

YOUPIX e Squid apresentam

MACHISMO, SEXISMO & EQUIDADE NO MERCADO DE INFLUÊNCIA

MARÇO 2020

YOUPIX e Squid apresentam

Feita em uma parceria entre a **YOUPIX**, consultoria de negócios para a Influence Economy, e a **Squid**, empresa especialista em marketing de influência, a pesquisa "**Machismo, Sexismo e Equidade no Mercado de Influência**" é a primeira realizada no Brasil sobre o tema.

MARÇO 2020

O objetivo de pesquisa é entender como a **Desigualdade de Gênero**, presente na sociedade e em todos os mercados, afeta também o mercado de influência.

Realizada entre os dias 17 e 24 de fevereiro, com mais de 2.800 respondentes, sendo 20.6% pessoas que se identificam como homens, **78.4% como mulheres** e 1.1% não-binários.

Tudo começou com um post no Instagram...



♀ ESPECIAL MÊS DAS MULHERES ♀

B9



Mesmo com mulheres dominando o setor, marcas pagam mais para homens em posts patrocinados nas redes sociais

Nos últimos 5 anos, mulheres receberam 45% menos do que os homens por post em todas as plataformas sociais

instayoupix • Seguir

instayoupix No meio de todo o caos que está acontecendo no mundo, polêmicas no BBB, política e conselhos sobre como trabalhar de home office, continuamos com o nosso especial "mês da mulher" no mercado da influência. O de hoje é um assunto muito sério e essa matéria foi a que nos chamou a atenção para fazer o especial. Infelizmente é uma realidade que acontece em várias profissões e aqui não é exceção. 🙄

Vamos falar sobre isso juntas? O estudo citado na matéria da foto é internacional, por isso, no YOUPIX Talks deste mês (estamos adaptando

16 DE MARÇO

Curtido por lauradeoliveira_ e outras 913 pessoas

Adicione um comentário... **Publicar**

YOUPIX

Divulgamos o relatório feito pela **izea**, empresa que conecta profissionais de marketing e influenciadores digitais, que analisou os valores negociados através da plataforma da empresa para posts patrocinados nas redes sociais entre 2014 e 2019.

YOUPIX e Squid apresentam

As mulheres dominam o setor de influenciadores digitais, mas, ainda assim, são os homens que ganham mais por cada conteúdo patrocinado.

MARÇO 2020

Qual o cenário do mercado influência?

50% dos internautas brasileiros costumam comprar produtos e serviços, indicados pelos influenciadores.

56% Mulheres

54% Nordeste

60% 16-24 anos

54% 25-34 anos

Top 3 produtos e serviços já comprados pela internet

26% Roupas

24% Maquiagem

23% Comida

Fonte: IBOPE Inteligência

Blogueirinha, não!

Entre os principais debates da mulher no mercado de influência, está a questão da nomenclatura.

Blogueira, Bloguerinha,
Influencer, Influenciadora...

Segundo uma matéria da WIRED, as pessoas sempre pensam na webcelebridade mulher como "Influenciadora" ou "Blogueira".

Homens preferem termos como "criador de conteúdo digital" ou "produtor de conteúdo".

Todos influenciam, mas a separação de nomes pode apontar para a diferença real entre as contribuições de homens e mulheres na Internet.

YOUPIX e Squid apresentam

**Com esse cenário,
resolvemos explorar
algumas questões do nosso
mercado...**

MARÇO 2020

YOUPIX e Squid apresentam

O QUE DESCOBRIMOS?

MARÇO 2020

Perfil dos creators

GÊNERO

78,4%

Das respondentes são mulheres.

20,6% são homens

1,1% são não-binários

FAIXA ETÁRIA

52,5%

está na faixa dos 25 a 34 anos.

25,2% está na faixa dos 18 a 24 anos

19,3% está na faixa dos 34 a 50 anos

ONDE MORAM

55,1%

dos influenciadores vive na região Sudeste

20% na região Nordeste

12,7% na região Sul

8,5% na região Centro-Oeste

Perfil dos creators

Quanto tempo se dedicam a profissão de criador de conteúdo

29,5%

se dedicam há mais de três anos a profissão de criador de conteúdo.

27,1% de 1 a 2 anos

21,1% de 2 a 3 anos

16.7% de 06 meses a 1 ano

Criação de conteúdo é principal fonte de renda?

68,5%

não consideram o trabalho como influenciador sua principal fonte de renda.

31,5% consideram o trabalho como influenciador sua principal fonte de renda.

