

CONTENTOOLS & OPINION BOX APRESENTAM

HÁBITOS DE CONTEÚDO 2018

opinion  box

 contenttools

CONTENTTOOLS & OPINION BOX APRESENTAM: HÁBITOS DE CONSUMO 2018

ÍNDICE

Introdução	p. 3
Informações técnicas	p. 5
Redes sociais	p. 6
Formatos de conteúdo	p. 10
A Era da Foto	p. 11
E Texto?	p. 14
Vídeo vem com tudo!	p. 18
Fake news	p. 22
Inbound Marketing	p. 26
Conclusões	p. 27
Sobre o Opinion Box	p. 29
Sobre a Contenttools	p. 30



contenttools

opinion  box

CONTENTTOOLS & OPINION BOX APRESENTAM: HÁBITOS DE CONSUMO 2018

EM 12 MESES, SEUS HÁBITOS DE CONTEÚDO MUDARAM?

A segunda edição da pesquisa de Hábitos de Conteúdo traz algumas mudanças bem significativas em relação ao ano anterior. A primeira delas diz respeito ao uso de redes sociais. Uma rede vem perdendo espaço entre os internautas e outra está crescendo. Consegue adivinhar quais são?

Outro dado relevante que a pesquisa traz é sobre as fake news. Para você ter uma ideia do tamanho do problema, pense em todos os seus amigos no Facebook. Em média, 12% deles compartilham fake news.

Diferenciar o que é verdade do que é mentira vai se tornando um desafio cada vez maior.



CONTENTTOOLS & OPINION BOX APRESENTAM: **HÁBITOS DE CONSUMO 2018**

É HORA DE ANALISAR — ESSA MUDANÇA (MAIS UMA VEZ).

Esses são alguns dos destaques da pesquisa sobre hábitos de conteúdo, realizada pelo segundo ano consecutivo pelo Opinion Box e pela Contenttools. Aproveite o material completo para entender como os consumidores recebem e compartilham cada um dos formatos de conteúdo.

São dados e informações bem relevantes para produtores de conteúdo, marcas com presença digital e empresas que querem entender melhor o comportamento do consumidor.

Boa leitura!



INFORMAÇÕES TÉCNICAS

A pesquisa Hábitos de Conteúdo 2018 foi realizada em julho pelo Opinion Box em parceria com a Contenttools. Foram entrevistados 2.000 consumidores que acessam alguma rede social regularmente, respeitando as proporções de renda, idade e gênero deste grupo.

A margem de erro da pesquisa é de 2,2pp e o intervalo de confiança é de 95%.

Sexo

Mulher 53%
Homem 47%

Idade

16 a 29 anos 41%
30 a 49 anos 44%
50 anos ou mais 15%

Renda

AB 17%
CDE 83%

Região

Norte 5%
Nordeste 24%
Sudeste 48%
Centro-oeste 8%
Sul 15%



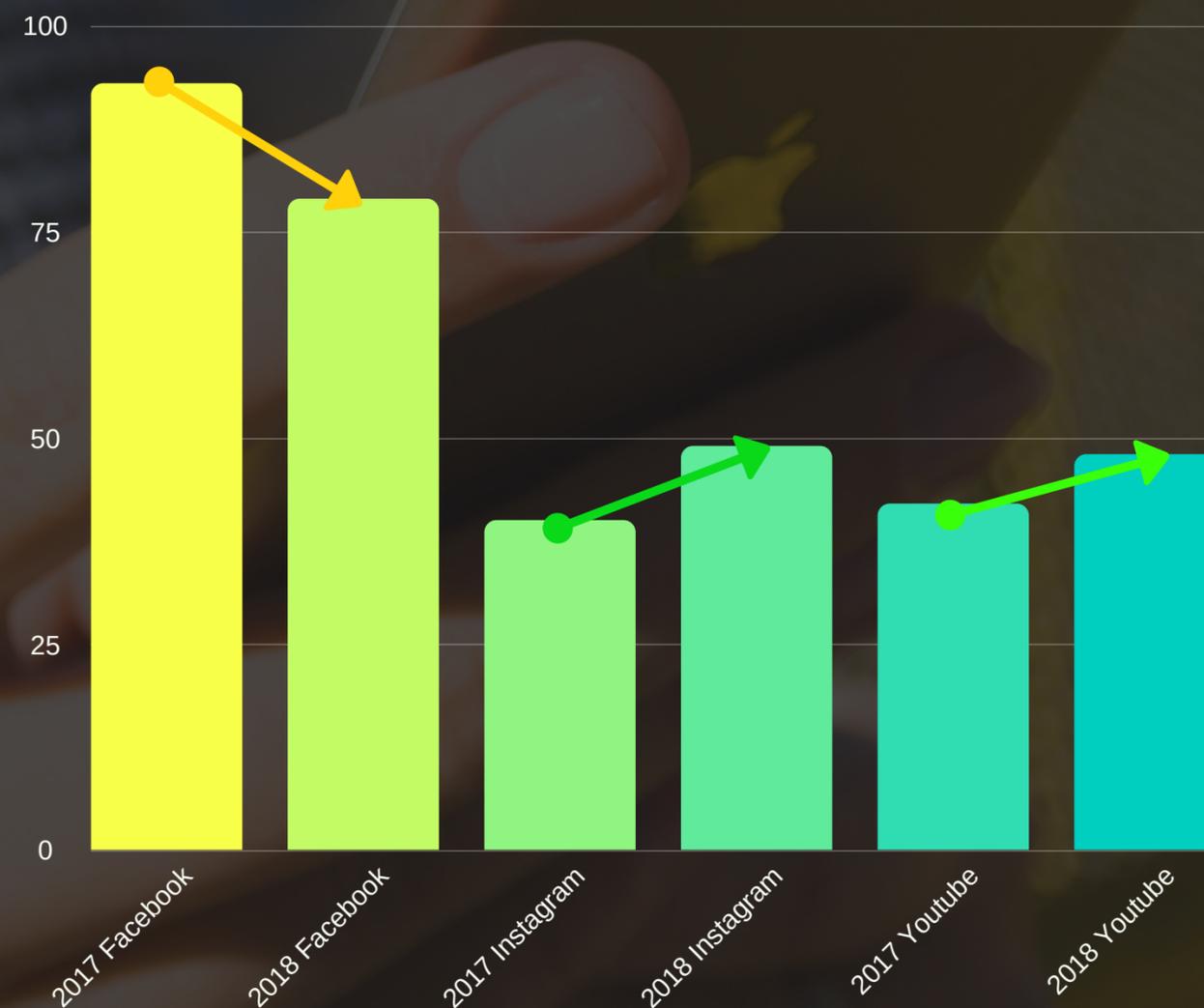
contenttools

opinion  box

REDES SOCIAIS

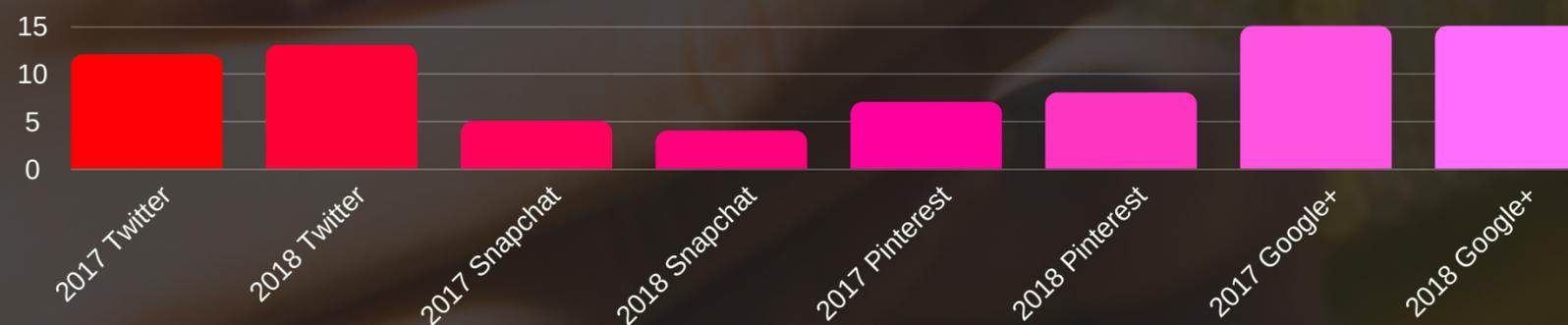
Quando pensamos no mundo digital, em um ano, muita coisa pode acontecer. A pesquisa nos mostrou que, em 12 meses, os hábitos de redes sociais dos internautas brasileiros mudou bastante.

A mudança mais significativa é a queda do Facebook e o crescimento do Instagram. Além disso, o YouTube teve um leve aumento no número de usuários que acessam a rede diariamente.



REDES SOCIAIS

Já o **Twitter, Snapchat, Pinterest e Google+** se mantiveram estáveis. São redes sociais que tem um público seleta, porém fiel.



REDES SOCIAIS

O LinkedIn não teve um crescimento significativo entre os usuários que acessam a rede diariamente, mas entre os que acessam pelo menos uma vez por semana, o número aumentou de 17% em 2017 para 22% em 2018.

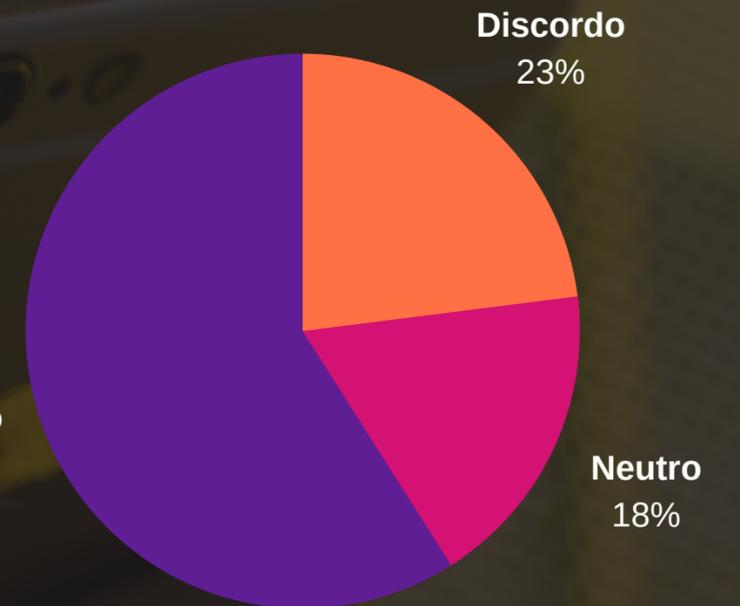


REDES SOCIAIS

Marcas que possuem páginas nas redes sociais devem ficar atentas: **59% dos usuários** de redes sociais já deixaram de seguir uma marca porque consideraram algum conteúdo ofensivo - seja agressivo, machista, homofóbico ou racista. E **72% já deixaram** de seguir uma pessoa pelo mesmo motivo.

