

Unicamp - Universidade Estadual de Campinas – Instituto de Artes
Comunicação Social – Habilitação em Midialogia
CS106 – Métodos e Técnicas de Pesquisa e de Desenvolvimento em Produtos de
Midialogia

Docente: José Armando Valente
Discente: Thayná Desyrée Silva R.A: 148058

Youtuber: a nova profissão do jovem do séc. XXI e seu reflexo

RESUMO

Não é novidade, o fato de existir pessoas que gravam vídeos e postam o conteúdo com regularidade na Internet, porém, a verdade é que tal ação ganhou legitimidade no mundo todo, nos últimos anos, tornando tal prática uma nova profissão, chamada de *Youtuber*. Este artigo estuda essa nova profissão, e seus desdobramentos, usando a Internet como principal fonte. O que resultou em uma análise de discursos, presentes no conteúdo dos vídeos. Assim semelhanças foram encontradas e discutidas, buscando uma melhor compreensão dessa nova profissão tão cobiçada atualmente.

Palavras-chave: YouTube, mídia independente, vídeo, comunicação, internet.

INTRODUÇÃO

Meu nome é Thayná Desyrée Silva, sou aluna do curso de Comunicação Social com habilitação em Midialogia na Universidade Estadual de Campinas (UNICAMP), tenho vinte e um anos de idade e desde a minha adolescência utilizo a internet, e consequentemente sites de vídeos, como o *Youtube*. Site esse que pode ser pensado de várias formas, o que resultou no meu interesse sobre o tema.

Atualmente existem pessoas que se dedicam de forma integral para fazer vídeos para o *Youtube*, essa atividade culminou na existência de um novo “profissional” chamado *Youtuber*, uma nova profissão que já têm muitos adeptos, em sua maioria jovens com menos de 26 anos de idade.

Tomando como objeto de estudo os *Youtubers* brasileiros voltados ao público adolescente, o artigo busca evidenciar a influência que os *Youtubers* têm sobre eles, pois tal influência traz mudanças sociais e até econômicas nessa geração, chamada por muitos como “a geração digital” geração essa que busca intensamente inovação, passando horas na frente da tela de um computador, navegando pela revolucionária Internet.

Diferentemente do que muitos temiam nos momentos iniciais de sua difusão, a Internet não criou um mundo paralelo sem conexão com o mundo “real”, nem gerou uma realidade “virtual” que substituísse aquela característica do mundo físico. Criou sim um espaço alternativo que, embora tendo um relativo grau de independência em relação ao espaço “físico”, com ele interage permanentemente. (COSTA, 2006, p. 35).

E é nesse novo espaço que a geração dois mil está imersa, uma geração nova e singular que faz da Internet seu ambiente de interação, entretenimento e as vezes até de trabalho como é o caso dos *Youtubers*. Aqui no Brasil temos vários *Youtubers*, mas cinco

deles merecem destaque por sua popularidade e influencia. Assim este artigo analisa bibliográfica e documentalmente o trabalho de: Kéfera Buchmann, Christian Figueiredo, Lucas Feuerschütte, Whindersson Nunes e Gustavo Stockler. Esses, são cinco dos muitos jovens brasileiros que exercem a profissão de *Youtuber* no Brasil. Segundo dados de Wikipedia (2016), somente Kéfera têm mais de sete milhões de inscritos em seu canal no *YouTube*, esse número astronômico se aplica também aos outros quatro nomes citados acima, tal audiência alcançada por eles na Internet revela o poder e o alcance que eles detêm, fazendo vídeos com boas edições dentro de um apartamento, falando o que pensam sobre os mais variados assuntos e sendo assistidos por milhares de pessoas, em sua maioria adolescentes, que fazem desses *Youtubers* brasileiros verdadeiras celebridades e fenômenos da Internet.

