

# SEJA AUTOR

*da sua história*

CAMILA S. LOURENÇO



# Seja autor da sua história

Dê asas aos seus pensamentos!

## Parte 1: Descubra sua persona

### **Público-alvo:**

- Persona é a representação do perfil de cliente ideal, no caso, o tipo de leitor que deseja alcançar com a sua mensagem. O objetivo desta construção é revelar perfis psicológicos e emocionais do leitor para ser abordado na estratégia de comunicação do enredo e vendas do livro.
- Ao escrever para uma persona semelhante ao seu público, o texto ganha conexão com suas dores e sonhos.

Avalie a sua persona conforme os aspectos do exemplo abaixo:

DEMOGRÁFICO	METAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Nome/Apelido:</b> Daniel (Dan)</li> <li>● <b>Idade:</b> 34</li> <li>● <b>Estado Civil:</b> Solteiro</li> <li>● <b>Profissão:</b> Analista Comportamental</li> <li>● <b>Família:</b> Sem filhos</li> <li>● <b>Localização:</b> São Paulo</li> <li>● <b>Renda:</b> R\$ 10.000,00</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Autoridade</li> <li>● Reconhecimento</li> <li>● Aumentar Clientela</li> </ul>
FRUSTRAÇÕES	PERSONALIDADE
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Falta de tempo</li> <li>● Falta de método para escrever</li> <li>● Bloqueio criativo</li> </ul>	<p><b>Introvertido 0   Extrovertido 10:</b> Nota 4</p> <p><b>Analítico 0   Criativo 10:</b> Nota 4</p> <p><b>Conservador 0   Liberal 10:</b> Nota 4</p>
MOTIVAÇÕES (De 0 a 5 importância)	CANAIS DE CONTATO (De 0 a 5 relevância)
<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Facilidade</b> = 3</li> <li>● <b>Utilidade</b> = 2</li> <li>● <b>Significância</b> = 5</li> <li>● <b>Medo</b> = 5</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● <b>Mídia Social</b> = 2</li> <li>● <b>Mail Marketing</b> = 5</li> <li>● <b>Whast App</b>= 5</li> <li>● <b>Inbound (blogs, vídeos, infográficos)</b> = 3</li> </ul>
HISTÓRIA	
<p><b>Objetivo:</b> Quer ser reconhecido por suas ideias e divulgar melhor seu trabalho</p> <p>Daniel é um profissional autônomo, que trabalha com o comportamento humano e é criador de muitas teorias as quais gostaria de divulgar melhor de forma escrita em livros e blogs, mas não possui nenhuma técnica ou tempo disponível para desenvolver o conteúdo.</p> <p><b>Palavras-chave:</b> reconhecimento, divulgação, técnica, tempo.</p>	

"Um papel escrito é algo palpável sobre o que poucos veem." Camila S. Lourenço

## Parte 2: A Mensagem

Junto com o perfil de público é importante determinar qual o aprendizado que o livro vai transmitir (metaforicamente ou não, entretenimento sem intenções adicionais, etc.) A partir da definição do público e mensagem fica mais fácil ancorar o enredo, ou seja, escrever sobre uma direção sólida.

- Quais as lições e experiências que o enredo tem a compartilhar com os leitores?
- Qual o tema central e os temas paralelos da trama? (válido para ficção e não ficção)
- Se houver uma trama paralela, qual mensagem deseja transmitir e qual a relação dela com a trama central?

Descreva suas observações, ideias, insights:



# Parte 3: A Jornada do Herói

Construa a jornada do herói ou heroína da trama. Herói é o arquétipo do protagonista, mas a jornada é válida para construir o vilão.

Nos casos de livros de não ficção, o herói é o (a) autor (a) e a jornada é implícita.

## Ato I

### 1. Mundo comum – Consciência limitada de um problema:

- O homem comum ainda se tornará o herói. Ele está em seu ambiente normal, onde há um problema implorando por solução.

### 2. O chamado à aventura – Aumento da consciência

- Algo muda drasticamente e chama o herói à ação. Ele sente a necessidade de tornar-se algo mais do que um homem comum.

