



Impacto do YouTube no Brasil em 2021

Avaliação do impacto econômico, social
e cultural do YouTube no Brasil.

Prefácio

O YouTube está redefinindo o cenário cultural, de entretenimento e educacional em todo o Brasil. Suportada pela evolução tecnológica contínua, a plataforma tornou-se um centro onipresente de criatividade e uma impulsionadora do crescimento econômico.

Talvez nenhum desenvolvimento seja mais notável do que o da economia do criador, na qual artistas e empreendedores criativos têm a oportunidade de desenvolver negócios e gerar renda – inclusive durante períodos de instabilidade política e econômica.

A Oxford Economics trabalhou em estreita colaboração com o YouTube para desenvolver uma abordagem rigorosa para medir o impacto da plataforma de vídeo em todo o Brasil, quantificando empregos e resultados no PIB, enquanto explica os efeitos nas indústrias adjacentes e na qualidade de vida.

Além de pesquisar mais de 7.000 usuários, criadores e empresas em todo o país que interagem com o YouTube,

IMPACTO DO YOUTUBE NO BRASIL EM 2021

entrevistamos especialistas para obter *insights* sobre como a plataforma está contribuindo para a sociedade e a cultura brasileiras.

A plataforma de vídeos é um instrumento fundamental para os criadores que desejam compartilhar suas paixões e vozes com o mundo, seja para oportunidades de negócios ou para divulgação de cultura e temas relacionados à diversidade e inclusão.

Os consumidores também são essenciais para o crescimento da economia dos criadores, e os usuários do YouTube expressam um valor significativo obtido com o conteúdo gratuito na plataforma. Ele ajuda os donos de casa a resolver problemas de encanamento, os alunos do ensino médio a dominar o cálculo e os dançarinos a acessar a música popular mais recente da Nigéria à Espanha.

O YouTube ajudou os usuários no Brasil a se informar sobre saúde e bem-estar durante os isolamentos do COVID-19 e a acompanhar as notícias oficiais nacionais e globais.

Ao mesmo tempo, empresas brasileiras de todos os setores confiam no YouTube para treinar seus funcionários, aumentar sua receita e alcançar públicos locais e internacionais. Em nossa pesquisa com companhias que usam o YouTube, uma pequena empresa de mídia e música enfatizou a importância da plataforma durante a pandemia: “No período da pandemia do COVID-19, o YouTube foi a salvação da nossa empresa. Permanecemos visíveis no mercado e fizemos nossas apresentações online.”

O relatório a seguir apresenta os resultados de nossa análise econômica junto com uma série de estudos de caso personalizados de criadores brasileiros do YouTube que descrevem como a plataforma moldou suas vidas e carreiras.



Hamilton Galloway

Líder de Consultoria, Américas
Oxford Economics

Índice

Sumário Executivo	04
A Economia do Criador	06
Ajudando negócios a crescerem	08
Um Lugar para Aprender	11
Enriquecimento e Exportação da Cultura Brasileira	15
Índice Estatístico	21
Glossário	23
Metodologia FAQ	24
Sobre a Oxford Economics	25

SUMÁRIO EXECUTIVO

Impacto do YouTube no Brasil

Cerca de um bilhão de horas de vídeos são assistidas diariamente no YouTube em todo o mundo*. No Brasil, esses vídeos geram uma renda substancial e apoiam empregos para os criadores de conteúdo do YouTube e para outros negócios. Esses impactos econômicos vão além dos próprios criadores de conteúdo, pois a atividade econômica é apoiada nas cadeias de suprimentos dos criadores e nos gastos de mão de obra por eles contratados. Além desses efeitos econômicos, o YouTube oferece outros benefícios à sociedade brasileira, por exemplo, ao fornecer materiais educativos e um meio de compartilhar a cultura diversificada do Brasil com o público nacional e internacional.



Contribuição Econômica

R\$6B+

Mais de 6 bilhões de reais foram contribuídos pelo ecossistema criativo do YouTube para o PIB do Brasil em 2021.

+160 mil

Mais de 160.000 empregos equivalentes a período integral foram apoiados pelo ecossistema criativo do YouTube no Brasil em 2021.

Uma Plataforma para Criadores

+20 mil

Mais de 20.000 canais do Brasil tiveram pelo menos 100.000 inscritos em 2021, o que representa um crescimento de 25% em relação ao ano anterior. †

+2 mil

Mais de 2.000 canais brasileiros tiveram pelo menos 1 milhão de inscritos em 2021, o que representa um crescimento de 20% em relação ao ano anterior. †

Uma Riqueza de Benefícios



Impacto na Economia

O YouTube oferece benefícios econômicos para empresários brasileiros, funcionários e criadores individuais.

