



Fundação Educacional do Município de Assis
Instituto Municipal de Ensino Superior de Assis
Campus "José Santilli Sobrinho"

Rafael Portes Bueno

Victor Hugo Torres dos Santos

BROADCAST YOURSELF

Um estudo do Youtube com olhar publicitário

**Assis
2013**

Rafael Portes Bueno

Victor Hugo Torres dos Santos

BROADCAST YOURSELF

Um estudo do Youtube com olhar publicitário

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto
Municipal de Ensino Superior de Assis como requisito
do Curso de Graduação

Orientando: Rafael Portes Bueno

Orientando: Victor Hugo Torres dos Santos

Orientador: Alex Lima

Co-orientadora: Leonice Martins

**Assis
2013**

FICHA CATALOGRÁFICA

BUENO, Rafael P.

SANTOS, Victor Hugo T.

**BROADCAST YOURSELF Um estudo do Youtube com olhar publicitário /
RAFAEL PORTES BUENO, VICTOR HUGO TORRES DOS SANTOS..**

Fundação Educacional do Município de Assis – FEMA - Assis, 2013.

53p.

Orientador: Alex Lima.

Trabalho de Conclusão de Curso – Instituto Municipal de Ensino

Superior de Assis – IMESA.

1. Youtube. 2. Publicidade. 3. Vídeos.

CDD:659.1

Biblioteca da FEMA

Dedicatória

Dedico ao meu pai que não poderá estar presente.

Agradecimentos

Com esse trabalho de conclusão de curso agradeço primeiramente minha mãe Marina que me ajudou a completar mais essa fase. A Lais, minha amada namorada que esteve sempre ao meu lado me ajudando da melhor maneira que conseguisse.

Victor, amigo que aturou quatro anos de piadas, trabalhos sérios, cultura e assuntos inúteis que particularmente somos os melhores, sem ele esse trabalho não seria como ficou. Felipe, meu primo que ajudou a começar tudo isso. Ao Rodrigo, Felipe Bill e Fernanda por todas as piadinhas e companheirismo já antigo e que sempre faz falta.

Agradeço ao Artur, Alan e Matheus por serem amigos e acompanharem várias idas ao bar e a comemorar qualquer coisa.

Roberto Pimenta por ser uma pessoa boa e me ajudar sempre que precisasse, assim como toda a equipe da Sermov.

Agradeço a Leo que ajudou no começo do trabalho, mas acabou se desligando por motivos maravilhosos e de força maior. Agradeço ao Alex que ajudou após a Leo e foi um ótimo orientador.

Agradeço a todos que contribuíram mesmo que indiretamente com a conclusão deste.

Dedicatória

Dedico este trabalho aos meus pais, minha família, minha namorada e a todos que acreditaram em mim.

Agradecimentos

Primeiramente, agradeço a Deus por ter me dado saúde, paciência e sabedoria nos momentos mais difíceis.

Agradeço a meus pais, Arnaldo e Isabel Cristina que me deram a possibilidade de ter uma graduação, abdicando muitas vezes de seus próprios sonhos, sempre estando ao meu lado ensinando os valores da vida com honestidade, honra e muita luta. Além da minha avó Natalina, que foi parte fundamental em minha criação e formação como pessoa. Se sou o que sou hoje, devo a vocês.

Agradeço a minha Lauren por representar tudo pra mim e ser meu porto seguro. Obrigado por ser a melhor amiga e namorada para mim. Sem você tudo seria mais difícil.

Agradeço ao amigo, companheiro de viagens, de sala e de TCC Rafael por ter me aguentado durante toda esta jornada com muita paciência, do primeiro dia de aula até a conclusão deste trabalho.

Agradeço aos orientadores Leonice e Alex. A primeira, pela participação no primeiro semestre, na escolha do tema e que teve que nos deixar pelo motivo mais compreensível do mundo que é o de ser mãe. O segundo, pela grande ajuda quando nós nos víamos desamparados, sem orientação e nos ajudou nos rumos de nosso trabalho sendo parte fundamental na realização do mesmo.