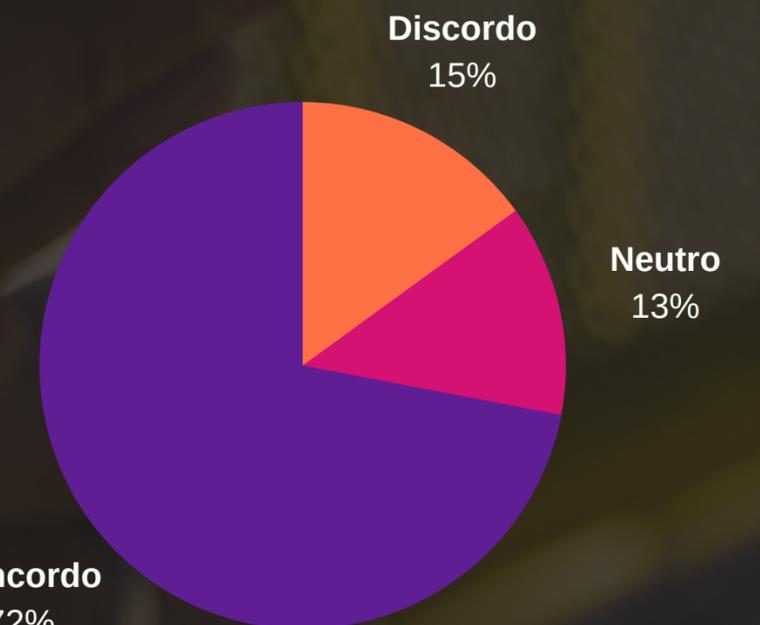
"Já deixei de seguir uma **marca** porque considerei o conteúdo ofensivo."

Concordo
59%



"Já deixei de seguir uma **pessoa** porque considerei o conteúdo ofensivo."

Concordo
72%



FORMATOS DE CONTEÚDO

Fotografia ainda é o conteúdo que os brasileiros mais gostam de ver, mas os vídeos tiveram um crescimento substancial nos últimos 12 meses.

Isso acontece por diversos fatores: já faz um tempo que os especialistas vem anunciando a era do vídeo, e cada vez mais empresas investem neste formato para se relacionar com seus clientes.

Qual formato mais gosta de ver?

Texto
31%



Vídeo
20%

Além disso, a ferramenta de Stories, que compartilha vídeos de curta duração durante 24 horas

Texto
26%

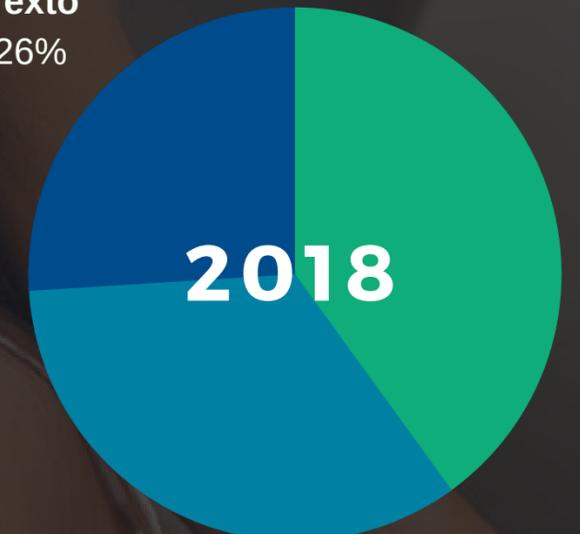


Foto
40%

Vídeo
34%

com os usuários, caiu no gosto dos usuários do Instagram. Vamos falar mais sobre isso a seguir.

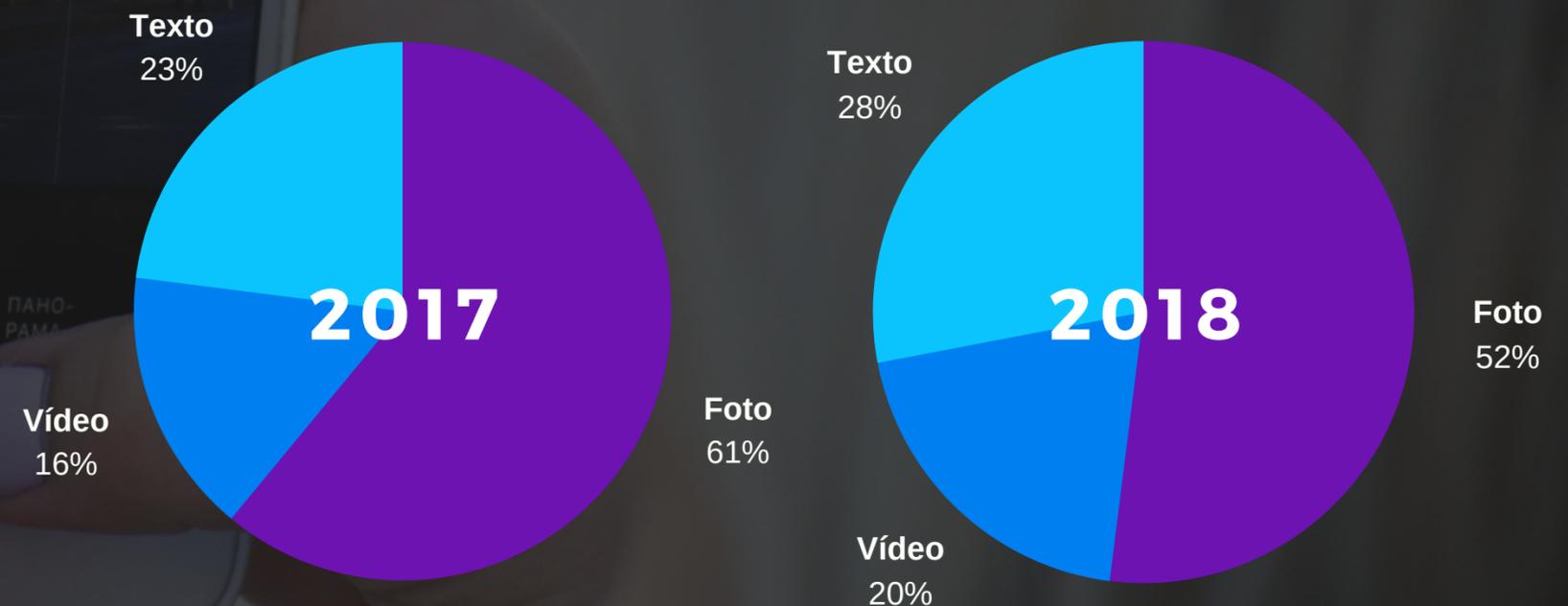
A ERA DA FOTO

Foto é o formato de conteúdo favorito dos internautas brasileiros: 4 em cada 10 preferem ver fotos do que ler um texto ou ver um vídeo e mais da metade compartilha e posta mais fotos do que qualquer outro formato de conteúdo.

Não é à toa, portanto, que o Instagram esteja crescendo tanto no país. Quando fizemos a primeira edição dessa pesquisa, a batalha entre o Snapchat e o Instagram estava no princípio, e ainda não sabíamos com certeza quem seria o grande vencedor.

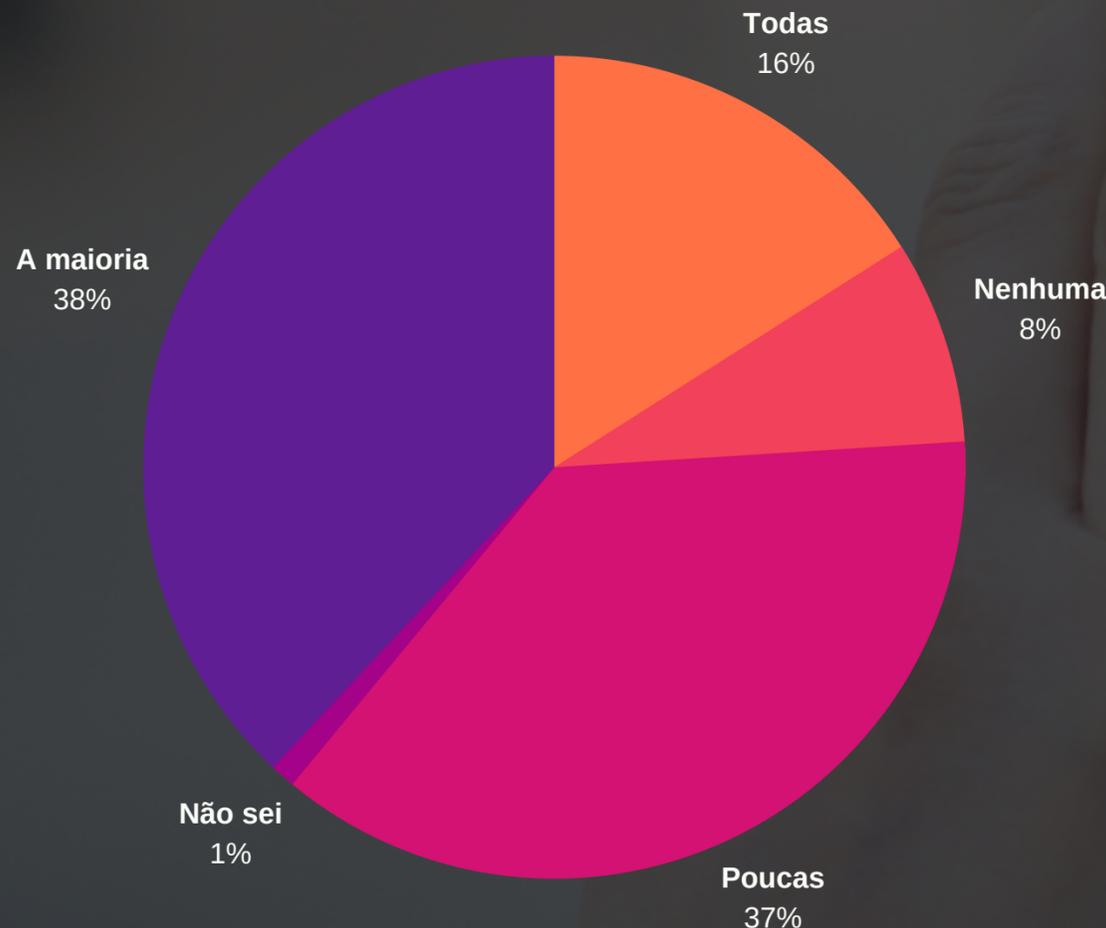
Hoje, já não resta mais dúvidas que **o stories do Instagram é um sucesso**, ao passo que pouca gente utiliza a rede social do fantasma.

