

# INFLUENCIADORES DE INVESTIMENTOS

2020 / 2021



# SUMÁRIO

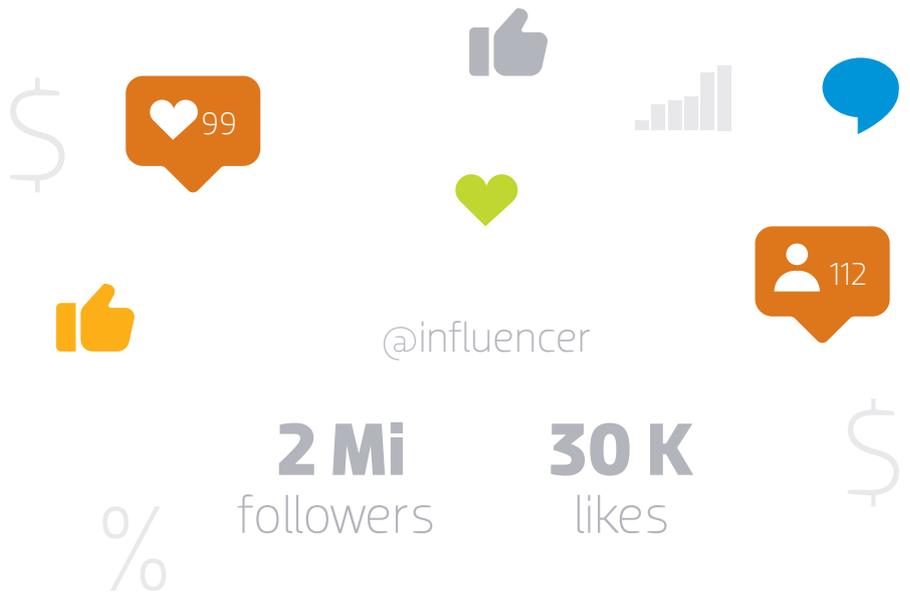
@Influenciadores de Investimentos

W 8228 74

|   |  |         |
|---|--|---------|
|    | Introdução                                   | pág. 3  |
|    | Um pouco da metodologia                      | pág. 6  |
|    | Cenário atual                                | pág. 9  |
|   | Uso dos influenciadores pelo mercado         | pág. 18 |
|  | Um pouco mais a fundo                        | pág. 21 |
|  | O "tamanho" do influenciador                 | pág. 44 |
|  | Na boca do povo                              | pág. 50 |
|  | Caiu na rede:<br>Uma análise sobre o YouTube | pág. 63 |
|  | Conclusão                                    | pág. 72 |



ANBIMA



# INTRODUÇÃO



A última década será para sempre lembrada como o período em que o domínio global das mídias sociais se consolidou. Ainda que a maioria delas tenha sido criada no início do século, foi a partir de 2010 que Facebook, Instagram, Twitter e YouTube se firmaram como plataformas em que pessoas do mundo inteiro interagem, se comunicam, fazem compras e consomem conteúdo sobre temas diversos, 24 horas por dia, sete dias por semana.

Na esteira desse fenômeno, muitos personagens se tornaram estrelas da noite para o dia ao ditar tendências, divulgar marcas, defender causas, produzir conteúdo e engajar milhares de seguidores a cada postagem ou vídeo: os influenciadores digitais. Focados em nichos, eles começaram a se debruçar sobre temas bastante caros para a **ANBIMA** – investimentos, finanças pessoais e educação financeira.

Com o avanço desses players, ficou para trás o tempo em que falar de investimentos era conversa restrita ao cafezinho com o gerente. O assunto cresceu e virou tema de bate-papo nas redes sociais. Assim, vários desses agentes têm um papel notável ao contribuírem com a educação financeira e a disseminação de informações acessíveis sobre o mercado para a população em geral.



Essa atividade é bastante relevante diante da realidade atual. No ambiente macroeconômico, vivemos há mais de dois anos uma baixa taxa de juros que está tirando o investidor brasileiro da zona de conforto gerada pelos rendimentos de aplicações conservadoras. A diversificação do portfólio avançou de tendência para necessidade nesse novo cenário. Ao mesmo tempo, a crise econômica ocasionada pelos impactos da Covid-19 jogou luz à importância de manter uma vida financeira saudável e preparada para turbulências como as trazidas pela pandemia.



A atuação dos influenciadores é abrangente: alcança desde brasileiros que só querem colocar as contas em dia até investidores experientes. Com dicas, análises, mentorias e cursos, esses players viram crescer a base de seguidores de maneira avassaladora ao abordar temas que despertam mais o interesse do brasileiro a cada ano. São técnicas para aprender a poupar, dicas sobre como começar a investir ou até estratégias para comprar e vender ações na bolsa no mesmo dia.

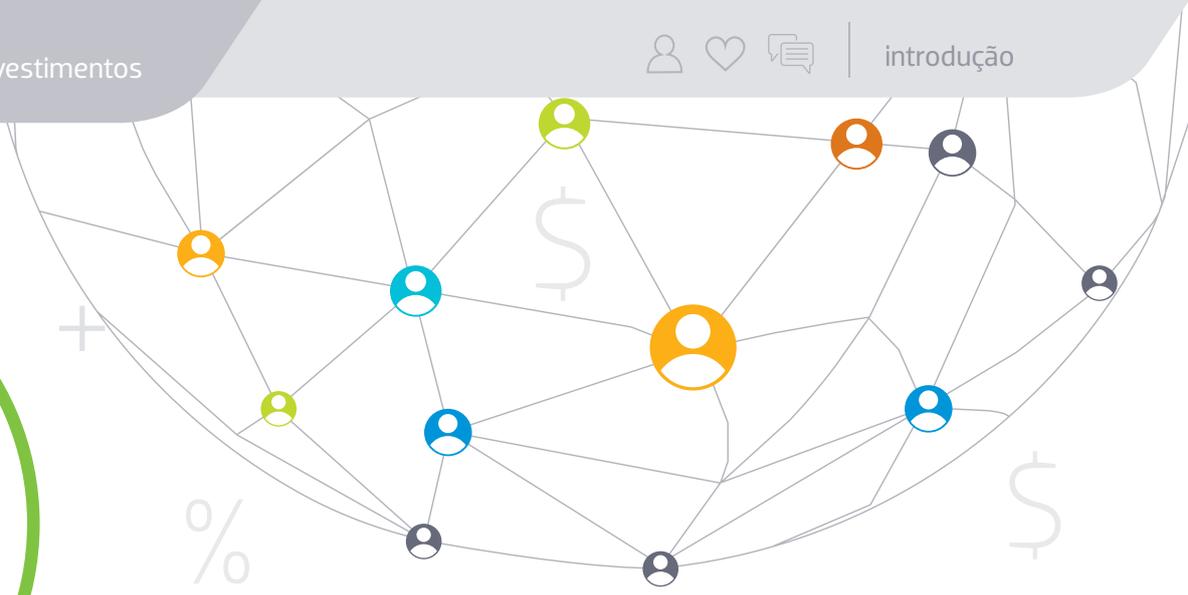


E os integrantes do mercado sabem bem disso. Bancos tradicionais e digitais, corretoras, gestoras, consultorias de valores mobiliários e agentes autônomos buscam cada vez mais ter um posicionamento ativo nas redes sociais. Muitos deles, inclusive, desenvolvem campanhas em parceria com influenciadores já consolidados ou estimulam o fortalecimento da imagem de seus próprios especialistas nas redes.



De acordo com um estudo feito em 2020 pela ANBIMA junto à consultoria EY, os integrantes do mercado têm atuações diversificadas em cada mídia. Entre os agentes autônomos, por exemplo, prevalece a interação direta com os clientes pelo Instagram, enquanto as corretoras são mais fortes em canais no YouTube – que têm se mostrado particularmente eficazes para a divulgação de conteúdos detalhados. A presença dos bancos tradicionais nas redes sociais vem se intensificando recentemente, ainda que sejam tratadas como canais institucionais.



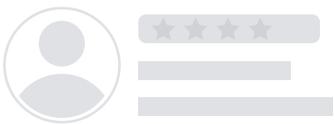
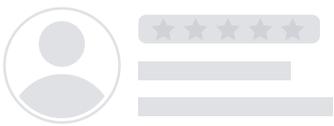


Como representante do mercado, a **ANBIMA** não poderia ficar alheia a esse ecossistema. Por isso, com o apoio do IBPAD (Instituto Brasileiro de Pesquisa e Análise de Dados), desenvolvemos um mapeamento inédito para entender a fundo quem são os novos atores que falam sobre investimentos, como eles se comportam e qual é o nível de influência sobre suas audiências.

Desde setembro de 2020, estamos olhando para esses novos players e consolidamos as principais informações neste relatório: um retrato do mundo dos influenciadores de investimentos na atualidade. Nas próximas páginas, você encontrará quem são os de maior destaque em quesitos como popularidade, média de interações por publicação, frequência de postagens e velocidade do crescimento de alcance nas redes. Também conhecerá quais são os assuntos abordados, quais produtos e ações são mencionados com frequência, como as audiências conversam e muito mais.

Essas informações são um rico aprendizado sobre como impactar diretamente os investidores e sobre como o tema investimento é tratado na internet, podendo até contribuir para identificar movimentos do mercado. Mergulhar nos dados deste relatório é compreender o comportamento dos internautas-investidores e obter insights valiosos que podem auxiliar em uma estratégia digital de marketing e educação financeira mais acertada.

Boa leitura!



**8 Mi**  
followers

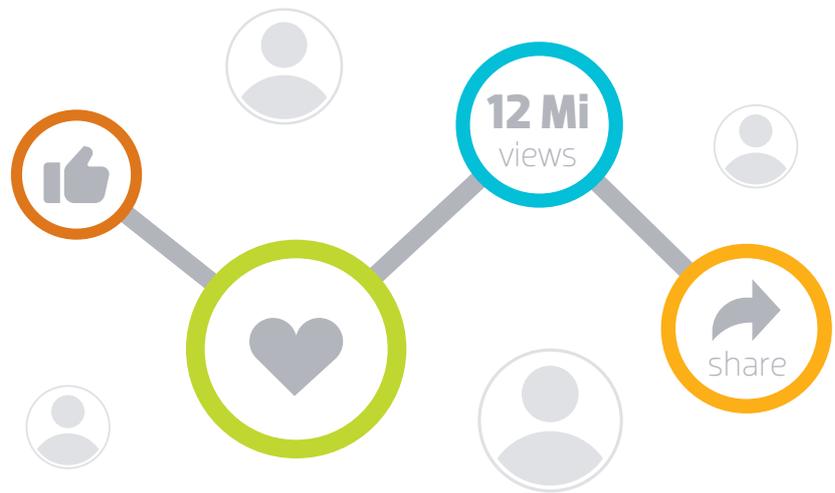
**50 K**  
likes

22

85

15

12



# UM POUCO DA METODOLOGIA



## COLETA E ANÁLISE

Este relatório foi elaborado a partir da análise de dados de postagens públicas de influenciadores digitais de investimentos entre os dias 23 de setembro de 2020 e 5 de fevereiro de 2021. Foram monitorados dados de 160.312 publicações (não são considerados stories) feitas por 591 perfis pertencentes a 266 influenciadores no Facebook, Instagram, Twitter e YouTube.



Para chegar a esses atores, foi feita uma pré-seleção de 290 influenciadores a partir de dados retroativos de menções a investimentos coletadas por uma ferramenta de monitoramento de redes sociais. Foram levados em conta três critérios iniciais: atratividade do público ao conteúdo, afinidade com a pesquisa e alcance (quantidade de seguidores ou inscritos) do influenciador.



Também foram analisados aspectos como as informações que o próprio influenciador disponibiliza no perfil, o conteúdo textual das publicações, os números relacionados ao alcance e ao engajamento (curtidas, comentários, retweets e visualizações). Esse processo resultou nos 266 influenciadores com perfis ativos no período e que têm os investimentos como um dos principais temas de debate.



## DEFINIÇÃO DAS TEMÁTICAS

O universo de investimentos nas redes sociais é heterogêneo e o relatório se debruçou em descobrir quais os assuntos que estão na ponta da língua dos influenciadores. O YouTube foi a rede social utilizada como parâmetro para análise e definição das temáticas mais abordadas. A escolha se baseou pelo estilo de postagens dessa mídia, que têm menos pontos de "fuga" do tópico de investimentos em comparação com as outras redes monitoradas.

Além disso, o YouTube é a que melhor permite a segmentação das publicações a partir de um assunto e suas palavras-chave. A partir desse agrupamento, foi feita uma comparação com os conteúdos presentes nas outras redes. A análise possibilitou a definição dos seis assuntos mais falados no período: dicas de produtos e ações, criptomoedas, análise de ações, day trade, abertura e fechamento de mercado e educação financeira.

Ainda dentro do YouTube, é possível gerar uma rede de assuntos a partir da coleta e análise de vídeos. Isso permite entender como os influenciadores, seus temas e audiências se conectam e qual é a influência de cada um na rede. Os conteúdos são agrupados em clusters – conjunto de canais ou vídeos que tratam de assuntos similares e que têm uma audiência em comum. Cada agrupamento tem uma cor diferente indicando uma temática dominante e cada ponto representa um vídeo diferente. Os temas são definidos com base no título e na descrição das publicações.



Subscribe 1.2 M

### São três os critérios de análise:



**1. Frequência:** quantidade de publicações de um canal no período.



**2. Centralidade:** influência do canal ou vídeo na formação dos clusters. A medida vai de zero (vídeo mais afastado do centro e menos influente) a um milhão (vídeo mais central e com mais influência na formação do cluster).



**3. Conectividade:** indica a quantidade de conteúdos diferentes com os quais a audiência de um canal ou vídeo específico se conecta. Quanto maior a conectividade, maior a capacidade de um vídeo levar a audiência a outros vídeos ou canais.



## DEFINIÇÃO DOS PERFIS

Considerando a descrição do perfil, o comportamento nas redes sociais e os conteúdos publicados, os influenciadores foram classificados em 11 categorias ou tipos. Analisamos a quantidade de perfis ativos, os temas que mais geraram interações, o número de publicações, o alcance e a média de engajamento por post em cada uma.

Desse universo, foram investigadas em profundidade as publicações dos cinco tipos de maior engajamento do público. Os influenciadores desses grupos foram ranqueados considerando os seguintes quesitos:



**Popularidade:** quantidade de seguidores ou inscritos por perfil.



**Atratividade:** quantidade média de interações por publicação.



**Frequência:** número de publicações feitas por perfil no período.



8 Mi  
followers



12 Mi  
followers



32 Mi  
followers

## TAMANHO DOS INFLUENCIADORES E TRENDS

Eles também foram divididos em quatro categorias a partir do número de seguidores e inscritos: pequenos, médios, grandes e gigantes. Para isso, foi usado o boxplot, uma ferramenta gráfica para entender a variação dos valores em quartis, ou seja, cada categoria corresponde sempre a 25% do total de influenciadores. Para considerar um perfil na contagem, o critério utilizado foi a existência de, pelo menos, mil seguidores em determinada rede social.

Eles foram avaliados individualmente no YouTube, no Instagram, no Twitter e no Facebook. A separação serve para qualificar a performance individual em cada uma das redes, já que elas têm características distintas. Isso porque a relevância do influenciador varia de acordo com o ambiente: um mesmo influenciador pode ser classificado como pequeno no Instagram e gigante no Facebook, por exemplo, dependendo da sua base de fãs.

Também foram elencados os influenciadores com maior crescimento do número de seguidores ou inscritos. Para calcular o aumento percentual da base de público, foram utilizados os dados de alcance de cada página na primeira e na última publicações coletadas no monitoramento. O "ranking de trends", que aponta para as tendências, se divide pela grandeza do perfil em cada uma das redes.



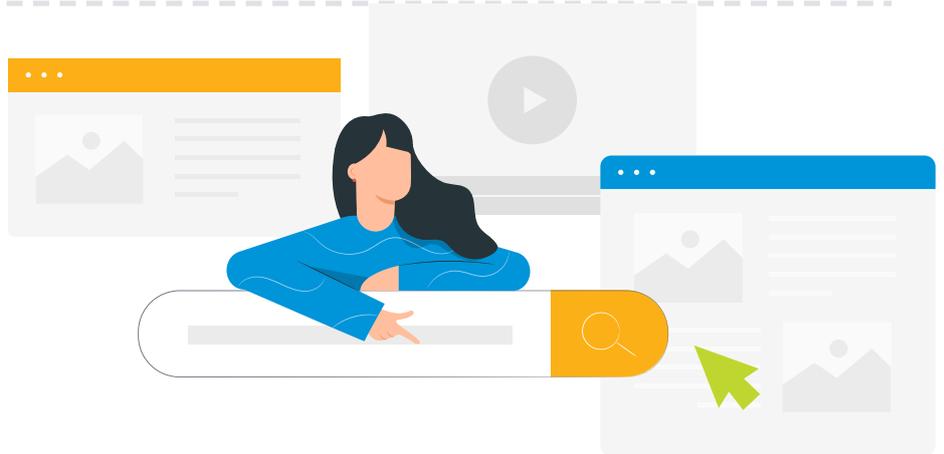
# CENÁRIO ATUAL



Foram identificados **266 influenciadores digitais que falam de investimentos, responsáveis por mais de 160 mil vídeos e postagens** de setembro de

2020 a fevereiro de 2021. Os grandes números não param por aqui. Esses players se comunicam com uma **base de 74 milhões de seguidores** em seus canais, com um engajamento médio de 937 interações por publicação. É o equivalente a pouco mais de um terço da população brasileira, de 211 milhões de pessoas.

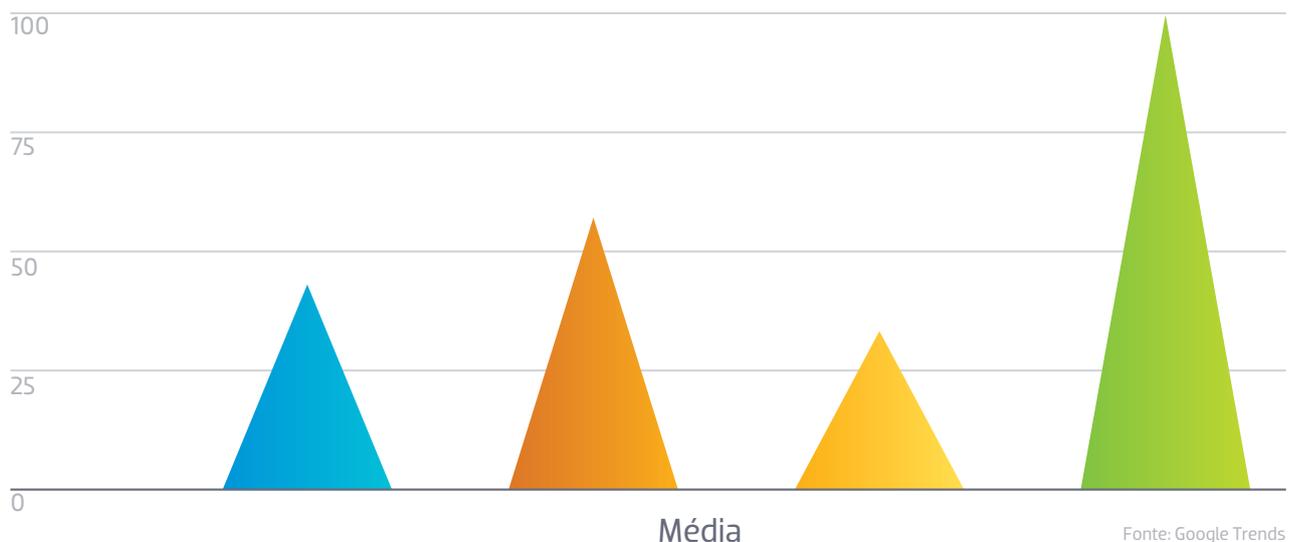
A importância desses personagens como fonte de informação para os investidores (ou futuros investidores) é muito relevante e já supera o alcance das redes sociais dos principais veículos de notícias do país: estas atingem um público de 69,6 milhões de seguidores – soma das redes sociais dos jornais O Globo, Folha de S. Paulo, O Estado de S. Paulo, UOL e dos canais especializados Valor Econômico, Valor Investe, Exame, InfoMoney, IstoÉ Dinheiro e UOL Economia.



Todas | Imagens | Vídeos | Notícias | Shopping | Ferramentas

**A busca por temas do mundo de investimentos supera o consumo de assuntos relacionados à saúde,** mesmo com a pesquisa sendo feita durante a pandemia da Covid-19. Por outro lado, a temática ainda fica atrás de conteúdos sobre esportes e beleza na preferência dos usuários. O gráfico abaixo, extraído do Google Trends, mostra o interesse do público geral por investimentos no YouTube na comparação com outros assuntos, considerando 100 como o maior volume de buscas e zero como o menor volume.

Volume médio de buscas no Google sobre investimento, beleza, saúde e esportes



| Assunto | Investimento | Beleza | Saúde | Esportes |
|---------|--------------|--------|-------|----------|
|         | 👍            | 👍      | 👍     | 👍        |



@twitter

1050 Members

8712 Subscribers

### O Twitter é o queridinho dos influenciadores financeiros e responde por 71,04% das publicações na soma das mídias analisadas.

Parte desse sucesso de volume de posts se explica pela própria natureza da rede: é mais fácil e rápido fazer uma sequência de tweets do que roteirizar, gravar e editar um vídeo, por exemplo. Em seguida, aparecem Instagram (11,76%), YouTube (8,84%) e Facebook (8,35%).

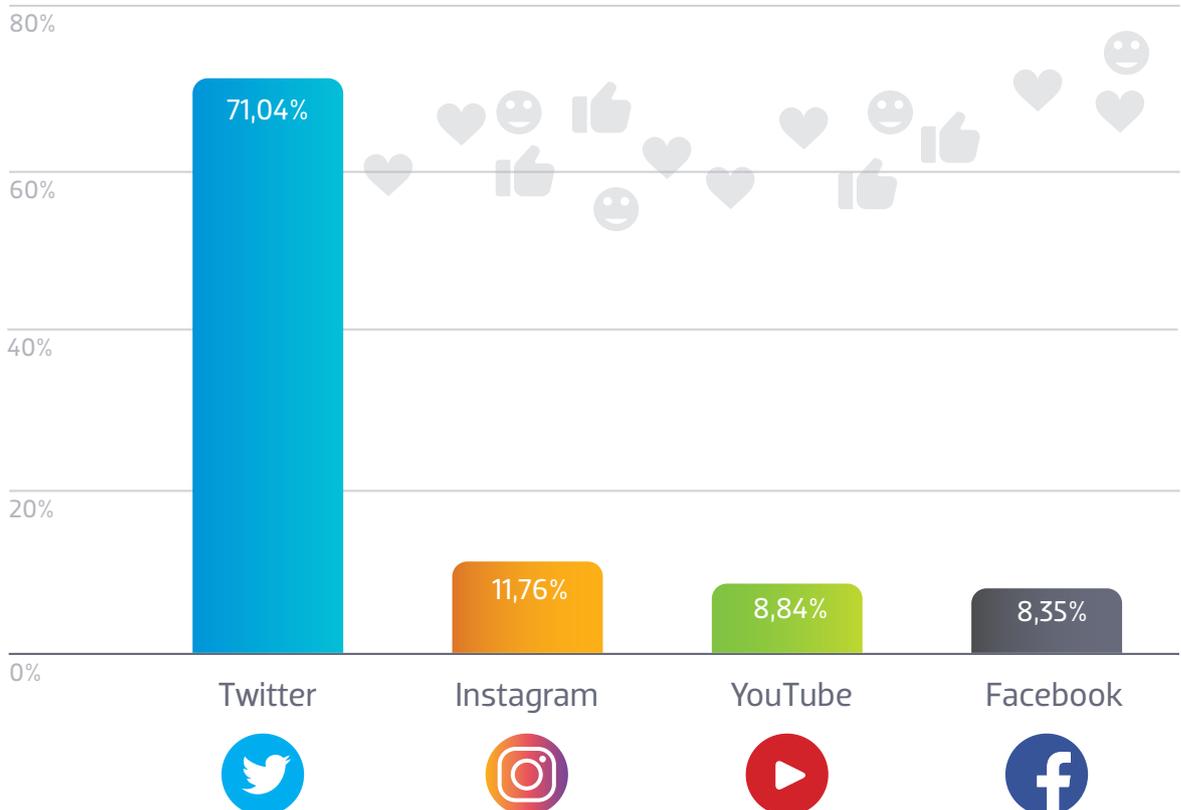
💬 22

↻ 85

❤️ 15

📤 12

#### Publicações por rede social





**10K** followers    **20K** likes

**Olhando para os personagens que se destacam em cada rede, duas influenciadoras chamam atenção:**

no Twitter, a Nath Finanças lidera tanto em popularidade (441 mil seguidores) quanto em engajamento (média de 2 mil interações). Já a xará, Nathalia Arcuri, é mestre em atratividade no Instagram (10,8 mil interações por publicação) e dona de dupla liderança no YouTube: o canal Me Poupe! é o primeiro colocado em alcance (5,7 milhões de inscritos) e engajamento (70,5 mil interações por vídeo).

Follow

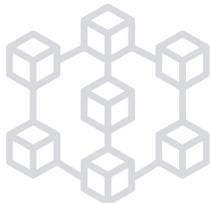
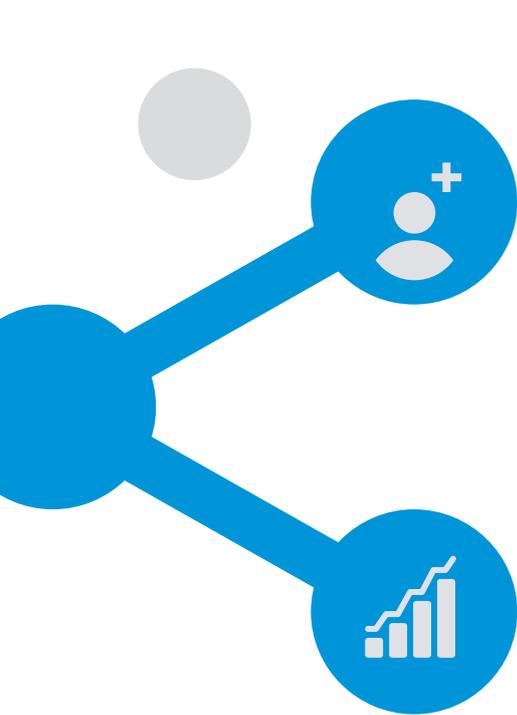
| Top 3 influenciadores por rede social: | Twitter                                      | Instagram  | YouTube                              | Facebook                                     |
|--|--|--|--------------------------------------|--|
| <p>Popularidade (nº de seguidores)</p> | <p>Nath Finanças<br/><b>441 mil</b></p>      | <p>Carol Dias<br/><b>5,9 mi</b></p>                        | <p>Me Poupe!<br/><b>5,7 mi</b></p>   | <p>Empiricus<br/><b>1,1 mi</b></p>           |
| <p>Atratividade (nº de interações)</p> | <p>Nath Finanças<br/><b>2,0 mil</b></p>      | <p>Nathalia Arcuri<br/><b>10,8 mil</b></p>                 | <p>Me Poupe!<br/><b>70,5 mil</b></p> | <p>Economista Sincero<br/><b>1,2 mil</b></p> |
| <p>Frequência (nº de posts)</p>        | <p>TradingView Brasil<br/><b>7,1 mil</b></p> | <p>André Machado, o Ogro de Wall Street<br/><b>980</b></p> | <p>Walter Gomes<br/><b>821</b></p>   | <p>E-Investidor<br/><b>1,5 mil</b></p>       |



**Também descobrimos que os influenciadores digitais de investimentos não são todos iguais. Pelo contrário: há diferenças importantes entre as personas e até mesmo entre os assuntos que dominam seus vídeos e postagens.**

Para mostrar quem é quem na fila do pão, eles foram classificados em 11 categorias: produtor de conteúdo, analista, trader, casa de análise, especialista, investidor independente, assessoria/corretora, portal especializado, educador financeiro, empresa de software e portal de educação. As cinco primeiras categorias chamam a atenção pelo alto nível de interação do público nas redes e respondem, juntas, por 55% de todo o conteúdo analisado no monitoramento. [Confira na página 21.](#)

Os produtores de conteúdo são os que dominam em todas as características analisadas: respondem pelo maior número de influenciadores (48), com o volume de publicações mais significativo no período (23,5 mil), falam com o público mais volumoso (39 milhões) e engajado (média de 2,1 mil interações por post). Os grandes nomes da categoria são Me Poupe!, O Primo Rico (de Thiago Nigro) e Economista Sincero (de Charles Mendlowicz).



