

RELATÓRIO
TIKTOK
no Brasil 2026



ÍNDICE

03

Sobre o Opinion Box

04

Perfil das pessoas entrevistadas

05

Sobre este relatório

06

O TikTok no dia a dia dos brasileiros

10

Quem posta e quem só assiste?

12

Lives no TikTok

14

Consumo de conteúdos

15

Relação com as marcas e consumo

17

Relação com influenciadores

19

Compras e anúncios

23

Opiniões sobre o TikTok

SOBRE O OPINION BOX

O Opinion Box desenvolve a tecnologia que você precisa para desvendar os desejos do consumidor e as tendências do seu mercado.

Com as nossas **soluções de pesquisa de mercado e customer experience**, ajudamos empresas de todos os portes e segmentos a levantar as informações que embasam decisões de negócio mais **inteligentes, ágeis e confiáveis**.

Desde 2013, combinamos tecnologias inovadoras e conhecimento técnico para criar **ferramentas poderosas de coleta e análise de dados**. Mais do que isso, criamos soluções de consumer insights que conectam pessoas e já trouxeram as respostas certas para as perguntas de mais de 1.000 empresas no Brasil e no mundo.

Fazemos tudo isso para que você resolva as dores do seu negócio sempre com base em dados e sem achismos.

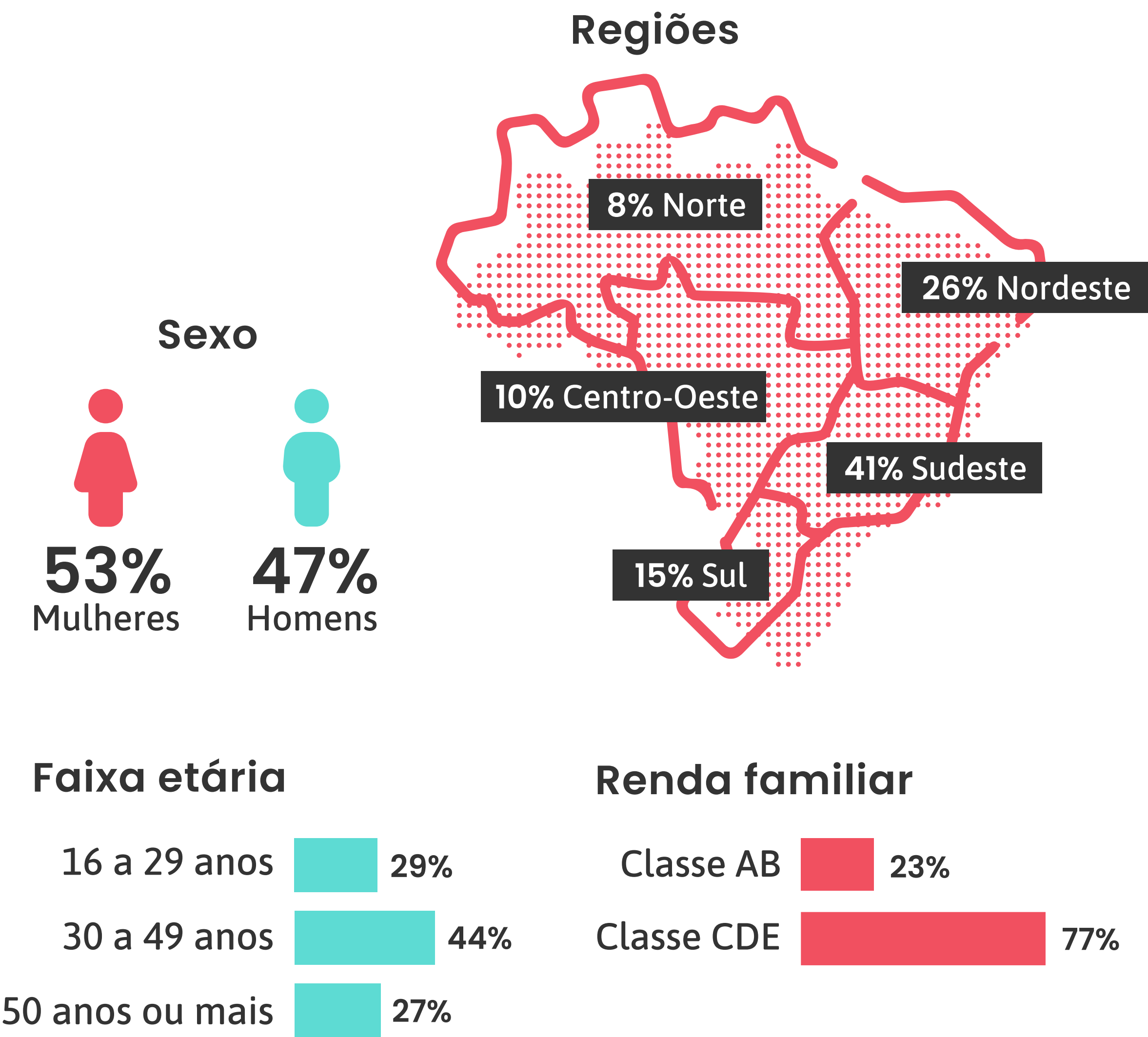
CONHEÇA O OPINION BOX

PERFIL DAS PESSOAS ENTREVISTADAS

1.066

pessoas usuárias de TikTok foram entrevistadas em janeiro de 2026.

Margem de erro de 3,1pp.



Aviso Legal

O compartilhamento dos dados e análises contidos neste relatório é permitido tanto em documentos públicos quanto privados, desde que acompanhados do devido crédito à fonte: Opinion Box: Pesquisa TikTok no Brasil - Março/2026

SOBRE ESTE RELATÓRIO

Com mais de 91 milhões de usuários só no Brasil, o TikTok tem sido uma plataforma cada vez mais presente na vida dos brasileiros. Seja para se distrair, descobrir coisas novas ou se informar, o app se tornou uma das principais fontes de entretenimento e informação.

Mais do que uma rede de vídeos curtos, hoje o TikTok é uma **plataforma que tem mudado o jogo para marcas**, criadores de conteúdo e, claro, para os próprios usuários.

Para entender melhor o que está por trás da popularidade desse aplicativo, o Opinion Box realizou uma pesquisa com mais de 1.000 usuários em todo o país. Confira os resultados a seguir!



Boa leitura!

