



INFLUENCIADORES JOVENS, E POLÍTICA na AMÉRICA LATINA

Camila Rocha | Esther Solano | Thais Pavez | INTERNETLAE | CCI Centro para Imaginação Crítica
Economia Política & Cidadania

METODOLOGIA

**A PESQUISA
“INFLUENCIADORES,
JOVENS E
POLÍTICA NA
AMÉRICA LATINA”,
REALIZADA PELO
INTERNETLAB
COM APOIO DO
LUMINATE GROUP,
FOI CONSTITUÍDA
POR TRÊS ETAPAS:**

1

350 jovens de 16 a 24 anos em cinco países da América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia e México responderam questionários sobre influenciadores por meio de uma plataforma online

2

Dentre os jovens que responderam ao questionário, 90 foram selecionados para serem entrevistados em minigrupos focais, sendo 30 no Brasil, 15 na Argentina, 15 no Chile, 15 na Colômbia e 15 no México

3

Foram realizadas entrevistas com influenciadores e especialistas da indústria da influência para compreender as dinâmicas existentes na produção de conteúdos

PERFIL DA AMOSTRA

BRASIL

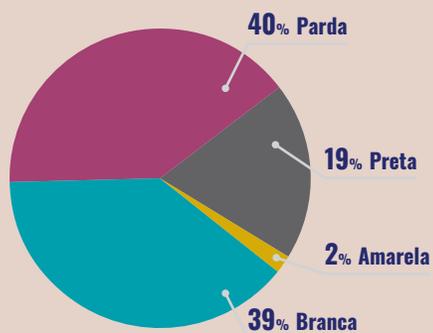
IDADE



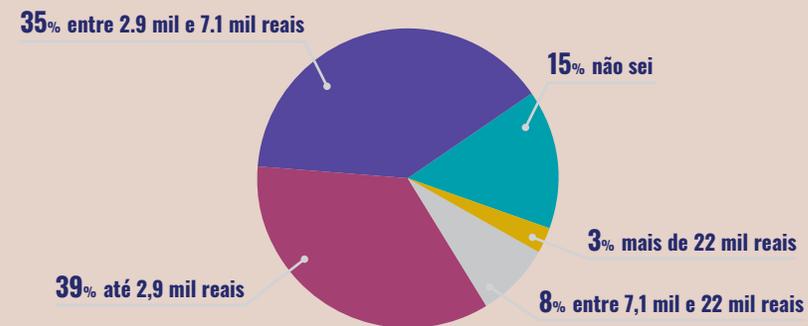
RELIGIÃO



COR



RENDA MENSAL*



* inclui a renda de todas as pessoas que moram com você

OS PRINCIPAIS

OBJETIVOS DA PESQUISA

**SABER QUEM SÃO OS
INFLUENCIADORES
MAIS POPULARES
ENTRE OS
JOVENS LATINO
AMERICANOS**

**COMPREENDER
QUAIS MOTIVOS
LEVAM OS JOVENS
A SEGUIR OU
DEIXAR DE SEGUIR
INFLUENCIADORES**

**INVESTIGAR
COMO JOVENS
RECEPCIONAM E
INTERAGEM COM
CONTEÚDOS DE
INFLUENCIADORES**

**ENTENDER
COMO JOVENS
AVALIAM O USO
QUE POLÍTICOS
FAZEM DAS
REDES SOCIAIS**

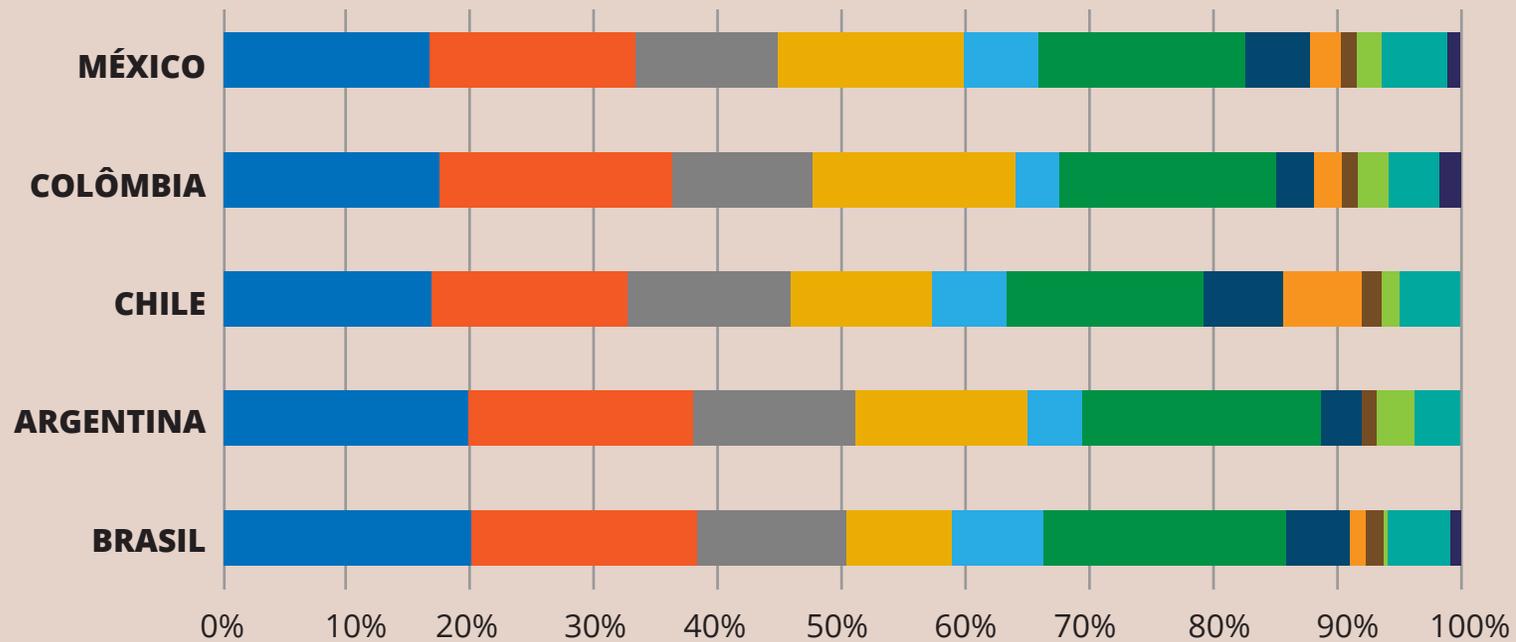
AS REDES SOCIAIS UTILIZADAS PELOS JOVENS

O TIKTOK É A REDE MAIS USADA PARA ACESSAR DIFERENTES TIPOS DE INFORMAÇÕES E NOTÍCIAS. MUITOS JOVENS USAM O TIKTOK COMO MECANISMO DE BUSCA, SUBSTITUINDO GOOGLE E YOUTUBE.

AS REDES UTILIZADAS PELOS JOVENS

AS REDES UTILIZADAS PELOS JOVENS

Quais redes sociais você usa com mais frequência, ou todo dia?



● Instagram ● Tik Tok ● Youtube ● Facebook ● Twitter ● WhatsApp ● Telegram ● Snapchat ● Discord ● Twitch ● Pinterest ● Outro

AS REDES UTILIZADAS PELOS JOVENS

INSTAGRAM

O INSTAGRAM É USADO PARA COMPARTILHAR E VISUALIZAR PRINCIPALMENTE FOTOS PESSOAIS DE AMIGOS E DE INFLUENCIADORES (EX. EM VIAGENS, FAZENDO ACADEMIA). PARA OS JOVENS, A REDE PERMITE ACOMPANHAR AS HISTÓRIAS DO DIA A DIA DOS PERFIS SEGUIDOS, FICAR POR DENTRO DAS “FOFOCAS” E COMPARTILHAR MEMES.

AS REDES UTILIZADAS PELOS JOVENS

TIKTOK

A PLATAFORMA POSSUI ALGORITMOS QUE MOSTRAM UMA SEQUÊNCIA DE VÍDEOS SEM QUE SEJA PRECISO SEGUIR OS PERFIS QUE OS PRODUZEM. É ASSIM QUE JOVENS ARGENTINOS, CHILENOS, COLOMBIANOS E MEXICANOS ACESSAM CONTEÚDOS RELACIONADOS A NAYIB BUKELE, PRESIDENTE DE EL SALVADOR E JAVIER MILEI, PRESIDENTE DA ARGENTINA. DINÂMICA SEMELHANTE OCORRE ENTRE OS BRASILEIROS COM POLÍTICOS COMO NIKOLAS FERREIRA E JAIR BOLSONARO.

AS REDES UTILIZADAS PELOS JOVENS

TIKTOK

"Acho que tem uma grande chance de que quem votou no Lula é tão pobre que não tem esse acesso à internet, ou tem e não ficam em Tik Tok, no máximo conseguem gravar um áudio no Whatsapp. Apoiadores do Bolsonaro tem iphone 15 e fazem Tik Tok da lancha. São públicos diferentes."

Brasil | mulher | esquerda

"O Bolsonaro só ganhou por causa das redes sociais. Se a gente dependesse da mídia comum, estávamos ferrados. Era a manipulação que sempre teve. Porque ele não tinha Globo, não tinha nenhuma mídia forte pro lado dele. Era todo mundo batendo. Só que as redes sociais mostram a verdade. São pessoas que estão lá dentro falando."

Brasil | homem | direita

"O TikTok realmente é mais para ver vídeos quando estou entediado, e é o algoritmo que vai te mostrando."

México | homem | direita

"No TikTok você encontra, agora sim, criadores de conteúdo sobre qualquer coisa, pessoas que te ensinam sobre finanças, sobre ciência, sobre política, sobre coisas da vida, te dão dicas. Ou seja, eu acho que todo mundo quer colocar seu grão de areia e compartilhar o que sabe."

México | homem | esquerda

AS REDES UTILIZADAS PELOS JOVENS, BRASIL

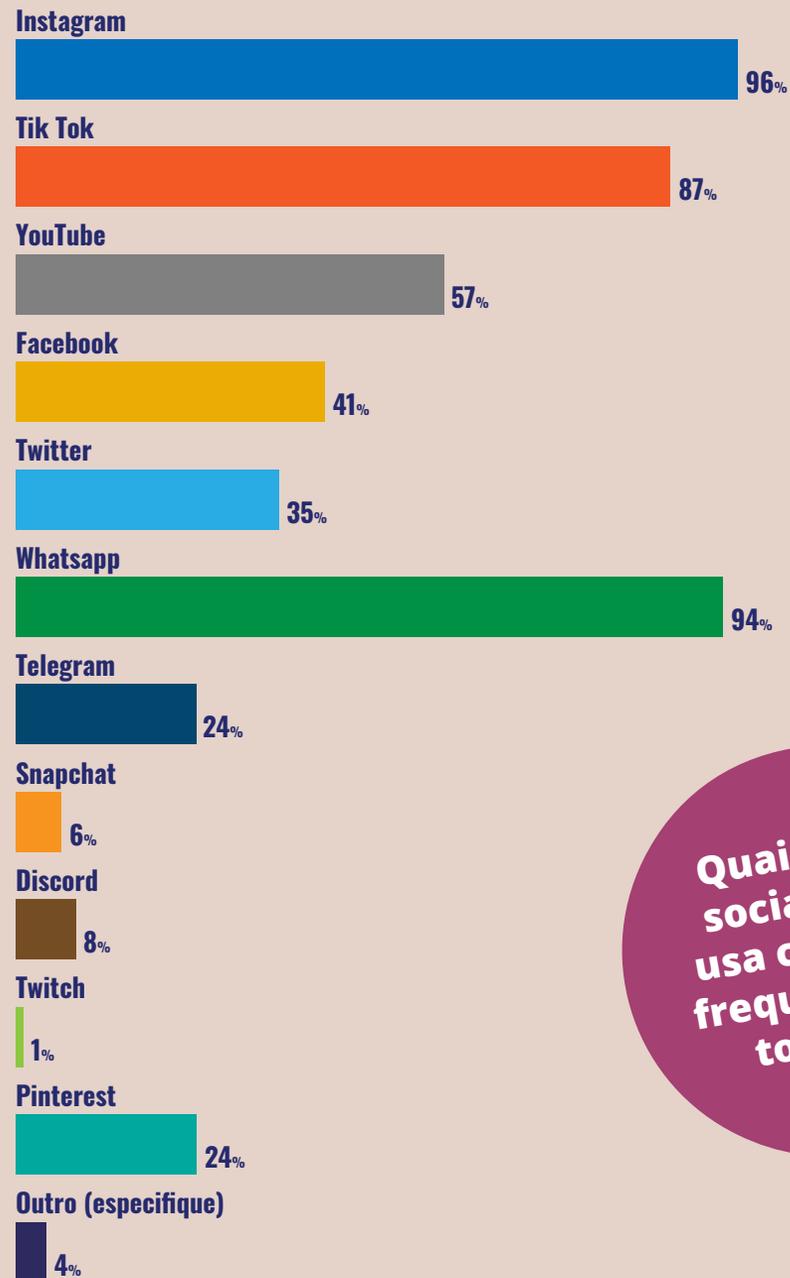
O YOUTUBE CONTINUA SENDO A PLATAFORMA MAIS USADA PARA ASSISTIR VÍDEOS LONGOS, COMO TUTORIAIS E AULAS ONLINE. OS CONTEÚDOS SÃO OUVIDOS COMO RÁDIO OU PODCAST DURANTE AFAZERES DIÁRIOS.

PLATAFORMAS COMO O DISCORD, MAIS VOLTADAS PARA USUÁRIOS DE GAMES, TIVERAM USO INTENSIVO DURANTE A PANDEMIA, PRINCIPALMENTE PARA JOGAR À DISTÂNCIA COM AMIGOS E COLEGAS.

O WHATSAPP É UTILIZADO PARA COMUNICAÇÃO EM GERAL, MAS SOBRETUDO COM FAMILIARES, POIS MUITOS ADULTOS UTILIZAM A PLATAFORMA.

AS REDES

UTILIZADAS PELOS JOVENS



BRASIL

Quais redes
sociais você
usa com mais
frequência, ou
todo dia?

INFLUENCIADORES, QUEM SAO?

INFLUENCIADORES

QUEM SÃO?

	N. influenciadores citados	5 e mais citações (%)	com 1 citação (%)
Brasil	701	3,7	72,6
Argentina	479	3,3	77,0
Chile	212	13,6	62,3
Colômbia	452	5,3	67,7
México	951	3,9	75,9

O ECOSSISTEMA DE INFLUENCIADORES É ALTAMENTE CAPILARIZADO E DISTRIBUÍDO EM NICHOS ESPECÍFICOS.

EM TODOS OS PAÍSES, A MAIORIA DOS INFLUENCIADORES LISTADOS PELOS JOVENS COMO OS QUE MAIS DESPERTAVAM SEU INTERESSE FORAM CITADOS APENAS UMA VEZ.

CELEBRIDADES INTERNACIONAIS

OBSERVANDO OS PERFIS COM
ALTA FREQUÊNCIA DE CITAÇÃO
(5 E MAIS CITAÇÕES) EM CADA
PAÍS VEMOS QUE SE TRATAM DE:

1

Celebridades do mundo artístico ou esportivo, conhecidos globalmente e que, portanto, não se dedicam profissionalmente a ser influenciadores. Como é o caso dos futebolistas **Leonel Messi** e **Cristiano Ronaldo**, e das artistas pop **Shakira** e **Lady Gaga**.

CELEBRIDADES LOCAIS

2

Celebridades locais, como artistas e músicos, que utilizam as redes para disseminar seu trabalho. Nesta categoria estão, por exemplo, o influenciador chileno **Pailita** e a influenciadora colombiana **Karol G.**

INFLUENCIADORES NATIVOS-DIGITAIS

3

Influenciadores nativo-digitais surgiram nas redes sociais e passaram a ser conhecidos pela produção de conteúdos relacionados a nichos ou segmentos específicos. Os brasileiros **Virgínia Fonseca** e **Carlinhos Maia** produzem conteúdos sobre estilo de vida. Já o colombiano **Yefferson Cossio** e o mexicano **Pako Yaso** produzem conteúdos de humor. O argentino **Coscu** e o mexicano **El Ded** tem seguidores no segmento de games. Outros nichos estão relacionados, por exemplo, a moda e beleza, finanças e conteúdos motivacionais.

OS INFLUENCIADORES NATIVOS-DIGITAIS

Influenciadores nativo-digitais costumam recorrer a estratégias que buscam aproximar seu público às suas rotinas. Para isso, organizam lives, fun meetings, fazem referências a comentários de seguidores, etc.

É o caso da influenciadora brasileira **Virginia Fonseca**, que mostra seu cotidiano familiar, sua rotina como mãe e como esposa, seus estados de ânimo e demais vicissitudes cotidianas. É assim que consegue se aproximar do dia-a-dia das brasileiras e ganhar sua confiança para vender produtos.

