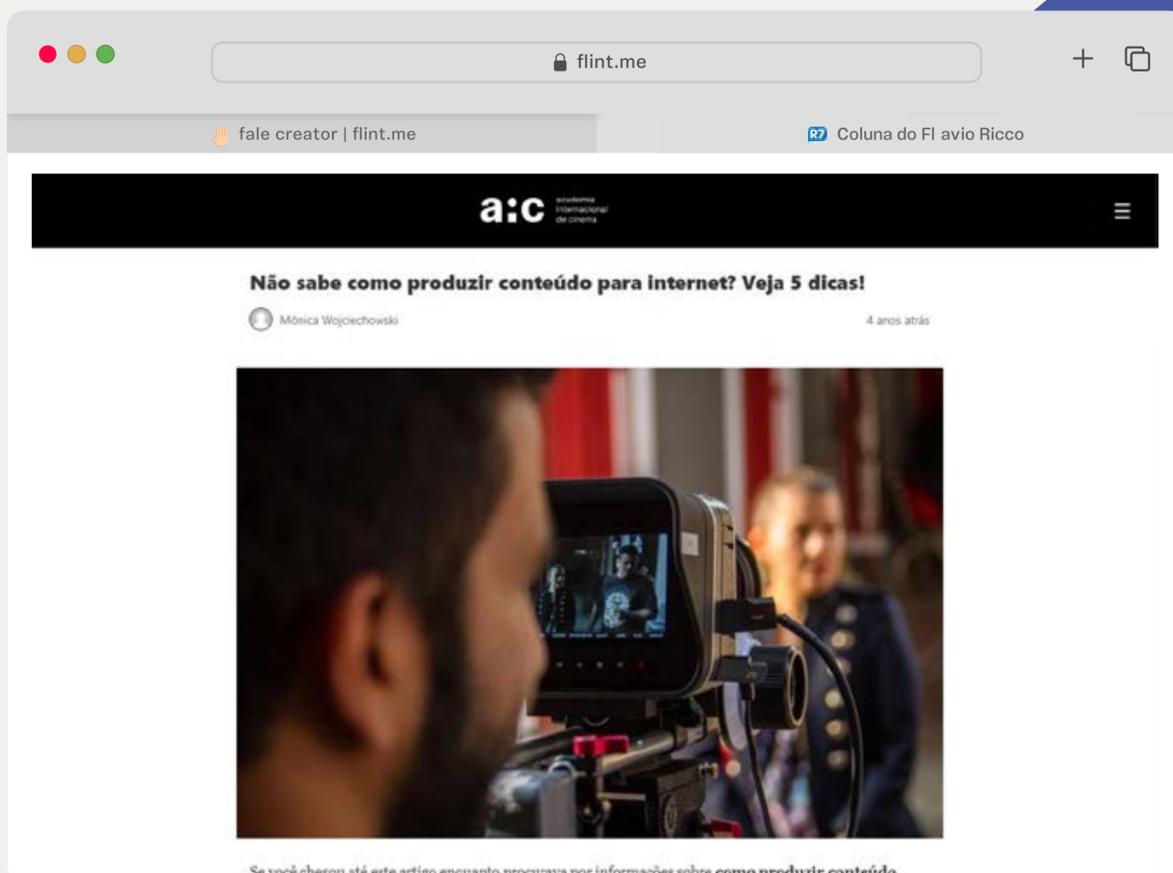
capítulo 12

**Foco no seu
objetivo! Por
que você quer
criar conteúdo?** 



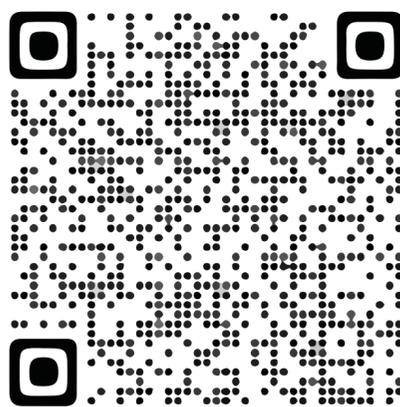
Em um universo tão vasto como as mídias sociais é preciso ter cuidado para não perder o foco e cair na tentação de criar um conteúdo que não tem nada a ver com você, além de fugir da sua área de conhecimento. Por mais que pareça tentador, surfar na onda de um assunto do momento apenas para buscar engajamento pode levar você a produzir um conteúdo vazio, que apenas replicará o que já foi dito. Para não perder o foco, confira a matéria **5 dicas essenciais para produzir conteúdo para empresas**, do site do Sebrae Play.





Na pior das hipóteses, ao falar de algo que você não tem conhecimento, existe o risco de se repassar uma informação falsa que abalará a sua credibilidade junto ao seu público. Por isso, atenha-se sempre a relevância do que você está produzindo. Leia o artigo **Não sabe como produzir conteúdo para internet? Veja 5 dicas!**, e aprenda a como organizar o processo de produção de conteúdos audiovisuais para criar vídeos capazes de expandir o conhecimento do seu público.

Conteúdo bom, a gente compartilha

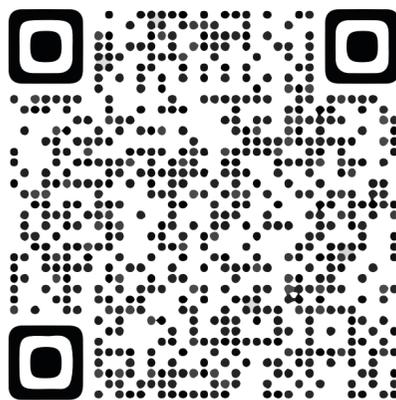


clique aqui para acessar 



Para não se perder no vasto território da criação de conteúdo é preciso sempre ter em mente o que queremos dizer e para quem queremos falar. Assista ao vídeo **O jeito certo de criar conteúdo para as redes sociais**, do canal Ecommerce na Prática, e compreenda como manter uma linha editorial que trará personalidade ao seu trabalho como Creator.

Conteúdo bom, a gente compartilha



clique aqui para acessar [🔗](#)

	AB	
1	Conteúdo	
2	FLINT.	novo!

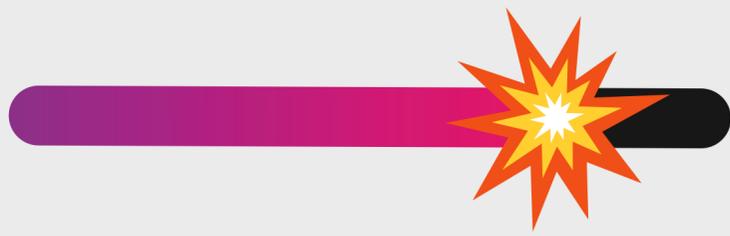
Tendo compromisso ético, analise o conteúdo que você quer fazer e saiba justificá-lo antes de qualquer postagem. Observe seu público e suas formas de engajamento. Arrisque-se com sabedoria e tenha uma ótima aventura on-line!



