



Relatório de Cultura & Tendências

A nova onda da animação

Como animadores independentes on-line estão
remodelando o setor de entretenimento

Novos showrunners

Uma competição de canto de vida ou morte em um planeta alienígena. Um elenco de personagens presos em um cenário virtual com tema de circo governado por um mestre de pista de IA maníaco. Um mundo pós-morte em que o Inferno está superlotado e os pecadores precisam se reabilitar para chegar ao Céu. Essas são as premissas de apenas algumas das séries de animação não convencionais que surgiram no YouTube nos últimos anos e alcançaram um sucesso global enorme.

Em uma época em que o cenário da mídia tradicional é dominado por IPs preexistentes, os animadores on-line independentes estão provando ser a exceção, criando personagens e histórias originais com comunidades de fãs engajadas e mostrando o que é preciso para ter sucesso no entretenimento hoje.

67%

dos fãs de animação concordam que gostam de assistir séries animadas criadas por animadores independentes para o YouTube tanto quanto ou mais do que séries criadas por um grande estúdio.(1)

(1) Google/SmithGeiger, Pesquisa de Tendências do YouTube, BR, Abril 2025, N=798 fãs de animação on-line com idades entre 14-49 anos.

Para saber como os criadores estão fazendo sucesso com animações independentes e o que isso significa para o entretenimento em geral, a equipe do YouTube Culture & Trends pesquisou tendências de animação em todo o mundo, entrevistou criadores de destaque e realizou pesquisas com a SmithGeiger, perguntando a milhares de pessoas como elas interagem com vídeos animados. Os respondentes eram pessoas ativas on-line, com idades entre 14 e 49 anos.



Crescimento global

Há alguns anos, seria uma novidade ver vídeos de um programa animado coreano aparecendo nas listas de vídeos em alta do YouTube em todo o mundo, dos EUA e México à França e Japão. Mas foi exatamente isso que o episódio "Final" da série "Alien Stage", um programa do YouTube, conseguiu em 2025. O sucesso do canal é emblemático do alcance internacional que os criadores de animação estão tendo on-line hoje em dia. E está acontecendo rápido.

EM UM CENÁRIO GLOBAL

"Alien Stage" usa um formato reconhecido globalmente, o programa de audição de sobrevivência, para alcançar e envolver fãs internacionais.

Os vídeos com "Alien Stage" no título receberam mais de 330 milhões de visualizações em 2025, e mais de 90% delas vieram de fora da Coreia.(2)

