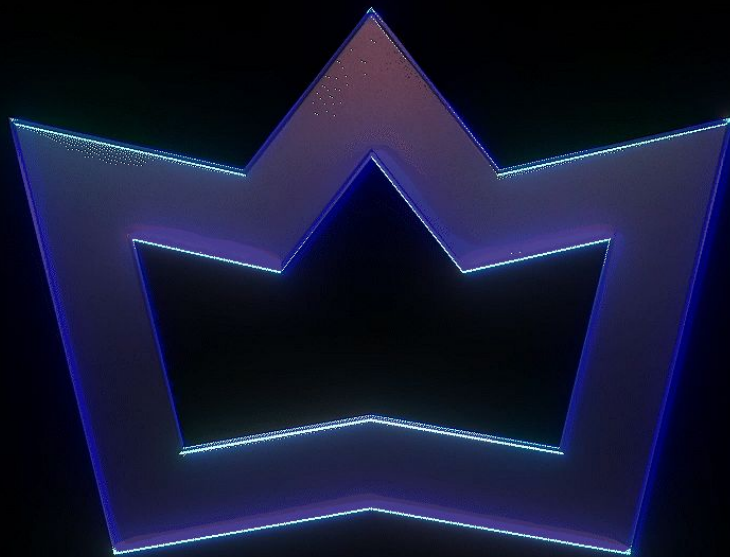


SEASONAL DROPS

Música: Tendências e Insights

Powered by



Utilizamos como fonte da pesquisa a nossa plataforma proprietária: Winnin A.I.

Faça um tour pela plataforma!

The screenshot displays the Winnin A.I. platform interface. At the top, there's a navigation bar with 'Meta', 'Novos Usuários', 'PT', 'Central de Ajuda', and 'FA'. A sidebar on the left contains icons for 'Página inicial', 'Marca', 'Canais', 'Tópicos', 'Vídeos', 'Criadores', 'Comparar', 'Dashboards', and 'Winnin Reports'. The main content area shows 'Winnin topics' and 'Owned topics' tabs, a search bar with 'Busca', and '2105 Resultados'. Below the search bar are filters for 'Favoritos', 'Tópicos', 'Subtópicos', 'Tópicos de música', 'Subtópicos de música', 'Formatos', 'Últimos 12 meses', 'Audiência', and 'Idioma'. A table lists the top results with columns for 'Tópico', 'Relevância', 'Engajamento/Vídeo', 'Visualizações/Vídeos', and 'Vídeos'.

Tópico	Relevância	Engajamento/Vídeo	Visualizações/Vídeos	Vídeos
1 Artists Música	20B Engag.	3.59M	52.7M	4.38M
2 Moods & genres Música	22B Engag.	3.05M	72.32M	9.32M
3 Hot spots Música	6B Engag.	1.72M	17.37M	1.67M
4 K-pop Música - Moods & genres	6B Engag.	1.45M	28.23M	2.23M
5 Shorts Português - Formatos	12B Engag.	1.38M	51.26M	8.65M
6 Humor viral Português - Comédia	9B Engag.	1.31M	20.13M	2.26M
7 Beleza & cosméticos Português - Beleza & Moda	4B Engag.	1.29M	29.43M	1.23M

Insights

1 A força da regionalidade musical brasileira

Sertanejo e Arrocha tocando no Brasil inteiro, e desbancando o K-POP

1.1 Trending



É impossível não levar o arrocha a sério

2 Xô, síndrome do vira lata

Os cantores brasileiros têm motivado mais engajamento na cultura em vídeo que os internacionais

2.1 Trending



Sotaque pernambucano e baiano on repeat

3 _TheNewMusic Era.mp3

Sped up, lo-fi e slowed como os novos remixes da geração

3.1 Trending



Brazilian Phonk

4 One woman show

Lady Gaga e Madonna marcam o primeiro e terceiro maiores picos de relevância em shows e festivais

4.1 Trending



Mulheres no trap

5 Gracias a Dios nació en Latino América

Ser latino é o momento, e a música é fundamental nisso

5.1 Trending



Bad Bunny, please come to Brazil!

#1.1 Trending!

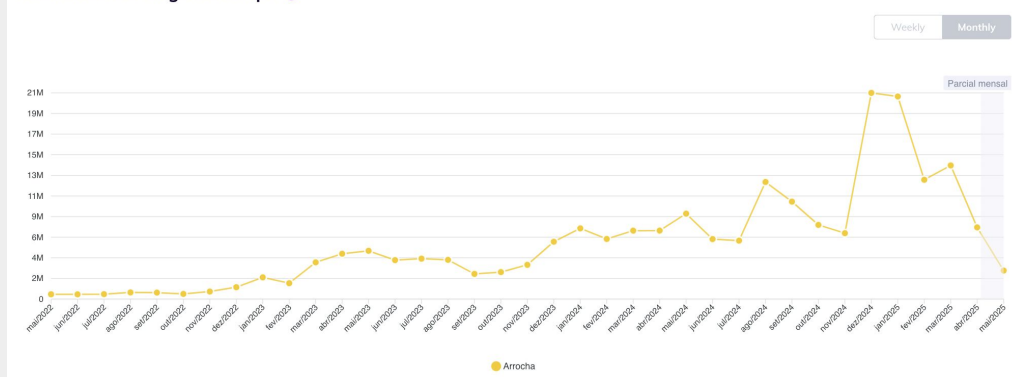
É impossível não levar o arrocha a sério

A cultura em vídeo mostra que o verão de 2025 será lembrado como o verão do Arrocha, com uma crescente de 185% em relevância na virada de Novembro para Dezembro.

É um fenômeno que começa com o lançamento de "Resenha do Arrocha", hit de J.Eskine, seguido por "Resenha do Ex love" e o mais recente "Mãe solteira".