A woman with her hair in a ponytail is smiling while applying makeup in a large vanity mirror. She is holding a brush to her face. The vanity is filled with various makeup products like foundations, concealers, and brushes. The background is a softly lit room.

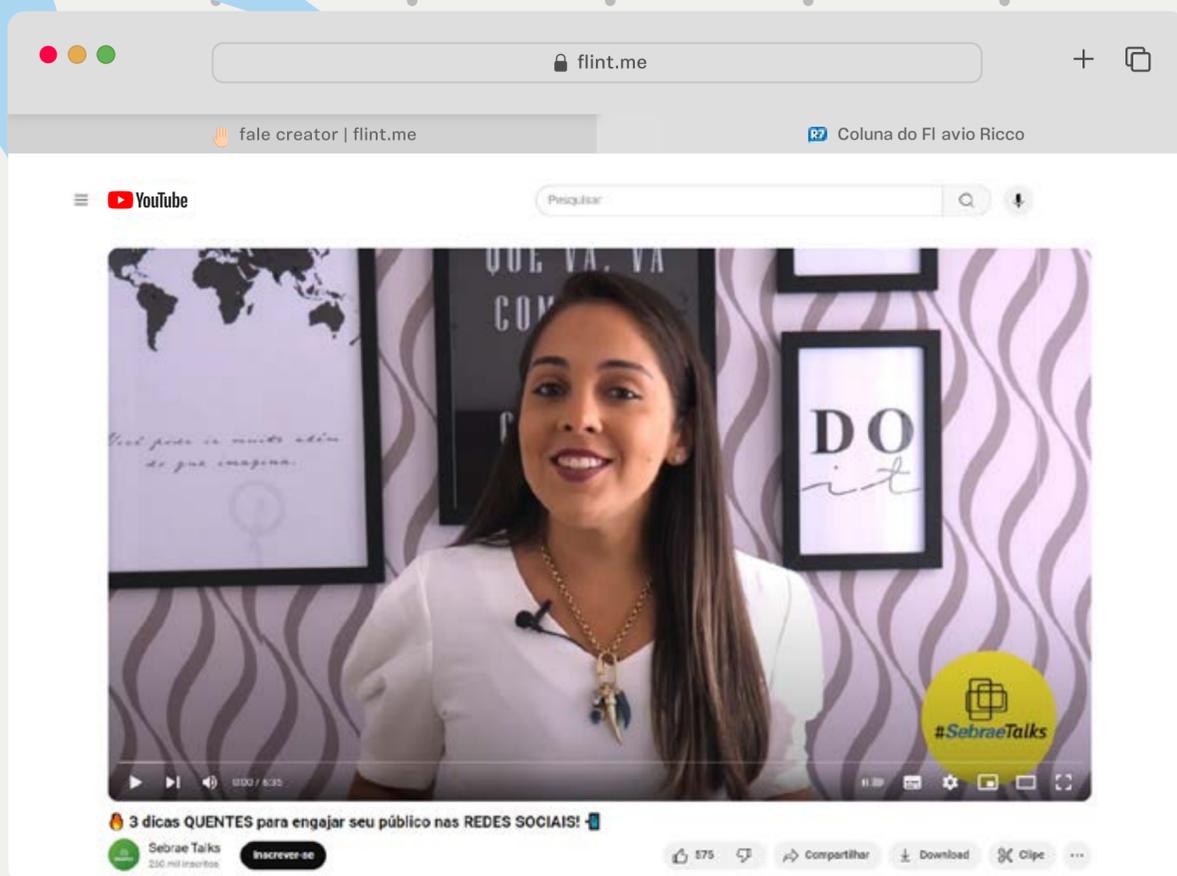
capítulo 13

Como se
conectar com o
seu público? 🥰❤️



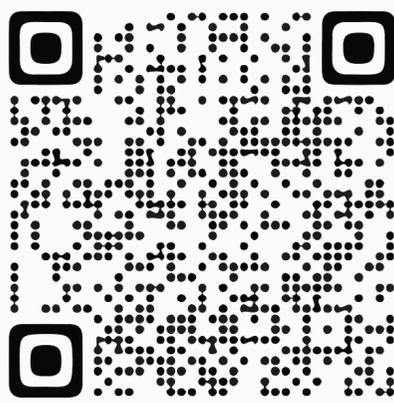
De postagem em postagem, a produção de conteúdo gera retorno? Sim, mas, nem sempre é rápido! Quando começamos a trabalhar no universo Creator, muitas vezes sonhamos com o dia em que vamos fazer publicidade para grandes marcas, parcerias com outros influencers ou até mesmo com o dia em que receberemos muitos pedidos de clientes para que, finalmente, possamos, obter um retorno financeiro pelo nosso trabalho de produção de conteúdo. Mas para que isso aconteça, não basta apenas conhecer a linguagem publicitária ou como falar bem para a câmera. Saber se conectar de forma autêntica com seu público é uma construção decisiva. Se pergunte: no território tão plural da internet, o que é um conteúdo verdadeiro e relevante para você?



