



Olá,

Este é um *material complementar* aos documentos tradicionais que inventamos para registrar a *nossa experiência*.

Com *vinte anos de carreira*, você deve imaginar que já fiz uso de vários destes documentos e estará certo se pensar assim.

Por isso este material é tão relevante para mim em 2024. Ele é uma maneira *mais explicada e dedicada* que dá conta do meu estar no mundo quando o tema é o fazer profissional. **Uma versão do diretor, se preferir.**

E escolher essa forma de existir no mundo da economia criativa é importante para mim por dois motivos principais.

O primeiro: é porque tenho realmente uma missão pessoal de aproximar o mundo dos porquês do mundo dos comos, ao qual estamos normalmente aprisionados.

De forma mais polida: estreitar a minha experiência acadêmica com os desafios diários de quem luta no campo da economia criativa.

O segundo: porque deixando claro meus campos de interesse principais, eu consigo criar relações mais profundas e significativas com as empresas, marcas e assinantes com os quais mantenho projetos.

Além de manter distante quem não está na mesma direção, sabe?

Esta maneira de estar no mundo não se resume, mas pode ser compreendida a partir de **quatro territórios de atuação**.

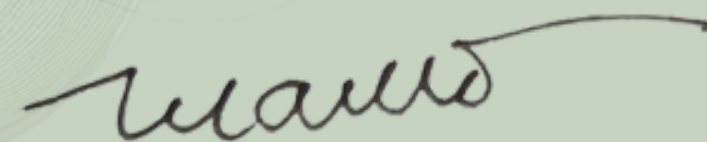
Não são atividades, embora se misturem a elas, são **quatro campos de constante pesquisa e produção criativa**.

Estes quatro territórios se apresentam a partir de *manifestações*: algumas já no ar, outras à procura de colaboradores, sejam eles colegas de profissão, marcas, empresas ou clientes.

E essas manifestações se apresentam todos os meses atualizadas em versões renovadas deste mesmo material.

O meu convite é fazer esse percurso a partir de agora com você, pela primeira vez.

Vem comigo?



primeira parte: **quatro** **territórios**

Por território, você imagina que é um tema sobre o qual me dedico, pesquiso e produzo sobre.

Da mesma forma, é um ativo criativo e intelectual que a minha experiência permite garantir para as marcas, empresas e assinantes com os quais me relaciono.

No português mais claro que um material como esse permite: é o que você ganha ao assistir minha jornada mais de perto.







a fronteira

a fronteira

Sempre me chamou atenção a forma como as pessoas são reféns do *como isso se dá* na indústria criativa. Não porque saber operar algumas técnicas seja ruim para os negócios. O incômodo tem a ver com a questão da dependência mental que este comportamento gera.

Reféns do como desenvolvem uma fome constante e crescente de modismos e superficialidades, repetindo o que viram alguém que já repetira determinada maneira de ver o mundo, de interpretar o seu momento, de se comunicar com seus pares e, na voz de marcas, com seus públicos.

Reféns do como, neste sentido, também bloqueiam a análise crítica dos movimentos que estão inseridos sejam eles econômicos, culturais ou tecnológicos.

Consideram como dogmas aquilo que, em alguns casos é somente um movimento especulativo de forças econômicas, por exemplo.

E, mais alarmante, reféns do como lêem de forma equivocada suas próprias realidades.

Ao importarem maneiras de pensar, e não submetê-las à análise crítica; impedem aquilo que temos de melhor no Brasil, já batizado em outros momentos de Antropofagia. Perdemos o nosso instinto visceral para o antropofagismo.

Cheguei neste território de atuação como uma resposta a isso.

Chamo de Tríplice Fronteira a resposta aos Reféns do Como.

A Tríplice Fronteira entre Tecnologia, Comunicação e Cultura é um lugar desafiador de se ocupar.

Troquei a segurança de um único olhar pela inconstância de um farol, sempre em circunvoluções.

Direto desta tríplice fronteira busco trazer à luz os acontecimentos que têm essa capacidade única de morar nas três instâncias e nos ajudam a, no lugar de repetir o COMO, desvendar o PORQUÊ do que vemos.

Manifestamos nossos desmandos culturais a partir da comunicação e a tecnologia não é origem, mas desdobramento técnico destas amarras culturais e de nossa necessidade de utilizar isso para tornar comum nossos discursos, sejam eles de dominação, luta ou elevação.

Estou atento.

a fronteira

Estou atento.