Agradeço aos amigos de sala e faculdade Alan, Artur, Mateus, Lucas, Matheus Castilho e Felipe que foram parte importante no meu crescimento como pessoa ao longo desses anos com conversas, risadas, reclamações e muito aprendizado.

Agradeço a todos os professores da FEMA que me ensinaram muito em todos os anos de faculdade.

Meus sinceros e eternos agradecimentos a todos que de alguma forma contribuíram direta ou indiretamente para meu êxito nesta formação acadêmica ao longo destes quatro

“Agradeço a todos que me disseram não, foi por isso que eu fui lá e fiz.”

Albert Einstein.

RESUMO

O presente trabalho de pesquisa tem por objetivo estudar a rede social Youtube. Analisar esta mídia social que veio para ficar e que desde o ano de 2005 está mudando a história da internet contribuindo e muito para a globalização mundial. Exploraremos o que envolve o site principalmente em sua parte comercial e publicitária. Como e porque anunciar utilizando as ferramentas que ele oferece através dos vídeos visando obter rentabilidade financeira no futuro.

Por fim, serão apresentados neste TCC os principais canais que se proliferam pelo site e que obtém mais sucesso em âmbito nacional. Veremos os mais inscritos, os mais vistos, os preferidos dos usuários e os que já conseguem ganhos com publicidade e merchandising.

Palavras-chave: Youtube, vídeos e internet.

ABSTRACT

The present research aims to study the social network Youtube. To analyze this social media is here to stay and that since 2005 is changing the history of the internet and contributing much to the world globalization. Explore what the site involves mainly in its commercial part and advertising. How and why to advertise using the tools it offers through the videos in order to obtain financial profitability in the future.

Finally, will be presented in this TCC major channels that proliferate by the website and get more success nationwide. We will see the most subscribed, most viewed, preferred by users and those who can already gain advertising and merchandising.

Key-words: Youtube, vídeos and internet.

