

Release

Vacina da Covid-19, iPhone ou chocolate? Brasileiros bombam as redes sociais com ideias criativas para presentes no ano da pandemia

Em menos de um mês, foram mais de 160 mil tweets sobre compras de Natal e Ano Novo. Cobertura na imprensa também cresceu, com aumento de 138% em comparação a 2018.

São Paulo, 29 de dezembro de 2020 - Todos os anos, estamos habituados a ver as tradicionais notícias sobre as compras de fim de ano. Mas, o que mudou nesta cobertura com a pandemia, que exige isolamento social e afeta diretamente o comércio e a economia? Um levantamento feito pela empresa de tecnologia Knewin mostrou que o tema foi destaque tanto na imprensa como nas redes sociais. Em menos de um mês (*1 a 26 de dezembro*) foram mais de 160 mil tweets sobre compras e presentes de Natal e amigo secreto. As sugestões vão de iPhone até vacina contra a Covid-19 como presente.

Na imprensa, o crescimento da cobertura sobre as compras de fim de ano foi significativo. Entre 2018 a 2020 houve um aumento de 138,57% no número de notícias sobre o assunto (*período analisado: 1 a 25 de dezembro*). Ao todo foram mais de 180 mil matérias jornalísticas sobre o tema somente em 2020. O rádio e a televisão foram os meios que deram mais atenção a esta pauta.

Como presentear durante a pandemia

Mesmo com o isolamento social, os brasileiros não pouparam criatividade na hora de conversar sobre os presentes de fim de ano nas redes sociais. Entre as sugestões de presentes mais citadas destaca-se a vacina contra a Covid-19, que aparece ao lado de iPhone e tênis. Chocolates também foram uma opção bastante comentada em tweets que destacaram as marcas Cacau Show, Lacta e Nestlé.

Os termos bombom ou bombons apareceram em cerca de 1500 tweets somente na semana do Natal, refletindo o costume do brasileiro de presentear com caixas de chocolate.

Sleeping Giants

Outro tema bastante comentado foi o movimento Sleeping Giants. As denúncias sobre marcas que estaria promovendo fake news durante o período das festas de fim de ano destacaram-se entre as menções, que incluíam marcas como Casas Bahia.

Sobre a Knewin

Fundada em Florianópolis em 2011, a Knewin tem como missão democratizar o acesso à informação a partir de tecnologia de ponta. A maior empresa de PR Tech da América Latina é responsável por desenvolver soluções de monitoramento de notícias e de redes sociais para cerca de mil clientes de vários segmentos, incluindo comunicação e marketing, em quatro países. A Knewin tem uma estratégia de crescimento consistente e já fez onze aquisições desde 2016 (Informa Brasil, Zubit, Oficina de Clipping, Myclipp, DataClip, Editorial Link, Varjão Clipping, Monitori, MITI, Plugar e Armazém Digital), que ajudaram na construção de um portfólio ainda mais robusto.

Mais informações para a imprensa

FSB Comunicação

Tarcila Galdino
tarcila.galdino@fsb.com.br

Maria Izabel Guimarães
izabel.silva@fsb.com.br