

MAPA DE INFLUENCIADORES

TOP VOICES BRASIL 2019

LinkedIn



“

RELEVÂNCIA

*O LinkedIn possui mais de **29 milhões** de usuários brasileiros, sendo a **terceira maior** base de usuários do mundo.*

[Brazil Digital Report](#). Abril 2019. McKinsey & Company



“

RELEVÂNCIA

*40% dos membros do LinkedIn visitam a plataforma **todos os dias**. Comentários, curtidas e compartilhamentos **aumentam 60%** ano a ano.*

Ebook The [Social Media Manager's Guide](#) to LinkedIn.

INTRODUÇÃO

O que é Top Voices?

O Top Voice é uma lista publicada anualmente pelo **LinkedIn** com profissionais de diferentes setores profissionais que se destacaram por sua atividade na plataforma. Esse ranking é selecionado por meio de **fatores qualitativos e quantitativos** e busca trazer pessoas que inspiram e informam.

Em 2019 o LinkedIn apostou numa compilação com novos produtores de conteúdos, apresentando publicadores que tratam temas em voga como **empreendedorismo, diversidade e inclusão no mercado de trabalho, educação e racismo**, entre outros.

A presente análise tem como objetivo **entender o comportamento e interesses dessas figuras na rede**, buscando assim trazer insumos para ativação desses publicadores e também inspiração para conteúdos destinados ao LinkedIn.




