

Gerando impacto nas diversas comunidades do Brasil

2022



Impacto econômico, cultural e social do YouTube no Brasil.

Índice

03	Resumo executivo
04-05	Maneiras de monetizar
06-09	Impacto econômico
10-11	O lar de vozes diversas
12-15	Um local para aprender
16-18	Música brasileira
19	Notícias e informações
20	Glossário
21	Perguntas e respostas
22	Sobre a Oxford Economics

Resumo executivo

O YouTube deixou sua marca em 2022 como plataforma de compartilhamento de vídeos, ferramenta de aprendizagem e troca de informações. Este relatório analisa o impacto do YouTube no Brasil em 2022, com base na pesquisa da Oxford Economics. Todos os dados aqui apresentados foram obtidos desta pesquisa, exceto aqueles indicados de outra forma.

Ao seguirem seus sonhos no YouTube, os criadores de conteúdo do Brasil estão fazendo sucesso. Eles estão transformando suas vidas e a de milhões de fãs, espectadores e estudantes com suas contribuições em entretenimento, música, jogos, conteúdos educativos e jornalísticos de fontes confiáveis.

No Brasil, os criadores de conteúdo também contribuem para o PIB, gerando renda que, por vezes, garantem seu próprio sustento e o de suas famílias, criam negócios, geram parcerias e contratam funcionários.

Milhões de brasileiros têm a oportunidade de aprender novas habilidades no YouTube. A plataforma ajuda pessoas de todas as idades a aprenderem e se desenvolverem por meio de conteúdos de qualidade acessíveis, flexíveis e gratuitos, produzidos por diversos criadores de conteúdo, que amam o que fazem.

Novos artistas da música são descobertos e se conectam com fãs em todo o país. E, para as gravadoras, o YouTube é uma plataforma importante para encontrar novos talentos, lançar álbuns e videoclipes.

Além de oferecer a oportunidade ímpar de interagir com o público e aprender, os usuários da plataforma acessam o YouTube para encontrar notícias e conhecer opiniões diferentes sobre uma grande variedade de assuntos. Já para os produtores de conteúdos de notícias, o YouTube é uma ótima ferramenta para alcançar novos públicos.

R\$4.55B+

O ecossistema criativo do YouTube contribuiu com mais de R\$ 4,55 bilhões para o PIB do Brasil em 2022.

O ecossistema criativo do YouTube deu suporte a mais de 140 mil empregos equivalentes a tempo integral em 2022.

140MIL+

Como os criadores de conteúdo podem ganhar dinheiro no YouTube

Os criadores de conteúdo podem ganhar dinheiro no YouTube de várias maneiras, desde anúncios tradicionais até assinaturas do Clube dos canais pelos fãs.

Os criadores de conteúdo que atendem aos critérios do YouTube recebem uma parte da receita gerada pelas assinaturas do **YouTube Premium** e pela publicidade dos anúncios exibidos nos vídeos. Eles também podem ganhar mais por meio do engajamento e interação com os fãs, como **Assinaturas do canal** e os recursos **Super Chat**, **Super Stickers** e **Valeu Demais**. Com o recurso **Shopping**, os criadores de conteúdo podem vender produtos e promover marcas diretamente no seu canal do YouTube.



Como o YouTube cria impacto econômico

A PLATAFORMA DE COMPARTILHAMENTO DE VÍDEOS MAIS POPULAR DO MUNDO



O YouTube tem bilhões de usuários logados mensalmente e, todos os dias, as pessoas assistem a bilhões de horas de vídeo gerando bilhões de visualizações.[†]

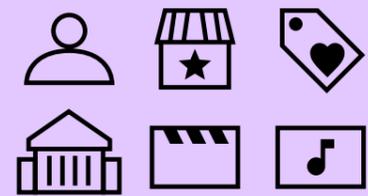


Em 2022, mais pessoas criaram conteúdo no YouTube do que nunca antes.[†]

MAIS DO QUE UM LUGAR PARA SUBIR E COMPARTILHAR VÍDEOS

Criadores usam a plataforma para encontrar novos públicos, interagir com os fãs e construir novas carreiras e negócios.

