

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS  
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO  
PUBLICIDADE E PROPAGANDA

**GABRIEL DE ÁVILA ALVES PEREIRA**  
**MATEUS DE ÁVILA ALVES PEREIRA**

**PROJETO EXPERIMENTAL: Conexão Geek**

GOIÂNIA 2022

**GABRIEL DE ÁVILA ALVES PEREIRA**  
**MATEUS DE ÁVILA ALVES PEREIRA**

**PROJETO EXPERIMENTAL: Conexão Geek**

Estudo de caso e análise de discurso para obtenção do título de bacharel pelo curso de Publicidade e Propaganda, da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, sob orientação da Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Luciana Hidemi Santana Nomura.

GOIÂNIA 2022

**GABRIEL DE ÁVILA ALVES PEREIRA**  
**MATEUS DE ÁVILA ALVES PEREIRA**

**PROJETO EXPERIMENTAL: Conexão Geek**

Projeto de pesquisa apresentado ao curso de Publicidade e Propaganda, Pontifícia Universidade Católica de Goiás, como requisito parcial Trabalho de Conclusão de Curso II e aprovado pela seguinte banca examinadora:

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Luciana Hidemi Santana Nomura (Orientador) Pontifícia  
Universidade Católica de Goiás

---

Prof. Dr. Murilo Bueno (Avaliador) Pontifícia Universidade Católica de  
Goiás

---

Prof. Ms. Luiz Serenini (Avaliador) Pontifícia Universidade Católica de  
Goiás

## **Resumo**

A comunidade Geek ganhou notoriedade no início dos anos 80. Alguns dizem que foi a época de ouro para o público nerd, devido aos grandes lançamentos da época, como Star Trek, Star Wars, Guia do mochileiro das galáxias, De Volta Para o Futuro e diversos títulos aclamados pelos Geeks. No entanto, esse universo nunca foi tão grande quanto atualmente, movimentando bilhões na indústria do entretenimento. Entretanto, mesmo sendo o mercado que mais gira capital na atualidade, continua sendo negligenciado e desvalorizado, principalmente em Goiânia, onde existe público em demasia e locais que suprem as carências do mesmo. Contudo, não há uma comunicação entre esses polos. Pensando nisso, este trabalho visa criar uma produtora de conteúdo para estabelecer um elo entre público e produto. Para tanto, foi necessário aprofundar os conhecimentos em arquitetura da informação, marketing digital, comunidade virtual, interface, usabilidade e marketing de conteúdo.

**Palavras - chave:** Geek, informação, conteúdo, comunidade, entretenimento e comunicação.

## **Abstract**

The Geek community gained notoriety in the early 80's, some say it was the golden age for the geek audience, due to the big releases of the time, Star Trek, Star Wars, Hitchhiker's Guide to the Galaxy, Back to the Future and many other geek-acclaimed titles; however it has never been as big as it is today, moving billions in the entertainment industry. However, even though it is the market with the most capital nowadays, it continues to be neglected and undervalued, mainly in Goiânia, where there is too much public and places that supply the needs of the same. However, there is no communication between these poles, thinking about that, this work aims to create a content producer to establish a link between audience and product. For this, it was necessary to deepen knowledge in information architecture, digital marketing, virtual community, interface, usability and content marketing.

**Keywords:** Geek, information, content, community, entertainment and communication.

## Índice de Figuras

Figura 1:Aspecto de Guardiã	28
Figura 2: Aspecto do Mestre de Guilda	29
Figura 3: Aspecto de Semi Deuses	29
Figura 4:Aspecto de Deuses	30
Figura 5:Exemplo de Login	34
Figura 6:Esquerda Arqueira	35
Figura 7: Centro Arqueiro	35
FIGURA 8: Direita Arqueira élfica	35
Figura 9: A) Esquerda Paladino; B) Centro Paladino; C) Direita Clérigo	36
Figura 10: A) Esquerda Guerreiro; B) Centro Gladiador; C) Direita Guerreira	36
Figura 11: A) Esquerda Assassino; B) Centro Ladina; C) Direita Ladino	37
Figura 12: A) Esquerda Mago, B) Centro Feiticeira; C) Direita Feiticeiro	37
Figura 13: Representa o brasão de Guardiões	38
Figura 14: Representa o brasão de Mestre de Guilda	38
Figura 15: Representa o brasão de Semideuses	38
Figura 16: Representa o brasão de Deus	39
Figura 17: Forma de conteúdo para Instagram	39
Figura 18: representa um post de blog	40
Figura 19: Vídeo demonstrativo de uma game play	41
Figura 20: Vídeo demonstrativo de uma game play	42
Figura 21: representação de conteúdo de Twitter	42
Figura 22: Página inicial do site	44
Figura 23: Página de avisos e notificações	44
Figura 24: Uma representação de sua área de perfil	45
Figura 25: Página de assinatura do usuário	46
Figura 26: Página Blog	46
Figura 27: Página do Youtube	47
Figura 28: Página do Twitter	47
Figura 29: Página do Instagram	48
Figura 30: Página do Instagram em modelo Desktop	48
Figura 31: Interface da página	49

Figura 32: Exemplos de marcas .....	50
Figura 33: Imagem que representa o Google Trends.....	52

## Sumário

INTRODUÇÃO	10
1 APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA CONEXÃO GEEK	11
1.1 PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO A SER SOLUCIONADO	11
1.2 OBJETIVO DO PRODUTO COMUNICACIONAL	13
1.3 JUSTIFICATIVA	14
2 EMBASAMENTO CIENTÍFICO	18
2.1 COMUNIDADE VIRTUAL	18
2.2 MARKETING DE CONTEÚDO	19
2.3 CONTEÚDOS	20
2.4 SISTEMA DE AFILIAÇÃO	20
2.5 PRINCIPAIS PONTOS PARA FAZER O HUB	21
2.5.1 Principais requisitos para um site funcional	22
2.5.2 Redes sociais	22
3 ESTUDO DE VIABILIDADE	24
3.1 RECURSOS NECESSÁRIOS	24
4. PROCESSO DE CRIAÇÃO	26
4.1 A COMUNIDADE CONEXÃO GEEK	26
4.1.1 Membros da comunidade	26
4.1.2 Métrica de Bonificação	27
4.1.3 Afiliados Geek	27
4.1.3 formatos de remuneração	30
4.2 A PRODUTORA DE CONTEÚDOS	30
4.2.1 Filmes	30
4.2.2 Séries	31
4.2.3 Jogos	31
4.2.4 Animes	31

4.2.5 Produtos e serviços	32
4.3 PLATAFORMAS E ARRECADAÇÃO	32
4.3.1 Plataformas	32
4.3.2 Arrecadação	32
5. PROCESSO DE PRODUÇÃO	34
5.1 CADASTRO	34
5.1.2 Brasões	38
5.2 PRODUTORA	39
5.2.1 Filmes	39
5.2.2 Séries	40
5.2.3 Jogos	41
5.2.4 Animes:	42
5.3 PLATAFORMAS E ARRECADAÇÕES	43
5.3.1 Plataformas	43
5.3.2 Arrecadações	49
5.3.2.1 Anúncios/Ads:	49
5.3.2.2 Product placement	49
6. PROCESSO DE VERIFICAÇÃO	51
6.1 SITE E BLOG (Analytics)	51
6.2 GOOGLE TRENDS	51
6.3 REDES SOCIAIS	52
6.4 MONITORAMENTO	52
7. RELATO DE EXPERIÊNCIA	53
REFERÊNCIAS	55

## **INTRODUÇÃO**

Este projeto visa apresentar um produto experimental de comunicação para o segmento Geek, como projeto de conclusão de curso do curso de Publicidade e Propaganda da PUC Goiás. Consiste em uma produtora de conteúdo destinada à comunidade Geek, segmentada em especial para o público goiano.

Na busca de resolver o problema de comunicação encontrado, a produtora de conteúdo digital busca aproximar os estabelecimentos que oferecem produtos e entretenimento a esses mercados, mas que ainda são pouco difundidos e buscados por esses públicos de interesse.

Após o levantamento do problema de comunicação, embasamento científico sobre marketing de conteúdo, comunidades virtuais, sistemas de afiliação e redes sociais realizou-se um estudo de viabilidade do mercado, a fim de entender se o mercado goiano comporta esse tipo de empresa e conhecer melhor o perfil do público local.

No capítulo seguinte, utilizou-se as teorias levantadas e discutidas, bem como o estudo de viabilidade, além de referências pessoais dos autores para realizar o processo de criação. Descreveu-se assim as referências e etapas do desenvolvimento da produtora e dos serviços oferecidos.

## 1 APRESENTAÇÃO DA PROPOSTA CONEXÃO GEEK

### 1.1 PROBLEMA DE COMUNICAÇÃO A SER SOLUCIONADO

O conceito do público-alvo deste projeto, em sua etimologia, vem da palavra antes grafada como “*geck*” (bobo), em inglês, ou “*geek*” (louco, bobo), em alemão. A princípio, os *geeks*<sup>1</sup> eram os loucos que viviam nas ruas, mas com o tempo, artistas que se apresentavam em locais públicos receberam o mesmo nome, uma vez que faziam performances cada vez mais bizarras – como arrancar cabeças de galinhas com os próprios dentes.

Segundo o portal R7<sup>2</sup> (2021), somente a partir de meados de 1990, com a popularização da internet, o termo passou a ganhar novos sentidos. De acordo com os dicionários de inglês modernos, um *geek* é um especialista ou entusiasta em assuntos de tecnologia. Em alguns conceitos mais amplos, a tecnologia não é uma exigência da definição, sendo considerado apenas o interesse em algum tipo de tema específico.

Desta forma, o significado de *Geek* vem mudando consideravelmente seu conceito ao longo do tempo, e já não há uma descrição conceitual definitiva. Os termos *nerd*<sup>3</sup>, *dweeb*<sup>4</sup> e *dork*<sup>5</sup> têm ideia semelhantes à *Geek*, mas muitos optam por identificar as suas diferentes conotações.

Em 1990 a obra “O Guia do Mochileiro das Galáxias” foi uma das pioneiras em popularizar o termo e definir um de seus significados mais usados. Ela listava tudo o que era necessário saber para ser um “viajante na galáxia”, como perigos encontrados, atalhos do universo, conhecimentos de outras espécies do espaço e mais todos os itens que um mochileiro sempre deve levar, sendo a principal sua toalha. Essa referência definiu a data para

---

<sup>1</sup> Fonte: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/qual-a-diferenca-entre-nerd-e-geek/> Acesso em: 10/02/2022.

<sup>2</sup> Fonte: Pesquisa Segredos do Mundo do portal R7. Disponível em: <https://segredosdomundo.r7.com/o-que-e-geek/>. Acessado em 03 out 2021.

<sup>3</sup> *Nerd*: Diz-se da pessoa muito inteligente que prefere estar estudando ou se dedicando a alguma atividade intelectual de seu interesse. Fonte: Pesquisa Dicio. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/nerd/>. Acessado em: 23 set. 2021.

<sup>4</sup> *Dweeb*: A debilidade mental permanece com etiologia obscura, e hoje em dia é definida pela psiquiatria como o grau mais leve de todos os retardos mentais (QI entre 50 e 70) Fonte: Pesquisa Scielo Brasil. Disponível em: <<https://www.scielo.br/j/agora/a/Pf8Cb4hJn4BNWfHFznzVgTN/?lang=pt>. Acessado em: 23 set. 2021.

