



RELISE

PROFISSÃO “YOUTUBER”: UMA ANÁLISE SOBRE O DESENVOLVIMENTO DAS PRÁTICAS DE STREAMING COMO FONTE DE RENDA¹

“YOUTUBER” PROFESSION: AN ANALYSIS ON THE DEVELOPMENT OF
STREAMING PRACTICES AS A SOURCE OF INCOME

Mateus Luiz da Silva Machado²

Júlio Afonso Alves Dutra³

RESUMO

A possibilidade de desenvolver atividades profissionais em um ambiente virtual se utilizando da internet acaba sendo uma quebra de paradigma na questão de recursos humanos comparado aos cargos tradicionais. Este artigo objetivou também explicitar como o trabalho destes criadores de conteúdo funciona, quais métodos usam para obter renda e características que utilizam para atrair uma legião de seguidores. A metodologia tem uma abordagem qualitativa, com objetivo de aprofundar-se neste novo nicho de mercado que na percepção popular ainda é desconhecido por muitos, apresentando de forma compreensiva seu papel no mundo contemporâneo. O estudo caracteriza-se como pesquisa descritiva, pois busca descrever o mercado de geradores de conteúdo na plataforma Youtube, denominados “Youtubers” e, como estes conseguem ter renda a partir desta atividade. O estudo desenvolveu-se a partir da observação e documentação de materiais sobre o tema, caracterizando-se como de natureza aplicada, tornando-se o estudo relevante, visto que o mesmo é um tema novo constituído por assuntos pouco divulgados no meio acadêmico. Nos capítulos desenvolvidos são apresentados os conceitos fundamentais da plataforma Youtube, suas regras de funcionamento e de inserção de conteúdo, o detalhamento sobre boas práticas, o processo de regulamentação da profissão Youtuber, o processo de remuneração e, por fim considerações sobre a perspectiva deste segmento.

Palavras-chave: Youtube, streaming, renda, profissão.

¹ Recebido em 17/11/2021. Aprovado em 06/12/2021.

² Universidade do Estado de Minas Gerais. matluiz@live.com.

³ Universidade do Estado de Minas Gerais. julio.dutra@uemg.br.



RELISE

54

ABSTRACT

The possibility of developing professional activities in a virtual environment using the internet ends up being a paradigm shift in the issue of human resources compared to traditional positions. This article also aimed to explain how the work of these content creators works, what methods they use to earn income and characteristics they use to attract a legion of followers. The methodology has a qualitative approach, aiming to delve into this new market niche that in popular perception is still unknown by many, presenting in a comprehensive way its role in the contemporary world. The study is characterized as descriptive research, as it seeks to describe the market of content generators on the Youtube platform, called “Youtubers” and how they manage to earn income from this activity. The study was developed from the observation and documentation of materials on the subject, characterizing itself as of an applied nature, making the study relevant, as it is a new topic consisting of subjects little publicized in the academic world. The developed chapters present the fundamental concepts of the Youtube platform, its rules of operation and content insertion, details on good practices, the regulation process of the Youtuber profession, the remuneration process and, finally, considerations about the perspective of this segment.

Keywords: Youtube, streaming, income, profession.

INTRODUÇÃO

A internet sem dúvidas é um marco sem precedentes em caráter de comunicação, informação e entretenimento, com características visionárias estando atualmente presente nas vidas da população mundial a todo momento.

Limitada em seu início apenas para a troca de informações entre centros de pesquisa, somente em 1974 a internet começou a ser utilizada no meio acadêmico e científico. Logo em seguida, com o surgimento do correio eletrônico o interesse pela internet despertou-se em um grande número de pessoas e isso fez com que sua evolução e a oferta de novos serviços fossem constantes desde então.

As evoluções proporcionadas pela internet remodelaram a forma pela qual vivemos atualmente. O acesso à informação e notícias é transmitido em



RELISE

55

tempo real, a forma como consumimos entretenimento é revolucionária, empresas que nasceram a partir da internet dominam não somente o ramo que atuam, como também são as mais valiosas do mundo.

Dentre os diferentes serviços disponíveis na internet, o YouTube transformou toda a indústria do entretenimento. Neste âmbito, pessoas passaram a compartilhar suas rotinas, suas vidas, suas ideias e demais momentos tornando-a a maior plataforma de vídeos do mundo.

A atratividade e interesse pela plataforma Youtube, estando este disponível a qualquer um que tenha acesso à internet, além da capacidade de qualquer usuário poder criar e publicar conteúdo na plataforma possibilita que comunidades com gostos específicos sejam criadas, que assuntos que antes jamais eram debatidos, sejam discutidos e todo esse conjunto de fatores contribui cada vez mais para o relacionamento interpessoal ampliando constantemente o alcance do conteúdo postado na plataforma.

As profissões e o mercado de trabalho passaram por inúmeras transformações ao decorrer dos tempos, algumas já deixaram, ou estão deixando de existir e novas surgem de acordo com o avanço da sociedade, fazendo com que essas constantes mudanças tornem o mercado de trabalho cada vez mais competitivo. Vale salientar que o advento do avanço da tecnologia é o grande responsável pela geração de novos mercados, assim como suas profissões e conseqüentemente a extinção de outras. Tratando-se de um novo nicho de trabalho, este artigo, demonstra como o Youtube se estruturou no mercado de modo a permitir que, se tornar um gerador de conteúdo na plataforma se tornou um nicho promissor e rentável, sendo destacado pelo seu crescimento expoente e pelo público que atrai.

Promissora no mercado, a área de geração de conteúdo é composta por inovação, onde este profissional busca atrair maior número de pessoas, denominadas seguidoras, com o objetivo de aumentar a sua audiência, criando



RELISE

56

uma comunidade que agrega engajamento, o qual é de extrema importância para que haja uma percepção da quantidade de público que este obtém. Sua remuneração é feita de acordo com a plataforma na qual o mesmo exerce sua profissão. A profissionalização deste acontece a partir do momento que seu trabalho se torna notório e junto a este toda uma comunidade é criada, havendo demanda de novos conteúdos, interação com seu público, proporcionado sua popularidade.

A possibilidade de desenvolver atividades profissionais em um ambiente virtual se utilizando da internet acaba sendo uma quebra de paradigma na questão de recursos humanos comparado aos cargos tradicionais. Este artigo objetivou também explicitar como o trabalho destes criadores de conteúdo funciona, quais métodos usam para obter renda e características que utilizam para atrair uma legião de seguidores.

A metodologia tem uma abordagem qualitativa, com objetivo de aprofundar-se neste novo nicho de mercado que na percepção popular ainda é desconhecido por muitos, apresentando de forma compreensiva seu papel no mundo contemporâneo. O estudo caracteriza-se como pesquisa descritiva, pois busca descrever o mercado de geradores de conteúdo na plataforma Youtube, denominados “Youtubers” e, como estes conseguem ter renda a partir desta atividade. O estudo desenvolveu-se a partir da observação e documentação de materiais sobre o tema, caracterizando-se como de natureza aplicada, tornando-se o estudo relevante, visto que o mesmo é um tema novo constituído por assuntos pouco divulgados no meio acadêmico.

Nos capítulos desenvolvidos são apresentados os conceitos fundamentais da plataforma Youtube, suas regras de funcionamento e de inserção de conteúdo, o detalhamento sobre boas práticas, o processo de regulamentação da profissão Youtuber, o processo de remuneração e, por fim considerações sobre a perspectiva deste segmento.