Criadores são pessoas, empresas, organizações filantrópicas, órgãos governamentais, empresas de mídia e de música, entre outros.



COMO OS CRIADORES PODEM GERAR RECEITA COM O YOUTUBE

HÁ MUITAS FORMAS DE GANHAR DINHEIRO COM A PLATAFORMA POR MEIO DO PROGRAMA DE PARCERIAS DO YOUTUBE^{††}

O YouTube paga aos criadores, que fazem parte do programa, uma porcentagem da receita que recebe com Anúncios e com assinaturas do YouTube Premium.



Anúncios



YouTube Premium

O YouTube oferece formas para que os criadores de conteúdo recebam apoio financeiro de seus fãs:



Clube de Canais



Super Chat



Super Stickers



Super Thanks

A plataforma do YouTube também oferece 2 outras maneiras dos criadores receberem dinheiro do seu público:



Shopping



Fundos para apoiar grupos específicos de criadores

OUTRAS FONTES DE RECEITA POTENCIALIZADAS PELO YOUTUBE

Criar um perfil no YouTube pode ajudar os criadores a ganharem receitas fora da plataforma, por exemplo:



Contratos com marcas e patrocínios



Vendas através do próprio site ou empresa



Participações em eventos ao vivo

O YOUTUBE CRIA IMPACTO NA ECONOMIA BRASILEIRA



No Brasil, mais de **195.000** criadores e parceiros recebem pagamentos ligados à suas presenças no YouTube.



4 entre 10 criadores no Brasil que ganham dinheiro com a plataforma concordam que a plataforma é sua principal fonte de renda.



No Brasil, **105.000** criadores e parceiros empregam outras pessoas para trabalharem em seus canais do YouTube.



Apenas no mês de dezembro (2022), mais de **15 mil** canais no Brasil ganharam dinheiro com produtos alternativos de monetização,^{†††} um aumento de **15%** em relação ao ano passado.[†]

[†] Fonte: Dados primários do YouTube de dezembro de 2022.

^{††} Mais informações sobre diferentes formas de ganhar dinheiro disponíveis aqui.

^{†††} Produtos alternativos de monetização incluem Fan funding e Shopping.

“

O grande impacto (do meu canal no YouTube) é o empoderamento financeiro. Quando a gente pensa que está fomentando uma educação que impacta diretamente na forma como o dinheiro circula, principalmente em áreas periféricas, entre mulheres desempregadas, mães solo, a gente consegue perceber esse empoderamento.

- Rafaela Xavier Trancista

”



@Rafaxavier

Desenvolvendo uma economia bem-sucedida de criadores de conteúdo no Brasil

Os criadores do YouTube movimentam a economia de produção de conteúdo no Brasil, contribuindo diretamente para o PIB e gerando milhares de empregos equivalentes a tempo integral.

O YouTube contribui para a economia brasileira de várias maneiras. Uma das mais importantes é por meio da receita paga diretamente aos criadores de conteúdo, gravadoras, produtoras e empresas de mídia digital.

O criador de conteúdo pode usar o alcance do YouTube no Brasil e no mundo para formar seu público. Ao atender os critérios da plataforma, ele passará a receber a receita, podendo usá-la para fazer da criação de conteúdo seu trabalho em tempo integral. Esse recurso também pode ser usado para comprar equipamentos, montar um estúdio, contratar uma equipe de apoio e até mesmo abrir uma empresa de sucesso. Como o YouTube é uma plataforma acessível e gratuita, milhões de brasileiros têm a oportunidade de criar e manter um canal.

Criadores dos quatro cantos do Brasil contam suas histórias e usam suas vozes únicas para construir uma carreira e fazer negócios. A empresária e criadora de conteúdo, Rafaela Xavier, de Minas Gerais, criou um canal no YouTube, [@Rafaxavier](#), sobre o mundo das tranças afro. Depois do sucesso, ela conseguiu abrir seu próprio salão de beleza especializado tranças afro e um spa que oferece serviços de alto padrão. Além de gerenciar os dois estabelecimentos físicos, ela também ensina empreendedores a ter sucesso financeiro no segmento de beleza negra por meio de aulas online. Ela não é a única. Muitas pessoas em todo o país decidiram criar negócios por meio do YouTube.