TOP VOICES

Dados Demográficos

 **25** profissionais

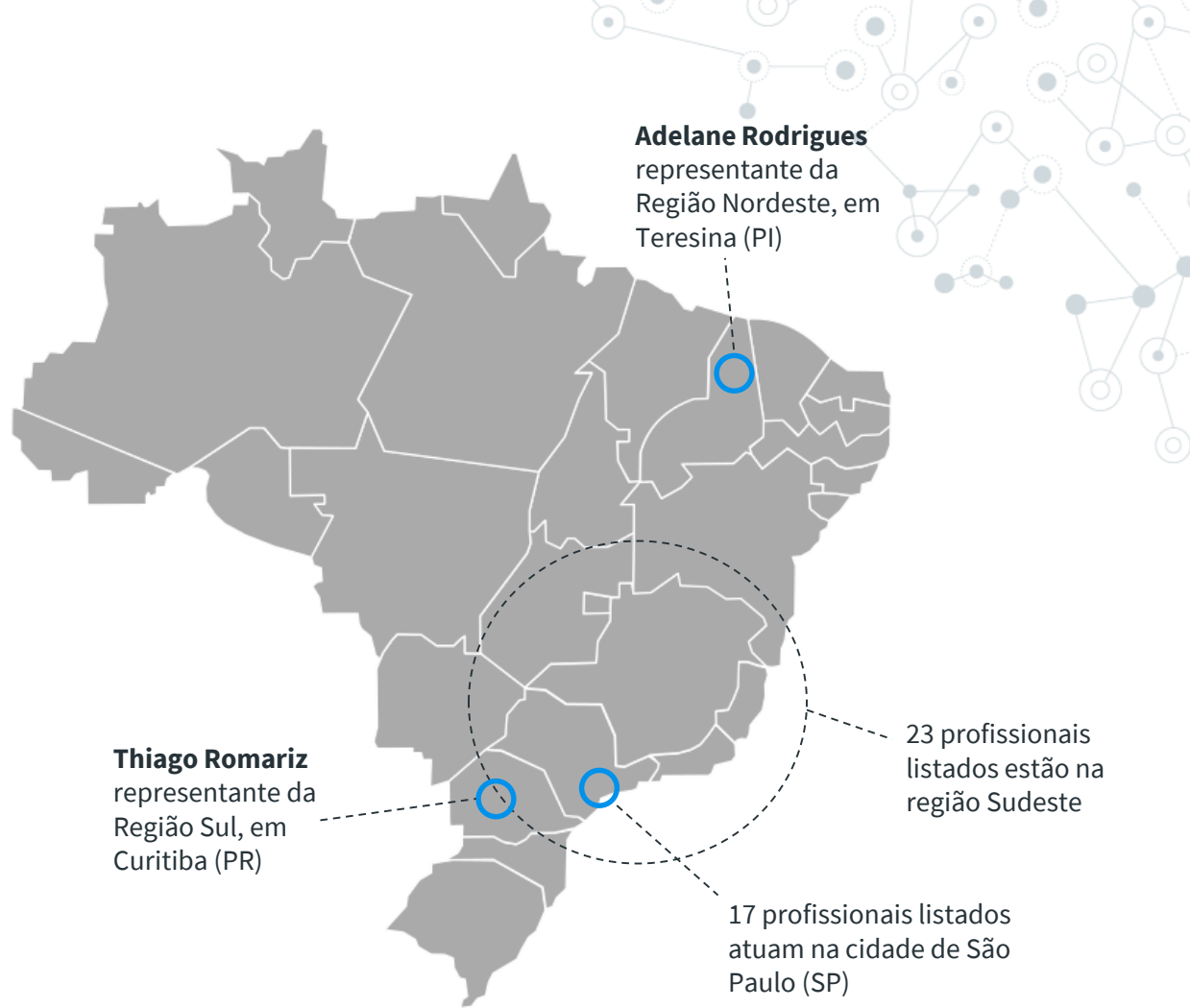
 **12** homens

 **13** mulheres

 **36%** são donos de empresa

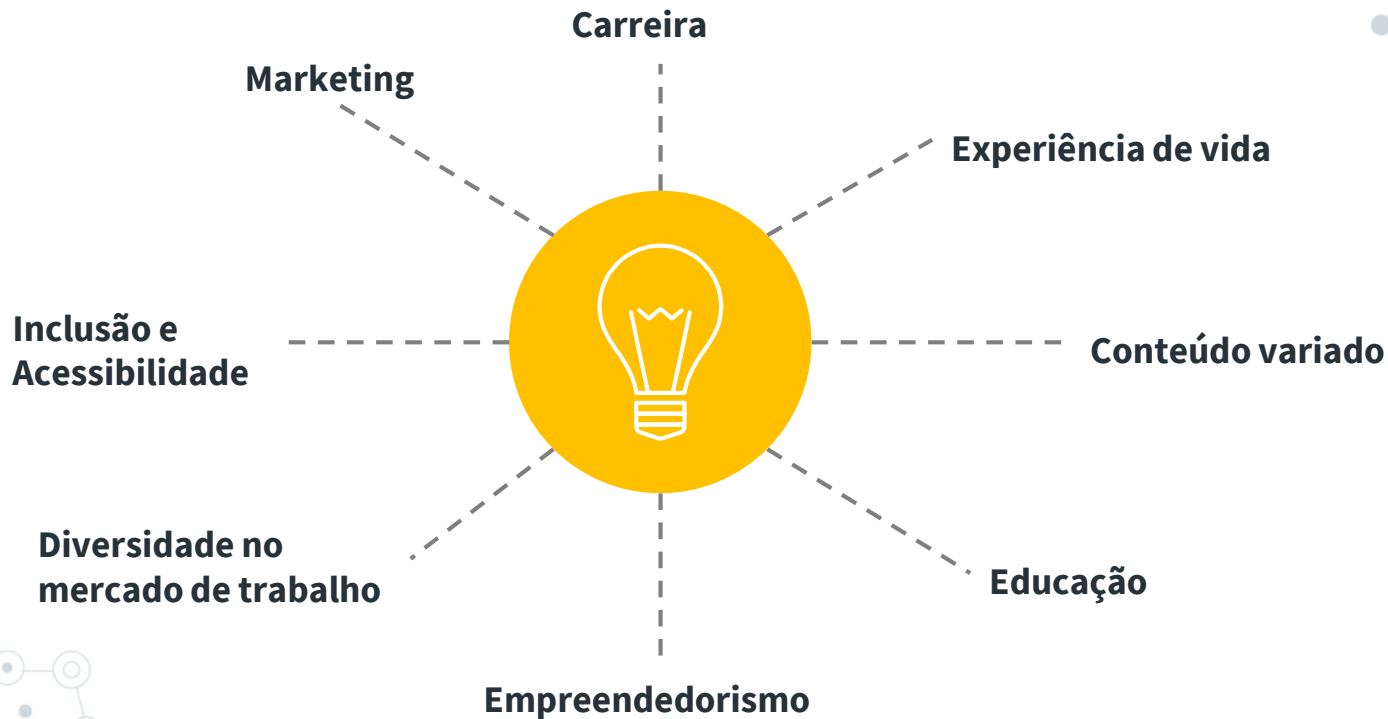
 **36%** são autônomos

 **28%** trabalham em alguma empresa



TOP VOICES

Principais Conteúdos Abordados



TOP VOICES

Quem são os publicadores



Douglas Gomides
*Especialista em Mídias Sociais
Médicos e Buzz*
76,7 mil seguidores



Andrea Schwarz
*CEO na iigual Inclusão e
Diversidade*
74,7 mil seguidores



Junior Borneli
*Fundador da StartSe
TEDx Speaker*
40,6 mil seguidores



Geraldo Rufino
Presid. do Conselho na JR Diesel
40,5 mil seguidores



Ana Fontes
*Delegada BR W20/G20. Fortune Global
Women Leaders. CEO RME e IRME*
28,8 mil seguidores



Maite Schneider
*Fundadora da TRANSEMPREGOS Consultora de
Diversidade | Palestrante Embaixadora da RME*
28,1 mil seguidores



Dimitri Vieira
Escrita Criativa e Storytelling
26,8 mil seguidores



Fernando Meligeni
*Ex-jogador ATP | Consultor Esportivo
Produtor de Conteúdo | Palestrante*
24,4 mil seguidores



Elisa Tawil
*Fundadora do Mulheres do Imobiliário
Mentoria e Podcaster | Shakti Leadership Graduated*
22,3 mil seguidores



Diego Cidade
*CEO da Academia do Universitário Seu
Processo Seletivo de Ponta a Ponta*
20,8 mil seguidores

TOP VOICES

Quem são os publicadores



Bruna Cosenza
Produtora de conteúdo | Escritora
18,7 mil seguidores



Alê Santos
Autor Afrofuturista, Ativista, Comunicador Digital e Negro drama do Storytelling
18,1 mil seguidores



Felipe Fialho
*Menino do HTML@ no Cubo Itaú
Criador do Front-end BR*
18 mil seguidores



Maira Reis
*Palestrante | Jornalista LGBTQ+
Fundadora Camaleao.co*
16,3 mil seguidores



Luana Génot
*Fundadora e diretora executiva do
ID_BR Instituto Identidades do Brasil*
13,5 mil seguidores



Raíra Venturieri
Jornalista e produtora de conteúdo criativo
12,4 mil seguidores



Monique Evelle
Fundadora da Desabafo Social, Sócia da SHARP e da Agência ResponSA
11,8 mil seguidores



Alice Sosnowski
Jornalista, consultora e professora de empreendedorismo. Mestranda na FEA/USP
76,7 mil seguidores



Thiago Romariz
Head of Content & PR at EBANX
11,4 mil seguidores



Rodnei Silva
Colunista - Copywriting e Empreendedorismo na Movimento Black Money | Copywriter de Resposta Direta
11,2 mil seguidores



Adelane Rodrigues
Consultoria linguística e Orientação textual | Revisão textual
10 mil seguidores



Amanda Graciano
TEDx Speaker • Gestora de Aceleração Ajudando negócios e pessoas a num mundo pós digital
9,7 mil seguidores



Rodrigo Focaccio
Ajuda empresas a fazer conteúdo
9,5 mil seguidores



Naiara Bertão
Business journalist at Valor Investe | Vice-president of NGO Ação Jovem do Mercado Financeiro
9,1 mil seguidores



Samuel Gomes
Autor do Guardei no Armário, Palestrante, Motion designer, Embaixador ResponSA, Natura e Games
4,6 mil seguidores



1.

CONTEÚDO E PERFORMANCE

CONTEÚDO

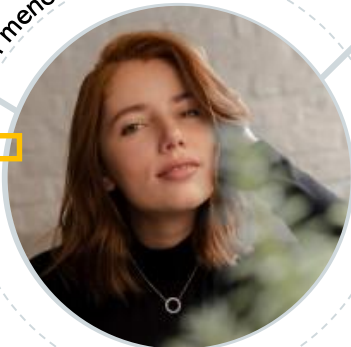
Os perfis Top Voices 2019 publicaram um total de **3.690 posts** no LinkedIn ao longo de seis meses.

Quem mais publicou



Douglas Gomides
520 publicações

Quem menos publicou



Raíra Venturieri
23 publicações

Maior média de performance



Andrea Schwarz
2.779 interações por post
Publicou 130 vezes

PERFORMANCE

As 3.690 publicações geraram **175,8 mil reações** no LinkedIn. Entre os usuários que mais receberam interação, estão:

Menor média de performance



Naiara Bertão
48,5 interações por post
Publicou 125 vezes

CONTEÚDO

A nuvem ao lado apresenta o compilado de palavras mais utilizadas nas publicações feitas pelos Top Voices. O recorte mostra que mesmo que exista uma abordagem única para cada influenciador, em um panorama mais amplo verifica-se em comum palavras que mostram um caráter voltado à personalização. Os publicadores tentam dedicar seus textos como se fosse dirigidos a um indivíduo e não a um grande grupo.



