

Eu posso me tornar um influenciador digital?

Por Sibelly Resch, Natalia Pegoraro e Giovanna Gevaerd



Nada de ser modelo ou jogador de futebol. O sonho de muitos jovens atualmente é se tornar influenciador digital – blogueiro, youtuber, instagramer, tiktoker... Mas como se tornar um influenciador digital? É sobre isso que discutiremos nesta edição do NGDI Informa. Quais são as características e competências demandadas de um influenciador digital? Em outras palavras, o que é importante para ter sucesso como influenciador digital?

Os influenciadores digitais são pessoas com um certo número de seguidores nas plataformas online (ex.: Youtube, Instagram, Facebook, entre outras) e por alguma razão (ex.: apelo pessoal, conexão com o público, conhecimento especializado, entre outros) podem influenciar o comportamento e a tomada de decisão dos seus seguidores.

Classificação¹



Nanoinfluenciadores : 1.000–10.000 seguidores



Microinfluenciadores : 10.000–50.000 seguidores



Influenciadores de nível intermediário: 50.000–500.000 seguidores



Macroinfluenciadores : 500.000–1.000.000 seguidores



Mega-influenciadores (celebridades): mais de 1.000.000 de seguidores

Fonte: <https://www.influency.me/blog/o-que-sao-microinfluenciadores/>, Acesso em 21/02/22.

Características pessoais

Contexto ou condições antecedentes Capital social: As conexões que possui no ambiente off-line pode aumentar as chances de sucesso no ambiente on-line.

Capital econômico: As condições financeiras são importantes seja pela disponibilidade de tempo, seja para obter recursos para impulsionar sua trajetória.

Capital cultural: são os conhecimentos que a pessoa possui e as características que distinguem os grupos sociais.



Fonte da imagem: <https://pxhere.com/pt/photo/791279>

A **atratividade** (características físicas) e a **personalidade** (traços psicológicos) podem contribuir para maior aceitação do influenciador.

A reputação do influenciador digital é fundamental para estabelecer uma relação de confiança com o público, o que ocorre a partir da sua atuação nas redes sociais e na relação com o público.

O que fazer para ter e manter uma boa reputação?



1) Certifique-se sobre o conteúdo que irá publicar. Se a reputação está relacionada com confiança, se você divulgar, por exemplo, uma *Fake News* (conteúdo falso ou impreciso), você pode perder rapidamente sua credibilidade.

2) Pense e pesquise antes de publicar qualquer conteúdo. Lembre-se que na era digital uma postagem pode ser visualizada por muitas pessoas assim que você publica e mesmo que você delete uma postagem, alguém pode ter salvo e a mesma pode voltar a circular.

Dicas para identificar Fake News:

<https://jornal.usp.br/podcast/fake-news-nao-pod-01-como-identificar-uma-fake-news/>, Acesso em 21/02/22.

CONHECIMENTOS IMPORTANTES PARA SE TORNAR UM INFLUENCIADOR DIGITAL



CAPACIDADES QUE O INFLUENCIADOR DIGITAL DEVE POSSUIR OU DESENVOLVER

Expertise	Possuir conhecimentos especializados em alguma área/assunto que possibilite desenvolver conteúdo relevante.
Legitimidade	Pressupõe algum tipo de distinção do indivíduo em meio ao grupo que o qualifica como influenciador na percepção do público.
Capacidade técnica (escrita, design, produção e edição de vídeos)	Pressupõe-se que o influenciador é o produtor do conteúdo, portanto, deverá ter conhecimentos técnicos relacionados ao tipo de conteúdo que publicará.
Questões éticas e legais	Conhecimento sobre as políticas das empresas parceiras relacionadas às questões éticas, políticas das redes sociais e conhecimento sobre questões legais, legislação nacional e internacional.
Conhecimento de plataformas de tecnologias	Compreender as funcionalidades de cada plataforma é fundamental, adequar o conteúdo à plataforma e ao público, bem como para analisar os indicadores de resultado das suas publicações.

Se você é ou deseja ser um influenciador digital, deve se perguntar: No que eu sou bom? Quais conhecimentos eu tenho? Quais são os diferenciais que possuo? Isto porque ser um influenciador não significa somente conquistar um grande número de seguidores, mas exercer algum tipo de influência na tomada de decisão do seu público, seja uma decisão de compra, de estilo de vida ou de comportamento. Para ganhar a legitimidade, ou seja, para fazer com que seu público acredite em você, você precisa se destacar como alguém que merece ser ouvido.

Você já ouviu falar de *Storytelling*?