RELISE

57

O CONCEITO DE STREAMING E O FUNCIONAMENTO DA PLATAFORMA YOUTUBE

Santos (2021) aponta que toda a evolução da internet só foi possível graças as inovações tecnológicas relacionadas aos computadores, notebooks e celulares. Vale ressaltar que estes elementos desempenham suas funções em conjunto com a internet tornando-os parceiros neste processo, o que possibilita a entrega de todos os avanços da tecnologia disponíveis aos usuários.

Com todo esse avanço, o surgimento de novas profissões devido à internet é inevitável, afinal é preciso preencher uma demanda que o atual estilo de sociedade em que vivemos requer, conforme resalta Albuquerque (2020).

Diante do exposto, a profissão YouTuber torna-se hoje uma das mais cobiçadas no cenário, pois segundo Marques (2018) seu crescimento exponencial consegue conquistar uma legião de pessoas que contribuíram para sua notoriedade assim como fazê-lo obter remuneração através de seu conteúdo produzido.

Contando com cerca de 2 bilhões de usuários mensais, o YouTube é reconhecido por ser o grande protagonista da era de vídeos, como destaca Abreu (2019), a plataforma foi capaz de transformar o audiovisual e através dos criadores de conteúdo tornou-se um verdadeiro fenômeno.

Kleina (2017) comenta que o YouTube teve sua origem no ano de 2005. No dia 14 de fevereiro deste ano, Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim desenvolveram o registro do domínio nomeado “youtube.com”. Originariamente os profissionais já haviam trabalhado juntos na empresa PayPal⁴. Em 2006, a Google⁵ adquiriu o YouTube por 1,65 bilhão de dólares e seu crescimento saltou desde então.

⁴ PayPal é uma forma de pagamento para compras online.

⁵ É uma empresa multinacional de serviços online e software dos Estados Unidos.



RELISE

58

O conceito “YouTuber”, descrito por Novaes (2014) tem sua origem na visão de um profissional que dedica seu tempo em desenvolver conteúdos para a plataforma com o intuito de atingir métricas de remuneração. Apesar da plataforma ter como objetivo original o entretenimento, a publicação periódica de vídeos e o frequente acesso de usuários, popularmente denominados como “seguidores” ou “inscritos”, pode gerar remuneração de acordo com a quantidade de usuários que visualizam cada vídeo publicado.

O conceito de se tornar um “YouTuber”, conforme comenta Silva (2018), tem seu início com a abertura de um canal dentro da plataforma. Após a criação do canal, o usuário já pode iniciar o processo de publicação de vídeos. Silva (2018) destaca que não basta apenas a inserção de vídeos na plataforma, sendo necessário um planejamento para que o material inserido seja atrativo. São necessárias práticas que visem a divulgação do conteúdo perante as redes sociais, sendo estas aliadas para a atratividade de visualizadores do conteúdo.

O crescimento da plataforma Youtube e a busca constante por atratividade de conteúdo

Marques (2018) menciona que atualmente ocorrem mudanças consideráveis no perfil dos consumidores de conteúdo audiovisual, estas responsáveis por remodelar o padrão de conteúdo desejado pelos espectadores, o que leva estes usuários a serem mais criteriosos no tipo de conteúdo que consomem. À vista disso, a procura por conteúdo com características cada vez mais personalizadas tornou-se hoje a principal demanda dos consumidores da plataforma.

Atingindo um público cada vez maior, os YouTubers, como pontua Coelho (2020), possuem um papel expressivo que pode auxiliar na tomada de atitudes e escolhas de seu público através do conteúdo que disponibilizam, sendo assim intermediadores nos mais diversos processos, portanto sua



RELISE

59

relevância na comunicação digital é perceptível e disseminada por meio do entretenimento e outras mídias sociais.

A princípio, o YouTuber não possui uma estrutura de layout grandiosa e recheada de recursos, predominando uma estrutura modesta e simples, de fácil usabilidade, conforme explica Novaes (2014). Ao passo em que vai se conquistando um público maior, gerando mais visualizações e maior engajamento, a produção do conteúdo vai se adaptando à nova realidade obtendo maior qualidade e mais conteúdo gerado.

Godoy (2020) descreve que para desenvolver-se no YouTube é necessário que o YouTuber encontre um assunto que seja do interesse e ao mesmo tempo tenha domínio sobre. Godoy ainda acrescenta que uma grande falha dos criadores de conteúdo do universo YouTube é tratá-lo como um negócio, quando na verdade é preciso humanizar este conteúdo para que assim o público sinta o diferencial presente nos vídeos.

Godoy (2020) salienta que para um bom planejamento é importante que se encontre o nicho de atuação, pois a partir deste encontro, o planejamento pode seguir adiante com outras fases complementares para todo o processo.

Dias (2021) afirma que investir em conteúdo audiovisual atualmente é um formato que gera muito engajamento proporcionando uma maior interação do criador de conteúdo com seu público, mas para que tudo isso ocorra de forma expressiva é fundamental que a determinação e o foco sejam características indispensáveis.

Para que ocorra o crescimento no Youtube é vital que haja a interação dos inscritos juntamente ao conteúdo que o canal propõe como destacado por Dias (2021), o autor também afirma que os elementos essenciais para o crescimento orgânico do canal são salientados pela organização, foco e atenção aos detalhes.



RELISE

60

Saber para quem está produzindo conteúdo é crucial para entender qual a necessidade do seu público-alvo, então a partir desse panorama, Dias (2021) enfatiza que definir o tema do canal assim como determinar a faixa etária a qual será projetada este conteúdo contribuíram enormemente para uma boa performance do mesmo, já que a pesquisa de pautas será redirecionada ao criador de conteúdo de uma forma mais explícita.

Dias (2021) reforça que a análise das métricas que o YouTube proporciona garantem aos YouTubers relatórios que demonstram dados capazes de evidenciar qual o público está sendo atingido com o conteúdo publicado. A partir desta interpretação é possível identificar se o público idealizado é o público que corresponde ao conteúdo postado pelo YouTuber ou se é um público pelo qual ele não imaginaria atingir. A percepção destes dados pode resultar em diferentes perspectivas que o canal teve em seu planejamento.

Características básicas de atratividade ao conteúdo disponível na plataforma

Transmitir o conteúdo com naturalidade e demonstrar domínio no assunto pelo qual está sendo tratado no vídeo que o YouTuber produziu, segundo Moraes (2019), proporciona um diferencial em meio a tantos outros, o conjunto de personalidade única e empoderamento do assunto creditam a este profissional um maior destaque, além de engajar ainda mais com o público.

Moraes (2019) aponta que um vídeo no YouTube só consegue ser destaque entre os demais, caso seja bem elaborado e apresente assuntos atrativos, sendo necessário que o YouTuber entenda que ele não está produzindo um vídeo que agregue somente ao seu gosto pessoal e sim a um grupo de visualizadores que reconheceram a relevância do seu trabalho e o assunto tratado no vídeo, despertando assim o interesse nestes.

Explorar um nicho ressalta a importância em conhecer o seu público, Moraes (2019) ainda destaca que ao analisar o nicho, a conversão de assuntos



RELISE

61

e conteúdos se tornam ainda mais eficazes para a geração de visualizações, contribuindo para o aumento de visualizadores e conseqüentemente à expansão do canal na plataforma.

