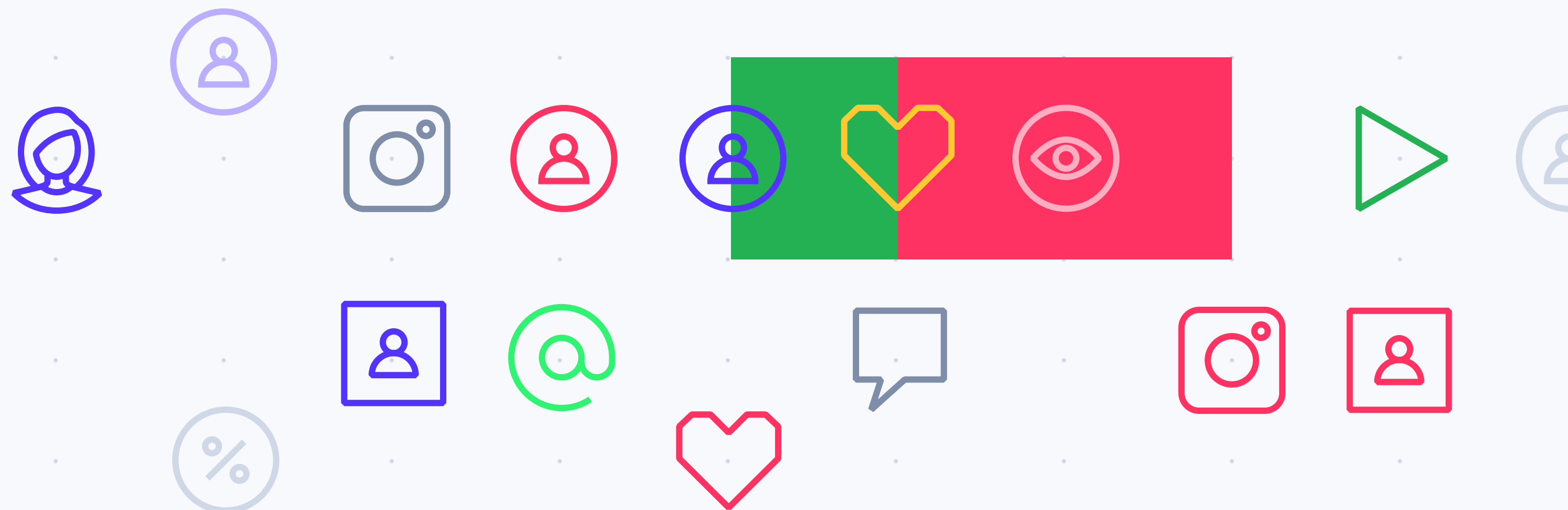




SOCIAL INFLUENCE REPORT BY PRIMETAG

 A LOOK INTO TOP PORTUGUESE
INSTAGRAM ACCOUNTS IN 2017

PT  2017





ÍNDICE

ÍNDICE	02	Top 10 contas de Instagram mais mencionadas	18	Top carrosséis com mais gostos, comentários e visualizações	35
INTRODUÇÃO	03	Top 3 contas de Instagram mais mencionadas por indústria	21	Top 3 carrosséis com maior <i>engagement</i>	36
METODOLOGIA E ANÁLISE DESCRITIVA	04	Top 30 <i>hashtags</i> mais utilizadas	23	ANÁLISE TEMPORAL	37
Ficha técnica	05	Top 3 <i>hashtags</i> mais utilizadas por categoria	25	Análise temporal	38
Metodologia	06	Top 3 imagens por tipo de interação	27	Número de publicações e eventos em destaque	39
Notas	07	Top 3 imagens com mais gostos	28	Top 10 dias com maior número de conteúdos publicados	40
Glossário	08	Top 3 imagens com mais comentários ...	29	Número de publicações por dia da semana vs. número médio de gostos por publicação	42
Visão geral da amostra do estudo	09	Top 3 imagens com maior <i>engagement</i>	30	CONCLUSÃO	44
Tipo de conteúdo publicado e média de <i>engagement</i> dos utilizadores	10	Top 3 vídeos por tipo de interação	31	SOBRE A PRIMETAG	45
RANKINGS	11	Top 3 vídeos com mais visualizações	32		
Top 10 contas portuguesas de Instagram com maior número de seguidores ..	12	Top 3 vídeos com maior <i>engagement</i>	33		
Top 10 contas portuguesas de Instagram com maior <i>engagement</i>	15	Top carrosséis	34		



INTRODUÇÃO

Como se mede a influência de algo ou alguém na sociedade? E porque é que isso interessa? Foram estas e outras perguntas que impeliram a realização deste estudo. Pretendemos ir mais longe na busca por respostas, pelo que identificámos, dentro do Instagram, as contas mais relevantes de portugueses residentes em Portugal ou no estrangeiro, bem como de estrangeiros a viver ou com atividade assinalável no nosso país. Definimos como relevantes todas as contas com um número igual ou superior a 40 mil seguidores à data da recolha da informação.

A internet e as redes sociais compõem a sociedade de informação em que vivemos. Isso leva-nos a acreditar que a informação contida neste estudo é do interesse público e não

apenas do domínio corporativo ou académico. A sua elaboração foi pautada por uma elevada exigência em relação à obtenção e tratamento dos dados e assenta numa metodologia de análise estatística de rigor académico. Não obstante, pretende-se que a informação aqui apresentada possa ser facilmente compreendida pelo público em geral.

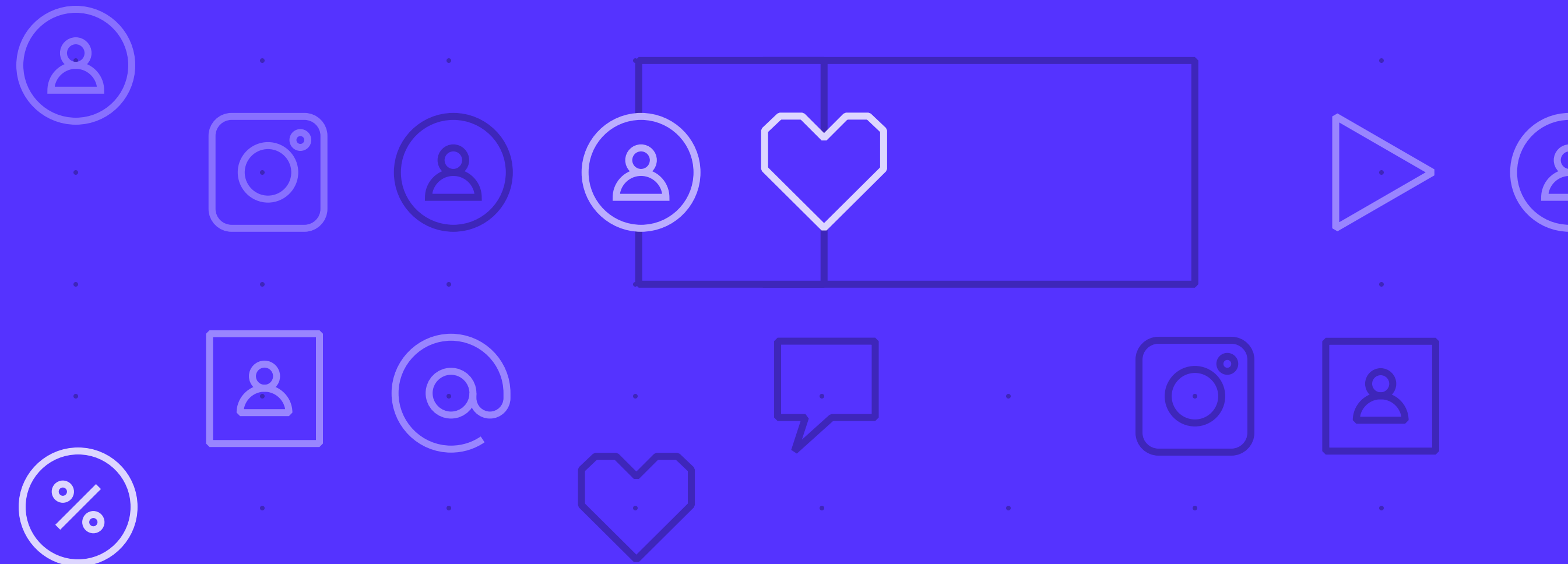
Para além das métricas públicas mais assinaláveis, como o número de seguidores, foi feita uma análise profunda a todas as mais de 120 mil publicações produzidas em 2017 pelas contas incluídas no estudo. A informação obtida permitiu identificar não só as contas de Instagram de maior dimensão mas também aquelas que causam um maior *engagement* por parte dos

utilizadores. Este trabalho tem também como missão ajudar a clarificar o conceito de “influenciador”. Este pode assumir muitas formas, ultrapassando barreiras geográficas, de género, idade ou popularidade.

Foi feita, adicionalmente, uma análise às *hashtags* contidas na amostra, bem como às publicações com um desempenho assinalável. Muitos outros dados e análises poderiam ser incluídos neste estudo mas, tal como já foi referido, pretende-se que este seja um documento de fácil acesso e compreensão.



METODOLOGIA E ANÁLISE DESCRITIVA





FICHA TÉCNICA

Título: Social Influence Report

1ª Edição

Ano 2018

Idioma: Português

Área: Digital media

Palavras chaves: Instagram, Redes sociais, *Digital Influencer*, *Engagement*

Objetivo geral

Analisar todas as publicações no Instagram dos influenciadores digitais portugueses no ano de 2017.

Objetivos específicos

- Analisar a interação entre influenciadores e contas de empresas.
- Afirmar a Primetag como líder de conhecimento na área em que atua.
- Aferir análises estatísticas para métricas digitais relativas ao Instagram, tais como: gostos, comentários, visualizações e *engagement*.

Técnica de recolha de informação

Os dados foram obtidos através de tecnologia desenvolvida para ler publicações de influenciadores no Instagram e obter métricas detalhadas sobre os conteúdos, interações e impacto das mesmas durante o período de análise. A tecnologia pertence aos produtos desenvolvidos pela Primetag, SA, e é usada como forma de ler e medir em tempo real a influência de entidades nos meios sociais digitais, adaptada para a recolha necessária para este estudo.

Produção

O estudo tem a autoria da Primetag, SA, a quem estão todos os direitos reservados.

Colaboração científica para análise e processamento de dados: Flávio Terto, mestrando em Econometria Aplicada e Previsão no ISEG-Ulisboa e licenciado em Economia, com trabalho final de curso premiado pelo Conselho de Economia de Pernambuco (Brasil). Prémio de Iniciação Científica na Fundação Joaquim Nabuco (Brasil) e publicações de artigos com utilização de métodos quantitativos sofisticados.



METODOLOGIA

O estudo foi desenvolvido pela Primetag com o objetivo de monitorizar e analisar o conteúdo publicado pelos influenciadores na rede social Instagram no ano de 2017. As avaliações envolvem métricas como número de seguidores, *engagement*, gostos, comentários, visualizações, frequência de publicação e atividade do utilizador, para além de uma análise temporal das publicações.

O presente estudo não tem como fim analisar todos os utilizadores do Instagram – tal como referido anteriormente –, mas sim, contas de portugueses residentes em Portugal ou no estrangeiro e estrangeiros a viver em Portugal, com mais de 40 mil seguidores – 369 contas correspondendo aos dois critérios foram identificadas. A recolha de dados foi realizada nos dias 26, 27 e

31 de janeiro e 1, 6, 7, 20 e 21 de fevereiro de 2018 utilizando tecnologia proprietária da Primetag e recorrendo a informação pública disponibilizada pelo próprio Instagram.

Primando pelo rigor científico e menor enviesamento estatístico possível, na construção do ranking para as *handles* mais mencionadas e do ranking das *hashtags* mais utilizadas foi excluída a menção própria (quando o utilizador marca o seu próprio *handle* na sua publicação), tanto para *handle* como *hashtag*.

Para o cálculo do *engagement* (E) utilizou-se o rácio de interações pelo número de seguidores, isto é, para obter o *engagement rate* da conta utilizou-se a seguinte fórmula:

$$E = \frac{(\bar{G} + \bar{C})}{S} \times 100$$

Onde (G) é a média de gostos em todas publicações, (C) é a média de comentários e (S) representa o número de seguidores no dia da recolha de dados. Uma vez que as variáveis são voláteis, o *engagement* é um indicador relativo e não absoluto.



NOTAS

O universo das redes sociais expande-se a uma velocidade estonteante. Em 60 segundos produzem-se quantidades colossais de conteúdos um pouco por todo o mundo. Este tão fascinante comportamento humano que é a necessidade de comunicar torna-se hoje mais fácil de estudar porque parte significativa dessa comunicação é digital. Ainda assim, existem alguns desafios que importam salientar.

Como garantir que todas as contas relevantes são contempladas?

Como garantir que o número pré-definido como mínimo para ser elegível para este estudo foi alcançado durante a totalidade do ano?

Tentámos ultrapassar estas e outras situações com recurso à tecnologia e chegámos à conclusão de que a esmagadora maioria das contas relevantes estão aqui presentes. Fica a ressalva de ser impossível garantir a 100% que foi identificada a totalidade das contas que cumprem os critérios referidos anteriormente. Podemos, ainda assim, asseverar que todos os dados recolhidos foram tratados com rigor estatístico e que a informação produzida a partir dos mesmos é fidedigna e fiável.

Mesmo cumprindo todos os preceitos estatísticos e boas-práticas inerentes a este tipo de estudo, existem vicissitudes nas redes sociais que não podemos ignorar. Por exemplo, uma publicação feita em janeiro está há mais tempo online do

que uma feita em novembro, o que lhe permite um maior *engagement*. Ou o facto de algumas publicações terem obtido melhores resultados por terem sido patrocinadas.