Lista de ILUSTRAÇÕES

FIGURA 1 – Fundadores do Youtube – p. 14

FIGURA 2 – Comparação Youtube 1 – p. 21

FIGURA 3 – Comparação Youtube 2 – p. 21

FIGURA 4 – Comparação Vimeo – p. 22

FIGURA 5 – True view in stream 1 – p. 25

FIGURA 6 – True view in stream 2 – p. 25

FIGURA 7 – True view in search – p. 26

FIGURA 8 – True view in display – p. 26

FIGURA 9 – True view in slate – p. 27

FIGURA 10 - PewDiePie – p. 28

FIGURA 11 - Logo Porta dos Fundos – p. 29

FIGURA 12 - Equipe Porta dos Fundos – p. 29

FIGURA 13 - Canal Manual do Mundo – p. 30

FIGURA 14 - Abertura Nostalgia – p. 31

FIGURA 14 - Felipe Castanhari – p. 32

FIGURA 15 - Abertura NerdOffice – p. 33

FIGURA 16 - Azaghal e Jovem Nerd – p. 33

FIGURA 17 - **Abertura NerdPlayer** – p. 34

FIGURA 18 - **Introdução Parafernália** – p. 34

FIGURA 19 - **Introdução Cauê Moura** –p. 35

FIGURA 20 - **PC Siqueira** – p. 35

FIGURA 21 - **Abertura Galo Frito** – p. 37

FIGURA 22 - **Abertura 8 Minutos** – p. 37

FIGURA 23 - **Rafinha Bastos e Fabio Porchat** – p. 38

FIGURA 24 - **Kéfera e sua mãe** – p. 38

FIGURA 25 - **Felipe Neto** – p. 39

FIGURA 26 - **Abertura Mundo Canibal** – p.40

FIGURA 27 - **Abertura Partoba** –p. 40

FIGURA 28 - **As pessoas mais inteligentemente burras da Terras** – p. 41

FIGURA 28 - **Vídeo Exercício Porta dos Fundos** – p. 46

FIGURA 29 - **Vídeo Porta dos fundos Spoleto** – p. 46

FIGURA 30 - **Cerveja Itaipava no vídeo do Porta dos Fundos** – p. 47

SUMÁRIO

Introdução	11
Capitulo 1 – O início de uma nova era na internet	12
Capitulo 1.1 - Como funcionam os vídeos	15
Capitulo 1.2 - O que faz a engrenagem funcionar	16
Capitulo 2 - Diferenças entre Vimeo e o Youtube	20
Capitulo 3 – Ganhando dinheiro com o Youtube	22
Capitulo 3.1 – Descrição dos principais canais do Youtube	27
Capitulo 3.2 – Análise Estatística	41
Capitulo 3.3 – Futuro do Youtube	48
Capitulo 4 – Conclusão	49

INTRODUÇÃO

Nos primórdios da popularização da internet, os vídeos eram muito raros e a maioria era em formato *flash*, (software de gráfico vetorial) causando muita lentidão em sua execução. O Youtube modificou essa realidade, e hoje é a rede social voltada para exibição de vídeos mais vista no mundo, causando uma revolução digital na rede mundial de computadores.

Não é exagero dizer que nele a participação dos usuários é maior do que em qualquer outra mídia social, pois seu conteúdo é todo feito por quem a utiliza. Por esse motivo, muitas empresas procuram o Youtube para anunciar suas marcas e produtos nos vídeos ou na página.

Estatísticas dadas pelo próprio Youtube afirmam que a cada dia, cerca de 72 horas de vídeos são postados. Seu banco de dados é gigantesco e nele possui cerca de 500.000 horas de vídeos. Realmente são números assombrosos que comprovam o sucesso do site.

O Youtube é uma empresa altamente lucrativa, tanto para os seus gerenciadores quanto para quem anuncia. Em 2011 gerou mais de cinco bilhões de dólares em anúncios. Para efeito de comparação, em 2006 o Google comprou o site por 1 bilhão e 65 milhões de dólares, recuperando dessa forma muito mais do que foi gasto na aquisição.

CAPITULO 1 - O INICIO DE UMA NOVA ERA NA INTERNET

Desde o começo, o Youtube representou uma alternativa ao modelo de “aderência” que sempre determinou o valor da cultura da internet: ele não é uma “ratoeira” que dispara e prende consumidores, traficando seus conteúdos. Pelo contrario, o modelo de negocio do Youtube cria valor por meio da circulação.(Henry Jenkins, 1998, pg.153)

Henry Jenkins – Youtube e a revolução digital (HENRY JENKINS, 2009, pg 153).

Fundado em 2005 por Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, o Youtube começou a ser concebido em janeiro do mesmo ano, em que durante um jantar, os idealizadores resolveram criar um site onde poderiam compartilhar seus vídeos após terem feito vários arquivos digitais e não tinham como enviá-los por e-mail e para colocar na internet era demasiado demorado.

Segundo matéria do site G1.com de outubro de 2006. Harley e Chen trabalharam juntos na PayPal, uma empresa de pagamento e transferência de dinheiro via internet comprada em 2002 pelo site de comércio eletrônico eBay. Por conta desta experiência profissional, eles conheceram Roelof Botha, executivo da PayPal e parceiro do fundo de investimento Sequoia Capital, que investiu US\$ 3,5 milhões no site de vídeos em novembro do ano passado.

O domínio Youtube.com foi ativado em 15 de fevereiro de 2005, mas só nos meses seguintes que o site foi sendo criado e em maio do mesmo ano aberto para uma demonstração para o público de como ele seria, seis meses antes do seu lançamento.