<sup>5</sup> *Dork*: [pessoa chata e/ou cretina; panaca] Fonte: Pesquisa Teclasap. Disponível em: <<https://www.teclasap.com.br/dork/>. Acessado em: 23 set. 2021.

homenagear o autor da obra, Douglas Adams, sendo o dia 04 de maio conhecido como “Dia da Toalha”. Posteriormente nessa data foi incorporada outra referência da franquia (de filmes) *Star Wars: “May Fourth”*, uma frase sentido ambíguo, podendo significar a data “04 de maio” (may fourth em inglês) ou a semelhança com a frase que os personagens da franquia dizem “may the force”, em português “que a força esteja com você”. Isso ajudou a propagar a cultura e os significados do conceito geek devido a grande popularidade dos filmes de Star Wars, com um número crescente de fãs por todo mundo. O nome que damos a isso é mídia multiplataforma, quando a história sai dos filmes e passa para outras mídias, segundo o autor Henry Jenkins (2009).

Esses produtos podem, segundo o autor, ser considerados, em casos específicos, como transmídia, quando a narrativa se expande dentro de um universo e cria um eixo ao mesmo tempo complementar e independente do núcleo central da história.

Como exemplo, há a franquia do Harry Potter, composta por livros que foram adaptados a filmes, jogos, entre outros; assim como existe a saga de Animais Fantásticos e Onde Habitam. Ambas as produções fazem parte do mesmo universo, mas se um fã, por exemplo, que nunca assistiu Harry Potter ou leu os livros da saga tiver contato com Animais Fantásticos e Onde Habitam, conseguirá compreender normalmente. Da mesma forma um espectador que já teve contato com as narrativas do bruxo de Hogwarts, caso assista ou leia a segunda produção, entenderá que há uma ligação entre elas. Assim, ambas se complementam e perpassam diversas mídias, sem que sejam dependentes na construção de sentido.

Em relação ao público geek que consome as narrativas e produtos de entretenimento supracitados, partindo do pressuposto de que é um público que existe em todo o mundo, inclusive na cidade de Goiânia e regiões ao redor, nota-se também um crescente de investimento para esse nicho. Entretanto, observa-se que ainda há uma carência de informações sobre os locais e eventos que chamariam a atenção dos consumidores Geeks da região metropolitana de Goiânia.

Portanto, o problema de comunicação encontrado e a ser resolvido, em Goiânia e seus municípios, é de não possuir uma marca ou empresa, que seja o ponto de encontro virtual dessa comunidade. Além disso, essa comunidade é

carente de informações do segmento na cidade, seja referente à divulgação dessas ações, notícias, pontos de encontro para o público Geek. O universo Geek é a cultura de pessoas que gostam de jogos, filmes, séries - em especial de ficção - e animes em geral. Com base em um levantamento de informações, verificamos que a região supracitada não possui um site, canal, perfil em redes sociais, entre outros, atualizados sobre o assunto.

Visto isso, nota-se a falta de conteúdos informativos à comunidade do universo Geek ou para as pessoas que não possuem afinidade direta, mas que por alguma necessidade, precisam recorrer a esse universo dos Geeks.

Considerando o exposto, nossa proposta compreende a criação de uma base para a existência dessa comunidade, bem como uma produtora que ofereça informações, produza e promova facilidade ao acesso desse conteúdo que abarca, por exemplo: produtos, eventos, estabelecimentos comerciais e locais de socialização, em espaços físicos ou virtuais, que podem abranger Goiânia e região, assim como notícias e novidades em geral desse tema.

## 1.2 OBJETIVO DO PRODUTO COMUNICACIONAL

Após apresentado o problema, elencamos os objetivos desse projeto. O principal objetivo é criar uma produtora de conteúdos especializados, sendo diferente de uma produtora audiovisual que é um segmento que envolve a área de produção artística, cultural e multimídia para a circulação em diversos tipos de meios de comunicação. Neste caso, os conteúdos seriam especializados no tema ou público, foco em produtos e na cultura *Geek* goiana.

Os conteúdos produzidos serão elaborados em forma de vídeos, textos, áudios e imagens que constituem o universo *Geek*, objetivando levar informações para seu público-alvo e assim criar um relacionamento e engajamento da comunidade *Geek* de Goiânia. A intenção não é ampliar essa comunidade, mas ser *Hub* (centro) de informações para pessoas que se interessam, consomem e para aquelas que não pertencem a ele, mas que mesmo assim de alguma forma venham a utilizar para que possam presentear ou se interagir. É importante salientar que essa produtora precisará de um espaço virtual principal - o site - para a constituição da comunidade, bem como o suporte das redes sociais para manutenção e circulação do conteúdo.

Os meios utilizados para criar esse conteúdo serão: site-blog (o hub central de informações). Além disso, sabemos que os Geeks utilizam bastante plataformas para se relacionar, interagir e se sentir pertencentes a este grupo, e, assim, selecionamos o Instagram, Twitter e Youtube para serem canais de contato com esse consumidor informacional.

Outro objetivo é fazer parcerias com indivíduos (como *gamers*, influenciadores virtuais, empresários etc.) que moram ou já moraram em Goiânia, que estão nesse universo Geek, e assim construir uma relação mútua e benéfica para gerar conteúdo e engajamento. Além de parcerias com pessoas físicas, pretende-se realizar diálogos também com empresas locais, sejam estas lojas de produtos ou de eventos e *game centers* na região.

Portanto, de forma resumida, esse projeto visa a reunião de pessoas dessa comunidade, no espaço virtual, com o objetivo fazer circular a informação e o mercado de consumo desse nicho em Goiânia e região.

### 1.3 JUSTIFICATIVA

Podemos basear o crescimento da cultura Geek em um dos seus pilares: os *games*. De acordo com uma matéria da revista Super interessante<sup>6</sup>, a indústria de entretenimento de *games* é a que mais lucra atualmente. A matéria apresenta dados de lucro de cerca de 91 bilhões ao ano. Em sequência vem o cinema com 38,5 bilhões e logo atrás a música com 15 bilhões. Portanto, é fato que a cultura de *games* é a mais rentável e valorizada do mercado sociocultural e a cada ano só aumenta.

Conforme pesquisa do site UOL<sup>7</sup>, a pandemia de 2020 fez com que a indústria dos jogos de videogame online e offline tivesse um alto crescimento que, chegou a arrecadar cerca de 159 bilhões, muito mais que o cinema e a música juntos isso se mantem até hoje em dia. Há mais de 2,7 bilhões de *gamers*, que geraram somente em 2020 um faturamento de US \$159,3 bilhões. Ao longo dos anos e especialmente nesse contexto pandêmico os videogames

---

<sup>6</sup> Fonte Superinteressante disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/que-industria-fatura-mais-do-cinema-da-musica-ou-dos-games/> Acessado em: 25 set. 2021

<sup>7</sup> Fonte: Uol disponível em: <https://glamurama.uol.com.br/industria-de-games-cresce-na-pandemia-e-deve-arrecadar-us-159-bi-em-2020-mais-que-a-musica-e-o-cinema-juntos/> Acessado em: 25 set 2021

se reforçaram como uma das principais formas de lazer. Se uníssemos uma diva pop como a Beyoncé a um dos atores mais rentáveis como Robert Downey Jr., que atuou como “Homem de Ferro”, essa dupla não seria páreo para o jogo Pokémon, que teve US \$90 bilhões arrecadados pela franquia japonesa.

Dessa forma, torna-se evidente, como dito anteriormente, que o entretenimento eletrônico supera o tradicional mercado cinematográfico e fonográfico juntos. Esses dados reforçam ainda a dimensão desse pilar da cultura Geek em escala global. Já no Brasil, movimentou-se cerca de 1 bilhão no ano de 2021, de acordo com levantamentos tirados do site Jovem Nerd<sup>8</sup>(site também focado na cultura Geek do mundo todo e do Brasil).

Pode-se observar, de forma complementar, outro pilar da cultura *Geek*, os animes<sup>9</sup>, que são animações em 2D, produzidas geralmente pelo Japão. Essas narrativas audiovisuais constituem outra base que teve grande crescimento, chegando a faturamento médio de 2,512 trilhões de ienes (cerca de 24,18 bilhões de dólares). Diante dessas informações, sintetiza-se essa base em três elementos fundamentais, a saber: os animes, os mangás (obras de quadrinhos japoneses) e os próprios filmes que são baseados nas duas anteriores.

Por fim, é necessário ressaltar que um dos pilares que ajuda na expansão da cultura *Geek* são as plataformas de *streaming*<sup>10</sup> (o nome dado à tecnologia que é capaz de transmitir dados através da internet sem a necessidade de baixar o conteúdo em um dispositivo) já que é a principal forma atual de assistir séries e ver filmes.

De acordo com uma matéria do Isto é dinheiro<sup>11</sup> sobre a plataforma de *streamings* da Disney, a Disney+, os filmes de heróis são os que mais ajudam na rentabilidade do canal. Esses filmes podem ser considerados do universo

---

<sup>8</sup> Matéria Fonte: disponível em < <https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/jogos-devem-movimentar-mais-de-us-1-bilhao-no-brasil-em-2021-aponta-estudo/> > Acessado em: 28 set 2021

<sup>9</sup> Fonte: AnmTv disponível em < <https://anmtv.com.br/industria-do-anime-cresce-em-2019-e-dobra-de-valor-em-uma-decada/> > Acessado em: 30 set 2021

<sup>10</sup> Fonte: CanalTech disponível em <<https://canaltech.com.br/internet/o-que-e-streaming/>> Acessado em: 30 set 2021

<sup>11</sup>Fonte: ISTOS e Dinheiro disponível em < <https://www.istoedinheiro.com.br/disney-revelara-quantos-> > Acessado em: 30 set 2021

Geek e arrecadaram, segundo a matéria, cerca de 207,6 milhões de clientes em março de 2021.

Já sua concorrente Netflix dominou o Globo de Ouro durante a pandemia, levando com ela 42 indicações. Com a chegada da Covid-19 o uso dessa plataforma de *streaming* aumentou tanto que sua entrada no globo de ouro já era esperada. Seus resultados somam um faturamento de 24,9 bilhões de dólares, cerca de 24% a mais em relação a 2019, segundo matéria da revista Veja<sup>12</sup> e mesmo com as recentes quedas nas assinaturas a Netflix abriu o caminho para as outras plataformas de *streaming*.

Outro apoio a esse mercado que vem crescendo com o tempo são as lojas que focaram em produtos Geek. Essas empresas vêm ganhando espaço no mercado há algum tempo, e em 2019 o segmento de licenciamento faturou R\$ 20 bilhões somente no Brasil, valor 6% maior que no ano anterior de acordo com a matéria do site Portal do Franchising<sup>13</sup>.

Os números apresentados acima podem ser vistos também como mais uma amostra de que esse mercado no Brasil vem ganhando território, fato que dá margem a surgimento de grandes corporações. Pode-se mencionar as aquisições feitas pela rede de lojas Magazine Luiza, onde ela comprou duas marcas que estão ligadas ao universo Geek, sendo eles a loja de aparelhos eletrônicos KaBuM e a marca Jovem Nerd (que possui uma gama de conteúdos voltados para o mundo geek, com site, podcast, loja de produtos da marca e canal no Youtube). De acordo com uma matéria do site Investnews<sup>14</sup> a aquisição da marca Jovem Nerd é importantíssima, pois é a maior plataforma multimídia voltada para o público nerd e geek do País. Já uma matéria do site Exame<sup>15</sup>, mostra que ela comprou 100% da loja KaBuM, sendo ela a maior plataforma de *e-commerce* de tecnologia e *games* do país.