Qual formato mais posta ou compartilha?



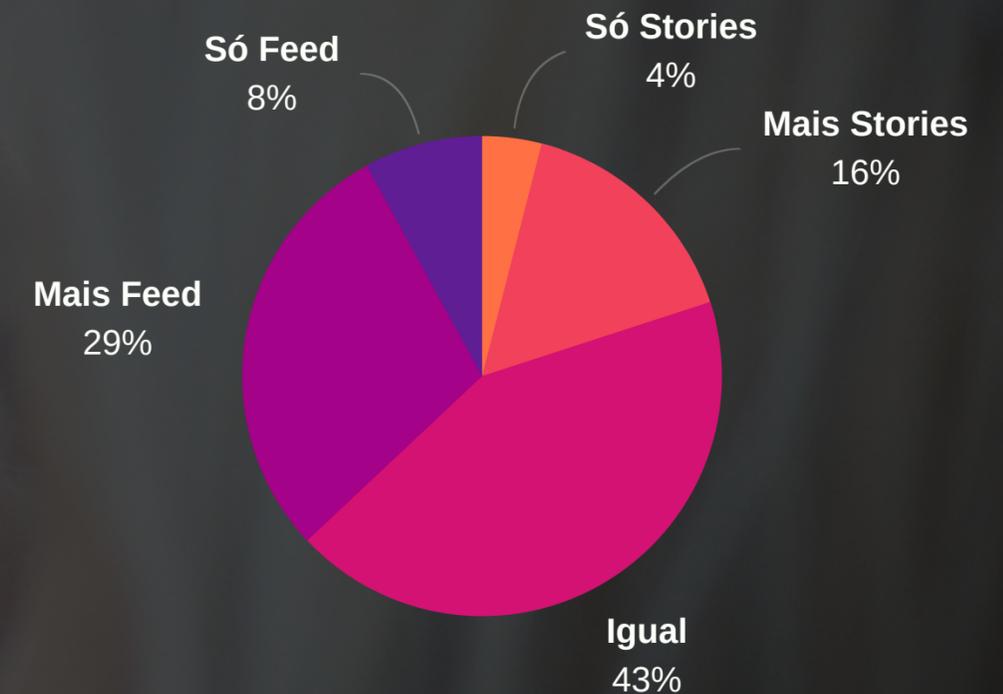
A ERA DA FOTO

Costuma assistir a Stories no Instagram?

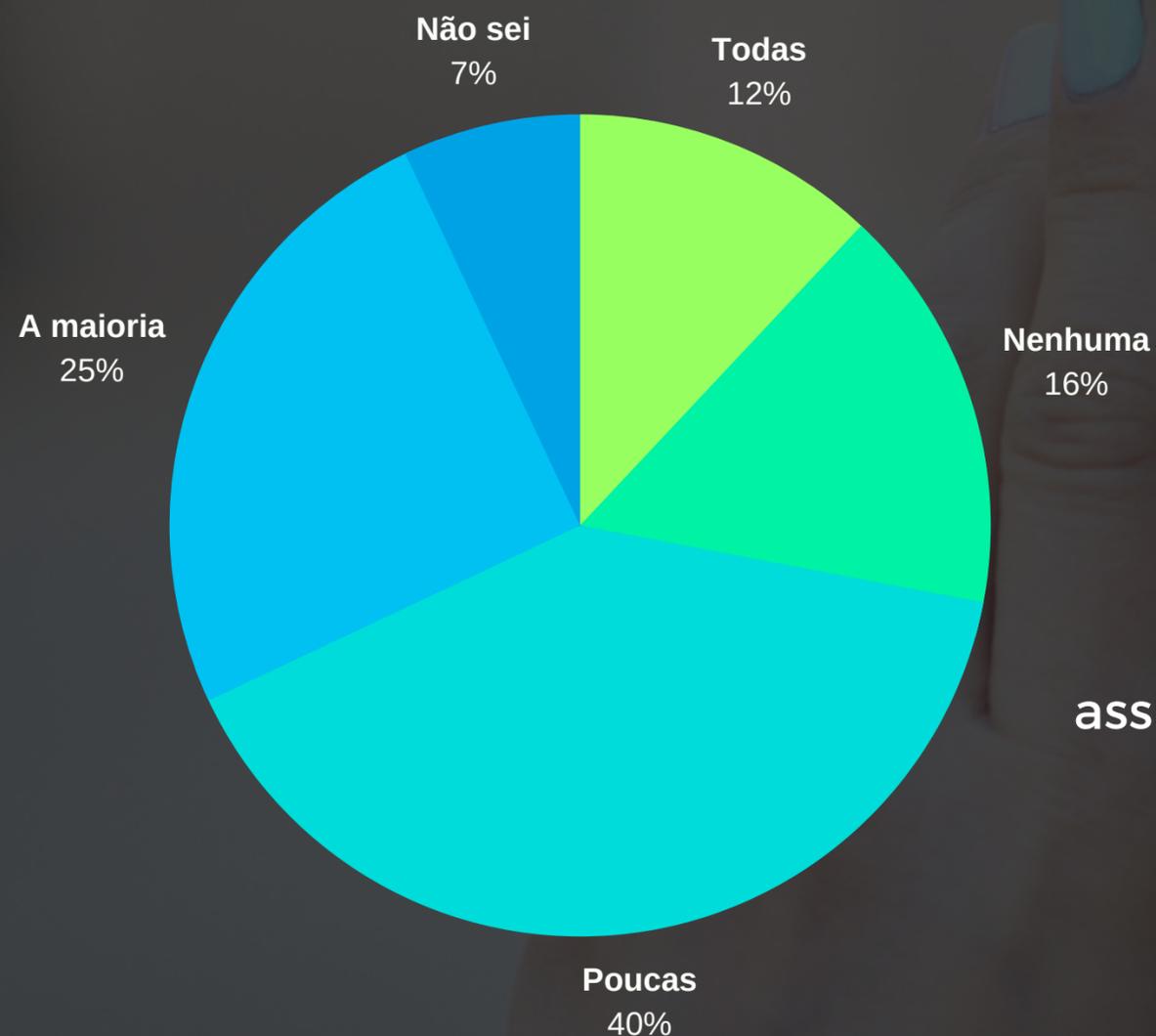


Os dados da nossa pesquisa revelaram que 1 em cada 5 usuários do Instagram só veem os Stories, ou **veem mais os Stories do que o feed de fotos**. Além disso, 16% assistem todos os Stories e 38% assistem a maioria. Para poder comparar, em 2017 7% assistiam a todos os Stories e 16% assistiam a maioria.

Assiste mais a Stories ou feed do Instagram?



A ERA DA FOTO



Costuma assistir Stories em outras redes?

Outras redes sociais, como o Facebook e o WhatsApp, se empolgaram com a novidade e também criaram suas próprias ferramentas de vídeos efêmeros. No entanto, o sucesso não foi o mesmo. 23% não assistem aos vídeos ou nem sabiam que eles existem e apenas 37% assistem todas as histórias ou a maioria delas.