A plataforma YouTube possui políticas e diretrizes que devem ser seguidas na criação e disponibilização de conteúdo em seu site. Tais políticas tem o objetivo de manter a comunidade segura, reforçar as diretrizes e notificar o criador de conteúdo quando não está a seguindo, conforme elucida Ávila (2021). O criador de conteúdo deve se atentar a não violar as seguintes diretrizes estabelecidas pela plataforma que englobam Spam e práticas enganosas, conteúdo violento e/ou sensível, produtos não regulamentados e a propagação da desinformação.

Além destas diretrizes, Perin (2021) afirma que o criador de conteúdo também deve respeitar a política de direitos autorais estabelecidas pelo site, com base nisso a plataforma oferece ao seu criador de conteúdo uma ferramenta que identifica se o conteúdo upado restringe ou não essa diretriz, caso ocorra a violação o vídeo pode ser bloqueado e o repasse de sua monetização vai automaticamente ao detentor dos direitos.

Infringindo as diretrizes apresentadas, o YouTuber receberá notificações conhecidas como strikes que tem o objetivo de avisar que o mesmo não está cumprindo as normas da comunidade.

Para que o conteúdo produzido pelo YouTuber consiga ter mais alcance, é necessário que o inscrito no canal ative o sininho, escreva um comentário e ainda deixe um like, conforme ressalta Ávila (2021).

O criador de conteúdo deve incentivar que seu grupo de visualizadores faça tal ato, Ávila (2021) cita que esse estímulo deve ser introduzido no começo do vídeo como forma de atrair os visualizadores a fazerem essa ação e assim obterem acesso a todas as notificações disponíveis do canal. Essa forma de Call



RELISE

62

to Action⁶ irá colaborar para que todos os inscritos tenham conhecimento do conteúdo postado pelo canal, garantindo sua entrega com mais rapidez e ainda favorecendo para a geração de métricas ao canal.

É muito importante que o vídeo obtenha likes, pois segundo Russo (2021), a importância dessa função colabora para que o vídeo tenha destaque entre os demais e ainda sugere que o conteúdo disponibilizado por seu criador tem qualidade. O autor diz que a partir deste engajamento, o YouTube passa a recomendar o vídeo já que grande parcela do público gostou e ainda garante um “certificado de qualidade” que irá divulgar o vídeo para mais pessoas.

Os comentários também são uma função que irá contribuir para a expansão do conteúdo disponibilizado do canal junto à inscrição e ao like, visto que nos comentários o criador de conteúdo poderá interagir ainda mais com seu público, obtendo dele feedbacks e outros tipos de interação. O YouTuber ainda pode usar essa ferramenta para ampliar a fidelidade de seus visualizadores através de respostas de perguntas e de likes concedidos pelo próprio nos comentários de seus inscritos, fazendo com que esse gesto mostre o reconhecimento dele com sua comunidade.

Desenvolvendo a estrutura básica para adentrar à plataforma

Decidir o nome do canal do YouTube não é um processo fácil, Dias (2019) elenca um conjunto de fatores que ajudaram o YouTuber nessa decisão, a autora cita que é determinante saber exatamente o assunto que irá ser abordado junto ao conhecimento do nicho, uma vez que o título do canal será direcionado ao conteúdo que o mesmo apresenta, logo, é necessário captar e compreender qual o conteúdo será disponibilizado.

⁶ É uma chamada para ação, muito comum em sites, e-mails e anúncios, indicando ao usuário o que deve ser feito



RELISE

Dias (2019) também ressalta a importância do nome do canal no YouTube, sendo este um fator essencial para os visualizadores encontrarem o conteúdo proposto pelo seu criador, já que o processo de busca na ferramenta consiste em uma busca textual por palavras-chave. Dias ainda indica que nomes fáceis são melhores para serem lembrados pelos visualizadores e isso acarreta em um maior engajamento do canal, pois segundo a mesma a divulgação gratuita gera um crescimento orgânico na plataforma.

O canal também precisa conter um nome que tenha a escrita fácil e memorável, a implicância de uma escrita difícil pode dificultar na procura do mesmo, impedindo que o conteúdo publicado seja localizado dentro do site. Dias (2019) ainda reforça que um brainstorming pode ser uma ferramenta que poderá auxiliar na decisão do nome, permitindo ao criador de conteúdo captar diferentes cenários, visão e ideias na definição do mesmo.

Criar uma identidade visual forte, notável e exclusiva é uma fase primordial na construção de um canal no YouTube, Ávila (2021) caracteriza esse processo como o primeiro contato que o visualizador tem do conteúdo junto ao canal, portanto, a identidade visual trabalhada com um bom logotipo, tons e formatos irão beneficiar esse criador de conteúdo, já que o objetivo desta identidade é fixar na mente dos seus visualizadores que aquele logo pertence ao canal sempre o associando ao mesmo.

Para elaborar uma vinheta ao canal no YouTube segundo Ávila (2021) é preciso ter autoconhecimento pensando na proposta que o canal quer entregar ao seu público, o tempo também é uma ferramenta importante para não perder o público com algo fora do padrão, a qualidade transmitirá ao visualizador a preocupação do criador de conteúdo em entregar algo bem-feito e elaborado, saber a hora certa em transmiti-la também é um fator decisório para o caminhar do conteúdo do vídeo.



RELISE

64

A vinheta possui o papel de ser uma introdução, quando exibida desperta a curiosidade dos visualizadores com pequenos spoilers de trechos importantes do conteúdo, conseguindo estimular que este visualizador fique até o final do vídeo cooperando também para atrair visibilidade conforme afirma Ávila (2021), o autor também ressalta que para ter essa vinheta no conteúdo produzido é necessário que a identidade visual já esteja definida, pois uma vinheta bem produzida, com um fundo musical que instiga sensações no visualizador funciona como uma estratégia de marketing agregando um maior índice de audiência ao canal.

As thumbnails⁷ influenciam o visualizador diretamente na decisão de qual vídeo assistir a partir da pesquisa, logo, ter uma thumbnail bem elaborada e que chame a atenção do espectador contribuirá ainda mais para as métricas de visualizações, Amarildo (2021) comenta que para o YouTuber se destacar em meio a imensos resultados de pesquisa, ele deve ter um planejamento desde o começo da produção do vídeo para determinar o que será inserido na miniatura da thumbnail. A thumbnail tem a função de demonstrar ao visualizador de forma atraente e envolvente o que o mesmo irá consumir correspondendo ao conteúdo disponibilizado no vídeo.

As cores são características fundamentais na criação de uma thumbnail, Amarildo (2021) descreve que para chamar a atenção neste aspecto, o YouTuber deve desviar de cores muito utilizadas nos resultados de pesquisa do YouTube, segundo o autor, o criador de conteúdo deve usar cores que trabalhem com o contraste entre si, fazendo isso, o YouTuber consegue se sobressair na pesquisa e reter mais visualizadores ao seu conteúdo.

O background⁸ para funcionar de maneira mais eficiente e atrair mais visualizadores deve conter em sua composição cores sólidas que realce o

⁷ É uma versão em miniatura de imagens usadas na Internet para facilitar as buscas.

⁸ Plano de fundo da imagem.



