



Guia

FOTO QUE VENDE

Segredos para valorizar seu produto
ao primeiro olhar



A primeira impressão é a que LUCRA!
Marcas visualmente memoráveis vendem mais.

IDENTIDADE | FOTOGRAFIA | MARKETING VISUAL



Você pode amar o que faz, colocar carinho em cada detalhe do seu produto... mas, se ele não for percebido como valioso ao primeiro olhar, dificilmente o cliente vai comprar.

Antes mesmo de entrar no seu perfil, o cliente precisa PERCEBER o seu produto em meio à concorrência acirrada das redes sociais.

E essa percepção começa pela sua **FOTO!**

Uma foto sem qualidade faz o cliente passar direto por você e parar no post de quem realmente dá atenção a esse detalhe.

A verdade é simples: **NÃO É O MELHOR PRODUTO QUE VENDE MAIS, É O PRODUTO QUE SABE SE APRESENTAR MELHOR.**

Esse GUIA existe para abrir os seus olhos sobre isso.
Não é sobre “tirar foto bonita”.
É sobre USAR A IMAGEM COMO ESTRATÉGIA DE VENDA.

Quero que você encare cada página como um convite: deixar de lado o amadorismo e começar a mostrar seu produto da forma que ele realmente merece ser visto e valorizado.

Mas antes de continuar, preciso que você passe a se enxergar como uma MARCA.

E, sendo uma marca, entenda os 3 pilares do **MARKETING VISUAL**:

■ **IDENTIDADE** não é teoria nem logotipo, é **ESTRATÉGIA**.

■ **FOTO** não é só mais um detalhe, é **DECISÃO DE COMPRA**.

■ **MARKETING** não é apenas publicidade ou vendas, é **PERCEPÇÃO DE VALOR**.

Se essa consciência não estiver clara para você, pode fechar este GUIA agora, porque nada do que eu vou ensinar fará diferença.

Mas, se você quer levar a sério a sua marca, aprender como fazer o seu produto ser percebido como valioso ao primeiro olhar e desejado por quem realmente paga, cada página a seguir será o primeiro passo para transformar não só as suas fotos, mas também a forma como o mercado enxerga e valoriza você.

Boa jornada!
Simone Lhen



Capítulo 1 — Checklist da foto que vende

Toda foto de produto tem um detalhe em comum: ela é a sua vitrine.

E, se a vitrine não chama atenção, a venda simplesmente não acontece.

Pense comigo: você entraria em uma loja no shopping onde a vitrine fosse escura, mal arrumada e com produtos jogados de qualquer jeito?

No mundo online é a mesma coisa!

O cliente não pode tocar, cheirar ou experimentar seu produto.

É a sua foto que precisa transmitir todas as informações: qualidade, estilo, confiança... e ainda encantar à primeira vista. Só assim ele decide comprar sem sequer comparar com o preço do concorrente.

Por isso, antes de clicar, faça uma pausa e pergunte:

“Minha foto tem esses 5 elementos essenciais?”



1. Luz adequada

A luz é o que dá vida à sua foto.

O uso correto da luz traz textura, brilho e impacto.

Não precisa ser equipamento caro, mas precisa ser luz bem usada. Uma iluminação perfeita faz até o produto mais simples parecer incrível.

2. Foco no produto

O cliente precisa ver claramente o que está comprando.

Uma foto estrategicamente bem feita transmite profissionalismo e credibilidade.

3. Cenário limpo e intencional

O fundo e os elementos ao redor do produto falam tanto quanto o próprio item.

Um cenário bem pensado reforça a mensagem da marca. Cada detalhe deve estar ali com um propósito.



4. Alinhamento com a identidade visual

Sua foto não é só uma imagem, é parte da sua marca. As cores, os elementos e o estilo precisam conversar com a identidade que você quer transmitir. Se sua marca é delicada, agressiva, minimalista ou sofisticada, isso precisa aparecer na foto.

5. Ângulo que valoriza

O ângulo certo pode transformar algo simples em desejável. Escolher o ângulo certo é dar ao produto a chance de mostrar seu melhor lado.

Uma foto que vende não depende de sorte, mas de consciência e intenção.

Antes de reclamar da falta de vendas, verifique se suas fotos cumprem esse checklist.

Porque o cliente decide em segundos se vai parar ou seguir rolando, e a sua imagem é o que define essa escolha.