DANI SCHERMANN

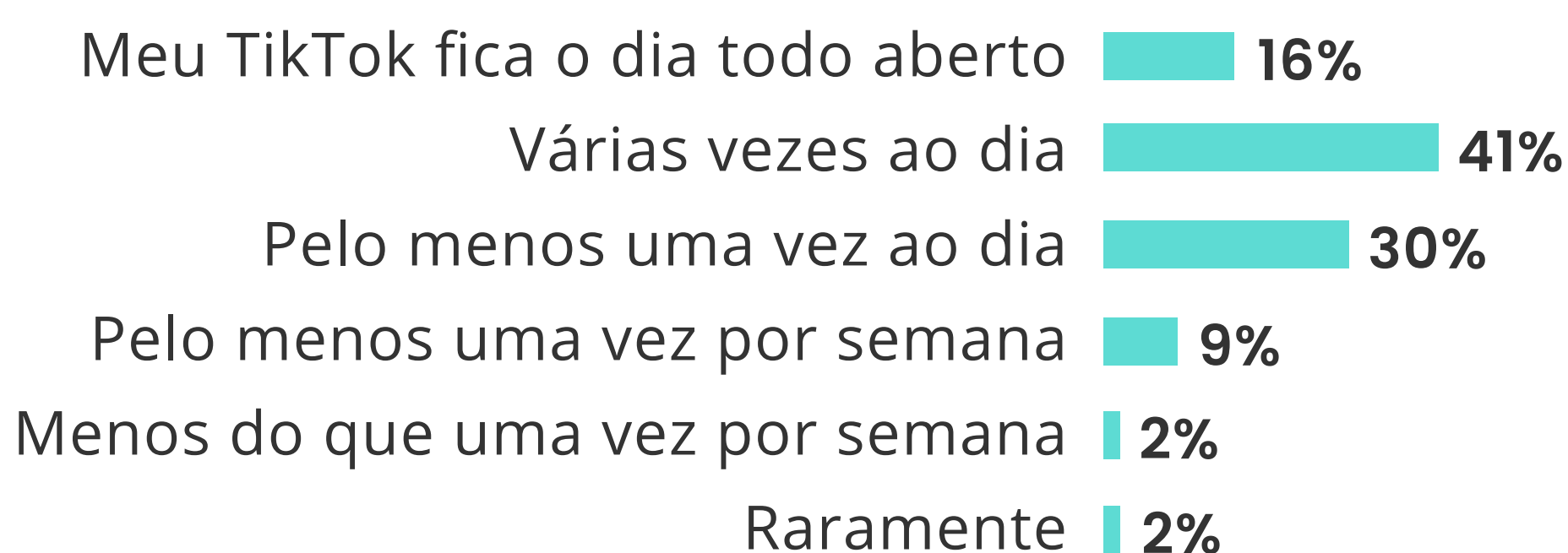
CMO do Opinion Box



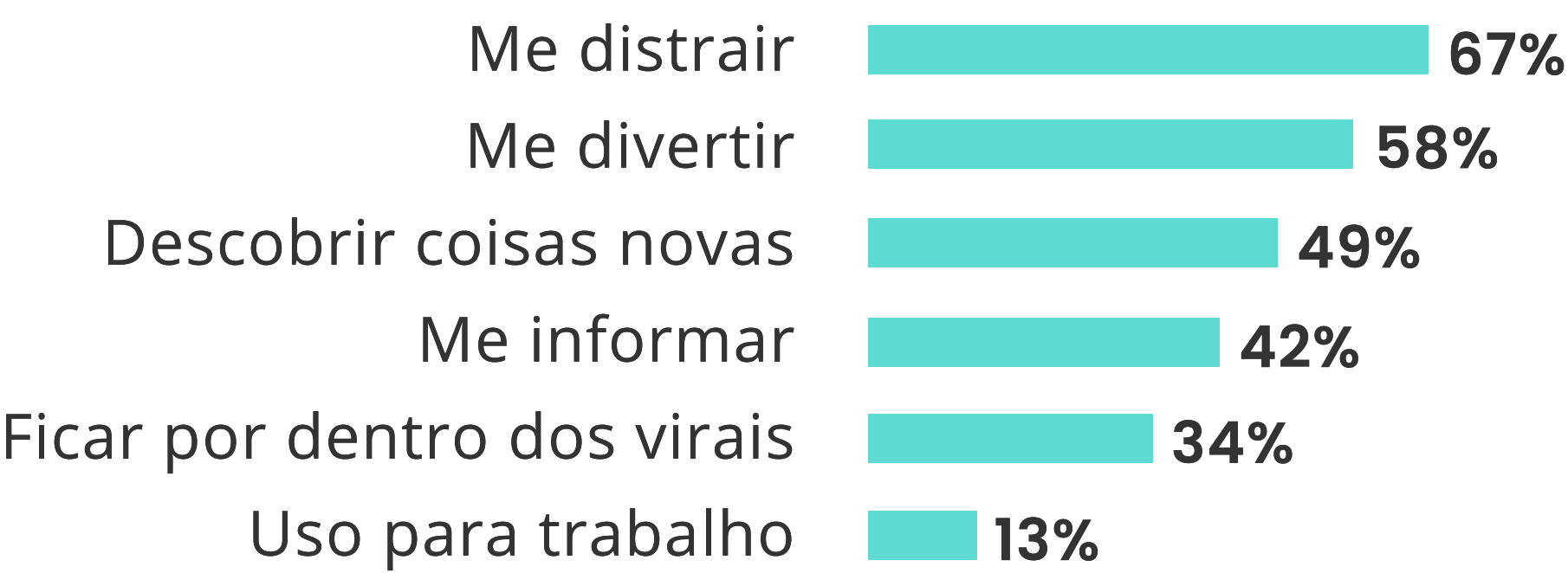
O TikTok no dia a dia dos brasileiros

Com uma interface simples e vídeos curtos que cativam, o TikTok conquistou uma audiência diversa, de todas as idades e interesses. Vamos entender como os usuários têm interagido com a plataforma no dia a dia.

Com que frequência você entra no TikTok?

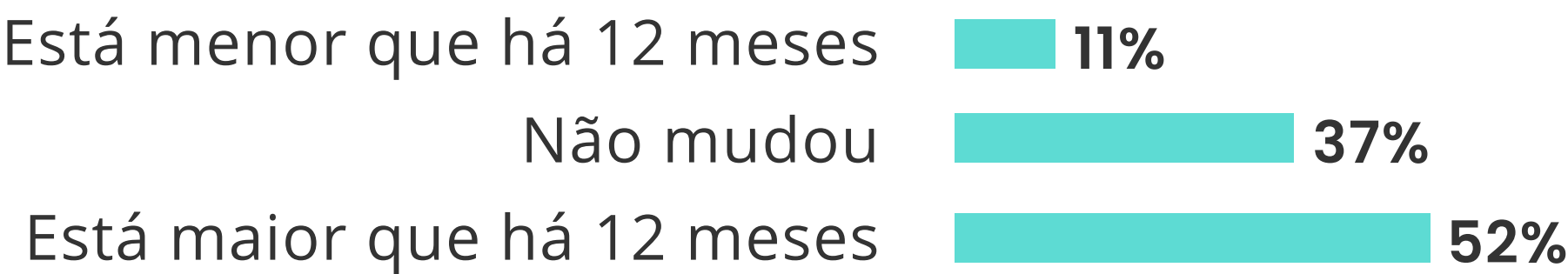


Você usa o TikTok para...?

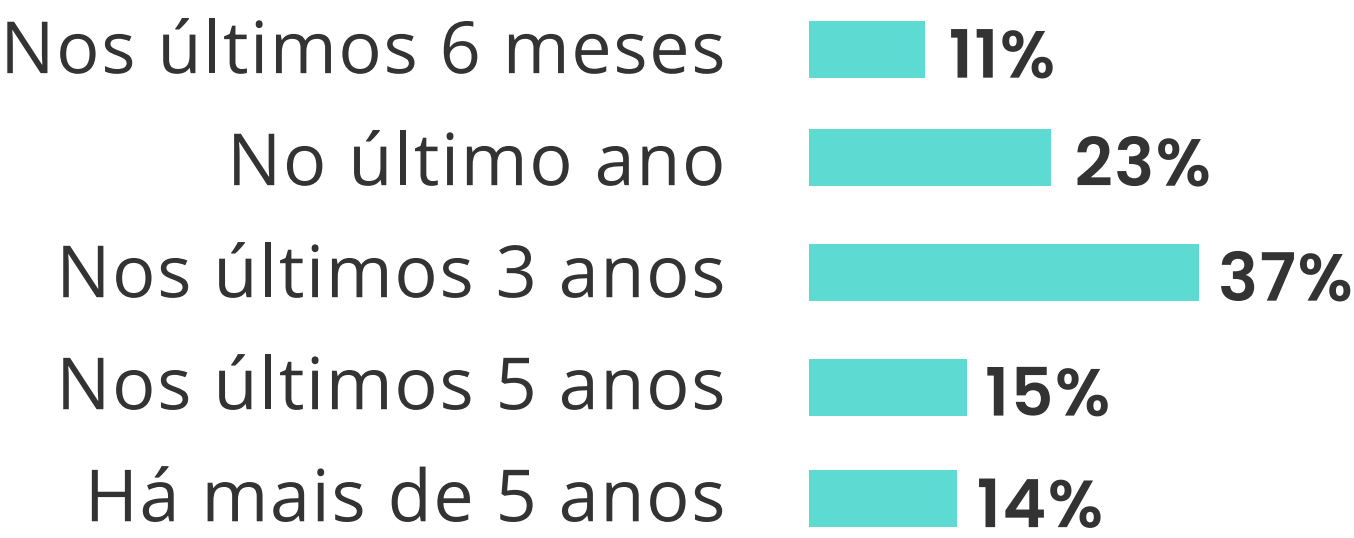


Analizando as razões que levam os brasileiros a usarem o TikTok, fica evidente que a principal razão é o entretenimento, mas vai muito além disso: **49% buscam descobrir coisas novas e 42% a utilizam para se informar.**

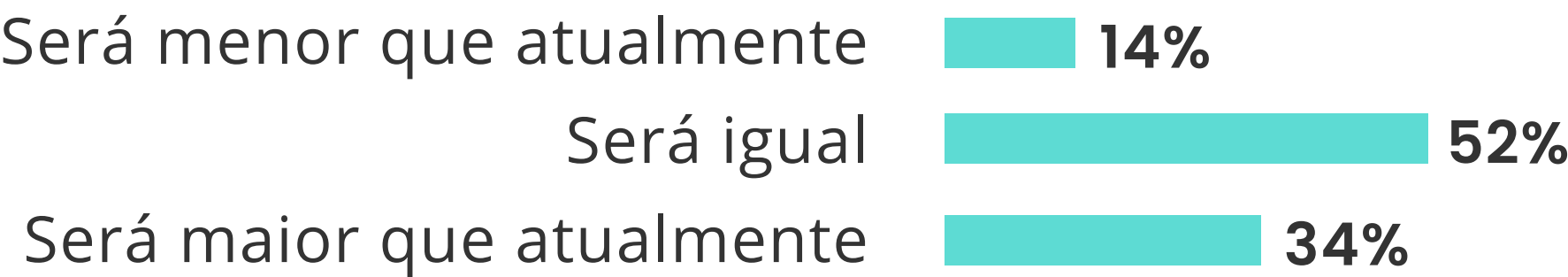
Comparando com 12 meses atrás, você diria que o seu uso de TikTok...



Quando você começou a usar o TikTok?



E pensando daqui a 12 meses, você diria que seu uso de TikTok...

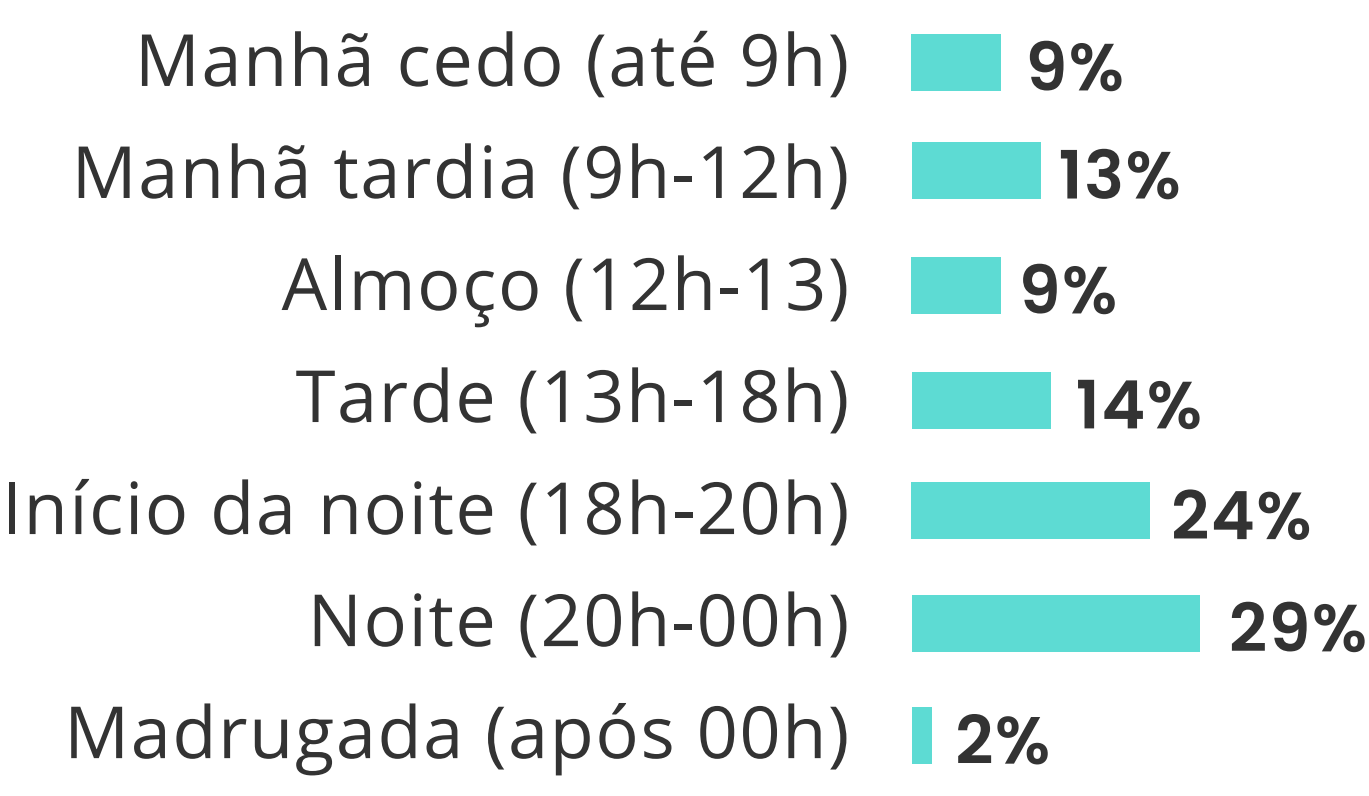


Entre as opções abaixo, marque tudo o que você costuma fazer no TikTok:

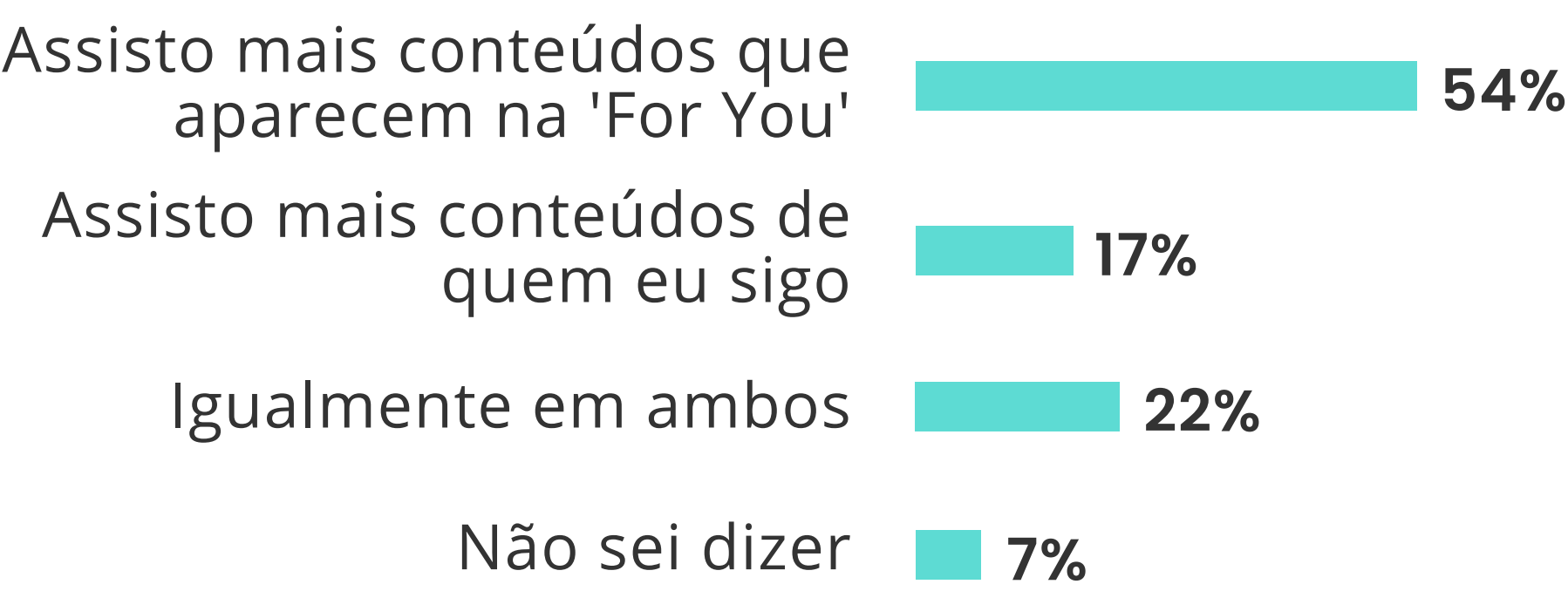


Com **40% dos usuários utilizando o TikTok para acompanhar marcas**, fica claro que a plataforma também é um ótimo canal para as empresas que buscam se conectar com seu público de forma genuína e criativa.

Em que horário do dia você mais acompanha conteúdos/utiliza o TikTok?



Você consome mais conteúdos na aba 'Para você', conhecida como 'For You', ou na aba 'Seguindo', onde só aparecem posts de quem você segue?



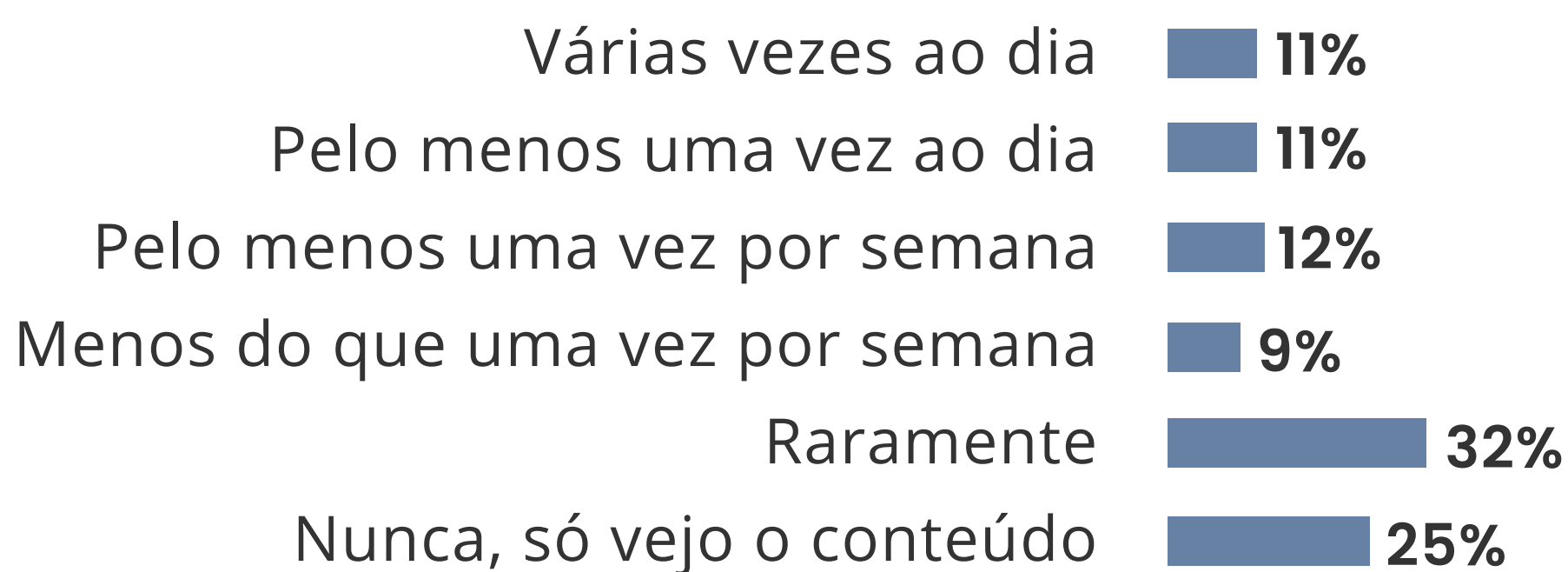
Você vê conteúdo em outros idiomas no TikTok?





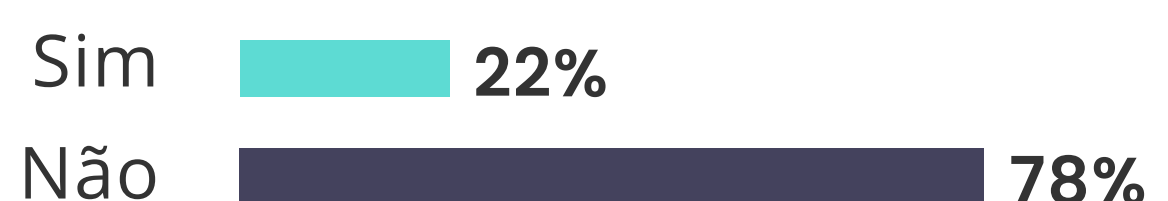
Quem posta e quem só assiste?

Com que frequência você posta no TikTok?



Os dados mostram que existe uma divisão bem clara no TikTok entre quem posta e quem só assiste. Quase 25% dos usuários nunca postam nada e apenas assistem aos vídeos. Embora o TikTok seja uma plataforma popular, a maioria das pessoas está ali mais para consumir conteúdo do que para criar.

Você tem um perfil comercial no TikTok?



Você já participou de alguma trend no TikTok?



As trends são uma das partes mais chamativas do TikTok, sendo que **40% já participou de alguma trend e 45% dos usuários gostam de acompanhá-las**. Isso mostra que, mesmo que a maior parte nunca tenha participado de nenhuma, isso não impede de acompanhar o que está rolando na plataforma.

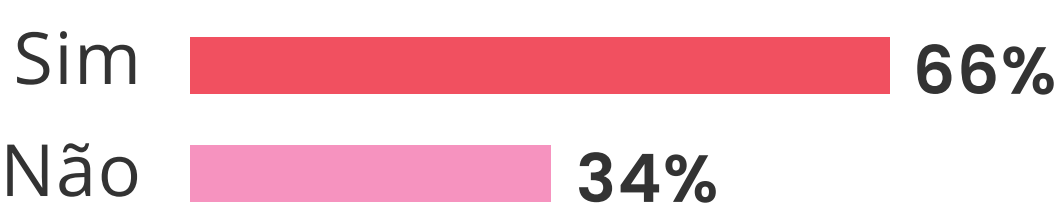


45% gostam de ficar por dentro de trends do TikTok



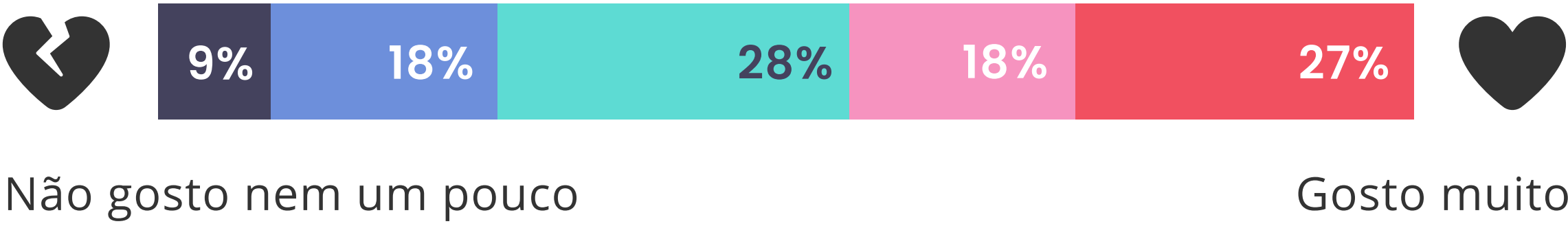
Lives no TikTok

Você já assistiu a uma transmissão ao vivo (live) no TikTok?

