

tendências 2025

 globo

Em parceria com
OXYGEN



tendências

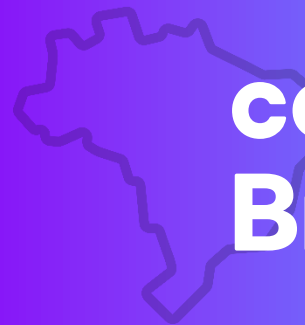
Este material é uma curadoria **Globo** em parceria com a **Oxygen** sobre temas na esfera do comportamento do consumidor, que devem ser destaque em 2025 e que são transversais a todos os setores de anunciantes



Esse documento foi construído a partir do mapeamento e análise dos principais relatórios e estudos de tendências globais mais recentes e coberturas de grandes eventos mundiais disponibilizados no mercado, além de artigos e reflexões divulgados por veículos brasileiros e especialistas.

- | | | | |
|-------------|--------------------|--------------------|-----------------|
| Globo | Instagram | Pinterest | FastCompany |
| BOX 1824 | IPSOS | SEBRAE | Forbes |
| Edelman | Kantar IBOPE Media | TikTok | Meio&Mensagem |
| Euromonitor | MindMiners | WGSN | Propmark |
| GO AD | Mintel | Consumidor Moderno | Valor Econômico |
| Google | Opinion Box | Exame | |

índice

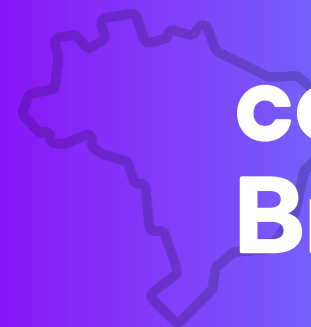


**contexto
Brasil**



tendências
que devem ser destaque em 2025





**contexto
Brasil**

Demo grafia

A população brasileira alcançou em 2024 a marca de **212,6 milhões de pessoas** segundo dados divulgados pelo IBGE

52% MULHERES
48% HOMENS

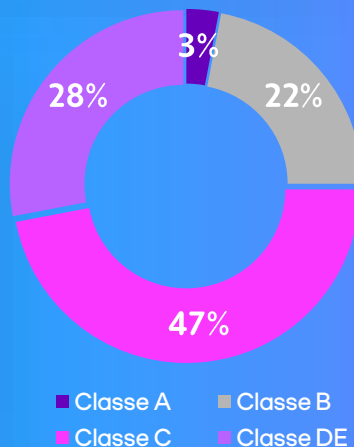
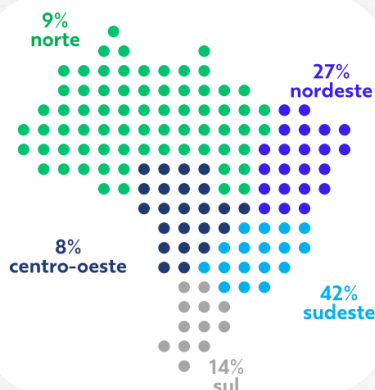
A região **Norte** é a mais **jovem** entre as demais, com 25,2% de sua população com **até 14 anos**, seguida pelo **Nordeste**, com 21,1%.

O **Sudeste** e o **Sul** têm estruturas mais **envelhecidas**, com 12,2% e 12,1% de pessoas com **65 anos ou mais**, respectivamente.

56% da população brasileira se declara **negra** (pretos+pardos).

Distribuição regional de acordo com o Censo 2022 do IBGE:

42,7 milhões de pessoas (20,1% do total do país) estão concentradas em **15 cidades**



População Indígena

1,7 milhão

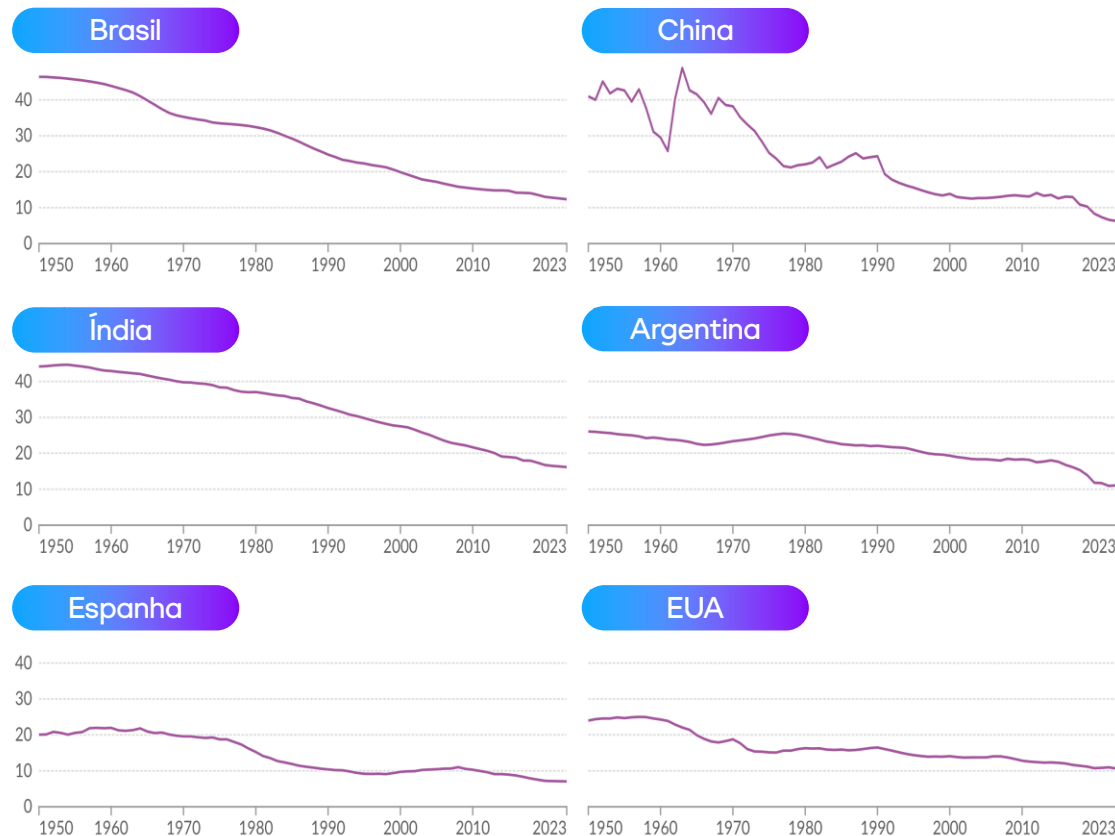
População Quilombola

1,3 milhão

População residente em Favelas

16,4 milhões

Declínio de natalidade global



A queda na taxa de natalidade no Brasil, assim como em outros países do Sul Global, como Índia e China, é um fenômeno recente em comparação com países mais desenvolvidos.

Estamos começando a experimentar os reflexos culturais de uma sociedade com uma população mais envelhecida, famílias menores e redes de apoio reduzidas.

População do país vai parar de crescer em 2041

Entre 2000 e 2023, houve um declínio nas taxas de fecundidade e mortalidade infantil, além de um aumento na expectativa de vida.

A proporção de pessoas com mais de 60 anos deve atingir 37,8% da população em 2070.

IBGE projeta que, em 2041, o país atingirá seu máximo populacional, com

220.425.299

de pessoas

Fonte: Agência IBGE (2024)

eco no mia

Após anos de instabilidade causada pela pandemia e por tensões políticas, a economia do Brasil dá sinais de crescimento.

No entanto, os preços altos e a concentração de riqueza entre poucos continuam a ser uma barreira persistente na vida do brasileiro comum.

O PIB cresceu

3,7%

Estimativa de crescimento da economia do Brasil em 2024

Os setores da indústria (com previsão de alta de 3,5%) e de serviços (3,3%) impulsionaram esse crescimento

Fonte: [Ministério da Fazenda](#) (2024); [Agência Brasil](#) (jan/25)

4,83%

A **inflação** oficial do país (IPCA) fechou 2024 acima do limite máximo da meta estipulada pelo governo

Salário:

tranquilidade para poucos, aperto para muitos

- **26%** afirmam que cobre os gastos com tranquilidade
- **36%** dizem que cobre as despesas, porém sem sobras
- **20%** relatam que paga apenas as contas básicas
- **18%** declaram que não é o suficiente para cobrir o básico

Fonte: "O impacto da vida financeira dos brasileiros no consumo", [MindMiners](#) (2024)

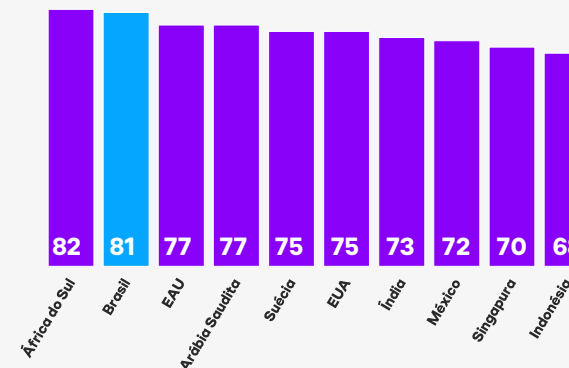
Concentração de riqueza

10% dos mais ricos detêm 75% do dinheiro do mundo

Desenvolvimento econômico desigual, acesso limitado à saúde e à educação de qualidade, e disparidade de renda entre as áreas urbanas e rurais ajudam a explicar esse cenário.

Fonte: "The Countries With the Highest Wealth Inequality", [Visual Capitalist](#) (2024)

Os 10 países mais desiguais do mundo



O cenário para 2025

BBC NEWS BRASIL

Notícias Brasil Internacional Economia Saúde Ciência Tecnologia Vídeos BBC Lê

Mesmo com aumento real do salário mínimo, poder de compra do brasileiro seguirá estagnado até 2026, mostra estudo

Desaceleração do crescimento econômico.

Com o dólar nas alturas e a perspectiva de continuidade da alta do preço dos alimentos este ano, **não deve haver aumento do poder de compra do brasileiro** em relação ao preço da cesta básica, aponta estudo da consultoria LCA 4intelligence. E o cenário não muda em 2026, quando o poder de compra dos brasileiros seguirá estagnado e abaixo do nível pré-pandemia. Isso ajuda a explicar algumas insatisfações dos brasileiros com a economia, mesmo num cenário de desemprego na mínima histórica e renda em alta, dizem analistas.

Fonte: [BBC News Brasil](#) (jan/25)

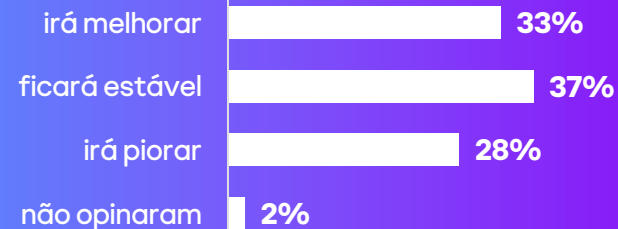
Salário mínimo no Brasil em 2025

R\$ 1.518

R\$ 106 maior do que o de 2024, e correspondente a um reajuste de 7,5%.

Fonte: [BBC News Brasil](#) (jan/25)

expectativa dos brasileiros sobre a econômica do país para os próximos meses:



Fonte: [DataFolha](#) (jan/25)

FOLHA DE S.PAULO

economia > energia limpa casa própria dólar, bolsa e empresas

FOLHAJUS INTERNET

STF deve julgar ações sobre bets, marco da internet e trabalho para apps em 2025

Pauta dos ministros para o ano inclui ainda publicidade de alimentos nocivos, emendas e temas tributários

Senado
<https://www12.senado.leg.br/materias/2023/12/12>

Brasil é confirmado como sede da COP 30 em 2025

12 de dez. de 2023 — **Brasil** é confirmado como sede da **COP 30** em 2025.

Agência Gov
<https://agenciagov.ebc.com.br/noticias/202501/br...>

Brasil assume a presidência do Brics a partir deste 1º de janeiro

1 de jan. de 2025 — Ao longo de 2025, País estará à frente do foro reforçando o compromisso por uma governança global mais sustentável e inclusiva, ...

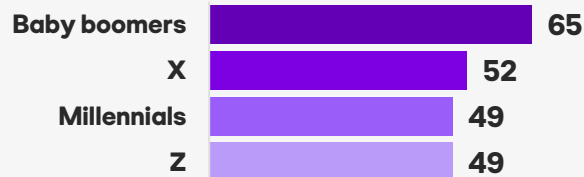


Desafios antigos, como a disparidade salarial entre gênero e raça, e novos, como o regime de trabalho híbrido e o engajamento na atividade profissional, compõem o cenário de dilemas que marcaram 2024 e que precisam ser endereçados em 2025.

Engajamento profissional

Cinco aspectos definem o engajamento dos colaboradores: identificação; autonomia; capacidade de gerar impacto; tempo que o profissional dispõe para exercer o ócio criativo; tamanho e poder de decisão de sua equipe.

Engajamento por geração



Fonte: "O que confere significado ao trabalho dos brasileiros?" [VocêRH](#) (2024)

Por que engajam

- **83%** se identificam com o trabalho que exercem
- **77%** sentem que estão gerando um impacto positivo

Por que não engajam

- **25%** se sentem insatisfeitos por não possuírem tempo para exercer o ócio criativo
- **20%** estão insatisfeitos por não participarem de equipes com poder de decisão
- **14%** pela falta de autonomia

O \$ da questão

52%

dos brasileiros estão insatisfeitos com o salário atual. Esse nível de insatisfação é de 42% na média mundial

56%

das empresas no Brasil consideram a remuneração como o fator mais importante para atrair candidatos

Disparidade salarial

O mercado de trabalho ainda remunera melhor homens e pessoas não negras

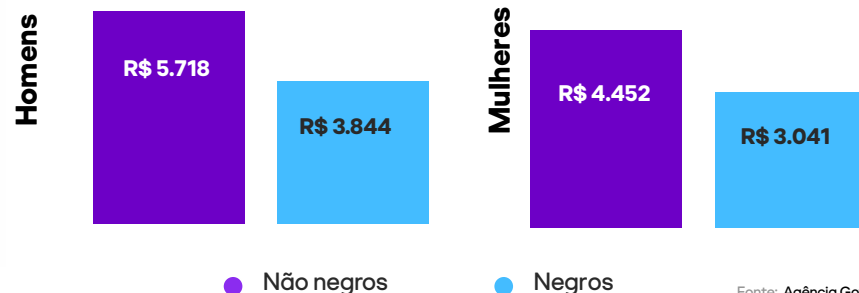
Uma mulher recebe, em média,

70,1%

do salário de um homem

Fonte: Ipsos - "Relatório de Transparência e Igualdade Salarial de Mulheres e Homens" (2024)

Diferença média de ganhos entre negros e não negros



10 principais motivos pelos quais os brasileiros pediram demissão

Fonte: "10 principais motivos para um brasileiro pedir demissão", VocêRH (2024)

- **36,5%** Tinham outro emprego em vista
- **32,5%** Baixo salário
- **24,7%** Falta de reconhecimento profissional
- **24,5%** Tiveram problemas éticos com a forma de trabalho da empresa
- **23%** Estresse
- **21,7%** Tempo de locomoção entre casa e trabalho
- **18,6%** Buscam por outro tipo de trabalho
- **16,2%** Problemas com a chefia imediata
- **15,7%** Inexistência de flexibilidade da jornada
- **9,1%** Para cuidar de algum membro da família

Trabalho híbrido

“O trabalho híbrido pode ser adotado de forma lucrativa pelas empresas, dado seu efeito na redução da rotatividade dos funcionários.”

— Nick Bloom, professor de economia da Universidade de Stanford e especialista em home office, em conclusão de pesquisa sobre trabalho híbrido, realizada com 1.612 funcionários da agência de viagens online Trip.com

Principais resultados do estudo na Trip.com:

- Aumento na **satisfação** do trabalhador
- Redução no número de **demissões voluntárias** em 33%, em média
- Não houve alteração no **desempenho** dos funcionários que aderiram ao regime híbrido

Fonte: "Hybrid working from home improves retention without damaging performance", Nature (2024)



em preen dedo rismo

Entre a necessidade financeira e o sonho de ter o próprio negócio, alguns números explicam como o Brasil se tornou um país de empreendedores.



75%

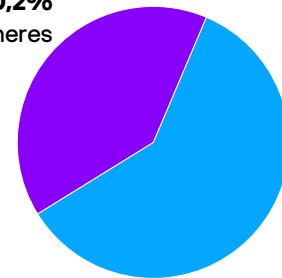
dos empreendedores
têm até 44 anos



69%

têm ensino médio
completo

40,2%
Mulheres



59,8%
Homens

75%

das mulheres abriram
a própria empresa há
mais de 2 anos

O Brasil tem cerca de 4
milhões de empreendedores
com **mais de 60 anos**
segundo o SEBRAE
de 2012 a 2023: +42%

80%

ganham até seis
salários mínimos

53%

taxa de **informalidade**
entre os trabalhadores
com **60+ anos**

Fonte: IBGE/PNAD

Principais atividades econômicas das empresas abertas em 2023

- Atividades de atenção ambulatorial executadas por médicos e odontólogos
- Serviços de escritório e apoio administrativo
- Restaurantes e bares
- Atividades de profissionais da área de saúde (exceto médicos e odontólogos)
- Comércio de vestuário e acessórios

Fonte: "Veja os 10 setores mais escolhidos por quem abriu micro ou pequena empresa em 2023", **Exame** (2024)

As 12 startups brasileiras a unicórnio

Segundo o portal Startups, das 100 startups latino-americanas com maior chance de crescimento, 50 são brasileiras. Entre as Top 20 do mercado latino, 12 são do Brasil.



Blip
Plataforma de
Inteligência Artificial



Cerc
Fintech



QI Tech
Fintech



Petlove
Petshop online



Solfácil
Energia solar



Stark Bank
Fintech



Órigo Energia
Energia solar



Buser
Mobilidade



Traction
Monitoramento de
equipamentos
industriais



Omie
Fintech



CRM&Bonus
Martech



Mottu
Locação de
motocicletas para
entregadores

Motivações divergentes

Profissionais autônomos desejam carteira assinada, enquanto muitos sonham com o próprio negócio

- **67%** dos profissionais autônomos gostariam de ter trabalho com carteira assinada
- **55,1%** se tornaram autônomos por vontade própria
- **44,9%** por necessidade

Fonte: "Trabalhadores autônomos: quem são e o que pensam", EGVlibre (2024) - A pesquisa ouviu as motivações de quem já é profissional autônomo

“Ter o próprio negócio”

É o segundo maior sonho de muitos brasileiros

- **61%** Viajar pelo Brasil
- **60%** Ter o próprio negócio
- **54%** Comprar a casa própria
- **54%** Comprar um automóvel
- **49%** Viajar para o exterior

"Quais os grandes sonhos dos brasileiros?", Estado de Minas (2023), com dados do Global Entrepreneurship Monitor (GEM)

mercado digital

Protagonista de um dos principais mercados digitais no mundo, o brasileiro bate recorde em download de aplicativos e trilha uma curva crescente de consumo online em plataformas digitais.

O acesso à internet chega a **89%** dos moradores de domicílios particulares no Brasil.



