



# MÉTODO DE OPERAÇÃO

ÍCARO J. BRITO



**ICARO J. BRITO**

**CONTEÚDO · DADOS · OPERAÇÕES**

Conteúdo e dados são frentes diferentes da operação digital. Quando integradas, criam algo essencial: um referencial para orientar os próximos passos. Foi no contato com equipes variadas, no estudo contínuo e na prática direta que desenvolvi técnicas e artefatos de trabalho para estruturar esse processo. As operações entram como estrutura organizadora do processo. São elas que sustentam o desenvolvimento das duas frentes e criam as condições para que a rotina ganhe direção e capacidade de revisão.

## ESCOPO DO MÉTODO



### OPERAÇÕES

Fluxos, modelos de pauta, artefatos e critérios que organizam a rotina editorial e sustentam a integração entre conteúdo e dados.



### CONTEÚDO

Planejamento editorial, posicionamento e narrativas de campanha orientadas por pesquisa, comportamento e contexto.



### DADOS

Definição de KPIs, leitura de métricas, monitoramento, revisão de ciclo e padronização de relatórios.



# TRAJETÓRIA ATÉ O MÉTODO

**Consolidação**  
Integração entre conteúdo, dados e operações como lógica contínua de trabalho.

4

**Base analítica**  
Leitura de desempenho, comportamento de público e revisão orientada por dados.

2

**Base operacional**

Fluxos, pautas, relatórios, documentação e artefatos aplicados à rotina.

3

**Base editorial**

Linguagem de marca, produção de conteúdo e adaptação por canal.

1

# COMO O MÉTODO OPERA

## MÉTODO DE OPERAÇÃO

Produção de conteúdo digital não deve funcionar como sequência isolada de entregas. Deve operar como sistema, com integração entre conteúdo, dados e estrutura de trabalho.

### operações

#### ARTEFATOS DE TRABALHO

Transformação do planejamento em rotina executável, com pauta estruturada e menor dependência de improviso.

Pauta e briefing  
Direcionamento de produção  
Fluxo e rotinas  
Integração entre áreas



É dessa integração que surgem os insumos para revisar a produção, orientar decisões e transformar análise em ferramentas de operação.



### conteúdo

#### PLANEJAMENTO

Definição de abordagem, função por canal, prioridades editoriais e critérios de decisão.

Posicionamento de mercado  
Territórios narrativos  
Objetivos editoriais  
Narrativas de Campanha



### dados

#### AJUSTE DE ROTA

Leitura de performance, monitoramento e insumos para o próximo ciclo.

Definição de KPIs  
Leitura de métricas  
Relatórios e padronização  
Revisão de estratégia





## Meu método se materializa em decisões, artefatos e ajustes de rotina.

As próximas telas mostram como essa lógica foi aplicada em contextos diferentes, sempre a partir da mesma base: integrar conteúdo, dados e operações para reorganizar o ciclo de trabalho.

### ESCALA EDITORIAL

158,4M

alcance em operação editorial multicanal

### ESTRUTURA DE PAUTA

80% | 20%

priorização de pauta por função editorial

### MONITORAMENTO ESTRATÉGICO

5.423

menções monitoradas com leitura diária para orientar decisões

### OPERAÇÃO PRÉ-PLANEJADA

2 frentes

cobertura e lançamento operados em paralelo

# Revisão contínua de pauta e estratégia em uma operação sujeita a desempenho, sazonalidade e disponibilidade real de produto.

CASE 1 | PLANEJAMENTO

BEM BRASIL | Out/2024 - Ago/2025  
Indústria de alimentos congelados

## DESAFIO

A operação exigia revisão contínua de conteúdo, calendário e direcionamento. A cada ciclo, a pauta precisava ser reorganizada com base em desempenho, nos direcionamentos do cliente e nas condições concretas da marca, incluindo sazonalidade e oferta de produto.