Youtuber, é o termo utilizado para designar pessoas que fazem e postam vídeos na Internet usando o *YouTube* como plataforma. O fato é que esses *Youtubers* têm influenciado de maneira significativa os adolescentes do mundo todo, foi o que revelou a pesquisa feita em 2014 pela revista Variety nos Estados Unidos, entrevistando mil e quinhentos jovens entre treze e dezoito anos. O resultado foi que as 5 celebridades com maior influência entre os teens são todas do youtube – Smosh, Fine Bros, PewDiePie, KSI e Ryan Higa – e entre os 10 mais, 6 pertencem ao site de vídeos. (AULT, S, 2014)

Aqui no Brasil uma pesquisa parecida também foi feita, porém desta vez quem a realizou foi a Provokers para Google e Meio & Mensagem em 2015. O resultado foi bem parecido com a pesquisa da Variety: dos 10 mais influentes, 5 são *youtubers*; dos 20, 10 vem do site de vídeos. (RIBEIRO, 2016, p. 1).

Para entender melhor como esse fenômeno se deu e como esses jovens *Youtubers* se estabeleceram na mídia e fizeram dela sua profissão é necessário um panorama histórico.

É trivial o fato de que a internet revolucionou e continuamente revoluciona o mundo em que vivemos, hoje é muito difícil as pessoas passarem um dia sequer sem o uso da rede. Criada a princípio para fins militares a Internet mudou a forma de nos comunicarmos e foi a partir da década de noventa que a mesma começou a alcançar o público em geral.

Em 2005, com o advento da Internet já estabelecido no cenário mundial, o site *YouTube* foi criado, este permite que seus usuários carreguem e compartilhem vídeos em formato digital através da Internet. O *YouTube* foi fundado por três jovens que mais tarde em 2006 venderam a companhia para o Google, por quase dois bilhões de dólares em ações. Desde então o site conquistou o mundo e hoje possui milhares de adeptos que constantemente assistem e compartilham vídeos.

Em novembro de 2007, ele já era o site de entretenimento mais popular do Reino Unido, com o site da BBC ficando em segundo. No começo de 2008, de acordo com vários serviços de medição de tráfego da web, já figurava de maneira consistente entre os dez sites mais visitados do mundo. Em abril de 2008, o *YouTube* já hospedava algo em torno de 85 milhões de vídeos, um número que representa um aumento dez vezes maior em comparação com ano anterior e que continua a crescer exponencialmente. (BURGESS; GREEN, 2009, p. 18).

Essa facilidade em colocar na rede produções audiovisuais independentes, isso graças ao sistema de criação de canais que o *YouTube* proporciona fez dele o mecanismo de trabalho de muitos produtores, profissionais ou não, mudando assim a forma como as pessoas absorvem tais conteúdos, pois o site proporciona ao usuário maior proximidade com seu público, oferecendo-lhes opções como “gostei, não gostei, e comentário” essas

opções fazem com que o produtor do vídeo tenha um feedback instantâneo de seu trabalho, mudando assim a relação entre produtor e telespectador. O *YouTube* não representa uma colisão e sim uma coevolução aliada a uma coexistência desconfortável entre “antigas” e “novas” aplicações, formas e práticas de mídia. (BURGESS; GREEN, 2009, p. 33).

Este site tão expressivo tem movimentado o mercado financeiro, através da monetização de vídeos, isso ocorre, pois grandes marcas observaram o poder de alcance que os vídeos podem ter, e encontraram neles mais uma forma de expor suas propagandas, sendo assim e de acordo com as políticas da comunidade *YouTube*, as grandes marcas fazem anúncios e firmam parcerias com grandes canais que tenham alto número de inscritos, ou seja, canais que tenham mais de um milhão de inscritos. Assim forma-se uma comunidade virtual e quem gere, movimenta e organiza essa comunidade são os próprios usuários, o Google que gerencia o *YouTube*, os donos de canais e as pequenas e grandes marcas, isso tem movimentado o mundo financeiro dos envolvidos nessa comunidade, e essa movimentação cresce exponencialmente.

E nessa comunidade os donos de canais tem papel importantíssimo, pois são eles os geradores de conteúdo que a cada vídeo alcança mais pessoas, movimentando assim essa máquina virtual geradora de lucro. Os donos desses canais são os *Youtubers*, que muitas vezes largam suas profissões anteriores ou alguma atividade que exerciam para se dedicar somente a seus respectivos canais e assim ganham sua vida sendo *Youtuber* uma profissão ainda não reconhecida, mas que cada vez mais vem ganhando mais adeptos.