(2) Dados do YouTube, global, 1º de janeiro de 2025 a 15 de setembro de 2025



@VIVINOS

2,8M de inscritos



OFFICIAL TRAILER

prime
video

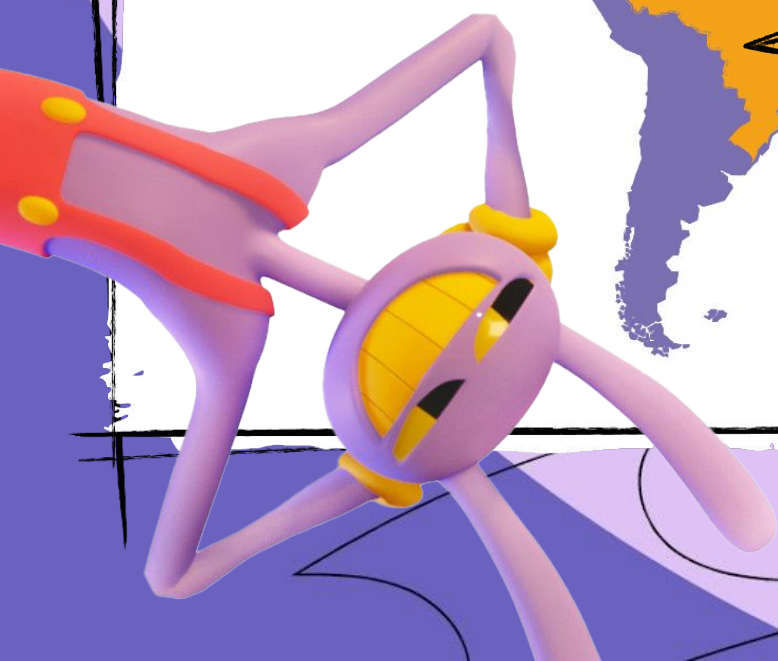
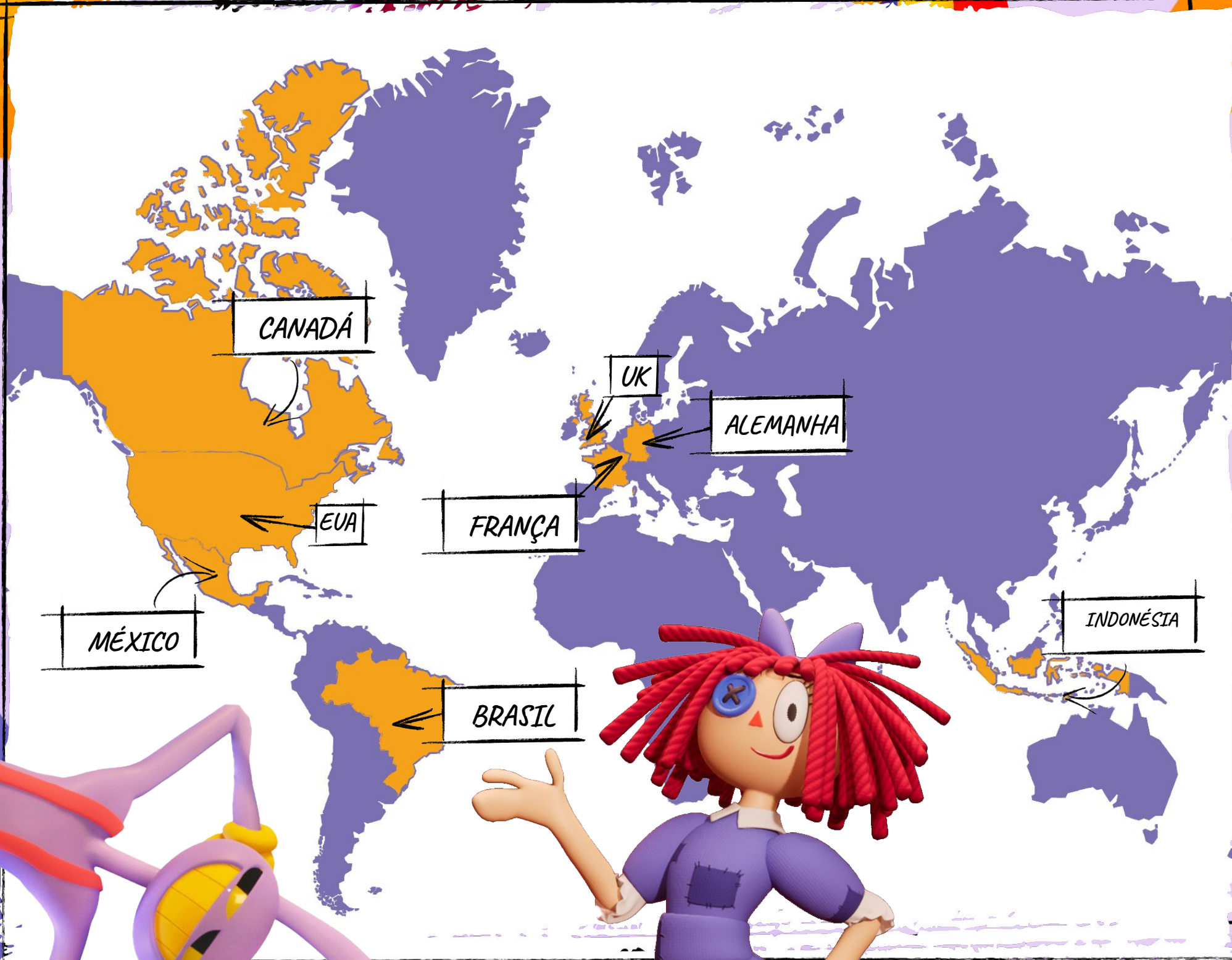
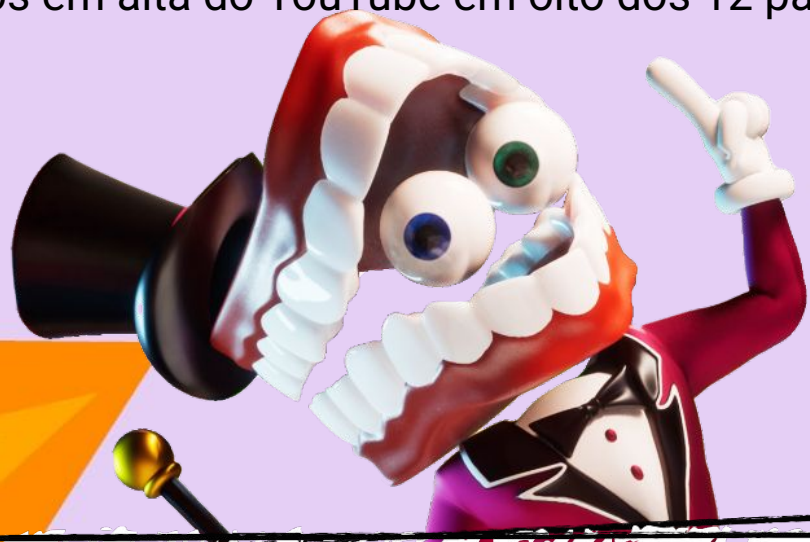
@PrimeVideo