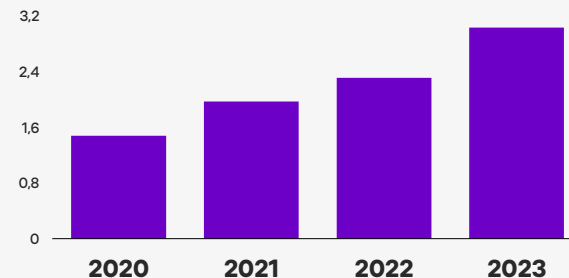
Brasil é o 4º país no ranking de **downloads** de aplicativos



Brasil é o 11º no ranking de **dinheiro gasto** com aplicativos



O total de horas gastas em lojas online **cresceu 49%** nos últimos **3 anos, no Brasil**

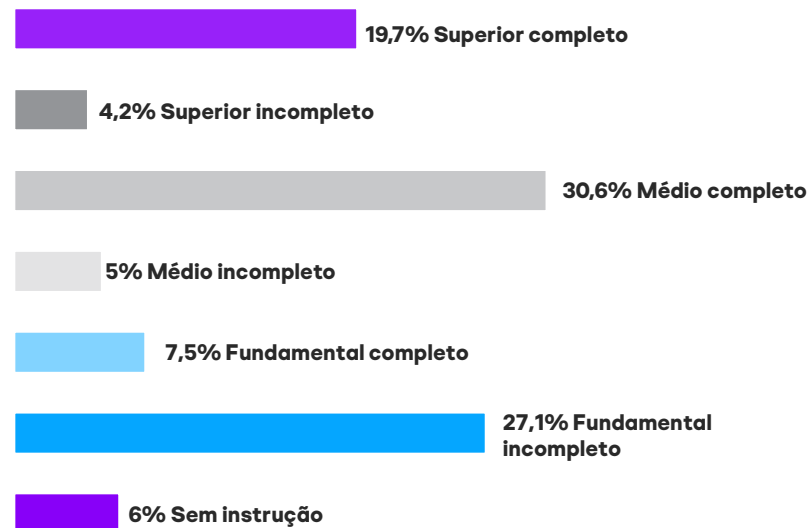


Fonte: [Data.ai](#) - "State of Mobile 2024"

edu ca ção

Em uma ponta, mais de 30% dos brasileiros não têm o ensino fundamental completo. Na outra, há uma queda no interesse por cursos de pós-graduação. Esse é o retrato preocupante da educação no Brasil, mas pode representar oportunidades para a colaboração intersetorial.

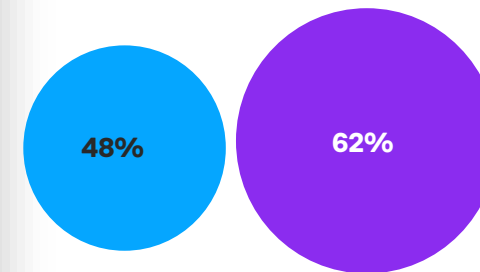
Grau de escolarização de pessoas com 25 anos ou mais



20%

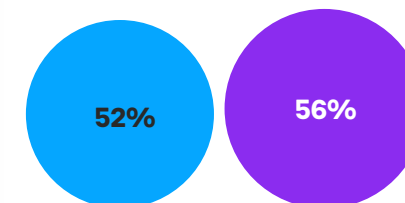
das pessoas entre 15 e 29 anos
não trabalham e nem estudam

Por raça



- 48% entre os pretos e pardos têm ensino médio completo
- 62% entre os brancos têm ensino médio completo

Por gênero



- 52% entre os homens têm ensino médio completo
- 56% entre as mulheres têm ensino médio completo

cultura

A retomada do Ministério da Cultura e o aumento no investimento via Lei Rouanet se mostram essenciais não apenas para o desenvolvimento cultural, mas também para a movimentação econômica do país. O desafio para marcas e empresas é equilibrar os focos de investimento entre as diferentes regiões do Brasil.

R\$ 2,3 bilhões

foi o total dos investimentos realizados por meio da Lei Rouanet, em 2023

R\$ 972 milhões

foi o valor investido diretamente pelo Ministério da Cultura, em 2023

As expressões culturais mais contempladas nos projetos aprovados foram:

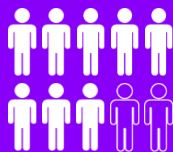
26% Artes cênicas

25% Música

13% Artes visuais

13% Museus

8 em cada 10 brasileiros declaram ter orgulho do país

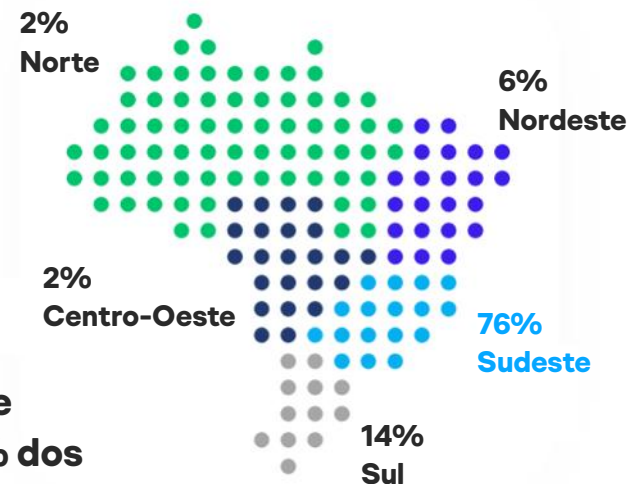


Norte e Nordeste são as regiões mais orgulhosas (88%)

Fonte: Globo - Brasil no Espelho | Amostra Nacional ABCDE 16+, Base total: 9.994 (2023)



Região Sudeste concentra 76% dos investimentos em cultura no Brasil



Cultura é peça chave para construção de marca

Os profissionais de marketing estão mais empenhados do que nunca em construir marcas através da CULTURA

Para se conectar com os consumidores, as marcas precisam se integrar à cultura que os envolve. Isso significa ir além dos métodos tradicionais de publicidade e se envolver com o público em um nível mais profundo.



88%

Concordam que é mais importante do que nunca que as marcas façam parte da cultura.

78%

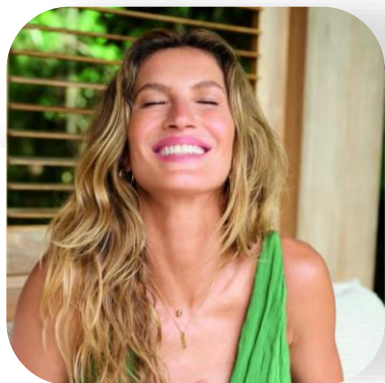
Concordam que criar propriedades de entretenimento é uma parte importante de sua estratégia.

74%

Concordam que é difícil saber como conectar suas marcas à cultura.

Top 5 celebridades mais influentes de 2024

Os nomes que têm o poder tangível de moldar a cultura, os comportamentos e as opiniões no Brasil



Gisele Bündchen

Ícone da moda e autora de um livro de gastronomia saudável, destaca-se por seu estilo de vida e influência na área da saúde.

Score de
influência:

133 pontos



Rebeca Andrade

A maior medalhista da história do Brasil inspira por sua dedicação, força e paixão pelo esporte.

132 pontos



Liniker

Cantora e compositora, Liniker celebra a pluralidade cultural do Brasil, personifica valores da comunidade LGBTQIAPN+ e acumula grande sucesso em sua carreira musical.

131 pontos



Jout Jout

Youtuber e influenciadora digital, seus vídeos sobre feminismo, relacionamentos e autoconhecimento continuam relevantes e acessíveis online

130 pontos



Iza

A cantora e compositora fomenta jornadas de descoberta e empoderamento, inspirando comunidades com sua voz e talento.

129 pontos

O score de influência é calculado com base na correlação entre o quanto uma celebridade influencia as pessoas e mais de 40 atributos, como confiança/credibilidade, beleza e engajamento em causas sociais e ambientais. As cinco celebridades possuem a mesma média de pontuação.



Os Jogos Olímpicos de Paris concentraram a atenção do público brasileiro e reacenderam “o melhor de nós”, em sintonia com o convite dos canais Globo e Sportv. Novos ídolos nasceram e novos estímulos ao esporte foram resgatados.

Olimpíadas 2024

As emoções e os esportes que conectaram os brasileiros aos Jogos de 2024

Razões para assistir

- 73% para torcer pelo Brasil
- 40% porque é divertido
- 38% porque o espetáculo é bonito
- 26% porque sempre assistiu
- 21% para se emocionar

Os esportes mais vistos

- 74% ginástica olímpica
- 66% futebol
- 56% skate
- 55% vôlei de praia
- 52% vôlei de quadra

92%

dos brasileiros assistiram a algum evento olímpico

80%

acreditam ser importante investir em esportes

50%

dos atletas eram **mulheres**, número recorde das Olimpíadas

Olimpíadas 2024: A reconstrução do pertencimento

As Olimpíadas de 2024 marcam um ponto de inflexão e o começo de um processo de reconstrução do sentimento de coletividade e orgulho nacional



61%

Apontaram **Rebeca Andrade** como atleta que melhor representou o país

54%

Se emocionaram com a performance dos atletas

Contexto BR Resumo

O **Sudeste** e o **Sul** têm estruturas mais **envelhecidas**, com 12,2% e 12,1% de pessoas com **65 anos ou mais**, respectivamente.

4,83%

A inflação oficial do país (IPCA) fechou 2024 acima do limite máximo da meta estipulada pelo governo

Brasil assume a presidência do **BRICS** em 2025

Pautas STF

deve julgar em 2025 ações sobre Bets, marco da internet, trabalho via apps, publicidade de alimentos nocivos e questões tributárias significativas

A população brasileira alcançou em 2024 a marca de **212,6 milhões** de pessoas segundo dados divulgados pelo IBGE

56%

da população brasileira se declara **negra** (pretos+pardos)

Mesmo com aumento do salário mínimo em 2025 (R\$ 1.518, 00), **poder de compra** do brasileiro deve seguir **estagnado**

COP 30

em 2025 o Brasil vai sediar a 30ª Conferência das Nações Unidas sobre Mudanças Climáticas (em Belém do Pará)

Os jogos Olímpicos de Paris marcam um ponto de inflexão e o começo de um processo de reconstrução do **sentimento de coletividade e orgulho nacional**

A região **Norte** é a mais **jovem** entre as demais, com 25,2% de sua população com **até 14 anos**, seguida pelo **Nordeste**, com 21,1%

População residente em **Favelas**: **16,4 milhões**

O total de **horas gastas em lojas online** cresceu **49%** nos últimos 3 anos no Brasil

Efeito Trump 2.0

medidas que impactarão o país e o resto do mundo

em relação à própria situação, **60%** dos brasileiros acreditam que 2025 **será melhor** do que 2024



Feli cida de

Após 9 anos, o Brasil volta a subir em ranking da felicidade divulgado pela ONU

O Brasil subiu cinco posições e aparece agora em 44º lugar.

1º  FINLÂNDIA

2º  DINAMARCA

3º  ISLÂNDIA

4º  SUÉCIA

5º  ISRAEL

44º  BRASIL

143º  AFGANISTÃO

O Brasil subiu no ranking da felicidade do World Happiness Report (WHR), iniciativa da ONU, após nove anos de quedas ou estabilidade. A análise considera o triênio anterior — neste caso, 2021 a 2023. O país ocupa agora a 44ª posição, cinco acima de 2023, quando registrou seu pior desempenho, no 49º lugar. A última vez que o Brasil havia avançado foi em 2015, alcançando o 16º lugar, sua melhor marca desde o início do relatório, em 2012.

A Finlândia lidera o ranking pelo sétimo ano consecutivo, enquanto o Afeganistão permanece em último. O relatório avalia a felicidade com base em fatores como apoio social, renda, saúde, liberdade, generosidade e ausência de corrupção, combinando percepções pessoais e dados econômicos e sociais.

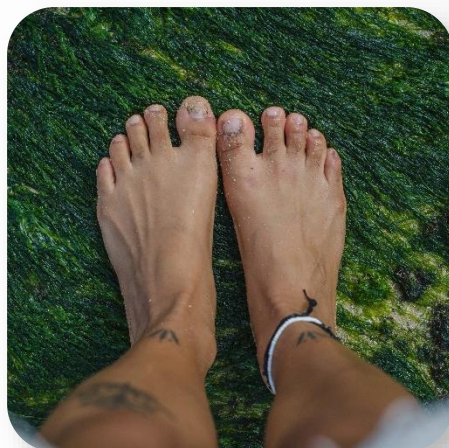
Sentimentos do consumidor 2025

Os sentimentos globais do consumidor foram identificados pela metodologia exclusiva WGSN.



Dissociação

“Desculpe, minha cabeça estava em outro lugar”: em termos simples, a dissociação é um processo mental em que uma pessoa se desconecta de seus pensamentos, sentimentos, memórias ou senso de identidade.



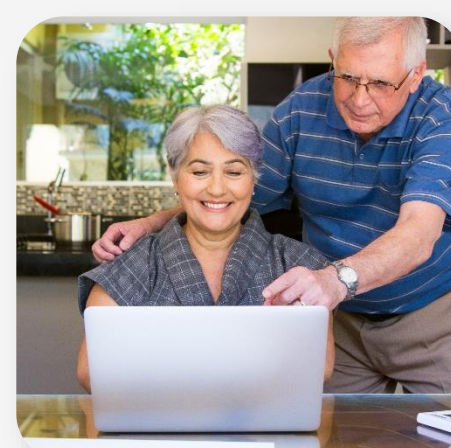
Ociosidade

Viver o tempo livre: segundo o ensaísta e cartunista Tim Kreider, “ociosidade não é sair de férias, um luxo ou um vício. É tão indispensável para o cérebro quanto a vitamina D para o corpo.”



Aceitação Radical

Desenvolvido em 1993 pela psicóloga Marsha Linehan, o conceito de Aceitação Radical descreve o momento em que percebemos que, apesar de reconhecer situações e emoções difíceis, não temos o poder de mudar a realidade.



Neo-altruísmo

Esse conceito tem suas bases no altruísmo puro (definido como ‘ajudar alguém sem esperar nada em troca’), mas chega com a adição da ‘alegria empática’ (uma emoção discreta que sentimos quando vemos outra pessoa feliz).

Tendências de 2025:

Sabendo navegar na constante impermanência

Ao encerrarmos mais um ano, voltamos a ter a sensação de que o tempo está passando cada vez mais rápido. Parte desse sentimento pode ser explicado pelo fato de que estamos vivendo em permanente instabilidade, praticamente saindo de uma crise para entrar em outra, em um cenário que tem sido chamado de “**policrise**”.

Para navegar esses tempos incertos, a melhor saída é fazer as pazes com a realidade e aprender a viver nesse **estado de impermanência**. Abraçar a **ambiguidade**, aceitar a ausência de respostas definitivas, acatar a efemeridade como um fenômeno da nossa era. Essa mentalidade, porém, exige jogo de cintura - e isso, nós brasileiros, temos de sobra. Nossa história, se comparada à de outros países principalmente no norte global, sempre foi de altos e baixos; e nossas jovens memórias, marcadas por inúmeras dificuldades econômicas, sociais e políticas.

Portanto, se existe um povo capaz de ficar confortável no desconforto, em tese somos nós. “Em tese” - porque não está fácil fingir costume e bancar que sabemos lidar com esse cenário de “**permadoxos**” atual.

Dessa forma, para ajudar na tarefa de planejar 2025, estamos lançando um novo estudo de tendências. Afinal - se não está ao nosso alcance acalmar essa turbulência, podemos decidir como queremos enfrentá-la - e nada melhor do que ter em mãos os melhores instrumentos possíveis.

Mapeamos os principais temas que na nossa visão devem ganhar relevância em 2025.

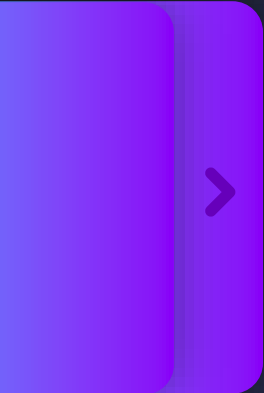
Apresentamos aqui um verdadeiro mosaico de oportunidades, curadas entre centenas de estudos, relatórios e notícias que passaram pelo nosso radar. Você vai encontrar aqui ideias que podem se tornar novas possibilidades de negócios, e quem sabe, inspirar você a ver 2025 com novos olhos.

ten dên- cias

que devem ser
destaque em
2025

1. Onipresença climática: da teoria à materialidade
2. Inteligência artificial com sotaque brasileiro
3. Consumidores Total Flex: o vale-tudo para economizar
4. Saúde: fronteiras do bem-estar
5. A fé é pop: um novo olhar sobre a religiosidade
6. Só tem no BR: cultura vernacular brasileira 2.0





Onipresença climática: da teoria à materialidade

A crise climática chegou no cotidiano, na cultura e no entretenimento. Com a prevalência do tema amplificada pelas redes sociais, marcas e comunicadores precisarão repensar como interagir com essa realidade.

● ● ●

1:1

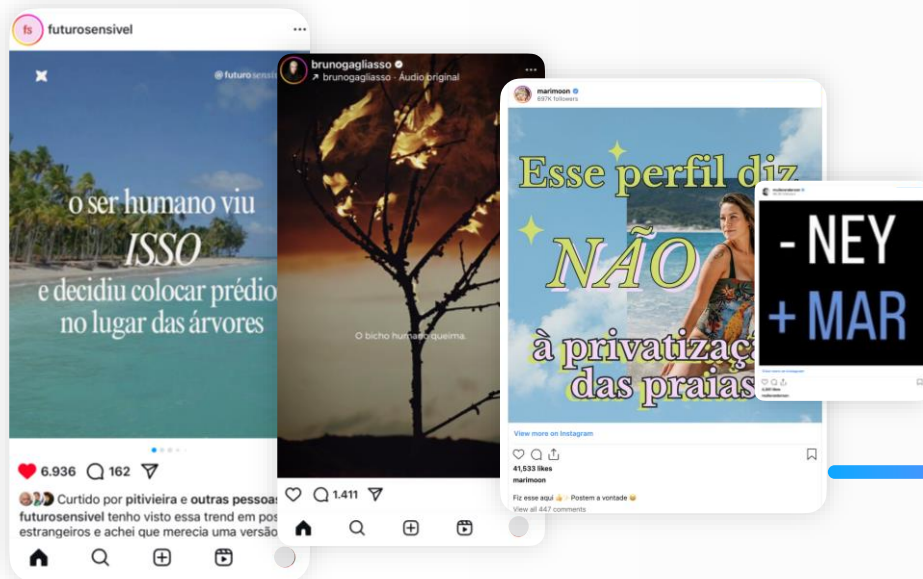
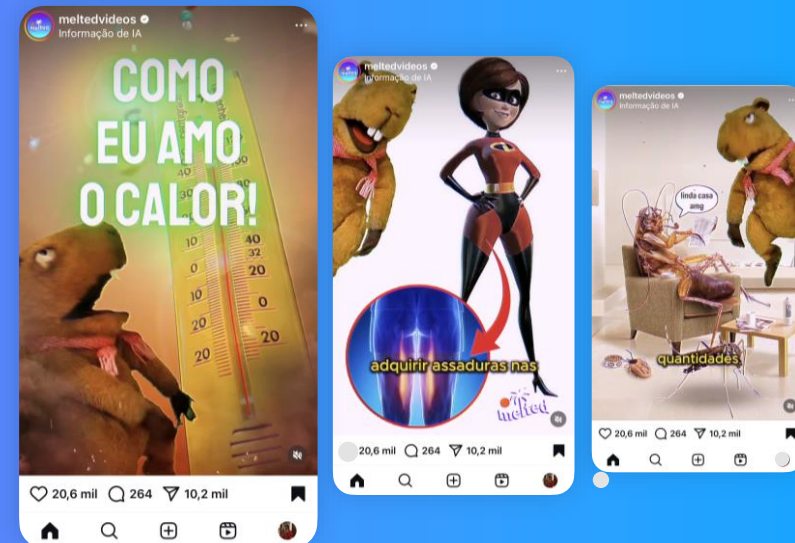
Clima em cena: reflexos e reflexões na cultura e no entretenimento

Se antes a crise climática era uma pauta exclusiva de ativistas ambientais especializados ou tema de filmes apocalípticos estadunidenses, agora o contexto climático invadiu a cultura popular, o mundo das artes e os conteúdos nas redes sociais.



