



O que podemos aprender com o comportamento dos gamers nas redes sociais?



A indústria de games é o maior segmento do entretenimento mundial e registrou um valor de mercado de **US\$ 137,9 bilhões** em 2018. O Brasil tem importante participação nesse cenário:

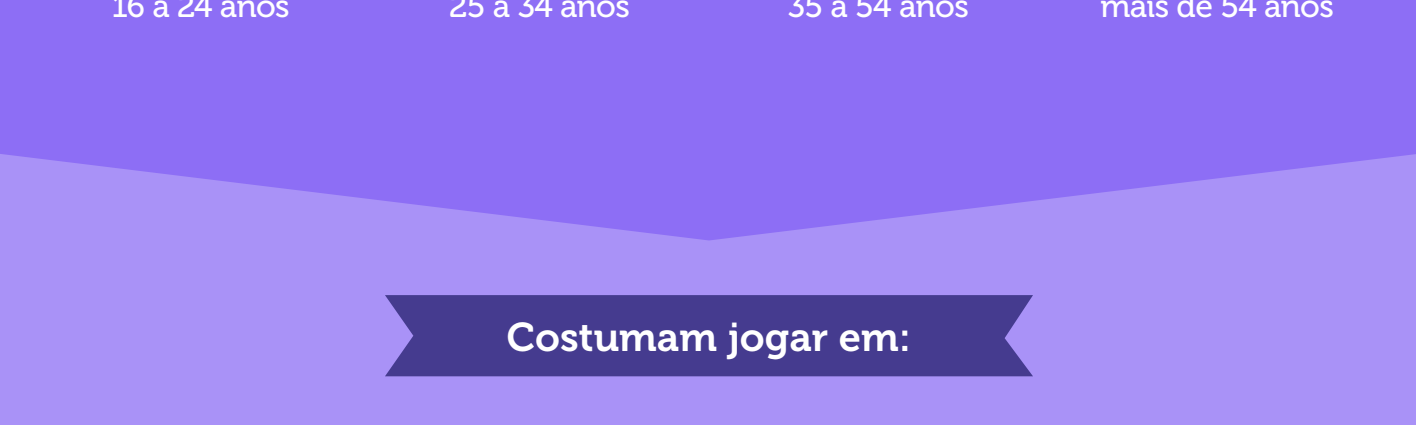


Diante desse potencial, buscamos saber como o público gamer se comporta através de uma **netnografia**: pesquisa com dados coletados nas redes sociais, a fim de compreender os hábitos de usuários a partir do que eles falam nessas plataformas. Foram coletadas **26.041 publicações** no Facebook, Instagram, Twitter e YouTube entre 14 e 24 de maio de 2019. Após triagem, com apoio de uma ferramenta de monitoramento, chegamos a uma amostra de 4.958 posts através de termos, hashtags, marcas e influenciadores do universo dos games.