7,71M de inscritos

Além disso, as séries de animação on-line não estão fazendo sucesso apenas em uma plataforma. Muitos, incluindo "Helluva Boss" e "Murder Drones", expandiram a presença e adotaram uma estratégia de distribuição híbrida: eles mantêm um canal no YouTube e também enviam episódios para serviços de streaming alternativos. O crescimento multiplataforma desses programas sugere o que o público busca no entretenimento: novas formas de contar histórias e IPs inéditos, com personagens interculturais que desafiam as convenções e agradam a uma geração que cresceu on-line.

Uma conquista global incrível

No final de 2024, depois de lançar apenas quatro episódios, "The Amazing Digital Circus" apareceu nas listas de assuntos em alta do YouTube em oito dos 12 países.



Fonte: dados do YouTube, global, 2024

Um novo playbook

Animadores on-line estão testando vários formatos de vídeo que permitem uma produção mais rápida e maior participação do público. Alguns desses formatos espelham o estado mais refinado dos filmes de animação convencionais, enquanto outros usam meios de produção menos dispendiosos. Os vídeos de animação no YouTube costumam se enquadrar em uma destas três categorias:

 MEME DE ANIMAÇÃO	 ANIMATIC	 EPISÓDIOS COMPLETOS
Um meme de animação é uma animação breve de um personagem, geralmente um OC (personagem original criado pelo criador), que canta ou dança ao som de um áudio específico. Esses memes servem como uma espécie de modelo para outros criadores e são feitos para serem facilmente adaptados e modificados.	Na animação tradicional, os animatics servem como uma etapa preliminar do storyboard no caminho para a produção final. No YouTube, os criadores de conteúdo costumam tratar os animatics, que podem apresentar esboços mais brutos, como o produto final.	Para alguns animadores, os episódios individuais servem como histórias independentes, enquanto outros são destinados a avaliar o interesse do público em uma série completa. Esses episódios completos costumam ter qualidade semelhante a um filme ou programa de animação convencional e são divulgados com trailers ou clipes.
66% dos fãs de animação de 14 a 24 anos assistem memes de animação semanalmente ou mais. (3)	57% dos fãs de animação de 14 a 24 anos assistem animatics semanalmente ou mais. (4)	63% dos fãs de animação de 14 a 24 anos assistem séries animadas criadas para o YouTube semanalmente ou com mais frequência. (5)

Os criadores de animações estão mostrando que o público de hoje está receptivo a uma variedade de padrões de produção. As gerações mais jovens, que cresceram assistindo a vários formatos de vídeo on-line e usando apps como Blender e Alight Motion para criar animações, não fazem as mesmas distinções que as gerações anteriores. Isso significa que marcas e criadores têm a liberdade de usar vários formatos e testar conceitos no mercado mais cedo no processo de desenvolvimento.