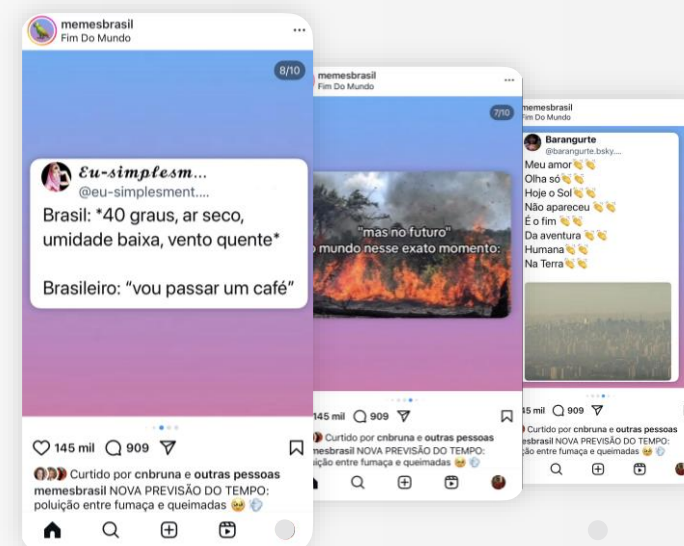
A conversa sobre o clima mudou, popularizou e conectou

Dos conteúdos sérios e informativos sobre a crise climática aos desabafos irônicos sobre o frio, a chuva ou calor, o tema saiu da boca da "mulher do tempo" e foi parar na boca do povo — e de formadores de opinião, celebridades e influenciadores. O assunto se tornou unânime no inconsciente coletivo e, de alguma forma, criou um senso de conexão entre as pessoas.



DA SERIEDADE AO HUMOR

O debate nas redes conta com a participação ativa de celebridades, que inspiram reflexões e provocam mudanças relevantes na sociedade.



UM ASSUNTO DE TODOS

O desabafo coletivo frente aos incômodos corriqueiros do dia a dia faz a questão climática ser um tema onipresente.

O assunto não é de hoje: artistas e ativistas puxam a pauta

Com abordagens diversas, grandes artistas e ativistas da vanguarda mundial têm se dedicado à questão climática, criando metáforas multissensoriais e didáticas para que pessoas comuns visualizem os prejuízos iminentes. De outro lado, as obras têm o potencial de inspirar marcas a encontrarem caminhos possíveis para agir sobre o tema.



1. Olafur Eliasson

Reconhecido por obras como 'The Weather Project' (2003) e 'Ice Watch' (2018), o artista dinamarquês-islandês explora a relação entre arte, ciência e ecologia.



2. Ruben Orozco

O artista mexicano cria esculturas hiper-realistas que impressionam o olhar humano. Na obra 'Bihar' (que significa "amanhã" em basco), traduziu o perigo do aquecimento global.



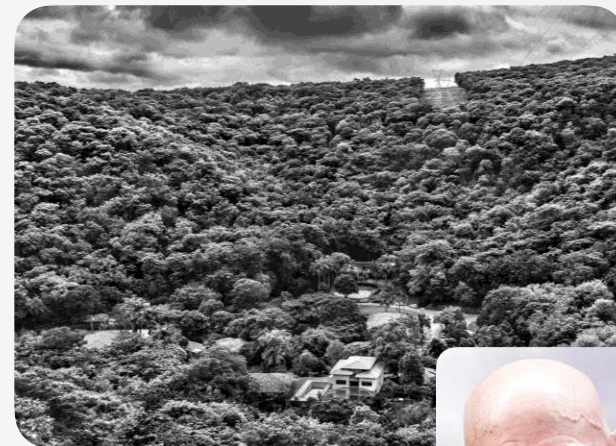
4. Jaider Esbell

O premiado ativista e artista indígena brasileiro deixou um legado cosmopolita para a arte do Brasil. Suas obras conectam, como 'It Was Amazon', espiritualidade e cultura indígena às urgências do presente.



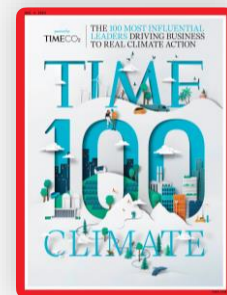
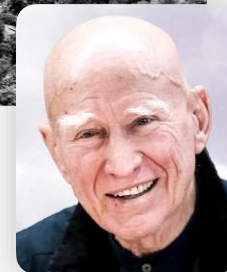
3. Denilson Baniwa

Expoente nome da arte contemporânea nacional, o indígena da etnia Baniwa utiliza diversas linguagens para discutir colonialismo, resistência e ecologia, com abordagem crítica. Acima, a obra 'Natureza Morta' (2017)



5. Sebastião Salgado

O renomado fotógrafo mineiro documentou temas sociais e ambientais na Amazônia e ao redor do mundo. Na questão climática, foi além da própria arte: junto com sua esposa, Lélia Salgado, restaurou mais de 1.500 acres de terra em Minas Gerais (acima) e fundou o Instituto Terra. Em 2023, foi indicado pela revista Time como um dos 100 líderes globais na ação climática, na categoria "Catalisador".



1:2

Clima na pele: sentir para crer

Não foi por amor, e sim pela dor, que começamos a nos preocupar coletivamente com o futuro do planeta. Como espectadores, protagonistas ou coadjuvantes, estamos sentindo a crise climática na pele e no bolso. Justamente por ser algo sensível aos olhos e palpável aos sentidos humanos, finalmente passamos a nos preocupar, tanto de forma coletiva quanto individual.

97%

dos brasileiros sentem efeitos da crise climática no dia a dia

77%

acham que as mudanças climáticas são causadas pelas ações humanas

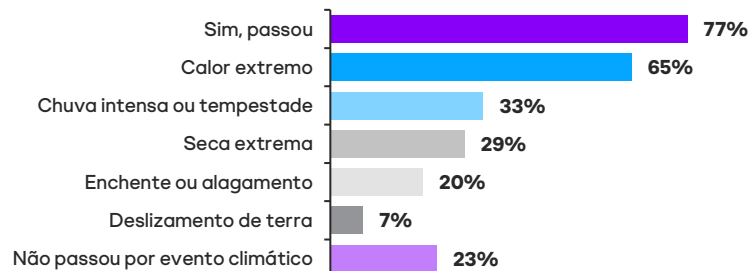
52%

veem as mudanças climáticas como risco imediato

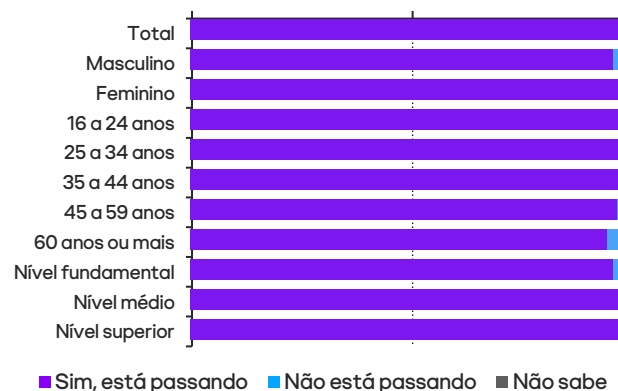
43%

acreditam que os riscos ficarão para futuras gerações

Nas últimas semanas, o lugar onde você mora passou por algum evento climático?



O planeta está passando por mudanças climáticas: a percepção é quase unânime, independente dos recortes relativos a gênero, escolaridade e faixa etária

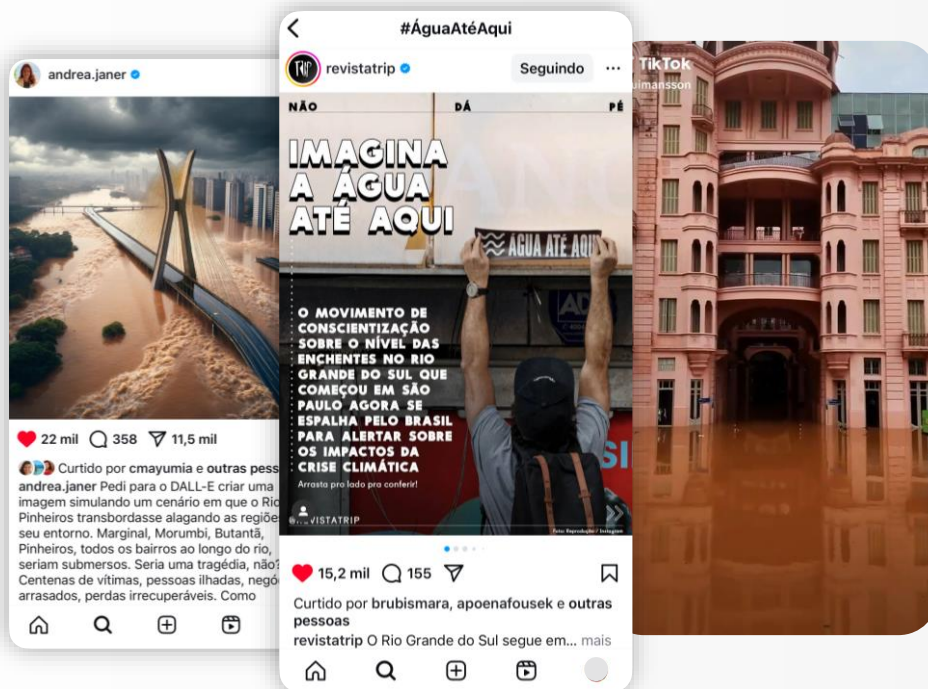


Contudo, para os **mais jovens**, as consequências do problema geram preocupações, medos e inseguranças ainda mais intensas.

Leia mais sobre o tema [aqui](#)

E se fosse comigo?

Essa foi a pergunta que permaneceu na memória, em 2024, para grande parte do Brasil que não vivenciou a tragédia no **Rio Grande do Sul** de perto. A alta exposição nas redes sociais despertou um sentimento coletivo de medo e solidariedade até então desconhecido.



A verdade é que nem todo mundo sente igual: precisamos agir sobre a justiça climática

Embora os efeitos da crise climática sejam percebidos em escala global, as consequências impactam as pessoas em diferentes intensidades. Comunidades periféricas e países do Sul Global sofrem de forma mais severa e imediata. Mulheres, negros, crianças, idosos e indígenas também. O grande desenvolvimento econômico de uns produz consequências negativas para outros.

leia mais sobre **justiça climática** [aqui](#) e [aqui](#)



E como é com você?

Com uma abordagem educativa, o "**Creators Academy**", criado pela ativista Kamilla Camilo, atua de forma preventiva. A iniciativa promove imersões com criadores de conteúdo e formadores de opinião,

com o objetivo de construir repertório sobre clima e ecologia. Os eventos acontecem em comunidades amazônicas, locais com realidades diferentes do cenário hiperurbano.

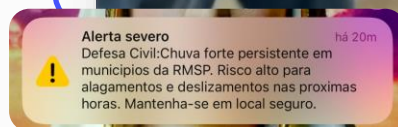


adaptação não é mais uma escolha, mas uma necessidade



São Paulo - Chuva deixa estação de metrô Jardim São Paulo - Ayrton Senna, Linha 1-Azul, alagada e passageiros se agarram nas grades.

A capital entrou em estado de atenção para alagamentos em todas as regiões na tarde de 24/jan/25. Defesa Civil emitiu via SMS alerta severo sobre a chuva.



g1 - O portal de notícias da Globo

Rio recebe 'alerta extremo' da Defesa Civil pela 1ª vez

Durante o temporal desta quarta-feira (29), moradores do Rio receberam pela primeira vez o novo alerta sonoro da Defesa Civil,...



Entre as 10 principais buscas do Google pelos brasileiros em 2024 sobre "acontecimentos", 3 termos são relacionadas as questões climáticas:

- 3 - Inundações do Rio Grande do Sul
- 5- Furacão Milton
- 8- Onda de calor excessivo

1:3

Clima no bolso: inflação climática

A vida na Terra é mais cara em um planeta mais quente. E isso tem um nome: "inflação climática" ou "heat inflation". Eventos climáticos extremos farão aumentar o valor dos insumos básicos do dia a dia, como alimentos in natura e energia, e ocasionarão picos de oferta e demanda de produtos básicos para a sobrevivência humana.

Folha de S.Paulo
Laranja acumula maior inflação desde 1995 com impacto do clima
Alta dos preços em 12 meses é de 62,51%; safra diminui com falta de chuva e calor, diz IBGE.

**62,5%**

é a alta acumulada
no preço da laranja,
em 2024

2x

foi o aumento do
preço do azeite
no mundo



— Mercado imobiliário começa a oferecer pesquisas e rankings para identificar locais com maior risco climático

— O preço dos seguros residenciais está disparando - e em algumas regiões as seguradoras já não cobrem

Fonte: OxyTrends 2025



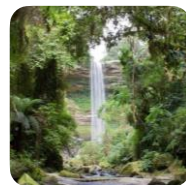
1:4

Clima no território: falar de clima é falar de bioma

A biodiversidade brasileira é oficialmente dividida entre seis biomas: **Amazônia, Caatinga, Cerrado, Mata Atlântica, Pampa e Pantanal** – cada um com suas características e potencialidades, além da importância no equilíbrio climático. No entanto, empresas, iniciativas civis e comunicadores concentram esforços para a preservação e desenvolvimento de um único bioma: o amazônico.

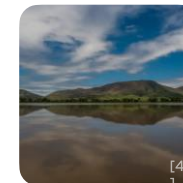
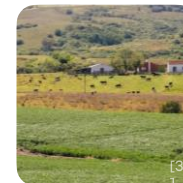
O problema da hierarquização dos biomas

Não existe um bioma mais importante que o outro, todos eles desempenham um papel único e vital no equilíbrio do ecossistema global. Hierarquizá-los em uma ordem de importância prejudica o equilíbrio da natureza e da humanidade.



Amazônia e Mata Atlântica: visibilidade e investimento global

Embora seja essencial para a pauta climática, o "branding" internacional dos biomas florestais exuberantes ofusca a relevância dos demais, concentrando investimentos em proteção, regeneração e desenvolvimento socioeconômico em poucas regiões.



Cerrado, Pampa e Pantanal: reconhecimento moderado

Cerrado, Pampa e Pantanal têm ganhado visibilidade em contextos de enchentes ou de práticas criminosas, como queimadas e desmatamento, mas ainda são subvalorizados por marcas e projetos de conservação.



Caatinga: o bioma que ninguém vê

Único bioma 100% brasileiro, é o semiárido com maior densidade populacional do mundo. A Caatinga resguarda riquezas naturais subestimadas, mas sofre com o legado negativo das narrativas politizadas sobre a seca.



Um em cada três jovens brasileiros não sabe em que bioma vive

Fonte: Agência Brasil

1:5

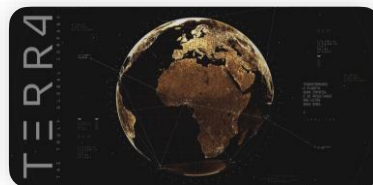
Clima nas narrativas: novas formas de falar sobre a Natureza

Seja no judiciário, com os "Direitos da Natureza", ou no mercado criativo, a visão horizontal entre ser humano e meio ambiente ganha destaque em diversos campos da sociedade. Nessa perspectiva, surgem novos caminhos criativos para abordar clima e sustentabilidade.



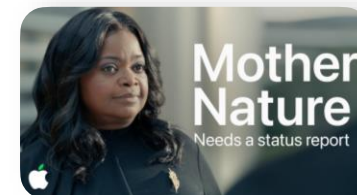
"A Natureza é, agora, nossa única acionista": doação da Patagonia para a causa climática

Yvon Chouinard, fundador da Patagonia, tomou uma decisão sem precedentes ao doar a empresa, então avaliada em US\$ 3 bilhões, para uma organização sem fins lucrativos dedicada ao combate às mudanças climáticas. A iniciativa garante que todos os lucros da empresa sejam destinados à preservação ambiental.



"IPO do planeta Terra": Pacto Global da ONU desperta outro olhar para a Natureza

Em parceria com B3 e AlmapBBDO, o Pacto Global da ONU Brasil transformou, simbolicamente, o planeta na empresa de capital aberto "TERR4", com o objetivo de reforçar a importância de investir no futuro do planeta.



"Mother Nature", Apple (2023): a Natureza como stakeholder

A Apple transformou os dados mais relevantes do relatório de impacto de 2022 em um filme publicitário que uniu transparência, humor e visão de impacto no futuro, mostrando que dá para criar maneiras inovadoras de falar sobre ESG.



"Sounds Right": A Natureza ganha royalties por causas ambientais

Criado em 2024 em colaboração com agências como AKQA e parceiros como Spotify, o projeto do Museu das Nações Unidas espera arrecadar US\$ 40 milhões nos primeiros quatro anos.

Tensão

Um grande dilema da tendência

**EMERGÊNCIA
CLIMÁTICA**



**CONSUMO
CONSCIENTE**

Reflexão

Já parou para pensar...

**Como a sua marca vai interagir com as
discussões acerca das mudanças
climáticas a partir de agora?**

A temática do clima está na cultura e na boca do povo. “Falar sobre o clima” deixa de ser um assunto exclusivo das áreas de sustentabilidade e passa a ser uma lente transversal na construção de marca.

Oportunidade

O que a sua marca pode fazer?

**Qual (is) o(os) bioma(s) a sua marca
pode abraçar, investindo em
conservação e visibilidade?**

Mais que um ecossistema da natureza, os biomas são expressões de gente, cultura e regionalidade, com o poder de criar pertencimento e fortalecer identidades.

Oportunidades globo



Falas Da Terra

O Projeto "Falas" é uma série de especiais que abordam as principais efemérides do ano na grade de programação da Globo, alinhada à jornada ESG da empresa. 'Falas da Terra' propõe um mergulho na cultura dos povos originários, passeia por diferentes ideias e territórios para iluminar uma visão de progresso e de futuro que equilibre necessidades econômicas e preservação ambiental, garantia de direitos coletivos e liberdades individuais.



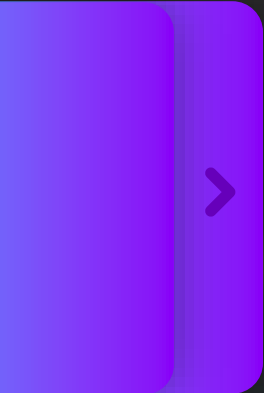
Dramaturgia

A dramaturgia tem um papel poderoso na sensibilização e conscientização sobre o clima e o meio ambiente. Por meio de histórias envolventes, ela humaniza os desafios ambientais, conectando o público às consequências reais da crise climática. Um case muito interessante em 2024 foi da marca **O Boticário** que mudou a icônica abertura da novela **Renascer** para alertar sobre o meio ambiente e as consequências da crise climática.



Globo Repórter

Programa semanal de reportagens com foco em comportamento, aventura, ciência e natureza. Apresenta destinos do Brasil e do mundo, além de novas pesquisas em diversas áreas temáticas e aprofunda a cobertura de fatos abordados nos telejornais da Globo.



Inteligência artificial com sotaque brasileiro

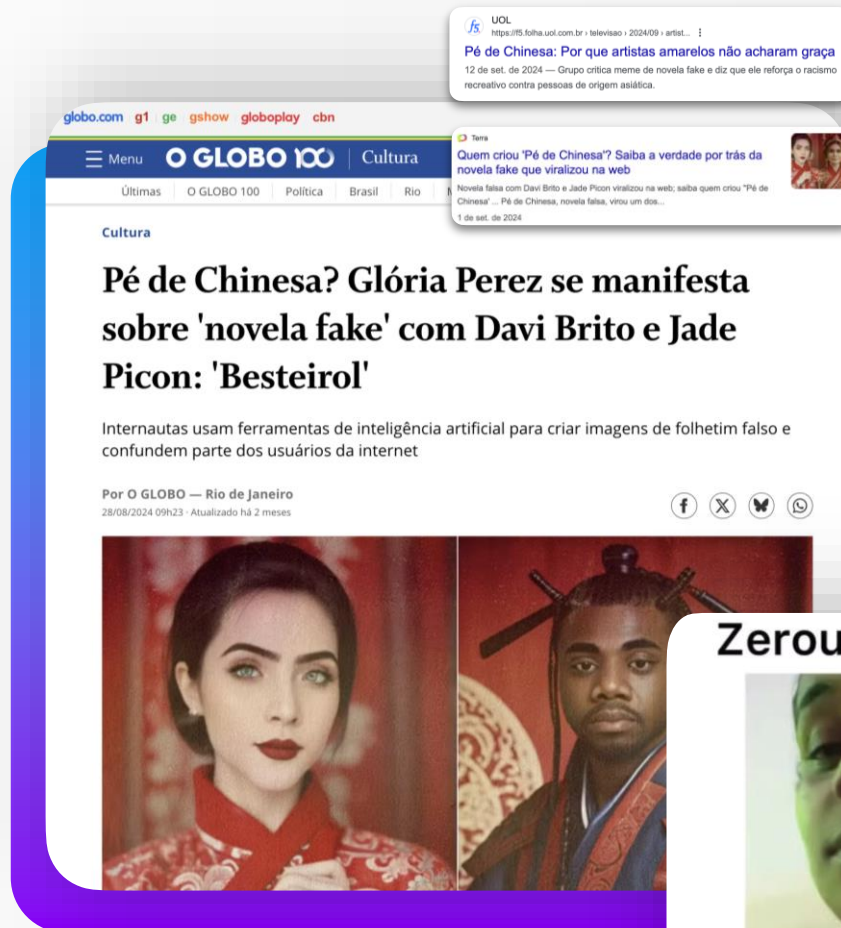
A tecnologia já faz parte do dia a dia dos brasileiros. Novos usos surgirão com a apropriação desse recurso, que facilita a vida de cidadãos predispostos à criatividade.