SUBSCRIBE



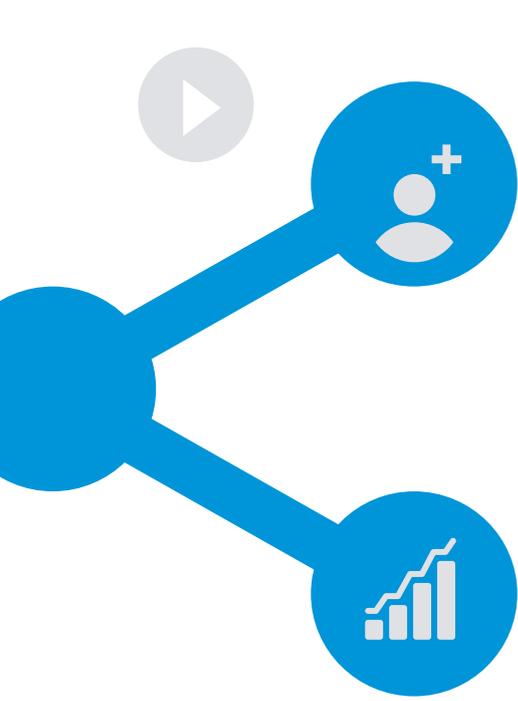
## As casas de análise também merecem um comentário à parte.

Nos últimos cinco anos, especialmente, essas empresas ganharam destaque no mercado brasileiro com a produção de conteúdo – notadamente, relatórios – elaborados por analistas profissionais com indicações de produtos, ações para o investidor ficar de olho e dicas para a composição de portfólio.

Alguns nomes conquistaram especial reputação no mercado, a exemplo de Empiricus, Suno Research, Nord Research e Eleven Financial Research, o que levou o segmento a ser regulamentado pela CVM em 2018, com a Instrução 598. Vale lembrar que analistas de investimentos que produzem os relatórios nessas instituições precisam ser certificados pela Apimec (Associação dos Analistas e Profissionais de Investimento do Mercado de Capitais).

A popularidade dessas casas é crescente. Hoje, elas ocupam o terceiro lugar em alcance entre os 11 perfis da pesquisa: com 6 milhões de seguidores, ainda estão bem distantes do primeiro colocado – produtores de conteúdo, com 39 milhões. O engajamento do público também tem um caminho a percorrer, com uma média de 773 interações por post.

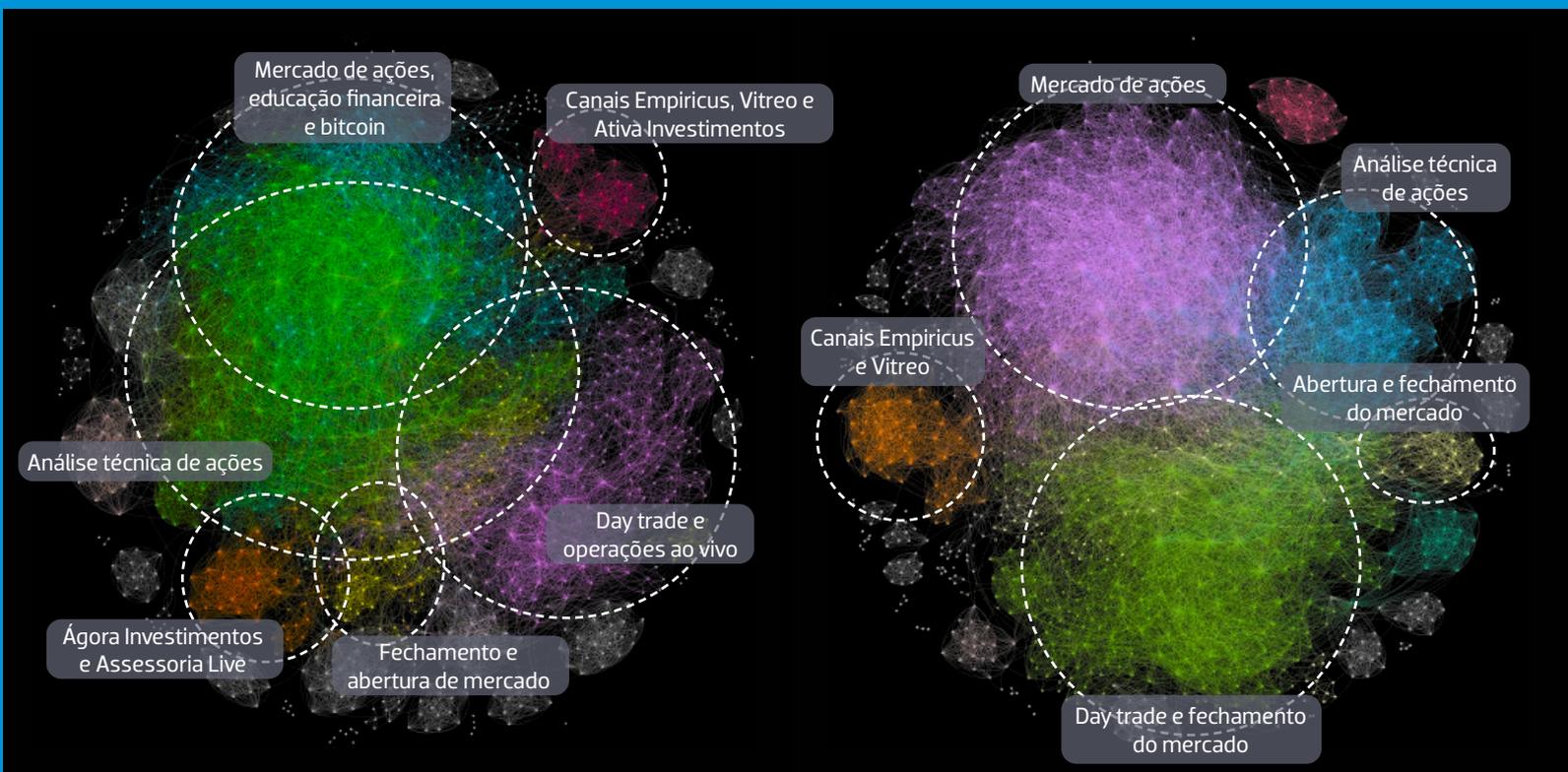
Durante o levantamento, foi possível perceber que o impacto das publicações dessas casas, muitas vezes, fica limitado a um público específico, ou seja, sua influência não se expande entre grande parte dos internautas que consomem conteúdo de investimentos. Eles ficam restritos às suas "bolhas" de atuação. Sabe quando um vídeo não sai dos seus "recomendados" do YouTube e você tem a sensação de que ele está bombando na internet? Pode ser só uma impressão: o algoritmo indica aquele conteúdo repetidamente porque você faz parte da bolha daquele tema pelo tipo de vídeo que consome ou pelos canais com os quais você se relaciona. Mas ele não aparece nem tem influência de verdade entre outras audiências – [confira mais na página 63](#).



Foi o que aconteceu na segunda quinzena de novembro de 2020, quando os vídeos publicados pela Empiricus ficaram restritos a um nicho de espectadores. Esse público, por sua vez, não interagiu com os demais conteúdos divulgados no período – veja os círculos rosa e laranja, na primeira e na segunda imagens. Ou seja, a influência foi limitada a um grupo e não se expandiu sobre as demais conversas de investimentos no período.

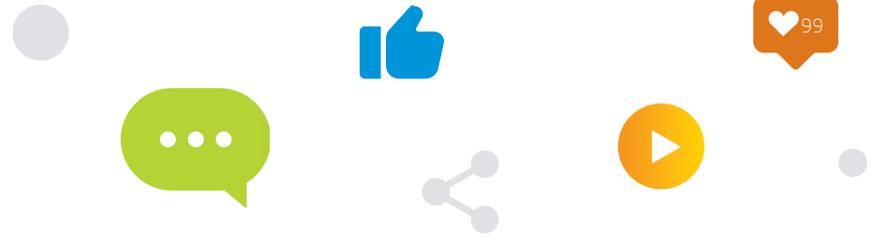
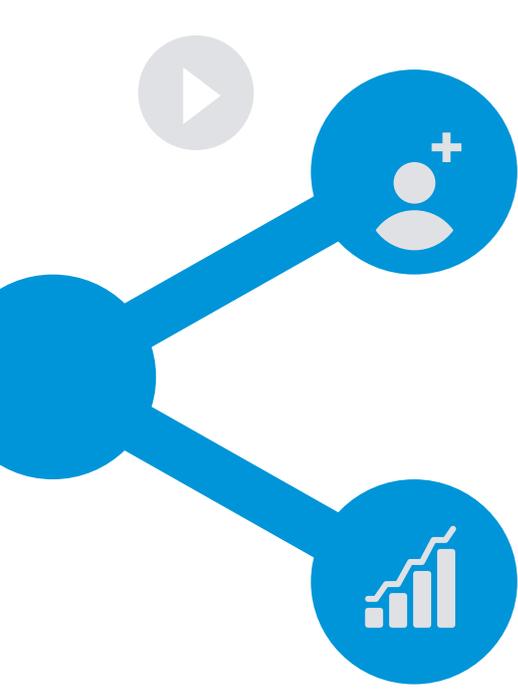
60 210 5k 52

### Interação entre as audiências do YouTube por tema/canal



período: 20 a 26 de novembro

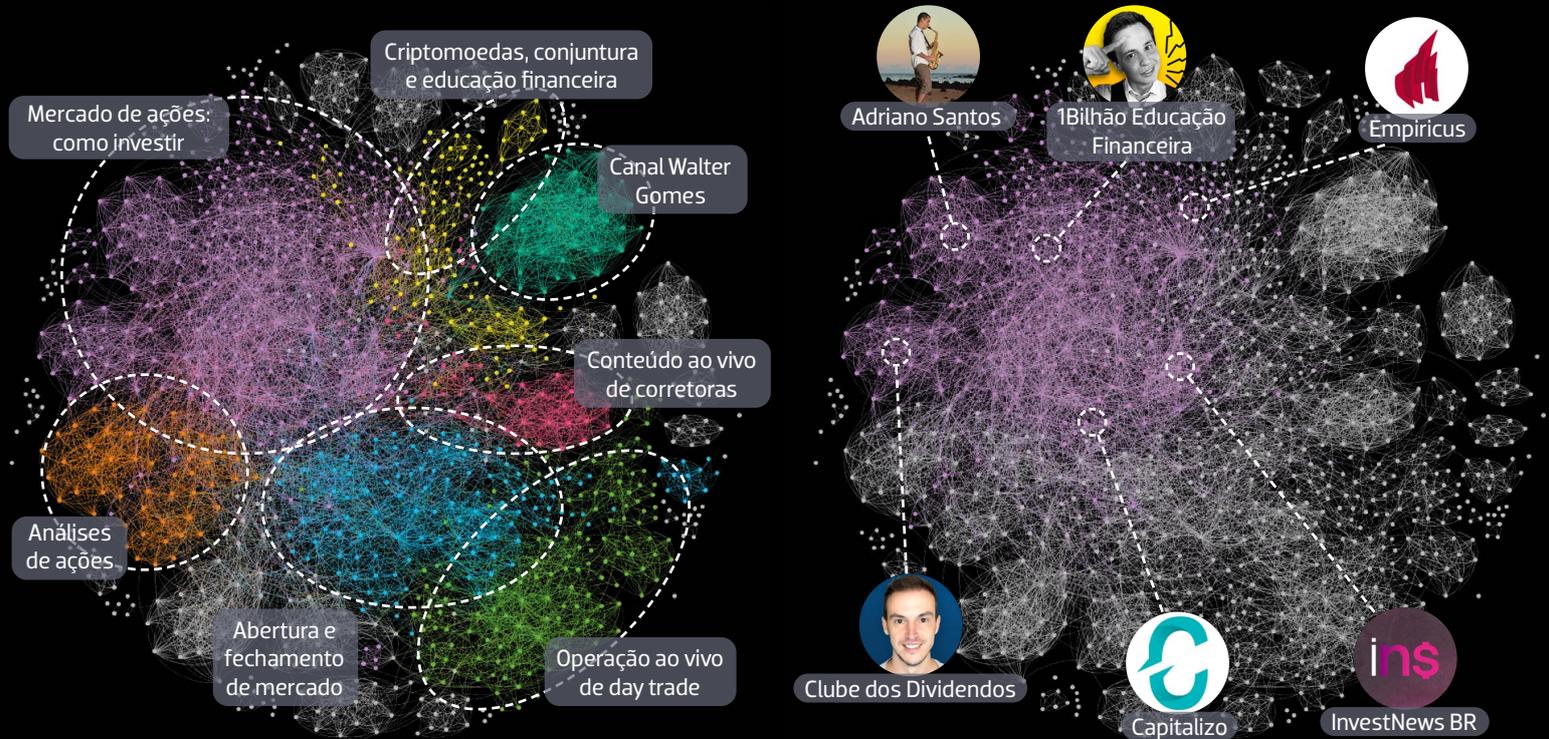
período: 27 de novembro a 3 de dezembro



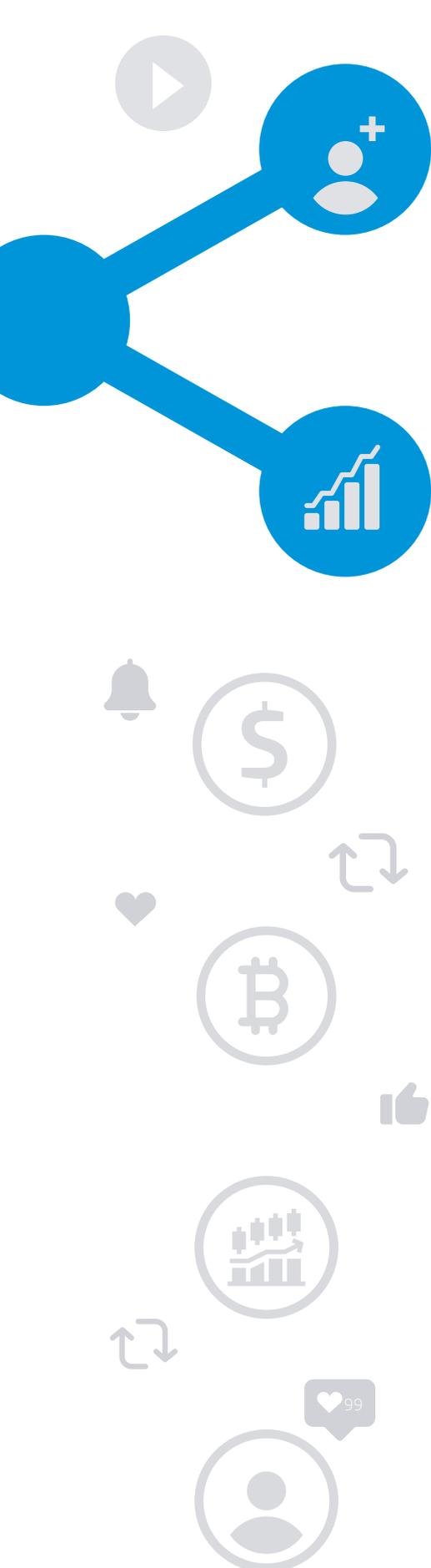
A disposição das conversas nas redes muda semana a semana e o "isolamento" de um assunto ou canal pode acontecer com outros influenciadores. Ou seja, há também momentos em que as casas de análise compartilham a audiência de grandes grupos de assuntos, formados por diversos canais. Na semana de 9 a 15 de abril, por exemplo, seis influenciadores responderam pelos principais conteúdos publicados sobre "como investir no mercado de ações", incluindo as casas Capitalizo e Empiricus.

84 186 3k 22

### Interação entre as audiências do YouTube no tema "Mercado de ações: como investir"



período: 9 a 15 de abril de 2021



Outra descoberta desse universo é que, embora o tema "investimentos" seja um denominador comum, alguns assuntos dominam a preferência dos influenciadores. Utilizando o YouTube como base, foram identificadas as seis temáticas mais abordadas: **dicas de investimentos e ações, criptomoedas, análise de ações, day trade, abertura e fechamento de mercado e educação financeira**. Cada uma possui estilos de publicações frequentes – como as transmissões ao vivo de operações de day trade, ou os posts "passo a passo" de educação financeira – e perfis que se destacam como porta-vozes do assunto. [Veja todos na página 50.](#)

Também é possível dividir os influenciadores em tamanhos a partir da base de seguidores nas mídias sociais: **pequenos, médios, grandes e gigantes**. É importante fazer essa análise individualmente, já que as redes possuem características distintas – um influenciador pequeno no Facebook tem até 1.607 seguidores. No YouTube, por outro lado, são até 8.275 inscritos. Ou seja, alguém que move multidões em uma rede pode sequer ter perfil em outra – [saiba mais na página 44.](#)

**Alguns personagens chamam a atenção justamente pela rápida ascensão em termos de popularidade:** altas constantes no número de seguidores podem mostrar que aquele perfil está ganhando influência e se tornando mais conhecido no mundo dos investimentos. Um bom exemplo do período é o Favelado Investidor, cuja base cresceu bastante em todas as redes sociais: avançou 660% no Facebook, 35% no Instagram, 29% no YouTube e 17% no Twitter de setembro de 2020 a fevereiro de 2021. Com isso, soma 12 mil, 394 mil, 266 mil e 82 mil seguidores em cada rede, respectivamente. Classificamos todos aqueles que mais cresceram em número de seguidores em um ranking de "trends" – [confira na página 46.](#)



# USO DOS INFLUENCIADORES PELO MERCADO

Bancos tradicionais e digitais, corretoras, gestoras, consultorias de valores mobiliários e agentes autônomos apostam cada vez mais nas mídias sociais para falar com seus públicos, sejam clientes atuais ou futuros investidores. **A aproximação das instituições com os influenciadores é um movimento natural e que se intensificou nos últimos anos.** Afinal, ambos conversam com audiências que têm um interesse em comum: aprender sobre o universo dos investimentos.

Mostrando que esses dois players não estão em lados opostos, a pesquisa identificou que muitos influenciadores são ou foram patrocinados ou vinculados a instituições associadas e aderentes (que seguem nossas regras de autorregulação) à ANBIMA. O mapeamento foi feito a partir das informações disponibilizadas pelos próprios influenciadores nas redes sociais e no LinkedIn de setembro de 2020 até abril de 2021.



Your Story



Cedric Zavala



Edson Lima



Miranda\_78



Invest\_ment

Entre os 266 influenciadores analisados, 92 já tiveram algum vínculo com casas do mercado no passado recente. Alguns são grandes nomes em termos de popularidade, engajamento do público ou frequência de postagens. Um exemplo é Nathalia Arcuri, que já foi parceira do banco digital Modalmais e da plataforma de investimentos Easynvest.

Desse total, 41 influenciadores ainda têm relacionamento ativo com um player do mercado. Também foram mapeadas 28 instituições com vínculos ativos com influenciadores. O destaque fica com a XP Investimentos, com um total de cinco parcerias, seguida do BTG Pactual e da Genial Investimentos, com três. Confira a seguir as instituições com parcerias ativas:

### Instituições do mercado com maior número de parcerias ativas até abril de 2021



XP Investimentos



Bolsa Com Giba



Explica Ana



Guilherme Giserman



Jonathan Camargo



Liberta Investimentos



BTG Pactual



André Bona



Economirna



Fabrício Gonçalves



Gustavo Cerbasi

Instituições do mercado com maior número de parcerias ativas até abril de 2021



Genial Investimentos



Filipe Villegas



Mary Poupe



Visão Gráfica



Banco do Brasil



Carlos Daltozo (Eleven)



Clickinvest



Banco Modal



Adeodato Volpi Netto (Eleven)



Francine Balbina



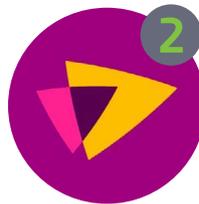
Clear Corretora



Fernando Góes



Frad Gain



Easynvest



Investflix



Investnews



Levante



Pedro Bresser



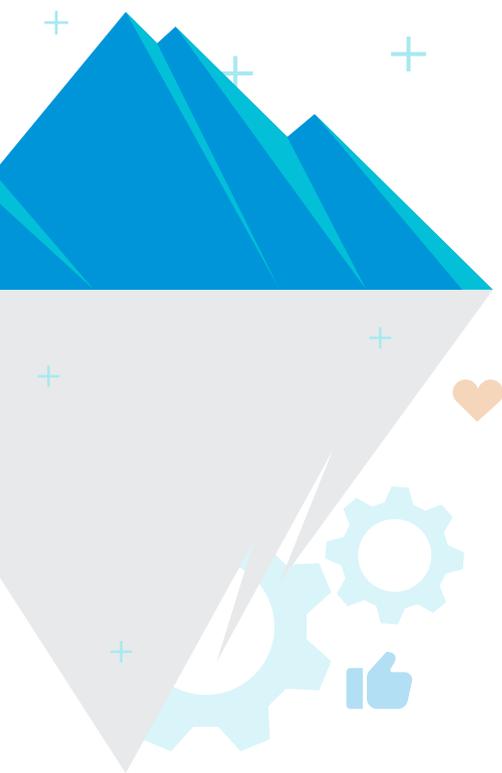
Rafael Bevilacqua



# UM POUCO MAIS A FUNDO

Engana-se quem pensa que os influenciadores digitais são todos iguais. Ainda que os investimentos sejam uma paixão compartilhada, há diferenças importantes entre as personas e mesmo entre os assuntos tratados. Para mostrar quem é quem nesse universo, eles foram divididos em 11 categorias, baseadas na forma como se declaram para o público, temas de preferência e tipos de abordagens nos vídeos e publicações. Desse universo, **cinco tipos chamam a atenção pelo nível de interação do público com as postagens**. Batizados como **produtores de conteúdo, analistas, traders, especialistas e casas de análise**, esses cinco grupos respondem por 55% de todo o conteúdo analisado no monitoramento. Veja a seguir.

11 Mi  
followers



## 1. PRODUTORES DE CONTEÚDO

Número de influenciadores

**48**

Alcance

**39** milhões de perfis

Publicações

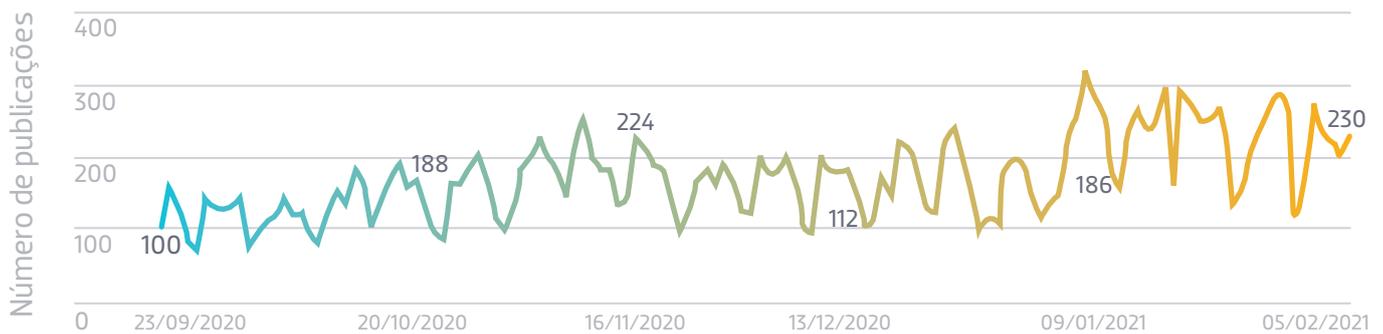
**23,5** mil posts

Engajamento médio

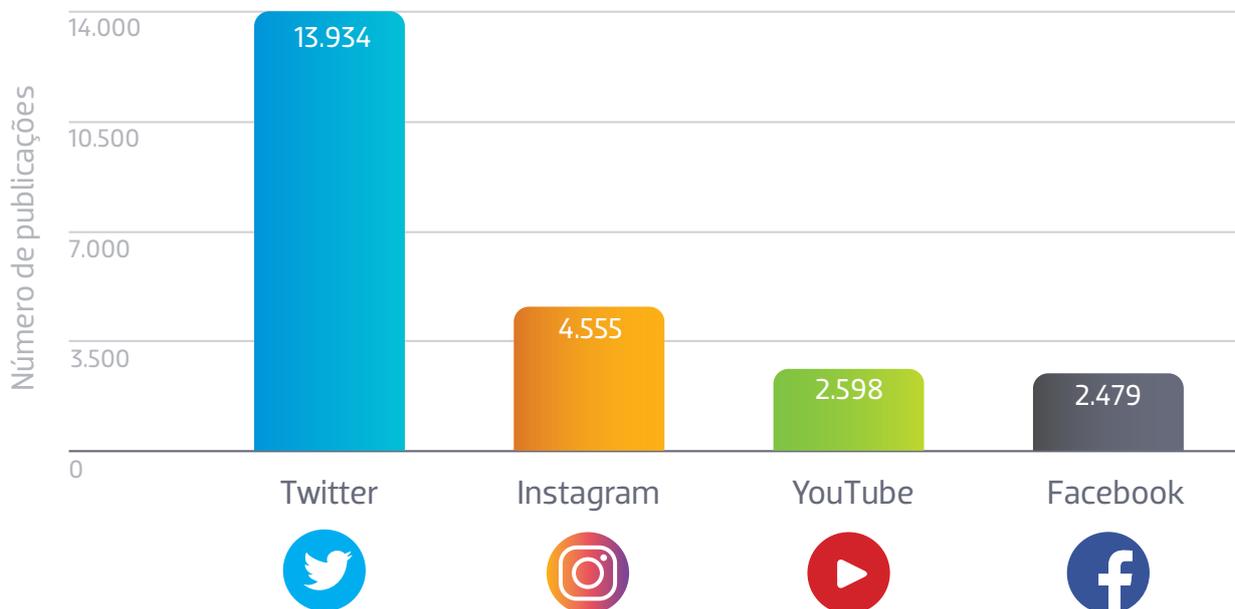
**#21** mil

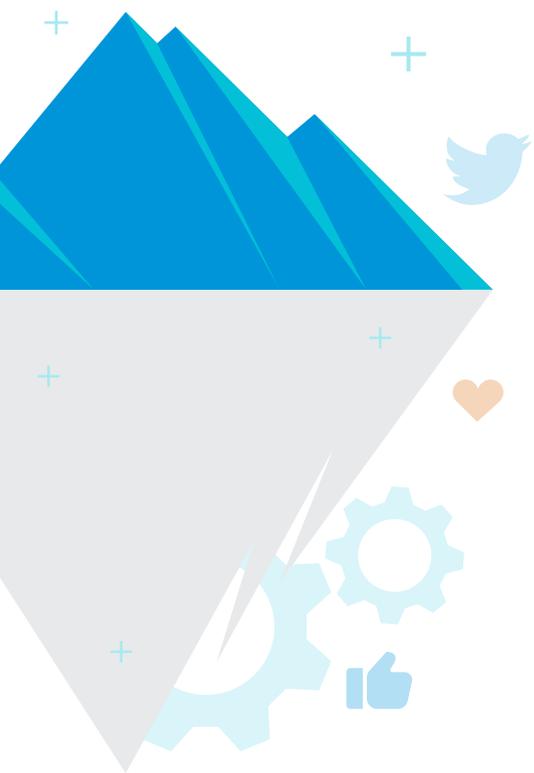
São influenciadores que divulgam conteúdos planejados e elaborados sobre investimento e têm seu ganha-pão nessa atividade na maioria dos casos. Esses players têm uma atuação abrangente e costumam falar sobre investimentos específicos, fazer análises de mercado, dar dicas de ações para ficar de olho e tratar de temas diversos envolvendo educação financeira.

