

YouTube Kids: um ano de diversão para os pequenos, tranquilidade para os pais e oportunidade para as marcas

Jun 2017 / [Vídeo](#), [Bens de Consumo](#), [Varejo](#)

✉ [in](#) [t](#) [f](#) [G+](#)

O YouTube Kids está comemorando um ano de Brasil trazendo conteúdo de qualidade para essa nova geração, curiosa e exigente, e oferecendo aos pais a tranquilidade de saber que as famílias estão navegando em uma plataforma mais adequada e segura. Confira o que aprendemos sobre este público nestes 12 meses e descubra como as marcas podem usar essa oportunidade para conversar com pais e divertir os pequenos.

Os nascidos a partir dos anos 2000 já estrearam no mundo hiperconectados e sua relação com a tecnologia é praticamente instintiva. Para ter uma ideia, apenas na faixa entre 4 e 11 anos, são 24 milhões de brasileirinhos para quem controles remotos, teclados, comando de voz e telas touch não são problema: a interação deles com aparelhos sofisticados é muito natural e, com frequência, eles sabem usá-los melhor até que os adultos.

Com o país cada vez mais conectado, 74% dos lares com crianças nesta faixa etária já possuem acesso à internet e 81% delas se conectam pelo menos uma vez por dia. Além disso, 52% acessam a internet pela primeira vez até os 10 anos, sendo que nas famílias com renda superior a três salários mínimos, isso acontece ainda mais cedo, até os 9 anos.

Acesso a internet - Crianças até 11 anos



74%

dos lares com
crianças nesta
faixa etária **possuem
acesso à internet**



81%

se conecta
**pelo menos uma
vez por dia**



52%

faz **seu primeiro
acesso** à internet
até os 10 anos

think with Google

Fonte: Kantar Ibope Choices / TIC Kids Online (Comitê Gestor da Internet no Brasil)



A grande maioria dessas crianças navega na internet de casa, mas elas também ficam online na casa de parentes e amigos, durante deslocamentos e na escola.

Onde as crianças acessam a internet?



81%
em **casa**



60%

na casa de
parentes ou amigos



49%

em deslocamento



38%

na escola

think with Google

Fonte: Kantar Ibope Choices / TIC Kids Online (Comitê Gestor da Internet no Brasil)



Os hábitos de consumo das crianças estão mudando. Hoje, assim como os adultos, eles esperam que a tecnologia responda às suas mais diversas necessidades. Os pequenos querem explorar o mundo ao seu redor e os dispositivos móveis acabam sendo grandes aliados dos pais na hora educar e entreter os filhos. É cada vez mais comum encontrar aplicativos infantis instalados em celulares e tablets de adultos para que a família possa se divertir junta. Um bom exemplo disso é o YouTube Kids: 72% dos pais de crianças que usam o app afirmam assistir aos conteúdos com os filhos.



O YouTube Kids fez um ano no Brasil, mas onde estava a sua marca?

O YouTube Kids chegou ao Brasil no ano passado, depois de estrear com enorme sucesso nos EUA, México, Argentina e Europa. As crianças brasileiras são loucas pelo YouTube e elas e seus pais são uma parte muito importante do ecossistema da plataforma, por isso o Brasil foi um dos primeiros países a receber o aplicativo - que atualmente está presente em 35 territórios.

O YouTube Kids foi desenvolvido para atender às necessidades de pais e filhos. Diferente da plataforma principal que é acessada pelo navegador, o YouTube Kids é um aplicativo e precisa ser instalado no smartphone, tablet ou Smart TV, o que o torna mais seguro e dá aos pais muito mais controle sobre o que seus filhos assistem e quando. Sua interface, simples e colorida, foi projetada especialmente para os olhinhos e dedinhos curiosos das crianças menores e traz vídeos selecionados por um sistema inteligente, divididos nas categorias Séries, Músicas, Aprender e Explorar. Ele também conta com uma programação de playlists temáticas oferecidas por convidados especiais como Mauricio de Sousa, Jair Oliveira e Flavia Calina, que já participaram escolhendo vídeos sobre a importância da leitura, sobre aceitar as diferenças e com dicas de atividades para fazer em família, respectivamente.

Com download gratuito, o aplicativo é a maior plataforma infantil do mundo, com mais de 45 milhões de instalações e 30 bilhões de visualizações globais desde o seu lançamento em 2015.



E com apenas um ano, o Brasil já é o terceiro maior mercado do YouTube Kids.

Além de ser uma opção de entretenimento divertida para os pequenos e mais confiável para os adultos, o YouTube Kids também representa um novo jeito para as marcas se conectarem com famílias naqueles momentos em que estão reunidos, seja no celular, no tablet ou na SmartTV. Os anúncios exibidos no aplicativo passam por uma análise criteriosa antes de serem veiculados, garantindo que os conteúdos da plataforma sejam mais seguros para o público infantil. Ao anunciar no YouTube Kids, as marcas conseguem falar diretamente com um público que não pode ser acessado de outra maneira no digital, transmitindo uma mensagem apropriada para esta audiência, com segurança e endosso dos pais. Os números globais da plataforma mostram que mais da metade dos usuários tiram ideias do app na hora de comprar brinquedos e jogos e anunciantes globais como Carrefour e Hasbro já testaram e obtiveram resultados muito positivos em suas campanhas.

As férias escolares estão chegando e o YouTube Kids preparou uma programação toda especial para divertir a garotada. Que tal conhecer as novidades e descobrir novas oportunidades para sua marca?