

YOUTUBERS: DO HOBBY AO EMPREENDEDORISMO

Kimberlin Rocha Villas Boas¹
Rodrigo Feitosa¹
Rosângela Maura Correia Bonici²

RESUMO: No YouTube, internautas começaram a produzir vídeos com baixo ou nenhum orçamento, sobre seus temas preferidos, e postá-los na rede mundial de computadores. O presente artigo tem por finalidade demonstrar o sucesso no processo de transformação de hobbies em negócios, através da verificação da audiência, em relação a uma população amostral, desse tipo de conteúdo entre os internautas brasileiros. Foi realizada uma ampla pesquisa exploratória sobre os temas relacionados ao presente estudo, baseada em diversas fontes de informações. Para identificação das variáveis envolvidas no sucesso desse tipo de empreendimento, foi realizada uma pesquisa quantitativa por amostragem casual com um grupo de pessoas que se utilizam de internet e redes sociais. Com o exposto, o presente estudo, pretende demonstrar que, o fenômeno dos chamados youtubers, reside justamente nesta zona de convergência, na qual seus idealizadores observaram em seus hobbies, ou na criação de dispositivos para atender seus desejos, uma possível demanda do mercado. Verificou-se que há relação entre o sucesso de vídeos do YouTube e a identificação dos usuários com hobbies que são compartilhados pelos youtubers na rede social.

PALAVRA-CHAVE: YouTube, empreendedorismo, youtubers

1 INTRODUÇÃO

Atualmente, o avanço tecnológico e a expansão da internet provocaram o que se pode chamar de democratização do audiovisual. Antes, estas produções eram feitas basicamente por emissoras de televisão e grandes produtoras. Com o surgimento de sites de streaming e compartilhamento de vídeos, como o YouTube, internautas começaram a produzir vídeos com baixo ou nenhum orçamento, sobre seus temas preferidos, e postá-los na rede mundial de computadores.

¹ Graduandos em Comércio Exterior na Faculdade de Tecnologia da Zona Leste – FATEC-ZL

² Professora orientadora do projeto

O surgimento da que, atualmente, é a maior plataforma mundial de vídeos na internet, o YouTube, consolidou esta democratização do audiovisual. Internautas, em sua maioria jovens, começaram a produzir vídeos em seus próprios quartos, em suas casas, com baixo ou nenhum orçamento, sobre os temas que mais gostavam: videogame, maquiagem, humor, diários de suas vidas, dentre tantos outros, e começaram a postar seus vídeos na mencionada plataforma.

Com o exposto, o presente estudo, pretende demonstrar que, o fenômeno dos chamados youtubers, reside justamente nesta zona de convergência, na qual seus idealizadores observaram em seus hobbies, ou na criação de dispositivos para atender seus desejos, uma possível demanda do mercado.

2 REVISÃO DA LITERATURA

2.1 Empreendedorismo

Dornelas (2014), considera o empreendedorismo como o envolvimento de pessoas e processos em situações coletivas, a fim de transformarem ideias em oportunidades, que quando implementadas, levam à criação de negócios de sucesso.

Chiavenato (2012), parece priorizar a conceituação de quem seria o empreendedor ao invés do empreendedorismo em si. Para o autor, “empreendedor é a pessoa que inicia e/ou dinamiza um negócio para realizar uma ideia ou projeto pessoal assumindo riscos e responsabilidades e inovando continuamente” (CHIAVENATO, 2012, p.3). Chiavenato completa o conceito de empreendedor, em sua visão, dizendo que este é o indivíduo que consegue fazer com que as coisas aconteçam, por ter sensibilidade para os negócios e capacidade de identificar oportunidades. Dotado destas qualificações, tem a capacidade de transformar ideias em realidade, tanto para seu benefício próprio, como para o da comunidade (CHIAVENATO, 2012).

Dornelas, em seu blog, cita o resultado de um recente estudo da Kauffman Foundation nos EUA: “aqueles que criaram empresas que têm pelo menos 5 anos de vida, desenvolvendo produtos ou serviços inovadores para atender uma demanda pessoal, representam 46% dos empreendedores inovadores bem-sucedidos” (DORNELAS, 2016).

Todo hobby, a princípio, é uma atividade recreativa, que não está associada a ganhos financeiros, no entanto, centra-se na satisfação de um desejo ou necessidade daquele que o desenvolve. Ora, nesta perspectiva, embasado nos autores supracitados, um hobby pode se tornar um negócio, e mais do que isso, um empreendimento.