Storytelling é a utilização de técnicas de roteiro para contar história. Ao utilizar as técnicas corretas de comunicação, o influenciador consegue prender a atenção do seu público.

É uma técnica amplamente utilizada no chamado marketing de conteúdo, que consiste numa abordagem de marketing que utiliza a criação de conteúdo relevante para atrair e reter clientes. De uma forma simples, não basta demonstrar o produto ou serviço, é preciso que o consumidor entenda quais são os benefícios para ele.

Quer saber mais sobre *Storytelling*?

Indicamos um texto para iniciar sua busca:

PATEL, Neil. *Storytelling: O que É e Melhores Técnicas para Aplicar* (Guia). Disponível em:

<https://neilpatel.com/br/blog/como-usar-storytelling-para-aumentar-suas-conversoes/>, Acesso em 21/02/22.

Construção do perfil	Capacidade de construir uma identidade (personificação no espaço virtual). Ou seja, demonstrar para seus seguidores quem você é.
Seleção	Capacidade para identificar indivíduos e conteúdos que podem ajudar na formação da sua rede social.
Aprendizagem	Capacidade para aprender o que funciona e não funciona por meio dos resultados obtidos e de pesquisa.
Criatividade	Capacidade de desenvolver conteúdos criativos, utilizando técnicas e recursos para manter a atenção do público nas suas postagens.
Conteúdo	Capacidade de identificar e desenvolver conteúdo inovador relevante para o seu o público.
Análise e tomada de decisão	Capacidade de analisar conteúdos, características das plataformas, métricas e impactos das publicações.
Síntese	Sintetizar ideias do inconsciente coletivo e as traduzir para uma linguagem que passa a ser compreendida, formando um público específico.
Simetria entre personagem e público	Capacidade de fazer com que as pessoas se sintam no mesmo nível do influenciador, ou seja, se aproximar do seu público.
Comunicação	Capacidade de comunicação escrita e/ou oral é um elemento fundamental para interagir com os consumidores.
Sensibilidade	Capacidade de captar as demandas de seu público
Escuta	Ouvir os seguidores para a definição de conteúdo.
Interação	Capacidade de interagir com os seguidores.

Você é uma daquelas pessoas que se considera pouco criativa? Pois saiba que a criatividade não é um dom, é uma habilidade. Por isso, você pode exercitar sua criatividade, assim como você aprende a dirigir um carro ou andar de bicicleta, você pode se tornar mais e mais criativo. Veja algumas dicas.

Exercício: pegue um objeto da sua casa (ex. uma cadeira) e tente listar 10 usos para o objeto além daquele que você está habituado.

- 1.Exercite – seja um esporte ou um passatempo como dança, a mudança de ambiente e o relaxamento do corpo ajudam o seu cérebro a trabalhar melhor.
- 2.Brinque – desenhar, pintar, escrever...reserve um tempo da sua semana e faça algo que lhe proporcione felicidade e prazer, algo que você faça sem o julgamento de outras pessoas, sem medo de errar. Volte a ser criança.
- 3.Busque novos conhecimentos – livros, filmes, séries, passeios, pesquisas...vão lhe ajudar a pensar em como as coisas podem ser feitas de forma diferente.

CRIATIVIDADE NÃO É ABRACADABRA. É ENCONTRAR SOLUÇÕES QUE RESOLVAM MELHOR UM PROBLEMA. É VER ALGO SOBRE OUTRA PERSPECTIVA.

ATITUDES QUE CONTRIBUEM PARA O SUCESSO DE UM INFLUENCIADOR DIGITAL

Dedicação	Investimento de tempo e esforço no estabelecimento de vínculos para a criação de rede e criação de conteúdos.
Autenticidade	Usar genuinamente os produtos e marcas sobre os quais fala e comunicar suas opiniões e avaliações sinceras aos consumidores.
Confiabilidade	Se julga uma marca de maneira objetiva ou se é influenciado por recompensas financeiras/materiais oferecidas pela marca em troca de uma recomendação positiva.
Consistência	Manter a consistência do conteúdo e formato de publicação nos canais.
Continuidade	Implica num ritmo de publicação que favorece os algoritmos de busca, ou seja, estabelecer periodicidade das publicações.
Atualização	Buscar continuamente as tendências de mercado e comportamento da sociedade para apresentar conteúdo relevante
Resiliência	Capacidade para lidar com as críticas

Algumas pessoas buscam ser influenciadoras digitais por hobby ou para obter uma renda extra. Mas hoje em dia, para muitas pessoas, essa é uma profissão. Os bons resultados, na maioria dos casos, são obtidos pelas pessoas que dedicam tempo e esforço para criar e distribuir conteúdo relevante para seu público.

