

# YOUTUBE

O mundo do YouTube para além do YouTube

# VIBES

- O que está rolando de novo na maior plataforma de vídeos do planeta?
- Quais conteúdos e formatos estão ganhando relevância em 2021?
- Como esses movimentos refletem e influenciam novos comportamentos?

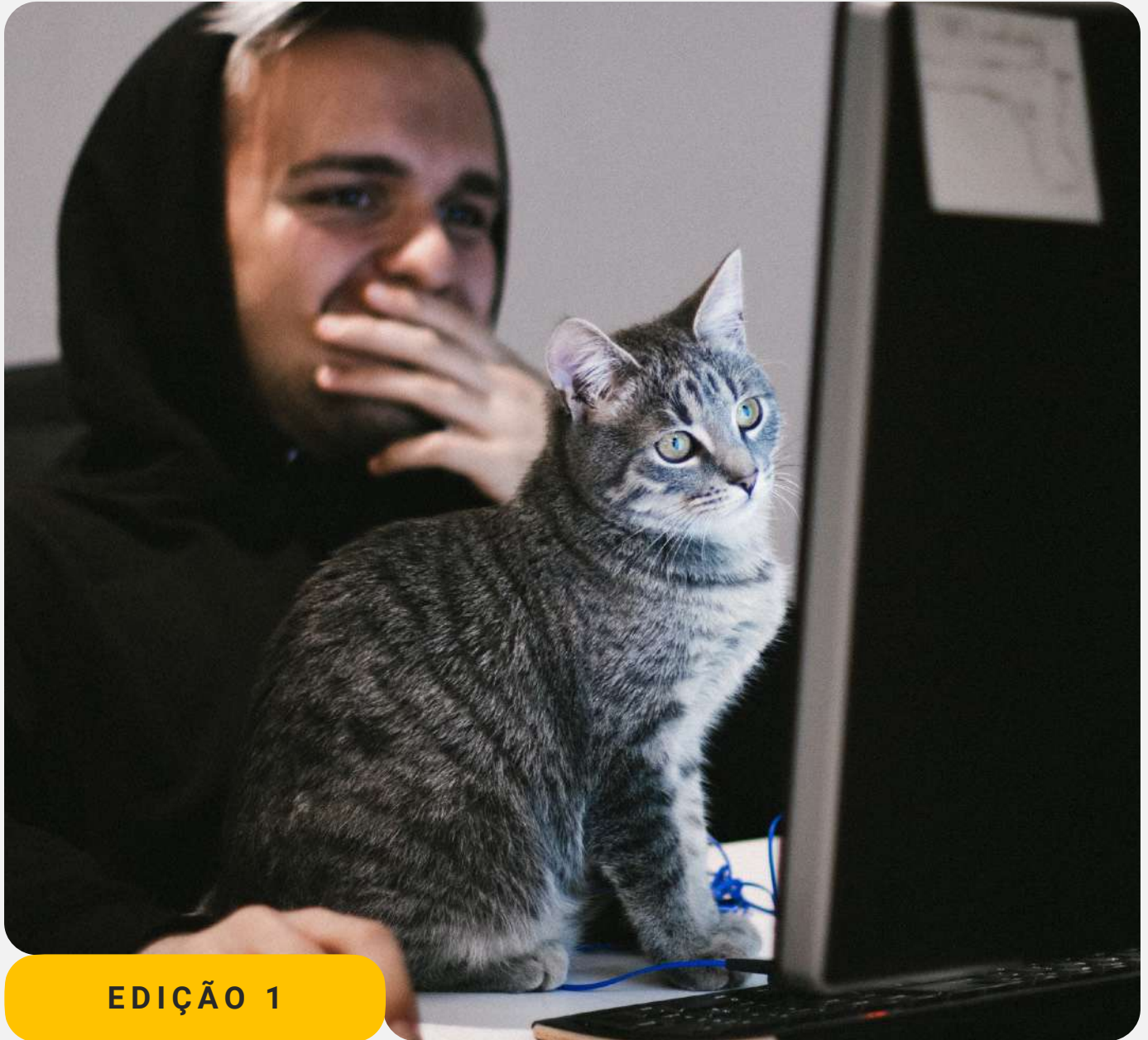
91% dos consumidores do YouTube aumentaram seu tempo na plataforma durante a pandemia\*. O que esse fascínio por vídeos tem a nos revelar sobre o futuro do mercado e da cultura?

