



Os youtubers brilham na tela dos jovens brasileiro. Mas, e na sua estratégia?

Publicado

Outubro de 2016

Se tem uma coisa que ninguém pode negar é que o jovem brasileiro é louco por vídeos e por quem os estrela. A diferença é que, se há alguns anos esse público adorava principalmente as celebridades da TV, hoje os youtubers disputam lado a lado com apresentadores e astros das novelas a sua atenção. Por isso, é crucial para as marcas entender como funciona a relação desse público com os influenciadores digitais e o quão importante eles são para as estratégias de comunicação.

O vídeo on-line é cada vez mais relevante para os jovens. Nos últimos dois anos, ele, sozinho, contribuiu para um aumento de mais de 30% no total de horas de conteúdo audiovisual assistidas pelo brasileiro. Isso não significa que a TV tenha perdido sua importância, mas a forma como assistimos televisão mudou: antigamente ela absorvia totalmente a nossa atenção e hoje divide nosso foco com uma série de outros dispositivos.



89%

deste público diz
que navega na internet
enquanto vê TV.

Fonte: Video Viewers Google/Provokers Set 2016*

Uma coisa é fato: o brasileiro é multitela. E isso se deve, em grande parte, ao aumento da penetração dos smartphones. Esses aparelhos permitem que as pessoas assistam a vídeos on-line a qualquer momento, em qualquer lugar, o que estimulou decisivamente o consumo desse tipo de conteúdo.



42%

da população brasileira
assiste vídeos online



55%

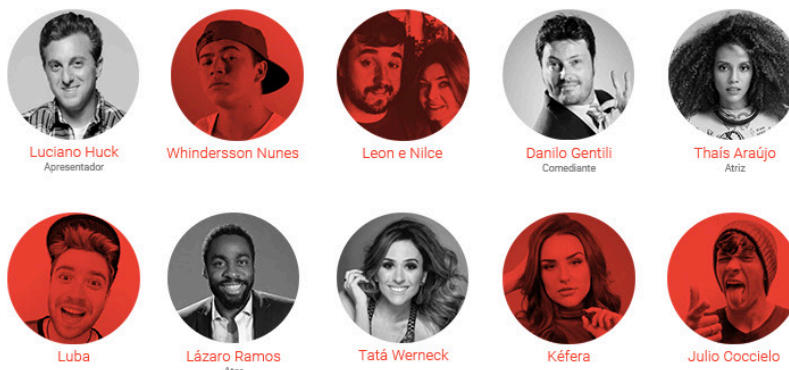
do tempo total de vídeos
assistidos online já
é mobile

Para 89% dos adolescentes, o smartphone
é o dispositivo mais utilizados para assistir
a vídeos na Internet

Fonte: Video Viewers Google/Provokers Set 2016 - 1500 entrevistas

Mas quem pensa que para conquistar esse pessoal basta apertar o botão de gravar e depois fazer o upload, se engana. Só ganha a admiração – e a audiência – desse público quem é autêntico, inteligente, com senso de humor e sem papas na língua. A matemática dos youtubers funciona assim: admiração + proximidade = identificação. E se você tem alguma dúvida de que essa é uma fórmula de sucesso, pense novamente. Dentre as dez personalidades mais influentes entre os jovens, cinco são youtubers, sendo que dois estão no top três.

Das 10 personalidades mais influentes entre os jovens, 5 são YouTubers

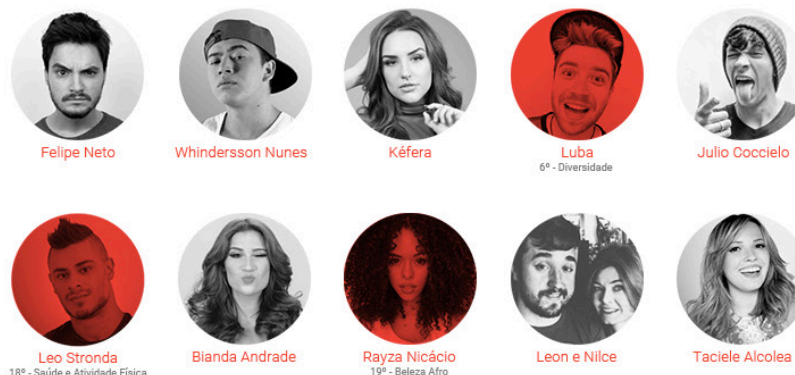


E entre os 3 primeiros influentes, 2 são YouTubers

Fonte: Video Viewers Google/Provokers Set 2016 - 1500 entrevistas

Outro dado interessante sobre o universo dos vídeos on-line é que ele continua se expandindo, e seus temas estão se diversificando a cada ano. Por exemplo, em 2016, observando os canais mais assistidos do YouTube, detectamos que novos assuntos ganharam relevância, como saúde e atividade física, beleza afro e diversidade.

Youtubers mais influentes



Os youtubers se diferenciam das celebridades da TV pela proximidade que têm com os fãs. Eles batem-papo com a audiência falando direto para a câmera e, com frequência, convidam o público a conhecer suas vidas, casas e rotina por meio dos vídeos. Isso cria uma atmosfera de cumplicidade que faz com que eles sejam percebidos como alguém presente na vida dos fãs. E é aí que mora a oportunidade. Pense só, a quem você recorre quando precisa de uma opinião ou sugestão? Aos amigos, certo? Bem, a relação do público jovem com os youtubers segue uma dinâmica muito parecida.

Esses novos ídolos têm milhares de fãs e se apresentam como pessoas reais, próximas da audiência e que, diferente da maioria das celebridades da TV, não estão aí para promover o lado 'maquiado' da vida. Por serem percebidos como "gente como a gente", os youtubers são capazes de impactar o público de uma maneira muito mais profunda, autêntica e pessoal. E essa é uma característica que, quando bem explorada, pode desempenhar um papel decisivo na estratégia de comunicação das marcas.

*Os Novos Influenciadores – 2016 – Pesquisa Google/Provokers/Meio&Mensagem.

Segunda onda da pesquisa realizada em parceria com a agência de Pesquisa Provokers e o Meio&Mensagem, este ano adicionando informações de mais um estudo, a pesquisa Video Viewers, que vem sendo realizada desde 2014. Ambos os estudos são nacionais – Influenciadores: 1.000 entrevistas – 14-17 anos, classes A/B/C, campo em Setembro/2016 e Video Viewers: 1.500 entrevistas, 14-55 anos, classes A/B/C, campo em Setembro/2016.