Muitas PMEs usam o YouTube como um meio gratuito para compartilhar conteúdo de treinamento com a equipe.

O YouTube proporciona oportunidade para muitas pessoas criarem conteúdo e ganharem dinheiro que não conseguiriam por meio da mídia tradicional.



Impacto na Sociedade

Os brasileiros procuram no YouTube informações e recursos educacionais para enriquecer suas vidas.

O YouTube é uma plataforma útil para mulheres que querem aprender ao longo da vida.

O YouTube ajuda muitos pais no aprendizado das crianças.



Impacto na Cultura & Diversidade

O YouTube oferece aos criadores brasileiros uma plataforma para compartilhar talentos especiais e paixões com um público global.

Os brasileiros podem descobrir novos e diversos conteúdos musicais e de mídia, e novos artistas têm a oportunidade de se destacar.

O YouTube incentiva a conexão e inclusão social, ajudando pessoas de grupos sub-representados a encontrarem suas comunidades.

INTRODUÇÃO

A Economia do Criador

O YouTube suporta um ecossistema de criadores que gera receita dentro e fora da plataforma. Esse ecossistema também abrange os funcionários dos criadores, incluindo empresas e freelancers que recebem uma parte substancial da receita dos criadores.

IMPACTOS AMPLOS

O YouTube permite que milhões de criadores de conteúdo e espectadores globais se reúnam e compartilhem ideias, habilidades e paixões, e criem conexões entre países e culturas. Seja cozinhando, aprendendo um novo idioma, por meio da comédia ou compartilhando experiências de vida, a plataforma reduz as barreiras de entrada para que mais brasileiros possam compartilhar seus vídeos e construir negócios prósperos.

O alcance global da plataforma também ajuda os brasileiros a encontrar um público mais amplo e promove diversos criadores e conteúdos.

O ecossistema criativo do YouTube contribuiu com mais de R\$ 6 bilhões para a economia brasileira e apoiou na geração de mais de 160.000 empregos equivalentes a período integral em 2021. Esse impacto econômico se manifesta de quatro maneiras: **direto, indireto, induzido e catalítico.**

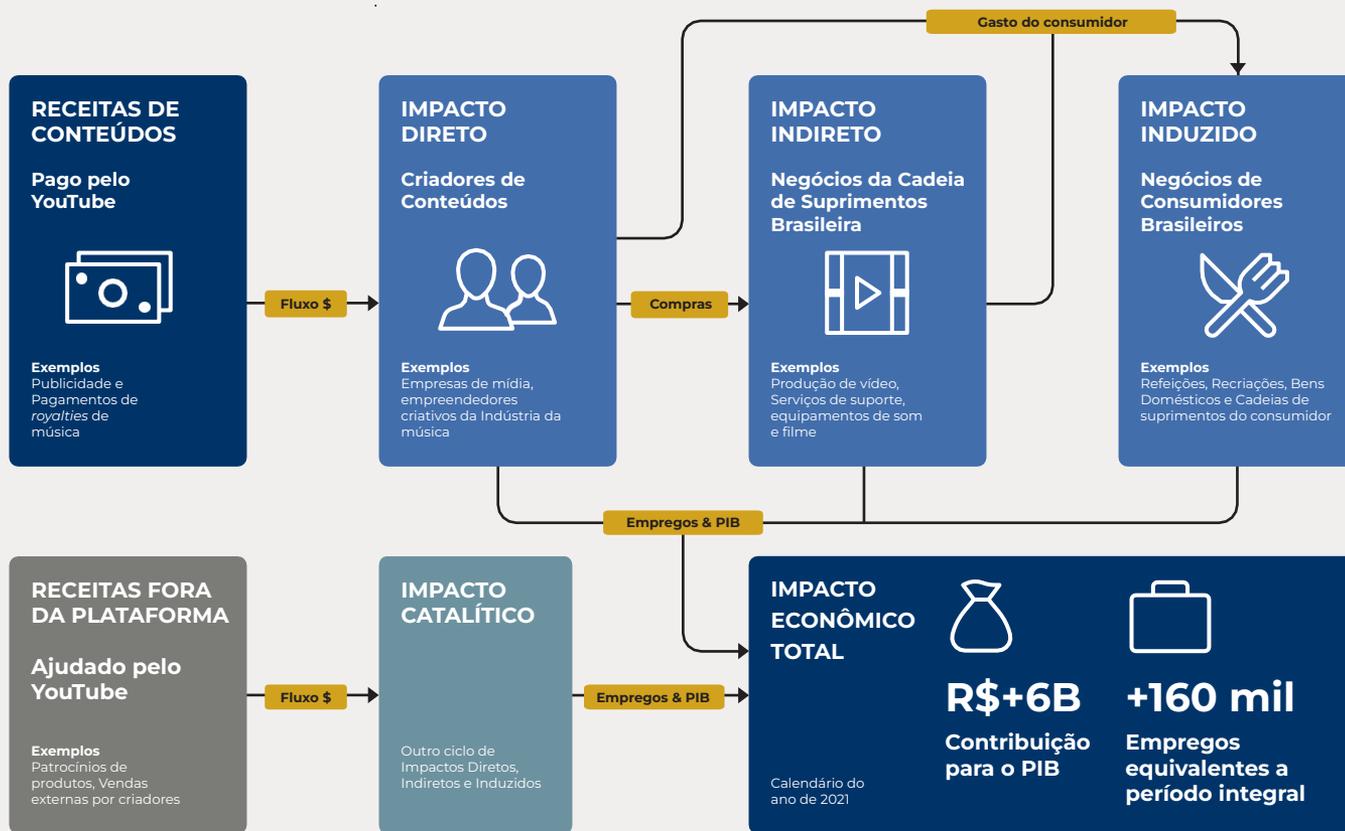
O YouTube ajuda os criadores brasileiros a **alcançar grandes públicos nacionais e internacionais.** Esse alcance oferece um valor econômico substancial para os criadores, porque eles recebem uma parte das receitas da publicidade colocada nos seus vídeos. O impacto econômico direto do YouTube inclui o PIB e os empregos que essa renda sustenta entre os criadores.