A **Virgínia Fonseca** foi uma menina que nasceu e cresceu no interior e tem a história do Príncipe Encantado, a jornada do heroi dela. Ela cresceu muito a partir desta história. Ela tem filhos com um artista com quem ela se casou, e ela acorda e dorme postando em todas as redes. Ela virou, de fato, uma pessoa muito televisionada. Quase um show de Truman. Então, ela cresce com esse público, ela vira adolescente com esse público, ela é salva por um príncipe, ela constroi uma família. Então, essa pessoa, falar de uma marca de fraldas, é muito mais garantia de conversão, em lead, em poder de compra. *(Marina Piotto, especialista em Marketing de Influência).*

OS INFLUENCIADORES

NATIVOS-DIGITAIS

A FABRICAÇÃO DA PROXIMIDADE E DA AUTENTICIDADE CRIA CONDIÇÕES PARA UMA MAIOR IDENTIFICAÇÃO ENTRE INFLUENCIADORES E SEGUIDORES.

OUTRAS CARACTERÍSTICAS QUE CHAMAM ATENÇÃO DOS PERFIS DE INFLUENCIADORES CITADOS PELOS JOVENS SÃO O USO DE HUMOR LEVE E, PRINCIPALMENTE, O RECURSO AO EMPREENDEDORISMO. VÁRIOS INFLUENCIADORES POSSUEM MARCAS PRÓPRIAS DE PRODUTOS COMO MAQUIAGENS, PERFUMES, ROUPAS, ETC.

OS INFLUENCIADORES NATIVOS-DIGITAIS

A FABRICAÇÃO DA PRÓPRIA
CRIA CONDIÇÕES PARA
ENTRE INFLUENCIADORES

OUTRAS CARACTERÍSTICAS
PERFIS DE INFLUENCIADORES
O USO DE HUMOR E A
AO EMPREENDEDORISMO
POSSUEM MARCAS PRÓPRIAS
MAQUIAGENS, PERFUMES, ROUPAS, ETC.

"Renato Cariani para mim é referência em todas as áreas que atua. Ele é apaixonado pela musculação. É uma coisa que eu sou fissurado. E ele é um puta empreendedor, mas também é um cara bem família. Uma coisa que eu admiro muito nele é como ele consegue administrar o tempo dele. E a insistência dele no que ele quer fazer. Ele já contou a história dele, que ele também veio do nada e conquistou muito na base da disciplina. Trabalhando, fazendo todo dia ali a mesma coisa, entendeu? Acho que se fosse para eu ter a vida de alguém, seria a vida dele"

Brasil | homem | direita

OS INFLUENCIADORES NATIVOS-DIGITAIS

Os influenciadores que possuem uma marca própria costumam divulgar a ideia de que é possível prosperar a partir de pequenos negócios. No entanto, o espírito empreendedor e a venda de produtos pode esbarrar em limites éticos.

Influenciadores brasileiros como **Neymar**, **MC Poze**, **Felipe Neto**, **Camila Loures** e **Jon Vlogs**, entre outros, fizeram propaganda em seus perfis de jogos de azar e site de apostas, um comportamento fortemente rejeitado pelo jovens.

OS INFLUENCIADORES NATIVOS-DIGITAIS

"Eu admirava a Virgínia Fonseca, só que ela começou a postar sobre joguinhos e eu não sou fã de jogo. Aí eu comecei a não gostar muito, mas eu ainda sigo ela. Ela é muito nova e vem conquistando bastante coisa por aí, com a família e as filhas."

Brasil | mulher | nem nem

"Eu parei de seguir essas pessoas que eu via que não era o meu estilo de pensar. Acho o jeito que eles mostravam o que eles conseguiram meio que errado. Porque foi graças aos seguidores que eles, que no começo não tinham nada, hoje conseguem ter uma casa, um carro, viagens. Aí falam para os seguidores gastarem o dinheiro deles jogando num site de aposta. Pra mim isso é totalmente hipócrita."

Brasil | homem | direita

"A gente tem que respeitar a questão da transparência e respeito com seguidores. Vejo influencers nem tão grandes, da própria cidade, divulgando joguinho de azar, que a gente sabe que é enganação, um dinheiro fácil. Esse tipo de coisa me faria deixar de seguir influenciadores."

Brasil | mulher | esquerda

POLÍTICOS- INFLUENCIADORES

4

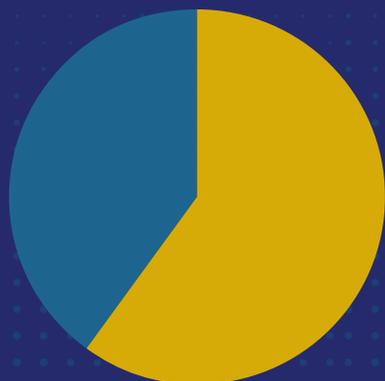
Entre os perfis de influenciadores mais citados pelos jovens estão o de políticos que adotam estratégias similares às dos influenciadores para aumentar o engajamento dos seguidores: lives, memes, danças no TikTok, humor e a fabricação da proximidade e autenticidade.

Políticos de extrema-direita também mobilizam constantemente críticas aos grandes meios de comunicação.

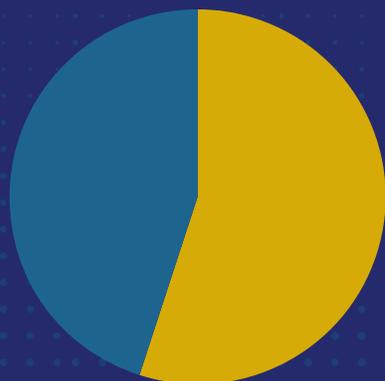
O NÚMERO DE SEGUIDORES, IMPORTA?

não

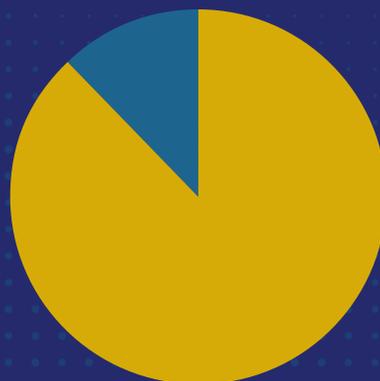
sim



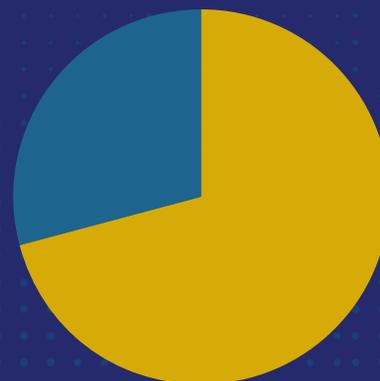
BRASIL



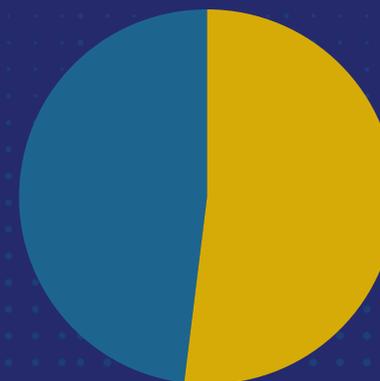
MÉXICO



CHILE



ARGENTINA



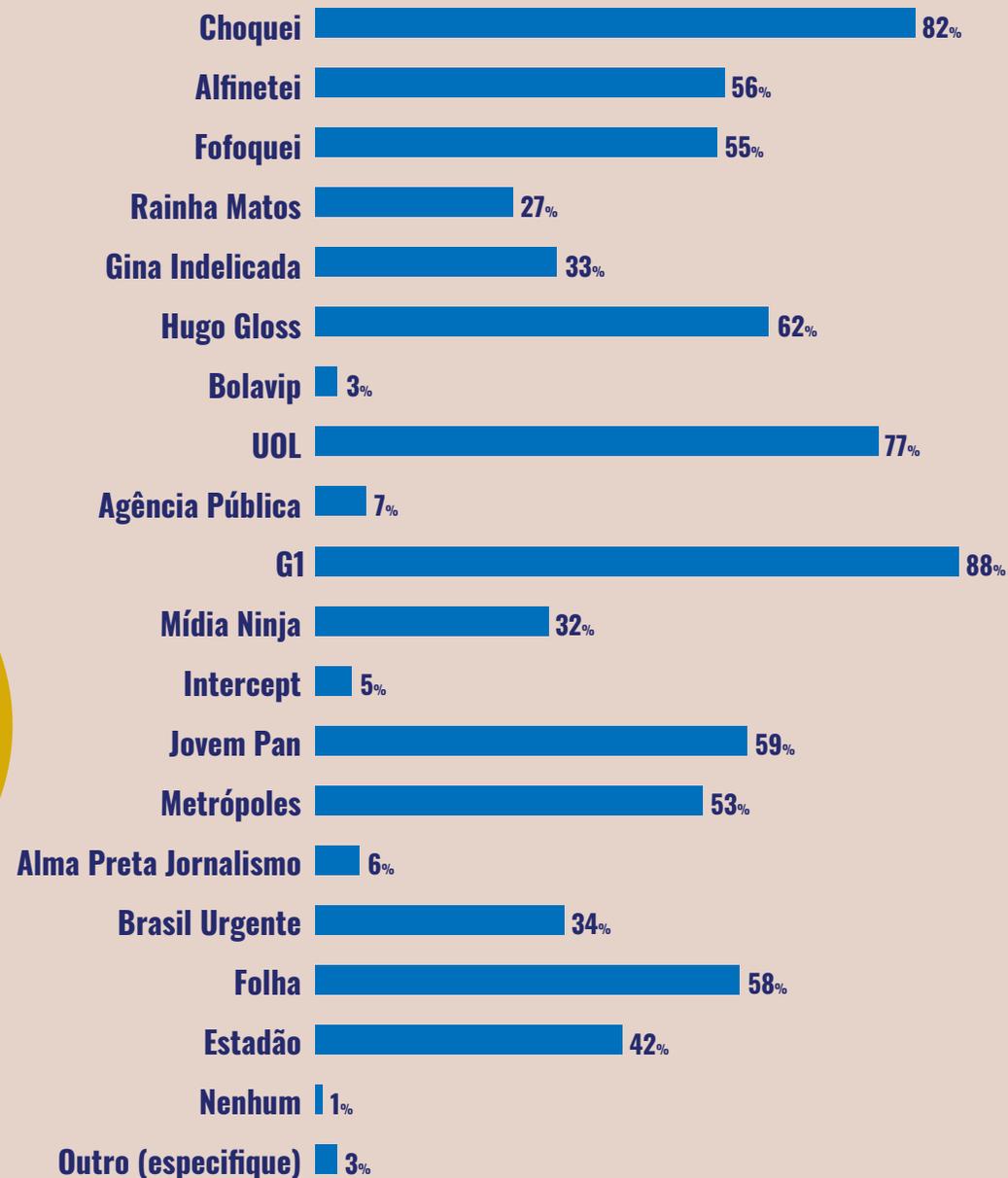
COLOMBIA

INFLUENCIADORES

E PORTAIS

Quais destes perfis você já ouviu falar?

BRASIL

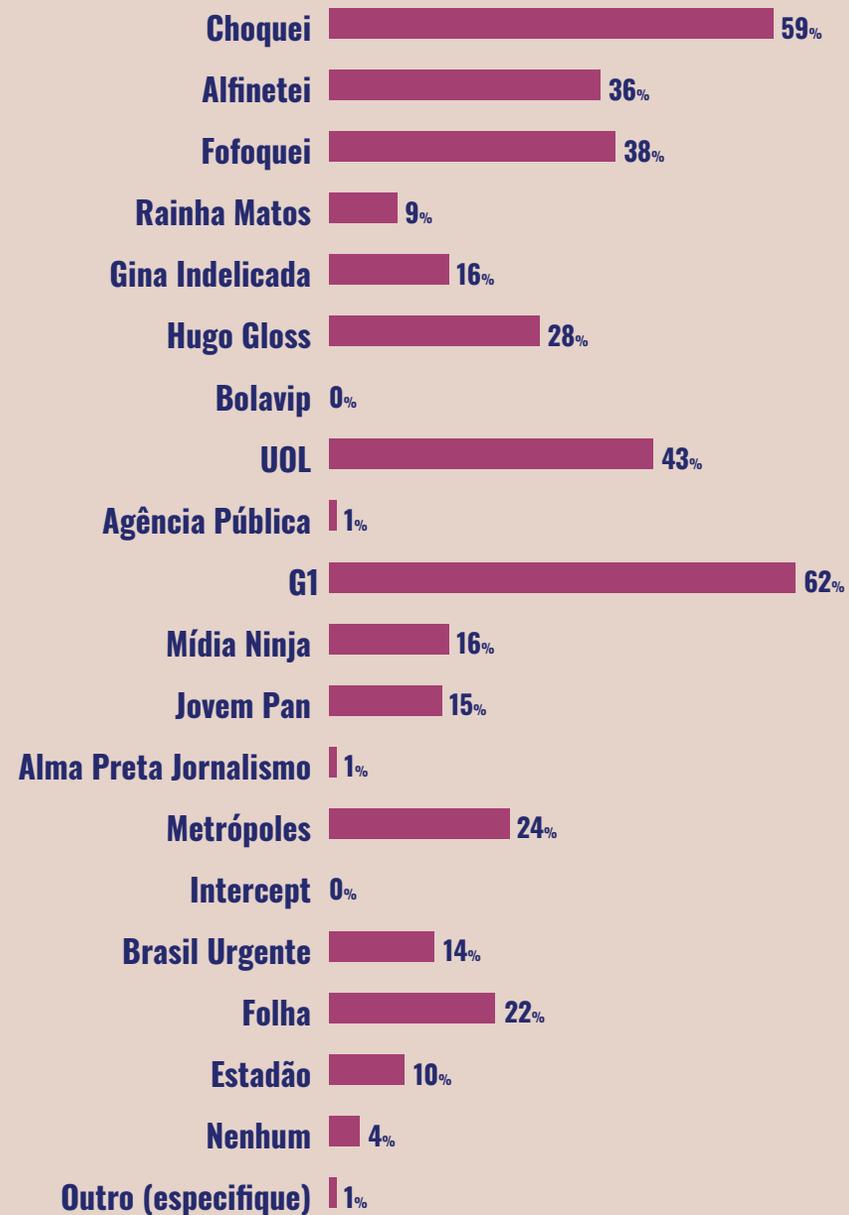


INFLUENCIADORES

E PORTAIS

Quais perfis cujas postagens você visualiza nas suas redes sociais com maior frequência?

BRASIL



APROFUNDANDO: INFLUENCIADORES BRASILEIROS

CAMILA BARROS

SOBRE: É membro da igreja do Pastor Silas Malafaia. já fez live com personalidades como Nikolas Ferreira e culto com Michele Bolsonaro pregando a união das igrejas contra a ameaça do comunismo. Ela se declara contra as ideias do feminismo

PAÍS: Brasil

POSICIONAMENTO POLÍTICO: direita

PROFISSÃO: pastora

NASCIMENTO: 31/07/1985

TEMÁTICA: religião



QUEM É

Camila Barros é uma pastora e pregadora conhecida no Brasil por suas pregações exclusivas para mulheres. Ela é membro na sede da Assembleia de Deus-Vitória em Cristo, igreja liderada pelo pastor Silas Malafaia. Além de sua atuação como pastora, Camila Barros é uma influenciadora digital e possui uma conta no Instagram com mais de 4,5 milhões de seguidores.

COMO FICOU FAMOSA

Camila Barros se tornou conhecida no Brasil ao pregar cultos exclusivamente para mulheres. Com sua mensagem motivacional baseada na fé, ela conquistou muitos seguidores nas redes sociais e passou a ser convidada para realizar conferências e ministrações em diversas igrejas e outros locais.

TIPO DE CONTEÚDO QUE PRODUZ

Ela compartilha mensagens de fé e reflexões sobre a vida cristã em seu canal no YouTube, que tem mais de 1,45 milhões de inscritos. Seus vídeos incluem pregações, ensinamentos bíblicos e reflexões pessoais.

POLÍTICA

Camila Barros já fez live com Nikolas Ferreira e culto com Michele Bolsonaro pregando a união das igrejas contra uma suposta ameaça do comunismo. Ela também diz que não é possível ser cristã e feminista ao mesmo tempo.

DÉBORA ALADIM

SOBRE: produz vídeo-aulas que ajudam pessoas a estudar para o vestibular. todo ano gera alguma polêmica comentando o ENEM.

PAÍS: Brasil

POSICIONAMENTO POLÍTICO: neutro

PROFISSÃO: historiadora e youtuber

NASCIMENTO: 04/09/1998

TEMÁTICA: educação, história



QUEM É

Débora Aladim é uma influenciadora digital e historiadora mineira, formada em História pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG).