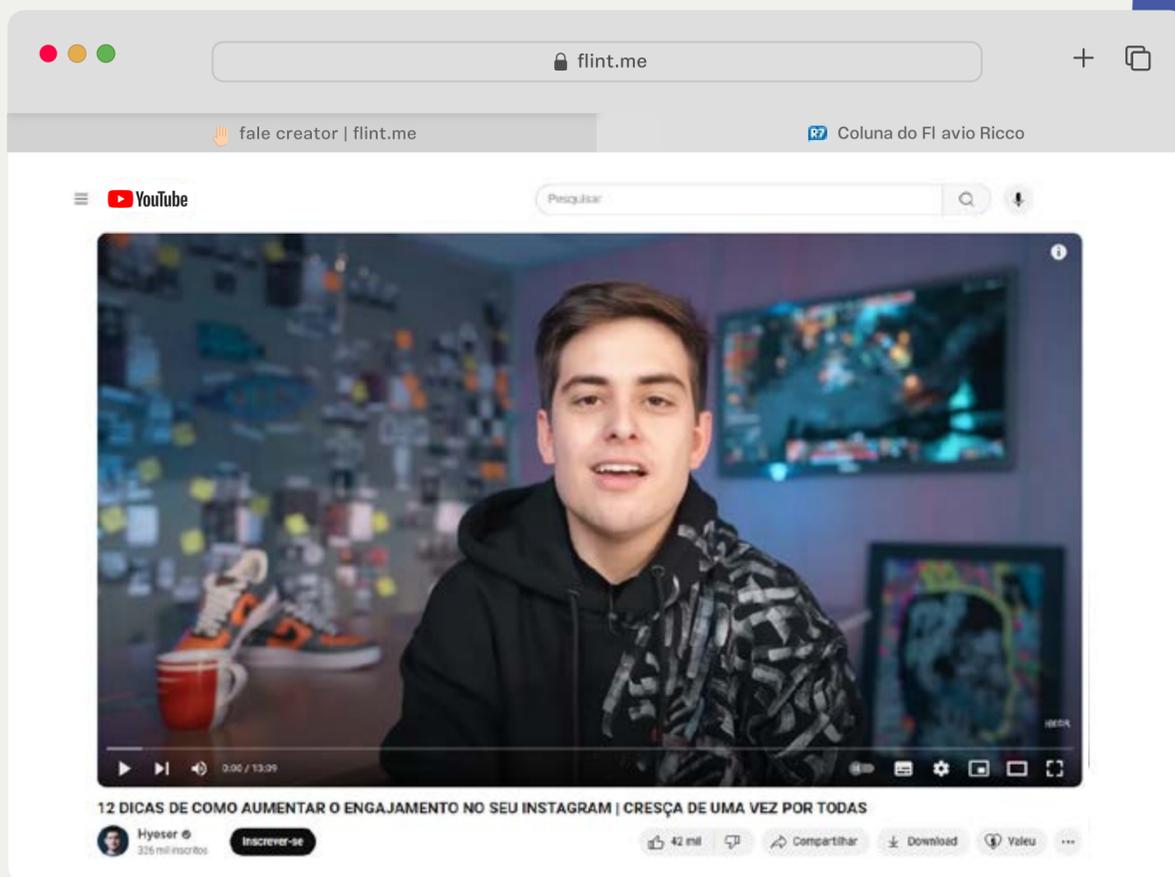


Saiba que as marcas já sabem falar muito bem sobre elas mesmas, e o que estas organizações buscam é alguém que saiba se conectar com seus públicos. Assista ao vídeo **3 dicas QUENTES para engajar seu público nas REDES SOCIAIS!**, do canal Sebrae Talks, e entenda melhor como se conectar com a sua audiência.

Conteúdo
bom, a gente
compartilha

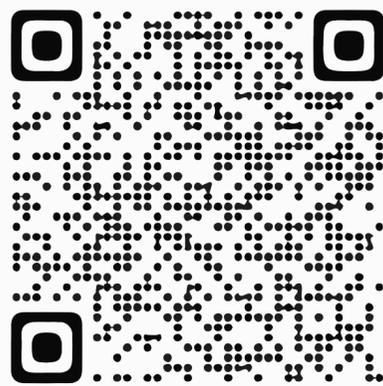


clique aqui para acessar [🔗](#)

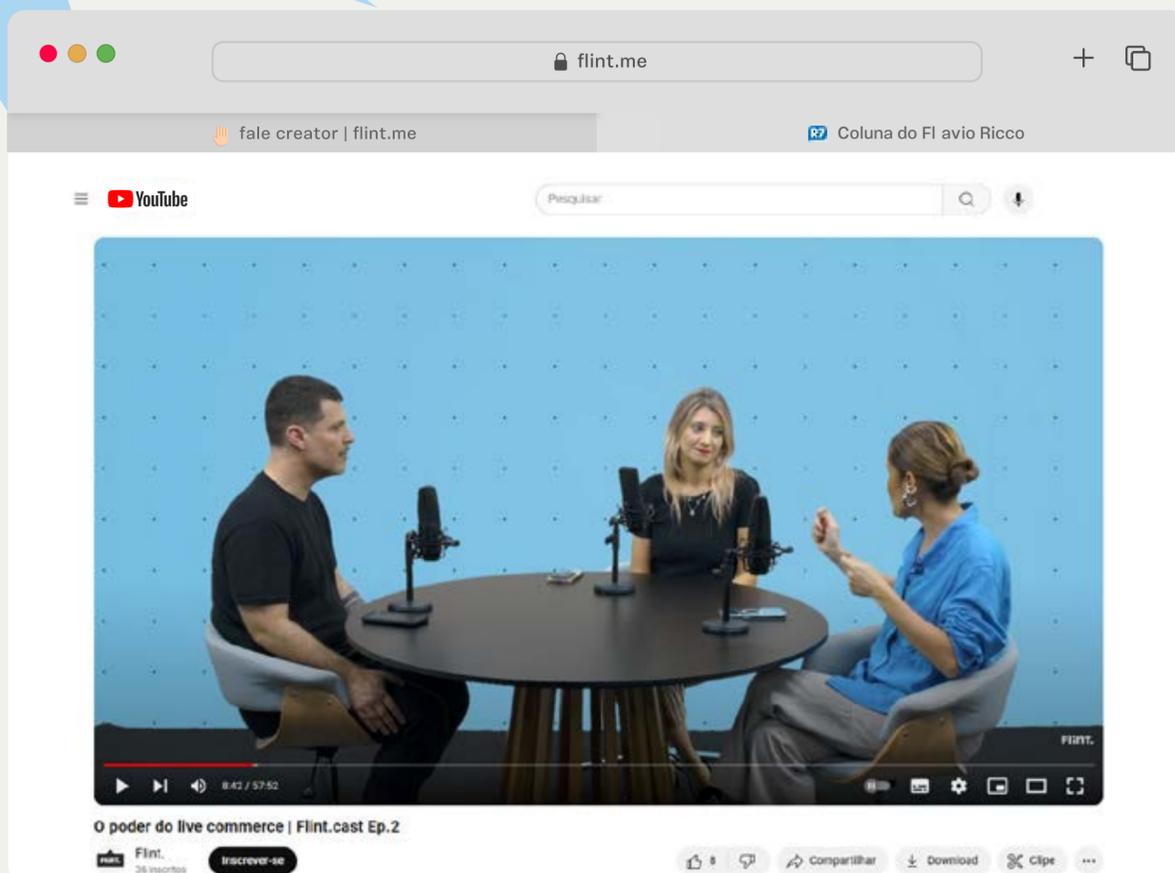


É a conexão com o seu público que irá gerar o engajamento necessário para que o seu conteúdo seja capaz de reter e atrair audiência. Veja o vídeo **12 DICAS DE COMO AUMENTAR O ENGAJAMENTO NO SEU INSTAGRAM**, do creator Hyeser, e aprenda a cativar e expandir o seu público nas mídias sociais.

Conteúdo
bom, a gente
compartilha

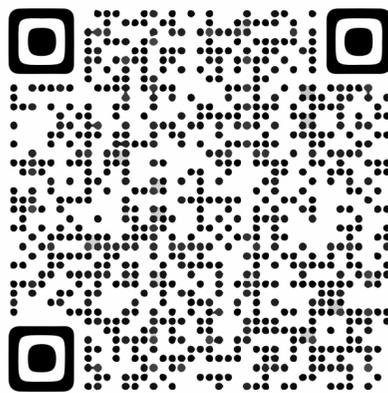


clique aqui para acessar [🔗](#)



Para se conectar, inclusive na hora de vender, é preciso interagir, e para isso não há nada que seja tão dinâmico e gere uma interação tão instantânea quanto uma live bem estruturada. Ouça o podcast **O poder do live commerce | Flint.cast Ep.2**, para saber mais sobre o universo criativo de uma live commerce.