Estamos perante um mundo novo, com um manancial de informação que deve ser analisada com a devida diligência. Não obstante, a quantidade e a qualidade dos dados atualmente disponíveis permite-nos construir uma radiografia da sociedade com muito mais exatidão do que outros métodos tradicionalmente usados.

Acesso a links para contas e conteúdos

Recomendamos o uso do software Adobe Reader® para leitura deste documento, pois alguns dos rankings possuem links para contas e conteúdos publicados.



GLOSSÁRIO

Instagram

Rede social que permite fazer upload e partilha de fotos e de vídeos. Conta com mais de 800 milhões de contas ativas todos os meses, das quais mais de 500 milhões estão ativas todos os dias.

Tipos de conteúdo

Imagem: Pode ser qualquer tipo de fotografia ou grafismo.

Vídeo: Duração entre 3 a 60 seg.

Carrossel: Conteúdo que agrega até 10 fotos ou vídeos numa só publicação.

Gosto

Interação que permite gostar de um conteúdo. Cada utilizador só pode aplicar esta ação uma vez por conteúdo.

Comentário

Interação que permite comentar um conteúdo.

Visualização

Resultado da visualização de um vídeo.

Interação dos utilizadores (*engagement*)

Métrica relativa que resulta do rácio de interações pelo número de seguidores de uma conta.

Hashtag (#)

Ferramenta que permite identificar conteúdos publicados na rede. As *hashtags* também funcionam como hiperlinks, permitindo agregar todos os conteúdos identificados numa página de resultados.

Handle (@)

Nome que identifica o utilizador na plataforma.

Menção (*mention*)

Funcionalidade que permite, através do *handle*, identificar contas no texto descritivo e nos comentários de uma publicação.

Tag

Funcionalidade que permite identificar contas numa imagem

**VISÃO GERAL DA AMOSTRA
DO ESTUDO**



40 k mínimo
seguidores



552 k média de
seguidores



120 M máximo
seguidores

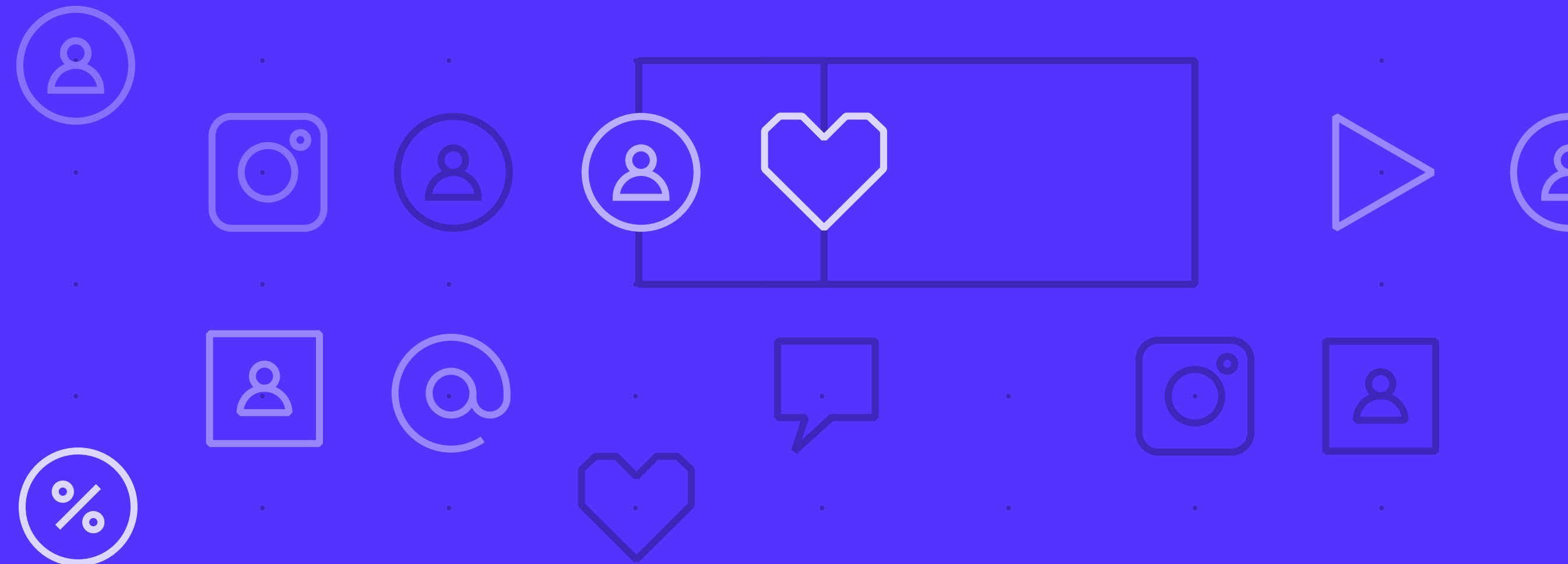
TIPO DE CONTEÚDO PUBLICADO
E MÉDIA DE *ENGAGEMENT* DOS
UTILIZADORES

DADOS DE 2017





RANKINGS



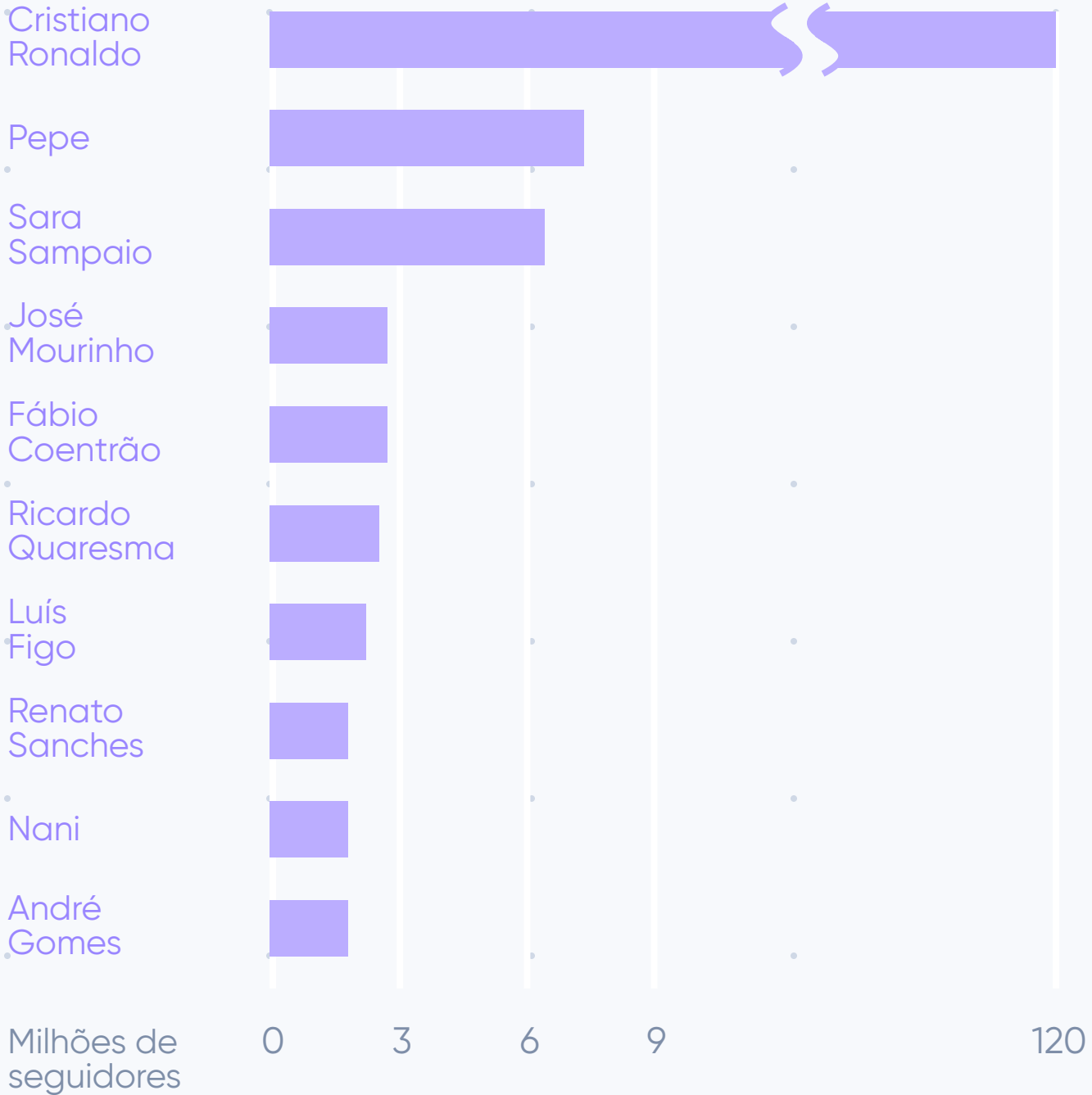
TOP 10 CONTAS PORTUGUESAS COM MAIOR NÚMERO DE SEGUIDORES

Para a construção deste ranking utilizou-se a informação do número de seguidores dos utilizadores estudados. A recolha dos dados realizou-se nas datas mencionadas na metodologia, logo é expectável que o número de seguidores não se mantenha o mesmo atualmente.

Ultrapassando a marca de 120 milhões de seguidores, o futebolista português Cristiano Ronaldo ocupa a liderança neste ranking. É de notar a disparidade de seguidores que o jogador possui face aos outros influenciadores, alcançando cerca de quatro vezes mais seguidores comparativamente à soma dos seguidores das restantes 9 contas que compõem o top 10. Além da Sara Sampaio e do treinador de futebol José Mourinho, mais sete futebolistas

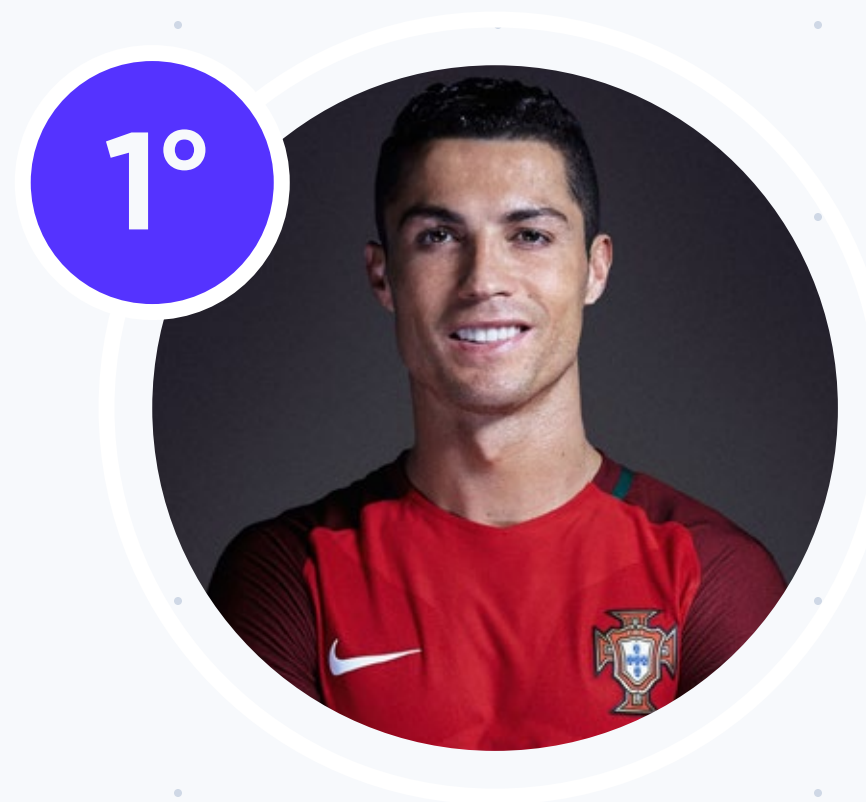
completam o ranking das 10 contas portuguesas com maior número de seguidores no Instagram.

Embora o top 10 seja constituído por contas com mais de 1,7 milhões de seguidores, a média de *engagement* é de aproximadamente 3,3%, tendo quase todos os influenciadores um índice menor do que 5%. As exceções são José Mourinho com um *engagement* de 6,1% e Renato Sanches, com 5,5%. Devido ao seu elevado alcance, os conteúdos conseguem um número elevado de gostos, comentários e visualizações.