→ "Resenha do Arrocha" já soma mais de 960 mil reels que usam a trilha.

Relevância ao longo do tempo



Ouvindo um dos hits desse carnaval, de J.Eskine. Há 4 meses, ele estava fazendo apresentações em balões, no trajeto de Salvador para Itaparica. E, em breve, ele estará no palco do domingo.



"É o meio 4 54 54" "É Estou muito feliz com o sucesso que o música "54 54" está fazendo no meio vivo, gente!...". Músico dirigido pelo cenário sempre e não deixar de qual esse sucesso! Pooooooooooooooooooooo #Diga agora mesmo e arraste mult #Link nos stories #Thadeu55 #Murganholovera #Arrocha #Cena #EstadãoQual #5454

#2 Insight

Xô, síndrome do vira lata!

Os cantores brasileiros têm motivado mais engajamento na cultura em vídeo que os internacionais

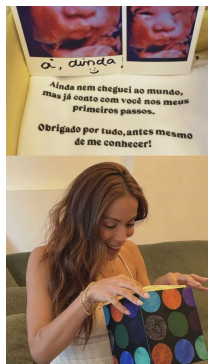
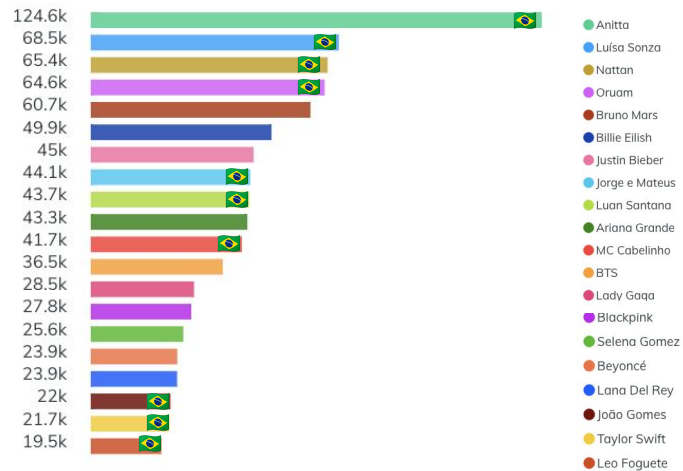
Mesmo que nos charts a disputa seja mais acirrada, na cultura em vídeo, quem vence de lavada são os artistas brasileiros.

Liderados por Anitta, nomes do Pop, Sertanejo, Forró e Trap cravam médias de engajamento acima de pop stars de escala global, como Beyoncé e Billie Eilish.

Dá vontade né, gringos?

Comparação de tópicos

Engajamento · Todos os provedores · Média · 12 meses · Audiência: Todos os gêneros, 18 - 24,25 - 34, Brazil



Seu amigo de alguém que abriu o seu presente que o músico me deu. A Anitta é uma rockista, é isso o...
Lançou que apareceu não. Vou me casar com o primeiro parceiro que eu encontrar em um momento adequado.
manejaram nossos vídeos. Por isso, não tem decisão fazer um canal especial! 🇧🇷



Sua filha está pronta para o casamento 🇧🇷 Luísa Sonza em Fortalezaoooooooooooo 🇧🇷

Luísa Sonza em Fortalezaoooooooooooo 🇧🇷

Luísa Sonza em Fortalezaoooooooooooo 🇧🇷

Luísa Sonza em Fortalezaoooooooooooo 🇧🇷

Luísa Sonza em Fortalezaoooooooooooo 🇧🇷

Luísa Sonza em Fortalezaoooooooooooo 🇧🇷

#2.1 Trending!

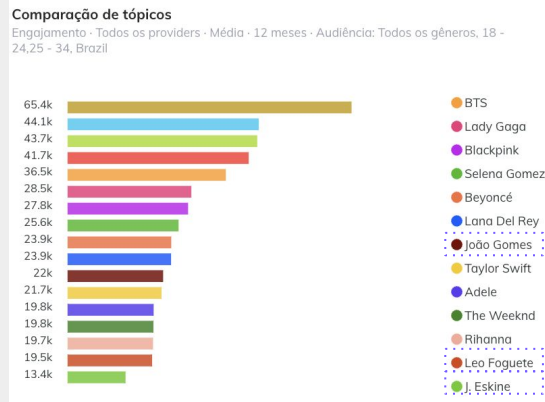
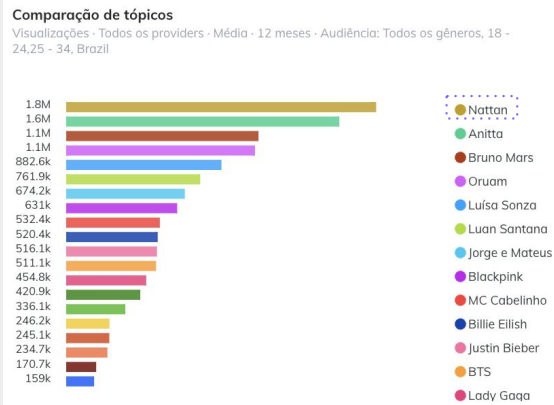
Sotaque pernambucano e baiano *on repeat*

Nada da hegemonia Rio-SP

Se a regionalidade tem feito barulho nos gêneros musicais, entre os artistas isso fica ainda mais claro.

Podemos observar nomes como Nattan liderando a média de visualizações entre os cantores mais relevantes no Brasil, perdendo em engajamento só para Anitta.

Mais nomes nacionais aparecem no ranking: João Gomes, com média de engajamento superior a Taylor Swift, Adele, Rihanna e The Weeknd, e Leo Foguete e J.Eskine, dois estreantes que já equilibram as médias com as estrelas globais.