Diante deste cenário e da enorme influência que essa nova profissão tem causado, é importante o estudo da mesma, para entender como ela se deu, e consequentemente responder as seguintes questões: quais são os seus discursos? Em que se assemelham? E quais os seus reflexos na juventude brasileira? Para tanto e de forma qualitativa, vídeos foram analisados e discutidos fazendo ponte com a literatura do campo da comunicação.

Encontrar um padrão entre os *Youtubers*, explorar os possíveis futuros que essa nova profissão pode alcançar e responder questões como as citadas acima, foram os objetivos centrais dessa pesquisa.

METODOLOGIA

A pesquisa foi realizada de forma qualitativa com caráter documental, bibliográfico e descritivo. O local onde a mesma deu-se foi principalmente a Internet, e também as bibliotecas físicas instaladas na Unicamp no Campus de Barão Geraldo, foram assistidos cinco vídeos de cada canal escolhido, para a realização das análises e consequentemente comparações, buscando semelhanças entre os cinco canais estudados. Assim foi possível estabelecer três tópicos, para melhor interpretação dos objetos de estudo, os tópicos serão apresentados sequencialmente na seguinte ordem: Discurso, semelhanças e diretrizes.

• DISCURSO

Foram analisados vinte e cinco vídeos, sendo assistidos, como dito acima, cinco vídeos de cada *Youtuber*, em seus respectivos canais. Kéfera Buchmann é proprietária do canal “5 minutos”, Christian Figueiredo do canal “Eu fico Loko”, Lucas Feuerschütte e Gustavo Stockler, são donos dos canais “Luba TV” e “Nomegusta” respectivamente, já o canal de Whinderson Nunes, leva o seu próprio nome. O nome de cada canal entre outras informações de cada *Youtuber*, estão disponíveis na *Web*. Os vídeos foram

estudados com base na ciência dos signos, ou seja, a semiótica, mais precisamente a semiótica peirceana de Charles Pierce.

Para dar continuidade, é necessário o conhecimento sobre os desdobramentos da semiótica peirceana. Charles Pierce (1839- 1914) foi um filósofo, matemático e físico estadunidense, Pierce se aprofundou em um campo que ele chamava de semiótica ou teoria geral dos signos, o signo representa algo, mas não é o próprio algo. Para Santaella

O signo é algo que, de um certo modo e numa certa medida, intenta representar, quer dizer, estar para, tornar presente alguma outra coisa, diferente dele, seu objeto, produzindo, como fruto dessa relação de referência, um efeito numa mente potencial ou real. (SANTAELLA, 2000, p. 159 apud MOIMAZ, MOLINA, 2009, p. 577)

Constituindo sistemas de linguagem, os signos baseiam toda a comunicação e é possível através deles, analisar e descrever toda a dimensão representativa dos objetos. E por meio da semiótica é possível explicar a diversidade de linguagens, sendo elas verbais ou não. Outro ponto importante são as Categorias Universais dos Signos, sendo elas Primeiridade, Secundidade e Terceiridade criadas por Pierce.

A semiótica de Peirce é triádica: todas as coisas que se apresentam ao ser humano podem ser caracterizadas em três categorias, estabelecidas por ele como sendo os três modos de os fenômenos se apresentarem à consciência. (MOIMAZ, MOLINA, 2009, p. 578)

Mas este artigo abarca somente a Primeiridade, pois esta refere-se ao ícone, ou seja, a algo que é semelhante, pertence à essência da qualidade de sentimento. De forma mais simples, a Primeiridade está ligada a primeira impressão que os textos (não verbais, utilizados nos vídeos) nos causam, ou seja, todo o conjunto do vídeo desde título, edições e sons, sempre nos remete a algo, deixa em nós uma impressão. Além disso a Primeiridade também está associada a espontaneidade ao estante, intuição e sentimento. Tais característica estão intrínsecas nos vídeos dos *Youtubers* aqui estudados.