Estou atento em como a tecnologia deixa emergir discursos opacos e dentro dela esconde agendas.

Estou atento aos movimentos culturais que ora transpassam, ora são invadidos pela evolução técnica. *Com especial atenção para os momentos em que conseguem hackeá-la sem deixar passar aqueles outros nos quais podem ser inoculados por seus vírus.*

Estou atento em como a indústria da comunicação (amplo senso aqui) exerce domínio destes mesmos discursos, praticando hegemonia, *diluindo justas lutas identitárias, produtizando* estilos de vida a partir daquilo que convencionamos generalizar pelo nome de marca.

Mas é um tipo de atenção integrativa, tri-partida, triplicada, tríplice como a sua fronteira.

Tamanha é a interrelação entre os três vértices que não faz sentido mirá-los sob a ótica de uma falsa individualidade.

É o território que mais se aproxima de um fazer acadêmico, ainda que siga livre de metodologias clássicas.

É empírico, ainda que me afete *etnograficamente* falando. É livre-pensar ainda que comprometido com fatos e conclusões.

É íntimo até que publicado e público.

E, por favor, é essencialmente questionável, refutável, combatível... e tudo isso desde que guardemos mínima civilidade.

a fronteira se traduz em:

olhares *entregas*



A curiosa relação
entre tecnologia,
comunicação e
cultura

As razões e porquês
de determinados
movimentos
tecnológicos

Capitalismo tardio,
plataformização,
emergência das IAs

Cultura ontem,
hoje e futuro

Conteúdo
semanal
sobre o tema

Trends e Reports
para briefings
criativos

Workshops
e mentorias

Conteúdo para
briefings e
planejamentos





The background is a complex, abstract digital illustration. It features a dense network of thin, light-colored lines that resemble circuit traces or data paths. Overlaid on these are thick, flowing, wavy bands of color in shades of light blue, teal, and pale yellow. The overall effect is one of dynamic movement and technological complexity. The text is centered horizontally and vertically within this field.

a.i. celeradores

a.i. celeradores

Em segundo semestre de 2023, um *insight* se manifestou em meu radar: a larga adoção dos modelos de linguagem e inteligências artificiais não é o metaverso desta temporada. É uma mudança de estado de coisas.

Sua utilização em todo tipo de negócio, equipes e com os propósitos dos mais variados, já não é mais assunto sobre potencial. A escala dos impactos já mora no momento do agora.

Já alterou de forma irreversível em especial o mundo da indústria criativa. E é um engano pensar que tem a ver com ilustrar, ou escrever um e-mail, ou sugerir um logotipo para a sua nova startup.

Já alterou os fluxos de pesquisa, produção e distribuição de vários formatos de conteúdo. E vai soar inocente achar que isso se relaciona com criar canais automáticos para o YouTube ou dublar a sua própria voz em Grego, Sânscrito e Aramaico.

Já alterou a perspectiva de clientes sobre agilidade. E seu equívoco será que agilidade tem a ver com prazos menores, multitarefa sem propósito ou entregas volumosas.

E, claro, já disparou o debate sobre originalidade, ética e um mundo pós-humano. E aqui, você soará iniciante se entender que esse assunto é primeiro, mais relevante do que antes, segundo, menos relevante do que sempre.

Mas se tanta mudança veio acompanhada de tanta dúvida e possíveis deslizos, onde mora a rocha fundamental do território?

E se eu te revelar que estão contando apenas parte da história?

Entender a magia dos prompts é só o começo. E sequer é a forma mais poderosa de se começar. Os prompts estão aqui e eles roubam tempo e dedicação quando vistos um a um.

Quando você expande a sua visão, começa a conectar todos eles a partir de rotinas automatizadas e transforma ações repetitivas e rotineiras em fluxos muito bem construídos.

E quando você de fato submete o poder dos agentes aceleradores de I.A., usa-os para criar, popular e expandir bases de conhecimento de marcas, empresas, personalidades, narrativas. . . aqui, você ultrapassa uma barreira definitiva.

a.i.celeradores

É este caminho que percorro agora. Estou no segundo estágio. Até o final do ano, no terceiro.

É aqui que eu manifesto minha presença neste território a partir de duas grandes vertentes.

A Sinapse, meu modelo de negócios para gestão de conteúdo acelerado por A.I. que está em MVP em página hospedada em contemconteudo.com/sinapse. Um exercício de metodologia de produção de conteúdo sem escalas. Mas com originalidade e propriedade.

