

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

Introdução

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 singelas 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* 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, que aqui ambos serão chamados de usuário. 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?

Objetivo

Geral

Avaliar *Youtubers* brasileiros voltados ao público adolescente, estabelecer um padrão entre eles, e encontrar as possíveis diretrizes que essa profissão pode alcançar aqui no Brasil.

Específicos

I. Realizar uma pesquisa bibliográfica sobre o tema, fazer a leitura dos livros: *A linguagem nas mídias na era da convergência*, *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura* e *A mídia e a modernidade*.

II. Selecionar os canais do *YouTube* voltados ao público adolescente que tenham milhares de inscritos.

III. Selecionar cinco desses canais, e observar se há características em comum entre eles e assim estabelecer um padrão.

IV. Assistir uma quantidade razoável de vídeos de cada canal que me permita fazer uma análise crítica de seus respectivos conteúdos, tendo como base os livros citados acima.

V. Fazer uma análise quantitativa sobre os números dos cinco canais e, por conseguinte fazer dois gráficos.

VI. Redigir o artigo científico.

VII. Entregar o artigo.

VIII. Apresentar o artigo.

Metodologia

A pesquisa a ser realizada será qualitativa de caráter documental, bibliográfica e descritiva. O local para a realização da mesma será principalmente a Internet, e também as bibliotecas físicas instaladas na Unicamp no Campus de Barão Geraldo, para a leitura dos livros já citados anteriormente. Serão assistidos no mínimo cinco vídeos de cada canal escolhido para a realização das atividades descritas acima.

I. Realizar uma pesquisa bibliográfica e webliográfica sobre o tema, fazer a leitura dos livros: *A linguagem nas mídias na era da convergência*, *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura* e *A mídia e a modernidade*;

Farei a leitura de três livros sendo eles: *A linguagem nas mídias na era da convergência*, *Cibercultura: tecnologia e vida social na cultura* e *A mídia e a modernidade*. Para assim obter embasamento teórico sobre o assunto, farei anotações após as leituras e levantarei os principais pontos dos livros que envolvem minha pesquisa.

II. Selecionar os canais do *YouTube* voltados ao público adolescente que tenham milhares de inscritos;

Pesquisarei na Internet os principais canais voltados ao público adolescente e dentre esses selecionarei aqueles que tenham mais de um milhão de inscritos e com base nas informações obtidas na Internet irei selecionar os mais influentes.

III. Selecionar cinco desses canais, e observar se há características em comum entre eles e assim estabelecer um padrão;

Dentre os canais já observados selecionarei cinco deles, tendo como critério o número de inscritos e citações dos mesmo em sites voltados para o público adolescente. Buscarei a bibliografia de cada *YouTuber* dono desses canais e levantarei as informações encontradas na rede, conseqüentemente depois de analisar essas informações, traçarei, se encontrado, um padrão entre esses *Youtubers*

IV. Assistir uma quantidade razoável de vídeos de cada canal que me permita fazer uma análise crítica de seus respectivos conteúdos, tendo como base os livros citados acima;

Irei assistir no mínimo cinco vídeos de cada canal escolhido, já tendo um embasamento teórico sobre assunto, através das leituras feitas anteriormente, farei uma crítica sobre o conteúdo que cada canal apresenta, fazendo ponte com os comentários deixados pelos usuários em cada vídeo.

V. Fazer uma análise quantitativa sobre os números dos cinco canais e, por conseguinte fazer dois gráficos;

Todo canal do *YouTube* oferece duas informações quantitativas, são elas: número de visualizações e número de inscritos, com base nessas informações farei um gráfico de histograma, contendo o nome de cada *Youtuber* e seus respectivos números de inscritos, e outro gráfico com seus respectivos números de visualizações, no vídeo mais visto do canal de cada um dos cinco escolhidos.

VI. Redigir o artigo científico;

Após feito todo o trabalho citado acima, e com embasamento teórico suficiente, irei produzir o artigo científico, com base nos estudos que farei anteriormente e de forma coesiva escreverei o artigo de acordo com a estrutura que o mesmo exige.

VII. Entregar o artigo;

Na data já estabelecida no cronograma da disciplina CS106 – Métodos e Técnicas de Pesquisa e de Desenvolvimento em Produtos de Midialogia, postarei o meu artigo no Ensino Aberto que é o ambiente de -aprendizagem on-line.

VIII. Apresentar o artigo;

Apresentarei o artigo e os dados obtidos à classe da disciplina CS106.

Cronograma

Ações/dia	07/3	08/4	15/4	22/04	23/04	01/05	2/05
I. Pesquisa Bibliográfica	X						
II. Seleção do material de estudo		X					
III. Cinco objetos de estudo		X					
IV. Avaliação dos objetos de estudo			X				
V. Gráfico			X				
VI. Redigir o artigo científico				X	X		
VII. Entregar o artigo						X	
VIII. Apresentar o artigo							X

Referências

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

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

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.

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