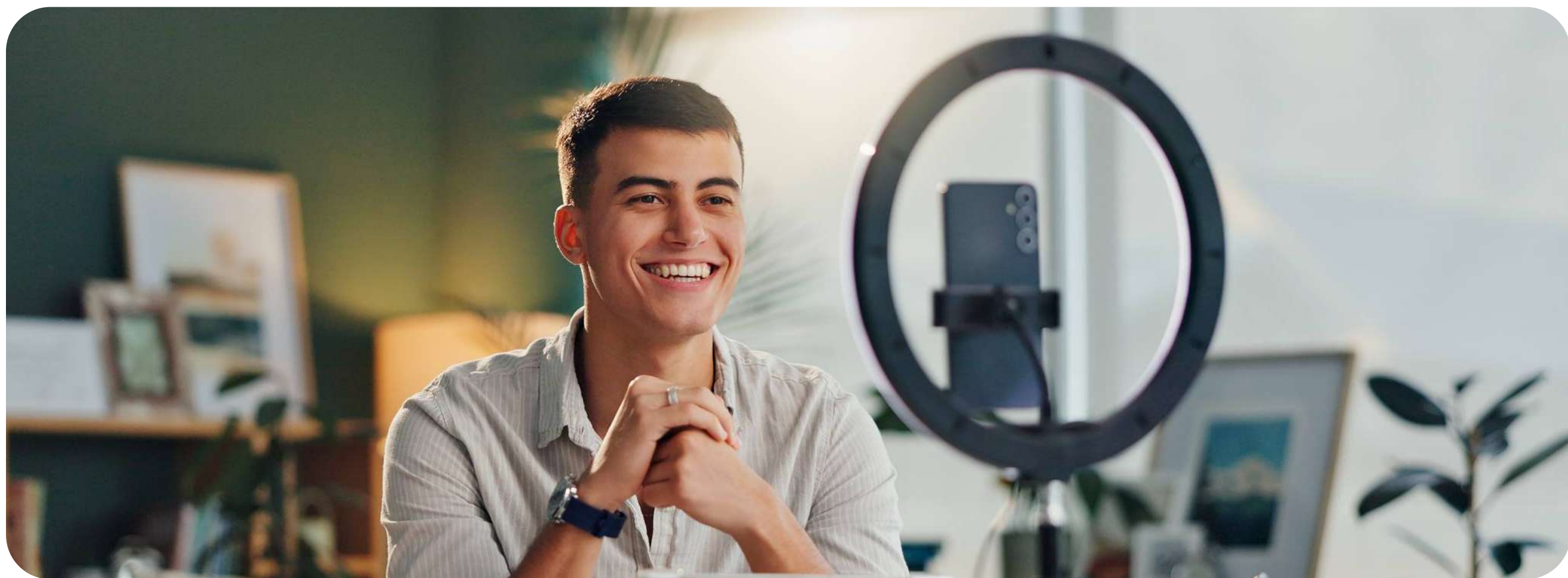


O quanto você gosta de transmissões ao vivo (lives) no TikTok?

**Responderam apenas as pessoas que já assistiram lives no TikTok*

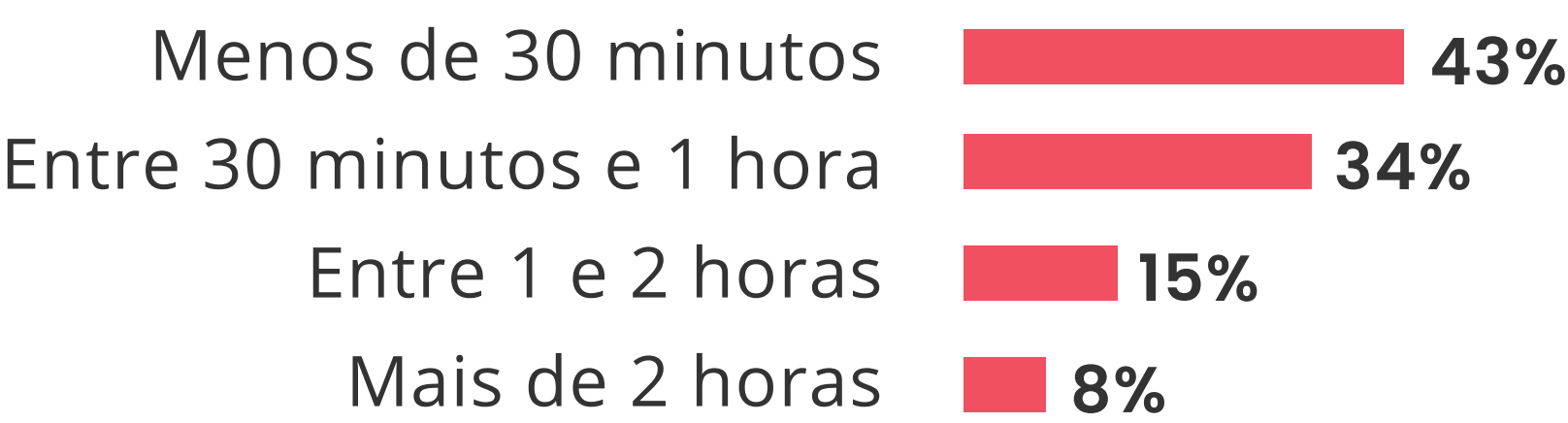


As transmissões ao vivo (lives) têm ganhado cada vez mais espaço no TikTok, com 66% dos entrevistados dizendo que já assistiram à alguma live na plataforma. Mas enquanto as lives têm um bom apelo para alguns usuários, para 27% que não gostam das lives ainda falta algo para que se tornem um conteúdo mais envolvente.



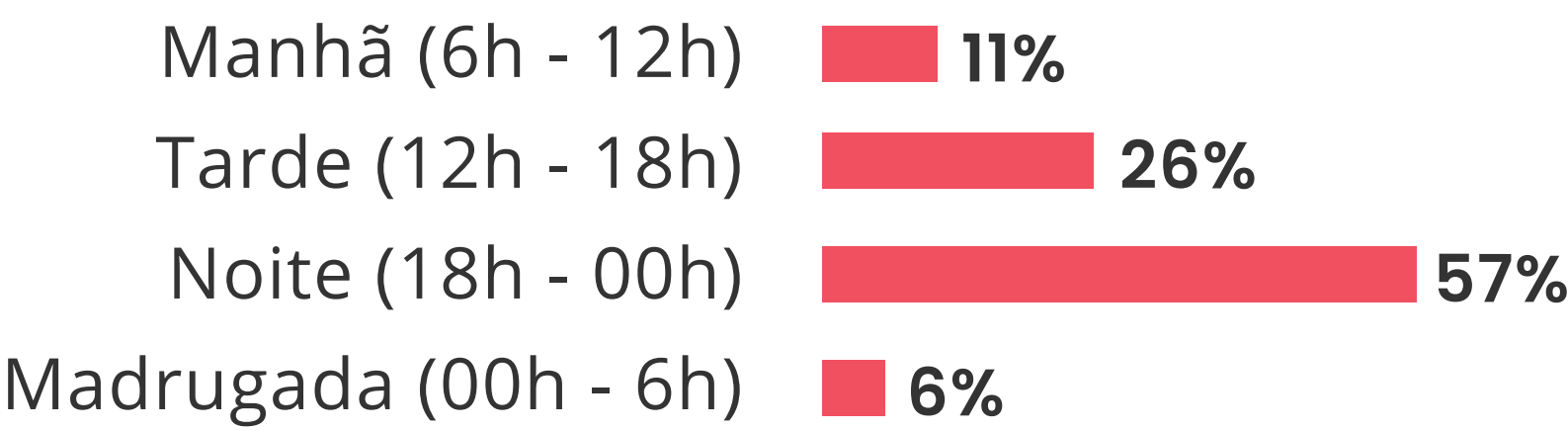
Em média, quanto tempo por dia você costuma gastar assistindo lives no TikTok?

**Responderam apenas as pessoas que já assistiram lives no TikTok*



Qual é o horário do dia em que você prefere assistir a transmissões ao vivo no TikTok?

**Responderam apenas as pessoas que já assistiram lives no TikTok*



Embora populares, as lives não são necessariamente consumidas de maneira intensiva por todos: 43% dos usuários que assistem à lives no TikTok gastam menos de 30 minutos por dia nesse tipo de conteúdo.

47%

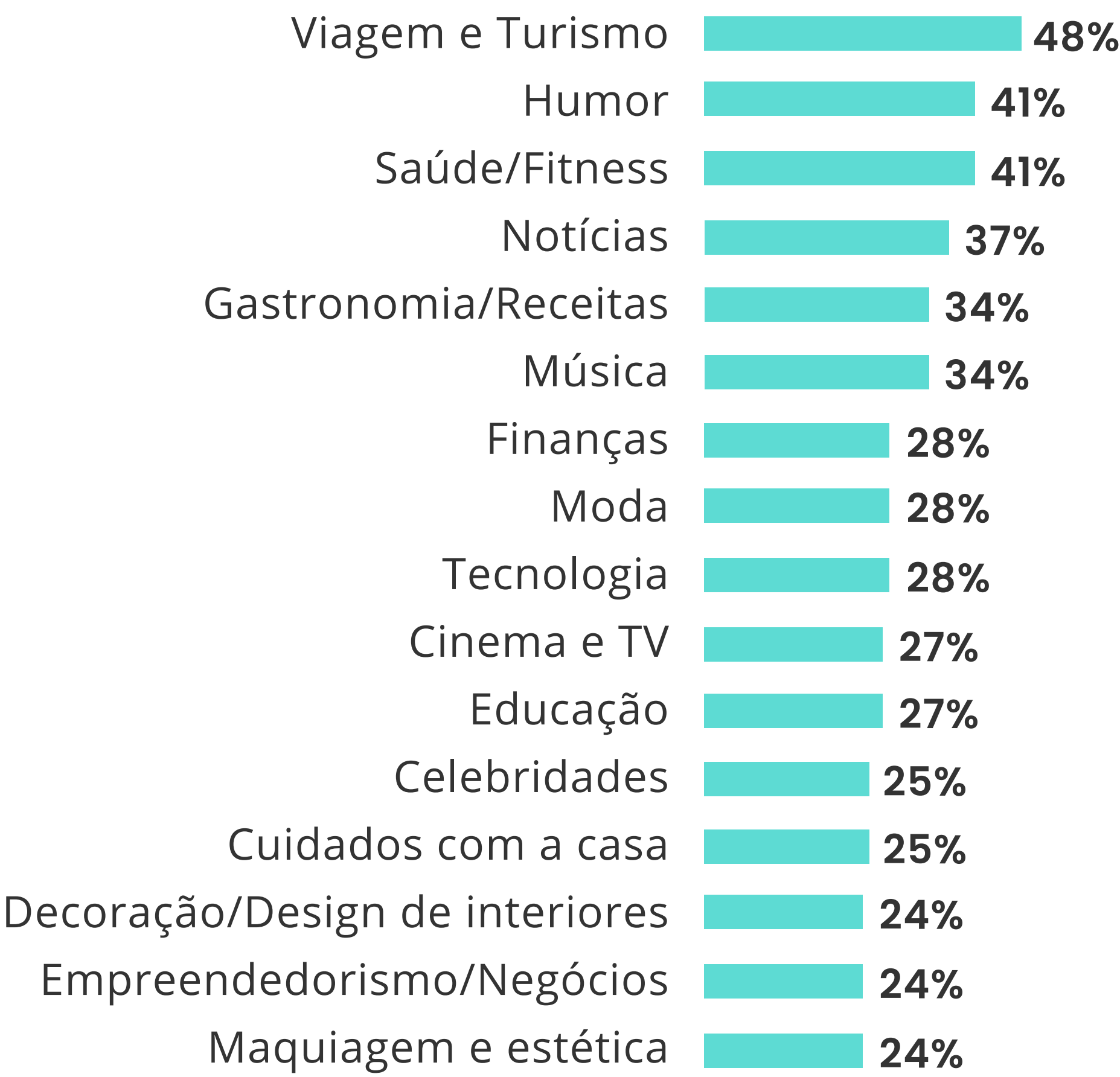
admitem que já começaram a assistir alguma live no TikTok sem saber exatamente como foi parar lá