---

<sup>12</sup>Fonte: Veja disponível em < <https://veja.abril.com.br/economia/netflix-e-streamings-dominam-globo-de-ouro-depois-de-lucrar-na-pandemia/>> Acessado em: 30 set 2021

<sup>13</sup> Fonte: Portal do Franchising disponível em < <https://www.portaldofranchising.com.br/franquias/franquias-geek-nerd/> > Acessado em: 1 out 2021

<sup>14</sup> Fonte: Invest News disponível em < <https://investnews.com.br/negocios/magazine-luiza-anuncia-aquisicao-do-jovem-nerd/> >Acessado em: 1 out 2021

<sup>15</sup> Fonte: Exame. disponível em < <https://exame.com/negocios/magazine-luiza-compra-kabum-por-bilhoes-de-reais/> >Acessado em: 1 out 2021

Por fim, mais um exemplo a ser mencionado é um canal que se assemelha ao nosso projeto, O que rola<sup>16</sup>, um site de informações culturais de eventos que estão acontecendo ou irão acontecer em Goiânia, com uma aba dedicada a agendas, outra com um guia e uma aba com matérias sobre Goiânia para que o público possa ver e acompanhar a programação de festas, shows e gastronomia da cidade no site.

Deste modo, um dos focos deste projeto é ser um *hub* de informações para a cidade de Goiânia e as regiões próximas, focado na cultura Geek, que vem crescendo cada vez mais. Encaramos o momento oportuno, pois atualmente não existe um *hub* Goianiense que esteja atualizado e voltado para esse universo. A produtora, nesse sentido, deseja surpir essa ausência com a aplicação do projeto.

---

<sup>16</sup> Site Oquerola Fonte: disponível em < <https://oquerola.com/> > Acessado em: 1 out 2021

## 2 EMBASAMENTO CIENTÍFICO

Para dar início ao embasamento científico, primeiramente, temos que saber os focos da Conexão Geek. Por ser uma produtora de conteúdo, temos que ter foco na criação de uma comunidade virtual, uso do Marketing de conteúdo e na criação de um sistema de afiliação. A partir disso, poderemos ter uma base de informações para traçar estratégias que permitam uma conexão com nosso público.

A partir disso, podemos falar o que é preciso ser feito para criar a Conexão Geek, que é composta por um *Hub* com um site. Podemos descrever também o trabalho com as plataformas de redes sociais e a abordagem que iremos tomar com esse produto.

### 2.1 COMUNIDADE VIRTUAL

Como queremos uma conectividade melhor com o nosso público temos que ter um foco na comunidade virtual que é construída a partir da interação de pessoas em um grupo, que interagem, compartilham conhecimentos, opiniões e gostos, fazendo tudo isso pela internet.<sup>17</sup>

Alguns autores explicam que essa interação através de computador cria alguns tipos de grupos sociais que podem ser identificados por comunidade virtual (LEMOS, 2002; SMITH, 1999; WELLMAN E GULIA, 1999; WELLMAN, 1997 e 2002 PACCAGNELLA, 1997; CASTELLS, 1999 e 2003; entre outros). A comunidade virtual, para Martha Gabriel (2020), é construída a partir da interação de pessoas em um grupo, que interagem, compartilham conhecimentos, opiniões e gostos, fazendo tudo isso pela internet. Complementando a ideia, Raquel Recuero (2006) diz que são os laços de interesse que unem as comunidades, as quais têm sua própria forma de se comunicar entre si. As plataformas de redes sociais mais utilizadas, para ter uma interação maior e mais pessoal são: Facebook, Instagram e Twitter. Desta

---

<sup>17</sup>Site: ConReDis Fonte: < <https://lume-re-demonstracao.ufrgs.br/conredis/comunidade/xto.html> > Acessado em: 18 nov 2021

forma, a conexão Geek fará uso dessas plataformas, associadas ao site, com o intuito de fortalecer os laços da comunidade com a nossa marca.<sup>18</sup>

Deste modo, para interagir melhor com o nosso público e assim construir uma relação contínua com a nossa comunidade, é preciso alimentá-la com conteúdo de interesse.

## 2.2 MARKETING DE CONTEÚDO

É uma estratégia de marketing focada em engajar o público-alvo e crescer sua rede de clientes por meio da criação de conteúdo. É o marketing de conteúdo que, segundo Paulo Faustino (2018), é fundamental para o tráfego orgânico<sup>19</sup>. Se o conteúdo for agradável a consequência é o aumento dos laços com o público.

Sendo assim, o marketing de conteúdo, de acordo com Gabriel e Kiso (2021), é um processo de criação de conteúdo de valor e relevância para atrair, adquirir e envolver seu público de interesse. Ele permite que os profissionais de marketing se tornem criadores, possibilitando a construção do seu próprio público, atraindo-os para seu produto, serviço ou a própria marca.

Para isso é necessário elaborar um planejamento com estratégias e tarefas de como atingir as metas; elaboração da persona e desenvolvimento de conteúdo de interesse à comunidade Geek. Deve-se ainda criar conteúdo em diversos formatos, desde que sejam pertinentes ao público, distribuí-los e definir em qual estágio a persona-alvo se encontra. Outro item crucial no planejamento é a mensuração de resultados. É preciso analisar os resultados referentes ao tráfego, as interações sociais, as networking e SEO<sup>20</sup>.

Uma das estratégias pode ser o uso de Influenciadores, que são pessoas de diversas áreas de atuação que têm um grande número de seguidores nas redes sociais. Essa influência pode ser decisiva na hora de traçar uma estratégia de marketing digital, principalmente se o seu objetivo é vender algum produto ou serviço. Com esses influenciadores há um grande aumento na audiência, pois eles alcançam e engajam mais o público, que pode

---

<sup>18</sup> Site: QuestionPro Fonte: < <https://www.questionpro.com/blog/pt-br/comunidades-virtuais/> > Acessado em: 18 nov 2021

<sup>19</sup> Tráfego Orgânico, gerado de forma natural sem necessidade de investimento financeiro.

<sup>20</sup> Informação retirada do site rockcontent acessar em:< <https://rockcontent.com/blog/marketing-de-conteudo/> > Acessado em 16 out 2021.

ser segmentado. O uso de diversos influenciadores pode ajudar na diversificação de canais de comunicação, aumentando a produção de conteúdo que gera a presença digital. Tudo isso pode ser mensurado, por exemplo, a partir de acessos ao canal e da visualização do conteúdo.

### 2.3 CONTEÚDOS

Alguns critérios são fundamentais para a produção de conteúdo, que visa reter e criar uma ligação com o usuário na comunidade. Dessa forma, é preciso que seja: atrativo, relevante, útil, interativo etc. (conforme Moraes, 2018, p.54). A produção de conteúdo para a Conexão Geek visa gerar uma boa experiência do usuário, para assim mantê-lo dentro de nossos conteúdos, vedo eles em nosso site e nas redes sociais. Para atrair mais movimento por meio de recomendações e compartilhamentos, é necessário manter os conteúdos atuais e gerar um fluxo de novos para ter mais engajamento em volume e qualidade, suficientes para permitir que os novos usuários encontrem e se relacionem com uma marca, empresa ou produto, conforme afirma Cláudio Torres (2018). Isto é, fazer o ciclo do funil de comunidade em relação ao conteúdo: aquisição, ativação, retenção, recomendação e receita (Gabriel, 2020).

Sendo assim, os conteúdos do Conexão Geek serão voltados para vídeos informativos sobre a cultura Geek em geral, como lançamentos de jogos, filmes, séries e eventos. Especificamente para o segmento em Goiânia, serão realizados conteúdos de acontecimentos que envolvem a comunidade na própria cidade de Goiânia e região como: eventos, informações de lojas ou produtos do mundo geek e informações de lugares onde se possa conectar com outras pessoas desse universo, na cidade de Goiânia.

### 2.4 SISTEMA DE AFILIAÇÃO

Marketing de afiliados é um tipo de marketing on-line no qual se vende um produto por comissão (FONSECA, 2020 p.7), ou seja, é um processo pelo qual um afiliado – blogueiro, influenciador digital ou site - faz uma divulgação e recebe pelos produtos físico ou digital. (KISO, 2021 p.464). O principal motivo

para uso desse sistema, é que mesmo que não haja vendas, ele auxilia no aumento de visibilidade da marca.

Para que isso funcione de uma forma assertiva, existem algumas etapas a serem cumpridas, sendo a principal delas a definição do nicho, que no caso é a cultura Geek. A partir disso podemos seguir adiante, identificando as oportunidades corretas para fazermos o marketing de afiliados e, através deles criarmos a plataforma onde colocaremos os acessos para os produtos ou serviços através de *pop up* e links personalizados. Com isso pronto, teremos os conteúdos voltado aos afiliados.

Desta forma, segundo Gabriel e Kiso (2021), é preciso estruturar o marketing de afiliados da seguinte forma:

Agentes envolvidos (pessoas/indivíduos ou empresas envolvidas): blogueiros; influenciadores; clientes: afiliados. Já os canais (plataformas/tecnologias que promovem a afiliação) são: plataforma de afiliados (aplicativo, site, micro site etc.); blog; redes sociais; micro site; grandes sites de mídia. Em relação às formas de remuneração (formatos para aquisição de fundos, permutas etc.), os autores dizem que são: por clique; por *lead* qualificado; por venda.

É válido lembrar que faremos a adaptação do marketing de afiliados aos nossos contextos, uma vez que não haverá produto ou serviço que faça a mediação da rentabilidade do afiliado.

## 2.5 PRINCIPAIS PONTOS PARA FAZER O HUB

Para a criação de um Hub de informações Geek é preciso que ele apresente alguns tipos de conteúdo informativos ao público-alvo em diversos formatos, como: vídeos informativos, publicações, posts, *reviews* e menções a alguns dos produtos e marcas que poderemos ter como parceria.

Como foi dito anteriormente, o Hub é só o centro de informações, sendo assim ele é a base de dados do nosso produto. Para isso, devemos elaborar um site com usabilidade, conteúdo, design de interface, a arquitetura da informação, funcionalidades e que tenha presença digital.

### 2.5.1 Principais requisitos para um site funcional

O site será o local onde estará a base de dados do nosso produto, tendo isso em mente precisamos ter o básico de um site funcional. Um dos pontos necessários é a usabilidade, que deve ser fácil e intuitiva para o público, para que não fiquem desconfortáveis ou desinteressados na navegação. Outro item essencial é a arquitetura de informações, auxiliando a localização dos conteúdos nos locais com áreas de afinidade e de interesse.

O conteúdo tem que ser interessante, conversar com o seu público para entretê-los e mantê-los no site para gerar um fluxo maior de pessoas. É sempre importante ter palavras que se direcionam para outros conteúdos do site através de *hiperlinks*.

Já o design de interface é a conexão que se faz entre a experiência do usuário ao conteúdo. A interface gráfica deve ser de fácil compreensão, limpa e que torne o conteúdo mais atrativo e encontrável. Usando o SEO (*search engine optimization*), palavras-chave adicionadas nos textos ou no próprio conteúdo, fazem com que os buscadores (como o Google), consigam localizá-lo e tornar acessível ao público através deles. Esse direcionamento para o site, de acordo com Cláudio Torres (2018), é o marketing de busca. Ele é uma das ações a serem analisadas dentro das atividades do marketing de conteúdo.

A presença digital é a mais importante, pois é com ela que vamos chamar a atenção do público para o site. Para ter presença é preciso ter um fluxo de informações em várias plataformas como as de redes sociais, landing pages etc. Assim, o *hub* e o próprio conteúdo poderão alcançar um público maior dentro do nicho Geek.

### 2.5.2 Redes sociais

Como visto, para ter presença digital, é preciso estar presente em diversas plataformas na internet. As redes sociais serão uma forma de alcançar e se comunicar com os públicos com o objetivo de atraí-los e retê-los na comunidade, já que atualmente a demanda pede isso.