#3 Insight

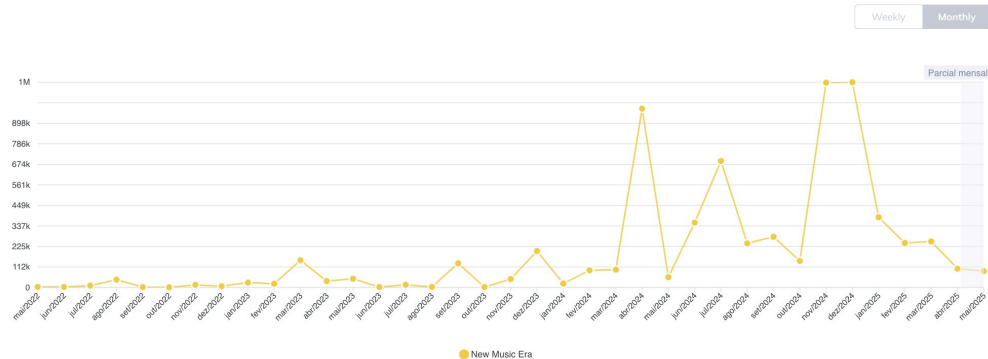
_TheNewMusicEra.mp3

Sped up, lo-fi e slowed como os novos remixes da geração

Popularizados pela ascensão dos áudios e edits, as músicas sped up, slowed & reverb'd e lo-fi são versões aceleradas, desaceleradas e remixadas de uma mesma música, que oferecem diferentes propostas às faixas que já conhecemos.

Inicialmente enfrentando resistência por parte dos artistas, que não gostavam das alterações, as edições agora são aceitas como parte integral da cultura de vídeo e até mesmo lançadas como versões alternativas pelos próprios artistas em alguns casos.

Relevância ao longo do tempo



#3.1 Trending!

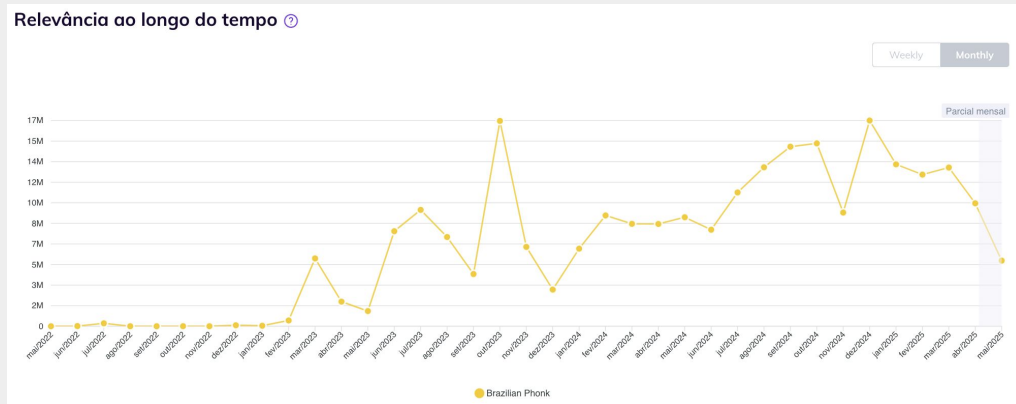
Brazilian Phonk

Como o funk brasileiro vem sendo exportado em remixes

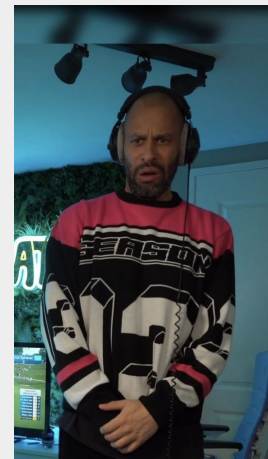
Um dos cases mais engajados da nova era musical criou raízes num ritmo nacional: o Brazilian "Phonk".

O subgênero consiste em uma tentativa estrangeira de reproduzir o funk brasileiro, com sons mais pesados, repetitivos e eletrônicos.

O ciclo do Brazilian Phonk já está totalmente alinhado aos lançamentos do funk brasileiro: rapidamente formatando os hits em trechos compactos e de potencial viral, que ajudam o nosso funk a atravessar fronteiras.



Only in Brasil 🇧🇷... #humor #dancing #choreography #phonk #brasil #comedy #twins #usa #rdj



Godness gracious 🙏🇧🇷 Brazilian Phonk >>>>

#4 Insight

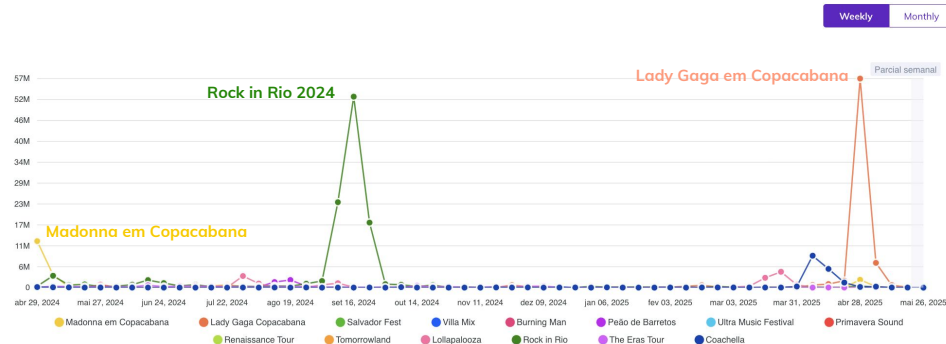
O impacto de *one woman show*

Lady Gaga e Madonna marcam o primeiro e terceiro maiores picos de relevância em shows e festivais

Os shows gratuitos de Lady Gaga e Madonna na praia de Copacabana somaram uma média de 60k em engajamento, a segunda maior quando o assunto são festivais e shows musicais no Brasil.