TOP 10 CONTAS PORTUGUESAS DE INSTAGRAM COM **MAIOR** **NÚMERO** DE SEGUIDORES

DADOS DE 2017



1°

@cristiano
120,14 milhões

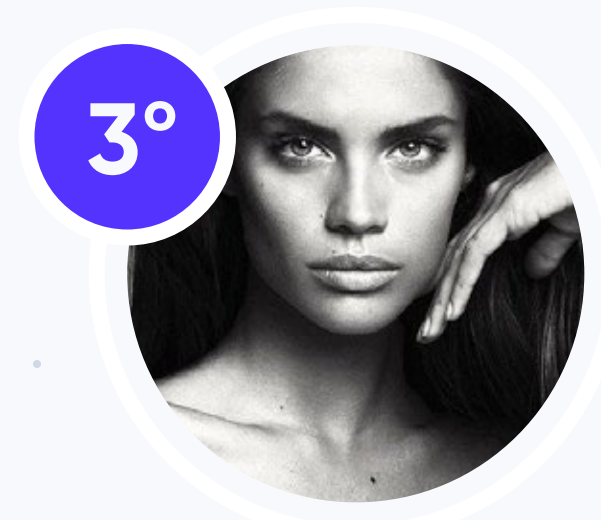
Cristiano Ronaldo
Desporto e Fitness



2°

@official_pepe
7,18 milhões

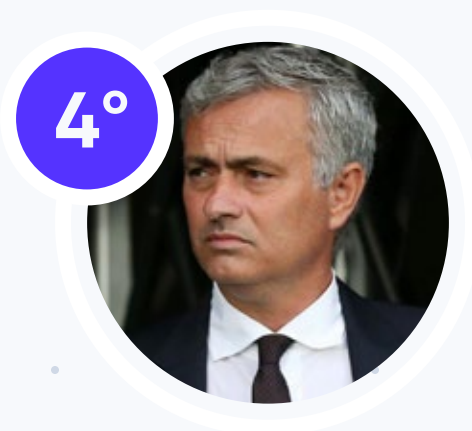
Képler Ferreira (Pepe)
Desporto e Fitness



3°

@sarasampaio
6,35 milhões

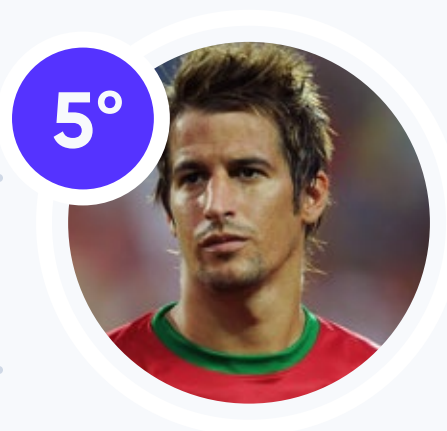
Sara Sampaio
Moda



4°

@josemourinho
2,75 milhões

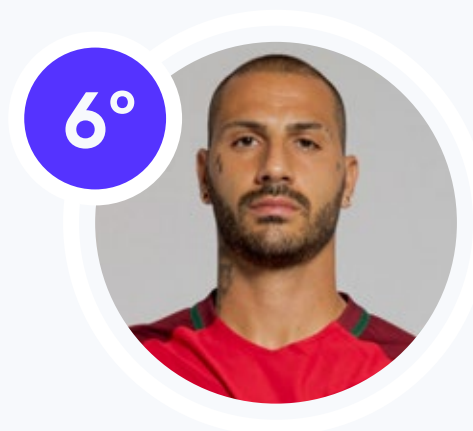
José Mourinho
Desporto e Fitness



5°

@fabio_coentrao
2,65 milhões

Fábio Coentrão
Desporto e Fitness



6°

@ricardoquaresmaoficial
2,47 milhões

Ricardo Quaresma
Desporto e Fitness



7°

@luis_figo
2,21 milhões

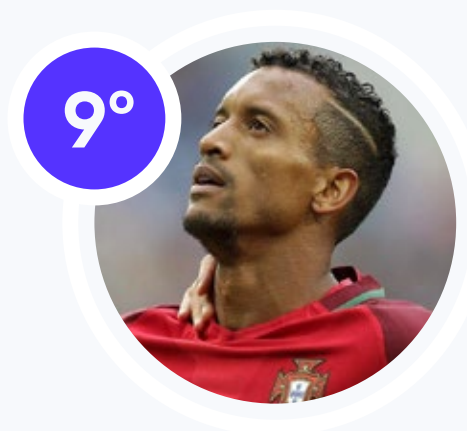
Luís Figo
Desporto e Fitness



8°

@renatosanches35
1,78 milhões

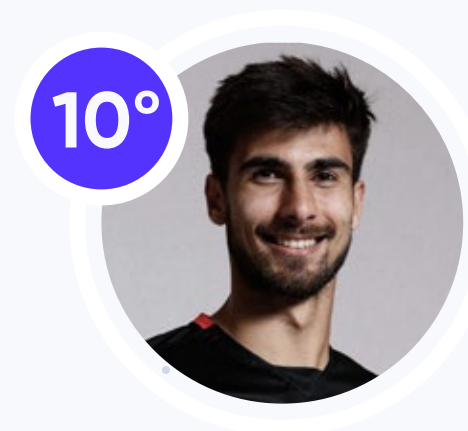
Renato Sanches
Desporto e Fitness



9°

@luisnani
1,77 milhões

Luís Cunha (Nani)
Desporto e Fitness



10°

@aftgomes21
1,75 milhões

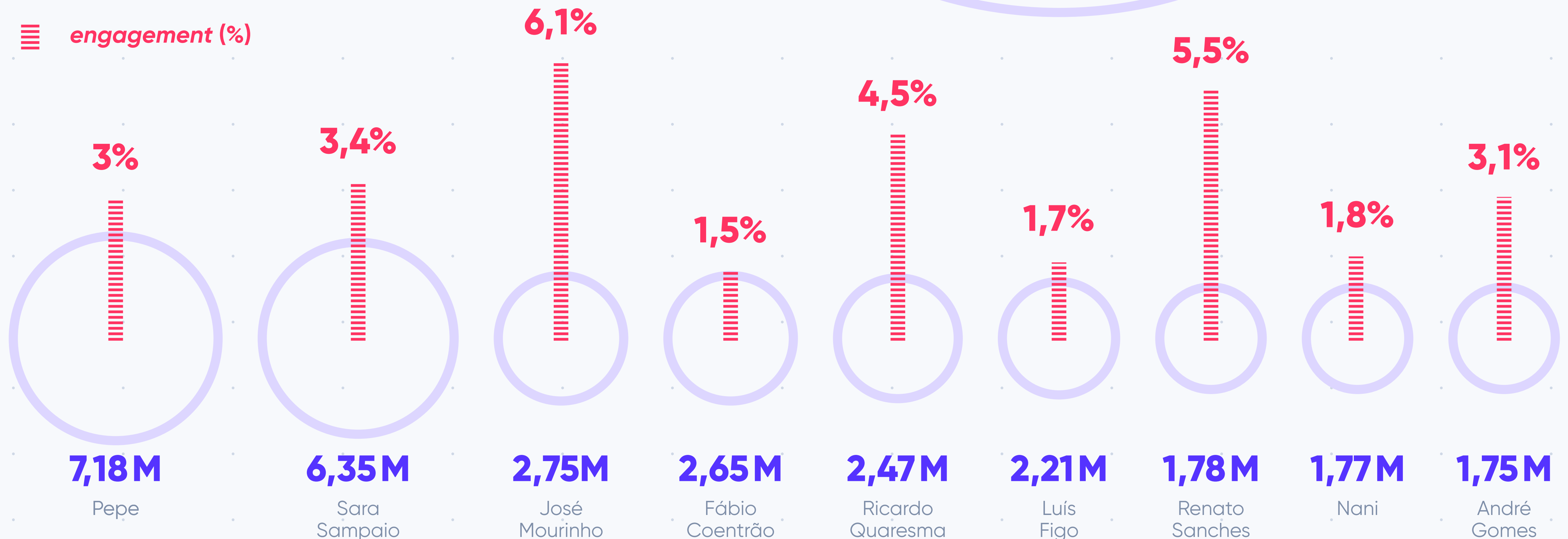
André Gomes
Desporto e Fitness

TOP 10 CONTAS PORTUGUEAS DE INSTAGRAM COM **MAIOR** **NÚMERO** DE SEGUIDORES

DADOS DE 2017

 número de
seguidores (milhões)

 *engagement (%)*



TOP 10 CONTAS PORTUGUESAS DE INSTAGRAM COM **MAIOR ENGAGEMENT**

Na definição daquelas que são as contas portuguesas com maior interação usou-se o indicador *engagement* (E). Conforme descrito na metodologia deste estudo, o cálculo é feito da seguinte forma:

$$E = \frac{(\bar{G} + \bar{C})}{S} \times 100$$

Onde (G) é a média de gostos em todas publicações, (C) é a média de comentários e (S) representa o número de seguidores.

É importante destacar que a interação não é feita apenas por seguidores da conta e, portanto, resulta em parte do alcance do próprio influenciador.

Com apenas um futebolista – o jogador da

seleção portuguesa de futebol sub-21, Podence –, o ranking de contas de acordo com o *engagement* demonstra uma tendência diferente da ordem de acordo com o número de seguidores. Para além de Podence, encontram-se outras figuras do mundo do futebol, como o treinador Rui Vitória e Guilherme Cabral, membro da equipa de comunicação do Sport Lisboa e Benfica.

É de notar que nenhum *handle* do ranking anterior surge neste, o que demonstra a tendência de um menor *engagement* nas contas com maior número de seguidores – comportamento ilustrado ao comparar *engagement* X número de seguidores.

A jovem Beatriz Frazão, atriz revelação em 2017

pela sua participação na telenovela ‘Amor Maior’ da SIC, ocupa a liderança deste ranking, apresentando um *engagement* de 13,7%. A atriz é seguida pelo *youtuber* Wuant (12,2%). A *digital influencer* Sofia Barbosa (10,6%), o *youtuber* d4rkframe (10,4%) e a também *digital influencer* Catarina Filipe (10,3%) completam o top 5 das contas com as maiores médias de *engagement*.

TOP 10 CONTAS PORTUGUESAS DE INSTAGRAM COM **MAIOR** **ENGAGEMENT (%)**

DADOS DE 2017



1°

@beatrizfrazao.oficial

13,7%

Beatriz Frazão

Arte e Entretenimento



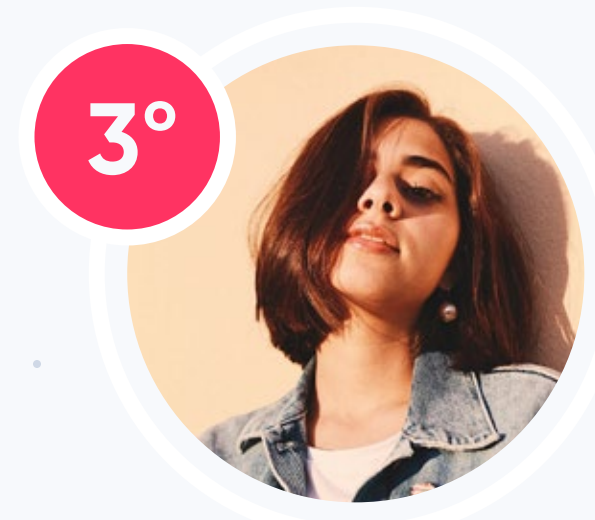
2°

@wuant

12,2%

Paulo Borges (Wuant)