### Publicações por dia



### Publicações por rede social

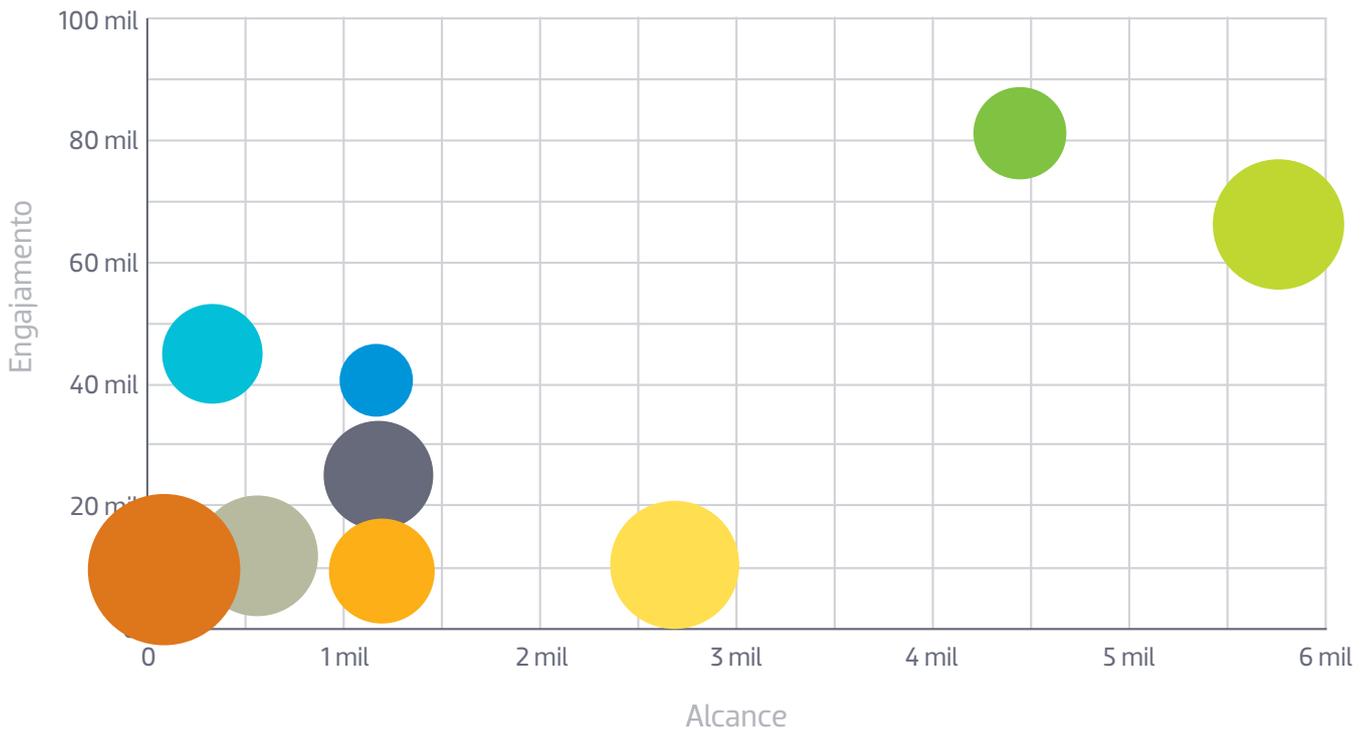




Entre as 11 categorias identificadas na pesquisa, o produtor de conteúdo tem a dianteira no quesito alcance (39 milhões de seguidores), com larga vantagem sobre o segundo colocado (analistas, com 7 milhões). Também lidera em número de publicações (23,5 mil) e na média de engajamento (2,1 mil interações por post). **O Twitter, com 13.934 publicações, é a rede social predileta desses influenciadores.**

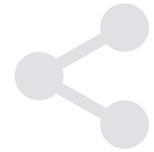
84 186 3k 22

### Engajamento x alcance



- O Primo Rico
- Me Poupe!
- Economista Sincero
- Ports Trader
- Jovens de Negócio
- Bruno Perini - Você Mais Rico
- Dinheiro com Você
- Willian Ribeiro
- Nathalia Arcuri
- EconoMirna
- GL Flix

Os influenciadores no gráfico foram selecionados pelo engajamento. O tamanho da bolha é determinado pelo número de publicações.



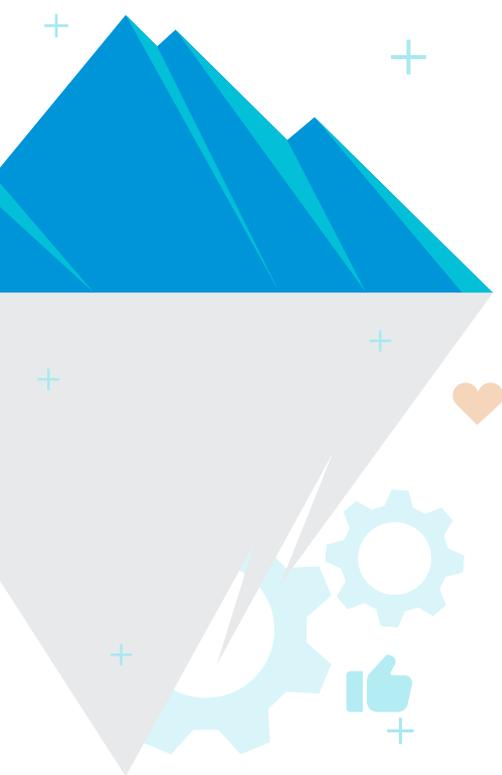
Quando a análise é sobre atratividade, medida pelo nível de interação dos seguidores, o destaque fica com o Me Poupe!, criado pela influenciadora Nathalia Arcuri no YouTube. Em segundo lugar, nessa mesma mídia, aparece O Primo Rico, canal do influenciador Thiago Nigro, seguido pelo Economista Sincero, de Charles Mendlowicz.

**Vale mencionar que o YouTube é o rei quando falamos de interação com a audiência nessa categoria: domina nove das 10 maiores médias gerais entre os produtores de conteúdo.**

👍 5,5M    🗨️ 1,5M    ➦ Share    📌 Save    ⋮

### Atratividade

| Nome               | Rede social | Média de interações |
|--------------------|-------------|---------------------|
| Me Poupe!          | YouTube     | 70 mil              |
| O Primo Rico       | YouTube     | 51 mil              |
| Economista Sincero | YouTube     | 43 mil              |
| Jovens de Negócios | YouTube     | 26 mil              |
| Você MAIS Rico     | YouTube     | 14 mil              |
| Dinheiro com você  | YouTube     | 12 mil              |
| Nathalia Arcuri    | Instagram   | 11 mil              |
| Ports Trader       | YouTube     | 10 mil              |
| GL Flix            | YouTube     | 9,7 mil             |
| EconoMirna         | YouTube     | 9,6 mil             |



Em número de seguidores, o primeiro colocado é o perfil da influenciadora Carol Dias. Me Poupe! e O Primo Rico, ambos no YouTube, completam o top 3 dos perfis mais populares da categoria.

### Popularidade

| Nome               | Rede social | Alcance |
|--------------------|-------------|---------|
| Carol Dias         | Instagram   | 5,9 mi  |
| Me Poupe!          | YouTube     | 5,7 mi  |
| O Primo Rico       | YouTube     | 4,4 mi  |
| Nathalia Arcuri    | Instagram   | 2,7 mi  |
| O Primo Rico       | Instagram   | 1,2 mi  |
| EconoMirna         | YouTube     | 1,2 mi  |
| Jovens de Negócios | YouTube     | 1,2 mi  |
| Ports Trader       | YouTube     | 1,2 mi  |
| Ports Trader       | Instagram   | 1,1 mi  |
| Café com Ferri     | Instagram   | 876 mil |



Quando olhamos para a frequência de publicações, o Twitter é imbatível, sendo o mais utilizado por nove dos 10 produtores de conteúdo. A liderança fica com o Economista Sincero, com 1.600 publicações, seguido por Café com Ferri (1.582) e pela influenciadora Juliana Santos (1.442).

### Frequência

| Nome                    | Rede social | Número de publicações |
|-------------------------|-------------|-----------------------|
| Economista Sincero      | Twitter     | 1.600                 |
| Café com Ferri          | Twitter     | 1.582                 |
| Juliana Santos          | Twitter     | 1.442                 |
| Rafael Balboa           | Twitter     | 1.181                 |
| Josué Nunes             | Twitter     | 725                   |
| Raphael Monteiro        | Twitter     | 620                   |
| James S GulBrandsen     | Twitter     | 551                   |
| Favelado Investidor     | Twitter     | 544                   |
| Nonô, o Vovô Investidor | Twitter     | 533                   |
| GL Flix                 | Instagram   | 495                   |



## 2. ANALISTAS

Número de influenciadores

**50**

Alcance

**7** milhões de perfis

Publicações

**19,2** mil posts

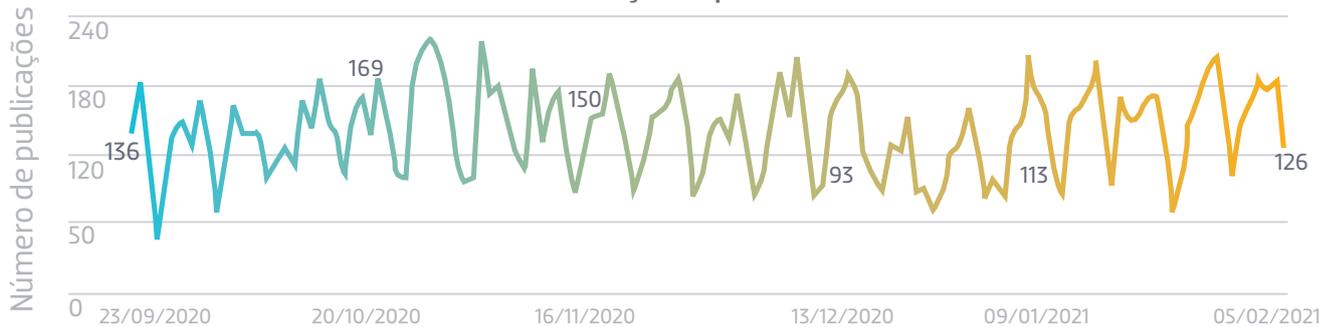
Engajamento médio

**#1,1** mil

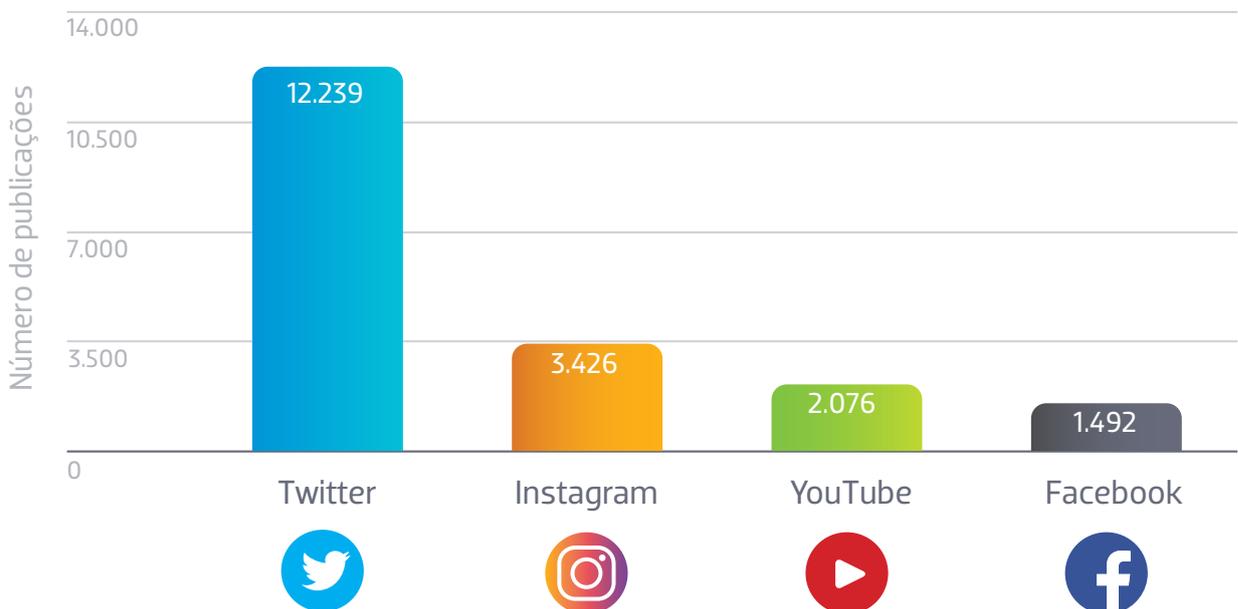
Divulgação de e-books e cursos, dicas para o investidor montar e diversificar uma carteira de investimentos, análises gerais sobre fundos, ações e moedas, além de comentários sobre temas do dia a dia no mundo das finanças: essas são as publicações mais comuns dos analistas.

Esse tipo de influenciador **pode tanto trabalhar em casas de análise de investimento como atuar de maneira independente** com a produção de análises técnicas e indicações de investimentos, especialmente no Twitter, a mídia social predileta desses personagens.

Publicações por dia



Publicações por rede social

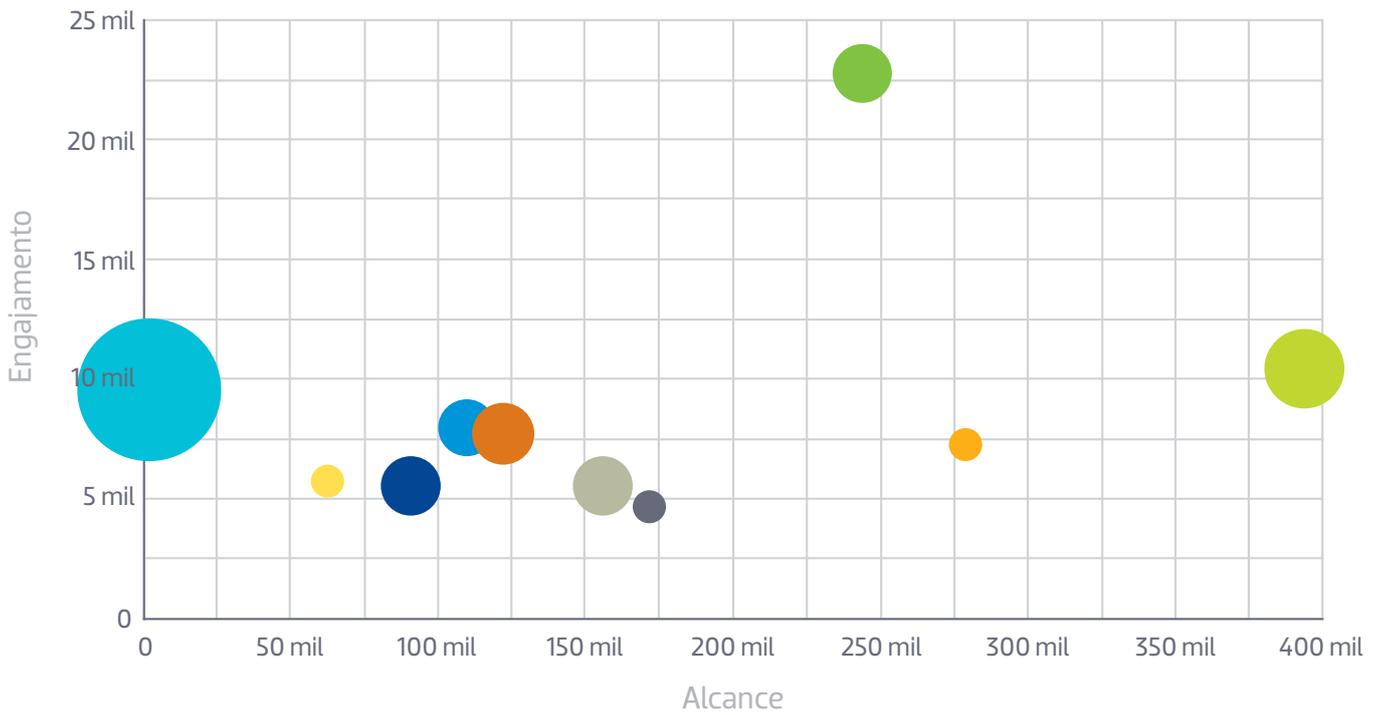




De todos os perfis mapeados, **o analista é o que tem o maior número de influenciadores (50) e é o terceiro em volume de publicações (19,2 mil).** É também o que mantém uma quantidade de publicações mais constante ao longo do tempo.

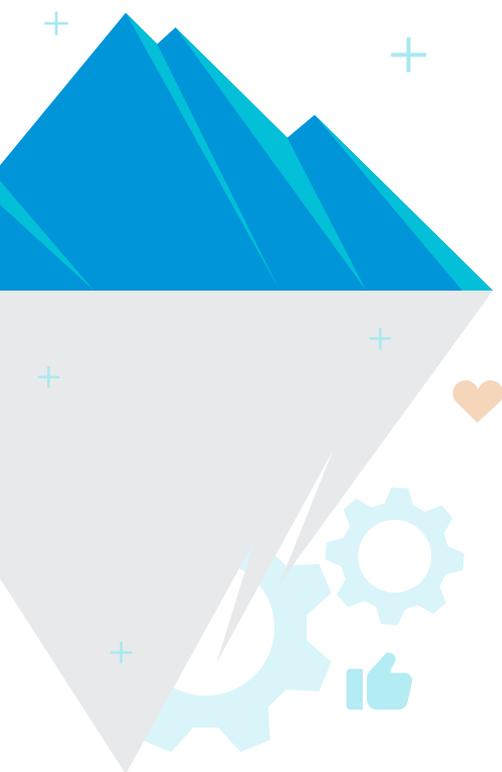
👍 5,5M    🗨️ 1,5M    ➦ Share    📌 Save    ⋮

### Engajamento x alcance



- Fernando Ulrich
- Dica de Hoje
- Professor Baroni
- Tiago Guitián Reis
- Canal de Holder
- Fernando Góes
- Pablo Sangalli
- Fausto Botelho
- Rafael Bevilacqua
- Vicente Guimarães

Os influenciadores no gráfico foram selecionados pelo engajamento. O tamanho da bolha é determinado pelo número de publicações. ↑



O canal do influenciador Fernando Ulrich, da Liberta Investimentos, no YouTube é o que tem a base de seguidores com maior média de interações: 22 mil, mais que o dobro de Tiago Guitián Reis, da Suno Research (10,5 mil), e do perfil no Twitter de Pablo Sangalli, da TradersClub (10 mil).

5,5M 1,5M Share Save

### Atratividade

| Nome               | Rede social | Média de interações |
|--------------------|-------------|---------------------|
| Fernando Ulrich    | YouTube     | 22 mil              |
| Tiago Guitián Reis | YouTube     | 10,5 mil            |
| Pablo Sangalli     | Twitter     | 10 mil              |
| Rafael Bevilacqua  | YouTube     | 8 mil               |
| Dica de Hoje       | YouTube     | 7,6 mil             |
| Canal do Holder    | YouTube     | 7 mil               |
| Fausto Botelho     | YouTube     | 6 mil               |
| Vicente Guimaraes  | YouTube     | 5,6 mil             |
| Professor Baroni   | YouTube     | 5,5 mil             |
| Fernando Góes      | YouTube     | 4,6 mil             |





Em termos de popularidade, a página de Tiago Reis no Instagram tem o alcance mais amplo, com 1,4 milhão de seguidores, seguida por Bettina Rudolph, que fala com um público de 415 mil perfis na mesma rede social. Com 1.978 publicações no Twitter, Tiago Reis também é o líder em frequência de postagens, à frente dos tweets de Cristiane Fensterseifer (1.431) e Fernando Ulrich (984).

### Popularidade

| Nome               | Rede social | Alcance |
|--------------------|-------------|---------|
| Tiago Guitián Reis | Instagram   | 1,4 mi  |
| Bettina Rudolph    | Instagram   | 415 mil |
| Tiago Guitián Reis | YouTube     | 394 mil |
| COMO ENRIQUECER    | YouTube     | 361 mil |
| Canal do Holder    | YouTube     | 279 mil |
| Fernando Ulrich    | YouTube     | 244 mil |
| Professor Baroni   | Instagram   | 240 mil |
| Canal do Holder    | Instagram   | 226 mil |
| Fernando Góes      | YouTube     | 172 mil |
| Fernando Góes      | Instagram   | 162 mil |

### Frequência

| Nome                    | Rede social | Número de publicações |
|-------------------------|-------------|-----------------------|
| Tiago Guitián Reis      | Twitter     | 1.878                 |
| Cristiane Fensterseifer | Twitter     | 1.431                 |
| Fernando Ulrich         | Twitter     | 984                   |
| Rafael Zattar           | Twitter     | 932                   |
| Renato Breia            | Twitter     | 823                   |
| Bruce Barbosa           | Twitter     | 652                   |
| zeroe100                | Twitter     | 593                   |
| Saulo Godoy             | Twitter     | 545                   |
| Professor Baroni        | Twitter     | 515                   |
| Fernando Ferreira       | Twitter     | 443                   |

### 3. TRADERS

Número de influenciadores

31

Alcance

5 milhões de perfis

Publicações

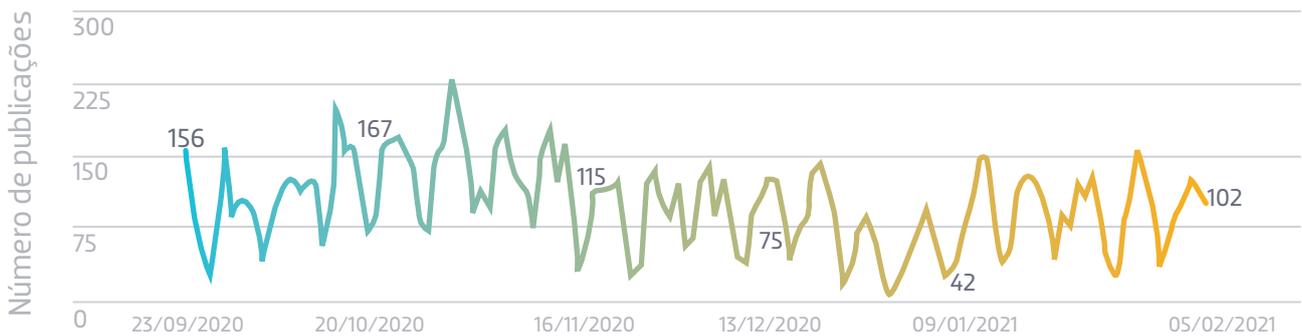
13,8 mil posts

Engajamento médio

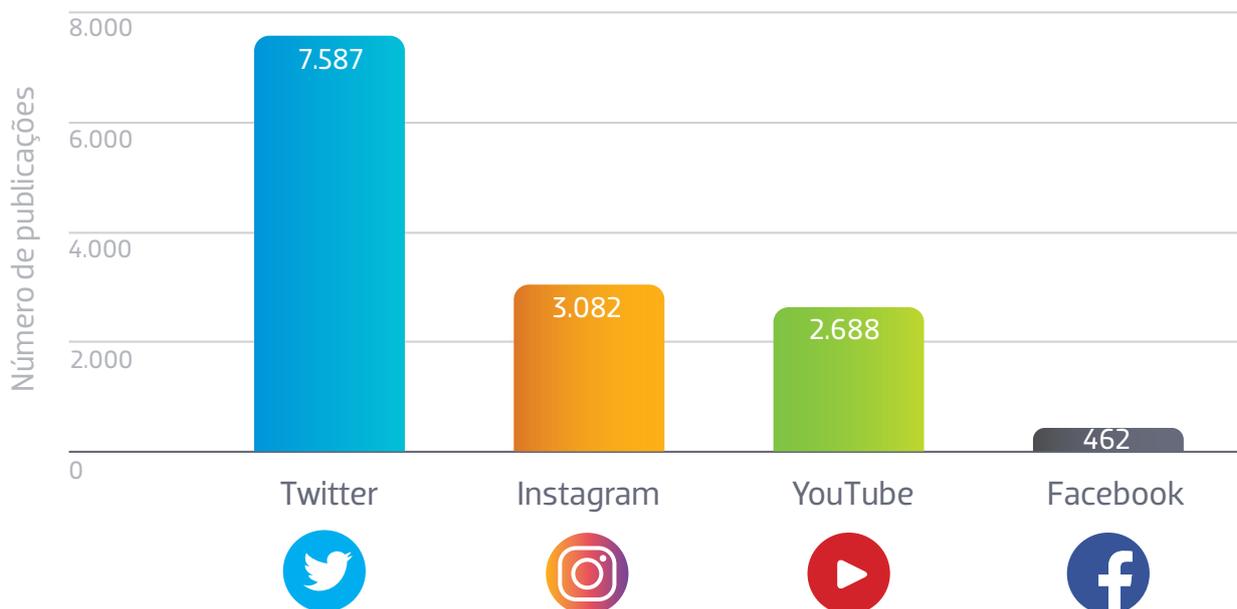
#1,1 mil

Esses influenciadores utilizam as mídias sociais para mostrar um pouco da rotina profissional e dar dicas sobre transações no mercado de ações, que incluem técnicas de day trading (compra e venda de ações no mesmo dia) e scalping (operações de curto prazo que podem durar segundos).