Já era de se esperar que tratando de duas das maiores pop stars da atualidade, as métricas fossem altas, mas ainda é surpreendente o potencial de conversas que uma única noite de música é capaz de produzir.

Relevância ao longo do tempo



Lady Gaga troca de figurino para look com as cores do Brasil em 'Abracadabra'

Lady Gaga trocou seu figurino de abertura de show para um look com as cores do Brasil, levando o público à loucura. Durante a música 'Abracadabra', Gaga deixou seu enorme vestido vermelho, que inclui uma das estruturas de seu palco, por outro verde com detalhes em amarelo e azul. Ao gritar "Brasil", Gaga foi ovacionada pelo público, que teve a prioridade de Copacabana na noite deste sábado. (2) para acompanhar a apresentação histórica. Leia mais no [g1](#). #gagabrazil



É a história sendo escrita diante dos nossos olhos! Pablo Vittar subiu no palco com Madonna, na praia de Copacabana, para uma versão em samba da faixa #Music. A performance ainda contou com a participação de jovens da escola de samba @RitmoCarnaval, sob o comando da Pretinha de Serrinha. Acompanhe aí também! @Multishow

Publicado em 2025/04/28

#4.1 Trending!

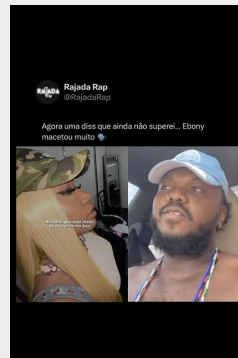
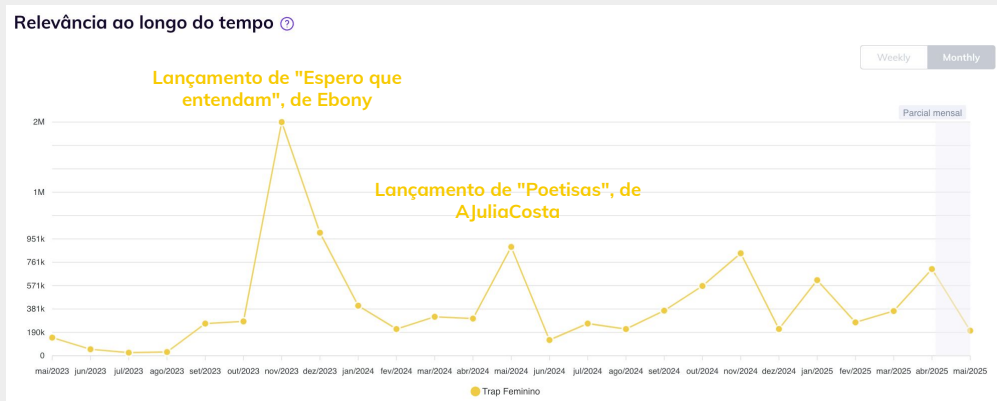
Mulheres no trap

As cantoras do gênero têm lutado por mais espaço na cena e conquistado números inéditos

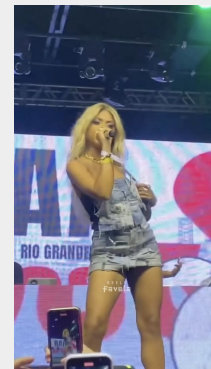
Em termos de cultura em vídeo, se observa um novo movimento a partir de Novembro de 2023, mês em que a rapper Ebony lança um *diss track* citando os rappers masculinos mais populares do país.

A música fala, entre outros assuntos, sobre a falta de visibilidade feminina na cena do trap, por preconceito do mercado e do público.

Mais picos de relevância surgem depois do recado de Ebony, de mais representantes femininas do gênero: AJuliaCosta, Slip Mami e Duqueza.



O Djonga reagindo a cometa da Ebony, ela fez histórica! O que vocês acham de "Espero Que Entendam (Freestyle Diss)? Leg: acervo musicas #ebony #diss #djonga #freestyle #rap #trap #rapbrasil #rapfeminino #rajadarap #rajadolegendas



Essa é a gloriante! # Trcho de AJuliaCosta em Posturas no Topo 3 no Pineapple Viralz e rapper ovacionado em show por fãs e nos redes

#5 Insight

Gracias a Dios nací en Latino América

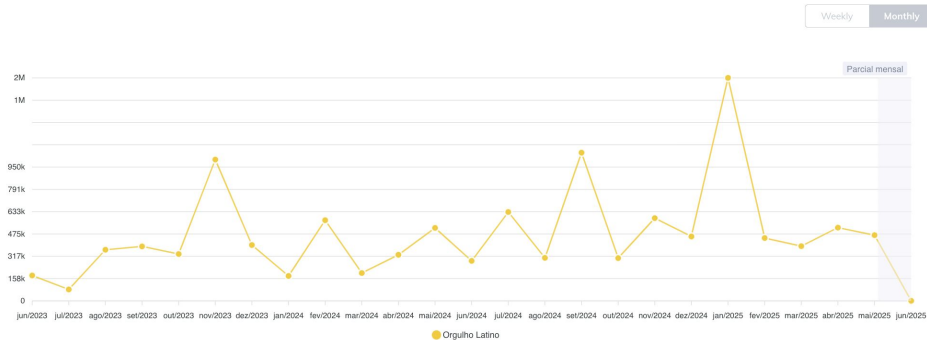
Ser latino é o momento, e a música é fundamental nisso

Já diria Bad Bunny, "agora todos querem ser latinos, mas lhes falta tempero".