Segundo Guillebeau (2013), há um ponto de intersecção, ou convergência, que representaria esse campo, no qual encontra-se o que é valorizado pelo mercado e a paixão do indivíduo que inicia um negócio.

2.2 YouTube

De acordo com Burgess e Green (2009), o YouTube foi fundado em 2005, pelos amigos e ex-funcionários do site PayPal, Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, e foi vendido para o Google em outubro de 2006, pela incrível quantia de US\$ 1,65 bilhões. A princípio, o site tinha uma ambição simples, como único objetivo a publicação e visualização de conteúdos audiovisuais na internet, sem a necessidade de um conhecimento tecnológico mais avançado

Burgess e Green (2009) citam que “A maioria das versões da história do YouTube se encaixa no mito dos empreendedores de garagem do Vale do Silício, nos quais a inovação tecnológica e comercial brota de jovens visionários...” (BURGESS E GREEN, 2009, p. 18). Ora, aqui podemos notar que tal citação coincide com os conceitos de empreendedor que abordamos na primeira parte deste capítulo.

O YouTube tornou-se o grande *case* de cultura participativa da internet e a verdadeira democratização do audiovisual. Todo e qualquer internauta pode criar seu canal no site e lançar um conteúdo audiovisual na internet, e desta forma compartilhar suas necessidades, seus anseios, experiências, expressar suas idéias, sua criatividade, dar suas sugestões, enfim, divulgar o que desejar de sua vida para o mundo. Até mesmo o seu já consagrado slogan, confirma essa concepção: “Broadcast yourself”, podendo ser traduzido para o português como “transmita-se”.

Fatores como o avanço tecnológico, a expansão da internet e a popularização do uso de smartphones, explicam o grande sucesso do YouTube nos dias atuais. Com estas condições, abriu-se espaço para a produção de conteúdo audiovisual para internet. Estes internautas, supracitados, responsáveis pela produção e divulgação de conteúdos audiovisuais de maneira independente das grandes emissoras de televisão e produtoras de cinema, são os denominados youtubers, conceito que segundo Burgess e Green (2009) identifica os atores mais ativos desta mídia social. E deste universo de youtubers, onde muitos começaram como um hobby, surgiram novos empreendedores e também verdadeiros *cases* de sucesso.

Segundo artigo publicado no site Techtudo (2015), devido ao Google ser uma empresa cuja lucratividade provinha principalmente de publicidade, adquirir o YouTube seria uma maneira de expandir seu programa de anúncios AdSense, através dos vídeos (TECHTUDO, 2015). Ou seja, desde o início, o Google já visualizava o potencial que o site tinha para gerar negócios e expandir sua audiência.

O que talvez não fosse esperado, é que o YouTube iria gerar uma nova profissão, transformando pessoas comuns em celebridades instantâneas, com uma verdadeira legião de seguidores, e que hoje, realmente faturam alto através de sua exposição na rede de vídeos: os youtubers.

2.3 A profissão de youtuber

O fator chave para que os youtubers partissem do anonimato para o estrelato, foi a conexão que estabeleceram com os seus fãs. O interessante aqui é que, em sua maioria, esta conexão ocorreu de maneira natural, e eles não imaginavam que se tornariam famosos e bem-sucedidos.

Quando começaram a produzir seus vídeos, não tinham a pretensão de ganhar com publicidade ou qualquer outra forma de faturamento oriunda do site. O objetivo inicial e principal, era falar sobre seus hobbies, sobre assuntos que gostavam e tinham paixão, e então compartilhá-los na internet.

Em outras vezes, começaram como uma diversão. Mas na interatividade do mundo digital, a resposta do público é imediata ao conteúdo publicado. A similaridade entre o público e os protagonistas dos canais, fez com que esta audiência se sentisse legitimamente representada, pois ali, não estava um ser inatingível e longínquo, mas sim alguém como eles, gente como a gente.

Pessoas que transmitiam parte de suas vidas, através de um vídeo, que não foi produzido em grandes estúdios ou com câmeras profissionais de cinema, mas sim em grande parte, produzido ali mesmo, no quarto do YouTuber, roteirizado, gravado e editado por ele mesmo.

Segundo Recuero (2009), uma rede social é um conjunto de dois elementos: os atores e suas conexões. Ela relata sobre a importância desta interação:

Em termos gerais, as conexões em uma rede social são constituídas dos laços sociais, que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores. De um certo modo, são as conexões o principal foco do estudo das redes sociais, pois é sua variação que altera as estruturas desses grupos. (RECUERO, 2009, p. 30).

