

# CREATORS ECONOMY 360° DICIONÁRIO

POR ORDEM ALFABÉTICA E POR CATEGORIAS



Conecte-se ao Futuro do  
Marketing de Influência com  
a Conecte Publi

[WWW.CONECTELUBLI.COM](http://WWW.CONECTELUBLI.COM)



# POR ORDEM AFABÉTICA

[www.conectepubli.com](http://www.conectepubli.com)

**A**

- A-Roll: Filmagem principal, geralmente com o criador falando diretamente para a câmera.
- Analytics: Dados e métricas usadas para medir desempenho e engajamento de conteúdos.
- Audiencia: Público-alvo ou seguidores de um criador.

**B**

- B-Roll: Imagens complementares sobrepostas à narração ou cena principal.
- Branding: Estratégia para construir a percepção e a identidade de uma marca.
- Briefing: O briefing define a estratégia geral da campanha. É estratégico e conceitual, fornecendo o contexto geral e os objetivos da campanha. Ele orienta o criador sobre o porquê do conteúdo, além de informações sobre a marca, o público-alvo e a mensagem principal. Inclui: Objetivo da campanha (ex.: aumentar a consciência sobre o produto), Público-alvo (ex.: jovens de 18 a 25 anos), Diretrizes de tom e voz (ex.: divertido e inclusivo), Palavras-chave ou mensagens importantes.

**C**

- Call to Action (CTA): Chamada para ação, como “Clique aqui” ou “Saiba mais.”
- Carrossel: Publicações com várias imagens ou slides, ideais para explicar temas ou apresentar produtos.
- Collab (Colaboração): Parceria entre criadores ou entre criadores e marcas para criar conteúdos conjuntos.
- Community Building: Estratégia de criar e nutrir comunidades digitais em torno de uma marca ou criador
- Conecte Publi: Plataforma que conecta diretamente campanhas publicitárias a todos os tipos de criadores de conteúdo digital.
- Content Pillars: Pilares de conteúdo definidos para orientar a criação, como educação, inspiração ou entretenimento.
- Contrato: Um acordo formal e legalmente vinculante que detalha os termos e condições de uma parceria entre criador e marca.

- **Conteúdo Nativo ou Lo-Fi:** Conteúdo que se mistura naturalmente com o feed do usuário, sem parecer uma publicidade tradicional.
- **Creative Brief:** Resumo criativo usado para orientar os criadores a produzir conteúdo alinhado à estratégia da marca.
- **Creator Economy:** Economia baseada em criadores de conteúdo que monetizam suas habilidades e audiências.
- **Creator Marketplace:** Espaço onde marcas e criadores se conectam para parcerias.
- **Criativo:** Na Creator Economy, o termo “Criativo” se refere ao conteúdo ou material que um criador desenvolve para representar uma marca, produto ou serviço.
- **CPC (Cost Per Click):** Custo por clique em um anúncio ou link.
- **CPM (Cost Per Mille):** Custo por mil impressões de anúncios.

## D

- **Direito de Uso (Right of Use):** Contrato que determina o período e os meios pelos quais a marca pode usar o conteúdo gerado.

## E

- **Embaixador de Marca:** Criador que representa oficialmente uma marca, promovendo seus valores e produtos a longo prazo.
- **Engajamento:** Métrica que mede o envolvimento do público com o conteúdo, como curtidas, comentários e compartilhamentos.
- **Escopo:** São os entregáveis obrigatórios que o Creator precisa entregar para campanha publicitária da marca. Ele é focado nos detalhes operacionais e técnicos do trabalho que será realizado. Inclui diretrizes como estilo, prazo, formato e objetivos. Inclui: Formato (vídeo, foto, texto), Duração (ex.: 30 segundos), Estilo (ex.: tom descontraído), Prazo de entrega, Requisitos específicos (ex.: incluir uma hashtag ou mostrar um produto). Exemplo prático : O escopo de uma campanha pode exigir um vídeo de 30 segundos mostrando o uso de um produto e mencionando uma hashtag específica. Ou criar 3 vídeos curtos de 15 segundos mostrando o produto sendo usado em situações do dia a dia e enviar via Google Drive.
- **Estabilização:** Técnica para eliminar tremores da câmera, garantindo imagens suaves.

## G

- **Gancho (Hook):** Primeiro momento do vídeo, projetado para prender a atenção do espectador.

- **Gancho Criativo:** É a parte inicial de um conteúdo que captura imediatamente a atenção do público, incentivando-o a continuar consumindo o material. Pode ser usado em vídeos ou carrosséis.

## I

- **IGC (Influencer-Generated Content):** Conteúdo criado por influenciadores digitais, com alcance maior, mas foco em engajamento e marca pessoal.

## K

- **Keyframes:** Pontos definidos para criar animações, como movimentação de texto ou zooms em vídeos.

## L

- **Lives:** Transmissões ao vivo para interagir diretamente com a audiência.
- **LUT (Look Up Table):** Preset de cores usado para ajustar ou estilizar a coloração de vídeos.