Conteúdo bom, a gente compartilha

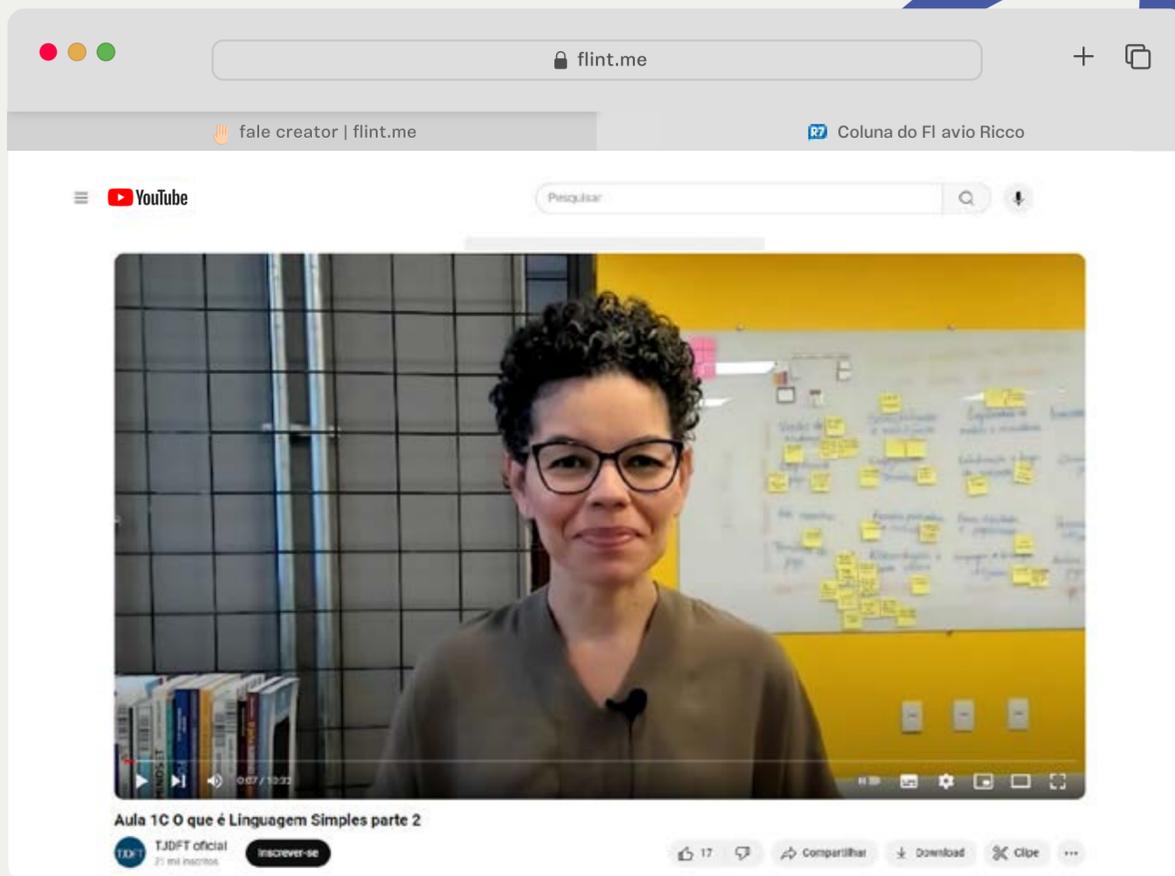


clique aqui para acessar [🔗](#)



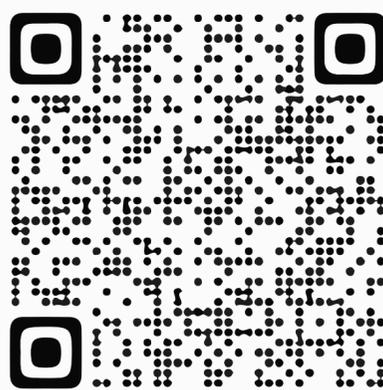
capítulo 14

Descomplicue!



O primeiro passo para cativar o seu público é manifestar uma linguagem acessível com sua audiência. Lembre-se que seus seguidores podem consumir o seu conteúdo em um ambiente que, muitas vezes, pode ser adverso ao exercício de concentração. Assista ao vídeo **Aula 1C sobre Linguagem Simples**, e entenda a importância de adotarmos uma linguagem mais acessível ao produzirmos conteúdo.

Conteúdo
bom, a gente
compartilha



clique aqui para acessar 

 MESSAGES

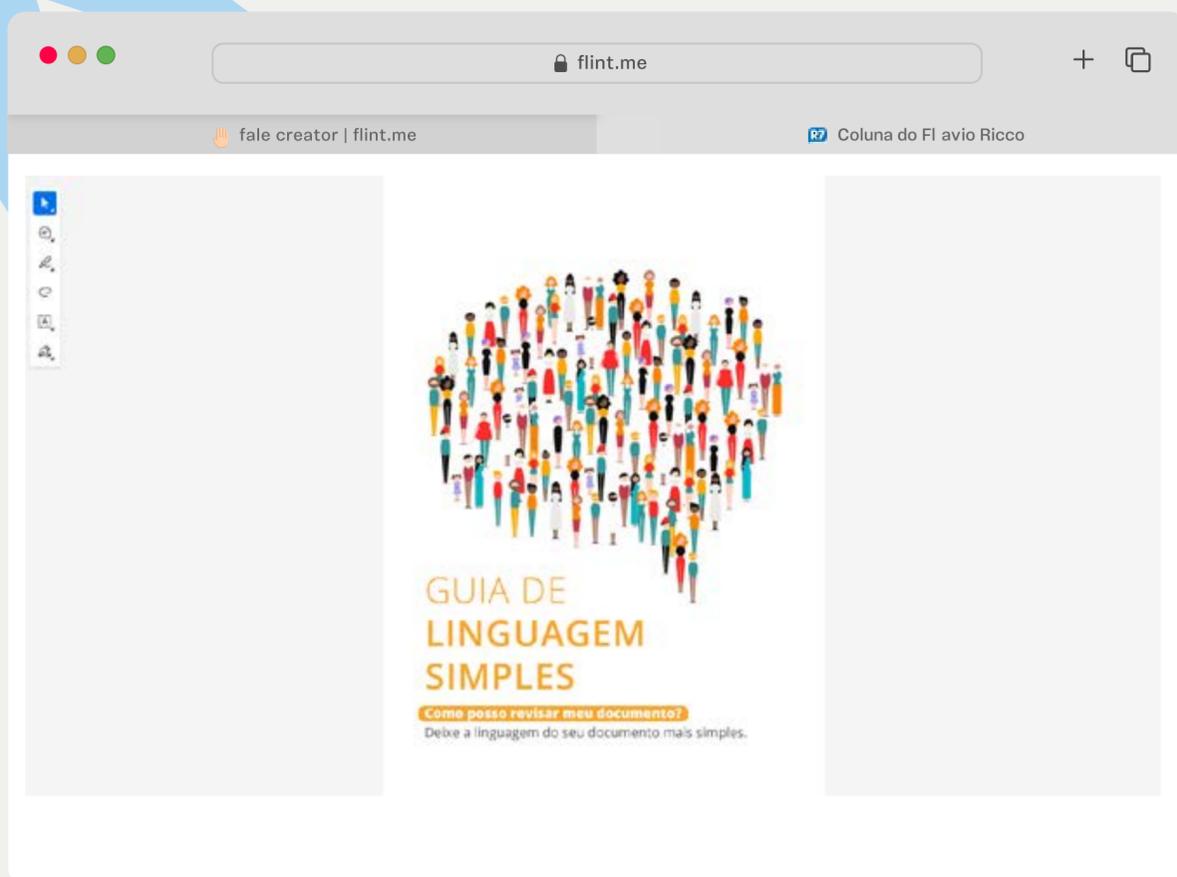
agora

Flint

E, aí! Bora falar creator?