Os criadores geralmente precisam gastar dinheiro para produzir conteúdo ao YouTube. Isso cria um **impacto econômico indireto**, pois eles pagam às empresas em sua cadeia de suprimentos por bens e serviços. Por sua vez, criadores e trabalhadores empregados no ecossistema criativo do YouTube ou em sua cadeia de suprimentos passam a gastar seus ganhos. Esses gastos geram um **impacto econômico induzido.**

Com a ajuda da sua presença no YouTube, os criadores também obtêm receita de outras fontes, incluindo vendas de produtos, parcerias com marcas ou engajamentos em apresentações ao vivo. Essas receitas “fora da plataforma” têm um **impacto catalítico na economia**, estimulando ainda mais impactos diretos, indiretos e induzidos.

Impacto Econômico Total

Este fluxograma mostra como o ecossistema criativo do YouTube causa impacto econômico por meio de canais diretos, indiretos, induzidos e catalíticos.



IMPACTO ECONÔMICO

Ajudando negócios a crescerem

O YouTube ajuda as empresas a se conectarem com mais clientes no Brasil e no exterior, aumentando o alcance, gerando receitas e apoiando empregos. A plataforma também apoia empresas de outras maneiras. Por exemplo, o YouTube possibilita o treinamento de funcionários e ajuda as empresas a se adaptarem aos desafios impostos pela COVID-19.

Quando donos de empresas de todos os tamanhos compartilham um conteúdo que informa, educa e diverte, isso os ajuda a construir um público orgânico, que futuramente, pode se converter como clientes. E, ao invés de apenas obterem informações de produtos e serviços, os usuários do YouTube podem procurar conteúdos específicos, assistir a tutoriais e ouvir a opinião diretamente do proprietário da empresa.

Além de ajudar as empresas a crescer, o YouTube permite que os criadores de conteúdo empreendam em negócios totalmente novos. Ele fornece um veículo para criadores brasileiros encontrarem oportunidades e ganharem renda compartilhando seus interesses, habilidades e paixões com o público local e internacional.

Milhares de empreendedores criativos no Brasil ganham dinheiro com o YouTube, desde indivíduos que complementam sua renda principal até criadores de conteúdo profissionais que vivem apenas com seus ganhos na plataforma.



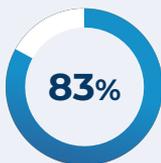
O YouTube ajudou a levar meu negócio para outro patamar, transformando minha vida e minha realidade, e levando meu negócio para todo o Brasil e o mundo. Isso me deu uma enorme oportunidade de gerar receita onde antes não existia.

— Criador, 250,001 a 500,000 inscritos, Sudeste do Brasil



Através do YouTube me tornei conhecido em todo o Brasil e no exterior, proporcionando assim uma possibilidade de trabalho que nunca havia imaginado.