Arte e Entretenimento



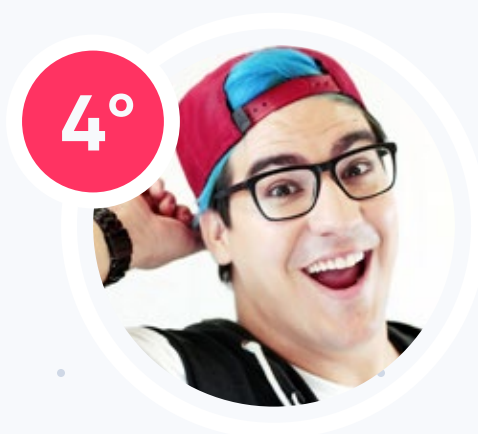
3°

@sofiabbbeauty

10,6%

Sofia Barbosa

Moda / Beleza



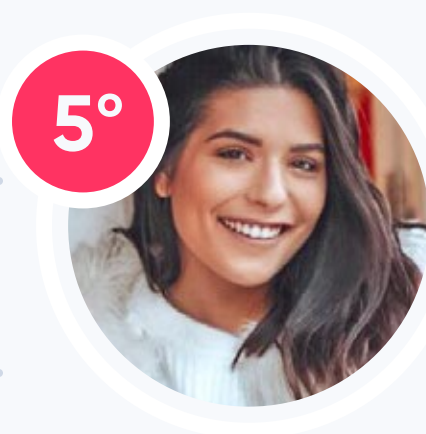
4°

@d4rkframe

10,4%

António Ramos

Arte e Entretenimento



5°

@catarinafilipe

10,3%

Catarina Filipe

Moda / Beleza



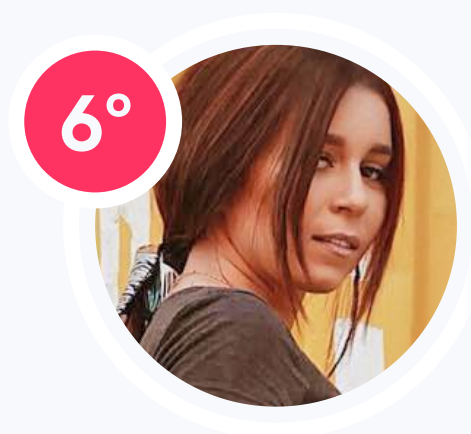
5°

@guiiilhermecabral

10,3%

Guilherme Cabral

Arte e Entretenimento



6°

@inesrochinha

9,6%

Inês Rochinha

Moda / Beleza



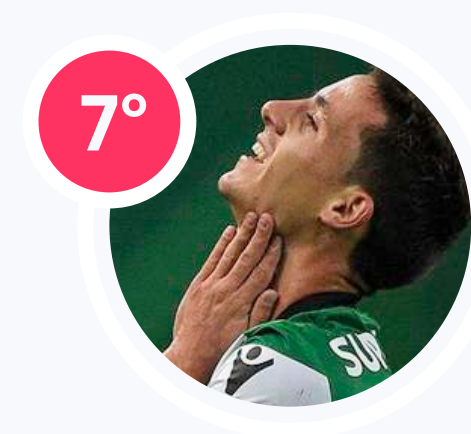
6°

@dillaz75

9,6%

Dillaz

Arte e Entretenimento



7°

@podence

9,4%

Daniel Podence

Desporto e Fitness



8°

@rui.vitoriaoficial

9%

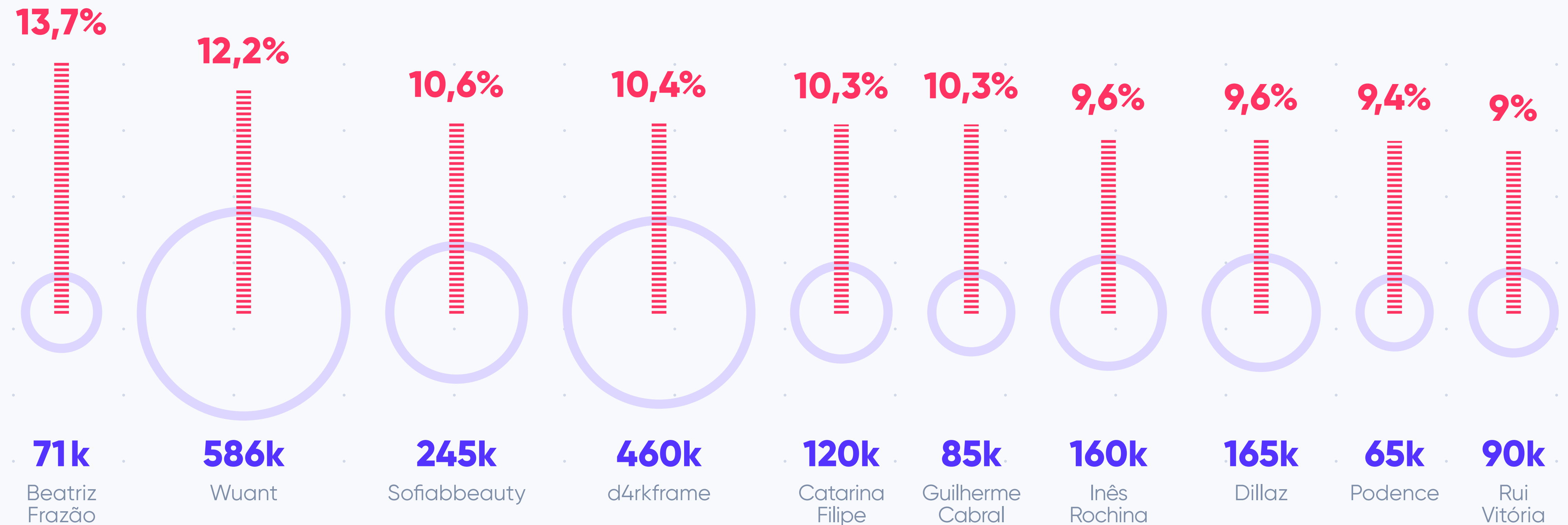
Rui Vitória

Desporto e Fitness

TOP 10 CONTAS PORTUGUESAS DE INSTAGRAM COM **MAIOR ENGAGEMENT (%)**

DADOS DE 2017

○ número de seguidores (milhares)
 ≡ engagement (%)



TOP 10 CONTAS DE INSTAGRAM MAIS MENCIONADAS

Na definição daquelas que são as *handles* (contas) mais mencionadas no Instagram pelos influenciadores portugueses, foram consideradas as marcações feitas diretamente na imagem (*tag*) e as menções na descrição da publicação. Conforme referido na metodologia, de forma a obter o menor enviesamento estatístico possível, não foram consideradas as menções próprias.

É a Zara (1450 menções) que assume a liderança das *handles* mais mencionadas pelos influenciadores portugueses em 2017. Completam o top 5 a Prozis (1110 menções), a TVI (862 menções), o perfil da Prozis Portugal (829 menções) e a H&M (816 menções).

É de notar que a Prozis, empresa portuguesa da área do Desporto e Fitness, ocupa, com os seus

perfis internacional e português, dois lugares no top 5. Ao analisar o número de contas que mencionaram os dois perfis encontramos valores semelhantes no caso da Prozis (26 influenciadores) e da Prozis Portugal (25 influenciadores). Com atenção ao marketing digital, há evidência para um comportamento de embaixadores da marca, o que destaca a Prozis como um caso de estudo na esfera digital.

Por outro lado, o perfil da Zara é citado por 90 influenciadores – cerca de 24% dos analisados –, o que demonstra um comportamento mais orgânico. O mesmo ocorre com a H&M, citada por 72 influenciadores. Comprova-se o poder orgânico da indústria da Moda com a presença do perfil gerido por fãs da Zara, Zaraaddiction,

na 6ª posição e mencionado 756 vezes por 30 influenciadores portugueses no ano de 2017. Seguindo a mesma tendência do setor, a Adidas Originals foi mencionada em 663 publicações por 65 contas diferentes.

Além da área da moda, o setor de Arte e Entretenimento marca forte presença com três lugares no top 10, nomeadamente a TVI com 862 menções (3ª posição), a GQ Portugal com 582 menções (9ª posição) e a Caras Portugal com 536 menções (10ª posição). O Regrann (7ª posição) com 688 menções é o único representante da área de Tecnologia a figurar no top 10 das *handles* mais mencionadas pelos 369 influenciadores portugueses analisados no ano de 2017.

TOP 10 CONTAS DE INSTAGRAM MAIS MENCIONADAS

DADOS DE 2017



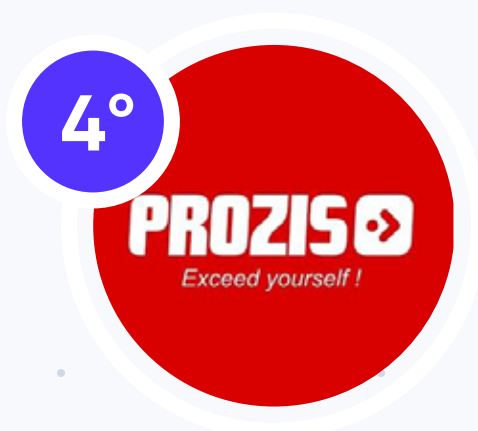
@zara
1450 menções
Moda



@prozis
1110 menções
Desporto e Fitness



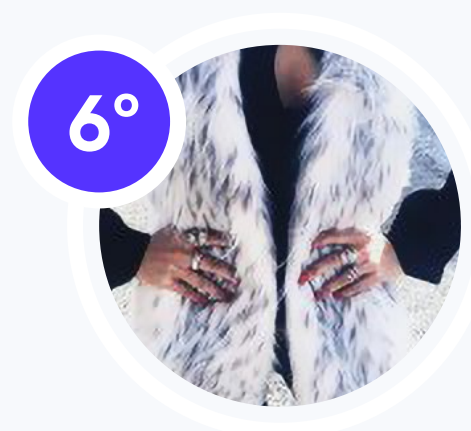
@tvioficial
862 menções
Arte e Entretenimento



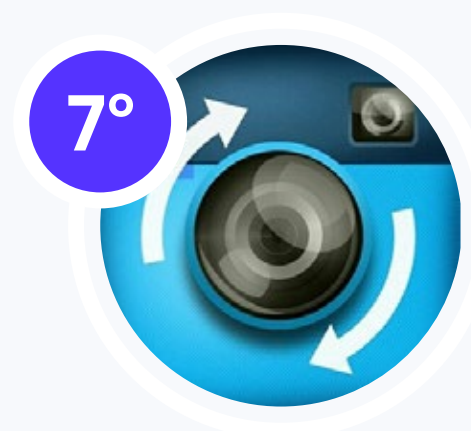
@prozisportugal
829 menções
Desporto e Fitness



@hm
816 menções
Moda



@zaraaddiction
756 menções
Moda



@regrann
688 menções
Tecnologia



@adidasoriginals
663 menções
Moda



@gqportugal
582 menções
Arte e Entretenimento



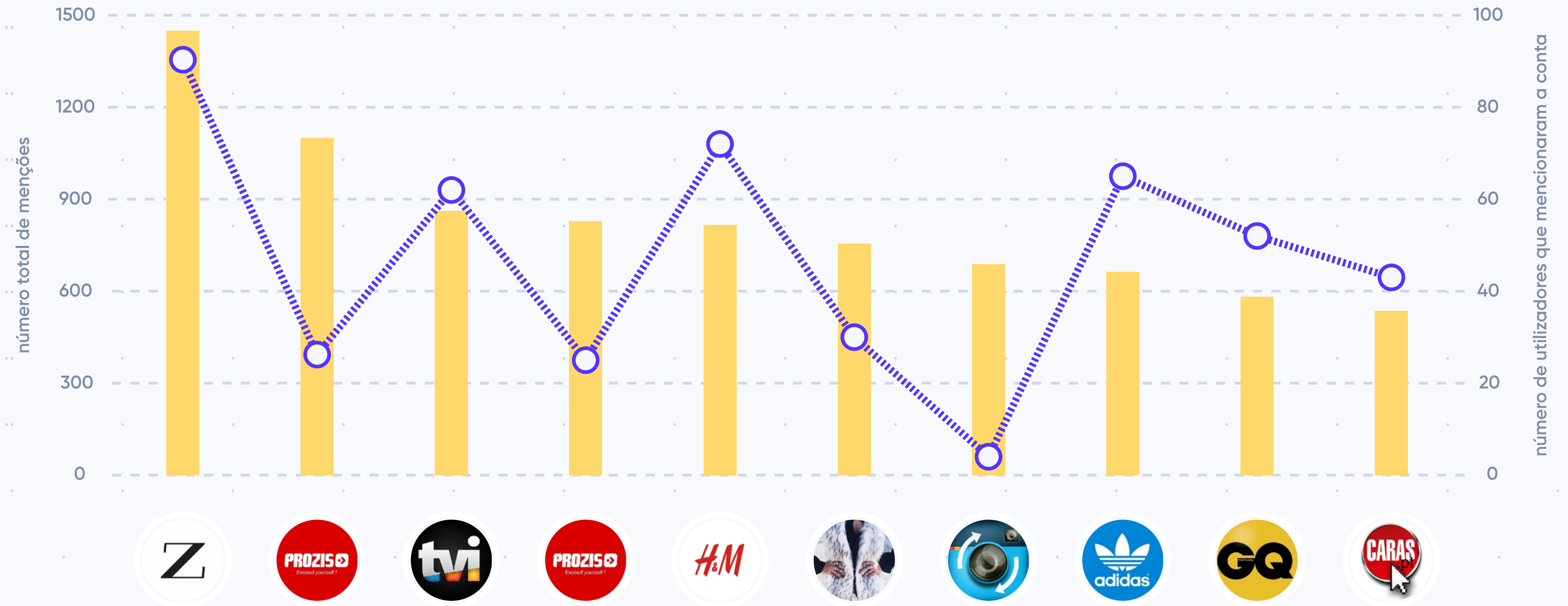
@carasportugal
536 menções
Arte e Entretenimento

TOP 10 CONTAS DE INSTAGRAM MAIS MENCIONADAS

DADOS DE 2017

■ número total de menções

≡ número de utilizadores que mencionaram a conta



TOP 3 CONTAS DE INSTAGRAM MAIS MENCIONADAS POR INDÚSTRIA

De forma a conhecer o top 3 das indústrias mais mencionadas pelos influenciadores portugueses no ano de 2017, as *handles* foram analisadas de acordo com o seu setor de atividade. Desta análise, as indústrias mais relevantes são: Moda, Desporto e Fitness, Arte e Entretenimento, Tecnologia e Alimentação.

De acordo com o que foi visto no ranking anterior, as indústrias da Moda e de Arte e Entretenimento classificam-se como as mais mencionadas, tendo ambas as indústrias o seu top 3 presente no top 10 de contas mais mencionadas.

Já para a indústria de Desporto e Fitness, além da Prozis, com dois perfis, Prozis e Prozis Portugal, encontra-se o perfil da seleção portuguesa de

futebol com a *handle* Portugal, na 19ª posição relativamente ao top 100 das *handles* mais mencionadas.

O Regrann lidera a indústria de Tecnologia, seguido por RepostApp e Canon Portugal. É de notar que longe dos gigantes tecnológicos como Google e Microsoft, são duas aplicações/ferramentas para o próprio Instagram que lideram o ranking deste setor.

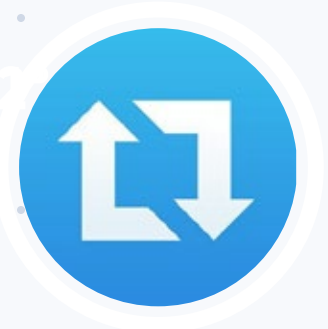
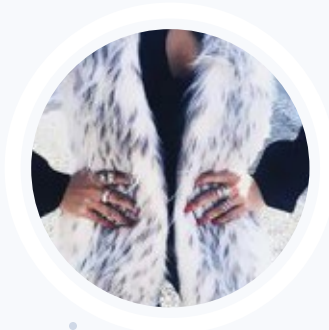
Entre as indústrias analisadas, são as contas do setor de Alimentação que obtêm menos menções, sendo este grupo o único que não contém nenhum representante entre as 10 *handles* mais mencionadas pelos influenciadores portugueses. O top 3 é formado pela Sumol (44ª

posição no top 100), ISWARI Superfoods (69ª posição no top 100) e GoldNutrition (75ª posição no top 100).

Nota: Prozis está categorizado como Desporto e Fitness pois é um retalhista online que, para além de vender nutrição desportiva e alimentação funcional também disponibiliza outros produtos, tais como acessórios e equipamento de treino..