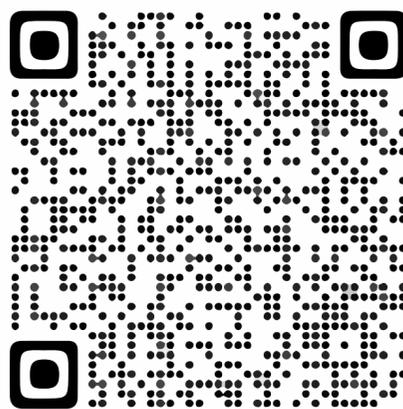
Seja na rua, no transporte coletivo ou até mesmo em uma pequena pausa entre suas atividades cotidianas, estes momentos propícios ao consumo de um conteúdo nem sempre possibilitam um local que favoreça o foco ou o entendimento de uma mensagem. Neste sentido, vale lembrar que vivemos em um país com muitas desigualdades, sendo que os seus seguidores provavelmente possuem diferentes níveis de compreensão de texto/interpretação em conteúdos audiovisuais. Por essas razões devemos simplificar a linguagem para facilitar o entendimento e viabilizar uma melhor conexão como o público.





Quer saber como você pode revisar o seu conteúdo para utilizar uma linguagem simples? Então acesse o **Guia De Linguagem Simples**, elaborado pelo O11.Lab. Embora este material seja focado na produção de documentos, as mesmas dicas e princípios apresentados podem ser usados para a criação de conteúdo.

Conteúdo bom, a gente compartilha



clique aqui para acessar [🔗](#)