Capítulo 2 — Os 8 erros que matam suas vendas

Se tem algo que derruba a **PERCEPÇÃO DE VALOR** de um produto é a foto mal feita. Muitas vezes você até capricha na produção, na embalagem e até mesmo na experiência da entrega. Mas, na hora de mostrar esse produto, montar seu portfólio e divulgar para conquistar mais vendas, comete erros que transformam seu trabalho em algo completamente amador... e amadorismo não vende!

São detalhes que você pode até achar que não têm importância, mas o seu cliente enxerga de longe o seu descaso. E valem para qualquer tipo e tamanho de produto!

Você é a primeira pessoa a desvalorizar o seu produto quando comete esses erros:

1. Produto cortado na foto

Um dos maiores erros de quem fotografa produtos. Além de mostrar falta de profissionalismo, você corre o risco de perder partes importantes do produto que deveriam aparecer na imagem.

- **Orientação:** Atente-se ao enquadramento correto da câmera e das redes sociais.
O que você enxerga na tela do celular é exatamente o que será divulgado no seu perfil.



ANTES



DEPOIS

2. Sombra errada, dura e sem controle

Em vez de valorizar, a sombra distorce e cria sensação de foto mal feita. Além disso, uma sombra errada pode alterar a cor do produto.

■ **Orientação:** NUNCA use a luz do teto para fotografar.

Independentemente de usar luz natural ou artificial, posicione o produto sempre de lado em relação à fonte de luz.



ANTES



DEPOIS

3. Fundo poluído ou sem intenção

Elementos demais e sem relação com o produto fazem o cliente se perder na poluição visual. E cliente confuso não compra.

■ **Orientação:** Monte um cenário de acordo com o produto ou fotografe em um fundo liso.



ANTES



DEPOIS

4. Apresentação desleixada, improvisada e sem estratégia

Mesa bagunçada, fundo amassado, parede descascada... tudo isso transmite desleixo.

- **Orientação:** Analise imparcialmente: você compraria seu próprio produto pela forma como ele está sendo apresentado atualmente? Menos é mais.



ANTES



DEPOIS

5. Foto embaçada, escura e sem foco

A falta de nitidez de uma imagem não só elimina alguns detalhes, como evidencia a falta de conhecimento técnico básico.

- **Orientação:** Limpe a câmera do celular sempre que for fotografar. Use um pano macio ou até mesmo a própria roupa.



ANTES



DEPOIS

6. Ângulo que não favorece

Se o produto parece torto, achatado ou sem vida, não tem cliente que se encante. Cada produto tem o seu ângulo mais favorável.

- **Orientação:** Fotografe sempre com o celular reto, evitando a famosa “mão torta” na hora do clique. Esse ângulo distorce o produto e causa sensação de estranheza no cliente.