## DECISÃO

Transformei a análise em rotina de revisão editorial e estratégica. A cada pauta, os conteúdos passaram a ser reavaliados com base nos aprendizados do ciclo anterior e nas mudanças de contexto. Para sustentar esse processo, organizei o acompanhamento em duas camadas de relatório: uma executiva, voltada à discussão geral, e outra analítica, com leitura aprofundada para orientar ajustes de formato, tema e prioridade.

## RESULTADOS

A análise deixou de encerrar o ciclo e passou a reorganizar o seguinte. As metas anuais foram atingidas antes de dezembro: alcance 27% acima, engajamento 25,7% acima e views 305% acima. O principal ganho foi estrutural: pauta, estratégia e prioridade passaram a ser revistas continuamente com base em desempenho, contexto e viabilidade da marca.

**158,4 M**

alcance total em 2025

**1 M**

interações no ano

**142 M**

views em vídeos

# Estruturei uma operação dominada por conteúdos quentes para manter a pauta funcionando mesmo com mudanças de contexto.

CASE 2 | ESTRUTURA DE TRABALHO

MARLUVAS | Jul/2025 - Mar/2026  
Equipamentos de Proteção Individual

## DESAFIO

A pauta dependia fortemente de conteúdos ligados à atualidade, trends, datas e outras movimentações de contexto. Esse modelo gerava aderência, mas também aumentava refações, ajustes de última hora e vulnerabilidade na rotina.

## DECISÃO

Para reduzir essa vulnerabilidade, estruturei uma divisão formal entre conteúdos quentes, ligados a datas, trends e contextos com prazo, e conteúdos frios, atemporais e acionáveis em diferentes momentos. Também criei um documento de planejamento com insumos para orientar o ciclo seguinte, reunindo métricas dos melhores posts, análise de cenário e referências.

## RESULTADOS

A pauta passou a operar com uma base mais estável, capaz de acomodar mudanças, atrasos e refações sem interromper a execução. O principal ganho foi estrutural: a operação passou a ter critérios mais claros de priorização, distribuição e flexibilidade para sustentar a rotina.

**quentes + frios**

classificação da pauta por temporalidade

**80% / 20%**

distribuição entre comunidade e marca

**pauta + apoio**

planejamento principal + extrapauta

# Transformei o monitoramento da COP30 em insumo diário para decisão.

CASE 3 | AJUSTE DE ROTA

BANCO DA AMAZÔNIA | Nov/2025  
Instituição financeira pública

## DESAFIO

A COP30 concentrou alto volume de menções e temas sensíveis durante todos os dias de programação do evento. Entrei na operação com pouco tempo de preparação, e o desafio era organizar esse acompanhamento para gerar insumos úteis à operação e orientar as decisões de conteúdo dos dias seguintes.

## DECISÃO

Como entrei no projeto em cima da hora, comecei mapeando a equipe e o papel de cada frente para delimitar minha função na operação. A partir disso, organizei uma rotina própria em blocos de trabalho para clipping, coleta de métricas, classificação de sentimento e fechamento dos relatórios, mantendo o Buzzmonitor sob acompanhamento constante para identificar ruídos, acompanhar risco e qualificar a leitura do evento.

## RESULTADOS

O monitoramento passou a orientar decisões editoriais e analíticas ao longo da cobertura. A leitura de sentimento ajudou a separar repercussão positiva, ruído neutro e sinais de risco em um contexto de grande repercussão. Foram 5.423 menções acompanhadas em 12 dias, com 9 reports diários e 12 relatórios de monitoramento. No mesmo período, a campanha alcançou 4,08 milhões de alcance e 11,57 milhões de visualizações.

**5.423**

menções monitoradas

**12**

relatórios de monitoramento

**9**

reports diários

# Estruturei uma operação pré-planejada para duas semanas seguidas de cobertura em feira.

CASE 4 | ESTRUTURA DE TRABALHO

CASE IH & CASE CE | Abr/2024  
Agronegócio e construção

## DESAFIO

A operação exigia duas semanas seguidas de cobertura em feira, com produção intensa e revisão diária de cronograma, materiais, escopo e prioridades. O desafio era manter a cobertura organizada e responsiva durante todo o período, mesmo em um ambiente que exige deslocamento constante, captação rápida e resposta imediata.

