SMART - EU
SOCIAL MEDIA RESILIENCE TOOLKIT

O papel e o impacto dos influenciadores

DKMK CROATIA
Katarina Blažina Mukavec, mag. comm.
Maria José Brites, Ana Oliveira e Carla Cerqueira (COFAC-Universidade Lusófona, CICANT)
Ana Catarina Ferreira, Juliana Silva, Lourenço Hecker, Sara Silva, Tiago Oliveira
(Estudantes Ciências da Comunicação, Universidade Lusófona)

O projeto

SMaRT-EU - Social Media Resilience Toolkit

Porquê?

- fornecer ferramentas, sugestões e recursos para ajudar os cidadãos a serem mais resilientes face à desinformação e às notícias falsas.

Como?

- repositório de materiais relacionados com o envolvimento crítico com os meios de comunicação social, especialmente as redes sociais;
- atividades participativas;
- curso de b-learning;
- entre outros.

Para quem?

- jovens, idosos e educadores;
- projeto aberto aos contributos da comunidade

http://smart-toolkit.eu

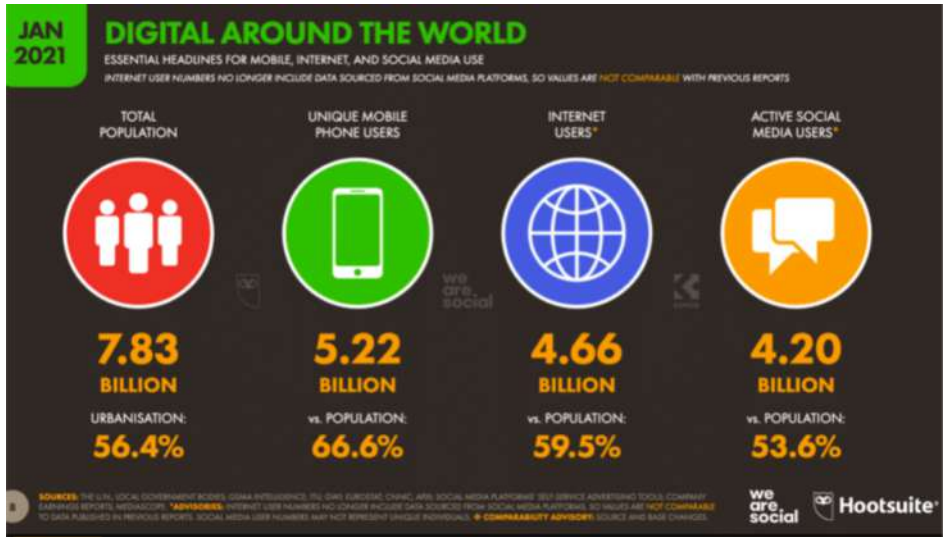
Fonte: SeguraNet

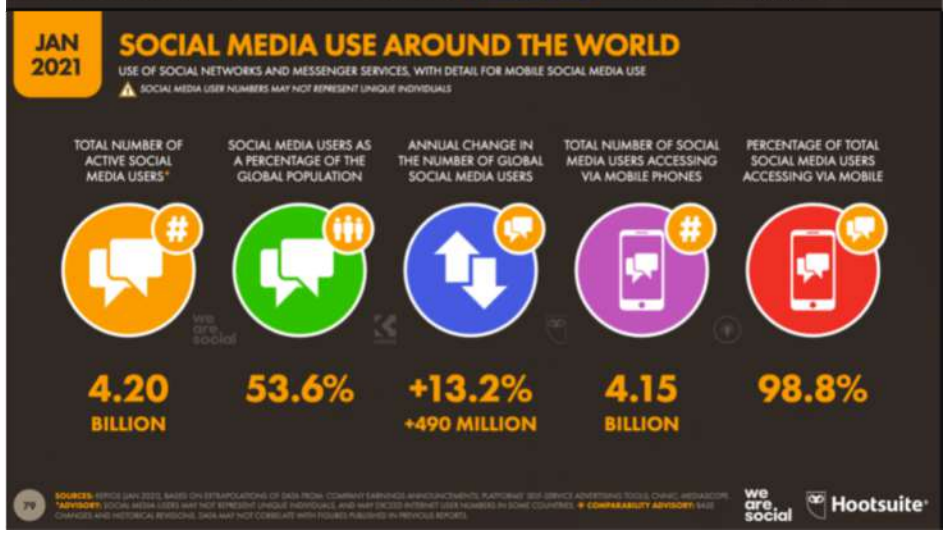
Fonte:
https://www.youtube.com/watch?v=VASywEuqFd8

