

## Atitudes e Hábitos em Relação a Mídias Sociais - Como Influenciadores Estão Impactando o Mercado - Brasil - Novembro 2019

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.



“Com a ampliação do acesso à internet, e por consequência, às redes sociais, sua audiência vem se tornando mais diversa gerando migrações entre as redes sociais e desafiando marcas e empresas a identificar de maneira mais assertiva quais conteúdos, redes e assuntos dialogam com seu público-alvo”.

– Ana Paula Gilsogamo, Analista de Pesquisa

Este relatório responde às seguintes questões:

- Depressão, ansiedade e saúde mental têm cada vez mais em destaque, especialmente devido à alta exposição nas redes sociais
- Envelhecimento da população deve impactar a forma como marcas e empresas utilizam redes sociais para impactar seus consumidores
- Redes sociais continuam sendo grandes canais de fake news
- Acesso à internet aumenta no Brasil, mesmo nas áreas rurais e entre as classes sociais mais baixas, ampliando também o acesso às redes sociais
- Mais da metade dos brasileiros usuários de redes sociais seguem ou interagem com influenciadores
- Redes sociais para gamers e games com suas próprias redes sociais vêm ganhando espaço

A ampliação do acesso à internet no Brasil, que agora atinge o marco de 70% de pessoas conectadas na população, vem acompanhada pelo aumento de acesso às redes sociais, uma vez que de acordo com a pesquisa 99% dos usuários de redes sociais afirmaram ter acessado redes sociais nos últimos 6 meses.

**COMPRE ESTE  
Relatório agora**

**VISITE:**  
[store.mintel.com](http://store.mintel.com)

**LIGUE:**  
EMEA  
+44 (0) 20 7606 4533

Brasil  
0800 095 9094

Américas  
+1 (312) 943 5250

China  
+86 (21) 6032 7300

APAC  
+61 (0) 2 8284 8100

**EMAIL:**  
[reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

**Você sabia?**

Este relatório é parte de uma série de relatórios produzidos para lhe proporcionar uma visão mais holística do mercado

# Atitudes e Hábitos em Relação a Mídias Sociais - Como Influenciadores Estão Impactando o Mercado - Brasil - Novembro 2019

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

## Sumário

### Visão Geral

O que você precisa saber

Definição

### Resumo Executivo

Desafios

Depressão, ansiedade e saúde mental têm cada vez mais em destaque, especialmente devido à alta exposição nas redes sociais

Envelhecimento da população deve impactar a forma como marcas e empresas utilizam redes sociais para impactar seus consumidores

Redes sociais continuam sendo grandes canais de fake news

Oportunidades

Acesso à internet aumenta no Brasil, mesmo nas áreas rurais e entre as classes sociais mais baixas, ampliando também o acesso às redes sociais

Mais da metade dos brasileiros usuários de redes sociais seguem ou interagem com influenciadores

Redes sociais para gamers e games com suas próprias redes sociais vêm ganhando espaço

O que nós pensamos

### Fatores que Influenciarão o Mercado

Acesso à internet aumenta no Brasil, mesmo nas áreas rurais e entre as classes sociais mais baixas.

Depressão e ansiedade podem ser agravadas, especialmente entre mais jovens, devido a necessidade de se encaixar socialmente e alta exposição nas redes sociais

Facebook, Instagram e Twitter tentam criar ferramentas para prevenir suicídios

Envelhecimento da população deve impactar a forma como marcas e empresas utilizam redes sociais para influenciar seus consumidores

Figura 1: Usuários de internet – Indicador ampliado\*, por faixa etária – Brasil, 2018.

Redes sociais continuam sendo grandes canais de fake news

Figura 2: Imagens do vídeo de divulgação do botão de contexto

Redes sociais para gamers e games com suas próprias redes sociais vêm ganhando espaço

### Empresas, Marcas e Inovações – O que você precisa saber

De Globo a Netflix, canais e serviços de streaming investem em parcerias e estratégias com influenciadores

Marcas já estão capitalizando o crescimento da popularidade da rede TikTok

Nike ganha mídia espontânea, suporte de influenciadores e valor na bolsa de valores ao adotar Colin Kaepernick como garoto-propaganda.