COMO FICOU FAMOSA

Débora Aladim começou a fazer vídeo-aulas com apenas 15 anos para ajudar os colegas da escola. Ela ganhou destaque nas redes sociais com vídeos em que analisa as provas do Enem. Seu canal no YouTube, criado em 2013, é um dos 5 maiores canais de conteúdo educativo do Brasil.

TIPO DE CONTEÚDO QUE PRODUZ

Débora Aladim produz vídeo-aulas que ajudam milhões de pessoas a estudar e a passar no vestibular. Ela aborda temas de História, dá dicas de estudo e ensina como escrever uma boa redação modelo Enem.

POLÍTICA

Débora se posicionou contra o governo de Jair Bolsonaro. Segundo ela, sua didática e posicionamento crítico às polêmicas envolvendo o Inep e falas do então presidente sobre supostas mudanças ideológicas no teor das questões do Enem são fruto da bagagem educacional que recebeu enquanto aluna da UFMG. Por ser de universidade pública, ela diz compreender as angústias pelas quais os estudantes passam e as lutas para driblar as tentativas de apagamento da história nacional. “O presidente acha que estudante é tudo drogado, quando, na verdade, ele é uma pessoa extremamente debilitada que precisa ter acesso a direitos básicos” — disse a influenciadora em vídeo compartilhado nas redes sociais.

termos mais citados em posts



PAÍSES

BRASIL
97,33%

ESTADOS UNIDOS
0,7%

ALEMANHA
0,42%

PORTUGAL
0,28%

AFINIDADE



Física Fábris
TV & Video



Alessandra Negrini
Actor



Rafael Vitti
Actor

OUTROS PERFIS MENCIONADOS POR ESTE PERFIL



NAO
Musician



Estêvão Leite And...
Fashion & Style

MARCAS MENCIONADAS POR ESTE PERFIL



TNT
Food & Drink



Descomplica
Education



Cursos Débora Al...
Education

OS POSTS COM MAIS ENGAJAMENTO

Débora Aladim
14 de nov. de 2022

Minha opinião sobre o tema da redação do enem 2022 🇺🇲 #tokdoenem

1.180.787 Likes	9.079 Comentários
19.764 Compartilhamentos	5.802.001 Visualizações
20,85% Taxa de Eng.	US\$ 1.748.738,58 VMG

Ver Publicação no TikTok

Débora Aladim
30 de jan. de 2021

Recriar com @sallstabata nomes bizarros da família Aladim 🤪

1.054.398 Likes	9.084 Comentários
7.851 Compartilhamentos	4.482.741 Visualizações
23,9% Taxa de Eng.	US\$ 1.486.834,80 VMG

Ver Publicação no TikTok

Débora Aladim
23 de out. de 2022

Sin, julho e agosto são meses de Julio Cesar e Augusto! #curiosidadehistorica

971.269 Likes	6.619 Comentários
8.419 Compartilhamentos	5.214.128 Visualizações
18,92% Taxa de Eng.	US\$ 1.483.560,26 VMG

Ver Publicação no TikTok

DIOGO DEFANTE

SOBRE: declarou voto no Lula pelo twitter. também já fez um vídeo que virou meme onde entrevistava apoiadores do Bolsonaro em uma manifestação de 7 de setembro.

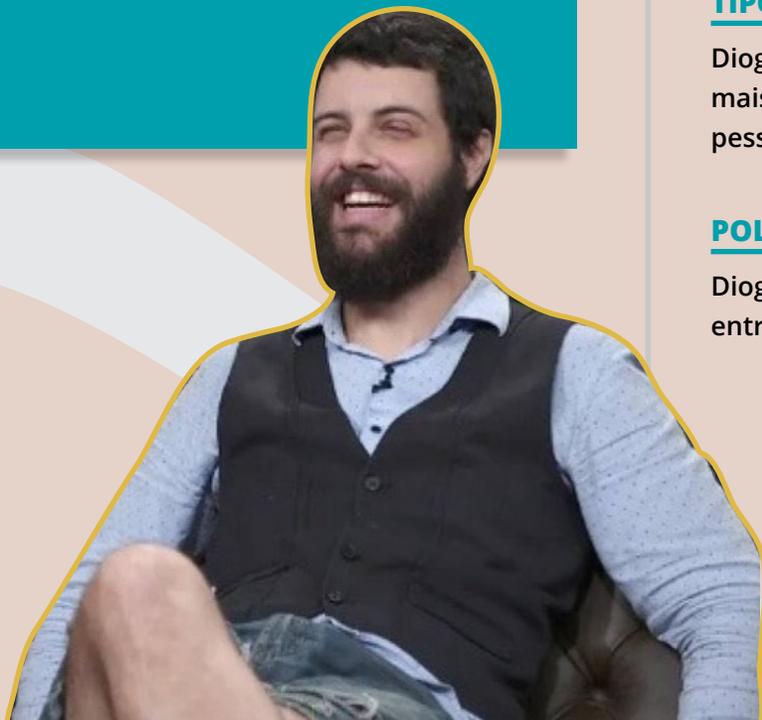
PAÍS: Brasil

POSICIONAMENTO POLÍTICO: esquerda

PROFISSÃO: humorista

NASCIMENTO: 27/09/1988

TEMÁTICA: humor



QUEM É

Diogo Defante Rodrigues, conhecido como Diogo Defante, é um humorista, youtuber e músico brasileiro. Ele nasceu em 27 de setembro de 1988 no Rio de Janeiro. É reconhecido por seu estilo de humor nonsense, pelo quadro "Repórter Doidão" e pelo programa "Rango Brabo".

COMO FICOU FAMOSO

Diogo Defante iniciou sua jornada na internet em 2012, quando tinha 24 anos. Dois anos depois, ele foi convidado por Felipe Neto para se juntar ao canal "Parafernália," um dos maiores canais de humor no YouTube brasileiro na época. Em 2017, Diogo Defante decidiu seguir uma carreira solo, deixando o grupo "Parafernália". A partir desse momento, ele começou a desenvolver seu estilo de comédia único e cativou seu público com vídeos engraçados e irreverentes.

TIPO DE CONTEÚDO QUE PRODUZ

Diogo Defante é conhecido por compartilhar conteúdos de humor no YouTube. Uma das criações mais notáveis de Diogo Defante é o quadro "Repórter Doidão," onde ele cobre eventos e entrevista pessoas de maneira hilariante.

POLÍTICA

Diogo declarou voto no Lula pelo Twitter. Ele também já fez um vídeo que virou meme onde entrevistava apoiadores do Bolsonaro em uma manifestação de 7 de setembro.

termos
mais
citados
em posts

brilhosinha
risadola brunajalvarenga
contatodiogodefante edicao
finalizacao berou seja apresentacao
membro mail face shows raphael chorumaca
discord comercial diogo lessa
equipe baixa victor defante churros
entretentomelo twitter

PAÍSES

BRASIL
96,32%

PORTUGAL
0,86%

ESTADOS UNIDOS
0,74%

REINO UNIDO
0,37%

AFINIDADE



njdeprê - marlon
Sports & Fitness



Sérgio Santos
Lifestyle



POPTIME
Media & Publications

OUTROS PERFIS MENCIONADOS POR ESTE PERFIL



Bella Camero
Actor



DAN LESSA
Sports & Fitness

MARCAS MENCIONADAS POR ESTE PERFIL



Fanatic
Sports & Fitness



Cortes do Casimiro
Sports & Fitness



Prime Video Brasil
TV & Video

OS POSTS COM MAIS ENGAJAMENTO

Diogo Defante
04 de ago. de 2021

Video

viagem mand

1.242.721 Likes	17.815 Comentários
51.241 Compartilhamentos	8.739.097 Visualizações
15,01% Taxa de Eng.	US\$ 2.233.046,06 VMG

Ver Publicação no TikTok

Diogo Defante
10 de dez. de 2022

Video

Não foi dessa vez família

990.578 Likes	5.665 Comentários
93.069 Compartilhamentos	7.577.098 Visualizações
14,38% Taxa de Eng.	US\$ 1.774.096,92 VMG

Ver Publicação no TikTok

Diogo Defante
13 de jan. de 2023

Video

gente... #reporterdoido

841.948 Likes	5.780 Comentários
88.306 Compartilhamentos	5.287.678 Visualizações
17,7% Taxa de Eng.	US\$ 1.378.557,12 VMG

Ver Publicação no TikTok

JON VLOGS

SOBRE: recentemente se envolveu em uma polêmica relacionada à empresa de jogos de azar Blaze, sendo acusado de receber dinheiro da empresa cada vez que um cliente perde nas apostas.

PAÍS: Brasil

POSICIONAMENTO POLÍTICO: neutro

PROFISSÃO: influenciador

NASCIMENTO: 22/09/1999

TEMÁTICA: games, lifestyle, ostentação, viagens



QUEM É

Jon Vlogs, cujo nome verdadeiro é Luan Kovarik, é um influenciador digital carioca de 24 anos. Ele começou a criar vídeos para superar a morte do pai quando tinha apenas 12 anos. Hoje, ele tem mais de 20 milhões de seguidores no Instagram e afirma ganhar R\$ 100 milhões por ano.

COMO FICOU FAMOSO

Jon Vlogs começou a ganhar notoriedade após compartilhar sua rotina em uma escola americana aos 15 anos. Ele também é conhecido por seus vídeos de jogos, incluindo Counter-Strike: Global Offensive (CS:GO), GTA 5, Clash Royale, entre outros.

TIPO DE CONTEÚDO QUE PRODUZ

Ele produz uma variedade de conteúdos, incluindo vídeos mostrando sua vida, experiências em viagens e sua rotina. Ele também publica conteúdos mostrando produtos de luxo, de relógios Rolex a Ferrari.

POLÍTICA

Não foram encontradas informações específicas sobre as visões políticas de Jon Vlogs.

termos
mais
citados
em posts

gostou amigos face
like/fav games video code blz
spotify fala jonvlogs livro
gente jon insta discount
sponsoring sociais redes twitter galera
jonvlogsoficial sigacanal inscreva
ajudar acompanhar compartilhe
clipes loja

PAÍSES

BRASIL
92,36%

PORTUGAL
3,67%

ESTADOS UNIDOS
1,02%

ANGOLA
0,71%

AFINIDADE



Matheus Mazzafera
Lifestyle

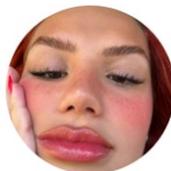


Alvaro
Lifestyle



ARUAN [LIVE]
Gaming

OUTROS PERFIS MENCIONADOS POR ESTE PERFIL



Vivi Wanderley
Musician



Jack Owoc
Business Executive



Robert Hill
Fashion & Style

MARCAS MENCIONADAS POR ESTE PERFIL



Bang Energy
Food & Drink



YouTube
TV & Video



Blaze Brasil
Sports & Fitness

OS POSTS COM MAIS ENGAJAMENTO

Jon Vlogs
09 de jul. de 2021

Video

Eai quem anima um freefire comigo? #bocade09

1.419.173 Likes	10.293 Comentários
8.946 Compartilhamentos	12.906.203 Visualizações
11,15% Taxa de Eng.	US\$ 2.807.985,26 VMG

Ver Publicação no TikTok

Jon Vlogs
12 de mar. de 2023

Foto

Marinona,
Faz tempo que eu não tiro um sorriso do meu rosto ou fico besta com alguém ao meu lado. Faz tempo que o meu coração não batia mais forte enquanto me chamavam de Luan. Por algum motivo a vida nos uniu novamente após 5 anos e estamos que nem nas antigas com nossos sorrisos e brincadeiras de criança, a única diferença é que dessa vez tem um menino junto que só deixa as nossas brincadeiras mais alegres ainda. As vezes a alegria...

Mostrar Mais

1.317.478 Likes	34.828 Comentários
1.034.824 Impressões estimadas	130,68% Taxa de Eng.
US\$ 1.424.604,05 VMG	

Ver Publicação no Instagram

Jon Vlogs
10 de jan. de 2024

Foto

Amor de outras vidas. Obrigado por tudo meu amor vamos viver muitas coisas juntos. Te amo! Minha eterna namorada

1.303.263 Likes	30.083 Comentários
1.426.234 Impressões estimadas	93,49% Taxa de Eng.
US\$ 1.384.692,43 VMG	

Ver Publicação no Instagram

JUNIOR CALDEIRÃO

SOBRE: conhecido por seus bordões e novas expressões que entram para o vocabulário dos jovens através de vídeos curtos. chocou ao expor caso de abuso na família.

PAÍS: Brasil

POSICIONAMENTO POLÍTICO: neutro

PROFISSÃO: influenciador

NASCIMENTO: 23/06/2001

TEMÁTICA: memes, humor



QUEM É

Barbie Grew é um personagem criado por Junior Caldeirão, um influenciador digital que ganhou fama nas redes sociais. Seu nome verdadeiro é Antônio Pereira Machado.

COMO FICOU FAMOSO

Junior Caldeirão se tornou uma sensação nas redes sociais graças aos seus bordões e memes contagiante, como “nhew” e “barbie grew”. Essas expressões se espalharam rapidamente, se tornando verdadeiros trends e sendo incorporadas ao vocabulário do dia a dia de muitas pessoas.

TIPO DE CONTEÚDO QUE PRODUZ

Junior Caldeirão é conhecido por sua espontaneidade e vivência, sempre trazendo novas expressões para o vocabulário dos jovens através de vídeos curtos. Ele mistura inglês, português e espanhol de uma forma engraçada, o que entrou no vocabulário das pessoas.

POLÍTICA

Não foram encontradas informações sobre a posição política de Junior Caldeirão ou do personagem Barbie Grew.

AFINIDADE



Beca Barreto
Beauty



Vanessa Lopes
Fashion & Style



Abner Pinheiro
Fashion & Style

OUTROS PERFIS MENCIONADOS POR ESTE PERFIL



Ney Lima
Performing Arts



Linde ZDZ

MARCAS MENCIONADAS POR ESTE PERFIL



BODE
Fashion & Style



Vogue
Media & Publications



Big Brother Brasil
Media & Publications

OS POSTS COM MAIS ENGAJAMENTO

Junior Caldeirão
29 de dec. de 2021

Video

Eai gostaram! ❤️

3.000.000 Likes	35.300 Comentários
58.200 Compartilhamentos	22.100.000 Visualizações
14% Taxa de Eng.	US\$ 5.439.584,00 VMG

Ver Publicação no TikTok

Junior Caldeirão
28 de fev. de 2022

Video

Tô pronta 🍷

2.500.000 Likes	48.200 Comentários
64.500 Compartilhamentos	20.700.000 Visualizações
12,62% Taxa de Eng.	US\$ 4.981.296,00 VMG

Ver Publicação no TikTok

Junior Caldeirão
12 de jan. de 2022

Video

2.200.000 Likes	83.100 Comentários
111.000 Compartilhamentos	10.100.000 Visualizações
23,7% Taxa de Eng.	US\$ 3.787.168,00 VMG

Ver Publicação no TikTok

PAULO MUZY

SOBRE: referência em desenvolvimento muscular e desempenho esportivo. já entrevistou Jair Bolsonaro em um podcast durante a campanha eleitoral e é seguidor de diversas personalidades da extrema-direita, como Carla Zambelli, Carlos Jordy, Ernesto Araújo etc.

PAÍS: Brasil

POSICIONAMENTO POLÍTICO: direita

PROFISSÃO: médico, atleta e empresário

NASCIMENTO: 16/07/1979

TEMÁTICA: fitness, aprimoramento pessoal



QUEM É

Paulo Cavalcante Muzy, 44 anos, é um médico, atleta e empresário. Ele nasceu em São Carlos-SP e cresceu em Marília-SP. É casado com Roberta Carbonari Muzy, com quem tem duas filhas. Formado em medicina pela UNIFESP, serviu o Exército Brasileiro como Tenente Médico, depois especializou-se em ortopedia e traumatologia. Ele também é especialista em Medicina Esportiva pela SBMEE e tem ainda 5 pós-graduações nas áreas em que a medicina tem interface com o desempenho esportivo.

COMO FICOU FAMOSO

Paulo Muzy ganhou destaque por ser uma referência profissional de nível mundial quando o assunto é desenvolvimento muscular e desempenho esportivo. Ele tem impactado a vida das pessoas através do seu trabalho. Além disso, ele se destacou nas redes sociais por transmitir conteúdo sobre saúde, treinos, dieta e desmistificar alguns tabus.

TIPO DE CONTEÚDO QUE PRODUZ

Paulo Muzy é conhecido por compartilhar conteúdos sobre saúde, treinos e dieta. Ele coordena a equipe de Medicina Esportiva e Traumatologia Esportiva da Clínica Muzy.