#### Publicações por dia



#### Publicações por rede social

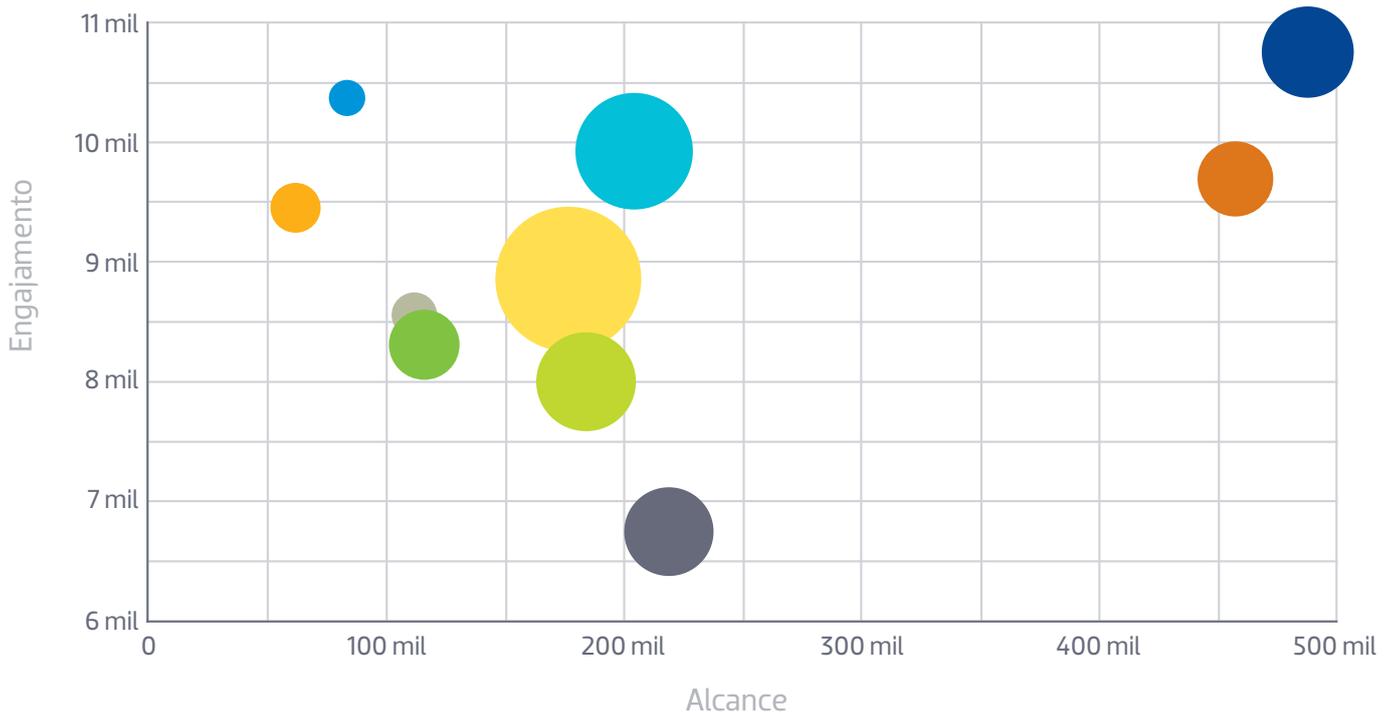




Operações ao vivo, divulgações de cursos, aulas e morning calls (divulgação de informações sobre o mercado antes do pregão) também geram engajamento com as bases de seguidores. Entre os cinco principais perfis, os traders são os que têm o menor alcance (5 milhões), mas ocupam o segundo lugar em média de engajamento por publicação (1,1 mil pessoas).

👍 5,5M    🗨️ 1,5M    ➦ Share    📌 Save    ⋮

### Engajamento x alcance



- Rodrigo Cohen
- Berman Trader
- Igor Rodrigues
- Alisson Correia
- Charles Nader
- Stormer
- André Machado
- Trade na Mão
- RaioX Preditivo
- O Ogro de Wall Street
- Aliakyn Pereira de Sá

Os influenciadores no gráfico foram selecionados pelo engajamento. O tamanho da bolha é determinado pelo número de publicações. ↑



Com média de 11 mil interações por vídeo, o canal de Rodrigo Cohen no YouTube lidera no quesito atratividade. Aliás, **a plataforma de vídeos é a que mais gera engajamento para os 10 traders com maior nível de interação de suas audiências.** Em segundo lugar (10,3 mil interações), aparece o influenciador Alison Correia, seguido de André "O Ogro de Wall Street" Machado (10 mil).

👍 5,5M    🗨️ 1,5M    ➦ Share    📌 Save    ⋮

### Atratividade

| Nome                                 | Rede social | Média de interações |
|--------------------------------------|-------------|---------------------|
| Rodrigo Cohen                        | YouTube     | 11 mil              |
| Alison Correia                       | YouTube     | 10,3 mil            |
| André Machado, o Ogro de Wall Street | YouTube     | 10 mil              |
| Berman Trader                        | YouTube     | 9,6 mil             |
| Charles Nader                        | YouTube     | 9,4 mil             |
| Trade na Mão                         | YouTube     | 9 mil               |
| Aliakyn Pereira de Sá                | YouTube     | 8,5 mil             |
| Igor Rodrigues                       | YouTube     | 8,3 mil             |
| Stormer                              | YouTube     | 8 mil               |
| RaioX Preditivo                      | YouTube     | 7 mil               |



Cohen é também o influencer mais popular do perfil trader, alcançando 488 mil inscritos no YouTube. Logo em seguida estão Berman Trader (457 mil) e Ronaldo Silva – Bitcoin RS (333 mil), este último no Instagram. Quando o foco é a frequência de publicações, os três primeiros colocados estão todos no Twitter: Sergio Luiz Valle (2.137 publicações), Femisapien (1.800) e Leo Nonato (1.095).

### Popularidade

| Nome                                 | Rede social | Alcance |
|--------------------------------------|-------------|---------|
| Rodrigo Cohen                        | YouTube     | 488 mil |
| Berman Trader                        | YouTube     | 457 mil |
| Ronaldo Silva – Bitcoin RS           | Instagram   | 333 mil |
| Berman Trader                        | Instagram   | 317 mil |
| Rodrigo Cohen                        | Instagram   | 251 mil |
| Mundo Trader                         | YouTube     | 242 mil |
| RaioX Preditivo                      | YouTube     | 219 mil |
| Ronaldo Silva – Bitcoin RS           | YouTube     | 205 mil |
| André Machado, o Ogro de Wall Street | YouTube     | 204 mil |
| Stormer                              | YouTube     | 184 mil |

### Frequência

| Nome                                 | Rede social | Número de publicações |
|--------------------------------------|-------------|-----------------------|
| Sergio Luiz Valle                    | Twitter     | 2.137                 |
| Femisapien                           | Twitter     | 1.800                 |
| Leo Nonato                           | Twitter     | 1.095                 |
| André Machado, o Ogro de Wall Street | Instagram   | 1.004                 |
| Walter Gomes                         | YouTube     | 821                   |
| Vitor Pérciles                       | Twitter     | 737                   |
| Pedro Menin                          | Twitter     | 552                   |
| Fabricio Carletti                    | Twitter     | 497                   |
| Trade na Mão                         | Instagram   | 349                   |
| RaioX Preditivo                      | Instagram   | 308                   |

## 4. CASAS DE ANÁLISE

Número de influenciadores

17

Alcance

6 milhões de perfis

Publicações

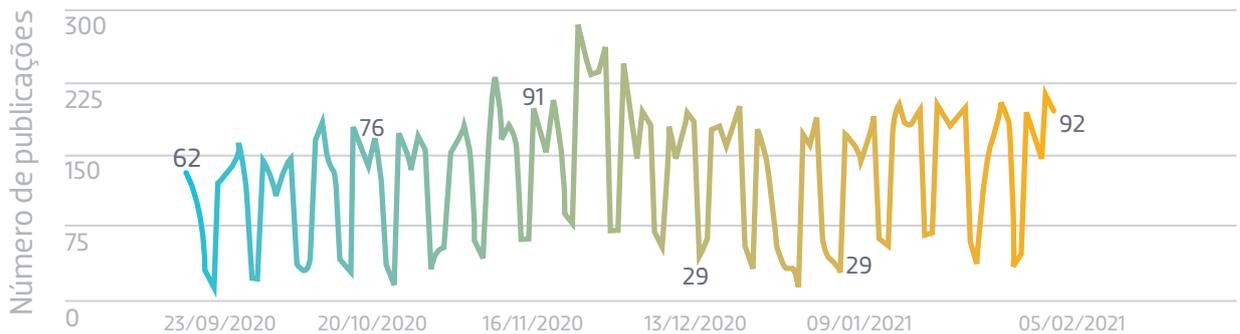
8,3 mil posts

Engajamento médio

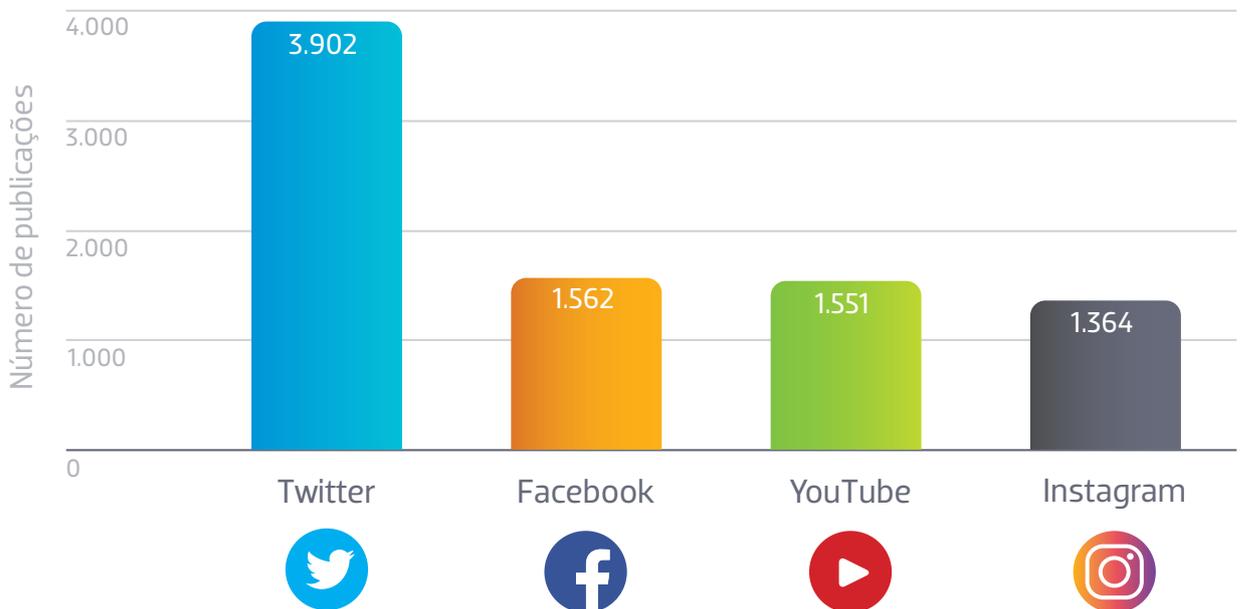
#773

Com popularidade crescente no Brasil, as casas de análises são empresas independentes que oferecem consultoria para investidores. Elas utilizam as mídias sociais para divulgar conteúdos que variam de explicações sobre fundos a dicas sobre diversificação de carteiras, produzidos por analistas da casa ou com a participação de gestores e administradores de corretoras e fundos de investimentos. Os bate-papos com especialistas externos são uma das apostas para geração de conteúdo desse perfil.

### Publicações por dia



### Publicações por rede social

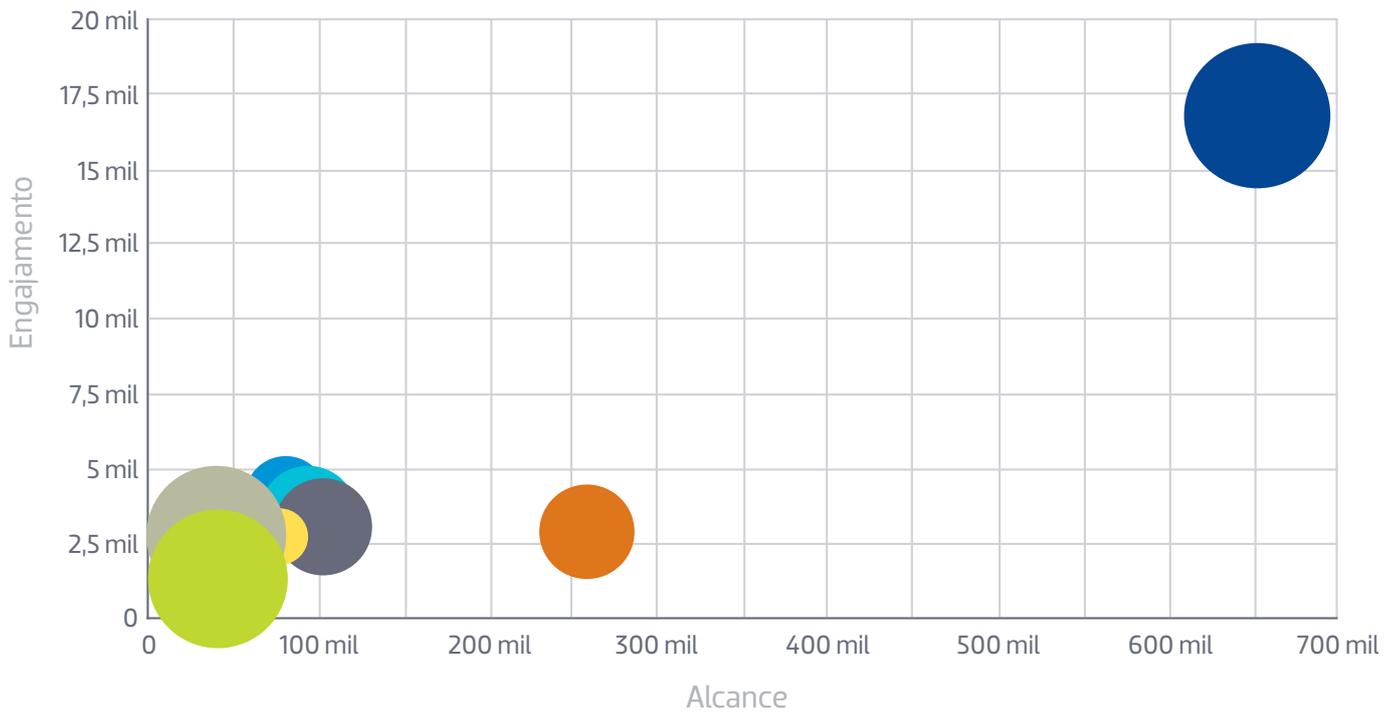




Entre os tipos mapeados, **as casas de análise são os que têm a menor quantidade de influenciadores (17), mas ficam com o terceiro lugar em alcance (6 milhões).**

👍 5,5M    💬 1,5M    ➔ Share    📌 Save    ⋮

### Engajamento x alcance



- Empiricus
- Suno Research
- Convex Research
- Nord Research
- Benndorf Research
- Levante Investimentos
- Capitalizo
- L&S Análise
- Liberta Investimentos
- Spiti

Os influenciadores no gráfico foram selecionados pelo engajamento. O tamanho da bolha é determinado pelo número de publicações. ↑



A Empiricus tem o perfil mais popular tanto no Facebook (1,1 milhão de seguidores) quanto no YouTube (653 mil inscritos). Logo atrás aparece a Suno Research, com 570 mil no Instagram. Na média de interações, a Empiricus também ganha de goleada das outras casas de análise: são 17 mil comentários e curtidas, em média, no canal próprio do YouTube, contra 4 mil da Nord Research e 3,4 mil da Capitalizo, ambas também na rede de compartilhamento de vídeos. Em quantidade de publicações, a Capitalizo lidera, com 1.225 postagens no Twitter, seguida pela Eleven Financial Research, com 1.022 tweets e 506 posts no Facebook.

### Atratividade

| Nome                  | Rede social | Média de interações |
|-----------------------|-------------|---------------------|
| Empiricus             | YouTube     | 17 mil              |
| Nord Research         | YouTube     | 4 mil               |
| Capitalizo            | YouTube     | 3,4 mil             |
| Spiti                 | YouTube     | 3 mil               |
| Suno Research         | YouTube     | 2,8 mil             |
| Benndorf Research     | YouTube     | 2,7 mil             |
| L&S Análise           | YouTube     | 2,7 mil             |
| Liberta Investimentos | YouTube     | 2,6 mil             |
| Convex Research       | YouTube     | 1,5 mil             |
| Levante Investimentos | YouTube     | 1,3 mil             |

### Popularidade

| Nome                  | Rede social | Alcance |
|-----------------------|-------------|---------|
| Empiricus             | Facebook    | 1,1 mi  |
| Empiricus             | YouTube     | 653 mil |
| Suno Research         | Instagram   | 570 mil |
| GuaiInvest            | Instagram   | 545 mil |
| GuaiInvest            | Facebook    | 515 mil |
| Empiricus             | Instagram   | 358 mil |
| Empiricus             | Twitter     | 258 mil |
| Suno Research         | YouTube     | 257 mil |
| GuaiInvest            | YouTube     | 211 mil |
| Levante Investimentos | Instagram   | 147 mil |

### Frequência

| Nome                  | Rede social | Número de publicações |
|-----------------------|-------------|-----------------------|
| Capitalizo            | Twitter     | 1.225                 |
| Eleven Fin. Research  | Twitter     | 1.022                 |
| Eleven Fin. Research  | Facebook    | 506                   |
| Empiricus             | Twitter     | 497                   |
| Levante Investimentos | Twitter     | 463                   |
| Convex Research       | Twitter     | 270                   |
| Nord Research         | Twitter     | 234                   |
| Capitalizo            | YouTube     | 226                   |
| Levante Investimentos | Instagram   | 200                   |
| Liberta Investimentos | YouTube     | 196                   |

## 5. ESPECIALISTAS

Número de influenciadores

41

Alcance

6 milhões de perfis

Publicações

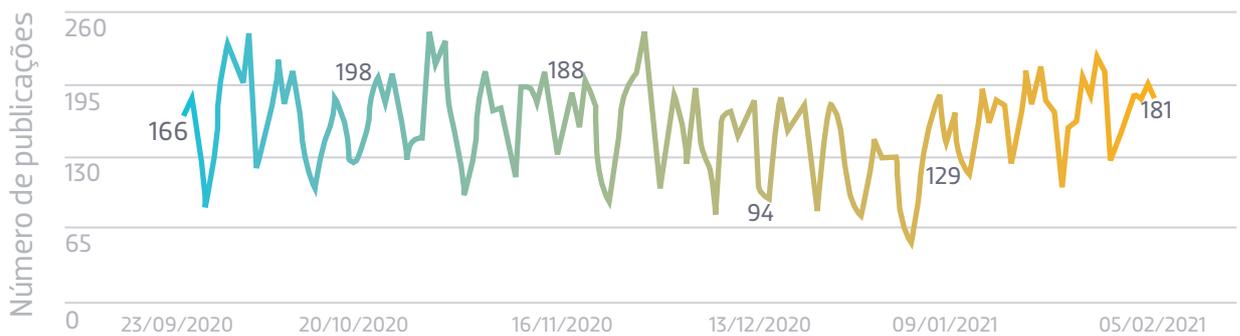
21,5 mil posts

Engajamento médio

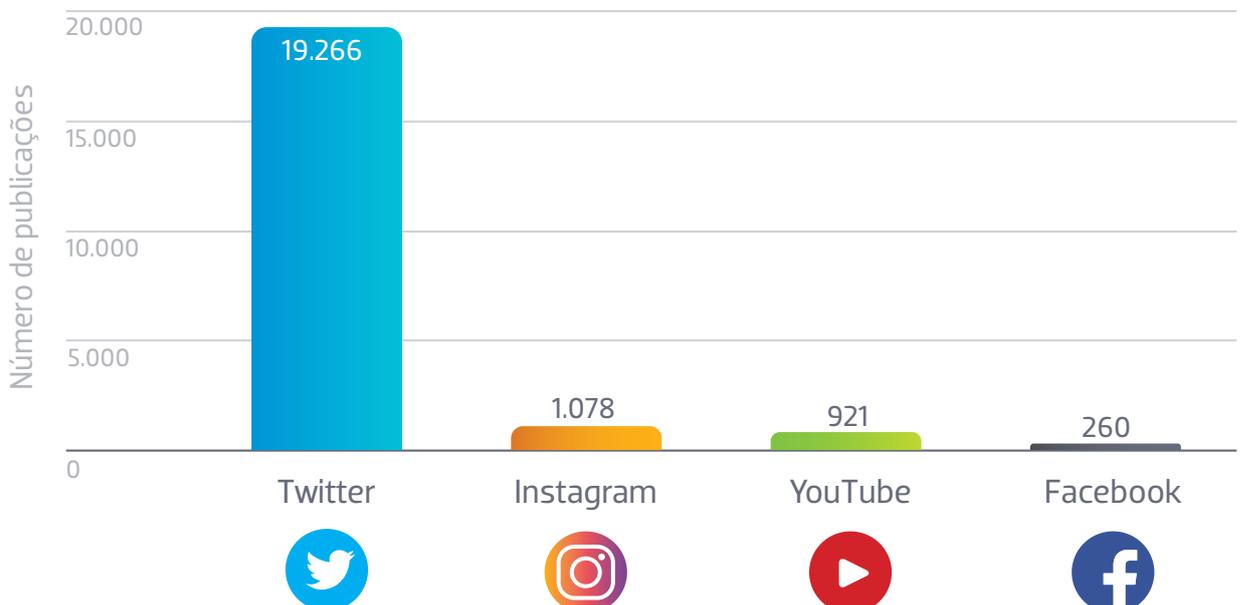
#759

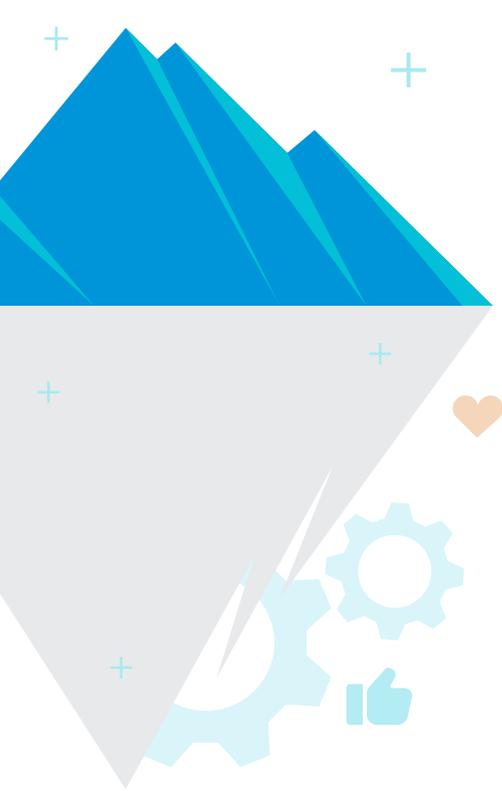
Essa categoria é formada por professores universitários, economistas e profissionais de mídia que utilizam o conhecimento técnico para comentar assuntos relacionados a investimentos e economia. Temas como educação financeira, divulgação de cursos, mentorias e respostas a dúvidas dos seguidores sobre o mercado estão entre os mais abordados por esse perfil.

### Publicações por dia



### Publicações por rede social

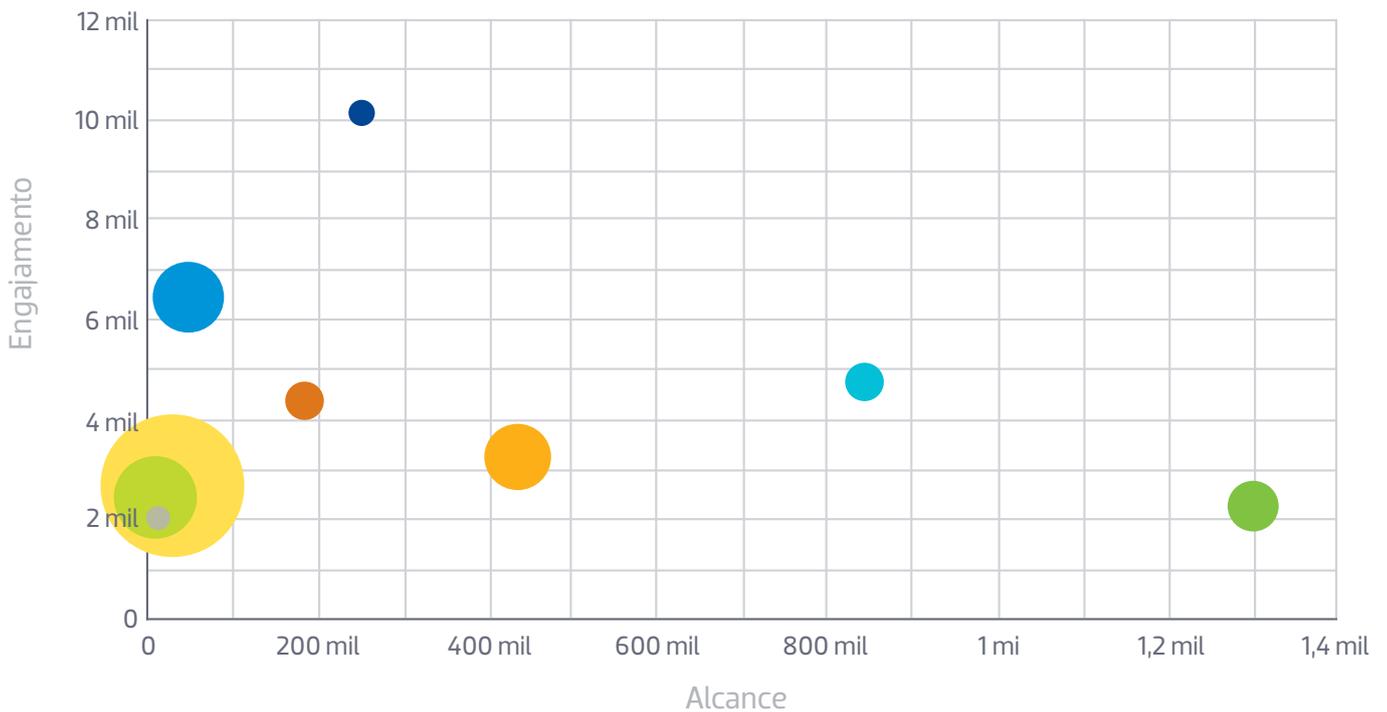




**Os especialistas estão em segundo no número de publicações (21,5 mil)**, mas ficam em quinto lugar em engajamento (média de 759 interações por publicação), uma vez que 90% das postagens estão concentradas no Twitter, rede social que normalmente não tem uma taxa de engajamento muito alta.

👍 5,5M    💬 1,5M    ➦ Share    📌 Save    ⋮

### Engajamento x alcance



- André Moraes
- Felipe Tadewald
- Aline Cardoso
- Adriano Santos
- Cleber Miranda - Edu. Fin.
- Explica Ana
- Gustavo Cerbasi
- Money Maker
- Helô Cruz

Os influenciadores no gráfico foram selecionados pelo engajamento. O tamanho da bolha é determinado pelo número de publicações.





Gustavo Cerbasi é o especialista mais conhecido do Brasil, ocupando as três primeiras posições no ranking de popularidade digital: o autor de "A Riqueza da Vida Simples" tem 1,3 milhão de seguidores no Instagram, 881 mil no Facebook e 844 mil inscritos no YouTube. Na média de interações, o primeiro lugar fica com o canal de André Moraes no YouTube (10 mil interações), seguido por Adriano Santos (6 mil) e, novamente, Gustavo Cerbasi (5 mil). Em frequência de publicações, o top 10 é dominado pelo Twitter, com a liderança de Luiz C. M. de Barros (2.357 postagens), Felipe Hermes (1.624) e Uallace Moreira (1.525).