RELISE

65

contraste com o elemento principal na thumbnail, Amarildo (2021) explica que ao utilizar estes tipos de planos de fundo a comunicação com o visualizador fica mais clara e objetiva. O autor aponta que o YouTuber tem ainda mais chances de captar visualizadores e inscritos ao seu canal, quando ao criar a thumbnail usar uma figura humana enfatizando o conceito de que pessoas se conectam com pessoas, logo o YouTuber deve conduzir ao seu visualizador características como expressões e emoções que o conteúdo do vídeo pode transmitir através de enquadramentos que crie esse vínculo.

O Lettering⁹ também se torna uma ferramenta elementar neste processo, Amarildo frisa que elementos de texto colaboram intensamente na comunicação com o visualizador funcionando como um complemento que irá atrair sua atenção. Diante dados do YouTube que afirmam que 90% dos vídeos em sua plataforma têm uma melhor performance no streaming devido as thumbnails, Amarildo também cita que 60% das intenções de clique partem da iniciativa de thumbnails, ou seja, ter thumbnails em vídeos torna-os mais visíveis, aumenta o desempenho e captação de visualizadores.

Russo (2018) afirma que um dos fatores de maior relevância presente hoje na plataforma do YouTube são os metadados, estes se caracterizam por compor toda a estrutura de direcionamento elencada com a classificação e qualificação do vídeo produzido pelo criador de conteúdo. Os metadados possuem a função de explicar a pertinência do conteúdo gerado pelo YouTuber através de seu título, descrição e tags. Russo complementa que o uso destes metadados acrescentaram ao vídeo particularidades que o reforçaram na pesquisa tornando-os mais evidentes.

O título deve evidenciar toda a esfera de conteúdo que o vídeo engloba, tendo características que o tornem atrativo, de fácil interpretação e que contenha

⁹ Uma modalidade de expressão gráfica utilizando letras.



RELISE

66

um padrão estabelecido pelo criador de conteúdo, sendo uma peça fundamental na taxa de cliques e contribuição para o maior alcance de pessoas conforme disserta Almeida (2018). Russo (2018) comenta que o título tem o poder de captar visualizadores quando no mesmo são empregadas palavras que possuem alta demanda em termos de pesquisa que colaborem junto ao algoritmo O YouTuber deve criar um título que desperte curiosidade no visualizador, o atizando a assistir o conteúdo com palavras que reflitam a temática a ser mostrada como também palavras de fácil busca assim como afirma Russo (2018). O padrão contribuirá para que este visualizador encontre o conteúdo postado pelo YouTuber de maneira mais ágil e fácil, Russo (2018) cita o padrão como necessário na identificação dos vídeos publicados, como se o padrão fosse a marca empregada pelo YouTuber a fim de reconhecer seu trabalho diante os resultados de pesquisa.

A descrição bem executada ajudará o criador de conteúdo expandir seu SEO¹⁰, promovendo não somente o marketing do canal como também o fortalecendo no universo da plataforma YouTube como descreve Assis (2021). A aplicabilidade de palavras-chaves e elementos complementares podem ampliar o tráfego de pesquisa do vídeo, além da descrição do vídeo, o canal do YouTuber também requer uma descrição, uma vez que o próprio algoritmo do YouTube coopera junto a descrição nos resultados de pesquisa evidenciando o canal com os termos pesquisados. Apresentar ao visualizador o conteúdo que ele está prestes a assistir por meio de uma descrição a qual o mesmo entende mediante a uma linguagem que este se identifique favorece a reputação do canal assim como enfatizar na descrição uma prévia do conteúdo relacionando-o com palavras-chaves que fomentaram a descrição durante a pesquisa, detalha Assis. Russo (2018) ressalta que para atrair o público à descrição é importante o uso

¹⁰ Search Engine Optimization (otimização para mecanismos de busca).



RELISE

67

da Call to action dentro do conteúdo do vídeo, pois a partir desta chamada o espectador será tentado a lê-la e interagir a partir do que está descrito na mesma.

Assim como o título e a descrição, a tag une forças junto a estes elementos trabalhando para fazer com que o vídeo publicado pelo criador de conteúdo seja encontrado na plataforma YouTube. A tag no YouTube funciona como uma receptora que irá ligar diretamente o visualizador com seu emissor, neste caso o conteúdo pesquisado através de palavras-chaves, Ávila (2018) relaciona as tags como ferramentas cruciais não somente para encontrar o conteúdo audiovisual, mas também direcionar visualizadores que possuem complexidades ou escrevem incorretamente quando procuram por um tema específico no YouTube.

Ávila (2018) menciona que para que o conteúdo seja mostrado ao visualizador de forma instantânea é preciso saber qual palavra-chave utilizar a fim de atingir esse objetivo, mas para de fato atingir, a inserção de tags gerais e específicas são necessárias. Tags gerais ajudam o vídeo ser encontrado de maneira mais fácil por pessoas que exploram o universo YouTube com termos mais fáceis, genéricos e óbvios a medida em que ela busque por um assunto que esteja conexo com o conteúdo upado pelo YouTuber, já as tags específicas correspondem a pesquisa realizada pelo visualizador de forma detalhada e criteriosa com o objetivo de buscar com exatidão o conteúdo relacionado segundo Ávila (2018). O autor ainda demonstra que o uso de tags resultam na maior visibilidade do canal, ampliando sua audiência, melhorando a entrega de vídeos através do algoritmo e este intensificando nas sugestões de próximos vídeos.



RELISE

68

A regulamentação da profissão Youtuber

O projeto de Lei 10.938/2018 pretende atribuir a regulamentação do YouTuber como um profissional no Brasil, segundo Ventura (2018) o projeto pretende estabelecer uma jornada diária para estes profissionais assim como pagá-los em casos de hora extra. Tendo como alicerce a regulamentação do contrato entre o YouTuber e outras empresas, o projeto de lei enfatiza que o YouTuber pode ser contratado de maneira fixa ou por determinado período perante ao seu empregador, além disso, segundo Ventura (2018), há uma cláusula que determina que este profissional não pode se sujeitar a exclusividade para determinada empresa, ou seja, o profissional YouTuber tem o direito a partir da aprovação da PL exercer sua atividade em mais de uma empresa sem que haja confronto entre horários.

Ventura (2018) ainda ressalta que o PL exige que o profissional Youtuber esteja sujeito à CLT¹¹ e às normas do Código de Ética dos Jornalistas, além da empresa contratante aplicar métodos para precaver acidentes e doenças relacionadas ao trabalho. Saturno (2018) evidencia que o PL em seu 4º artigo tem a seguinte orientação: “Nenhum Youtuber Profissional será obrigado a interpretar ou participar de trabalho que ponha em risco sua integridade física ou moral”, ou seja, o YouTuber tem o direito de não se inserir em um cenário que possa lhe prejudicar assim como o difamar perante a sociedade. O projeto de lei destaca que deve ser estabelecido um tempo necessário e vital para que o profissional YouTuber consiga elaborar seu conteúdo, visto que para a produção deste material é fundamental a preparação, ensaios, pesquisas, estudos, atividades de promoção, divulgação e trabalhos para a finalização do vídeo, conforme descreve Saturno (2018).