Minha plataformas de pesquisa que em algum lugar deste documento estarão listadas, com embates críticos sobre questões para além do dia a dia.

Pegando carona na cultura pop, este território tem muito mais a ver sobre como vamos encontrar e travar contado com o nosso C3PO, ajudante dedicado e multilíngue, do que temer a voz monocórdica de um Hall9000 que a todos vai nos dominar.

Entender a magia dos prompts é só o começo. E sequer é a forma mais poderosa de se começar. Os prompts estão aqui e eles roubam tempo e dedicação quando vistos um a um.

Quando você expande a sua visão, começa a conectar todos eles a partir de rotinas automatizadas e transforma ações repetitivas e rotineiras em fluxos muito bem construídos.

E quando você de fato submete o poder dos agentes aceleradores de I.A., usa-os para criar, popular e expandir bases de conhecimento de marcas, empresas, personalidades, narrativas. . . aqui, você ultrapassa uma barreira definitiva.

os a.i. celeradores se manifestam em:

olhares

entregas



A.I está aí desde 1950. Por que agora?

Modelos de negócio a partir da A.I

Ética no mundo regulado por A.I.

Transumanismo e pós-humanismo

Conteúdo semanal sobre o tema

Consultoria implantação de A.I. em empresas

Gestão de conteúdo para marcas a partir de A.I.

Conteúdo para briefings e planejamentos







***liderança
de equipes
criativas***

liderança criativa

Quando comecei a editar o meu primeiro projeto de conteúdo digital, um blog, em 2004 sussurrava um mantra a cada publicação de post: *se este conteúdo ajudar uma só pessoa que seja, já valeu a pena o esforço.*

Duas décadas depois, as estimativas mais modestas dão conta de pelo menos **250 pessoas** que foram apoiadas, receberam algum tipo de treinamento ou até mesmo acolhidas em suas decisões mais pessoais por mudança.

Em paralelo, projetos de conteúdo dos quais participei e/ou criei já levaram artigos, palestras, episódios de podcast e mentorias para - pelo menos - 10.000 outros profissionais.

Curiosamente, estou nessa para continuar aprendendo e, com sorte, dividindo algo que consegui fixar na memória aqui e ali.

Até porque, algumas coisas tenho consolidadas desde 1995. Umas eu ouvi, outras eu descobri quando enxerguei ao longe ou quando pisquei e fui atropelado pelo calor das mudanças.

Sinto uma missão nova: levar às gerações que chegam que a carreira é uma propriedade intransferível e não disponível para aluguel ou venda.

Uma realidade pós-pandêmica, cercada de ultra-concentração de renda e bombardeada por conteúdos apocalípticos sobre o fim do emprego, de indústrias inteiras e até do conceito de trabalho e carreira, é um bom cenário, concorda?

Talvez não do seu gênero preferido, mas um bom cenário.

É a partir deste embate que opto por encarar a boa luta.

Que pode acontecer em todos os momentos em que vivo com verdade o compromisso de promover formações de **equipes diversas** como fortaleza para qualquer negócio.

Quando acolho novos talentos não pelo que já tem, mas pelo que estão dispostos a construir em conjunto e de forma colaborativa.

Quando respeito os tempos, os movimentos, as dores, as falhas e a dimensão humana de cada dia vivido com as minhas equipes.

Quando consigo fazer deste **chamado**, parte da **cultura das organizações** que ajudo a construir.

Quando entendendo que isso pode querer dizer procurar muito mais até encontrar quem mora nesse território também.

a liderança criativa mora em:

olhares

entregas



Mapeamento e Curadoria de novos talentos

Economia criativa: ética, legislação, diversidade, 50+

Metodologias para formação de criativos multicanal

Liderança para estratégia e conteúdo

Desenho de operações e gestão de talentos

Projetos criativos de alto impacto

Criação e condução de processos de aprendizado contínuo para equipes





The background features a complex, abstract design with a light blue and green color palette. It includes numerous overlapping, multi-layered swirls and concentric circles in shades of teal, light blue, and pale green. Interspersed among these organic forms are various geometric elements such as thin lines, small circles, and hexagonal shapes, some of which are semi-transparent. The overall effect is a sense of dynamic movement and depth, typical of modern digital art or data visualization.