81% das pequenas e médias empresas que usam o YouTube concordam que a plataforma é essencial para o crescimento dos negócios.

81%

87% dos criadores que ganham dinheiro no YouTube concordam que a plataforma oferece uma oportunidade de criar conteúdo e de ganhar dinheiro, o que não seria possível na mídia tradicional.

87%

71% dos criadores que ganham dinheiro no YouTube concordam que a plataforma criou oportunidades para eles em suas regiões.

71%

52%

52% dos criadores que ganham dinheiro no YouTube concordam que não teriam seu negócio ou a carreira atual sem a plataforma.

Criador de conteúdo mostra sua cultura e ajuda sua comunidade



@chicomuseu

Francisco das Chagas Oliveira (Chico), nascido em Esperantina, norte do estado do Piauí, morou em Brasília por doze anos na esperança de encontrar melhores oportunidades. Mas, sentindo falta dos familiares, voltou para sua cidade natal. Em 2010, ele criou o canal [@chicomuseu](#) no YouTube, onde divulga e mostra tradições e o dia a dia da sua região.

Desde o início do seu canal, Chico Museu TV Cultural postou 3.200 vídeos e alcançou mais de 1,66 milhões de inscritos. Em 2019, Chico criou outro canal no YouTube, o [@bastidoreschicomuseu](#), para postar vídeos curtos sobre os bastidores do seu trabalho.

O canal Chico Museu TV Cultural no YouTube conta histórias dos moradores da região, como o casal do vilarejo que tem uma padaria em casa, os lavradores que trabalham nos campos de arroz e a vida diária de um pequeno circo que visita a região. Seu vídeo mais assistido, “Veja o que este jovem faz com alumínio velho do lixo ao luxo”, tem mais de 12 milhões de visualizações. Com a renda obtida do YouTube, hoje Chico é criador de conteúdo em tempo integral e divulga ainda mais a sua comunidade.

O Chico Museu TV Cultural faz uma conexão importante entre os moradores locais e os inscritos do YouTube que arrecadam fundos para projetos comunitários da região, como doação de alimentos, construção de moradias, compra de medicamentos, reparos domésticos e melhoria do bem-estar de diversas famílias. Todas as doações recebidas são distribuídas onde é necessário, e Chico as registra em seu canal por meio de vídeos nomeados “Recebidos”. Chico não melhorou apenas sua vida, mas também ajudou a melhorar a vida de muitas pessoas da zona rural de Esperantina.

Criando um negócio que ensina mulheres a trançarem cabelos e projetarem futuros

A criadora de conteúdo, empresária e historiadora mineira, Rafaela Xavier, é trancista e compartilha tudo sobre tranças afro no seu canal [@Rafaxavier](#) no YouTube, desde dicas e técnicas até conteúdos relacionados a questões sociais, culturais e de estilo de vida.

Tudo começou quando Rafaela quis fazer uma renda extra enquanto estudava História na universidade. Então, ela fez um curso e começou a trançar cabelos em casa.

Em 2018, Rafaela criou o canal [@Rafaxavier](#) e começou a compartilhar vídeos para ensinar outras pessoas a fazerem tranças. O negócio se desenvolvia, então, quando terminou a faculdade, ela decidiu seguir empreendendo. Hoje, seu canal no YouTube tem mais de 53 mil inscritos.

Rafaela também criou o programa Viver de Tranças, uma plataforma de treinamento que ensina empreendedores a terem sucesso financeiro no segmento de beleza. Até o momento, ela já ensinou mais de 1.600 alunos no Brasil e no exterior. Ela também abriu a Casa Nagô, um salão especializado em tranças afro e cursos presenciais para futuras trancistas, e o Maalum, um spa afro-referenciado que oferece serviços de alto padrão.

