

## VISÃO DO CORREIO

# Os influenciadores e a Black Friday

Brasil e influenciadores digitais são feitos um para o outro. Não restam dúvidas. Apenas no Instagram, estima-se que o país conte com 10,5 milhões de influenciadores, além dos outros milhões que se concentram em plataformas como YouTube e TikTok.

Estudo realizado pela Youpix este ano, em parceria com a MindMiners, ambas empresas que trabalham com estratégias de marketing e pesquisas em conteúdo digital, mostra que dobrou a quantidade de marcas que investem mais de R\$ 1,5 milhão em marketing de influência, em comparação ao ano anterior. Ou seja, esse já é um mercado de grandes proporções e tem potencial para crescer ainda mais.

A pesquisa *Quem te influencia?*, citada acima, mostra que seis em cada 10 seguidores de redes sociais já compraram produtos ou serviços recomendados por influenciadores e preferem esse formato para a descoberta de novos produtos. Dados revelam que o número de followers (seguidores) não é o fator principal para esses consumidores: 73% deles afirmam que um influenciador é alguém que promove ideias e pode influenciar opiniões e comportamentos de seus seguidores independentemente da quantidade.

Tamanha é a força desses criadores de conteúdo junto a sua audiência que grande parte do que gira em torno da Black Friday — cujo ponto alto é exatamente hoje — conta com a participação desse novo profissional em milhares de propagandas, publicidades e

até mesmo programas de televisão que uniram vendas e diversão.

Quando às redes sociais, ainda que disperso, o Instagram é a que lidera a preferência da audiência para seguir influenciadores, conforme o estudo, e aparece também em primeiro lugar na preferência das marcas para trabalhos com influenciadores, o que reforça o poder da plataforma na influência que os criadores exercem.

O estudo detectou ainda que o influenciador desperta o interesse, mas a conversão em si depende de diversos fatores. Quando ocorre, a preferência, muitas vezes, recai sobre o meio digital, especialmente em canais onde é possível comparar produtos e preços: 67% dos entrevistados afirmam pesquisar melhor sobre o produto ou serviço da marca recomendada pelo influenciador antes de comprar, enquanto somente 16% dizem comprar no mesmo instante em que vê o “publipost” do influenciador.

De toda forma, em tempos de ofertas e promoções em alta — assim como todo o charme exposto pelos influenciadores —, o momento é de cautela, já que o fim do ano está chegando e, com ele, despesas pesadas que se prolongam por dezembro até desembocar em janeiro. A questão é que, bombardeado pelas redes sociais e outros meios de veiculação, o consumidor parece mesmo disposto a gastar. Pesquisa da Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) e do Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) constatou que nove em cada 10 consumidores brasileiros pretendem fazer compras durante esta edição da Black Friday.



**ROBERTO FONSECA**  
robertofonseca.df@dabr.com.br

## Imagem na lona

Em um intervalo inferior a 96 horas, dois eventos realizados nos dois maiores estádios do Rio de Janeiro atingiram em cheio a imagem do país no exterior. Se somos conhecidos pela cultura vibrante e por ter um povo hospitaleiro, a morte da estudante Ana Clara Benevides, de 23 anos, no show da Taylor Swift e a briga entre torcedores brasileiros e argentinos no Maracanã mostram que é necessário repensarmos a organização de espetáculos e jogos de futebol. Estamos atrasados. E não é pouco.

No sábado passado, o país acordou com uma notícia impactante. A morte de Ana Clara, depois de sofrer uma parada cardiorrespiratória no Estádio Nilton Santos, gerou uma onda de comoção e indignação, e levantou questionamentos sobre a realização de eventos para grandes públicos no Brasil. Em meio ao forte calor que atingiu mais da metade do país, milhares de pessoas reclamavam da dificuldade em comprar água e da péssima circulação do ar. Na prática, o público pagou caro por um ingresso para sofrer. Para se evitar uma nova tragédia, o show de sábado precisou ser adiado para a segunda-feira, com os espectadores já dentro do estádio. Exemplo nítido da desorganização.