### 3. Recusa ao chamado – Relutância à mudança

- O herói não quer ser um herói, não quer a responsabilidade, ele tem medo do que está por vir.

### 4. Encontro com o mentor – Superação da relutância

- O herói encontra alguém para ajudá-lo em sua transformação de homem comum a herói. Ele é seu mentor, o homem sábio que ensina mais ao homem sobre si mesmo do que ele jamais soube.

*Encontre o mentor do seu herói!*

## Ato II

### 1. Cruzamento do limiar – Comprometimento com a mudança

- O herói aceita que ele deve deixar seu mundo comum para trás e tornar-se um novo ser.

### 2. Testes, aliados e inimigos – Experimentando a primeira mudança

- O herói agora está lutando com seus inimigos, sendo testado física, emocional e espiritualmente.

### 3. Aproximação da caverna profunda – Preparação para uma grande mudança

- O herói ainda luta por seus princípios. Ele reúne aliados e se prepara para a batalha que vai mudar tudo. O herói descobre que não pode salvar o mundo sozinho.

*Quem são os aliados do seu herói? Quais princípios o guiarão?*

### 4. Provação – Tentativa de uma grande mudança

- Se dá quando o herói deve enfrentar seu maior medo, e aprender que da morte surge uma nova vida.

### 5. Recompensa – Consequências da tentativa (melhorias e retrocessos)

- O herói, tendo enfrentado a morte, tornou-se mais do que apenas um homem, ele é capaz de lutar contra o mal como nunca antes e é recompensado.

## Ato III

### 1. Estrada de volta – Rededicação à mudança (Recusa do Retorno)

- Tendo alcançado seu objetivo, o herói não vê necessidade de voltar às antigas dores. As necessidades do herói o ajudam a voltar para casa e encontrar seu caminho de volta.

### 2. Ressurreição – Última tentativa de uma grande mudança

- O herói é testado pela última vez, diferente de qualquer outra luta que ele teve antes, que o empurra a seus limites e faz com que ele use todo o conhecimento que ganhou ao longo dos anos. O herói é finalmente transformado.

### 3. Retorno com Elixir – Domínio final do problema

- A jornada do herói está feita. O verdadeiro herói é aquele que percebe que o mundo é maior do que ele, do que seus desejos egoístas e que possui um objetivo pelo qual vale a pena lutar.

Agora é sa vez! Construa a jornada do seu herói seguindo a estrutura acima:



# Parte 4: Storytelling

É o método de criar narrativas em palavras para transmitir um conceito, ou a arte de transmitir ideias complexas contando histórias.

## Elementos essenciais para um storytelling

- Ter a **Jornada do Herói** completa;
- **Personagens:** humanos ou não, relação de atributos físicos, estilo, vocalização, aspectos psicológicos;
- **Enredo:** problemática que a história pretende resolver. A chave que pode mudar o curso da história e garantir um final feliz para o LEITOR, não necessariamente para os personagens.
- **Solução:** como pretende resolver a problemática;
- **Sugestão central:** qual a ideia âncora que explica por que não seguir a solução que o enredo propõe pode ser fatal?
- **Visão otimista:** leitores buscam nos livros aquilo que suas vidas não lhe dão: esperança, otimismo, coragem. Independentemente do curso da história, não abandone as necessidades do leitor. Crie um gancho de alívio ao longo do enredo.
- **Continuação:** como seu leitor pode alcançar os mesmos resultados positivos do personagem principal, talvez com um final até mais feliz que ele? Busque a essência desta "receita" na construção da história!

Escreva suas anotações:



"Quando você libera sua criatividade e tem um propósito, você alcança qualquer objetivo." Ricardo Ventura

## Parte 5: A estrutura do livro

**A ordem pode variar mas, resumindo, todo livro contempla:**

- Dedicatória
- Prefácio (pode ser do próprio autor ou de terceiros)
- Apresentação
- Capítulo 1
- Capítulo 2
- Capítulo 3
- Capítulo 4
- Capítulo 5
- Capítulo 6
- Capítulo 7
- Capítulo 8
- Capítulo 9
- Capítulo 10 (no máximo, passou de 10 capítulos considere publicar um 2º volume em série)
- Sobre o (a) autor (a) (Quem é você)
- Notas (anexos, citações, etc)
- Bibliografia (fontes de pesquisas ou possíveis citações do livro)
- Agradecimentos



# Recado importante:

Listei vários elementos importantes para que você possa iniciar sozinho a **produção dos seus textos!**

No entanto, sabemos que existem situações em que as dificuldades não se resumem a falta de técnicas, e muitas vezes não sabemos exatamente qual é o problema.