○○○

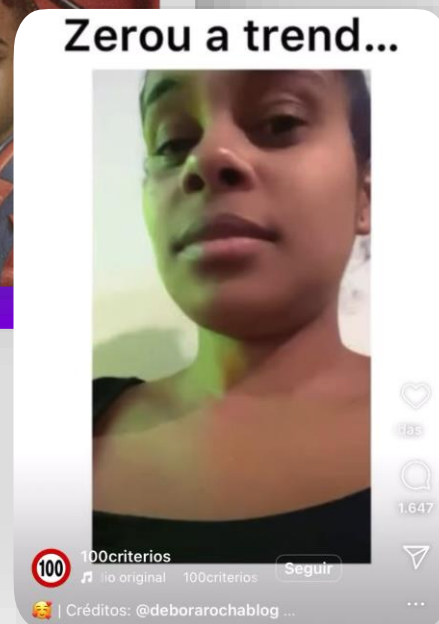
1:1

É do Brasil: curiosidade e experimentação

A veloz popularização do ChatGPT no Brasil é um reflexo da criatividade, experimentação e improvisação características do povo brasileiro. Apenas um ano e dois meses após o lançamento da ferramenta, que se tornou sinônimo de Inteligência Artificial, o Brasil já ocupava o 4º lugar no ranking global de utilização. Da vida pessoal ao uso ainda não institucionalizado no trabalho, as pessoas estão desbravando e moldando esse território em constante transformação.



"PÉ DE CHINESA" foi um exemplo icônico, em 2024, de como a IA está sendo apropriada pelos brasileiros de maneira inusitada e espontânea. Com direito a teasers e uma vinheta de abertura, a novela fake virou notícia e foi consumida tanto como entretenimento quanto como estratégia de marketing por pequenos empreendedores. Exemplo clássico de uma "fanfic".



EXPANSÃO DA CRIATIVIDADE
O uso de IA expande as possibilidades criativas, como no exemplo acima, em que um experimentador da ferramenta recria capas clássicas da MPB em vídeos realistas.



“

A capacidade de gerar conteúdos tão facilmente implica uma grande responsabilidade. Com grandes poderes, como a criação facilitada pela IA, vêm responsabilidades enormes. Precisamos garantir que o uso dessas ferramentas seja ético e traga benefícios reais à sociedade.”

– Silvio Meira, cientista e professor do Centro de Informática da UFPE

Fonte: Talk Inc

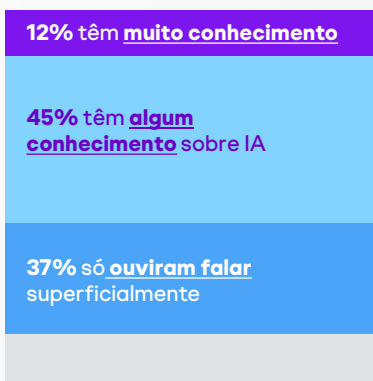
IA no Brasil, em números:

A tecnologia já é realidade para a maioria da população digitalizada brasileira

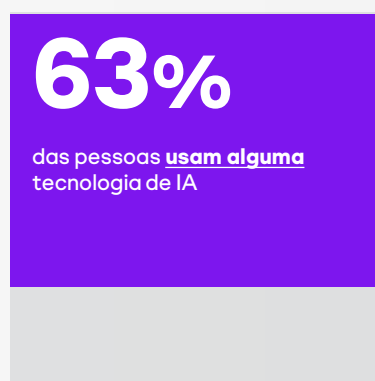


Há um gap informacional: nem todas as pessoas que usam, têm conhecimento

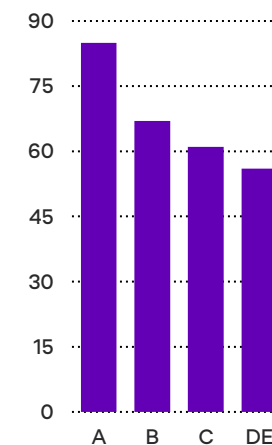
Dos que já ouviram falar, o conhecimento é mais básico



O uso na vida pessoal é quatro vezes maior do que na vida profissional



Classes sociais: as desigualdades brasileiras se refletem no uso da IA



Embora o uso seja expressivo em todas as classes, a maior adoção é observada nas classes A e B.

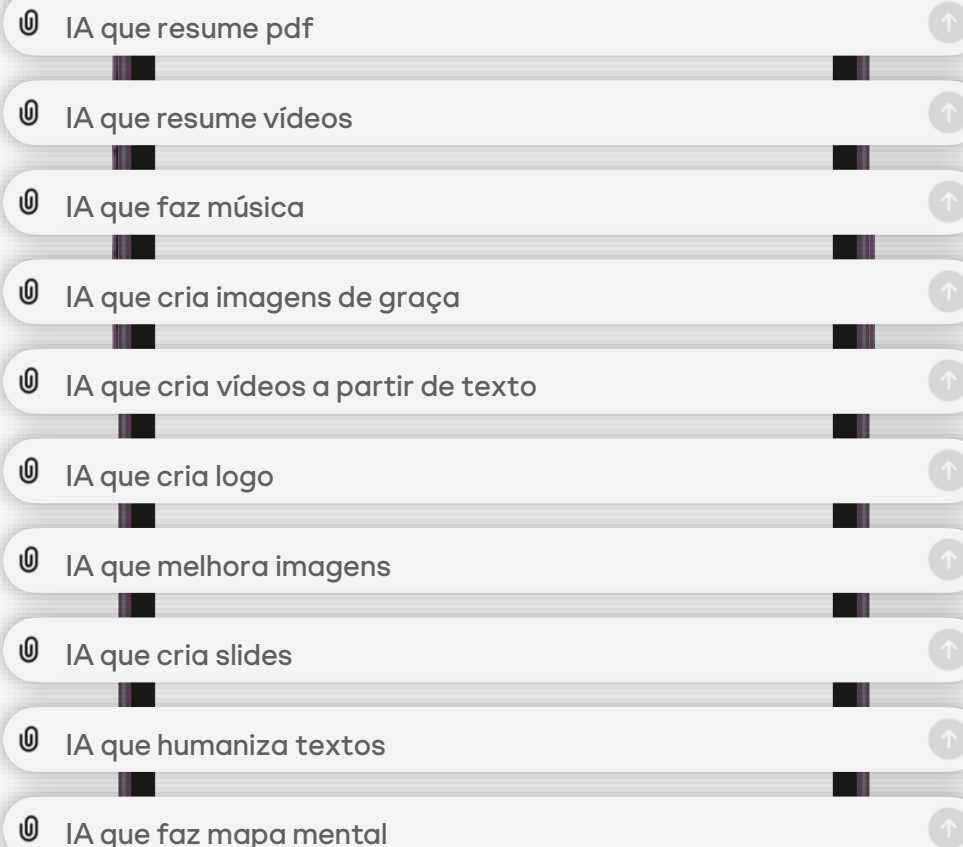
O que os brasileiros estão perguntando ao ChatGPT?

A OpenAI divulgou os principais questionamentos feitos nos primeiros anos de uso da ferramenta no Brasil.

- 
- Como melhorar meu português?
 - Quais são as melhores dicas para o ENEM?
 - Você pode me ajudar com o resumo de um livro?
 - Como fazer uma receita típica brasileira?
 - Quais são as tendências de tecnologia para 2024?
 - Como investir meu dinheiro de forma segura?
 - Quais são os destinos turísticos mais populares no Brasil?
 - Como funciona o processo de imigração para outros países?
 - Dicas para melhorar minha saúde mental?
 - Qual é a situação atual da política no Brasil?

Fonte: OpenAI – As principais perguntas dos brasileiros

E o que os brasileiros mais buscaram no Google em 2024 na categoria IA?

- 
- IA que resume pdf
 - IA que resume vídeos
 - IA que faz música
 - IA que cria imagens de graça
 - IA que cria vídeos a partir de texto
 - IA que cria logo
 - IA que melhora imagens
 - IA que cria slides
 - IA que humaniza textos
 - IA que faz mapa mental

Fonte: Blog do Google Brasil, dez/2024

1:2

Modos de usar: por conta própria

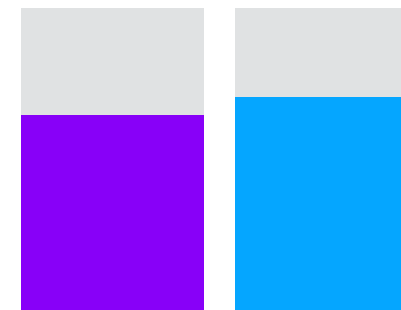
Os brasileiros estão aprendendo sozinhos a usar a IA - em casa, em viagens ou em seus próprios negócios. Para quem prefere começar a usar e só depois perguntar como se faz, os bots de IA funcionam como gurus, respondendo às dúvidas com tom de certeza. Recursos como a detecção de imagens ampliaram ainda mais os modos de utilização, tanto da IA quanto das tarefas do dia a dia.



EXPERIMENTAR E COMPARTILHAR

Os usuários brasileiros estão não apenas descobrindo, mas também compartilhando suas descobertas nas redes: o ChatGPT pode ajudar até nas tarefas mais simples, como lavar roupa em uma máquina desconhecida.

Aprendizagem autodidata



65%

aprenderam
sozinhas

71%

utilizam há
menos de um ano

21% usam muito frequentemente
52% usam ocasionalmente
27% raramente usam

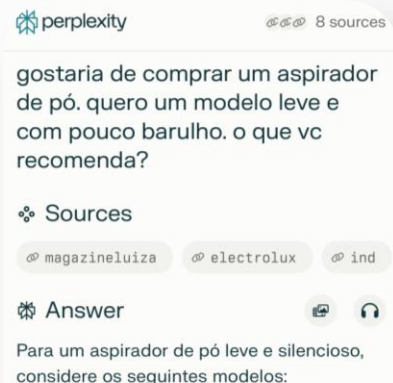
Fonte: Talk Inc

1:3

Modos de pesquisar: os bots são o novo Google

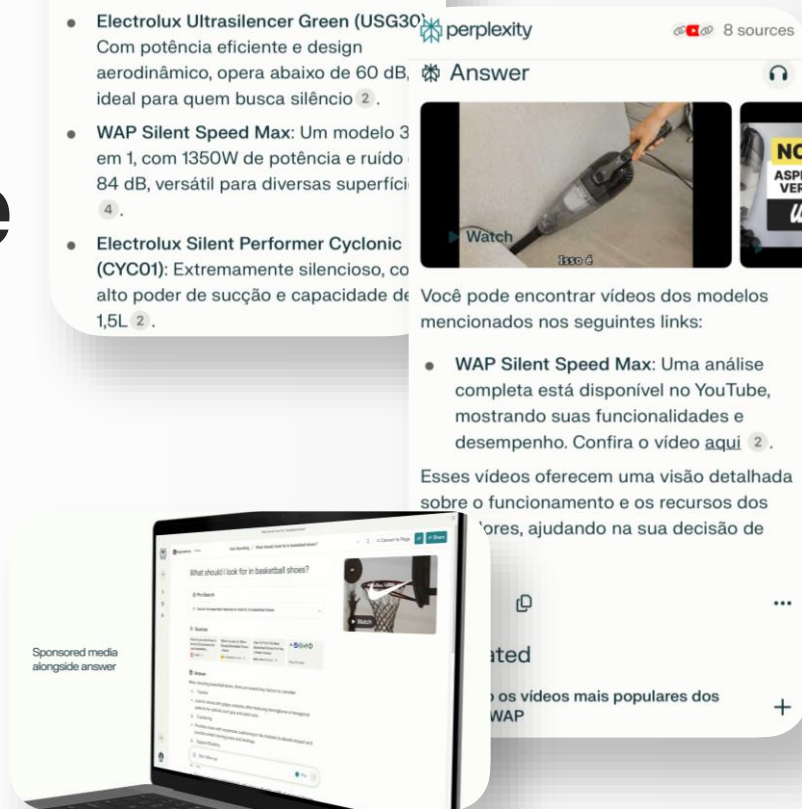
O ChatGPT e as novas ferramentas de IA generativa gratuitas, como o Perplexity, estão redefinindo a maneira como buscamos informações.

As respostas contextualizadas facilitam a comparação de produtos e serviços, auxiliando na tomada de decisões em áreas como consumo, turismo, saúde e entretenimento.



FACILIDADES PARA OS USUÁRIOS, OPORTUNIDADE PARA MARCAS

Novos bots de busca, como o Perplexity, já nascem com recursos de mídia ao longo das respostas.



O futuro da busca

O ChatGPT foi só o começo. Novas ferramentas gratuitas surgem a cada dia, combinando e simplificando funções.



A interface simples e intuitiva do ChatGPT e do **Claude** é replicada pelo **Perplexity.ai**. No entanto, ao contrário da concorrência, essa ferramenta apoiada por Jeff Bezos e Nvidia utiliza uma base de dados constantemente atualizada, a qual cita todas as fontes e sugerindo perguntas de follow-up — como uma pesquisa no Google, mas de forma mais integrada.

1:4

Um problema, uma ferramenta: alívio no fim do dia

As ferramentas de IA trouxeram alívio para os 'empreendedores de si', parcela significativa dos trabalhadores brasileiros. Para quem gerencia o próprio negócio, a IA funciona como um assistente, ajudando a enfrentar os desafios do dia a dia e a lidar com as múltiplas funções. Já para os trabalhadores formais, essas ferramentas surgem como uma oportunidade de aumentar a agilidade e economizar tempo nas tarefas rotineiras.

Desenvolva suas ideias criativas de Stories para o Instagram todos os dias por 7 dias consecutivos. Cada dia deve ser:
Story pessoal: para gerar conexão autêntica com meus seguidores agregando valor ao público
+ Story de

Organize as ideias em uma tabela de 7 dias uma para cada dia da semana e duas colunas para story pessoal e outro para story de autoridade



Tabela de 7 dias de ideias criativas para Stories, dividida em "Story Pessoal" e "Story de Autoridade". Cada dia é estruturado para criar conexão autêntica com seus seguidores e, ao mesmo tempo, destacar sua expertise como dermatologista especializado em tratamentos estéticos.

Dia	Story Pessoal (Conexão Autêntica)	Story de Autoridade (Destaque de Expertise)
Dia 1	Mostre sua rotina matinal: como você cuida da sua própria pele antes de começar o dia, compartilhando dicas simples para os seguidores.	Explique os benefícios dos procedimentos minimamente invasivos e como eles se comparam a cirurgias estéticas mais agressivas.
Dia 2	Compartilhe uma foto ou vídeo de uma cliente satisfeita (com permissão) ou um depoimento, contando como isso te motiva a continuar ajudando outras pessoas.	Faça um mini-FAQ sobre toxina botulínica (Botox): responda perguntas comuns que seus pacientes têm sobre o procedimento.

Dani Ramos é uma influenciadora digital que ensina outros criadores de conteúdo a usarem o ChatGPT para solucionar as tarefas da gestão de conteúdo e crescer no Instagram

IA na política

Uma solução possível para lidar com o grande volume de propostas de leis em tramitação no legislativo

Nas eleições municipais de 2024, foi lançada a primeira candidatura híbrida entre um humano e uma inteligência artificial: Pedro Markun, o Pedro da IA, e Lex. Para Pedro, trata-se de uma questão de transparência: **"As inteligências artificiais já estão sendo usadas na política, a diferença é que os cidadãos não sabem exatamente onde ou como. E essa discussão precisa ser feita"**. A IA é equipada para responder perguntas sobre a legislação brasileira, analisar dados em grande escala, formular políticas públicas, fiscalizar contratos e dialogar com a população.



Fonte: Talk Inc

1:5

Entre a curiosidade e a cautela: os dilemas persistem

Apesar da curiosidade ser o sentimento predominante para 75% das pessoas em relação à IA, 60% admitem sentir cautela e 42% preocupação. Deepfakes, fake news, invasão de privacidade sobre dados pessoais, controle e manipulação de informações por grandes corporações e falta de segurança online são os principais pontos de inquietação dos brasileiros diante do avanço da IA.

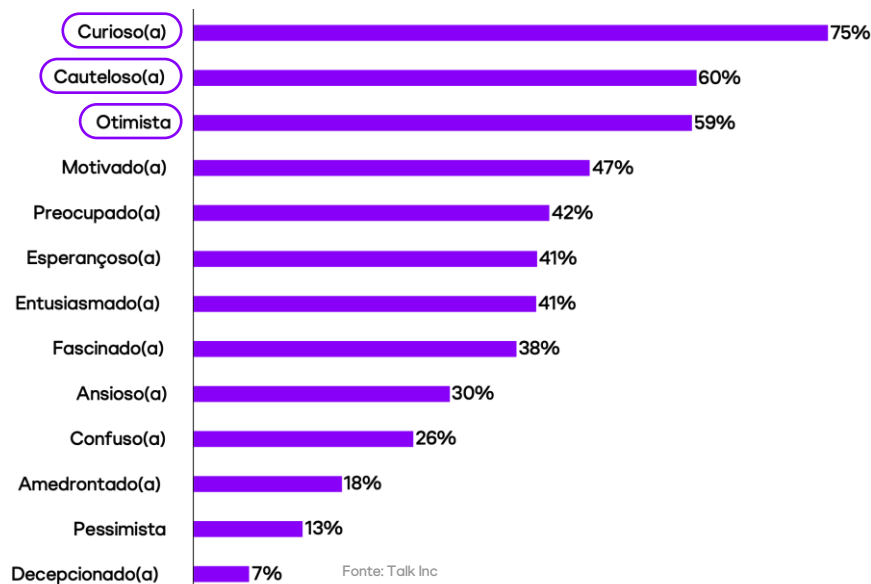


META: USO DA PRÓPRIA IA CONTRA DEEPPAKES

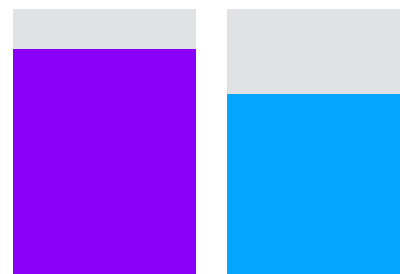
Instagram e Facebook vão usar reconhecimento facial para verificar a identidade de usuários que perderam o acesso às suas contas e para evitar que pessoas públicas tenham as suas imagens usadas em anúncios fraudulentos.

Fonte: [G1](#), (2024)

Os sentimentos mais presentes quando falamos em IA



A dualidade nos sentimentos dos brasileiros



85%
têm
sentimentos
positivos

68%
têm sentimentos
negativos

Fonte: Talk Inc

Seis pontos sensíveis ao contexto Brasil

As preocupações com o desenvolvimento e o rápido avanço da IA são globais, e algumas delas reverberam ainda mais no cenário nacional.

1

LETRAMENTO EM IA

As respostas convictas oferecidas pelas IAs nem sempre são factuais. As alucinações ainda são uma realidade nas ferramentas de IA e, até que isso seja aperfeiçoado, identificar essas falhas depende do repertório de cada usuário. Nesse contexto, o letramento digital, num cenário de proliferação das IAs nunca foi tão importante.

2

REGULAMENTAÇÃO

Países ao redor do mundo correm para regulamentar a inteligência artificial. No Brasil, projetos como o PL 2.338/2023 têm esse objetivo. O debate se divide entre quem teme que a regulamentação freie a inovação e quem pede leis mais rígidas, com receio de que a IA avance a ponto de se tornar incontrolável.