¹¹ Consolidação das Leis do Trabalho



RELISE

69

Saturno (2018) complementa que o PL não determina somente regulamentação à profissão de YouTuber como também o conteúdo que este pode gerar, enaltecendo que regras precisam ser constituídas a fim de limitar determinados assuntos que o profissional YouTuber possa vir a se manifestar, com base nisso o PL enfatiza que estes profissionais “influenciam a formação de opinião de parte significativa da sociedade, em especial os mais jovens”

Monetização e geração de renda com o Youtube

O YouTube possui um programa de parceria intitulado YPP (Programa de Parcerias do YouTube) que tem a missão de remunerar os profissionais criadores de conteúdo da plataforma através do número de visualizações, conforme explica Borges (2021). Existem 6 requisitos que o Google propõe para monetizar um canal no YouTube, sendo eles:

1. Seguir todas as Políticas de Monetização de Canais do Youtube;
2. Morar em um país ou região onde o YPP esteja disponível;
3. O Canal não pode conter avisos das diretrizes da comunidade ativos;
4. É necessário ter mais de 4 mil horas de exibição públicas válidas nos últimos 12 meses;
5. É preciso que o canal tenha mais de mil inscritos;
6. É essencial ter uma conta do Google AdSense vinculada.

Borges (2021) relata que mesmo que o canal cumpra todas as exigências que a Google junto ao YouTube estabelece, o fator decisão ainda depende das Diretrizes de Conteúdo Adequado para Publicidade e só a partir disso a promoção do canal para fins monetários pode ser efetuada.

O pagamento ao YouTuber é realizado a partir das métricas de visualizações em seus vídeos, onde segundo Borges (2021) é preciso que o canal obtenha em um vídeo mil visualizações pra ter retorno financeiro, o



RELISE

70

YouTube denomina esse método como CPM, ou custo por mil, logo é necessário que o YouTuber consiga atingir as métricas estabelecidas por essas regras para assim começar alcançar capital a partir do canal, a autora explica que o valor em reais compreende a faixa de 1 à 19 reais com base no CPM, o qual os valores varia de 0,25 e 4,5 dólares.

O Youtuber neste método precisa gerar conteúdos que sejam relevantes em seu nicho, não somente atraindo mais seguidores com a expansão de seu tráfego orgânico como também mantendo o interesse de seus visualizadores já inscritos.

Paredes (2021) explica que também é possível obter monetização através do AdSense¹² da Google, por meio deste método é possível inserir anúncios em vídeos produzidos pelos criadores de conteúdo da plataforma, que efetua o pagamento a estes Youtubers a partir dos lucros que o anúncio rendeu ao site, conforme destaca Paredes (2021) a receita gerada por esses anúncios torna-se uma significativa fonte de renda ao YouTuber, sendo este um dos meios mais usados em toda a plataforma. Kyncl (2021) comenta que o Ads é o principal meio de obter capital no YouTube, ressalta ainda que um maior percentual da receita é direcionado ao criador de conteúdo nesta modalidade.

De acordo com Roach (2021), o YouTuber pode arrecadar mais monetização através do YouTube Premium¹³, neste caso, quando um usuário da plataforma tem em sua conta o recurso premium e assiste o conteúdo postado por este criador, a plataforma irá monetizá-lo por meio das visualizações que esse usuário premium concedeu, Kyncl (2021) explana que nesta modalidade a distribuição da receita também é mais elevada aos criadores de conteúdo.

¹² É uma ferramenta do Google responsável pela colocação desses anúncios nos vídeos.

¹³ É um serviço de assinatura online da plataforma, no qual os usuários podem assistir vídeos sem anúncios.



RELISE

71

Takashi (2021) elenca outra opção do YouTuber conseguir renda através de seu vídeo, neste método quando o criador de conteúdo transmite seu conteúdo ao vivo e o visualizador quer que sua mensagem receba destaque entre as demais, o YouTube oferece a este usuário a opção de pagar uma quantia que varia de R\$1 a R\$500 a fim desta mensagem obter um maior destaque e ficar fixada por um tempo, tempo este condizendo com o quanto o usuário pagou, quanto mais, maior o tempo de destaque, o YouTube denomina essa função de “Super Chat”.

Utilizando este recurso, o visualizador pode criar laços com o criador de conteúdo, sendo essa uma forma de agregar vínculo entre estes dois indivíduos, conforme descreve Takashi (2021). O autor ainda fomenta que este recurso possibilita que o YouTuber tenha mais envolvimento com seu público, tendo melhores perspectivas do que mais cativa este visualizador a consumir seu conteúdo e uma maior interpretação a partir de sua interação, além de proporcionar a este profissional uma remuneração de 70% do valor doado.

O YouTube também possui o recurso de “Super Stickers”, onde os visualizadores do conteúdo podem interagir com o YouTuber através de adesivos em transmissões ao vivo após efetuarem a compra destes, Vieira (2019) reforça que a intenção da plataforma é tornar a conexão dos visualizadores e criador de conteúdo mais próximas por meio desta ferramenta que também irá gerar receita a ambos.

Ainda neste contexto, o YouTube também oferece aos seus criadores de conteúdo a ferramenta “Super Thanks”, Barros (2021) ressalta que diferente do “Super Chat” e “Super Stickers” que necessitam da interação por meio de uma transmissão ao vivo para que sejam aplicadas, essa ferramenta funciona sem que ocorra a obrigatoriedade de transmitir uma live, ou seja, o criador de conteúdo pode beneficiar-se a qualquer instante, seja online ou offline, o objetivo



RELISE

72

deste recurso é expressar reconhecimento ao canal e também ao criador de conteúdo.

Os criadores de conteúdo podem utilizar outra ferramenta denominada de YouTube Shorts, está com o objetivo de permitir que os usuários possam fazer gravação de vídeos verticais de até 60 segundos, modelo similar com seu concorrente TikTok¹⁴, Dias (2021) descreve que a ferramenta pode ser uma vantagem aos criadores de conteúdo, pois as pessoas não abandonam a visualização de um vídeo curto como de um vídeo postado periodicamente e isso influencia diretamente na quantidade de visualizações e demais engajamentos. Segundo Lisboa (2021) o YouTube pretende pagar até R\$ 50 mil por mês aos criadores de conteúdo que se dedicarem a nova ferramenta da plataforma de forma exclusiva, mas evidencia que o conteúdo nela postado deve ser original e ainda ressalta que o pagamento pode variar de acordo com métricas de público, localização e também engajamento.

Perspectivas sobre a cultura YouTuber e sobre a potencialidade da plataforma no Brasil

Não há um perfil correto para tornar-se YouTuber, afinal existem criadores de conteúdos de todas as idades e gênero neste universo onde tudo é possível. Segundo Pontes (2018) uma boa articulação na hora de falar é um fator determinante para ascensão na plataforma, afinal saber conduzir o conteúdo relacionando o começo, meio e fim colaboram para a assertividade da proposta descrita pelo canal.

¹⁴ Uma rede social para compartilhamento de vídeos curtos, com até 60 segundos de duração.



RELISE

No Brasil, os maiores canais de 2020 confirmam que não existe idade para se tornar um criador de conteúdo na plataforma e disseminar entretenimento.

Toda essa pluralidade de pessoas, de canais e de conteúdo, fornece aos milhões de usuários brasileiros e bilhões no mundo, todo tipo de conteúdo. Abreu (2019) descreve que a plataforma está disponível em 80 idiomas e que cada visitante permanece cerca de 11 minutos no site consumindo mais de um bilhão de horas de conteúdo diariamente.