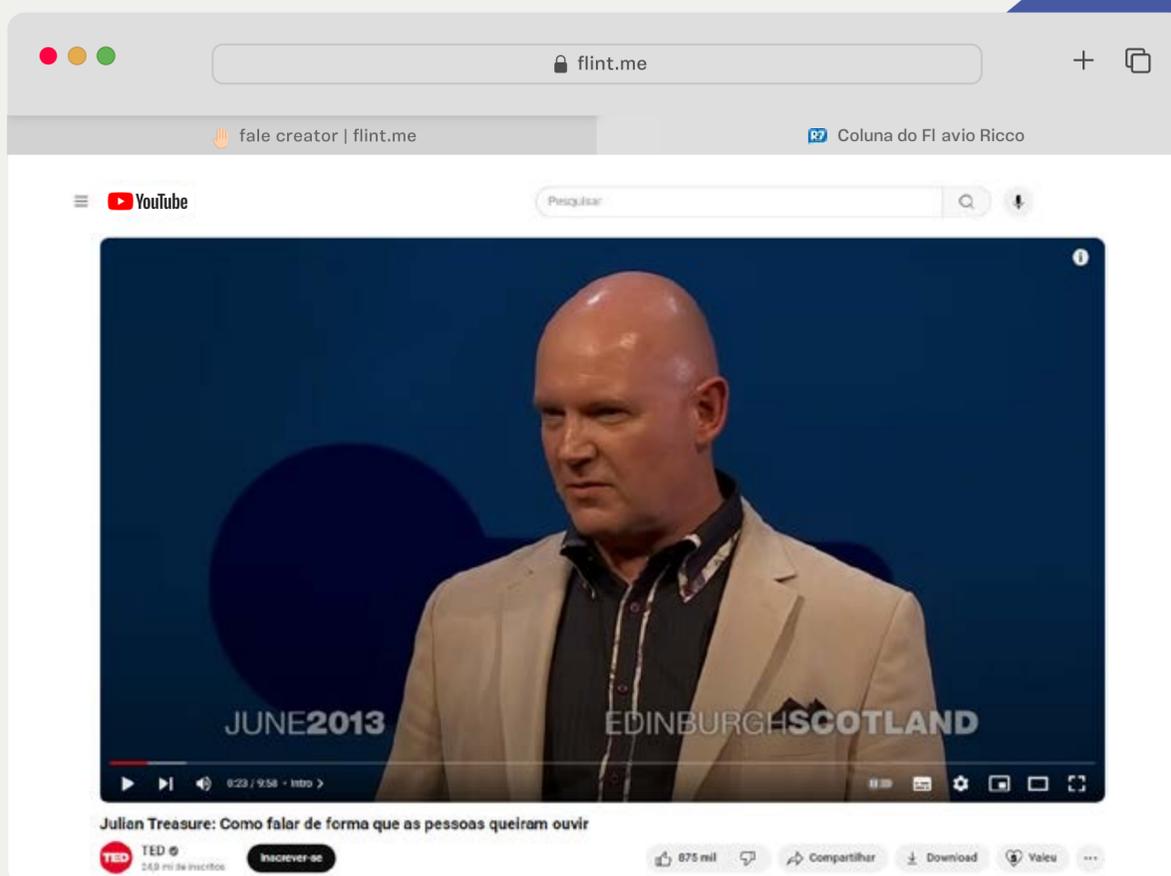


capítulo 15

Tenha

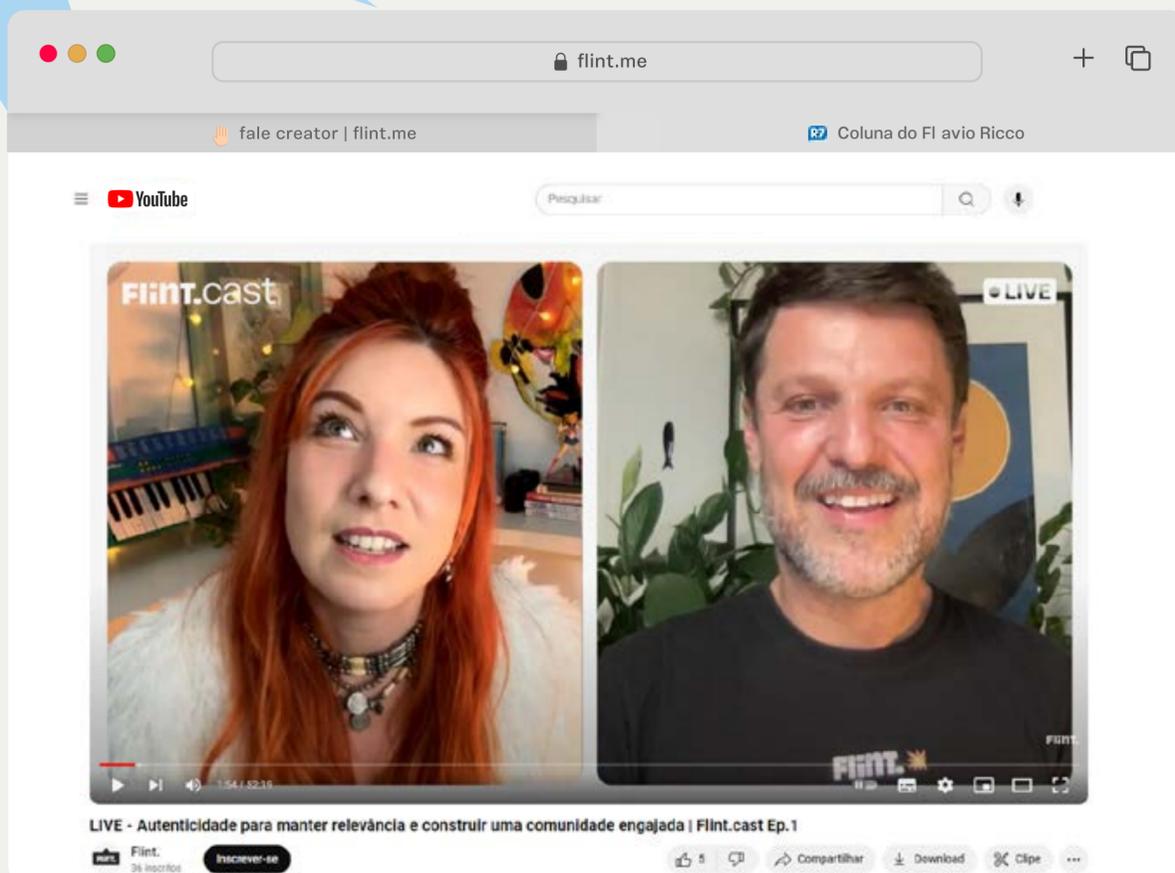
sensibilidade





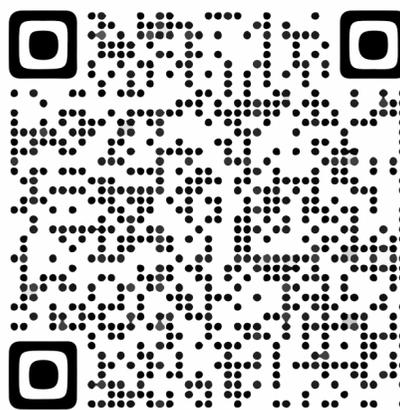
Nem tudo deve ser transformado em conteúdo de qualquer maneira e a todo custo. Mais do que simplesmente abordar “temas da moda” ou saber utilizar técnicas supostamente milagrosas que gerem engajamento, nós precisamos ter sensibilidade para conseguirmos transmitir o nosso conteúdo de uma forma que seja convidativa e atraente. Veja o Ted **Julian Treasure: Como falar de forma que as pessoas queiram ouvir**, e saiba como se apresentar de forma empática.





Há mais de 20 anos interagindo com os espectadores, a influencer Mari Moon possui a sensibilidade necessária para cativar sua audiência com maestria. Assista o vídeo **LIVE - Autenticidade para manter relevância e construir uma comunidade engajada | Flint.cast Ep.1**, e aprenda com esta habilidosa Creator como atrair e manter os seus seguidores.

Conteúdo
bom, a gente
compartilha



clique aqui para acessar [🔗](#)



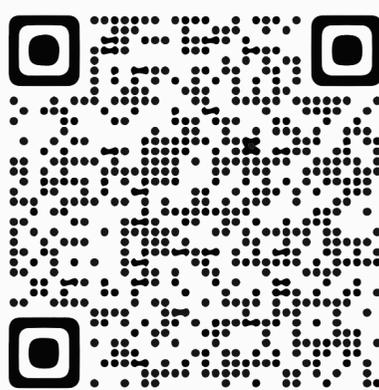
capítulo 16

**Uma ajuda
especial! 🙌**

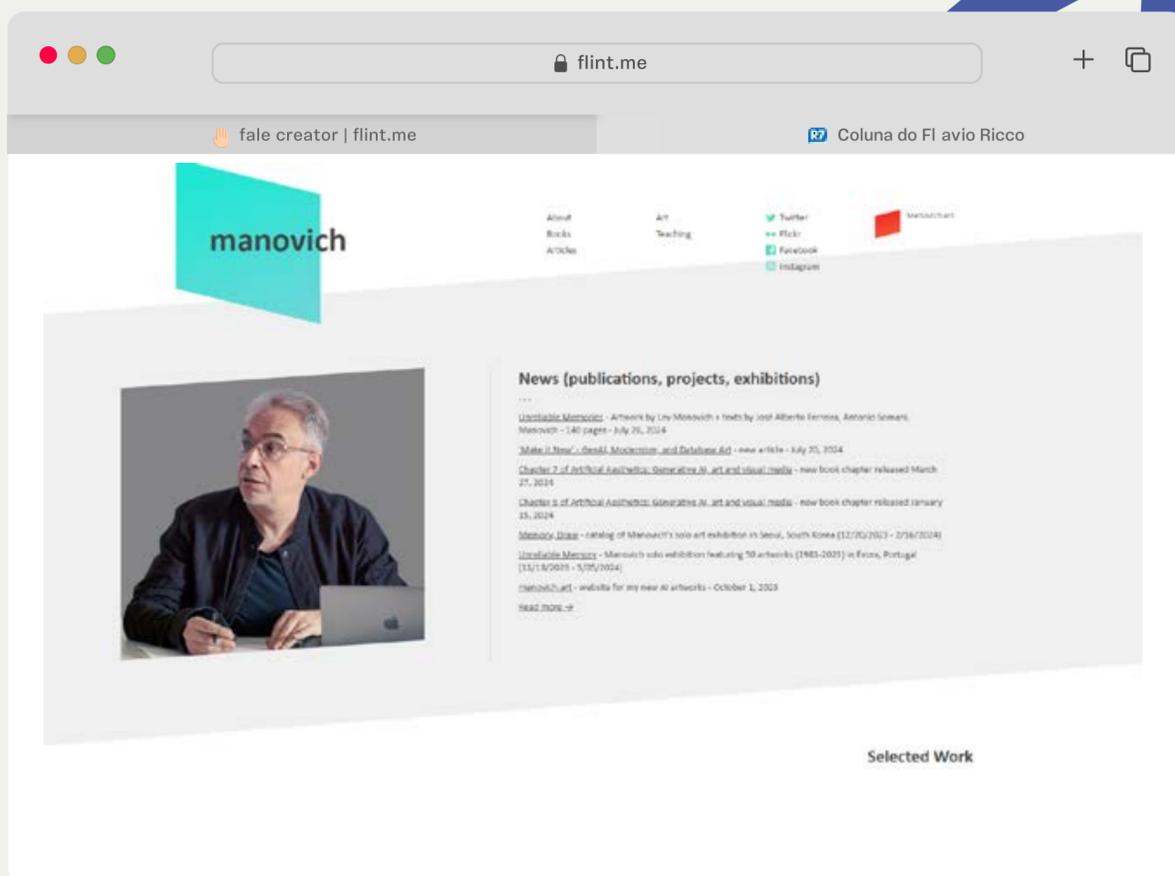
A internet e a consolidação das mídias sociais não só revolucionaram nossas formas de interação e facilidades para o cotidiano, bem como o perfil das pesquisas em áreas da Comunicação, Marketing, Artes e cia. Aqui vamos listar alguns pesquisadores e profissionais relevantes para incrementar a sua trajetória de estudos!