Acredito que a adoção de lugares marcados é uma medida mais do que necessária. No exterior, é uma prática comum em shows e outros eventos públicos. Nos Estados Unidos, a maioria dos shows de grandes artistas ocorre em arenas ou estádios com lugares fixos. No entanto, é importante ressaltar que não é uma solução milagrosa. É preciso que seja acompanhada do treinamento das equipes de segurança e conscientização

do público. Aqui no Brasil, por exemplo, terá que se mudar a concentração do público na pista. Em vez de aglomeração, com x pessoas por metro quadrado, será necessário colocar cadeiras para que cada um fique no seu devido lugar, e o valor do ingresso seja referente à posição escolhida. Quer ficar mais perto? Pague mais caro por isso.

Transmitida ao vivo para todo o mundo, a briga ocorrida no Maracanã — frise-se em uma partida de eliminatórias de Copa do Mundo — também deixou uma imagem negativa do Brasil no exterior. Afinal, se isso ocorre em um evento oficial entre duas das maiores seleções do futebol mundial, com policiais militares descendo o cassetete na cabeça do público pagante em meio a uma confusão generalizada, com feridos sangrando e danos materiais diversos, imagine como é a ação longe das câmeras de televisão. Depois dos enfrentamentos registrados entre torcedores do Fluminense e Boca Juniors, na final da Libertadores, não era mais prudente ter separado brasileiros e argentinos na partida da eliminatória da Copa? De 2014 para cá, o país recebeu uma Copa, uma Olimpíada e parece que não aprendemos nada com isso.

Os dois episódios mostram que o Brasil ainda tem um longo caminho a percorrer em termos de segurança e organização de eventos públicos. De hoje a domingo, Taylor Swift vai se apresentar mais três vezes no Brasil. Desta vez, em São Paulo. Todos estarão de olho e na torcida para que tudo dê certo. Chega de amadorismo e incompetência. Segurança em primeiro lugar.



## » Sr. Redator

» Cartas ao Sr. Redator devem ter, no máximo, 10 linhas e incluir nome e endereço completo, fotocópia de identidade e telefone para contato.  
» E-mail: [sredat.df@dabr.com.br](mailto:sredat.df@dabr.com.br)

## Poderes do STF

A PEC 08/21, votada ontem pelo Senado, foi um pequeno passo para o equilíbrio de forças entre os Poderes, mas ainda falta muito para o aprimoramento de nossa democracia. Temos que pensar agora na reforma da função e no modo de nomeação dos ministros do STF. Pois muito mais importante que limitar os poderes do STF é tirar de lá quem não obedece os limites da Constituição Federal. Eu não sei de onde tiraram que a democracia tem que proteger os direitos das minorias. Se fosse assim, o candidato eleito teria que ser o menos votado de todos, mas todos sabemos que não é o caso, embora haja exceções. Nesse sentido, dizer que uma decisão monocrática de ministro do Supremo que nunca recebeu um voto é meio de equilibrar os poderes é um contrassenso. Como assim? Então um congressista é eleito com milhões de votos para participar do processo legislativo e, na hora de aplicar a lei, vem um ministro em decisão monocrática e suspende a aplicação da lei, discutida, votada e sancionada, e fica por isso mesmo? Que equilíbrio é esse? Ministros do Supremo querem legislar, então, devem concorrer às eleições. Ou, então, se quiserem um equilíbrio de forças, está na hora de o cargo de ministro do Supremo ser por eleição, e não por nomeação. Está passando da hora de aprimorarmos essas forças de Poder, adequando a função e o modo de preenchimento do cargo de ministro do STF sob pena de consolidarmos a monarquia no Brasil, só que com Onze Reis! Acorda Brasil!

» **Sylvana Machado Ribeiro**  
Lago Sul

» Como está difícil discernir com clareza o certo e o errado na esfera pública! Essa matéria que reduz os poderes do Supremo Tribunal Federal (STF) escancara a confusão em que se encontra a vida pública nacional e a dificuldade que a cidadania tem para atinar com o que é certo e conveniente para a coletividade. Não tenho dúvida de que a iniciativa apoiada pela oposição tem motivação espúria, visando desmoralizar alguns agentes e setores do Judiciário. Dá nojo ouvir discursos

## Desabafos

» Pode até não mudar a situação, mas altera sua disposição

Fique esperto. Chegou a tão esperada Black Friday e os alertas são muitos. Redobrar as atenções é o mínimo, pois o canto da sereia aumenta nesta data. Olho vivo, minha gente!