ANTES

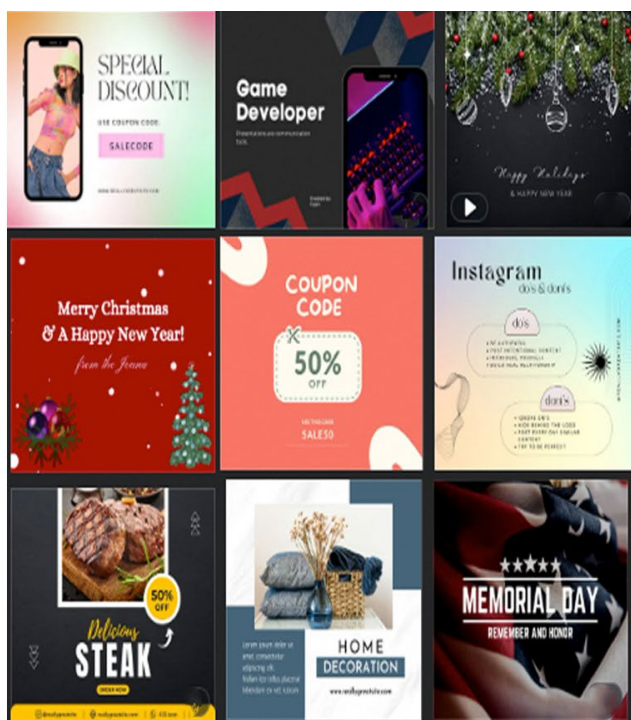


DEPOIS

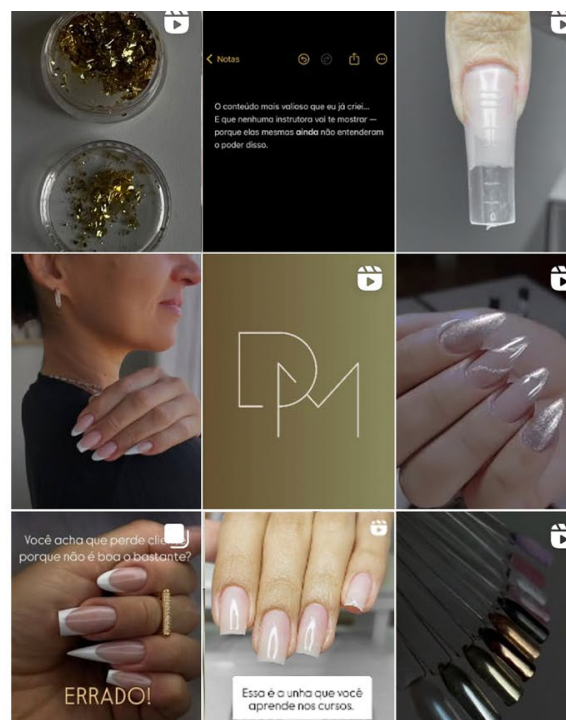
7. Falta de identidade visual

Cada foto ou cada post com um estilo diferente faz o cliente achar que está lidando com empresas diferentes e aleatórias, e não com uma marca única. Isso afasta qualquer possibilidade de reconhecimento e crescimento.

- **Orientação:** Descubra seu estilo dentro do UNIVERSO CRIATIVO e use-o com constância e coerência, trazendo uma identidade fixa para a sua marca.



ANTES



DEPOIS

8. Interferências visuais

Bordas, efeitos, filtros e textos sobre as imagens são desnecessários, ocupam uma área importante que deveria ser destinada ao produto e são o mais absoluto e alto grau de amadorismo.

■ **Orientação:** Simplesmente não use!



ANTES



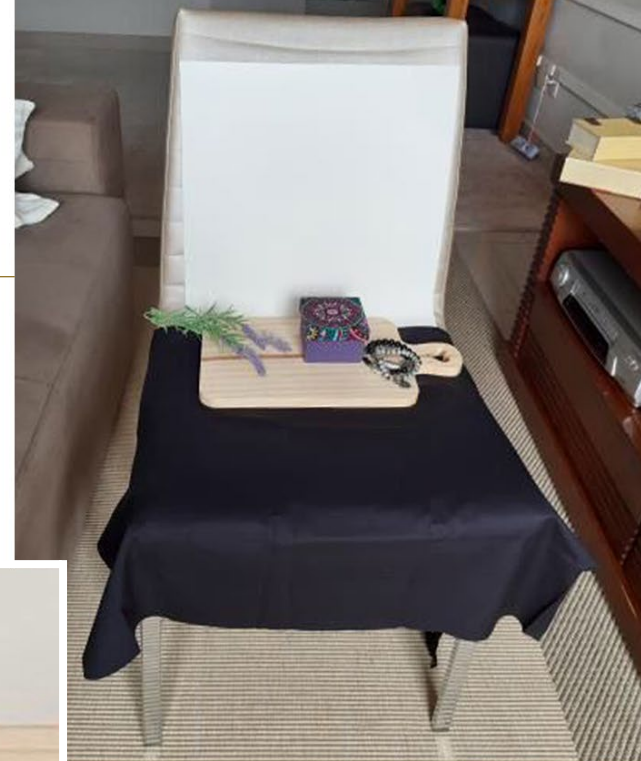
DEPOIS

Capítulo 3 — Guia básico de cenários inteligentes

Na fotografia de produtos, o cenário é tão importante quanto o próprio item. Ele não deve competir pela atenção, mas valorizar o que você vende.

E a boa notícia é que você não precisa ter um estúdio profissional para criar imagens memoráveis.