### Atratividade

| Nome                               | Rede social | Média de interações |
|------------------------------------|-------------|---------------------|
| André Moraes                       | YouTube     | 10 mil              |
| Adriano Santos                     | YouTube     | 6 mil               |
| Gustavo Cerbasi                    | YouTube     | 5 mil               |
| Felipe Tadewald                    | Instagram   | 4 mil               |
| Cléber Miranda Educação Financeira | YouTube     | 3 mil               |
| Money Maker                        | Twitter     | 2,6 mil             |
| Aline Cardoso                      | Twitter     | 2,5 mil             |
| Explica Ana                        | Twitter     | 2,4 mil             |
| Gustavo Cerbasi                    | Instagram   | 2,2 mil             |
| Helô Cruz                          | YouTube     | 2 mil               |

### Popularidade

| Nome                               | Rede social | Alcance |
|------------------------------------|-------------|---------|
| Gustavo Cerbasi                    | Instagram   | 1,3 mi  |
| Gustavo Cerbasi                    | Facebook    | 881 mil |
| Gustavo Cerbasi                    | YouTube     | 844 mil |
| Cléber Miranda Educação Financeira | YouTube     | 435 mil |
| André Moraes                       | YouTube     | 252 mil |
| Explica Ana                        | Instagram   | 212 mil |
| Samy Dana                          | Twitter     | 189 mil |
| Felipe Tadewald                    | Instagram   | 187 mil |
| Samy Dana                          | Facebook    | 182 mil |
| Salim Mattar                       | Twitter     | 128 mil |

### Frequência

| Nome                   | Rede social | Número de publicações |
|------------------------|-------------|-----------------------|
| Luiz C. M. De Barros   | Twitter     | 2.357                 |
| Felipe Hermes          | Twitter     | 1.624                 |
| Uallace Moreira        | Twitter     | 1.525                 |
| David Deccache         | Twitter     | 1.254                 |
| Fernando Luiz          | Twitter     | 997                   |
| Money Maker            | Twitter     | 886                   |
| Rafael Paschoarelli    | Twitter     | 839                   |
| Guillermo Parra-Bernal | Twitter     | 691                   |
| Samy Dana              | Twitter     | 682                   |
| Alfredo Cunha          | Twitter     | 650                   |



## OUTRAS TIPOLOGIAS

Além dos cinco perfis citados de maior destaque, há outras seis categorias de influenciadores digitais: investidores independentes, assessoria/corretora, portal especializado, educador financeiro, empresa de software e portal de educação.

|  |  Quantidade de influenciadores |  Engajamento médio |  Número de publicações |  Alcance |
|---|---|---|---|---|
| <b>Investidor independente</b>  | 26  | 744,5   | 16,7 mil  | 1,2 mi  |
| <b>Assessoria/corretora</b>   | 19  | 596   | 15 mil  | 1,2 mi  |
| <b>Portal especializado</b>   | 20  | 451   | 20,6 mil  | 3,3 mi  |
| <b>Educador financeiro</b>  | 9   | 218   | 8 mil   | 1,1 mi  |
| <b>Empresa de software</b>  | 3   | 6   | 8 mil   | 50 mil  |
| <b>Portal de educação</b>   | 2   | 257   | 1,4 mil   | 260 mil   |

Conheça a seguir um pouco sobre cada uma





## 6. INVESTIDOR INDEPENDENTE

Como o próprio nome diz, são investidores que compartilham suas experiências investindo, além de dicas, de forma independente. São 26 influenciadores nessa categoria, que alcançam um público de 1,2 milhão de perfis, têm engajamento de uma média de 744,5 seguidores em cada post e somam um total de 16,7 mil publicações. O canal Investidor em Ação do YouTube é o líder em interações, com média de 3,6 mil por vídeo. Já o Investidor da Depressão é o mais popular do Instagram, com 257 mil fãs.

## 7. ASSESSORIA / CORRETORA

Diversos integrantes da equipe técnica de corretoras e gestoras se consolidaram como porta-vozes de investimentos. Foram mapeados 19 perfis nessa categoria, responsáveis por 15 mil publicações que alcançaram 1,2 milhão de pessoas. A média de engajamento é de 596 interações por postagem. O canal de Pablo Spyer acumula uma média de 10,5 mil interações por vídeo no YouTube, enquanto o de Danilo Zanini soma audiência de 338 mil pessoas.

## 8. PORTAL ESPECIALIZADO

Sites de informação especializados em economia, finanças e investimento também possuem influenciadores digitais – são 20 perfis nesta tipologia. Com uma base de fãs de 3,3 milhões de pessoas, as 20,6 mil publicações dessa categoria têm menor interação: 451 por publicação. A Arena do Investidor é a que tem a maior média de interações (10 mil) por postagem no YouTube. O Clube do Valor é o canal com mais inscritos (623 mil) inscritos na mesma rede.



## 9. EDUCADOR FINANCEIRO

Nove influenciadores formam a categoria dos educadores financeiros: eles organizam cursos sobre investimentos e têm como objetivo final a venda desse tipo de conteúdo. São 8 mil publicações com 218 interações por post. As postagens do perfil Leandro no Twitter são as que geram mais engajamento: média de 11 mil interações. O Partiu Poupar arrasta 419 mil seguidores no Instagram.

## 10. EMPRESA DE SOFTWARE

São apenas três nessa categoria, que engloba empresas de tecnologia desenvolvedoras de softwares para análises de ações e automatização de etapas de operação na bolsa. Esse perfil tem baixo engajamento médio por postagem (seis) e um número pequeno de publicações (8 mil). O TradingView Brasil é o grande nome da categoria, com média de 7.307 postagens no Twitter – recorde considerando as "outras tipologias".

## 11. PORTAL DE EDUCAÇÃO

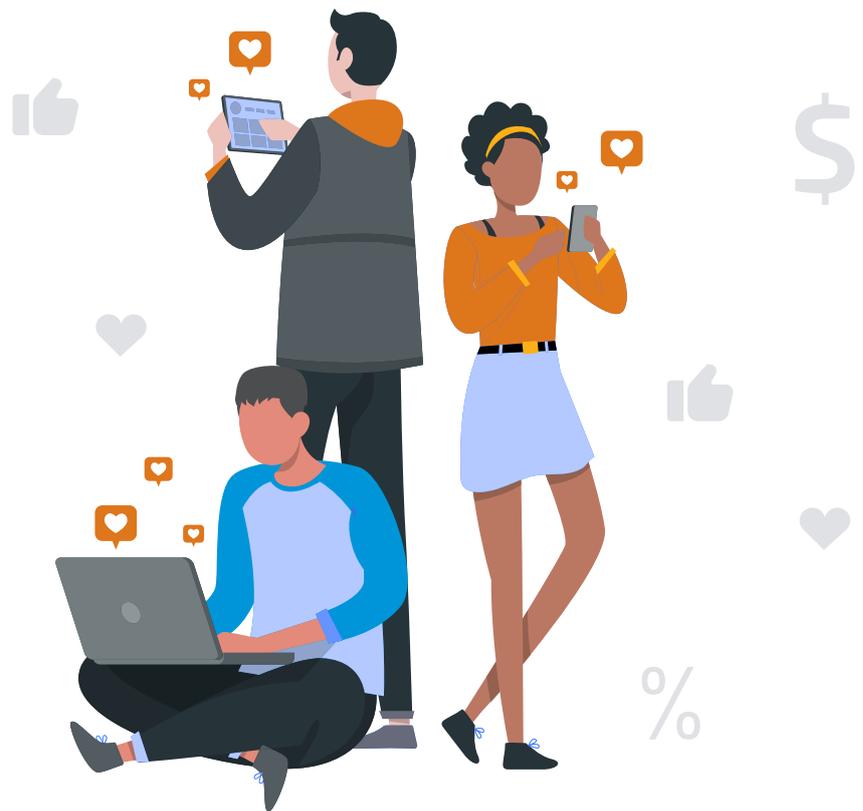
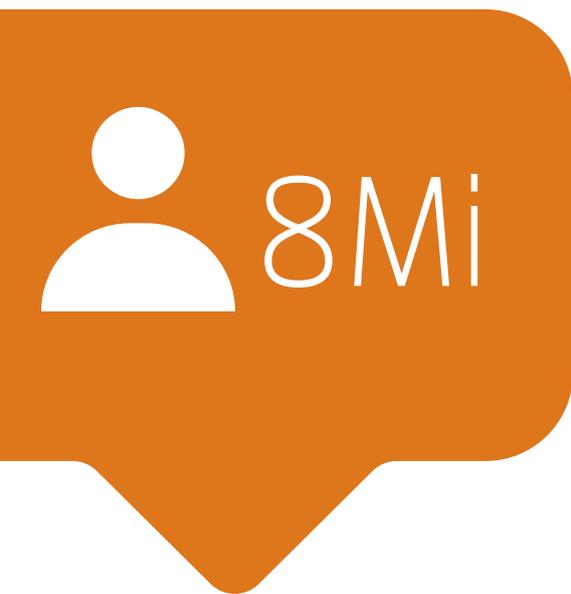
Essa tipologia reúne instituições e portais focados em educação financeira. São apenas dois influenciadores digitais de investimentos – Assessoria Live e TradersClub –, que somam baixo volume de postagens (1,4 mil) e de engajamento (média de 257 interações por publicação).

## Principais influenciadores das demais tipologias

| Nome / Tipologia                                   | Rede social | Média de engajamento |
|--|-------------|----------------------|
| <b>Leandro</b><br>Educador Financeiro              | Twitter     | 11 mil               |
| <b>Pablo Spyer</b><br>Assessoria/Corretora         | YouTube     | 10,5 mil             |
| <b>Arena do Investidor</b><br>Portal Especializado | YouTube     | 10 mil               |
| <b>Criptomaniacos</b><br>Portal Especializado      | YouTube     | 8 mil                |
| <b>Põe no Bolso</b><br>Portal Especializado        | YouTube     | 6 mil                |

| Nome / Tipologia                              | Rede social | Alcance |
|---|-------------|---------|
| <b>Clube do Valor</b><br>Portal Especializado | YouTube     | 623 mil |
| <b>Partiu Poupar</b><br>Educador Financeiro   | Instagram   | 419 mil |
| <b>FILs BR</b><br>Portal Especializado        | Instagram   | 418 mil |
| <b>Suno Notícias</b><br>Portal Especializado  | Instagram   | 388 mil |
| <b>Danilo Zanini</b><br>Assessoria/Corretora  | YouTube     | 338 mil |

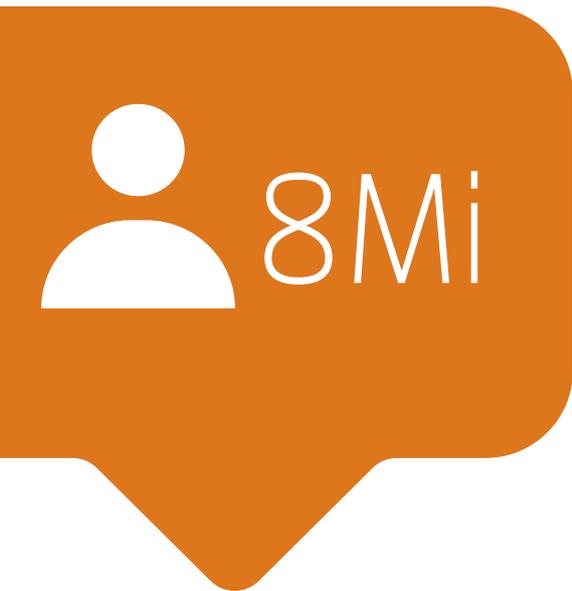
| Nome / Tipologia   | Rede social | Número de publicações |
|--|-------------|-----------------------|
| <b>TradingView Brasil</b><br>Empresa de Software         | Twitter     | 7.307                 |
| <b>o Zé, do Clube do Pai Rico</b><br>Educador Financeiro | Twitter     | 6.064                 |
| <b>o Astyanax da Bolsa</b><br>Investidor Independente    | Twitter     | 3.958                 |
| <b>Peter Lynchado</b><br>Investidor Independente         | Twitter     | 3.575                 |
| <b>Henrique Esteter</b><br>Assessoria/Corretora          | Twitter     | 2.820                 |



# O "TAMANHO" DO INFLUENCIADOR

Pequenos, médios, grandes e gigantes: esses são os tamanhos dos influenciadores de investimento a partir do número de seguidores nas mídias sociais. Como elas têm características distintas, a avaliação foi feita individualmente em cada rede.

O tamanho do influenciador é um fator importante, mas não o único que determina a relevância daquele personagem. Um perfil classificado como pequeno tem menor alcance em seguidores, mas pode ter um amplo poder de influência sobre sua base, enquanto um considerado gigante pode falar com milhões de pessoas, mas não ter uma interação do público que seja das mais altas.

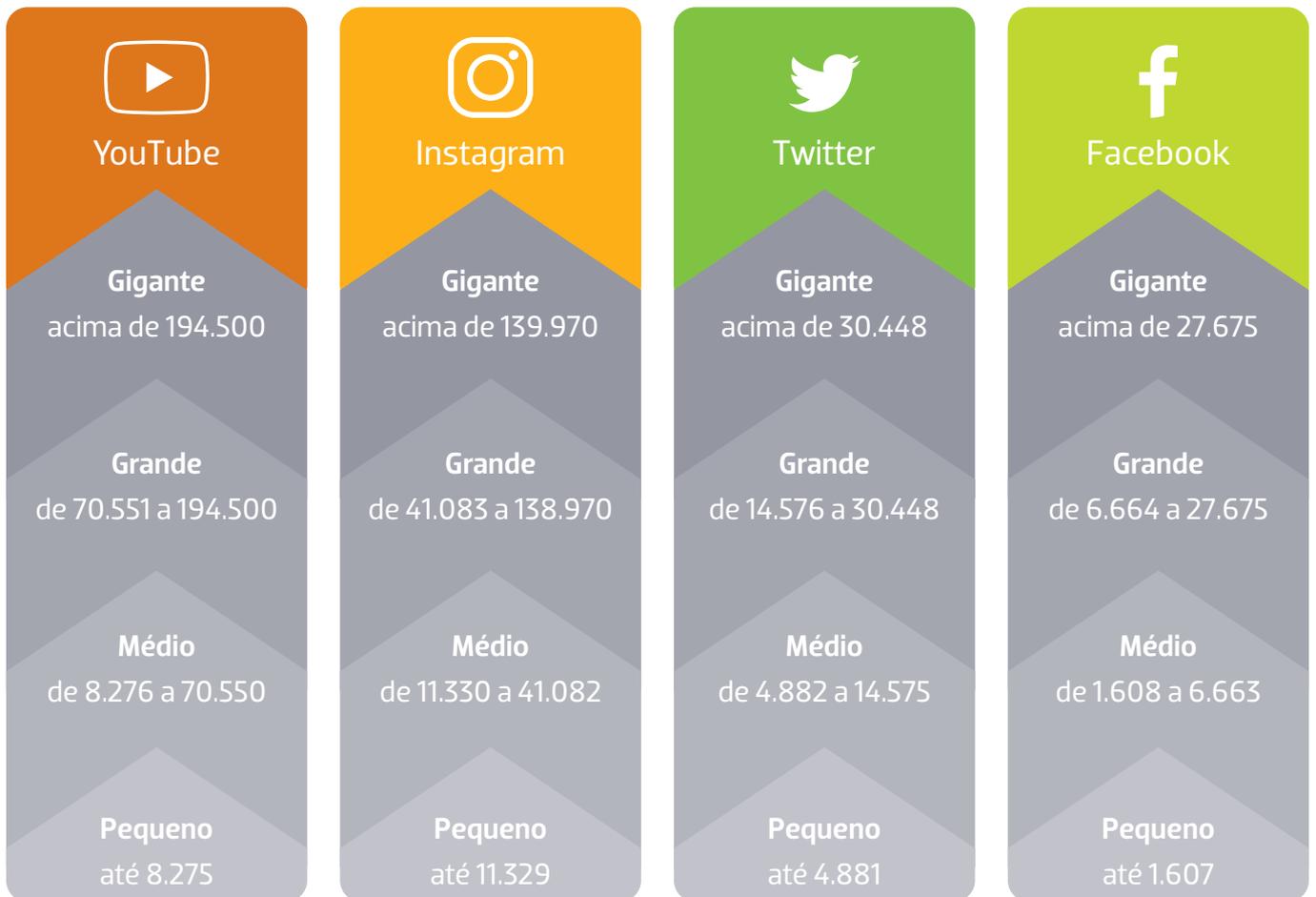


Essa classificação de tamanhos é dinâmica e as réguas de corte mudam dia a dia, já que a quantidade total de seguidores dos perfis também varia com velocidade.

**Para este relatório, foi usado um número estático, já que estávamos avaliando o mesmo alcance sempre. Confira:**

84 186 3k 22

### Classificação de grandeza dos influenciadores nas redes sociais



## TRENDS: POPULARIDADE CRESCENTE

**Alguns influenciadores merecem ser observados com lupa por causa da rápida ascensão em termos de popularidade.** O ranking foi organizado considerando os tamanhos dos perfis nas quatro redes sociais, para facilitar a visão e a comparação sobre o aumento real do número de seguidores no período.

### Entre os pequenos

Por terem uma base menor, o crescimento dos influenciadores pequenos pode chegar a variações de até três dígitos – como é o caso da Carteira Inteligente e do Pablo Sangalli no Instagram, Convex Research no Twitter e Gorila Investimentos no YouTube. Houve, ainda, canais que tinham uma base modesta, de menos de 30 seguidores, e alcançaram os primeiros milhares durante o mapeamento. A exemplo, temos os canais Holder Iniciante e SHEIK Trades, que cresceram cerca de 24.000% e 20.000% no período.

## Influenciadores pequenos em ascensão

### Instagram

| Influenciador        | Seguidores | Crescimento |
|----------------------|------------|-------------|
| Carteira Inteligente | 7,4 mil    | 285%        |
| Pablo Sangalli       | 2,4 mil    | 111%        |
| Ricardo Schweitzer   | 11 mil     | 57%         |
| Holder Iniciante     | 178        | 55%         |
| Dalton Vieira        | 9,7 mil    | 54%         |

### Facebook

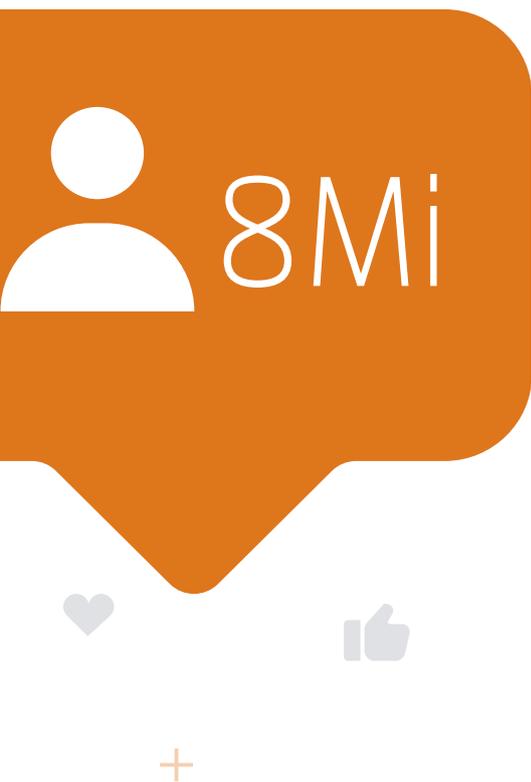
| Influenciador       | Seguidores | Crescimento |
|---------------------|------------|-------------|
| Rob Correa          | 511        | 75%         |
| Marcelo Fayh        | 389        | 50%         |
| Danilo Bastos       | 258        | 50%         |
| Investidor Sardinha | 273        | 45%         |
| Stock Pickers       | 1,1 mil    | 40%         |

### YouTube

| Influenciador        | Seguidores | Crescimento |
|----------------------|------------|-------------|
| Holder Iniciante     | 5,7 mil    | 23.858%     |
| Sheik Trades         | 4,4 mil    | 19.891%     |
| Gorila Investimentos | 810        | 569%        |
| E-Investidor         | 5,9 mil    | 74%         |
| Pedro Bresser        | 5,6 mil    | 53%         |

### Twitter

| Influenciador       | Seguidores | Crescimento |
|---------------------|------------|-------------|
| Convex Research     | 1,3 mil    | 100%        |
| Investidor Sardinha | 867        | 62%         |
| Gabriela Mosmann    | 3,4 mil    | 45%         |
| Pablo Sangalli      | 1,6 mil    | 37%         |
| Fausto Botelho      | 2,1 mil    | 36%         |



### Entre os médios

Alguns personagens quase dobraram sua base de público – os Criptomaníacos, por exemplo, chegaram a um alcance de 6,4 mil perfis no Twitter, um avanço de 95%. Já no Facebook, a alta foi de 28%, chegando a 3,7 mil seguidores na fanpage.

Outros destaques são Fernanda Mansano e Você Investidor. Enquanto a influenciadora avançou 78% no Twitter (7,6 mil seguidores) e 38% no Instagram (22 mil), os perfis do Você Investidor despontaram no YouTube e no Facebook, com crescimentos de 49% (64 mil inscritos) e 31% (1,6 mil seguidores), respectivamente.

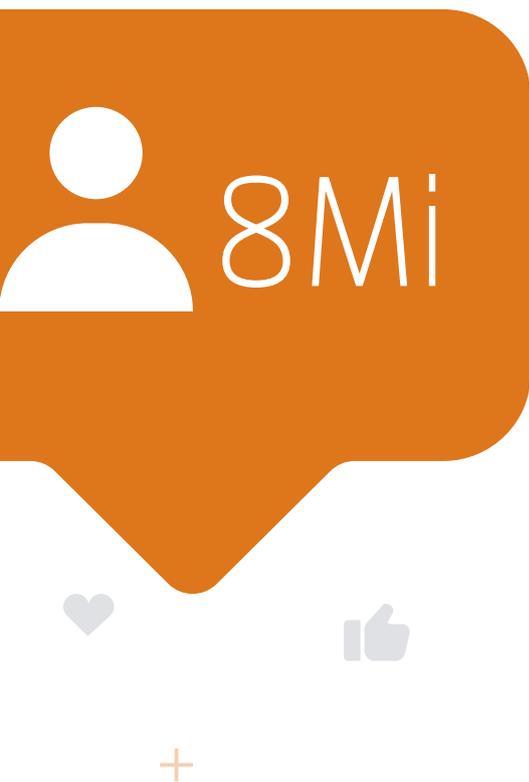
## Influenciadores médios em ascensão

| Instagram        |            |             |
|------------------|------------|-------------|
| Influenciador    | Seguidores | Crescimento |
| Marília Fontes   | 20 mil     | 51%         |
| Renda Segura     | 20 mil     | 45%         |
| Charles Nader    | 13 mil     | 39%         |
| Fernanda Mansano | 22 mil     | 38%         |
| GL Flix          | 24 mil     | 35%         |

| Facebook        |            |             |
|-----------------|------------|-------------|
| Influenciador   | Seguidores | Crescimento |
| Você Investidor | 1,6 mil    | 31%         |
| Criptomaníacos  | 3,7 mil    | 28%         |
| E-Investidor    | 3,1 mil    | 17%         |
| InvestNews      | 5 mil      | 16%         |
| Júlia Mendonça  | 17 mil     | 5%          |

| YouTube               |            |             |
|-----------------------|------------|-------------|
| Influenciador         | Seguidores | Crescimento |
| B7 Invest             | 30 mil     | 4.592%      |
| Henrique Stuart       | 51 mil     | 60%         |
| Você Investidor       | 64 mil     | 49%         |
| Investimento em Ação  | 70 mil     | 43%         |
| Liberta Investimentos | 39 mil     | 39%         |

| Twitter           |            |             |
|-------------------|------------|-------------|
| Influenciador     | Seguidores | Crescimento |
| Criptomaníacos    | 6,4 mil    | 95%         |
| Uallace Moreira   | 9,4 mil    | 94%         |
| Fernanda Mansano  | 7,6 mil    | 78%         |
| E-Investidor      | 10 mil     | 54%         |
| Portal do Bitcoin | 14 mil     | 53%         |



### Entre os grandes

Nessa categoria, o perfil que mais avançou foi o do Favelado Investidor, com alta de 660% de seguidores no Facebook, totalizando 12 mil em fevereiro. Nas demais redes, o destaque fica com Júlia Wazlawick, que avançou 85% no Instagram; Renda Segura, que cresceu 81% no YouTube; e Professor Baroni, com alta de 37% no Twitter.

Os Criptomaniacos, que são médios no Twitter e no Facebook, são considerados grandes no YouTube: cresceram 39%, o segundo maior avanço da rede nesse tamanho de influenciador, e somam 85 mil inscritos em fevereiro.

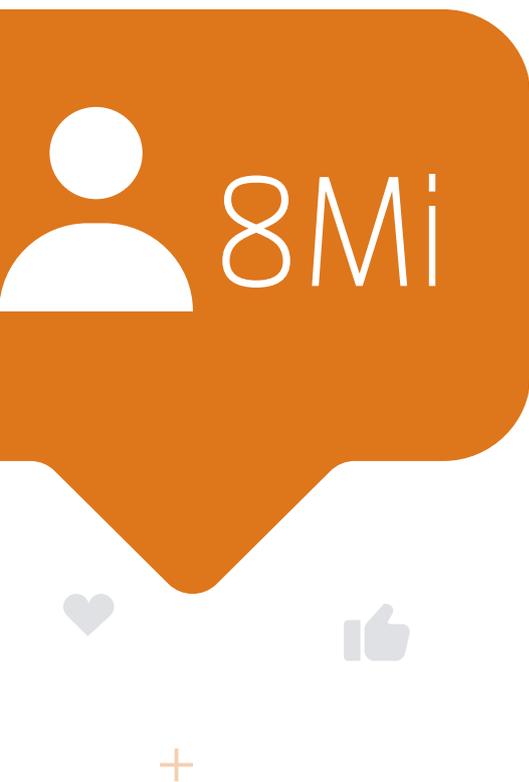
### Influenciadores grandes em ascensão

| Instagram           |            |             |
|---------------------|------------|-------------|
| Influenciador       | Seguidores | Crescimento |
| Júlia Wazlawick     | 61 mil     | 85%         |
| Vini Rich           | 124 mil    | 63%         |
| Stormer             | 119 mil    | 54%         |
| Ramiro G. Ferreira  | 123 mil    | 42%         |
| Investidor Sardinha | 76 mil     | 35%         |

| Facebook            |            |             |
|---------------------|------------|-------------|
| Influenciador       | Seguidores | Crescimento |
| Favelado Investidor | 12 mil     | 660%        |
| FILs BR             | 8,3 mil    | 19%         |
| TradeMap            | 9,4 mil    | 11%         |
| Luciana Seabra      | 12 mil     | 6%          |
| Nord Research       | 16 mil     | 5%          |

| YouTube              |            |             |
|----------------------|------------|-------------|
| Influenciador        | Seguidores | Crescimento |
| Renda Segura         | 85 mil     | 81%         |
| Criptomaniacos       | 128 mil    | 39%         |
| Investimento em Ação | 71 mil     | 35%         |
| Riqueza em Dias      | 97 mil     | 33%         |
| Pablo Spyer          | 75 mil     | 30%         |

| Twitter             |            |             |
|---------------------|------------|-------------|
| Influenciador       | Seguidores | Crescimento |
| Professor Baroni    | 17 mil     | 37%         |
| Rafael Paschoarelli | 15 mil     | 34%         |
| Felipe Tadewald     | 22 mil     | 34%         |
| Economista Sincero  | 15 mil     | 31%         |
| Pedro Menin         | 16 mil     | 29%         |



### Entre os gigantes

Também há crescimento acelerado mesmo quando o influenciador já fala com dezenas de milhares de pessoas. O Favelado Investidor, que é um case de sucesso entre os grandes do Facebook, ganha título de gigante em todas as outras redes. Sua base no Instagram cresceu 35% e chegou a 394 mil. No YouTube e no Twitter, ele avançou 29% e 17%, respectivamente, alcançando 266 mil inscritos e 82 mil seguidores de seus tweets.