A cultura em vídeo também reflete o comportamento recente de países latino americanos em exaltar sua cultura como um todo, sobretudo a autenticidade musical e rítmica tão característica destes países.

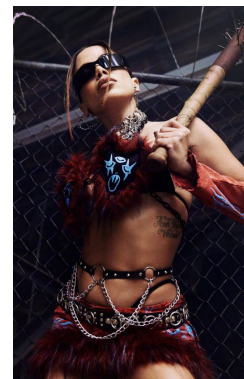
É um comportamento que cresce em ritmo de picos de relevância, indicando que alguns vídeos específicos acertam em cheio no sentimento coletivo de patriotismo cultural - geralmente os que falam de maneira direta sobre o "molho" latino.

Relevância ao longo do tempo 🕒



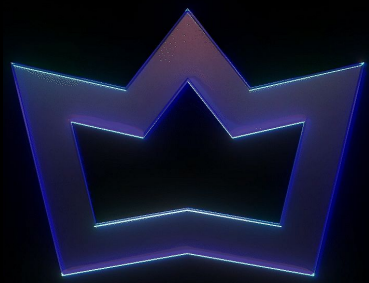
A líder da nossa alcatéia latina, shakira, começou sua nova turnê mundial com um show arrebatador de 2h20 e 13 trancas de figurino no Rio de Janeiro! A colombiana passou pelos 35 anos de carreira no selista do #myworldtour, cantou com os filhos Milan e Sasha, fez cover de Chico César, mostrou a força de sua música e celebrou o reencontro com os fãs brasileiros após 7 anos longe. Leia e veja mais sobre o show no site. 📄 patrickmonteiro / @ Victor Chappetta@News)

Publicado: 12/02/2025
Tópico: #Virgins, Artes, Celebridades & Influenciadores



1 ano deste álbum que para mim foi o mais prazeroso da minha carreira. 📄 O que mais tenho orgulho de ter feito. Trazer o funk dessa maneira completa, elevada e multifacetada que eu sempre sonhei e que o ritmo merece foi uma realização muito especial pro mim. Obrigada a todos que fizeram parte da confecção desse projeto. 📄 #FunkGeneration

Publicado: 27/04/2025
Tópico: Artes



Obrigada!

Powered by





Entretenimento de Verão:

Carnaval, Festivais de
Música e Reality Shows

Brasil 2025



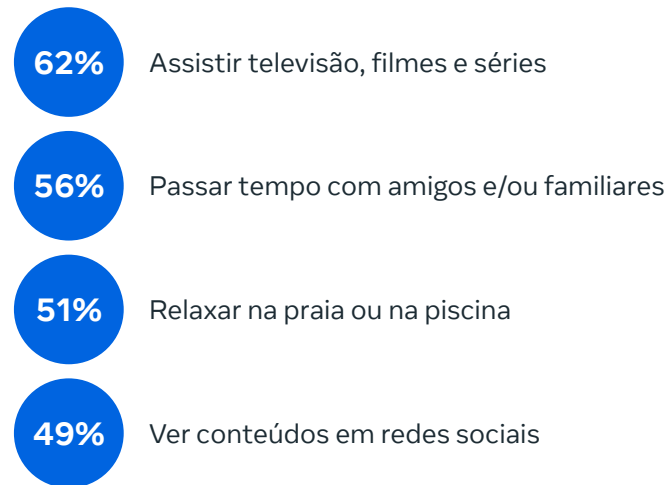
Introdução



O início de 2025 promete ser vibrante! Com a chegada do calor e a busca por novas experiências, os brasileiros estão mais conectados do que nunca. Viagens, momentos de relaxamento, festivais e reality shows fazem parte deste cenário, oferecendo às marcas a oportunidade de criar conexões autênticas e memoráveis com seu público.

Verão é sinônimo de **diversão, amigos, música e relaxamento**

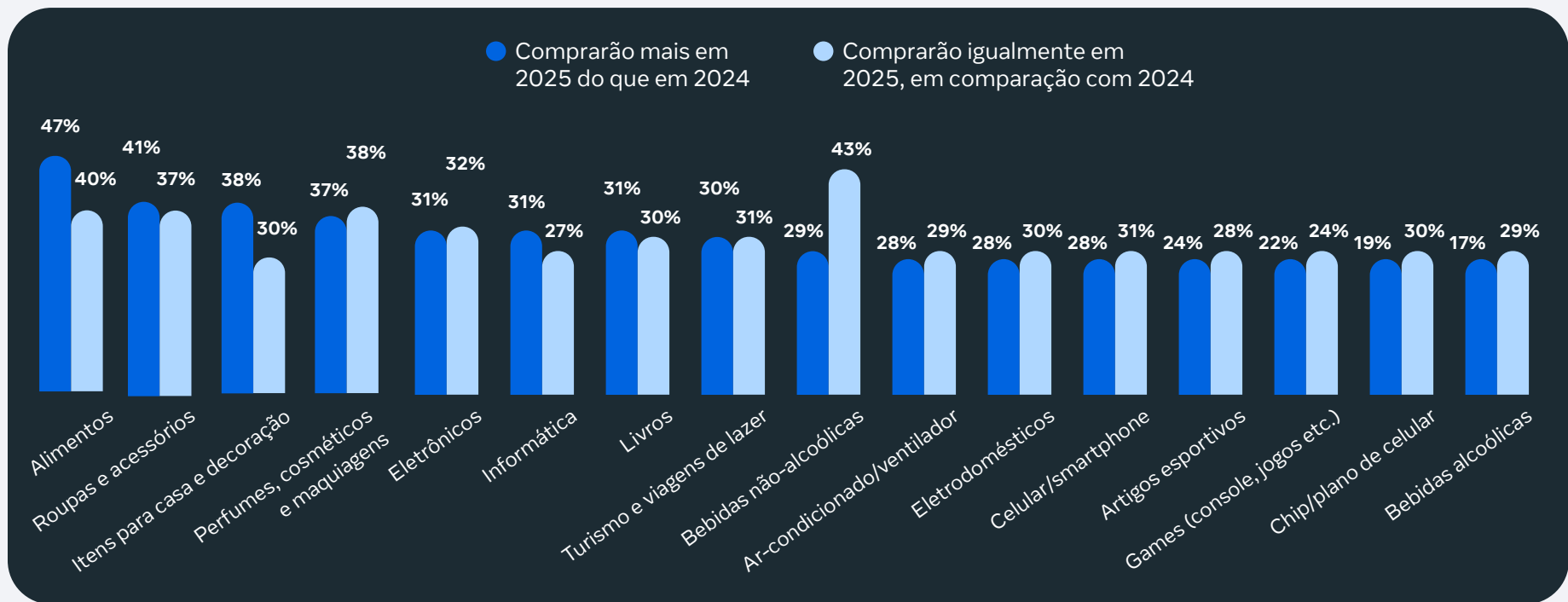
As atividades que os brasileiros mais gostam de fazer durante a temporada de verão:



Temas mais importantes quando chega o calor:



Comprinhas de verão: as categorias que os brasileiros pretendem comprar mais no Verão



Dicas preciosas:

Os brasileiros estão em busca de cupons e promoções



Os consumidores brasileiros esperam das marcas para o Verão 2025:

68% Cupons de desconto

53% Indicação de promoções e ofertas

45% Dicas

30% Tutoriais

30% Conteúdo de criadores/influencers

Três datas estratégicas para as marcas capturarem o máximo potencial do Verão

01

Carnaval

02

Reality Shows

03

Festivais de Música

01



Carnaval

Vamos carnavalizar!

O Carnaval é um momento de liberdade, em que as barreiras caem e a alegria explode. É uma celebração da vida, da diversidade e da criatividade. É um convite para se soltar, para dançar, para cantar e para viver intensamente.



Energia lá no alto!

Os brasileiros esperam vivenciar o Carnaval de várias formas

52%

dos brasileiros estão animados
para o Carnaval 2025

O que fazer no Carnaval?

- 74%** Descansar
- 69%** Ficar em casa
- 60%** Festejar com amigos
- 60%** Desfrutar de uma gastronomia especial
- 59%** Trabalhar
- 59%** Conhecer pessoas novas
- 58%** Viajar para outra cidade no Brasil
- 50%** Participar de festas privadas

É hora de se soltar e se divertir! Os planos e as rotinas durante uma das festas mais animadas do Brasil



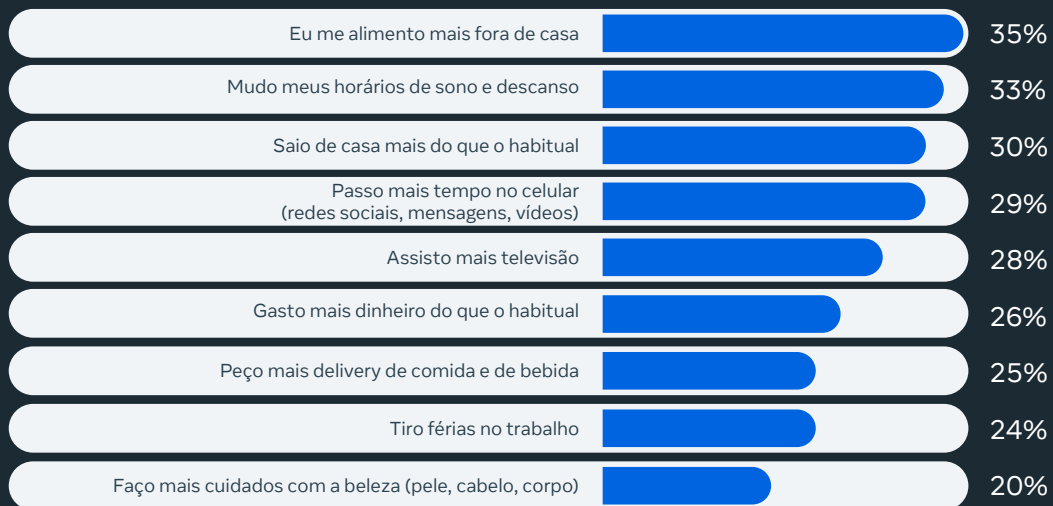
Há brasileiros que seguem suas tradições de festa ano após ano e aqueles(as) que buscam por novidades a cada carnaval. Não se preocupe, tem espaço para todo mundo!

Dentre os consumidores brasileiros,

36% já têm os planos definidos

34% têm algumas opções, mas ainda não decidiu o plano para o Carnaval 2025

Uma outra rotina: Mudanças durante o Carnaval



As diversas formas de viver a festa:

Como os brasileiros se preparam e experimentam as festas?