Para fazer conteúdo para as redes sociais, primeiramente temos que ter o domínio da linguagem digital, e comunicar de forma clara, concisa e objetiva. No entanto, é importante adaptar-se ao modo como as pessoas se

comunicam nesse nicho, ressaltando que é permitido usar uma linguagem coloquial apresentada nas redes sociais.

Logo, é necessário a utilização das ferramentas que o mundo digital disponibiliza. Entender minimamente como funcionam os algoritmos de cada rede, a usar todas as funcionalidades que elas disponibilizam para tornar os *posts* (publicações) mais atraentes, a criar anúncios, interação, etc. Quanto mais capacitado estiver, maiores são as chances de crescimento.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> Informação retirada do site faculdade Unyleya acessar em:< <https://blog.unyleya.edu.br/guia-de-carreiras/quer-trabalhar-com-redes-sociais-veja-o-que-e-preciso-neste-post/> > Acessado em 16 out 2021.

### 3 ESTUDO DE VIABILIDADE

Para realizar o projeto, é preciso verificar quais recursos são essenciais para sua existência. Deste modo, primeiramente, é preciso criar um site e as redes sociais a ele atreladas, comprar equipamentos e contratar o pessoal para cada área designada.

#### 3.1 RECURSOS NECESSÁRIOS

Para começar precisamos registrar o domínio do site em (registro.br) com o Google Workspace <sup>22</sup>. A partir disso teremos os *links* para o site e as redes sociais. A hospedagem será feita com o Hostinger<sup>23</sup> para termos uma manutenção no site, o programa para fazer o site será o Squarespace<sup>24</sup>, software para a criação do layout de todo o site. É preciso adquirir também as assinaturas dos programas de edição de vídeo e imagem.

Como o foco é na internet, os equipamentos necessários são os computadores para fazer a produção e edição dos conteúdos, como também de celulares para a produção e monitoramento da interação dos usuários.

Para alguma produção é necessário um cenário cativante ou até um fundo verde (*Chroma Key*) onde podemos colocar qualquer cenário na pós-produção, além de microfones normais e de lapela, câmeras de vídeo e fotográfica e iluminação.

Na parte de recursos humanos é preciso que haja um apresentador de conteúdo (os rostos que estão nos vídeos), que pode ser um convidado pago ou um de nós (desenvolvedores deste projeto); pesquisador chefe (aquele que ficará responsável em pesquisar os eventos notícias e acontecimentos na atualidade), redator (responsável em criar os textos informativos), editor (ficará com a edição de vídeos e as montagens dos posts para redes sociais), o marketing (aquele que irá atrás de parceiros e patrocinadores) e o gerente financeiro (o responsável por cuidar das parcerias e monitoração do fluxo do site).

---

<sup>22</sup> Link do Google Workspace: <https://workspace.google.com/intl/pt-BR/>

<sup>23</sup> Link do Hostinger: <https://www.hostinger.com.br>

<sup>24</sup> Link do Squarespace: <https://pt.squarespace.com>

### 3.2 CRONOGRAMA

Mês	O que fazer?
Fevereiro de 2023	Criação e produção das redes sociais e site
Março de 2023	Focar em pesquisas de conteúdo, formato de gravação e produção dos vídeos e pesquisas de temas a serem abordado nos próximos períodos
Abril de 2023	Pesquisa e buscas de parceiros e patrocinadores
Mai de 2023	Criação do calendário e o começo das produções dos vídeos e dos textos para colocar no site e redes sociais
Junho de 2023	Organização dos bancos de dados e melhoramento da qualidade das postagens
Julho de 2023	Conclusão, ajustes do que for necessário e impulsionar todas as postagens e a divulgação

## 4. PROCESSO DE CRIAÇÃO

O processo de criação é a parte em que usamos todos os recursos que foram mencionados para planejar que será feito, para isso dividimos em 3 grandes partes, sendo elas: 1 - a comunidade chamada Conexão Geek; 2 - a produtora de conteúdo; e 3 - a plataforma junto com a arrecadação financeira. É válido salientar que os itens do embasamento científico darão suporte à criação e produção do projeto. Conceitos como marketing de comunidade e afiliados serão adaptados às necessidades do produto Conexão Geek, isto é, não serão utilizados com as mesmas finalidades que o princípio dessas estratégias trazem.

### 4.1 A COMUNIDADE CONEXÃO GEEK

#### 4.1.1 Membros da comunidade

Os principais agentes envolvidos no marketing de comunidade são os próprios usuários do nosso site e das redes sociais. Aqueles que irão somente ver nossos conteúdos terão a denominação de “Novatos” uma pessoa iniciante, mas para os usuários que filiar ao nosso site será chamado de “Aventureiro”, ou seja, alguém com experiência.

A maneira que faremos para que os nossos leitores e afiliados queiram se envolver com a comunidade será a implementação de criação de seus próprios personagens dentro das nossas plataformas, com os estilos Mago, Guerreiro, Ladino, Paladino e Arqueiro, para eles escolherem qual se encaixa melhor aos seus perfis.

Para termos um fluxo maior com nosso público, será feita a gamificação com os participantes da comunidade por meio de um ranqueamento e competições, que nos mostrará quais usuários têm a maior interação em nossas plataformas. Sendo assim, serão dadas as bonificações para os melhores em cada categoria definida a cada plataforma.

O maior gancho do nosso público serão os conteúdos publicados em nossas plataformas, focados em: filmes, séries, jogos, animes e produtos em geral da cultura Geek.

#### 4.1.2 Métrica de Bonificação

Nos colocaremos uma métrica para avaliar o quanto os usuários interagem com o nosso site. A denominação será a “Classificação com as notas do maior para o menor (S, A, B, C e D)” .

As maneiras de avaliar serão 3:

- Tempo de permanência no site: maior permanência no site, mais pontos na classificação, 1 ponto com 10 minutos por semana, 2 pontos com 30 minutos por semana e o 3 pontos com uma hora ou mais.
- Engajamento no site com comentários e curtidas: quanto maior o índice dos dois, mais pontos tem.
- Colaboração enviando feedbacks, vídeos e fotos: quanto maior a frequência maior a quantidade de pontos.

A atualização de todas as classes será feita no final da semana com o cálculo de todos os pontos.

#### 4.1.3 Afiliados Geek

Com base nos princípios do marketing de afiliados, usaremos os agentes envolvidos para gerar os interesses e fluxos de conteúdos rodando, para que assim todos eles interajam, nos ajudem e cresçam. Com isso teremos duas características principais já citadas: os novatos, aqueles que só usam nosso site de forma passageira e que não são afiliados a ele; os aventureiros, já são aqueles que utilizam mais nosso site e são afiliados a ele, e que poderão ter cargos de acordo com sua interação.

Os cargos que denominamos serão quatro; guardiões, são aqueles que usam o site e são inscritos nele; mestre de guilda, são aqueles que são inscritos no site e são bastante engajados nos conteúdos; semideuses, são aqueles que têm uma afiliação por assinatura/pagamento; deuses, serão aqueles que além de pagar a assinatura terão um engajamento melhor e de forma a moderar nosso conteúdo.

O Guardiões é uma característica dada a um guerreiro que vigia e protege um local geralmente nos arredores de reinos, vilas e castelos. Nomeamos as pessoas que se inscrevem no nosso site com esse nome para

representar que eles são nossa primeira linha de defesa de nosso reino, o Conexão Geek. As principais características são poder ter espaço de fala, antecipações e descontos de certos produtos, serviços e eventos.

Figura 1:Aspecto de Guardião



Fonte:Pinterest<sup>25</sup>

Mestre de Guilda são guerreiros muito experientes que juntam-se com outros para formarem uma guilda. Assim, cumprem missões e ajudam a comunidade, mantendo ela segura e salva de monstros terríveis e desordeiros ou mercenários. Essa característica vai ajudar aqueles que querem manter nossa comunidade funcionando e ajudar a mantê-la comunicativa e movimentada. Os Mestre de Guilda terão acesso a conteúdos exclusivos, antecipação de eventos com um desconto maior de todos os produtos, serviços e eventos, junto a isso produtos exclusivos

---

<sup>25</sup> Fonte da imagem: Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/261912534567401073/>> Acessado em 03 mai 2022.

Figura 2: Aspecto do Mestre de Guilda



Fonte: Anime the hidden dungeon only i can enter<sup>26</sup>

Os Semideuses são meio humanos meio deuses, dotados de muitas habilidades e poderes, geralmente heróis que ajudam manter a sociedade segura e unida contra as forças do mal. Serão aqueles que por meio de uma assinatura paga, que ajudará a manter nosso site funcionando, receberão produtos exclusivos, ingressos de eventos e participarão de sorteios com mais vantagens, além das que os mestres de guilda possuem.

Figura 3: Aspecto de Semi Deuses



Fonte: Filme percy jackson eo ladrão de raios<sup>27</sup>

Deuses são seres extremamente poderosos que com um simples estalar de dedos podem mudar toda a ordem mundial. São aqueles que vão patrocinar e fornecer produtos e serviços ou uma grande fonte de dinheiro. Contendo todas as vantagens dos seus antecessores vão ganhar uma aba de

---

<sup>26</sup> Fonte da imagem: Disponível em: <<https://www.anisearch.com/character/100332,odin-guild-master>>. Acessado em 03 mai 2022.

<sup>27</sup> Fonte da imagem: Disponível em: <<https://thenexus.one/1a-temporada-de-percy-jackson-tera-8-episodios-criador-confirmado>> Acessado em 03 mai 2022.

agradecimentos, divulgações e menções nos conteúdos com lugar de fala para ajudar o crescimento da nossa comunidade.

Figura 4:Aspecto de Deuses



Fonte: Ler e Aprender<sup>28</sup>

#### 4.1.3 formatos de remuneração

Como mencionado anteriormente, o processo de afiliação será feito por uma assinatura, a qual bonificará os participantes com permutas, descontos, conteúdos exclusivos, brindes etc., com o intuito de gerar um laço maior e mais atrativo para o nosso público.

## 4.2 A PRODUTORA DE CONTEÚDOS

Terá como foco a produção de conteúdo voltado ao nicho para que possamos ter uma conta e criar um laço forte com nossa comunidade, de acordo com a proposta de marketing da produtora. Assim, iremos produzir para cada categoria que iremos focar, conteúdos sobre: filmes, séries, jogos, animes e produtos em geral da cultura Geek.

### 4.2.1 Filmes

Os conteúdos voltados para os filmes terão dois focos, os Reaction<sup>29</sup> e as indicações. Os *Reactions* serão em 3 formatos: os reactions com expressão, que conta com o nosso apresentador reagindo a um trailer ou a um filme; os

<sup>28</sup>Fonte da imagem: Disponível em:<<https://lereaprender.com.br/zeus-deus-dos-deuses-na-mitologia-grega/>>.Acessado em 03 mai 2022.

<sup>29</sup> Tradução: Reação, ato ou efeito de reagir.

*reactions* com comentários, sendo ele um *reaction* que comenta cada detalhe importante que possa conter no trailer; *Reactions out*<sup>30</sup>, será um *reaction* que contará com a participação de um convidado que não consome a cultura Geek, que vai reagir junto com nosso apresentador a um trailer ou filme. Já as indicações também contarão com 3 tipos, sendo eles: indicações de lançamentos que vão ocorrer periodicamente; indicações nostálgicas, que serão as indicações de filmes antigos e imperdíveis; Top 5 de indicações para cada categoria de filmes como melhores filmes, piores filmes, dentre outros.

#### 4.2.2 Séries

Para as séries, além de contar com os *reactions* e as indicações, como mencionados nos filmes, também contarão com: sessões ao vivo de alguns lançamentos; informações sobre os locais que poderão assisti-las, bem como as plataformas de exibição e informações de datas de lançamentos.