O momento de transformação cultural, social, tecnológico e mercadológico, conceituado por Jenkins (2009) como “cultura da convergência” ou “era da convergência”, também propiciou o cenário ideal para a propagação do fenômeno youtubers. Jenkins conceitua convergência da seguinte forma:

Por convergência, refiro-me ao fluxo de conteúdos através das múltiplas plataformas de mídia, à cooperação entre múltiplos mercados midiáticos e ao comportamento migratório dos públicos dos meios de comunicação, que vão a quase qualquer parte em busca de experiências de entretenimento que desejam (JENKINS, 2009, p.29).

Se até então, muitas pessoas dotadas de talento e criatividade, não podiam se expressar através de conteúdos audiovisuais pois o acesso à produção dos mesmos era restrito às grandes produtoras e aos canais de televisão, agora o YouTube torna-se o recinto de expressão do talento e criação independente destes atores mais ativos da rede, os youtubers, que chegam a se dedicar doze horas de seu dia criando e produzindo

conteúdo para seus canais. Anderson (2006), afirma: “Como os meios de produção se difundiram com tamanha amplitude, entre tantas pessoas, os talentosos e visionários, ainda que representem uma pequena fração do total, já são uma força a ser levada em conta” (ANDERSON, 2006, p.62).

Nos vídeos publicados, o internauta encontra uma oferta vasta de conteúdos autorais dos mais diversos temas e interesses: humor, viagens, moda, videogames, maquiagem, entretenimento, política, música, pegadinhas, tutoriais, gastronomia, desenhos animados, paródias, dentre tantos outros que compõe um extenso catálogo. É uma verdadeira enciclopédia virtual.

A crescente audiência, sobretudo na camada mais jovem da população, passou a despertar o interesse de anunciantes, e o fenômeno dos youtubers também passou a ter apoio da plataforma, para começar a monetizar seus vídeos. Desta forma, os usuários que possuíam um maior número de visualizações e frequência na produção de vídeos, começaram a faturar com seus canais.

Nota-se claramente a zona de convergência de Guillebeau, já citada no primeiro capítulo deste estudo: a intersecção entre a paixão do YouTuber e aquilo que desperta interesse em sua audiência, transformando o hobby em empreendimento, gerando negócios e lucratividade.

2.4 Os youtubers brasileiros

De acordo com matéria publicada no site da revista Exame, Amy Singer, gerente de parcerias estratégicas do YouTube, afirmou que os brasileiros formam o segundo mercado consumidor de vídeos na internet (EXAME, 2014).

Provando ainda o crescente sucesso dos profissionais youtubers no Brasil, principalmente entre o público jovem, os resultados da pesquisa “Os Novos Influenciadores: Quem Brilha na Tela dos Jovens Brasileiros”, realizada com adolescentes entre 14 a 17 anos, pela Provokers para o Google e Meio e Mensagem, entre outubro e novembro de 2015, apontam que entre as vinte personalidades de vídeo mais admiradas por adolescentes, dez já são youtubers (MEIO E MENSAGEM, 2016).

Essa grande audiência de internautas brasileiros interessados no consumo de vídeos online, somado à expressividade do YouTube no Brasil, enquanto rede social, foram elementos chave que alavancaram o sucesso da profissão de YouTuber no Brasil, gerando vários *cases* de verdadeiro sucesso.

O famoso canal “Porta dos Fundos” é considerado o maior destes *cases* de sucesso no Brasil, com um total de 13.008.129 inscritos e 2.480.718.546 visualizações até o dia da pesquisa para este estudo, tornando-se um incrível fenômeno da internet.

No ranking dos 100 maiores canais do mundo por número de inscritos do site Social Blade, o canal Porta dos Fundos figura na impressionante 31ª posição, ainda mais se considerarmos que ele tem apenas três anos de existência, conforme informado no próprio site Porta dos Fundos (PORTA DOS FUNDOS, 2016).

Idealizado, a princípio, de forma despretenciosa por cinco amigos que estavam insatisfeitos com a falta de liberdade criativa na televisão aberta brasileira, o Porta dos Fundos, como descrito no site oficial do canal, é um canal de esquetes de humor no YouTube (PORTA DOS FUNDOS, 2016).

A fórmula de humor irreverente, provocativo e muitas vezes, politicamente incorreto, atingiu de forma certa o gosto dos internautas, que passaram a seguir o canal, para acompanhar os vídeos. O sucesso dois vídeos foi então, estrondoso, sendo que assim que são lançados, a maioria deles atinge rapidamente a marca de um milhão de visualizações.