Com o sucesso e o futuro promissor do site, o Google já um gigante da web, se interessou e em 9 de outubro de 2006 foi anunciada a compra do Youtube por US\$ 1,65 bilhão em ações. Após isso foram apresentados três acordos com empresas de comunicação como uma tentativa de evitar processos sobre infração de direitos autorais. O Youtube continuou operando normalmente com seus co-fundadores e mais 67 funcionários dentro da empresa. A sede permaneceu em San Bruno, na Califórnia, e a empresa continuou a funcionar de maneira

independente do Google para preservar sua marca, seu sucesso e sua forma própria de gerenciamento.

Outro problema foi com o domínio do Youtube.com, que nos primeiros meses os internautas confundiam a escrita com o do utube.com, (Universal Tube & Rollform Equipment) site de empresa de vendas de tubos e canos para a construção civil, que houve uma queda no servidor em apenas uma hora. Em novembro de 2006, o Universal Tube entrou com uma ação legal tentando transferir o domínio Youtube.com para eles, porém sem sucesso. O domínio deles foi mudado para utubeonline.com e em junho de 2008 foi postado um simples aviso sobre a mudança.

Como empresa de mídia, o Youtube é uma plataforma e um agregador de conteúdo, embora não seja uma produtora do conteúdo em si.

Jean Burgess e Joshua Green - Youtube e a revolução
(JEAN BURGESS E JOSHUA GREEN, 2009, pg 21).

Chad Hurley

Nascido no estado da Filadélfia, cursou design na Universidade da Pensilvânia. Logo após pedir uma chance de emprego na PayPal, Harley foi fazer sua entrevista e desenhou um logotipo para a empresa de que tão bem feito que ficou, foi aceito e está até hoje sendo usado. No ano de 2002, a PayPal foi comprada pelo eBay, dado isso, Hurley decidiu sair e se juntar a seus amigos se dedicando ao projeto Youtube.

Steve Chen

Fã declarado de matemática, o asiático Steve Chen sempre teve enorme interesse pelos números. De origem taiuanesa, ele se mudou para a América e estudou programação na Academia de Matemática e Ciência de Illinois. Lá também se dedicou nos estudos da ciência da computação, com tantas qualificações foi contratado para trabalhar no PayPal estando a poucos meses de sua formatura, a convite de seu colega de classe e co-fundador

da empresa, Max Levchin. Chen foi parte fundamental no processo de expansão para o mercado chinês.

Jawed Karim

Karim nasceu na Alemanha, mas se mudou para os Estados Unidos há mais de 20 anos. Durante seu período na PayPal, conheceu seus colegas Chen e Hurley, que juntos formaram a tridente fundadora do Youtube.

Antes da venda da empresa para o Google por cifras bilionárias, Jawed Karim foi parte fundamental na popularização do Youtube com a criação do primeiro canal do site, intitulado “*jawed*”. Pouco depois, ele também foi o responsável pelo primeiro vídeo, o “Me at the Zoo”, ambos até hoje fazem muito sucesso alcançando milhares de visualizações e inscrições.



FIGURA 1 - Fundadores do Youtube

(Fonte:<http://www.trafor.com.br/wp-content/uploads/2012/10/HurleyChenKarim.jpg>)

“o Youtube era um entre os vários serviços concorrentes que tentavam eliminar as barreiras técnicas para maior compartilhamento de vídeos

na internet. Esse site disponibiliza uma interface bastante simples e integrada, dentro da qual o usuário podia fazer o upload, publicar e assistir vídeos em Streaming sem necessidade de altos níveis de conhecimento técnico e dentro das restrições tecnológicas dos programas de navegação padrão e da relativamente modesta largura de banda.”

Jean Burgess e Joshua Green - Youtube e a revolução
(JEAN BURGESS E JOSHUA GREEN, 2009, pg 1).

1.1 COMO FUNCIONAM OS VÍDEOS

Os vídeos do Youtube são baseados no Adobe Flash Player, com essa tecnologia é permitido que os usuários vejam os vídeos com algum reprodutor sem precisar do download. Para assisti-los, é necessário ter o programa supracitado instalado e com acesso à internet. Em março de 2008, foi lançado em alguns vídeos a opção de ver o vídeos em High Quality onde de 320x240 foi pra 480x360 pixels , hoje já se tornou padrão em grande partes das postagens do site. O som na HQ também melhorou, permitindo som estéreo.