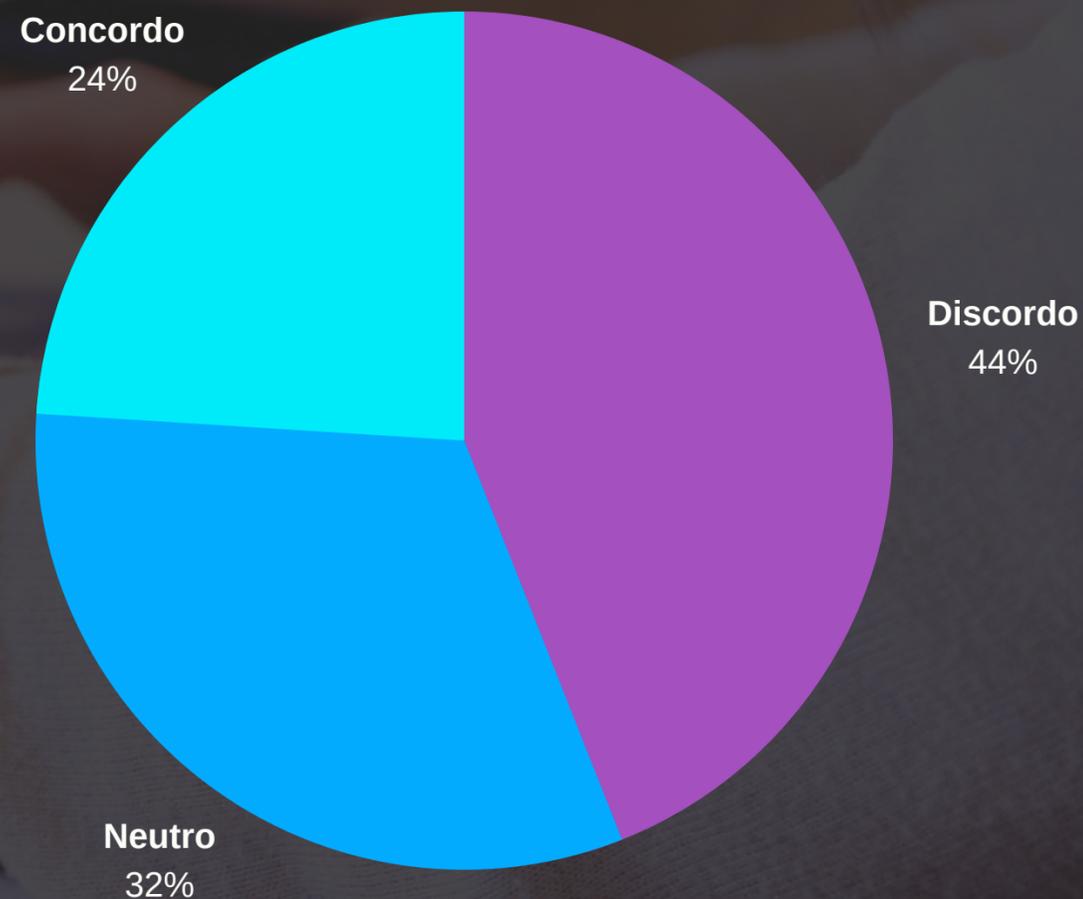


E TEXTO?

26% dos internautas afirmam que texto é o formato de conteúdo que eles mais gostam. No entanto, 24% dos entrevistados disseram que é muito raro clicar em um link de matéria ou post que aparece em suas timelines. Normalmente eles só leem a manchete.

Apesar de esse ser um padrão compreensível em meio às toneladas de conteúdo que passam diante de nós diariamente, ler apenas a manchete é um comportamento preocupante se a pessoa toma aquela uma frase como verdadeira, sem se aprofundar no tema. Essa acaba sendo uma forma indireta de se disseminar fake news e gerar desinformação.

"É muito raro eu clicar no link de matéria ou post. Normalmente leio só a manchete."

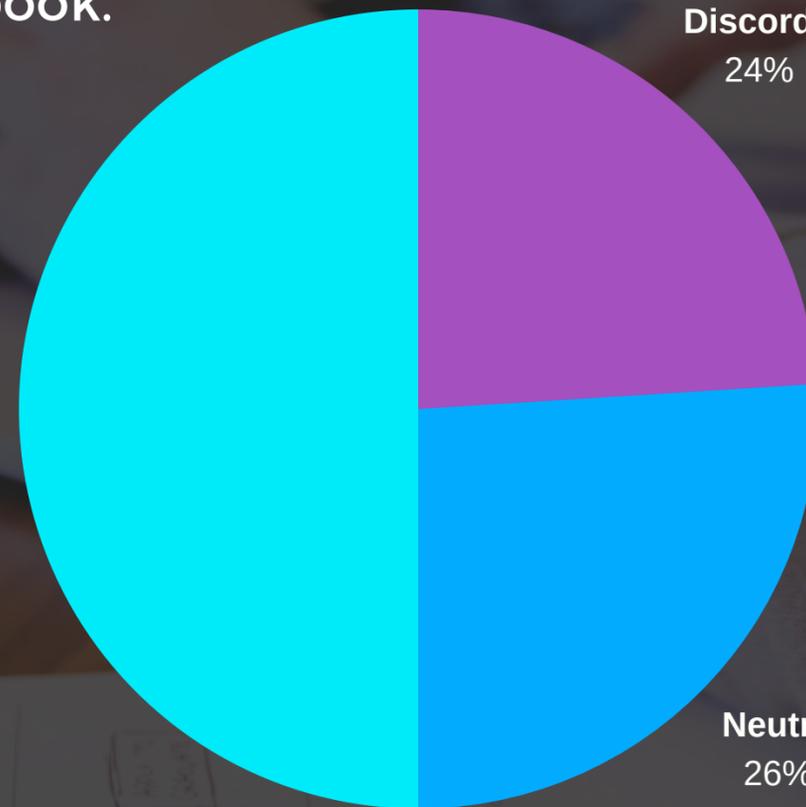


E TEXTOS?

Outro dado relevante é que 4 em cada 10 entrevistados afirmam que, se o texto é muito longo, eles não chegam até o fim da leitura, e metade dos entrevistados declaram que detestam os famosos "textões" do Facebook.

"Detesto textão no Facebook."

Concordo
50%

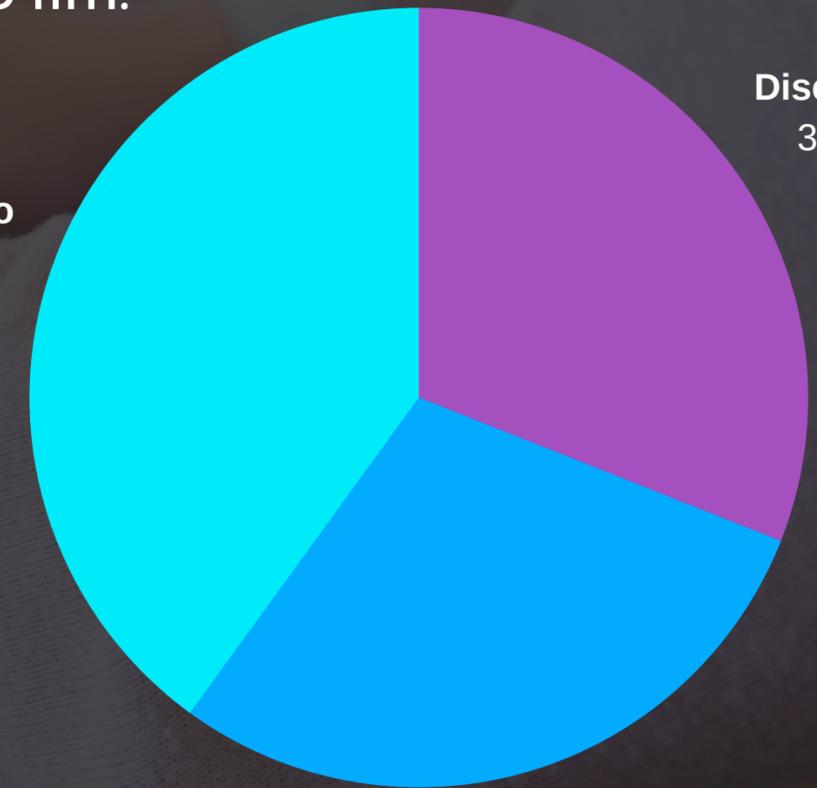


Discordo
24%

Neutro
26%

"Se o texto é muito longo, eu quase nunca leio até o fim."

Concordo
40%



Discordo
31%

Neutro
29%

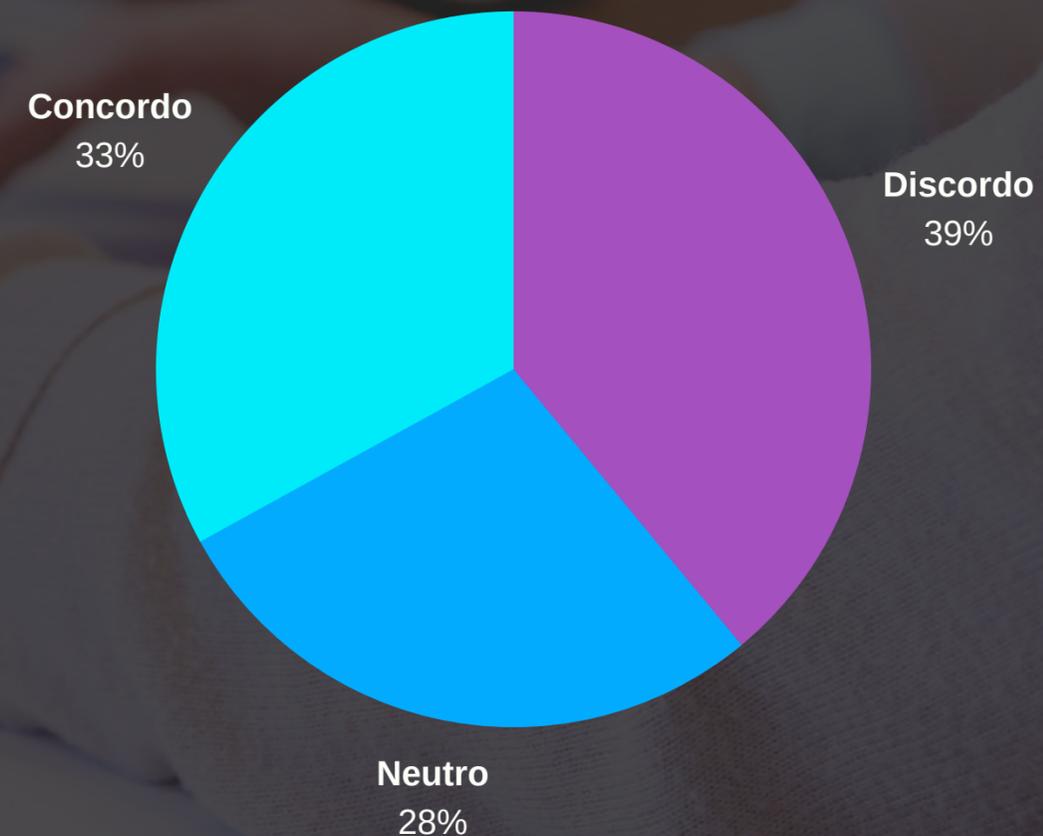


E TEXTO?

Uma saída para quem quer que o seu leitor chegue até o fim do conteúdo é oferecer o material para download.

33% concordam que preferem baixar textos mais longos ou complexos para ler em outro momento.