Esse sucesso e exposição proporcionado pelo YouTube, trouxe inúmeras oportunidades ao Porta dos Fundos. Primeiramente, diversas marcas começaram a contratar os participantes do canal para falar de seus produtos de uma forma diferente e engraçada. A partir desse momento, as oportunidades não pararam de aparecer. Hoje, possuem diversos projetos além do canal no YouTube, como a produção de conteúdo para séries para internet, campanhas publicitárias, espetáculos de stand-up, e-commerce com produtos licenciados da marca Porta dos Fundos, produção para televisão, e até mesmo cinema.

O Porta dos Fundos pode ser visto como o grande exemplo de um canal no YouTube no Brasil, que começou como um hobby entre seus integrantes, e acabou se tornando uma empresa de sucesso e um negócio altamente rentável, se tornando um exemplo para outros youtubers.

Kéfera Buchmann de Mattos Johnson Pereira, mais conhecida simplesmente como Kéfera, é uma atriz, vlogueira, Youtuber, dubladora, apresentadora, escritora e cantora brasileira. Ficou mais conhecida com o canal do YouTube "5inco Minutos", um dos primeiros canais do Brasil a atingir um milhão de inscritos. Em 2016 foi eleita pela revista Forbes como uma das jovens mais promissoras do Brasil

Whindersson Nunes Batista é um comediante, vlogueiro e youtuber brasileiro conhecido pelos seus vídeos de humor no YouTube desde 2013. Em dezembro de 2016 possuía o maior canal brasileiro no YouTube e 29º do mundo, com cerca de 15 milhões de inscritos. O canal de Whindersson na plataforma de compartilhamento de vídeo – YouTube – alcançou no dia 14 de julho de 2016 a marca de 10 milhões de inscritos. Com esses números, ele se tornou o segundo canal com mais inscritos no Brasil, ficando atrás apenas do Porta dos Fundos, tendo ultrapassado este e se tornando o maior canal do Brasil menos de três meses depois

Júlio César Pinto Cocielo, com 22 anos, nascido dia 25 de maio de 1993, morando atualmente em Osasco, no estado de São Paulo. Dono do Canal Canalha, criado dia 7 de

abril de 2011, Júlio Cocielo, como prefere ser chamado, postou seu primeiro vlog intitulado “Comerciais” dia 25 de outubro do mesmo ano, 2011. Após seu primeiro vídeo ser publicado, o youtuber foi prolongando essa ideia de compartilhar momentos de sua vida e sempre usando seu humor como forma de convite para quem o assistia. Quadros como “Solo a Dois”, “Canalha Responde” e “Vida Real”, foram o pontapé inicial para que esse rapaz, além do canal em si, ficasse popular. No início do ano, em fevereiro de 2015, o Canal Canalha atingiu a marca de 1 milhão de inscritos.

Pedro Rezende ou Rezende é um youtuber brasileiro. Um dos maiores youtubers brasileiros, o canal de Rezende já tem mais de 6 milhões e 700 mil inscritos, ele é um dos youtubers brasileiros que mais ganha com o YouTube, pois o nicho do canal de Rezende é muito lucrativo. Segundo o site Social Blade, os ganhos do canal Rezende Evil podem chegar a 578 mil dólares e a quase 7 milhões de dólares por ano, essas estatísticas variam bastante, sendo que ele pode ganhar um valor mais inferior, no mínimo 500 mil dólares por ano.

Iberê Thenório, o criador do Manual do Mundo (um dos canais com mais inscritos no YouTube). Ele grava vários vídeos com experiências científicas simples e muito impressionantes. Isso inclui o famoso e intrigante fluido não-newtoniano e até mesmo o sangue artificial comestível. Iberê é jornalista e criou o Manual do Mundo na metade de 2008. Desde então, atua, grava, edita e compõe a trilha sonora de seus vídeos sobre matemática, química, física, biologia e tudo mais que for científico. O Manual do Mundo é, atualmente, referência nos temas em que se propõe a trabalhar.

3 MÉTODOS

A metodologia utilizada se baseia em uma pesquisa exploratória, com extensa consulta de materiais teóricos diversas fontes, periódicos, artigos bem como sites da internet que abordam assuntos inerentes à temática em estudo. Com foco na ampliação investigatória o uso da citada metodologia é essencial, potencializando o entendimento à cerca da temática abordada no presente trabalho (PRODANOV & FREITAS, 2013).

Para ampliar o alcance do presente estudo, foi realizada uma pesquisa quantitativa se valendo de uma amostra formada pelos internautas brasileiros cadastrados no YouTube.