TOP 3 CONTAS DE INSTAGRAM
MAIS MENCIONADAS POR
INDÚSTRIA

DADOS DE 2017

TOP	MODA	DESPORTO E FITNESS	ARTE E ENTRETENIMENTO	TECNOLOGIA	ALIMENTAÇÃO
1º	 @zara 1450 menções 1º Top 100	 @prozis 1100 menções 2º Top 100	 @tvioficial 862 menções 3º Top 100	 @regrann 688 menções 7º Top 100	 @sumol 291 menções 44º Top 100
2º	 @hm 816 menções 5º Top 100	 @prozisportugal 829 menções 4º Top 100	 @gqportugal 582 menções 9º Top 100	 @repostapp 310 menções 37º Top 100	 @iswariofficial 218 menções 69º Top 100
3º	 @zaraaddiction 756 menções 6º Top 100	 @portugal 451 menções 19º Top 100	 @carasportugal 536 menções 10º Top 100	 @canon.pt 223 menções 65º Top 100	 @goldnutrition_official 211 menções 75º Top 100

TOP 30 *HASHTAGS* MAIS UTILIZADAS

Hashtag é a forma mais fácil de agrupar, organizar e mapear um determinado assunto nas redes sociais. Uma expressão ou palavra precedida do símbolo cardinal (#) torna-a acessível a todos os utilizadores do Instagram, seguidores ou não. Dessa forma, torna-se uma ferramenta bastante poderosa no marketing digital, capaz de captar a atenção de potenciais clientes, ajudar a perceber o que os seguidores procuram e até mesmo gerar mais *engagement* para uma ação publicitária.

Assim, a *hashtag* mais utilizada pelos influenciadores digitais portugueses em 2017 foi #portugal, utilizada por cerca de 37% da amostra, 2786 vezes. Em concordância com o ranking das contas mais mencionadas, liderado pela Zara e com a indús-

tria da moda com forte presença, a segunda *hashtag* mais utilizada (2234 vezes), foi #ootd (Outfit Of the Day) – muito comum em publicações em que os influenciadores expõem as peças de vestuário e acessórios que estão a usar nesse dia. #love (1834 vezes), #fashion (1416) e #travel (1205) completam o top 5 das *hashtags* mais utilizadas.

Relativamente às estações do ano, o verão é a única com uma *hashtag* própria a figurar na análise – #summer, utilizada 1090 vezes, por 79 influenciadores portugueses.

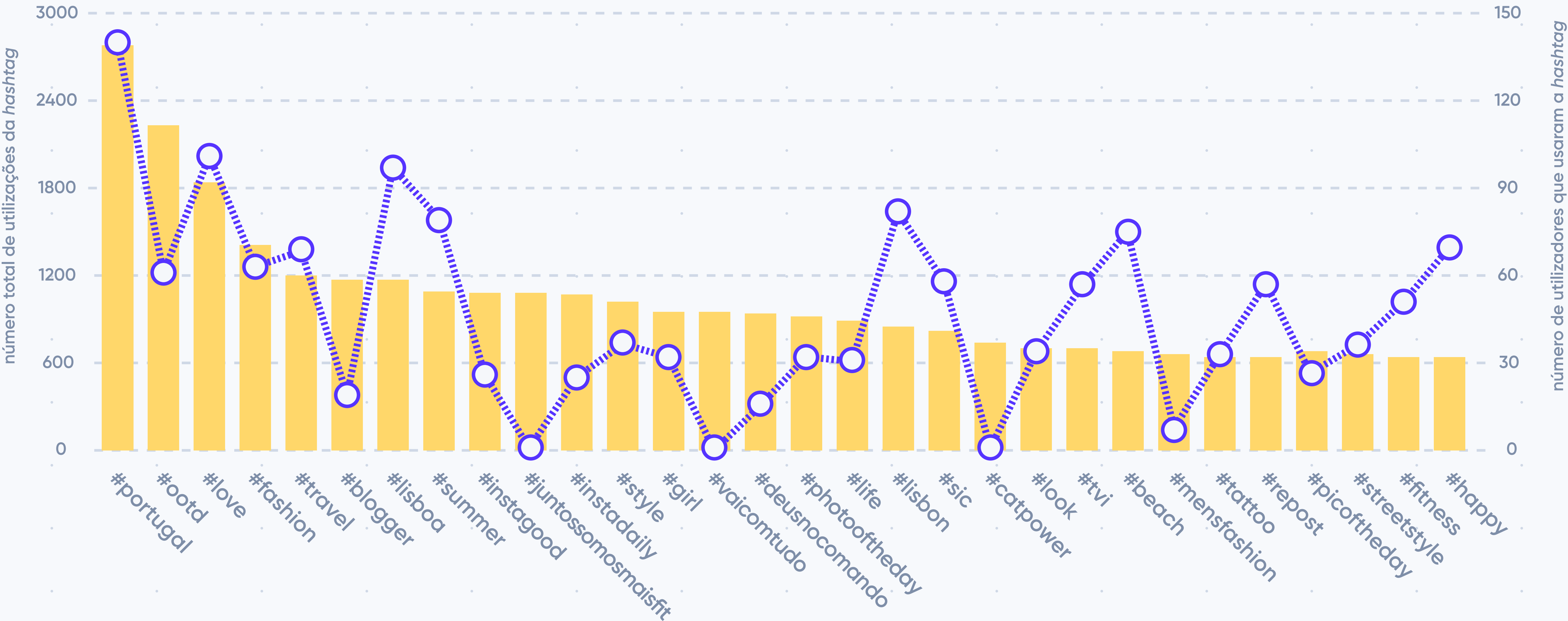
Além de ocupar a liderança das *hashtags* mais utilizadas pelos influenciadores portugueses, #portugal foi também utilizada pelo maior número de utilizadores (140), acompanhada por

#love (101). Estas duas foram as únicas usadas por mais de 27% dos influenciadores portugueses. Das 30 *hashtags* mais utilizadas, 21 estão na língua inglesa, o que representa que são *hashtags* globais e utilizadas por influenciadores de todo o mundo.

TOP 30 HASHTAGS MAIS UTILIZADAS

DADOS DE 2017

- número total de utilizações da hashtag
- número de utilizadores que usaram a hashtag



TOP 3 *HASHTAGS* MAIS UTILIZADAS POR CATEGORIA

As *hashtags* ajudam a segmentar públicos e assuntos específicos. De forma a apurar essa segmentação para os influenciadores portugueses, analisaram-se as 30 *hashtags* mais utilizadas em 2017. As categorias mais representadas são: Genérica; Geografia; Moda; Redes Sociais e Internet; Marcas.

É possível concluir que as *hashtags* genéricas são globais e fogem do principal propósito de utilizar a *hashtag*, o que pode representar um comportamento em busca de um maior *engagement* nas publicações, uma vez que uma *hashtag* genérica tem uma exposição muito mais ampla.

É de notar que as categorias de *hashtags* refletem o quotidiano dos influenciadores e o seu

ambiente de trabalho online, daí a utilização de *hashtags* da categoria de Redes Sociais e Internet. Da mesma forma, a busca por um maior *engagement* justifica-se com a utilização de *hashtags* genéricas, a segmentação do público-alvo recorrendo a *hashtags* de Geografia, a preocupação com a imagem (*hashtags* de moda) e as menções a marcas e canais de televisão tradicionais.

A tabela seguinte apresenta o top 3 para cada categoria, com #love a liderar o ranking da categoria Genérica, #portugal sendo a *hashtag* de Geografia mais utilizada, #ootd a mais popular para Moda, #blogger a liderar o ranking de Redes Sociais e Internet e #sic na liderança da categoria de Marcas.

TOP 3 HASHTAGS MAIS UTILIZADAS POR CATEGORIA

DADOS DE 2017

hashtags mais utilizadas
nº de utilizações (lugar no top 100)

TOP DA CATEGORIA	GENÉRICA	GEOGRAFIA	MODA	REDES SOCIAIS E INTERNET	MARCAS
1º	#love 1834 (3º)	#portugal 2786 (1º)	#ootd 2234 (2º)	#blogger 1174 (6º)	#sic 821 (19º)
2º	#life 893 (17º)	#lisboa 1172 (7º)	#fashion 1416 (4º)	#instagood 1087 (9º)	#tvi 703 (22º)
3º	#happy 601 (30º)	#lisbon 858 (18º)	#style 1026 (13º)	#instadaily 1073 (11º)	#holmesplace 470 (52º)

TOP 3 IMAGENS POR TIPO DE INTERAÇÃO

Das 122.968 publicações, 90% foram imagens. Sem dúvida, esta foi a forma de comunicação mais utilizada pelos influenciadores portugueses, no Instagram, em 2017. Analisaram-se essas publicações de modo a apurar aquelas que tiveram um maior número de gostos, comentários e, consequentemente, *engagement*.

Recorda-se que o *engagement* é o rácio de interações pelo número de seguidores. Como sabemos, o *engagement* é uma medida relativa dado que estas variáveis são altamente voláteis. Em semelhança ao ranking das contas por número de seguidores, o ranking de imagens com maior número de gostos continua a ilustrar a força da conta do futebolista português Cris-

tiano Ronaldo, ocupando a primeira posição (com mais de 11 milhões de gostos), a segunda e terceira posições do ranking (ambas com mais de 8 milhões de gostos).

Ainda que não ocupe todo o ranking top 3 por número de comentários, a conta do jogador assume a liderança com quase 300 mil comentários e a segunda posição com quase 200 mil comentários. Com mais de 150 mil comentários, a terceira posição é ocupada pelo também futebolista português, Nani.

A liderança do ranking de maior *engagement* é da imagem publicada pelo músico português Salvador Sobral quando venceu a última edição do Festival Eurovisão da Canção, em maio de 2017. Com quase 70% de *engagement*, a publi-

cação ilustra bem a interação demonstrada pelos utilizadores num acontecimento deste tipo. Uma publicação de Paula Brito – decora- dora de Cristiano Ronaldo – com uma fotografia do jogador e uma imagem de Guillaume Lalung, com a sua namorada, Rita Pereira, completam o top 3 das imagens com maior *engagement*.

TOP 3 IMAGENS COM MAIS GOSTOS

DADOS DE 2017

(G) "gostos", (C) "comentários",
(V) "visualizações", (E) "engagement"
M "milhões", k "milhares".

2°



@cristiano
8.29M gostos

119k (C), 7% (E)
7/12/2017

1°



@cristiano
11.3M gostos

157k (C), 9.5% (E)
12/11/2017

3°



@cristiano
8.24M gostos

194k (C), 7% (E)
29/06/2017

TOP 3 IMAGENS COM MAIS COMENTÁRIOS

DADOS DE 2017

(G) "gostos", (C) "comentários",
(V) "visualizações", (E) "engagement"
M "milhões", k "milhares".

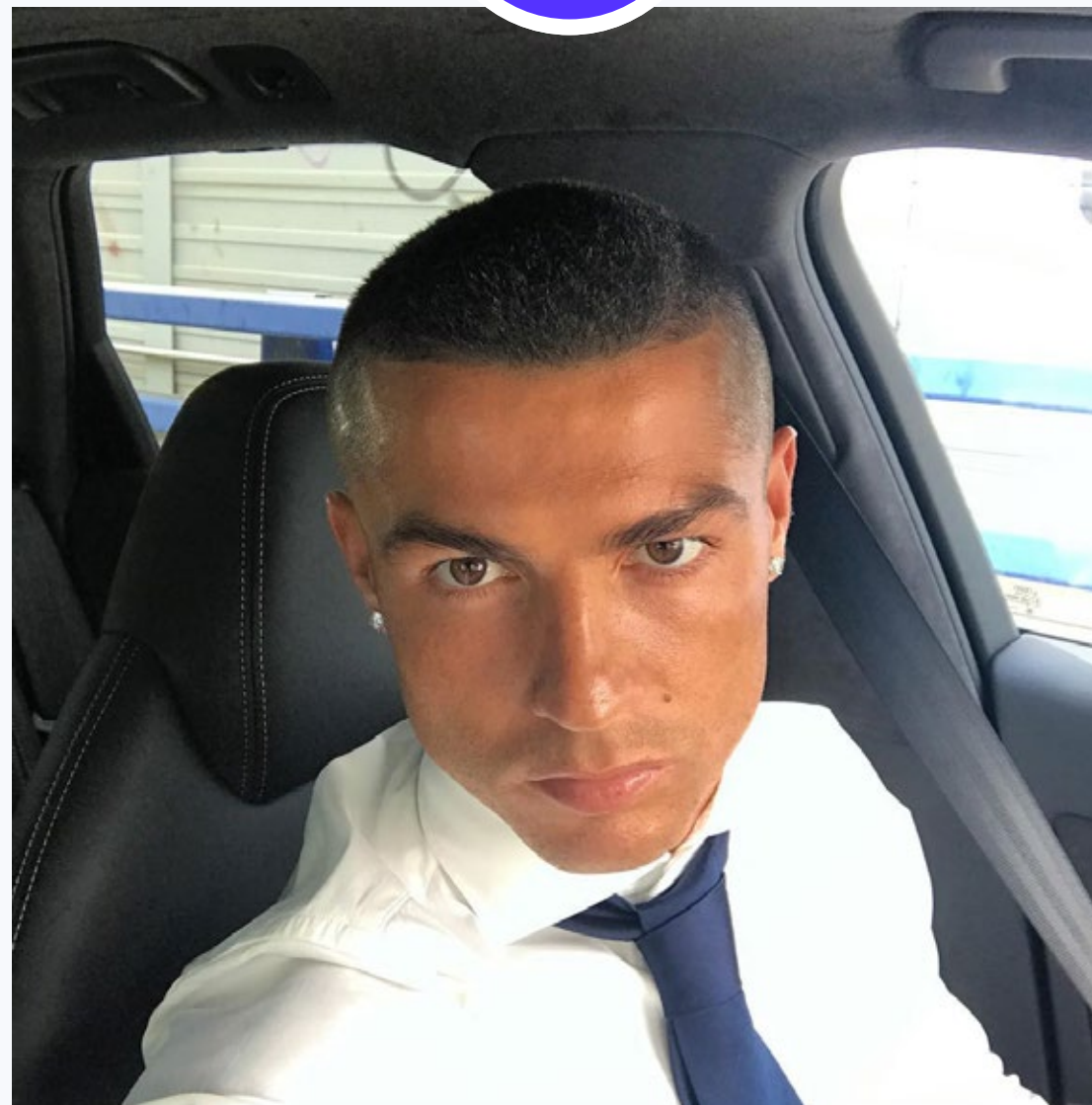
2°



@cristiano
195k comentários

8.3M (G), 7% (E)
29/06/2017

1°



@cristiano
283k comentários

4.8M (G), 4.4% (E)
04/06/2017

3°



@luisnani
166k comentários

92k (G), 14% (E)
11/08/2017

TOP 3 IMAGENS COM **MAIOR ENGAGEMENT (%)**

DADOS DE 2017

(G) "gostos", (C) "comentários",
(V) "visualizações", (E) "engagement"
M "milhões", k "milhares".

