





DA OPORTUNIDADE AO IMPACTO

Analisando os benefícios econômicos, sociais e culturais do YouTube no Brasil

Todos os dias o YouTube ajuda pessoas a aprender novas habilidades, abrir negócios, criar empregos e enriquecer suas vidas. Esse estudo realizado pela Oxford Economics analisa a fundo os impactos econômicos, sociais e culturais da plataforma de vídeos mais popular do Brasil, combinando técnicas sofisticadas de pesquisa e modelos econômicos.

Cerca de um bilhão de horas de vídeos são assistidas no YouTube no mundo todo diariamente(1). No Brasil, esses vídeos geram uma renda substancial para os criadores de conteúdo do YouTube e outros negócios - que por sua vez, impulsionam a atividade econômica e a criação de empregos em diversas áreas da economia.

Em 2020, a Oxford Economics calculou que o ecossistema criativo do YouTube tenha contribuído com aproximadamente:



R\$ **3,4** bilhões
para o PIB brasileiro



1. Fonte: Google - Junho 2019

METODOLOGIA

O modelo econômico utilizado pela Oxford Economics avalia resultados de pesquisas e publicações de dados para estimar a contribuição do YouTube nos principais indicadores econômicos, tais como PIB e geração de empregos.

Foram avaliados no total dados de três pesquisas anônimas realizadas no Brasil, com 3.900 usuários, 900 criadores de conteúdo e 500 negócios. Nas páginas seguintes apresentamos os resultados do modelo econômico da Oxford Economics e outros dados relevantes do nosso estudo. Apresentamos também uma série de histórias de sucesso de criadores do YouTube.



122.000
Empregos equivalente a período
integral no Brasil



O IMPACTO ECONÔMICO TOTAL DO ECOSISTEMA CRIATIVO DO YOUTUBE



O LAR DOS EMPREENDEDORES CRIATIVOS

Os “Empreendedores Criativos” do YouTube encontram oportunidades e sucesso econômico fora e dentro da plataforma no Brasil. Os Empreendedores Criativos podem compartilhar suas habilidades, expressar sua criatividade e, por sua vez, criar negócios locais que contribuam para a economia. A influência do YouTube na mídia propicia aos criadores brasileiros a possibilidade de alcançar mais pessoas no país e no exterior, oferecendo uma ampla base de crescimento e sucesso aos criadores.

88%

dos Empreendedores Criativos disseram que o YouTube tem tido um **impacto positivo em seus objetivos profissionais**.

77%

dos criadores concordam que o YouTube oferece **oportunidades para a criação de conteúdo e geração de renda** que não obteriam através das mídias tradicionais.

68%

dos Empreendedores Criativos concordam que o YouTube gerou **oportunidades adicionais fora da plataforma**.

Canal Oficina Caipira

Eliseu Pereira
Divisópolis (MG)

“No YouTube, o importante é fazer porque a gente gosta, o dinheiro vem na sequência. E não adianta criar um personagem, eu sou aquilo ali que está nos vídeos, uai!”



Canal Oficina Caipira

Eliseu Pereira
Divisópolis (MG)

A marcenaria que, hoje, faz sucesso sem vender móveis

Ser YouTuber não estava nos planos do pedreiro Eliseu Pereira, mas, quando a oportunidade apareceu, ele a agarrou com força. Filho e neto de marceneiros, Eliseu Pereira aprendeu o ofício muito cedo: na infância, como a grana era curta, fazia carrinhos de madeira para trocar por bolinhas de gude com os amigos.

Em 2016, ele realizou o sonho de montar uma pequena marcenaria no fundo de casa, em Divisópolis (MG). A ideia era usar o hobby para incrementar a renda.

O primeiro projeto foi a bancada de trabalho da própria oficina. Estimulado por um amigo, Eliseu filmou todo o processo com o celular e resolveu postar no YouTube.

O resto é história: *"Virei marceneiro e YouTuber de uma vez só"*, diverte-se ele, que tem, hoje, 800 mil inscritos no canal Oficina Caipira, que dobrou de tamanho durante a pandemia. Com o boom de seguidores e o aumento das visualizações – alguns vídeos chegam a passar de 4 milhões –, Eliseu foi procurado por uma grande marca de equipamentos para patrocínio exclusivo e também fechou com uma empresa que produz insumos como cola, verniz e seladora. *"No YouTube, o importante é fazer porque a gente gosta, o dinheiro vem na sequência. E não adianta criar um personagem, eu sou aquilo ali que está nos vídeos, uai!"*

Eliseu é um marceneiro que já não precisa vender suas peças, mas se orgulha de viver do antigo hobby: *"Graças à Oficina Caipira consegui trocar o carro, aumentar a casa e ajudar a minha família humilde e batalhadora"*, comemora.