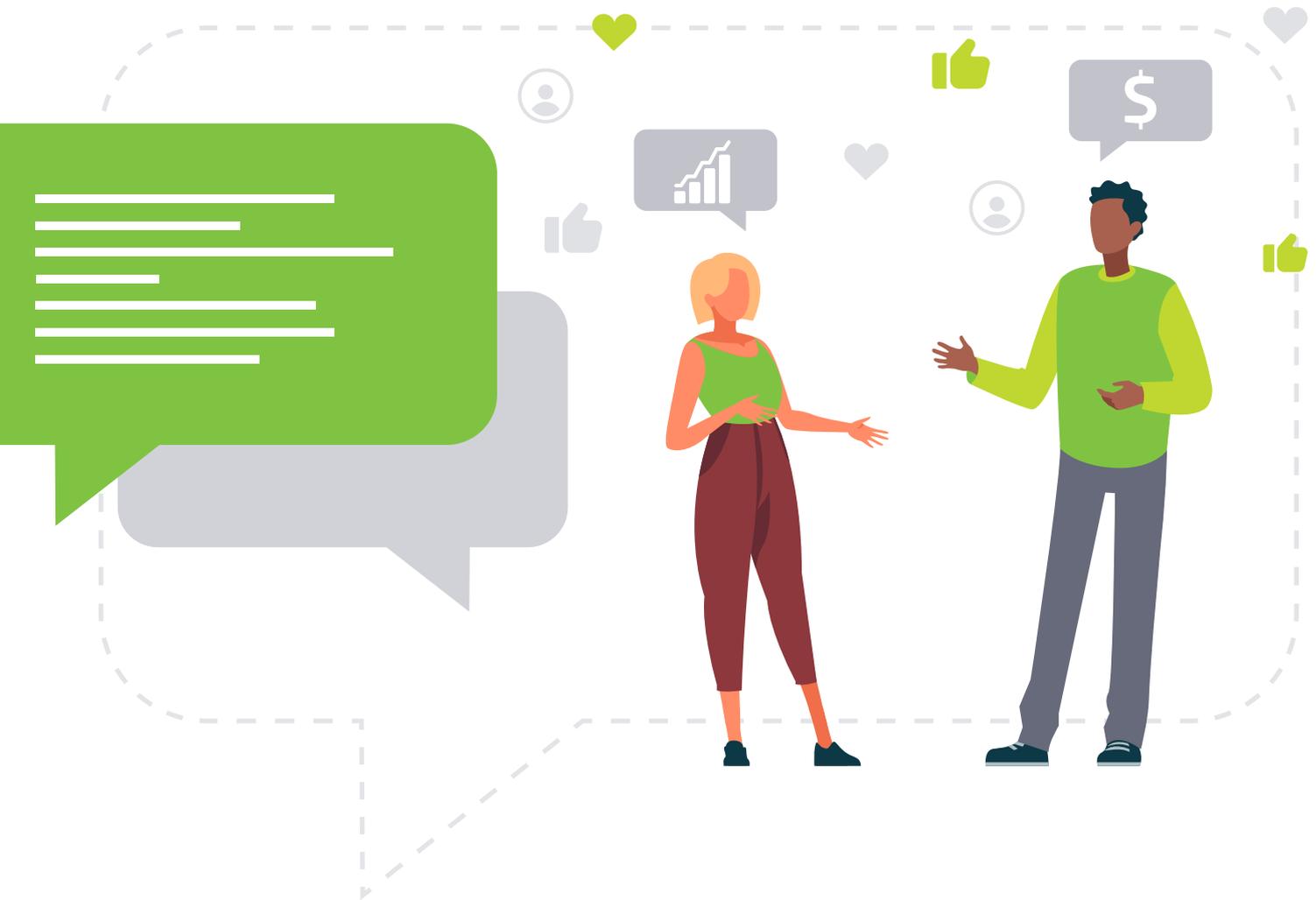
### Influenciadores gigantes em ascensão

| Instagram             |            |             |
|-----------------------|------------|-------------|
| Influenciador         | Seguidores | Crescimento |
| Café com Ferri        | 876 mil    | 205%        |
| Ports Trader          | 111 mil    | 82%         |
| Ronaldo S. Bitcoin RS | 333 mil    | 38%         |
| Favelado Investidor   | 394 mil    | 35%         |
| Jovens de Negócios    | 363 mil    | 24%         |

| Facebook            |            |             |
|---------------------|------------|-------------|
| Influenciador       | Seguidores | Crescimento |
| Samy Dana           | 181 mil    | 25%         |
| Portal do Bitcoin   | 31 mil     | 20%         |
| Atom Vida de Trader | 105 mil    | 4%          |
| Fernando Góes       | 52 mil     | 3%          |
| Clube do Valor      | 38 mil     | 3%          |

| YouTube             |            |             |
|---------------------|------------|-------------|
| Influenciador       | Seguidores | Crescimento |
| Favelado Investidor | 266 mil    | 29%         |
| InvestNews          | 230 mil    | 20%         |
| Dinheiro com Você   | 563 mil    | 17%         |
| Jovens de Negócios  | 1,2 mi     | 17%         |
| Fernando Ulrich     | 244 mil    | 15%         |

| Twitter             |            |             |
|---------------------|------------|-------------|
| Influenciador       | Seguidores | Crescimento |
| Salim Mattar        | 128 mil    | 21%         |
| Tavi Costa          | 67 mil     | 17%         |
| Favelado Investidor | 82 mil     | 17%         |
| Alfredo Menezes     | 35 mil     | 16%         |
| O Primo Rico        | 59 mil     | 15%         |



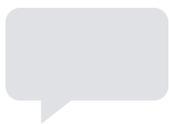
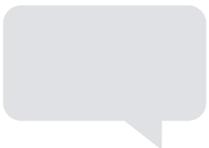
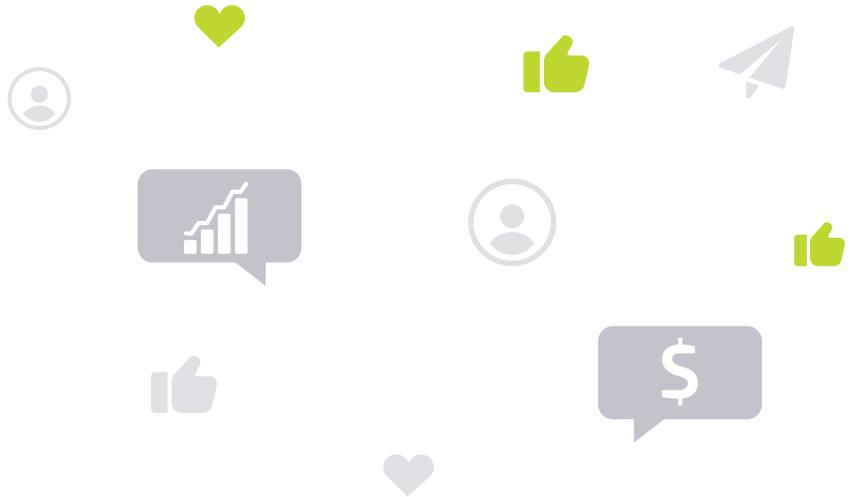
# NA BOCA DO POVO

O universo de investimentos nas redes sociais é amplo e abrange múltiplos assuntos, tipos de comunicação e públicos-alvo que justificam variadas abordagens pelos influenciadores. Muitas vezes, os influenciadores abordam temas paralelos a esse universo, como a pandemia da Covid-19 e a saúde pública, como gancho para discutir finanças e investimentos.

Analisamos todos os assuntos abordados e elencamos os seis de destaque, incluindo os porta-vozes que têm a melhor relação entre a quantidade de posts e o engajamento do público dentro de cada temática. Confira as principais descobertas a seguir:



enviar



enviar

## 1. DICAS DE INVESTIMENTO E AÇÕES

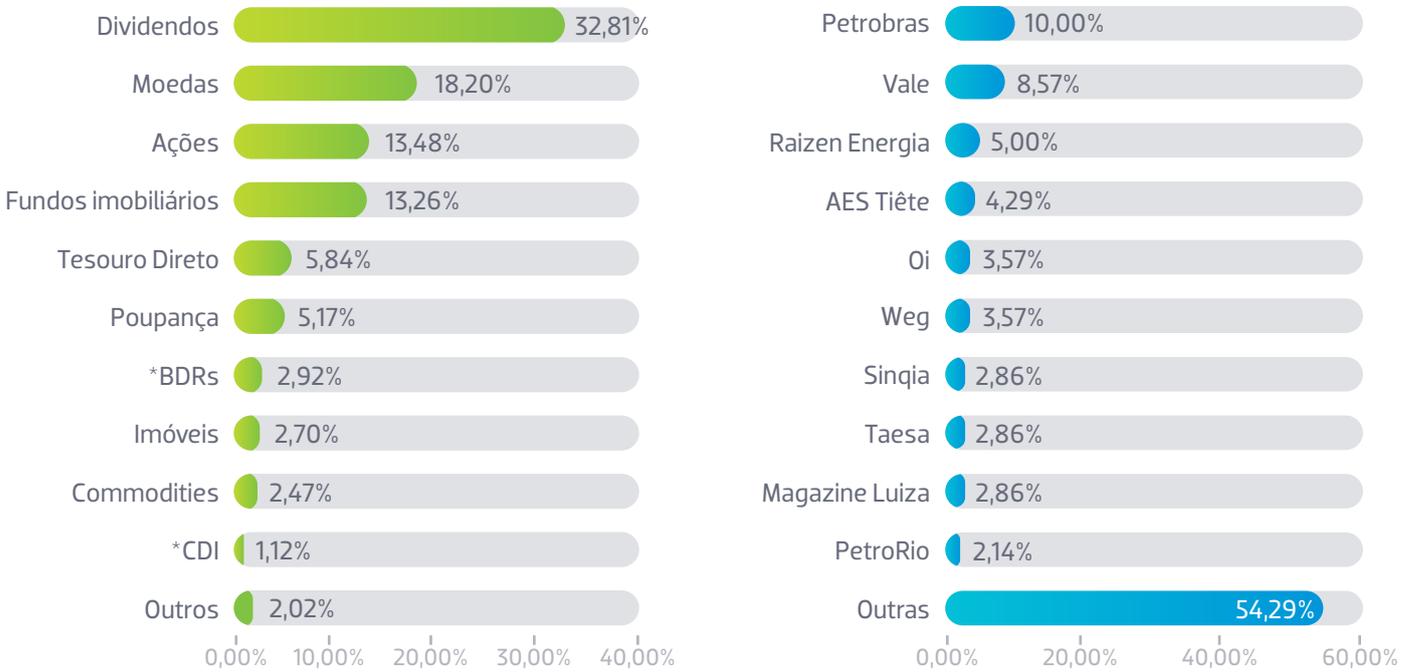
As publicações costumam trazer dicas sobre como, no quê e em que momento investir, as melhores ações para comprar em contextos diversos, investimentos em alta e como o investidor pode proteger suas aplicações. Também incluem análises de tipos de produtos e da bolsa de valores, da conjuntura econômica e comparações entre ações. O conteúdo é concentrado em sugestões e análises – em geral, não há indicações ou recomendações diretas de investimentos.

**As dicas de investimentos e ações são o conteúdo que mais marca presença no relatório, respondendo por aproximadamente 5% das publicações.**

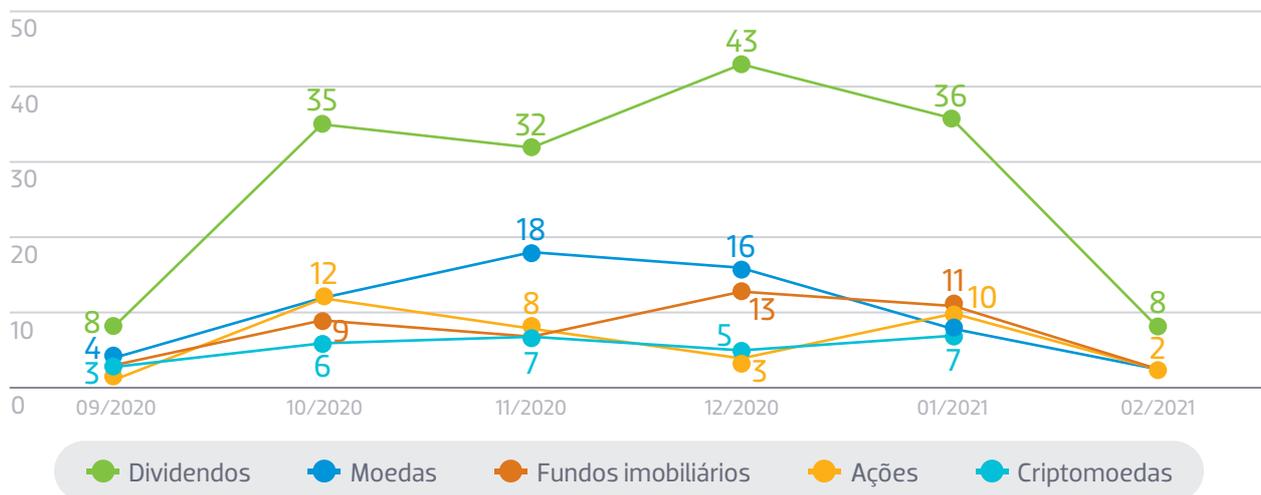
Essa temática é explorada principalmente pelos perfis de produtores de conteúdo e de portais especializados em investimento. Os "porta-vozes" aqui são os canais O Primo Rico, Me Poupe! e Economista Sincero no YouTube. Já no Instagram, quem brilha é Nathalia Arcuri e Nath Finanças – a orientadora financeira é também destaque no Twitter.

Os produtos de investimento foram citados 445 vezes nessa temática, enquanto ações específicas receberam 140 menções. Os produtos mencionados foram dividendos (32,81%), moedas (18,20%) e ações (13,48%). Já olhando para as citações diretas a ativos de empresas, foram faladas a Petrobras (10%), Vale (8,57%) e Raízen (5%). Confira abaixo a quantidade de menções a cada um, assim como a evolução das citações ao longo dos meses.

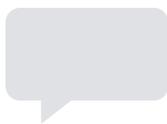
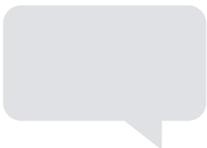
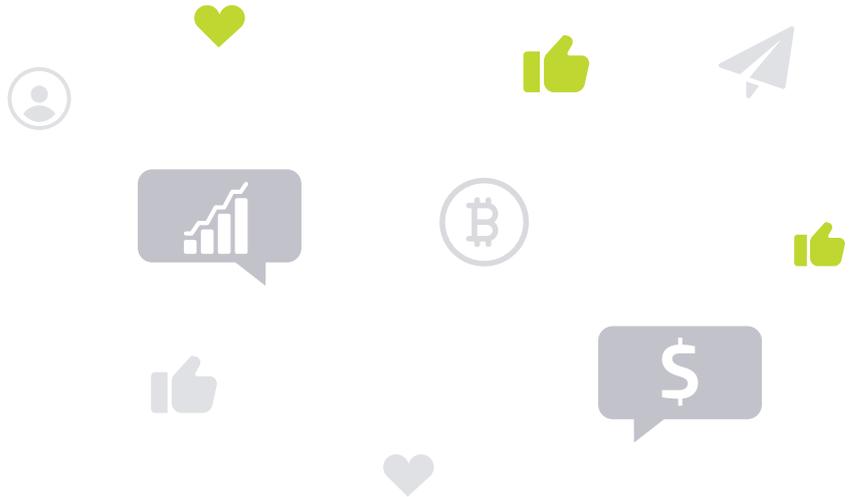
### Produtos e ações mais mencionados



### Evolução mensal das citações a produtos



\* BDR: Brazilian Depositary Receipts | CDI: Certificado de Depósito Interbancário



enviar

## 2. CRIPTOMOEDAS

Menina dos olhos de muitos investidores nos últimos anos, as criptomoedas são um dos assuntos mais comentados.

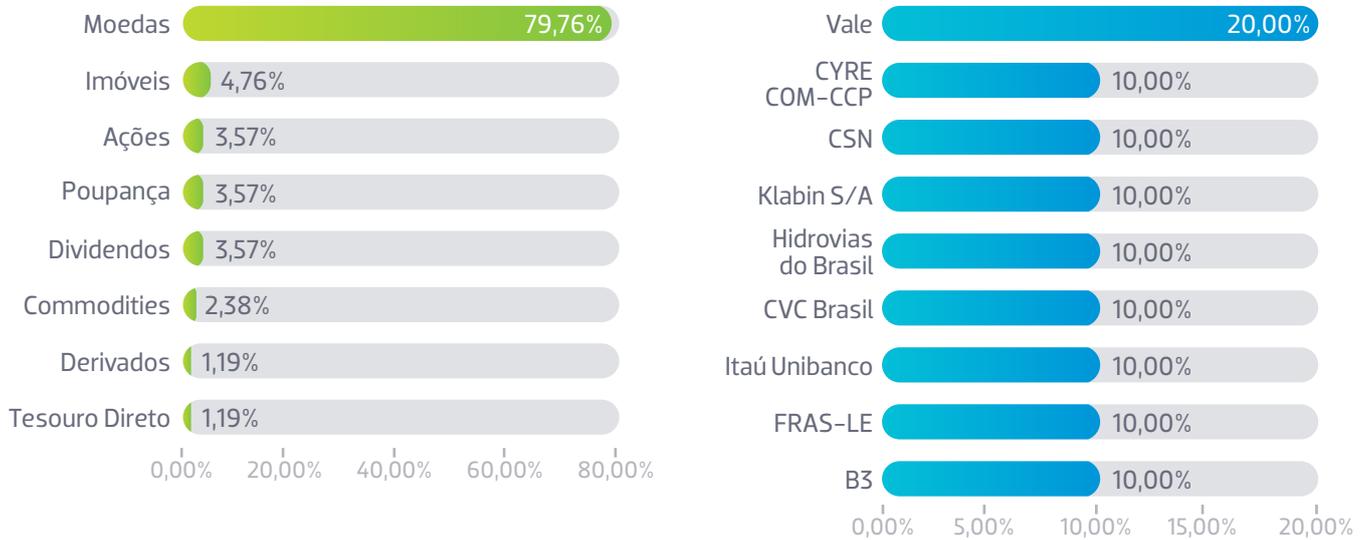
**Muitos influenciadores e portais se dedicam exclusivamente a debater esses ativos – “cripto” é considerada uma temática de nicho.**

As publicações reúnem notícias, recomendações e análises sobre a classe e as criptomoedas disponíveis, seus valores e a variação diária das cotações no Brasil e no exterior.

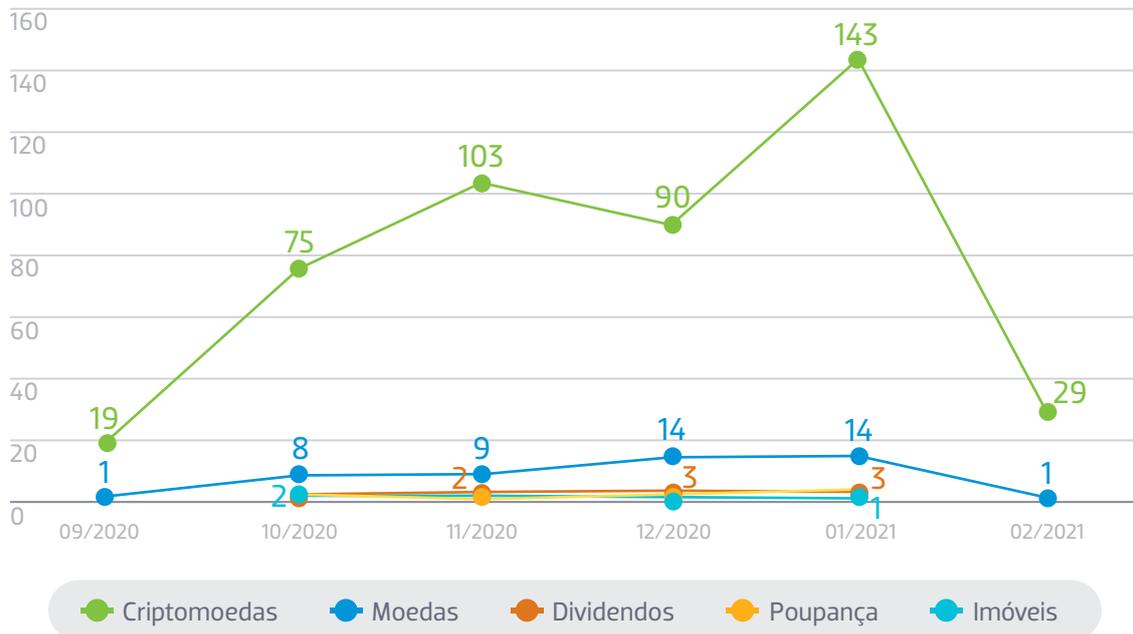
O tema foi detectado em cerca de 4% dos posts e é especialmente popular em portais especializados. As criptomoedas são foco em vários tipos de postagens, incluindo aquelas informativas e as análises de resultados diários. Os maiores influenciadores do tema no YouTube são o Dinheiro com Você – Por William Ribeiro, Fernando Ulrich e Criptomaníacos. No Instagram, o topo fica com Bruno Perini – Você Mais Rico e Riqueza em Dias. Já no Twitter, os destaques são Favelado Investidor e Economista Sincero.

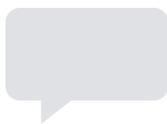
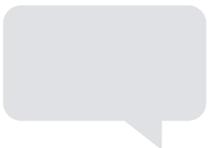
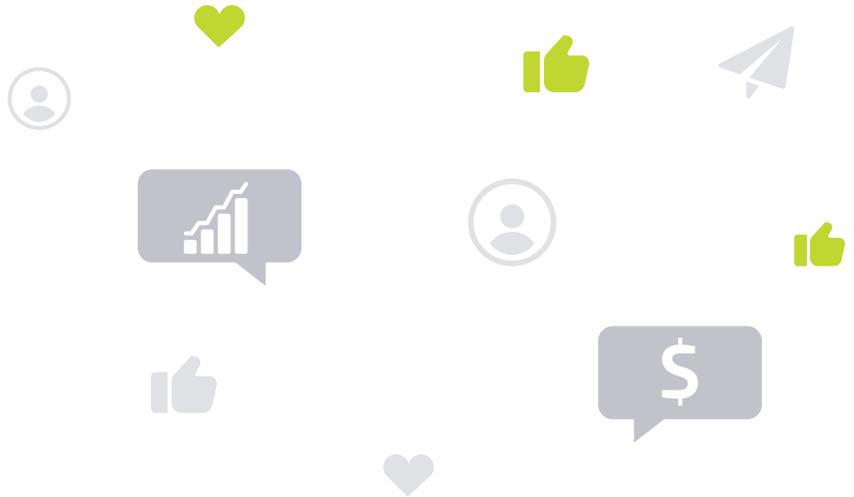
Com 79,76% das citações, as moedas (e aqui falamos de dólar, real, euro etc.) foram os produtos mais mencionados nas publicações sobre o assunto, seguidas por imóveis (4,76%) e ações (3,57%). Ações específicas foram mencionadas 10 vezes, principalmente Vale (20%), Cyrela Commercial Properties CCP e CSN (ambas com 10%). Veja a proporção de menções e o desempenho mensal delas:

### Produtos e ações mais mencionados



### Evolução mensal das citações a produtos





enviar

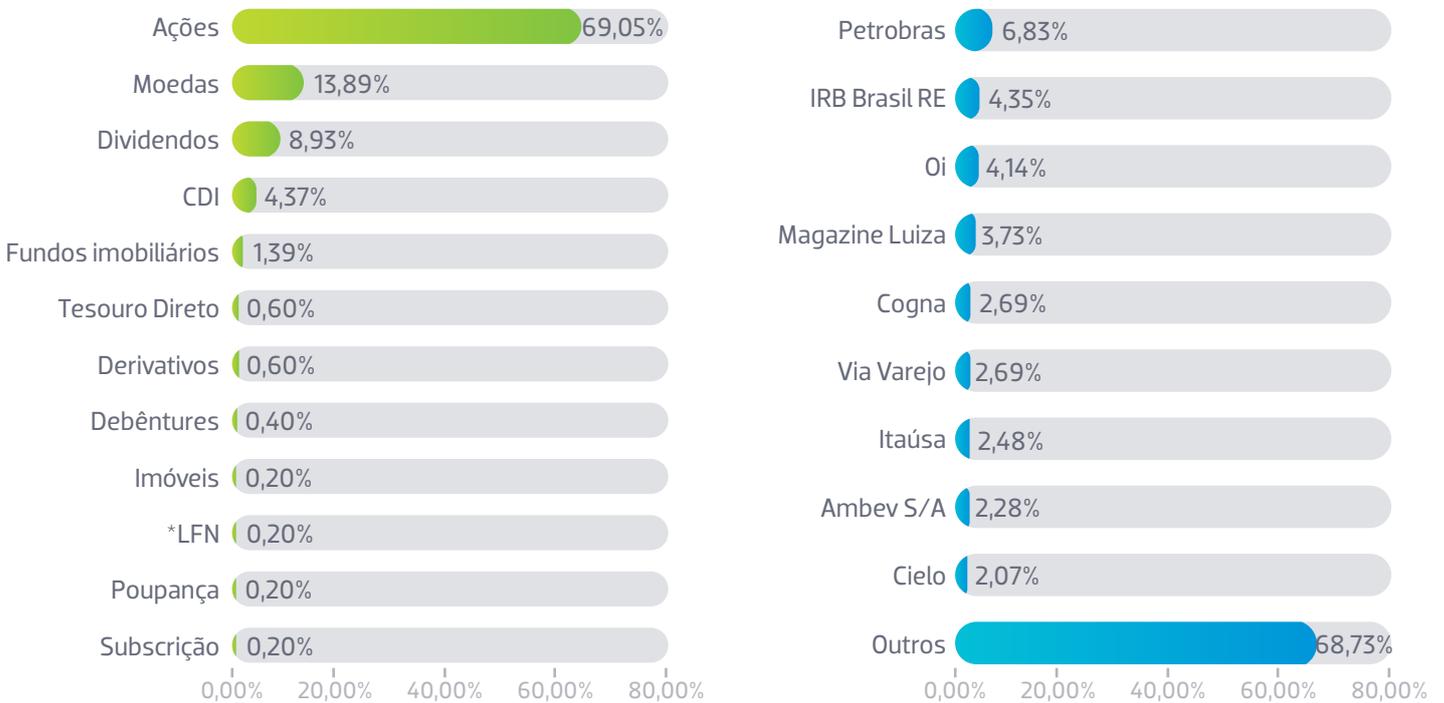
### 3. ANÁLISES DE AÇÕES

Essa temática abrange análises técnicas, fundamentalistas e gráficas de ações, além de avaliações de resultados que buscam aprofundar o entendimento sobre como esses papéis se comportam. Outro tema bastante explorado são os fundos imobiliários. **As análises de ações representam cerca de 4% do conteúdo monitorado e estão presentes nas publicações dos perfis de traders, analistas e produtores de conteúdo.**

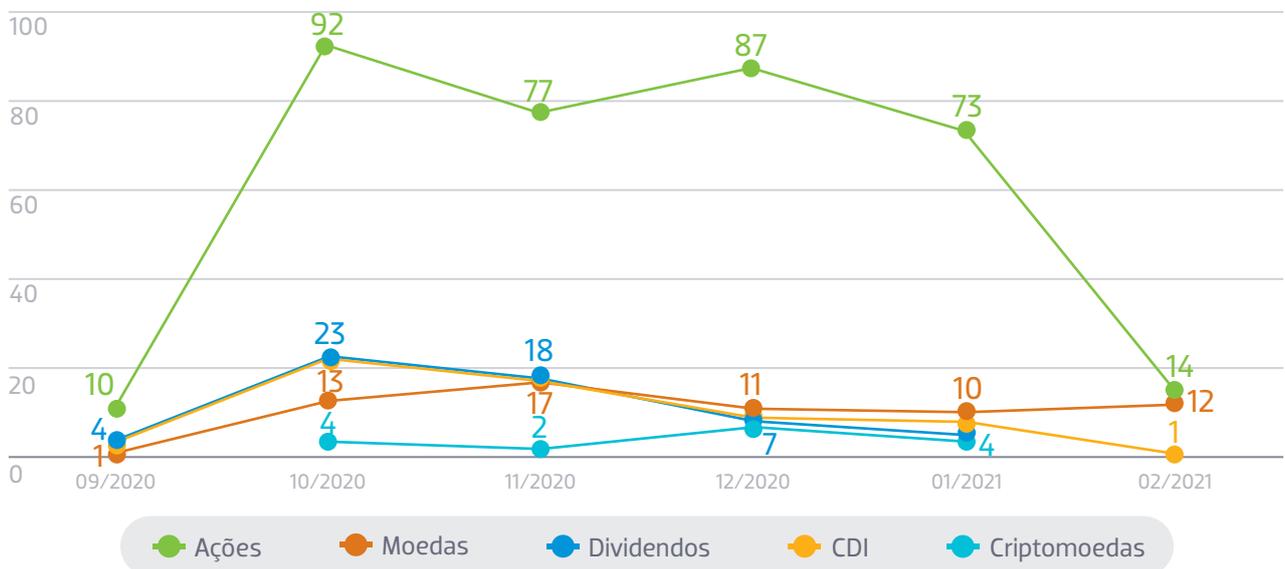
De forma geral, os conteúdos são apresentados como análises de resultados de investimentos. O YouTube é a plataforma que tem mais conteúdos dedicados a essa temática, com destaque para os canais Economista Sincero e GL Flix.