- Criador, 100,001 a 500,000 inscritos, Sudeste do Brasil



Alcançando Novos Públicos

83% das PMEs com um canal do YouTube concordam que o YouTube desempenhou um papel importante em ajudá-las a aumentar sua base de clientes, alcançando novos públicos.



Adaptação a Novos Desafios

78% das PMEs que usam o YouTube concordam que a plataforma as ajudou a sustentar seus negócios durante a pandemia do COVID-19.



Uma Ferramenta para Treinar

81% das PMEs que usam o YouTube concordam que o YouTube é uma maneira econômica de fornecer treinamento para a equipe.



Crescimento do Negócio

78% das PMEs que usam o YouTube concordam que o YouTube é essencial para o crescimento de seus negócios.



Criando Oportunidades

86% dos empreendedores criativos concordam que o YouTube oferece uma oportunidade de criar conteúdo e ganhar dinheiro que eles não conseguiriam com a mídia tradicional.



Gerando Renda

80% dos empreendedores criativos concordam que a receita que recebem dos anúncios colocados em seu conteúdo do YouTube é uma importante fonte de renda para eles.



Comida Asiática Express

Em 2019, Seidi e Deki, cozinheiros e colegas de trabalho, perceberam a dificuldade de encontrar informações sobre culinária asiática nos canais brasileiros. Percebendo uma lacuna no mercado e a oportunidade de desmistificar a cultura asiática, eles recorreram ao YouTube para compartilhar seus conhecimentos e habilidades com outras pessoas no Brasil.

Eles criaram uma identidade e uma linguagem próprias para o canal **Go Han Go**, usando efeitos de edição e esboços bem-humorados para capturar a atenção dos espectadores e garantir que tudo permanecesse divertido. Em seus tutoriais de culinária, os criadores misturam referências a personagens, animes e outras tendências online.

Em 2020, eles começaram a postar vídeos curtos com dicas e receitas de 30 segundos, além de vídeos mais longos com discussões e receitas mais detalhadas. Com a chegada do YouTube Shorts em 2021, eles dedicaram mais tempo a esse formato de conteúdo e seus vídeos mais famosos são os Shorts que ensinam o básico da cozinha, como preparar pratos asiáticos conhecidos ou como cortar legumes.

À medida que o canal cresceu, eles expandiram a equipe para incluir quatro apresentadores (todos membros de diferentes etnias asiáticas). Também montaram seu próprio estúdio, investiram em materiais e equipamentos de última geração e estabeleceram um portfólio de marcas parceiras, publicidade e contratos. O canal já tem mais de 800.000 inscritos.



A motivação inicial veio porque havíamos começado a trabalhar com a culinária japonesa no Brasil, e estávamos procurando referências na internet. Mas não havia muito conteúdo. E pensamos: Por que não existe um canal brasileiro que transmita conteúdo bom e didático, mas voltado para algo mais asiático?!

— Seidi, Co-fundador do Go Han Go,

IMPACTO SOCIAL

Um lugar para aprender

Todos os dias, os brasileiros procuram no YouTube informações e recursos educacionais para enriquecer suas vidas. Alguns aprendem um novo idioma ou aprendem a cozinhar sozinhos. Outros desenvolvem hobbies e interesses, como lidar com projetos domésticos ou seguir um novo esporte. Outros ainda criam novas oportunidades pessoais e profissionais para si mesmos.

Por meio da plataforma do YouTube, os brasileiros podem acessar um conteúdo valioso que pode ajudá-los a economizar tempo, economizar dinheiro ou capacitá-los a serem consumidores mais experientes.

Além disso, o YouTube também ajuda os pais no aprendizado das crianças enquanto elas se divertem.



O YouTube faz parte do meu dia-a-dia em muitas esferas. Procuo entretenimento, vídeos de exercícios físicos, conhecimento sobre diversos assuntos, tudo no YouTube. É a rede social que mais uso hoje.

— Usuário, entre 18-24 anos, Sul do Brasil



No momento, todas as aulas dos meus professores são ministradas pelo YouTube. Hoje, a plataforma é de grande importância, não só para mim, mas para vários outros alunos que a usaram durante a pandemia.

- Usuário, entre 45-54, Nordeste do Brasil



Soluções Práticas

94% dos usuários relatam que aprendem a resolver problemas práticos no YouTube.



Riqueza no Conhecimento

99% dos usuários relatam usar o YouTube para coletar informações e conhecimento.