PUBLICAÇÕES DE MAIOR DESTAQUE



111.034 reações



40.204 reações

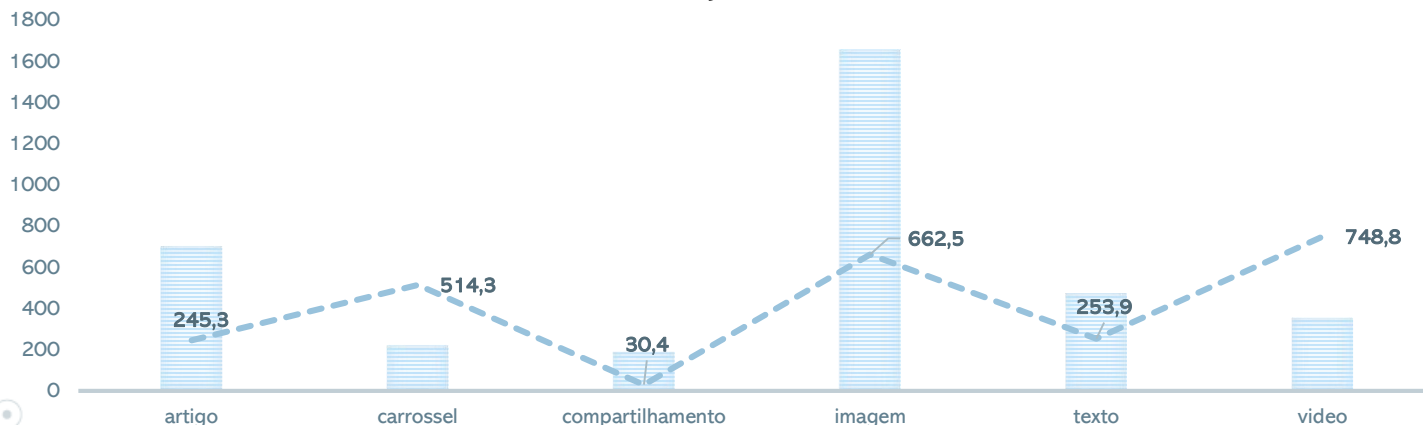


27.738 reações

CONTEÚDO

O formato mais utilizado pelos influenciadores analisados neste estudo **é o de imagem**, somando 1.657 publicações e apresentando média de 662,5 interações por post. Os **compartilhamentos tiveram o menor volume** de postagens: foram 187 durante o período observado, esse foi também o conteúdo de menor impacto – contando com 30,4 interações em média. **Vídeos são os conteúdos mais populares** da rede, os 353 publicados tiveram uma média de 748,8 interações por postagem.

MÉDIA DE INTERAÇÕES POR FORMATO



CONTEÚDO

PUBLICAÇÕES DE MAIOR DESTAQUE POR FORMATO

Carrossel



Andrea Schwarz • 2ª
@andrea_black | CEO na Igual Incluído e Diversidade

Como o Corinthians entrou para a história com uma das ações mais inovativas que já sofreu empatia.

No jogo contra o Fortaleza na Arena Corinthians os jogadores entraram em campo com uma estrela acima do escudo.

Não era uma estrela qualquer.

Era o símbolo que foi adotado pelo Nazismo para discriminar os judeus, culminando em um dos capítulos mais tristes da história da humanidade: o Holocausto.

Nessa semana o mundo todo recorda a noite dos Cristais, ocorrida em 09 de novembro de 1938, data que marcou o início a perseguição oficial aos judeus pelos nazistas.

Essa estrela acima do seu escudo foi a maneira que o Corinthians encontrou para ajudar o Memorial do Holocausto no seu principal objetivo: manter essa história viva na memória para que ela nunca mais aconteça.

Empatia. Respeito pelas diferenças. Amor ao próximo.

Obrigado Corinthians. É mais do que futebol!

Parabéns Claudio Gora por brilhante ação.



9,3 mil interações

Compartilhamento



Maira Reis • 2ª
@maira_reis | Jornalista LGTB+ | Fundadora Camaleão...

Pessoal do Burger King me odela porque, um dia, eles fizeram uma publicação no Facebook querendo atrair diversidade em uma vaga de emprego, mas o anúncio tava duábio.

Paguei o print do anúncio e fiz um texto no Camaleão explicando o porquê estava errado.

Desde então a gente não se fala (não que a gente fosse íntimo antes, mas conhecia algumas pessoas de lá. Enfim...).

Agora, compartilho essa vaga porque acredito que tem gente super competente no meu perfil que pode se candidatar para ela. E espero que essa pessoa mude as coisas lá dentro!

É tio Burger, se quiser fazer as pazes, tô aqui. Mas se pisarem na bola de novo, vou criticar. OK?

Amigo que é amigo pula a orelha mesmo porque quer o melhor do outro. Um abraço!

Analista de Diversidade
Burger King do Brasil - 06454-000, Barueri, São Paulo, Brasil

293 • 9 comentários

302 interações

Imagem



Andrea Schwarz • 2ª
@andrea_black | CEO na Igual Incluído e Diversidade

*Por que você usa salto? Sempre me perguntam isso.

Só porque estou na cadeira, sentada não posso?

Seria mais confortável usar um sapato baixo? Com certeza, da mesma forma que para alguém que anda.

E tem outra! Meus sapatos nunca gastam, já que eu não piso no chão!!!

Já pensou sobre isso?

Então bora usar salto de pé, sentada ou detada!

Anasrar no look pode ser para todos os tipos de corpos e condições :)



111 mil interações

Vídeo



Douglas Gomides • 2ª
@douglasgomides

Seja o que for que você faça, opte por fazer sempre com amor.

A criação de laços afetivos é o principal para um processo de venda.

Ohem que sensacional esse vídeo!

#conteudo #camaleira #pessoas



22.873 • 438 comentários • 401.448 visualizações

23,3 mil interações

Texto



Dimitri Vieira • 2ª
@dimitri.vieira | Ex-CEO da Crieativa e Storytelling

Nosso intuito é procurar identificar um líder no mercado, compreender as razões de seu sucesso e, então, tentar superá-lo em seu próprio jogo. Só que, enquanto nosso foco foi fazer pequenas melhorias no trabalho de outra pessoa, não conseguimos nos destacar e ainda estamos fadados ao fracasso.

Para se mostrar isso na prática, separei algumas histórias de erros e acertos do universo da música, do cinema e, claro, do marketing — com um exemplo que ficou marcado como um dos maiores fracassos do século XXI.