Segundos os brasileiros, a preparação da festa envolve:

50% não mudar a forma de se vestir e mantêm a vestimenta habitual

19% criar as próprias fantasias ou acessórios

22% comprar fantasias específicas para cada ocasião

19% utilizar complementos e acessórios temáticos

20% fazer a própria maquiagem de uma maneira especial para o Carnaval

9% fazer trajes de fantasia temática em grupo

Carnaval: consumidores dispostos a investir em novas experiências



Romper com a rotina e buscar **novas experiências** fazem parte dos planos para o Carnaval

Durante o carnaval, os consumidores brasileiros entrevistados declararam que:

Gostam de explorar novas experiências **29%**

Se permitem aproveitar sem se preocuparem com as despesas habituais **25%**

Se sentem mais propensos a fazer compras especiais **22%**

Gostam de experimentar novas marcas e produtos **18%**

Informações preciosas:

A programação de Carnaval está nas plataformas da Meta

70%

dos consumidores brasileiros ficam sabendo da **programação de Carnaval**, como blocos de rua, festas privadas e trios elétricos, pelas **plataformas da Meta**

44% por TV

23% por recomendações de amigos e familiares

Qual o tipo de conteúdo:

55%

Cupons de desconto

50%

Indicação de promoções e ofertas

38%

Dicas

34%

Conteúdo com criadores/influencers

28%

Tutoriais

As marcas que marcam o Carnaval:

Conhecimento regional e celebridades são envolvidos!

Os consumidores brasileiros entrevistados declaram que concordam que:

67% valorizam as marcas que apoiam eventos regionais, pois é uma forma de valorizar a cultura local.

62% consideram importante as marcas se associarem ao Carnaval.

64% costumam notar a presença de marcas durante a exibição de conteúdos de Carnaval.

61% confiam em marcas que fazem propaganda em grandes eventos.

64% acreditam que as marcas entendem a cultura e os carnavais locais pelo Brasil.

58% gostam de consumir produtos de marcas locais durante o Carnaval.

63% acreditam que dicas de celebridades influenciam os lugares que frequentam ou produtos que consomem durante o Carnaval.

02



**Reality
Shows**

Entretenimento a toda hora!

Existem cada vez mais programas no formato Reality Show que acompanham o dia a dia dos espectadores. Os reality shows são uma fonte de entretenimento que é rapidamente ampliada em diferentes plataformas.



Os Reality Shows estarão muito presentes na vida dos consumidores brasileiros

72%

dos brasileiros acompanham atualmente ou já acompanharam algum reality show no último ano.

Reality shows os brasileiros acompanharam em 2024 e pretendem acompanhar em 2025:

- 59%** MasterChef
- 57%** Big Brother Brasil
- 48%** Dança dos Famosos
- 46%** The Voice
- 42%** A Fazenda
- 33%** No Limite Amazônia

Tá na mão dos brasileiros:

Programação de Reality Shows está nas plataformas da Meta

52%

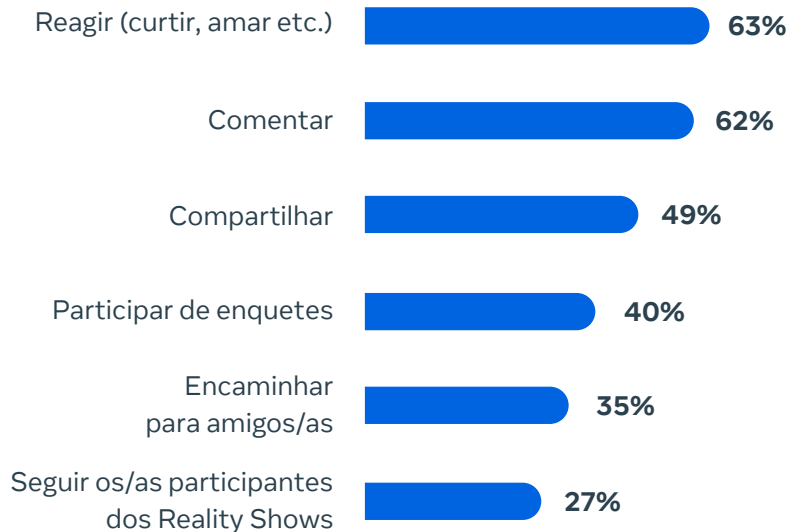
dos consumidores brasileiros acompanharam ou acompanham **reality shows** pelas **plataformas da Meta**.

88%

dos consumidores brasileiros costumam **interagir com o conteúdo** dos reality shows pelas **plataformas da Meta**.

Redes Sociais: onde o consumidor conecta com os Reality Shows

Tipo de interações que costuma ter através das redes sociais com conteúdos vinculados a reality shows:



Conteúdo relacionado a reality shows que mais chamam a atenção:

58%

Memes

51%

Bastidores

51%

Entrevistas

46%

Clipes

30%

Retrospectivas

A realidade das marcas para os Reality Shows

Os consumidores brasileiros entrevistados declaram que concordam que:

81% gostam de assistir reels (vídeos curtos no Instagram e no Facebook) com conteúdo de criadores sobre reality shows.

80% acreditam que a presença das marcas nos reality shows agregam valor ao programa.

74% acreditam que a presença de criadores de conteúdo nos reality shows adiciona valor ao programa.

71% seguem criadores de conteúdo/influencers que falam sobre reality shows.

71% gostam quando criadores de conteúdo fazem publis de produtos relacionados aos reality shows.

68% já compraram produtos depois de ver anúncios de marcas, produtos e/ou serviços em reality shows.

66% não se importam com anúncios durante os programas de reality shows.

62% acreditam que a presença das marcas nos reality shows interrompe a experiência de assistir os programas de reality show.