Acima de qualquer livro ou textos que venhamos a criar, sempre existirá a **nossa própria essência**, aquela pessoa que nascemos para ser, que possui seus recursos e sua forma de ver o mundo que precisa ser compreendida para que possa contribuir de forma assertiva com a mensagem a ser passada.

**Saber quem somos** nos ajuda a driblar o desejo de seguir modismos que nos frustrarão no futuro, pois não tem como dizer nada útil a respeito de algo que não tem utilidade para nós, logo não poderemos ajudar ninguém com nossa mensagem!.

Por esse motivo, além de orientá-lo sobre a o conteúdo e construção do livro, ofereço uma mentoria para auxiliá-lo a entender a si mesmo e ao seu futuro leitor, para que você possa ser enfim o autor da sua história!

## A mentoria contempla:

1. **E-book** com checklist de como construir seu livro ampliado e comentado.
2. **Análise Corporal (Psico-Comportamental)**
  - a. Explico quem é você por meio do formato do seu corpo, em uma única sessão!
  - b. Mostro quais seus recursos e suas dores, e qual mensagem você veio trazer ao mundo (como servir o próximo?);
3. **Por que escrever um livro:** auxílio a vencer possíveis crenças limitantes que o impeça de ver valor em divulgar o seu livro;
4. **Como saber se o seu livro está preparado para publicação:** após concluído, colaboro com a revisão, leitura crítica e adequação do texto e estrutura ao modelo padrão de mercado do livro.
5. **Como publicar seu livro depois de pronto:** a parte burocrática pode ser cansativa sem um apoio, por isso oriento como realizar registro autoral, cadastro de ISBN, ficha catalográfica, pesquisa de editoras de auto publicação ou editoras convencionais;
6. **Como divulgar seu livro nas redes sociais:** após a publicação tem a divulgação! Compartilho contigo as principais dicas e estratégias de divulgação do livro em redes sociais.

**Bônus: Book Proposal:** crio para você um lindo book de apresentação do seu livro para envio para grandes editoras e divulgação.

## Entre em contato comigo para mais informações!

- **Telefone:** 55 11 94342-8419 ([Whats App](#))
- **E-mail:** [camilalourenco.escritora@gmail.com](mailto:camilalourenco.escritora@gmail.com)



## Bibliografia:

MACCEDO, Paulo, 2019. Copywriting: o método centenário de escrita mais cobiçado do mercado americano. DVS Editora.

CAPOTE, Gart, 2020. Business Experience Design - A Jornada do Cliente: Guia essencial para entender clientes, desenvolver soluções, projetar experiências, repensar processos e prosperar. Publicação independente.

CARVALHO, Henrique, 2014. A Jornada do Herói: Transformando sua audiência em heróis através de histórias memoráveis. <https://viverdeblog.com/jornada-do-heroi/> acesso em 28/12/2022 às 21:44h.



# Sobre mim



Natural de São Paulo, É **escritora, poetisa e especialista em experiência de clientes (CX) e linguagens psico-comportamentais.**

É autora do livro **Rosa Apaixonada**, lançado em 2021 e coautora na Antologia poética **Uma Poesia Para Cada Noite**, da Lura Editorial, com lançamento oficial na Bienal do Livro de São Paulo em 2022.

Escreve desde os 13 anos de idade, tem blogs desde 2010, já participou de 4 crowdsourcings (revisão voluntária) de livros de negócios, entre vários projetos de conteúdo em que apoiou grandes autores e empresas, desde livros, apostilas, e-books, textos para redes sociais, scripts de vendas e manuais de atendimento.

**Blog atual:** <https://camilaslourenco.com.br>