Com criatividade e atenção aos detalhes, dá para montar cenários inteligentes usando objetos que já estão na sua casa ou no seu espaço de trabalho.



o local



a FOTO

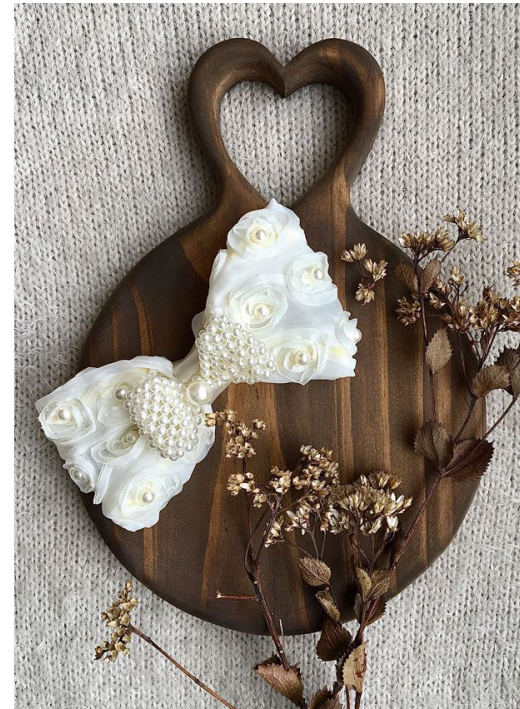
3 ideias de cenários simples (que funcionam para diferentes nichos):

1. Fundo neutro + textura leve

- Use um tecido liso (pode ser uma toalha de mesa, lençol e até mesmo uma blusa), uma cartolina colorida, EVA ou até a parede branca da sua casa. Se você tem um piso neutro, é possível fotografar nele também!
- Essa neutralidade destaca o produto e transmite profissionalismo.
- Vale para qualquer tipo de produto



o local



a FOTO

2. Cenário utilitário (mostrando uso)

Uma das facilidades de montar cenários para as fotos é que você pode utilizar itens da própria produção ou intenção de uso dos seus produtos, como por exemplo:

- Cosméticos, sabonetes, lingerie: toalha de banho, espelho pequeno, itens de maquiagem.
- Gastronomia: prato, talheres, tábuas de madeira, xícaras, sousplat, bules.
- Moda/acessórios: cabide, revista aberta, bolsa neutra.
- Costura, bonecas: tesouras, botões, lãs, linhas.

Esse tipo de ambientação aproxima o cliente da experiência real e é uma das **10 TÁTICAS INTENCIONAIS** do **Método CLICK DE VALOR**, que eu chamo de **MOSTRA PRÁTICA**.



3. Contraste criativo com elementos naturais

Dependendo do seu estilo fotográfico você pode valorizar a sua foto com detalhes delicados e que encantam ao primeiro olhar:

- Plantas, frutas, folhas secas ou flores do jardim dão vida ao produto.
- Funcionam bem com qualquer tipo de produto.
- O contraste orgânico transmite frescor, aconchego e autenticidade.



O poder da repetição

Uma das maiores dúvidas de quem precisa divulgar seu produto é acreditar que precisa investir em muitos cenários diferentes.

Mas vou contar um segredo: **repetir cenário gera reconhecimento de marca**. Ou seja, você realmente não deve e não precisa de tantas variações (exceto se, como eu, você fotografar profissionalmente para inúmeros nichos e empresas diferentes).

Quando você utiliza elementos recorrentes, por exemplo, sempre fotografar sobre uma cartolina preta ou sempre usar a mesma madeira como base, seu público passa a associar aquele estilo à sua marca.

Portanto, invista em duas ou três opções de cenários, no máximo, evitando a monotonia do perfil e, ao mesmo tempo, reforçando sua identidade de marca.

Perceba que você não precisa de nada complexo para começar.

O cenário certo é aquele que valoriza seu produto e fortalece sua identidade.



O olhar atento

Quando vemos fotos profissionais, seja no Pinterest ou até mesmo no meu portfólio @conceitodomeujeito, é comum bater o medo: *“Nunca vou conseguir um resultado assim.”*

Mas a verdade é que você não precisa de cenários caros ou equipamentos de revista. Com técnica, criatividade e um olhar atento, é possível encontrar substituições acessíveis e simples para chegar a uma imagem muito parecida, valorizando o seu produto de forma autêntica e profissional.



Capítulo 4 — A Luz: o SEGREDO invisível da sua foto

Você pode ter o cenário certo, o ângulo perfeito e até um produto incrível, mas, se a luz não estiver a seu favor, a foto não convence.

E o mais interessante é que ela não é fixa: cada produto, cada nicho e cada ambiente pedem uma abordagem diferente.