A forma como os *Youtubers* tem influenciando a nova geração, não pode ser pensada como algo corriqueiro e natural, não são apenas jovens contando suas experiências de vida em formato audiovisual, são discursos feitos de forma totalmente significativa, causando uma atração em massa para algo vazio, que não agrega de forma relevante a formação do indivíduo, que em sua maioria são adolescentes. Vale ressaltar que os vídeos analisados neste artigo têm como objetivo entreter o seu público, o conteúdo dos vinte e cinco vídeos analisados são praticamente os mesmos, por exemplo, todos os cinco canais aqui estudados tinham um vídeo com o tema “Minha primeira vez”, nesses vídeos os *Youtubers* em seus respectivos canais contam sobre suas primeiras experiências sexuais. Tal experiência é interpretadas pela sociedade como algo íntimo, o que consequentemente gera uma curiosidade natural nas pessoas quando veem este título em um vídeo no *Youtube*. Histórias como essas são contadas de forma cômica pelos *Youtubers*, entretenendo de fato seus visualizadores, mas esse “entretenimento” é roteirizado, editado, e as vezes até encenado, causando no público uma falsa sensação de intimidade e proximidade com o *Youtuber*. Porém isso dificilmente será notado por um adolescente, que se sente envolvido na história contada, e que a cada minuto de vídeo tem a sua curiosidade aguçada, para saber mais e mais sobre o jovem que vos fala através daquele vídeo.

Em suma, o discurso utilizado pelos cinco *Youtubers*, Kefera, Chriristian, Lucas Gustavo e Whinderson, são muito parecidos, os cinco mostram ser espontâneos ao contar as histórias, contam as mesmas, de forma cômica, utilizando palavras de baixo escalão e no final de cada vídeo, os *Youtubers* fazem um apelo aos visualizadores com intuito de terem seus vídeos mais valorizado na rede, o que acarreta no aumento de seguidores em suas redes sociais, pois quanto maior forem os números, maior o sucesso e ascensão a fama, assim ganham mais destaques, e atraem empresários que buscam audiência para suas propagandas e produtos, gerando lucro para ambos os lados.

- **Semelhanças**

Vamos a biografia dos *Youtubers*, ressaltando que a mesma se encontra na Internet em vários sites voltados ao público *teen*, inclusive nos sites dos próprios *Youtubers*. Kéfera Buchmann é uma curitibana de vinte e três anos de idade, é atriz, vlogueira, apresentadora e escritora, segundo dados do Wikipédia 2016. Dentre os cinco *Youtubers* aqui estudados, Kéfera é de longe a mais influente entre eles, visto que o seu canal no *Youtube*, têm mais de oito milhões de inscritos, um dos maiores canais do Brasil em termos de inscrições. Seu primeiro vídeo monólogo, intitulado “Vuvuzela” foi postado no *Youtube* em dois mil e dez, e não demorou muito para o mesmo ganhar popularidade no site de vídeos, hoje esse vídeo têm mais de três milhões de visualizações, vale ressaltar que a curitibana, têm vídeo com mais de oito milhões de acesso, como é o caso do vídeo “ Com quantos homens já transei”. Atualmente os vídeos são postados em seu canal, toda terça e sábado, tais vídeos contam com uma equipe de produção e com uma agência de marketing a network Paramaker. Segundo o site da Uol.

As networks são empresas que, prestando um serviço terceirizado ao YouTube, agregam canais de um determinado estilo ou segmento para organizá-lo e buscam proporcionar aos criadores de conteúdo uma combinação de suporte, estrutura e remuneração melhor do que aquela que o próprio YouTube poderia oferecer. (ALBUQUERQUE, 2013, p. 1)

Ao longo dos anos o *Youtube* se estabeleceu como uma mídia independente, o que levou ao surgimento das networks que dão suporte aos donos de canais no *Youtube*, como é o caso de Kéfera. Esta jovem de vinte e três anos foi indicada por um ranking da revista Forbes como uma das jovens mais promissoras do Brasil, mostrando assim o sucesso e influencia que a mesma tem causado, tanto na rede como fora dela.