**YouTube Vibes** é um estudo trimestral para aprofundar essas e outras questões. Uma investigação qualitativa e quantitativa do time do YouTube Brasil junto com a [float](#).

**Convidamos uma comunidade de brasileiros apaixonados por vídeos para participar deste estudo, além de um painel quantitativo para mensurar o tamanho das novas vibes culturais e comportamentais.**

\*Fonte: Google/Talkshoppe, Pesquisa WhyVideo, Agosto/2020, n=2,052 entrevistados, 18-64 anos, consumidores de vídeo

# QUICKDIVES



EDIÇÃO 1

# VÍDEOBSESSÕES EM SÍNTESE

## Mergulhos em vídeos que entregam a exatidão daquilo que buscamos.

Todo mundo às vezes tem uma obsessão momentânea — uma vontade que surge do nada e nos faz mergulhar de cabeça em um assunto. Ou mesmo aquela urgência de participar da catarse coletiva da vez: a pandemia, a crise no governo, o que todo mundo está pedindo no delivery e, claro, o BBB.

Dá pra saber tudo sobre tudo? Não.

**O tempo é curto e a paciência também. Ainda assim, queremos participar, pertencer, opinar, rir e chorar junto.**



*“Os vídeos são como duas fatias de pão, enquanto o hambúrguer, a estrela principal (e temática de interesse), está no centro. Às vezes, recorremos a um vídeo previamente, antes de comprar algo, e essa pode ser a fatia de cima; ou posteriormente, para ver a análise de uma temporada de uma série, o que seria a fatia de baixo. Seja antes ou depois, esses vídeos sempre orbitam o conteúdo principal.”*



Mulher, 28 anos, São Paulo



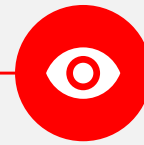
**48%** concordam que o YouTube é o melhor lugar para saber um **POUCO** mais sobre **MUITOS** assuntos.

Viver em 2021 é lidar com o paradoxo entre o mar de conteúdo disponível VS o tempo hábil – e a atenção necessária para consumir tanta coisa. Nesse balanço, **substituímos quase tudo por um resumo, uma orientação breve ou mesmo um simples escape.**

*“Eu sigo as hashtags, os canais, as páginas, tudo que tem a ver com meu tema de interesse. Abro mil abas de vídeos falando sobre o assunto, vou nos comentários e vejo as pessoas colocando as minutagens dos melhores momentos. A partir daí, ao longo de tipo um mês, eu praticamente só ouço, falo, leio e vejo conteúdos sobre esse único assunto.”*



**Homem, 30 anos, Rio de Janeiro**



As visualizações de vídeos relacionados ao Big Brother Brasil aumentaram mais de **265% durante as primeiras quatro semanas da edição de 2021** do reality em comparação às primeiras quatro semanas do Big Brother Brasil 2020.

Fonte: dados do YouTube, Brasil, janeiro de 2020 - fevereiro de 2020, janeiro de 2021 - fevereiro de 2021.



**O comportamento Quick Dives é a compreensão de que rápido não significa raso – apenas o suficiente.** Nesse mergulho, os vídeos se mostram como a mídia ideal para não ser soterrado por informação e nos permite navegar pelas novidades para se aprofundar somente quando for necessário.



# 1 COMPREENSÃO COMPRIMIDA

Um programa de 1 hora em 4 minutos. Um curso de 3 meses em 1 semana. Nos dias vividos em velocidade 2x, mantemos nossos interesses atualizados com a ajuda de sumários, recortes e reviews que concentram informações e traduzem sensações.



São conteúdos que servem como resumos de grandes discussões, traduzem tópicos complexos e encurtam o tempo necessário para ficar a par de um determinado assunto. Essa busca por precisão está longe de ser superficial. Para muitos, essas substituições também são a única forma de se obter conhecimento sobre temas que, por diferentes razões, seriam inacessíveis.



**48%** afirmam que o YouTube me ajuda a **aprofundar conhecimento sem gastar tempo demais.**

## VÍDEO RELACIONADO



**Resumindo Netflix** da Netflix Brasil, apresentado por Jhonatan Marques, resume as séries e filmes do momento, deixando todo mundo atualizado para não passar vergonha nas rodas de conversa.