FOTOGRAFIA

FOTO = luz

GRAFIA = escrever, desenhar



São duas as possibilidades de luz:

- **Luz natural:** geralmente mais democrática e acessível. Mas o resultado da sua foto varia bastante conforme o horário do dia. Essa mudança de tons pode gerar imagens completamente diferentes, distorcer a cor do produto e até interferir na identidade visual da sua marca. Por isso, é essencial fazer testes e observar como a luz se comporta em cada situação.



MESMO AMBIENTE, HORÁRIOS DIFERENTES

- **Luz artificial:** muita gente invalida ou subestima o uso dela, mas é esse tipo de luz que garante maior liberdade criativa. Você pode fotografar à noite, em ambientes fechados ou até sem janelas, como em um lavabo. Ela traz consistência ao seu trabalho, mas exige cuidado para não deixar o produto com aspecto duro ou artificial demais.



Além disso, o resultado da foto, independentemente do tipo de luz usado, ainda é influenciado pelo uso de modificadores, como difusores e rebatedores.



SEM difusor



COM difusor

(luz natural / MESMO HORÁRIO / sem edição)

Ou seja, não existe fórmula única. Para dominar a luz na fotografia de produtos, é preciso considerar vários fatores: horário, composição, equipamento, estilo e até o comportamento do consumidor do seu nicho.

E é justamente aí que mora a diferença entre uma foto amadora e uma foto que vende.

Capítulo 5 — Mão na massa, ou melhor, na câmera!

É hora de praticar.

Teoria sem ação não gera vendas, lembre-se disso!

Não se preocupe em ter câmera profissional ou cenário de revista. Com o celular e o que você tem em casa já dá para sentir a diferença e encantar o cliente ao primeiro olhar.

Lembre-se que a foto é a sua VITRINE, e ela precisa ser notada em meio às tantas distrações e concorrência, portanto, capriche!

Vou te passar três exercícios simples que você pode colocar em prática ainda hoje e que vão transformar a forma como você enxerga e apresenta o seu produto.

Esse é o seu desafio! Muitas vezes, deixamos de dar atenção à apresentação do nosso produto por pura procrastinação.

Agora é a hora da AÇÃO!



Exercício 1 — O cenário já está ao seu alcance

Treine o olhar e procure na sua casa o cantinho da foto. Dependendo do seu produto você poderá ambientá-lo sem modificar nada do ambiente, como fazer uma foto de uma necessaire no lavabo, por exemplo.



Caso não seja possível, um fundo neutro, servindo como base e superfície, já é suficiente. Aposte em itens acessíveis como cartolinas, papéis de scrapbook e EVA.

Não deixe de escolher cores neutras ou que tenham a ver com a sua identidade de marca.



o local



a FOTO

Exercício 2 — Mostre o produto em uso

Fotografe seu produto em uma situação real de uso, o que no **Método CLICK DE VALOR** é chamado de **TÁTICA INTENCIONAL** da **MOSTRA PRÁTICA**.

- Se for uma necessaire, coloque alguns itens dentro, como maquiagens, perfumes, escovas de cabelo.
- Se for uma xícara, encha com café ou chá. Ambiente com alguns biscoitos, uma tábua ou sousplat.
- Se for uma blusa, monte uma sugestão de uso combinando outros itens.

Fotografe de forma simples, usando objetos que você já tem em casa. Esse é um exercício de criatividade que ajuda você a transformar o comum em cenário. Muitas vezes, aquilo que parece óbvio no dia a dia pode ganhar um novo olhar e se tornar parte da sua foto.

Quando o cliente vê esse tipo de imagem, ele não enxerga apenas o produto: ele consegue se imaginar usando-o no contexto mostrado. Isso aproxima, gera identificação e aumenta as chances de venda.



Exercício 3 — O ângulo certo valoriza o produto

Coloque o seu produto no cenário que você escolheu.
Fotografe o mesmo produto em três ângulos diferentes:

- De cima (flat lay): como se fosse uma vista aérea, ótima para mostrar o conjunto da cena.
- De frente: olhando diretamente para o produto, ideal para destacar sua forma e proporção real.
- Do detalhe: aproximando a câmera para mostrar texturas, acabamentos ou elementos que fazem diferença.

Essas três imagens já oferecem variedade: além de mais informações para o cliente, você ganha conteúdos diferentes para postar nas redes sociais sem precisar repetir a mesma foto.

