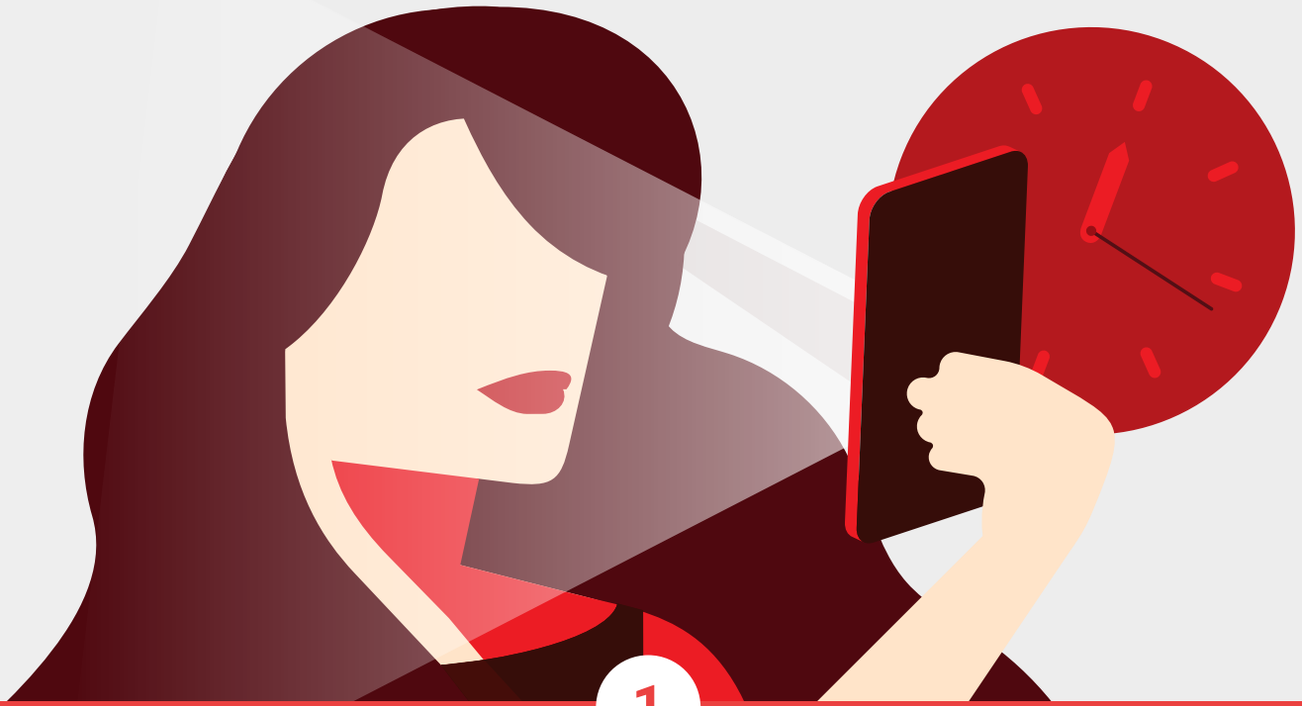
think with Google

Pesquisa Video Viewers 2017:
Cinco insights sobre consumo de vídeos no Brasil

Para desenvolvermos a pesquisa **Vídeo Viewers 2017**, partimos da seguinte questão: **o que está acontecendo com consumo de vídeo, e como isso vêm se transformando?** Ao respondermos essa pergunta, percebemos um **imenso protagonismo do YouTube** nessas mudanças e isso nos levou a **investigar as formas** como as plataforma vem liderando essas transformações **e os motivos** por trás dessa liderança. Essas análises nos **levaram ao seguintes insights:**



1

Assistir a **vídeos online é uma realidade** em escala...