Utilizou-se como amostra diversos contatos ligados ao presente grupo de pesquisa, que estão inscritos nas redes sociais dos pesquisadores e tenham respondido que assistem vídeos no YouTube.

Utilizou-se amostragem casual ou aleatória simples através de amostragem intencional ou por julgamento.

A coleta dos dados foi efetuada por meio de questionário produzido utilizando-se a ferramenta Google Forms, com perguntas inerentes e necessárias a verificação de variáveis inerentes à pesquisa. Nas figuras 1 e 2 é possível se verificar o leiaute do

formulário bem como as perguntas e alternativas feitas para a amostra utilizada. Participaram da pesquisa um total de 215 pessoas.

Figura 1- Questionário desenvolvido e utilizado

Youtubers - Do hobby ao empreendedorismo

Formulário para pesquisa À respeito de Youtubers

***Obrigatório**

Etnia *

Preto(a)

Pardo(a)

Índio(a)

Branco(a)

Amarelo(a)

Idade: *

Sua resposta

Renda familiar per-capita: *

Abaixo de um salário mínimo e meio

Entre um salário mínimo e meio e dois salários mínimos

Acima de dois salários mínimos

Utiliza redes sociais com que frequência? *

Diariamente

Semanalmente

Mensalmente

Outro:

É assinante ou acompanha constantemente quantos canais do Youtube? *

Menos que 2

Entre 2 e 5

Entre 5 e 10

Mais que 10

Quantos vídeos do Youtube, produzidos por Youtubers, você assiste em média ao mês? *

Menos de 10

Entre 10 e 20

Entre 20 e 40

Entre 40 e 80

Mais de 80

A maioria dos canais que você acompanha ou vídeos que você assiste no Youtube tem como foco: *

Jogos

Educação

Cultura

Entrevistas

Outro:

Marque os nomes de Youtubers que conhece ou já ouviu falar na internet: *

Kéfera Buchmann é uma atriz, vlogueira, Youtuber, dubladora, apresentadora, escritora e cantora brasileira.

Whindersson Nunes comediante, vlogueiro e youtuber brasileiro conhecido pelos seus vídeos de humor.

Pedro Rezende , é um vlogueiro , gamer, seus vídeos são baseados no jogo "Minecraft" onde mostram cenas ou oferecem estratégias para o jogo.

Júlio César, Dono do Canal Canalha, Comerciais , Solo a Dois entre outros. Seus vídeos são conhecidos por sempre usando seu humor como forma de convite .

Iberê Thenório o criador do Manual do Mundo, seus vídeos são conhecidos pelas experiências científicas simples e muito impressionantes.

Marque os nomes de canais do Youtube que conhece ou já ouviu falar: *

Canal KondZilla, músicas eletrônicas.

Porta dos Fundos, humor .

AuthenticGames .

Rezende Evil, gamer.

Whindersson Nunes, humor.

Dos vídeos que você assiste no YouTube, qual percentual aproximado tem a ver com algum hobby que você possui desde criança/adolescência? *

Menos de 10%

Entre 10 e 25%

Entre 25 e 50%

Entre 50 e 75%

Mais de 75%

Fonte: Autor.

4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

Através de pesquisa de amostragem casual, realizada com um total de 215 indivíduos verificou-se características inerentes ao perfil dos usuários do YouTube com a obtenção de diversos resultados importantes ao presente estudo.

Do total de participantes da pesquisa, 44% são brancos, 44% possuem renda familiar per capita superior a 2 salários mínimos e 52% estão dentro da faixa etária de 18 a 27 anos de idade, de acordo com os gráficos 1,2 e 3. Por outra vertente, 93% dos pesquisados utiliza as redes sociais diariamente, de acordo com gráfico 4.