Só atenção a um detalhe: cada produto tem um ângulo que o valoriza mais. Um hambúrguer, por exemplo, não deve ser fotografado só de cima, senão todo o recheio fica escondido.

E isso vale para qualquer tipo de produto: teste, compare e descubra qual ângulo revela o melhor dele.



Recursos úteis

Existem diversos recursos, tanto no celular e na câmera, quanto nas próprias redes sociais. São configurações que auxiliam na hora de fotografar e postar no perfil.

Dentre elas, duas já ajudam de imediato a conquistar um resultado mais satisfatório e com aparência muito mais profissional.

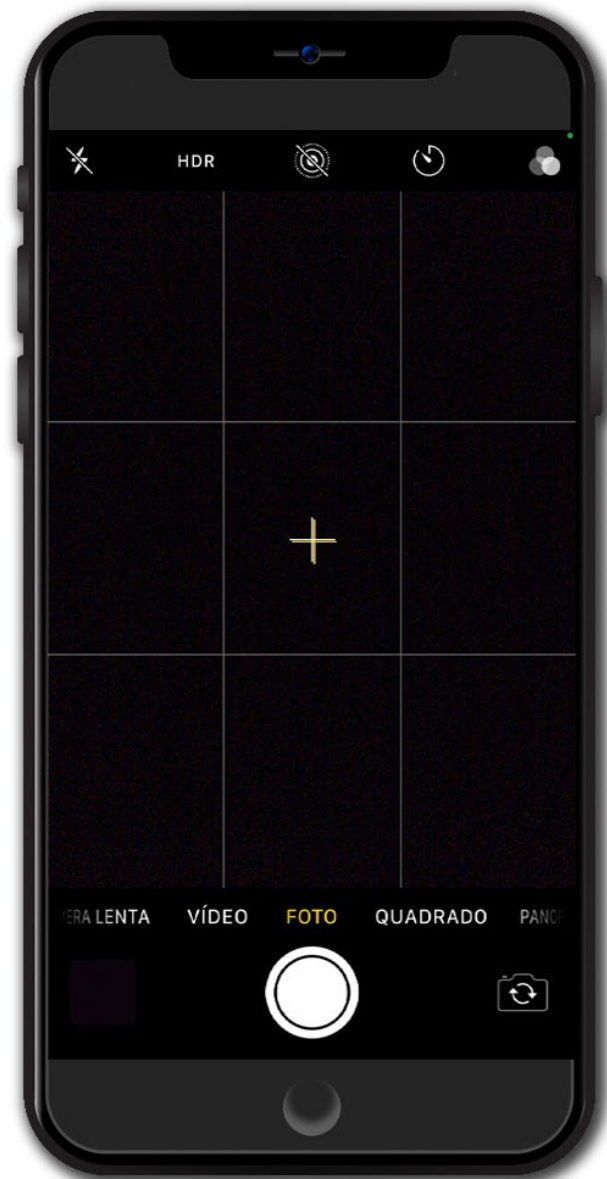
1. Linhas grade

O primeiro recurso diz respeito às LINHAS GRADE (ou simplesmente GRADE) do celular.

Trata-se de uma linha guia que você ativa nas configurações gerais ou dentro da própria câmera (a localização varia de acordo com o sistema operacional, se iPhone ou Android).

A grade divide a tela em partes iguais e serve como referência para você enquadrar o produto com mais precisão. Isso ajuda a manter o objeto alinhado e evita cortes indesejados ou fotos tortas.

Pode parecer um detalhe pequeno, mas usar a grade muda completamente a sensação de organização e profissionalismo na sua imagem, mesmo quando feita com recursos simples.



2. Proporção para Instagram

Outro recurso essencial é conhecer as PROPORÇÕES ideais de imagem para cada formato dentro das redes sociais. Isso evita que sua foto seja cortada de forma errada ou perca impacto ao ser publicada.

As medidas indicadas pela própria Meta (Instagram) são:

- 1080 x 1350 px - formato vertical (aproveita mais espaço no feed, sem cortar). Evite fotos horizontais!
- 1080 x 1920 px - formato Stories e Reels (tela cheia).

Usar essas proporções garante que o produto apareça por inteiro, com clareza e sem distorções, transmitindo uma imagem muito mais profissional ao cliente.

Dica de ouro: nunca fotografe o seu produto muito perto da câmera (a menos que seja uma foto de detalhe).

Ao enquadrar para o clique, deixe sempre uma área de respiro ao redor do produto, mostrando um pouco mais do cenário.