86% de todos os entrevistados **assistem** vídeos **na internet.**

Assitem
vídeo **na web**

Não assistem
vídeo **na web**

99% de quem assiste
a vídeos na web **usa o YouTube.**

2014

2017

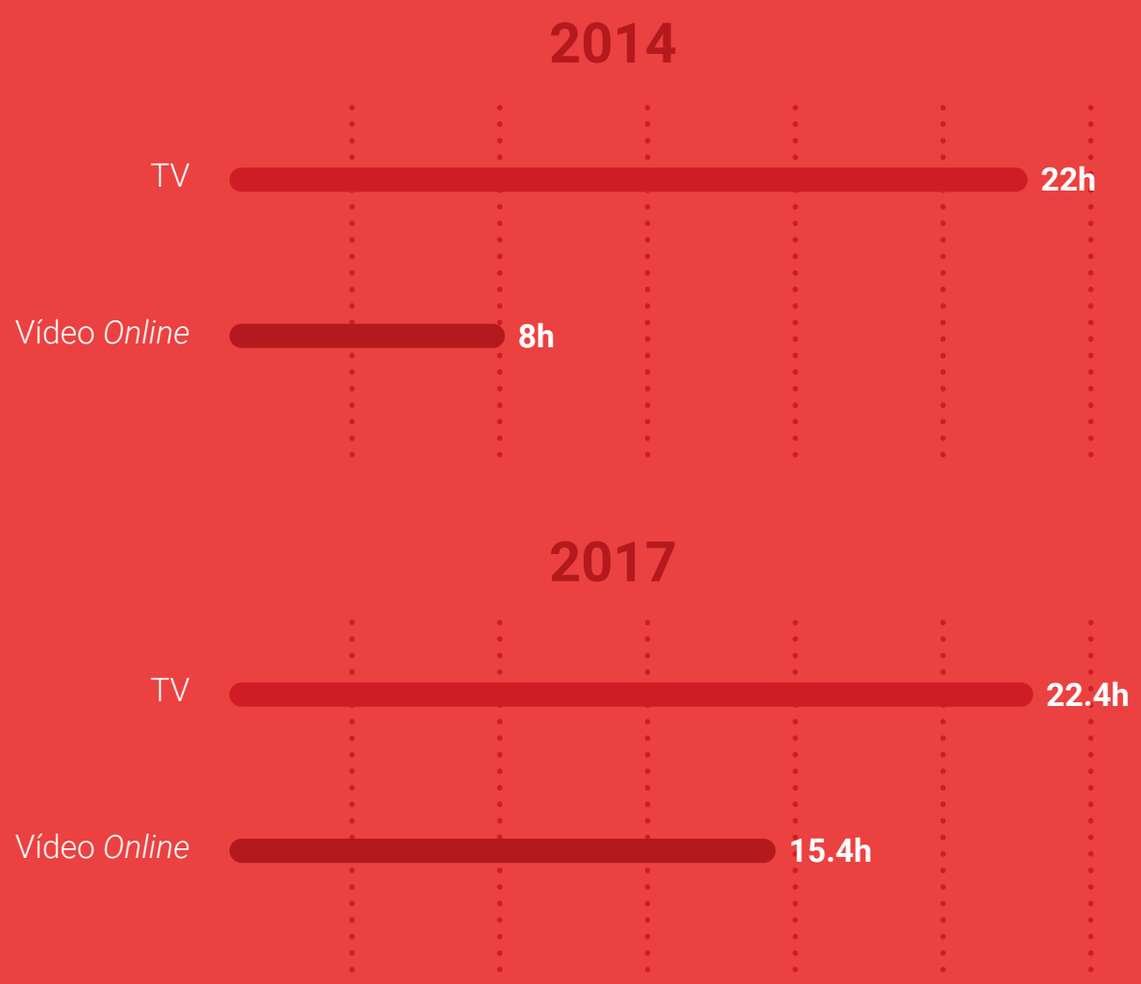
Crescimento de **32%**

Fonte: Pesquisa Video Viewers 2017, Google/ Provoker

... e a **quantidade de horas dedicadas aos vídeos online cresce ano a ano,** enquanto o tempo dedicado à TV permanece estável.

Pela primeira vez nas 4 edições do estudo, **mais da metade dos entrevistados** (56%), afirmam passar **mais horas vendo conteúdo em vídeo na web** do que assistindo à TV.

O brasileiro assiste, em média,
a **38 horas de conteúdo** audiovisual **por semana.**



30% de crescimento

vindo totalmente de vídeos online

Fonte: Pesquisa Video Viewers 2017, Google/ Provoker

2

Tem **coisas** que **só na web.**

Hoje, a **curadoria** de conteúdo está **na mão do consumidor** e o comportamento *on demand* se popularizou. Com isso, **muitos conteúdos de interesse** estão **exclusivamente na web** e a maioria das pessoas **assiste a vídeos** na internet **para ter acesso à coisas** que não passam na TV.