YOUPIX e Squid apresentam

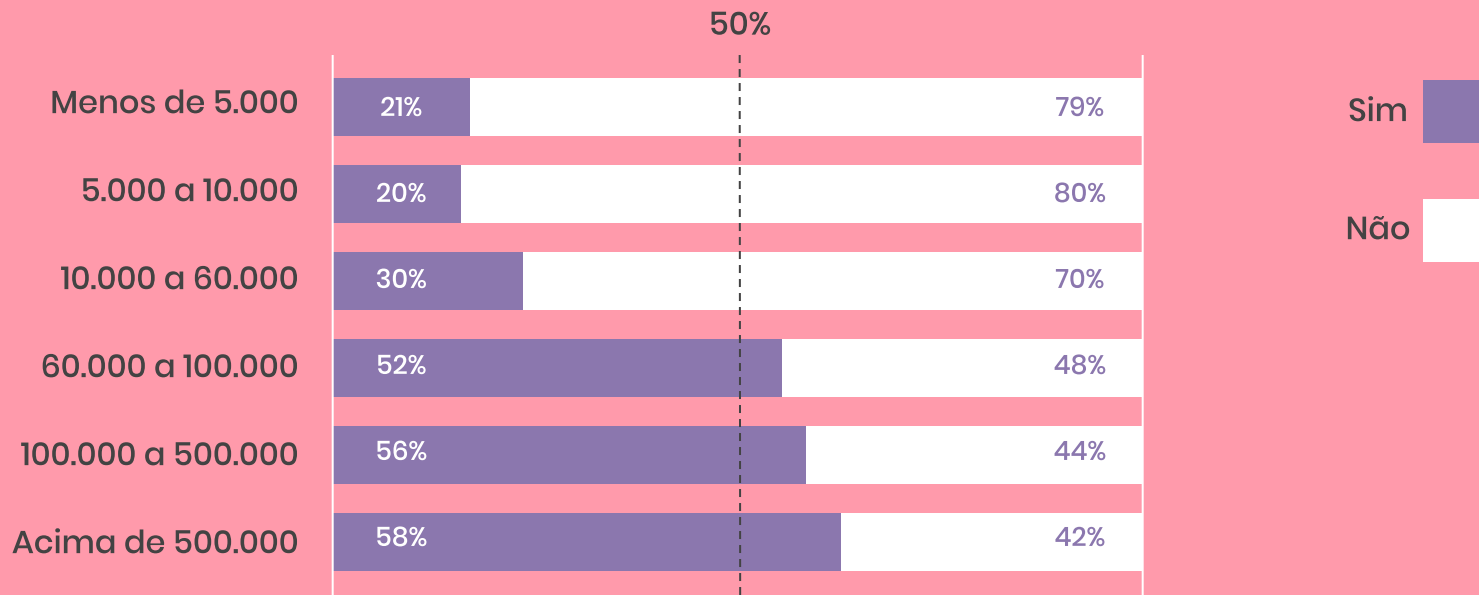
Além disso,

40,2% das influenciadoras

entrevistadas são **mães.**

MARÇO 2020

O Instagram é o seu principal trabalho?



A maioria dos perfis com mais de 60K seguidores considera o Instagram como sua principal fonte de renda.

