



Branding pessoal: intencionalidade e posicionamento estratégico no empreendedorismo digital

Michelle da Silva Freire

É comum testemunharmos casos de pessoas anônimas que viralizam nas redes sociais de repente, de forma premeditada ou até acidental. Quaisquer sejam os casos, há sempre estratégias de *marketing* interessantes para auxiliar essas pessoas a gerir esse fenômeno de maneira a torná-lo útil e rentável – sendo ele a oportunidade que é.

Tão comum quanto quem viraliza, é quem é esquecido na semana seguinte por desconhecer o potencial das redes sociais e como empreender a partir delas.

Ao longo deste estudo vamos aprender com erros e acertos de influenciadoras conhecidas, de perfis diversos. E, ao esmiuçar cada caso, teremos ideias e ferramentas de como trabalhar em prol da carreira de uma influenciadora que se encontra num momento decisivo de sua jornada – entre o viral e o esquecimento.

Ester Solanno é uma jovem adolescente, negra, mãe solo e moradora de uma comunidade na cidade do Rio de Janeiro. Extremamente eloquente e bem humorada, Ester tem viralizado alguns de seus vídeos no *Facebook*, *TikTok* e *Instagram*, respectivamente, o que a rendeu participações na Rede Globo, entrevistas com famosos como Marcos Mion no Caldeirão e participação no *The Voice Kids*, até que... nada. Bem como surgiu, sua carreira estacionou. Os seguidores não subiram, parcerias suspensas, convites para eventos estão limitados.

Ester não se define como *influencer* e afirma não entender bem o motivo de o público ver graça em seu conteúdo. De acordo com seu depoimento em entrevista num podcast, estava

muito aborrecida com sua mãe por precisar fazer faxina naquele momento, o que a motivou a gravar um “*rant*” (desabafo) e publicar no *Facebook*. Desde então, seus vídeos têm viralizado, em especial quando retrata relacionamentos amorosos, ordens de sua mãe e detalhes de sua conturbada relação com o inadimplente genitor de seu filho.

O conteúdo de Ester Solanno se familiariza com o de qualquer adolescente de baixa renda do país. Seus dramas amorosos e conflitos familiares igualmente e, em especial, envoltos em sua linguagem simples de sotaque carioca arrastado e aparência não-produzida trazem um “quê” de realidade que já se perdeu no mundo da influência. Seria esse o seu diferencial? Mas o que falta para Ester alavancar e monetizar seu conteúdo?

- Onde Ester está errando?
- Será que isso já ocorreu com outros influenciadores que estudamos?
- Como esse “efeito platô” pode ser revertido?
- O que as estratégias de Branding pessoal e posicionamento estratégico podem auxiliá-la?
- Será que Ester improvisa ou usa de alguma estratégia?
- E se você prestasse consultoria para Ester? Como a orientaria?



Notas de Ensino

- **Resumo:**

Lançando mão das Redes Sociais de influencers conhecidos pelo público adolescente, propomos estudar suas estratégias de engajamento e marketing digital, estratégias de posicionamento que os transformaram de usuários comuns em Brands/marcas. Nesse processo, acompanharemos uma influenciadora iniciante e analisaremos seu perfil para traçarmos estratégias de alavancagem para sua carreira

- **Palavras-chave:**

mídias sociais, marketing digital, mídias digitais, Personal Branding

- **Objetivo de aprendizagem:**

- Aproximar o jovem já engajado em redes sociais a utilizá-las de forma responsável, intencional e como ferramenta de trabalho.

- perceber a importância do posicionamento estratégico e comunicação intencional no ambiente virtual

- **Relevância dos tópicos:**

- Uso elevado e irresponsável da *social media*
- Compreensão de que o fenômeno da Influência pode ser treinável

- Desmistificar a figura do influenciador como pessoa elevada e inatingível.

- **Fontes de obtenção dos dados do caso:**

- Conteúdo produzido pelas influenciadoras citadas em suas redes pessoais

- Entrevistas e participação destas em *podcasts* e programas de TV

- Conteúdo comentado em formato *Reaction* sobre as personalidades em estudo

- **Questões para discussão:**

- Autoconhecimento – Será que a personalidade que você comunica de fato reflete quem você é? Sua comunicação e posicionamento estão alinhados com o que se deseja transmitir?

- Gatilhos mentais inconscientes provocados por imagens comunicadas via posicionamento estratégico.

- Como lidar com rejeição e cancelamento em rede social de forma positiva.

- **Comentários:**

Este planejamento visa aproximar a figura e o trabalho do influenciador e do aluno como público consumidor, demonstrando de que forma funciona o mercado e a importância da imagem e linguagem. Num mundo cuja apreciação insiste na autoaceitação



e em “seja você mesmo” somos confrontados pela realidade contraditória de edições, distorções, filtros, Inteligência Artificial, compra de *likes*, de seguidores, de *checkmarks*, *presets*, tráfego pago etc. será que imagem não importa mesmo? Será que não há meios de trabalharmos com ela em prol dos nossos objetivos? Na presente proposta de estudo vamos acompanhar a trajetória de mulheres de perfis e origens diversas para tentarmos responder a estas questões.

REFERÊNCIAS

WEIL, Pierre; TOMPAKOW, Roland. **O corpo fala: a linguagem silenciosa da comunicação não-verbal**. 56. ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

CARNEGIE, Dale. **Como fazer amigos e influenciar pessoas**. 45. ed. São Paulo: Nacional, 1995.

WANDERSMAN, Aldo. **E se você fosse uma marca?** São Paulo: Alfa books, 2015.