***modelagem
de negócios
em conteúdo***

projetos em conteúdo

Meu quarto território, que se alimenta em igual potência entre pesquisa e produção, pode ser entendido como a união de todos os outros. E, ele mesmo, a prática e ofício de reunir peças e dispô-las para interagir da maneira mais fluida, suave e musical possível.

Quando modelo projetos de conteúdo penso como eles transitam na tríplice fronteira entre tecnologia, comunicação e cultura. *Por isso assumem ora aspectos de lutas necessárias para manifestar a liberdade de expressão de comunidades, ora para debater o quanto isso é só mais um sub-produto de determinada indústria.*

É também ao participar de *sprints* criativos ao lado de equipes de marcas, plataformas e startups que entendo que só faz sentido estar ao lado de quem vibra na mesma frequência. *Por isso pratico a liderança criativa em todas as suas nuances, selecionando os times para desenhar o projeto, conduzindo as dinâmicas e atuando como mentor aqui e ali.*

Nem que isso se traduza, em determinado momento, no ato de assumir o posto de mensageiro com alertas sobre novas realidades que se descortinam, com sinalizações sobre a emergência de *processos criativos mediados ou acelerados por Inteligência Artificial, Automação e Gestão de grandes bases de conhecimento exponencial.*

Visitar este território me permite colocar à prova todas as atenções, a intensidade do radar e as hipóteses costuradas a cada curadoria, a cada resumo de *report* e tendências, a cada lista de leituras.

Mas, claro, precisamos fazer a economia girar, os boletos estão aí. Assim, minha principal entrega neste território é a de transformar vinte anos de experiência na fluidez dos primeiros meses, na paixão pelo novo, no amor por aquilo que funciona, no incondicional apreço pelas conversas reais alimentadas por comunidades que precisam de voz.

Construir presenças baseadas em conteúdo é saber respeitar o pulso da cultura digital e co-criar suas próximas fases.

Saber dos desafios, das potências, das limitações e transformar isso na próxima trend, no próximo creator, na ação que não será esquecida.

Até que a gente lembre tudo de novo.

modelo projetos de conteúdo a partir de:

olhares

entregas



Integração de Curadoria de tendências em formatos, narrativas e canais

Análise de impacto para ambientes de recorrência na ótica da creators economy

Mapeamento de impacto social, com versão para projetos especiais de conteúdo

Criação de metodologia para sprint criativo

Estratégia de conteúdo, canais e narrativas

Formatos e produção de projetos de conteúdo

Condução e reports pós-sprint

Growth orientado a conteúdo



projetos, propósito, direção

É esse o 2024 que quero construir com a ajuda de quem estiver disposto.

Como eu sei que vou curtir a jornada? Não é a primeira vez que faço isso.

É o que eu vou explicar agora.







segunda parte:
Ouroboros

Ouroboros é um símbolo antigo representando uma serpente ou dragão que morde sua própria cauda, simbolizando o ciclo eterno da vida, morte e renascimento, além da interdependência de opostos.

segunda parte: **ouroboros**

Encarar uma forma de estar no mundo a partir dos **quatro territórios** que acabei de apresentar não é tarefa fácil.

Sei disso porque faço isso há duas décadas.

Para desconstruir a noção de experiência vou pegar carona em outro conceito: o de Antifragilidade.

O conceito conheci em algum momento de 2021, mas quanto mais leio sobre ele, mais percebo que ele esteve presente em várias etapas da minha jornada.

Por isso, essa linha do tempo começa do final do ano passado e vai até o meu primeiro projeto, a minha primeira entrega, antes mesmo da internet existir no país.

Faz sentido falar de antifragilidade em um ambiente tão voraz quanto o da economia criativa.

Vou fazer isso a partir da ótica de algum pioneirismo, doses de apreço por organização de grandes volumes e conhecimento e predileção especial por produzir e contar histórias. Todas ao mesmo tempo desde o começo.

Mas começo do hoje e vou retrocedendo ano a ano. Daí, fica a dica: conquistas mais recentes estão à esquerda e a medida que formos caminhando para a direita, vamos recuando nos primeiros dias. Combinado?

E é assim a vida do pioneiro em meio ao caos.



2023

O Diretor de Novos Negócios, o entusiasta de A.I. e o Gestor de Conteúdo

RESUMIDO



POR BRUNO NATAL

Lidero o começo promissor dos canais proprietários do A-Lab, conversando com criadores na newsletter *Trend ou Flop* e modelando negócio para projetos como o podcast *Resumido.cc*.

make
formerly Integromat

Em busca de certificações no território de I.A. e Automação, consigo a primeira na plataforma Make.com.

