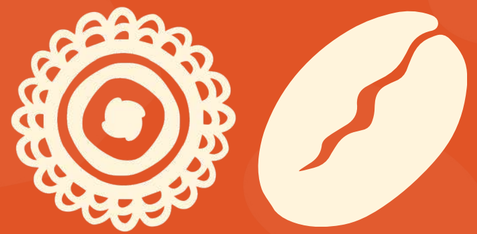
CULTURE CON
+
asmin(as)®
CONTEÚDO DIGITAL

AGENDA

TÓPICOS

- CulturalCon
- Principais tópicos
- Comunidade
- Autenticidade
- Representatividade
- Jornada
- Networking
- Tempo
- Conteúdo
- Marketing
- Aprendizados e tendência



O QUE É

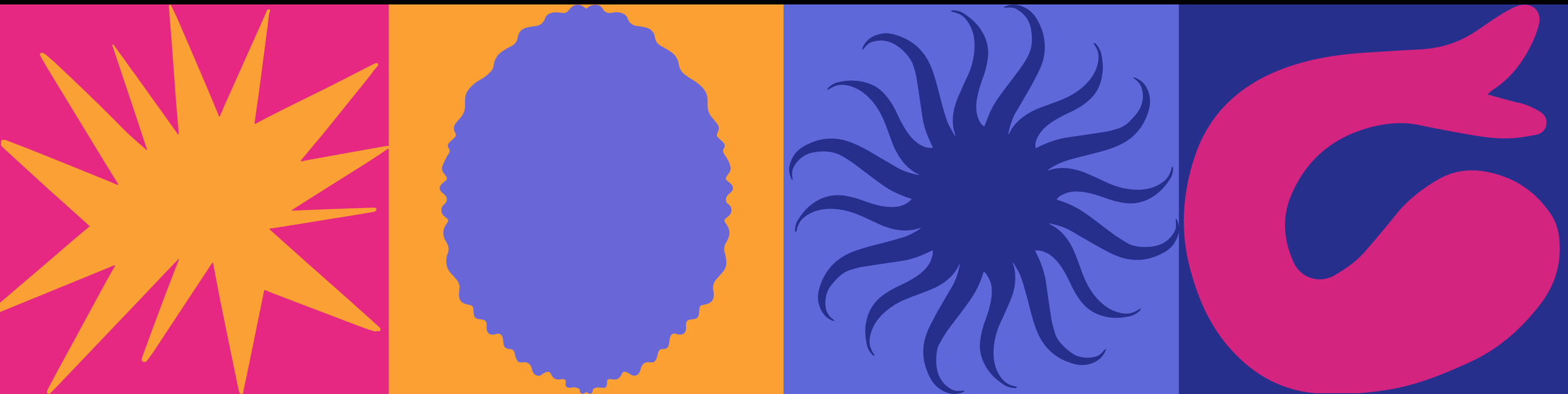
Conferencia → **CRIATIVOS NEGROS EMPREENDEDORES**

A CultureCon, é um evento de dois dias no Brooklyn um bairro rico em história e cultura negra, que convida os criativos negros a se envolverem com palestrantes influentes, participar de workshops práticos e construir sua rede e comunidade. Com a presença de grandes patrocinadores como Mc Donalds, Gucci, Uber e Clinique, o evento proporcionou uma imersão profunda nos temas que envolvem a industria criativa norte americana.

Para a Asminas, agência de conteúdo dedicada a impulsionar a comunidade negra, estar presente na CultureCon e compartilhar esses insights com nossos clientes e parceiros é fundamental. Acreditamos no poder da representatividade e na importância de criar plataformas que amplificam as vozes e histórias negras.

Este relatório, disponível para download em nossas redes sociais, tem como objetivo destacar os principais aprendizados e tendências do evento, com foco em empoderar e inspirar a comunidade negra de criadores de conteúdo, influenciadores e profissionais do mercado.