POLÍTICA

Paulo Muzy já entrevistou o presidente Jair Bolsonaro em um podcast durante a campanha eleitoral. Ele é seguidor de diversas personalidades da extrema-direita, como Carla Zambelli, Carlos Jordy, Gil Diniz, Ernesto Araújo, entre outros.

THIAGO NIGRO

SOBRE: Se envolveu em polêmicas, como quando propôs que uma pessoa que ganha R\$ 1720 por mês pode ficar milionária. Já entrevistou Jair Bolsonaro em seu canal, e lançou um curso de economia com Paulo Guedes. Casado com a coach de emagrecimento Mayra Cardi.

PAÍS: Brasil

POSICIONAMENTO POLÍTICO: direita

PROFISSÃO: coach de finanças e empresário

NASCIMENTO: 07/10/1990

TEMÁTICA: finanças



QUEM É

Thiago Nigro, também conhecido como Primo Rico, é um influenciador digital, escritor e empresário brasileiro. Ele nasceu em 7 de outubro de 1990 em São Paulo.

COMO FICOU FAMOSO

Thiago Nigro ficou famoso após criar o canal do YouTube, O Primo Rico. Ele começou a compartilhar suas experiências no mercado financeiro, incluindo uma experiência inicial desfavorável onde perdeu todo o dinheiro que seus pais tinham economizado para ele. Essa experiência o motivou a buscar mais conhecimento sobre o assunto, estudando e fazendo cursos na área.

TIPO DE CONTEÚDO QUE PRODUZ

Ele é conhecido por produzir conteúdo educacional sobre finanças e investimentos. Ele também lançou uma plataforma de conteúdos em vídeo sobre finanças e investimentos, semelhante à Netflix ou Masterclass, que funciona no modelo de assinatura.

POLÍTICA

Já entrevistou Jair Bolsonaro em seu canal, e lançou um curso de economia com Paulo Guedes.

termos mais citados em posts



PAÍSES

BRASIL
95,86%

PORTUGAL
1,7%

ESTADOS UNIDOS
0,64%

JAPÃO
0,21%

AFINIDADE



Joel Jota
Lifestyle



O Conselho | Flávi...
Business Executive



Caio Carneiro
Business Executive

OUTROS PERFIS MENCIONADOS POR ESTE PERFIL



PrimoCast
Podcast



Bruno Perini
Podcast

MARCAS MENCIONADAS POR ESTE PERFIL



Instagram
Media & Publications



YouTube
TV & Video



Disney
TV & Video

OS POSTS COM MAIS ENGAJAMENTO

Thiago Nigro
08 de nov. de 2022

Video

Não encerre esse ciclo. Seja o brilho na vida de alguém 🍷

2.000.000 Likes	13.700 Comentários
389.600 Compartilhamentos	24.900.000 Visualizações
9,65% Taxa de Eng.	US\$ 4.755.136,00 VMG

Ver Publicação no TikTok

Thiago Nigro
01 de mar. de 2022

Carrossel

Eu nasci de novo.

1.079.545 Likes	53.033 Comentários
1.017.235 Impressões estimadas	111,34% Taxa de Eng.
US\$ 1.359.762,48 VMG	

Ver Publicação no Instagram

Thiago Nigro
21 de abr. de 2021

Video

Encontre um bom exemplo e o siga. Quando você segue um bom exemplo, se torna um.

813.200 Likes	20.300 Comentários
74.900 Compartilhamentos	7.100.000 Visualizações
12,79% Taxa de Eng.	US\$ 1.707.208,00 VMG

Ver Publicação no TikTok

VIRGÍNIA

SOBRE: maior influenciadora do Brasil, compartilha vida de luxo e maternidade. nas eleições presidenciais, pediu a seus seguidores para votarem “pela família”.

PAÍS: Brasil

POSICIONAMENTO POLÍTICO: direita

PROFISSÃO: influenciadora

NASCIMENTO: 06/04/1999

TEMÁTICA: maternidade, lifestyle, dancinhas, beleza



QUEM É

Virginia Pimenta da Fonseca Serrão Costa, mais conhecida como Virginia Fonseca, nasceu em 6 de abril de 1999, na cidade de Danbury, Connecticut, Estados Unidos. Ela é uma influenciadora digital, youtuber, apresentadora, empresária e dançarina. Atualmente, ela é casada com o cantor sertanejo Zé Felipe, filho do cantor Leonardo.

COMO FICOU FAMOSA

Virginia começou a carreira na internet quando ainda era adolescente, fazendo vídeos para o YouTube. Ela ganhou notoriedade ao participar das gravações do canal rezendeevil e por ser esposa e garota-propaganda do cantor Zé Felipe. Além disso, ela também ganhou mais seguidores e notoriedade após o nascimento de suas filhas.

TIPO DE CONTEÚDO QUE PRODUZ

Virginia produz uma variedade de conteúdos para o YouTube, incluindo vlogs e desafios divertidos com humor, além de falar sobre assuntos do cotidiano. Ela também compartilha sua rotina e dá dicas de beleza para seus seguidores. Além disso, ela é apresentadora do podcast “PodCats”, tem uma agência de marketing digital e é sócia de uma empresa de procedimentos estéticos e outra de cosméticos.

POLÍTICA

Virginia Fonseca se envolveu em uma polêmica política quando fez uma postagem aconselhando seus seguidores a votar ‘pela família’, o que gerou críticas nas redes sociais.

**PERSPECTIVAS:
SER
INFLUENCIADOR?**

PERSPECTIVAS:

SER

INFLUENCIADOR?

DIANTE DAS PERSPECTIVAS NEGATIVAS EM RELAÇÃO AO SEU FUTURO NO MUNDO DO TRABALHO, SER INFLUENCER SURGE COMO HORIZONTE POSSÍVEL PARA OS JOVENS. NO ENTANTO, HÁ PONDERAÇÕES SOBRE DIFICULDADES EM SE TORNAR INFLUENCIADOR, COMO ABALOS PSICOLÓGICOS E AUTO EXPLORAÇÃO.

PERSPECTIVAS: **SER** **INFLUENCIADOR?**

Os jovens reconhecem que a vida de influenciadores tem aspectos positivos e negativos.

Por um lado, há a ideia de que influenciadores tem uma “vida fácil”, pois não possuem chefe, fazem o que gostam, administram o próprio tempo e seguem suas próprias regras.

Por outro, há um entendimento de que influenciadores podem “sofrer hate” e ficar com a saúde mental abalada. O trabalho de influenciadores também envolveria auto-exploração, dependência do público, da lógica das plataformas, e enorme competitividade e incerteza.

PERSPECTIVAS: SER

INFLUENCIADOR?

"Eu postei um vídeo e viralizou. Pensei que seria fácil.

Tive vontade de ser influenciadora. Deu 114 mil visualizações. Mas recebi comentários negativos, desejando minha morte, bem pesado. Acho que eu não teria condições psicológicas. Hoje eu vou gravar stories e pareço muito forçada. Trabalhar com isso exige tempo, esforço e mentalidade. É mais fácil ser celetista e cumprir meus horários do que lidar com tantas crítica."

Brasil | mulher | esquerda

"Então, mas, olha, o que poderia atrair os jovens aos influenciadores é que, trabalhando menos, na verdade, eles ganham mais e, assim, o sacrifício é menor. Fazer uma carreira leva cinco anos."

Colombia | mulher | nem nem

"Muitos jovens querem ser influenciadores. Acho que todas as crianças querem ser influenciadores. É como se eles vissem que podem ganhar dinheiro fazendo apenas vídeos divertidos e pensam "é o trabalho dos meus sonhos"
Argentina | mulher | nem nem

PERSPECTIVAS: SER

INFLUENCIADOR?

"Eu acho que eles veem isso como algo simples, porque fazem algo que gostam, por exemplo, jogar Minecraft ou outros jogos como forma de estímulo. Ou, no caso de pessoas que gostam de fazer pegadinhas ou piadas, veem o Jefferson Cocio, que faz esse tipo de coisa e ganha dinheiro com as visualizações e pelo reconhecimento público. Embora, para mim, isso seja um trabalho muito desgastante e, em muitos casos, uma autossobre-exploração, porque há pessoas que ficam 6 horas em stream, e preparar o stream, o gasto de energia, são 6 horas grudadas na tela, e isso é prejudicial em muitos sentidos."

Colômbia | homem | esquerda

"A internet abriu um novo meio de você ser conhecido e de você ganhar dinheiro, entendeu? É uma novidade, é um caminho. A minha irmãzinha já gravou uns vídeos, grava o TikTok de vez em quando com a prima dela. É uma tendência."

Brasil | homem | direita

"Atualmente parece que influenciadores conseguem viver disso, com o sucesso que estão tendo. Mas não é algo estável. Porque se há conteúdos que não agradam as pessoas, ou você faz algo que não funciona, ninguém vai mais te consumir."

Chile | mulher | esquerda

PERSPECTIVAS: SER

INFLUENCIADOR?

"Você vai competir com a galera que tem patrocínio, galera que já tem uma condição financeira melhor, né? Que vai lá, compra um estúdio, compra uma ring light? Por mim seria melhor a gente ser um empregado, porque eu acho que, se for botar lado a lado, você trabalha oito horas por dia. Você vai estudar pra ser um concursado, ou ter um nível superior, você vai competir com essas pessoas também. Agora, você é um influenciador, você também tem tempo. Você vai competir com pessoas, não só de igual pra igual, mas com pessoas acima de você."

Brasil | homem | direita

"Eu tive muito hater também. Mesmo fazendo maquiagem. É aquele negócio do machismo: 'coitado do homem que dorme com ela, porque ela é totalmente diferente antes de se maquiar'. Também perdi muitos seguidores por falar para a galera se vacinar na pandemia. Sempre tem algum assunto assim, mesmo que seja no stories, que faz com que eu perca seguidores, perca visualizações."

Bianca Santos | influenciadora |
@biancasantosoficial

"Eu acho que é a profissão do futuro! Porque é o que mais tá em alta no momento e vejo pessoas que se dedicaram muito, estudaram e não têm sucesso. No caso, o público brasileiro não precisa de muito pra agradar. Faz qualquer palhaçada, fala qualquer abobrinha que vão abraçar aquilo ali, gerando milhões de visualizações. Enquanto uma pessoa que realmente se esforça não tem reconhecimento."

Brasil | mulher | nem nem

PERSPECTIVAS:

SER INFLUENCIADOR?

POR FIM, O CONTROLE DAS REGRAS E ATUAÇÃO DAS PLATAFORMAS ESTÁ INTEIRAMENTE FORA DO ALCANCE DOS INFLUENCIADORES, TRAZENDO MUITA IMPREVISIBILIDADE À CARREIRA DOS PRODUTORES DE CONTEÚDO, COMO DESTACOU A AGENTE DE INFLUENCIADORES BRASILEIROS CITADOS NA PESQUISA.

PANDEMIA E EXPANSÃO DOS INFLUENCIADORES

**PANDEMIA E
EXPANSÃO DE**

INFLUENCIADORES

A PANDEMIA DE COVID-19 LEVOU À UMA DRÁSTICA REDUÇÃO DA SOCIABILIDADE A UM AGRAVAMENTO DO CENÁRIO ECONÔMICO NA AMÉRICA LATINA. A EXPERIÊNCIA SOCIAL E A VIDA MENTAL DOS JOVENS FOI GRAVEMENTE IMPACTADA. AS REDES SOCIAIS E AS ATIVIDADES DOS INFLUENCIADORES OFERECERAM UMA FUGA E UM REFÚGIO DESSA REALIDADE, TANTO DO PONTO DE VISTA DA SOCIABILIDADE COMO DO BEM-ESTAR PSÍQUICO, E ATÉ MESMO CONSIDERANDO A SOBREVIVÊNCIA FINANCEIRA.

PANDEMIA E EXPANSÃO DE

INFLUENCIADORES

"Eu também acho a mesma coisa, como se a gente buscasse alguma forma de escapar da realidade, já que estávamos trancados em casa, enquanto eles mostravam suas vidas e isso. Eram formas de sobrevivência e como lidar com o tédio em casa."

Chile | mulher | esquerda

"Você vê a outra pessoa feliz (nas redes), te motiva, cria uma falsa esperança. Acho que com a pandemia isso foi o principal, a gente ficar ali no virtual. E de curiosidade também foi o principal. Ansiedade, depressão, foi o ápice"

Brasil | homem | nem nem

"Estar em casa o tempo todo era literalmente lutar contra a própria mente, então o que a gente fazia era tentar se distrair, e as redes sociais ganharam muito mais força durante a pandemia, assim como os influenciadores."

Colombia | mulher | nem nem

PANDEMIA E EXPANSÃO DE

INFLUENCIADORES

"Sim, algo parecido com o que disse Ignacio, que já não sabíamos o que fazer, estávamos o dia todo trancados em casa e buscar uma solução para acabar com esse sofrimento foi nos aprofundar mais nas redes sociais."

Argentina | homem | nem nem

"Eu acho que sem a pandemia as redes sociais e muitas plataformas não seriam o que são hoje. Porque, bom, era o único refúgio, o único lugar onde as pessoas podiam se refugiar ao não ter contato com outras. Então, no meu caso, eu realmente comecei a consumir muito conteúdo em diferentes plataformas depois da pandemia."

México | mulher | esquerda

"E eu realmente acho que elas cresceram tanto porque precisávamos de um pouco mais de conexão humana, de interação humana. Não era só 'ah, quero me distrair vendo um filme ou uma peça', era mais como 'preciso ter contato com alguém que não seja as quatro paredes em que estou trancada'."

México | mulher | esquerda

A NECESSIDADE DE CONTATO SOCIAL NA PANDEMIA E O TEMPO DISPONÍVEL, VIVIDO COMO SOFRIMENTO, CRIARAM UMA DISPONIBILIDADE SIGNIFICATIVA DE UMA GERAÇÃO CONFINADA PARA O CONSUMO DE CONTEÚDO DE REDES SOCIAIS.

**PANDEMIA E
EXPANSÃO DE**

INFLUENCIADORES

PANDEMIA E EXPANSÃO DE

INFLUENCIADORES

A NECESSIDADE DE CONTATO SOCIAL NA PANDEMIA E O TEMPO DISPONÍVEL, VIVIDO COMO SOFRIMENTO, CRIARAM UMA DISPONIBILIDADE DE UMA GERAÇÃO PARA O USO DE REDES

"A produção de conteúdo é uma forma de expressar algo. Uma arte, uma ideia. Muita gente começou a produzir para botar para fora algo que estava ali dentro. É uma geração que estava vivendo um momento de muita ansiedade. Imagina viver a adolescência durante dois anos presa em casa?"

Brasil | agente de influencer

"Eu tenho uma filha que era adolescente na época da pandemia. E eu percebi que TikTok se tornou muito interessante para ela. Mesmo ela não gostando muito de produzir conteúdo, ela acabava participando de alguma trend com amigas. E eu percebi que foi muito útil para ela. Hoje se eu falo "vamos fazer uma receita?", ela diz "mãe, vamos ver aqui no TikTok, em um minuto a gente tem receita"

Agda Carvalho | influenciadora, @negraestilosa

PANDEMIA E EXPANSÃO DE

INFLUENCIADORES

Os conteúdos do TikTok acessados pelos jovens durante a pandemia podiam ser divertidos, como danças, ou instrutivos, como dicas de autocuidado físico e mental. Passada a crise sanitária, muitos jovens continuaram assistindo vídeos similares.

O formato de vídeo curto possibilitado pela plataforma permite “mostrar” como seguir rotinas ou ensinamentos “passo-a-passo”, bem como oferecer testemunhos de seus benefícios.

PANDEMIA E EXPANSÃO DE

INFLUENCIADORES

Os conteúdos do TikTok acessados pelos jovens durante a pandemia, como danças, ou instrutivos, como dicas de autocuidado e saúde sanitária, muitos jovens continuaram assistindo.

O formato de vídeo curto possibilitado pela plataforma, ou ensinamentos "passo-a-passo", bem como oferecidos por influenciadores.

"Durante a pandemia minha saúde mental caiu muito, então eu continuei seguindo os influenciadores que falavam sobre saúde mental e abordavam temas que me interessavam naquele momento. Eu acho que a maioria dos influenciadores toca no tema da saúde mental"

Chile | mulher | direita

PANDEMIA E EXPANSÃO DE INFLUENCIADORES

**O BOOM DO TIKTOK
FACILITOU A EMERGÊNCIA
DE INFLUENCIADORES
VINDOS “DE BAIXO”:
PESSOAS ORIUNDAS DAS
CLASSES POPULARES QUE
NÃO ERAM CONHECIDAS.**

PANDEMIA E EXPANSÃO DE

INFLUENCIADORES

"Durante a pandemia eu segui muita gente. Mas foi porque eu estava começando a usar o TikTok e seguia todos que me pareciam engraçados, que me interessavam. Acabei seguindo cerca de 10 mil pessoas"

Chile | homem | esquerda

"Os influenciadores também se multiplicaram porque perceberam que podiam ter uma fonte de renda através das redes sociais. Durante a pandemia ficou conhecido que as pessoas faziam dinheiro com vídeos no YouTube. E muita gente começou primeiro a fazer vídeos no TikTok."