83% das pessoas assistem a vídeos na internet para ver **conteúdos que não estão disponíveis na TV.**

Por **quais razões** você assiste **vídeos** pela **internet?**

Busco **conteúdos que não passam** na TV

Busco **conteúdos que não pude assistir** quando passou **na TV**

Busco **conteúdos para saber mais sobre** o que vi **na TV**

3

O smartphone é um **bom companheiro**

O mobile tem a grande vantagem de permitir que a gente **consuma os conteúdos** que amamos **em qualquer lugar, a qualquer hora.** Hoje, no Brasil, temos cerca de **150M de brasileiros conectados** – 72% da população total do país – e a **penetração dos smartphones** chega a **68%**

7 em cada 10 brasileiros têm um **smartphone**

84%

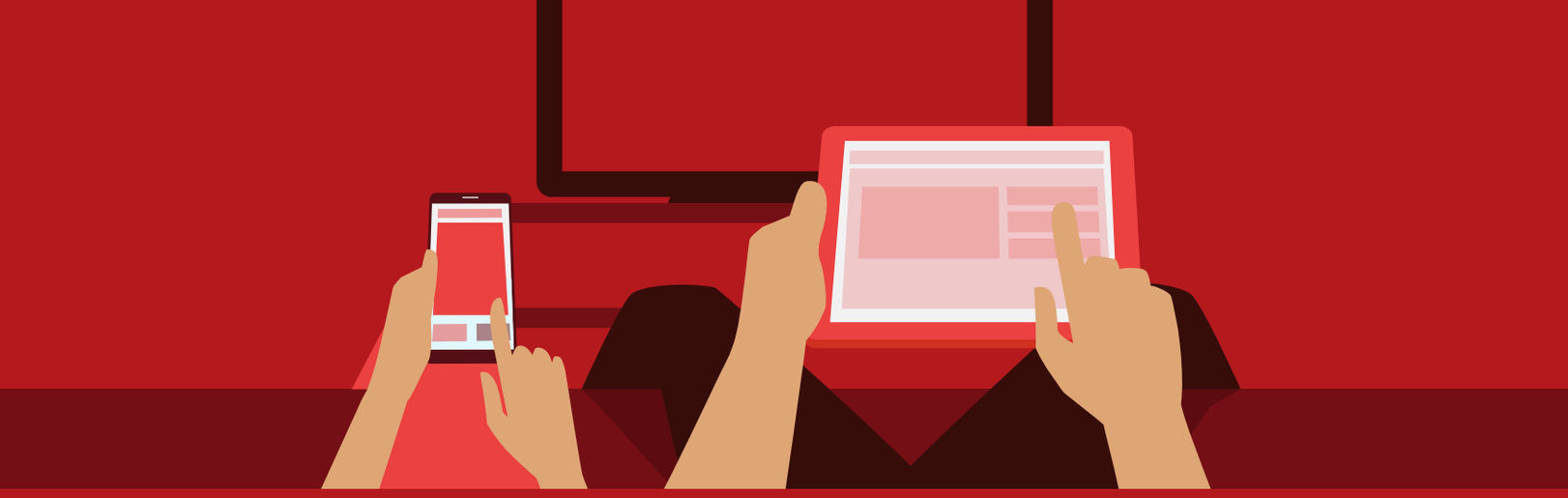
usa o **smartphone para assistir** vídeos *online*

57%

prefere assistir a vídeos **online** no smartphone

crescimento de 3% em relação a 2016

Ainda que as **horas de TV** continuem bastante **estáveis** é preciso lembrar que **audiência não é igual à atenção.** A gente brinca que, muitas vezes, a TV está ligada na sala e a pessoa está na cozinha. Mas a verdade mesmo é que está **todo mundo com o celular na mão**, navegando **na internet**, onde quer que esteja.



Brasileiros que acessam a internet
enquanto a **TV está ligada:**

Fonte: Pesquisa Video Viewers 2017, Google/ Provokers

4

Os **apps para SmartTV** estão **ganhando força**

Estamos acompanhando de perto a **evolução do uso de apps nas SmartTVs.** Esse é um outro movimento que **cresce rapidamente.** Segundo a Comscore, mais de **80% dos brasileiros preferem TVs de tela grande.** Por isso, nada mais natural que eles também **queiram assistir** aos seus conteúdos **online** preferidos **na telona.**