Are You Lost In The World Like Me? | Steve Cutts | Moby

Utilização da Internet e das redes sociais a nível mundial

- Utiliza a internet?
- Com que objetivo?
- A internet tem sido útil durante a pandemia?
- Tem um perfil nas redes sociais?
- Se sim, em qual/quais?





Fonte: Digital 2021 report; We are social and Hootsuite: https://wearesocial.com/blog/2021/01/digital-2021-the-latest-insights-into-the-state-of-digital

Pandemia e uso dos media

Durante a pandemia, a forma como as pessoas interagem, trabalham, viajam, passam os seus tempos livres, utilizam os serviços públicos e realizam atividades de rotina alterou-se drasticamente.

Como mostra o inquérito McKinsey COVID-19 Digital Sentiment Insights, quase **12 milhões de novos utilizadores de serviços online surgiram na CE** - mais do que a população de Portugal.

Este aumento não foi apenas impulsionado pela população jovem: **o crescimento mais significativo foi efectivamente observado entre os utilizadores com mais de 65 anos**.

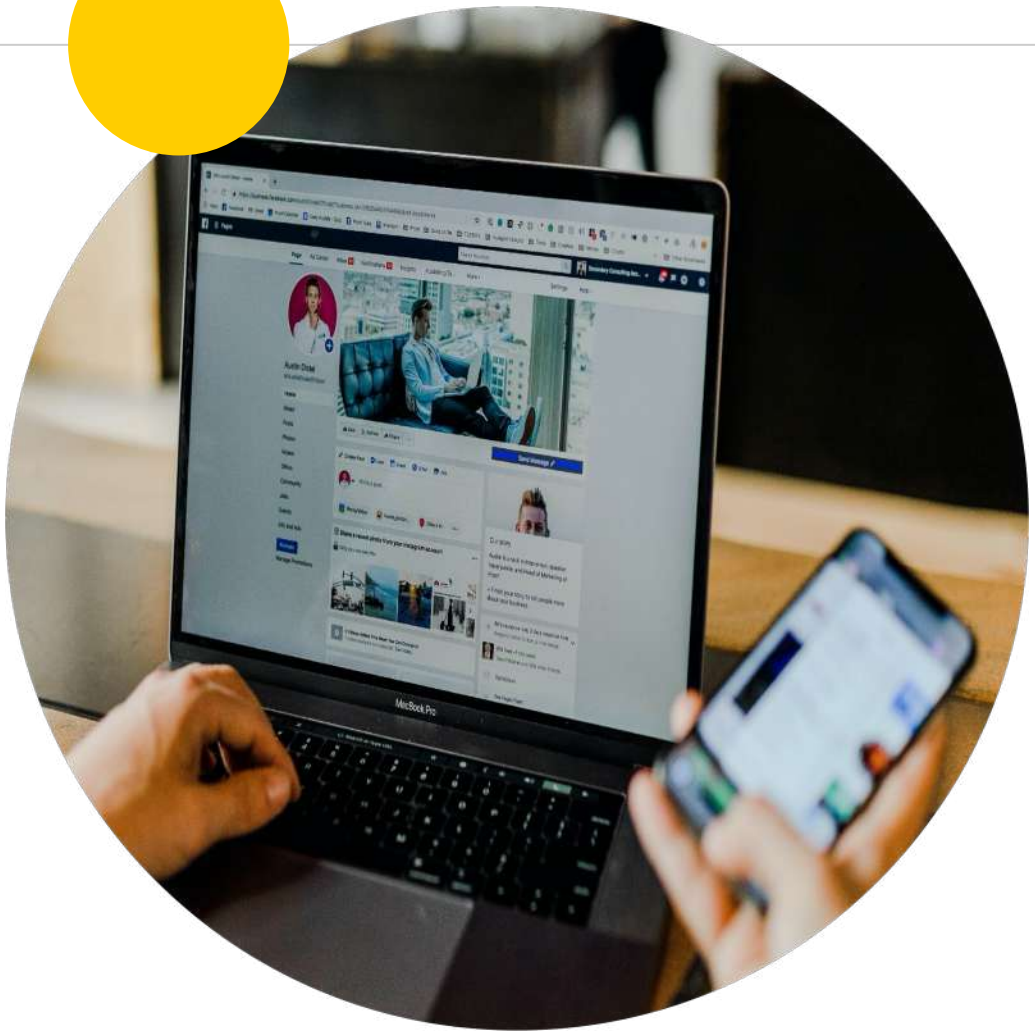
40% de aumento no número de utilizadores com mais de 65 anos de idade que acedem aos serviços online