UM LOCAL DE APRENDIZADO

O YouTube empodera pessoas de todas as idades para desenvolverem suas habilidades pessoais e profissionais e aprofundarem seus conhecimentos. Os brasileiros utilizam a plataforma todos os dias a fim de aprender novos hobbies, resolver problemas de ordem prática e acessar um vasto e rico conteúdo sobre educação tanto para estudantes e educadores quanto para os pais.

100%

dos alunos que utilizam o YouTube (maiores de 18 anos) relatam utilizar o YouTube como **apoio para suas tarefas ou estudo**.

99%

dos usuários no Brasil relatam utilizar o YouTube para **obter informações e conhecimento**.

92%

dos professores brasileiros que utilizam o YouTube afirmam usar **conteúdo do YouTube em suas aulas**.

77%

dos professores brasileiros que utilizam o YouTube concordam que o YouTube **contribui para o aprendizado dos alunos**.

Canal Centro de Mídias SP

Bruna Waitman
São Paulo (SP)

"Foi a necessidade de manter os alunos estudando durante o isolamento que fez com que tudo o que a gente tem hoje estivesse de pé em 20 dias."



Canal Centro de Mídias SP

Bruna Waitman / Governo do Estado de São Paulo
São Paulo (SP)

Imagina se a escola fosse também no YouTube?

A necessidade do ensino remoto levou os professores do estado de São Paulo para um canal na plataforma e isso abriu uma porta que não deve se fechar mais. Criar um centro de mídias que oferecesse apoio às aulas presenciais e conteúdos extras on-line estava nos planos da Secretaria de Educação do Estado de São Paulo havia alguns anos. Mas, no correr de quem lida com 3,3 milhões de alunos e 200 mil professores, a ideia ainda não tinha saído do papel. Não até o dia 13 de março de 2020, quando a pandemia fechou todas as escolas.

"Foi a necessidade de manter os alunos estudando durante o isolamento que fez com que tudo o que a gente tem hoje estivesse de pé em 20 dias", conta Bruna Waitman, coordenadora do Centro de Mídias da Educação do Estado de São Paulo. E quando ela diz "tudo" está se referindo a um canal no YouTube com mais de 690 mil inscritos, dois canais na TV aberta e um aplicativo que veiculam conteúdo destinado desde as creches até o Ensino de Jovens e Adultos, passando, claro, pelo ensino médio com seus vestibulandos. *"São 23 horas de conteúdo ao vivo todos os dias. Imagina o desafio",* avalia Bruna.

Para quem se pergunta se a tecnologia vai substituir o ensino presencial, ela responde de imediato: *"Jamais! Só vai potencializar"*. Um dos caminhos é usar os canais para aumentar a quantidade de matérias eletivas nas escolas. Com as disciplinas optativas virtuais, os alunos poderão escolher não apenas entre as que existem no seu colégio, mas entre as disponíveis em todo o estado. *"Isso deve trazer equidade no ensino também. Quem não estuda em tempo integral poderá completar com disciplinas on-line",* acrescenta Bruna.



PROMOVENDO DIVERSIDADE CULTURAL

A acessibilidade do YouTube oferece oportunidades a criadores de conteúdo de todas as camadas demográficas do Brasil, eliminando custos e contornando processos dos meios tradicionais de mídia. A diversidade dos seus criadores é refletida no conteúdo amplamente variado do YouTube, conectando usuários de diferentes meios a todos os tipos de cultura.

90%

das empresas da indústria da música, mídia e entretenimento que possuem um canal no YouTube concordam que o YouTube desempenha um **papel positivo no encorajamento da diversidade entre os criadores.**

75%

dos criadores concordam que a comunidade do YouTube **os encoraja a criar conteúdos "diversificados e inovadores"**.

94%

dos usuários concordam que o YouTube é um **lugar com conteúdo diversificado.**

78%

dos usuários concordam que o YouTube permite **visualizar conteúdos que não são acessíveis através das mídias tradicionais.**

Canal Dinah Moraes

Dinah Moraes
Fortaleza (CE)

"Ao oferecer a possibilidade de monetização para aqueles que se enquadram nos critérios da plataforma, o YouTube nos dá a oportunidade de bancar uma produção bacana."