Em 2022, Rafaela foi uma dos 35 criadores brasileiros escolhidos para fazer parte do YouTube Black Voices Fund, um programa global de desenvolvimento para criadores negros. Graças ao fundo, Rafaela recebeu treinamento e suporte personalizados para seu canal no YouTube, teve acesso a eventos de networking e diversos treinamentos, como gestão de negócios.



[@Rafaxavier](#)

Um lugar para mostrar ao mundo quem você é

O YouTube é um lugar onde criadores de todas as origens podem ampliar sua voz e construir uma comunidade.

O Brasil abriga uma grande diversidade de pessoas, perspectivas e culturas. Criadores das mais variadas vertentes compartilham suas histórias e constroem conexões à sua volta. Essas comunidades podem ser um lugar para trocar ideias e histórias. Na interação com suas comunidades, os criadores têm a oportunidade de compartilhar ainda mais suas vidas e personalidades com o mundo.

A criadora de conteúdo [@CacaiBauer](#), criou uma comunidade fiel e ativa de inscritos no YouTube, compartilhando paródias de músicas. Ela usa a plataforma para falar abertamente sobre sua vida com síndrome de Down e educar sobre o capacitismo. Quando criadores de conteúdo como Cacai compartilham suas histórias, eles ajudam pessoas a serem vistas e compreendidas.

76% dos criadores que ganham dinheiro no YouTube concordam que se identificam e têm um forte senso de pertencimento no YouTube.

76%

82% dos usuários concordam que valorizam a diversidade de conteúdo e as opiniões que encontram no YouTube.

82%

Criadora de conteúdo promove conscientização sobre a síndrome de Down

Cailana Eduarda Bauer Lemos (Cacai) é uma das influenciadoras mais populares com síndrome de Down no Brasil. Ela tem mais de 383 mil inscritos no seu canal, [@CacaiBauer](#).

Na infância, Cacai sempre gostou do palco e de participar de peças teatrais de sua escola. Ela começou seu canal no YouTube em 2016, postando o vídeo “Meu diário não”, no qual brinca com o fato do seu irmão querer ler seus diários. O vídeo viralizou e teve 20 mil visualizações.

Cacai compartilha vários conteúdos diferentes no seu canal no YouTube, incluindo vídeos de paródias e comédia. A paródia que ela fez de “Vai malandra”, da Anitta, tem mais de 2,1 milhões de visualizações. Cacai usa sua popularidade para conscientizar sobre capacitismo, mostrando às pessoas o que ela é capaz de fazer e alcançar.

A renda do seu canal no YouTube contribuiu para que toda a família de Cacai participasse da produção do seu conteúdo. A mãe é administradora do negócio em tempo integral e ajuda com o styling e a produção; a irmã é a voz nas paródias e gerente de redes sociais; o pai escreve roteiros e cuida da comunicação; e o irmão é ator coadjuvante e também ajuda na divulgação. Cacai inspirou tantas pessoas com sua criatividade e irreverência que tem fãs-clubes dedicados a acompanhar seu conteúdo.

[@CacaiBauer](#)



@FelipeAraujoEdu



Ensinar é a minha maior paixão, e, graças ao YouTube, virou a minha profissão. Comecei um canal para dar dicas e hoje sei que quero fazer isso para sempre. No início, minha missão era mudar a vida das pessoas pela educação, **mas o YouTube de fato me abriu muitas portas e mudou a minha vida e a de toda a minha família**, que hoje tem casa própria por causa da renda que passei a ter com o canal.

- Felipe Araujo



Aprendizagem acessível e gratuita complementando o ensino formal

O YouTube é um recurso educacional acessível, flexível e gratuito para brasileiros de todas as idades e níveis de formação.

Adultos e jovens de todo o Brasil podem usar o YouTube para aprender qualquer coisa, inclusive competências profissionais e práticas. Com a aprendizagem on-line, as pessoas têm acesso e flexibilidade, independente do lugar que moram e de quando desejam aprender.