Com o passar do tempo, os vídeos foram aumentando gradativamente, a qualidade chegando até 1920x1080 pixels, além de uma tecnologia onde é possível assistir os vídeos em 3D. Para evitar quaisquer transtornos quando clicar em algum vídeo, o próprio Youtube tem uma forma de verificar a velocidade da sua internet e calcular qual qualidade seria a melhor para ver o vídeo sem problemas como o travamento conforme carrega o vídeo.

Para conseguir assistir ao vídeo sem ser feito o download, o Youtube tem uma tecnologia que quando é feito o *upload* para os servidores, já é convertido em *flash*. Cada vídeo é acompanhado de um pedaço de HTML podendo ser feita uma ligação com outro vídeo ou *embed* (embutido) em uma página fora do site.

Não é possível fazer o download dos vídeos para ser visto off-line, muito embora alguns aplicativos e extensões que permitem o download enquanto assiste o vídeo como por exemplo: o Firefox e o Internet Explorer que quando assistido os vídeos, podem ser copiados

para a pasta *temporary internet files* podendo ser vistos e editados usando programas de próprios para isso.

Em 15 de julho de 2007 foi lançado o Youtube Mobile, que permite a utilização do site em celulares e similares, além de pode ser visto pelo computador também pelo domínio m.youtube.com.

No dia 7 de janeiro de 2008, o Youtube TV Channel passou a ser exibida na Information TV 2, com programação de vídeos existentes no próprio site.

O Youtube restringiu a duração dos vídeos para no máximo de dez minutos por certos usuários estavam disponibilizando series de TV completas. No entanto, isso não foi um problema, pois bastava dividir em partes de dez minutos Depois de certo período, o site tirou esse regra alegando que nenhum usuário havia infringido direitos autorais e que poderiam enviar o conteúdo livremente.

“O Youtube não estabeleceu limites para o numero de vídeos que cada usuário poderia coloca on-line via upload, ofereceu funções básicas de comunidade, tais como a possibilidade de se conectar a outros usuários como amigos, e gerava URLS e códigos HTML que permitem que os vídeos pudessem ser facilmente incorporados em outros sites, um diferencial que se aproveitava de recente introdução de tecnologias de blogging acessíveis ao grande publico.”

Jean Burgess e Joshua Green - Youtube e a revolução
(JEAN BURGESS E JOSHUA GREEN, 2009, pg 1).

1.2 O QUE FAZ A ENGRENAGEM FUNCIONAR

Streaming

O sistema de vídeos que o Youtube utiliza, o *streaming* tende a melhorar com uma internet banda larga mais veloz, podendo assim carregar vídeos em qualidade *FullHD* sem o problema de ficar travando na execução e causando com isso insatisfação por parte dos usuários.

É um tipo de distribuição de informações multimídia através de uma rede de pacotes e frequentemente utilizada. As informações em *streaming* não são arquivadas pelo usuário, recebendo o *stream* e reproduzida simultaneamente. A pessoa não estará violando os direitos como pode acontecer na TV aberta e no rádio.

Os vídeos não podem ser baixados no computador a não ser que o visitante queira fazer uma gravação de arquivos ou em arquivamento temporário em cachê do sistema. As informações podem ser transmitidas através de diversas arquiteturas, como na forma *Multicast IP* e *Broadcast*.

Broadcast

O endereço de *broadcast* é um endereço de IP, que permite que as informações sejam enviadas para todas as máquinas por meio de uma rede de computadores.

Multicast IP

Multicast IP ou apenas *Multicast*, é um protocolo que manda “pacotes” para múltiplos pontos distintos ao mesmo tempo utilizando redes TCP/IP. Uma forma comum de utilização é na forma de áudio e vídeo como acontece no Youtube.

