



CULTURA E TENDÊNCIAS

RELATÓRIO - 2023

Como o rápido avanço da tecnologia para criação e consumo digital impulsionou a chegada de novas ferramentas para criadores e espectadores, além de liderar as tendências que moldam a cultura pop.

CRIADORES E FÃS

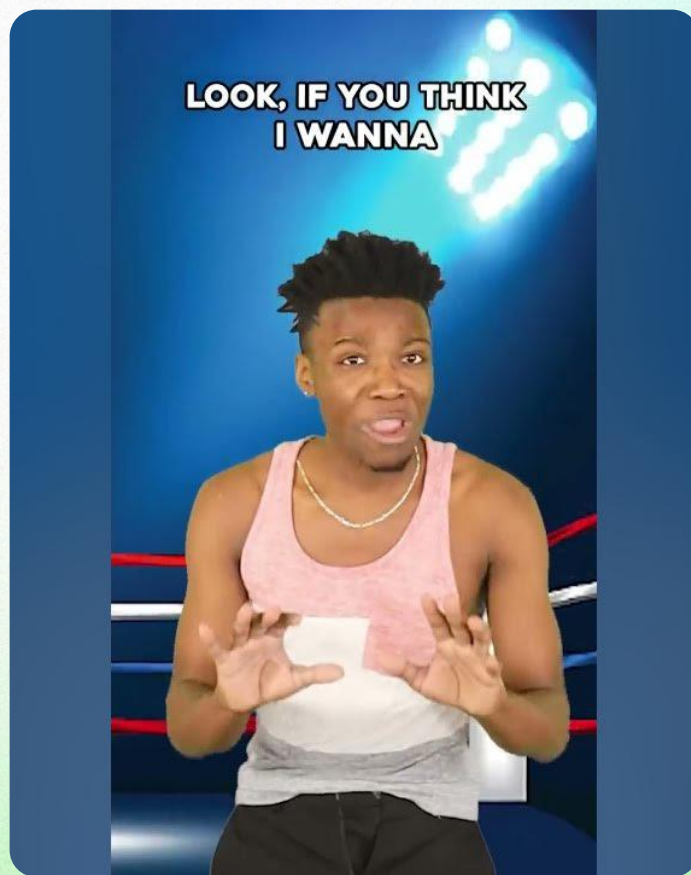
**SEMPRE INFLUENCIARAM A CULTURA POP, MAS
EM 2023, ELES COMEÇARAM A DITAR AS
REGRAS.**

O avanço da tecnologia nas áreas de criação e de mídia criou novas expectativas, mas também ampliou as oportunidades de engajamento para todos, nas mais diversas áreas.

O consumo multiformato e multidispositivo está cada vez mais em alta e, com isso, novas ferramentas e tecnologias chegam para democratizar o processo criativo, tornando as ideias mais ousadas em realidade. Como resultado, novidades de ambos os lados, de conteúdo remixado pelos fãs a apresentadores ganhando milhões de visualizações com uma ajudinha da IA.

Os novos níveis de interação do fandom vem impulsionando essa mudança no formato de vídeo e, com isso, normalizando essas tecnologias para outros públicos.

David The Baker usou edição e efeitos de vídeo para levar seus esquetes de comédia dos Shorts para um novo patamar. Este vídeo, *The Big Fight*, teve mais de 7,8 milhões de visualizações.



 **@DavidTheBaker**
3,7MI DE INSCRITOS

É UMA ERA DE GRANDES MUDANÇAS EM TECNOLOGIA E CRIAÇÃO, E NA NOSSA CULTURA

Para entender melhor esse cenário, a equipe de Culturas e Tendências do YouTube analisou centenas de situações, ao realizar pesquisas com a Ipsos em 14 países, entre eles: EUA, Reino Unido, Austrália, Brasil, Canadá, Egito, França, Alemanha, Índia, Indonésia, Japão, México, Arábia Saudita e Coreia do Sul. Foram entrevistados adultos com idade entre 18 e 44 anos que acessam conteúdo on-line; e a Geração Z (com idade entre 18 e 24 anos) que acessa conteúdo on-line.*

14

países entrevistados

100s

de tendências
analisadas

* Essas amostras são categorizadas como "adultos" e "Geração Z", respectivamente.