Argentina | mulher | esquerda

Vários fatores contribuíram para boom do mercado de influência durante a pandemia, além da disponibilidade de jovens ávidos por conteúdos:

- A simplificação da produção de conteúdos no TikTok que dispensava equipamentos sofisticados
- Limites da publicidade relacionada a atividades presenciais como shows e eventos
- Concentração de investimentos publicitários nas redes e no mercado de aplicativos, como os de entrega

**PANDEMIA E
EXPANSÃO DE**

INFLUENCIADORES

"Quando acontece esse boom do TikTok, ele vem também com um boom no mercado de influência. A gente vê o dinheiro da publicidade migrando. Porque as marcas precisavam fazer campanha, mas você não pode gravar filme publicitário por conta da pandemia. Então onde colocar esse dinheiro? 'Vou colocar em quem vai fazer conteúdo em casa'. Então também acontece um boom de investimentos em criadores de conteúdo para fazer publicidade"

Brasil | agente influenciador

- Concentração de investimentos publicitários nas redes e no mercado de aplicativos, como os de entrega

**PANDEMIA E
EXPANSÃO DE**

INFLUENCIADORES

OS INFLUENCIADORES QUE

“VIERAM DE BAIXO”:

A FAMA DAS PESSOAS COMUNS

A PANDEMIA AUMENTOU A CAPILARIDADE DO ECOSISTEMA DE INFLUENCIADORES, CRIANDO CONDIÇÕES PARA A ASCENSÃO DE INFLUENCER LOCAIS

INFLUENCIADORES QUE “VIERAM DE BAIXO” POSSUEM MAIOR CAPACIDADE DE IDENTIFICAÇÃO COM SEGUIDORES POR PARTILHAREM DAS MESMAS EXPERIÊNCIAS

A IDENTIFICAÇÃO E O SENTIMENTO DE PROXIMIDADE COM O INFLUENCIADOR SE INTENSIFICOU. O SEGUIDORES PASSARAM A ENXERGAR INFLUENCIADORES COMO AMIGOS OU FAMILIARES.

OS INFLUENCIADORES QUE

“VIERAM DE BAIXO”:

A FAMA DAS PESSOAS COMUNS

"Começamos a usar mais as redes sociais. Alguns influenciadores ou tiktokers disseram que tudo começou por tédio. Estavam em casa na pandemia e começaram a gravar. Começaram a ver que tinham mais seguidores, e assim continuaram. Alguns se consolidaram em meio a tudo isso."

México | homem | esquerda

"Eu acho que a palavra 'influenciador' nem era muito conhecida. Para muitos, ou pelo menos para mim, famoso era quem aparecia na televisão, cantores ou jornalistas."

Argentina | mulher | esquerda

"Há influenciadores que sigo, e até amigas que são influenciadoras. O que elas fazem é compartilhar seu dia-a-dia, em um blog diário. E elas compartilham muito mais pelo TikTok."

Colombia | homem | esquerda

CRIANÇAS
PARA A ASCENSÃO DE
INFLUENCER LOCAIS

PAIS

PASSAR
INFLUENCIADORAS COMO
AMIGOS OU FAMILIARES.

OS INFLUENCIADORES QUE

“VIERAM DE BAIXO”:

A FAMA DAS PESSOAS COMUNS

"Eu sou maquiadora profissional e na época da pandemia fui muito afetada porque eu trabalho no ramo de noivas. Vários eventos foram cancelados ou adiados. E aí eu comecei a fazer vídeos no TikTok, no Instagram e em outras redes sociais. Eu viralizei no TikTok e foi um mundo totalmente diferente pra mim; Porque eu trabalhava só maquiando as pessoas e quando viralizei, comecei a criar conteúdo, comecei a gravar vídeos me maquiando. Era um desafio porque eu não tinha costume de aparecer. Eu morria de vergonha. Não tinha aquela experiência, como outras influenciadoras que começaram desde lá do início. Então eu tentava aos pouquinhos fazer alguns vídeos parecidos, mas era totalmente diferente do meu trabalho."

Bianca Santos | influenciadora | @biancasantosoficial

A IDENTIFICAÇÃO E O SENTIMENTO DE PROXIMIDADE COM O INFLUENCIADOR SE INTENSIFICOU. OS SEGUIDORES PASSARAM A ENXERGAR INFLUENCIADORES COMO AMIGOS OU FAMILIARES.

INFLUENCIADORES

A pandemia propiciou um contexto de maior proximidade entre influenciadores e seguidores. Não só novos influencers “estouraram” mas aqueles que já tinham uma base de seguidores significativa modificaram seus conteúdos pelas limitações sanitárias.

Influenciadores de viagens ou que costumavam sair às ruas para criar seus conteúdos passaram a interagir com o público de um lugar mais próximo, mostrando-se vulneráveis e reforçando a situação em comum que os aproximava com os seguidores. Além disso, houve influencers que passaram a postar com maior frequência sobre assuntos relacionados à própria pandemia e aumentaram seu número de seguidores.

**MAIS CONHECIDOS
MODIFICARAM
A FORMA DE
INTERAGIR COM
SEUS SEGUIDORES
NA PANDEMIA**

INFLUENCIADORES

"Luisito Comunica faz vídeos desde antes da pandemia.

Justamente na pandemia ele não pode fazer vídeos de viagem, então se conectou por meio de seu lado mais pessoal. Contava o que fazia em sua casa como todos os influenciadores. Assim ele mostrou seu lado mais influenciador. Porque antes não tinha tanta relação com o público. Antes ele contava o que fazia nas viagens, mas durante a pandemia ele se conectou muito mais com os seguidores."

Argentina | mulher | esquerda

"A pandemia traz uma proximidade quando o influenciador não fala muito sério, ele é sempre mais um personagem ali. Mas acho que também os influenciadores que falavam sério se mostravam vulneráveis ali também, mostravam que estavam sofrendo, né?"

Brasil | agente de influenciador

MAIS CONHECIDOS MODIFICARAM

"Durante a pandemia, de fato eu passei a criar mais conteúdo. Isso foi muito nítido. Primeiro pela questão do maior tempo disponível. Isso foi a realidade. Porque a gente sabe que na vida de criador de conteúdo, o tempo é nosso inimigo, porque na rede social é tudo pra ontem e a gente não tem tempo para parar para produzir, filmar, editar. Então, na pandemia, por eu estar em casa o tempo todo, eu tinha mais tempo, e investi muito desse tempo de criação nos conteúdos jornalísticos durante a pandemia, sobretudo na cobertura do Covid. Tanto que foi meu maior nível de crescimento. Eu ganhei mais de 20 mil seguidores no Twitter durante um ano e meio de pandemia."

Rennan Leta | influenciador | @rennanleta

INFLUENCIADORES E FANDOMS

FANDOM É O DIMINUTIVO EM INGLÊS PARA A EXPRESSÃO FAN KINGDOM, OU REINO DOS FÃS, EM PORTUGUÊS. MAIS DO QUE UM GRUPO DE FÃS, O FANDOM REPRESENTA UMA VERDADEIRA SUBCULTURA, EM QUE FÃS CRIAM VÍNCULOS ENTRE SI, FAZEM CAMPANHAS, E PODEM SER AGRACIADAS COM MIMOS, DESCONTOS E INTERAÇÕES ESPECIAIS COM AS CELEBRIDADES E INFLUENCERS A QUEM DEVOTAM SUA ATENÇÃO.

OS FANDOMS PODEM AJUDAR A ELEVAR O STATUS DE CELEBRIDADES COMO CANTORES, ATRIZES E JOGADORES DE FUTEBOL. NO ENTANTO, PARA OS INFLUENCIADORES NATIVOS-DIGITAIS, A RELAÇÃO COM A FANDOM É FUNDAMENTAL PARA A MANUTENÇÃO DE SUA REPUTAÇÃO.

PERCEPÇÃO DE CONFIANÇA

A relação entre o fandom e o influenciador é sustentada pela percepção de confiança, proximidade, autenticidade e identificação com o influencer.

Tais percepções passaram a ser mais críveis à medida que os influenciadores começaram a falar cada vez mais sobre seu próprio cotidiano, sobretudo durante a pandemia de Covid-19.

Os influenciadores são considerados como referências mais legítimas, verdadeiras ou transparentes. Afinal, na medida em que não estão vinculados a uma grande empresa, grupo de mídia, ou partido, eles teriam mais “liberdade” para agir espontaneamente e mostrar a realidade. Inclusive, muitos influenciadores, ao “vir de baixo”, como os próprios seguidores, conheceriam melhor o cotidiano da própria fandom, o que aumenta a credibilidade dos influenciadores tanto no que diz respeito às suas opiniões como em relação às recomendações de produtos.

PERCEPÇÃO DE CONFIANÇA

"A influenciadora que eu admiro é aqui da região, daqui de Salvador, Stefani Matos. Admiro pela trajetória mesmo, ela veio de baixo, bastante humilde. Nordestina já sofre bastante preconceito, discriminação. Ela cresceu com um conteúdo bem simples, bem humilde, e se tornou essa menina mulher que ela é, porque apesar de nova, ela foi bastante inteligente de fazer seu nome nesse ramo digital"

Brasil | mulher | nem nem

"O Bruno Perini começou jovem, assim como eu também. Casou cedo, assim como eu. Ele venceu, sabe? Ele não teve que vender curso ou, sei lá, fazer propaganda de jogos. Ele venceu no estudo, algo que todo mundo pensa: 'ah, vou estudar, vou fazer isso', mas não tomo a iniciativa. Vou treinar, vou começar a fazer musculação pra ter endorfina. Mas não faz por onde, entendeu? Então se eu pudesse ter uma vida, seria a dele. Porque eu acredito que com a caminhada dele, o que ele tem hoje, ele pode olhar pra trás e falar assim: 'Cara, eu venci, foi prazeroso'."

Brasil | homem | direita

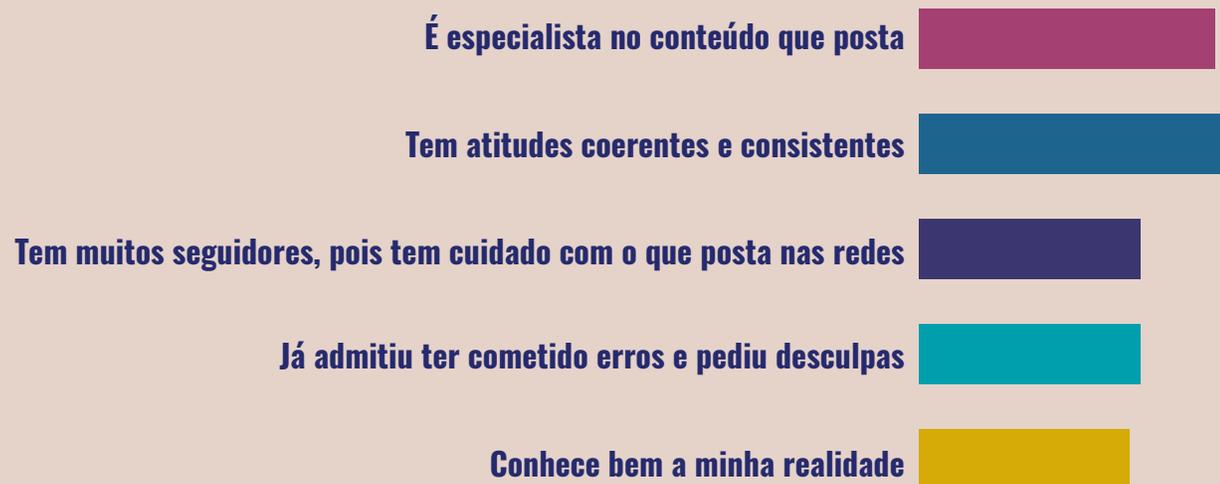
"A Laura Brito grava sobre a vida dela, a família, as coisas que ela faz, onde vai, eventos de blogueira. Ela tem um estilo de vida quase inalcançável, ela trabalha com internet e consegue malhar, estudar, consegue fazer muitas coisas que eu não consigo. É interessante ver que ela tem acesso e facilidade para outras coisas, apesar dela não ter nascido rica, conseguiu trabalhando com a internet. Então é interessante ver essa ascensão que a internet dá."

Brasil | mulher | esquerda

PERCEPÇÃO DE CONFIANÇA

O que faz você
confiar mais
nos conteúdos
postados por
influenciadores?

BRASIL



PERCEPÇÃO DE CONFIANÇA

"Ela é uma pessoa muito transparente com seu conteúdo, é ela mesma nos vídeos, então isso eu gosto muito dela. Também gosto de como ela pensa, porque concordo com muitas coisas que ela diz, então gosto de como se expressa, como convive com as pessoas, como as trata, e até seu jeito de se vestir, seu estilo, também me inspira muito, literalmente, então eu gosto."

México | mulher | direita

"Ela mostra a realidade. Também dá um monte de conselhos, mostra como é seu dia a dia, dá muitos dicas sobre alimentação, exercícios, como são suas rotinas, etc. E a verdade é que dá para ver que é uma pessoa bastante transparente, não é alguém que vai fazer um vídeo dizendo que se vê assim o tempo todo, mas parece ser bastante sincera e autêntica. Porque não é como se estivesse sempre perfeita, ela mostra as realidades das suas coisas. Não é que sempre tenta mostrar o melhor ou o mais perfeito, mas mostra a realidade de como as coisas são. Não é algo muito editado e ensaiado. É espontâneo."

Argentina | mulher | direita

EXISTE, PORTANTO, UMA CONEXÃO COM O INFLUENCIADOR QUE AS REDES SOCIAIS VIABILIZAM COMO SE NÃO HOUVESSE UMA MEDIAÇÃO. OS SEGUIDORES SENTEM QUE SÃO TRATADOS COMO PESSOAS E NÃO COMO MASSAS.

ESSA CONEXÃO TEM COMO CONSEQUÊNCIA A IDEIA DE QUE O SEGUIDOR REALMENTE CONHECE DE ALGUMA FORMA O INFLUENCIADOR, PASSANDO A NUTRIR SENTIMENTOS DE AMIZADE OU SENTIDO DE FAMILIARIDADE.

**A FALTA DE
MEDIAÇÃO**

EXISTE, PORTANTO, UMA CONEXÃO COM O INFLUENCIADOR QUE AS REDES SOCIAIS VIABILIZAM COMO SE NÃO HOUVESSE UMA MEDIAÇÃO. OS SEGUIDORES SENTEM QUE SÃO TRATADOS COMO PESSOAS E NÃO COMO MASSAS.

ESSA CONEXÃO TEM CONSEQUÊNCIAS PARA O SEGUIDOR REAIS ALGUMA FORMA DE PASSANDO AMIZADE OU

"Então, gera essa relação em que a gente sente que conhece muito o influenciador. Você pode chegar a conhecer até com quem ele se junta, suas amigas, seu círculo, sei lá, onde ele sai, todas essas coisas. Sendo que há uma clara diferença de seguidores entre alguém que é relativamente normal e um influencer."

Chile | mulher | direita

A FALTA DE MEDIAÇÃO

ESTRATÉGIAS

PARA CONSEGUIR A CONEXÃO

Os influenciadores usam distintas estratégias para produzir proximidade:

- Falar diretamente com câmera
- Contar de sua vida, mostrando-se vulnerável
- Perguntar aos seguidores quais decisões deve adotar, trocando ideias nas caixas de diálogos, ou nas transmissões ao vivo.
- Mostrar-se muito carismáticos, inclusive no uso da voz (ex. falar carinhosamente).
- Falar dos próprios conflitos e dificuldade permitindo que os jovens se identifiquem
- Oferecer refúgio diante de contextos difíceis como foi a pandemia, à situações de incerteza em relação ao futuro ou de preocupações em relação à própria sobrevivência material

ESTRATÉGIAS

PARA CONSEGUIR A CONEXÃO

"Acho que, às vezes, passamos por momentos críticos como pessoas e sempre buscamos refúgio em algo. Refúgio ou motivação. E acredito que existem influenciadores que tocam o coração das pessoas, independentemente de seu conteúdo ser bom ou ruim, e a proximidade ou a calorosidade com que se aproximam do público ajuda a que a gente se sinta melhor."