Fonte: https://www.mckinsey.com/business-functions/mckinsey-digital/our-insights/digital-challengers-in-the-next-normal-in-central-and-eastern-europe#

”Quando crescer, quero ser um influenciador!”

Já alguma vez ouviu isto da boca dos seus netos ou filhos?

Já alguma vez o disse?



Quem são os influenciadores?

- Pessoas que influenciam a opinião de outras pessoas.
- Influenciadores nas redes sociais são pessoas que construíram uma reputação pelos seus conhecimentos e competências num tema específico.
  - Fazem posts regulares sobre esse tópico nos seus canais preferidos das redes sociais e geram grandes números de seguidores entusiastas e empenhados que prestam muita atenção aos seus pontos de vista.

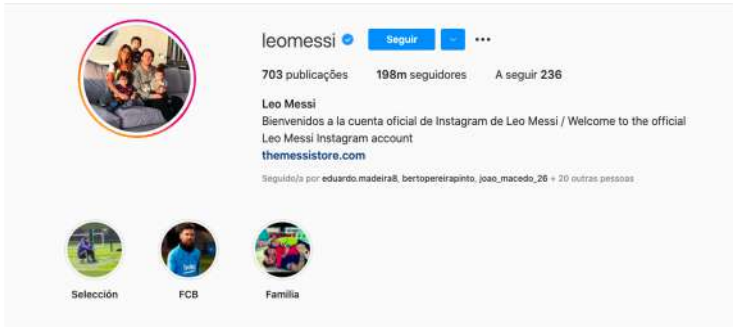
Fonte: https://influencermarketinghub.com/what-is-an-influencer/

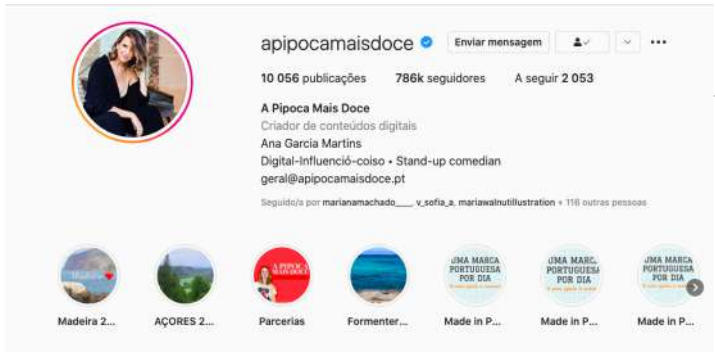
Redes Sociais mais relevantes em Portugal

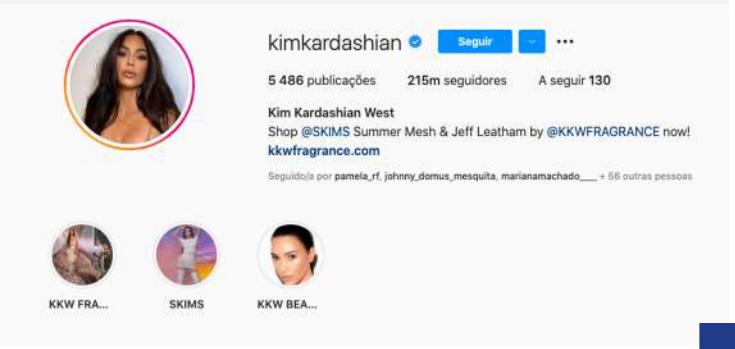
Fonte: https://www.marktest.com/wap/private/images/Logos/Folheto_Portugueses_Redes_Sociais_2020.pdf