## M

- **Macro Influencer:** Criadores com uma grande audiência (100k-1M), oferecendo alcance amplo.
- **Mega Influencer:** Criadores com mais de 1 milhão de seguidores, frequentemente celebridades.
- **Micro Influencer:** Criadores com uma base moderada de seguidores (10k-100k), conhecidos por sua autenticidade e engajamento.
- **Mídia Kit:** Documento completo que apresenta as métricas, valores e portfólio de um criador para marcas.
- **Monetização:** Processo de gerar receita por meio de conteúdo digital, como anúncios, parcerias e vendas de infoprodutos.
- **Monetização Direta:** Geração de receita através de assinaturas, vendas ou gorjetas diretamente do público.

## N

- **Nano Influencer:** Criadores com uma base de seguidores menor (1k-10k), mas altamente engajada.

## O

- **Orgânico:** Alcance ou engajamento gerado sem o uso de anúncios pagos.
- **Overlay:** Elemento visual ou gráfico adicionado sobre o vídeo, como texto ou animações.

**P**

- **Paid Partnership:** Indicação de que o conteúdo foi patrocinado por uma marca.
- **Performance:** Medida do sucesso de um conteúdo em gerar resultados, como vendas ou cliques.
- **Plataformas de Criadores:** Redes como YourClub, Instagram e TikTok, onde criadores produzem e distribuem conteúdo.
- **Portfólio:** Conjunto de trabalhos realizados, mostrando a qualidade e o estilo do criador.

**R**

- **Reels/Shorts:** Vídeos curtos e dinâmicos, populares em plataformas como Instagram e YouTube.
- **ROI (Return on Investment):** Retorno financeiro gerado em relação ao investimento em campanhas.
- **Roteiro:** Um planejamento detalhado que orienta a criação de conteúdo, especificando o que será dito, mostrado e como o material será produzido. Exemplo: Em uma campanha de UGC, o roteiro pode incluir frases que o criador deve dizer, etapas para demonstrar um produto e sugestões de ângulos de gravação.

**S**

- **SFX (Sound Effects):** Efeitos sonoros utilizados para complementar o áudio do vídeo.
- **Slow Motion:** Efeito que desacelera o movimento para destacar detalhes.
- **Social Proof:** Prova social utilizada para convencer novos consumidores, como depoimentos em vídeos UGC.
- **Spark Ads:** Funcionalidade no TikTok que permite impulsionar conteúdos orgânicos criados por usuários.
- **Storyboard:** Roteiro visual que organiza as cenas antes da gravação.

**T**

- **Time-Lapse:** Técnica que acelera a reprodução de imagens para mostrar o passar do tempo.
- **Tráfego Pago:** Estratégia de promoção usando anúncios pagos em plataformas digitais.
- **Termo de Aceite (Acceptance Agreement):** Um documento ou cláusula que confirma que ambas as partes aceitaram os termos acordados, mas de forma menos formal e mais simplificada no meio digital.

**V**

- VFX (Visual Effects): Efeitos visuais criados digitalmente, como partículas, fogo ou transições criativas.
- Voice Over (Voz Off): Narração gravada separadamente e adicionada ao vídeo.

**W**

- Whitelisting: Permissão para que uma marca promova conteúdo gerado pelo usuário através do perfil do criador.



# POR CATEGORIA

[www.conectepubli.com](http://www.conectepubli.com)



## TIPOS DE CREATORS

1. UGC Creator (User-Generated Content Creator): Criador de conteúdo que produz materiais autênticos para marcas sem necessariamente usar sua audiência pessoal.
2. IGC Creator (Influencer-Generated Content Creator): Criador que utiliza sua influência e audiência pessoal para promover marcas.
3. Nano Influencer: Criadores com uma base de seguidores menor (1k-10k), mas altamente engajada.
4. Micro Influencer: Criadores com uma base moderada de seguidores (10k-100k), conhecidos por sua autenticidade e engajamento.
5. Macro Influencer: Criadores com uma grande audiência (100k-1M), oferecendo alcance amplo.
6. Mega Influencer: Criadores com mais de 1 milhão de seguidores, frequentemente celebridades.

## ESTRATÉGIAS E MÉTODOS

7. Monetização: Processo de gerar receita por meio de conteúdo digital, como anúncios, parcerias e vendas de infoprodutos.
8. Mídia Kit: Documento completo que apresenta as métricas, valores e portfólio de um creator para marcas.
9. Portfólio: Conjunto de trabalhos realizados, mostrando a qualidade e o estilo do criador.
10. Tráfego Pago: Estratégia de promoção usando anúncios pagos em plataformas digitais.
11. Orgânico: Alcance ou engajamento gerado sem o uso de anúncios pagos.
12. Mídia Orgânica: Alcance ou engajamento gerado de forma espontânea, sem investimento em anúncios.
13. Afiliados: Criadores que promovem produtos e recebem comissão por vendas realizadas através de seus links ou cupons exclusivos.
14. Social Proof (Prova Social): Prova social utilizada para convencer novos consumidores, como depoimentos em vídeos UGC.
15. Conteúdo Nativo ou Lo-Fi: Conteúdo que se mistura naturalmente com o feed do usuário, sem parecer uma publicidade tradicional.
16. ROI (Return on Investment): Retorno financeiro gerado em relação ao investimento em campanhas.