Consumo de conteúdos

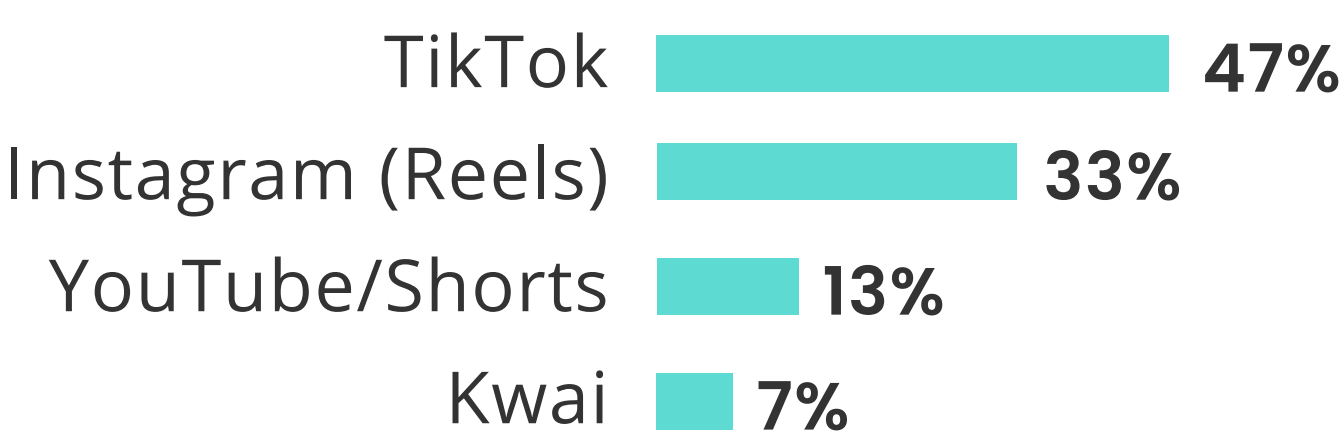
Com uma variedade enorme de conteúdo, o TikTok atende a diferentes interesses. Mas o que os brasileiros estão assistindo na plataforma? Quais são os temas que dominam as suas timelines? Veja a seguir os assuntos que mais despertam o interesse dos brasileiros.

Os perfis que você segue falam sobre quais assuntos?



O ranking de assuntos continua com: Esportes (23%); Política e atualidades (23%); Religião (21%); Pets (18%); Criação e cuidado com os filhos (16%); Fotografia (15%); Jogos/Videogames (14%); Arte (13%); Livros e quadrinhos (13%); Casamento (10%); ASMR (6%); e Outros (1%).

Pensando na proposta de conteúdo do TikTok, qual rede social você prefere para assistir vídeos de curta duração?



Quando se trata de vídeos de curta duração, **o TikTok se consolidou como o preferido em 2026**, com 47% dos entrevistados dizendo que é a plataforma que mais utilizam para esse tipo de conteúdo. No ano passado, a disputa foi acirrada entre TikTok e Instagram com 41% e 40% de preferência, respectivamente. Isso reforça o domínio do app, que se tornou referência para vídeos rápidos e dinâmicos.



Relação com as marcas e consumo

Você segue alguma empresa ou marca no TikTok?



Você já comprou algum produto ou contratou algum serviço que descobriu no TikTok?



Você já comprou algum produto ou contratou algum serviço indicado por alguém no TikTok?



O TikTok não serve só para se divertir; ele também está ajudando as pessoas a descobrirem novos produtos. **49% dos brasileiros já compraram algo que viram na plataforma**, um aumento bem grande se compararmos com o ano passado, quando apenas 36% tinham feito compras por lá. Além disso, 53% dos usuários disseram que **já compraram algo indicado por alguém no TikTok**, um salto em relação aos 41% do ano passado. Isso mostra o poder da plataforma, que está cada vez mais indo além da diversão.

Você já deixou de comprar um produto ou contratar algum serviço por alguém ter falado mal dele no TikTok?



Outro dado interessante é que 47% dos entrevistados afirmaram **ter deixado de comprar um produto ou contratar um serviço** por conta de críticas negativas vistas no TikTok.

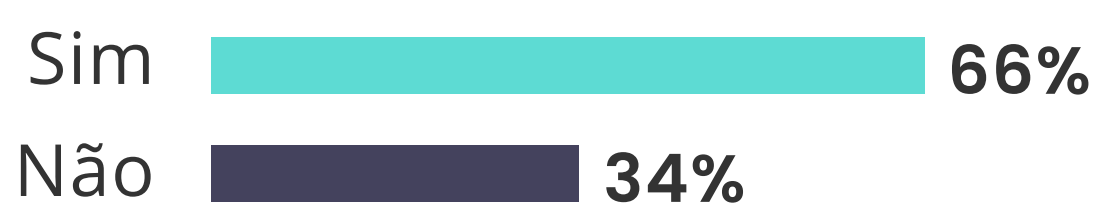
Se por um lado, as recomendações positivas impactam as vendas, as negativas têm um efeito semelhante, afastando os consumidores. Isso indica o poder de influência da plataforma não apenas nas decisões de compra, mas também nas decisões de não-compra.



Relação com influenciadores

Os influenciadores desempenham um papel crucial na dinâmica do TikTok, sendo grandes responsáveis por promover tendências, engajar audiências e influenciar decisões de compra. Vamos conferir em mais detalhes como é a interação entre usuários e influenciadores no TikTok:

Você segue influenciadores no TikTok?



Você segue algum influenciador APENAS no TikTok?

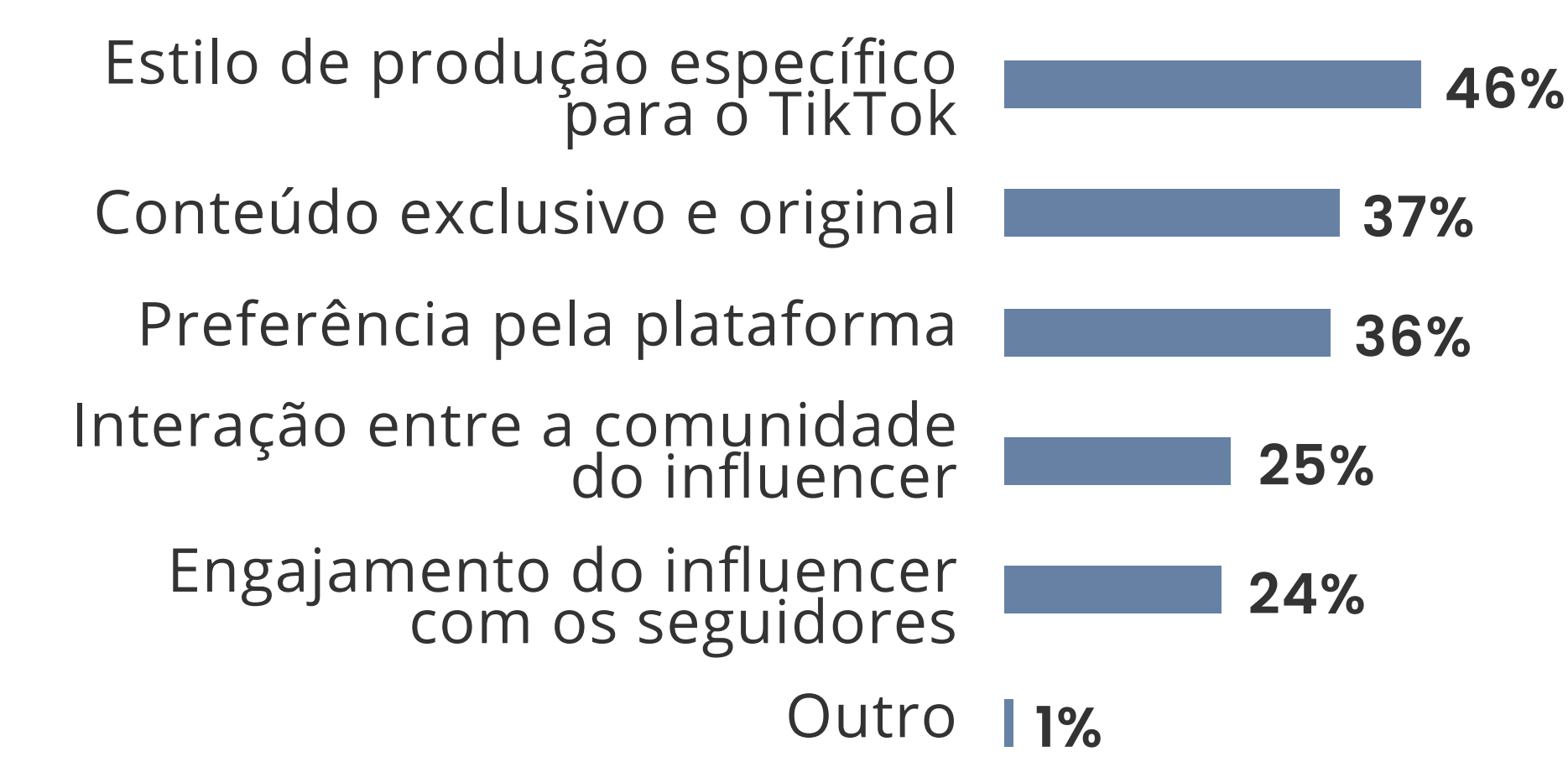
**Responderam apenas as pessoas que seguem influenciadores*



A maioria dos brasileiros no TikTok está acompanhando algum influenciador, com 66% dos usuários afirmando que seguem pelo menos um. Isso mostra o quanto os influenciadores têm uma presença forte na plataforma, criando um vínculo direto com o público.