Com ela, estruturo automações aceleradas para I.A. em diversos MVPs de projetos de conteúdo para marcas variadas, para a minha produtora e o próprio *Grupo Dreamers*.

Rappi



Desenvolvo metodologia para abordagem comercial e captação de novos projetos de conteúdo que consegue ser ágil e aprofundada sem sobrecarregar equipes criativas.

A metodologia permite entregar complexos documentos para RFPs e RFIs em uma semana ou menos. *Mais de 20 projetos entregues no ano.*

PARQUE DO RIO



Tenho a oportunidade de implementar pela *contemconteudo.com* mais um grande projeto com base em minha metodologia de gestão de conteúdo para duas operações do **Grupo Cataratas**: BioParque do Rio e Aquário Marinho do Rio.

Gerencio duas equipes em paralelo que, seguindo o planejamento de conteúdo que fiz para as duas marcas, atinge mais de de 200 peças de conteúdo durante o ano.



mauroamaral.com/2024

2022

O showrunner, o Diretor de Estratégia, o Pesquisador de Tecnologia, Comunicação e Cultura.



Crio, produzo e mantenho *She Rocks*, o primeiro Podcast Rock in Rio. O projeto é dedicado ao papel das mulheres na indústria da música.

Terceiro projeto da *contemconteudo.com* com o Grupo Dreamers: mais de 25 entrevistadas e programa final ao vivo da Cidade do Rock com participações de Luisa Sonza, Priscilla Alcantara, Majur, Roberta Medina entre outras.

[leia o case](#) →



Direciono, acompanho e ajudo a estruturar a operação de conteúdo em tempo real que levou o Itaú a ser a marca mais lembrada no Rock in Rio 2022.

O acerto aqui foi levar a equipe que já cuidava o conteúdo das redes da marca para o campo e equilibrar o calendário com o calor dos acontecimentos.

[leia artigo pós-Festival](#) →



Defendo a minha dissertação de Mestrado no PPGCOM da UERJ.

O momento é especial porque encarei matérias e pesquisa durante a Pandemia, tinha na banca três catedráticos renomadíssimos em estudos de **Mídia Sonora** e o tema não poderia ser mais querido, a cena dos Podcasts Independentes.

[leia a dissertação](#) →



Recebo o convite para me integrar à **Direção de Estratégia** do A-Lab.

A ideia é desde sempre mesclar entendimentos acadêmicos, de metodologia e de projetos de conteúdo na **gestão de equipes multidisciplinares** em todos os seus rituais e demandas.



2021

O Head de Estratégia que achou engraçada a nova onda das newsletters



Sempre regida pelo tom da cooperação, a parceria com o A-Lab e Grupo Dreamers dá origem ao segundo projeto de narrativas em áudio produzido pela *contemconteudo.com*, o **HumanoramaCast**.

Seu principal diferencial, a metodologia de projetos remota, ainda sob as limitações da Pandemia.

O que não restringiu a qualidade dos entrevistados: Monja Cohen, Luis Justo, Agatha Areas, Babi Buono, Martha Gabriel e ainda extratos das conversas dos eventos ao vivo que marcaram a primeira edição do Festival de Conversas do Rock in Rio.

[leia artigo sobre](#) →



/dois mil e vinte e três
Não é um post sobre reflexão, aviso logo.
26, 2023 • MAUROAMARAL.COM

Planejo, estrutura e lanço em tempo recorde a newsletter do projeto *mauroamaral.com*, minha plataforma pessoal.

A onda das news viria meses depois a despontar como uma grande novidade no mundo do conteúdo. Eu, ri.

[assine](#) →



O Itaú propôs um **desafio** para o A-Lab: conhecer e identificar o **potencial de uma nova rede** e de sua estética, o TikTok.

A missão envolvia trazer natividade na forma de produzir conteúdo para estreitar a conexão com a faixa 18-34 anos, que começava a considerar o avanço das Fintechs.

Nossa primeira jornada com a marca nos levou a um mergulho no mundo da **creators economy**, a alma desta plataforma.

A chegada do banco no TikTok envolveu um BigLaunch com Pedro Sampaio, uma segunda onda de reverberação com um **squad** de criadores nativos e em curva crescente de influência.

Em uma terceira fase o always-on desta rede nos levou a desenvolver uma curadoria ativa e focada em identificar as **“rising stars”** da plataforma.