### Campanhas e Ações de Marketing

Globo cria perfil no Instagram para personagem que vive uma influenciadora na novela "A dona do pedaço"

Figura 3: Posts perfil @estiloviviguedes no instagram

Netflix e Kondzilla, maior canal brasileiro de Youtube, lançam em parceria a série Sintonia

Figura 4: Vídeo de divulgação da série Sintonia

Figura 5: Clipe da música "Tô nem aí" McDoni da série Sintonia

Maior canal de finanças do Youtube, Me Poupe!, passa a exibir reality show na Band

COMPRE ESTE  
relatório agora

**VISITE:** store.mintel.com

**LIGUE:** EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

**EMAIL:** reports@mintel.com

# Atitudes e Hábitos em Relação a Mídias Sociais - Como Influenciadores Estão Impactando o Mercado - Brasil - Novembro 2019

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Figura 6: Episódio de estréia do reality show

Marcas já estão capitalizando o crescimento da popularidade da rede TikTok

Figura 7: #WinningRL no TIK Tok

Figura 8: Campanha #SaveourOceans – Conservation International Tik Tok

## Estudos de caso

Nike ganha mídia espontânea, suporte de influenciadores e valor na bolsa de valores ao adotar Colin Kaepernick como garoto-propaganda.

Figura 9: Tweet com o slogan da Nike "#justDoit

Figura 10: Nike "Dream Crazy" estudo de caso

Wendy's aproveita jogo Fortnite para divulgar que seus hambúrgueres não são congelados e ganha visibilidade nas redes sociais

Figura 11: Tweet de divulgação da cobertura on-line no Twitch

## O Consumidor - O que você precisa saber

Snapchat pode motivar Geração Z a influenciar decisão de compra de produtos e marcas

Pais de crianças até 3 anos compõem o perfil que mais afirmou ter aumentado o uso de alguma rede social

Usuários de redes sociais com idade entre 16 e 34 anos são os que mais se interessam por conteúdos de unboxing publicados por influenciadores

Influenciadores podem ajudar categorias de cuidado e decoração da casa a impactar consumidores em busca de bem-estar físico e emocional

A presença nas redes sociais é importante para servir como fonte de informação aos consumidores

Influenciadores e marcas têm potencial para ajudar consumidores com problemas relacionados à saúde emocional

## Uso das redes sociais

99% dos usuários brasileiros de internet utilizam alguma rede social, sendo Whatsapp, Facebook e Youtube as mais acessadas

Figura 12: Uso de redes sociais – Brasil, setembro de 2019

Influenciadores no Instagram têm alto potencial de impacto na região Nordeste

Figura 13: Uso de redes sociais, por região – Brasil, setembro de 2019

Figura 14: Divulgação "Time Divas" - Niely

Snapchat pode motivar Geração Z a influenciar decisão de compra de produtos e marcas

Figura 15: Uso de redes sociais, por geração – Brasil, setembro de 2019

## Mudança no uso das redes sociais

Apesar da troca entre redes sociais, a maioria dos usuários aumentou sua frequência de uso das redes em geral

Figura 16: Mudança no uso de redes sociais – Brasil, setembro de 2019

Pais de crianças até 3 anos compõem o perfil que mais afirmou ter aumentado o uso de alguma rede social

Figura 17: Mudança no uso das redes sociais, perfil familiar – Brasil, setembro de 2019

Uso do Facebook cresce entre as gerações mais velhas e cai entre os mais jovens

Figura 18: Mudança no uso do Facebook, por geração – Brasil, setembro de 2019

Figura 19: Vídeo tutorial Como compartilhar a impressora na rede local – Lu como faz?

Figura 20: Vídeo Tutorial como configurar o iPhone – Lu como Faz?

## Interação com influenciadores

COMPRE ESTE  
relatório agora

**VISITE:** store.mintel.com

**LIGUE:** EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

**EMAIL:** reports@mintel.com

# Atitudes e Hábitos em Relação a Mídias Sociais - Como Influenciadores Estão Impactando o Mercado - Brasil - Novembro 2019

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Mais da metade dos brasileiros usuários de redes sociais seguem ou interagem com influenciadores

Figura 21: Interação com influenciadores – Brasil, setembro de 2019

Figura 22: Assuntos e temas de interesse – Brasil, setembro de 2019

Figura 23: Post de divulgação inserção Leite Moça na novela A Dona do Pedaço

Influenciadores no Pinterest podem ter potencial de impacto junto às classes AB

Figura 24: Interação com influenciadores, por nível socioeconômico – Brasil, setembro de 2019