Quais motivos te levam a seguir influenciadores exclusivamente no TikTok?

**Responderam apenas as pessoas que seguem influenciadores apenas no TikTok*



Além do conteúdo criativo e exclusivo, 36% dos usuários seguem influenciadores no TikTok porque preferem a plataforma para esse tipo de conteúdo.

Mas o impacto dos influenciadores vai além do entretenimento: 52% dos brasileiros afirmam que os **anúncios feitos por influenciadores no TikTok despertam seu interesse**, um dado super importante para marcas. Isso mostra que os influenciadores não estão apenas promovendo produtos, mas realmente gerando curiosidade e desejo nos seus seguidores.

52% concordam que os anúncios feitos por influenciadores no TikTok despertam o interesse

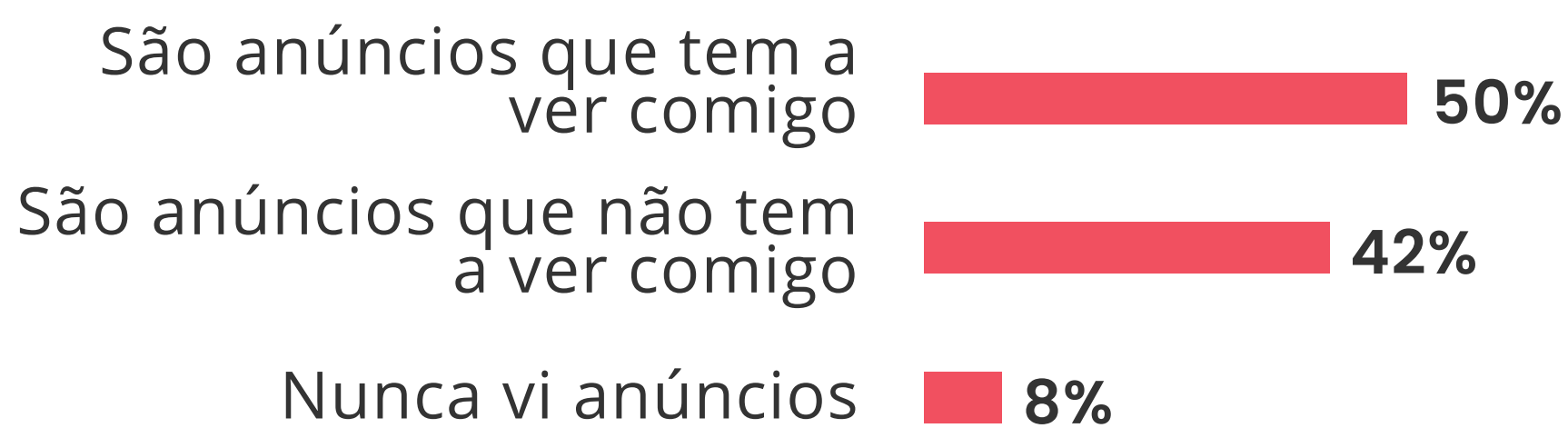
45% preferem comprar produtos/serviços de anúncios dos influenciadores que seguem

73% gostam quando um influenciador é transparente e avisa que um conteúdo é patrocinado



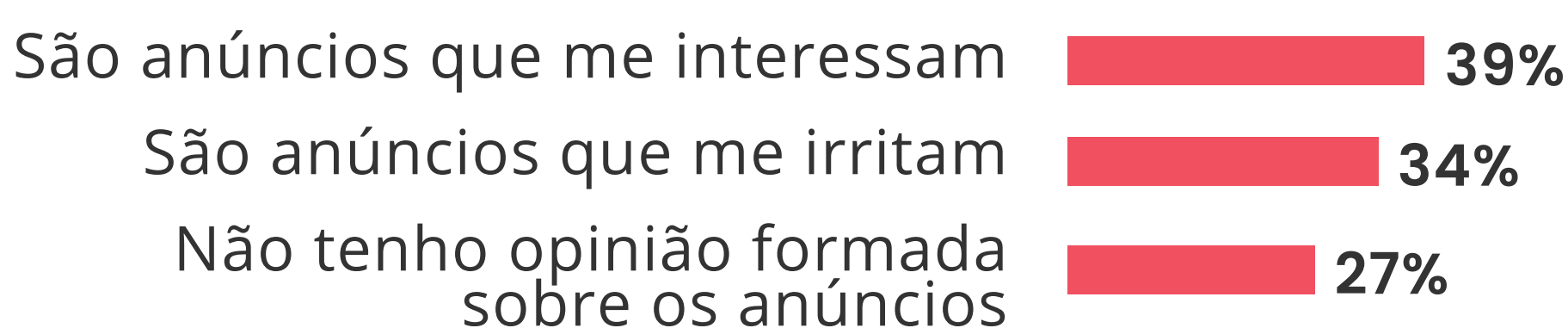
Compras e anúncios

Pensando nos anúncios que você já viu, você diria que...



Ainda pensando nos anúncios que aparecem no seu TikTok, você diria que, de forma geral...

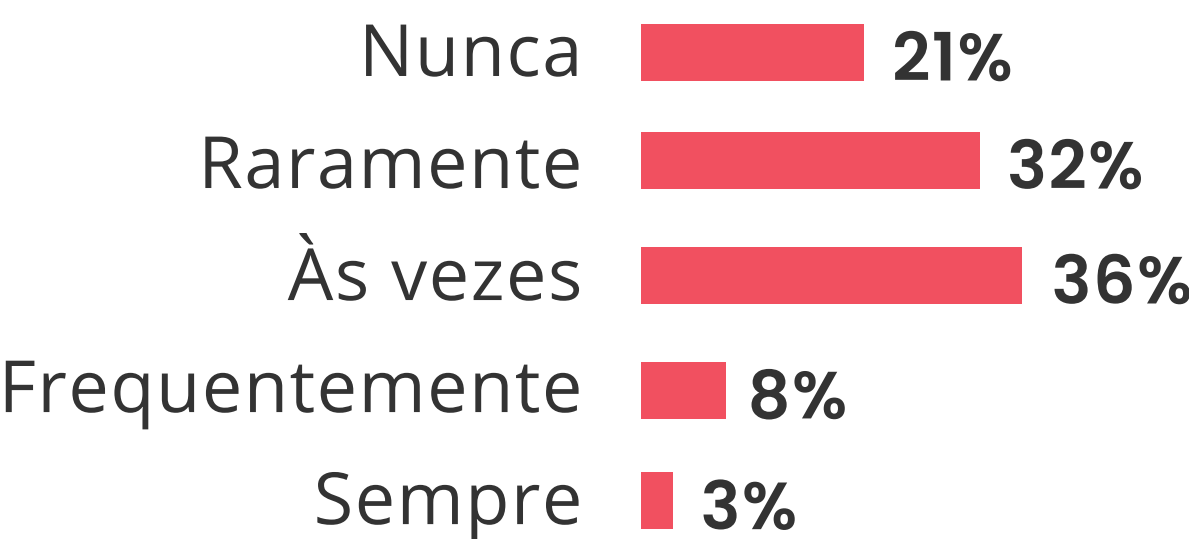
**Responderam apenas as pessoas que já viram anúncios no TikTok*



Os anúncios no TikTok têm uma boa quantidade de engajamento, mas ainda há espaço para melhorias. A pesquisa mostra que 50% dos entrevistados acham que os anúncios que aparecem para eles têm a ver com seus interesses, mas por outro lado, 42% acham que os anúncios não são tão relevantes.

Você tem o hábito de clicar nos anúncios do seu TikTok?

**Responderam apenas as pessoas que já viram anúncios no TikTok*



Você já comprou algo a partir de um anúncio que clicou no seu TikTok?

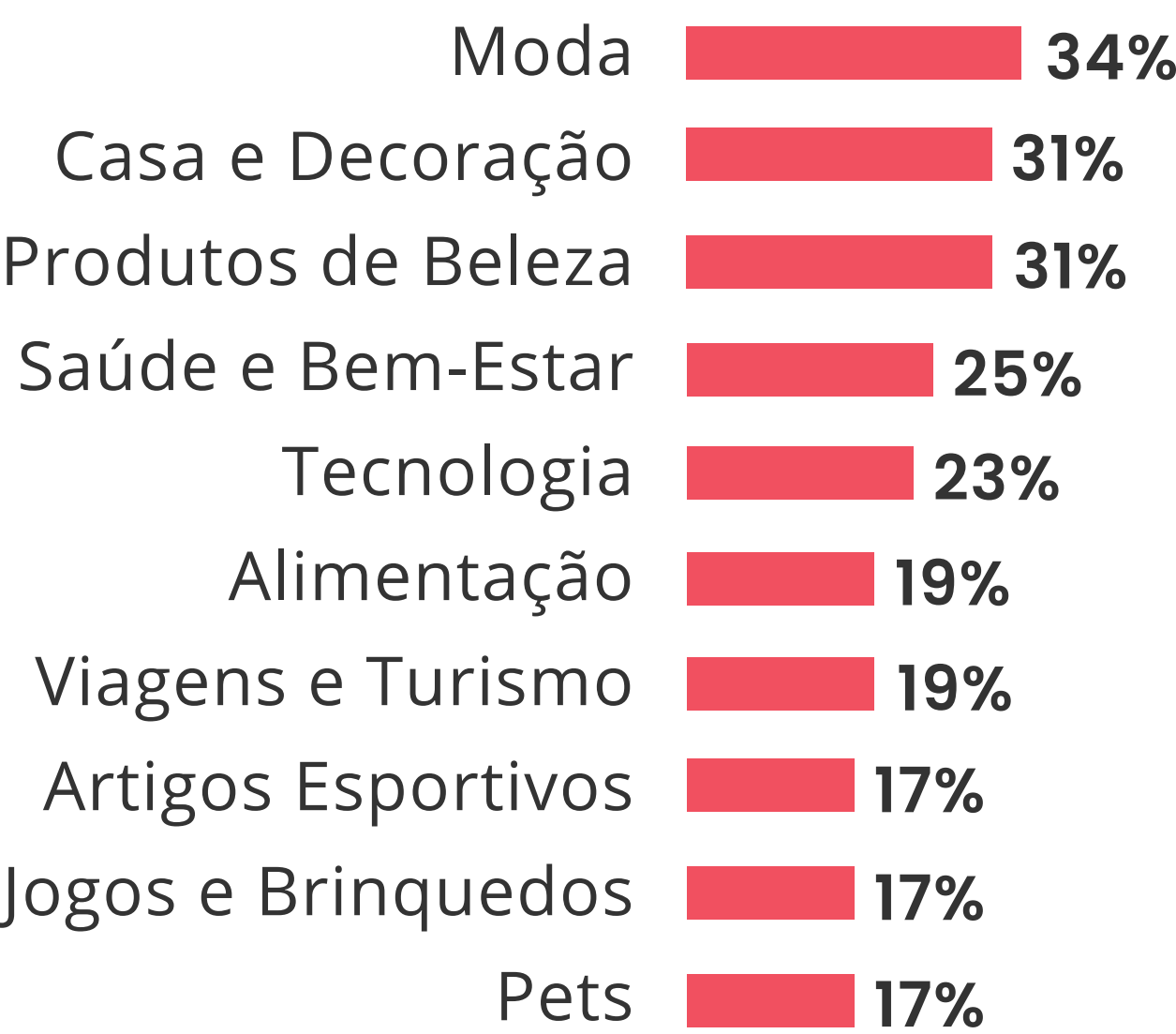
**Responderam apenas as pessoas que costumam clicar em anúncios*



Uma boa notícia para as marcas no TikTok: 58% dos usuários que **clicaram em anúncios afirmaram já ter comprado algo** a partir dessa interação. Isso mostra que o TikTok tem um bom poder de conversão, especialmente para itens de consumo como roupas, decoração e cosméticos.