Aprendemos juntos com o Itaú que **vale mais** conectar os criadores que tenham propriedade, natividade e estejam ativas e engajadas ao redor de

A marca **Itaú** chega no **A-Lab** a partir de um pedido de análise de contexto e crescimento do Tiktok. Em pouco mais de seis meses, **um projeto vira 15**.

Traduzo em **planejamentos de conteúdo estratégico e tático**, desafios da nova plataforma de marca, sua entrada nos territórios de Games, Música e Creators Economy, além do repensamento de suas principais redes e franquias de conteúdo.

Além disso, **gestão das equipes e destas com equipes de outras agências** que atendem a maior marca do país.



mauroamaral.com/2024

2020

Três desafios pandêmicos

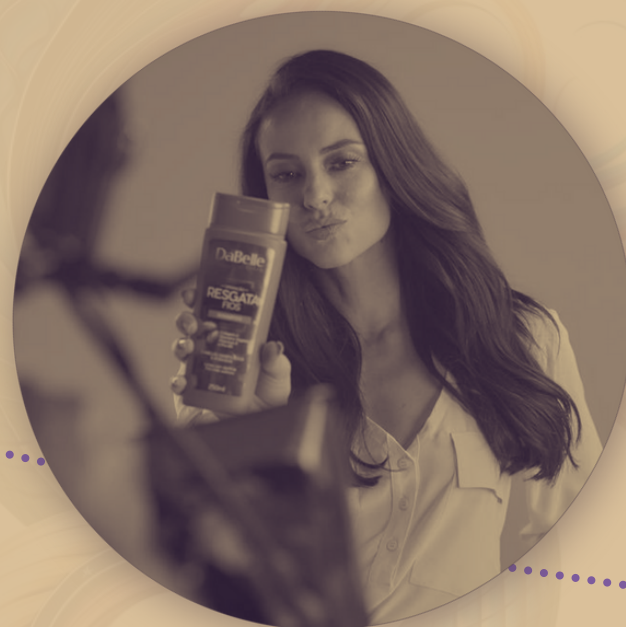


Desafio Pandêmico III: A Localiza - maior marca de mobilidade do país - é cliente do A-Lab desde os primeiros dias de atuação.

No lançamento do seu serviço de assinaturas, o Localiza Meo, nos procura para lançar um projeto e narrativa em áudio, o primeiro que faríamos em parceria com a contemcontedo.com.

O Meo Caminho Podcast traz entrevistas com Camila Farani, Nina Sliva, Ronaldo Lemos, Minha Professora Gringa, Michel Alcoforado e Edu Lyra. É o balão de ensaio de nossa metodologia de podcasts remotos..

[ouça os episódios](#) →



Desafio Pandêmico II: Poucos meses depois de seu lançamento, a marca Duty Cosméticos e suas submarcas enfrentam a pandemia mergulhando de cabeça (e cabelos) nas Lives, conteúdos sobre Saúde Mental e esclarecimento sobre COVID-19.

O desafio aqui, enquanto Head de Estratégia na época, é não só compartilhar informação útil para o momento mas seguir construindo atributos de marca em meio a comoção global.



Desafio Pandêmico I: Não tem como esquecer o dia 13 de março de 2020.

Estou na primeira aula do Mestrado, o WhatsApp começa a tocar e Grupos me avisam que o mundo vai fechar. Passo os próximos dois anos enclausurado, com leituras e matérias online.

[ouça podcast sobre](#) →



mauroamaral.com/2024

2019-17

O livro sobre e-commerce e o convite para o A-Lab



Recebo o convite em agosto de 2019 para me integrar ao recém criado **A-Lab**, o Laboratório de Conteúdo e Narrativas do Grupo Dreamers.

O convite se deve, sobretudo, à minha experiência em construção de marca, territórios de potência e narrativas nativas para o digital, vindas da fase com **MagaLu**, **Zoom** e outros projetos pela *contemconteudo.com*.



O blog da MetLife, muito mais seguro com a metodologia da *contemconteudo.com*

A *contemconteudo.com* segue aplicando sua metodologia para projetos com **Alto Volume** de conteúdo, gerenciando o blog a MetLife, uma das mais tradicionais seguradoras do mundo.

[leia o case](#) →



MANIFESTO

PARA A CRIAÇÃO DE UMA PLATAFORMA PARA HACKEAR AS TIMELINES E DELAS RETRIBUIR DISCUSSÕES RELEVANTES SOBRE OS ASSUNTOS DO TEMPO PRESENTE.