Depois de ser aprovado no Senado, a votação na Câmara sobre a PL de regulamentação da IA no Brasil vai ficar para 2025. A expectativa dos parlamentares é que o caminho de aprovação seja longo, com alteração no texto apresentado pelos senadores.

Leia mais [aqui](#).



3

SAÚDE E BEM-ESTAR

A saúde dos brasileiros também está sendo afetada pela inteligência artificial. A facilidade em pedir planos de dieta e treinos personalizados para os chatbots atrai muitos usuários. No entanto, especialistas alertam para os riscos de as pessoas não terem acompanhamento profissional, que vão desde dietas que podem resultar em subnutrição e lesões, até exercícios físicos excessivos ou de baixa eficácia.

4

**VIESES E
PRECONCEITOS**

Os sistemas de IA atuais são treinados com base em conteúdo produzido por humanos. Isso gera identificação, porém significa que os vieses presentes nesse material também são absorvidos pela IA. Assim, as ferramentas existentes reproduzem preconceitos e desigualdades históricas, o que deve ser observado com atenção por usuários e desenvolvedores.

5

DILEMAS ÉTICOS

O uso de IA no mercado criativo, embora inovador, levanta preocupações éticas, sobretudo pela falta de diretrizes sobre propriedade intelectual. A experimentação livre facilita o uso de conteúdos protegidos sem autorização e aumenta o risco de apropriação indevida. Além disso, a criação de deepfakes em propagandas enganosas evidencia o potencial prejudicial da IA. É essencial estabelecer regulamentações que definam responsabilidades e promovam a conscientização ética.

6

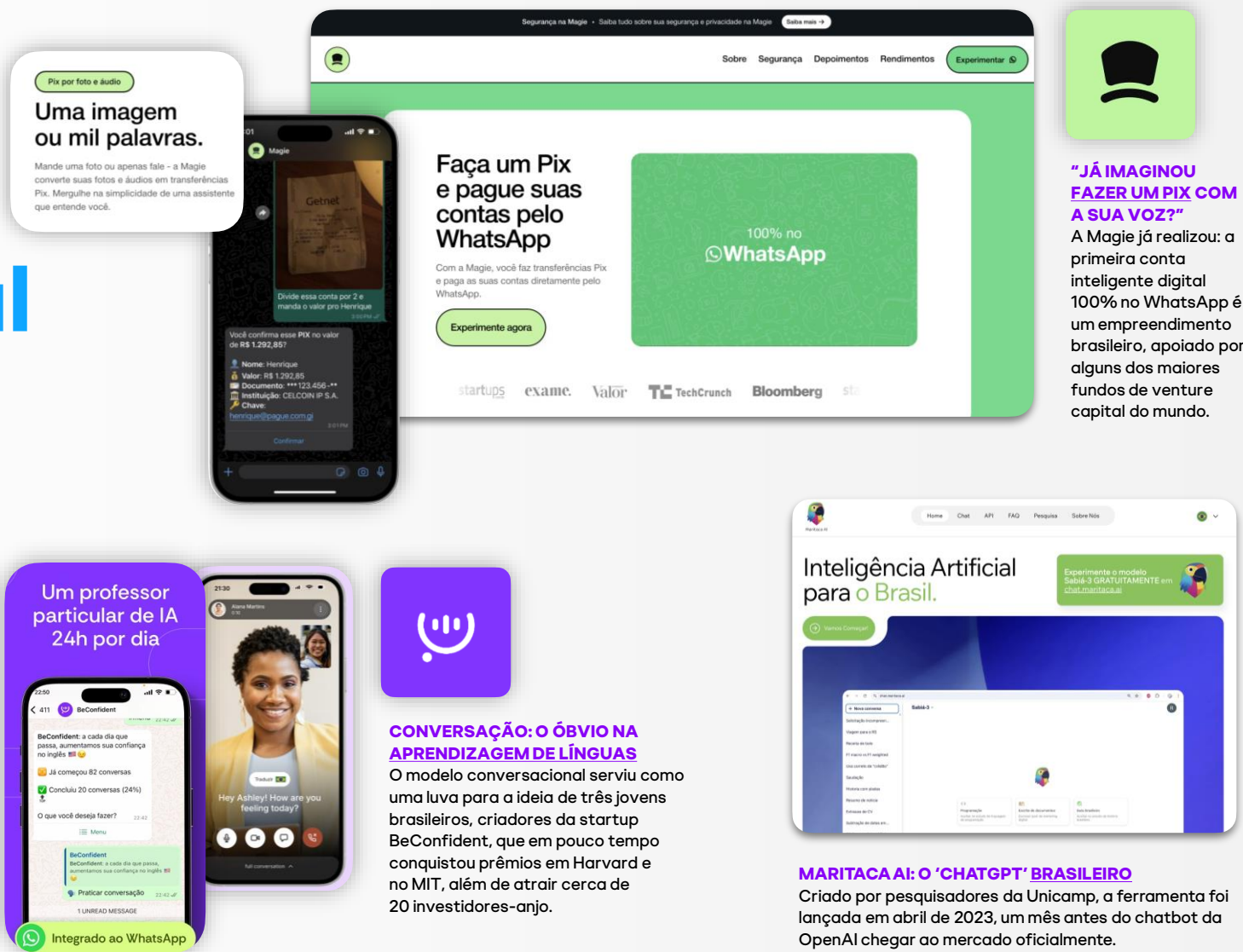
**CONSUMO DE ÁGUA E
ENERGIA
FORA DE CONTROLE**

Os data centers que sustentam a infraestrutura de IA consomem grandes quantidades de eletricidade e geram muito calor. Da mesma forma, o treinamento de novos modelos exige altos níveis de energia e água. Nas discussões globais, questiona-se quais usos realmente valem a pena e já se propõe a ideia de compensação de IA (AI offsetting).

1:6

O modelo conversacional veio para ficar e se espalhar

Os brasileiros são comunicativos, informais e valorizam a praticidade. O formato de chat adotado pelas principais ferramentas de IA atende a essas necessidades, sendo simples e intuitivo, até mesmo para quem não tem familiaridade com tecnologia. Essa simplicidade está sendo replicada em diversos serviços, ampliando seu uso para áreas antes inimagináveis.



Tensão

Um grande dilema da tendência

**ENTUSIASMO E
POTENCIAL**

X

**USO
RESPONSÁVEL**

Reflexão

Já parou para pensar...

**Como a sua empresa/marca pode se
inspirar nos usos que os brasileiros
estão fazendo da IA no cotidiano?**

A IA já faz parte do dia a dia das pessoas, mas ainda não se integrou plenamente ao cotidiano formal das empresas. Os usos criativos dos brasileiros podem inspirar novas estratégias de comunicação e processos inovadores.

Oportunidade

O que a sua marca pode fazer?

**Marcas e empresas podem buscar
entender como as pessoas estão
usando a IA na prática.**

Mais do que criar campanhas com IA e automatizar processos, existe a oportunidade de compreender esse uso de dentro para fora — observando como a força de trabalho e os consumidores estão aplicando a IA em suas rotinas.

Oportunidades globo



Fantástico

Programa semanal em forma de revista eletrônica, o Show da Vida mistura jornalismo, denúncia, esporte, humor, documentário, música e ciência. Em 2024, a relevância do tema Inteligência Artificial levou a criação da série especial "Mentes Digitais - A Era da Inteligência Artificial" e o assunto é debatido com frequência em matérias do programa.



g1 Tecnologia

Seção do portal de notícias g1 dedicada a informações sobre avanços tecnológicos, lançamentos de produtos, tendências digitais, cibersegurança, inteligência artificial e temas do universo tecnológico que impactam o cotidiano,, mantendo o público atualizado com análises, novidades e curiosidades do setor.



O maior estúdio permanente de produção virtual da América Latina.

Inaugurado pelos Estúdios Globo em 2024, o novo espaço conta com câmeras de alta precisão, Inteligência Artificial (IA), Realidade Aumentada (RA) e 300 m² de telas de LED, criando um ambiente imersivo e inovador que revoluciona a produção de conteúdo. O estúdio já foi utilizado em projetos como o cenário da cobertura dos Jogos Olímpicos de 2024, e na novela 'Volta por Cima'. Como destaca Marcelo Bossoni, Diretor de Tecnologia para Conteúdos da Globo: "Com a produção virtual, a tecnologia entra em cena desde o início do projeto, influenciando a concepção do conteúdo, e não apenas nas fases de captação e pós-produção."

Consumidores Total Flex: o vale-tudo por uma vida mais econômica

Resignados a um cenário de orçamento apertado e altos preços, os brasileiros têm buscado formas criativas de driblar a inflação e manter seu estilo de vida, ajustando constantemente suas escolhas de consumo para dar conta dos boletos.

○○○

1:1

Sem sofrência: os Total Flex são inventivos, flexíveis e exploradores

A sensação de alta constante e incontrolável dos preços está moldando um novo comportamento de consumo. Sem grandes remorsos, os brasileiros abraçam adaptações necessárias, criando formas de encontrar satisfação na hora

da compra, mesmo com o cinto apertado. A novidade é que o perfil de consumo ganha novos adeptos: as classes média e alta também estão aderindo a estratégias para uma gestão financeira mais consciente e informada.

Com humor

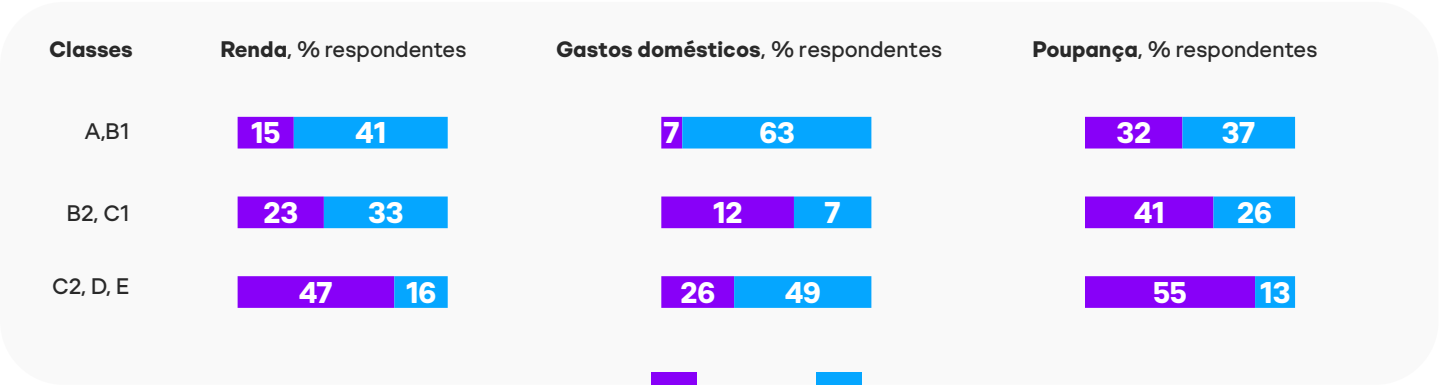
O aperto nas finanças é um sentimento compartilhado entre as pessoas — na vida real e nas redes sociais. O humor extravasa os desabafos e transforma o tema em uma pauta onipresente.



E se tem humor, é porque a realidade não tá fácil

Em todas as classes sociais, os gastos domésticos cresceram mais rápido do que a renda. Nesse cenário, 40% dos brasileiros das classes C/D/E recorreram ao cartão de crédito para cobrir despesas essenciais, enquanto outros 30% precisaram usar suas economias para fechar o mês.

Para diferentes classes sociais, o ritmo de aumento de gastos domésticos excedeu o aumento de renda, comprometendo economias domiciliares



Vida digital: a inflação invisível

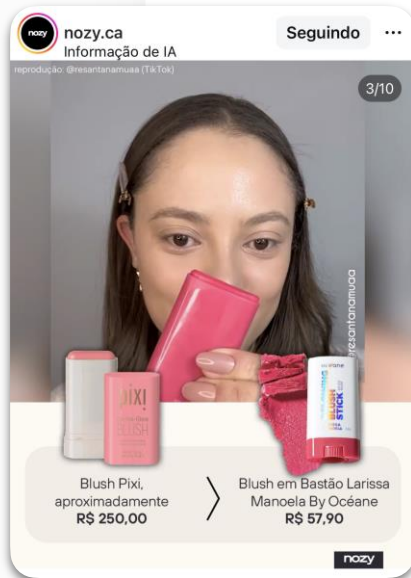
Entre produtos e aplicativos, os gastos com a compra e manutenção de gadgets e inúmeros serviços digitais tornaram a vida contemporânea muito mais cara. Esse aumento desproporcional em relação aos salários, no entanto, não é considerado no cálculo oficial da inflação.



1:2

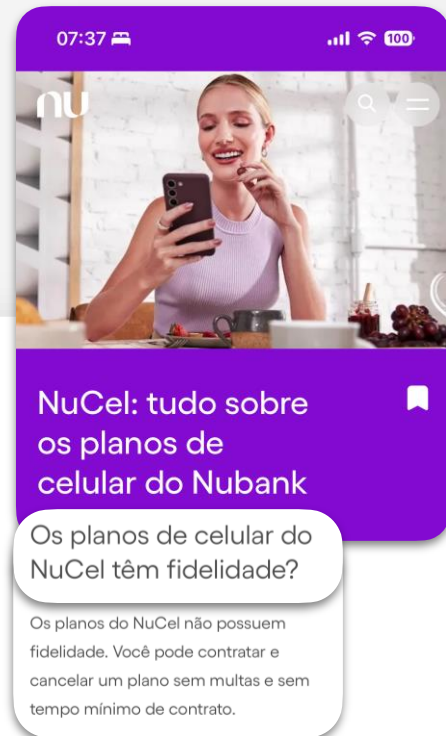
Não monogâmicos: abertos às novas marcas e alternativas

Os 'Total Flex' trocam produtos de marcas tradicionais por alternativas mais baratas, réplicas e novas soluções. Muitas vezes, deixam de lado a marca do coração para experimentar produtos que antes não faziam parte de suas preferências, sempre buscando fazer valer cada gota de suor dedicada ao trabalho.



NA ONDA DAS 'DUPES', A PERIFERIA É VANGUARDA

A adoção de versões acessíveis de produtos e marcas desejados deixou de ser um hábito exclusivo dos grupos periféricos e virou tendência entre as classes média e alta. Conteúdos e dicas na internet qualificam essas substituições, orientando as escolhas com base na qualidade das marcas alternativas.



A FIDELIDADE ABRE ESPAÇO PARA A EXPERIMENTAÇÃO

Os brasileiros Total Flex estão dispostos a experimentar novos serviços e fazer substituições, desapegando-se de condições restritivas. Percebendo essa abertura, marcas consolidadas estão expandindo seus portfólios para territórios pouco óbvios – como no caso do Nubank, que acaba de se lançar como operadora de celular.

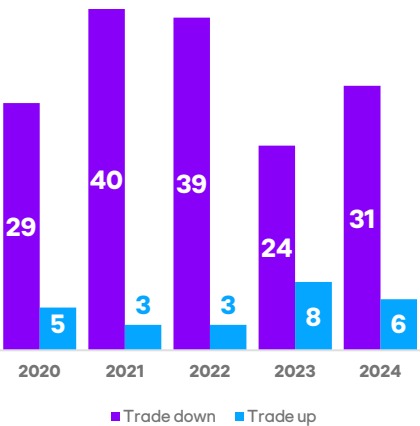
Troca-troca:

o novo hábito é de todos

Brasileiros de todas as classes estão adotando novas estratégias na hora da compra: porções menores, troca de loja ou marca, adiamento de desejos de consumo e escolha de produtos mais baratos.

Decisão de troca em uma cesta de compras padrão nos últimos 3 meses

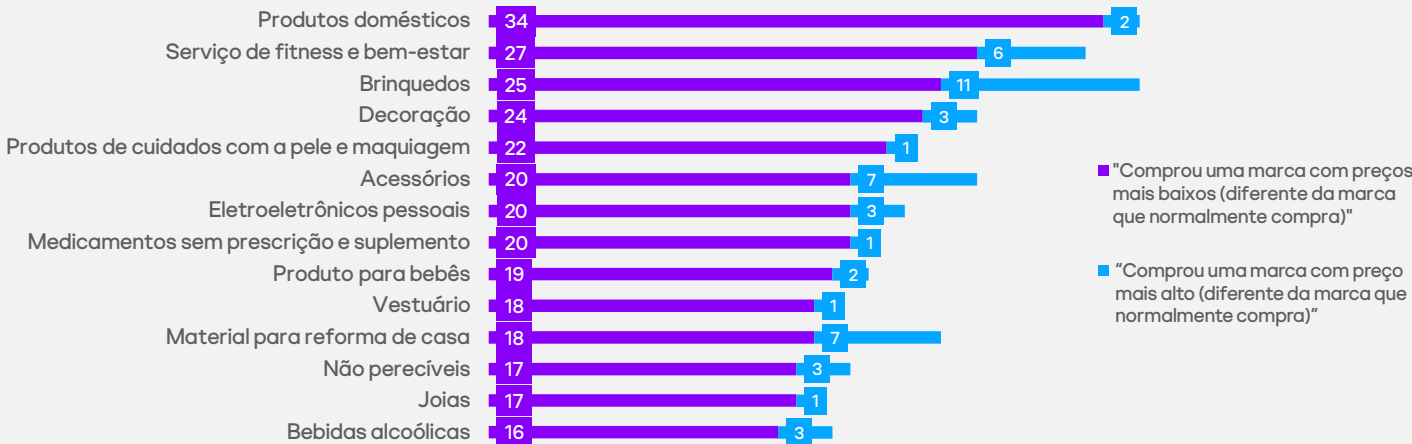
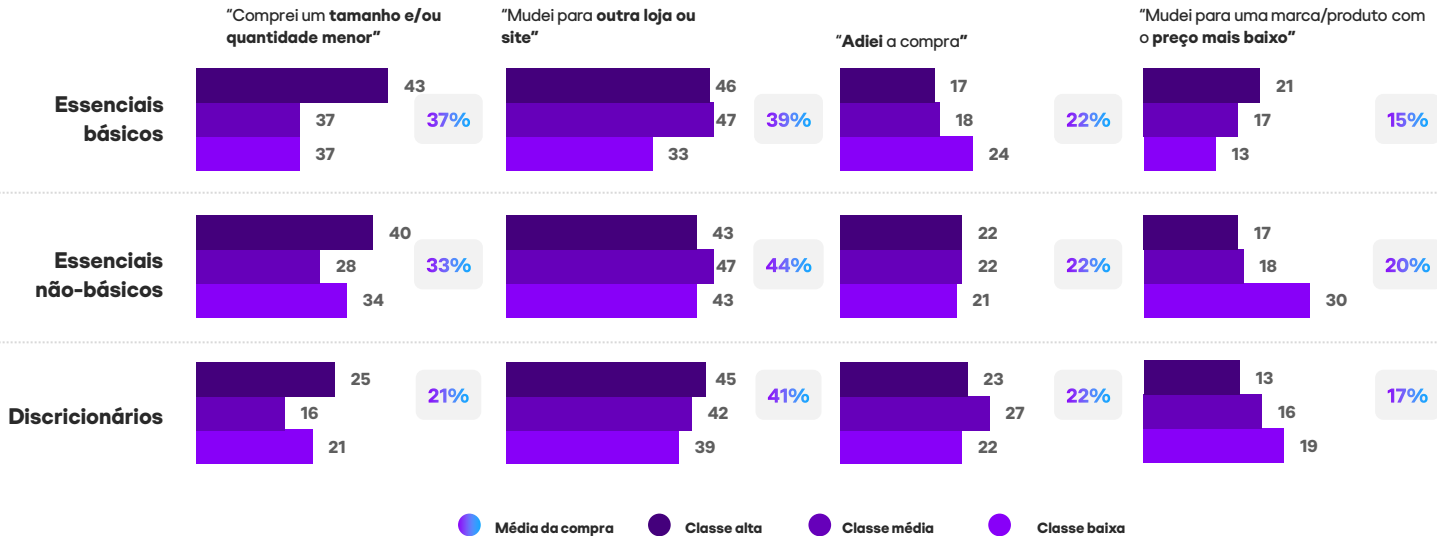
% dos respondentes que observaram aumento



31%
Optaram por
marcas mais
baratas

Troca de marcas em diferentes categorias nos últimos 3 meses

% dos respondentes



1:3

Quase tudo vale: até repensar escolhas de vida

Desde a opção de permanecer na casa dos pais até a decisão de não ter filhos, jovens e adultos brasileiros estão revisando sonhos e prioridades com o pragmatismo exigido pela nova realidade econômica. É nessa disposição para a mudança que nascem novos laços familiares e dinâmicas de consumo.