Colombia | mulher | esquerda

Os influenciadores usam distintas estratégias para produzir proximidade:

"Sentir-se identificado, não sei se estou me afastando da pergunta, mas... Por exemplo, vou dar um exemplo: o fato de o influenciador ter tanta confiança que compartilha seus problemas e vivências nas redes sociais. Então você pensa: 'Não, estou passando pela mesma coisa', e às vezes você os vê lá longe e, ao perceber que eles têm os mesmos problemas que você, isso te aproxima. Você se sente identificado e acaba querendo ver mais o conteúdo deles. Por exemplo, eu sou lésbica, né? Gosto de mulheres. Então, durante a fase de sair do armário com minha família, busquei influenciadores ou vídeos de pessoas que estão passando por situações semelhantes, e elas contam suas histórias em detalhes, não é apenas 'eu saí'. Isso faz você se sentir mais próximo delas, e eu acho que é isso que buscamos: essa proximidade e, de alguma forma, nos sentirmos compreendidos."

Colombia | mulher | nem nem

...textos difíceis
como foi a pandemia, a situações de incerteza
em relação ao futuro ou de preocupações em
relação à própria sobrevivência material

A conexão entre o influenciador e o fandom pode ser quebrada, no entanto, se o influencer se mostrar “falso” na percepção dos seguidores.

São considerados falsos, por exemplo, conteúdos ou produtos ofertados pelo influenciador que notadamente destoam do seu nicho de conteúdo, que envolve algo que o influenciador supostamente gosta de fazer.

Assim, quando os seguidores desconfiam que o conteúdo ou as opiniões de um influenciador estão orientadas apenas pelo dinheiro sem qualquer relação com o conteúdo do influenciador, como o apoio a determinado político, ou então que um conteúdo é danoso ou potencialmente enganoso, como é o caso de propagandas de sites de apostas, a fandom pode ser voltar contra o influenciador.

A QUEBRA DE CONEXÃO



Por que você não gosta ou deixou de seguir esses influenciadores?

A QUEBRA DE CONEXÃO

"Às vezes, eles se acham superiores, e quando começam a mostrar esse tipo de atitude, as pessoas vão deixando de segui-los."

Argentina | mulher | direita

"Ela postava conteúdo sobre Body Positive, amar seu corpo e tal. No início os vídeos eram bons. Mas depois ela exagerou muito. Começou a se fazer de coitadinha. Sinto que ela usa a família para ganhar dinheiro. E foi aí que deixei de consumir o conteúdo dela. De segui-la"

Argentina | mulher | direita

"Mas muitas vezes a gente sabe que, de certa forma, essa pessoa arrogante está se mostrando como... Ou seja, às vezes você pode se sentir enganado, por assim dizer, porque um influencer tão humilde pode estar fingindo para criar uma proximidade. E aí é complicado."

Colombia | mulher | nem nem

"Ou postam coisas nada a ver com o conteúdo deles. Por exemplo, alguém que, sei lá, fala sobre videogames ou algo assim, e posta sobre pílulas para emagrecer ou coisas assim. Isso eu acho muito nada a ver."

Chile | mulher | esquerda

A QUEBRA DE CONEXÃO

EMPREENDEDORISMO

Os influenciadores são considerados como referências mais legítimas, verdadeiras ou transparentes. Afinal, na medida em que não estão vinculados a uma grande empresa, grupo de mídia, ou partido, eles teriam mais “liberdade” para agir espontaneamente e mostrar a realidade. Inclusive, muitos influenciadores, ao “vir de baixo”, como os próprios seguidores, conheceriam melhor o cotidiano da própria fandom, o que aumenta a credibilidade dos influenciadores tanto no que diz respeito às suas opiniões como em relação às recomendações de produtos.

EMPREENDEDORISMO

"Eu vejo isso como algo positivo, na verdade. Eu sei que cada pessoa, obviamente, quer progredir, digamos. Então, eu acho que, se você vê a oportunidade e a tem, você a aproveita. Eu acho que alguém que tem a oportunidade de criar sua própria marca de roupas não deve desperdiçá-la."

Argentina | homem | esquerda

Os inf... no referências mais legítimas,
na medida em que não estão
vir... e mídia, ou partido, eles teriam
ma... e mostrar a realidade. Inclusive,
cred... como os próprios seguidores,
cria fandom, o que aumenta a
o que diz respeito às suas opiniões
recomendações de produtos.

OS BENEFÍCIOS DO **FANDOM**

NA RELAÇÃO ENTRE INFLUENCIADOR E FANDOM, HÁ BENEFÍCIOS CONCRETOS PARA O SEGUIDOR: PRODUTOS QUE LHE AJUDAM EFETIVAMENTE, CURSOS QUE ENSINAM COISAS PRÁTICAS, CONTEÚDOS MOTIVACIONAIS, ENTRE OUTROS.

OS BENEFÍCIOS DO **FANDOM**

"Cursos, por exemplo, tem um senhor que é bastante conhecido no mundo das motos, chamado Gustavo Morea, que vende um curso chamado 'Mecânica de Motos' e ensina absolutamente tudo sobre como fazer a manutenção geral de uma moto. E isso me parece bastante bom. [E quanto ao merchandising?] Eu diria que sim, ou seja, para eles, é obviamente bastante benéfico e, da minha parte, não me afeta."

Argentina | homem | direita

E INFLUENCIADOR E
OS CONCRETOS
UTOS QUE LHE
CURSOS QUE
S, CONTEÚDOS
UTROS.

OS BENEFÍCIOS DO **FANDOM**

Contudo, se o produto for caro, de má qualidade ou prejudicial de alguma forma para o seguidor há uma desilusão por conta da quebra de expectativas.

Influenciadores que fazem obras sociais, sorteiam prêmios ou ajudam os mais pobres de alguma forma são vistos, no contexto latino-americano, de forma positiva. Afinal, sinalizam que o influencer ascendeu socialmente, porém mantém uma preocupação com aqueles que não possuem o mesmo nível econômico. Assim, a ostentação de coisas que se alcançou com esforço é tida como positiva desde que o influencer mantenha a humildade, o que significa, inclusive prestar contas ou dar desculpas por atitudes que os seguidores julgarem impróprias.

OS BENEFÍCIOS DO **FANDOM**

Contudo, se o produto for caro, de má qualidade ou prejudicial de alguma forma para o seguidor há uma desilusão por conta da quebra de expectativas.

Influenciadores que fazem obras sociais, sorteiam prêmios ou ajudam em causas de alguma forma são vistos, no geral, com uma boa imagem positiva. Afinal, sinalizam valores positivos, porém mantêm uma distância com o seguidor. Não estão no mesmo nível de intimidade que se alcançou com outros influenciadores. Quer manter a imagem, quer manter as contas ou dar respostas, não devem fazer comentários impróprios.

"[O influenciador citado] é uma pessoa que veio do nada, não nasceu, digamos, em berço de ouro. O conteúdo dele me chama muito a atenção, além de fazer brincadeiras, que geralmente são com sua família, seu círculo social, amigos, irmãs e tal. O que ele também faz é ação ou trabalho social (...) e, pessoalmente, me chama muito mais a atenção esse aspecto, o de fazer um bom trabalho, de que, independentemente de toda a grana que você tenha, porque ele tem muito dinheiro, várias casas, muitos carros, continua sendo a mesma pessoa. O dinheiro que ele tem hoje em dia não o mudou."

Colômbia | homem | esquerda

O PODER DO SEGUIDOR

Os seguidores sentem que “sustentam” o influenciador, tanto no que diz respeito à sua fama, como aos seus ganhos financeiros.

Do mesmo modo, o fandom de fato possui poder de “reforçar ou tirar e base” de um influenciador por meio de incentivos ou de abalos emocionais promovidos por xingamentos e ameaças, o chamado “hate”: Por isso, quando os pressupostos do vínculo de confiança (“ser verdadeiro”) e identificação deixam de operar podem ocorrer “unfollows massivos”.

O PODER

DO SEGUIDOR

"Eu acho que, principalmente, somos nós, os seguidores, que damos vida a eles. Agora, depende de nós se eles crescem ou se ficam estagnados. Então, se nós queremos ver, digamos, algo sobre motos, o influenciador vai saber e se preparar para nos oferecer conteúdo sobre motos. Da mesma forma, se queremos ver animais, eles se preparam e destinam seu tempo e recursos para nos oferecer o que pedimos."

México | homem | esquerda

"Porque eu via nos comentários que diziam 'vamos te derrubar' ou 'nós te colocamos lá e também podemos te tirar'. (...) Não só a ele, mas aos influenciadores que são cancelados. Às vezes, isso é sempre dito, sempre enfatizam que precisam ser gratos, porque é verdade, eles se tornam conhecidos graças às pessoas. E muitos perdem a humildade."

Argentina | mulher | direita

"Eu seguia a GK, gostava muito de acompanhar, mas ela foi se perdendo dentro de um personagem que eu já não gostava. Eu achava ela muito autêntica, mas ela se perdeu na internet, começou a ser sensacionalista, só para crescer, não me identifiquei mais com o conteúdo dela"

Brasil | mulher | nem nem

O PODER DO SEGUIDOR

"A maneira como mostram a desaprovação é deixando de seguir, porque sabemos que, assim, eles perdem dinheiro. Isso é muito importante, pois as pessoas sabem que têm um certo poder. Claro, sabemos que seguir uma pessoa, de alguma forma, a ajuda, porque eles têm mais campanhas, recebem mais dinheiro por suas histórias, têm mais poder. Então, todo mundo diz: 'Não, vamos deixar de seguir, vamos deixar de seguir para que eles percebam', e assim é."

Colombia | mulher | nem nem

"Tem coisas que os influenciadores merecem levar hate, quando são homofóbicos, anti-feministas, prejudicam alguma classe social, alguma minoria. São coisas que você precisa evitar."

Brasil | homem | esquerda

"Por isso, um influenciador precisa ter uma boa, digamos, mentalidade, né? Sim, sim. Muitos pararam por causa disso. Sempre há pessoas que te derrubam, então você tem que saber lidar com isso, ignorá-las ou não dar importância, ou ser mais forte do que elas, digamos."

Argentina | homem | esquerda

SENTIMENTOS DE OTIMISMO REFORÇADOS

Os influenciadores produzem conteúdos e interações que estimulam sentimentos de otimismo que muitas vezes acompanham o empreendedorismo de si.

Os influenciadores inspiram os seguidores a seguir os seus sonhos, “a serem as melhores versões deles mesmos”, promovendo a ideia de autocuidado mental e físico. Isso pode ocorrer pelo incentivo de hábitos alimentares, pela prescrição de rotinas de exercícios físicos, por inspirações e conselhos motivacionais, e pelo incentivo à autoestima encarnado no movimento “body positive”.

Tais apelos se intensificam em contextos de crise e de profunda precarização da vida social e do mundo do trabalho, sobretudo para os jovens.

SENTIMENTOS DE OTIMISMO REFORÇADOS

"Então, como que, bom, isso inspira, principalmente todos os seus seguidores, a fazer um esforço constante para alcançar o que se quer e coisas assim. E também te faz rir bastante com suas anedotas de vida e tudo isso. Ou seja, ele tem um lado inspirador."

Argentina | mulher | esquerda

"Não como um influenciador, mas mais como YouTuber. Mas é toda a mensagem de que sim, é possível. [Em que sentido?] De que tudo é possível na vida, realizar seus sonhos. Nada é impossível. Como uma mensagem positiva, digamos (...) Ou seja, trazendo ânimo, porque quando eu me sentia mal, assistia às transmissões. E isso me ajudava. Os conselhos dele, ou o que diziam, ou as piadas que faziam, ajudavam."

Argentina | homem | esquerda

"Sim, inspira, porque faz você pensar que, se uma pessoa conseguiu, todos podem. Então, você vê a grande mudança que fizeram, de onde estavam antes e onde estão agora, para onde os levam e todas essas coisas. Então, se não consigo, é porque falta vontade, falta criatividade e essas coisas."

Argentina | homem | esquerda

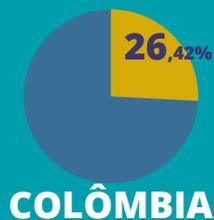
FALANDO SOBRE POLITICA



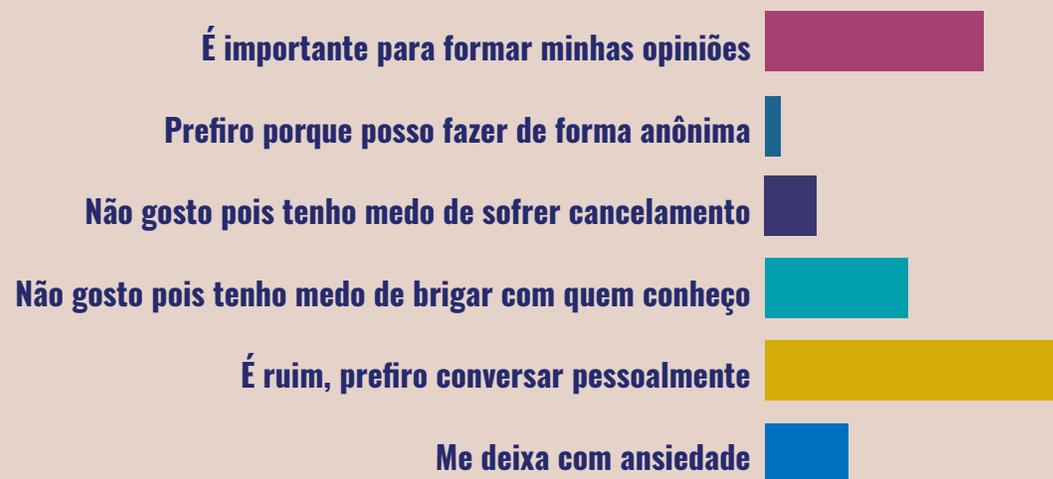
REDE SOCIAL TAMBÉM É LUGAR DE OPINIÃO POLÍTICA

Apesar de os jovens usarem as redes sociais para se distrair das preocupações cotidianas, foi possível constatar o uso das plataformas para buscar informações e o acesso a notícias e opiniões sobre os eventos políticos nacionais e internacionais. Apesar de os jovens usarem as redes sociais para se distrair das preocupações cotidianas, foi possível constatar o uso das plataformas para buscar informações e o acesso a notícias e opiniões sobre os eventos políticos nacionais e internacionais.

Além disso, uma parcela dos entrevistados tinha efetivamente se manifestado nas redes sociais em relação às últimas ou próximas eleições ou plebiscitos no país, destacando-se em particular o Brasil (45%), o Chile (43%) e a Argentina (38%).



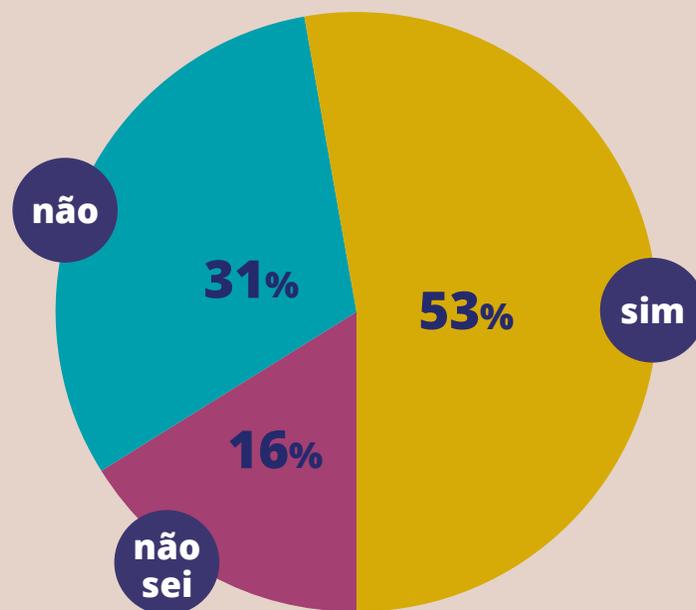
REDE SOCIAL TAMBÉM É LUGAR DE OPINIÃO POLÍTICA



Conversar
sobre política
nas rede sociais
é algo que...

BRASIL

REDE SOCIAL TAMBÉM É LUGAR DE OPINIÃO POLÍTICA



Você segue influenciadores que se posicionam politicamente?

BRASIL

REDE SOCIAL TAMBÉM É LUGAR DE OPINIÃO POLÍTICA

**A MAIORIA DOS JOVENS
BRASILEIROS QUE SE
CONSIDERAM DE ESQUERDA,
E CERCA DA METADE DE
QUEM SE CONSIDERA DE
CENTRO E DE DIREITA
SEGUE INFLUENCERS
QUE SE MANIFESTAM
POLÍTICAMENTE.**

**Você segue
influencers que
se posicionam
politicamente?**

	Sim	Não	Não sei
ESQUERDA	73%	19%	8%
CENTRO	50%	50%	0%
DIREITA	52%	19%	30%
NEM DE ESQUERDA, NEM DIREITA	47%	40%	13%
NÃO SEI	22%	56%	22%

REDE SOCIAL TAMBÉM É LUGAR DE OPINIÃO POLÍTICA

BRASIL

Na sua opinião,
conteúdos
que falam
sobre política
deveriam
ser...