Responsável pelo conceito de “cultura da convergência”, sendo que as mídias tradicionais (como emissoras de televisão e rádios) agora coexistem com as mídias sociais em dinâmicas de comunicação a todo momento, Henry Jenkins, em sua famosa obra **Cultura da Convergência (2009)**, salienta o poder da internet ancorada na inteligência coletiva e na cultura participativa. Acompanhe este vídeo de Jenkins falando sobre Cultura da Convergência, em que o próprio pesquisador explica sua obra.

Conteúdo
bom, a gente
compartilha

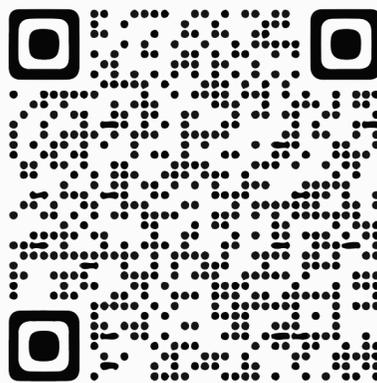


clique aqui para acessar 

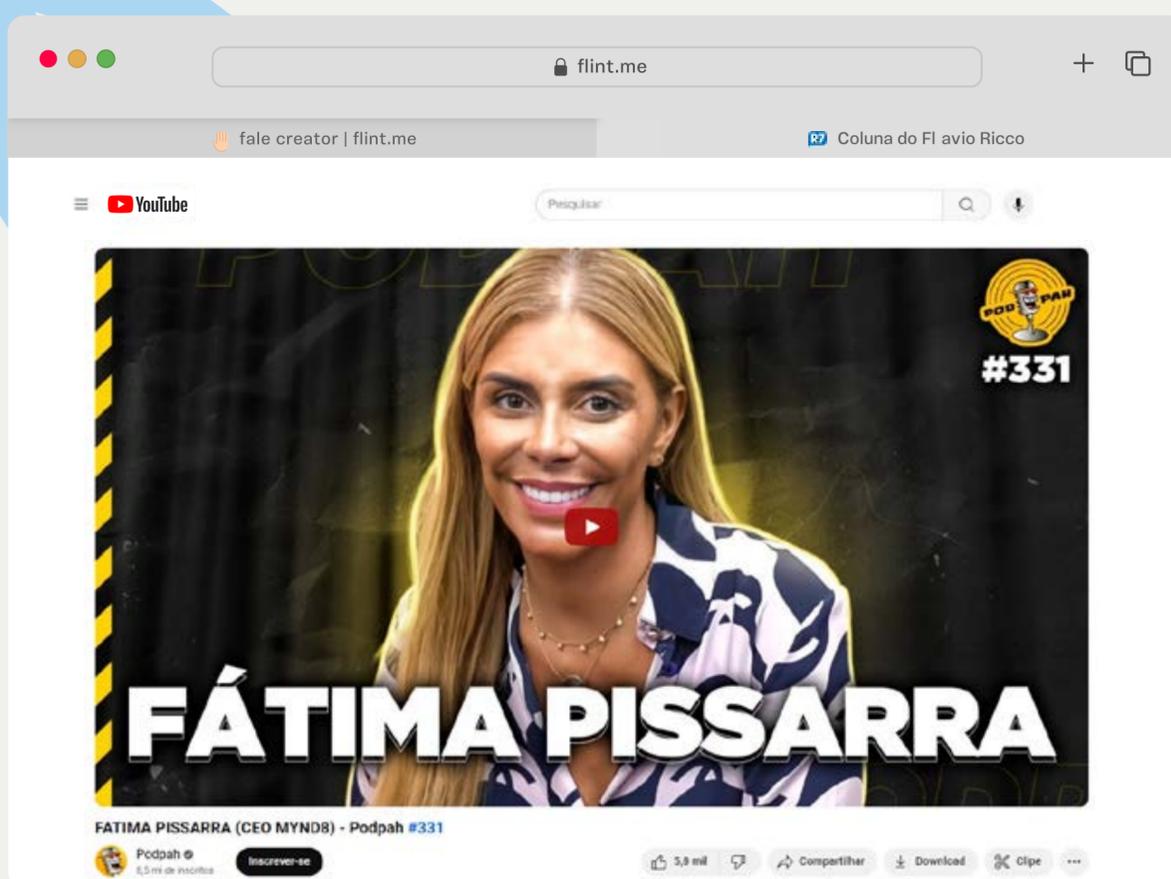


Outro teórico relevante sobre as linguagens sincréticas do ciberespaço é Lev Manovich. Ele realizou uma das pesquisas mais robustas sobre a estética do Instagram na atualidade: a análise computacional de 16 milhões de fotos compartilhadas em 17 cidades globais. O site deste pesquisador é um catálogo formidável entre livros gratuitos, artigos publicados e vídeos. Vale a pena conferir pelo QR Code abaixo!

Conteúdo bom, a gente compartilha

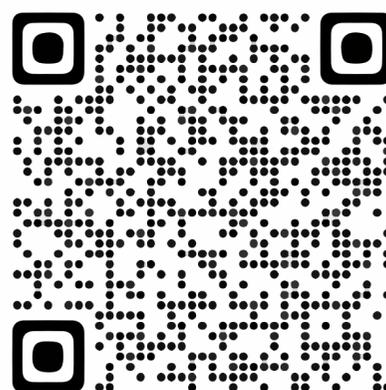


clique aqui para acessar [🔗](#)



No contexto brasileiro, importante destacarmos o trabalho de Fátima Pissarra, CEO da Mynd e expert em marketing digital, na obra **Profissão Influencer: como fazer sucesso dentro e fora da internet (2022)**. Além do livro, confira mais sobre os bastidores do mercado digital e seus desafios nesta entrevista **FATIMA PISSARRA (CEO MYND8) - Podpah #331**.