"Wlaumir Souza, sociólogo e psicanalista, explica que o fenômeno 'pet parenting' está se tornando cada vez mais comum, devido às condições financeiras e ao encarecimento de ter um filho, além de uma mudança no modelo familiar."

– Jornal da USP

Jornal da USP

<https://jornal.usp.br> > Atualidades

Cresce o número de famílias que preferem ter pets em vez ...

21 de jun. de 2023 — O aumento na preferência por animais de estimação em vez de filhos reflete mudanças na sociedade e na dinâmica familiar, ...

1:4

Adoram aprender: têm a internet como aliada

Com a linguagem acessível de criadores de conteúdo e influenciadores especializados em finanças, os brasileiros estão aprendendo mais sobre gestão financeira e descobrindo truques para economizar, poupar e valorizar o próprio dinheiro.



EDUCAÇÃO FINANCEIRA NO DIA A DIA

De influenciadores de grande alcance a educadores segmentados, a gestão financeira está sendo aprendida com linguagem acessível e exemplos do dia a dia.



NOVOS APLICATIVOS, NOVAS SOLUÇÕES

A fintech de finanças para casais, que ganhou Nath Finanças como sócia em 2024, oferece uma solução de gestão financeira voltada para casais.



A IMPORTÂNCIA DO LETRAMENTO FINANCEIRO

A entrada das 'bets' no mercado brasileiro tem levantado debates ampliados sobre saúde mental e consumo consciente – temas que até então não eram discutidos em conjunto – além de reforçar a necessidade de letramento sobre o assunto.

1:5

Todos merecem: caminhos para autoindulgência

Mesmo de olho na contenção, os brasileiros Total Flex sempre encontram uma brechinha para se presentear, seja com roupas, comidas gostosas ou momentos de lazer. Desdobram-se para equilibrar a economia do dia a dia com pequenos agrados, garantindo aquela sensação de bem-estar que faz o corre do dia a dia valer a pena.

Top 3 categorias em intenção de "se presentear" nos próximos 3 meses % de total de respondentes



45%

Planejam presentear em pelo menos uma categoria



GRANINHAS: CONTEÚDO 'AMIGO'

Com linguagem leve e conteúdo informativo, a plataforma Graninhas oferece alternativas para um consumo saudável, sempre de olho nos sonhos e desejos dos jovens adultos. A parceria criativa com diversas marcas, como Shell e Cobasi, demonstra que o senso de economia não significa abrir mão do consumo.

Consumidores Total Flex:
o vale-tudo por uma vida mais econômica

Tensão

Um grande dilema da tendência

QUERER COMPRAR

X

PODER COMPRAR

Reflexão

Já parou para pensar...

Como a sua marca pode construir fidelidade numa era em que os consumidores abraçam a flexibilidade?

Construir fidelidade numa era de flexibilidade exige conexão genuína com valores intangíveis, criando laços afetivos e culturais que vão além dos produtos. Afinal, algo precisa falar mais alto que a economia

Oportunidade

O que a sua marca pode fazer?

Além de se aproximar dos universos que cercam o consumidor, as marcas têm a oportunidade de cercá-los de benefícios diversificados.

Personalização, contratos flexíveis, cupons de desconto e cashbacks são estratégias atrativas para quem está pensando nos boletos.

Oportunidades Globo



Pequenas Empresas & Grandes Negócios

O programa traça um perfil do microempresário brasileiro, mostra como funcionam pequenos empreendimentos e apresenta soluções criativas para problemas. Em 2025, o programa apresentado por Pedro Lins passa a ser exibido nas manhãs de sábado.



Domingão com Huck - quadros

O Domingão com Huck traz quadros emocionantes que premiam o público com diversão e oportunidades de transformar vidas. Entre os destaques estão o **Quem Quer Ser Um Milionário?**, onde os participantes testam seus conhecimentos em busca de um grande prêmio, e o **The Wall**, um jogo de estratégia e sorte que pode mudar histórias com prêmios em dinheiro.



Vem que Tem

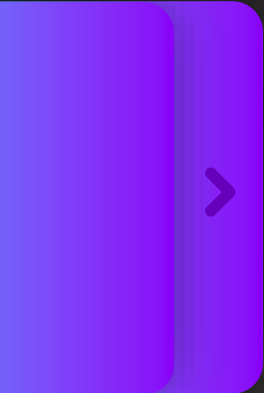
O 'Vem Que Tem na Globo' é o ponto alto do Globo Friday. O especial é embalado por atrações musicais, diversão e games, trazendo diversas oportunidades de compra com promoções e descontos que estimulam o público a capturar e aproveitar ofertas exclusivas ao longo de sua exibição.



Gil do Vigor

O PhD em Economia mais amado do Brasiilil conduz dois quadros ao longo de 2025 na nossa programação. No Mais Você, Gil apresenta o quadro "Tá Lascado", e recentemente estreou no PEGN o seu quadro de consultoria. O ex BBB também é um dos influenciadores agenciados pela ViU.





Saúde: **fronteiras do bem-estar**

Para atender às ambições, inovações e hábitos da vida contemporânea, as novas soluções em saúde estão na delicada fronteira entre o cuidado e a incerteza. A responsabilidade da escolha pesa cada vez mais sobre os consumidores.

◉ ◉ ◉

1:1

Epidemia de diagnósticos: a medicalização do viver

A pandemia aumentou a preocupação dos brasileiros com a saúde mental, física e o bem-estar. Com os avanços tecnológicos, cresceu o uso de dispositivos de monitoramento pessoal. No campo da nutrição, a busca por suplementos também aumentou — agora presente em 59% dos lares.

Embora esse foco na saúde como um todo seja positivo, os profissionais da área enfrentam o desafio dos autodiagnósticos online feitos pelos próprios pacientes. É recorrente a necessidade que os especialistas têm de explicar a essas pessoas que elas não têm formação acadêmica para avaliar sintomas.

Capital humano

Obras exploram como a crescente pressão social por performance e bem-estar transformaram comportamentos naturais em potenciais diagnósticos, incentivando o uso de medicamentos e práticas de otimização.



"O LUGAR DO SOFRIMENTO NA CULTURA CONTEMPORÂNEA: REFLEXÕES SOBRE A MEDICALIZAÇÃO DA EXISTÊNCIA" (2024)

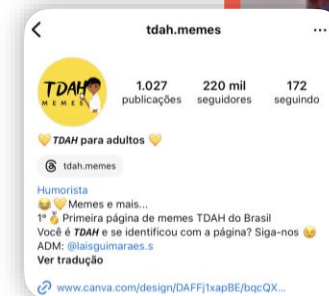
Em seu livro, Mariana Furtado explora o processo de medicalização da existência, no qual o sofrimento é tratado como uma patologia a ser corrigida, em uma sociedade focada na felicidade e produtividade.



"DESEMPENHO TARJA PRETA: MEDICALIZAÇÃO DA VIDA E ESPÍRITO EMPRESARIAL NA SOCIEDADE CONTEMPORÂNEA" (2021)

Em seu livro, Marianna Jorge analisa como o estímulo midiático à auto-performance e à venda de si mesmo leva indivíduos a buscarem medicamentos controlados, terapias e coaching para atender às exigências da "era da performance".

TDAH: as buscas aumentaram 576% nos últimos cinco anos.



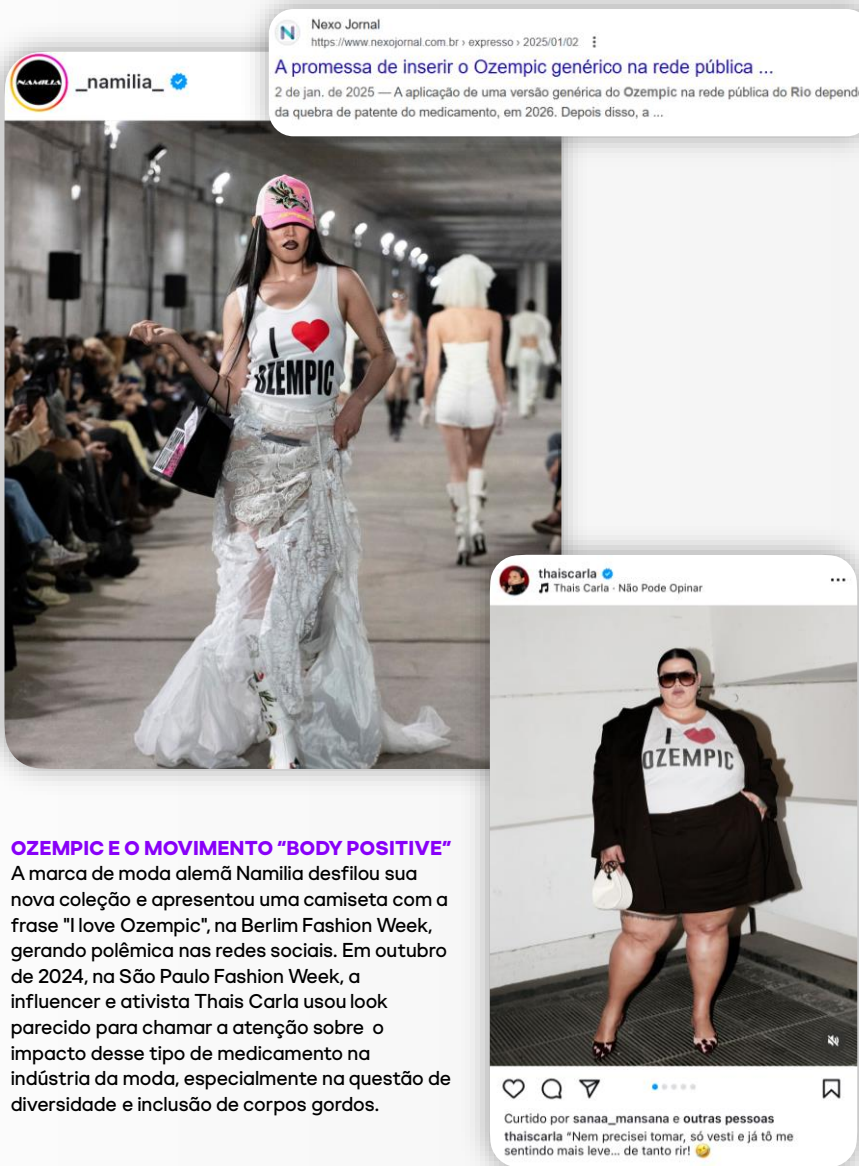
RIR PARA NÃO CHORAR: QUANDO O DIAGNÓSTICO PRODUZ IDENTIFICAÇÃO E PERTENCIMENTO

Entre a incerteza dos autodiagnósticos e a forma divertida de lidar com práticas modernas de saúde, é inevitável falar que a busca por bem-estar ganhou uma camada "fun", amplificada por memes nas redes sociais. Essa naturalização da medicalização por meio do humor pode estimular tanto o consumo excessivo de medicações quanto a epidemia de diagnósticos.



1:2 Reguladores de apetite: benefícios e riscos

O boom no uso de reguladores de apetite para a perda de peso está transformando corpos e indústrias. Apesar de serem vistos por muitos como substâncias milagrosas, ainda não existem estudos que avaliem os efeitos desses medicamentos no longo prazo.



Mas... também surge um novo consumidor

A Nestlé lançou este ano uma linha completa de congelados, a Vital Pursuit, para pessoas que utilizam medicamentos com GLP-1 para perda de peso.



O diferencial da linha, que conta com 12 pratos em seu cardápio, é o alto teor de proteína, ferro e cálcio, oferecendo controle nutricional com mais sabor e acessibilidade para usuários de medicamentos supressores de apetite.

1:3

Alimentos ultraprocessados: o Brasil influencia o mundo

O Brasil tem se destacado quando o assunto é alimentos ultraprocessados. Desde 2023, a lei brasileira exige que rótulos de alimentos industrializados indiquem altos níveis de açúcar e gorduras saturadas. Esse pionerismo não é de hoje: em 2009, o cientista brasileiro Carlos Monteiro criou a classificação NOVA para identificar os ultraprocessados e alertar para seus riscos à saúde — hoje usada no mundo todo.



[2]
"Os ultraprocessados têm substâncias estranhas para o corpo, afetando o pâncreas, os rins e o microbioma. Tudo o que ingerimos percorre todo o organismo. No fundo, o alimento é algo que vai até a última das nossas células."

– Carlos Monteiro, cientista, pesquisador Nupens/USP e autor da classificação NOVA dos alimentos ultraprocessados



O Globo
Ultraprocessados são ligados ao aumento no risco de sintomas depressivos, mostra novo estudo da USP

Ultraprocessados são ligados ao aumento no risco de sintomas depressivos, mostra novo estudo da USP · Pesquisa analisou dados de 16 mil...

UOL
Governo regulamenta nova cesta básica com produtos in natura

Governo regulamenta nova cesta básica com produtos in natura.
Mar 8, 2024

O Globo
Ultraprocessados: rótulos de alimentos com alerta de 'viciantes' podem ajudar a reduzir o consumo, diz estudo

De acordo com pesquisadores, a dependência neste tipo de comida é sentida por cerca de 14% dos adultos e 12% das crianças.

"SUPER SIZE ME" CONTEMPORÂNEO

O médico inglês Chris van Tulleken, autor de "Gente Ultraprocessada" (2024), testou a teoria de Carlos Monteiro, pesquisador brasileiro da USP, sobre os efeitos dos ultraprocessados. Ao adotar uma dieta exclusiva desses alimentos, Tulleken experimentou os impactos negativos em seu corpo, popularizando o conhecimento científico brasileiro sobre o tema globalmente com seu relato.

1:4

Os pilares do envelhecer bem: sono, interação e movimento

A preocupação com o bem-estar reflete o desejo de envelhecer com saúde. Os pilares dessa busca estão em constante transformação. O sono, por exemplo, tornou-se prioridade, com meditações e gadgets para otimizar as horas de descanso. O esporte, além de trazer benefícios à saúde física, vem se consolidando como meio de construir laços sociais e convivência em comunidade — outro importante pilar do viver saudável.



TENTANDO DORMIR COMO UM BEBÊ

Estudos indicam que mais de 70% dos brasileiros sofrem com alterações no sono. Não à toa, existem inúmeras técnicas e métodos que são divulgados para dormir melhor. As tendências incluem soluções mais elaboradas, como os "sleepy girl mocktails", drinks não alcoólicos que prometem uma boa noite de sono, o "Sleepmaxxing" e o método escandinavo, em que pessoas dividindo camas de casal optam por cobertores individuais. De olho nesse mercado, a marca brasileira Noomana oferece produtos e ideias para quem quer dormir melhor.

PRIVILÉGIOS PARA DORMIR BEM

Gadgets inteligentes estão sendo criados para monitorar e otimizar o sono. As invenções variam entre anéis, relógios e pulseiras — os chamados "wearables" — até soluções avançadas, como uma capa de colchão que regula a temperatura e um travesseiro com airbags que ajustam a posição da cabeça. O banco BBVA, reforçando seu compromisso com o bem-estar, deu aos seus funcionários um gadget para ajudá-los a monitorar o sono.



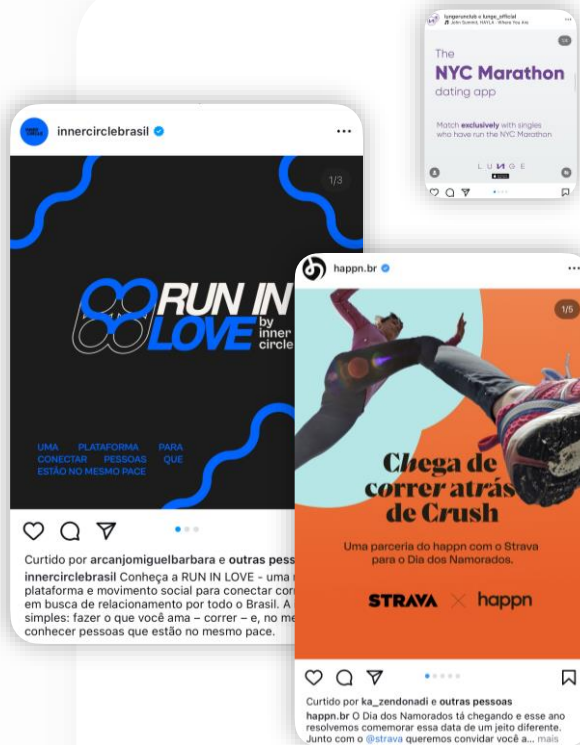
Motion Pillow



Eight Sleep Pod 3 Cover

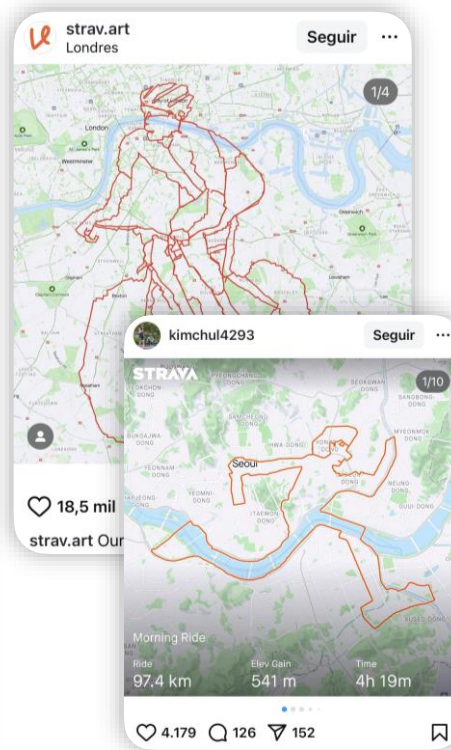
Esporte, comunidade e relacionamentos: no passo e no pulso do amor

Os apps e clubes de corrida têm ganhado novos membros. Para além da prática de atividade física, as pessoas buscam “um match” que tenha interesses similares e busque o mesmo estilo de vida. Entrando nessa onda, os apps de relacionamento e comunidades esportivas, no mundo todo, têm se unido para atrair esse público.

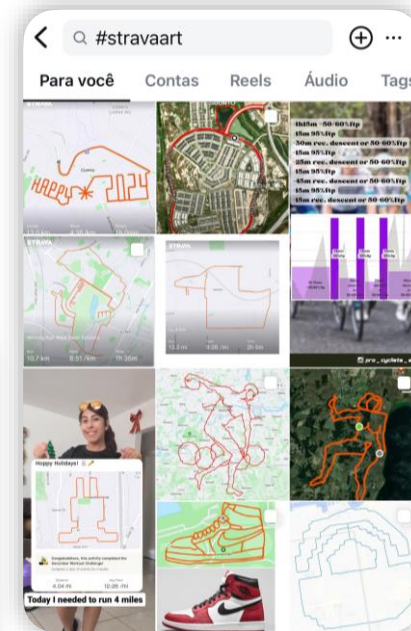


UM “MATCHMAKING” MODERNO

O Dia dos Solteiros na Índia foi celebrado pela PUMA e Bumble de forma inovadora, resgatando as origens da data como um momento de matchmaking. Em 10 de novembro, as marcas organizaram uma corrida exclusiva para solteiros em Bangalore.