#### 4.2.3 Jogos

Já que é um conteúdo que possui um *plus*<sup>31</sup>, o principal conteúdo dos jogos será o *gameplay*, que de uma forma simples é gravado ou transmitido ao vivo para mostrar, entreter e demonstrar os jogos de uma maneira mais divertida. Também serão produzidos conteúdos de alguns campeonatos, incluindo as *reactions*, as indicações e as informações sobre quando ocorrerão e os endereços de acesso.

#### 4.2.4 Animes

Como os lançamentos dos animes e mangás são de uma forma diferente, teremos que mostrar uma parte das temporadas de lançamentos e curiosidade sobre eles. Com isso os *reactions* serão em formato de grupos. Já que haverá mais de um lançamento nas temporadas, as indicações serão por característica, tais como: comédia, ação, aventura e outros. Tudo isso vale para os mangás também.

---

<sup>30</sup> Tradução para de fora, para pessoas que são de fora da cultura.

<sup>31</sup> Tradução de mais, Distinção, relevo, destaque. Uma gíria para uma coisa a mais e melhor

#### 4.2.5 Produtos e serviços

Esse conteúdo vai ser voltado para as indicações de produtos e serviços voltados para as empresas goianas, podendo entrar como parceiros ou patrocinadores.

### 4.3 PLATAFORMAS E ARRECADAÇÃO

Mostraremos como vamos arrecadar o dinheiro e por onde vamos focar os conteúdos nas plataformas que iremos investir o nosso tempo.

#### 4.3.1 Plataformas

As plataformas que iremos trabalhar são Youtube, Instagram, Twitch e o Twitter, ambientes estes onde o nosso público mais se encontra. Por isso será feito conteúdo para cada uma delas, que terá seu ponto de partida no site. Com isso todas as plataformas serão alimentadas com os conteúdos e terão a convergência para as outras plataformas, inclusive para o próprio site.

#### 4.3.2 Arrecadação

Essa parte é voltada para grandes empresas que estão voltadas ao universo Geek para formar assim um laço de parceria com elas a fim de conecta-las ao nosso público. Buscamos ter uma forma de contrato ou permuta com essas empresas para assim termos um sistema de arrecadação. Com o contrato teremos o sistema de *ads e marketplace*<sup>32</sup>, *product placement*<sup>33</sup> ou *merchandising*<sup>34</sup> para assim o contrato com a empresa gere lucros; já o de permuta queremos oferecer descontos ou até mesmo os próprios produtos e serviços.

As empresas também terão oportunidade de contratar pacotes que poderão dar algumas facilidades para elas. Os 2 principais pacotes foram intitulados pacote reino e pacote império.

---

<sup>32</sup> É o principal serviço de publicidade da Google.

<sup>33</sup> Publicidade indireta ou forma de inserir mensagens publicitárias de uma forma sutil em narrativas audiovisuais, de maneira orgânica.

<sup>34</sup> É uma ferramenta de marketing formada pelo conjunto de técnicas responsáveis pela informação e apresentação destacada dos produtos.

O pacote reino é um pacote barato para as empresas comprarem espaço no site.

Já o pacote império teria a bonificação do pacote reino e suas menções em conteúdos produzidos por nós.

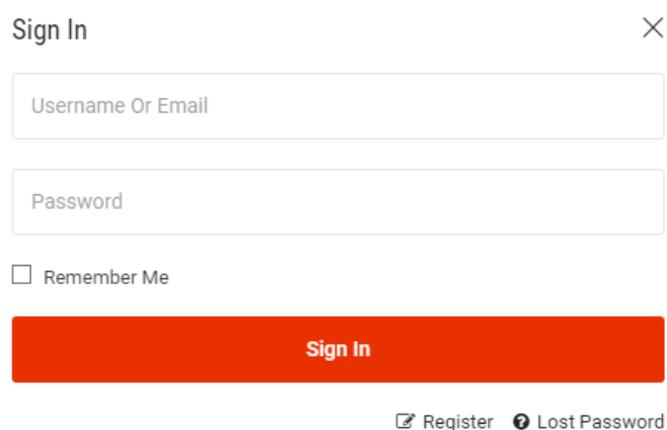
## 5. PROCESSO DE PRODUÇÃO

Este capítulo é dedicado a mostrar a produção da Conexão Geek a partir do que foi elaborado na etapa do processo de criação: estrutura de informação e a estrutura de nossa comunidade.

### 5.1 CADASTRO

Ao entrar no site da nossa comunidade, haverá um breve cadastro a ser efetuado, como mostrado na imagem abaixo.

Figura 5: Exemplo de Login.



The image shows a login interface with the following elements:

- Title: Sign In (with a close 'X' icon)
- Input field: Username Or Email
- Input field: Password
- Checkbox: Remember Me
- Button: Sign In (orange background)
- Links: Register (with a checkmark icon) and Lost Password (with a key icon)

Fonte: Interface de login do rederrpg.<sup>35</sup>

#### 5.1.1 Avatares

Assim que for feito o cadastro, o usuário será levado para uma página para montar seu avatar, para que os membros tenham uma melhor personalização e experiência do usuário com o site. A seguir serão apresentados exemplos de avatares:

---

<sup>35</sup>Disponível em: Link: <https://www.rederpg.com.br/2020/06/10/rpgdelivery-com-plataforma-para-criar-mesas-e-encontrar-jogadores-de-rpg/#login>, Acessado em: 29 abr 2022.

- Arqueiros

Figura 6: Esquerda Arqueira



Fonte Esquerda: Miagron

Figura 7: Centro Arqueiro



Fonte: Wallpaperbetter<sup>36</sup>

Figura 8: Direita Arqueira élfica



Fonte: Magiase Dragoes<sup>37</sup>

---

<sup>36</sup>Fonte da imagem: Disponível em: <<https://www.wallpaperbetter.com/pt/hd-wallpaper-cttuy>>. Acessado em: 03 mai 2022.

<sup>37</sup> Fonte da imagem: Disponível em: <<https://blog.magiasedragoes.com.br/2021/03/o-arqueiro-arcano-classe-de-prestigio.html>>. Acessado em: 03 mai 2022.

- Paladinos

Figura 9: A) Esquerda Paladino; B) Centro Paladino; C) Direita Clérigo



Fonte Animo<sup>38</sup>

- Guerreiros

Figura 10: A) Esquerda Guerreiro; B) Centro Gladiador; C) Direita Guerreira



Fonte Animo<sup>39</sup>

<sup>38</sup> Fonte da imagem: Disponível em: <[https://aminoapps.com/c/rpg-valendia/page/item/clerigo-classe/X0PX\\_3rvCXljG0eJabxY0eore7QXKppaeKZ](https://aminoapps.com/c/rpg-valendia/page/item/clerigo-classe/X0PX_3rvCXljG0eJabxY0eore7QXKppaeKZ)>. Acessado em: 28 abr 2022.

<sup>39</sup> Fonte da imagem: Disponível em: <[https://aminoapps.com/c/rpg-valendia/page/item/clerigo-classe/X0PX\\_3rvCXljG0eJabxY0eore7QXKppaeKZ](https://aminoapps.com/c/rpg-valendia/page/item/clerigo-classe/X0PX_3rvCXljG0eJabxY0eore7QXKppaeKZ)>. Acessado em 28 abr 2022.

- Assassinos

Figura 11: A) Esquerda Assassino; B) Centro Ladina; C) Direita Ladino



Fonte: Animo<sup>40</sup>

- O Mago ou Feiticeira

Figura 12: A) Esquerda Mago, B) Centro Feiticeira; C) Direita Feiticeiro



Fonte: Animo<sup>41</sup>

<sup>40</sup> Fonte da imagem: Disponível em: <[https://aminoapps.com/c/rpg-valencia/page/item/ladino-classe/YjRw\\_ZknHXI0gYeKmwJ56Q5ZDwa8nQ4eq2](https://aminoapps.com/c/rpg-valencia/page/item/ladino-classe/YjRw_ZknHXI0gYeKmwJ56Q5ZDwa8nQ4eq2)>. Acessado em 28 abr 2022.

<sup>41</sup> Fonte da imagem: Disponível em: <[https://aminoapps.com/c/rpg-valencia/page/item/feiticeiro-classe/r08z\\_b6ECqlmqezRDM7LRKbPRjQDNaDvve0](https://aminoapps.com/c/rpg-valencia/page/item/feiticeiro-classe/r08z_b6ECqlmqezRDM7LRKbPRjQDNaDvve0)>. Acessado em 28 abr 2022.

### 5.1.2 Brasões

Após realizada a personalização do avatar, o usuário terá a opção de se filiar ao site e ganhar recompensas. Com isso, temos os exemplos de brasões para cada nível de afiliação, o qual será a última etapa do cadastro.

Figura 13: Representa o brasão de Guardiões



Fonte Pinterest<sup>42</sup>

Figura 14: Representa o brasão de Mestre de Guilda



Fonte Pinterest<sup>43</sup>

Figura 15: Representa o brasão de Semideuses



Fonte Pinterest<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> Fonte da imagem: Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/20125529575867699/>>. Acessado em 28 abr 2022.

<sup>43</sup> Fonte da imagem: Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/7388786880753710/>>. Acessado em 28 abr 2022.

<sup>44</sup> Fonte da imagem: Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/4714774597229143/>>. Acessado em 28 abr 2022.

Figura 16: Representa o brasão de Deus



Fonte Pinterest<sup>45</sup>

## 5.2 PRODUTORA

Neste item vamos mostrar alguns exemplos de conteúdos produzidos baseados no processo de criação.

### 5.2.1 Filmes

Para os filmes teremos uma variação de temas que podemos abordar, como curiosidades, indicações e até falar sobre as novidades do ano. Esses itens foram detalhados no capítulo anterior (Processo de Criação).

A imagem a seguir representa um *storie* (uma publicação) comentando sobre os novos filmes da Marvel e contando um relato pessoal para nossa comunidade.

Figura 17: Forma de conteúdo para Instagram

---

<sup>45</sup> Fonte da imagem: Disponível em: <<https://br.pinterest.com/pin/6896205665787085/>>. Acessado em 28 abr 2022.



Fonte: *print* Captura de tela do Instagram

### 5.2.2 Séries

Como dito anteriormente, no conteúdo sobre séries, abordaremos o assunto a partir de diversos formatos. Segue o exemplo de postagem para o Blog. Uma representação de um conteúdo que foi feito por nós.

Figura 18: representa um post de blog



### 5.2.3 Jogos

Nessa sessão teremos, principalmente, *gameplays* de pessoas da nossa comunidade. Usaremos um exemplo de *gameplay* de uma *live* do canal Projectocrazy<sup>46</sup> que fizemos na data de 24 maio de 2021.

Figura 19: Vídeo demonstrativo de uma game play

<sup>46</sup> Link para o canal: Disponível em <<https://www.twitch.tv/projectocrazy>> Acessado em 11 mai 2022.



Figura 20: Vídeo demonstrativo de uma game play



#### 5.2.4 Animes:

Para esse tipo de conteúdo faremos várias perguntas sobre os animes, como "qual é o mais esperado da temporada ou os favoritos de cada um", como pode ser visto abaixo.