Figura 25: Pasta “Ô abre alas que eu quero brilhar” temática de carnaval da marca

Usuários de redes sociais com idade entre 16 e 34 anos são os que mais se interessam por conteúdos de unboxing publicados por influenciadores

Figura 26: Tipo de conteúdo de interesse, por faixa etária – Brasil, setembro de 2019

Figura 27: Post de divulgação da promoção - #RecebidosCoca-Cola

## Tipos de influenciadores e tópicos de interesse

Influenciadores podem ajudar categorias de cuidado e decoração da casa a impactar consumidores em busca de bem-estar físico e emocional

Figura 28: Interação com influenciadores – Brasil, setembro de 2019

Apesar de ser uma rede social mais utilizada por mulheres, o acesso ao Instagram tem aumentado junto aos homens mais jovens.

Figura 29: Mudança no uso do Instagram, pelo gênero e faixa etária – Brasil, setembro de 2019

Influenciadores de universos vistos como menos femininos podem ter adesão junto às brasileiras ao se associar a causas apoiadas por elas

Figura 30: Interação com influenciadores, por gênero – Brasil, setembro de 2019

Figura 31: Vídeo da campanha “#VeioPraFicar” – Avon

## Formas de interação com marcas

A presença nas redes sociais é importante para servir como fonte de informação aos consumidores

Figura 32: Interação com as marcas, por faixa etária – Brasil, setembro de 2019

Figura 33: Google Trends Explore – Resultado para a busca do termo “o que é lúpulo?” no Brasil, por período, em 2018.

Figura 34: Skol Hops - Vamos Falar Sobre Lúpulo?

Figura 35: Post Sobre Hops (Lúpulo)

Divulgação e venda pelas redes sociais podem fidelizar brasileiros com idade entre 25 e 34 anos

Figura 36: Interação com as marcas, por faixa etária – Brasil, setembro de 2019

Figura 37: Gif Animado ilustrando o uso do Google Lens

Snapchat pode ser usado para a divulgação de novas marcas e produtos, especialmente das categorias de beleza e cuidados pessoais

Figura 38: uso das redes sociais, por interação com marcas – Brasil, setembro de 2019

Figura 39: Vídeo Cover Girl Clean Matte com realidade Aumentada

Figura 40: Vídeo de divulgação MDacne – Custom Acne treatment

## Atitudes e comportamentos em relação às redes sociais

Influenciadores e marcas têm potencial para ajudar consumidores com problemas relacionados à saúde emocional

Figura 41: Atitudes e comportamentos em relação às redes sociais – Brasil, setembro de 2019

Figura 42: Publicação com dicas de como se recuperar após o término de uma relação tóxica

COMPRE ESTE  
relatório agora

**VISITE:** [store.mintel.com](https://store.mintel.com)

**LIGUE:** EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

**EMAIL:** [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)

## Atitudes e Hábitos em Relação a Mídias Sociais - Como Influenciadores Estão Impactando o Mercado - Brasil - Novembro 2019

Preço do relatório: £2958.60 | \$3995.00 | €3329.61

Os preços acima são válidos no momento da publicação, mas estão sujeitos a alterações devido às flutuações cambiais.

Figura 43: Vídeo "It's ok" divulga a campanha de conscientização da saúde mental

Figura 44: HBO Doctor Commentaries - Game of Thrones

Mulheres com idade entre 25 e 34 anos são as que mais compram produtos/marcas que seus influenciadores preferidos usam

Figura 45: Atitudes e comportamentos em relação às redes sociais, por gênero e faixa etária – Brasil, setembro de 2019

Marcas e redes sociais precisam oferecer maior controle do conteúdo disponibilizado para crianças nas redes sociais

Figura 46: Atitudes e comportamentos em relação às redes sociais, por pais de filhos menores de 18 anos – Brasil, setembro de 2019

### Apêndice – Abreviações

Abreviações

COMPRE ESTE  
relatório agora

**VISITE:** [store.mintel.com](http://store.mintel.com)

**LIGUE:** EMEA +44 (0) 20 7606 4533 | Brasil 0800 095 9094

Américas +1 (312) 943 5250 | China +86 (21) 6032 7300

APAC +61 (0) 2 8284 8100 |

**EMAIL:** [reports@mintel.com](mailto:reports@mintel.com)