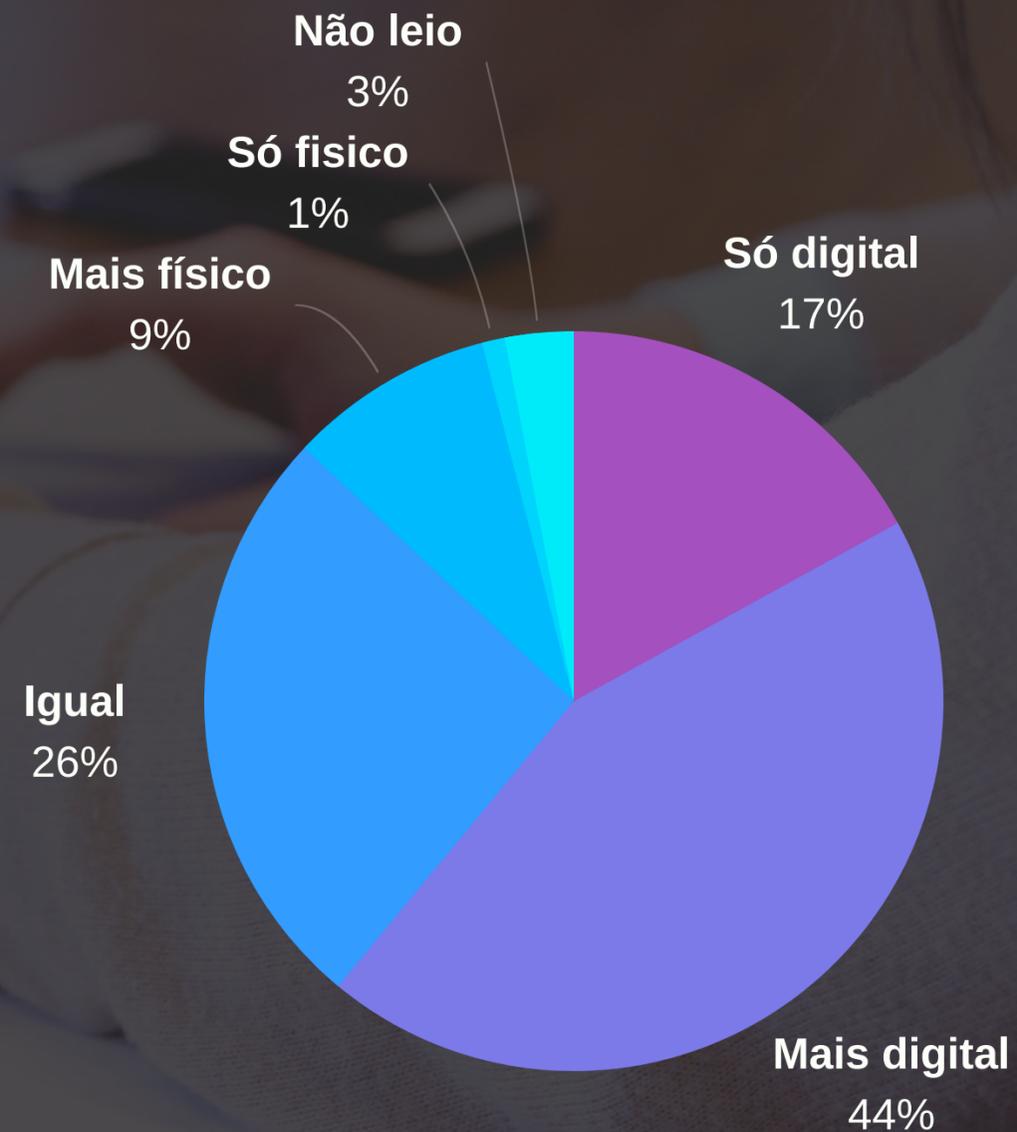
"Para textos mais longos ou complexos, prefiro fazer download para ler depois."



E TEXTO?

Por fim, os meios digitais continuam superando os meios físicos como plataforma de leitura.

Assim como em 2017, 6 em cada 10 internautas leem conteúdo apenas ou predominantemente em meios digitais.



Você lê mais materiais em meio digital ou físico?



contenttools

opinion  box

CONTENTTOOLS & OPINION BOX APRESENTAM: HÁBITOS DE CONSUMO 2018

VÍDEO VEM COM TUDO!

34% dos internautas escolheram o vídeo como formato de conteúdo preferido. Esse número é 14 pontos percentuais (pp) maior em relação a 2017.

Esse é um dado relevante tanto para as empresas que produzem conteúdo e veículos de comunicação quanto para as empresas de telefonia: com o aumento do consumo de vídeos, o uso de banda também vem aumentando a cada ano. Será que a qualidade da nossa internet acompanha essa tendência?

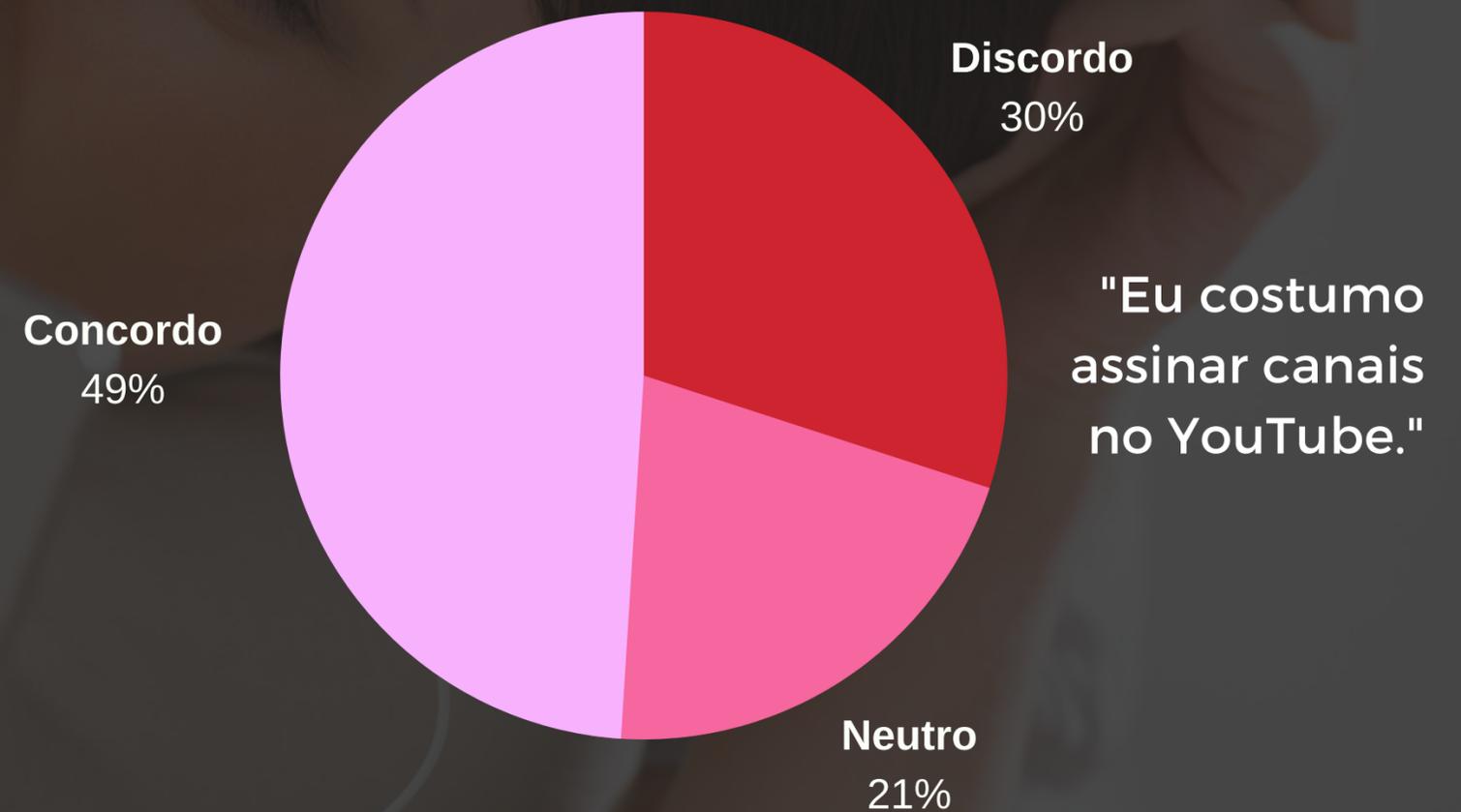
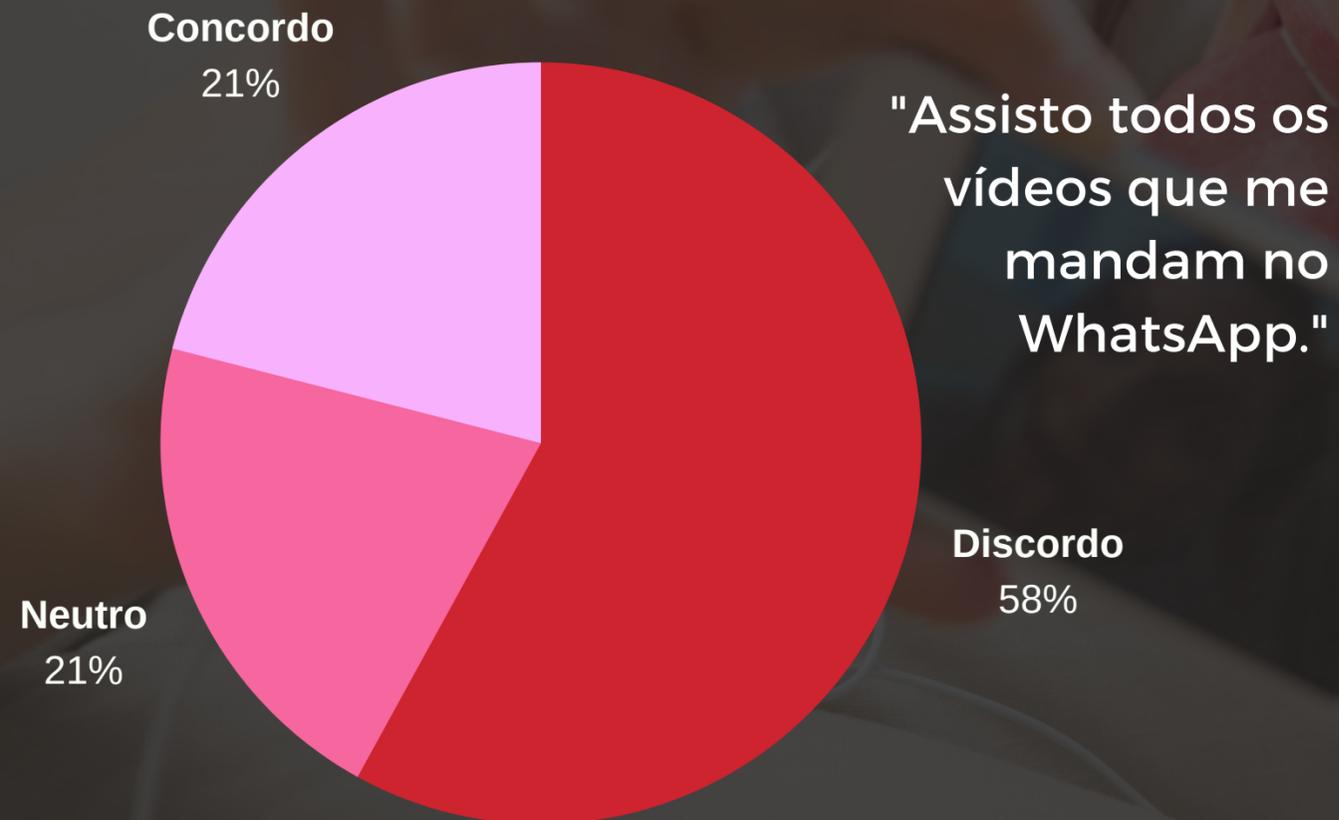