Durante o monitoramento, foram 504 menções a produtos. As ações, compreensivelmente, ficam no topo (69,05%), seguidas por moedas (13,89%) e dividendos (8,93%). Em relação a ações específicas, foram 483 menções, em que se destacam os papéis da Petrobras (6,83%), IRB Brasil RE (4,35%) e Oi (4,14%). Veja os números completos abaixo, assim como a quantidade de menções por mês:

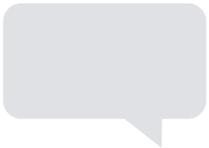
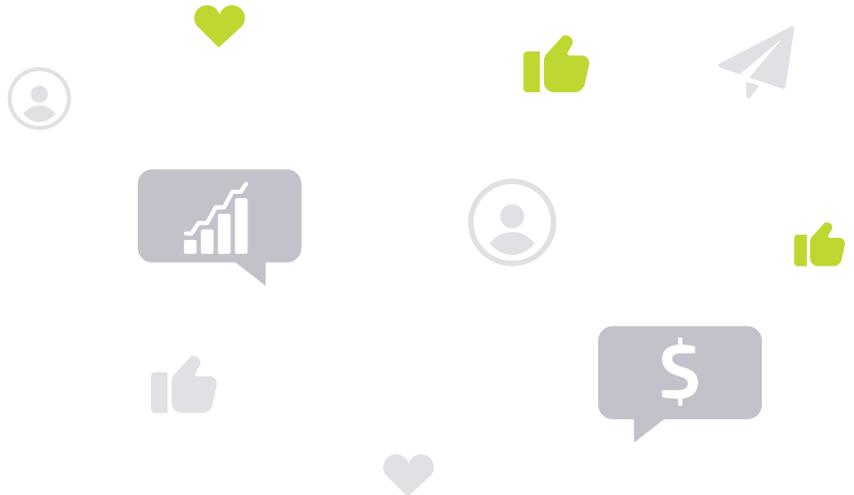
### Produtos e ações mais mencionados



### Evolução mensal das citações a produtos



\* LFN: Letra Financeira do Tesouro



enviar

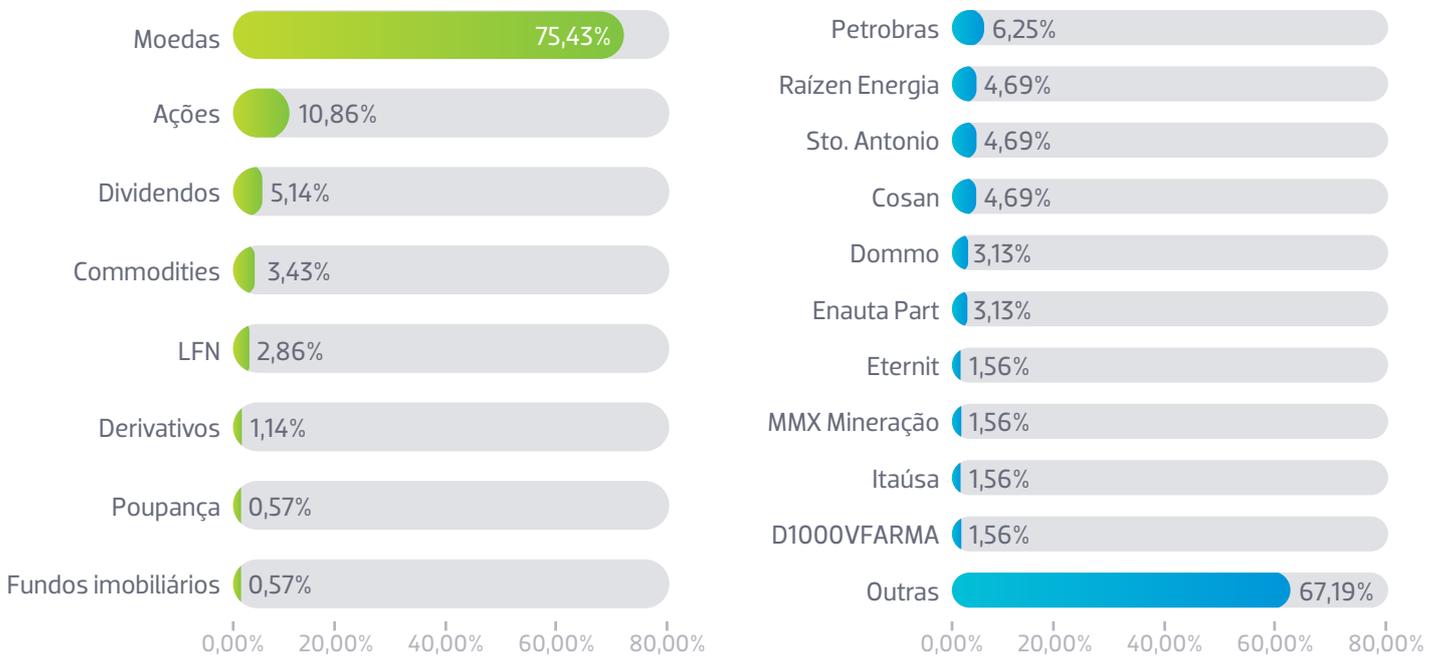
#### 4. DAY TRADE

Prática que ganhou popularidade no Brasil recentemente, o day trade (compra e venda de ações em um mesmo dia) é outro tema recorrente entre os influenciadores digitais. A aposta é na divulgação de conteúdos e análises ao vivo, em que realizam operações, dão dicas sobre como operar de forma independente e indicam ferramentas, cursos e aulas para otimizar os ganhos e se aprofundar no assunto.

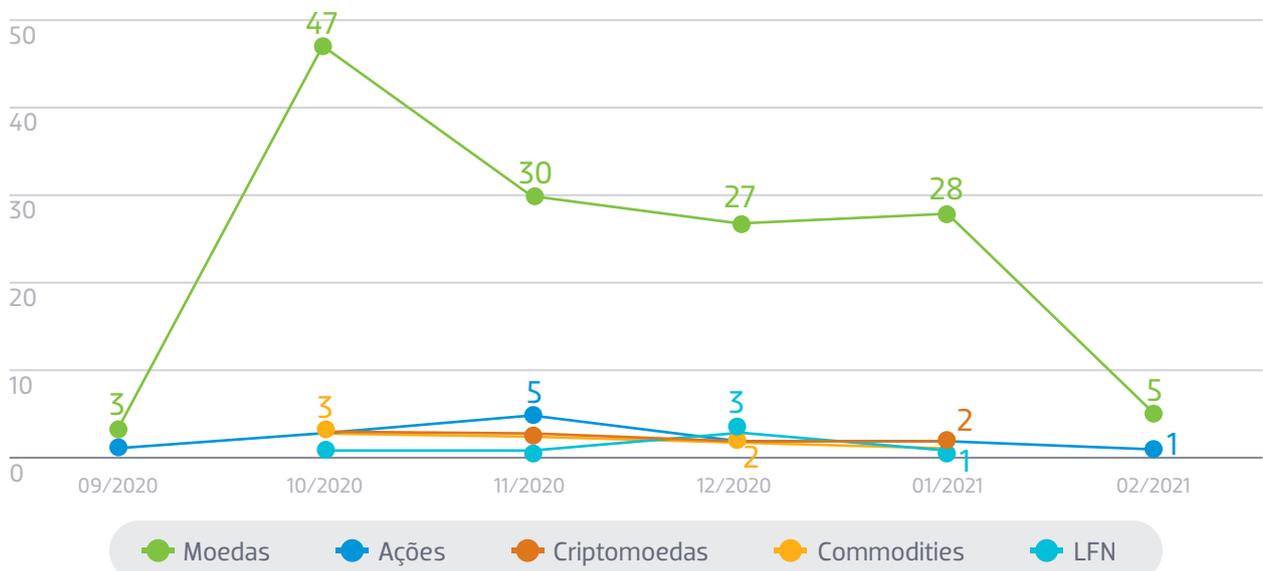
**Muitos se dedicam exclusivamente a esse tipo de conteúdo, seja de forma independente ou em perfis comandados por analistas de corretoras e gestoras.** Alguns grandes nomes do tema são Stormer, Alison Correa e Ports Trader no YouTube. Atenção também para Fabrício Gonçalves e Berman Trader, no Instagram, e Faria Lima Elevator, no Facebook.

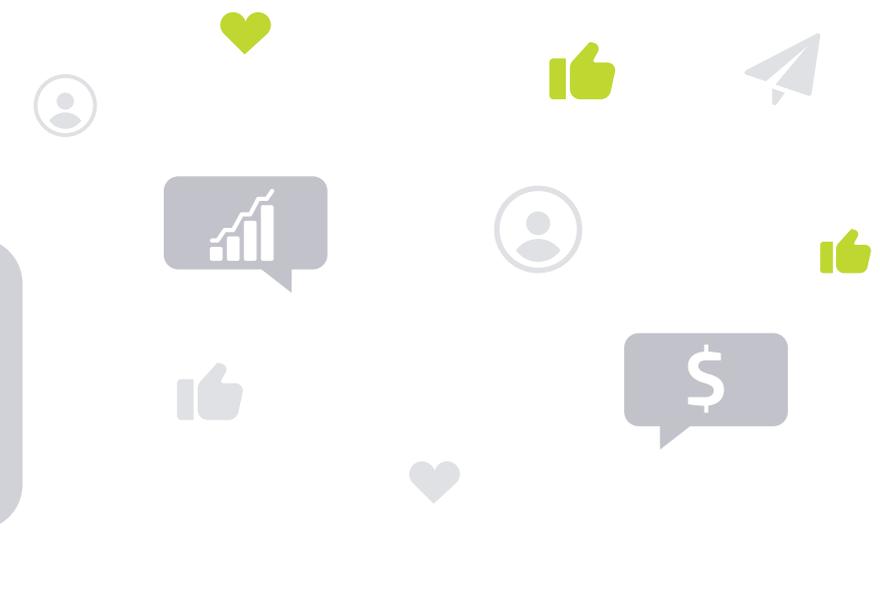
Dentro da temática, os produtos foram mencionados 175 vezes, com foco em moedas (75,43%), ações (10,86%) e dividendos (5,14%). Já as ações específicas foram citadas 64 vezes: Petrobras (6,25%), Raízen e Santo Antônio Energia (ambas com 4,69%). Confira abaixo a proporção de citações, assim como a evolução mensal por produto:

### Produtos e ações mais mencionados



### Evolução mensal das citações a produtos





## 5. ABERTURA E FECHAMENTO DE MERCADO

"Ibovespa sobe 0,82% e ultrapassa 120 mil pontos ao fim do pregão". Frases como essa são recorrentes na temática, composta majoritariamente por conteúdos ao vivo e publicações com análises e comentários sobre resultados de ações e da bolsa no início e no final do dia.

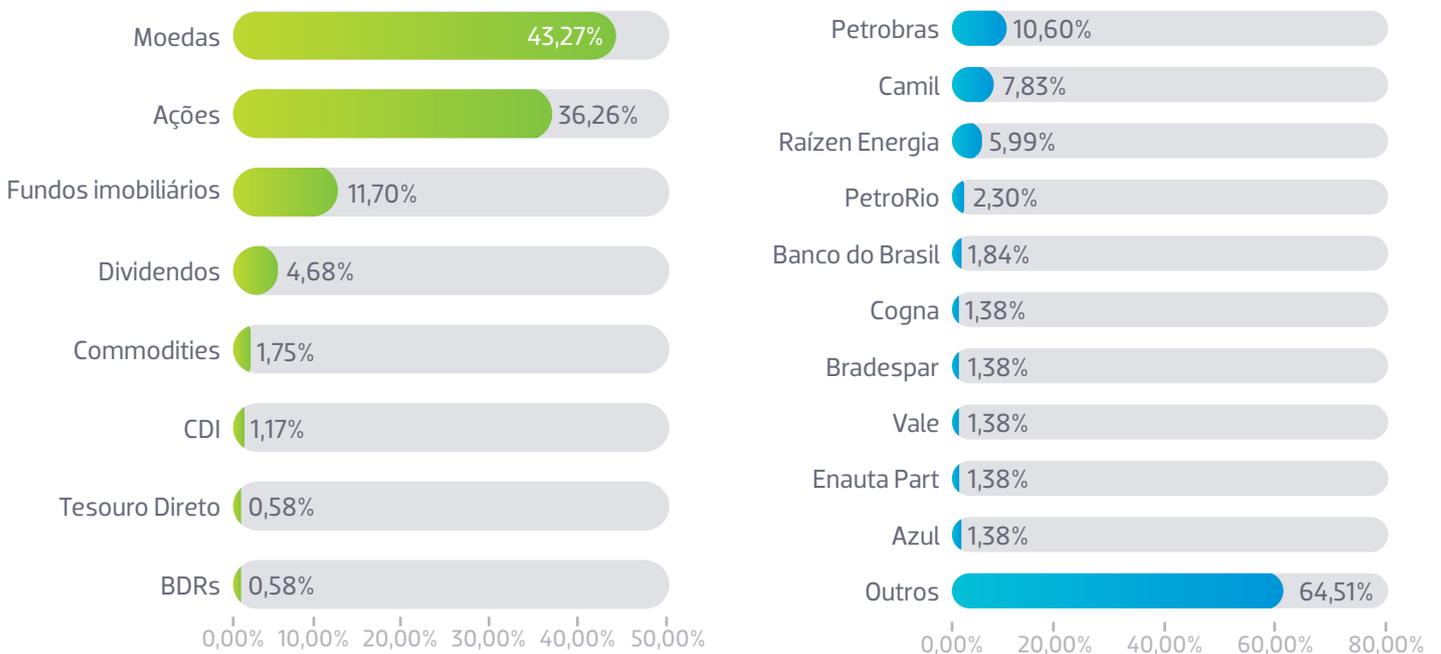
**Esse tipo de assunto é um dos prediletos entre os perfis de portais especializados, traders e casas de análise.**

Cerca de 2% do conteúdo monitorado corresponde a posts sobre esse tema. Os porta-vozes aqui são Flls BR e André Machado, o Ogro de Wall Street, no Instagram. Este último também brilha no YouTube, junto à Arena Trader XP.

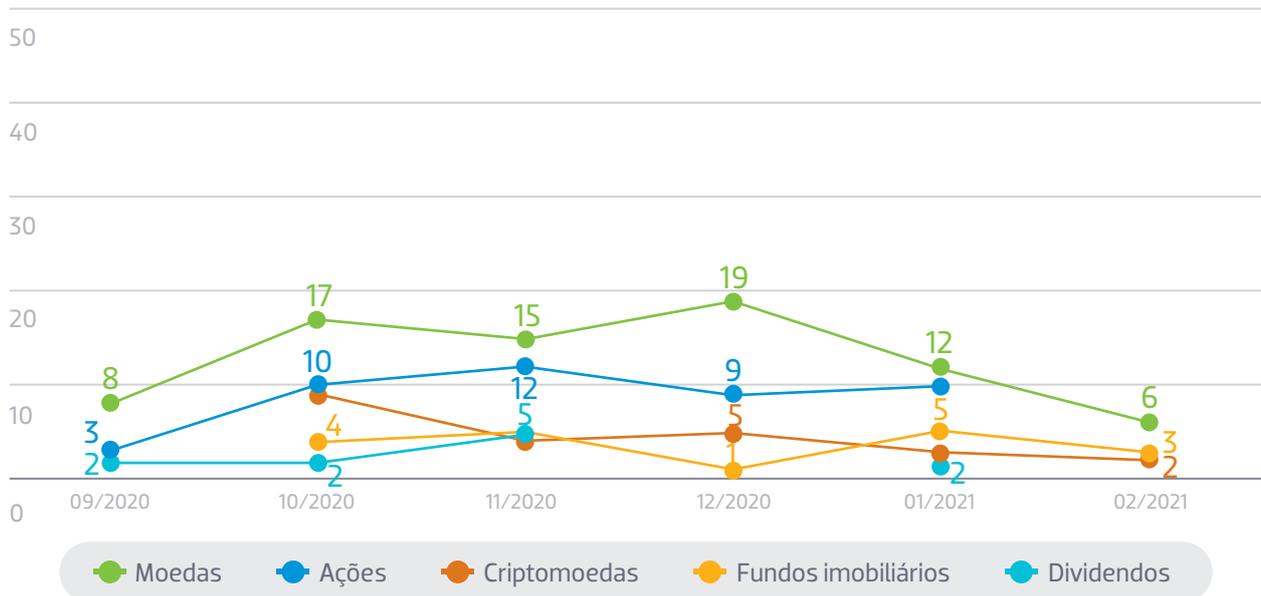
enviar

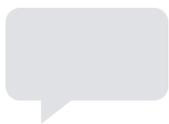
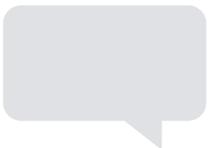
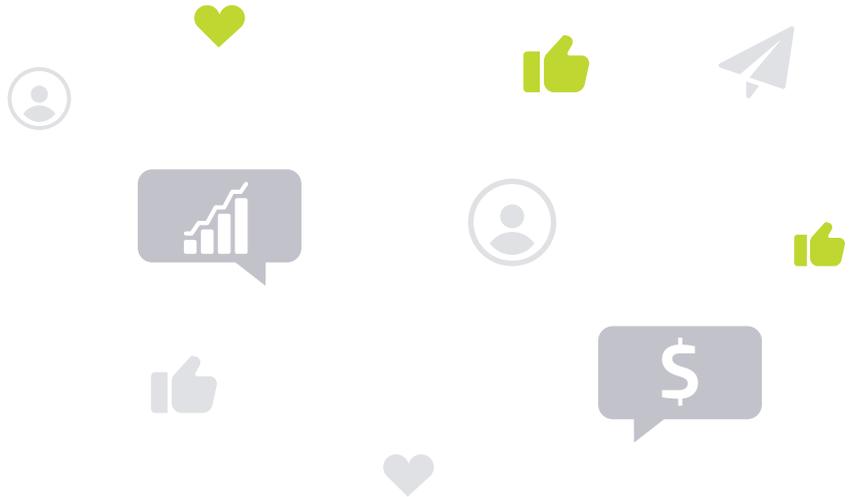
Houve 171 menções a produtos, a exemplo de moedas (43,27%), ações (36,26%) e fundos de investimento imobiliário (11,70%). As ações foram citadas 217 vezes e as prediletas foram Petrobras (10,60%), Camil Alimentos (7,83%) e Raízen (5,99%). Veja a divisão por tipo de produto e a evolução de cada um no período:

### Produtos e ações mais mencionados



### Evolução mensal das citações a produtos





enviar

## 6. EDUCAÇÃO FINANCEIRA

Ajudar o brasileiro a lidar melhor com as finanças, poupar e investir é o mote dessa temática. Os influenciadores costumam trazer dicas sobre como conseguir renda extra, economizar e cuidar melhor do dinheiro, além de recomendações para começar a aplicar mesmo com o salário curto.

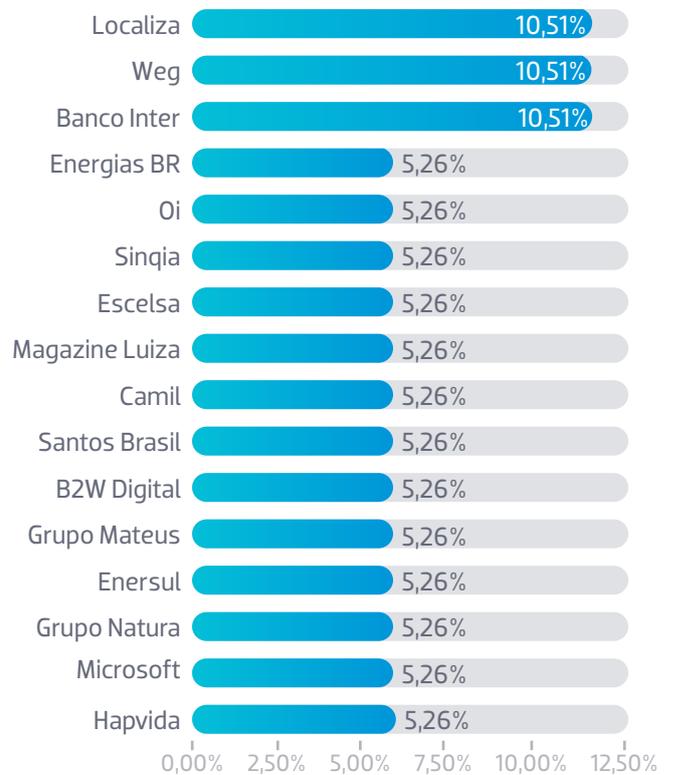
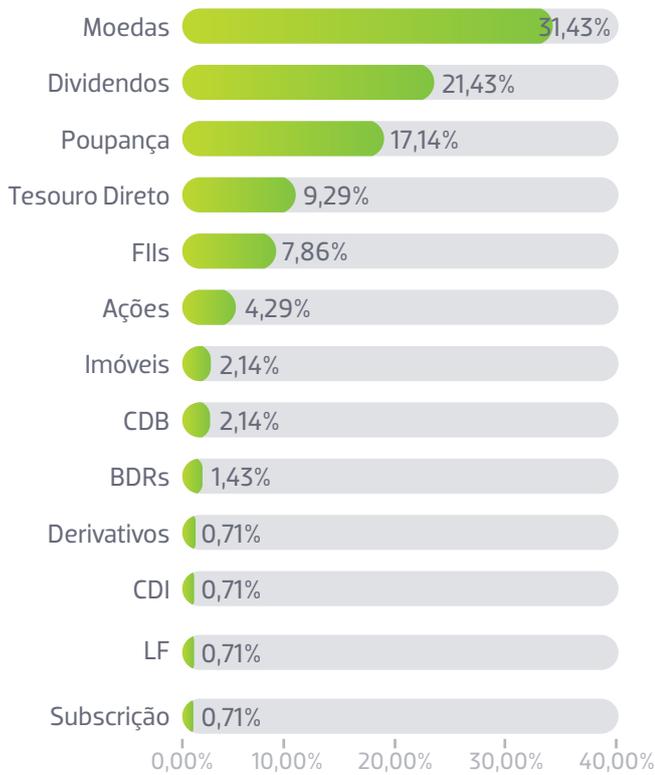
**Os que se dedicam a esse tema são os produtores de conteúdo, sendo que alguns deles são mais especializados em educação financeira do que no tema de investimentos.**

As publicações têm foco educativo, com respostas para dúvidas dos seguidores e passo a passo para questões práticas do cotidiano.

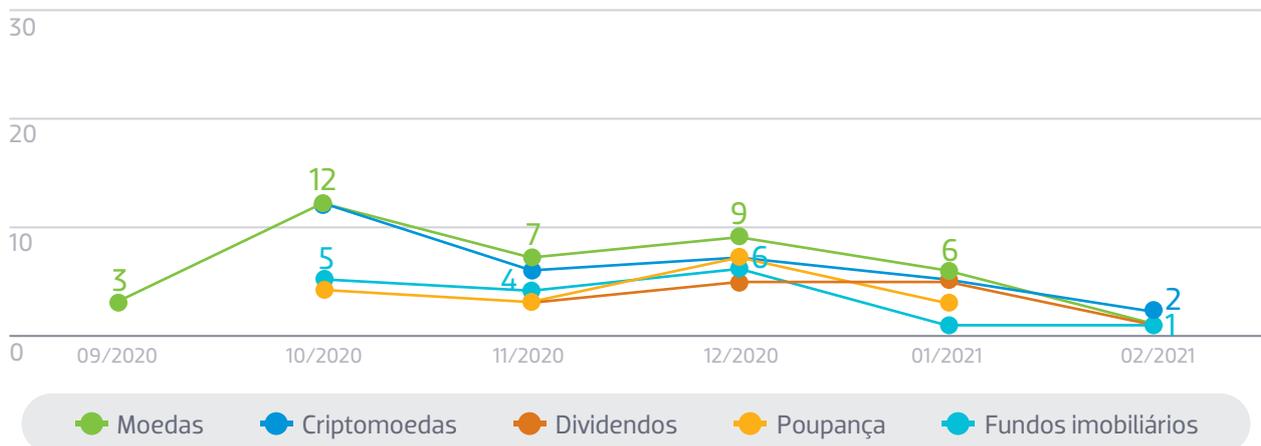
Me Poupe!, O Primo Rico e Economista Sincero são os grandes nomes de educação financeira no YouTube, acompanhados por Gustavo Cerbasi, Nathalia Arcuri e Nath Finanças no Instagram. Nath também brilha no Twitter, junto com Cristiane Fensterseifer.

Durante o monitoramento, foram 140 menções a produtos, com destaque para moedas (31,43%), dividendos (21,43%) e poupança (17,14%). Ações específicas de empresas listadas na bolsa foram citadas 19 vezes, com foco em Localiza, Weg e Banco Inter (cada uma com 10,53% das menções). Confira a evolução mensal dos produtos abaixo, assim como a proporção de citações a cada um:

### Produtos e ações mais mencionados



### Evolução mensal das citações a produtos em "educação financeira"





# CAIU NA REDE: UMA ANÁLISE SOBRE O YOUTUBE

Para entender como os influenciadores, seus temas e audiências se conectam e qual a influência de cada um na plataforma, é possível gerar uma rede de assuntos a partir da coleta e análise de vídeos do YouTube.

