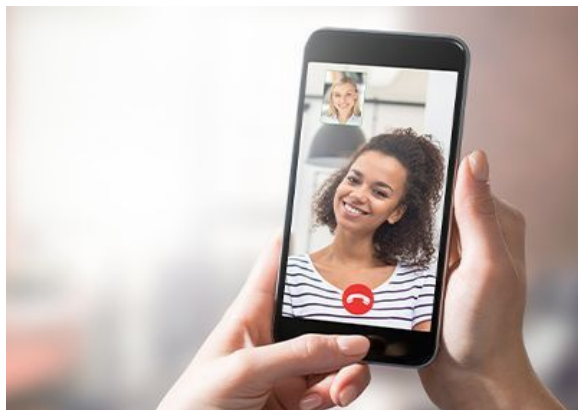


Atitudes e Hábitos em Relação a Mídias Sociais: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Dezembro 2020

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.



“As redes sociais foram de extrema importância para os brasileiros em 2020, especialmente durante os meses mais rígidos de distanciamento social. Contudo, esse maior uso e exposição constante às redes sociais trouxe uma visão crítica, provocando o questionamento e discussão dos efeitos potencialmente negativos que elas podem ter.”

– Ana Paula Gilsogamo, Analista Sênior de Pesquisa

Este relatório responde às seguintes questões:

- Como pandemia de COVID-19 impactou as atitudes e hábitos dos brasileiros nas redes sociais
- Com quais categorias de marcas e produtos os brasileiros interagem nas redes sociais e como é essa interação
- O que motiva os usuários a comprar produtos e serviços diretamente nas redes sociais
- Que tipo de conteúdo e posicionamento os brasileiros esperam das marcas e empresas nas redes sociais
- Como a 'cultura do cancelamento' e a preocupação com a alta exposição às redes sociais e seu impacto na saúde mental/emocional afetam a percepção dos usuários

O internauta brasileiro sempre adotou de maneira rápida e massiva as novas redes sociais que foram surgindo. Apesar de haver alguma variação de acesso e preferência entre os diferentes perfis demográficos e estilos de vida, como o TikTok ter mais sucesso entre as gerações mais jovens e pais de filhos jovens, por exemplo, e o LinkedIn entre os usuários mais velhos. No Brasil, já faz alguns anos que ter acesso à internet é praticamente sinônimo de utilizar o WhatsApp.

O uso extensivo das redes sociais pelo brasileiro promove um uso criativo das redes, tanto pelos usuários quanto pelas marcas, que passaram a adotar a rede para diversos fins de entretenimento, de realização de compras, de ativismo, com fonte de informação, organização de eventos com familiares e amigos, especialmente durante o isolamento social, entre outros. Entretanto, a alta exposição ao conteúdo das redes também motiva muitos usuários brasileiros a demandar por conteúdos mais reais e a questionar os potenciais impactos negativos que essa exposição possa ter em sua saúde mental e emocional.

**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

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: Incluindo Impacto da COVID-19 - Brasil - Dezembro 2020

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

Resumo Executivo

Fatores que Influenciarão o Mercado

Empresas, Marcas e Inovações – O Que Você Precisa Saber

Campanhas e Ações de Marketing

Estudos de Caso

O Consumidor – O Que Você Precisa Saber

Uso e Frequência de Uso das Redes Sociais

Interação com Categorias, Marcas e Produtos nas Redes Sociais

Percepção e Atitudes em Relação à Presença de Marcas nas Redes Sociais

Hábitos e Atitudes nas Redes Sociais

Mudanças de Comportamento nas Redes Sociais

Apêndice – Abreviações

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