O YouTube também é uma forma de oferecer aprendizagem e entretenimento de qualidade para crianças de todas as idades. Para professores e pais, o YouTube pode ser um complemento útil para o ensino tradicional das escolas, ajudando a explicar melhor os assuntos. Criadores de conteúdo como [@FelipeAraujoEdu](#), que ensinam habilidades e técnicas de estudo, podem usar a renda do canal no YouTube para criar empresas de educação que oferecem metodologias de estudos para quem deseja alcançar sonhos através da aprendizagem.

Para as crianças, o YouTube é uma ótima maneira de aprender e, ao mesmo tempo, se divertir. Canais infantis brasileiros, como o [@Bolofofos](#), ensinam rimas, canções e habilidades linguísticas e musicais para as crianças. E o melhor de tudo é que a oportunidade ao aprendizado e ao entretenimento infantil de qualidade é acessível e gratuito no YouTube.

94% dos pais que usam o YouTube concordam que a plataforma (ou o YouTube Kids para crianças menores de 13 anos) tem conteúdo de aprendizagem e/ou entretenimento de qualidade para seus filhos.

94%

98% dos usuários afirmam que usam o YouTube para obter informações e conhecimento.

98%

84%

84% dos professores que usam o YouTube concordam que a plataforma ajuda os estudantes a aprender melhor.

75%

75% dos professores que usam o YouTube concordam que a plataforma ajuda a resolver lacunas na educação, pois oferece acesso a informações de qualidade.

O criador de conteúdo autodidata que agora ensina milhões de pessoas

Felipe Araujo veio da periferia de Campina Grande, na Paraíba. Segundo ele, finalizou o Ensino Médio com um nível básico de aprendizado, o que não foi suficiente para ingressar em uma universidade. À época, buscou uma colocação no mercado de trabalho, que não foi bem sucedida.

Assim, Felipe decidiu estudar para a prova do ENEM por conta própria. Ele assistiu a vários vídeos do YouTube e logo desenvolveu sua própria metodologia de estudos. Meses depois, Felipe passou no vestibular de Odontologia na Universidade Federal da Paraíba (UEPB). Ele é a primeira pessoa da família a ingressar na universidade. Sua conquista o motivou a compartilhar seus métodos de estudo com outros estudantes, e foi assim que nasceu seu canal [@FelipeAraujoEdu](#) no YouTube.

Agora, o canal de Felipe tem 759 mil inscritos em todo o Brasil. Um dos seus vídeos, no qual ele ensina seu método de escrever redações, tem mais de 3,2 milhões de visualizações. Felipe atribui o sucesso do canal principalmente ao cronograma de estudos para a prova do ENEM, que ele criou e disponibiliza gratuitamente, e que já foi baixado mais de 1 milhão de vezes.

O sucesso do cronograma de estudos do Felipe fez com que ele abrisse uma empresa de ensino digital chamada Educacione, que oferece planos de estudos mais completos, testes práticos personalizados e tabelas de planejamento diário, que já atraiu mais de 35 mil estudantes até agora.

Felipe continua criando conteúdo, escrevendo e editando roteiros por conta própria. Com o faturamento no YouTube, ele conseguiu comprar uma casa para sua família, criar e equipar estúdios em São Paulo e em Campina Grande para aprimorar a qualidade da produção do seu canal. Seu objetivo é ajudar o maior número possível de estudantes a entrar na universidade e democratizar a educação.



[@FelipeAraujoEdu](#)

Uma família que diverte toda uma geração de crianças brasileiras

Eduardo San Marino morava em Uberlândia e trabalhava como animador para empresas de design e agências de publicidade. Após o nascimento do seu segundo filho, em 2013, ele percebeu uma lacuna no mercado de conteúdo infantil de qualidade que agradasse aos pais e às crianças. Eduardo folheou alguns livros antigos de desenho e achou uma coelhinha que inspirou a criação de cinco bichinhos que vem fazendo história no YouTube e que mudaram o futuro de sua família.