PRINCIPAIS TÓPICOS APRESENTADOS NA CULTURE CON



COMUNIDADE
COMUNIDADE
COMUNIDADE

Criar plataformas para a construção de comunidades atendendo a demanda urgente, é pra ontem!

Principais benefícios:

- Oportunidades para troca de experiências

Grupos, comunidades e encontros entre criadores, são super importantes para que a conversa sobre remuneração, oportunidade de trabalho e parcerias de conteúdo de publicidade possam ser construídas.

COMUNIDADE (as)®
COMUNIDADE
COMUNIDADE

- Oportunidades de troca de trabalhos entre influenciadores do mesmo segmento

Aquele job não se encaixou com o seu perfil? Que tal indicar um colega de profissão que possa aproveitar essa oportunidade?!

AUTENTICIDADE

Não é porque viralizou no TikTok que você tem que entrar na tendência!

Essa é uma pauta muito voltada para o uso desnecessário ou equivocado de produtos para pele e corpo que muitas vezes pode trazer prejuízo para quem utiliza. O tiktok ou qualquer outra plataforma não são garantia de qualidade ou de performance de produtos, eles são apenas um espaço de compartilhamento de experiências individuais que podem ser acessadas pelo usuário.

Se o produto viralizou é importante antes entender a necessidade individual de cada um.

- Fique atent_ aos riscos de problemas de saúde com produtos que não são adequados para sua necessidade e sua pele.

- As marcas precisam se adequar ao formato de conteúdo e linguagem do influenciador negro, e não o contrário. Nossa narrativa e única e isso precisa ser valorizado.

- Cada criador tem a sua particularidade na entrega do conteúdo e o criador negro não é diferente. Por isso é importante a marca que se associa a esse criador entender que o formato de comunicar a sua marca, serviço ou produto, se adequa à realidade e a linguagem do criador. Já passou da hora de entendermos que a narrativa deve pertencer a quem produz e não quem anuncia.

REPRESENTATIVIDADE

Marcas muito mais afinadas e presentes nas pautas pretas.

- No Brasil ainda temos uma resistência nítida das marcas em entrarem em pautas de diversidade de forma espontânea e sem se apoiarem em datas específicas. Nos Estados Unidos, com apenas 13% da população preta, as marcas estão presentes e preparadas para conversar com essa comunidade o ano todo, seja com produtos específicos ou linguagem que transmitem a importância dessa comunidade para a marca.

- Pessoas pretas falando sobre diversos assuntos: ampliando a pauta para além do racismo.

JORNADA JORNADA JORNADA

Acredite na jornada, mas esteja preparado!

- Preparado em todos os sentidos, com sua apresentação na ponta da língua, com portfólio organizado, com uma presença.
- A construção coletiva ajuda a jornada ser mais leve e com mais resultados.
- Os coletivos fazem com que o caminho se torne mais leve e potente, por isso construa a sua jornada de maneira sólida com parceiros que desejam construir para obter resultados a partir disso.