contenttools

opinion  box

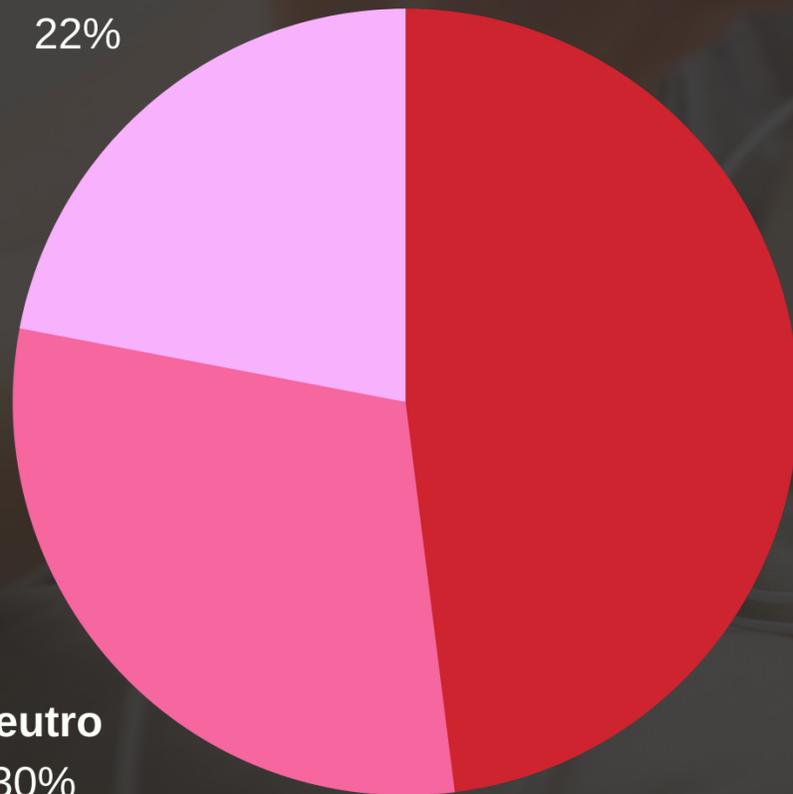
VÍDEO VEM COM TUDO!

Os canais de vídeos variam: 49% costumam assinar canais no YouTube, 21% assistem todos os vídeos que recebem pelo WhatsApp, independentemente do assunto, e 22% assistem até o fim todos ou quase todos os vídeos que aparecem na sua timeline.



VÍDEO VEM COM TUDO!

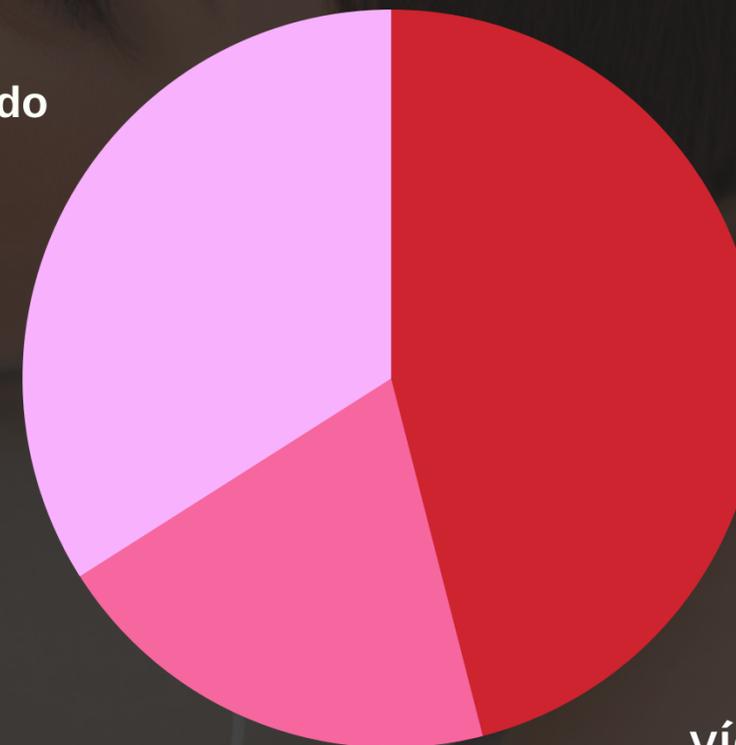
Concordo
22%



"Assisto todos ou quase todos os vídeos que aparecem na minha timeline até o fim."

Discordo
48%

Concordo
34%



Discordo
46%

"Gosto quando os vídeos do Facebook começam sem eu precisar dar o play."

Neutro
20%



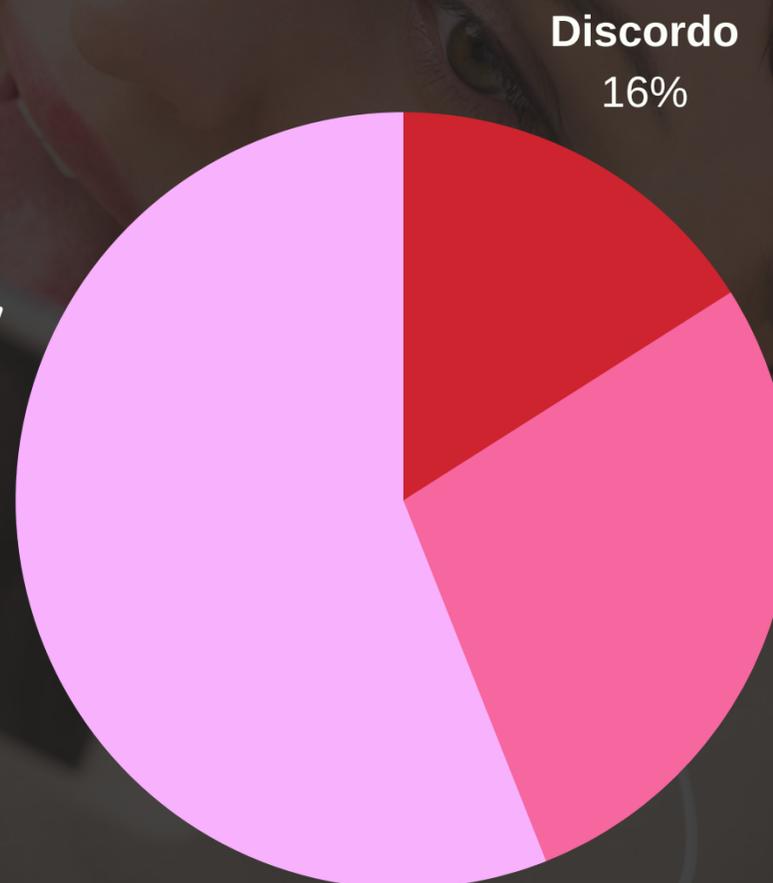
contenttools

opinion  box

VÍDEO VEM COM TUDO!

A preferência pelos vídeos como material educativo aumentou ligeiramente de 2017 para 2018. Se em 2017 49% preferiam ver um vídeo do que ler um texto para aprender alguma coisa, agora este número aumentou para 56%.

Concordo
56%



Discordo
16%

"Quando estou tentando aprender alguma coisa, prefiro ver um vídeo do que ler o texto."

Neutro
28%



CONTENTTOOLS & OPINION BOX APRESENTAM: HÁBITOS DE CONSUMO 2018

FAKE NEWS

Se fala cada vez mais na preocupação com as chamadas fake news.

Governos, empresas e veículos de comunicação afirmam que estão em busca de uma solução para o tema.