OS FÃS ESTÃO EVOLUINDO



 **@schnooleheletteletto**

93 MIL INSCRITOS

NOVOS FORMATOS SURGINDO



 **@Coachella**

3.2M SUBSCRIBERS

A AI CHEGOU PARA FICAR



 **@PiXimperfect**

4.6M SUBSCRIBERS

CONFIRA NOSSAS DESCOBERTAS >

CRIAÇÃO ACESSÍVEL PARA TODOS

Novas ferramentas criativas surgem todos os dias. De simples recursos incorporados aos nossos apps para remixar conteúdo até a IA generativa, que leva a criação para um novo patamar.

Agora, todos nós podemos brincar de editores ou artistas de efeitos especiais. Da mesma forma, criar a trilha sonora para grandes franquias do cinema leva apenas algumas horas, e não dias ou semanas. Isso coloca a criação como uma atividade essencial, inerente à própria cultura pop.

O resultado? Um mundo onde os fãs ditam a tendências, de acordo com o que incorporam ao seu dia a dia.

82%

dos adultos (on-line, 18 a 44 anos) afirmam que postaram conteúdo em vídeo on-line (por exemplo, nos Stories do Instagram, TikTok, YouTube, Snapchat) nos últimos 12 meses.

Google/Ipsos, Global (U.S., U.K., AU, FR, DE, MX, IN, ID, KOR, CAN, JP, BR, KSA, EGY), YouTube Trends Survey, n=25,892, online adults, age 18-44, May 2023.

Assista a esta versão do trailer de "Star Wars", criado por um fã, como se fosse dirigido por Wes Anderson.



 **@curiousrefuge**
77,4 MIL INSCRITOS

CONSUMO SEM LIMITES

As expectativas do público também estão evoluindo, ultrapassando os limites da atual definição de entretenimento.

Os espectadores querem experiências cada vez mais personalizadas, e os formatos são adaptados para diferentes situações: conteúdo mais longo, curto, ao vivo ou pré-gravado, em dispositivos móveis ou em smart TV. Canais como o brasileiro **CazéTV** usam vários formatos para entregar o que os fãs esperam deles, e estão quebrando recordes de transmissão ao vivo. Com a transmissão da Copa do Mundo da FIFA, a CazéTV atingiu mais de 6 milhões de telespectadores simultâneos.*



 @CazeTV

8,2MI DE INSCRITOS

*Source: YouTube Data, Global, 2022.

68%

dos adultos entrevistados disseram que assistem vídeos sobre um mesmo tema em diferentes formatos (por exemplo: formato curto, longo, podcast, transmissões ao vivo).

Google/Ipsos, Global (U.S., U.K., AU, FR, DE, MX, IN, ID, KOR, CAN, JP, BR, KSA, EGY), YouTube Trends Survey, n=25,892, online adults, age 18-44, May 2023.

44%

dos adultos entrevistados dizem que participaram de um meme nos últimos 12 meses.

Google/Ipsos, Global (U.S., U.K., AU, FR, DE, MX, IN, ID, KOR, CAN, JP, BR, KSA, EGY), YouTube Trends Survey, n=25,892, online adults, age 18-44, May 2023.

NOVAS DIMENSÕES NO AMBIENTE DIGITAL

O ambiente criativo está mais dinâmico e personalizado. A ampliação dos formatos de conteúdo, a evolução do ecossistema de fandoms e até mesmo novos contextos de exibição, evidenciados pelo surgimento da smart TV, levaram a novas tendências, com diferentes pontos de entrada e níveis de profundidade para os espectadores.



 **@LofiGirl**
13Mi DE INSCRITOS

Para lançar um novo mix de synthwave, o famoso canal Lofi Girl usou VOD, Shorts e até postagens de imagens na guia Comunidade para criar um buzz.

NOVOS NÍVEIS DE INTERAÇÃO DO FANDOM

Com a evolução do ambiente digital, a interação do fandom vem aumentando e criando diferentes níveis entre o fã e o superfã, graças às novas tecnologias e a ampliação dos formatos.

Fãs casuais podem ter um feed que incentive o consumo passivo de conteúdo relacionado ao seu fandom, do tradicional às revelações de bastidores.

Um **fã mais ativo** pode usar os Shorts para criar memes ou interagir com a campanha de uma marca, mixando um trecho dela em seu próprio conteúdo.

Em um nível ainda mais elevado, alguns fãs podem criar conteúdo entre si, enquanto os **fãs profissionais** usam sua expertise e criam para o público em geral.



 @airrack

13,6MI DE INSCRITOS

54%

dos adultos entrevistados disseram que preferem assistir um criador detalhando um grande evento, em vez do evento em si (por exemplo, Oscar, Grammy).

Google/Ipsos, Global (U.S., U.K., AU, FR, DE, MX, IN, ID, KOR, CAN, JP, BR, KSA, EGY), YouTube Trends Survey, n=25,892, online adults, age 18-44, May 2023.