Figura 21: representação de conteúdo de Twitter



Imagem do topo foi trocada

### 5.3 PLATAFORMAS E ARRECADAÇÕES

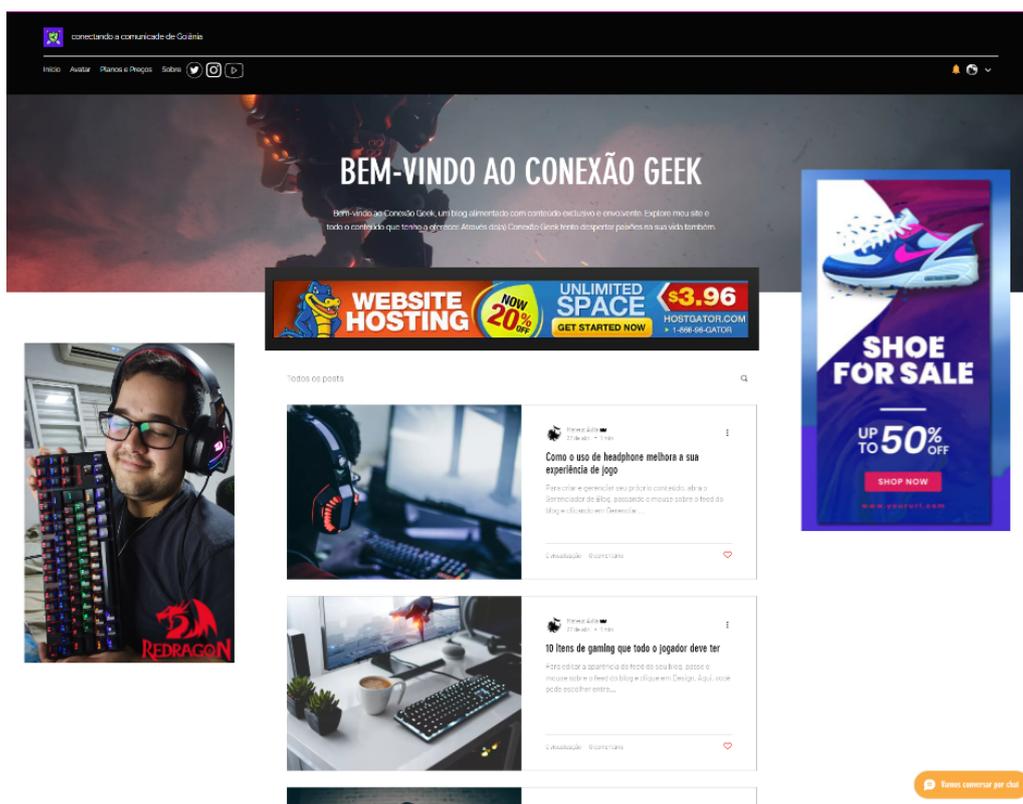
Nesta parte será apresentada a forma como pensamos em construir o nosso site, nossas redes sociais e como arrecadaremos capital para manter tudo funcionando.

#### 5.3.1 Plataformas

##### - SITE

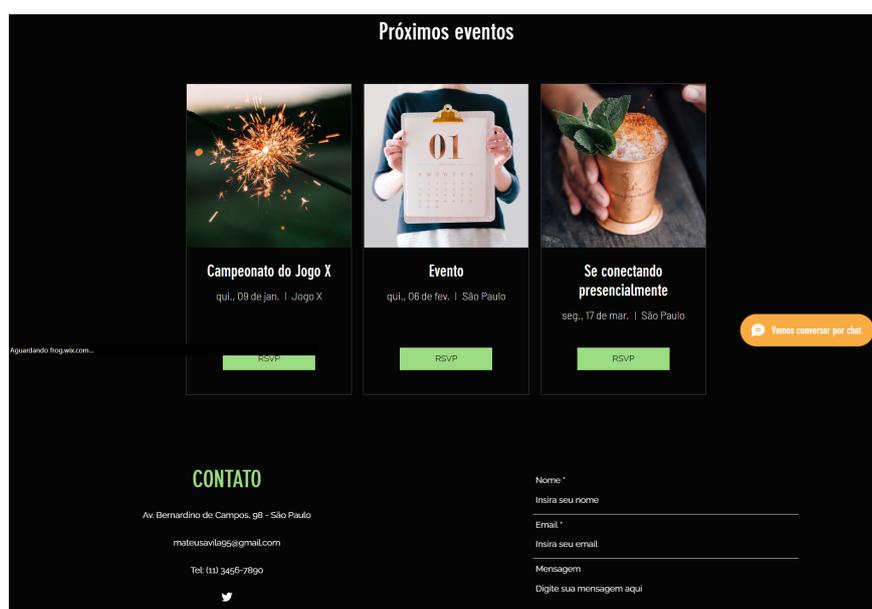
A nossa plataforma principal será o site, inscrito no domínio “*conexaogeek.com.br*”. Abaixo será demonstrada a página inicial do site, que contém a barra inicial, Avatares, planos, sobre nossa comunidade e o perfil dos usuários. Seguindo teremos postagens de nossos usuários, curiosidades atualizadas sobre conteúdos para nossa comunidade e informações ou novidades.

Figura 22: Página inicial do site



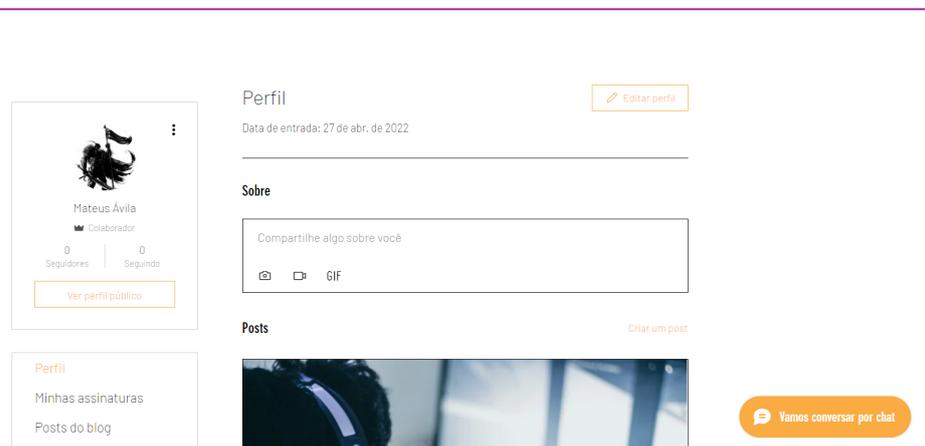
A imagem abaixo demonstrará uma parte do site que colocamos para apresentar eventos, campeonatos e encontros presenciais com a nossa comunidade.

Figura 23: Página de avisos e notificações



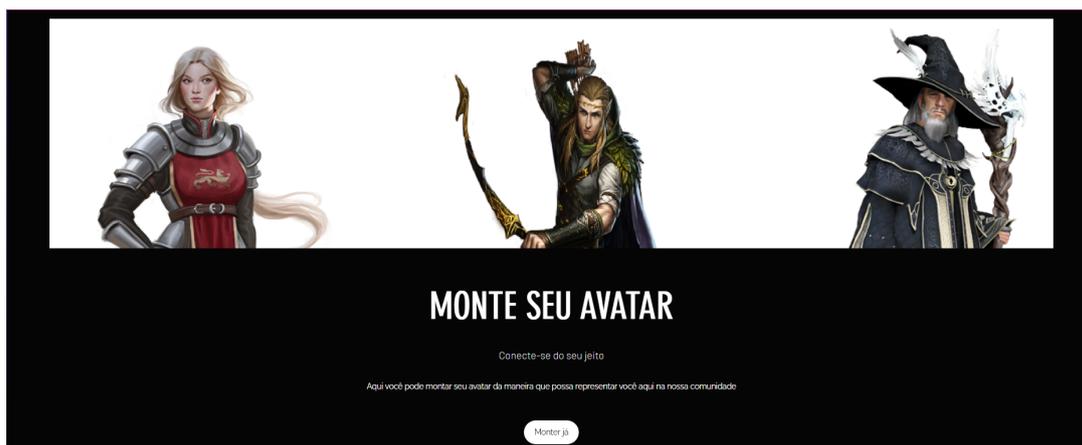
Com isso, a página inicial se encerra. Assim que for selecionada a opção do perfil, o usuário será encaminhado para uma página onde estarão todas as informações do seu cadastro, suas atividades e interações com o site.

Figura 24: Uma representação de sua área de perfil.



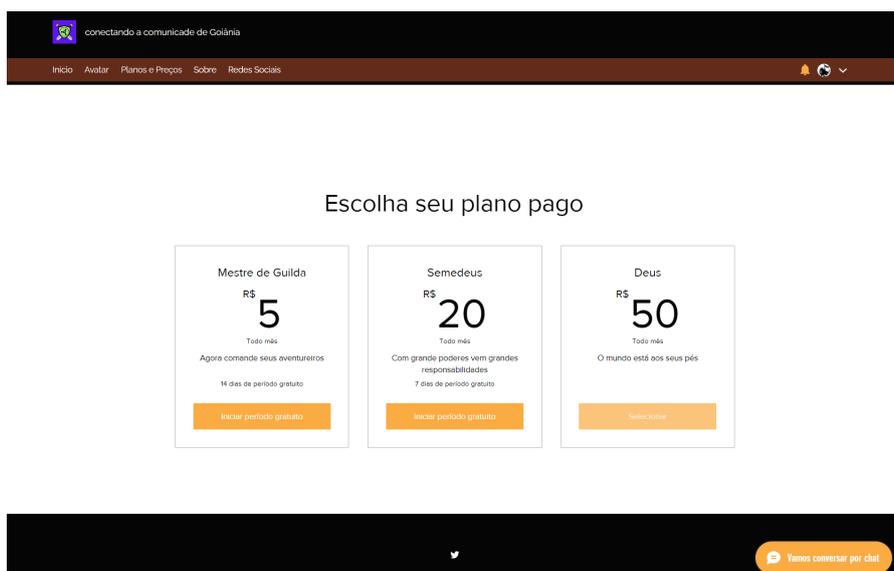
Segue abaixo a criação dos avatares para o nosso público.

Imagem 25: Página de montagem de avatar



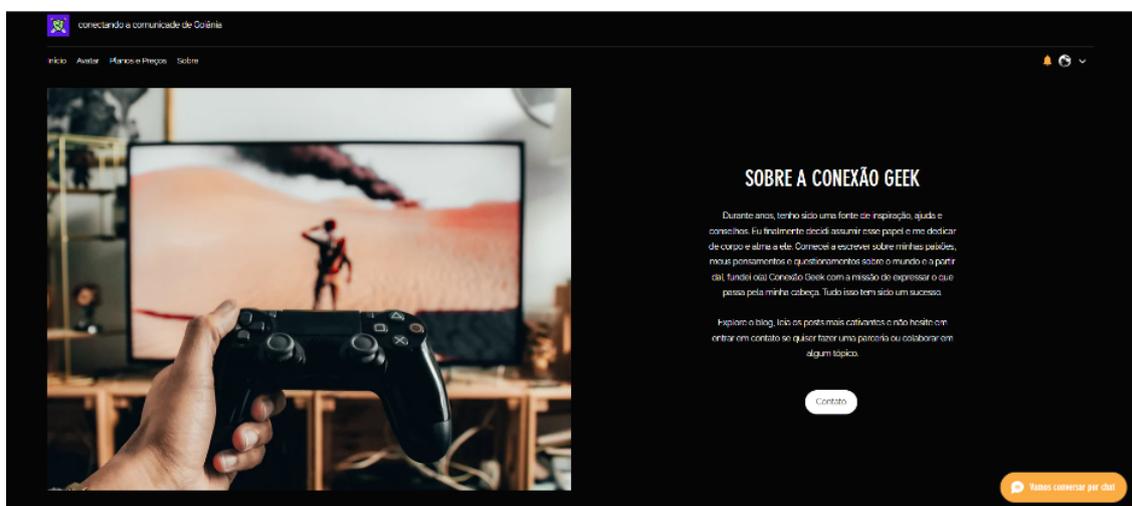
Seguindo, teremos a página responsável para as assinaturas, onde os membros da nossa comunidade poderão ajudá-la a continuar crescendo.