Gráfico 1 – Idade dos participantes

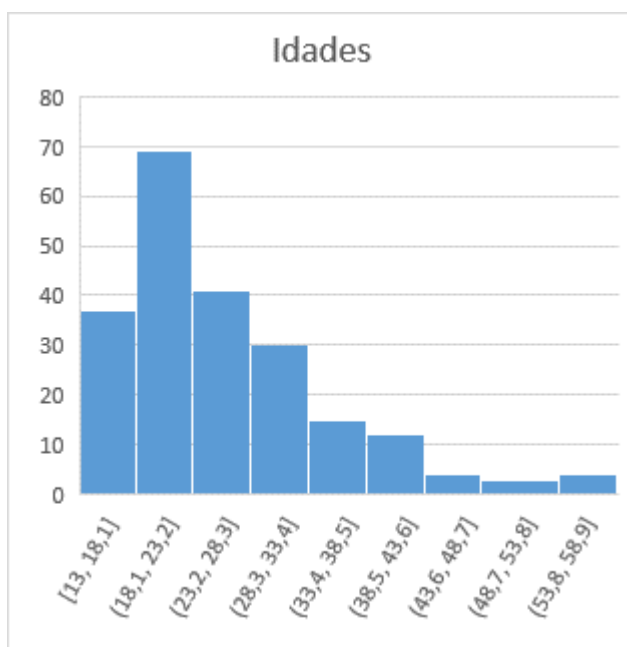


Gráfico 2 – Etnia dos participantes

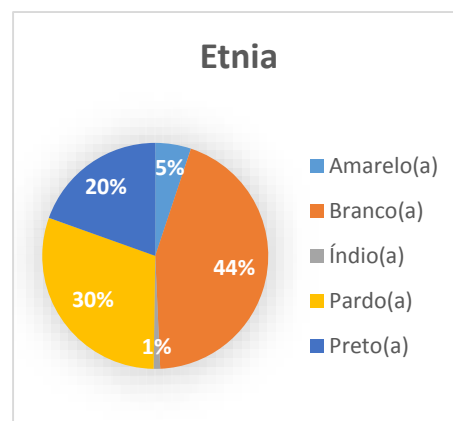


Gráfico 3 – Renda per-capita

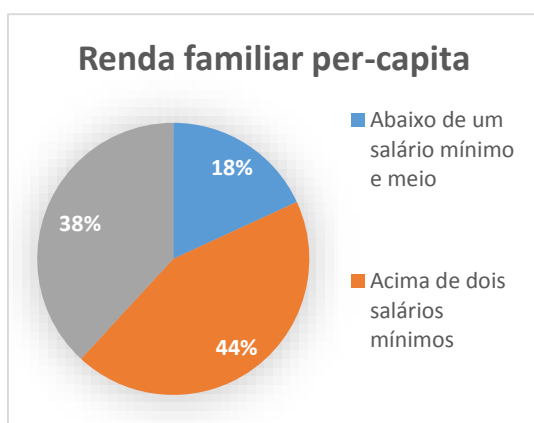
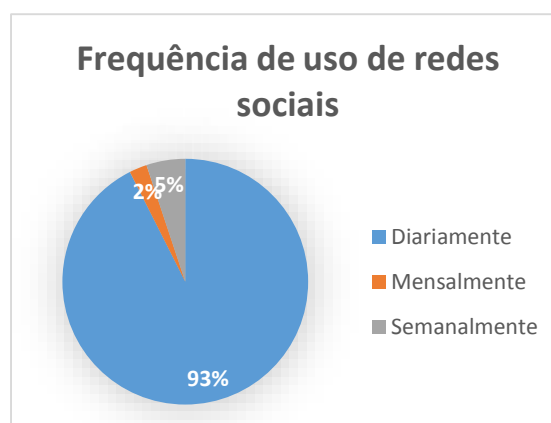


Gráfico 4 – Uso de redes sociais



Foi obtido também na pesquisa que 17% é assinante ou acompanha mais de 10 canais no YouTube constantemente, 50% dos pesquisados assiste mais que 10 vídeos produzidos por youtubers em média ao mês, conforme gráficos 5 e 6.