(3)(4)(5) Google/SmithGeiger, Pesquisa de tendências do YouTube, EUA, abril de 2025, N=358 fãs de animação da geração Z on-line com idades entre 14 e 24 anos.

Volta ao mundo em sete animações

As animações inovadoras não se limitam a um único gênero, formato ou país de origem. São os memes, programas e animações que estão fazendo sucesso hoje.



@SpindleHorse
11,1M de inscritos

EUA: "HELLUVA BOSS" (ANIMATICS + SÉRIE)

Vivienne Medrano, também conhecida como Vivziepop, usa animatics em alguns teasers e trailers do programa dela, dando a mais de 11,1 milhões de inscritos uma espiada nos bastidores.(6)



@WastedSeries
638 mil inscritos

ARGENTINA: "WASTED" (SÉRIE)

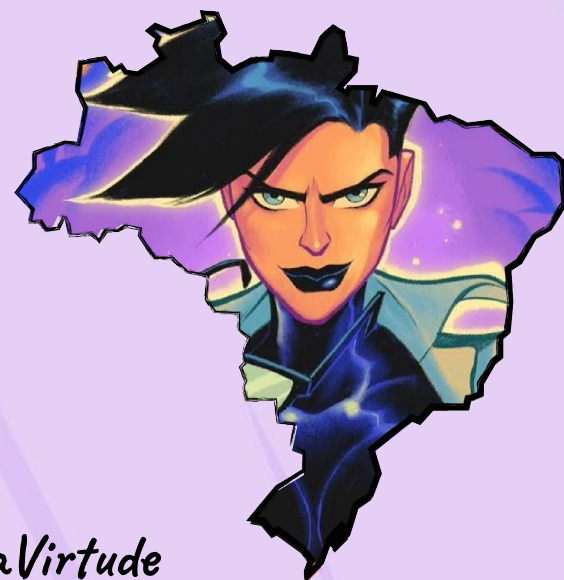
A série argentina "Wasted" aposta na comédia sombria e em identidades culturais de nicho, dois componentes que ajudaram o canal a ultrapassar 625 mil inscritos desde o lançamento na primavera de 2024.(8)



@Sociedade da Virtude
691 mil inscritos

BRASIL: "SOCIEDADE DA VIRTUDE" (SÉRIE)

Desde o início em 2017, essa série de comédia sombria lançou uma versão em inglês do canal e se espalhou para a HBO Max e o Adult Swim. O canal continuou crescendo e ganhou mais de um quarto das visualizações totais só em 2025.(7)



@offsrambledegg
546 mil inscritos

UK "SMILE" (MEME)

O Short do OFF SCRIPT, que mostra um personagem dançando ao som do single "Smile" de Lily Allen, recebeu mais de 5,8 milhões de visualizações e deu início a uma tendência de coreografias animadas.(9)



(6) Dados do YouTube, global, 15 de abril de 2013 a 21 de outubro de 2025

(7) Dados do YouTube, global, 1º de janeiro a 29 de setembro de 2025

(8) Dados do YouTube, global, 15 de abril de 2024 a 21 de outubro de 2025

(9) Dados do YouTube, global, 22 de janeiro de 2025 a 21 de outubro de 2025

Volta ao mundo em sete animações



@vigzvigz
38,7 mil inscritos



FRANÇA: LE POISSON STEVE (MEME)

A animação, combinada com uma música cativante, criou uma comunidade de fãs ansiosa para fazer paródias do peixe laranja animado. Nos primeiros oito meses de 2025, houve mais de 95 milhões de visualizações de vídeos com "le poisson steve" no título.(10)

JAPÃO: "LEMON MELON COOKIE" (MEME)