47%

da Geração Z (jovens de 18 a 24 anos on-line) assistiram vídeos criados por fãs de um artista, figura pública ou um conteúdo específico nos últimos 12 meses.

Google/Ipsos, Global (U.S., U.K., AU, FR, DE, MX, IN, ID, KOR, CAN, JP, BR, KSA, EGY), YouTube Trends Survey, n=6,982, online Gen Z adults, age 18-24, May 2023.

MAIS FORMATOS SIGNIFICA MAIS FÃS, STORIES, ESCALA E IMPACTO

Um vídeo era considerado um único formato de conteúdo. Hoje, ele tem novas dimensões, como o **formato longo** e os **Shorts**, além das **transmissões ao vivo** e **podcasts**.

O público vem buscando conteúdo em diferentes formatos, de acordo com seu estado de espírito ou necessidade específicas. Os criadores estão respondendo a essa busca, diversificando suas narrativas nesses formatos, alcançando novos fãs e descobrindo mais oportunidades de sucesso.



 **@blogilates**
8.6MI DE INSCRITOS

Além do vídeos de exercícios em formato longo,, a criadora do Blogilates, **Cassey Ho**, agora oferece conteúdo em Shorts, focado em sua nova empreitada: empreendedorismo de moda esportiva. Nesse processo, ela **ganhou mais da metade das visualizações da sua vida**. Foram mais de 500 milhões no total, desde o início de 2022 (apesar de ser uma criadora de sucesso desde 2009).

87%

dos adultos entrevistados disseram que, em qualquer serviço de streaming, assistiram pelo menos 4 formatos de conteúdo oferecidos pelo YouTube nos últimos 12 meses.

Google/Ipsos, Global (U.S., U.K., AU, FR, DE, MX, IN, ID, KOR, CAN, JP, BR, KSA, EGY), YouTube Trends Survey, n=25,892 online adults, age 18-44, May 2023. Content formats include: Live-stream content on an online platform, streaming video on a TV, short-form video content, long-form content, and podcasts.

67%

dos entrevistados da Geração Z (jovens com 18 a 24 anos on-line) afirmaram que gostam quando seus criadores favoritos oferecem conteúdo em diferentes formatos.

Google/Ipsos, Global (U.S., U.K., AU, FR, DE, MX, IN, ID, KOR, CAN, JP, BR, KSA, EGY), YouTube Trends Survey, n=6,982, online Gen Z adults, age 18-24, May 2023.

FERRAMENTAS PERSONALIZAM A EXPERIÊNCIA...

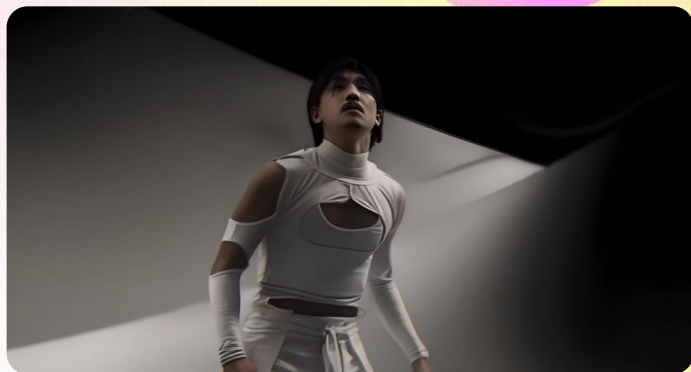
Recursos como **legendas e faixas de áudio em vários idiomas** oferecem uma experiência personalizada ao público. Por outro lado, também dão aos criadores a chance de incrementar suas narrativas e alcançar novos públicos, ultrapassando barreiras culturais, geográficas, ou linguísticas.

Os **vlogs silenciosos** usam legendas para adicionar comentários sem interromper a imersão...



@primitivetechnology9550
10,8MI DE INSCRITOS

Alguns criadores usam as legendas para dar **contexto**, incluir **piadas internas** ou fornecer **Easter eggs** para os espectadores mais engajados.



@HYBELABELS
70.9MI DE INSCRITOS

Em seu hit “[Masquerade](#)”, o artista coreano **MIDNATT** canta em seis idiomas, alcançando novos públicos. A ferramenta de seleção de faixa de áudio oferece aos ouvintes a opção de escolher o idioma preferido. Além disso, ele usou IA para aprimorar sua pronúncia em cada idioma.

54%

dos adultos entrevistados concordam que seguem um criador que oferece conteúdo em um idioma diferente do seu.