Diante a pandemia do Coronavírus, os brasileiros passaram a consumir uma maior diversidade de conteúdo no YouTube, Cancelier (2020) evidencia que o gênero “aprendizado” correspondeu a 65% das buscas que os espectadores realizavam na plataforma, canais como o de Paola Carossela, empresária, chef de cozinha, jurada e youtuber colaboraram para que o termo “receita” fosse visto mais de 1 bilhão de vezes no site.

Portanto, para torna-se um YouTuber não é requerido necessariamente ter uma formação, basta ter os conhecimentos adequados, talento, dedicação, inspiração, um bom assunto, um público fiel e trabalho árduo mas não é indispensável salientar que a formação pode auxiliar neste processo, afinal, como descrito anteriormente nos exemplos, há vários profissionais que são formados em suas particularidades pela qual desempenham seu papel no YouTube, Moraes (2019) cita que o crescimento do cenário audiovisual no país fez com que a carreira de YouTuber se tornasse almejada.

A internet no Brasil possui cerca de 152 milhões de usuários, este número equivale a 81% da população acima de 10 anos de idade, conforme informa Franzão (2021). Ainda com estes dados, é importante ressaltar que o uso da internet pelo smartphone equivale a 99% destes usuários e outros 47% correspondem ao acesso em smartTVs contra 42% que acessam por meio de computadores, segundo Arimathea (2021). O YouTube destaca que seu uso em



RELISE

74

smartphones representa a maior taxa de espectadores em seu site, porém ainda evidencia que o uso de sua plataforma pelas smarTVs compõe um percentual de mais de um quarto de todos os espectadores, conforme afirma Mota (2021).

O Youtube possui somente no Brasil mais de 105 milhões de usuários mensalmente e além disso existem cerca de 1,8 mil canais brasileiros com mais de 1 milhão de inscritos, estes pertencentes as categorias de entretenimento e bem-estar, segundo Capelas (2020). O autor ressalta que o número de visualizações em smarTVs cresceu em 120%, correspondendo a 40 milhões de brasileiros que assistem por este meio.

Com o objetivo de oferecer aos seus usuários todos os tipos de conteúdo, o YouTube com a ajuda bem empenhada de seus criadores, entrega um material recheado dos mais diversos assuntos e temas, sendo estes publicados como lives, unboxing, review, vlogs, guias e tutoriais, clipes de músicas, animações, paródias, vídeos educacionais, viagens, reações, gameplay, culinária e outros. A faixa etária correspondente aos 105 milhões de usuários brasileiros do site está entre 18 e 65 anos, com isso, é notório que a plataforma consegue agradar e atrair múltiplos estilos de públicos.

Segundo Lemos (2018), existem mais de 200 milhões de canais ativos na plataforma constituindo todo o universo que o YouTube oferece e explorando essa imensidão de conteúdo, é possível afirmar de acordo com Gonçalves (2021), que são visualizados cerca de 4 bilhões de vídeos no site diariamente. Além de todo este material visualizado, os YouTubers carregam cerca de 500 horas de vídeos a cada minuto impulsionando o banco de dados da plataforma com numerosos assuntos, conforme ressalta Abreu (2019).

O YouTube é o segundo site mais acessado no Brasil e no mundo, perdendo apenas para o Google, assim, com base em todos os dados é impossível não considerar que essa plataforma é uma rede social em que todos



RELISE

75

os públicos se interagem, desde os mais jovens até os mais velhos, tendo isso como seu grande diferencial na internet.

É importante frisar que o crescimento de canais com mais de 1 milhão de inscritos tem um salto de crescimento de 65% ao ano, segundo Abreu (2019). Dentro do contexto de monetização, o número de canais que registram receitas de seis dígitos cresce 40% ao ano, enquanto de cinco dígitos crescem 50% ao ano.

Visão estratégica de negócios da plataforma Youtube

Segundo a diretora do YouTube Brasil, Patrícia Muratoni, a plataforma “YouTube é plural. Ele traz entretenimento e informação sobre os mais variados assuntos. Além de bastante democrática, a plataforma é também uma grande ferramenta de aprendizagem que tem transformado a forma como as pessoas consomem conteúdos”.

Muratoni (2021) cita que um dos principais motivos da plataforma sempre estar interligada com as pessoas, é que nela todas conseguem encontrar um grupo de pessoas e conteúdo pela qual se identificam, fazendo com que a conexão entre estes se torne necessária em diferentes cenários.

Julio (2016) ressalta que o YouTube é uma plataforma consolidada no seu segmento e atual líder, tendo como sua principal preocupação conseguir com que seus bilhões de usuários continuem em seu site, logo o investimento em nichos específicos é necessário para que a plataforma triunfe e mantenha-se líder com a diversificação aplicada.

Proposta essa diversificação de mercado, o YouTube lançou seu serviço denominado YouTube Kids abrangendo conteúdo exclusivo para seu amplo público infantil, com o foco de captar ainda mais esse tipo de usuário e ainda manter a preferência deles por meio de uma plataforma que oferece uma exploração mais simples e divertida. Em 2015 é lançado o YouTube Gaming que



RELISE

76

pouco tempo depois passa a se chamar “Jogos” passando a ser localizado no próprio site da plataforma em uma aba exclusiva, segundo Mognon (2019) o site contava com mais de 200 milhões de usuários que buscavam pelo termo “jogos”, o objetivo dos “Jogos” é fornecer a esses usuários e aos futuros uma página dedicada com recomendações específicas e com transmissões ao vivo, afastando-os de concorrentes como a Twitch¹⁵ e Facebook Gaming¹⁶.

Com o objetivo de alcançar ainda mais pessoas e concorrer diretamente com o Spotify, a plataforma lança o YouTube Music que já conta com 50 milhões de assinantes segundo Ferraz (2021), a proposta dessa plataforma é oferecer aos seus usuários milhões de músicas, assim como o lançamento do YouTube Filmes proporcionou que seus usuários tivessem a opção de comprar ou alugar diversos filmes na plataforma, tornando-o também concorrente da Netflix nesta modalidade.

O YouTube Shorts é o último lançamento do YouTube para reter ainda mais pessoas em sua plataforma, com temática parecida com seu principal concorrente TikTok, o YouTube Shorts chega ao ecossistema YouTube com o objetivo de se expandir e conquistar o público com seu diferencial, que segundo Fiore (2021) é a permissão de usar os milhões de áudios que a plataforma já possui no processo de criação deste tipo de vídeo.

É importante ressaltar que o YouTube contribuiu enormemente para o PIB do Brasil, uma vez que segundo Lavado (2021) seu impacto total foi de R\$ 3,4 bilhões em 2020 na economia, gerando mais de 122 mil empregos, o autor ainda ressalta que a plataforma tem como definição uma pluralidade de culturas que é observado por 94% de seus usuários. Dados da pesquisa informam que existe um vasto mercado que pode acarretar no surgimento de novos criadores de conteúdo e conseqüentemente contribuir ainda mais para a economia.

¹⁵ Plataforma de transmissão ao vivo focada em games.

¹⁶ Espaço que permite a criadores de conteúdo publicar vídeos relacionado a jogos.