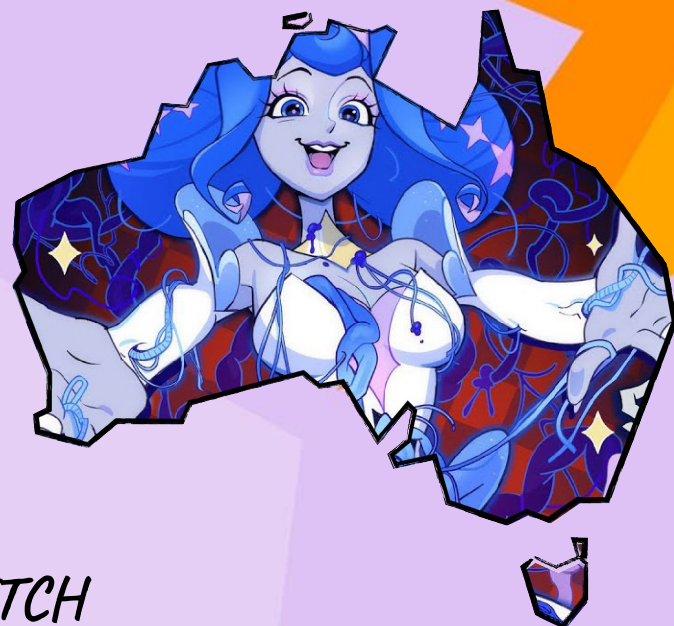
A música Vocaloid de DJ TAK inspirou vários estilos animados de uma tendência de dança cheia de energia, resultando em mais de 14 mil usos do áudio.(11)



@WastedSeries
638 mil inscritos



@GLITCH
17,9M de inscritos



AUSTRÁLIA: "KNIGHTS OF GUINEVERE" (SÉRIE)

O lançamento mais recente da Glitch Productions está fazendo sucesso rapidamente. Nos três primeiros dias após o lançamento, já havia mais de 1,4 mil vídeos com "Knights of Guinevere" ou "knightsofguinevere" no título, com reações de fãs e animações.(12)

Os memes, séries e animações que estão fazendo sucesso no mundo todo não seguem nenhuma fórmula clássica de narrativa. Cada um está traçando seu próprio curso, de contos de ficção científica distópicos a danças inspiradas em biscoitos, exibindo o tipo de variedade intercultural que atrai os espectadores hoje.

(10) Dados do YouTube, global, 1º de janeiro a 15 de agosto de 2025.

(11) Dados do YouTube, global, 15 de janeiro a 30 de setembro de 2025.

(12) Dados do YouTube, global, 19 a 21 de janeiro de 2025.

Avanços na animação

Os animadores estão ampliando os projetos com novas tecnologias que simplificam o alcance global e usando novos modelos econômicos para lançar séries.

COMO O GOOGLE BUSCA ACABAR COM BARREIRAS DE IDIOMA

O que antes era visto como uma barreira para a acessibilidade generalizada, agora é um benefício. Novas ferramentas de dublagem e tradução automática possibilitaram que espectadores de todo o mundo interagissem com vídeos em outros idiomas. No processo, eles descobrem novas histórias, personagens e criadores com sensibilidades culturais distintas, muitas vezes diferentes das suas e atraentes, em parte, por causa da novidade.

As séries animadas mais bem-sucedidas aproveitam essas ferramentas. Por exemplo, o episódio piloto de "TADC" tem legendas em 18 idiomas e faixas de áudio alternativas em 21 idiomas. Já o programa japonês de cyberpunk "Milky Subway" tem dublagem em 10 idiomas diferentes, do hindi ao espanhol.

50%

dos fãs de animação (pessoas de 14 a 49 anos ativas on-line) concordam que assistem séries animadas em outros idiomas.(13)

(13) Google/SmithGeiger, Pesquisa de tendências do YouTube, EUA, abril de 2025, N=671 fãs de animação on-line de 14 a 49 anos.



@milkygalacticuniverse
1,01M de inscritos

Avanços na animação

COMO O GOOGLE BUSCA ACABAR COM BARREIRAS DE IDIOMA

Como o interesse em interagir com criadores e artistas virtuais (avatars digitais animados com personalidades on-line distintas) continua crescendo, muitos fãs escolhem expressar seu fandom por esses criadores transformando histórias de transmissões ao vivo de VTubers em animações próprias. Esse fenômeno ajudou a VTuber japonesa Juufutei Raden a ultrapassar 1 milhão de inscritos.