Canal Dinah Moraes

Dinah Moraes

Fortaleza (CE)

A vida (de uma cearense) como ela é

Às vezes, é preciso rir da própria desgraça para poder seguir em frente. E essa foi uma das inspirações para o canal de Dinah Moraes, um dos grandes sucessos do humor na internet.

A história de Dinah é parecida com a de muitos YouTubers: tudo começou por acaso. *"Fui tentar trocar uma torneira e deixei o registro ligado. Jorrou água para todo lado e terminei encharcada. Uma tragédia, mas acabei postando nas redes sociais. Dormi anônima e acordei famosa"*, lembra. Foi então que a cearense percebeu seu talento de comunicadora e humorista, e resolveu investir. Quando começou sua trajetória na internet, Dinah sequer imaginava que isso poderia se tornar uma profissão. Mas, ao descobrir que poderia gerar receita com monetização seus vídeos, decidiu focar no YouTube. O canal estreou em 2013 e, de lá para cá, foi inovando na linguagem e incrementando suas produções. Quase uma década depois, o canal Dinah Moraes tem mais de cinco milhões de seguidores e se prepara para chegar a dois bilhões de visualizações.

O Nordeste continua sendo a maior fonte de inspiração da criadora. Um dos grandes sucessos do canal é a série *The Walking Agreste*, uma paródia da série americana *The Walking Dead* que já está na quarta temporada. *"É uma série de zumbis ambientada no Ceará. A cada temporada o orçamento é maior: na primeira, gastei R\$ 5 mil; na última, R\$ 70 mil. Ao oferecer a possibilidade de monetização para aqueles àqueles que se enquadram nos critérios da plataforma os conteúdos, o YouTube nos dá a oportunidade de bancar uma produção bacana"*, avalia Dinah.



AJUDANDO NEGÓCIOS A CRESCER

O YouTube se tornou uma valiosa ferramenta de negócios no Brasil. Funciona como uma plataforma de marketing que ajuda a atrair clientes para os produtos e um espaço de propaganda que conecta negócios a novos públicos, impulsionando a geração de receita, sustentando empregos e aumentando a produtividade.

87%

das empresas que possuem um canal no YouTube concordam que o YouTube os **ajuda a entender seus consumidores.**

85%

das empresas que possuem um canal no YouTube concordam que o YouTube tem desempenhado um **importante papel ajudando a aumentar sua base de clientes.**

92%

das pequenas e médias empresas que possuem um canal no YouTube concordam que estar no YouTube **contribui para que clientes encontrem seus negócios mais facilmente.**

85%

das pequenas e médias empresas que anunciam no YouTube concordam que os **anúncios do YouTube ajudam a aumentar suas vendas.**

Canal Padaria Sem Segredos

Paulo Junio Dourado
Chapadão do Céu (GO)

"Foi ele (filho de 8 anos), um fanático por internet, quem deu a ideia do canal no YouTube. Nosso primeiro vídeo foi uma receita de bolo. O nome, Padaria Sem Segredos, também foi sugestão dele."



Canal Padaria Sem Segredos

Paulo Junio Dourado

Chapadão do Céu (GO)

Um chef e sua receita de sucesso na internet

Paulo Junio Dourado viu sua carreira se transformar depois que criou o canal Padaria Sem Segredos. Um dos principais segredos de um bom pão é a paciência. Foi assim também com a trajetória do chef Paulo Junio Dourado: depois de 20 anos de experiência em padaria e confeitaria, seu canal no YouTube virou o ingrediente que faltava para o sucesso.

O ano era 2019. Foi aí que entrou um personagem fundamental nesta história: Paulo Vitor, seu filho que, na época, tinha 8 anos. *"Foi ele, um fãtico por internet, quem deu a ideia do canal no YouTube. Nosso primeiro vídeo foi uma receita de bolo. O nome, Padaria Sem Segredos, também foi sugestão dele",* lembra. Pouco a pouco, Paulo foi ganhando inscritos. *"O canal estava crescendo, faltava pouco para monetizar. Mas, para estourar, tinha que ter uma receita especial."* Ou seja, a melhor receita do chef Paulo: o tal pão caseiro. *"Nossa concorrência ia ficar sabendo a receita, mas arriscamos mesmo assim. E deu certo."*

Com o Padaria Sem Segredos, ele já atingiu a marca de 716 mil inscritos e acumula mais de 16 milhões de visualizações. No canal ele ensina traz receitas e dá aulas em que ele ensina, não só para quem já é do ramo, mas para qualquer pessoas que queira fazer da panificação sua fonte de renda. O YouTube também abriu portas para Paulo dar cursos e treinamentos presenciais. E fez Chapadão do Céu, uma pequena cidade de Goiás, ficar conhecida no mundo da panificação.