Isso facilita na hora da postagem, evitando cortes amadores na imagem ou no próprio produto.

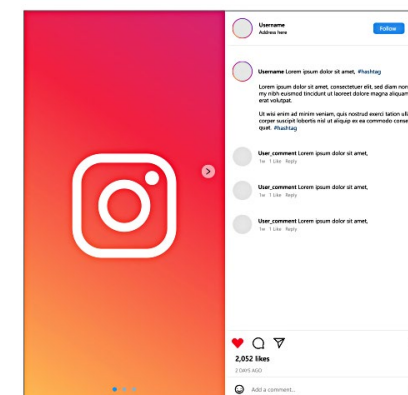
Se você já domina um pouco mais as técnicas fotográficas, pode até fotografar diretamente nas proporções corretas de cada formato, ajustando isso na própria câmera.

FORMATOS INSTAGRAM

FEED
4:5 ou 4:3
1080 x 1350 px



STORIES / REELS
9:16
1080 x 1920 px





Esses exercícios já mostram que foto de produto não é apenas colocar o produto em qualquer lugar e fazer um clique de qualquer maneira.

É preciso INTENÇÃO.

É pensar em como a imagem transmite valor, uso e desejo.

Agora, imagine quando você aprender tudo sobre luz, cenário, cores e composição estratégica... suas fotos vão se transformar em verdadeiras vitrines que vendem por você!

O primeiro passo para fotos que vendem

Agora que você chegou até aqui, já percebeu que o **MARKETING VISUAL** não é apenas sobre “tirar uma foto bonita”. Ele é uma **ESTRATÉGIA COMPLETA** que envolve três pilares fundamentais:

- **IDENTIDADE DE MARCA** — O jeito único de comunicar quem você é e o que o seu produto representa.
- **FOTOGRAFIA DE PRODUTO** — O clique que traduz valor, desperta desejo e convida o cliente a comprar.
- **MARKETING ESTRATÉGICO** — O plano que conecta sua imagem ao público certo, gerando reconhecimento e vendas.

Esses três pilares funcionam como as pernas de um tripé: se uma delas falha, todo o resultado fica comprometido.

O que você aprendeu neste guia foi apenas o **primeiro passo** para transformar suas fotos em uma vitrine poderosa. Aqui, você treinou o olhar, entendeu os erros que afastam clientes e praticou exercícios simples para começar a enxergar o produto de outra forma.

Mas lembre-se: a prática constante e o planejamento estratégico são o que vão diferenciar a sua marca das demais.

O próximo nível é mergulhar no método completo, aplicando todas as técnicas e táticas de forma organizada, para que suas imagens deixem de ser apenas fotos e passem a ser conteúdo que vende.

O SEU PRODUTO JÁ TEM VALOR. AGORA É HORA DE MOSTRAR ESSE VALOR AO MUNDO.



Que tal dar o próximo passo com a IMERSÃO VISUAL CRIATIVA?

IDENTIDADE VISUAL E DE MARCA • FOTOGRAFIA DE PRODUTOS
MARKETING E REDES SOCIAIS



Não basta ter um produto de qualidade se a apresentação não for atrativa. Seu cliente decide em segundos se vai comprar ou simplesmente ignorar seu produto. No **Método CLICK DE VALOR**, você aprende a transformar sua identidade visual, fotografias e redes sociais em uma ferramenta poderosa de vendas, sem precisar de equipamentos caros ou depender de terceiros.

Descubra como destacar seu trabalho, criar imagens profissionais e aumentar suas vendas de forma estratégica.
O que você vai aprender no **Método CLICK DE VALOR**:

IDENTIDADE VISUAL E DE MARCA

- Definir sua identidade pessoal e alinhá-la à sua identidade de marca
- Encontrar e definir sua identidade visual
- Como padronizar cores da sua marca e testar seu logotipo
- Como ser mais criativa(o) e buscar referências
- Identificar o seu público e como alcançá-lo
- Como gerenciar sua rede social e transformá-la em uma vitrine profissional
- Configurações necessárias de um perfil profissional nas redes sociais
- Como criar conteúdos que engajam e montar calendário editorial de posts

