

O que é “flop”: significado e como evitar em conteúdos

Conteúdo produzido com uma equipe de freelancers, na qual atuei como redatora, e publicado originalmente pela [Rock Content](#).

Não sabe o que é flop, mas já imagina que coisa boa não deve ser e, por isso, quer evitar esse problema nas suas redes sociais? Vem com a gente que vamos explicar tudinho!

Acompanhar as expressões e gírias da internet nem sempre é uma tarefa fácil. No entanto, saber o que é flop vai ajudar muito a construir posts engajados e que não caiam no esquecimento. Inclusive, pode ser útil também para impulsionar o seu trabalho de freelancer, [profissionalizando sua carreira](#) nas redes sociais.

Muito usada nas plataformas de conteúdos mais informais, como o Twitter e o Instagram, a palavra “flop” tem a ver com fracassar nos objetivos. Isso acontece **quando você faz uma postagem que não tem um bom alcance e praticamente não conta com interações**.

Se a sua intuição dizia que você não queria “flop”, mesmo sem saber ao certo qual era o significado da palavra, saiba que ela acertou. A boa notícia é que há como evitar esse fenômeno nas redes sociais. Por isso, neste conteúdo, abordaremos:

- [Qual a origem da palavra flop?](#)
- [O que é flop nas redes sociais?](#)
- [Como evitar flop seus conteúdos nas redes sociais?](#)

Acompanhe este post e descubra o que fazer para fugir do flop nos seus perfis!

Qual a origem da palavra flop?

Se você procurar no dicionário qual o significado da palavra “flop”, dificilmente deve encontrar uma resposta. No máximo, conseguirá achar resultados em sites que explicam expressões informais ou criadas no mundo virtual — o famoso “internetês”.

Acontece que “flop” é uma palavra aportuguesada. **A origem do termo é inglesa e vem de “flop”, verbo que pode ser traduzido como “fracasso” ou “falha”**. Inclusive, só de ver o significado já dá para imaginar os motivos pelos quais colocamos um toque brasileiro nessa expressão.

Afinal, falar que um post nas redes sociais “fracassou” pode soar mais pesado do que simplesmente dizer “flopou”. Esse é o jeito especial da nossa língua e que ajuda a se motivar para evitar o baixo engajamento nas próximas tentativas, em vez de se sentir mal por não ter alcançado o sucesso planejado.

O que é flopar nas redes sociais?

Mas qual o significado de flopar nas redes sociais? Se você está se fazendo essa pergunta, saiba que, **na prática, isso depende muito**. Afinal, a sensação de falhar na missão varia de acordo com o objetivo da sua tentativa.

Sendo assim, se uma publicação feita nas redes sociais não precisava de tanto público engajando ou não tinha como objetivo chegar a um grande volume de pessoas, na realidade, você não flopou.

Também é importante saber se o perfil ainda é novo no Instagram ou se pertence a um digital influencer, além do planejamento adotado.

Para uma pessoa que trabalha com as redes há muito tempo e depende de interações para fechar publicidades, por exemplo, uma postagem com dezenas de milhares de curtidas e mais de 5 mil comentários pode ser um flop.

Já para outras pessoas, principalmente aquelas que estão começando ou que desejam atingir um [nicho especializado](#), com um público menor, esses mesmos números resultariam em um verdadeiro sucesso.

Qual o significado de flopar um post?

Podemos concluir que o significado de flopar em uma publicação nas redes sociais depende de um conjunto de fatores, que levam em consideração os objetivos por trás desse conteúdo.

É por esse motivo que não tem como você dizer que a postagem de outra pessoa flopou, a não ser que soubesse qual era o planejamento e as expectativas em torno dessa publicação.

Por esse motivo, o verdadeiro significado de flopar um post é **quando quem o produziu não se satisfaz com o retorno que obteve com um conteúdo**, pois o objetivo era conquistar um resultado diferente, como:

- um número maior de curtidas;
- mais pessoas comentando;
- uma maior quantidade de cliques nos links associados à postagem;
- um aumento mais expressivo do número de seguidores.

O que é flopar no Instagram?