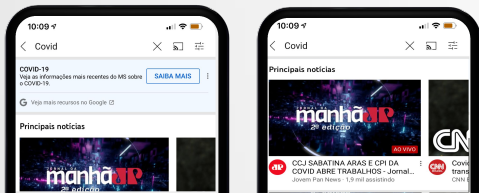


APOIANDO OS BRASILEIROS DURANTE A PANDEMIA DE COVID-19

INFORMAÇÕES OFICIAIS

92%

dos brasileiros concordam que o **YouTube tem sido útil** desde o início da pandemia do COVID-19.



Painéis de informações do COVID-19 que aparecem nos resultados de pesquisa e páginas de exibição relacionados ao COVID-19 fornecendo links para sites do Ministério da Saúde com orientações gerais do COVID-19 e informações sobre vacinas.

O carrossel de notícias do COVID-19 aparece na página inicial do YouTube para facilitar aos usuários a obtenção de informações atualizadas e oficiais sobre o COVID-19

Até o presente momento, os painéis de informação do YouTube sobre a COVID-19 foram visualizados 400 bilhões de vezes globalmente.¹

BEM-ESTAR

85%

dos usuários no Brasil concordam que o **YouTube impactou positivamente sua saúde mental e bem estar físico** desde o início da pandemia do COVID-19.

"Me ajuda diariamente em todas as áreas da minha vida. No conhecimento, especialmente agora durante a pandemia, quando temos que nos reinventar, e para diversão diária com animação e novos vídeos."

Usuário do YouTube, faixa etária 18-24 anos, Nordeste

"Excelente forma de reduzir o stress causado pela pandemia".

Usuário do YouTube, faixa etária 55-64 anos, Sudeste

PEQUENAS E MÉDIAS EMPRESAS

84%

das pequenas e médias empresas que utilizam o YouTube concordam que **o YouTube os ajudou a manter seus negócios durante a pandemia** de COVID-19.

"O YouTube tem sido um aliado poderoso do home office."
Sócio-proprietário, empresa de música, mídia e entretenimento, Centro-Oeste

O QUE USUÁRIOS, CRIADORES E EMPRESAS NOS CONTARAM SOBRE O YOUTUBE

Informação e aprendizado se destacam como benefícios do Youtube para os usuários brasileiros

"O YouTube se tornou praticamente um manual de vida para mim. Procuo todas as respostas para as minhas questões do dia-a-dia no YouTube. Não sei o que seria do mundo sem o YouTube."

Usuário do YouTube, 25-34 anos, Sudeste

"Ótima ferramenta de aprendizado. Você encontra tudo que é conteúdo relevante em vários mercados."

Usuário do YouTube, 35-44 anos, Norte

"O YouTube é uma incrível ferramenta de trabalho, diversão e estudo, onde o nosso conhecimento se expande."

Usuário do YouTube, 45-54 anos, Sudeste

O YouTube propiciou estabilidade financeira a vários criadores de conteúdo brasileiros

"Foi a melhor coisa que aconteceu na minha vida! Obrigada, YouTube, por ser uma empresa tão séria, que oferece oportunidades para mudar a vida das pessoas para melhor, infinitamente melhor!"

Criador de conteúdo, 25-34 anos, Sudeste, 2.6 a 5 milhões de inscritos

"O YouTube me deu uma nova fonte de renda. Eu estava desempregado há mais de três anos, e a monetização foi minha salvação!"

Criador de conteúdo, 18-24 anos, Centro-oeste, 50.000 a 250.000 inscritos

"O YouTube mudou completamente minha vida financeira. Conquistei minha independência financeira!"

Criador de conteúdo, 35-44 anos, Sudeste, 500.000 a 1 milhão de inscritos

Empresas brasileiras de vários segmentos da indústria se beneficiam do YouTube

"O YouTube está sempre inovando para melhor servir e nós estamos sempre de olho nas atualizações e diretrizes para estar à frente."