E os usuários, será que também estão preocupados?



contenttools

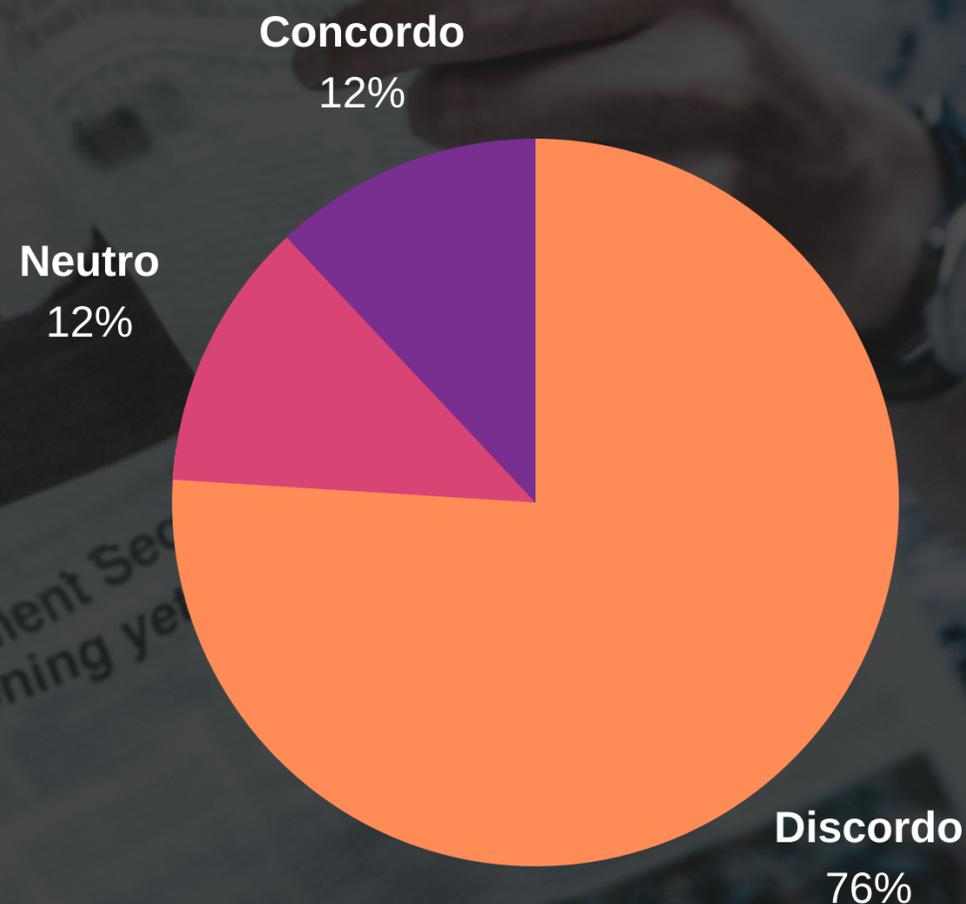
opinion  box

FAKE NEWS

12% dos internautas afirmam que compartilham conteúdo mesmo sem ter certeza se ele é verdadeiro ou não. O número cresceu um pouco em relação a 2017, quando 9% afirmavam isso.

Este é um dado bem alarmante, já que nos últimos meses o tema ganhou muito destaque na mídia e nas próprias redes sociais, mas parece não ter surtido qualquer efeito no comportamento dos internautas.

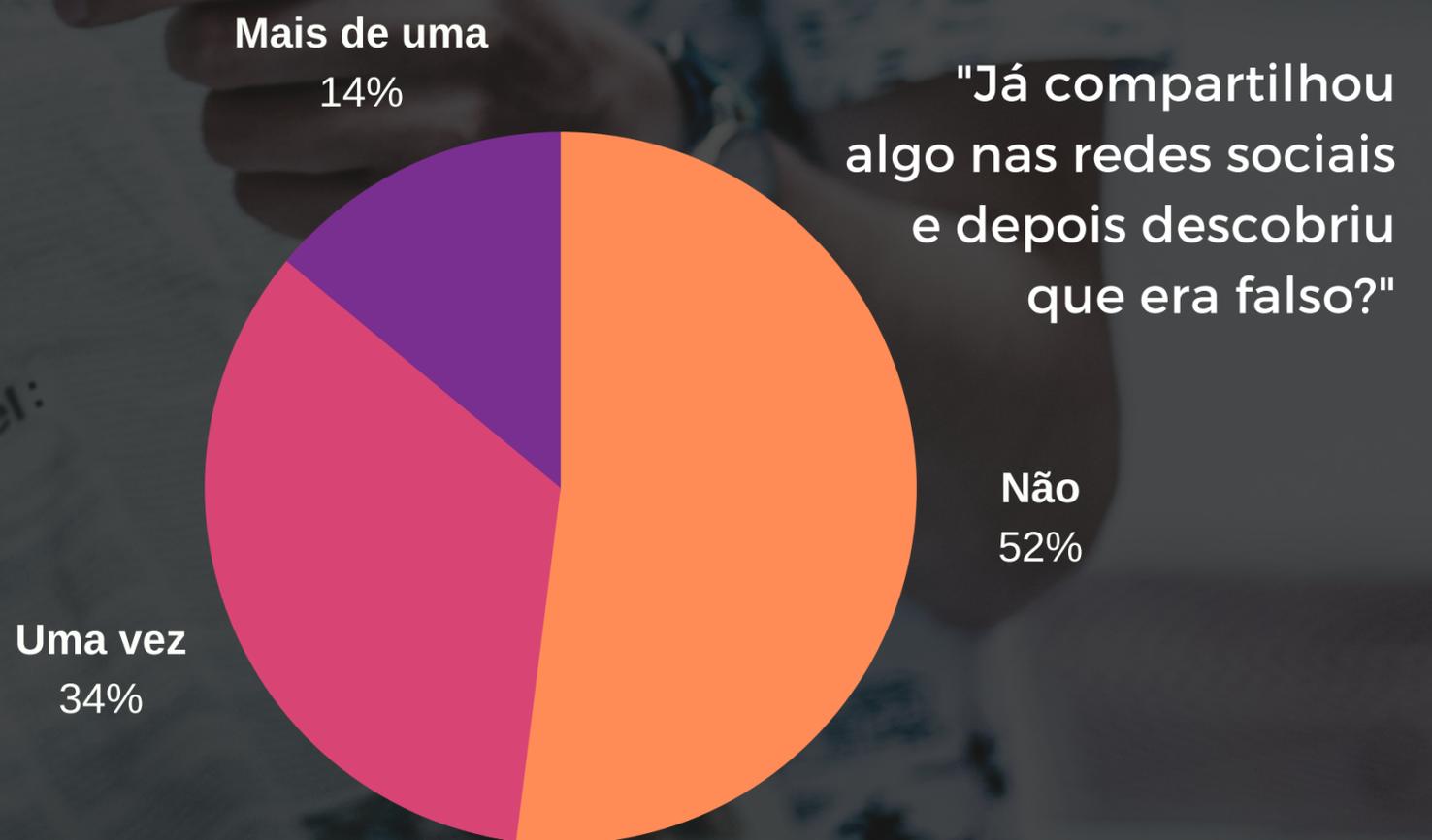
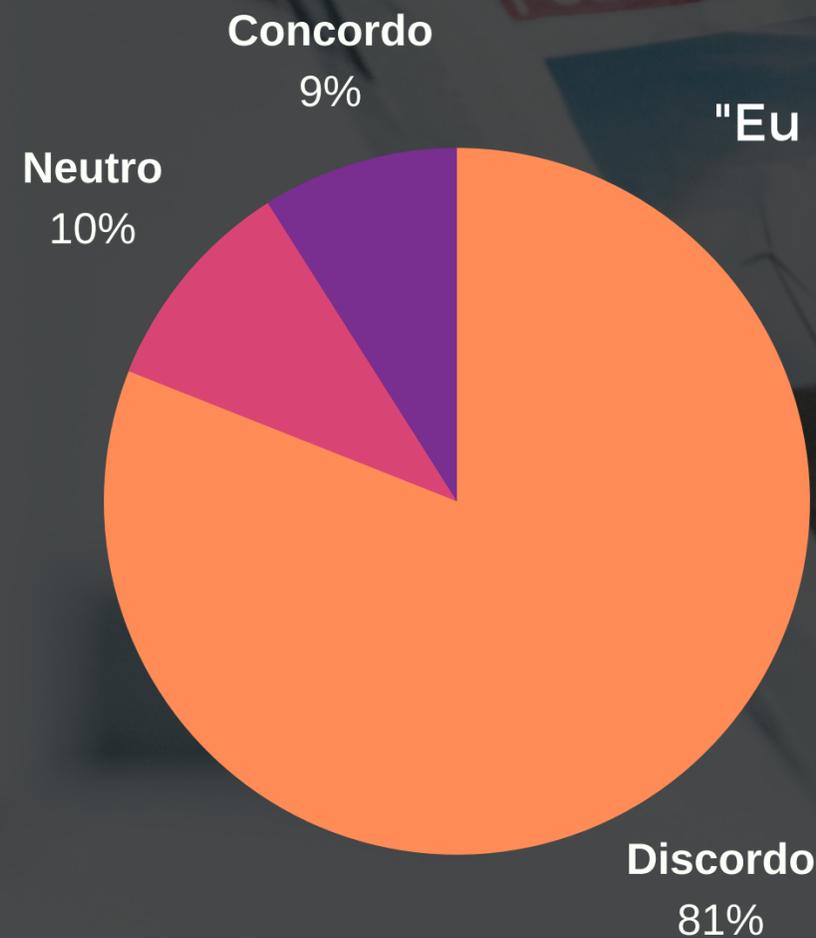
Para ter uma dimensão do problema, basta pensar que, se uma pessoa tem 500 amigos no Facebook, 60 deles publicam conteúdo falso.



"Eu compartilho conteúdo mesmo sem ter certeza se ele é verdadeiro."