Esporte criatividade, e tecnologia: uma trinca que forma novos hábitos

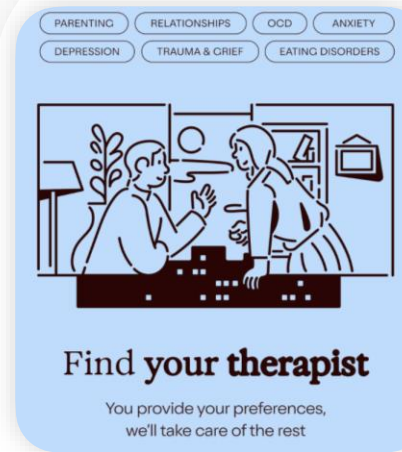


Na era digital, os recursos tecnológicos ampliam a criatividade, dando novos sentidos ao movimento do corpo e às interações nas comunidades de esportistas. No aplicativo Strava, ciclistas e corredores transformam seus trajetos em desenhos inusitados, criando a tendência conhecida como Strava Art ou GPS Art. Essa forma de expressão virou um desafio popular entre os usuários e se espalhou pelas redes sociais, marcada pela hashtag #StravaArt no Instagram, mostrando que o esporte agora vai além do simples ato de exercitar.

1:5

Brandcare: um papel mais ativo no cuidado com a saúde dos consumidores

O aumento da preocupação com a saúde não é exclusivo das pessoas. As marcas que as atendem devem se adaptar a essa demanda, tornando-se aliadas ao cuidado, para além de fornecedoras de produtos e serviços.



Amazon: cuidando da saúde mental

A Amazon adicionou a Talkspace ao seu programa de saúde, ampliando o acesso a cuidados de saúde mental para seus membros. Os usuários podem se conectar via vídeo, áudio ou chat, reforçando o compromisso da Amazon em simplificar o acesso a esse serviço.



Benfica para cardíacos

O Benfica, clube de futebol português, mudou o ritmo de seu hino, ajustando para 120 batimentos por minuto, para chamar atenção sobre a importância dos cuidados com o coração. A ação celebra o Dia Mundial do Coração.



Yes, nós temos bananas:

No Dia Nacional da Banana, quem comprasse uma banana na Austrália poderia usá-la como passe gratuito para mais de 350 academias no país. A iniciativa "Banana Gym Pass" incentiva a atividade física e destaca os benefícios das bananas como lanche nutritivo.



Yo Pro: Danone incentiva um estilo de vida ativo no Rio de Janeiro

Com o objetivo de contribuir para a promoção de um estilo de vida saudável, o posto 10 de Ipanema, no Rio de Janeiro, recebe atividades ao ar livre, com exercícios gratuitos, música e outras atrações, sem custo, no Rio Academia 24.

Tensão

Um grande dilema da tendência

INOVAÇÃO



SAUDABILIDADE

Reflexão

Já parou para pensar...

Quais iniciativas/campanhas a sua marca pode fazer para demonstrar cuidado com o bem-estar do consumidor?

Todo consumo impacta a saúde. Identificar os territórios transversais nos quais sua marca pode atuar, ressignificando pontos sensíveis e promovendo campanhas educativas, reforça o compromisso com a saúde e o bem-estar das pessoas.

Oportunidade

O que a sua marca pode fazer?

As pessoas procuram cada vez mais uma vida saudável e equilibrada, o que cria uma oportunidade para as marcas se posicionarem como parceiras nessa busca.

Com uma visão ampliada de saúde que vai além de alimentação, medicamentos e cuidados médicos, abrem-se possibilidades criativas para marcas de diversos setores contribuírem para o bem-estar das pessoas.

Oportunidades Globo



Envelhecimento

Falas da Vida

Reflete sobre o envelhecer no século 21, destacando as diversas situações e percepções enfrentadas pelos idosos. O programa aborda temas como a valorização dessa crescente parcela da população e os desafios e conquistas que fazem parte dessa fase da vida. Em 2024, atingiu a maior audiência de um especial "Falas" em 3 anos na TV Globo.

Esportes e Comunidades



Mundial de Clubes

Com Botafogo, Flamengo, Fluminense e Palmeiras classificados, o Brasil é o país com mais representantes no Mundial de Clubes da FIFA 2025™, que será disputado nos Estados Unidos de 14 de junho a 13 de julho. Além de reunir as melhores equipes de futebol, o torneio conecta pessoas e fortalece as comunidades ao redor do esporte, promovendo inclusão, diversidade e impacto social positivo.

Alimentação

Gastronomia no GNT

O GNT é um canal essencial para amantes da culinária, com programas como Diogo na Cozinha, onde Diogo Nogueira recebe grandes artistas da música em sua casa para encontros em torno de deliciosas receitas, mostrando que a cozinha é o lugar perfeito para conexões autênticas. O programa oferece espaço para discutir sobre uma alimentação saudável, novos produtos e tendências alimentares de um jeito descontraído.



Saúde e Bem-estar



g1

Bem-estar

O quadro Bem Estar, parte das manhãs da Globo, oferece informações acessíveis e confiáveis sobre saúde. Com foco em temas relevantes, conecta o público a tendências e práticas saudáveis, reforçando o compromisso da Globo em ser um espaço de diálogo e incentivo ao autocuidado. Além disso, o G1 mantém uma editoria dedicada ao tema, que registrou um crescimento de 10% no número de visitas em 2024.

Fonte: Comscore Media Trend – Média Jan. a Out 24 v 23 – G1 Saúde

A fé é pop: um novo olhar sobre a religiosidade

O mimetismo entre fé e cultura não é novidade. O que é novo é a crescente consciência, mesmo entre os mais céticos, de que a religiosidade molda a cultura e a sociedade. Essa nova significação abre novas oportunidades de consumo, criatividade e bem-estar.

○○○

1:1

Fé em movimento: estamos vivendo uma transição religiosa

Uma das principais marcas identitárias de formação do Brasil, o Catolicismo está em declínio acelerado desde os anos 2000. Pelo menos por enquanto, esse antigo monopólio vem perdendo espaço para a pluralidade religiosa.

As redes sociais desempenham um papel decisivo nesse processo, facilitando a criação, o engajamento e a expansão de comunidades religiosas, ao mesmo tempo em que permitem o contato constante com a fé.

Reconfigurações da espiritualidade

1

Declínio absoluto e relativo das afiliações católicas

Entre 1991 e 2010, as afiliações católicas caíram em média 1% ao ano, com um declínio absoluto concentrado entre 2000 e 2010.

2

Aumento acelerado das afiliações evangélicas

As afiliações evangélicas crescem de forma acelerada e constante, com aumento médio anual de 0,7% entre 1991 e 2010 e projeção de 0,8% ao ano até 2032, embora estejam ainda abaixo da perda católica.

3

Crescimento do percentual das religiões não cristãs

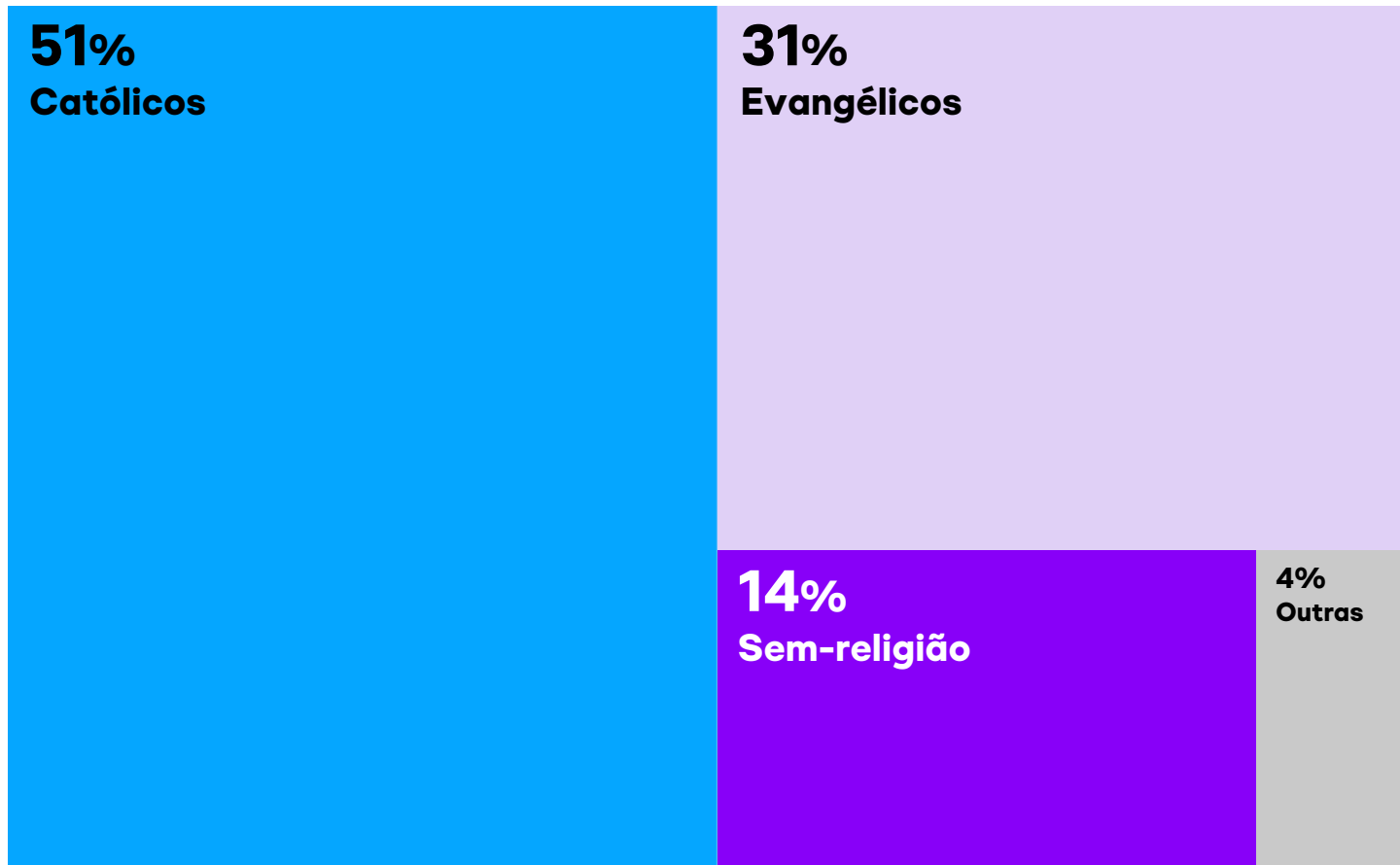
Religiões não cristãs crescem lentamente, a uma média de 0,1% ao ano, com projeção de 8,5% para 2032. O movimento de pluralização é impulsionado por imigração, globalização e novas buscas espirituais.

4

Aumento absoluto e relativo das pessoas que se declaram sem religião

O crescimento dos sem-religião é um dos fatores que contribuem para um cenário religioso mais plural e diverso no Brasil. Apesar do crescimento, os sem-religião ainda representam um grupo minoritário.

Católicos e evangélicos: a força majoritária da fé cristã no Brasil



86%

dos brasileiros
possuem religião

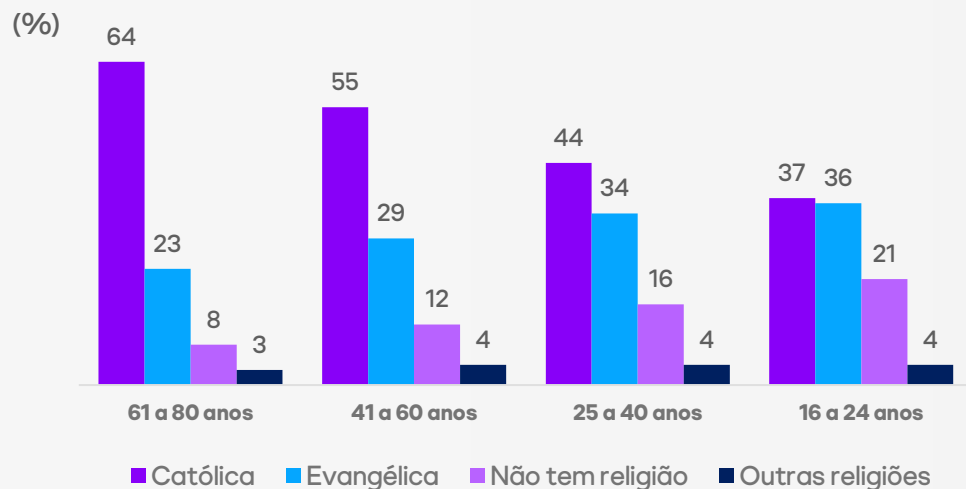
86%

acreditam que a fé
vale mais do que a
ciência

**NO BRASIL, NÃO TER RELIGIÃO É
DIFERENTE DE NÃO ACREDITAR EM DEUS**

A relação com a juventude

A troca de gerações deixa evidente a tendência de queda no número de católicos e crescimento no percentual de evangélicos e de quem não se identifica com nenhuma religião.



Obs: 61 a 80 anos, 25 a 40 anos e 16 a 24 anos: têm 2% de NS/NR

Mas atenção: entre os jovens de 16 a 24 anos que dizem não ter religião, 92% TÊM FÉ.

VEJA: Jovem fala em qual ministério ela serve na igreja, e sua fala chama atenção dos internautas; "Style".



Levantamento feito pelo Observatório da Religião e Interseccionalidades do Cebap (Centro Brasileiro de Análise e Planejamento), com base no Censo 2022, mostra que **na maioria das grandes cidades do país, há proporcionalmente mais estabelecimentos religiosos em comunidades e favelas do que fora delas.** O cálculo considerou a proporção de templos por mil habitantes dentro das favelas e fora delas em cada um dos municípios. Porto Alegre e Florianópolis no Sul lideram o ranking.

Fonte: Folha de SP (Dez/2024)

1:2

Religião como capital social: rede de apoio econômico e emocional

A religião fortalece laços e cria espaços de acolhimento, nos quais indivíduos encontram identidade e pertencimento. Esse senso de comunidade, que une e conecta, é um

mecanismo essencial para a manutenção das redes de apoio existentes entre as populações mais pobres e periféricas e vem ganhando destaque também entre as classes mais privilegiadas.



"A igreja funciona como capital social dos mais pobres. Quando você entra na igreja, você começa a ter uma indicação de um irmão de fé, indicação para um trabalho, um curso, tem dica de como conseguir o seguro-desemprego. Então tua vida melhora."

– Renato Meirelles, comunicólogo, escritor e fundador do Instituto Locomotiva

Fonte: Rádio CBN

"A conversão é muito importante para a criação do senso de comunidade. Sociologicamente falando, maior é o senso de pertencimento e de ajuda mútua. O próprio termo 'irmãos' remete à ideia de família."



– Valdinei Ferreira, sociólogo, pastor e professor da Faculdade de Teologia da Igreja Presbiteriana Independente (Fatipi) e pesquisador na área de espiritualidade e saúde mental

Fonte: "Púlpito: Fé, Poder e o Brasil dos Evangélicos", Anna Virginia Balloussier, Todavia (2023)

1:3 No louvor ou no humor: religião sempre foi cultura

Desde que o mundo é mundo, as religiões moldam a cultura para além do sagrado. A influência da fé se estende à arte, à música e à moda, seja como fonte de identificação ou de reflexão crítica.

LENTE CONTEMPORÂNEA

O mundo mudou e as narrativas religiosas acompanham essa transformação. Exemplos como o lançamento de Luce, o novo mascote da Igreja Católica, e a atualização de 'O Auto da Compadecida', no Brasil, mostram como a religião é reinterpretada para dialogar com os tempos atuais.

Nexo Jornal

Por que a Igreja Católica criou um personagem de anime

Vaticano anunciou Luce como a mascote do Ano Jubilar de 2025. Figura foi criada pelo italiano Simone Longo.

1 semana atrás



RELIGIÃO E CULTURA POPULAR

A religião católica e as crenças de matrizes africanas sempre foram influentes formadoras da cultura nacional, refletida no cinema, nas festas e nos ditos populares.



Religiosidade fashionista na cultura pop mundial

Marcas de moda alternativas remixam símbolos religiosos com humor e se tornam as queridinhas de ícones pop, como Olívia Rodrigo. Entre os destaques, estão frases como "A favorita de Deus", da marca Praying, e "Deus me ama e não tem nada que você possa fazer sobre isso", da marca I Need God.



RELIGIÃO INSPIRA MODA CLÁSSICA

O espírito conservador de alguns grupos religiosos reverbera no estilo e na moda das mulheres brasileiras.

A gente não quer só Igreja: influência, diversão e arte



“As lideranças religiosas começaram a perceber que mídias sociais são locais muito poderosos para conquistar espaços que nunca tiveram na mídia tradicional brasileira”.

– Debora Zanini, doutoranda em ciência política pela Unicamp

Fonte: Metrôpoles

Superstars nas redes sociais:



Padre Fábio de Melo

25.9 milhões de seguidores no Instagram e 8.5 milhões no X



Deive Leonardo, criador de conteúdo

16.7 milhões de seguidores no Instagram e 10.1 milhões no YouTube



Pastor Claudio Duarte

10.3 milhões de seguidores no Instagram e 1.5 milhão no YouTube



Padre Marcelo Rossi

9.9 milhões de seguidores no Instagram e 3.5 milhões no YouTube



Isadora Pompeo, cantora

8.5 milhões de seguidores no Instagram e 4.4 milhões no Youtube

Os cristãos abraçaram o entretenimento

Da organização de feiras a festivais de música eletrônica, a cultura evangélica demonstra sua pluralidade em diversos formatos.



1:4

Caiu a ficha: a opinião pública está refletindo os estigmas

As religiões evangélicas e as crenças de matrizes africanas foram historicamente retratadas pela mídia com certo tom de exotismo, mistério e até de ameaça. Embora sob ângulos distintos, essas abordagens agora ganham novas roupagens, refletindo o reconhecimento de que a religião desempenha um papel crucial na formação do futuro do país.

Novas abordagens

A religião evangélica, no Brasil, é foco de três obras contemporâneas de não ficção, que trazem olhares diversos e revelam sua relevância social para além da fé.



"O PÚLPITO: FÉ, PODER E O BRASIL DOS EVANGÉLICOS" (2024)

Em seu livro-reportagem, a jornalista Anna Virginia Balloussier explora a diversidade dentro do movimento evangélico brasileiro, mostra que os evangélicos não formam um bloco homogêneo e desmistifica o estereótipo do "crente-careta".



"A FÉ E O FUZIL" (2023)

Bruno Paes Manso, também autor de República das Milícias, investiga a interação entre o crime organizado e o movimento evangélico nas periferias do Rio, onde a religião e o tráfico ocupam os espaços desassistidos pelo Estado.



"A BANCADA DA BÍBLIA" (2024)

Jornalista com especialização em ciência política, André Ítalo Rocha analisa a influência política dos evangélicos no Congresso, detalhando como a chamada "bancada da bíblia" articula sua atuação e poder no cenário legislativo.



RELIGIÕES DE MATRIZES AFRICANAS

Apesar do aumento de 80% nas denúncias por intolerância religiosa, em 2024, as religiões e os saberes dos povos tradicionais de matrizes africanas ganham um novo olhar da opinião pública e dos setores culturais dominantes. A homenagem ao autor João do Rio na FLIP de 2024 é uma evidência desse movimento de desestigmatização da 'macumba'.



A fé é pop: um novo olhar sobre a religiosidade

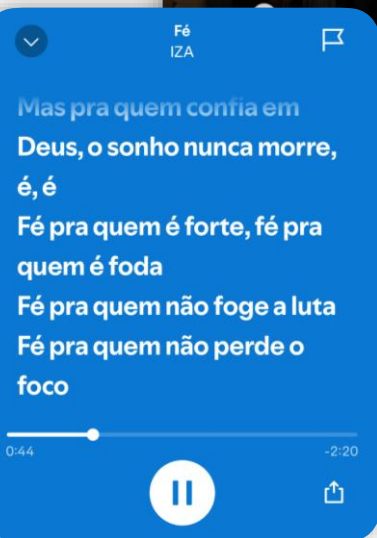
1:5

Fé na fé: o que importa é acreditar

Para o povo brasileiro, a fé funciona como um mecanismo de resiliência. É um recurso essencial para encarar os desafios do dia a dia – seja para viver com simplicidade ou aspirar a novas conquistas.