Figura 25: Página de assinatura do usuário



A próxima página será a da história do Conexão Geek, incluindo informações sobre a “nossa comunidade” e “os criadores”:

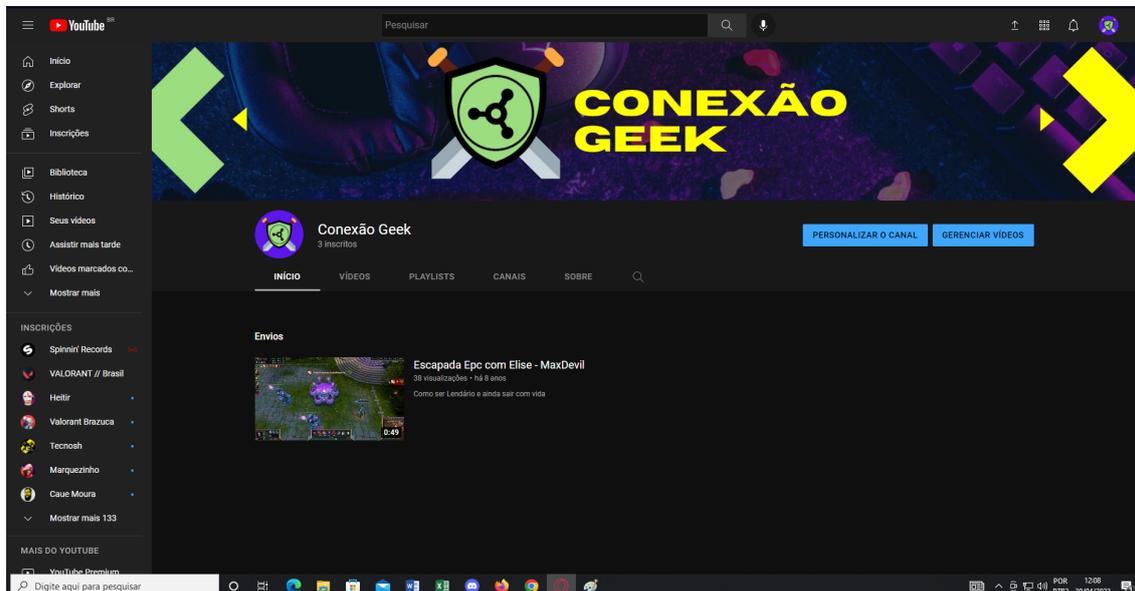
Figura 26: Página Blog.



Abaixo seguem as imagens das redes sociais.

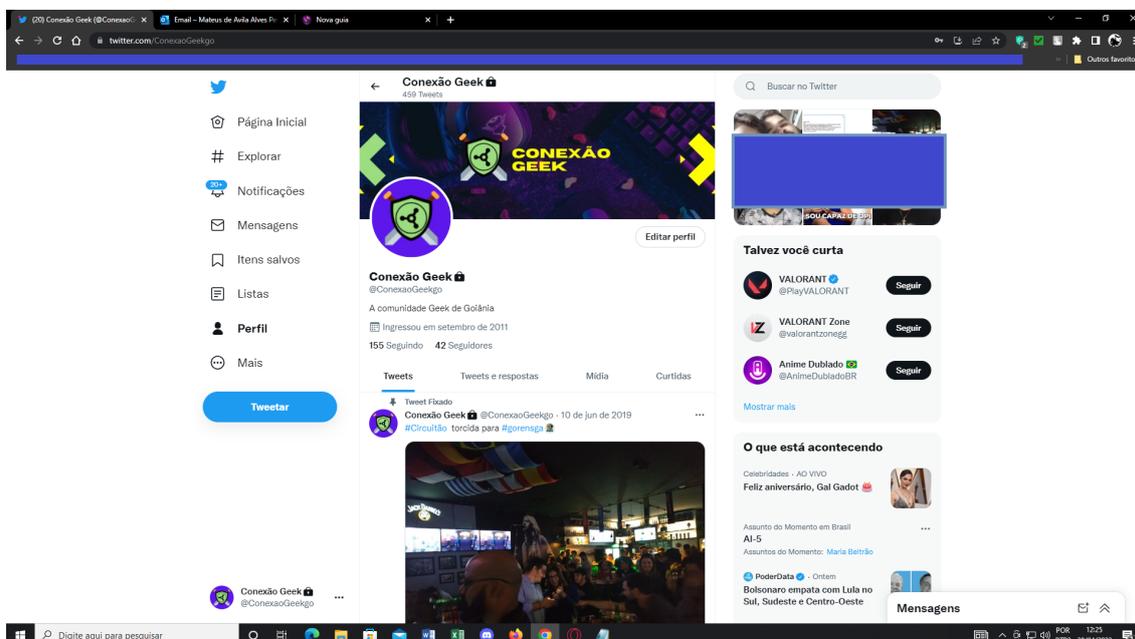
## Rede Social YouTube

Figura 27: Página do Youtube



## Rede social: Twitter

Figura 28: Página do Twitter



Modelo Mobile sendo a versão mais usada:

Figura 29: Página do Instagram

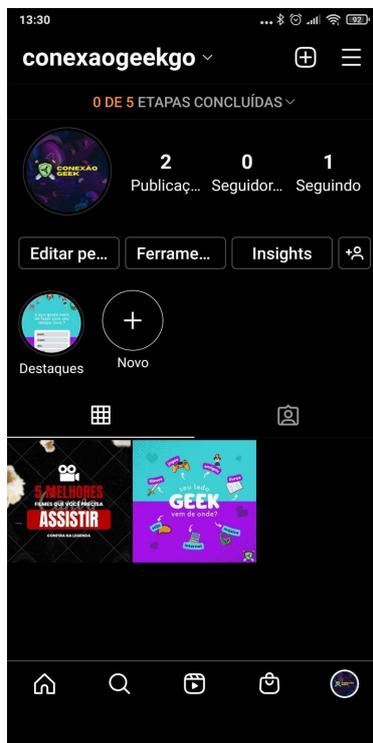
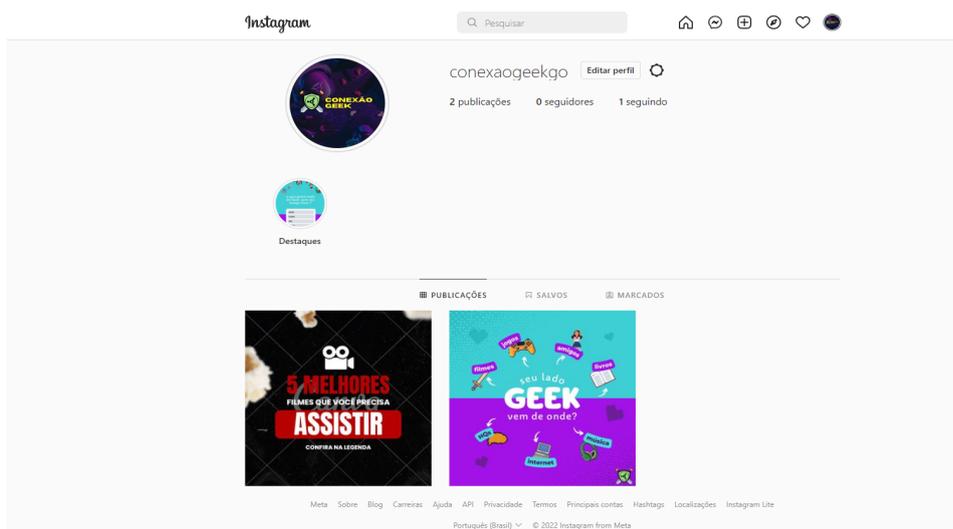


Figura 30: Página do Instagram em modelo Desktop

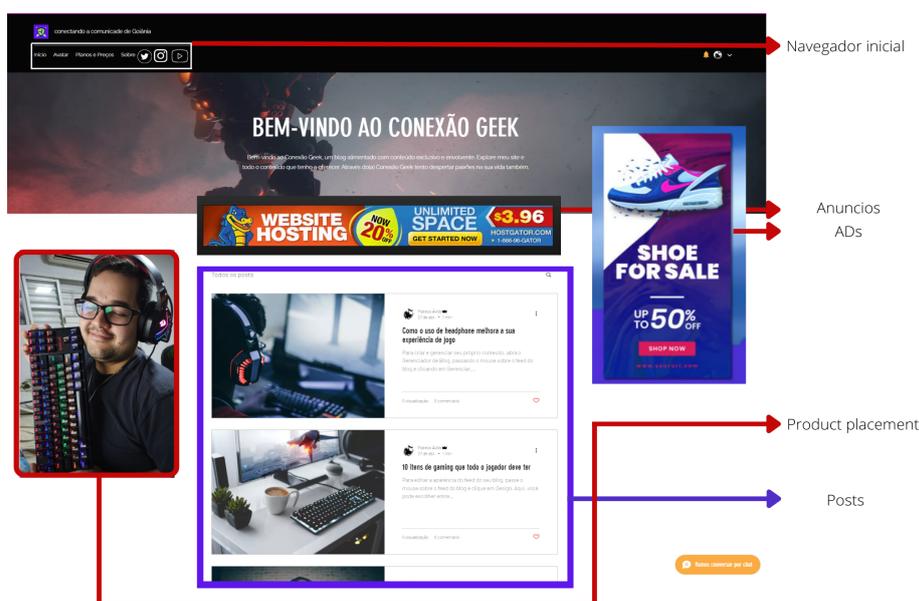


### 5.3.2 Arrecadações

Nesta seção mostraremos as áreas de anúncios para que possamos gerar renda e assim manter nossa produção de conteúdo, tanto no site quanto nas redes sociais. As duas formas são de anúncios/ads e *product placement*.

#### 5.3.2.1 Anúncios/Ads:

Figura 31: Interface da página



#### 5.3.2.2 Product placement

É a inserção do produto ou marca no contexto do conteúdo audiovisual, no qual mostraremos os produtos nas nossas mãos, comentaremos e indicaremos para a nossa comunidade. Essa parte é exclusiva para o pacote império. Exemplos:

Figura 32: Exemplos de marcas



## 6. PROCESSO DE VERIFICAÇÃO

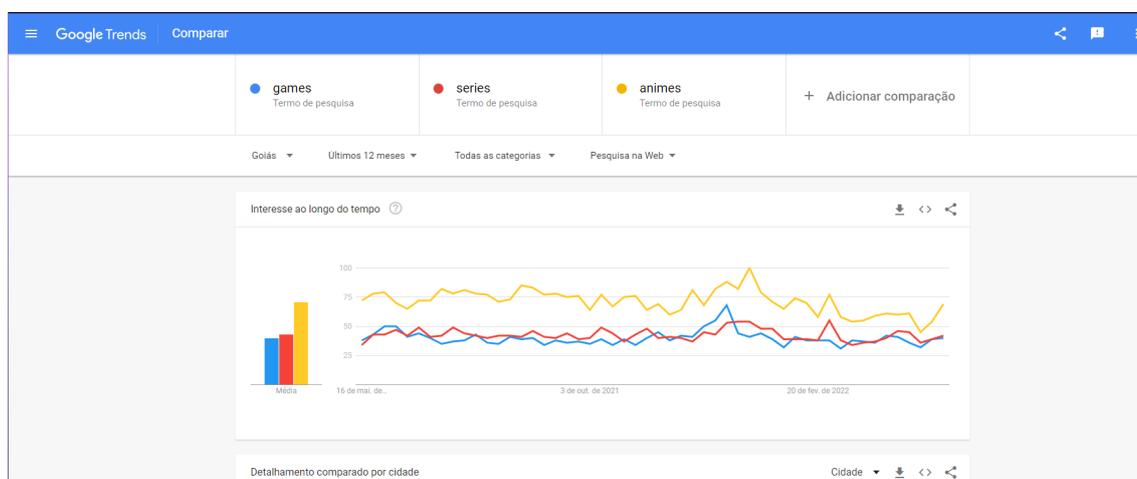
Nesta etapa, é importante verificar se o retorno financeiro, de participação e consumo de informação está sendo positivo ou não. Deste modo, o processo de verificação será feito com base nas métricas apresentadas pelas plataformas Google Analytics, as métricas das próprias plataformas de redes sociais, dados financeiros, bem como o monitoramento da qualidade do engajamento.