*“Tenho estudado técnicas de bioconstrução pelo YouTube para construir minha própria casa. Ainda não tive tempo e nem recursos para pagar por um curso, por isso tenho feito essa substituição através de vídeos que disponibilizam esses conteúdos de forma gratuita.”*



**Homem, 32 anos, Salvador**

# VIBE 1: COMPREENSÃO COMPRIMIDA

*“Eu não assisti os dois últimos dois filmes de Star Wars, porém assisti tanto conteúdo quanto pude de vários canais diferentes que hoje consigo falar sobre esses filmes. Fiz isso para estar por dentro desse assunto, para que eu entendesse os memes, e também para que eu pudesse dizer que é bom ou ruim mesmo sem ver, pois argumentos não faltavam na rede mundial de computadores.”*



Homem, 30 anos, Rio de Janeiro

*“Eu tenho pavor de saber coisas ‘de orelhada’, mas nem sempre é possível se aprofundar. Então eu me contento com um vídeo no YouTube que me ensina a formatar o Windows em vez de fazer um curso de iniciação em tecnologia.”*



Mulher, 28 anos, São Paulo

## COMPREENSÃO COMPRIMIDA

é sintetizar com exatidão sem cair no superficial. Como marcas e canais podem recompensar sua audiência com conteúdos que condensam o tempo e potencializam a compreensão?

### VÍDEOS RELACIONADOS



O canal **WebTVBrasileira** comenta os acontecimentos dos principais reality shows da televisão nacional.



O canal **Nath Finanças** é um grande sucesso em simplificar a educação financeira com uma linguagem rápida e acessível.



Carina Fragozo do **English In Brazil** faz listas do que é mais fundamental e útil para aprender inglês, como os principais livros, aplicativos e sites.

# 2 OPINIÃO APROPRIADA

Qual é o melhor banco digital?  
Qual celular escolher?  
Esse game vale a pena?  
E essa série de 5 temporadas,  
é tão boa assim?

Em um tempo em que ninguém quer perder tempo, como tomar melhores decisões de vida e de consumo?



*"Antes de comprar um jogo, eu pesquiso sobre o que as pessoas estão achando. Eu tava muito empolgado para jogar Cyberpunk 2077. Mas logo no seu lançamento, as críticas diziam que o jogo estava com muitos bugs e erros, então eu dei uma segurada. Eu costumo fazer muito isso, de me deixar influenciar pela opinião de diversos criadores de conteúdo. Afinal, games são muito caros, e eu preciso saber onde eu estou colocando o meu suado dinheiro."*



**9 entre 10 consumidores** fizeram uma compra depois de assistirem um vídeo no YouTube.



Homem, 27 anos, Porto Alegre





## VIBE 2: OPINIÃO APROPRIADA

Com tantas opções e tão pouco tempo, as críticas e pontos de vista de quem entende do assunto se tornam as nossas principais aliadas.

*“De certa forma, **minha opinião acaba sendo criada pelos creators.** Por causa dessa fidelização, a opinião vem deles em alguns pontos e aí eu formo a minha opinião. É tão meu que eu até esqueço que partiu deles.”*



Homem, 30 anos, Rio de Janeiro

*“Se eu hoje consigo ser formadora de opinião a baixo custo, e assim elaborar meus textos e artigos, isso se deve em grande parte aos conteúdos que encontro no YouTube. Passo horas buscando informações nos canais de perfis que elaboram conteúdos sobre temas do meu interesse. Tenho apreço por algumas ativistas negras, então quando surge alguma polêmica em torno dos assuntos sobre gênero e raça, eu recorro aos vídeos dessas mulheres. A partir da opinião delas, formo a minha.”*



Mulher, 34 anos, Salvador



1/3 dos consumidores estão usando o YouTube para buscar informações sobre marcas, produtos ou serviços durante a pandemia.

### VÍDEOS RELACIONADOS



O jovem cearense **Jersu** tem um canal para apaixonados por gadgets, especialmente smartphones, sendo uma fonte de informações para quem quer ver análises e testes dos aparelhos mais comentados do momento.



Em seu canal **Herdeira da Beleza**, o maquiador Tássio Santos faz uma série de resenhas de bases para peles negras chamada **#OTomMaisEscuro**, para ver se as marcas oferecem produtos para mulheres com o tom da pele da sua amiga Joice, que é negra de pele retinta.

## VIBE 2: OPINIÃO APROPRIADA

Desse modo, a depender do que nos parece mais apropriado, muitas das nossas decisões reverberam as opiniões dos creators que mais confiamos - tudo de acordo com aquilo que se encaixa apropriadamente aos nossos valores e necessidades.

### VÍDEO RELACIONADO



O canal [Super Oito](#) tem a série Vale Crítica, que argumenta se um filme vale ou não a pena ser assistido.