#paralelcomcalma #melhoresconselhos #BoletimDiario #LinkedInArtigos #camaleira #desenvolvimentopessoal



Para se destacar, não basta ser melhor que os outros. Você precisa ser diferente!

Dimitri Vieira no LinkedIn

6.240 • 185 comentários

6,4 mil interações

PERFORMANCE

O ranking geral abaixo contém a lista dos usuários por total de posts x média de interações por ordem decrescente de performance

	POSTS	MÉDIA POR POST
Andrea Schwarz	130	2779,769
Douglas Gomides	520	1222,025
Felipe Fialho	86	738,0233
Fernando Fialho	119	627,9748
Bruna Cosenza	135	621,8296
Raira Venturieri	23	467,7826
Dimitri Vieira	55	404,5636
Geraldo Rufino	405	318,8741
Monique Evelle	75	305,2267
Junior Borneli	160	297,9938
Ana Fontes	115	283,4
Luana Génot	125	261,24

PERFORMANCE

O ranking geral abaixo contém a lista dos usuários por total de posts x média de interações por ordem decrescente de performance

	POSTS	MÉDIA POR POST
Maite Schneider	210	217,6905
Maira Reis	405	208,5383
Thiago Romariz	85	140,4588
Diego Cidade	136	135,0441
Samuel Gomes	70	121,5857
Elisa Tawil	201	115,4179
Rodnei Silva	95	108,3579
Ale Santos	200	96,1
Amanda Graciano	40	76,4
Rodrigo Focaccio	90	73,92222
Alice Sosnowski	85	49,87059
Naiara Bertão	125	48,544



2. RELAÇÕES NA REDE

RELAÇÕES NA REDE

LinkedIn
TOP VOICES
2019

Seguir | Mais...

Elisa Tawil · 2º Top Voice
LinkedIn Top Voices 2019 • Fundadora do Mulheres do Imobiliário • Mentoria • Podcaster • Shakti Leadership Graduated
São Paulo, São Paulo, Brasil · + de 500 conexões ·
[Informações de contato](#)

Mulheres do Imobiliário
University of San Diego

Destaque
3 conexões em comum
Você e Elisa conhecem Luiz Carlos de Moraes Silva, Gustavo Reis e mais 1 pessoa
Entre em contato com Elisa para...
Assessoria para empresas, Mentoria e orientação. Tomar um cafezinho.
[Envie uma mensagem para Elisa](#)

Sobre
Mulheres preparadas lidam melhor com os papéis e responsabilidades que elas merecem, querem e precisam ter.
Como eu posso te ajudar... visualizar mais

As pessoas também viram

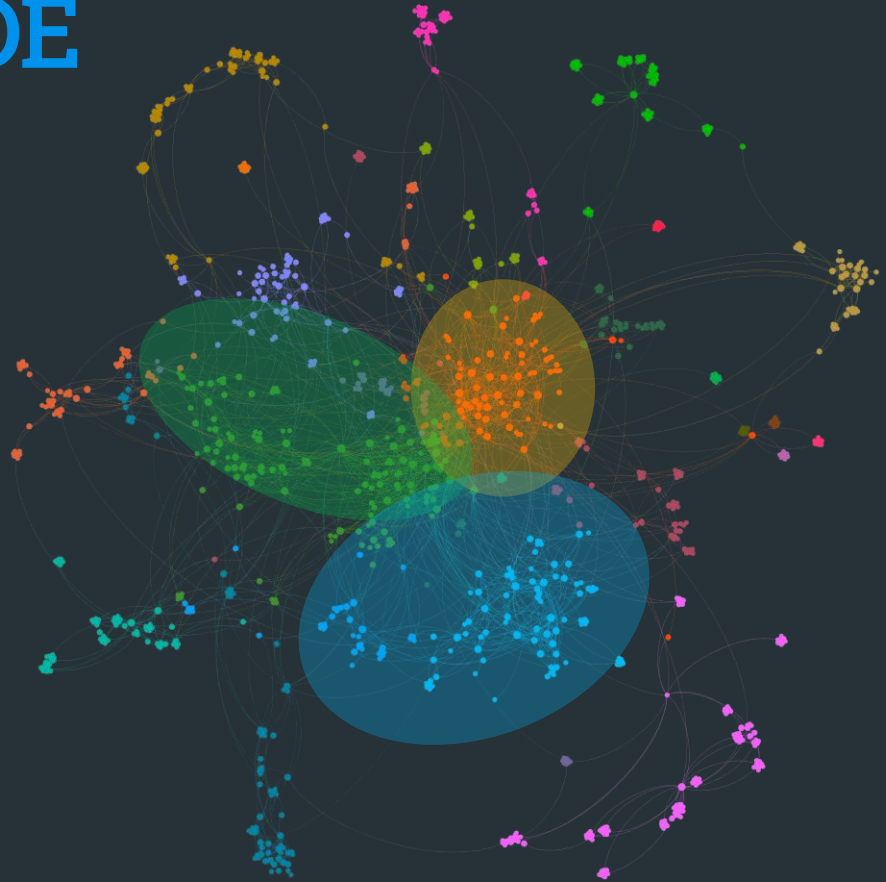
- Carolina Dostal** · 2º Top Voice
LinkedIn Top Voices Advisor #LinkedInLive | Mentoria, Treinamentos | Digital Footprint & Branding através das redes sociais
- Douglas Gómezes** · 2º Top Voice
LinkedIn Top Voices | Siga meu Instagram @douglasgomezes | Especialista em Mídias Sociais | Médicos e Buzz
- Mario Sergio Cortella** · 2º Top Voice
Professor, Escritor e Filósofo at MSCortella Consultoria
- Geraldo Rufino** · 2º Top Voice
LinkedIn Top Voices 2019 | Presidi. do Conselho na JRDiesel
- Amanda Graciano** · 2º Top Voice
LinkedIn Top Voice 2019 • TEDx Speaker • Head of Portfolio & Business Development na IDEIXO
- Luiza Helena Trajano** · 2º Top Voice
Presidente do conselho de administração na Magazine Luiza

A rede apresentada a seguir revela as relações existentes por associação no LinkedIn – mostrando quais perfis mais aparecem na seção de **“As pessoas também viram”**. Essa indicação ajuda a entender com quais tipos de publicadores o influenciador mais se agrupa na rede e qual a sua visibilidade dentro dessa comunidade.

Apesar de mostrar a visibilidade dos usuários, é importante ressaltar que essa seção aponta também para diversos **perfis falsos** (em geral feitos com nomes de celebridades) e por esse motivo outros vários aspectos apresentados neste estudo devem ser levados em consideração, além dos apontados no grafo a seguir.