Google/Ipsos, Global (U.S., U.K., AU, FR, DE, MX, IN, ID, KOR, CAN, JP, BR, KSA, EGY), YouTube Trends Survey, n=25,892, online adults, age 18-44, May 2023.

... E DIMINUEM OS CONFLITOS PARA OS CRIADORES

Houve uma explosão de ferramentas de vídeo disponíveis. Ficou fácil editar ou mixar áudio e vídeo, colocar filtros e efeitos ou até mesmo criar seu próprio **avatar virtual**.

Com tanta facilidade e diversão, a criação em si se tornou uma forma de entretenimento. O potencial de inovação de uma ideia é proporcional à sua capacidade de gerar oportunidades em que os espectadores podem participar e dar seu toque pessoal.

As **ferramentas de edição** permitem aos espectadores criar clipes dos melhores momentos de vídeos mais longos e facilitam o mix de conteúdo. Já os criadores de podcasts e transmissões ao vivo editam seu próprio conteúdo para publicar seus destaques. A edição pode transformar um único vídeo em um fenômeno maior.

Em um vídeo em que as estrelas de “House of the Dragon” **Emma D’Arcy** e **Olivia Cooke** [se entrevistaram](#), uma menção ao drink negroni sbagliato foi transformado em um [remix de Shorts](#) pelos fãs da série. A HBO simplificou o processo para os fãs, extraíndo esse momento da entrevista mais longa, uma jogada crucial para o sucesso.

+14M

de vídeos foram criados todos os meses, em 2023, usando o recurso de clipes do YouTube.

YouTube Data, Global, Jan. 1, 2023–April 30, 2023.



 **@likeablecocktails**

1,4 MIL INSCRITOS



 **@TahvoStudio**
38 MIL INSCRITOS

O **Remix**, recurso usado para colocar um áudio ou vídeo existente em outro, já foi domínio de profissionais, mas agora está disponível com um toque.

Remixar elementos de áudio e vídeo é uma maneira fácil de contribuir para a cultura pop, sem contar os memes, essenciais para a Geração Z e espectadores mais jovens. Um ótimo exemplo são os remixes da propaganda do Burger King “Whopper Whopper”.

+100MI

de visualizações em vídeos relacionados à música “Whopper Whopper” em 2023.

YouTube Data, Global, Jan. 15, 2023–April 12, 2023.

Os **filtros e efeitos** podem ser adaptados a inúmeros contextos. Com eles, é possível quase tudo, desde colocar texto em vídeos até mudar toda a aparência de um clipe,

65%

dos entrevistados da Geração Z disseram ter usado um filtro, recurso ou efeito em um app de vídeo nos últimos 12 meses.

Google/Ipsos, Global (U.S., U.K., AU, FR, DE, MX, IN, ID, KOR, CAN, JP, BR, KSA, EGY), YouTube Trends Survey, n=6,982, online Gen Z adults, age 18-24, May 2023.

Os **avatares** transformam qualquer espectador em um novo personagem virtual. Com eles, os criadores são livres para escolher como querem ser representados.



 **@FilmyMoj**
4,1MI DE INSCRITOS

AI AUMENTA AS POSSIBILIDADES EXPONENCIALMENTE

Em meio à explosão de ferramentas baseadas em IA, os criadores estão se adaptando às novas tecnologias e ampliando suas habilidades criativas. Idéias ambiciosas e complexas podem ser executadas de forma muito mais rápida e com produção mais econômica que antes.

A **IA generativa** chegou para democratizar as formas de se comunicar, trazendo um novo mundo, onde ideias inovadoras serão a base do mundo digital.

O estúdio de produção **Corridor Crew** está criando curtas no estilo anime usando a tecnologia da IA, sem precisar de animadores. Além disso, a IA está auxiliando os criadores em tudo, de treinos à maquiagem, como com a criadora francesa **Sananas**.



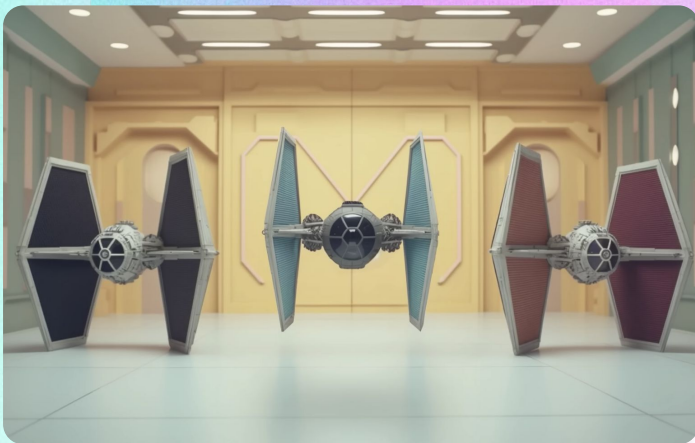
 **@Corridor**
9,8MI DE INSCRITOS

Esta inovação está remodelando a interseção entre expressão e fandom digital. Agora, os usuários acessam um nível muito mais profundo de conhecimento sobre as entidades culturais com que se identificam.