2°



@paula_brito_7

55.9%

36k (G), 293 (C)

24/06/2017

1°



@salvadorsobral.music

69.4%

85k (G), 6k (C)

10/05/2017

3°



@lal1

48.5%

27k (G), 135 (C)

30/12/2017

TOP 3 VÍDEOS POR TIPO DE INTERAÇÃO

Apenas 8% das publicações feitas pelos influenciadores portugueses no Instagram, em 2017, foram vídeos. Apuraram-se os conteúdos com maior número de visualizações e aqueles com maior *engagement*.

O top 3 dos vídeos com maior número de visualizações é formado por três publicações do futebolista Cristiano Ronaldo. A primeira, uma campanha publicitária, conta com mais de 20 milhões de visualizações.

Relativamente ao top 3 dos vídeos com maior *engagement*, é a cantora e compositora Luísa Sobral que ocupa a 1ª posição, com um conteúdo produzido em conjunto com o seu irmão Salvador Sobral. O 2º lugar é ocupado também por

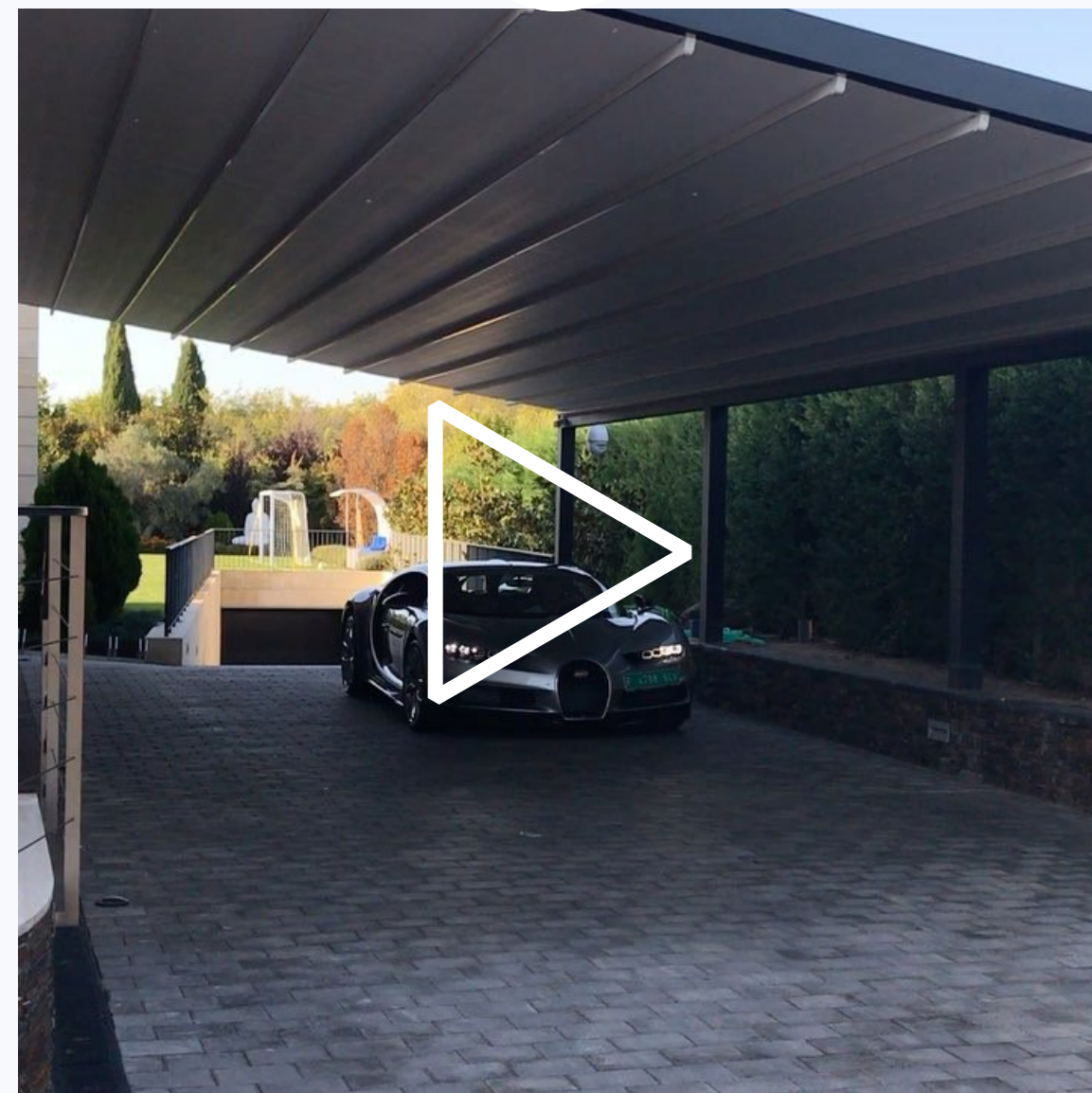
uma cantora e compositora portuguesa, neste caso, a artista April Ivy. A fechar este ranking surge, tal como no ranking anterior, uma publicação de Guillaume Lalung, que conta com a colaboração da sua namorada, Rita Pereira.

TOP 3 VÍDEOS COM MAIS VISUALIZAÇÕES

DADOS DE 2017

(G) "gostos", (C) "comentários",
(V) "visualizações", (E) "engagement"
M "milhões", k "milhares".

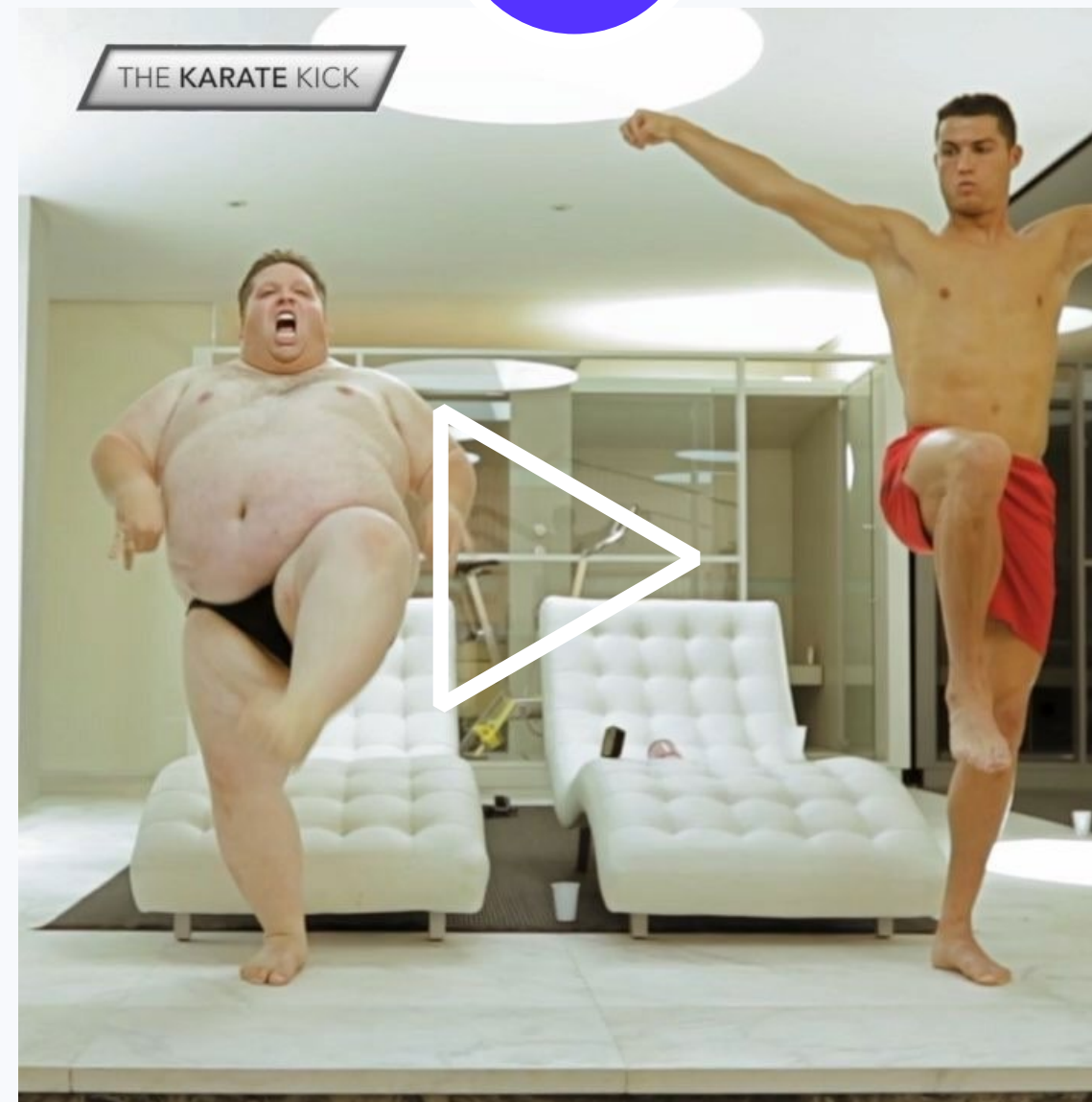
2°



@cristiano
20.7M visualizações

4.7M (G), 66k (C), 4% (E)
28/09/2017

1°



@cristiano
20.8M visualizações

2.5M (G), 20.9k (C), 2,1% (E)
03/11/2017

3°



@cristiano
16.1M visualizações

3.3M (G), 81k (C), 2,8% (E)
02/12/2017

TOP 3 VÍDEOS COM **MAIOR *ENGAGEMENT* (%)**

DADOS DE 2017

(G) "gostos", (C) "comentários",
(V) "visualizações", (E) "*engagement*"
M "milhões", k "milhares".

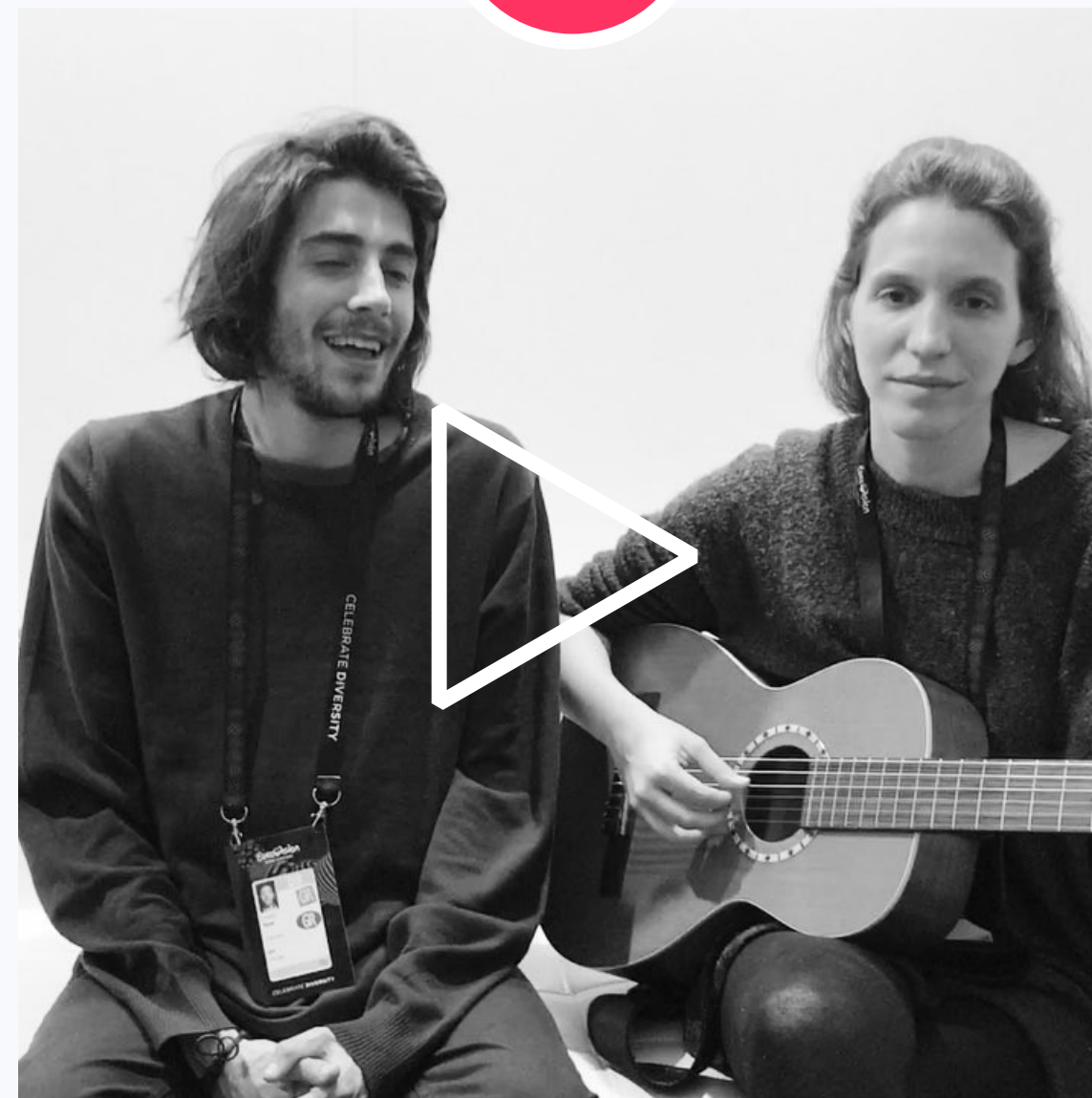
2°



@aprilivymusic
15,8%

6,5k (G), 80 (C), 78k (V)
06/10/2017

1°



@luisasobral
30,6%

23k (G), 624 (C), 265k (V)
13/05/2017

3°



@lal1
15,3%

8,1k (G), 471 (C), 123k (V)
04/11/2017

TOP CARROSSÉIS

Só no final de fevereiro de 2017 é que o Instagram disponibilizou a funcionalidade que permite publicar conteúdos em carrossel, isto é, partilhar várias imagens e vídeos numa única publicação. Esta particularidade pode ter influenciado o baixo número de publicações deste tipo de conteúdo, que representa apenas 2% da nossa amostra.