**OS JOVENS TÊM DISTINTAS PERCEPÇÕES
SOBRE AS INFORMAÇÕES QUE CIRCULAM
NAS REDES SOCIAIS PARA FORMAR SUAS
OPINIÕES, QUE VÃO DA DESCONFIANÇA
AO USO COMO RESPALDO.**

A INTERNET E A

DESCONFIANÇA

A INTERNET

E A DESCONFIANÇA

No que diz respeito à forma como os jovens usam as redes sociais para formar suas opiniões e à desconfiança acerca das informações que trafegam nas redes sociais, os estudo qualitativo mostrou que em todos os países foi possível constatar a existência de um gradiente:

1

desconfiança das informações recebidas em função das fake news e percepção de que são informações superficiais, daí a procura por fontes alternativas ou a necessidade de checar em outras fontes

2

uso das informações como base ou “respaldo” para construir suas opiniões

3

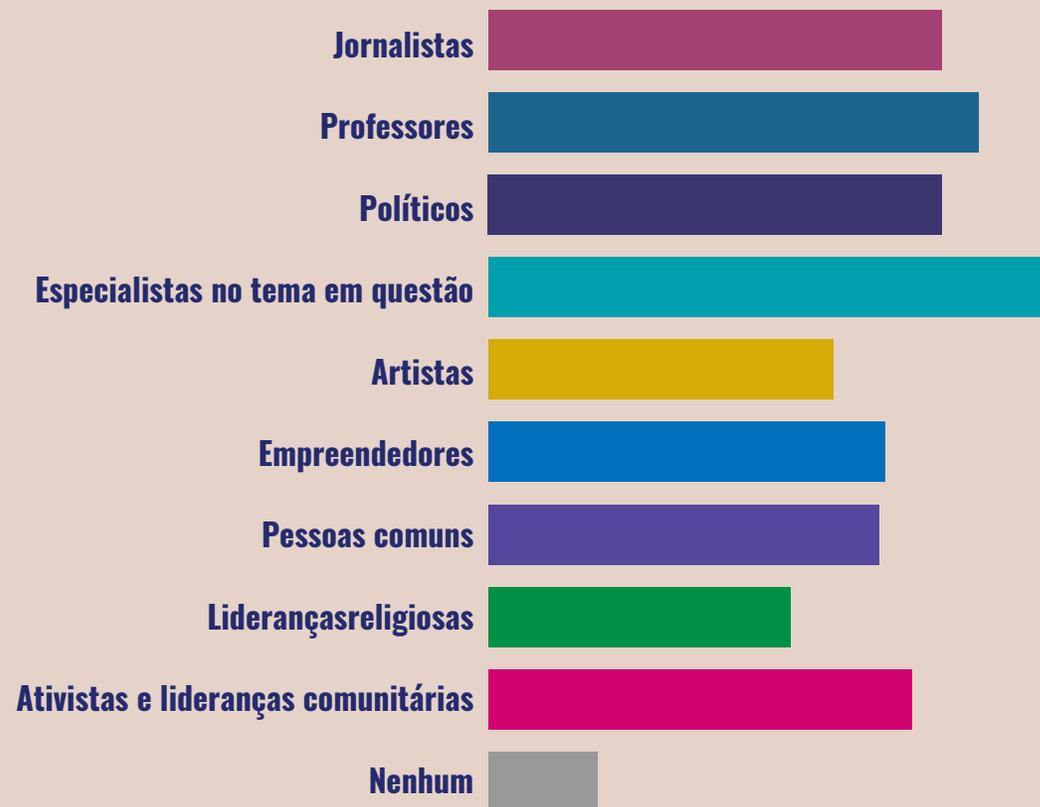
reprodução acrítica da opinião ou informação transmitida pelas redes sociais. Esta última forma de reproduzir as informações nas redes sociais é vista de forma crítica pelos jovens do estudo

REDE SOCIAL TAMBÉM É LUGAR DE

OPINIÃO POLÍTICA

Para falar sobre
política, quais tipos
de influenciadores
transmitem mais
confiança?

BRASIL



A INTERNET E A

DESCONFIANÇA

1

"E sinto que o TikTok é uma boa fonte para se informar, mas sinto que, embora eu o use como suporte, é um suporte muito vago, como se eu tentasse me aprofundar mais no assunto."

Chile | homem | nem nem

desconfiança das informações recebidas em função das fake news e percepção de que são informações superficiais, daí a procura por fontes alternativas ou a necessidade de checar em outras fontes

2

"É como se as pessoas, bom, os jovens, não tentassem buscar outras fontes, apenas acreditassem no que os influenciadores estão dizendo até que alguém lhes diga o contrário, e aí têm que buscar mais informações."

Colombia | mulher | direita

opinião transmitida mais. Esta reprodução das informações nas redes sociais é vista de forma crítica pelos jovens do estudo

POLÍTICOS

E REDES SOCIAIS

Os jovens tendem a seguir políticos em redes sociais que se mostram muito ativos nas suas contas e perfis. À esquerda são citados Gustavo Petro, presidente da Colômbia, Andrés Manuel López Obrador, ex-presidente do México e Claudia Sheinbaum, atual presidente do mesmo país.,

À direita, Javier Milei, presidente da Argentina, o ex-candidato à presidência José Antonio Kast no Chile, e Jair Bolsonaro o ex-presidente Brasil.

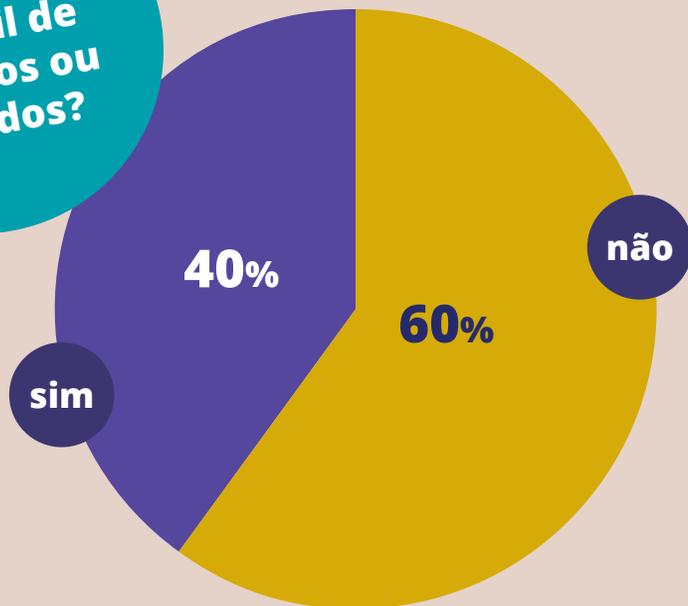
Características de influenciadores são atribuídas pelos jovens aos políticos que melhor usam suas redes sociais

POLÍTICOS

E REDES SOCIAIS

BRASIL

Você segue o perfil de políticos ou partidos?



Você segue influenciadores que se posicionam politicamente?

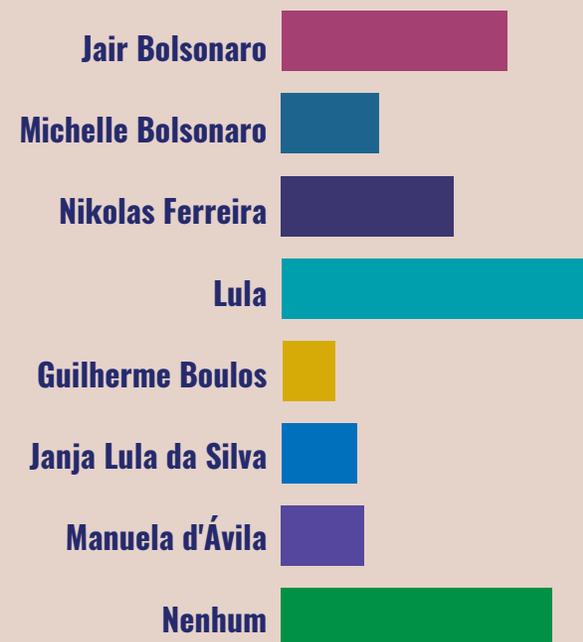


**REDE SOCIAL TAMBÉM
É LUGAR DE**

OPINIÃO POLÍTICA

**Você consome
conteúdos de
algum destes
perfis**

BRASIL



POLÍTICOS

E REDES SOCIAIS

"Sim, eu não sou muito fã de Petro, mas o sigo no Twitter, e ele faz perguntas ou posta coisas sobre o que fez e conquistou, para onde vai, o que faz nesses lugares. Não sei se ele faz isso realmente com a intenção de que as pessoas falem, ou se apenas finge que escuta a gente, mas em muitas publicações ele responde os comentários das pessoas. O mesmo faz Claudia López, que também faz isso, posta fotos do que faz, para onde vai, as coisas boas... [Claudia López é política também?] Sim, ela é a prefeita."

Argentina | mulher | direita

"Eu acho que, antes de ser presidente, Milei, ao começar a usar mais as redes sociais, criou uma comunidade similar à que os influenciadores criam. A comunidade seria como as pessoas que se identificam com você, e depois os seguidores começaram a compartilhar mais informações sobre ele, onde ele contava como foi sua adolescência, como foi sua infância, etc. E muitas pessoas começaram a se identificar com ele, porque ele era bastante transparente e contava tudo, absolutamente tudo."

Colombia | mulher | nem nem

POLÍTICOS

E REDES SOCIAIS

A ESPONTANEIDADE E O HUMOR DOS POLÍTIOS NAS REDES SOCIAIS TRANSMITEM AUTENTICIDADE, PROXIMIDADE E IRREVERÊNCIA.

PORÉM, HÁ UMA PERCEPÇÃO SOBRE O RISCO PARA OS INFLUENCIADORES QUE TRABALHAM NA PRODUÇÃO DE OUTRO TIPOS DE CONTEÚDO SE MANIFESTAREM POLITICAMENTE, POIS ISSO PODE LEVAR À PERDA DE SEGUIDORES OU HATE E AMEAÇAS NAS REDES SOCIAIS.

POLÍTICOS

E REDES SOCIAIS

"Para mim, Milei é quem melhor manuseia as redes sociais, porque é como se não se importasse tanto com o que opinam sobre o que ele publica. Ele posta tudo e, além disso, todos os dias faz de 6 a 8 publicações, histórias ao vivo, mais do que tudo isso. E suas histórias não parecem tão genéricas, mas sim mais espontâneas. Por exemplo, a outra vez ele estava na sala presidencial e fez uma transmissão ao vivo, aparecendo como as pessoas conversando espontaneamente, claro, como se estivesse em uma reunião mais entre amigos. Ele filmava e dizia para eles acenarem para a câmera, e eles acenavam. E também chamou minha atenção que Milei postou fotos dele vestido de super-herói, e isso cria um diálogo."

Argentina | homem | esquerda

"Ou muitos seguiram o fenômeno Milei como uma piada. Porque ele também ficou muito conhecido por um meme de 'eu voto no peluca'. E ele se mostra como alguém comum, mais do que tudo, digamos. Isso demonstra que ele é comum, como qualquer pessoa que tem suas coisas. Não é como aquele político correto, que é o mesmo de sempre, né? Ou seja, o fato de parecer comum dá confiança às pessoas. Claro, eu acho que isso ajudou no seguimento das pessoas."

Argentina | homem | direita

POLÍTICOS

E REDES SOCIAIS

"Sim, conversando assim com colegas da faculdade, mais ou menos eles se sentiam identificados por esse lado. Ou seja, não era mais do mesmo. Ou seja, aquele político arrogante, por assim dizer, também."

Argentina | homem | direita

"Ou seja, [Milei] transmite essa imagem que foge dos estereótipos. É polêmico, digamos. Isso não se vê. Então, as coisas que não se veem e chamam atenção, pum, viralizam. E aparecem para você, mesmo que você siga ou não. Eu, como diz minha colega, acho que é preciso quebrar os estereótipos. Porque os jovens buscam liberdade e os adultos querem mudança. Eles estão cansados de sempre a mesma coisa, de promessas que não se cumprem. Os políticos só enchem os bolsos."

Argentina | mulher | esquerda

"O que é diferente em Milei é que ele se mostrava como realmente era. Não precisava fingir nada, não precisava ficar dizendo: 'oh, sou o novo presidente aqui', nada disso. Também não é como ele se mostrava, mas como o mostravam nas redes sociais. Por exemplo, não é como as notícias; mostravam Milei passando de ônibus, saía um vídeo dele correndo em direção a uma criança para abraçá-la, ou em um ônibus cheio, e ele passava cumprimentando a todos pela janela."

Chile | homem | nem nem

POLÍTICOS

E REDES SOCIAIS

"Na verdade, não muito, mas pelo que meu colega estava comentando, como eu disse, acho que sinto que Kast fazia um conteúdo mais voltado para se conectar com o público (...) lembro que ele fez um vídeo preparando o café da manhã com sua esposa, coisas assim, que no final supõe-se que servem para criar uma proximidade com o público, e essa é a função do vídeo."

Chile | homem | nem nem

"Ele usa as redes sociais de uma forma meio presidencial, e ao mesmo tempo faz isso bem. Sim, eu também acho isso. Onde é jovem, como se mostrasse, ou seja, jovem que também é meio aberto de mente, então é legal, e também tem um cachorro, e tem um Instagram do cachorro."

Chile | mulher | esquerda

"Sim, era como o que as pessoas diziam sobre um candidato a presidente, que postava TikToks dançando e colocava músicas e coisas assim. Então era engraçado, e ao mesmo tempo eu também acho que isso o fazia parecer pouco sério. Como se dissesse que ele ainda era visto como um candidato a presidente, mas ao mesmo tempo um candidato que postava TikToks ou posts no Instagram com sua família, coisas assim."

Chile | mulher | esquerda

"Andrés Manuel tem bastante impacto porque realmente as 'mañaneras' são vistas pela maioria das pessoas aqui no México. Eu já vi, por exemplo, agora na 'mañanera', passaram o primeiro voo da companhia aérea mexicana de aviação. E eu acordei e disse à minha mãe, 'Ei, você viu isso?' Ela disse, 'Sim, vi sim.' E vou aos outros amigos, ou no TikTok, se você compartilha um vídeo, aparece se alguém dos seus amigos ou contatos também o compartilhou. E justo aquele vídeo que eu compartilhei já tinha sido compartilhado por vários amigos sobre o primeiro voo da companhia aérea mexicana."

México | homem | esquerda

POLÍTICOS

E REDES SOCIAIS

Nos contextos nacionais, outros políticos foram citados como ativos nas redes como Alejandro Eder que venceu as eleições da prefeitura de Cali na Colômbia.

No México os jovens destacaram a então candidata e atual presidente Claudia Sheinbaum e o governador de Nueva León Samuel García, cuja esposa é uma conhecida influencer, mas que não conseguiu entrar na disputa.

Além das danças de Tik Tok e a intensa comunicação via redes sociais, os jovens aprovam a tentativa dos políticos reproduzirem em suas redes sociais aproximações com artistas pop internacionais.

POLÍTICOS

"Ela também sabe manejar muito bem as redes sociais, especialmente com os jovens. Por exemplo, se você comentar em um de seus vídeos, 'Você está muito bonita', ou 'Venha me visitar em casa', a pessoa que gerencia suas redes sociais responde algo como, 'Ah, sim, espera aí, já estou chegando.' É como se estivesse conversando, como se estivesse batendo um papo. Isso faz você sentir que ela está falando diretamente com você, mas, obviamente, não é ela. Mas dá a entender que ela está muito alinhada com os jovens ou que está presente com eles e os apoia."

México | homem | direita

"Tem uma política aqui, acho que está, não, está candidata para a presidência, chamada Claudia Sherman. Na verdade, eu já a sigo, mas acho que muito poucas vezes ela fala de política, é mais sobre sua vida pessoal."

México | mulher | esquerda

"A de Nuevo León, Mariana Rodríguez, e não sei se por querer se encaixar com a gente, os jovens, o que Marcelo Ebrard, Claudia Sheinbaum, os da presidência, fazem é subir TikToks. Recentemente, fizeram conteúdo sobre o concerto da Taylor Swift, quando nunca tinham feito isso antes."

México | mulher | direita

"E, principalmente, porque atualmente no México a votação vai acontecer em junho, ou seja, estamos falando praticamente de cinco ou seis meses, e será a primeira vez na história que haverá uma grande quantidade de jovens que poderão votar, algo que nunca aconteceu antes e que não se repetirá, pelo menos nos próximos cem anos no México. Então, o que ele [Samuel Garcia] busca é precisamente a diversão por meio de seus vídeos para atrair os jovens. Aqui é onde vem o que falávamos antes, de que os jovens gostam de ver algo, ou nos gusta ver algo divertido, não tedioso, e assim se sente esse sentido de identidade."