FOTOGRAFIA DE PRODUTOS

- Como fotografar produtos de maneira profissional sem precisar de equipamentos caros
- Encontrar e definir sua linguagem fotográfica
- Como evitar bloqueios criativos na hora de fotografar
- Como montar cenários com recursos acessíveis
- Como configurar o celular e a câmera para alcançar fotos atrativas e de alta qualidade
- Tipos de iluminação ideal para destacar detalhes e texturas
- Regras de composição e enquadramento para valorizar seu produto
- Como escolher o ângulo certo para o seu tipo de produto
- Edição de fotos (nitidez, “sujeiras”, interferências e distorções de cores)
- Erros comuns que fazem sua foto parecer amadora – e como evitá-los
- Como criar um feed visualmente atrativo para redes sociais
- Inúmeros perfis-referência para você se inspirar e encontrar o seu estilo
- Equipamentos auxiliares para fotos que vendem



Aulas práticas de fotografia de:

- produtos pequenos
- produtos médios
- produtos grandes
- produtos reflexivos
- de coleções
- humanizadas
- flat lay
- para marketplaces
- gastronômica

MARKETING VISUAL

- Como alcançar grandes públicos para vender seu produto
- A importância e recursos de backup
- Análise de métricas e estratégias de vendas
- Configurações estratégicas e painel profissional

E mais BÔNUS INCRÍVEIS

- Pasta secreta com 4500 inspirações fotográficas
- Calendário comercial de Datas Comemorativas
- Aula e Planilha automatizada de Precificação
- Tutoriais DIY de como fazer fundos fotográficos
- Aula de Stop Motion
- Aula especial Cenários Mágicos
- Lista de Fornecedores de itens de cenário



Não deixe seu produto passar despercebido. Agora que você já entende a importância da **Imersão Visual Criativa**, é hora de dar o próximo passo e aplicar estratégias que realmente funcionam.

Inscreva-se no Método CLICK DE VALOR clicando abaixo e acessando o site:

WWW.CONCEITODOMEUJEITO.COM.BR



Sobre mim

Muito prazer, eu sou a Simone Lhen e, desde cedo, minha carreira é dedicada à ARTE E À COMUNICAÇÃO VISUAL.

Sou formada em PRODUÇÃO EDITORIAL pela Universidade Anhembi Morumbi, com mais de 30 anos de atuação como DESIGNER E DIAGRAMADORA, desenvolvendo projetos gráficos, impressos e digitais que alinham estética, clareza e posicionamento de marca.

Tenho especializações em FOTOGRAFIA, com mais de 50 cursos que me deram domínio de linguagem visual e de cenografia.

Também certificada em PRODUÇÃO CINEMATOGRÁFICA pelo SENAC-SP, onde aprimorei meu olhar para contar histórias através de imagens.

Atualmente, estudo NEUROMARKETING E COMPORTAMENTO DO CONSUMIDOR, para compreender como os estímulos visuais ativam processos cognitivos e emocionais que influenciam as decisões de compra.

Toda essa formação e experiência se consolidam no que chamo de MARKETING VISUAL, onde transformei todo esse conhecimento em um método simples e acessível, que ajuda você a VALORIZAR SUA MARCA, ENCANTAR CLIENTES E VENDER MAIS ATRAVÉS DA ESTÉTICA, DA FOTOGRAFIA E DA IDENTIDADE VISUAL.

Seja bem-vinda(o) a esse Universo Visual que encanta e, principalmente, vende!



Reprodução e Direitos Autorais

Este livro digital é protegido por direitos autorais e a reprodução total ou parcial, bem como a distribuição não autorizada, são estritamente proibidas. Todas as informações contidas neste ebook são propriedade intelectual da autora, Simone Lhen, todas as fotos são AUTORAIS e o conteúdo completo é protegido pelos tratados internacionais de direitos autorais.

A Câmara Brasileira do Livro certifica que a obra intelectual descrita, encontra-se registrada nos termos e normas legais da Lei nº 9.610/1998 dos Direitos Autorais do Brasil.

Qualquer forma de reprodução, distribuição, divulgação pública, ou utilização não autorizada do conteúdo deste ebook sem a devida permissão da autora é considerada uma violação dos direitos autorais e sujeita a penalidades legais.

Agradeço pelo respeito aos direitos autorais e pela compreensão do valor do trabalho autoral.



Contatos

<https://www.instagram.com/conceitodomeujeito/>

<https://www.facebook.com/conceitodomeujeito>

<https://www.youtube.com/@conceitodomeujeito>

conceitodomeujeito@gmail.com