Em 2014, Eduardo lançou o canal [@Bolofofos](#) no YouTube com seus personagens que cantam, dançam e participam de aventuras divertidas. No início, o crescimento do canal foi lento, mas Eduardo nunca duvidou de que teria sucesso e, agora, o Bolofofos tem mais de 9,4 milhões de inscritos. Um dos seus vídeos mais famosos, “Funk do pão de queijo”, tem mais de 1 bilhão de visualizações.

Toda a família participa da produção dos vídeos. Duda, a filha mais velha, dá voz aos clipes. Ricardo, o filho mais novo, tem ideias de conteúdo e a esposa de Eduardo, Fernanda, administra assuntos jurídicos e financeiros. Eduardo diz que a abordagem familiar colaborativa é o que torna seu conteúdo único. A renda do seu canal no YouTube ajudou a família a se mudar para um apartamento maior, onde puderam montar um estúdio para criar mais conteúdo. Em 2021, Eduardo finalmente pôde sair dos seus outros empregos e se dedicar em tempo integral ao canal.

Além do YouTube, a família está licenciando os personagens para kits de festa, brinquedos de pelúcia, jogos de tabuleiro, adesivos, livros para colorir e muito mais. Eles têm um show que já percorreu o Brasil e estão lançando uma linha de roupas em uma grande rede de lojas. Os vídeos também estão disponíveis em um canal de TV por assinatura infantil. O próximo objetivo de Eduardo é levar a turma Bolofofos para o mundo todo.



“

Sou muito grato pelo que construí até agora. Eu me vejo como um trabalhador que tem um ofício, como um carpinteiro que faz peças bonitas, mas eu subo no palco para mostrar meu trabalho.

Assim, mais pessoas podem me conhecer e, se isso acontecer, vou ficar muito feliz.

- Jaloo

@JalooMusic



”

Ajudando os artistas da música brasileira a encontrarem o seu palco

No Youtube os artistas da música podem ser descobertos, encontrar seu público e desenvolver a carreira musical.

O Brasil tem uma cultura musical rica, vibrante e diversificada. O YouTube é um lugar onde os talentosos artistas da música podem se promover e conquistar fãs no país e no exterior. A plataforma contribui para que mais profissionais da música brasileira sejam conhecidos, e alcançando uma nação inteira de amantes da música.

O YouTube também é uma ótima maneira para estes artistas se conectarem e interajam com os fãs. O artista parense [@JalooMusic](#) usa o YouTube de maneiras diversas, como para aprender e lançar novas músicas. Ele também usa a plataforma para avaliar as músicas que os fãs mais gostam, deixando que eles escolham as faixas que serão transformadas em videoclipe do álbum mais recente.

As gravadoras também aproveitam o alcance do público do YouTube para encontrar novos talentos e lançar a carreira de novos artistas. Elas também usam o YouTube para lançar novas músicas e videoclipes para um público mais amplo no Brasil e no exterior.

68% das gravadoras com canal no YouTube concordam que a plataforma é uma importante fonte de receita para a empresa.

68%

90%

90% das gravadoras com canal no YouTube concordam que a plataforma é fundamental para lançar novos artistas e/ou músicas.

75%

75% das gravadoras com canal no YouTube concordam que a plataforma ajuda a alcançar novos públicos em todo o mundo.

77%

77% das gravadoras com canal no YouTube concordam que a plataforma aumentou a oferta de talentos criativos no setor.

Aprendendo e criando música no YouTube

Jaloo se formou em Publicidade, mas decidiu que queria se dedicar à música. Assistindo a tutoriais no YouTube, ele aprendeu técnicas e dicas, desde produzir e gravar músicas, até a filmar, colorir e editar vídeos, e muito mais. Jaloo diz que, para ele, o YouTube é uma enciclopédia.

Jaloo começou a postar vídeos fazendo covers em seu quarto em Castanhal, perto de Belém, no Pará.

Ele se mudou para São Paulo, onde vive até hoje, e, em 2015, criou o seu canal no YouTube e lançou o seu primeiro disco. Jaloo produziu dois álbuns em três anos e, hoje, um de seus vídeos mais assistidos, "Céu Azul", uma parceria com MC Tha, tem mais de 7,4 milhões de visualizações.