### 6.1 SITE E BLOG (Analytics)

Para o site e blog serão levados em consideração os dados retirados do Google Analytics, como: números de inscrições, os números de afiliações, o tempo de permanência dentro do site e a quantidade de engajamento do usuário com comentários ou interação com os conteúdos. Isso nos dará uma base para ver o que os usuários mais gostam e procuram em nosso site, assim poderemos focar e trazer mais usuários para ele. Sabendo que apenas a quantidade não nos mostra a realidade da motivação do engajamento, será realizado o monitoramento dos comentários e tipos de interação. Exemplo disso é: verificar se o comentário é positivo ou negativo, quais conteúdos são os mais...

### 6.2 GOOGLE TRENDS

Google Trends é uma ferramenta que aponta as tendências de busca, isto é, os assuntos mais buscados por região, por perfil etc. Dessa forma, faremos uso da plataforma como um auxílio no encontro de assuntos para elaborarmos conteúdos de interesse para o público Geek, em especial o goiano.

Figura 33: Imagem que representa o Google Trends<sup>47</sup>

### 6.3 REDES SOCIAIS

As plataformas de redes sociais possuem suas páginas específicas de apresentação de métricas que fornecem os dados de interação dos usuários como por exemplo: o Instagram que fornece os números de *like*, comentários, visualização e interação com as publicações de todos os usuários da rede. O YouTube mostra o tempo de permanência nos vídeos, *likes* e comentários; Twitter que mostra os retweets, as curtidas e comentários. Com os dados podemos focar onde melhoramos e as formas corretas de trazer mais público para nossa comunidade.

### 6.4 MONITORAMENTO

Focaremos em avaliar os comentários, as interações e participações dos usuários em todas as nossas redes sociais e principalmente no nosso site. Deste modo veremos em quais tipos e formatos de conteúdos iremos nos concentrar para aumentar o engajamento.

<sup>47</sup>Fonte da imagem disponível em: <<https://trends.google.com.br/trends/explore?geo=BR-GO&q=games,series,animes>>

## 7. RELATO DE EXPERIÊNCIA

Começamos pensando em fazer algo voltado para nossa área, uma coisa que nós dois gostamos muito, o universo geek, não só vivemos consumindo, mas sim adoramos interagir com ele e estar por dentro de tudo o que está acontecendo, então faz sentido focarmos em uma coisa que temos tanto interesse quando afinidade. Por muito tempo pensamos em fazer algo voltado para a área de produção, sendo ela a área que temos mais facilidade de várias maneiras, então entramos em um consenso e decidimos fazer algo que esteja ligado a nós. Assim, pensamos na Conexão Geek, uma produtora de conteúdos voltado para o universo geek.

Com a ideia de uma produtora na cabeça, tentamos colocá-la em prática, mas isso foi um desafio maior do que pensávamos, pois colocar tudo o que estava em nossa mente no papel foi desafiador. Então tivemos que buscar mais conhecimento e auxílio de nossa orientadora, assim começamos a compreender melhor o que devemos fazer, buscando mais pesquisas e mais referências para assim construirmos uma produtora de conteúdos que possa ajudar a comunidade geek a crescer. Assim, com uma base melhor de conhecimento tentamos colocar em prática, mas outro problema apareceu, a nossa falta de comunicação. Isso nos atrapalhou no começo, mas com o passar das orientações superamos e voltamos a fluir melhor.

Depois de todas as dificuldades ultrapassadas podemos sim fazer voltar ao projeto, os estudos para a produtora de conteúdo foram esclarecedores, pois estar dentro do universo geek não quer dizer que sabemos como ele funciona e nem como trabalhar dentro dele. Com isso podemos ver onde vamos nos focar, pois dentro do universo tem várias ramificações, mas o que realmente queríamos era que a cultura geek crescesse em nossa região, pois notamos uma grande busca por conteúdos voltados à ela e a falta de produtoras focadas em conteúdo desse universo.

Com o passar do trabalho, podemos ver que para fazer a comunidade funcionar era uma questão de trabalho duro e pessoal capacitado, já que tínhamos quase todos os equipamentos, só não possuíamos as ferramentas

digitais, que foram as que mais sentimos falta, pois para o processo criativo e o processo de produção era essencial tais ferramentas. Já que toda a nossa comunidade está conectada na internet e em redes sociais, o foco da nossa produtora seria em campanhas e conteúdos virtuais, tanto em informações quanto em curiosidades, já que é a coisa que mais se busca da comunidade geek.

Pesquisando as melhores ferramentas e melhores métodos de se criar conteúdo para a comunidades podemos ver como seria a estruturação de nossa produtora, tendo bases sólidas e referências de grande sucesso. Assim pudemos ver como iríamos fazer e do nosso jeito, sendo o principal foco a forma de apresentar tais conteúdos, trazendo conseqüentemente mais pessoas da comunidade geek da região de Goiânia para dentro da nossa produtora.

No final do trabalho verificamos como seria a manutenção e o acompanhamento de toda a nossa produtora, para que ela se mantenha atualizada e da melhor forma possível. Assim, nossa comunidade cresce junto com a Conexão Geek.

Levando todo o aprendizado que esse trabalho nos forneceu, espero que colocando essa produtora para frente tenhamos uma forma de projetar nossa marca no mundo ou pelo menos nos corações da comunidade geek.

## REFERÊNCIAS

CARVALHO, Ulisses Wehby De. DORK: qual é o significado e a tradução da gíria “DORK”? **SAP**, 2010. Disponível em: <https://www.teclasap.com.br/dork/>. Acesso em: 23/set/2021.

Conheça o fantástico (e lucrativo) mundo das franquias geek. **Portal do Franchising**, 2021. Disponível em: <https://www.portaldofranchising.com.br/franquias/franquias-geek-nerd/> Acesso em: 1 out. 2021.

COSTA, Matheus Bigogno. O que é e como funciona o streaming. **CanalTech**, 2021. Disponível em: <https://canaltech.com.br/internet/o-que-e-streaming/> Acesso em: 30 set 2021.

Comunidades Virtuais. **CONREDIS**, 2021. Disponível em: <https://lume-re-demonstracao.ufrgs.br/conredis/comunidadestexto.html> Acesso em: 18 de nov. 2021.

FAUSTINO, Paulo. **Marketing digital na prática: fomo criar do zero uma estratégia de marketing digital para promover negócios ou produtos**. São Paulo: DVS Editora, 2019.

FERNADES, Gabriel. Indústria do anime cresce em 2019 e dobra de valor em uma década. **AnmTv**, 2021. Disponível em: <https://anmtv.com.br/industria-do-anime-cresce-em-2019-e-dobra-de-valor-em-uma-decada/> Acesso em: 30/set/2021.

FILLIPPE, Marina. Magazine Luiza compra Kabum! por cerca de 3,5 bilhões de reais. **Exame**, 2021. Disponível em: <https://exame.com/negocios/magazine-luiza-compra-kabum-por-bilhoes-de-reais/> Acesso em: 1/out/2021.

GABRIEL, Martha; KISO, Rafael. **Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2021.

Quer trabalhar com redes sociais? Veja o que é preciso neste post. **Guia de Carreiras**, 2021. Disponível em: <https://blog.unyleya.edu.br/guia-de-carreiras/quer-trabalhar-com-redes-sociais-veja-o-que-e-preciso-neste-post/> Acesso em: 16 de out. 2021.

GARCIA, Tayná. Jogos devem movimentar mais de US\$ 1 bilhão no Brasil em 2021, aponta estudo. **Jovem Nerd**, 2021. disponível em: <https://jovemnerd.com.br/nerdbunker/jogos-devem-movimentar-mais-de-us-1-bilhao-no-brasil-em-2021-aponta-estudo/> Acesso em: 28 set. 2021

HARADA, Janaína. **Que indústria fatura mais: do cinema, da música ou dos games?** Disponível em: <https://super.abril.com.br/mundo-estranho/que-industria-fatura-mais-do-cinema-da-musica-ou-dos-games/Superinteressante>  
Acesso em: 25 set. 2021.

MORAIS, Felipe. **Planejamento estratégico**. São Paulo: Saraiva, 2015.

MORALES, Juliana. “Ideias que Colam”: o que é a Cultura de Convergência de Henry Jenkins. **Guia do Estudante**, 2021. Disponível em: <https://guiadoestudante.abril.com.br/estudo/ideias-que-colam-o-que-e-a-cultura-da-convergencia-de-henry-jenkins> Acesso em: 03/out/ 2021.

MOTA, P. H. O que é geek? Origem do termo e evolução da definição na história. **Segredos do Mundo**, 2021. Disponível em: <https://segredosdomundo.r7.com/o-que-e-geek/>. Acesso em 03 out 2021.

RICHWINE, Lisa. Disney+ revelará o quanto filmes de heróis da Marvel ajudam renda de canal. **Istoé Dinheiro**, 2021. Disponível em: <https://www.istoedinheiro.com.br/disney-revelara-o-quanto/> Acessado em: 30 de set. 2021.

SENA, Victor. Magalu compra site Jovem Nerd e reforça aposta em conteúdo. **Magalu**, 2021. Disponível em: <https://exame.com/negocios/magalu-compra-site-jovem-nerd-e-aposta-em-integracao-de-conteudo/> Acesso em: 1 de out. 2021.

Significado de Nerd. **Dicio**, 2021. Disponível em: <https://www.dicio.com.br/nerd/>. Acessado em: 23 set. 2021.

**Oquerola**, 2021. Disponível em: <https://oquerola.com/> Acesso em: 1 out. 2021.

QuestionPro Fonte: <<https://www.questionpro.com/blog/pt-br/comunidades-virtuais/>>Acessado em: 18 nov 2021

rockcontent acessar em:< <https://rockcontent.com/br/blog/marketing-de-conteudo/> > Acessado em 16 out 2021.

SANCHES, Daniele Rosa; BERLINCK, Manoel Tosta. Debilidade mental: o patinho feio da clínica psicanalítica. **SciELO Brasil**, v13,n2, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/agora/a/Pf8Cb4hJn4BNWfHFzVgTN/?lang=pt>. Acesso em: 23/set/2021.

STAGNI, Carla. Indústria de games cresce na pandemia e deve arrecadar US\$ 159 bi em 2020, mais que a música e o cinema juntos. **Glamurama UOL**, 2021. Disponível em: <https://glamurama.uol.com.br/industria-de-games-cresce-na->

pandemia-e-deve-arrecadar-us-159-bi-em-2020-mais-que-a-musica-e-o-cinema-juntos/ Acesso em: 25 de set. 2021.

TORRES, Cláudio. **A Bíblia do Marketing Digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar**. 2. ed. São Paulo: Novatec, 2009.

MENDES, Felipe. Netflix e streaming dominam Globo de Ouro, após lucrarem mais na pandemia. **Veja**, 2021. Disponível em: <https://veja.abril.com.br/economia/netflix-e-streamings-dominam-globo-de-ouro-depois-de-lucrar-na-pandemia/> veja Acesso em: 30 de set 2021.