Pacote

Em rede multimídia, pacote é o termo para estrutura unitária de transmissão de dados. Em uma explicação mais popular, a informação é quebrada em inúmeros pacotes que são enviados e transmitidos. Um exemplo é no próprio Youtube, que a partir do clique no play para reproduzir um vídeo, o sistema envia o vídeo em pacotes que dependendo da sua banda larga, é possível assistir sem o travamento do vídeo. O pacote também possui um cabeçalho que contém informações de endereço, relatório de erros, etc.

TCP/IP

TCP/IP ou Transmission Control Protocol/Internet Protocol é um conjunto de protocolos para a comunicação de computadores em uma rede. Esse conjunto pode ser dividido em cinco camadas que são: Aplicações (HTTP, SMTP, BitTorrent, Ping...), Transporte (TCP, UDP, RTP, DCCP...), Rede (IP, ARP, RARP), Enlace (Ethernet, 802.11 Wifi, IEEE 802.1Q,

802.11g...) Física (Modem, RDIS, Bluetooth, USB...).O TCP/IP forma esses grupos de protocolos que impedem a pilha de protocolos que é a internet.

Sempre foi considerado um protocolo muito pesado que exige muito do hardware, mas com o avanço tecnológico das memórias e processadores, o TCP/IP acabou se tornando indispensável disponibilizando alguns benefícios como a padronização e o roteamento, além de outros.

On Demand

A definição de *On Demand* em inglês é algo como vídeo por demanda. Essa maneira de assistir só é possível estando on-line, pois com ela é possível escolher o conteúdo que queira sem ter que pagar mais por isso, como no caso do pay-per-view. O Youtube é um exemplo muito claro de VoD pela possibilidade que o usuário tem em escolher o que, quando e quanto assistir, graças a tecnologia de *streaming* contida no site. Um exemplo na televisão é o canal Telecine que dependendo do pacote adquirido em sua TV paga, disponibiliza os filmes que pretende assistir com opções de voltar, pausa, continuar de onde parou e etc.

CAPITULO 2 - DIFERENÇAS ENTRE O YOUTUBE E SEU PRINCIPAL CONCORRENTE, O VIMEO

Os dois sites são dois ótimos reprodutores de vídeos com som e imagem FullHD, então o que faz deles tão diferentes?

Para nós brasileiros a primeira barreira começa pelo idioma, uma vez que o Vimeo não apresenta uma versão em nossa língua estando disponível somente em inglês, espanhol, alemão e francês. Mas o site é parecido com o do Youtube, então fica fácil se localizar como onde ficam a parte de busca chamada de “search”, as configurações da sua conta, seus vídeos postados e os mais populares que são recomendados pelo site pra você assistir.

Um fator totalmente diferente é a parte publicitária, já que as inserções no Youtube aparecem antes, durante e depois dos vídeos, gerando insatisfação por parte dos usuários. No Vimeo não há propaganda nos vídeos, você o assiste sem interrupções. Uma maneira de o Vimeo lucrar sem ser com anúncios é dando melhores condições aos usuários dividindo contas em valores e melhoras pra cada usuário.

Quando é aberta uma conta no Vimeo, existem três opções de contas pra criar, vamos a elas:

Básica- A mais simples e gratuita é disponibilizada com 500 megabytes de espaço para postar os vídeos como desejar semanalmente.

Vimeo Plus- A capacidade aumenta para 5 Gigabytes semanais, opção de assistir aos vídeos em 1080p que é qualidade do blu-ray, além de outras funções que são considerada básicas. O Vimeo Plus tem um custo em dólares de 9,95 por mês.

Vimeo Pro- A conta de custo mais elevado, com ela é possível postar vídeos de 20 GB por semana, sem limitação de tamanho e duração. O custo dessa conta é de 199 dólares por ano.