Para o projeto musical "Os Amantes", Jaloo teve que aprender uma infinidade de novas habilidades no YouTube, como gradação e correção de cores e masterização de faixas, que aprendeu sozinho. Agora, Jaloo está prestes a lançar o terceiro álbum.



@JalooMusic

Colaborando para criar um ecossistema de notícias inovador e mais diversificado

Os canais de notícias alcançam e interagem com públicos novos e diversificados no YouTube.

Para os canais de notícias brasileiros, o YouTube é uma ótima ferramenta para alcançar novos públicos. Como o YouTube é uma plataforma digital compatível com dispositivos móveis, o público pode acessar notícias e informações em qualquer lugar que tenha uma conexão com a Internet. Assim, os canais podem compartilhar informações e atingir um público mais amplo.

O YouTube também oferece aos usuários a oportunidade de acesso à fontes diversas e confiáveis de informação jornalística, como é o caso do [@MyNews](#), um canal de notícias nativo do YouTube criado por Mara Luquet e Myrian Clark.

Com a missão de trazer informação bem apurada, análise de qualidade e diversidade de ideias, Myrian e Mara citam como maior ativo do canal o engajamento da audiência. “A gente conseguiu causar impacto na plataforma ao oferecer uma pluralidade de vozes e um debate racionalizado, que sempre ouve os dois lados, de um jeito informal e humanizado,” comenta Myrian.

A interação com o público no YouTube é uma forma original que os canais de notícias têm para ouvir, entender e responder uma grande variedade de opiniões e ideias, o que ajuda, ainda mais, a entender o seu público.

80% dos usuários concordam que o YouTube é fonte de conteúdos e pontos de vista diversos.

80%

59% dos usuários pesquisaram notícias no YouTube.

59%

Destes, 75% concordam que conseguem encontrar informações de notícias de fontes seguras e confiáveis no YouTube.

75%

94% dos usuários concordam que o YouTube foi útil nas eleições presidenciais brasileiras, oferecendo acesso a informações oportunas e/ou confiáveis.

94%

Empresas: os tipos de empresas incluídas na análise variam conforme o aspecto que está sendo examinado. A pesquisa de empresas coletou percepções de várias organizações brasileiras, entre elas, empresas com um canal no YouTube, empresas que anunciam no YouTube e empresas que usam a plataforma para outros fins, como treinamento de pessoal.

Criador de conteúdo: qualquer pessoa que carregar um ou mais vídeos sobre qualquer assunto no YouTube, independente de ganhar, ou não, dinheiro com isso.

Criadores de conteúdo que ganham dinheiro no YouTube: criadores de conteúdo que ganham dinheiro diretamente do YouTube (por exemplo, de anúncios, YouTube Premium, assinaturas de canais, Super Chat ou outras formas de ganhar dinheiro).

Emprego equivalente a tempo integral: representa a quantidade de horas de trabalho semelhante a uma pessoa que tem um emprego em tempo integral. Por exemplo, um trabalho semelhante a um emprego de tempo integral pode ser o de um criador de conteúdo que ganha dinheiro no YouTube e que trabalha 35 horas por semana em seu canal.

Empresas de mídia digital: emissoras, provedores de conteúdo e estações de rádio, emissoras de televisão, serviços de distribuição de streaming, redes sociais e outras redes de mídia.

Indústria fonográfica: editoras musicais, estúdios de gravação, produção e distribuição de discos e outros setores de gravação de som, grupos musicais e artistas.

Shorts: YouTube Shorts é uma maneira de navegar, assistir e criar vídeos curtos (60 segundos ou menos).

Pequenas e médias empresas (PME): para fins deste relatório, definimos PME como empresas com menos de 250 funcionários.

Usuário: qualquer pessoa que visualize conteúdo em vídeo no YouTube para qualquer finalidade, pelo menos uma vez por mês.