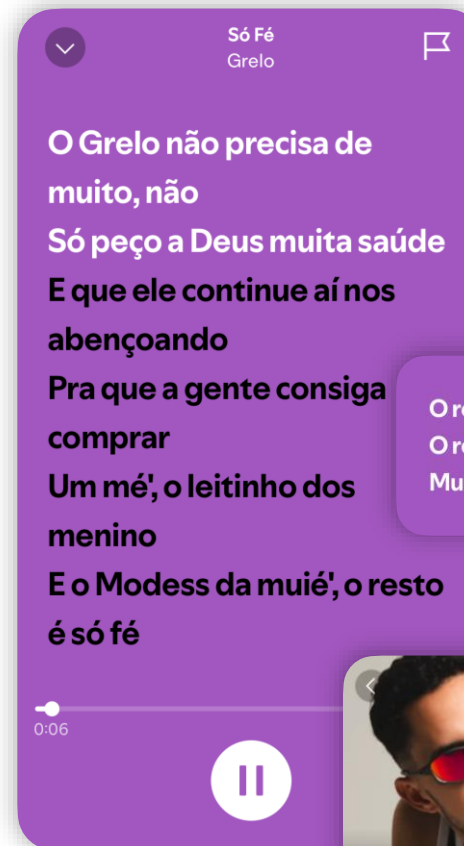
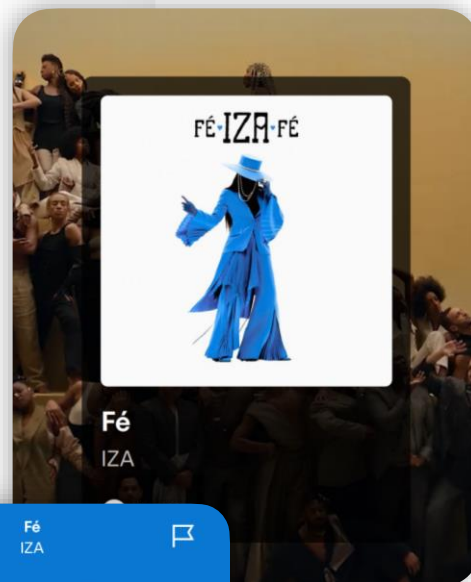
O Brasil é o país que mais consome playlists gospel no mundo. Por aqui houve um crescimento de 44% no número de ouvintes de música gospel (Fonte: Spotify 2020). E o **gospel é o segundo gênero musical mais ouvido no Brasil, atrás somente do sertanejo**

(fonte: Brasil no Espelho, 2023)



CANÇÕES NÃO RELIGIOSAS SIMBOLIZAM A IMPORTÂNCIA DA FÉ PARA OS BRASILEIROS

O sucesso da cantora Iza e a música viral do artista Grelo, que se tornou a mais ouvida do Spotify com quase 2 milhões de streams em 2024, traduzem a relação dos brasileiros com a própria fé.



O resto é só fé, só fé, só fé
O resto é só fé, só fé, só fé
Muita fé, fé, fé, fé, fé, fé, fé,



1:6 Construindo pontes: uma forcinha aos diálogos inter-religiosos

Em uma era marcada por polarizações políticas e tensões globais, o mundo do entretenimento mostra que o estímulo ao intercâmbio religioso é uma responsabilidade de

quem ajuda a formar a cultura. Com criatividade, leveza e coragem, as marcas podem transitar pelo universo religioso e irão descobrir estratégias autênticas de comunicação.

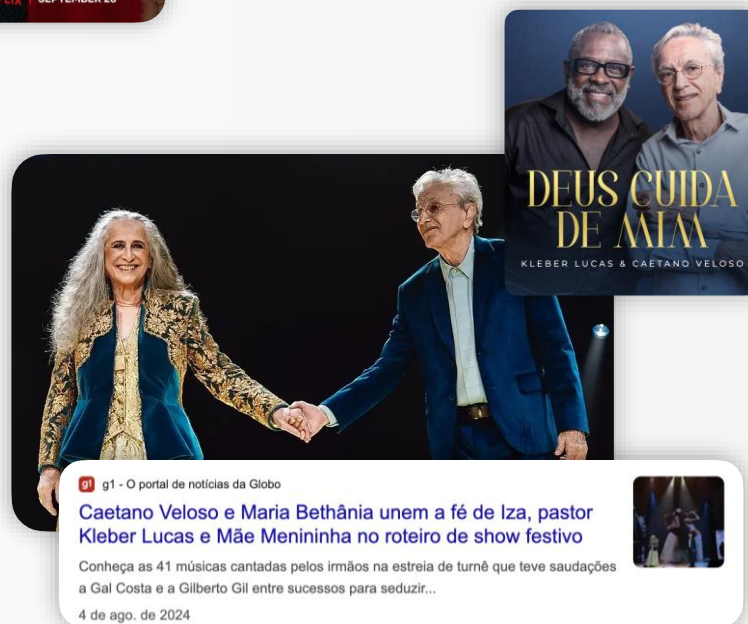


RELIGIOSIDADE GLOBALIZADA

Destaque de 2024, a série "Nobody Wants This", da Netflix, aborda diálogos inter-religiosos ao retratar o relacionamento entre uma mulher agnóstica e um rabino, explorando desafios e aprendizados de uma união entre diferentes crenças.

CAETANO E BETHÂNIA: A PLURALIDADE DA FÉ NA TURNÊ DOS IRMÃOS

O repertório de canções da turnê desses dois ícones da música brasileira reflete um diálogo intencional com a fé de diversos grupos religiosos nacionais: católicos, evangélicos e crenças de matrizes africanas.



g1 - O portal de notícias da Globo

Caetano Veloso e Maria Bethânia unem a fé de Iza, pastor Kleber Lucas e Mãe Menininha no roteiro de show festivo

Conheça as 41 músicas cantadas pelos irmãos na estreia de turnê que teve saudações a Gal Costa e a Gilberto Gil entre sucessos para seduzir...

4 de ago. de 2024



"Todas as religiões são um caminho para Deus. São como línguas diferentes, idiomas diferentes para chegar lá. Mas Deus é Deus para todos".

A declaração do Papa Francisco durante um encontro inter-religioso com jovens em uma faculdade católica em Singapura, em 2024, foi simbólica, mas gerou debate entre as alas mais conservadoras da Igreja.

Tensão

Um grande dilema da tendência

TABU



CONEXÃO

Reflexão

Já parou para pensar...

Por que religião ainda é um tabu para marcas, empresas e comunicadores?

A pluralidade de crenças e grupos religiosos torna o tema delicado. No entanto, religião e fé são expressões culturais que formam comunidades de maneira espontânea. Com atenção e respeito, marcas podem criar diálogos autênticos e significativos.

Oportunidade

O que a sua marca pode fazer?

Conhecer para conectar: marcas têm a oportunidade de criar narrativas personalizadas para comunidades religiosas.

Entender os grupos religiosos no Brasil – e suas diversidades – é um caminho para criar conexões genuínas entre temas, territórios de consumo e pessoas.

A fé é pop: um novo olhar sobre a religiosidade

Oportunidades Globo



A Paixão de Cristo de Nova Jerusalém

É um dos maiores eventos culturais e religiosos do Brasil, proporciona às marcas a chance de se conectar com um público fiel e engajado. A cada noite, mobiliza milhares de pessoas no maior teatro ao ar livre do mundo, sendo a ocasião perfeita para vivenciar um momento único junto aos fiéis de todo o país.



Celebrando a Tradição Sertaneja com Globo

A música sertaneja é um dos gêneros mais tradicionais do Brasil. Com raízes na cultura rural, o gênero celebra a fé e as tradições que moldam a identidade brasileira. Circuito Sertanejo e Viver Sertanejo promove essa rica herança musical, oferecendo às marcas a oportunidade de se associarem a valores autênticos e a um público fiel.

São João

É uma das maiores festas tradicionais do Brasil, enraizada na fé e nas celebrações religiosas. A Globo, oferece oportunidades para marcas se conectarem com um público devoto durante as festividades juninas, celebrando a rica tradição cultural do São João, com ampla cobertura de eventos, shows e manifestações culturais.



Prêmio Multishow

Prêmio Multishow 2023 incluiu categoria de música gospel para prestigiar artistas.



Altas Promessas

Uma competição no Altas Horas com artistas de todas as regiões do país interpretando canções do gospel nacional.

Estrela da Casa Jam Session

Sarah Beatriz participa da noite gospel, e conta como a fé impulsionou sua carreira.





Só tem no BR: **nova cultura vernacular brasileira**

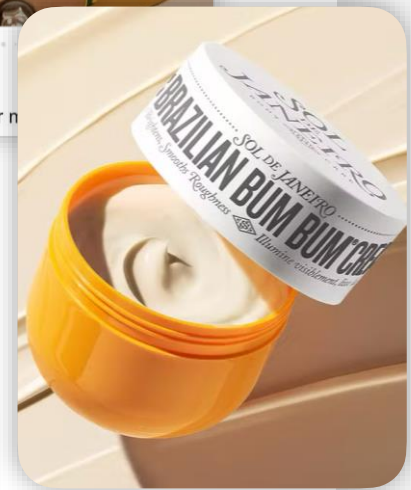
Os marcadores culturais de brasilidade invadiram a vida online, contribuindo para uma conexão cultural compartilhada em massa. Essa grande identidade coletiva molda a comunicação mainstream, a influência e o engajamento.

● ● ●

1:1

O Brasil está na moda: aqui e lá fora

A crescente valorização da cultura brasileira, tanto nacional quanto internacionalmente, reforça a autoestima coletiva. Música, moda e arte projetam uma brasilidade que posiciona o país como referência criativa.



Só tem no BR: nova cultura vernacular brasileira

'Come to Brazil': o interesse global pelo engajamento massivo dos brasileiros

Em 2024, o Brasil se tornou um destino cobiçado por artistas pop internacionais, que enxergaram no país mais do que uma simples parada em suas turnês. Diversos fatores contribuíram para essa escolha estratégica, dentre eles o fato de o Brasil ser conhecido por ter uma base de fãs apaixonada e engajada nas redes sociais, o que se traduz em grande visibilidade para os artistas.



MAGALU TRANSFORMA A TRADICIONAL DESPEDIDA DE BRUNO MARS EM PUBLICIDADE
Após viralizar em 2023 com um vídeo agradecendo ao público brasileiro pela receptividade, o cantor se tornou um queridinho do país e ainda estrelou uma campanha do Magalu nas redes sociais.



KATY PERRY ABRAÇOU O BRASIL
Em sintonia com Bruno Mars, a cantora americana fez de sua visita ao país muito mais do que apenas um show: visitou pontos turísticos, experimentou quitutes típicos e participou de programas da Rede Globo, como "Estrela da Casa" e "Mais Você".



Produtor de Katy Perry se impressiona com multidão no Brasil: "Não é normal"
Produtor de Katy Perry se impressiona com multidão no Brasil: "Não é normal".
1 mês atrás

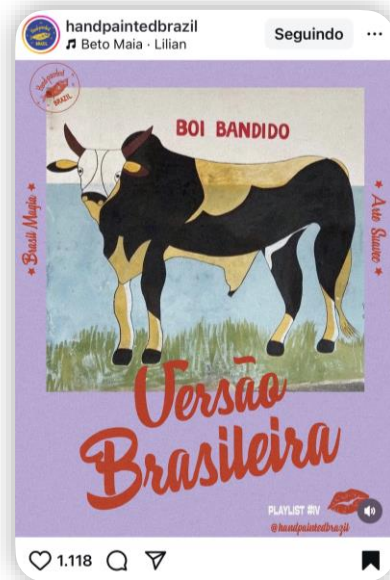


"ENGAJAMENTO MADE IN BRAZIL"
A postagem feita pelo perfil oficial do Oscar gerou enorme repercussão nas redes sociais, inundando o perfil com elogios sobre a atuação de Fernanda, além de comentários bem humorados nas fotos dos demais artistas. A própria Academia comentou na publicação com "She is MOTHER", deixando os brasileiros sonharem com o Oscar.

1:2

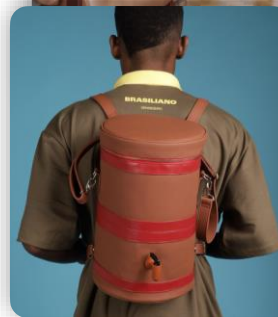
Marcadores de brasilidade: atualizados (e digitalizados)

A estética vernacular – aquela que é própria da raiz – inspira tanto conteúdos virais quanto narrativas de admiração e orgulho cultural. Observamos um movimento de resgate e reinvenção dos elementos visuais típicos do Brasil em plataformas digitais, pautas editoriais e bens de consumo.



DO REGISTRO AO REMIX

Páginas como @handpaintedbrazil e memes como “Gostoso Demais” revelam símbolos, linguagens e expressões nacionais comuns ao imaginário brasileiro.



ENTRE A NOSTALGIA E A IDENTIDADE

Os ícones das casas brasileiras, que transcendem classes e resgatam memórias de família, viraram conteúdo frequente nas redes sociais, inspirando pautas de decoração e acessórios de moda, como as bolsas da coleção “Dendê Game”, da Dendezeiro – uma das marcas expoentes da moda nacional contemporânea.

Nativos digitais: novos ícones nacionais nascem e se espalham na internet

Presentes no mundo real, alguns seres e objetos ganham a simpatia da internet e tornam-se símbolos de uma identidade compartilhada entre brasileiros e brasileiras, de diversas origens, regiões e contextos sociais.



OS ANIMAIZINHOS QUE SÃO A CARA DO BRASIL

Capivara, cachorro caramelo e o vira-lata apelidado de "fiapo de manga", mais novo ícone de brasilidade, viraram mascotes de domínio público da internet, definindo uma estética afetiva e irreverente da cultura brasileira.



CULTURA DE RUA E DE REDE

A pintura "Dengocracia", do artista urbano Escuerzo, em homenagem ao vira-lata caramelo, reforça como os símbolos culturais transitam entre ruas, artes e memes.



FORMA E FUNÇÃO

Do pote de feijão ao copo Stanley, alguns objetos se tornam característicos no dia a dia e no humor dos brasileiros.

1:3

Mais que humor: os memes viraram a língua que todos falam

Entre assuntos descontraídos e desabafos do dia a dia, os memes se transformaram em um forte mecanismo de comunicação: fáceis de entender, altamente engajáveis e prazerosos de consumir.



BANCO CENTRAL: FALANDO SÉRIO

Quase inimaginável há alguns anos, a estratégia de comunicação do Banco Central agora prioriza a linguagem memética para transmitir informações sérias que precisam da atenção e compreensão da população, conquistando um engajamento expressivamente superior à própria média nas redes sociais.



CPTM DE SÃO PAULO: UM CASE CONSISTENTE DE USO DE HUMOR PARA ENTERTER E INFORMAR

Ao aderir a uma 'trend' viral inspirada por uma campanha da marca de automóveis Bentley, que destacava atributos do carro com recursos ASMR, o perfil da operadora de transporte público construiu um dos cases mais autênticos em comunicação, em 2023. A estratégia nasceu da própria equipe de comunicação, que desenvolveu uma fórmula única para misturar humor e conteúdo informativo.

1:4

Para bons entendedores, meia figurinha basta



Figurinhas e memes condensam emoções e ideias em uma nova gramática visual compartilhada, na qual uma única imagem comunica volumes de significado com poucas palavras.

Coleções de adesivos antigos viralizam e empresas adaptam figurinhas para atender clientes: 'Deixa o dia mais leve'

Os antigos "stickers", adesivos de personagens e atrelembraram hábitos de crianças e adolescentes das empresas fazem atendimento e funcionários se co

"Fui pedir água, como sempre. A loja sempre me respondeu normal. E do nada eles aplicaram essa automação de atendimento, que particularmente achei prática. De início pensei que seria só a figurinha de joia, mas fui surpreendido durante todo o atendimento com figurinhas", comentou o criador de conteúdo Miguel Nunes.



LINGUAGEM DESCOMPLICADA

Uma distribuidora de bebidas em São Paulo viralizou ao realizar os atendimentos aos clientes respondendo apenas com figurinhas. Miguel Nunes foi um dos clientes que se surpreendeu com a iniciativa e postou nas redes sociais.



“

"Vocês transformaram o 'Zap Zap' em algo próprio e são algumas das pessoas mais ativas do mundo no aplicativo. Um país [Brasil] que realmente abraçou o poder das mensagens para se conectar, se expressar e fazer negócios."

– Mark Zuckerberg, CEO da Meta, no Meta Conversations 2024

1:5

Ao meme e a cores: um novo sentido coletivo para o "ao vivo"

As Olimpíadas de Paris foram um divisor de águas na cobertura ao vivo, ao naturalizar o uso de memes e comentários em tempo real. Essa abordagem transformou espectadores em participantes ativos e criou uma experiência de acompanhamento contínuo e informativo dos acontecimentos durante os jogos.



AS REAÇÕES DÃO O TOM DO 'NOVO AO VIVO'

Popularizado durante as temporadas do Big Brother Brasil, o hábito de interpretar eventos e programas de entretenimento através dos memes criou uma linguagem coletiva que transforma cada momento em conteúdo, ampliando o engajamento e a participação do público.



Motor Cultural: conteúdos que alimentam e fortalecem a expressão única da nossa cultura

Os conteúdos da Globo assumem um papel importante na geração de conversas. Refletem e impulsionam a essência da cultura brasileira, alimentando um ciclo onde narrativa e identidade se fortalecem mutuamente. Mais do que entreter, geramos conversas, reforçamos conexões, que traduzem a pluralidade do país.

GINGA POP – O que está por trás do que hita no Brasil?



MEME 'QUE XOU DA XUXA É ESSE?'

FOTO: GLOBOPLAY

A pergunta que uniu o país inteiro tem dona: Patrícia Veloso! Foi só um trecho da professora viralizar em um dos episódios do documentário original Globoplay, Pra Sempre Paquitas (2024), que logo o bordão foi parar na boca do povo!

Fonte: GSHOW



Tensão

Um grande dilema da tendência

HUMOR



ESVAZIAMENTO

Reflexão

Já parou para pensar...

Quais símbolos e estéticas vernaculares da cultura brasileira podem estimular relações afetivas coletivas?

Celebrar a cultura vernacular é uma forma de ativar a memória e a nostalgia coletiva.

Ao explorar esses símbolos, os laços afetivos se fortalecem, o engajamento aumenta e o consumo ganha um valor mais profundo.

Oportunidade

O que a sua marca pode fazer?

As marcas têm a oportunidade de conectar a memória das pessoas à sua própria história, resgatando estéticas e símbolos culturais do universo brasileiro.

Ao adotar as novas linguagens da internet – como memes e conteúdos de humor – elas mantêm sua relevância nas conversas cotidianas e fortalecem seu papel nas expressões culturais contemporâneas.

Só tem no BR: nova cultura vernacular brasileira

Oportunidades Globo



Carnaval Globeleza

Carnaval Globeleza" celebra a diversidade cultural do Brasil, trazendo a folia de rua de várias cidades para as telas da Globo. Com o projeto "Glô na Rua", o programa conecta o país através dos blocos carnavalescos, mostrando a criatividade, os ritmos e as tradições que compõem a maior festa popular do Brasil.



Encantado's

Encantado's celebra a rica cultura brasileira no bairro Encantado, no Rio de Janeiro. Os irmãos Eraldo e Olímpia herdaram um mercadinho e enfrentam desafios enquanto lutam para preservar as tradições locais e a vibrante escola de samba. A 3ª temporada promete mais emoções, histórias cativantes e a autenticidade que só o Brasil pode oferecer



Avisa lá que eu vou

Paulo Vieira em uma turnê pelo interior do Brasil, celebrando as tradições locais e a autenticidade do povo brasileiro. Em cada parada, ele transforma a rua em palco de histórias, risos e trocas culturais, revelando personagens únicos e a diversidade das nossas raízes. Um retrato vibrante da alma brasileira



Descubra o Brasil: Oportunidades Locais com a Globo e suas Afiliadas

A cultura brasileira é rica, e a diversidade está no DNA do nosso povo. Com as afiliadas, a Globo destaca eventos e celebrações locais, conectando marcas à essência cultural do Brasil. Transforme sua estratégia publicitária e alcance novos horizontes [Clique aqui e acesse](#)

Obrigad_!

NIP - IM | Insights de Mídia & Mercado



Confira esse e outros estudos e pesquisas da área de Inteligência de Mercado da Globo em:

gente.globo.com
globoads.com/materiais-gratuitos

100
ANOS DE GLOBO