Quando o assunto é o Instagram, o significado de flopar pode ser mais delicado. Isso acontece porque essa é uma rede social que atualiza o algoritmo em um ritmo muito acelerado.

Por esse motivo, se você não acompanhar as novidades da plataforma, pode se deparar com uma diminuição no engajamento e com resultados que não estavam de acordo com o planejamento das suas publicações.

O que você pode fazer para descobrir se flopou ou não no Instagram é checar o alcance de cada uma das publicações. No entanto, **antes disso, estabeleça uma meta realista e veja se consegue atingi-la.**

Além disso, considere também o tempo esperado para alcançar essa meta. Afinal, algumas postagens podem conquistar um volume maior de engajamento após dias, enquanto outras se tornam um sucesso quase que instantaneamente.

Vale lembrar que o Instagram não tem um feed em ordem cronológica, quando uma pessoa vê todas as publicações. Essa função apenas foi liberada para a lista de “Seguindo”, que o usuário cria inserindo perfil por perfil que tem preferência por ver os conteúdos.

Como evitar flopar seus conteúdos nas redes sociais?

De todo modo, não atingir os seus objetivos realmente pode causar frustração e desmotivar o desejo de produzir conteúdo, quando você sente que não consegue se desenvolver como gostaria.

Por isso, agora que você já sabe o que é flopar, nada melhor do que evitar esse sentimento e manter a motivação na produção de conteúdos para as redes sociais. Veja só o que você pode fazer para não ter postagens flopadas:

- [escolha a rede social certa para o seu objetivo;](#)
- [conheça o seu público;](#)
- [planeje o conteúdo com antecedência;](#)
- [adéque as publicações à plataforma escolhida;](#)
- [produza conteúdos relevantes e originais;](#)
- [interaja com o seu público;](#)
- [utilize CTAs instigantes.](#)

Confira, a seguir, como dominar cada uma dessas boas práticas!

Escolha a rede social certa para o seu objetivo

Já que o seu objetivo é não ter um ou mais post flopados, é necessário começar o planejamento com base na rede social que está mais alinhada às suas expectativas.

Contudo, **nem sempre você precisa depender de uma só plataforma.** Alguns conteúdos se adaptam a diferentes tipos de redes sociais e podem ser postados, inclusive, em várias delas.

Esse é o caso dos vídeos de curta duração, que são ótimos tanto para o TikTok quanto para o Instagram. É possível, até mesmo, usar diferentes recursos da mesma rede social para esse formato, como é o caso dos Reels e [Stories](#).

O importante mesmo é traçar um plano que combine o objetivo com a plataforma apropriada para alcançá-lo. Uma maneira de garantir isso é conferir os relatórios de engajamento de cada rede social para os diferentes tipos de postagem.

Conheça o seu público

Com quem você costuma interagir nas redes sociais? Saiba que fazer esse tipo de pergunta ajuda muito a [traçar o perfil do público](#) que você deseja alcançar com uma determinada publicação.

Vamos supor que boa parte do seu público trabalha em horário comercial. Consequentemente, os momentos em que essas pessoas mais acessam as redes sociais são antes das 09h e após as 17h.

Dessa forma, uma estratégia eficiente para evitar que um post flope é **agendá-lo para ir ao ar no intervalo em que a maior parte do público está disponível para acessar às redes sociais com atenção e sem pressa.**

Esse é só um exemplo da importância de conhecer as pessoas que você deseja alcançar. No entanto, existem vários outros motivos para isso, como:

- possibilidade de adequar a linguagem;
- criação de conteúdo atraente para o público em questão;
- uso de formatos de mídia que combinem com o perfil de interesse;
- seleção de recursos visuais que atraem mais a atenção do público.

Planeje o conteúdo com antecedência

Com o objetivo definido e a escolha da rede social mais adequada para as postagens, é hora de planejar o que você vai publicar. Para qualquer pessoa que lida com o mundo digital, saiba que esse é um passo indispensável.

Afinal, é possível estruturar o planejamento para fazer com que **cada post combine com o seu perfil e converse com o restante do seu feed**. É possível, até mesmo, programar conteúdos que atraiam e, posteriormente, convertam o mesmo público.