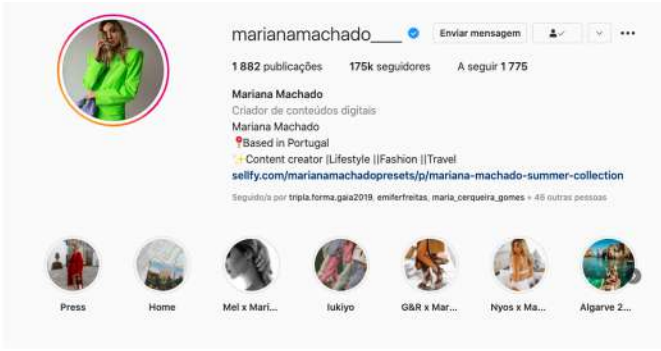
Quem são/eram os influenciadores do seu tempo/da sua época?

Fonte: https://www.glamour.com/story/5-things-you-dont-know-about-m; Elvis Presley 1958./Wikimedia Commons;
https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=6464; Reuters/Pixsell Maradona









No mundo

Em Portugal

Fonte: https://www.statista.com/statistics/421169/most-followers-instagram/
https://www.marktest.com/wap/private/images/Logos/Folheto_Portugueses_Redes_Sociais_2020.pdf

Querem partilhar mais exemplos?

Marketing de influência

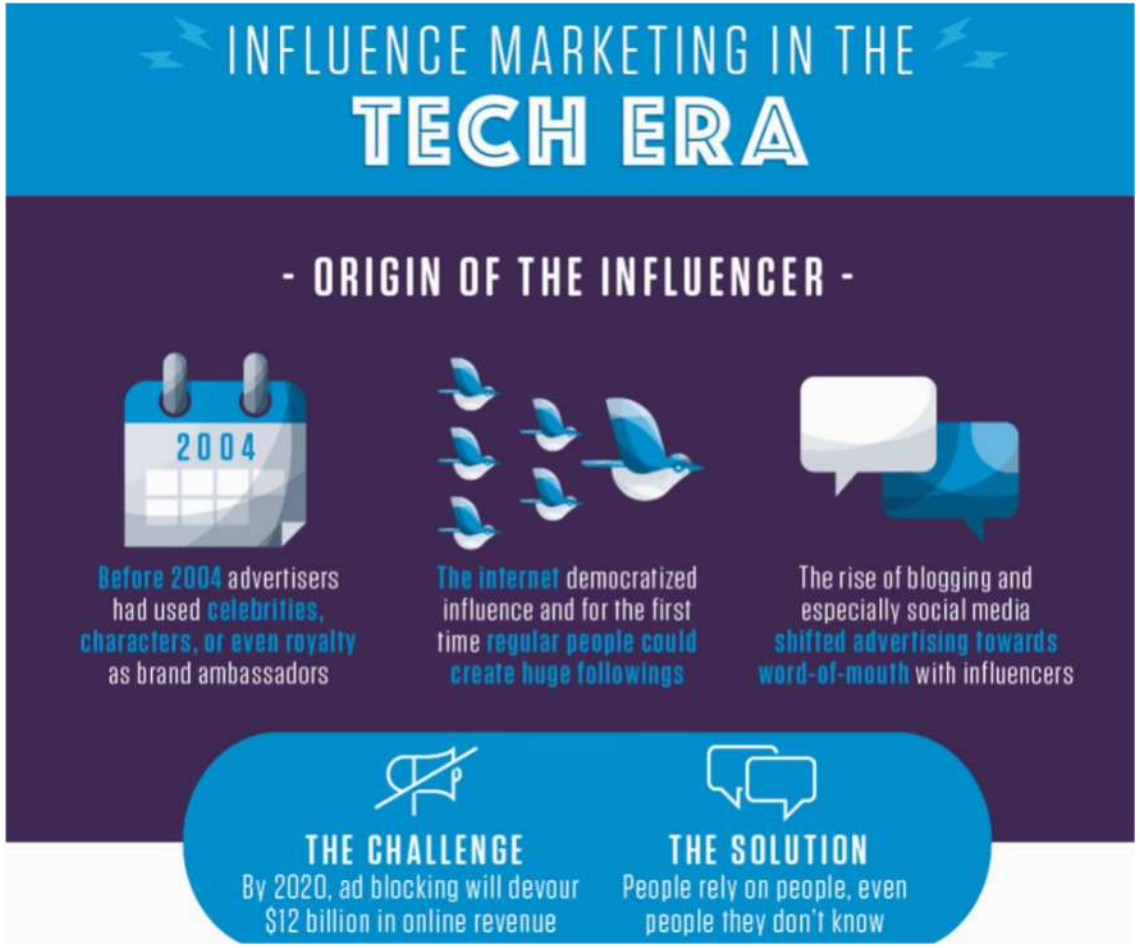
Fonte: https://influencermarketinghub.com/what-is-an-influencer/; https://morningconsult.com/influencer-report-engaging-gen-z-and-millennials/; Sutterstock