**José Ribamar Pinheiro Filho** — Asa Norte

Com o gigantesco rombo das contas públicas, ainda há previsão de abertura de mais ministérios?

**Marcos Gomes Figueira** — Sudoeste

ChatGPT, que completou um ano, jogou luzes sobre o campo da inteligência artificial. O potencial da tecnologia é inegável.

**José Matias-Pereira** — Lago Sul

## Erramos

» Diferentemente do publicado na coluna Eixo Capital (23/11, pág. 16), o título da nota sobre o encontro entre o presidente Luiz Inácio Lula da Silva e o governador Ibaneis Rocha está errado. O correto é "Juntos de novo".

par imóveis de alto padrão, carros caros, bebidas e investir em obras de arte e decorações. Acredito que Egídio fazia muitas outras coisas que não são lícitas àqueles que escolhem ser mensageiros do Santo Evangelho. Nas suas celebrações de missas, é muito provável que o vigário não deixasse transparecer que era um tremendo vigarista. Inúmeras vezes deve ter recomendado aos fiéis retidão, fé, amor a Deus e ao próximo, caridade e não poupar nas ofertas. Deve ter dito com muita ênfase: dê e receba mil vezes mais. Padre Egídio, lobo em pele de cordeiro. Ele trocou a batina por um uniforme de presidiário. Tenhamos cuidado com os falsos pregadores.

» **Jeovah Ferreira**  
Taquari

de políticos como Marcos Rogério, general Girão e Damares. Mas o que está em jogo é principalmente o seguinte: a atual situação de atuação do STF, que a proposta formalmente visa alterar, é simplesmente inaceitável, verdadeira aberração à luz de princípios democráticos. Isso fica evidente com o apoio declarado pessoalmente pelo líder Jacques Wagner, nada obstante à abstenção formal do governo Lula, e o voto contrário do PT. Não se pode negligenciar as raras frestas de lucidez que nos restam no avassalador tirotole da radicalização e polarização político-ideológica.

» **Ayer Campos**  
Brasília

## Diferença

Francisco de Assis nasceu em uma família rica e renunciou toda a riqueza para viver na simplicidade e na pobreza. Semeava o Santo Evangelho, cuidava dos doentes e dos menos favorecidos da sociedade. O sacerdote vivia de acordo com os ensinamentos de Jesus Cristo. Tinha profundo respeito por tudo que Deus criou. Considerava os animais “irmãos” e “irmãs”. Vivia uma vida na humildade e no amor. O padre Egídio de Carvalho Neto, João Pessoa/PB, ex-diretor do Hospital Padre Zé, mostrado na televisão no momento de sua prisão, fez diferente de Francisco de Assis. Tirava dos pobres e doentes para comprar imóveis de alto padrão, carros caros, bebidas e investir em obras de arte e decorações. Acredito que Egídio fazia muitas outras coisas que não são lícitas àqueles que escolhem ser mensageiros do Santo Evangelho. Nas suas celebrações de missas, é muito provável que o vigário não deixasse transparecer que era um tremendo vigarista. Inúmeras vezes deve ter recomendado aos fiéis retidão, fé, amor a Deus e ao próximo, caridade e não poupar nas ofertas. Deve ter dito com muita ênfase: dê e receba mil vezes mais. Padre Egídio, lobo em pele de cordeiro. Ele trocou a batina por um uniforme de presidiário. Tenhamos cuidado com os falsos pregadores.

## CORREIO BRAZILIENSE

“Na quarta parte nova os campos ara  
E se mais mundo houera, lá chegara”  
Camões, e.VII e 14