Gráfico 5 – Vídeos assistidos por mês

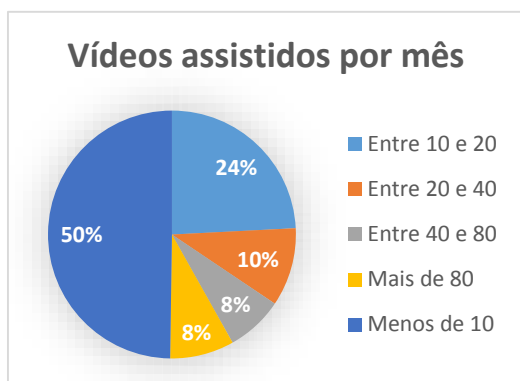


Gráfico 6 – Canais assinados no YouTube

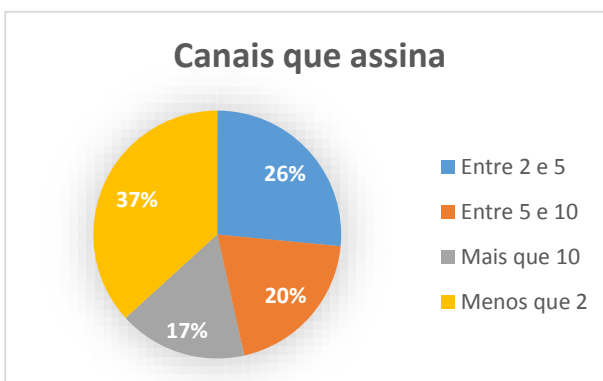


Gráfico 7 – Modalidade dos canais

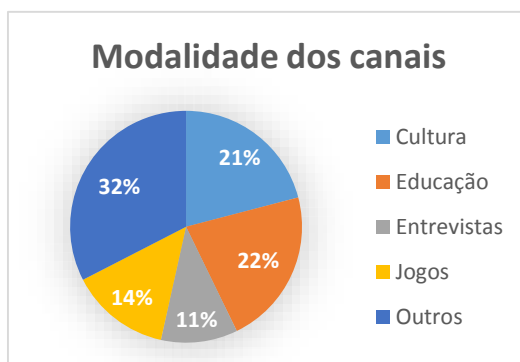
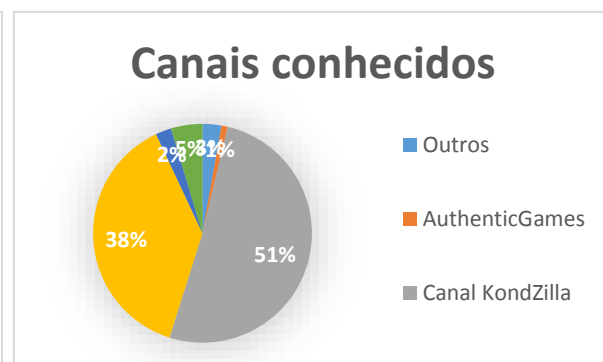


Gráfico 8 – Canais conhecidos



Na pesquisa, quanto a questão do foco dos canais ou vídeos que são assistidos no YouTube, 43% tem como temas cultura e educação, 25% jogos e entrevistas e 32% outras temáticas, de acordo com gráfico 7.

Em relação aos canais e youtubers mais conhecidos pelos participantes da pesquisa, figuram no topo dos canais mais conhecidos o Canal KondZilla, produtor e divulgador de clipes musicais, e o canal Porta dos Fundos, que produz conteúdos de comédia e entretenimento. Ambos correspondem a 89% das menções, conforme gráfico 8.

Gráfico 9 – Youtubers conhecidos

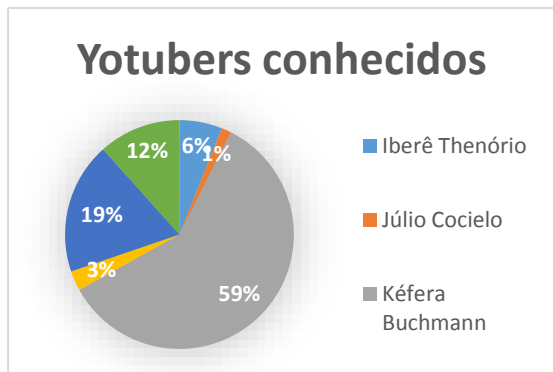
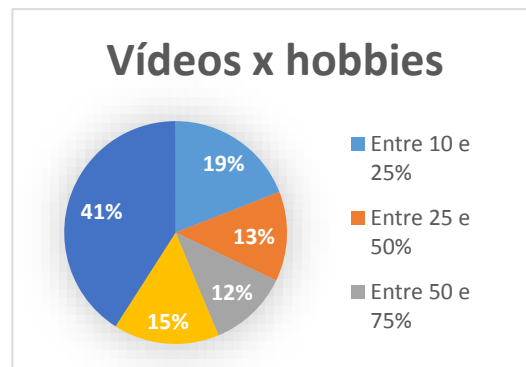


Gráfico 10– Vídeos relacionados a hobbies



Entre os youtubers mais conhecidos Kefera Buchmann e Windersson Nunes representam 79%, de acordo com gráfico 9. Em relação ao percentual de vídeos assistidos que tem relação com algum hobby que o pesquisado tinha quando criança/adolescente ou ainda tem, 27% afirmam que mais de 50% dos vídeos tem a ver com seu hobby, conforme gráfico 10.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A forma como os empreendimentos e empreendedores surgem vem sendo modificado nos últimos anos. O fenômeno do surgimento em massa de youtubers e canais de Youtuber que geram muito rendimento para pessoas, até então, desconhecidas, bem como a velocidade com que o processo de chegada à fama vem ocorrendo, chama atenção da comunidade científica para a realização de pesquisas que demonstrem fatores impulsionadores dessa nova realidade.