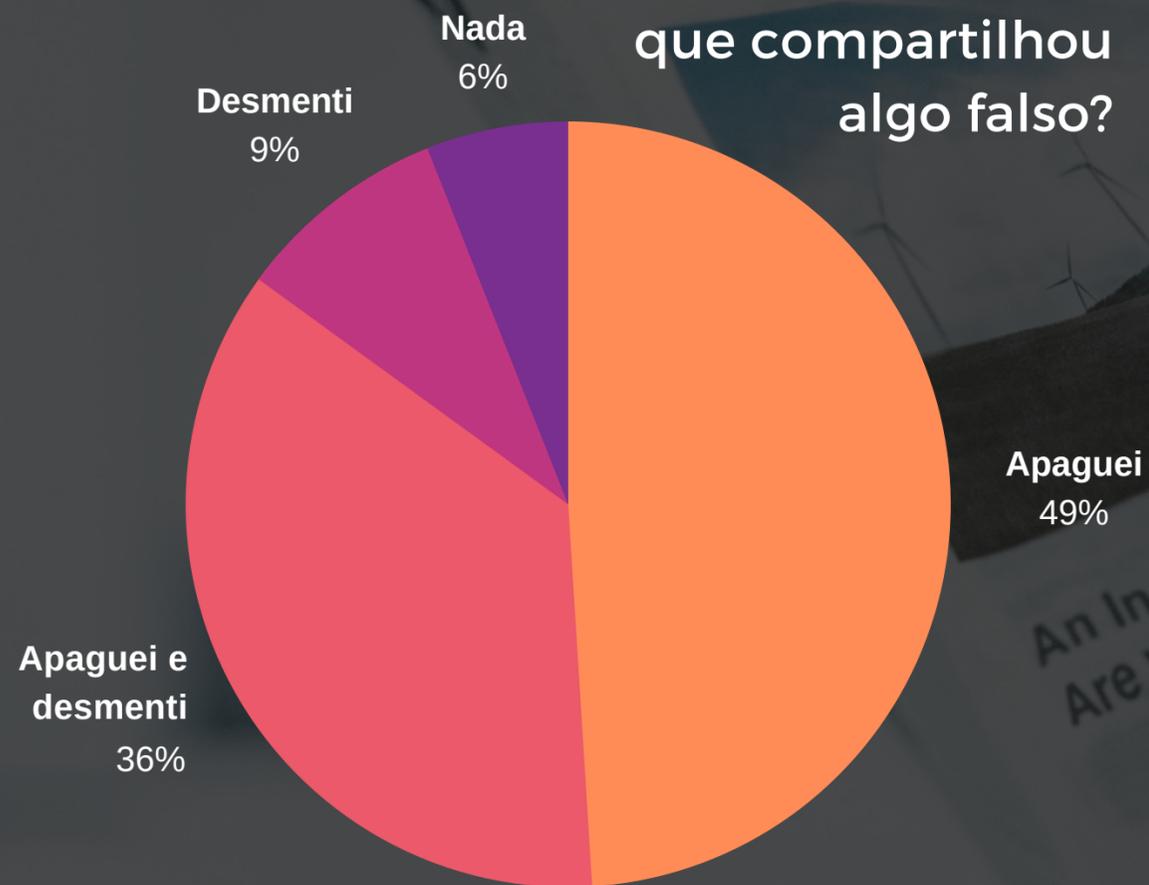
FAKE NEWS

Além disso, é preocupante saber que 48%, ou quase metade dos internautas, já compartilharam um conteúdo nas redes sociais e depois descobriram que era um conteúdo falso, sendo que 14% disseram que isso aconteceu com eles mais de uma vez.



FAKE NEWS

O que você fez quando percebeu que compartilhou algo falso?



O que fazer quando isso acontece? 85% dos que passaram por essa situação disseram que apagaram o conteúdo, sendo que 36%, além de apagar, desmentiu a informação. 9% deixou o conteúdo publicado, mas desmentiu as informações nos comentários e 6% não fizeram nada.

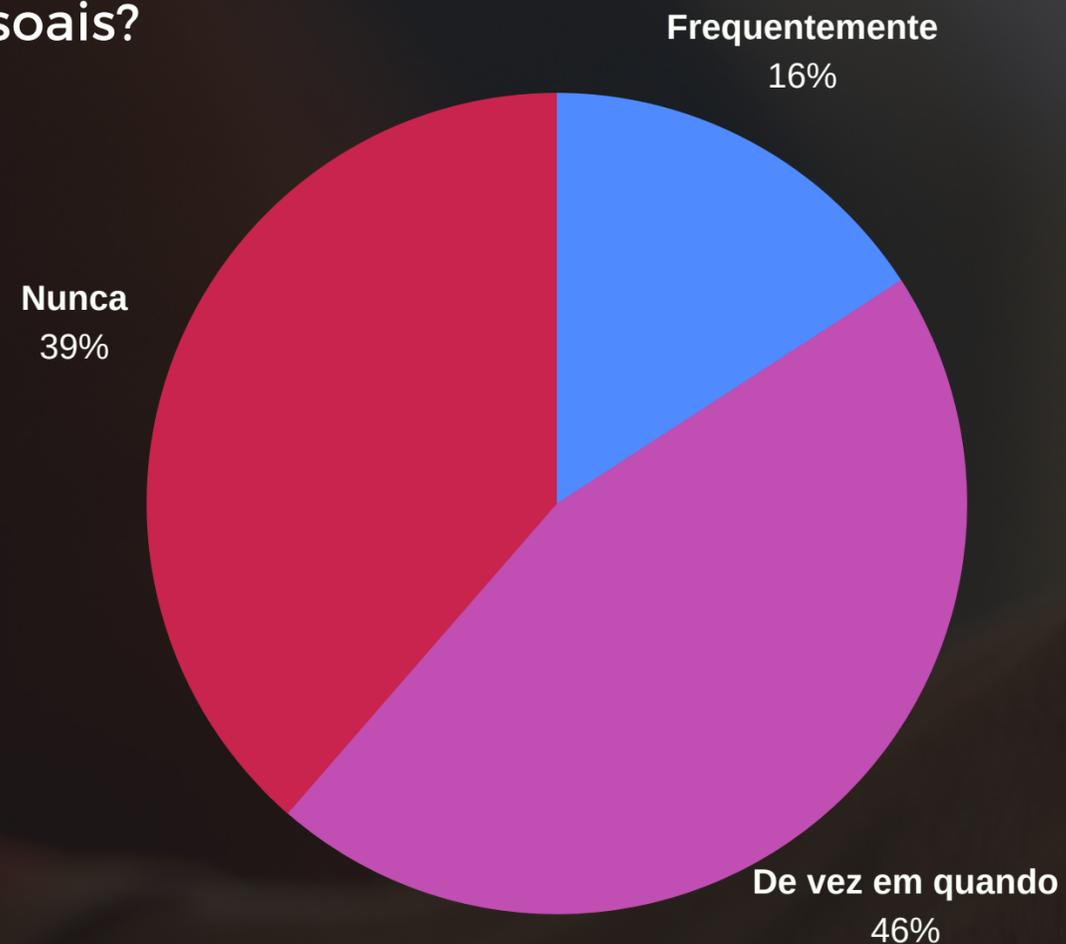
E fácil perceber também que muita gente acaba compartilhando fake news sem nem se dar conta disso. 1 em cada 10 internautas afirmam que compartilham conteúdo sem ler, só por causa da manchete ou do título. E a mesma quantidade não concorda nem discorda dessa afirmação - ou seja, são pessoas que provavelmente também o fazem.

Os dados, em conjunto, revelam que a questão das fake news é um problema extremamente grave e longe de ser resolvido.



INBOUND MARKETING

Tem o costume de baixar conteúdo gratuitamente em troca de informações pessoais?



Aqui temos um dado muito positivo para as empresas que trabalham com marketing digital: 61% dos internautas já baixaram algum conteúdo gratuitamente, em troca de informações pessoais. Esse número cresceu 6 pontos percentuais de 2017 para 2018.

Considerando que a pesquisa é feita com internautas em geral, e não pessoas do universo de marketing digital, esse é um dado bem relevante.



CONCLUSÃO 1: QUALIDADE DE CONTEÚDO IMPORTA.

A pesquisa sobre Hábitos de Conteúdo 2018 destaca o crescimento do vídeo e das redes sociais que exploram esse formato, como o YouTube e o Instagram, que, com os Stories, deixou de ser uma rede apenas de fotos para ser também uma rede de vídeos.

Mas, mais importante do que o formato, o que importa mesmo é a qualidade do conteúdo. Ninguém quer perder tempo com textos que não interessam e já não há mais espaço para as marcas errarem em relação ao seu posicionamento diante de temas como orientação sexual, raça, gênero e outros.

Marcas e pessoas que querem explorar o marketing de conteúdo e conquistar leitores, espectadores, seguidores ou fãs deve se preocupar muito mais com a qualidade e originalidade do seu conteúdo do que apenas com o formato.



CONCLUSÃO 2: ATENÇÃO REDOBRADA ÀS REDES.

E importante também ficar atento às tendências. A relevância que o Instagram vem ganhando, tanto no seu feed quanto no Stories, abre oportunidades interessantes para marcas e empresas.

Já a questão das fake news vem se mostrando um problema cada vez maior. Internautas e empresas devem ter uma atenção excessiva não só com o que postam e compartilham, mas também com o que leem nas redes sociais. E preciso também ter em mente que o combate à fake news é dever de todos.

Por isso, não compartilhar matérias sem ler, não confiar em manchetes sensacionalistas demais e não postar aquilo que não tiver certeza se é verdadeiro são boas práticas que devem ser seguidas por páginas e perfis de todas as redes sociais.





O Opinion Box desenvolve soluções digitais inovadoras para pesquisa de mercado e coleta de dados primários. Nossa missão é tornar a pesquisa acessível a todos, seja um consultor de marketing, um acadêmico, um empreendedor ou um executivo de uma grande corporação. Ajudamos empresas e pessoas a tomarem decisões inteligentes, com base em dados e não em achismos.

Quer conhecer melhor os seus consumidores? Entre em contato com nosso time de especialistas em pesquisa. Estamos prontos para te ajudar a crescer e vender mais.

www.opinionbox.com

blog.opinionbox.com

opinionbox@opinionbox.com

(31) 4501 2022



Nós acreditamos em conteúdos incríveis. Conteúdos que as pessoas gostam de ler, compartilhar e falar sobre. Acreditamos que toda empresa deveria ter os recursos para produzir este tipo de conteúdo.

E por isso que desenvolvemos a Contenttools: uma poderosa plataforma de marketing de conteúdo para empresas que buscam crescimento. Equipada com tudo que você precisa para planejar, organizar, criar, distribuir e mensurar sua performance.

www.contenttools.com.br

marketing@contenttools.com.br