RELAÇÕES NA REDE

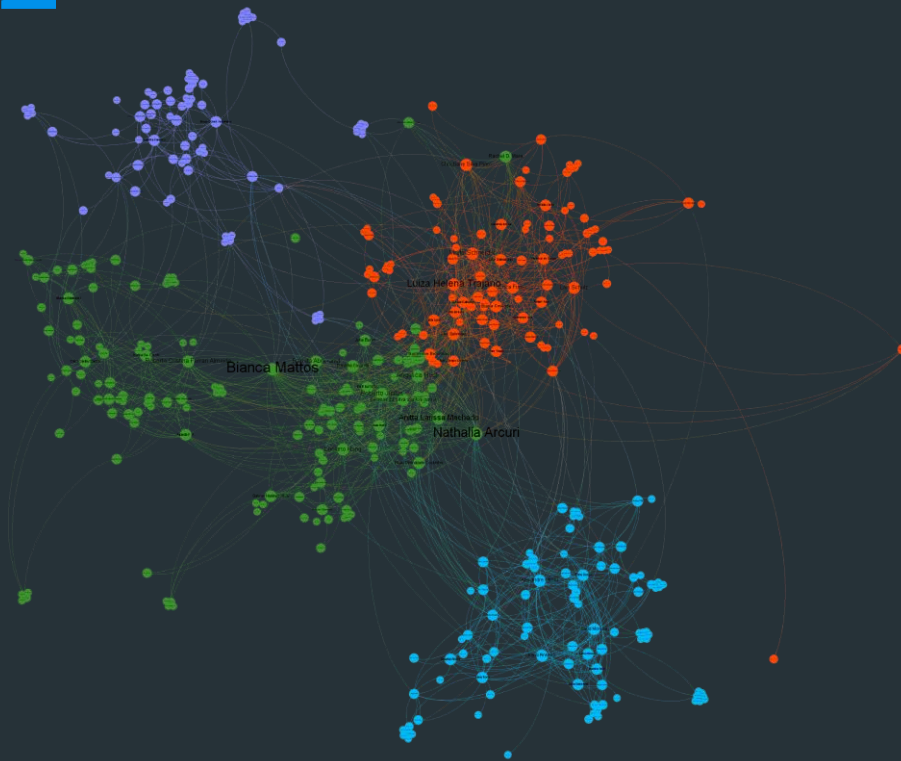
As relações existentes entre os publicadores é representada visualmente pelo grafo ao lado. Formado por **1.402 nós** (neste caso, perfis) e **3.148 arestas** (associações entre os perfis). A rede se subdivide em **25 diferentes comunidades** – sendo estas agrupadas por algum tipo de afinidade em comum. Dentro dessa análise de comunidades, destacamos três principais ao centro, onde estão presentes os influenciadores da lista Top Voices.



RELAÇÕES NA REDE

Apesar dos clusters, em geral, apresentam padrões de comportamento, há perfis variados em cada uma dessas comunidades. Pode-se, no entanto, definir em cada um deles uma predominância de publicadores com características em comum, dividindo-se assim os grupos da seguinte forma:

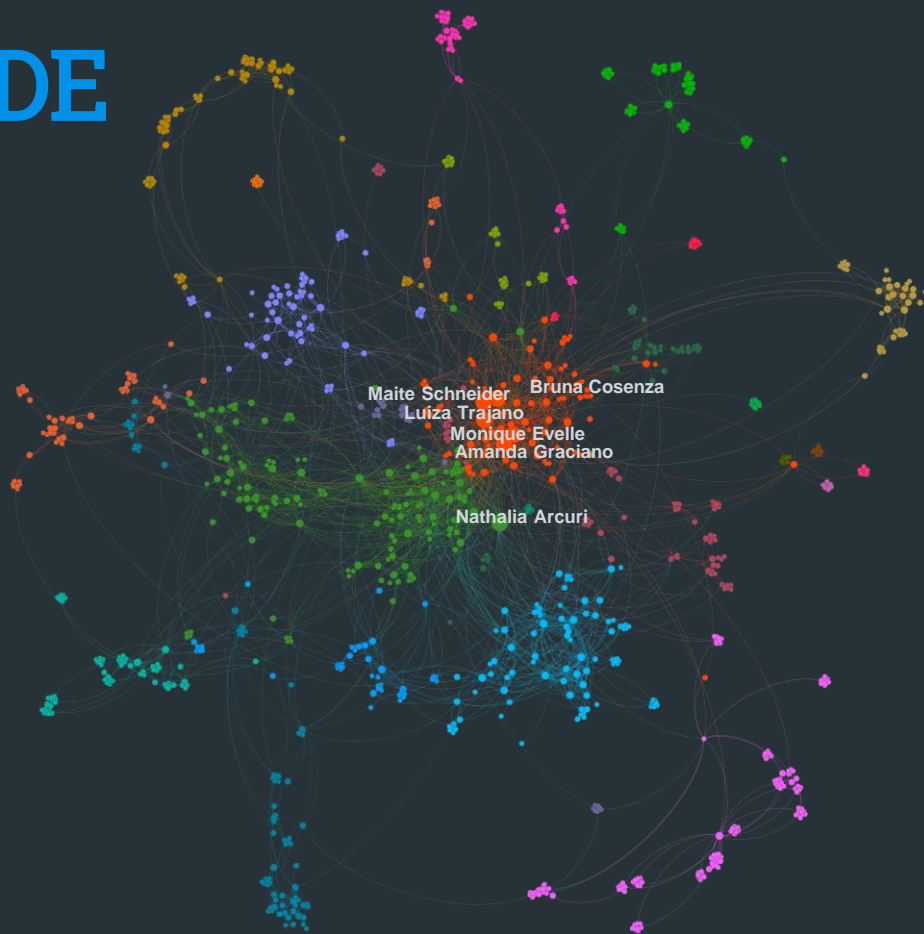
- **CLUSTER VERDE:** Concentra grande número de perfis fakes de famosos, como Neymar, Anitta e Angélica. O perfil Top Voice presente nessa lista é Geraldo Rufino – tem caráter bastante heterogêneo e conta com influenciadores importantes na rede, como Nathalia Arcuri e Abílio Diniz.
- **CLUSTER LARANJA:** Pode ser considerado o cluster “Top Voices”, dos 24 perfis, 21 deles estão localizados neste grupo. Conta também com a presença da empresária Luiza Trajano, do filósofo Mário Sérgio Cortella e do palestrante Max Gehringer.
- **CLUSTER CIANO:** Este é o grupo mais bem definido da rede, formado majoritariamente por perfis (youtubers em sua maioria) que falam de entretenimento, cultura pop e estilo de vida, tem como representante da lista Top Voices, o head de conteúdo da Ebanx, Thiago Romariz.
- **CLUSTER ROXO:** Incluindo o desenvolvedor do banco Itaú, Felipe Fialho, esse grupo conta com um grande número de perfis que trabalham na área de tecnologia e desenvolvimento.