Já Christian Figueiredo, dono do canal “Eu fico loko” tem vinte e um anos de idade, é um escritor natural de Blumenau Santa Catarina. Seu livro “As desaventuras de um adolescente nada convencional” já vendeu mais de quatrocentas mil cópias, seu canal do *Youtube* conta hoje com mais de cinco milhões de inscritos, segundo números do próprio canal. Seguindo a mesma linha dos vídeos de Kéfera, o canal de Christian, também nasceu em dois mil e dez, em seu canal temas do cotidiano também são abordados de maneira cômica e suas experiências de vida são contadas através dos vídeos.

Lucas Feuerschütte, mais conhecido na rede como Luba, é o administrador e produtor do canal “ Luba TV” Lucas é um dos *Yotubers* mais velho entre os cinco aqui estudado, o jovem é natural de Santa Catarina e têm vinte e cinco anos de idade. Seu canal tem mais de dois milhões de inscritos e seu vídeo com o maior

número de visualizações, conta com a participação de Kéfera, o mesmo já alcançou quase três milhões de acesso, tal vídeo tem como título “ Amizades e Pintos”. O canal Luba TV, também aborda temas do cotidiano, porém Luba em um dos seus vídeos, expõe sua orientação sexual, de forma a ajudar aqueles que se identificam ou não com a mesma, o jovem de vinte e cinco anos é *gay* e usa o seu poder de alcance através dos vídeos, para sensibilizar e conscientizar seu público sobre questões ligadas a orientação sexual e todos os desdobramentos que o assunto aborda, tratando de forma natural este tema, que ainda é visto como repugnante em outras mídias, como a televisão por exemplo.

O youtuber Gustavo Stockler, é responsável pelo canal “Nomegusta” que conta hoje com mais de três milhões de inscritos, o primeiro vídeo do canal foi postado em dois mil e treze. Além de abordar temas do cotidiano, o canal de Gustavo tem um apelo visual muito grande, usando edições profissionais em seu conteúdo recheado de cores sons e encenações, assim o jovem conquistou o público e é chamado de Astro da Internet em muitos sites como o Terra. Gustavo, mora em Osasco, tem vinte seis anos de idade, o mais velho dos cinco *Youtubers* aqui estudado, largou o emprego em um banco, para dedicar-se somente a seu canal, segundo dados do site Terra, o que evidencia o caráter mercadológico que esses vídeos têm, proporcionando a seus produtores condições para viver, fazendo dos vídeos o seu trabalho de fato.

Whindersson Nunes, *Youtuber* e também humorista, nasceu em Bom Jesus no Piauí, seu canal leva o seu nome e o mesmo possui, mais de oito milhões de inscritos. Whinderson começou a postar seus vídeos em dois mil e treze, além de postar vídeos semanalmente em seu canal, ele também faz show de humor pelo Brasil inteiro, sua agenda de shows em dois mil e dezesseis está cheia até agosto, o jovem também é músico e lançou seu primeiro álbum em dois mil e quinze. Seus vídeos no *YouTube* têm caráter humorístico, mas não foge dos temas do cotidiano igualmente como ocorre nos outros canais.

Em suma os cinco *Youtubers*, abordam em seus respectivos canais temas do cotidiano adolescente, ou seja, relacionamentos amorosos, sexo, vida escolar, redes sociais, tecnologias entre outros. Um fato importante é que todos eles possuem lojas virtuais, lá são vendidos produtos personalizados que levam o nome ou até a imagem dos próprios *Youtubers*. Os cinco *Youtubers* fazem parte das redes sociais mais ovacionadas pelos usuários da Internet e atualizam as mesmas constantemente, aliás a presença dos *Youtubers* nas redes sociais é um grande marco na relação intimista que eles construíram com seu público.

Todos eles sem exceção, utilizam jargões quando iniciam seus vídeos. Kéfera por exemplo usa “ oi, oi, oi gente”, Christian Figueiredo usa “E aí, meus loucos e loucas deste Brasil. Tudo bem com vocês? ”, tais frases se tornam marcas de cada canal, que torna os *Youtubers* reconhecíveis apenas ao dizer essas frases no início de cada vídeo. A ambientação dos vídeos também é a mesma em todos os canais analisados, os *Youtubers* estão no centro do vídeo, causando a sensação de uma conversa frente a frente com o indivíduo que o assiste.