A favor da Verdade

86% dos usuários concordam que o YouTube foi útil durante as discussões sobre Fake News, fornecendo acesso a informações oportunas e/ou oficiais.



Recursos Ilimitados

71% das mulheres que usam o YouTube concorda que a plataforma é útil para o aprendizado ao longo da vida.



Informações Úteis

75% dos usuários que pesquisaram conteúdos de sustentabilidade no YouTube dizem que encontraram informações úteis.



Faz a educação ser divertida

87% dos pais que usam o YouTube concordam que o YouTube (ou YouTube Kids para crianças menores de 13 anos) ajuda seus filhos a aprender.

 / [English in Brazil](#)

Democratizando o Inglês

Em 2011, Carina era uma acadêmica desconhecida. Estudiosa, amante da escrita e comunicadora nata, ela tinha um blog com um público pequeno onde postava sobre seus estudos e trabalho. Muitas vezes ela recebia mensagens de amigos perguntando como ela havia começado e um dia decidiu fazer um post sobre o assunto. Mas ao invés de apenas escrever em seu blog, ela fez um vídeo e publicou no YouTube. Em uma semana, o vídeo alcançou mais de 1.000 pessoas e ela percebeu que compartilhar no YouTube era muito diferente do mundo dos blogs.

Carina decidiu criar o canal **English in Brazil** no YouTube e, quando chegou ao final de seu doutorado em 2017, sua audiência aumentou para 500.000 inscritos. Nesse momento ela teve que escolher entre continuar na vida acadêmica ou investir mais tempo e esforço no canal do YouTube para que ele se tornasse sua principal fonte de renda. Ela deu-se um ano para se dedicar totalmente aos seus empreendimentos no YouTube. Estudou, investiu e passou a produzir conteúdo com mais frequência.

Seus esforços foram recompensados com seu primeiro contrato de patrocínio com a plataforma online de aprendizado de idiomas Cambly, que continua até hoje. Em meados de 2022, Carina aumentou seu canal para mais de 1,6 milhão de inscritos. O canal que ela criou no YouTube também a ajudou a ganhar dinheiro fora da plataforma: ela publicou um livro best-seller, abriu uma empresa e vende cursos de idiomas.



O AdSense, para mim, sempre foi legal. Nunca foi uma mixaria. Aí, desde que eu me dediquei, essas duas coisas, o AdSense e a publicidade do Cambly, me seguravam. Depois, em 2020, eu finalmente lancei o meu curso.

— Carina, criadora do Canal English In Brazil



Graças ao YouTube, a minha filha de 3 anos, que também é autista, aprendeu letras, números e cores com muito mais facilidade. Era mais fácil em casa com os vídeos do que na escola.

— Usuário, entre 25-34 anos, Nordeste do Brasil

IMPACTO NA CULTURA & DIVERSIDADE

Enriquecimento e Exportação da Cultura Brasileira

O YouTube oferece aos criadores uma plataforma aberta, gratuita e equitativa que reduz ou remove muitas das barreiras de entrada associadas à mídia tradicional e ajuda os criadores a alcançar um público global.

Todos os dias, criadores de diferentes culturas, origens, gêneros e posições financeiras acessam o YouTube para compartilhar seus talentos, habilidades ou sentimentos e assim se conectam com novos públicos, fortalecendo comunidades e ganhando visibilidade.



O valor que o YouTube tem hoje é muitas vezes subestimado, já que é uma ferramenta gratuita com enorme poder de troca de informações. Seu conteúdo é muito rico em cultura, entretenimento e conhecimento técnico.

— Usuário, entre 25-34 anos, Nordeste do Brasil



O YouTube me dá acesso à arte e à cultura. Posso descobrir artistas menos conhecidos expressando sua arte em videocliques, transmissões ao vivo e shows. É sobre conteúdo artístico.

— Usuário, entre 25-34 anos, Sul do Brasil



Uma Plataforma Global

80% dos empreendedores criativos concordam que o YouTube é uma plataforma essencial para ganhar presença global.



Um Lugar para Descobrir Novos Artistas e Músicas

86% das empresas de mídia e música com um canal no YouTube concordam que o YouTube é fundamental para lançar novos artistas e/ou músicas.



Oferta de talentos criativos

75% das empresas de mídia e música com um canal no YouTube concordam que o YouTube aumentou a oferta de talentos criativos no setor.



Conteúdo Diverso e Inclusivo

68% dos empreendedores criativos concordam que o YouTube os incentiva a criar conteúdos diversificados e inclusivos.



Um Lugar para Pertencer

72% dos empreendedores criativos concordam que se identificam e sentem que têm um lugar para pertencer no YouTube.