A partir de 2018 vou gradativamente desviar a audiência de projetos antigos e redes sociais para a única plataforma, a url mauroamaral.com.

O manifesto a seguir registra meu pensamento por trás dessa decisão e como vou me comportar nos próximos cinco anos.

PRIMEIRA PARTE
SOBRE O PROCESSO DE PRODUÇÃO

Monto o projeto *mauroamaral.com* com base em um outro insight muito preciso: a era das timelines filtradas por algoritmos vai acabar em breve, porque serve apenas às plataformas.

Sigo com uma plataforma pessoal e direta como prova de conceito que vai dar origem a um podcast e mesmo nome e newsletter.

[leia o manifesto](#) →



Publico o *ebook* que resume meus 10 anos de experiência com projetos de conteúdo para os maiores *e-commerce* nacionais.

Tem um quê de relato pessoal e Metodologia para blogs, redes sociais e páginas de produtos.

[baixe sua cópia](#) →



Carrefour conheceu o nosso jeito de fazer conteúdo

A metodologia para projetos de **Alto Volume** de conteúdo se consolida com um projeto ousado: durante todo o ano, lidero as equipes que produzem mais de 2000 peças de conteúdo mensais para a operação online do Carrefour. Páginas de produto, fichas técnicas, reviews de produtos e demais categorias.

[leia o case](#) →

2016-15

O pioneiro dos Podcasts vai a campo logo depois das Olimpíadas



Fecho o ano como convidado no Primeiro Encontro Nacional do Podcast, que rola na CCXP.

A multidão que se aglomerou e superou a mais otimista das expectativas sinalizou de forma inequívoca o momento que esta antiga-nova maneira de contar histórias vive.

Foi o momento e meu insight inicial para meu problema de pesquisa do Mestrado: "Como o podcaster independente consegue construir estratégias de enfrentamento e grandes plataformas?".

[leia artigo da época](#) →



O mundo dos podcasts me leva a participar dos debates da cena que engatinhava na época.

Rolam uma entrevista no Canal Futura e outra evento do Jornal O Globo debatendo sobre o potencial da mídia, já naquela época.

[assista a entrevista](#) →



Em paralelo, tenho uma experiência em gestão de conteúdo para o agronegócio, gerenciando alguns perfis de redes sociais da UPL.

A experiência, embora curta, possibilita uma imersão dedicada na força econômica desta atividade.



Um dos maiores eventos da cidade do Rio de Janeiro se aproxima e estou subindo a trilha do Morro dos Dois Irmãos com o auxílio de uma guia local. Por quê?

Estou no projeto que vai receber executivos da Nissan durante os Jogos Olímpicos em minha cidade.

Fui o responsável por planejar conteúdo e ações durante esta estadia. Sim, tive uma fase BTL.



Participo de diversos projetos ao redor da edição do Rock in Rio daquele ano, inclusive do seu stand mais visitado, para os preservativos Olla.

Remonta a esta fase a primeira colaboração com o Grupo Dreamers em outra de suas empresas, a Dream Factory, responsável pelo Marketing de Experiência de grandes eventos.

2014-06

Como abri minha produtora, flertei com Educação, fui Gerente de Conteúdo de uma apresentadora infantil e comecei no mundo dos podcasts



Como editor de um *blog pioneiro*, tenho muitos leitores que cresceram profissionalmente lendo meus posts. Um deles, faz da equipe que começou a jornada do MagaLu no mundo digital.

E neste começo, edito o **blog a Lu** por cinco anos, assim como páginas de produto e portal de reviews.

Foi o começo da consolidação da metodologia "Alto Volume", da contemconteudo.com.

Os primeiros anos de produtora podem ser traduzidos em outros projetos como o lançamento do Zoom.com.br, o blog do Walmart, projetos para a Cultura Inglesa entre outros.

[conheça os cases completos](#) →



Começo também o flerte que viraria meu Mestrado: palestras em eventos de mercado e um curso sobre UGC na Pós-Graduação da FACHA no Rio de Janeiro, que ministro levando exemplos de mercado.

Saldo final: descobri que precisava aprofundar bem mais do que achava que sabia mergulhar.



Em outubro de 2008 lanço meu primeiro podcast autoral. A data me classifica como pioneiro desta mídia no país.