RELAÇÕES NA REDE

Além da forma como os perfis estão coordenados e alinhados no grafo é importante entender também quais são os perfis mais centrais e mais relevantes nessa análise. Entre os Top Voices, aparece mais vezes na lista de “também viram” e logo contaram com maior visibilidade em buscas no seu campo de atuação os seguintes profissionais: **Maite Schneider, Bruna Cosenza, Amanda Graciano e Monique Evelle.**

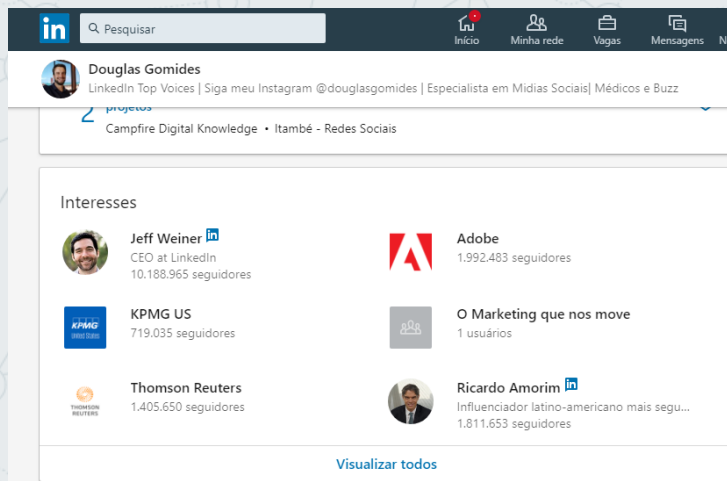
Dentro do grupo geral, destacam-se as influenciadoras **Nathalia Arcuri e Luiza Helena Trajano**, ambas com projeção nacional impulsionada por outros meios de comunicação além da Internet.





3. REDE DE INTERESSES

REDE DE INTERESSES



The screenshot shows the LinkedIn profile of Douglas Gomides. The 'Interesses' section lists several entities:

Perfil/Entidade	Seguidores
Jeff Weiner (CEO at LinkedIn)	10.188.965
Adobe	1.992.483
KPMG US	719.035
O Marketing que nos move	1 usuário
Thomson Reuters	1.405.650
Ricardo Amorim (Influenciador latino-americano mais segu...)	1.811.653

Visualizar todos

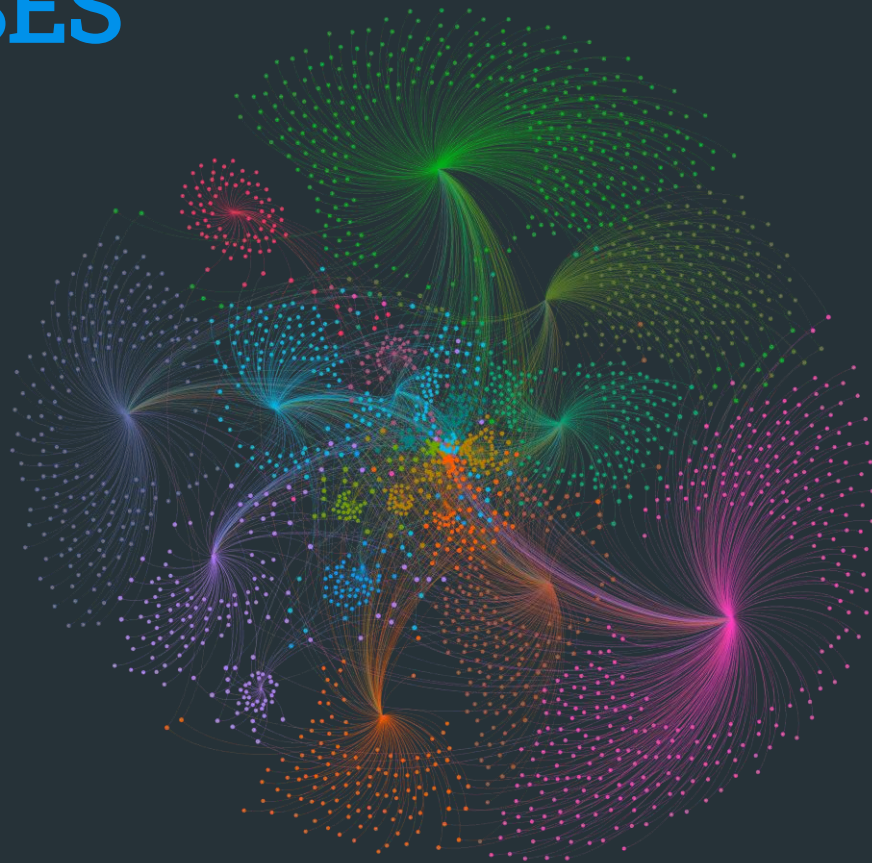
O usuário do LinkedIn, além de se conectar com profissionais conhecidos e com empresas das quais fez parte, também pode **seguir outros perfis de profissionais ou empresas**, montando assim uma lista de interesses.

A rede apresentada a seguir traz a conexão entre os Top Voices 2019 e seus respectivos interesses no LinkedIn, ou seja, quem eles seguem em comum. Aparecem aqui, além de perfis influenciadores, empresas, grupos e instituições de ensino. Essa análise permite **entender as preferências dos atores, em que contexto eles estão inseridos e como toda essa rede se conecta.**

REDE DE INTERESSES

O grafo de interesses conta com **2.279 perfis** (ou nós) e **3.332 relações** existentes entre cada um desses publicadores. A rede se subdivide entre **15 diferentes comunidades** – em geral formadas em torno das curtidas efetuadas pelos protagonistas estudados aqui. Esses interesses se dividem em 4 categorias diferentes:

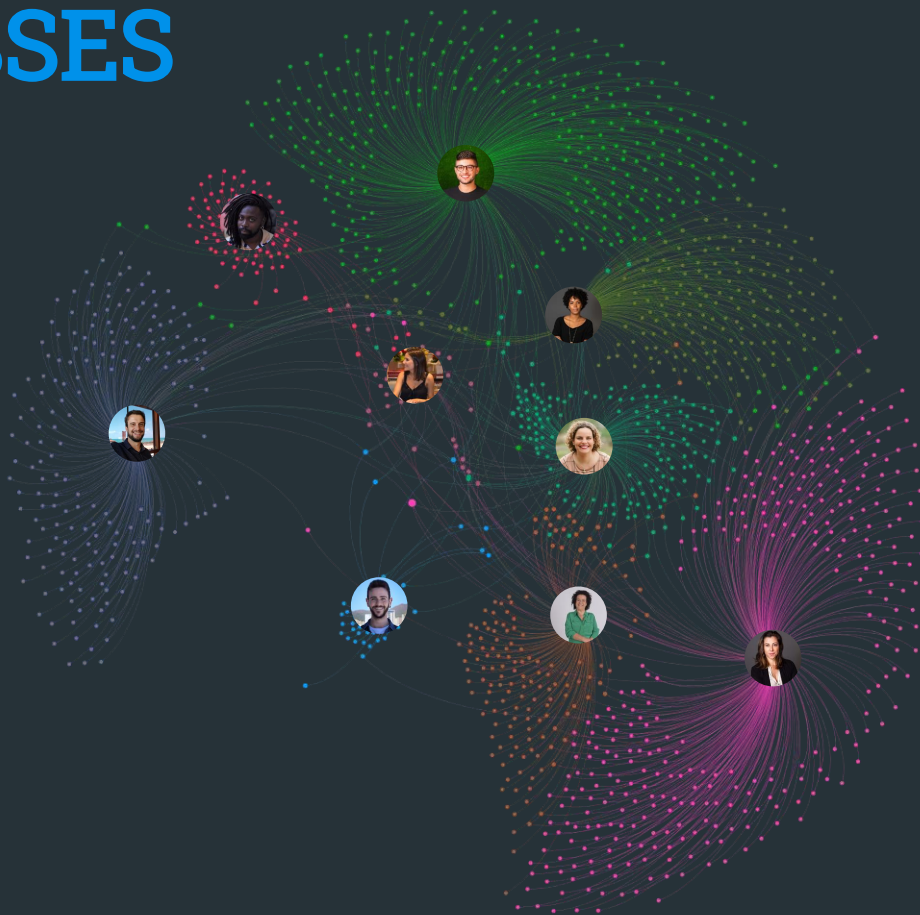
- Empresas (78%)
- Grupos (12%)
- Influenciadores (6%)
- Instituições de Ensino (4%)



REDE DE INTERESSES

Excetuando-se alguns clusters, a divisão dos grupos se dá em relação ao perfil Top Voice e quais páginas eles seguem, sendo separados da seguinte forma:

- Elisa Tawil (**CLUSTER ROSA**): apesar de seu foco profissional ser ligado ao empoderamento feminino e ao mercado imobiliário, ela tem interesse em grupos diversos de empresas e influenciadores (Ex: Nestlé, Atento Brasil, Oprah Winfrey e Sérgio Rial);
- Diego Cidade (**CLUSTER VERDE**): com foco em carreira, há tendência relacionada ao tema dentro de seus interesses. Aparecem escolas como a Singularity University e Harvard Business School e de uma forma geral, Diego segue grandes empresas multinacionais como a Coca-Cola e Souza Cruz;
- Douglas Gomides (**CLUSTER ROXO**): Especialista em mídias sociais, seus interesses tem um caráter mais geral, com empresas diversas como a Fundação Roberto Marinho, Hertz e influenciadores de renome, caso de David Edelman.
- Amanda Graciano (**CLUSTER VERDE ESCURO**): Atuante no setor de inovação, tem entre seus interesses escolas de negócios como o Ibmec e grandes empresas, caso de Vale e Ambev.

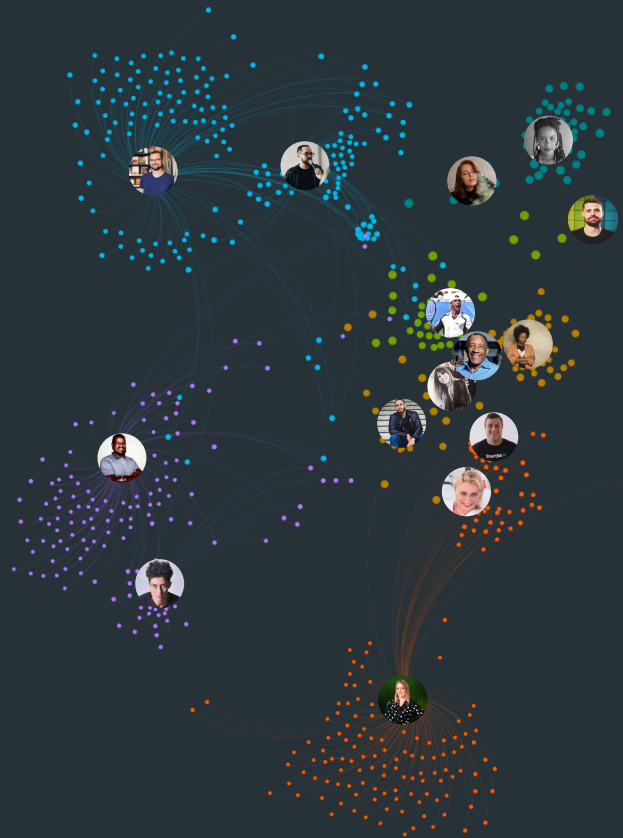


Com a finalidade de compreender como os Top Voices se associam e se distribuem em relação às suas preferências, foi feito um destaque localizando esses perfis no grafo (os nós foram ilustrados com as fotos dos influenciadores para facilitar a visualização desses perfis dentro do grafo).

REDE DE INTERESSES

Ao lado constam as comunidades que contam com mais de um perfil Top Voices reunidos, implicando em um número maior de interesses comuns. Em geral, os interesses agrupados não se diferenciam do que já foi visto até aqui na descrição dos módulos unitários. Os clusters se dividem em:

- **CLUSTER CIANO:** liderado pelos influenciadores Thiago Romariz e Rodrigo Focaccio, entre os perfis seguidos estão a FGV, Forbes, Jessica Alba e Catraca Livre.
- **CLUSTER LARANJA:** formado pelos interesses dos perfis de Naiara Bertão, Junior Borneli e Maíte Schneider. Alguns dos publicadores de destaque são Marcelo Tas, Abílio Diniz, Bel Pesce e StartSe.
- **CLUSTER LILÁS:** contém os perfis de Rodnei Silva e Maíra Reis. Alguns interesses presentes nesse grupo são o YouPix, Reserva, Empiricus e Microsoft.
- **CLUSTER BEGE:** Alê Santos, Andrea Schwarz, Geraldo Rufino e Luana Genót estão agrupados nesta comunidade. Entre os interesses do grupo aparecem Ricardo Amorim, Camila Farani, Luiza Trajano e Fundação Dom Cabral.
- **CLUSTER AZUL-PETRÓLEO:** Fazem parte da comunidade Monique Evelle e Raíra Venturieri. São interesses presentes os perfis de Marco Gomes, Gilberto Dimenstein, Época Negócios e Bradesco.
- **CLUSTER VERDE-LIMÃO:** representado pelos perfis de Felipe Fialho e Fernando Meligeni, alguns dos publicadores seguidos aqui são Max Gehringer, Netflix, Eduardo Saverin e Spotify.



