

UNIVERSIDADE TECNOLÓGICA FEDERAL DO PARANÁ  
CÂMPUS CORNÉLIO PROCÓPIO  
DIRETORIA DE GRADUAÇÃO E EDUCAÇÃO PROFISSIONAL  
DEPARTAMENTO DE COMPUTAÇÃO  
ENGENHARIA DE SOFTWARE

ERICA SOUZA

**PLATAFORMA PARA CRIAÇÃO E MONETIZAÇÃO DE  
CONTEÚDOS VIRAIS**

TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

**CORNÉLIO PROCÓPIO**

**2017**

## 1 CONTEXTO

O termo **Web 2.0** é usado para descrever uma *Internet* colaborativa, na qual os usuários podem interagir a partir de serviços online. Esse modelo colaborou para o surgimento de diversos produtos e serviços digitais que contêm funcionalidades para auxiliar essas interações (O'REILLY, 2007).

As redes sociais são um dos serviços que surgiu com a **Web 2.0**, são ferramentas que estão presentes em nosso dia a dia. Em 2017 as redes sociais são uma realidade para comunicação e entretenimento para a maioria das pessoas (SILVA; SILVA, 2013).

- O Facebook possui dois bilhões de usuários ativos (FACEBOOK, 2017);
- O Twitter conta com 328 milhões de usuários (TWITTER, 2017);
- O Instagram possui 400 milhões de usuários ativos diariamente (INSTAGRAM, 2017).
- E no YouTube são um bilhão de horas em vídeos são assistidos por dia (YOUTUBE, 2017).

Alguns usuários destas redes sociais tem em suas contas milhares ou até milhões de seguidores que acompanham suas publicações (SOCIALBAKERS, 2017a). Portanto o conteúdo publicado por esses usuários normalmente tem um grande alcance, podendo ter um efeito **viral**.

Um **viral** funciona como uma epidemia, passando de pessoa para pessoa. Agindo da seguinte forma, um usuário publica um conteúdo em sua conta, seus amigos ou seguidores ao ver o conteúdo publicado o compartilha novamente em suas contas, assim por diante, fazendo com que o acesso ao conteúdo seja exponencial (CHU, 2011).

O **YouTube** oferece para os seus usuários, que atuam como criadores de conteúdo, uma forma simples e integrada de monetizar os seus conteúdos. Muitos dos criadores de conteúdo usam a plataforma não apenas para divulgação de suas criações, mas também pela fonte de renda que é gerada (BARDIN, 2017). Porém nem todas as redes sociais oferecem uma forma integrada

para que os criadores de conteúdo consigam monetizar suas criações, como por exemplo do Facebook, que ainda não oferece essa funcionalidade (FACEBOOK, 2016).

Nesse contexto a proposta desse trabalho é desenvolver uma plataforma que auxilie a criação de conteúdos para divulgação em redes sociais, oferecendo uma forma de monetização integrada.

## REFERÊNCIAS

BARDIN, A. **Introducing Expanded YouTube Partner Program Safeguards to Protect Creators**. 2017. Disponível em: <<https://youtube-creators.googleblog.com/2017/04/introducing-expanded-youtube-partner.html>>. Acesso em: 19 de setembro de 2017.

CHU, S.-C. Viral advertising in social media. **Journal of Interactive Advertising**, Routledge, v. 12, n. 1, p. 30–43, 2011. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1080/15252019.2011.10722189>>.

FACEBOOK. **Existe monetização no facebook? Um vídeo com cinco milhões de views?** 2016. Disponível em: <[https://www.facebook.com/business/help/community/question/?id=1305668349497166&answer\\_id=1305668349497166](https://www.facebook.com/business/help/community/question/?id=1305668349497166&answer_id=1305668349497166)>. Acesso em: 19 de setembro de 2017.

FACEBOOK. **Agora somos 2 bilhões de pessoas: obrigado por estar em nossa comunidade!** 2017. Disponível em: <<https://br.newsroom.fb.com/news/2017/06/agora-somos-2-bilhoes-de-pessoas-obrigado-por-estar-em-nossa-comunidade/>>. Acesso em: 18 de setembro de 2017.

INSTAGRAM. **Our Story**. 2017. Disponível em: <<https://instagram-press.com/our-story/>>. Acesso em: 18 de setembro de 2017.

O'REILLY, T. What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. **Communications & strategies**, v. 65, n. 4578, p. 17–37, 2007.

SILVA, A.; SILVA, F. "Todo Mundo Usa": Facebook como ferramenta de comunicação e entretenimento. **Temática**, p. 1–12, jun 2013. Disponível em: <<http://www.biblionline.ufpb.br/ojs/index.php/tematica/article/view/21793>>. Acesso em: 19 de setembro de 2017.

SOCIALBAKERS. **Brazil Facebook page statistics**. 2017. Disponível em: <<https://www.socialbakers.com/statistics/facebook/pages/total/brazil/>>. Acesso em: 18 de setembro de 2017.

SOCIALBAKERS. **YouTube Channels Stats in Brazil**. 2017. Disponível em: <<https://www.socialbakers.com/statistics/youtube/channels/brazil/>>. Acesso em: 18 de setembro de 2017.

TWITTER. **About Twitter**. 2017. Disponível em: <<https://about.twitter.com/pt/company>>. Acesso em: 18 de setembro de 2017.

YOUTUBE. **Um bilhão de horas assistidas por dia**. 2017. Disponível em: <<https://www.youtube.com/intl/pt-BR/yt/about/press/>>. Acesso em: 19 de setembro de 2017.