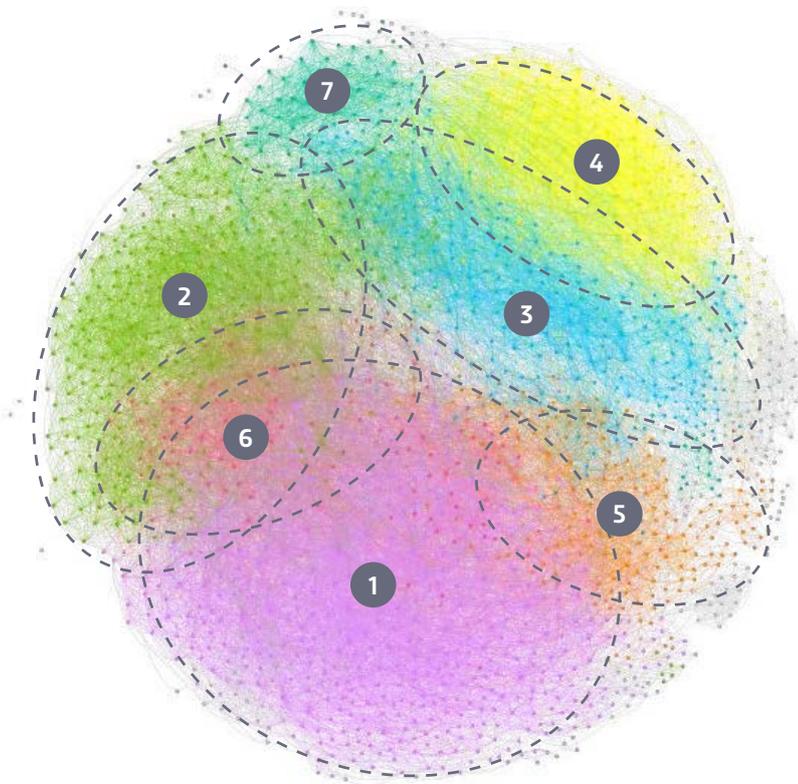
É um "olhar de fora": com certeza você já foi bombardeado por um vídeo repetidamente sugerido pelo algoritmo do YouTube, o que dá a sensação de que só se fala naquele assunto, que ele está bombando na rede. Mas nem sempre isso é verdade: os clusters mostram que determinado assunto pode ter bastante audiência, mas ela estar isolada das demais. Ou seja, aquele conteúdo pode aparecer sem parar porque você está dentro da bolha daquele assunto, seja pelos seus interesses nas redes ou pelo tipo de vídeo que você assiste.



Nessa análise, os vídeos são agrupados em clusters: conjunto que trata de assuntos similares e que têm uma audiência em comum. Cada ponto representa um vídeo e as linhas pontilhadas (arestas) são essas conexões de temas e públicos entre eles. **Quanto maior a proximidade entre dois clusters – ou quanto mais "misturados" estiverem, por meio da interseção de arestas – mais próximos eles serão nos assuntos abordados e nas audiências.** Da mesma forma, quando há um cluster isolado, que não interage ou se mistura com os demais, significa que a sua audiência não interage com os outros vídeos da rede. Ou seja, seu poder de influência é focado naquele público específico e não se expande para os demais espectadores.



Para exemplificar, analisamos 1.691 vídeos divulgados entre 17 e 31 de março de 2021. No período, foram sete principais clusters, que representam cerca de 90% do conteúdo publicado no YouTube pelos influenciadores de investimento, com 23.731 arestas.



1 Dicas de investimento e ações

2 Análises de ações

3 Trade, abertura e fechamento de mercado

4 Salas ao vivo de day trade

5 Criptomoedas e conjuntura econômica

6 Dicas e análises de ações

7 Análises ao vivo

Conheça a seguir as descobertas sobre cada um desses clusters, elencados por tamanho.

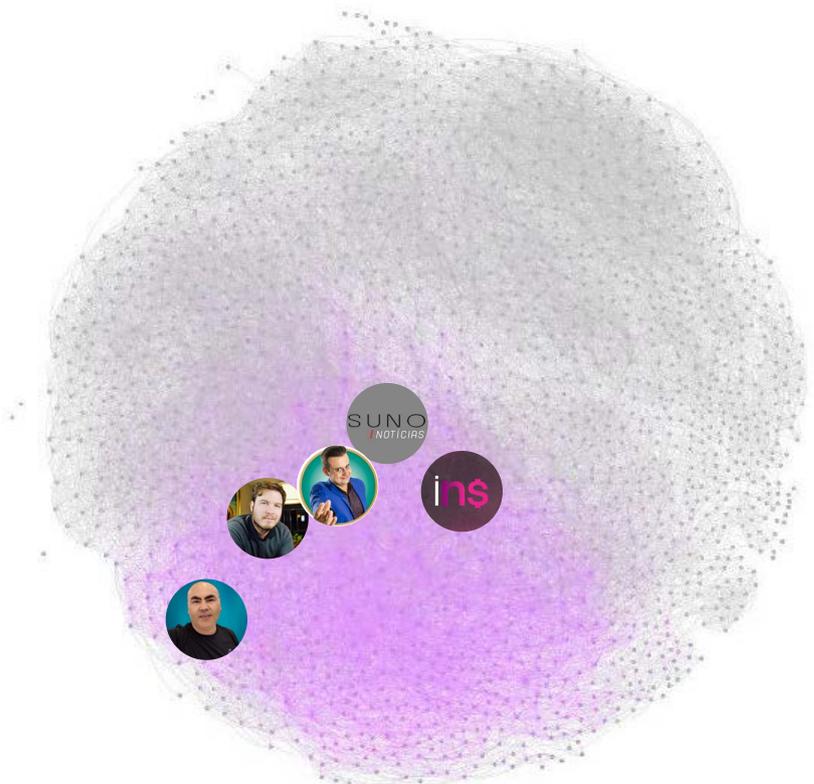




## 1. DICAS DE INVESTIMENTOS E AÇÕES

O maior cluster da rede é responsável por cerca de um quarto (26%) de todo o conteúdo publicado. Esse grupo aposta, majoritariamente, em dicas de investimentos e ensina como a audiência pode investir. Quem mais publicou aqui foi o canal InvestNews BR, mas a maior influência na formação da rede (ocupa o espaço central) ficou com O Primo Rico. Já quando o foco é conectividade, ou seja, a relação com outros conteúdos, o destaque é o canal Dinheiro Com Você, de William Ribeiro.

-  InvestNews BR
-  Suno Notícias
-  Peterson Siqueira
-  O Primo Rico
-  Dinheiro Com Você Por William Ribeiro



### Ranking de frequência

InvestNews BR

Suno Notícias

Peterson Siqueira

Academia do Dinheiro

Investidor Sardinha



### Ranking de centralidade

O Primo Rico

Dinheiro com Você

Economista Sincero

Investidor Sardinha

Clube do Valor



### Ranking de conectividade

Dinheiro com Você

Economista Sincero

O Primo Rico

Dica de Hoje

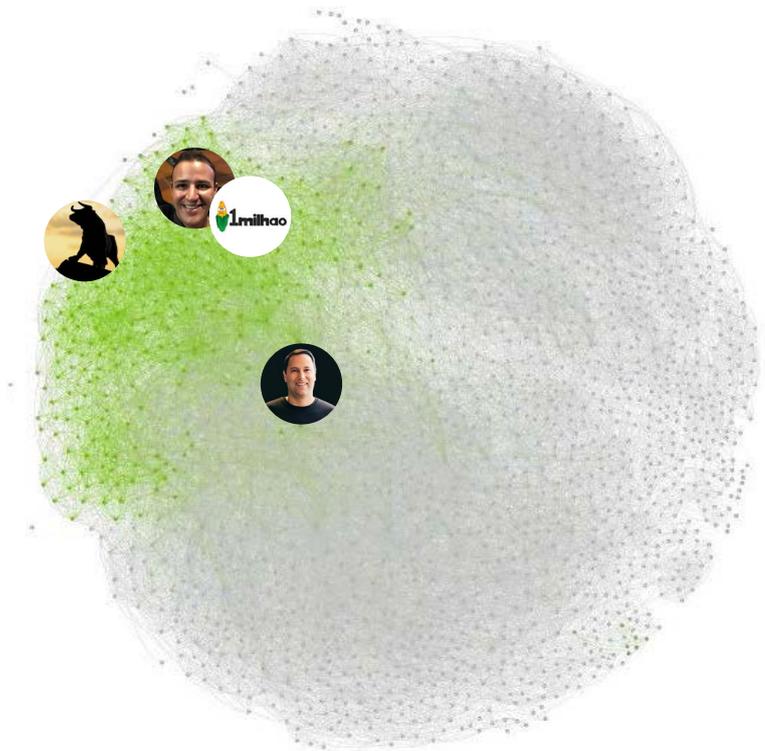
Investimento em Ação



## 2. ANÁLISES DE AÇÕES

Com vídeos de análises de ações e fundos de investimento, esse cluster é responsável por 17% do conteúdo da rede. O canal Economista Sincero foi o mais central do agrupamento e, também, o canal com a maior capacidade de conectar sua audiência com outros conteúdos. Em termos de frequência, quem lidera o ranking é o canal Holder Iniciante.

-  Holder Iniciante
-  Walter Gomes
-  1milhao
-  Economista Sincero



### Ranking de frequência

- Holder Iniciante
- Walter Gomes
- 1milhao
- Dalton Vieira
- Adriano Santos



### Ranking de centralidade

- Economista Sincero
- Rafael Bevilacqua
- 1Bilhão Educação Financeira
- GL Flix
- Capitalizo



### Ranking de conectividade

- Economista Sincero
- Nord Research
- Rafael Bevilacqua
- GL Flix
- Investir e Coçar é só Começar



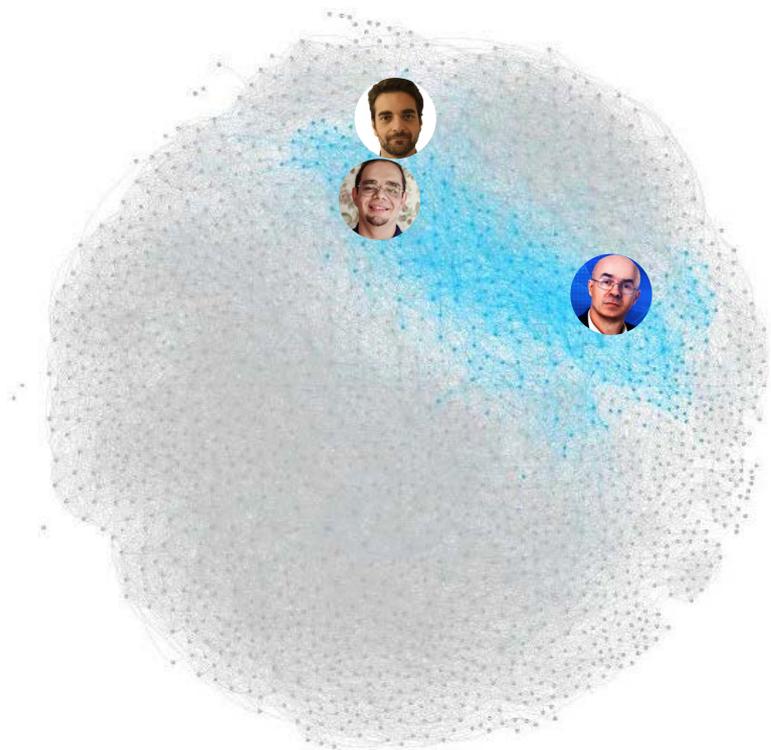
### 3. TRADE, ABERTURA E FECHAMENTO DE MERCADO

Terceiro cluster da lista, cerca de 15% das publicações são de conteúdo de day trade e lives com comentários de abertura e fechamento de mercado. O Trader Disciplinado, de Mikail Maksymiwiw, especializado em discutir as melhores ações na bolsa e o fechamento de mercado, é o líder em volume de posts. Os canais de André Moraes e o Stormer são os que chamam atenção em centralidade e em conectividade.

 Mikail Maksymiwiw

 André Moraes

 Stormer



#### Ranking de frequência

Mikail Maksymiwiw  
Trader Disciplinado

André Moraes

Stormer

André Machado,  
O Ogro de Wall Street

Eleven Financial



#### Ranking de centralidade

André Moraes

Stormer

LS.COM.VC

André Machado,  
O Ogro de Wall Street

Thiago Bisi



#### Ranking de conectividade

Stormer

André Moraes

LS.COM.VC

André Machado,  
O Ogro de Wall Street

Rodrigo Cohen



## 4. SALAS AO VIVO DE DAY TRADE

Com 11% do conteúdo, esse cluster contém vídeos ao vivo de operações de compra e venda de ações. Os canais são tanto ligados a corretoras como comandados por traders independentes. Quem mais publicou foi a Arena Trader XP, que também ganha em centralidade (influência) e conectividade. O canal produz lives diárias com assessores da plataforma de investimentos.



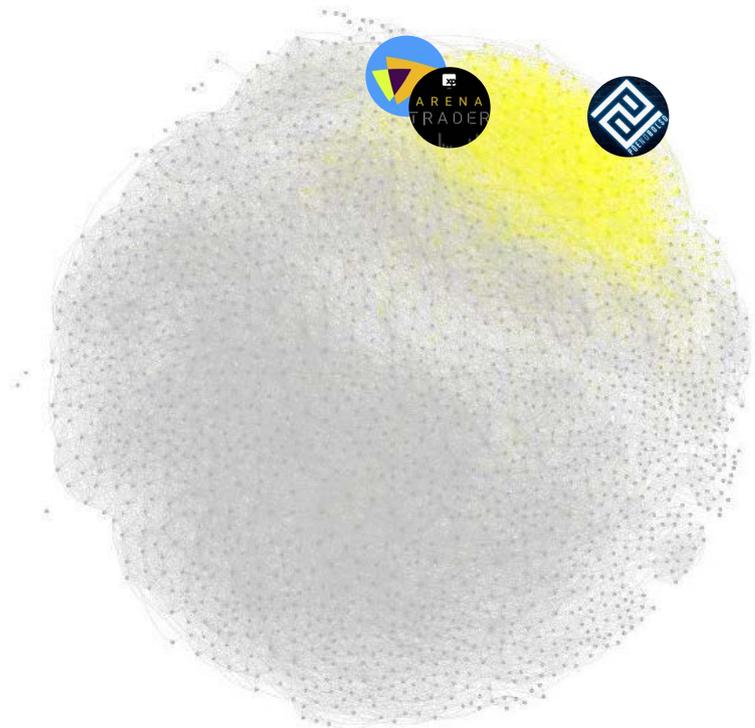
Arena Trader XP



Espaço Trader Easynvest



Põe no Bolso



### Ranking de frequência

Arena Trader XP

Espaço Trader Easynvest

Põe no Bolso

Aliakyn Pereira de Sá

Rodrigo Cohen



### Ranking de centralidade

Arena Trader XP

Charlles Nader  
Sharks Investment School

Aliakyn Pereira de Sá

Põe no Bolso

Danilo Zanini



### Ranking de conectividade

Arena Trader XP

Charlles Nader  
Sharks Investment School

Aliakyn Pereira de Sá

Põe no Bolso

Espaço Trader Easynvest



## 5. CONJUNTURA ECONÔMICA E CRIPTOMOEDAS

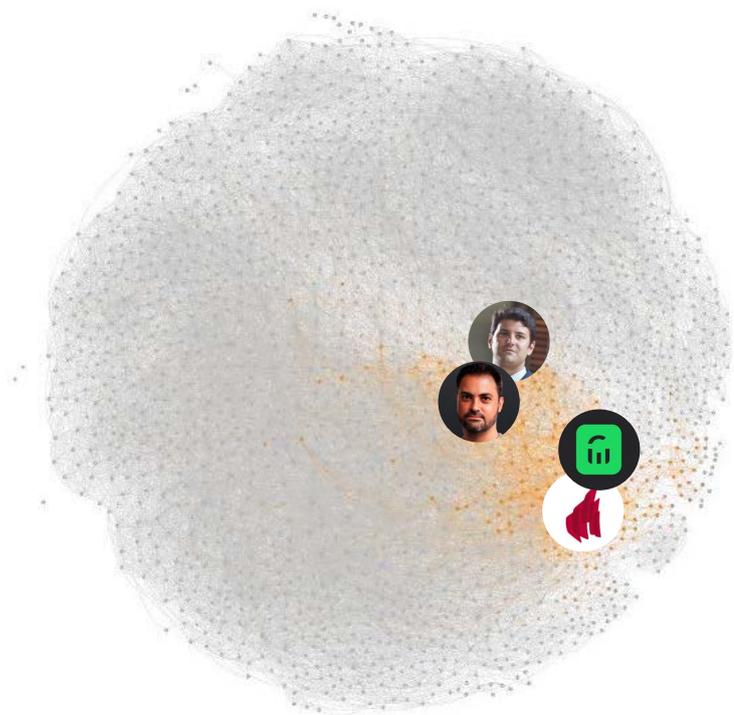
Temas mais abrangentes, como discussões sobre conjuntura econômica no Brasil e no exterior, e o universo das criptomoedas formam o quinto cluster da rede, com 10% do conteúdo. Os responsáveis pelo maior volume de posts foram a casa de análise Empiricus e o economista Pablo Spyer, conhecido pelos vídeos da série diária "Minuto Touro de Ouro", em que faz um giro rápido pelos acontecimentos relevantes e as expectativas do dia nas bolsas estrangeiras. Fernando Ulrich é o principal tanto em centralidade quanto em conectividade.

 Empiricus

 Pablo Spyer

 Liberta Investimentos

 Fernando Ulrich



### Ranking de frequência

Empiricus

Pablo Spyer

Liberta Investimentos

Stock Pickers

Nord Research



### Ranking de centralidade

Fernando Ulrich

Nord Research

Empiricus

Yubb

Fausto Botelho



### Ranking de conectividade

Fernando Ulrich

Nord Research

Stock Pickers

Liberta Investimentos

Empiricus



## 6. ANÁLISES E DICAS DE AÇÕES

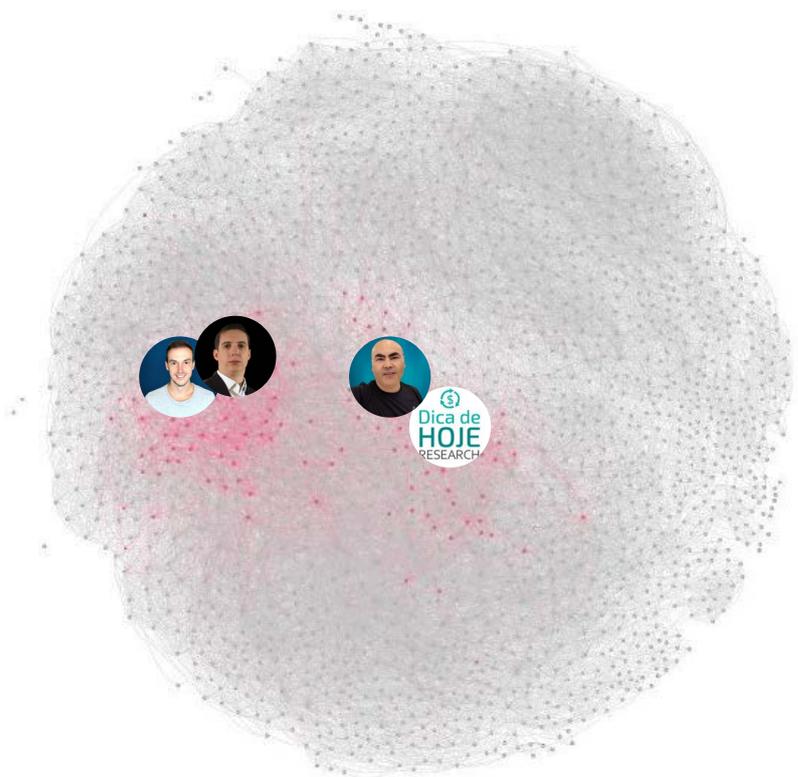
Com 7% do conteúdo, esse agrupamento mescla análises de ações, dicas de produtos e sugestões sobre como investir. O canal Clube dos Dividendos encabeça a lista dos publicadores, seguido pelo Dica de Hoje, que também brilha na conectividade. O canal com maior centralidade é o de Rafael Bevilacqua, da Levante Ideias de Investimento.

 Clube dos Dividendos

 Dica de Hoje

 Peterson Siqueira

 Rafael Bevilacqua



| Ranking de frequência   |
|-------------------------|
| Clube dos Dividendos    |
| Dica de Hoje            |
| Levante Investimentos   |
| Capitalizo              |
| Prof. Vicente Guimarães |



| Ranking de centralidade              |
|--------------------------------------|
| Rafael Bevilacqua                    |
| Dica de Hoje                         |
| Capitalizo                           |
| William Ribeiro<br>Dinheiro com Você |
| Clube dos Dividendos                 |



| Ranking de conectividade             |
|--------------------------------------|
| Dica de Hoje                         |
| Capitalizo                           |
| William Ribeiro<br>Dinheiro com Você |
| Rafael Bevilacqua                    |
| Prof. Vicente Guimarães              |

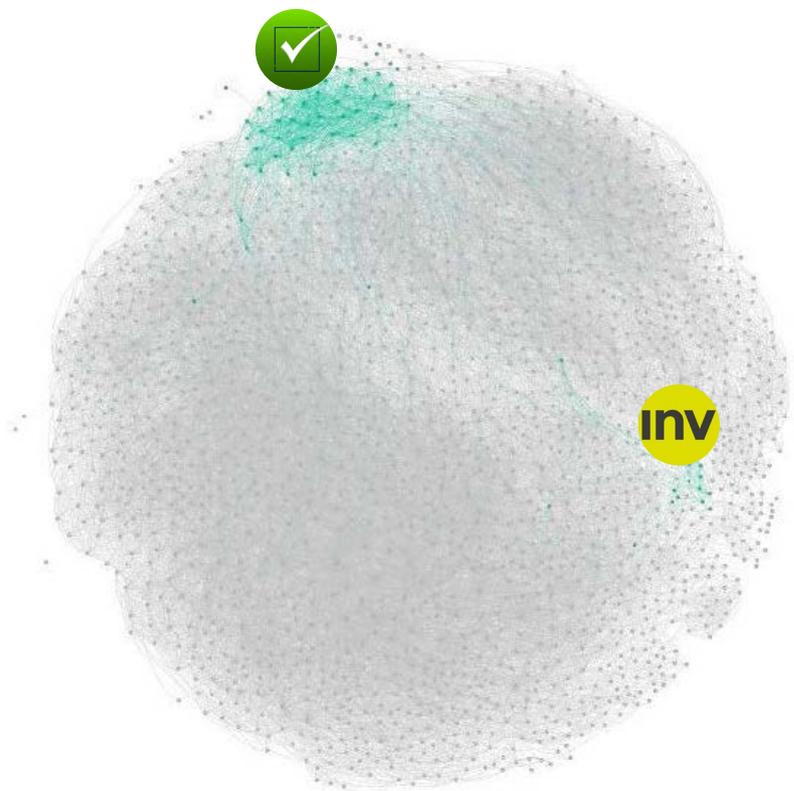


## 7. ANÁLISES AO VIVO

Dois canais formam esse cluster, com análises ao vivo dos pregões da bolsa de valores. Tenha Metas e Inversa são responsáveis por cerca de 4% do conteúdo da rede – o primeiro é destaque em frequência, centralidade e conectividade.

Tenha Metas

**inv** Inversa



Ranking de frequência

Tenha Metas

Inversa



Ranking de centralidade

Tenha Metas

Inversa



Ranking de conectividade

Tenha Metas

Inversa



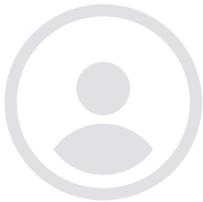
# CONCLUSÃO

Os influenciadores digitais de investimento são um fenômeno ascendente no Brasil. Seus vídeos e postagens sobre temas tão diversos, que vão de boas práticas para controle das finanças até técnicas de day trade, já arrastam uma audiência estimada em 74 milhões de pessoas. Esse público é o equivalente a um terço da população brasileira e superior até à soma dos seguidores de grandes e consolidados portais de notícias no país. Em pouco mais de quatro meses, 266 influenciadores foram responsáveis por mais de 160 mil posts.

A relevância desses players não está só no superlativo dos números que alcançam, mas, principalmente, no papel que desempenham para o avanço da educação financeira. Eles falam diretamente e têm poder de persuasão junto aos investidores e possíveis investidores. Muitas vezes, assumem o desafio de traduzir os conceitos e termos técnicos do mercado para uma linguagem acessível, reforçando a ideia de que investir é para todos.



Sua atuação não está alheia às instituições – faz parte da estratégia delas. As casas estão presentes no ambiente digital não apenas para reforçar seu posicionamento institucional, mas também para se engajar com esses players (que, muitas vezes, nascem de dentro da própria instituição) e falar com quem importa: o investidor.



Ao mapear esses personagens, a ANBIMA entende que os influenciadores têm um papel de extrema importância em uma das nossas missões – a de incentivar uma cultura de investimentos no Brasil. Garantir o amplo acesso à educação financeira e disseminar informação de qualidade sobre o mercado financeiro para a população é peça-chave desse quebra-cabeças.



Com este relatório, entendemos melhor quem são esses personagens, qual o tamanho de seu público, sobre o que falam e quais estratégias usam para educar e influenciar seus seguidores. Este mapeamento é um retrato do período de análise, de setembro de 2020 a fevereiro de 2021, e sabemos que a dinamicidade das redes delimita a data de validade das informações. Por isso, nossa intenção é repetir e aprimorar o estudo todos os anos. A análise desses dados é um prato cheio para compreender não só a dinâmica atual desse ecossistema, mas também quais nichos podem ser explorados para que as conversas sobre finanças e investimentos cresçam cada vez mais.



SUBSCRIBE



## EXPEDIENTE INFLUENCIADORES DE INVESTIMENTOS 2020/2021

### Superintendência de Comunicação, Marketing e Educação

Marcelo Billi

### Gerência de Marketing

Amanda Brum

### Edição

Flávia Nosralla

### Análise de dados

IBPAD

### Diagramação

Tiago Tepassé

### Ilustrações e imagens

Freepik

### Presidente

Carlos Ambrósio

### Vice-presidentes

Aroldo Medeiros, Carlos Constantini, Gilberto Duarte,  
José Eduardo Laloni, Luiz Sorge, Roberto Paris e  
Sergio Cutolo

### Diretores

Adriano Koelle, Carlos Takahashi, Eduardo Azevedo,  
Fernando Rabello, Gabriel Cardozo, Gabriel Leal, Jan  
Karsten, Luciane Ribeiro, Luiz Chrysostomo, Luiz Fernando  
Figueiredo, Lywal Salles Filho, Pedro Juliano, Pedro Rudge,  
Roberto Paolino e Teodoro Lima

### Comitê Executivo

Zeca Doherty, Francisco Vidinha, Guilherme Benaderet,  
Patrícia Herculano, Eliana Marino, Lina Yajima, Marcelo Billi,  
Soraya Alves e Thiago Baptista

### Rio de Janeiro

Praia de Botafogo, 501 – 704,  
Bloco II, Botafogo  
Rio de Janeiro – RJ  
CEP: 22250-042  
Tel.: (21) 2104 9300

### São Paulo

Av. das Nações Unidas, 8501,  
21º andar, Pinheiros  
São Paulo – SP  
CEP: 05425-070  
Tel.: (11) 3471 4200



[www.anbima.com.br](http://www.anbima.com.br)

Siga a gente nas redes sociais!