O uso de palavrões também é frequente nesses vídeos, que têm duração de no máximo dez minutos. Todas essas características juntadas a edições profissionais, garantem o sucesso desses canais.

Para o diretor de conteúdo do YouTube Brasil, Alvaro Paes de Barros, o sucesso dos canais brasileiros se deve aos espectadores brasileiros, que são engajados em plataformas sociais. Barros também ressalta que os próprios telespectadores de TV já procuram novas opções. "Hoje, o telespectador tem uma posição muito diferente daquele telespectador de alguns anos atrás, muito mais proativa. Ele não se contenta em ficar sentado no sofá assistindo a alguma coisa. Ele quer participar, saber mais, opinar, dizer se gostou ou não do conteúdo", explica. (MENDONÇA, 2015, p. 1).

Tomando como base o número de inscritos em cada canal, é possível ter uma noção do alcance e do sucesso que esses *Youtubers* possuem. O *YouTube* disponibiliza para seus usuários o acesso aos números de cada canal, ou seja, qualquer pessoa pode saber quantos inscritos e visualizações um determinado canal possui. No Gráfico 1, está apresentado os números referentes aos cinco canais que compõe os objetos de estudo deste artigo. Tais números foram consultados no dia vinte e nove de abril de dois mil e dezesseis, a data é importante, pois esses números sofrem mudanças bruscas semanalmente. O Gráfico 1 abaixo está dado em milhões.

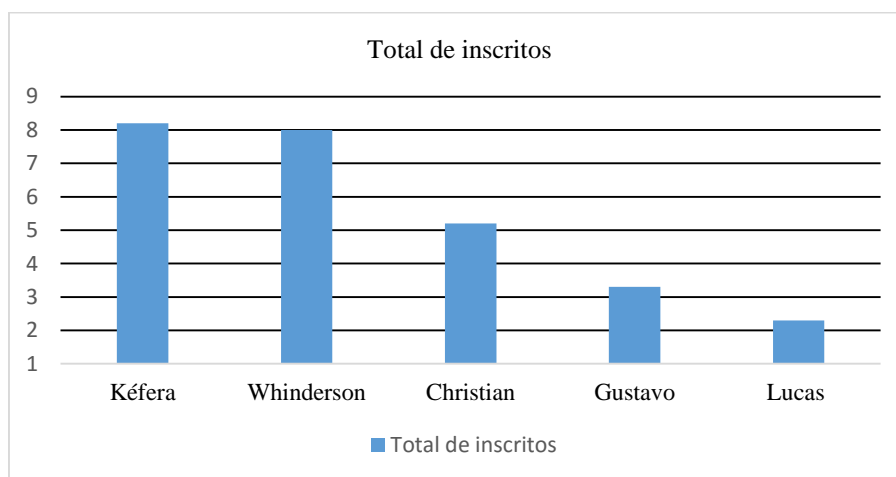


Gráfico 1-Total de inscritos nos canais dos *Youtubers* estudados.

- **Diretrizes**

Os caminhos que os *Youtubers* podem seguir são variados, apesar dessa profissão ser desconhecida para a maioria das pessoas acima de trinta anos, ela é ovacionada por adolescentes e jovens que enxergam a Internet como um caminho para ganhar dinheiro, conquistar fama e assim poder viver dela. Como faz o jovem Luba de vinte e cinco anos. Quando perguntado pelo jornal O globo, o por que ele e outros *Youtubers* fazem tanto sucesso, o jovem respondeu de maneira direta.

Ganhamos mais espaço. As pessoas antes entendiam como famoso só o cara que estava na televisão. Eu nem gosto muito dessa palavra famoso, mas hoje você pode ser reconhecido pelo Twitter, pelo Vine, pelo Instagram..As marcas vêm entendendo a importância dessas pessoas também. (FISC HBERG, 2015, p.1).