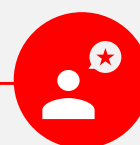
### VÍDEO RELACIONADO



[Nataly Neri](#) usa seu canal como plataforma para falar sobre sustentabilidade a partir da sua vivência, dando seus pitacos sobre consumo consciente, slow beauty e veganismo.

## OPINIÃO APROPRIADA

é recorrer a quem entende para poder encurtar o caminho.



Como se tornar uma fonte confiável e respeitável de bons conselhos e opiniões?



# 3 MICRO-ALÍVIOS

Em meio à catástrofe de 2021, entramos em uma onda de conteúdos muitos leves e positivos, capazes de provocar nos distrair e anestesiar o cotidiano.

No tédio da vida quarentenada, vídeos mais curtos cabem em todos os assuntos: de risadas imediatas a ideias de DIY, receitas e palestrinhas a maquiagem express.



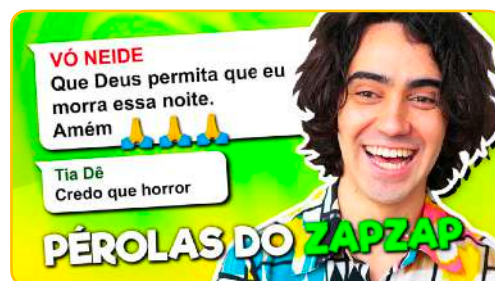
*“Vídeos curtinhos servem para desobstruir o cansaço do trabalho, pra me fazer rir, pra compartilhar conteúdo fofinho com as pessoas que eu amo e alegrar o dia delas. Eles servem como uma válvula de escape em meio a conteúdos mais densos, sabe? É tipo: hora do intervalo, divirtam-se!”*

 Homem, 32, Salvador

*“Eu fico uma hora inteira passando por milhares de vídeos curtinhos. Acabam que me anestesiaram e fazem a energia ruim desaparecer. Simples e rápidos, engraçados ou não, eles cumprem uma função social de satisfação imediata.”*

 Homem, 30 anos, Rio de Janeiro

## VÍDEO RELACIONADO



**Matando Matheus a Grito** faz vídeos cômicos com compilações dos melhores memes, piadas e absurdos da internet.



**Léo Léo** faz sketches de comédia de 20 segundos com milhões de visualizações.

## VIBE 3: MICRO-ALÍVIOS

Simplicidade, velocidade e, principalmente, um efeito urgente de relaxamento e descontração, em poucos segundos. Nesse contexto, o entretenimento instantâneo virou uma mania diária de quem não tem cabeça para absorver mais nada.

*“Se tenho 30 minutos de intervalo entre 2 reuniões, prefiro ver 30 vídeos de 1 minuto cada ao invés de 1 vídeo de 35 minutos. Porque aí, nessa meia hora, vejo 30 coisas diferentes, com pessoas, temáticas e músicas diferentes, etc. Vídeos curtos não exigem um ‘preparo’ para serem assistidos. Você simplesmente vai, assiste e se diverte com alguma trend, dancinha, piadinha ou curiosidade. Meu tempo acaba sendo melhor aproveitado.”*



Mulher, 21, São Paulo

### VÍDEO RELACIONADO



Shorts do **Leo Hwan** trazem uma interpretação bem-humorada das vivências de pessoas asiático brasileiras.



O canal brasileiro de receitas asiáticas **Go Han Go** traz receitas express de até 30 segundos - muitos com mais de 1M de visualizações.

Escroláveis, fáceis de digerir e altamente viciantes — a nova fórmula dos vídeos curtos entrega **MICRO-ALÍVIOS**. Que formatos podem provocar mais alívio e relaxamento em um momento difícil como esse em que vivemos?

# QUICK DIVES

## Vídeoobsessões em Síntese

Compreensões comprimidas, opiniões para chamar de suas e entretenimento instantâneo e viciante. Essas e outras vídeoobsessões estão mudando a comunicação que acontece hoje entre marcas, canais e pessoas. Como epicentro dessas transformações, no YouTube você pode assistir – ou quem sabe liderar – esses movimentos.

### Amostra

A coleta de dados desse estudo foi realizada em **Março de 2021**, a partir da análise das seguintes metodologias:

- Dados quantitativos através de survey online, realizada com 1000 (mil) brasileiros entre 18-64 anos (Mindminers)
- Grupo focal on-line com 8 brasileiros entre 18-40 anos, de classes ABC, residentes das cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Salvador e Porto Alegre.