Onde as mulheres podem se expressar

90% das criadoras de conteúdo concordam que o YouTube as ajuda a compartilhar suas paixões e ideias.

 / [Um Bipolar](#)

Temporadas de Comédia

Gabriel era apenas um menino do interior de Minas Gerais quando começou a gravar vídeos de sua rotina com um tom de comédia. No começo ele filmava sua irmã e nunca aparecia nos vídeos, até que um dia sua irmã disse que não seria mais sua cobaia e ele mesmo teria que estrelar suas criações.

A partir daí o canal **Um Bipolar** construiu uma audiência fazendo críticas sociais em forma de paródias. Ele começou a desenvolver conteúdos que poderiam ser monetizados através do YouTube. Por meio de postagens frequentes, permitiu o desenvolvimento de uma base de fãs leais por meio de séries na web e filmes originais.

Ele também estudou como ter sucesso online, baseando-se na orientação que o próprio YouTube lhe forneceu e procurou capitalizar todas as oportunidades que surgiram em seu caminho.

Gabriel faz praticamente tudo sozinho – escreve, faz a iluminação, atua, dirige e edita. Os destaques da carreira de Gabriel no YouTube até o momento incluem seu convite à participação no primeiro grupo do Black Voices Fund, apresentação no YouTube Black ao vivo, e ter sua vida documentada no YouTube Creators Spotlight.

Com mais de dois milhões de inscritos, Gabriel se orgulha de levar conteúdo e humor de graça para seu público.



 / [Um Bipolar](#)



Quando eu comecei na internet, não tinha gente como eu fazendo conteúdo, não tinha gente negra fazendo vídeos de humor, principalmente. Eu até digo aos meus empresários que quando eu lançar um filme realmente produzido por uma produtora e decidir investir, eu quero que ele seja lançado no YouTube, justamente porque todo mundo tem acesso.

— Gabriel, criador do Canal Um Bipolar



Descobri no YouTube a possibilidade de expressar quem sou, e encontrei uma forma de deixar uma marca no mundo. Incentive as pessoas, proporcione momentos de entretenimento e, ao mesmo tempo, mostre a vida real!

— Criador, entre 501 a 1,000 inscritos, Sudeste do Brasil

 / Papo de Preta

Por dentro do Universo Negro

Maristela e Natália criaram seu canal, **Papo de Preta**, em 2015, após se formarem na universidade. Elas produzem vídeos que abordam assuntos cotidianos relacionados às suas experiências de vida, notícias e cultura pop. Ao fazê-lo, elas apoiam as mulheres negras com questões de pertencimento, fornecendo palavras de apoio e atos de coragem para lidar com questões cotidianas.

O sucesso do canal também reforça um exemplo positivo e inspiração para a sua comunidade de espectadores, mostrando que um caminho como o delas está aberto a todos. Inicialmente seus vídeos eram caseiros, mas com o passar dos anos elas melhoraram a qualidade da produção.

Um marco importante foi a seleção delas para o fundo Black Voices do YouTube, que proporcionou às criadoras investimento para comprar melhores equipamentos e orientação profissional sobre como desenvolver seus conteúdos e carreira no YouTube.

O canal foi usado como referência por uma pesquisadora americana que estuda a representatividade da mulher negra nas mídias digitais e elas apareceram em uma publicação da Forbes Brasil na lista dos 20 principais criadores negros para assistir. Em 2020, Maristela e Natália colaboraram com a marca Chico Rei para produzir uma linha de produtos inspirada no canal.



“

"O fundo Black Voices é o reconhecimento do YouTube aos criadores negros espalhados por todo o mundo. Fomos selecionadas para a primeira turma, com pessoas que conhecemos há muito tempo, e tudo para tornar o nosso canal ainda mais profissional. Tivemos acesso a equipamentos que não tínhamos".

— Maristela, co-criadora do Canal Papo de Preta



O YouTube é realmente uma plataforma muito versátil em vários aspectos, especialmente para a comunidade LGBTQUIA+.

— Usuário, entre 18-24 anos, Nordeste do Brasil

ÍNDICE ESTATÍSTICO ††

Pelos números

Impacto Econômico

Mais de **R\$ 6 bilhões** foram contribuídos pelo ecossistema criativo do YouTube para o PIB no Brasil em 2021.

Mais de **160.000 empregos** equivalentes em tempo integral foram apoiados pelo ecossistema criativo do YouTube no Brasil em 2021.