Outro caminho que os *Youtubers* podem trilhar é a propaganda, por exemplo, Christian Figueiredo, fez ações de marketing para gigantes como Coca-Cola e Disney e não consegue mais andar tranquilamente numa tarde de domingo no shopping. (FISCHBERG, 2015, p.1). O empreendedorismo também se aplica aos donos de canais, pois como já mencionado anteriormente, todos eles possuem

marcas próprias e vedem os seus próprios produtos, isso revela que a profissão de *Youtuber* não se limita a Internet, ela ganha força fora dela e os *Youtubers* indiretamente tornam-se marcas valiosíssimas.

Escritores, produtores, atores, dubladores e até músicos, essas são algumas das profissões que os *Youtubers* acabam embarcando quando fazem da Internet o seu local de trabalho. Assim eles mostram que não são somente jovens gravando vídeos em um apartamento, possuem grande potencial para se tornarem verdadeiros profissionais das mídias audiovisuais.

DISCUSSÃO

É sabido que a boa parte da audiência que os vídeos têm é provida de adolescentes, estes incessantemente estão em busca de novidade na Rede, eles nasceram imersos em um novo mundo, o mundo digital o que os tornam muito diferentes dos adolescentes do Séc. XX por exemplo. O professor e escritor Don Tapscott destaca em seu livro “A hora da geração digital” uma, das inúmeras características novas que estão presentes nessa nova geração.

Fazer várias tarefas ao mesmo tempo e em diferentes meios é uma característica essencial do cérebro da Geração Internet. Três em cada quatro estudante nessa geração afirmam trocar mensagens instantâneas enquanto fazem o dever de casa. (TAPSCOTT, 2010, p. 132).

Isso mostra o quão volátil essa nova geração é, mostrando assim a capacidade que eles têm de mudarem de foco, sem grandes problemas. Então, prender a atenção dessa nova geração, não é tarefa fácil, entretê-los também não, mas por que os *Youtubers* conseguem? Ora, porque eles também fazem parte da “Geração Internet”, produtor e telespectador falam a mesma “língua”, passam pelos mesmos problemas e compartilham os mesmos sem censura e sem delongas. Diferentemente da televisão, especificamente os canais abertos, que hoje possuem pouquíssimos programas infanto-juvenis. O *YouTube* se torna então o refúgio dessa geração que anseia por novidades o tempo todo. Então, temos uma legião de adolescentes em busca de novidade na Rede e do outro lado, temos vários jovens produzindo conteúdos novos e postando na Rede, isso nos remete a lei de oferta e demanda, não têm como dar errado, o sucesso dos *Youtubers* é inevitável.

Pensando agora, na profissão de *Youtuber*, é possível destacar o fato de que eles são multiprofissionais, totalmente capazes de lidar com qualquer tipo de mudança, possuem autonomia e passam segurança, mesmo falando sobre temas banais em seus vídeos. Tornar algo banal ou uma história sem grandes acontecimentos em um enorme sucesso, usando apenas uma câmera, não é uma missão fácil, merecendo assim de fato um reconhecimento. Porém é necessário pensar que tais conteúdos, muitas vezes com tema banal, têm sido ingeridos pelos adolescentes sem filtro algum. Assistir os vídeos dos *Youtubers* semanalmente, se torna a grande diversão deles, fazendo do entretenimento sinônimo de Internet. Essa linha de raciocínio é perigosa, uma vez que, limita a compreensão dos adolescentes sobre o que é de fato entretenimento, arte e cultura. Mas o reflexo disso só poderá ser visto daqui alguns anos, hoje o que pode se afirmar é que, os *Youtubers* conquistaram o seu espaço, usando uma mídia independente, como é o caso do *YouTube*. Eles não estão brincando com uma câmera na mão, são verdadeiros profissionais que utilizam discursos específicos para alcançar seu

público alvo, e este mesmo público faz dos *Youtubers* verdadeiras marcas lucrativas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por conseguinte, acredito que o artigo alcançou seus objetivos pré-estabelecidos. Foi possível caracterizar os discursos utilizados pelos *Youtubers* em seus vídeos, fazendo ponte com a ciência da Semiótica. Foi traçado uma linha de encontro entre os *Youtubers*, pois semelhanças entre eles foram aqui destacadas e analisadas, ressaltando que os *Youtubers* seguem o mesmo caminho com pouquíssimas variações, ou seja, falam sobre temas corriqueiros e muitas vezes banais, seus vídeos tem duração de no máximo dez minutos, salvo algumas exceções, a edição dos vídeos é essencial para uma maior audiência, eles estão presentes em todas as redes sociais, compartilhando o seu dia a dia com seu público constantemente, criando assim vínculos com o mesmo.