Dessa forma, apresenta-se o carrossel com mais gostos, com mais comentários e com maior número de visualizações, assim como o top 3 de carrosséis com maior *engagement*. É de notar que a liderança deste ranking para todas as métricas, à exceção do *engagement*, é ocupada por 3 futebolistas da seleção portuguesa. A liderança da galeria de imagens com mais

gostos é ocupada por Cristiano Ronaldo com quase 3,5 milhões de gostos. Já o carrossel mais comentado, com mais de 33 mil comentários, foi o de Pepe. Em termos de visualizações, a liderança é de Ricardo Quaresma, com cerca de 600 mil visualizações.

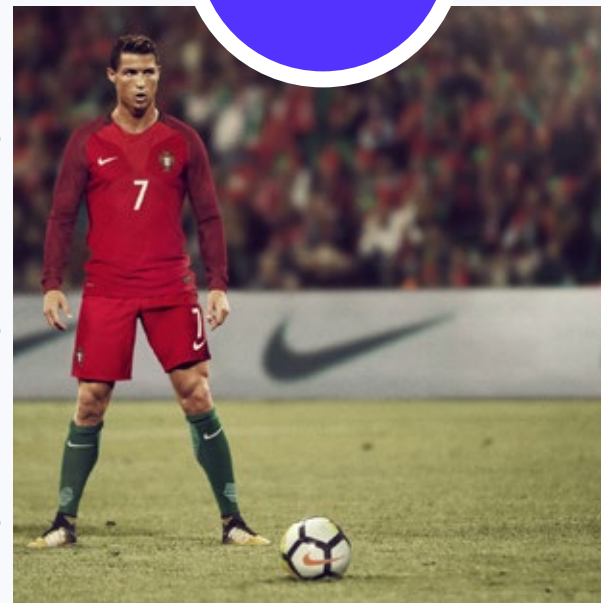
Entre os carrosséis com maior *engagement*, a publicação que lidera, com 36%, é da autoria da *digital influencer* luso-britânica, Alice Trewinnard, autora do blogue 'Golden Locks'. Na segunda posição encontra-se o *youtuber* Wuant, com um carrossel que alcançou 21% de *engagement*. Na terceira posição, com 18,5% de *engagement*, está um carrossel publicado pelo futebolista e atleta da seleção portuguesa de futebol, André Silva.

TOP CARROSSÉIS COM MAIS GOSTOS, COMENTÁRIOS E VISUALIZAÇÕES

DADOS DE 2017

(G) "gostos", (C) "comentários",
(V) "visualizações", (E) "engagement"
M "milhões", k "milhares".

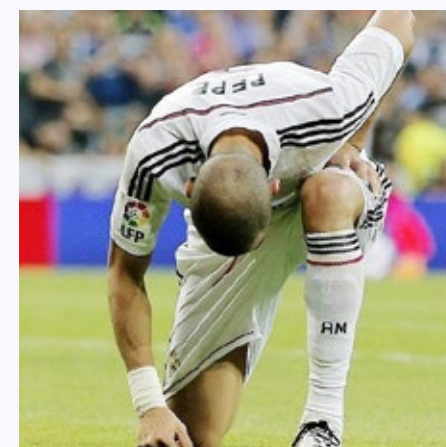
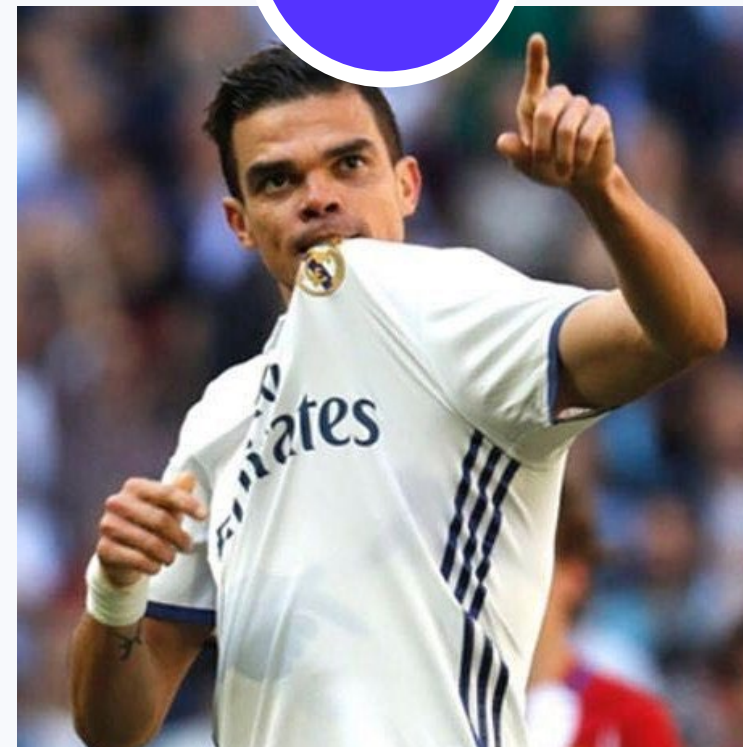
1º (G)



@cristiano
3,4M gostos

22k (C), 2,8% (E)
30/08/2017

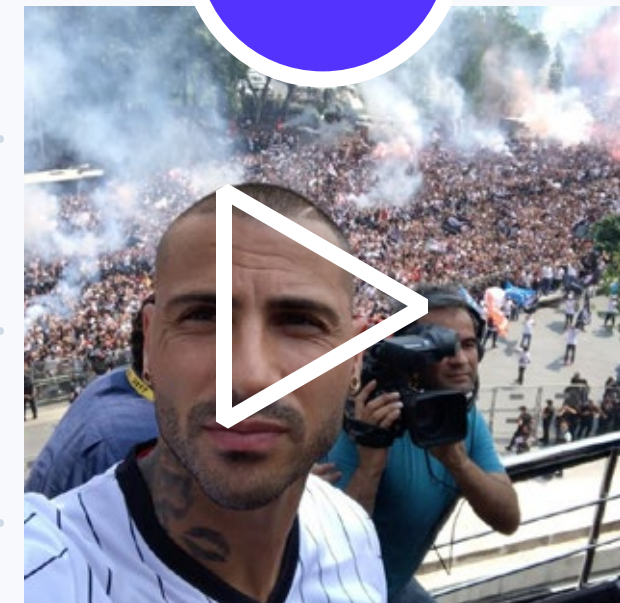
1º (C)



@official_pepe
33k comentários

402k (G), 6% (E)
06/06/2017

1º (V)



@ricardoquaresmaoficial
599k visualizações

159k (G), 972 (C), 6% (E)
03/06/2017

TOP 3 CARROSSÉIS COM **MAIOR ENGAGEMENT (%)**

DADOS DE 2017

(G) "gostos", (C) "comentários",
(V) "visualizações", (E) "engagement"
M "milhões", k "milhares".

2°



@wuant
21%

120k (G), 5k (C)
09/12/2017

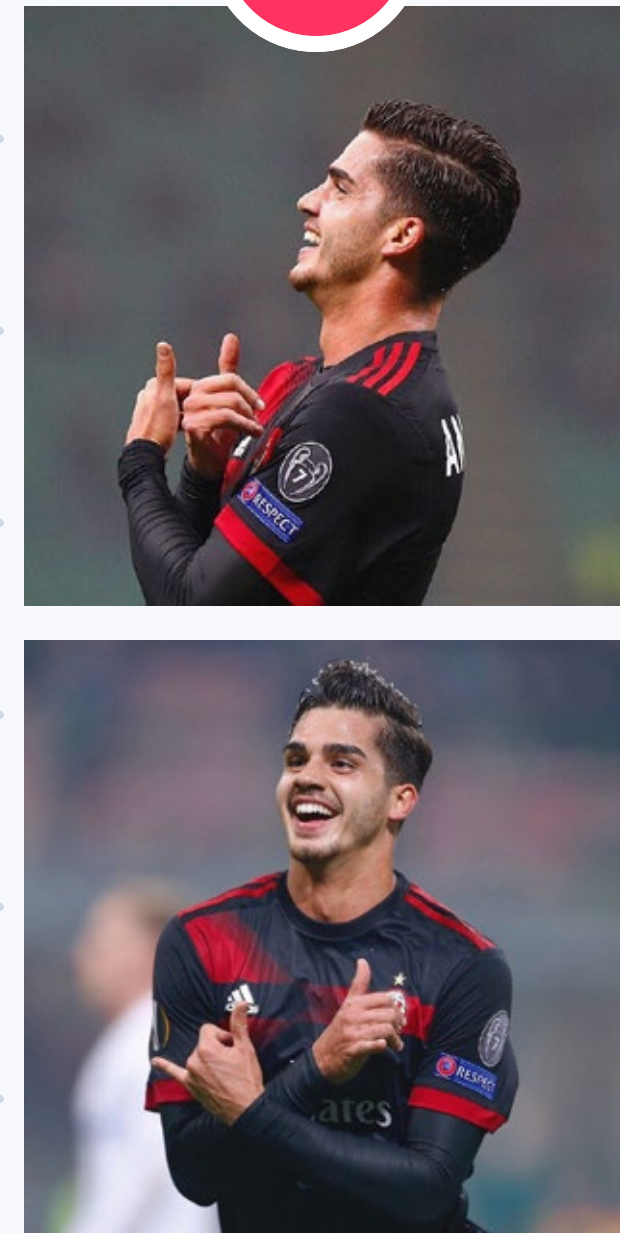
1°



@alicetrewinnard
36%

16k (G), 18k (C)
06/12/2017

3°

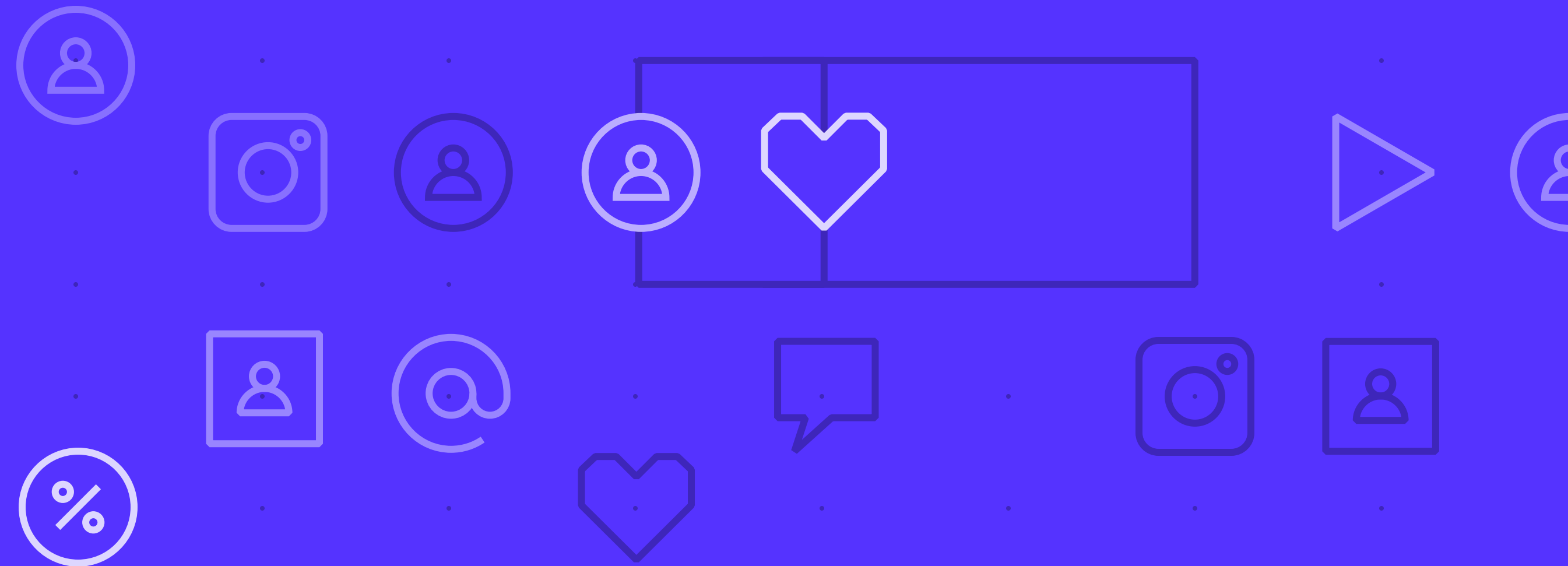


@andresilva9
18,5%

194k (G), 1,7k (C)
23/11/2017



ANÁLISE TEMPORAL





ANÁLISE TEMPORAL

Na seção anterior apresentaram-se as *handles* mais mencionadas e as *hashtags* mais utilizadas pelos influenciadores digitais portugueses, para além da categorização das *handles* pelo seu setor de atividade e a organização das *hashtags* por categorias.