+ 20.000 canais no Brasil tinham mais de 100 mil inscritos em Dezembro de 2021.†

+ 2.000 canais no Brasil tinham mais de 1 milhão de inscritos em dezembro de 2021.†

83% das PMEs com um canal do YouTube concordam que o YouTube desempenhou um papel ajudando-as a aumentar a sua base de clientes, alcançando novos públicos.

78% das PMEs que usam o YouTube concordam que o YouTube as ajudou a sustentar seus negócios durante a pandemia de COVID-19.

81% das PMEs que usam o YouTube concordam que o YouTube é uma maneira econômica de fornecer treinamento para a equipe.

86% dos empreendedores criativos concordam que o YouTube oferece uma oportunidade de criar conteúdos e ganhar dinheiro que eles não conseguiriam com a mídia tradicional.

80% dos empreendedores criativos concordam que a receita que recebem de anúncios que são colocados em seus conteúdos do YouTube é uma importante fonte de renda para eles.

78% das PMEs que usam o YouTube concordam que a plataforma é essencial para o crescimento de seus negócios.

71% das empresas de mídia e música com um canal no YouTube concordam que o YouTube as ajuda a alcançar novos públicos em todo o mundo.

72% dos empreendedores criativos concordam que o YouTube os ajuda a exportar seu conteúdo para públicos internacionais aos quais eles não teriam acesso de outra forma.

Impacto Social

94% dos usuários relatam que aprendem a corrigir problemas práticos no YouTube.

99% dos usuários relatam usar o YouTube para reunir informações e conhecimentos.

IMPACTO DO YOUTUBE NO BRASIL EM 2021

†† Os resultados da pesquisa apresentados neste relatório são baseados em três pesquisas com entrevistados no Brasil, compreendendo 3.036 usuários, 3.804 criadores e 516 empresas. † Fonte: dados do YouTube em 30 de Dezembro de 2021.

90% dos empreendedores criativos concordam que querem usar a sua influência no YouTube para causar um impacto positivo na sociedade.

86% dos usuários concordam que o YouTube foi útil durante as discussões sobre Fake News, fornecendo acesso a informações oportunas e/ou oficiais.

75% dos usuários que pesquisaram conteúdo de sustentabilidade no YouTube dizem que encontraram informações úteis.

87% dos pais que usam o YouTube concordam que o YouTube (ou YouTube Kids, para crianças menores de 13 anos) ajuda seus filhos a aprender.

85% dos professores que usam o YouTube concordam que o YouTube ajuda os alunos a aprender.

66% dos usuários concordam que o YouTube tem sido uma fonte confiável de informações durante a pandemia do COVID-19.

79% dos criadores concordam que o YouTube é uma plataforma essencial para conquistar presença global.

71% das usuárias concordam que o YouTube é uma plataforma útil para a aprendizagem ao longo da vida.

Impacto na Cultura & Diversidade

72% dos empreendedores criativos concordam que se identificam e sentem que têm um lugar para pertencer no YouTube.

75% das empresas de mídia e música com um canal no YouTube concordam que o YouTube aumentou a oferta de talentos criativos na indústria.

86% das empresas de mídia e música com um canal no YouTube concordam que o YouTube é fundamental para lançar novos artistas e/ou músicas.

90% das criadoras de conteúdo concordam que o YouTube as ajuda a compartilhar suas paixões e ideias.

68% dos empreendedores criativos concordam que o YouTube os incentiva a criar conteúdos diversos e inclusivos.

67% dos usuários que pesquisaram conteúdo político no YouTube concordam que a plataforma é uma fonte de conteúdo político diversificada.

Glossário

Ecosistema Criativo do YouTube

O YouTube oferece suporte a um ecossistema de criadores que geram receita dentro e fora da plataforma do YouTube. Esse ecossistema também abrange os funcionários dos criadores, bem como empresas e *freelancers* em suas cadeias de suprimentos que obtêm uma parte substancial de sua receita dos criadores.

Criador

Qualquer pessoa que envie um ou mais vídeos de qualquer assunto para o YouTube, independentemente de gerar receita ou não.

Empreendedor Criativo

Criadores do YouTube com pelo menos 10.000 inscritos em seu maior canal e aqueles com menos inscritos que ganham dinheiro diretamente do YouTube, por meio de seus vídeos publicados ou empregam outras pessoas permanentemente para apoiar nas atividades do canal.

Usuário

Qualquer pessoa que veja conteúdos no YouTube, independente da finalidade, pelo menos uma vez por mês.