UM NOVO MODELO DE ESTÚDIO

Estúdios liderados por criadores de conteúdo, como o Glitch Productions, estão mostrando o que é possível quando eles unem forças para oferecer aos colegas apoio financeiro, de marketing e criativo para desenvolver novos projetos. A Glitch contrata animadores independentes, muitas vezes encontrados no YouTube, para criar séries que ficam no canal dela, mas os showrunners mantêm o controle criativo.

A globalização está no centro do crescimento da animação independente. **O público de hoje está preparado para uma maior acessibilidade de idiomas, adoção de tendências internacionais e criações de estúdios globais que capacitam talentos on-line.**



61%

das pessoas de 14 a 24 anos que assistiram a um criador virtual on-line concordam que é possível se sentir tão conectado a um criador ou artista virtual quanto a um criador ou artista real. (14)

Atrair o comportamento da Next-Gen: *participação dos fãs*

A geração atual de adolescentes cresceu em um mundo on-line moldado pelo acesso ao YouTube e a videogames de mundo aberto. Como resultado, eles têm um conjunto único de expectativas sobre entretenimento. Uma dessas expectativas é que eles sejam participantes ativos, criando conteúdo que responda e faça riffs sobre o que assistem. Os criadores de animações de sucesso estão reconhecendo esse interesse e criando conteúdo para ele.



Em alguns casos, isso significa produzir conteúdo de propósito para que os fãs possam criar remixes e memes. Por exemplo, no primeiro episódio de "The Amazing Digital Circus", a personagem principal, Pomni, abre várias portas que levam a salas. Glitch postou esse frame on-line, mas mudou o quarto para uma tela verde, prevendo que os fãs o transformariam em um meme. Eles fizeram exatamente isso, ajudando a espalhar organicamente o reconhecimento do programa desde o início.

O engajamento com os fãs também pode acontecer de forma mais orgânica. Vivienne Medrano, criadora das séries animadas "Hazbin Hotel" e "Helluva Boss", transformou uma música feita por fãs em um videoclipe completo. "Se for algo que possa contribuir para o programa, adoro colaborar com os fãs que fazem essa arte de uma forma que a eleve a um nível mais real", diz ela.

Quando mais fãs contribuem para os universos visuais dos programas favoritos, eles multiplicam o alcance potencial do programa e popularizam os personagens. Marcas e criadores devem incentivar as contribuições dos fãs em todas as etapas do processo de produção.

Atrair o comportamento da Next-Gen: *FINANCIAMENTO* de fãs

Além de contar com as comunidades para ajudar a divulgar o conteúdo com criações de fãs, os criadores de animação também estão diversificando as fontes de receita e usando o financiamento por fãs para transformar episódios piloto em séries completas. Esse é o modelo seguido por séries animadas que começaram no YouTube, como "Dungeon Flippers" e "Far-Fetched", que superaram as metas de arrecadação de fundos no Kickstarter.



Outras séries, como o programa espacial "MonkeyWrench", que se passa em uma galáxia distante, oferecem benefícios especiais aos membros do canal, como pequenas atualizações de animação entre os episódios que dão uma espiada no que está por vir.

Em um mundo em que um único episódio de um programa tem o poder de turbinar uma comunidade de fãs, é mais fácil para os criadores começar a monetizar por meios secundários desde o início.



Em vez de esperar para ver como um novo programa se sai, a Glitch Productions produz produtos relacionados a cada lançamento. "Geralmente, gostamos de transformar cada episódio que lançamos em um espetáculo ou evento, e vinculado a esse evento está algum produto", diz Kevin Lerdwichagul, cofundador e CEO da empresa. "Cada vez que alguém compra um produto que ajuda a financiar mais shows e episódios."