México | mulher | esquerda

POLÍTICOS

E REDES SOCIAIS

"Eu vi que os influenciadores evitam falar de política, porque sabem que é um tema com muitas opiniões. Então, para evitar perder seguidores, se meter em problemas ou receber comentários negativos, eles evitam esses assuntos. Sim, é verdade, aqui no Chile os influenciadores são mais reservados quando se trata de política."

Chile | mulher | direita

"Aqui na Colômbia, é possível falar de política, mas não se você for uma figura pública, porque vão dizer que é favoritismo, ou que aquele candidato te pagou para falar sobre ele, e isso vira um problema."

Colômbia | homem | esquerda

Com o TikTok e a intensa comunicação via redes sociais, os jovens aprovam a tentativa dos políticos reproduzirem em suas redes sociais aproximações com artistas pop internacionais.

POLÍTICOS

E REDES SOCIAIS

A percepção de artificialidade dos conteúdos prejudica a transmissão de valores políticos.

Na Argentina, a cantora Lali Sposito e o influencer Michello foram criticados por terem se manifestado nas redes sociais contra, naquele então candidato à presidência, Javier Milei, pois supostamente teriam sido pagos para manifestar sua opinião política.

Na Colômbia e no México, os jovens desconfiavam dos influencers que foram convidados pelas campanhas de políticos nas eleições.

No contexto das últimas eleições presidenciais brasileiras, influenciadores que se manifestaram a favor ou contra Lula e Bolsonaro também foram criticados.

POLÍTICOS

E REDES SOCIAIS

"Eu estava com o Masa, mas as pessoas tinham razão ao dizer que ela não podia opinar sobre nenhum político porque ela recebia dinheiro do Estado, digamos, para fazer seus shows. E as pessoas estavam certas, nesse ponto elas tinham razão e se baseavam nisso. Ela foi criticada, e você também a critica, ou seja, você também acha problemático. E a verdade é que sim, principalmente pelo fato de que, uma vez que te pagam por algo, você já não pode opinar sobre isso, porque seria um pouco tendencioso, como 'me pagam e eu digo certas coisas sobre isso'."

Argentina | homem | esquerda

"Se deixavam levar mais pelo dinheiro ao apoiar um partido ou político, fazendo campanhas em que, na realidade, o influenciador não votaria por esse representante. Era apenas pelo dinheiro, e deram esse apoio, entre outras."

Colômbia | mulher | esquerda

"Os temas de política são muito complicados de abordar, e a maneira como fizeram isso, ganhar dinheiro, entendo que talvez não tenham pensado no que poderia resultar disso. Mas você é uma referência, talvez para os jovens que vão votar pela primeira vez. Ao dar sua opinião, você pode influenciar, porque é isso que você faz, influenciar. E não estamos falando de qualquer coisa, você está vendendo o futuro de um país por alguns trocados, e eu não acho que vale a pena."

México | mulher | direita

POLÍTICOS

E REDES SOCIAIS

"Sim, eu me lembro de quando foi um assunto relacionado à política, em uma eleição. Entrava-se no Twitter, Instagram e até no TikTok, e colocavam algo como 'eu vou votar em tal partido porque gosto dele'. E depois veio à tona que realmente tinham pago essas pessoas, e o que estavam fazendo, de certo modo, era ilegal."

México | mulher | direita

"O influenciador tem um poder muito grande. Por isso que ele é influenciador, né? Ele tem um poder muito grande de influência, e é por isso que a gente se identifica com ele. Então, eu acho legal o influenciador se posicionar, mas também depende muito. Ele tem que ter um conhecimento sobre o assunto. Eu vi muito influenciador nessas eleições, por exemplo, que eu não acompanhava frequentemente, mas eu vi, conheço, né? Que, por exemplo, apoiou determinado candidato, seja Bolsonaro, seja Lula, pela massa. Entendeu? Isso eu não gosto. Eu fico incomodado. Porque você se render à massa para não ir contra a tal da cultura do cancelamento, para ser aceito pela maioria, eu não gosto.."

Brasil | homem | direita

POLÍTICOS

E REDES SOCIAIS

AO MESMO TEMPO, NA COLÔMBIA, ALGUNS JOVENS ENTREVISTADOS CONSIDERARAM QUE OS INFLUENCIADORES TINHAM A RESPONSABILIDADE DE SE MANIFESTAR ABERTAMENTE EM RELAÇÃO AOS PROTESTOS MASSIVOS QUE OCORRERAM EM 2021, DESENCADEADOS PELO ANÚNCIO DO PROJETO DE REFORMA TRIBUTÁRIA PROPOSTO PELO GOVERNO. O FATO DE NÃO TOMAR UMA ATITUDE FRENTE A UM EVENTO QUE ESTAVA COMOVENDO O PAÍS MOSTRAVA INDIFERENÇA EM RELAÇÃO AO POVO.

POLÍTICOS

E REDES SOCIAIS

AO MESMO TEMPO, NA COLÔMBIA, ALGUNS JOVENS ENTREVISTADOS CONSIDERARAM INFLUENCIADORES TINHAM A RESPONSABILIDADE DE MANIFESTAR ABERTAMENTE EM RELAÇÃO AOS PROBLEMAS MASSIVOS QUE OCORRERAM EM 2021, ESPECIALMENTE PELO ANÚNCIO DO PROJETO DE REFORMA CONSTITUCIONAL PROPOSTO PELO GOVERNO. O FATO DE NÃO TEREM SIDO MUITO ATITUDE FRENTE A UM EVENTO QUE ESTAVA SENDO REALIZADO NO PAÍS MOSTRAVA INDIFERENÇA EM RELAÇÃO AOS PROBLEMAS.

"Foi uma greve muito forte, a ponto de influenciadores de outros países, pessoas de fora, tentarem dar visibilidade a isso, porque foi muito impactante. Eles criticavam quem não dava visibilidade ao tema. Alguns influenciadores foram muito mornos e não falaram sobre isso. Então, para quem estava sofrendo, era como um insulto, com tanto poder, como não eram capazes de mostrar ao mundo o que realmente estava acontecendo."

Colômbia | mulher | nem nem

POLÍTICOS

E REDES SOCIAIS

Apoios políticos são melhor recebidos quando são feitos de forma orgânica nos conteúdos produzidos pelo influencer.

Se o influenciador decide apoiar um determinado movimento ou candidato, tal apoio precisa estar, necessariamente, respaldado previamente nos valores compartilhados entre o influencer e seus seguidores.

A opinião deve ser percebida como natural e verdadeira. Esse é o caso de uma influenciadora que, enquanto fazia sua rotina de maquiagem e conversava com as seguidoras, citou, de forma despretensiosa e lateral, o plebiscito em seu país.

POLÍTICOS

E REDES SOCIAIS

Apoios políticos são melhor recebidos quando são feitos de forma orgânica nos conteúdos produzidos pelo influencer.

Se o influenciador decide apoiar um determinado movimento ou candidato, tal apoio precisa estar, necessariamente, respaldado previamente nos valores compartilhados entre o influenciador e seus seguidores.

A opinião deve ser percebida como natural e verdadeira. Esse é o caso de uma influenciadora que, enquanto fazia sua rotina de maquiagem e conversava com as seguidoras, citou, de forma despretensiosa e lateral, o plebiscito em seu país.

"Sim, a Bea aparecia para mim mais no TikTok, em um vídeo dela se maquiando enquanto explicava por que ia votar. Como por que ia votar contra."

Chile | mulher | esquerda

DIFERENÇAS

ENTRE OS PAÍSES ANALISADOS

BRASIL

O Brasil se destaca dos demais países analisados pela fadiga e afastamento dos jovens em relação à política. Ao contrário dos demais países, o Brasil foi governado por um presidente de extrema-direita por quatro anos e por muito tempo vem sendo palco de uma polarização política intensa. Brigas entre familiares e amigos por conta de temas políticos se tornaram rotineiros, bem como a possibilidade de cancelamentos no ambiente de trabalho e nas redes sociais.

Por conta disso, a grande maioria dos entrevistados afirmou não gostar de falar de política com amigos, na família, no trabalho, e nas redes sociais. Quando o assunto surge em uma conversa, preferem se omitir por medo de desencadear discussões, brigas ou mesmo episódios de violência. A fadiga com a política ocorre tanto com jovens que se dizem de esquerda como entre aqueles que se afirmam conservadores e de direita. São comuns as percepções de que bolsonaristas e lulistas possuem comportamento semelhante na medida em que procuram apenas apontar falhas dos adversários e espalhar fake news.

É possível dizer que há uma hegemonia relacionada à ética neoliberal que promove ideias como individualismo, empreendedorismo e construção do indivíduo como uma marca ou empresa de si mesmo. Assim, tanto jovens de esquerda como de direita, seguem influenciadores que produzem conteúdos sobre empreendedorismo, investimentos e fitness. Inclusive, jovens de esquerda seguem influenciadores que produzem tais conteúdos ainda que sejam de direita e/ou promovam valores conservadores, como o influenciadores fitness, como Paulo Muzzy, de finanças, como Primo Rico, e estilo de vida, como Virgínia Fonseca.

DIFERENÇAS

ENTRE OS PAÍSES ANALISADOS

42% dos jovens afirmam seguir conteúdos de Lula, 30% de Bolsonaro e 23% de Nikolas Ferreira, deputado federal bolsonarista. A maioria dos jovens espera que perfis de políticos nas redes apresentem informações confiáveis, autenticidade e opiniões sinceras, e coerência e seriedade em detrimento de “lacradas engraçadas”.

Do total de 85 perfis mais citados espontaneamente e com os quais os jovens se identificam, apenas dois são de influencers políticos: Jair Bolsonaro com 25,8 milhões no Instagram e 5,8 milhões no TikTok, e Nikolas Ferreira, atualmente deputado federal, com 11,6 milhões no Instagram e 6 milhões no TikTok.



BRASIL

DIFERENÇAS

ENTRE OS PAÍSES ANALISADOS

"eu acho que a direita consegue, ainda é melhor, não sei direito o porquê mas eles conseguem captar mais pessoas, engajamento. Muita coisa é comprada mas ainda assim conseguem ter muitos seguidores orgânicos. Acho que a esquerda está começando a acordar agora sobre isso, a produzir mais conteúdo digital, as próprias redes sociais do Lula também. Até usaram isso como um argumento de que como o Bolsonaro perdeu as eleições se tem mais seguidores, mas nem sempre os seguidores são orgânicos, podem ser comprados, robôs. Então não tem como saber realmente quem é mais seguido e mais consumido"

Brasil | mulher | esquerda

"Ele [Nikolas Ferreira] foi muito inteligente, ele é muito inteligente nas falas dele, ele estuda bastante. Ele é muito inteligente, por exemplo, porque ele sabe que ele vai engajar. Na época que ele entrou na câmara com a peruca na cabeça, ele sabia o que ele ia repercutir muito, entendeu? Ia gerar muita opinião. E ele trabalha muito bem a questão da internet também, é muito importante para o crescimento dele."

Brasil | homem | direita

"Eu acho o Nikolas bastante polêmico. Acho ele um jovem inteligente, bastante envolvido com a política. Você não vê jovens muito envolvidos com política, o que é inovador. Ele utiliza das ferramentas atuais da mídia pra promover isso a favor dele. Acho que às vezes ele fala muita besteira, mas a forma como ele enxerga algumas coisas sobre a política é interessante. Afinal de contas, nós não somos estimulados para esse lado da política, não está no nosso aprendizado, é bem raro. Já vi muitos debates de Nikolas, acho muito corajoso ele colocar a voz dele, mas também já falou muita besteira. Ele alimenta as plataformas digitais com muitas polêmicas, ele tem um grande envolvimento na internet. Acho que por isso ele tem tantos seguidores"

Brasil | mulher | nem nem

DIFERENÇAS

ENTRE OS PAÍSES ANALISADOS

Hispano-
América

Diferentemente do Brasil, a língua espanhola permite o maior tráfego e intercâmbio de informações entre diversos países. Assim influenciadores e políticos hispano-hablantes eram conhecidos em diferentes contextos nacionais. Por esse motivo, nos países de língua espanhola pesquisados, Argentina, Chile, Colômbia e México, Nayib Bukele, atual presidente de extrema-direita de El Salvador, é um fenômeno transnacional. Os jovens conhecem Bukele por meio das redes sociais, cujos algoritmos indicam seus vídeos, e o celebram como alguém que fala e faz, que “resolveu” a questão da segurança pública, inclusive por jovens que se afirmam progressistas ou de esquerda. Bukele encarna o novo e é visto como alguém jovem, não rendido aos grandes meios de comunicação, vistos com desconfiança por parte significativa dos jovens.

A despeito disso, é importante destacar que na Colômbia e no México, os conteúdos mais consumidos de políticos estão relacionados à esquerda no espectro político, diferente do que ocorre na Argentina, no Brasil e no Chile. Ou seja, ainda que exista uma hegemonia neoliberal no que diz respeito à tendência geral dos conteúdos produzidos por influenciadores comuns, isso não implica que, necessariamente, os conteúdos produzidos por políticos de direita serão mais consumidos do que os produzidos por políticos de esquerda.

CONCLUSÃO



CONCLUSÃO

- No Brasil, 75% dos jovens têm o desejo de se tornar influenciadores, um reflexo do impacto crescente dessa profissão no cenário social e político. A pandemia desempenhou um papel crucial no aumento de influenciadores que vieram "de baixo" e na ascensão de plataformas como o TikTok, que ajudaram a impulsionar esses criadores. O TikTok se destacou como o principal canal de consumo de conteúdo político entre jovens, onde o acesso a notícias e debates sobre política muitas vezes ocorre de maneira não intencional. Esse novo ecossistema de influenciadores ajuda a transmitir notícias políticas de forma mais simples e compreensível para a juventude, aumentando a percepção de proximidade e autenticidade. Contudo, essa exposição frequente pode contribuir para uma visão simplificada e, por vezes, superficial da política.
- O caso do influenciador mexicano Luisito Comunica é emblemático, pois ele desempenhou um papel significativo em aumentar a popularidade de Nayib Bukele, o presidente de extrema-direita de El Salvador, entre jovens falantes de espanhol. Esse tipo de envolvimento político é um fenômeno cada vez mais comum, onde influenciadores carismáticos e próximos à realidade cotidiana atraem a atenção de jovens em busca de figuras públicas confiáveis. A rejeição da grande mídia por parte desses influenciadores muitas vezes é o primeiro passo na radicalização política, especialmente quando transmitem uma narrativa anti-establishment.

CONCLUSÃO

- A relação entre influenciadores e seus seguidores é fortemente baseada em proximidade e autenticidade. A vida pessoal dos criadores é frequentemente usada como base para a criação de conteúdo, o que gera relações parassociais profundas. Essa percepção de autenticidade é fundamental para manter o engajamento, e qualquer sinal de artificialidade ou manipulação política pode levar ao afastamento dos jovens. Esse vínculo de confiança, aliado ao humor frequente no conteúdo produzido, cria uma plataforma onde influenciadores se tornam poderosos formadores de opinião.
- No contexto brasileiro, Jair Bolsonaro pode ser considerado um dos maiores influenciadores do país, utilizando as redes sociais para se conectar diretamente com seu público. O TikTok, em particular, emerge como um espaço de debate político dinâmico, onde tanto influenciadores de direita quanto de esquerda ganham notoriedade. No Brasil, Chile e Argentina, os jovens consomem mais conteúdo de políticos de direita, enquanto na Colômbia e México há uma preferência por figuras políticas de esquerda.
- Por fim, apesar de reconhecerem o potencial de autoexploração da profissão, muitos jovens veem a carreira de influenciador como uma alternativa viável em meio à crise econômica e às críticas ao mercado de trabalho tradicional. Influenciadores que abordam temas políticos, quando vistos como especialistas ou educadores, ganham ainda mais credibilidade e confiança, reforçando a importância de autenticidade e proximidade no conteúdo que produzem.

COMO CITAR ESTE RELATÓRIO:

Rocha, Camila; Pavez, Thais, Solano, Esther. InternetLab.
Influenciadores, jovens e política na América Latina. 2024.

ORGANIZADORES:

Autoria: Camila Rocha, Esther Solano, Thais Pavez
Colaboração: Ester Borges, Carol Luck, Mércia Alves
Revisão: Heloisa Massaro
Organização: InternetLab
Projeto Gráfico: Joana Rezek
Comunicação: João Victor Araújo

**ESTE RELATÓRIO ESTÁ LICENCIADO SOB UMA LICENÇA
CREATIVE COMMONS CC BY-SA 4.0 INTERNACIONAL.**



Essa licença permite que outros remixem, adaptem e criem obras derivadas da obra original, inclusive para fins comerciais, contanto que atribuam crédito aos autores corretamente, e que utilizem a mesma licença.

Ver texto da licença em:

@ <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>