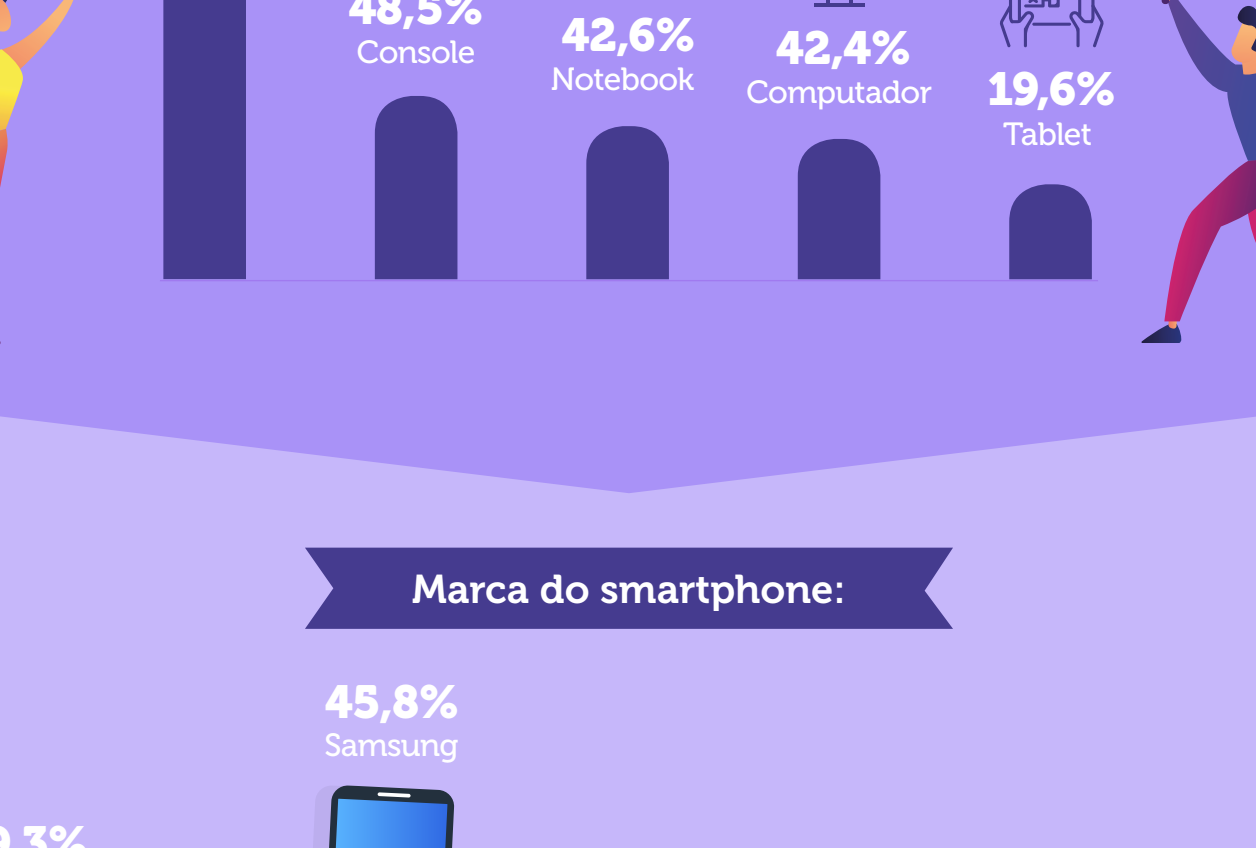


Perfil dos gamers brasileiros: quem são e o que preferem

Gênero



Faixa etária



Costumam jogar em:



Marca do smartphone:



Qual console possui:



Como o universo dos games movimenta a internet?

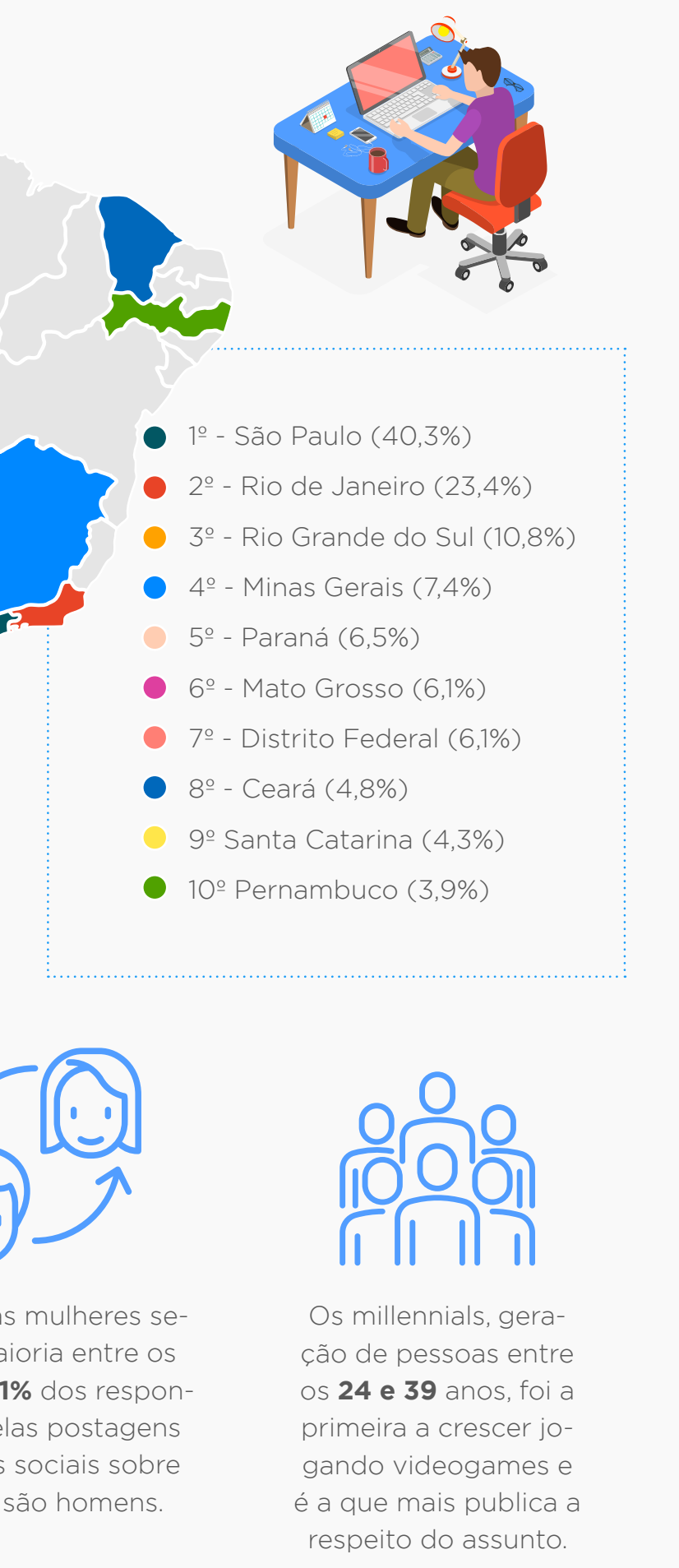
As **26.041** publicações inicialmente coletadas foram publicadas com a seguinte distribuição:



O engajamento, número de interações como likes e comentários, foi de **3,6 milhões**

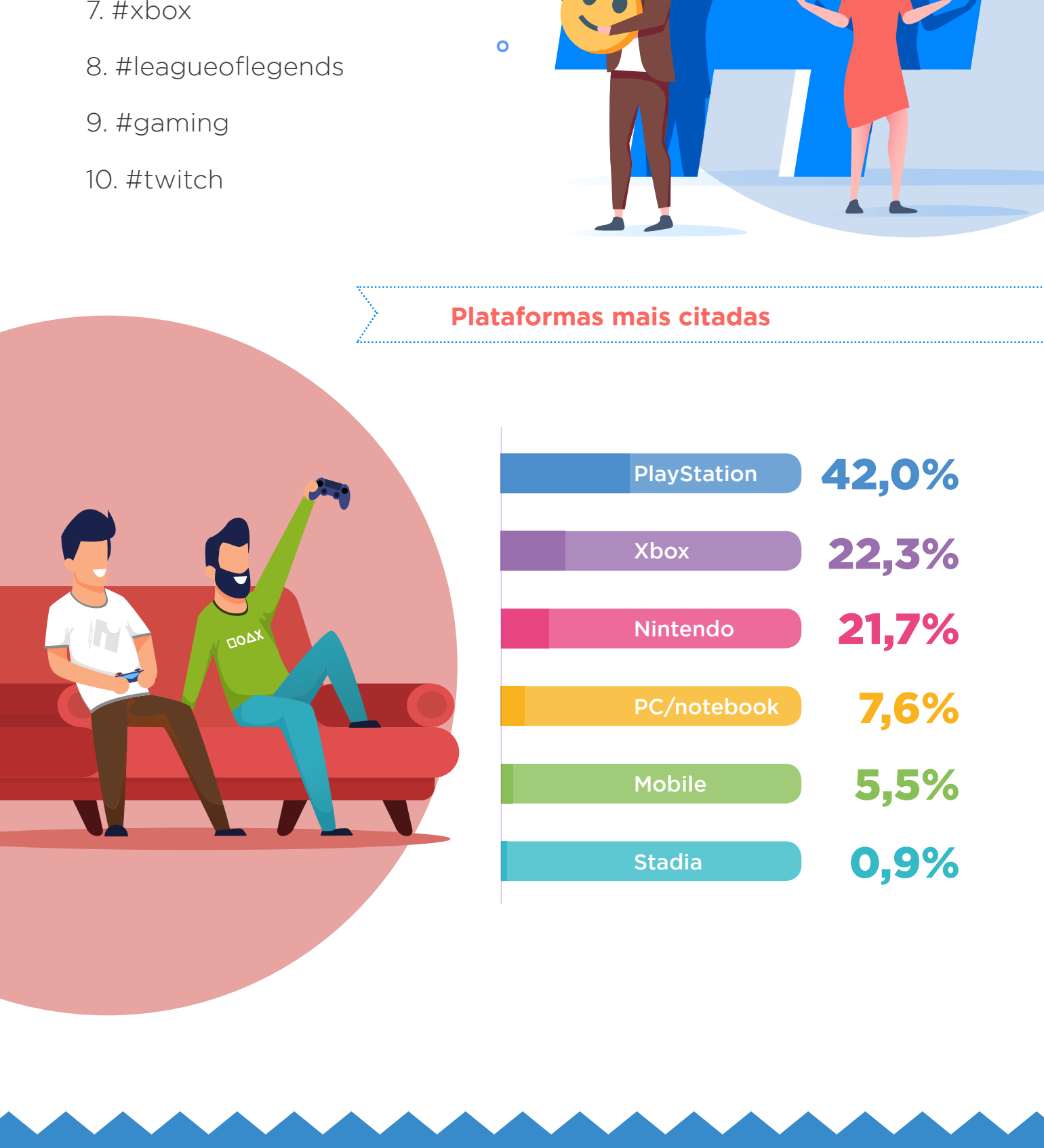
As impressões, total de vezes em que as publicações foram vistas, foram **96,5 milhões**