"EPIC: The Musical"

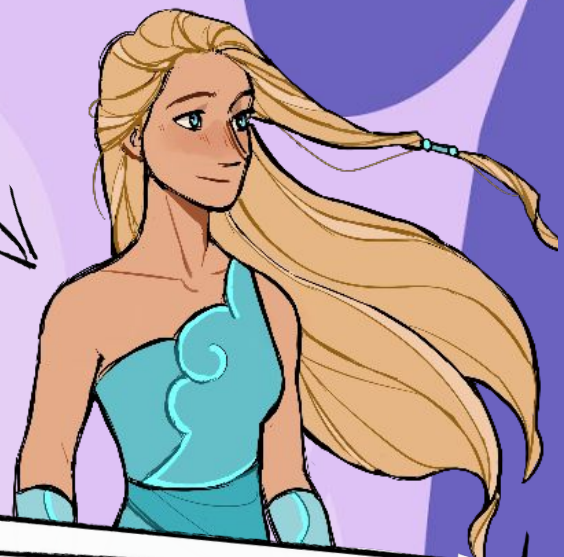
Estudo de caso

"EPIC: The Musical", uma adaptação musical da "Odisseia" de Homero, é um exemplo de criador que cultiva uma comunidade de fãs. Os primeiros vídeos do criador Jorge Rivera-Herrans se concentravam principalmente no desenvolvimento das músicas do musical, mas ele logo percebeu que os espectadores incluíam artistas talentosos que poderiam moldar a identidade visual da obra. As contribuições deles multiplicaram o impacto do musical: desde o início, foram mais de 1,3 bilhão de visualizações de vídeos relacionados a "EPIC: The Musical" (16).

Nos primeiros seis meses de 2025, foram enviados mais de 4 mil vídeos relacionados a "EPIC: The Musical" e animações.(17)

(17) Dados do YouTube, global, 1º de janeiro a 30 de junho de 2025

Arte de
julsunart



ETAPA 1

INCENTIVAR A PARTICIPAÇÃO DO PÚBLICO

Rivera-Herrans incentivou os fãs a enviar vídeos de audições e os manteve atualizados com vídeos de desenvolvimento e trechos de músicas.

ETAPA 2

INTERAÇÃO ATIVA COM OS FÃS

Como os fãs estavam imaginando cenas e personagens e transformando tudo em animações, Rivera-Herrans reconheceu essas criações enviando vídeos de reação às animações no próprio canal.

ETAPA 3

ENCOMENDAR CONTRIBUIÇÕES DE FÃS

Rivera-Herrans então procurou artistas diretamente da comunidade de fãs ativos, encomendando a criação de animatics para a série. A festa de lançamento da série, transmitida ao vivo e com essas animações, se tornou o vídeo mais assistido do canal.

Arte de
julsunart



(16) Dados do YouTube, global, 1º de agosto de 2021 a 4 de outubro de 2021

O que nos espera

A criatividade demonstrada por animadores independentes não está apenas transformando o entretenimento no YouTube. Ele já está mudando o setor em geral, o que está correndo para licenciar programas e trabalhar diretamente com criadores de conteúdo. Esses criadores estão construindo uma para superar os desafios, mostrando como os processos e métodos deles podem ser adotadas e implementadas por outras pessoas para ter sucesso.

A oportunidade para marcas e criadores hoje significa:

- ① Busca ativa por contribuições dos fãs, tanto de conteúdo quanto de monetização
- ② Aproveite as tendências, os idiomas e os criadores internacionais
- ③ Diversificar os formatos de produção

"Meu principal objetivo para o setor é criar uma cultura e uma capacidade para que praticamente qualquer pessoa possa colocar seu conteúdo on-line, conseguir um público, receber apoio e realmente fazer o que precisa ser feito."

Kevin Lerdwichagul

É claro que tudo isso se baseia em uma história envolvente. Mesmo com a evolução das tecnologias e a mudança nos métodos de distribuição, os espectadores querem narrativas novas para se conectar e personagens para chamar de seus. A próxima onda de novas IPs começa aqui.

"Uma das coisas que torna o EPIC especial, se não a mais importante, é a comunidade. Fazer todas as audições on-line, conseguir todos esses animadores e artistas de animatics da comunidade e mostrar o processo ao longo dos anos... tudo isso junto, acho que realmente nos ajudou a nos unir como comunidade."

Jorge Rivera-Herrans