- Influenciadores podem criar tendências e encorajar os seus seguidores a comprar produtos que promovem.

  Quase 3/4 da Geração Z (mais ou menos 1994 e 2009) e Millennials (mais ou menos 1981 e 1994) seguem influenciadores nas redes sociais, e uma maioria diz que é nas redes sociais que mais frequentemente se informam sobre novos produtos em que estão interessados.

- Os Influenciadores proporcionam às marcas uma **oportunidade ímpar para chegar às pessoas**.

Marketing de influência



- As 5 principais plataformas de redes sociais para o marketing de influência:

1. Instagram (82%)
2. YouTube (41%)
3. TikTok (23%)
4. Twitter (23%)
5. Facebook (5%)

Fonte: https://www.entrepreneur.com/article/298219; https://influencermarketinghub.com/influencer-rates/

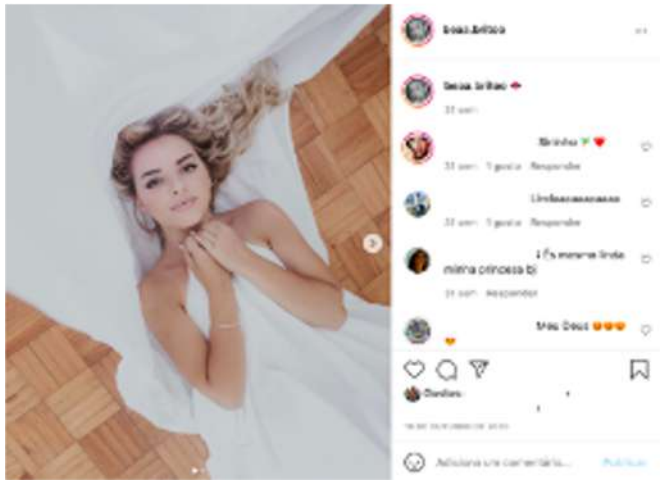
O pagamento médio no Instagram

- Os **nano-influenciadores** têm 1,000-10,000 seguidores - 8,27€-82,65€ por post
- **Micro-influenciadores** têm 10,000-50,000 seguidores - 82,65€-413,27€ por post
- **Influenciadores de nível médio** têm 50.000-500.000 seguidores - 413,27€-4132,74€ por post
- **Macro-influenciadores** têm 500,000-1,000,000 seguidores - 4132,74€-8265,49€ por post
- **Mega-influenciadores** têm 1.000.000+ seguidores - 8.265,49€+ por post
- Celebridades: o preço varia, mas 826.548,80€ não é inédito

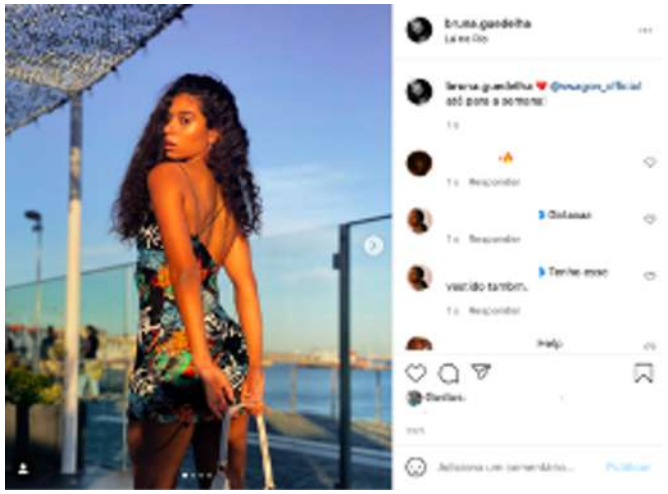
Fonte: https://influencermarketinghub.com/influencer-rates/