Mais de 80% dos brasileiros **preferem** TVs de **tela grande**

já possuem
uma SmartTV

dos que possuem
SmartTVs **declaram**
assistir ao YouTube
no aparelho

Fontes: Pesquisa Video Viewers 2017, Google/ Provokers | Comscore

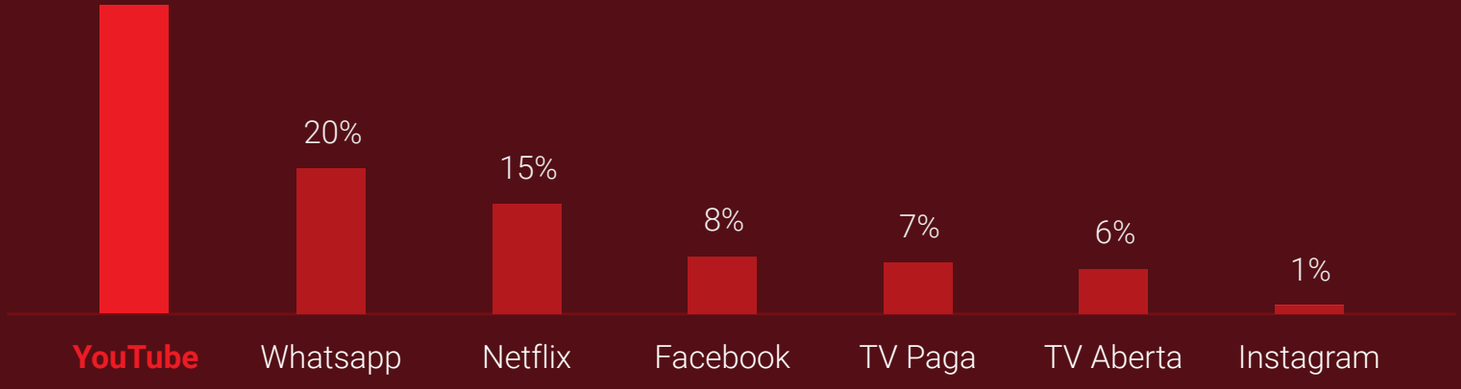
5

O **YouTube é o favorito** dos brasileiros

O YouTube é, disparado, o local de escolha quando as pessoas buscam por conteúdos em **vídeo de seu interesse.** Estamos falando de um **comportamento ativo,** com intenção. Isso mostra que r**elevância é um fator muito importante** na hora do público **decidir ao que vai assistir.**

YouTube lidera a preferência dos entrevistados entre as opções **para assistir conteúdos em vídeo do seu interesse**

42%



7x vs. TV Aberta | **6x** vs. TV Paga | **5x** vs. Redes Sociais

Para os brasileiros, **a essência da plataforma é:**
conteúdo relevante + educação + tudo que é "cool".

52%

acessa o YouTube quando **quer assistir algo que realmente ama**

65%

acessa o YouTube quando **quer aprender alguma coisa**

50%

acessa o YouTube porque **ele mostra o que faz sucesso**

Fonte: Dados internos do Google

E **de onde vem** todo **esse amor?**

O sucesso do YouTube se baseia num tripé formado por **relevância, aprendizado, e tendências.** Por anos, **a TV foi a referência** do que era pop, em um **fluxo de comunicação de mão única.** Hoje, **a internet possibilita um fluxo de informação** e influência **muito diferente:** a lógica de rede.

Antes

Quem definia o que era relevante e deveria ser difundido em massa **eram os veículos de comunicação.**

Hoje

Todos podem criar, interagir e manifestar sua visão de mundo. **A audiência tem o poder de decidir** - e propagar – o que é relevante.

Com esse movimento, **a comunicação ganha um novo fluxo** onde a **cultura de massa começa a ser substituída pela cultura de pessoas.** E o **YouTube é o lugar** onde essas pessoas e**ncontram toda liberdade** para usar suas vozes, **se conectarem e descobrirem as similaridades e diferenças** que fazem da plataforma **um espaço acessível, plural e democrático.**

7 entre 10 brasileiros

dizem que o **YouTube reflete a diversidade** ao seu redor

dizem que é no **YouTube onde qualquer pessoa pode ter uma voz**

dizem que o **YouTube tem um impacto positivo** nas suas vidas

6 entre 10 brasileiros

dizem que o **YouTube tem um impacto positivo na sociedade**

5 entre 10 brasileiros

se sentem parte de uma comunidade **quando assistem a vídeos no YouTube**

Fonte: Pesquisa Video Viewers 2017, Google/ Provokers.

O YouTube é um fenômeno de audiência no Brasil e têm **uma enorme influência** sobre o que é importante em **conteúdo e cultura nos dias de hoje.** Nada menos que **86% das pessoas** que acessam a plataforma **afirmam que ela é o lugar onde encontram conteúdo sobre temas que amam.** Isso só acontece porque **liberdade de expressão, diversidade e autenticidade são valores centrais** do YouTube: **ele se constrói com as vozes de todos** – tanto criadores, quanto marcas. Se você quer **se comunicar com seu público** de um jeito próximo e autêntico, **o YouTube é o lugar onde sua marca precisa estar.** Agora, é com você **apertar o play e começar.**