RELISE

77

Segundo Assis (2021), estudos apontam que o desejo em tornar-se YouTuber permanece em crianças de 6 a 17 anos e Robert Kyncl, chefe de conteúdo do YouTube fala que com o crescimento anual de 50% das visualizações que o YouTube mantém em 3 anos consecutivos, sua posição como líder está intacta creditando o surgimento de novos criadores de conteúdo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O artigo apresentou um estudo sobre o processo de criação de conteúdo idealizado para a plataforma YouTube, elencando elementos que vão desde os conceitos básicos das necessidades para a criação de um canal na plataforma, até o que deve ser feito para que este conteúdo alcance métricas tanto em visualizações quanto monetariamente.

O criador de conteúdo torna-se um integrante essencial para que todo o conteúdo na plataforma seja disponibilizado, pois este indivíduo interage diretamente com seus espectadores, fazendo com que essa interação remeta ao seu possível triunfo dentro da plataforma.

Compreender o espectador e entregar um conteúdo que provoque satisfação ao ser assistido é um papel difícil e cheio de particularidades. O planejamento detalhado da estrutura do conteúdo a ser desenvolvido e a profissionalização desta atividade são necessárias para um futuro promissor ao se investir na plataforma.

São diversos os ingressantes no Youtube com o objetivo de levar ao público conteúdo como forma de empreendedorismo, investindo tempo e recursos objetivando ofertar conteúdos atrativos e que fidelizem um público alvo, buscando atrair seguidores até o ponto de se tornar rentável a investida na plataforma, transformando a atividade de streaming em principal fonte de renda.

Para isso, é necessário o aperfeiçoamento das técnicas que diferenciam o conceito de ser um simples criador de conteúdo para a transformação em um



RELISE

78

YouTuber profissional, capaz de gerar renda com o conteúdo disponibilizado. Essa profissionalização requer um critério de atividades que devem ser empenhadas com esforço e criatividade, convertendo este criador de conteúdo em um novo profissional impulsionado pela nova perspectiva existente devido com o crescente acesso à internet e a popularização da plataforma de streaming.

REFERÊNCIAS

ABREU, Leandro. **23 estatísticas do Youtube que comprovam por que a plataforma é uma das maiores redes sociais.** Dez. 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/estatisticas-do-youtube/>. Acesso em: 31 out. 2021.

ALMEIDA, Beatriz. **Afinal, como funciona o SEO para o YouTube?.** Out. 2018. Disponível em: <https://gummy.digital/seo-para-youtube/>. Acesso em: 20 out. 2021.

AMARILDO, Lucas. **Thumbnail: o que é e como fazer para gerar mais resultados no YouTube.** Mai. 2021. Disponível em: <https://resultadosdigitais.com.br/blog/thumbnail/>. Acesso em: 19 out. 2021.

ARIMATHEA, Bruna. **Classes D e E têm 64% das casas com acesso à internet no Brasil, diz estudo.** Ago. 2021. Disponível em: <https://economia.uol.com.br/noticias/estadao-conteudo/2021/08/19/classes-d-e-e-tem-64-das-casas-com-internet.htm>. Acesso em: 28 out. 2021.

ASSIS, Marco. **Como escrever as melhores descrições do YouTube: dicas e exemplos.** Jan. 2021. Disponível em: <https://warpmedia.com.br/como-escrever-as-melhores-descricoes-do-youtube-dicas-e-exemplos>. Acesso em: 20 out. 2021.

ASSIS, Marco. **Prepare sua carreira para o futuro: como se tornar um YouTuber.** Abr. 2021. Disponível em: <https://warpmedia.com.br/prepare-sua-carreira-para-o-futuro-como-se-tornar-um-youtuber/>. Acesso em: 01 nov. 2021.

ÁVILA, Bruno. **Como evitar o strike no YouTube?.** Set. 2021. Disponível em: <https://sernotavel.com.br/como-evitar-o-strike-no-youtube/>. Acesso em: 29 out. 2021.



RELISE

79

AVILA, Bruno. **Qual a importância das tags para YouTube?**. Jul. 2021. Disponível em: <https://sernotavel.com.br/qual-a-importancia-das-tags-para-youtube/>. Acesso em: 20 out. 2021.

AVILA, Bruno. **Vinheta para Youtube: Saiba a importância dessa abertura para seu canal**. Jun. 2021. Disponível em: <https://sernotavel.com.br/vinheta-para-youtube-saiba-a-importancia-dessa-abertura-para-seu-canal/>. Acesso em: 19 out. 2021.

BARROS, Matheus. **YouTube anuncia 'Super Thanks', novo recurso para monetização de criadores**. Jul. 2021. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2021/07/20/internet-e-redes-sociais/youtube-anuncia-super-thanks-novo-recurso-para-monetizacao-de-criadores/>. Acesso em: 23 out. 2021.

BORGES, Claudia. **Como ganhar dinheiro no YouTube? 7 Dicas práticas e eficazes!**. Out. 2021. Disponível em: <https://www.mobills.com.br/blog/como-ganhar-dinheiro-no-youtube/>. Acesso em: 22 out. 2021.

CANCELIER, Mariela. **Veja o que os brasileiros mais pesquisaram no YouTube durante a pandemia**. Set. 2020. Disponível em: <https://mundoconectado.com.br/noticias/v/16154/veja-o-que-os-brasileiros-mais-pesquisaram-no-youtube-durante-a-pandemia>. Acesso em: 31 out. 2021

CAPELAS, Bruno. **'Não vamos voltar à era da TV por assinatura', diz diretor do YouTube**. Set. 2020. Disponível em: <https://link.estadao.com.br/noticias/empresas,nao-vamos-voltar-a-era-da-tv-por-assinatura-diz-diretor-do-youtube,70003531963>. Acesso em: 30 out. 2021

COELHO, Leo. **Youtuber! A profissão que proporciona poder aos jovens, mas que exige responsabilidade**. Mai. 2020. Disponível em: <https://www.nsctotal.com.br/colunistas/leo-coelho/youtuber-a-profissao-que-proporciona-poder-aos-jovens-mas-que-exige>. Acesso em: 17 jun. 2021.

DIAS, Paulo Henrique. **Como crescer no Youtube? 12 dicas que vão te ajudar a alavancar seu canal**. Fev. 2021. Disponível em: <https://plugarideias.com/2021/02/22/como-crescer-no-youtube/>. Acesso em: 13 out. 2021



RELISE

80

DIAS, Thais. **Relatório YouTube Shorts é novidade para criadores.** Fev. 2021. Disponível em: <https://influu.me/blog/relatorio-youtube-shorts-e-novidade-para-criadores/>. Acesso em: 29 out. 2021.

DIAS, Thais. **6 dicas bombásticas para escolher o nome do canal no YouTube.** Mai. 2019. Disponível em: <https://influu.me/blog/6-dicas-bombasticas-para-escolha-de-nome-para-canal-no-youtube/>. Acesso em: 19 out. 2021.

DUARTE, Livia. **Os 10 maiores Youtubers do Brasil em 2020.** Ago. 2020. Disponível em: <https://diariodoestado.com.br/os-10-maiores-youtubers-do-brasil-em-2020-70799/>. Acesso em: 31 out. 2021.

IORE, Matheus. **Para competir com TikTok, YouTube lança Shorts mundialmente.** Jul. 2021. Disponível em: <https://www.b9.com.br/147295/para-competir-com-tiktok-youtube-lanca-shorts-mundialmente/>. Acesso em: 01 nov. 2021.