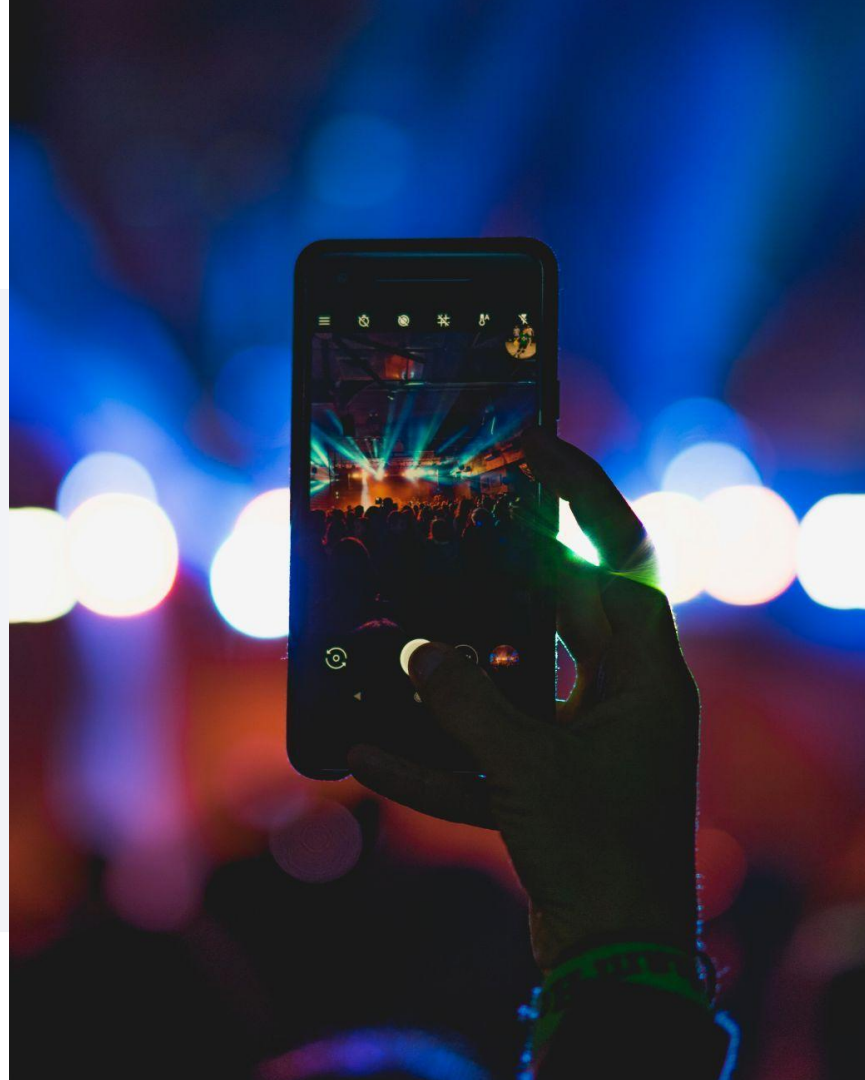
03



**Festivais
de Música**

Diversas formas de participar...

Os festivais de música convidam os espectadores a participar de diferentes formas. Através de dispositivos eletrônicos, de variadas plataformas e conteúdos, também é possível fazer parte dos festivais de música mais importantes do mundo.



Os Festivais de Música são protagonistas na vida brasileira

81%

dos brasileiros vão acompanhar ou já acompanharam algum festival de música no último ano.

Quais festivais de música você acompanhou em 2024 e pretende acompanhar em 2025?

61% Rock in Rio

57% Lollapalooza

42% The Town

Os festivais de música acontecem nas plataformas da Meta

62%

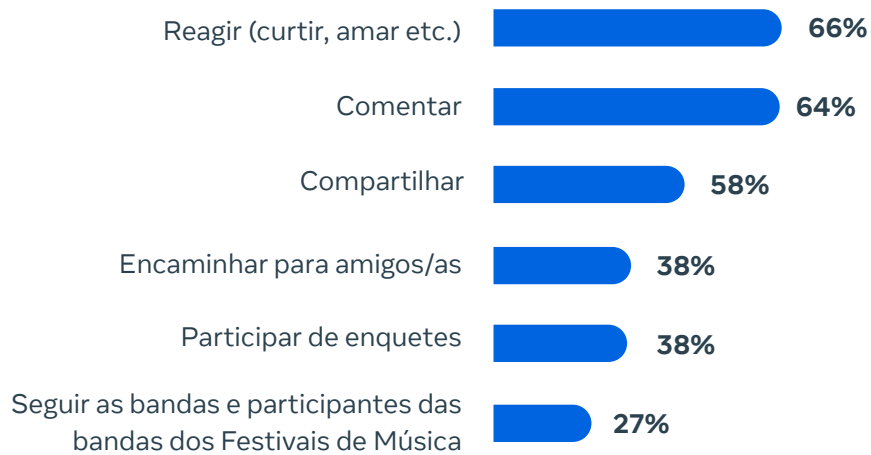
dos consumidores brasileiros acompanharam ou pretendem acompanhar festivais de música pelas plataformas da Meta.

93%

dos consumidores brasileiros costumam interagir com o conteúdo dos festivais de música pelas plataformas da Meta.

Reage, curte e comenta: Redes sociais conectam os consumidores com os Festivais de Música

Tipo de interações que costuma ter através das redes sociais com conteúdos vinculados a festivais de música:



Conteúdo relacionado a festivais de música que mais chamam a atenção:



Reels e criadores de conteúdo: Estratégias das marcas para os Festivais de Música

Os consumidores brasileiros entrevistados declaram que concordam que:

86% gostam de assistir Reels (vídeos curtos no Instagram e no Facebook) com conteúdo de criadores sobre festivais de música.

85% acreditam que a presença das marcas nos festivais de música agrega valor ao festival.

80% seguem criadores de conteúdo/influencers que falam sobre festivais de música.

79% acreditam que a presença de criadores de conteúdo/influencers nos festivais de música agrega valor ao festival.

78% gostam quando criadores de conteúdo/influencers fazem publis de produtos relacionados aos festivais de música.

74% já compraram produtos depois de ver anúncios de marcas, produtos e/ou serviços em festivais de música.

73% não se importam com anúncios durante a transmissão dos festivais de música.

66% acreditam que a presença das marcas nos festivais de música interrompe a experiência de assistir aos festivais.