Quais categorias de produtos você já comprou depois de vê-lo em um anúncio?

**Responderam apenas as pessoas que já compraram a partir de anúncios*

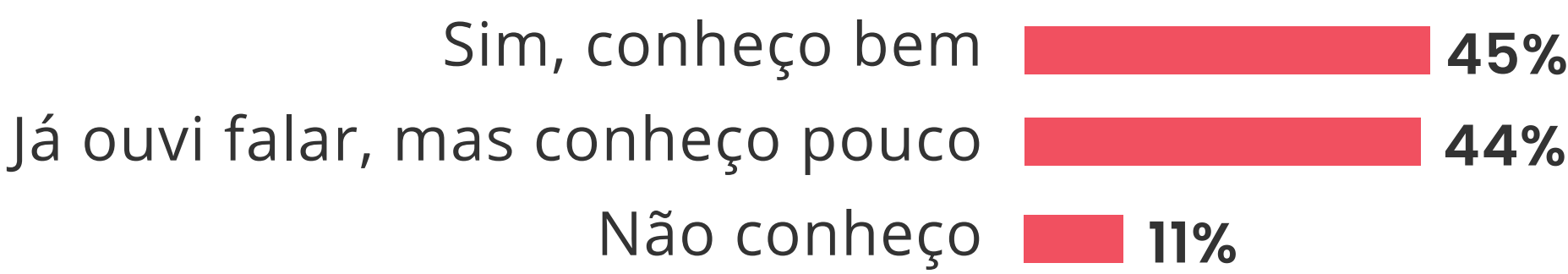


O ranking de assuntos continua com: Produtos para Bebês e Crianças (17%); Produtos de Autoajuda (17%); Entretenimento (16%); Educação (15%); Serviços de Assinatura (13%); Serviços Financeiros (13%); Automóveis e Acessórios (12%); Experiências Culturais (11%); Não sei/Não me lembro (2%); e Outros (1%).

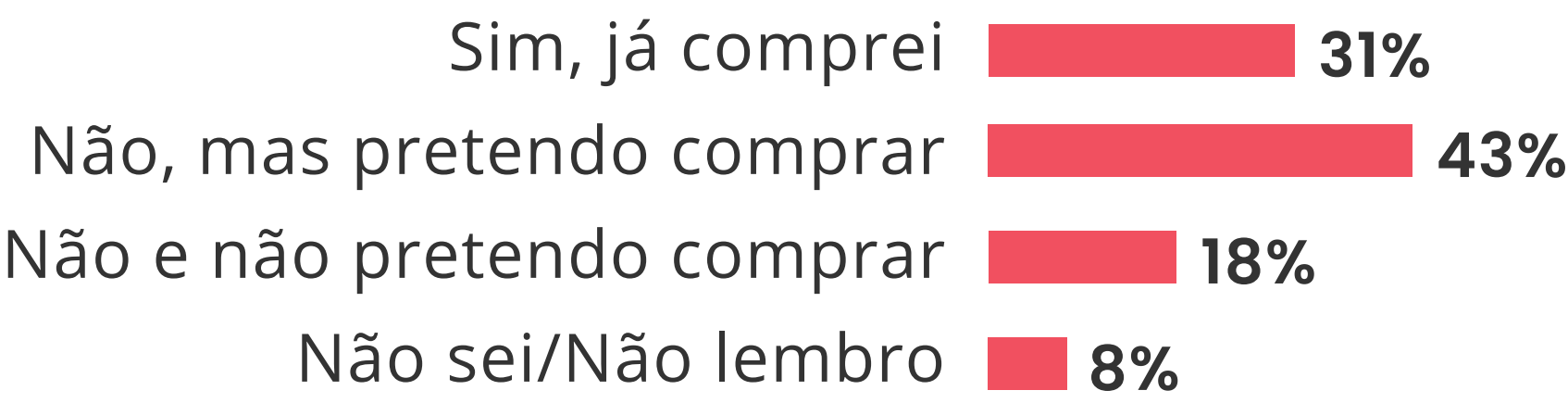


Lançada em 2025, a funcionalidade TikTok Shop permite que marcas e influenciadores vendam produtos diretamente através da plataforma, criando uma experiência de compra sem sair do app.

Você conhece o TikTok Shop?



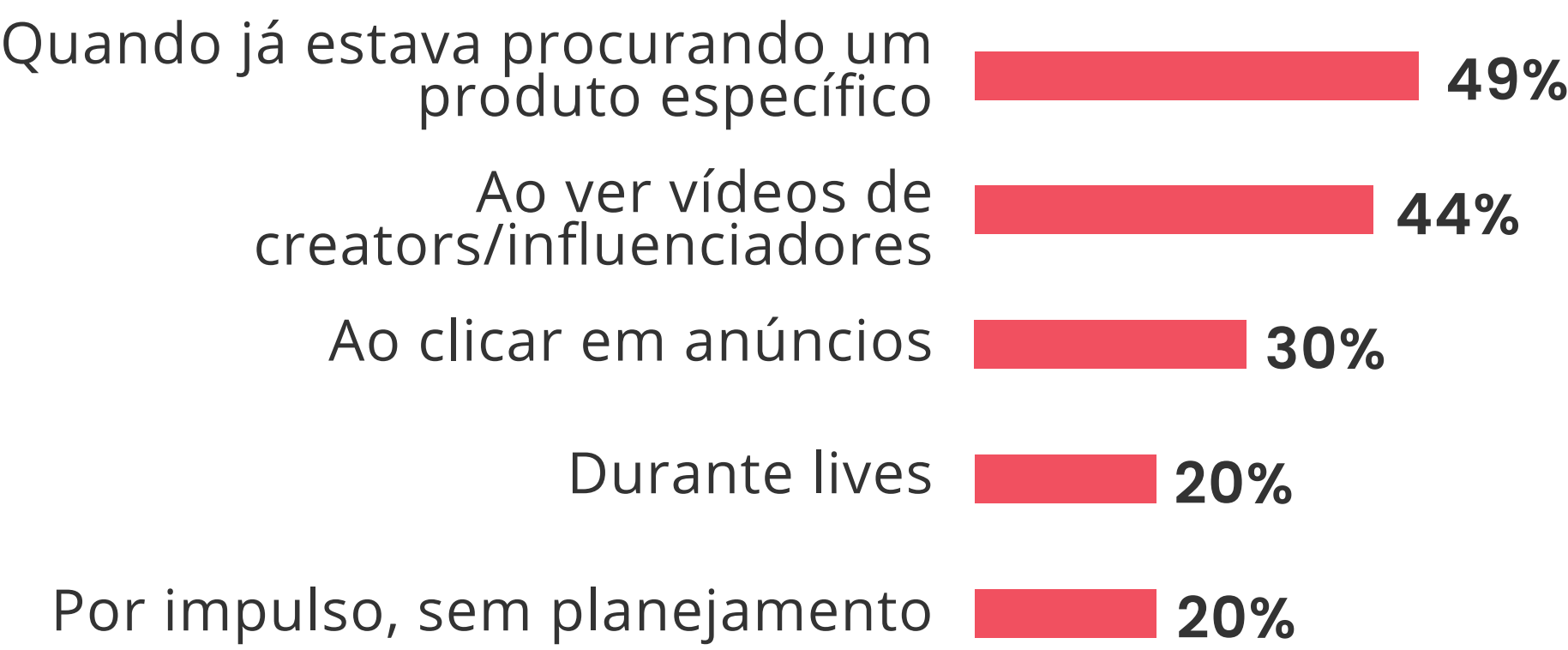
Você já comprou algum produto pelo TikTok Shop?



O TikTok Shop já é bem conhecido por 45% dos usuários, e 31% afirmam ter feito compras diretamente por lá. Outros 43% têm a intenção de comprar no futuro, o que demonstra que a plataforma está ganhando força como um canal de compras direto.