- 17. Branding: Estratégia para construir a percepção e a identidade de uma marca no mercado.
- 18. Rebranding: Estratégia para reposicionar ou reformular a imagem de uma marca.
- 19. Call to Action (CTA): Ação esperada no final do conteúdo, como “Clique no link” ou “Compre agora.”

## PLATAFORMAS E FERRAMENTAS

- 20. Plataformas de Criadores: Redes como YourClub, Instagram e TikTok, onde criadores produzem e distribuem conteúdo.
- 21. SEO (Search Engine Optimization): Técnica para otimizar conteúdos e torná-los mais visíveis em mecanismos de busca.
- 22. Analytics: Dados e métricas usadas para medir desempenho e engajamento de conteúdos.
- 23. Spark Ads: Funcionalidade no TikTok que permite impulsionar conteúdos orgânicos criados por usuários.
- 24. Whitelisting: Permissão para que uma marca promova conteúdo gerado pelo usuário através do perfil do criador.
- 25. Conecte Publi: Plataforma que conecta diretamente campanhas publicitárias a todos os tipos de criadores de conteúdo digital.

## FORMATOS DE CONTEÚDO

- 26. Reels/Shorts: Vídeos curtos e dinâmicos, populares em plataformas como Instagram e YouTube.
- 27. Lives: Transmissões ao vivo para interagir diretamente com a audiência.
- 28. Carrossel: Publicações com várias imagens ou slides, ideais para explicar temas ou apresentar produtos.

## MODELOS DE PARCERIAS

- 29. Publicação Patrocinada: Post ou vídeo produzido para promover um produto ou serviço de uma marca.
- 30. Embaixador de Marca: Criador que representa oficialmente uma marca, promovendo seus valores e produtos a longo prazo.
- 31. Collab (Colaboração): Parceria entre criadores ou entre criadores e marcas para criar conteúdos conjuntos.

## FINANCEIROS E JURÍDICOS

- 32. CPM (Cost Per Mille): Custo por mil impressões de anúncios.
- 33. CPC (Cost Per Click): Custo por clique em um anúncio ou link.
- 34. Contrato: Um acordo formal e legalmente vinculante que detalha os termos e condições de uma parceria entre criador e marca.
- 35. Termo de Aceite (Acceptance Agreement): Documento ou cláusula que confirma que ambas as partes aceitaram os termos acordados, de forma menos formal e mais simplificada no meio digital.
- 36. Direito de Uso de Imagem (Right of Use): Contrato que determina o período e os meios pelos quais a marca pode usar o conteúdo gerado.

## PRODUÇÃO DE CONTEÚDO

- 37. A-Roll: Filmagem principal, geralmente com o criador falando diretamente para a câmera.
- 38. B-Roll: Imagens complementares sobrepostas à narração ou cena principal.
- 39. Gancho (Hook): Primeiro momento do vídeo, projetado para prender a atenção do espectador.
- 40. Overlay: Elemento visual ou gráfico adicionado sobre o vídeo, como texto ou animações.
- 41. LUT (Look Up Table): Preset de cores usado para ajustar ou estilizar a coloração de vídeos.
- 42. Keyframes: Pontos definidos para criar animações, como movimentação de texto ou zooms em vídeos.
- 43. SFX (Sound Effects): Efeitos sonoros utilizados para complementar o áudio do vídeo.
- 44. Slow Motion: Efeito que desacelera o movimento para destacar detalhes.
- 45. Time-Lapse: Técnica que acelera a reprodução de imagens para mostrar o passar do tempo.
- 46. VFX (Visual Effects): Efeitos visuais criados digitalmente, como partículas, fogo ou transições criativas.
- 47. Voice Over (Voz Off): Narração gravada separadamente e adicionada ao vídeo.

## STORYTELLING E PLANEJAMENTO

- 48. Briefing: Documento que detalha o que a marca deseja no conteúdo, incluindo informações sobre produto, tom de voz e objetivos.
- 49. Creative Brief: Resumo criativo usado para orientar os criadores a produzir conteúdo alinhado à estratégia da marca.
- 50. Storyboard: Planejamento visual das cenas antes da gravação.
- 51. Escopo: Diretrizes técnicas e operacionais detalhadas que o criador precisa cumprir para atender às exigências de uma campanha publicitária.

## NOVOS CONCEITOS

- 52. Creator Marketplace: Espaço onde marcas e criadores se conectam para parcerias.
- 53. Community Building: Estratégia de criar e nutrir comunidades digitais em torno de uma marca ou criador.
- 54. Monetização Direta: Geração de receita através de assinaturas, vendas ou gorjetas diretamente do público.
- 55. Performance: Medida do sucesso de um conteúdo em gerar resultados, como vendas ou cliques.