**GUILHERME AUGUSTO MACHADO**  
Presidente

**Leonardo Guilherme Lourenço Moisés**  
Vice-Presidente executivo

**Ana Dubeux**  
Diretora de Redação

**Valda César**  
Superintendente de Negócios e Marketing

**S.A. CORREIO BRAZILIENSE** — Administração, Redação e Oficinas Edifício Edison Varela, Setor de Indústrias Gráficas - Quadra 2, nº 340 - CEP 70610-901. Rede Interna: 3214.1102 - Redação: (61) 3214.1100; Fax: (61) 3214.1155 - Comercial: (61) 3214.1526, 3214.1211 - Fax: (61) 3214.1205 - Sucursal São Paulo: End.: Alameda Joaquim Eugênio de Lima, nº 732, 7º andar - Jardim Paulista - CEP: 01403-000 - São Paulo/ SP Tel: (11) 3372-0022; E-mail: [associados@uaigiga.com.br](mailto:associados@uaigiga.com.br). Sucursal Rio de Janeiro: End.: Rua Fonseca Teles, nº 114 a 120, Bloco 2, 1º andar - São Cristóvão - CEP: 20940-200 - Rio de Janeiro/ RJ, Tel: (21) 2263-1945; E-mail: [sucursalf@uaigiga.com.br](mailto:sucursalf@uaigiga.com.br). REPRESENTANTES EXCLUSIVOS: Minas Gerais e Espírito Santo — Mídia Brasil, Rua Tenente Brito Melo, 1223, sala 602 - Barro Preto - CEP: 30.180-070 - Belo Horizonte/ MG; Tel.: (31) 3048-2310; E-mail: [comercial@midiaabril.com.br](mailto:comercial@midiaabril.com.br). Região Sul - HRM Representações Publicitárias, Rua Saldanha Marinho, 33 sala 508 - Menino Deus - CEP: 90.160-240 - Porto Alegre/ RS; Tel.: (51) 3231-6287; E-mail: [hmr@hrmmultimedia.com.br](mailto:hmr@hrmmultimedia.com.br). Regiões Nordeste e Centro Oeste - Goiânia: Êxito Representações — Rua Leonardo da Vinci, Quadra 24, Lote 1, C/2, Jardim Planalto — CEP: 74333-140, Goiânia-GO — Telefones: 62 3085-4770 e 62 3912-6119. Brasília: Sá Publicidade e Representações, SCS Qda 02 Bl. D - 15º andar - Ed. Oscar Niemeyer - salas 1502/3 - CEP: 70.316-900 - Brasília/DF; (61) 3201-0071/0072; E-mail: [Thiago@sapublicidade.com.br](mailto:Thiago@sapublicidade.com.br). Região Norte - Meio e Mídia, SRTVS Qda 701, Bl. K - Ed Embassy Tower, salas 701/2 - CEP: 73.340-000 - Brasília/DF; Tel.: (61) 3964-0963; E-mail: [atendimento@meioemidia.com.br](mailto:atendimento@meioemidia.com.br).

Endereço na Internet: <http://www.correiowb.com.br>  
Os serviços noticiosos e fotográficos são fornecidos pela Reuters, AFP, Agência Notícias Intercontinental, Agência Estado, Agência O Globo, Agência A Tarde, Agência Folha, Agência O Dia e DA Press. Tel: (61) 3214-1131.

**COMO ENTRAR EM CONTATO COM O CORREIO**  
Assinante/leitor/ classificados: 3342-1000

## VENDA AVULSA

Localidade SEG/SÁB DOM

DF/GO R\$ 4,00 R\$ 6,00

\* Preços válidos para o Distrito Federal e entorno. Consulte a Central de Relacionamento (3342-1000) para mais informações sobre preços e entregas em outras localidades, assim como outras modalidades e formas de pagamento. Assinaturas com forma de pagamento em empenho terão valores diferenciados. Aquisição de assinaturas para atendimento de demanda de licitação é sob consulta. Preços válidos para até 10 (dez) assinaturas por CPF ou CNPJ.

DA Press Multimídia Atendimento pessoalmente para pesquisa em jornais e cópias: SIG/Quadra 2, nº 340, bloco I, Subsolo - CEP: 70610-901 - Brasília - DF de segunda a sexta, das 9h às 18h.

Atendimento para venda de conteúdo: Por e-mail, telefone ou pessoalmente: de segunda a sexta, das 9h às 22h/ sábados, das 14h às 21h/ domingos e feriados, das 15h às 22h. Telefones: (61) 3214.1575/1582/1568/0800-6477-7377. Fax: (61) 3214.1595. E-mail: [dapress@dabr.com.br](mailto:dapress@dabr.com.br) Site: [www.dapress.com.br](http://www.dapress.com.br)

ASSINATURAS \*  
SEG a DOM  
R\$ 837,27

360 EDIÇÕES  
(promocional)

DIÁRIOS ASSOCIADOS DA

DA LOG

Agenciamento de Publicidade