Exemplos

Nano-influenciadores



Micro-influenciadores



Influenciadores nível médio

Exemplos

Macro-influenciadores

Mega-influenciadores

Celebridades

Cada influenciador é diferente, utiliza plataformas diferentes, e envolve-se com o seu público através de formatos diferentes

Fonte: https://influencermarketinghub.com/influencer-rates/

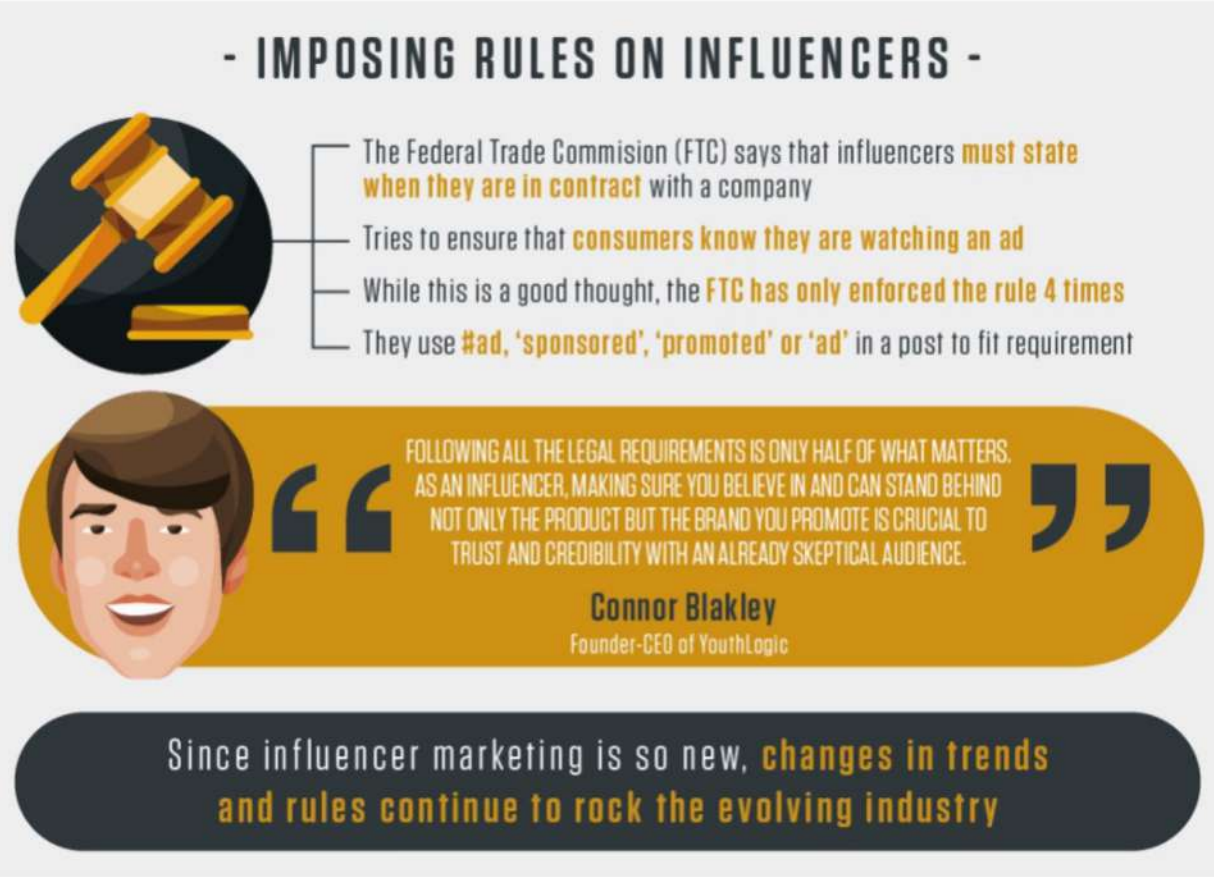
Exemplos

Giveaways

Product Seeding ou gifts

Embaixador de marca

Regras do marketing de influência



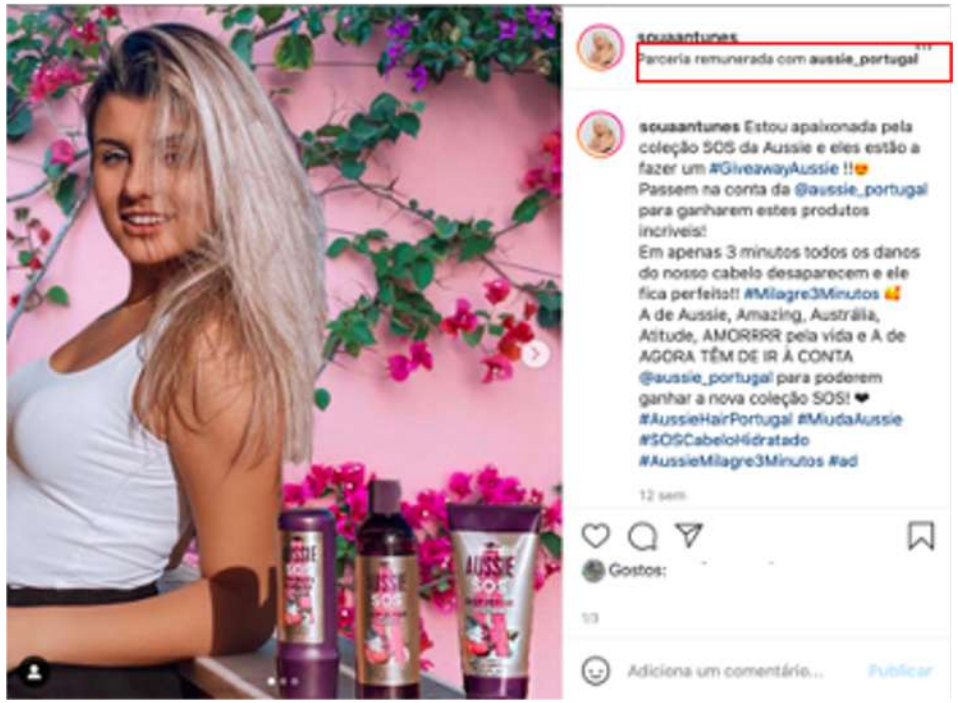
Posts influentes pelos quais são pagos, seja em dinheiro, bens ou outros valores, **devem ser claramente marcados como conteúdos patrocinados**. Caso contrário, é a publicidade enganosa/product placement que é proibida por lei na Croácia e em muitos outros países.

Fonte: https://www.entrepreneur.com/article/298219

Ferramentas de conteúdo da marca

A Hashtag (#pub)

A ferramenta “Parceria remunerada com x”



Uma abordagem crítica ao conteúdo partilhado por influenciadores

Verifique em mais do que um sítio que toda a informação que obtém dos influenciadores - lembre-se que eles fazem e dizem muitas coisas apenas para promover o produto pelo qual são pagos.

Tenha especial cuidado com a informação sobre saúde - deve sempre contatar o seu médico ou farmacêutico antes de consumir produtos ou medicamentos novos.

Se pensa comprar algum produto online, verifique a autenticidade do site / loja virtual.

Carla Baptista

Nova FCSH, ICNOVA e Influencers Trust Project

http://www.youtube.com/watch?v=aHt4xJxjNiw

Para refletir

Os influenciadores servem para aprendermos sobre temas sérios?

Os diferentes tipos de influenciadores

Moda, estilo de vida, música

Moda, estilo de vida e interseccionalidade

Influenciadora Sénior

Os diferentes tipos de influenciadores

Influenciador de tecnologias

Influenciadora de plantas

Influenciadora Psicóloga e Sexóloga

Atividade

Duração:
10 minutos

Título:
Os meus influenciadores preferidos

Descrição:
Tendo em conta os exemplos que já demos e os que nos escaparam, indiquem:

- Influenciadores que gostam de seguir
- Áreas/temas de destaque
- O que mais gostam nesta área dos influenciadores
- O que poderia melhorar

SMART - EU
SOCIAL MEDIA RESILIENCE TOOLKIT

Obrigad@ pela sua atenção!