Por que autenticidade é importante?

A autenticidade está relacionada às escolhas que o influenciador faz e como conduz suas publicações. Esta é uma das diferenças do marketing tradicional em que as celebridades fazem propagandas sobre produtos e serviços. Espera-se do influenciador a honestidade nas suas postagens e recomendações, ponderando prós e contras, no caso de produtos e serviços. A confiabilidade está atrelada à autenticidade.

Como você se sente quando uma pessoa diz que a pizza A é a melhor pizza do mundo e no dia seguinte diz que a pizza B é a melhor pizza de todas?

Para as empresas, é fundamental escolher bem seus parceiros de trabalho nas redes sociais. É preciso observar além das métricas, ou seja, não é somente sobre quantos seguidores o influenciador possui, mas qual é a sua imagem para a público? Essa imagem está alinhada à imagem da sua empresa? Além disso, é preciso considerar o tipo de conteúdo que o influenciador publica. Você confia nesta pessoa? Há algum risco da imagem da sua empresa ser atrelada à conteúdos que não são legais? Você sempre poderá cancelar uma parceria, mas no mundo digital, qualquer erro pode gerar um prejuízo grande à sua imagem. Portanto, quando fechar uma parceria com um influenciador, discuta sobre todos os pontos importantes do contrato.

Você já ouviu falar da cultura do cancelamento?

Este texto apresenta alguns pontos interessantes sobre o tema:
<https://www.politize.com.br/cultura-do-cancelamento/>

CAPACIDADES DE GESTÃO DO INFLUENCIADOR DIGITAL

Ser exclusivamente um influenciador digital é, de certa forma, ser dono do seu próprio negócio. Portanto, você também precisará desenvolver diversas habilidades de gestão de negócios.

Network	Capacidade de cooperar com empresas, agências e outros influenciadores
Seleção de parceiros	Para manter a autenticidade e confiabilidade é necessário selecionar as marcas, produtos e serviços com os quais irá colaborar para manter coerência e ter tempo para produção de conteúdo com qualidade.
Empreendedorismo	Capacidade para gerir o próprio negócio.

Se você quer tornar-se um influenciador digital, é fundamental entender as métricas das redes sociais. Este conteúdo que pode ajudar no início da sua aprendizagem.

<https://rockcontent.com/br/blog/metricas-de-redes-sociais/>

Mas como você deve ter percebido ao ler este boletim, para ser um influenciador digital de sucesso, é preciso trabalhar duro para desenvolver capacidades e habilidades que façam com que você se destaque nas redes sociais. Se pensarmos bem, muitas pessoas que conhecemos podem ter mais de 1.000 seguidores nas redes sociais e pela classificação que apresentamos no início deste texto, podem ser consideradas influenciadoras. Mas ter seguidores não significa que você é um influenciador. Você só será um influenciador digital se exercer algum poder de influência sobre seus seguidores. Por fim, se você é usuário de uma rede social, lembre-se que qualquer postagem vem acompanhada de responsabilidade. Pense sempre nas consequências e impactos de suas postagens. E como seguidor de alguém, quando ver uma postagem, lembre-se de verificar. As postagens são feitas a partir do ponto de vista de uma pessoa, portanto, você deve sempre buscar informações e outros pontos de vista para tomar suas próprias decisões.



@cpnvufmsocial



Campus de Naviraí/UFMS

Faça uma postagem contando o que achou do NGDI Informa deste mês e marque o CPNV.

O conteúdo apresentado neste boletim é uma síntese da pesquisa publicada como artigo no V Egedin. As referências de base para as competências do influenciador digital se encontram no artigo completo.

Referência

RESCH, S.; PEGORARO, N.; GEVAERD, G. CARACTERÍSTICAS E COMPETÊNCIAS DO INFLUENCIADOR DIGITAL. **Encontro Internacional de Gestão, Desenvolvimento e Inovação (EIGEDIN)**, v. 5, n. 1, 30 set. 2021. Disponível em:

<https://periodicos.ufms.br/index.php/EIGEDIN/article/view/14354>, Acesso em 22/02/22.

*Todas as imagens são licença Creative Commons sem atribuição requerida.

+ NGDI INFORMA

Saiba mais sobre o projeto NGDI Informa. Entre em contato por um dos nossos canais.

Endereço: Rod. MS 141 KM 02 – Naviraí-MS

Telefone: (67) 3409-3401

E-mail: ngdi.ufms@gmail.com

Informações: <https://cpnv.ufms.br/>

Acesse mais boletins