Segui fazendo programas autorais até levar isso para a minha dissertação no melhor estilo auto-etnografia possível.

[acesse o acervo](#) →

2006-03

O primeiro blog do Brasil sobre economia criativa



Encaro uma atividade nova: gerenciar um portal interno na maior empresa do país que, sozinho, era uma grande comunidade.

Estamos falando de 15 mil usuários cadastrados que vinham em busca de serviço, informação relevante para sua jornada de carreira e notícias sobre o departamento.

Viajei todo o país e implementei a versão atualizada do portal.



No primeiro dia de 2004 lanço o primeiro post do primeiro blog sobre economia criativa do país.

Apareço em várias publicações, viralizo posts algumas vezes, faço amigos, influencio pessoas e mantenho sei lá porquê, o site Carreirasolo.org até hoje no ar.

[conheça o acervo](#) →

origens

Nada humilde começar com um Leão em Cannes, mas só sei que foi assim



2001 → Passo o ano anterior lançando filmes pela Columbia Pictures do Brasil a partir da linguagem de então: os Hotsites.

Um deles, para o filme de animação Final Fantasy, ganha um dos primeiros Leões de Ouro em Cannes na categoria Digital da história do Brasil.



1999 → Começo o ano como redator responsável pela campanhas promocionais de Coca-cola no Brasil.

Termino como pioneiro do mercado digital brasileiro, após convite para integrar uma das primeiras produtoras do país.

É a oportunidade para flertar com Estratégia de Conteúdo pela primeira vez, ainda no século XX, em projetos para Disney e Embratel.



1994 → Clube de Criação do Rio de Janeiro decide lançar um concurso para criativos da cidade. O briefing: falar bem do futebol carioca.

Vou ao ferro-velho, encontro bonecos de Totó. Tiro fotos, scaneio, monto layouts preto-e-branco porque a grana não dava para imprimir colorido. Ganho o concurso e um estágio da Ogilvy.



Ouroboros é igual a recomeços.





terceira parte:
manifestação

terceira parte: **manifestação**

Aqui, chegamos próximo ao final deste material que sintetiza vinte anos de carreira.

Para que o que pensei se transforme em ação, precisamos juntos entender como tudo o que me propuz vai se manifestar neste mundo que, por força das circunstâncias, chamamos de real.

Na verdade, falei disso logo no segundo slide:

Esta maneira de estar no mundo não se resume, mas pode ser compreendida a partir de quatro territórios de atuação.

Não são atividades, embora se misturem a elas, são quatro campos de constante pesquisa e produção criativa.

Estes quatro territórios se apresentam a partir de *manifestações*: algumas já no ar, outras à procura de colaboradores, sejam eles colegas de profissão, marcas, empresas ou clientes.

E essas manifestações se apresentam todos os meses atualizadas em versões renovadas deste mesmo material.

...

manifestação

primeiras pílulas
sobre temas
e conceitos

visuais e rápidas

A curadoria constante pelos quatro territórios gera encontros com a necessidade de trazer os porquês de alguns conceitos e acontecimentos recentes.

Quando isso precisa ser de feito de forma ágil e estimulando as reações da provável audiência, você me encontra:

 [@mauroamaral](https://www.instagram.com/mauroamaral)

 [@mauroamaral.com](https://www.tiktok.com/@mauroamaral.com)

as explorações
que precisamos
fazer sempre

penso semanal

Aquilo que nasceu sob o signo do instantâneo pode ser confrontado e debatido em conteúdos um pouco mais pensados, costurados com o que Li, Vi e Ouvi e me deixei impactar na cultura que nos rodeia.

Quando isso se dá, manifesto os pensamentos em duas newsletters e em canais diretos:

 mauroamaral.substack.com

 [@mauroamaral](https://www.linkedin.com/company/mauroamaral)

 [servidor](#)  [canal IG](#)

 [canal telegram](#)  [canal wpp](#)

as conversas
que vamos
contruir juntos

perene e aprofundado

O Hub principal em mauroamaral.com concentra o que se pode chamar de Slow Content de minha presença.

Quando isso ocorre é hora de criar artigos, análises, listas de leitura sob temas específicos e episódios do podcast que herda o mesmo nome do Hub, disponível no Spotify.

 mauroamaral.com

 [mauroamaral.com no Spotify](#)



vem comigo?

sprints, consultorias e mentorias: eusou@mauroamaral.com | +55 21 98646 3467



mauroamaral.com/2024