Através da pesquisa realizada verificou-se que a cultura de valorização de conteúdos da internet no Brasil, possui relação com a classe social, etnia e idade do usuário das redes sociais. Pessoas brancas, com renda per capita acima de dois salários mínimos e pertencentes a faixa etária de 18 a 27 anos são os principais usuários desse tipo de rede social.

Também se constatou que, apesar de 43% dos conteúdos assistidos serem relacionados a temas de cultura e educação, o tipo de vídeo mais visualizado no YouTube ainda são os clipes musicais, representados na presente pesquisa pelo canal Kondzilla que teve o maior número de menções entre os entrevistados. Khefera Buchmann figura como sendo a youtuber mais conhecida.

Em relação à conexão dos hobbies que se transformam em empreendimentos de sucesso no YouTube, por conta de milhares de usuários que se identificam com os conteúdos produzidos a partir de interesse comuns com os youtubers, identificou-se que para mais de um quarto dos pesquisados esse tipo de conteúdo corresponde a metade dos vídeos assistidos.

A quantidade de vídeos assistidos, a frequência de visualizações e a quantidade de canais acompanhados, evidencia que há forte conexão do sucesso de diversos canais de YouTube com os hobbies comumente compartilhados entre youtubers e usuários da rede social de vídeo produções.

REFERÊNCIAS

ANDERSON, Chris. A cauda longa: do mercado de massa para o mercado de nicho. Rio de Janeiro: Campus, 2006.

BURGESS, Jean. GREEN, Joshua. YouTube e a revolução digital. 1. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

CHIAVENATO, Idalberto. Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor. 4. ed. Barueri: Manole, 2012.

DORNELAS, José Carlos Assis. Empreendedorismo: transformando idéias em negócios. 5. ed. Rio de Janeiro: Empreende/LTC, 2014.

DORNELAS, José. Empreendedores que dão certo criam produtos para satisfazer os próprios desejos. Disponível em: <<http://www.josedornelas.com.br/artigos/empreendedores-desejos/>>. Acesso em: 12 fev. 2017

EXAME. YouTube afirma que Brasil é o segundo país em consumo de vídeos no portal. Disponível em: <<http://exame.abril.com.br/tecnologia/noticias/YouTube-afirma-que-brasileiros-sao-maiores-consumidores-de-videos-no-portal>>. Acesso realizado em 01/06/2016.

JCOCELO. Júlio Cocielo. Disponível em :<<http://portaljcoocielo.tumblr.com/julioocielo>>. Acesso em: 22 mar. 2017.

JENKINS, Henry. Cultura da convergência. 2. ed. São Paulo: Aleph, 2009.

GUILLEBEAU, Chris. A startup de \$100 – abra o negócio dos seus sonhos e reinvente sua forma de ganhar a vida. São Paulo: Saraiva, 2013.

MEIO E MENSAGEM. Os mais influentes entre jovens do Brasil. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/midia/2016/01/11/os-mais-influentes-entre-jovens-do-brasil.html>>. Acesso em: 10 fev. 2017.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C.; Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Acadêmico, 2. ed., Novo Hamburgo, 2013.

PORTA DOS FUNDOS. Sobre o Porta. Disponível em: <<http://www.portadosfundos.com.br/sobre/>>. Acesso em: 10 fev. 2017.

PURE PEOPLE. Biografia de Kéfera Buchman. Disponível em: <http://www.purepeople.com.br/famosos/kefera-buchmann_p545238>. Acesso em: 20 mar. 2017.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet. Porto Alegre: Sulina, 2009.

TECHTUDO. YouTube faz 10 anos: descubra qual foi o primeiro vídeo do site. Disponível em: <<http://www.techtudo.com.br/noticias/noticia/2015/02/YouTube-faz-10-anos-descubra-qual-foi-o-primeiro-video-do-site.html>>. Acesso em: 10 fev. 2017.

TECMUNDO. Iberê Thenório: o Beakman brasileiro. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/ibere/16023-ibere-thenorio-o-beakman-brasileiro.htm>>. Acesso em: 30 mar. 2017.

TUDO INFORMATION. Webcelebridade. Conheça Pedro Rezende (Rezende Evil) o youtuber que mais ganha no YouTube brasileiro. Disponível em: <<http://www.tudoinformation.com.br/conheca-pedro-rezende-rezende-evil-o/>>. Acesso em: 30 mar. 2017.

WHINDERSON NUNES. Biografia. Disponível em: <<http://whinderssonnunes.weebly.com/biografia.html>>. Acesso em: 20 mar. 2017.