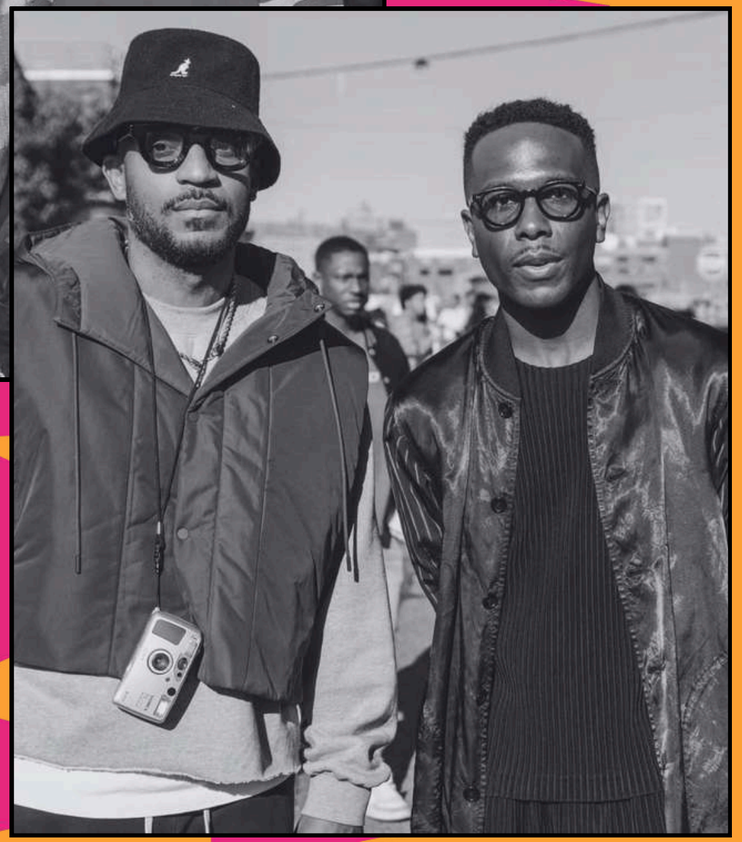
NETWORKING

- Construa networking em todos os lugares e com diversos níveis de pessoas.

Networking deve ser visto como teias, cada ponto tem a sua importância e por isso é importante termos a sensibilidade de entender que diferentes pessoas em espaços distintos têm relevância para a construção das nossas conexões. Faça Networking com o gerente do banco, com o dono da padaria e com o porteiro do seu prédio. Todas as conexões tem a sua importância na sua trajetória.

NETWORKING NETWORKING NETWORKING

- O criador precisa fazer networking e precisa se preparar para isso. Mas tenha tempo para tudo: família, amigos, trabalho... cada um precisará de uma dedicação diferente.



CONTEÚDO

- O criador preto norte-americano tem a visão de ser um operário do conteúdo (profissional). Essa é uma chave que precisa virar por aqui no BR. Criar conteúdo já não pode ser visto como um hobby, é uma profissão que você precisa estar sempre atualizado e capacitado;

- Seguidores são audiência, e é com ela que você constrói uma comunidade;

- Co-criação entre marcas e criadores para construir algo que transite nos dois universos será o futuro. Ex: McDonalds Lançando uma linha de roupas com criadores de conteúdo que falam sobre moda e comportamento.

NEM TUDO É PUBLIPOST!

Novos negócios estão sendo criados pensando em soluções para a economia criativa, e essas soluções estão sendo criadas pelos próprios criadores de conteúdo. Isso mostra o tamanho desse mercado e o potencial que existe para não depender apenas da publicidade com marcas.

Produtoras de audiovisual, agencias para licenciamento de imagem, studios de beleza , consultor de imagem, sao alguns dos segmentos citados no evento como negócios criados por criadores de conteudo para atender o próprio mercado