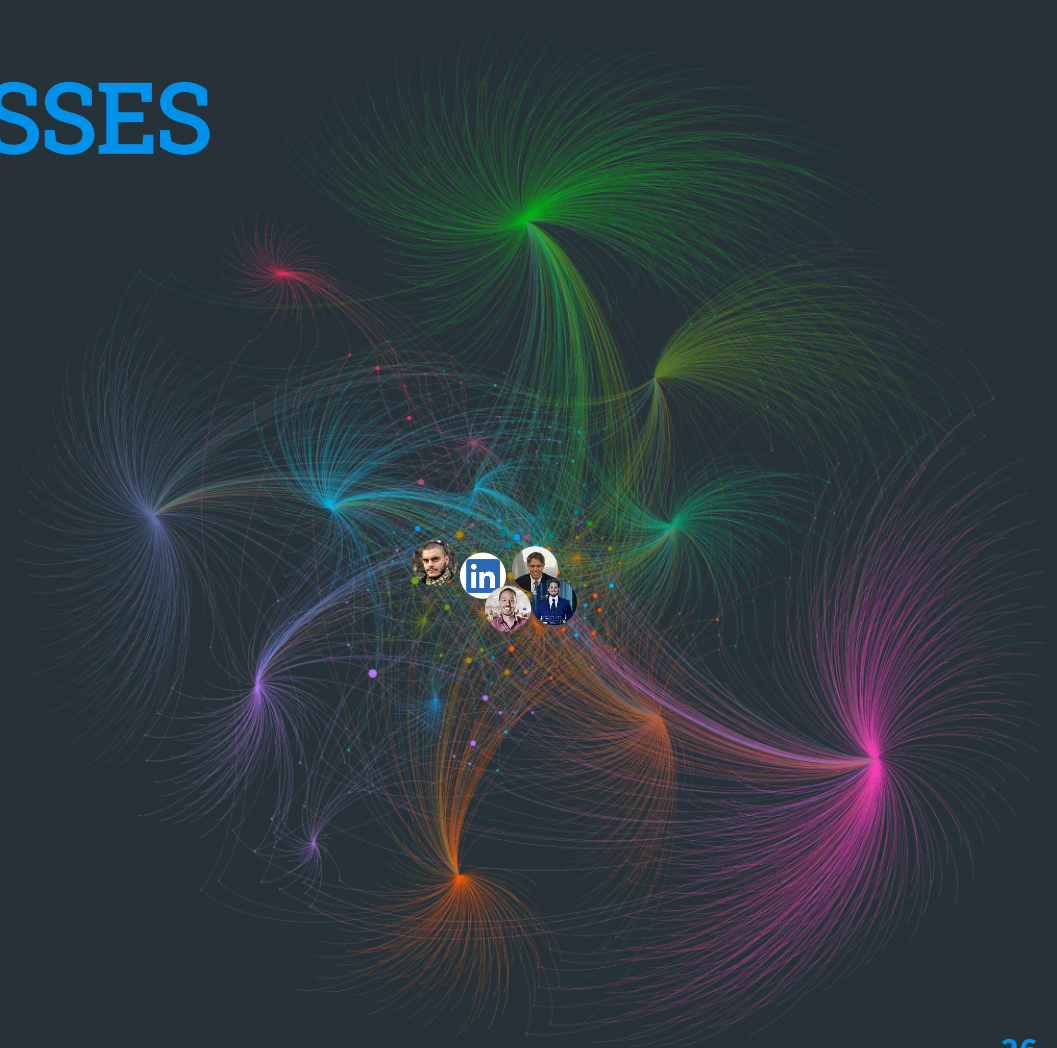
REDE DE INTERESSES

QUEM INFLUENCIA OS TOP VOICES

Outro aspecto interessante a se observar nessa rede são os interesses convergentes entre os perfis Top Voices 2019, esse dado pode ser observado por meio da quantidade de entradas que um nó recebeu no grafo. Ou seja, **quantos perfis curtiram esse publicador.**

Dentre o grande número de perfis vistos na rede, destacam-se: **Ricardo Amorim, Gustavo Caetano, Marco Gomes, Rony Meisler e a página do LinkedIn**, Conforme destacado na imagem, todos esses publicadores estão localizados no centro da rede, mostrando intersecção com a maior parte dos clusters.

Resumidamente, o que vemos nesta rede são ligações de publicadores com **temas afins a suas trajetórias profissionais**, o que explica a grande parte de clusters formados por protagonistas únicos. Os perfis ressaltados acima se encaixam em um caráter mais geral, abordando temas diversos em relação ao mundo corporativo/profissional.





4. CONCLUSÕES

CONCLUSÕES

- Há uma variedade de tipos profissionais e divisão equânime entre homens e mulheres, no entanto, a lista ainda tem grande foco apenas em perfis localizados na região Sudeste;
- Vídeo é o formato de melhor performance, enquanto imagem é o mais utilizado. Publicações de compartilhamento se mostram pouco efetivas em relação a total de interações;
- Não há relação direta entre a frequência de postagens e o engajamento médio por post. Há quem publique muito e performe muito proporcionalmente e os que performam menos, mesmo publicando muito;
- Os conteúdos de maior destaque, assim como em outras redes sociais, tem relação com vivências pessoais dos publicadores, e temas em voga (caso do filme Coringa);
- Em contrapartida e como comportamento exclusivo desta rede, destacam-se posts mostrando ideias inovadoras de empresas;
- A rede de interesses mostra que há um universo bastante reduzido no LinkedIn, em relação, principalmente, aos publicadores brasileiros – mesmo com variedade de perfis, há alguns grupos comuns que convergem entre os 25 perfis TOP VOICES analisados;
- O fato do TOP VOICE ser profissional de uma empresa e destacar isso traz visibilidade positiva para a marca;
- Percebe-se pouca relevância de perfis de imprensa e quase nenhuma de perfis políticos ou governamentais;
- Por ser uma rede de networking, fica clara a necessidade de estar inserido neste universo para que o publicador tenha visibilidade nesta rede.



Obrigada!

fsbinteligência