YOUPIX e Squid apresentam

Os **homens** recebem, em média,

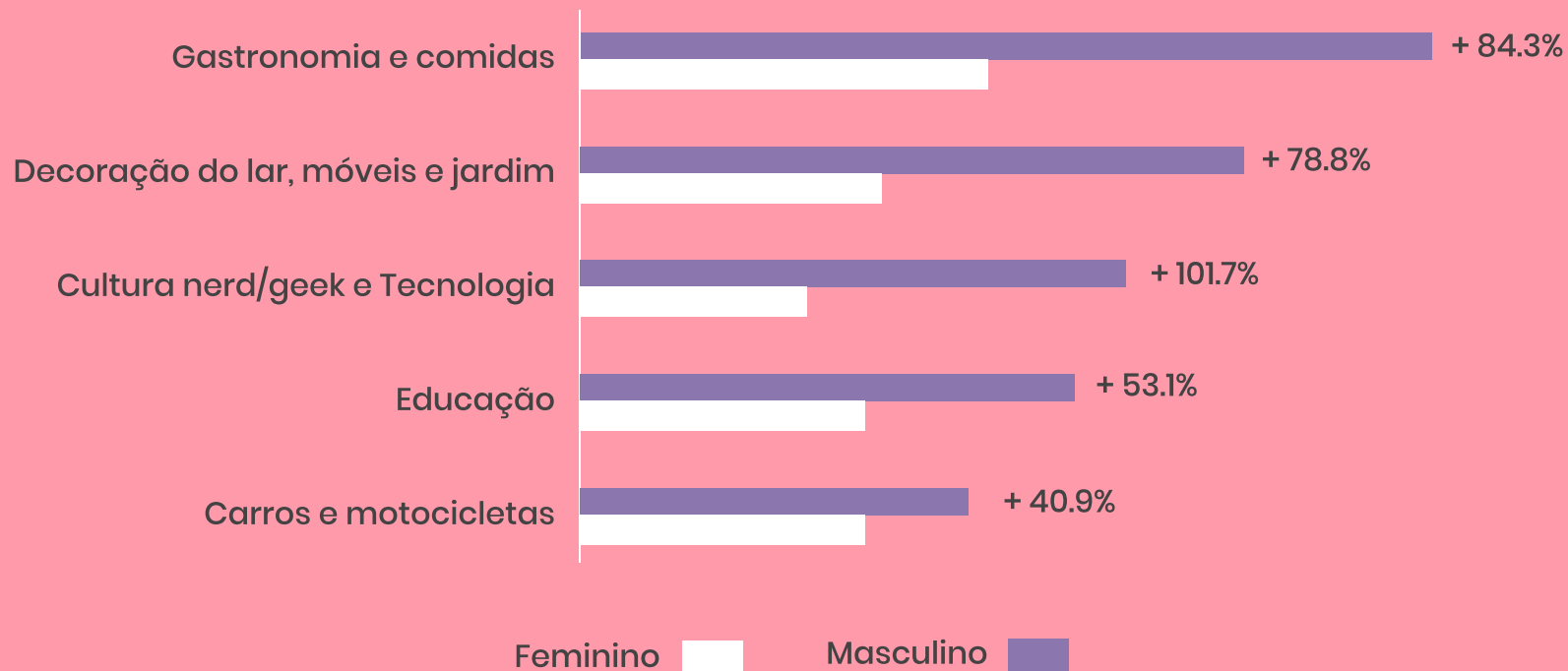
20,8%

que as **mulheres** por conteúdos patrocinados feitos no Instagram.

MARÇO 2020

YOUPIX e Squid apresentam

Categorias em que homens ganham mais



MARÇO 2020

YOUPIX e Squid apresentam

\$
\$

Criadores de conteúdo
homens recebem, em média,
**mais que o dobro que as
criadoras** de conteúdo na
categoria **Cultura Nerd/Geek
e Tecnologia.**

\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$\$

Mesmo que pequena,
há diferença, mesmo **em**
categorias historicamente
associadas ao universo
feminino, como
moda e beleza, os homens
ganham mais:

0,6%

Beleza, maquiagem
e cosméticos

3,1%

Moda

Homens ganham mais em todas as faixas etárias

21,8%

18 a 24 anos

21,1%

25 a 34 anos

32,5%


35 a 50 anos

31,9%

Mais de 50 anos

A maior diferença entre os valores cobrados é, em média, de **32,5%** na faixa de 35 a 50 anos.

A diferença salarial entre criadores de conteúdo homens e mulheres se torna ainda maior na **região sudeste**. Eles chegam a receber

A red silhouette map of the Southeast region of Brazil, including parts of São Paulo, Rio de Janeiro, Minas Gerais, and Espírito Santo states. The map is centered on the right side of the slide.

36,7%
a mais
que elas

YOUPIX e Squid apresentam

O QUE DIZEM ELAS?

MARÇO 2020

Veronica Oliveira @Faxinaboa

"Quando dou entrevistas para homens,
geralmente perguntavam QUEM PENSAVA
no conteúdo que eu postava

Será que não passou pela cabeça deles que eu
era capaz de fazer isso sozinha?"

Marjorie @Oncoto_travel

"As pessoas presumem que o meu boy é quem produz meu conteúdo! Tenho que ficar reafirmando (não só para a comunidade, mas também para marcas) sobre a minha competência técnica no audiovisual".

Reflexões

O machismo – como quebrar um paradigma já internalizado?

Se mesmo numa indústria criativa seguimos padrões tão antigos, é em função de um traço cultural tão internalizado que muitas vezes é naturalizado.

Na prática, que valores precisamos cultivar para que novos padrões sejam nutridos, com o objetivo de alcançarmos a equidade, não só de gênero, mas entre todos?

Reflexões

Influenciadoras são empreendedoras criativas.

Carregamos cargas históricas da desvalorização do que é feminino e do que é criativo e que precisam ser revistas para adentrarmos uma nova era na indústria de comunicação, para que ela se torne realmente descentralizada - humana - igualitária.

Como a lógica da colaboração pode nos ajudar a transformar o padrão individualista, baseado na lógica da competição, e com isso criarmos relações mais justas?

Reflexões

A valorização dos valores femininos pode transformar uma sociedade.

Mulheres são a maioria empreendedora, são a maioria influenciadora e a maioria consumidora. Mesmo assim, a produção de pensamento mais valorizado ainda é do gênero masculino.

O que ainda não percebemos que pode gerar essa transformação efetiva?

**Não podemos deixar que
a desigualdade se perpetue
sendo algo estrutural.**

O momento de mudar é agora.

Para além da polemização e da polarização, nosso objetivo é pensar o que faz sentido em termos de ações efetivas para a transformação.

**Para aí sim, agirmos com
consciência. De uma forma
eficaz que cuide e que atenda
ao coletivo.**

#ValorizeCriadoras

**Nos ajude a construir um
mercado melhor,**

CLIQUE AQUI

**e divida com a gente sua ideia
de como podemos tornar esse
mercado mais igual.**



**Machismo, Sexismo & Equidade
no Marketing de Influência**

Obrigadx!

#ValorizeCriadoras