São **4,5 mil** perfis envolvidos nas interações



A amostra de **4.958 publicações** foi classificada por meio de tags conforme o assunto abordado, identificando as principais temas discutidos pelos gamers nas redes sociais. Foram aceitas mais de uma tag por post, já que muitos traziam mais de um assunto relevante:

Relação entre tags e número de publicações

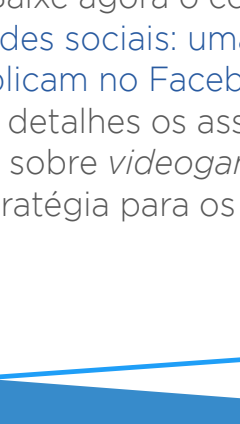


Apesar do Facebook concentrar a maioria das publicações, os usuários utilizam diferentes redes sociais para falar de assuntos distintos. Crítica, Negócios, Hardware e Novidades, por exemplo, são mais debatidos no Facebook, enquanto eSport, Feiras, E3, Jogatina e Lançamentos são assuntos comentados majoritariamente no Twitter.

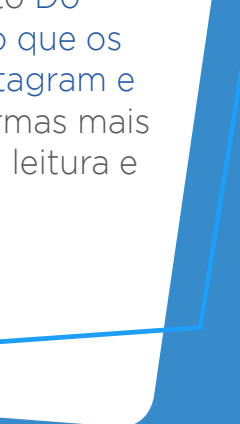
Onde, quando e quem são os gamers que interagem nas redes sociais



A atividade dos gamers nas redes sociais ocorre principalmente à noite, entre 18h e a meia-noite, com pico às **21h**, decaindo a partir da 1h, na madrugada e manhã.



Embora as mulheres sejam a maioria entre os gamers, **71%** dos responsáveis pelas postagens em redes sociais sobre o tema são homens.



Os millennials, geração de pessoas entre os **24 e 39** anos, foi a primeira a crescer jogando videogames e é a que mais publica a respeito do assunto.

Termos, hashtags e plataformas mais relevantes no segmento

Os termos mais recorrentes citados por gamers nas redes sociais são relativos a jogos, consoles, plataformas digitais e ao próprio universo gamer. Paralelamente, as plataformas de jogos mais comentadas pelos jogadores são o PlayStation, o Xbox e o Nintendo.

As hashtags mais usadas

1. #fortnite
2. #gamer
3. #games
4. #game
5. #nintendoswitch
6. #ps4
7. #xbox
8. #leagueoflegends
9. #gaming
10. #twitch

Plataformas mais citadas

Aproveite as melhores oportunidades do mercado de games

Os eSports, esportes eletrônicos, devem gerar **US\$ 1,1 bilhão** em 2019. É importante estar atento a oportunidades de participar do segmento.

Há espaço para novas lojas virtuais de jogos para PC. No Brasil, são poucos players nesse setor, indicando abertura do mercado para atuação de empreendedores.

O faturamento brasileiro com games deve chegar a **US\$ 1,4 bilhão** em 2019, e quase 100% desse valor será impulsionado pelos games mobile. Ou seja, há muitos negócios a serem feitos na modalidade.

O streaming de games possibilitará que jogos sejam acessados em qualquer plataforma. O modelo ainda deve passar por desafios em locais com internet de baixa qualidade, mas é importante ficar de olho e acompanhar a evolução dessa modalidade.

O Sistema de Inteligência Setorial do Sebrae/SC desenvolveu um estudo aprofundado sobre o comportamento dos gamers nas redes sociais. Baixe agora o conteúdo completo **Do videogame para as redes sociais: uma análise sobre o que os gamers brasileiros publicam no Facebook, Twitter, Instagram e YouTube** e conheça em detalhes os assuntos e plataformas mais presentes nos debates sobre videogames. Aproveite a leitura e leve mais estratégia para os seus negócios!