Conteúdo bom, a gente compartilha

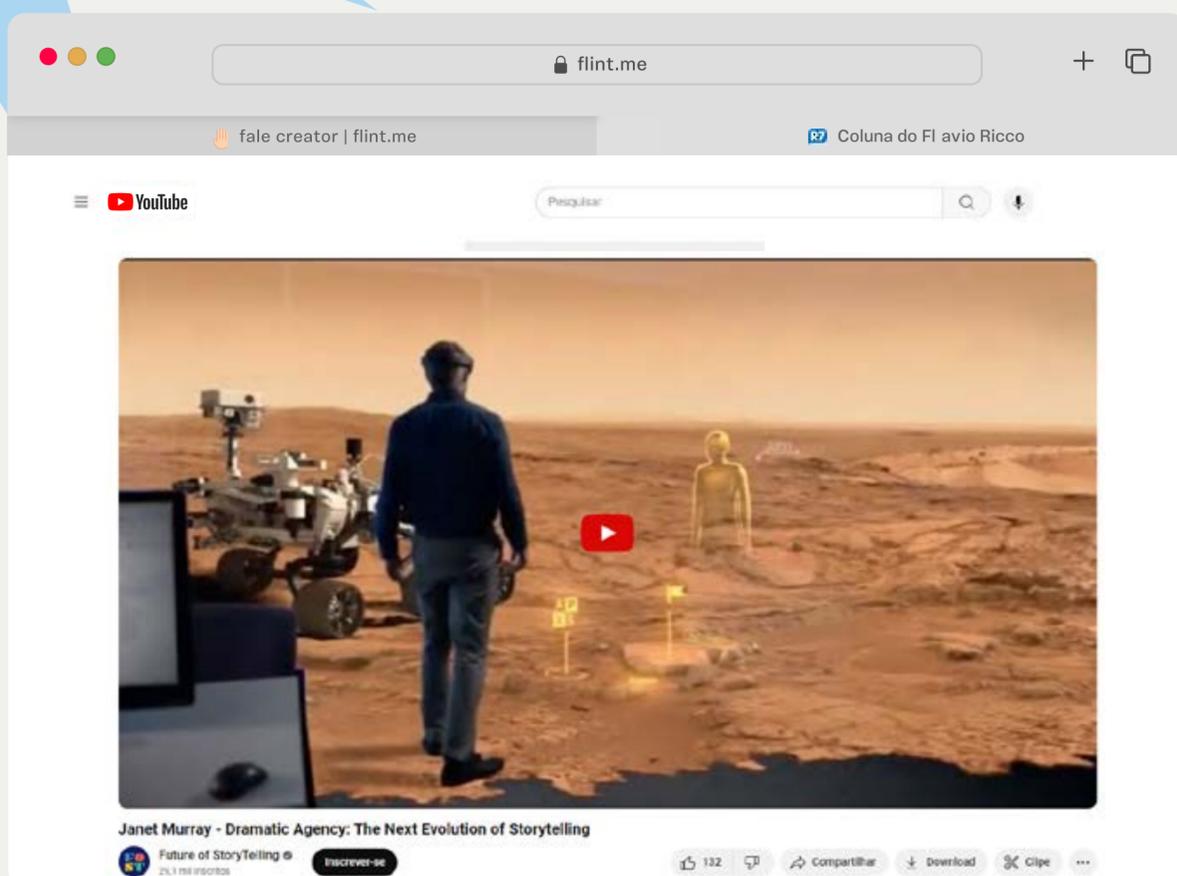


clique aqui para acessar [🔗](#)



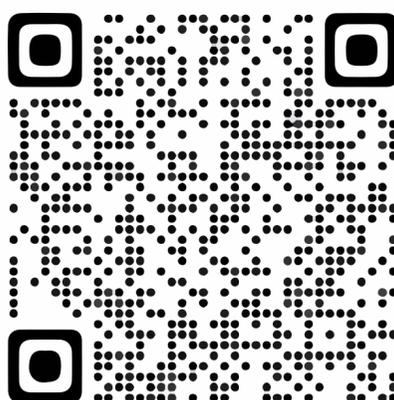
Outro destaque no cenário brasileiro é o comunicólogo e empresário Pedro Tourinho, na obra **Eu, eu mesmo e minha selfie: Como cuidar da sua imagem no Século XXI (2019)**. Nesta entrevista para a Gama Revista, ele detalha a importância de se posicionar com autenticidade, comentando que “não tem nada mais forte do que a verdade em uma rede social.”





Lançada no início do século XXI, a obra **Hamlet no Holodeck: o futuro da narrativa no ciberespaço (2003)**, da pesquisadora Janet Murray, foi um marco decisivo das novas potencialidades de contar histórias. Assista ao vídeo **Janet Murray - Dramatic Agency: The Next Evolution of Storytelling**, no qual a própria teórica salienta alguns conceitos-chave de suas pesquisas.

Conteúdo
bom, a gente
compartilha



clique aqui para acessar [🔗](#)



capítulo 17

Bora praticar?

desafie-se,
descubra
sua **VOZ** x

Não foi do dia para a noite que você começou a falar ou caminhar com confiança. Toda aquisição de linguagem leva tempo, persistência e nossa própria compaixão neste processo. Agora vamos dar duas sugestões de exercícios correlacionados para te estimular nesta introdução:



Exercício “3 vai pra 6”

- O que é importante para você? Qual assunto você domina e/ou quer se posicionar? Qual tema faz você conversar de forma espontânea com pessoas conhecidas e até desconhecidas? Faça uma lista de 3 assuntos relevantes e em sintonia com seus interesses/engajamentos. Vamos aqui dar apenas um exemplo: “sou a favor da adoção de animais de estimação”.

- Agora para cada tema selecionado, você deve investigar em diferentes mídias sociais como 6 perfis se posicionaram a favor da adoção de animais. Vasculhe e analise: quais as principais estratégias veiculadas? Quais são os discursos e os afetos manifestados nestas postagens? O que mais se repete nestes conteúdos e em seus posicionamentos? Qual era o mais original e por quê?

- Anote suas principais considerações destes perfis.

Exercício “6 vira 1 e se arrisca”

- Agora, a partir da análise anterior, você deve selecionar apenas uma mídia social, por exemplo, uma postagem para Facebook com texto/foto ou um vídeo para Story no Instagram.
- A partir de um dos temas selecionados, você deve formular um breve roteiro, ao tentar reunir e manifestar as estratégias que avaliou como mais interessantes do exercício anterior, mas também se arriscar em personalizar este seu conteúdo de forma cativante e original.
- Tenha compaixão com você e não tenha medo de se arriscar! E se lembre da famosa frase de Janet Murray na obra Hamlet no Holodeck: “o autor da narrativa digital é o coreógrafo que estabelece o ritmo, o contexto e os passos da performance”. Ótimos ensaios com sua coreografia!



Créditos Episódio.aula1:

Foto Sigmund Freud, por Max Halberstadt - domínio público

Fonte: [https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sigmund_Freud,by_Max_Halberstadt\(cropped\).jpg](https://commons.wikimedia.org/wiki/File:Sigmund_Freud,by_Max_Halberstadt(cropped).jpg)

Foto Paulo Freire, por Clóvis Cranchi

Fonte: <https://humanizae.com.br/paulo-freire/>

Banco de Imagens: [Envato Elements](https://elements.envato.com/stock-video/stock-footage)
(<https://elements.envato.com/stock-video/stock-footage>)



FLiNT . pecege 