Para garantir um bom planejamento de conteúdos, experimente fazer um [brainstorming](#) de tudo o que pode combinar com o seu perfil. Em seguida, elenque essas ideias, organizando-as em uma lógica que faça sentido para o objetivo definido.

Por fim, programe os melhores dias e horários para postar cada um dos conteúdos e tenha o [comprometimento](#) de seguir os planos. Se você preferir, use uma agenda virtual ou física para acompanhar o ritmo de postagens e utilize as opções de agendamento de publicações que algumas redes sociais disponibilizam.

Adéque as publicações à plataforma escolhida

Lembra que um mesmo formato pode ser útil para diferentes plataformas? Tudo vai depender da maneira que você adéqua as publicações. Por exemplo, um corte de uma live é capaz de gerar diversos conteúdos para várias redes sociais, tudo isso sem envolver muito tempo de trabalho para a produção.

No entanto, um conteúdo estático, por exemplo, já não atrai tanto para as redes sociais que são voltadas para a [produção de vídeos](#). O mesmo vale para usar textos longos em publicações de rápido acesso, como os Stories do Instagram.

Por esse motivo, não deixe de fora do planejamento o formato do conteúdo e a plataforma escolhida para publicá-lo. Esse é um passo importante para garantir a atenção do público e fugir do flop.

Produza conteúdos relevantes e originais

Falando em fazer com que as pessoas se interessem pelo que você posta, é importante agregar valor ao conteúdo compartilhado. Para isso, é preciso pensar naquilo que ninguém quer ver, para evitar esse tipo de publicação.

Um exemplo disso são conteúdos que foram tão compartilhados que já está até chato tocar no assunto. Podemos citar desde o termo “cringe” até memes antigos, como o finado “Forever Alone”.

Isso não significa que você não pode embarcar no sucesso de alguma expressão que está em alta na internet. No entanto, tenha cuidado para não perder o timing ao utilizar uma [estratégia obsoleta](#) e, principalmente, lembre-se de adicionar algo que deixe a sua marca. Assim, é possível garantir que os conteúdos sejam originais.

Além disso, é importante que o material publicado seja relevante para as pessoas que vão acessá-lo. Ou seja, é preciso **inserir alguma informação que tenha utilidade**, seja para entreter, seja para educar o público.

Interaja com o seu público

Uma estratégia que pode ser muito bem aproveitada pelo [freelancer empreendedor](#) é a facilidade que as redes sociais têm de **gerar uma proximidade entre o autor e a audiência**. Não é à toa que várias relações parassociais, aqueles vínculos criados com pessoas famosas, por exemplo, são frutos de interação online.

Isso, inclusive, tem a ver com uma das principais dúvidas que as pessoas que usam as redes sociais com foco profissional têm: [como manter clientes em tempos difíceis?](#) A resposta está em fazer parte da vida do público.

Por esse motivo, aproveite a oportunidade para conversar com as pessoas. Abra [espaço para comentários](#), faça chamadas para que interajam mais no post e crie o senso de urgência de participação no público com as suas postagens. Assim, dificilmente o seu engajamento vai cair ao longo do tempo.

Utilize CTAs instigantes

Isso nos leva a fazer chamadas que realmente instigam o público a ter uma ação. Quanto mais atraentes forem os [CTAs](#), melhores os resultados no que diz respeito ao engajamento.

A maneira mais prática de conquistar esse efeito é **fazer com que a pessoa se sinta recompensada ao interagir com o seu perfil**. É por isso que se comunicar com o público, curtindo e respondendo aos comentários, é mais um reforço positivo.

Viu só o que é flopar e como é possível evitar que isso aconteça no seu perfil? Agora, o próximo passo é caprichar nos seus objetivos e montar um bom planejamento de produção de conteúdo para as redes sociais.

Quer ver o que falta para que a sua estratégia seja ainda mais eficiente? Baixe agora mesmo o nosso e-book sobre [como aproveitar as redes sociais para divulgar o seu trabalho como freelancer!](#)