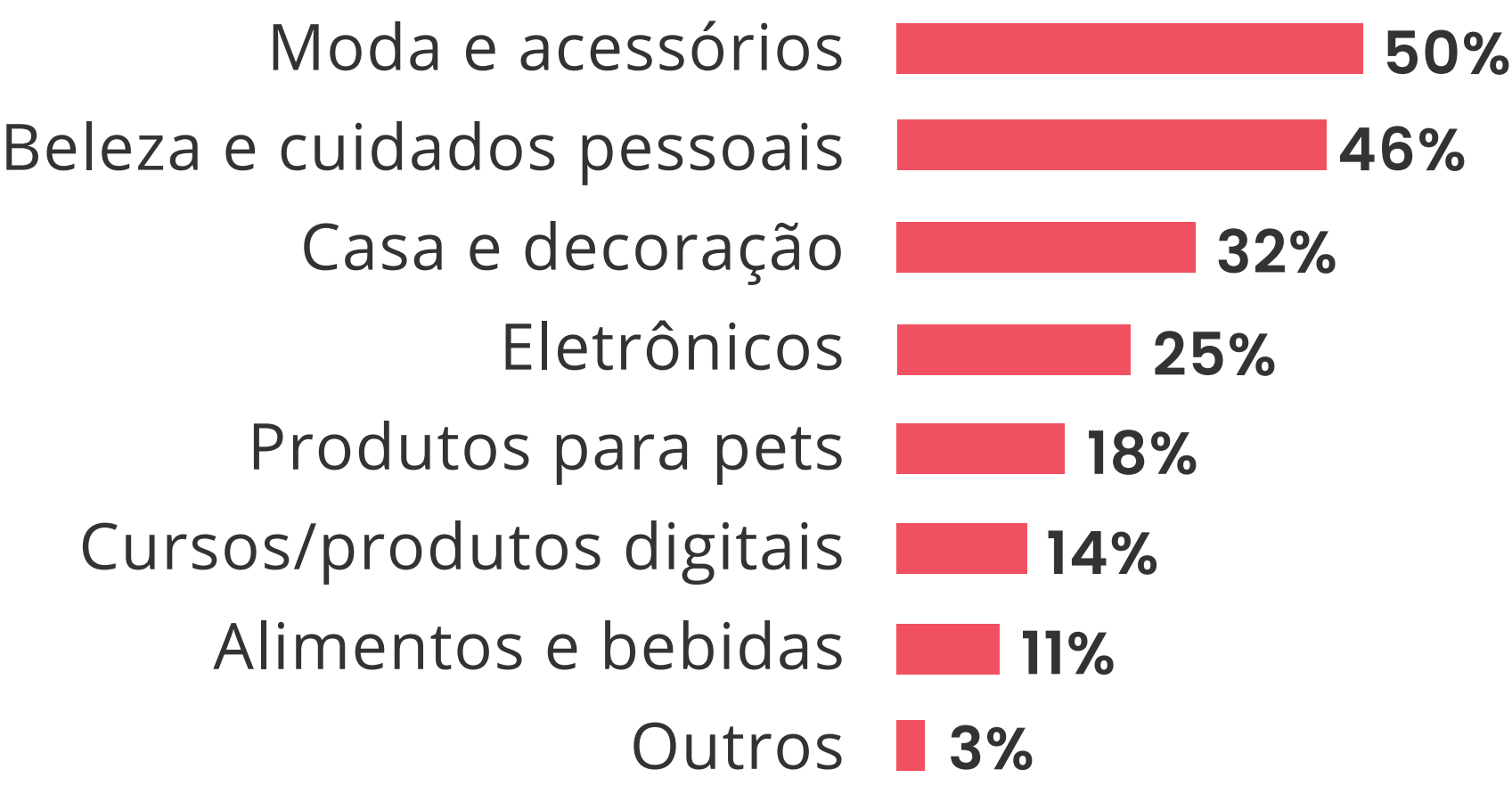
Em quais situações você já comprou pelo TikTok Shop?

**Responderam apenas as pessoas que já compraram pelo TikTok Shop*

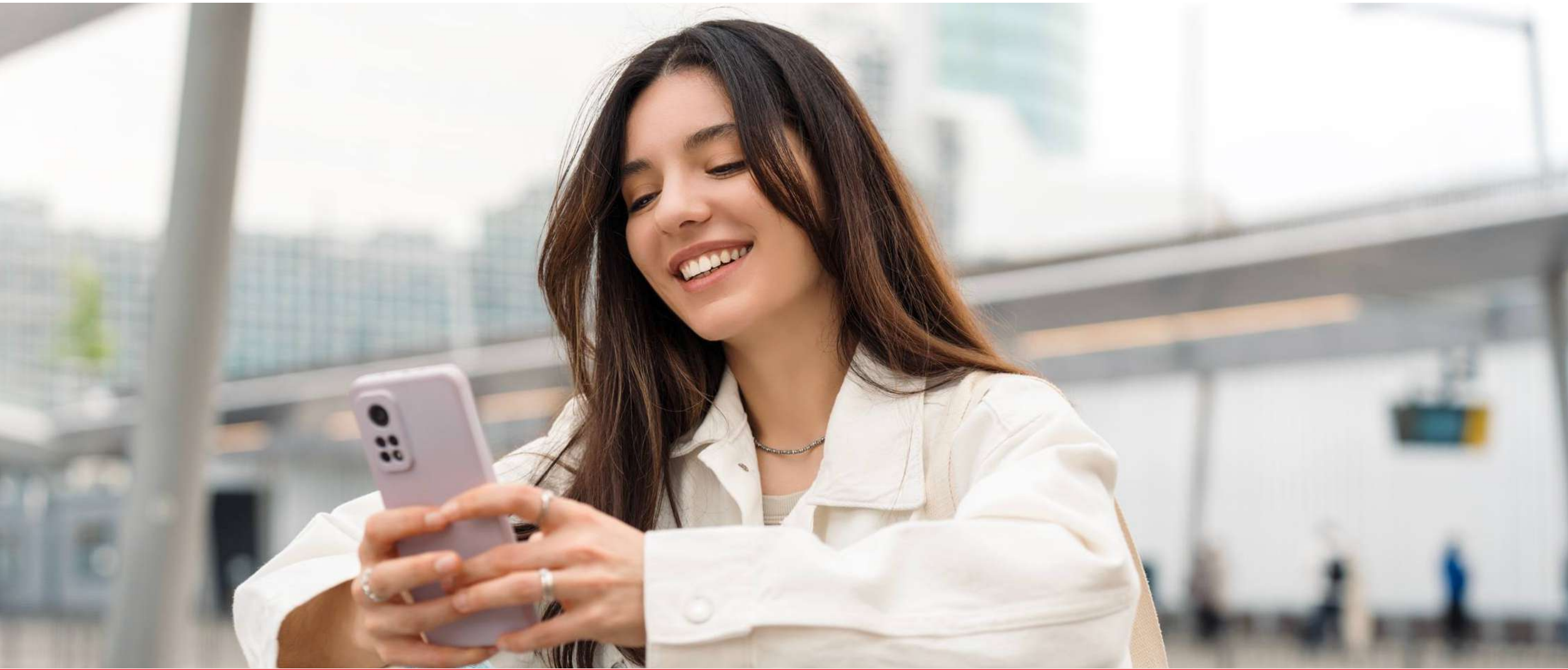


Quais tipos de produtos
você já comprou pelo TikTok Shop?

**Responderam apenas as pessoas que já compraram pelo TikTok Shop*



Entre os que já compraram, 49% fizeram isso quando já estavam procurando um produto específico, e **44% compraram após ver vídeos de criadores de conteúdo ou influenciadores**. Isso mostra que a recomendação de influenciadores continua sendo um forte motor de vendas no TikTok.



47%

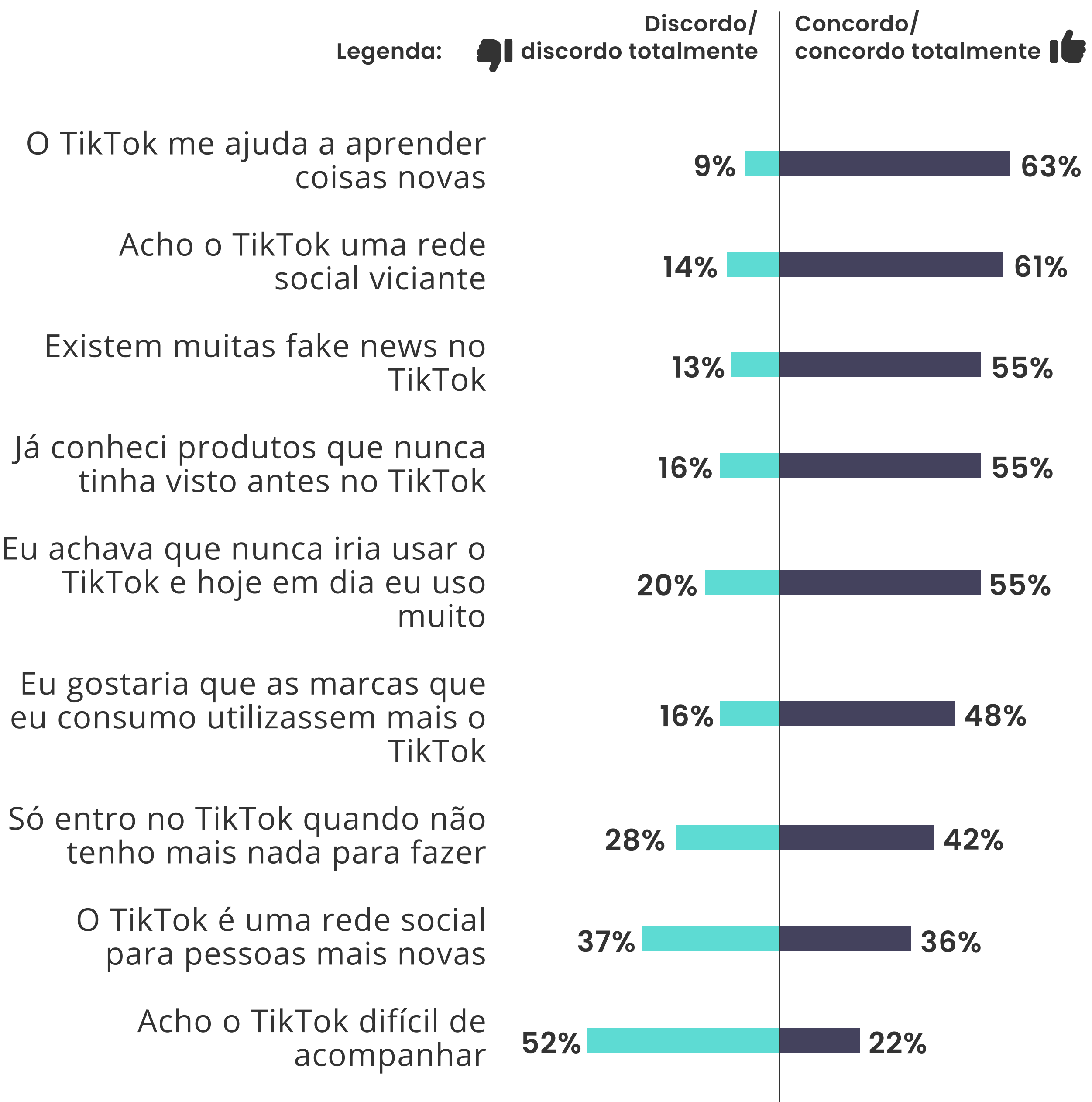
dizem que é fácil identificar quando um produto pode ser comprado diretamente pelo TikTok

43%

acham que informações no TikTok Shop sobre preço, frete e entrega são claras



Opiniões sobre o TikTok



#Sem Achismo

 www.opinionbox.com

 blog.opinionbox.com

 Belo Horizonte | São Paulo



opinion  box