O QUE APRENDEMOS

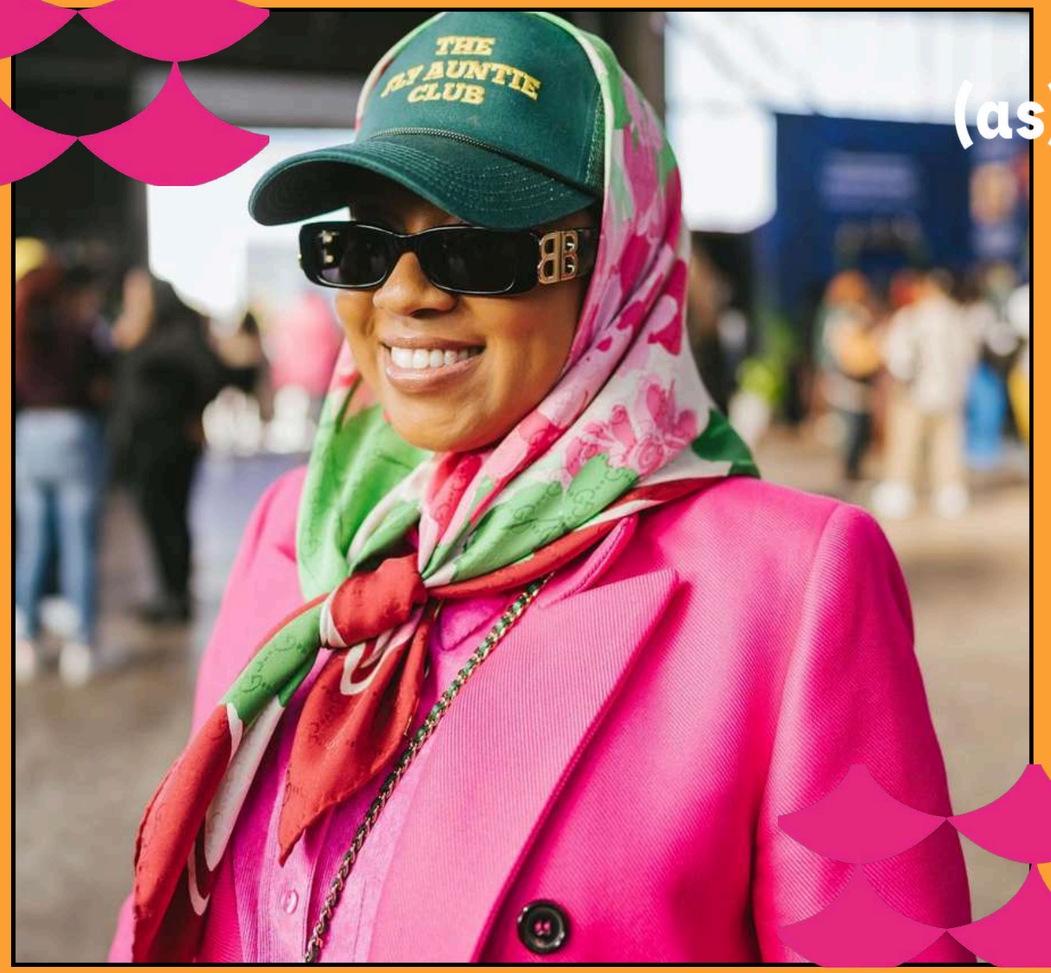
A creator economy está em constante evolução, e a CultureCon 2024 ofereceu uma visão abrangente das principais inovações do mercado. Dentre elas. consideramos como principais:

- Autenticidade é a chave: Os consumidores estão valorizando cada vez mais a autenticidade e a transparência das marcas e criadores de conteúdo. As empresas que conseguirem se conectar com os consumidores em um nível emocional e pessoal terão uma vantagem competitiva. Além de terem a possibilidade de se conectar com historias que valorizem a beleza de ser real

A CULTURA NEGRA ESTÁ DAS ATENÇÕES

A cultura negra sempre foi e cada vez mais se tornando influente no comportamento social, moda, na música, na arte e em outras áreas da cultura popular. As marcas precisam se associar de forma honesta para construir com constância conexões reais as narrativas que respeitem a nossa cultura, tendo a oportunidade de se conectar com um público mais amplo.

A TECNOLOGIA ESTÁ MUDANDO O JOGO



A tecnologia está revolucionando a forma como os criadores de conteúdo produzem e distribuem seu trabalho seja com plataformas próprias ou não. As marcas que conseguirem aproveitar as novas tecnologias associada a criacao de conteudo sairão na frente com os seus negócios.

A COLABORAÇÃO É ESSENCIAL

As empresas que conseguirem formar parcerias estratégicas com outros criadores de conteúdo e influenciadores terão sucesso em ampliar seu alcance e aumentar seu impacto, seja com cocriacoes ou com campanhas estretegicas para novos formatos de negocio.

OBRIGAD_!

asmin(as)®
CONTEÚDO DIGITAL

@asminascontent

Fale com a gente!

PRODUZIDO EM SALVADOR