FRANZÃO, Luana. **Pesquisa aponta que 81% dos brasileiros com mais de 10 anos usam a internet.** Ago. 2021. Disponível em: <https://www.cnnbrasil.com.br/tecnologia/pesquisa-aponta-que-81-dos-brasileiros-com-mais-de-10-anos-usam-a-internet/>. Acesso em: 28 out. 2021.

GODOY, Fabio. **Como ser um youtuber de sucesso? Passo a passo com 7 dicas.** Jun. 2020. Disponível em: <https://blog.eadplataforma.com/tecnologia/como-ser-youtuber-sucesso/>. Acesso em: 13 out. 2021.

GONÇALVES, Tálita. **As maiores redes sociais em 2021.** Jun. 2021. Disponível em: <https://etus.com.br/blog/as-maiores-redes-sociais-em-2021/>. Acesso em: 31 out. 2021.

JULIO, Karina Balan. **YouTube diversifica para manter liderança.** Set. 2016. Disponível em: <https://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2016/09/13/youtube-diversifica-para-manter-lideranca-em-video.html>. Acesso em: 1 nov. 2021.

KLEINA, Nilton. **A história do YouTube, a maior plataforma de vídeos do mundo.** Jul. 2017. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/youtube/118500-historia-youtube-maior-plataforma-videos-do-mundo-video.htm>. Acesso em: 14 jun. 2021.



RELISE

81

KYNCL, Robert. **Dez maneiras de monetizar no YouTube.** Ago. 2021. Disponível em: <https://blog.youtube/intl/pt-br/news-and-events/dez-maneiras-de-monetizar-no-youtube/>. Acesso em: 22 out. 2021.

LAVADO, Thiago. **Impacto do YouTube no PIB brasileiro foi de R\$ 3,4 bi em 2020.** Set. 2021. Disponível em: <https://exame.com/tecnologia/youtube-pib-brasileiro-r-34-bi-2020/>. Acesso em: 01 nov. 2021.

LEMOS, Marcos. **Seu Canal no Youtube é minúsculo (ou: Qual o tamanho do Youtube?).** Fev. 2018. Disponível em: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/youtube-shorts-pode-render-ate-r-50-mil-por-mes-para-criadores-de-conteudo-191606/>. Acesso em: 31 out. 2021.

LISBOA, Alveni. **YouTube Shorts pode render até R\$ 50 mil por mês para criadores de conteúdo.** Ago. 2021. Disponível em: <https://canaltech.com.br/redes-sociais/youtube-shorts-pode-render-ate-r-50-mil-por-mes-para-criadores-de-conteudo-191606/>. Acesso em: 29 out. 2021.

MARQUES, Kaite. **Bem-vindos à profissão Youtuber!.** Jun. 2018. Disponível em: <https://ensinointerativo.com.br/profissao-youtuber/>. Acesso em: 15 jun. 2021.

MARQUES, Keite. **Bem-vindos à profissão Youtuber!.** Abr. 2018. Disponível em: <https://ensinointerativo.com.br/profissao-youtuber/>. Acesso em: 28 out. 2021.

MOGNON, Mateus. **YouTube Music surpreende com 50 milhões de assinantes.** Set. 2021. Disponível em: <https://pipelinevalor.globo.com/negocios/noticia/youtube-music-surpreende-com-50-milhoes-de-assinantes.ghtml>. Acesso em: 1 nov. 2021.

MORAES, Joana. **Como ser um Youtuber: o que você precisa fazer para ter um canal de sucesso.** Fev. 2019. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/como-ser-um-youtuber/>. Acesso em: 15 out. 2021.

MOTA, Renato. **YouTube vê aumento da audiência na TV e quer aproveitar para faturar.** Mar. 2021. Disponível em: <https://olhardigital.com.br/2021/03/10/cinema-e-streaming/youtube-ve-aumento-da-audiencia-na-tv-e-quer-aproveitar-para-faturar/>. Acesso em: 28 out. 2021.



RELISE

82

MURATONI, Patrícia. **O que faz o YouTube ser tão essencial na vida das pessoas?**. Out. 2021. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/estrategias-de-marketing/video/o-que-faz-o-youtube-ser-tao-essencial-na-vida-das-pessoas/>. Acesso em: 01 nov. 2021.

NOVAES, Rafael. **O que fazem os YouTubers e quanto eles faturam**. Jul. 2014. Disponível em: <https://www.psafec.com/blog/youtubers-quanto-ganham/>. Acesso em: 15 jun. 2021.

PAREDES, Arthur. **Como monetizar seus vídeos do YouTube**. Fev. 2021. Disponível em: <https://www.iebschool.com/pt-br/blog/social-media/como-monetizar-seus-ideos-do-youtube/>. Acesso em: 22 out. 2021.

PERIN, Giulia. **YouTube Checks – A nova ferramenta de Direitos Autorais do YouTube**. Mar.2021. Disponível em: <https://somensomusica.cdbaby.com/youtube-checks-a-nova-ferramenta-de-direitos-autorais-do-youtube/>. Acesso em: 29 out. 2021.

ROACH, Andrew. **Como Ganhar dinheiro no Youtube em 2021**. Mai.2021. Disponível em: <https://www.oberlo.com.br/blog/como-ganhar-dinheiro-youtube>. Acesso em: 22 out. 2021.

RUSSO, Victor. **Como fazer um bom título para vídeos no YouTube?**. Out. 2018. Disponível em: <https://influu.me/blog/como-fazer-bom-titulo-youtube/>. Acesso em: 20 out. 2021.

RUSSO, Victor. **Metadados: o que são e por que é preciso entendê-los?**. Set. 2018. Disponível em: <https://influu.me/blog/o-que-sao-metadados-e-por-que-entender/>. Acesso em: 20 out. 2021.

RUSSO, Victor. **Qual é a importância do like no YouTube?**. Set. 2021. Disponível em: <https://influu.me/blog/qual-e-a-importancia-like-no-youtube/>. Acesso em: 29 out. 2021.

SANTOS, Sergio. **Internet e o mundo da mobilidade: o “boom” dos criadores de conteúdo**. Set. 2021. Disponível em: <https://canaltech.com.br/entretenimento/internet-e-o-mundo-da-mobilidade-o-boom-dos-criadores-de-conteudo/>. Acesso em: 28 out. 2021.

SATURNO, Ares. **Projeto de Lei quer regulamentar profissão de youtuber no Brasil**. Nov. 2018. Disponível em:



RELISE

83

<https://canaltech.com.br/legislacao/projeto-de-lei-quer-regulamentar-profissao-de-youtuber-no-brasil-126207/>. Acesso em: 22 jun. 2021.

SILVA, Gabriele. **Você conhece a profissão Youtuber?**. Set. 2018. Disponível em: <https://www.educamaisbrasil.com.br/educacao/carreira/voce-conhece-a-profissao-youtuber>. Acesso em: 15 jun. 2021.

TAKASHI, Eduardo. **Super Chat é opção de renda extra com o YouTube**. Abr. 2021. Disponível em: <https://comunicacaoecia.com.br/super-chat-e-opcao-de-renda-extra-com-o-youtube/>. Acesso em: 23 out. 2021.

VENTURA, Felipe. **Projeto de lei quer criar regras para contratar youtubers profissionais**. Nov. 2018. Disponível em: <https://tecnoblog.net/266184/projeto-lei-contratar-youtubers/>. Acesso em: 22 jun. 2021.