A velocidade e a qualidade da criatividade baseada em IA trazem inúmeras possibilidades de ações, que podem ser consumidas isoladamente, mas que só existem, de fato, quando dialogam umas com as outras.



 **@Sananas**
3M SUBSCRIBERS



▶ @curiousrefuge

77,4 MIL INSCRITOS

A IA está expandindo o universo da criatividade. Ela possibilita, por exemplo, que os fãs recriem filmes famosos, feitos por diretores icônicos. A forma como essa tecnologia está sendo usada agora é uma pílula do que teremos em breve. E os espectadores já estão abraçando essa inovação, assistindo vídeos sobre o assunto ou criados com IA.

60%

dos adultos entrevistados afirmam que estão abertos a assistir criadores que usam IA para gerar conteúdo.

Google/Ipsos, Global (U.S., U.K., AU, FR, DE, MX, IN, ID, KOR, CAN, JP, BR, KSA, EGY), YouTube Trends Survey, n=25,892, online adults, age 18-44, May 2023.

Os criadores e as bandas de K-pop virtuais lançados por empresas coreanas são uma nova versão dos **VTubers**. Eles apontam para onde as criações baseadas em IA estão caminhando. Uma antecipação do panorama de interesses dos espectadores relacionados à criação, que desafia as normas de autenticidade.

RuiCovery, uma pessoa real com um rosto gerado por IA, foi criado pela startup de TI Dob Studio, com sede em Seul. O estúdio produz covers de músicas e danças em vídeos longos e em Shorts.



@RuiCovery

120 MIL INSCRITOS

52%

dos adultos entrevistados dizem que assistiram um VTuber (influenciador ou YouTuber virtual) nos últimos 12 meses.

Google/Ipsos, Global (U.S., U.K., AU, FR, DE, MX, IN, ID, KOR, CAN, JP, BR, KSA, EGY), YouTube Trends Survey, n=25,892, online adults, age 18-44, May 2023.

A MONOCULTURA FOI FRAGMENTADA

... O QUE PODE SER UMA BOA NOTÍCIA

A velocidade, o volume e a diversidade de toda essa mudança podem assustar. Mais formatos vão surgir, outras maneiras de expressão do fandom, mais conteúdo para consumir e mais tecnologias trazendo cada vez mais variáveis ao mix.

No entanto, todos esses “mais” também significam mais oportunidades de avanço. Em 2023, o cenário digital oferece:

1. PERSONALIZAÇÃO ON-LINE AMPLIADA

2. CRIAÇÃO ACESSÍVEL PARA TODOS

3. CONTEÚDO CONSTRUÍDO PARA OS FÃS

4. POSSIBILIDADES DE CRIAÇÃO COM IA

40%

dos adultos entrevistados se descrevem como criadores de conteúdo de vídeo.

Google/Ipsos, Global (U.S., U.K., AU, FR, DE, MX, IN, ID, KOR, CAN, JP, BR, KSA, EGY), YouTube Trends Survey, n=25,892, online adults, age 18-44, May 2023.

71%

dos entrevistados da Geração Z gostam da conveniência de assistir diferentes formatos de vídeo em uma única plataforma.

Google/Ipsos, Global (U.S., U.K., AU, FR, DE, MX, IN, ID, KOR, CAN, JP, BR, KSA, EGY), YouTube Trends Survey, n=6,982, online Gen Z adults, age 18-24, May 2023.

+1,7B

de visualizações de vídeos relacionados ou usando ferramentas de IA generativa em 2023.

YouTube Data, Global, Jan. 1, 2023–May 27, 2023. Videos related to ChatGPT, GPT-4, Midjourney, dalle1, dalle2, d-id, elevenLabs, or videos with the following keywords in the title: voice.ai, dall-e, midjourney, gpt-4, elevenLabs, so vits svc, softvc vits, uberduck, musiclm, kaiber, amper, lensa, runway gen-1, runway gen-2, stanford alpaca, adobe firefly, autogpt, stable diffusion.