## DECISÃO

Desenvolvi uma estrutura móvel de produção no celular e um modelo de cobertura replicável para eventos, com documentação de apoio, templates, aplicativos de edição, ordem do dia e referências de captação. A planta do estande e o cronograma da marca no evento funcionaram como base para prever a rota de deslocamento, mapear pontos prioritários e reduzir imprevisto durante a execução.

## RESULTADOS

A antecipação permitiu manter a cobertura organizada ao longo das duas feiras e otimizar a produção dos conteúdos no timing correto. A operação somou mais de 4 milhões de visualizações totais e a documentação criada se consolidou como modelo replicável para futuras coberturas, com materiais de apoio que ampliam velocidade, previsibilidade e capacidade de resposta.

**4M+**

views em reels e cobertura

**733K**

maior reel da Case CE

**operação pré-planejada**

templates, ativos e fluxo em campo

# Síntese do método em aplicação

Como conteúdo, dados e operações se integraram em decisões e estruturas de trabalho.

Case	O que foi organizado	Artefato ou Estrutura	O que isso provou
Bem Brasil	Revisão contínua de pauta e estratégia	Relatório em duas camadas e leitura de desempenho	A análise pode reorganizar o ciclo seguinte
Marluvas	Priorização editorial em contexto instável	Planejamento com conteúdos quentes, frios e extrapauta	A pauta ganha continuidade quando existe base para absorver mudanças de contexto, atrasos e refações.
Banco da Amazônia	Monitoramento transformado em leitura diária para decisão	Relatórios de acompanhamento em rotina de evento	Dados e contexto podem orientar decisões durante a operação.
Case IH & Case CE	Cobertura e lançamento com operação pré-planejada	Documentação de cobertura e organização prévia de ativos e fluxo	Resolver infraestrutura, fluxo e prioridade antes amplia velocidade e qualidade em campo.

# Outros contextos, a mesma lógica.

Aplicações complementares do mesmo raciocínio: integrar conteúdo, dados e estrutura de trabalho em contextos com exigências diferentes.

ESTRATÉGIA EDITORIAL

## New Holland Construction

---

Arquitetura editorial em três camadas: memória histórica, demonstração técnica e ativação comercial ao longo de um ano comemorativo.

---

~2M views acumuladas

MONITORAMENTO E OPERAÇÃO

## Klini Saúde

---

Implantação do Buzzmonitor, briefing estruturado e organização do fluxo editorial em um momento de expansão da operação.

---

Tempo de resposta reduzido em até três vezes

BASE DIGITAL E FRANQUIAS

## Kiwi Superfoods

---

Padronização da comunicação de uma rede de franquias a partir de site próprio, identidade aplicada e treinamento de franqueados para alinhar matriz e lojas.

---

Franqueados operando com padrão único de comunicação

# OBRIGADO

CONHEÇA UMA FORMA DE  
TRANSFORMAR  
ANÁLISE EM DIREÇÃO,  
ROTINA EM SISTEMA  
E OPERAÇÃO EM  
CONTINUIDADE.

**VAMOS  
CONVERSAR?**

PORTFOLIO DE SERVIÇOS

E-MAIL

[icaroj.brito@gmail.com](mailto:icaroj.brito@gmail.com)

---

TELEFONE

(31) 99830-5291

---

LINKEDIN

[linkedin.com/in/icarobrito](https://www.linkedin.com/in/icarobrito)

---

SITE

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

CURRÍCULO



---

Disponível para projetos de estratégia e planejamento de conteúdo, operação editorial e estruturação de comunicação digital.

ÍCARO J. BRITO

CONTEÚDO · DADOS · OPERAÇÕES