Ecossistema criativo do YouTube: o YouTube oferece suporte a um ecossistema de criadores de conteúdo que ganham dinheiro dentro e fora da plataforma. Esse ecossistema também engloba os funcionários dos criadores, bem como empresas e freelancers em suas cadeias de fornecimento, que recebem uma parte substancial da receita dos criadores.

Que tipos de criadores de conteúdo estão incluídos no modelo econômico?

Os modelos da Oxford Economics incluem criadores que ganham dinheiro no YouTube. Os criadores são especificamente definidos como indivíduos ou empresas com, no mínimo, 10 mil inscritos no maior canal que tiverem. Além disso, os criadores com menos inscritos também são incluídos se ganharem dinheiro diretamente no YouTube, gerarem renda com seus vídeos na plataforma e por meio de outras fontes, ou se empregarem outras pessoas em regime permanente para apoiar suas atividades no YouTube. A Oxford Economics também modela o impacto das empresas fonográficas e de mídia digital.

Como a Oxford Economics estimou a contribuição do ecossistema criativo do YouTube para o PIB?

O pagamento total feito pelo YouTube em 2022 foi estimado através da pesquisa com os criadores de conteúdo do YouTube sediados no Brasil e as informações publicadas sobre as receitas da indústria fonográfica. As receitas obtidas fora da plataforma foram estimadas com base nas respostas dos criadores de conteúdo e das empresas à pesquisa.

A Oxford Economics estimou a contribuição direta para o PIB dos criadores que ganham dinheiro no YouTube subtraindo os custos intermediários da receita associada à atividade no YouTube (abordagem de “produção”). A contribuição direta para o PIB das empresas fonográficas e de mídia digital foi estimada aplicando um PIB padrão: a relação entre os resultados obtidos em comparação com a receita esperada.

Em seguida, a Oxford Economics usou o modelo “insumo/saída”, ou seja, uma tabela que mostra quem compra o quê e de quem na economia, para estimar os impactos na cadeia de fornecimento (indiretos) e nos gastos dos trabalhadores (induzidos). Aplicamos no Brasil o Modelo de Impacto Global da Oxford Economics, que, por sua vez, se baseia em dados da OCDE.

Os resultados são apresentados em termos brutos, ou seja, eles não consideram quais recursos usados pelos criadores de conteúdo ou estimados por seus gastos poderiam ter sido empregados como alternativa.

Como a Oxford Economics estimou o total de empregos alavancados pelo YouTube?

O trabalho equivalente a um emprego em tempo integral dos criadores que ganham dinheiro no YouTube foi estimado com base nas respostas à pesquisa sobre o número de horas semanais de trabalho no YouTube. A Oxford Economics incluiu apenas respostas dos criadores de conteúdo que ganham dinheiro no YouTube e que passam pelo menos oito horas por semana desempenhando atividades na plataforma.

As horas trabalhadas pelos colaboradores dos criadores que ganham dinheiro com o YouTube também foram estimadas com base nas respostas da pesquisa. Empregos gerados por empresas fonográficas e de mídia digital, bem como por meio de impacto indireto e induzido de todos os tipos de criadores de conteúdo, foram estimados com a aplicação de premissas de produtividade para os resultados do PIB.

Nota: os estudos de caso apresentados neste documento foram fornecidos pelo YouTube.

Fundada em 1981, a Oxford Economics é uma das principais empresas globais e independentes de consultoria do mundo, disponibilizando relatórios, previsões e ferramentas analíticas em mais de 100 setores, 200 países e 8 mil cidades e regiões.

Com sede em Oxford, na Inglaterra, e escritórios regionais em Nova York, Londres, Frankfurt e Singapura, a Oxford Economics emprega 450 funcionários, incluindo 300 economistas, especialistas do setor e editores de negócios.

Na qualidade de principal consultora para tomadores de decisões em empresas, bancos, governos e estrategistas, nossa base de clientes abrange mais de 2 mil organizações internacionais, incluindo grandes empresas, instituições financeiras, órgãos governamentais, associações comerciais, universidades de prestígio, consultorias e incubadoras.