Negócios

Os tipos de negócios incluídos na análise variam de acordo com o tema. Nossa pesquisa de negócios reuniu *insights* de empresas que possuem um canal no YouTube, aqueles que anunciam no YouTube, e aqueles que usam o YouTube por outros motivos, como treinamento de equipe. Observe que esses grupos não são mutuamente exclusivos e uma empresa pode se enquadrar em duas ou mais dessas categorias.

Pequenas e Médias Empresas (PMEs)

Uma empresa com menos de 250 funcionários.

Metodologia FAQ

Como estimamos a contribuição para o PIB do ecossistema criativo do YouTube?

O pagamento total do YouTube em 2021 foi estimado usando resultados de nossa pesquisa com criadores de conteúdo do YouTube no Brasil e informações publicadas sobre as receitas da indústria da música.

As receitas fora da plataforma para empreendedores criativos foram estimadas a partir da pesquisa com criadores brasileiros, e as receitas fora da plataforma para empresas de música e mídia foram estimadas a partir das respostas da pesquisa empresarial.

Estimamos a contribuição direta dos empreendedores criativos ao PIB subtraindo os custos intermediários da receita associada à atividade do YouTube (a abordagem de “produção”). A contribuição direta das empresas de música e mídia ao PIB foi estimada aplicando-se uma proporção padrão do PIB: produção de acordo com as estimativas de receita.

Em seguida, usamos um modelo “input-output” – em essência, uma tabela mostrando quem compra o quê e de quem, para a economia brasileira – para estimar os impactos da cadeia de suprimentos (indiretos) e dos gastos dos trabalhadores (induzidos).

Nossos resultados são apresentados de forma bruta. Em outras palavras, não consideramos os recursos utilizados pelos criadores de conteúdo ou estimulados por suas despesas que poderiam, alternativamente, ter sido mobilizados para fazer parte.

Os resultados excluem alguma atividade relacionada ao YouTube?

Nossas estimativas excluem a contribuição econômica das próprias operações do YouTube e os benefícios que as empresas recebem com o aumento das vendas como resultado da publicidade no YouTube.

Como estimamos o total de empregos suportados pelo YouTube?

Empregos equivalentes a tempo integral apoiados entre empreendedores criativos foram estimados a partir das respostas através das pesquisas relacionadas às horas semanais gastas trabalhando no YouTube. Incluímos apenas respostas de empreendedores criativos que passam pelo menos oito horas por semana trabalhando no YouTube. Os empregos apoiados entre os funcionários permanentes dos empreendedores criativos também foram estimados a partir das respostas da pesquisa.

Empregos apoiados por empresas de mídia e música, e por meio de impactos indiretos e induzidos para todos os tipos de criadores, foram estimados aplicando premissas de produtividade aos resultados do PIB.

Nota: As histórias dos criadores apresentadas neste documento foram fornecidas pelo YouTube.



Sobre a Oxford Economics

Fundada em 1981, a Oxford Economics tornou-se uma das principais empresas independentes de consultoria global do mundo, fornecendo relatórios, previsões e ferramentas analíticas em mais de 100 indústrias, 200 países e 7.000 cidades e regiões. Com sede em Oxford, Inglaterra, com centros regionais em Nova York, Londres, Frankfurt e Singapura, a Oxford Economics emprega 450 funcionários, incluindo 300 economistas profissionais, especialistas do setor e editores de negócios. Como um consultor-chave para tomadores de decisão corporativos, financeiros e governamentais e líderes de pensamento, nossa base de clientes compreende mais de 2.000 organizações internacionais, incluindo empresas líderes, instituições financeiras, órgãos governamentais, associações comerciais, universidades de ponta e consultorias.

Sede

Oxford Economics Ltd Abbey House
121 St Aldates
Oxford OX1 1HB
UK
Tel: +44 (0)20 185 268 900

Londres

4 Millbank
London SW1P 3JA
UK
Tel: +44 (0)20 3910 8000

Nova York

5 Hanover Square (8th floor)
New York NY 10004
USA
Tel: +1 646 503 3050

Singapura

6 Battery Road
38-05
Singapore 049909
Tel: +65 6850 0110

Email

mailbox@oxfordeconomics.com

Site

www.oxfordeconomics.com

EUROPA, ÁFRICA E ORIENTE MÉDIO

Oxford
Londres
Belfast
Frankfurt
Paris
Milão
Estocolmo
Cape Town
Dubai

AMÉRICAS

Nova York
Filadélfia
Boston
Chicago
Los Angeles
Toronto
Cidade do México

ÁSIA-PACÍFICO

Singapura
Hong Kong
Tóquio
Sydney
Melbourne