Diretor de Marketing, área da Saúde, Sul

Certamente uma ferramenta de comunicação que irá oferecer ajuda adicional na solução de problemas. Tem se mostrado um recurso prático e confiável há vários anos."

Diretor de Comunicação Externa, Nordeste

"O YouTube contribui para o crescimento da empresa, para a base de clientes e no treinamento para funcionários."

Diretor de Comunicação Interna, Centro-oeste

SOBRE A OXFORD ECONOMICS

A Oxford Economics foi fundada em 1981 como um empreendimento comercial em conjunto com a Oxford University Business College, oferecendo previsões e modelos econômicos a empresas do Reino Unido e instituições financeiras em expansão internacional.

Desde então se tornou uma das principais firmas independentes de consultoria do mundo, elaborando relatórios, previsões e ferramentas analíticas em mais de 200 países, 250 setores da indústria e 7.000 cidades e regiões.

Sediada em Oxford, na Inglaterra, com escritórios regionais em Nova Iorque, Londres, Frankfurt e Singapura, a Oxford Economics emprega 400 funcionários, incluindo mais de 250 economistas, especialistas da indústria e editores de negócios.

Seu time global é altamente capacitado em um amplo espectro de técnicas de análise e posicionamento estratégico, incluindo modelos econométricos, enquadramento de cenários, análises de impacto econômico em pesquisas de mercado, estudos de caso, painéis de especialistas, e análise de dados digitais.

A Oxford Economics presta consultoria para tomadores de decisões em empresas, bancos, governos e estrategistas. Sua base de clientes é composta por mais de 2.000 empresas globais, incluindo grandes multinacionais e instituições financeiras, grupos governamentais relevantes e associações de negócios, além de universidades de prestígio, consultorias e incubadoras.



METODOLOGIA - PERGUNTAS E RESPOSTAS

Como estimamos a contribuição do ecossistema criativo do YouTube ao PIB?

O pagamento total feito pelo YouTube em 2020 foi estimado através dos resultados da nossa pesquisa com os criadores de conteúdo e informações publicadas sobre os ganhos na indústria da música.

Lucros obtidos fora da plataforma pelos Empreendedores Criativos foram estimados através de pesquisa com os criadores de conteúdo brasileiros. Não obtivemos respostas suficientes da indústria da música e mídia no Brasil para aferir seus lucros de forma robusta, portanto utilizamos dados de referência obtidos em pesquisas realizadas nos EUA, Reino Unido e Austrália.

Estimamos a contribuição direta para o PIB dos Empreendedores Criativos subtraindo custos intermediários de receita associada a atividades no YouTube (abordagem de “produção”). A contribuição direta para o PIB das indústrias de música e mídia foi estimada aplicando um PIB padrão: relação capital-produto e receita estimada.

Em seguida utilizamos um modelo de insumo/saída, que é, basicamente, uma tabela mostrando quem compra o quê e de quem na economia brasileira, para estimar os impactos tanto na cadeia de fornecimento (indireto) quanto nos gastos dos funcionários (induzido). Aplicamos no Brasil o Modelo de Impacto Global da Oxford Economics, que por sua vez, se baseia em dados da OCDE.

Nossos resultados são apresentados em termos brutos: em outras palavras, eles não consideram quais recursos usados pelos criadores de conteúdo ou estimulados por seus gastos, poderiam alternativamente ter sido empregados.

Os resultados excluem alguma atividade conectada ao YouTube?

Nossas estimativas excluem as contribuições econômicas advindas das operações do próprio YouTube, e os benefícios que os negócios obtiveram do aumento das vendas como resultado de anúncios no YouTube.

Como estimamos o total de empregos alavancados pelo YouTube?

O número de empregos gerados para Empreendedores Criativos (equivalente a empregos em período integral) foi estimado através das respostas sobre o número de horas trabalhadas no YouTube. Incluímos apenas as respostas dos Empreendedores Criativos que passaram no mínimo oito horas semanais trabalhando no YouTube. Empregos gerados pelos colaboradores dos Empreendedores Criativos também foram considerados na pesquisa.

Empregos nas indústrias da música e mídia, e através de impactos indiretos e induzidos para todos os tipos de criadores de conteúdo, foram estimados com a aplicação de premissas de produtividade aos resultados do PIB.

Nota: as histórias de criadores de conteúdo apresentadas nesse documento foram fornecidas pelo YouTube.