Na presente seção, o objetivo será investigar o “quando” e encontrar respostas nos dados recolhidos para questões como: “quais os dias da semana que obtêm, em média, um maior *engagement*?”; “que eventos em 2017 geraram um maior número de publicações?”; entre outras. Para responder a questões como estas analisaremos as publicações com maior número de gostos e a média por dia da semana. Para além disso, investigaremos ainda quais são as

hashtags mais utilizadas nos dias com maior número de publicações.

PUBLICAÇÃO AO LONGO DO ANO DE 2017

Apesar de haver alguns picos no número de publicações dos influenciadores portugueses no Instagram ao longo do ano de 2017, o número médio diário situa-se em torno de 330.

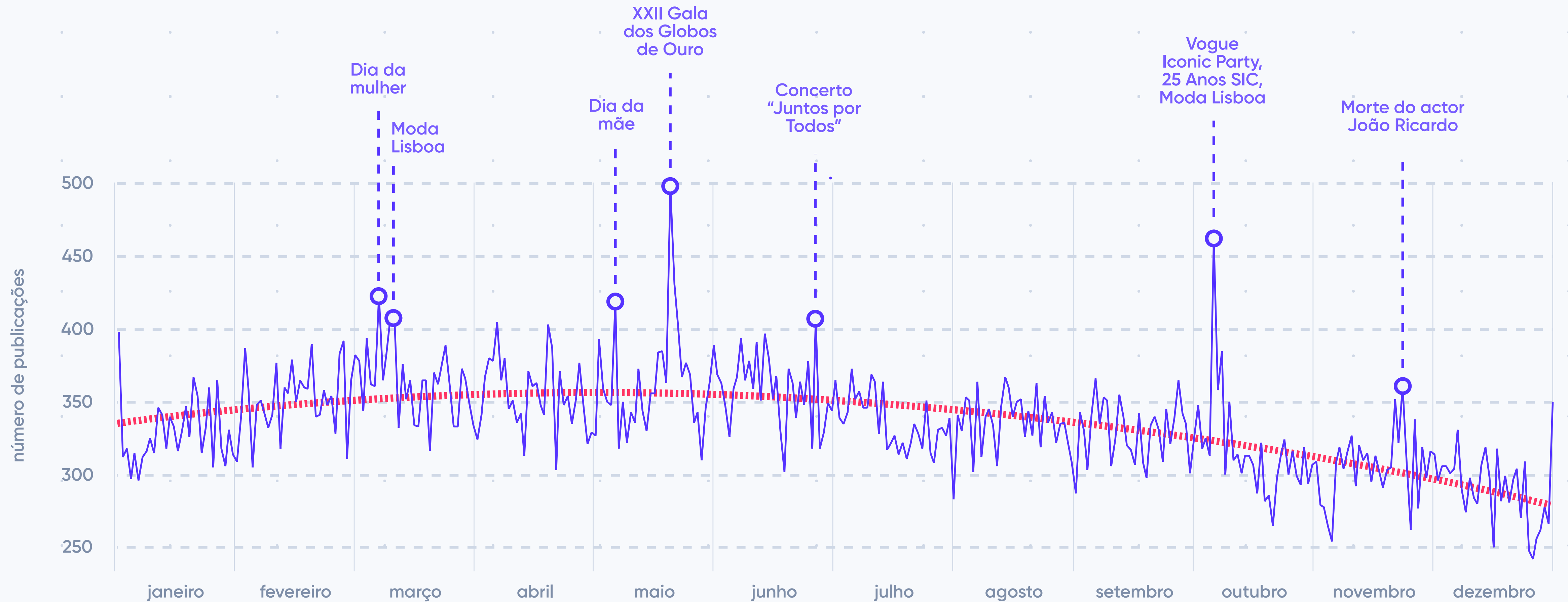
No entanto, pode perceber-se através do gráfico seguinte que o número de publicações no 1º semestre de 2017 é superior ao número de publicações no 2º semestre – a média do 1º semestre (354 publicações por dia) é superior à do 2º semestre (319 publicações por dia).

Com 498 publicações, foi o dia 21 de maio que

obteve o maior pico. Em contrapartida, o dia com o menor número foi o dia 26 de dezembro (242 publicações), acompanhado pelo dia 25 de dezembro (Natal) com 248.

NÚMERO DE PUBLICAÇÕES E EVENTOS EM DESTAQUE

DADOS DE 2017



TOP 10 DIAS COM MAIOR NÚMERO DE CONTEÚDOS PUBLICADOS

O gráfico anterior sugeriu que nos dez dias com maior número de publicações tenha ocorrido algum evento de relevo ou se trate de uma data comemorativa. Com esse pressuposto, analisaram-se as *hashtags* mais utilizadas nos respectivos dias para verificar se existe coincidência ou correlação.

A análise às *hashtags* demonstra que há correlação entre o aumento do número de publicações e os eventos destacados no gráfico. É de notar que o mês de maio tem quatro dias entre os dez com mais publicações no ano, sendo três deles consecutivos. No dia 21 de maio – noite da XXII Gala dos Globos de Ouro –, a *hashtag* #globosdeouro foi a mais utilizada (47 vezes), seguida por

#globosdeouro2017 (23 vezes). Ambas as *hashtags* lideraram também no dia seguinte, sendo que a *hashtag* #globosdeouro chega ainda a ser utilizada no dia 23 de maio (7 vezes). Além desses três dias de maio, o Dia da Mãe (7 de maio) também consta no top 10, com as *hashtags* relacionadas #mothersday (11 vezes) e #diadamae (10 vezes).

O mês de março também apresenta números relevantes no top 10. Desde logo, o Dia da Mulher (8 de março) com as quatro *hashtags* mais utilizadas referentes ao dia: #diadamulher (17 vezes), #diainternacionaldamulher (12 vezes), #womensday (12 vezes) e #internationalwomensday (8 vezes). Para além do dia da mulher, o mês de março apresenta ainda duas datas

consecutivas, 11 e 12, referentes ao ModaLisboa, o evento de moda com maior reconhecimento em Portugal.

Houve referências também ao concerto solidário “Juntos por Todos” para homenagear e angariar fundos para as vítimas do incêndio florestal de Pedrógão Grande, com as *hashtags* #juntosportodos (38 vezes), #portugal (13 vezes) e #meoarena (8 vezes). Outro evento que também motivou bastantes publicações foi o aniversário de 25 anos da SIC, no dia 6 de outubro, em que a *hashtag* #sic25anos foi utilizada 28 vezes.

DADOS DE 2017

hashtags mais utilizadas nº de utilizações (nº de utilizadores)



NÚMERO DE PUBLICAÇÕES POR DIA DA SEMANA VS. NÚMERO MÉDIO DE GOSTOS POR PUBLICAÇÃO

Exploraram-se os dados com o objetivo de verificar se existe uma tendência no comportamento dos utilizadores durante os dias da semana. Em semelhança com a análise anual, não existe uma clara diferença entre a quantidade média de publicações diárias – todos os valores variam em torno da média de cerca de 17.500 publicações.

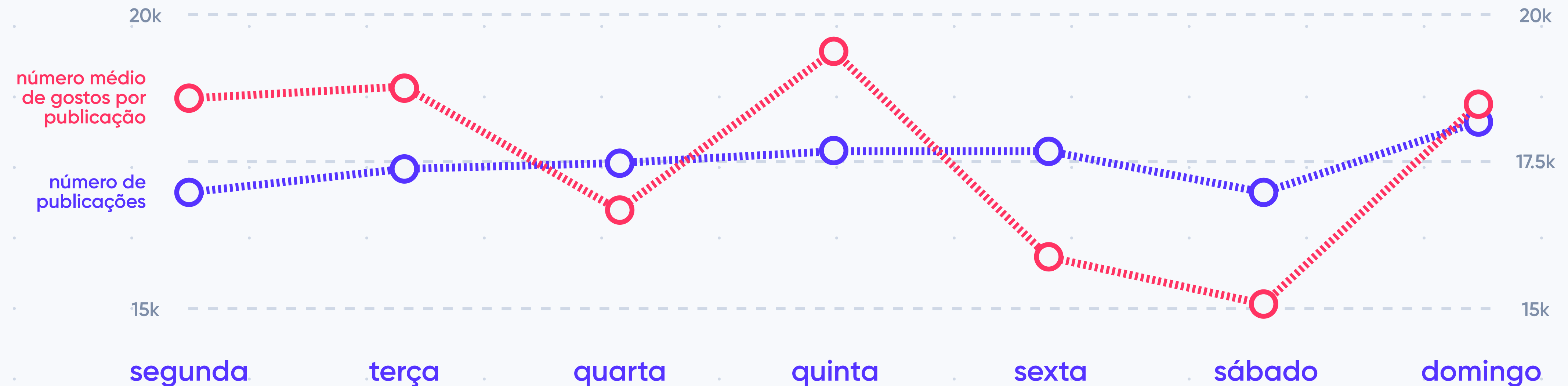
No entanto, ao analisar o número médio de gostos por publicação, encontramos valores ligeiramente diferentes entre os dias da semana, sendo a quinta-feira o dia em que há um maior número de gostos por publicação (média de 19.455 gostos) e o sábado o dia em que se encontra um menor número de gostos (média de 15.162 gostos).

É de notar que às quintas-feiras existe uma

hashtag mundialmente utilizada – a famosa #tbt (throwback thursday) –, em que são feitas publicações referentes ao passado, ou seja, espera-se que haja uma maior interação dos utilizadores com os conteúdos publicados pelos influenciadores digitais pois estes também alcançam um público mais amplo.

NÚMERO DE PUBLICAÇÕES POR DIA DA SEMANA VS. NÚMERO MÉDIO DE GOSTOS POR PUBLICAÇÃO

DADOS DE 2017





CONCLUSÃO

É impossível ignorar a escala das interações que decorrem nas redes sociais. Neste universo fundem-se celebridades que conhecemos dos media tradicionais, novas estrelas que surgiram nos meios digitais, empresas, marcas, entidades e pessoas comuns. A influência de cada um destes agentes é sempre inferida pelas métricas globais, mas também pela qualidade do seu discurso e pela empatia que geram junto dos seus fãs, entusiastas e apoiantes que, no Instagram, são designados simplesmente por seguidores.

Atualmente é possível medir com fiabilidade e atribuir significado a todos os novos tipos de dados produzidos pelas redes sociais. As plataformas digitais foram replicando as estruturas de comunicação publicitárias existentes nos

media tradicionais, interrompendo o utilizador com anúncios e mensagens comerciais e afastando a audiência do seu propósito original. Por outro lado, a mediatização de fenómenos como o das *"fake news"*, levou a que algum do conteúdo veiculado por estas plataformas perdesse a confiança dos utilizadores. Todos estes fatores contribuem para o ganho exponencial de poder dos novos influenciadores, pois por detrás da *persona* pública, existe uma pessoa concreta com a qual muitas outras se identificam.

Nesta análise em particular temos de constatar o óbvio: a escala de Cristiano Ronaldo distorce, de certa forma, a realidade em seu redor. "CR7" é um dos maiores influenciadores do mundo e um dos que mais seguidores tem no Instagram,

à escala global. As suas publicações surgem em quase todos os rankings deste estudo com métricas muito superiores a todos os outros. No entanto, uma coisa é a realidade que nos mostram as métricas absolutas, como gostos e comentários, outra é aquela revelada por métricas relativas, tal como o engagement. Estas escapam ao "efeito CR7", não sendo ofuscadas pela magnitude dos seus seguidores, e permitem-nos identificar contas relevantes de menor dimensão, detidas por pessoas que estabeleceram e desenvolveram uma relação privilegiada e de alto valor com a sua audiência.



SOBRE A PRIMETAG

Com o advento da internet e a democratização de plataformas de criação e disseminação de conteúdos, um sem-número de entidades e indivíduos tem vindo a ganhar notoriedade e a agregar audiências. Por força do seu conhecimento específico, experiência, reputação ou da sua capacidade criativa e artística para a criação de conteúdos, tornaram-se famosos e os seus conteúdos consumidos e partilhados por uma multidão de fiéis seguidores.

A Primetag é uma empresa global que desenvolve tecnologia no setor do marketing de influência. No âmbito da sua atividade empresarial, analisa vastas quantidades de informação pública dispersa pelas redes sociais. Ciente da importância sociológica deste conhecimento, a

Primetag decidiu compilar e analisar esta informação e partilhá-la publicamente. Pretende-se, desta forma, contribuir para um maior esclarecimento no debate público sobre o comportamento social na internet em Portugal. É também objetivo da Primetag lançar um barómetro em 2018 com informação detalhada sobre esta temática.



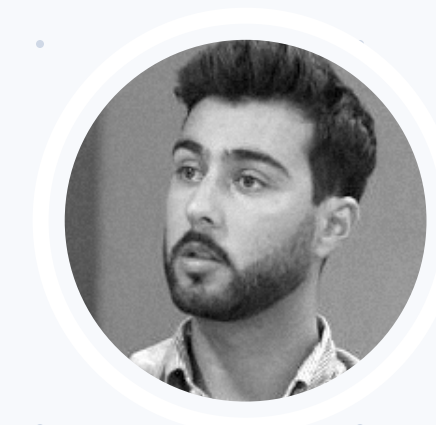
IEUA Campus Universitário de Santiago
Edifício 1, 3810-193, União Freguesias
Gloria e Vera Cruz, Aveiro



00351 211 976 902



hello@primetag.com



Manuel Albuquerque

Co-founder & CEO

manuel.albuquerque@primetag.com



Paulo Gaspar

Co-founder & CTO

paulo.gaspar@primetag.com



Pedro Fernandes

Chief Marketing Officer

pedro.fernandes@primetag.com

00351 919 201 540