Conclui-se que os *Youtubers* são multiprofissionais que pertencem a “Geração Internet”, mas o reflexo dessa profissão na sociedade em geral só poderá ser visto e sentidos mais tarde.

Referente ao processo de pesquisa, é preciso lembrar que o mesmo sofreu alteração em vista do original, alguns livros pré-determinados não foram citados, devido ao curto espaço de tempo para a leitura dos mesmos. Entretanto acredito que o embasamento teórico deste artigo, não sofreu com este fato.

O *YouTube* pode ser pensado de várias formas, dando margem a novas linhas de pesquisa, pensar, analisar e discutir o *YouTube* se torna importante devido ao poder de alcance e as possibilidades que o mesmo proporciona. O que acarreta em significativas mudanças na forma de se ver fazer e pensar arte na sociedade.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, O. *Networks do Youtube: quem são e como escolher a sua?* 2013
Disponível em: <<http://youpix.virgula.uol.com.br/trending/networks-do-youtube-como-escolher/>>. Acesso em: 28 de abril de 2016

AULT, S. *Survey: YouTube Stars More Popular Than Mainstream Celebs Among U.S. Teens.* [s.v].
Disponível em: <<http://variety.com/2014/digital/news/survey-youtube-stars-more-popular-than-mainstream-celebs-among-u-s-teens-1201275245/>>. Acesso em 25 mar. 2016

BUNCHMANN, Kéfera. *5incominutos*, 2010. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/user/5incominutos>> Acesso em: 28 de abril de 2016.

BURGESS, J; GREEN, J. *YouTube e a revolução digital*. São Paulo: Aleph, 2009, p.32

COSTA, A. *Cabeças Digitais*. Rio de Janeiro: Loyola, 2006, p. 35

FEUERSCHUTTE, Lucas, *LubaTV*, 2010. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/user/LubaTV>>. Acesso em 28 de abril de 2016

FIGUEIREDO, Christian. Euficoloko, 2010. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/user/euficoloko>>. Acesso em: 28 de abril de 2016.

FISCHBERG, J. Quem são os jovens que hipnotizam milhões de adolescentes na internet 2016. Disponível em: <<http://oglobo.globo.com/sociedade/quem-sao-os-jovens-que-hipnotizam-milhoes-de-adolescentes-na-internet-16726790>>. Acesso em: 29 de abril de 2016.

MENDONÇA, H. Por que os jovens brasileiros querem se tornar ‘youtubers’? 2015. Disponível em: <
http://brasil.elpais.com/brasil/2015/05/09/politica/1431125088_588323.html>. Acesso em: 28 de abril de 2016.

MOIMAZ, E; MOLINA, A. *A contribuição da Semiótica Peirceana para análise da pintura histórica*. Londrina, 2009, p. 578

NUNES, Whindersson. whinderssonnunes, 2013. Disponível em:
<<https://www.youtube.com/user/whinderssonnunes/about>. Acesso em 28 de abril de 2016

RIBEIRO, Igor. Os mais influentes entre jovens do Brasil, *Revista Meio e Mensagem*, 2016. [s.v]. Disponível em:
<<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/noticias/2016/01/11/Os-mais-influentes-entre-jovens-do-Brasil.html>>. Acesso em: 25 de março de 2016.

STOKLER, Gustavo. Nomegusta, 2013. Disponível em:<
<https://www.youtube.com/user/nomegustah>>. Acesso em: 28 de abril de 2016.

TAPSCOTT, D. *A hora da geração digital*. Rio de Janeiro: Agir Negócios, 2010, p. 132

WIKIPEDIA. *Kéfera Buchmann*. 2006. Disponível em:
<https://pt.wikipedia.org/wiki/K%C3%A9fera_Buchmann>. Acesso em: 25 mar.2016