Uma versão especial chamada **Business** custa 199 dólares por ano e conta com o diferencial de ter um calculador de banda larga, ser compatível com TV, celular e tablet, além de customizar seu player entre outras coisas. Entretanto, o recurso mais interessante oferecido pelo concorrente principal do Youtube neste tipo de conta é por ele ser mais para negócios, contendo o sistema de *dropbox*, em que você pode postar seus vídeos e eles ficam guardados em “nuvem” podendo baixar onde e quando quiser.

Um fator importante de resaltar é que o Vimeo nem de longe tem o alcance de seu concorrente mais famoso em termos de visualizações. Como exemplo, a imagem do vídeo abaixo referente ao clipe da banda Coheed and Cambria, intitulado Number City. No Youtube, com apenas sete dias desde sua postagem, os números de visualizações, estão marcando 77.503, no primeiro dia já chegava a 14 mil. Enquanto no Vimeo a marca é de 16.871, sendo que o upload foi feito a três semanas atrás.

JOTA QUEST "MANDOU BEM" (LYRIC VIDEO)

vevo ASSISTA AGORA

Coheed and Cambria - Number City

coheedandcambriaVEVO · 32 vídeos **77.503** views

Inscrever-se 33.075

1.789 likes 32 comentários

Gostei Sobre Compartilhar Adicionar a

Publicado em 15/08/2013
Special tour announcement this Monday 8/19 via www.coheedandcambria.com

From the album "The Afterman: Descension"
Purchase: iTunes - <http://bit.ly/UJAZ7w1> & Amazon - <http://amzn.to/UJAZman>

Directed and Animated by Jonathan "Dropbear" Chong

Coheed and Cambria is on tour this summer with Alice In Chains and Jane's Addiction on UPROAR FESTIVAL!

Comprar "Number City" em eMusic

Artista
Coheed And Cambria

Publicado em 15/08/2013
Special tour announcement this Monday 8/19 via www.coheedandcambria.com

From the album "The Afterman: Descension"
Purchase: iTunes - <http://bit.ly/UJAZ7w1> & Amazon - <http://amzn.to/UJAZman>

Directed and Animated by Jonathan "Dropbear" Chong

Coheed and Cambria is on tour this summer with Alice In Chains and Jane's Addiction on UPROAR FESTIVAL!

Categoria Música
Licença Licença padrão do YouTube

Mostrar menos

Chocolate

The 1975 - Chocolate (Acoustic)
por The1975VEVO
11.224 exibições

Temples - Keep In The Dark
por TemplesVEVO
5.055 exibições

PAPA - Young Rut
por RealPAPAVEVO
11.824 exibições

Night Beds - Ramona (Official Video)
por NightBedsVEVO
15.792 exibições

Reproduzir tudo

E eles ainda prepararam uma **playlist exclusiva** para você

Sugestões

Acessado em 22/08/2013 FIGURA 2 – Comparação Youtube 1
Fonte – Youtube.com

JOTA QUEST "MANDOU BEM" (LYRIC VIDEO)

vevo ASSISTA AGORA

Coheed and Cambria - Number City

coheedandcambriaVEVO · 32 vídeos **77.503** views

Inscrever-se 33.075

1.789 likes 32 comentários

Gostei Sobre Compartilhar Adicionar a

Estatísticas do vídeo Durante 20/08/2013

EXIBIÇÕES	HORA DE EXIBIÇÃO	INSCRITOS HABILITADOS	COMPARTILHAMENTOS
73.851	121 dias	118	465

Acumulado Diariamente

90.000
60.000
30.000
0

16/08/2013 17/08/2013 18/08/2013 19/08/2013 20/08/2013

Chocolate

The 1975 - Chocolate (Acoustic)
por The1975VEVO
11.224 exibições

Temples - Keep In The Dark
por TemplesVEVO
5.055 exibições

PAPA - Young Rut
por RealPAPAVEVO
11.824 exibições

Night Beds - Ramona (Official Video)
por NightBedsVEVO
15.792 exibições

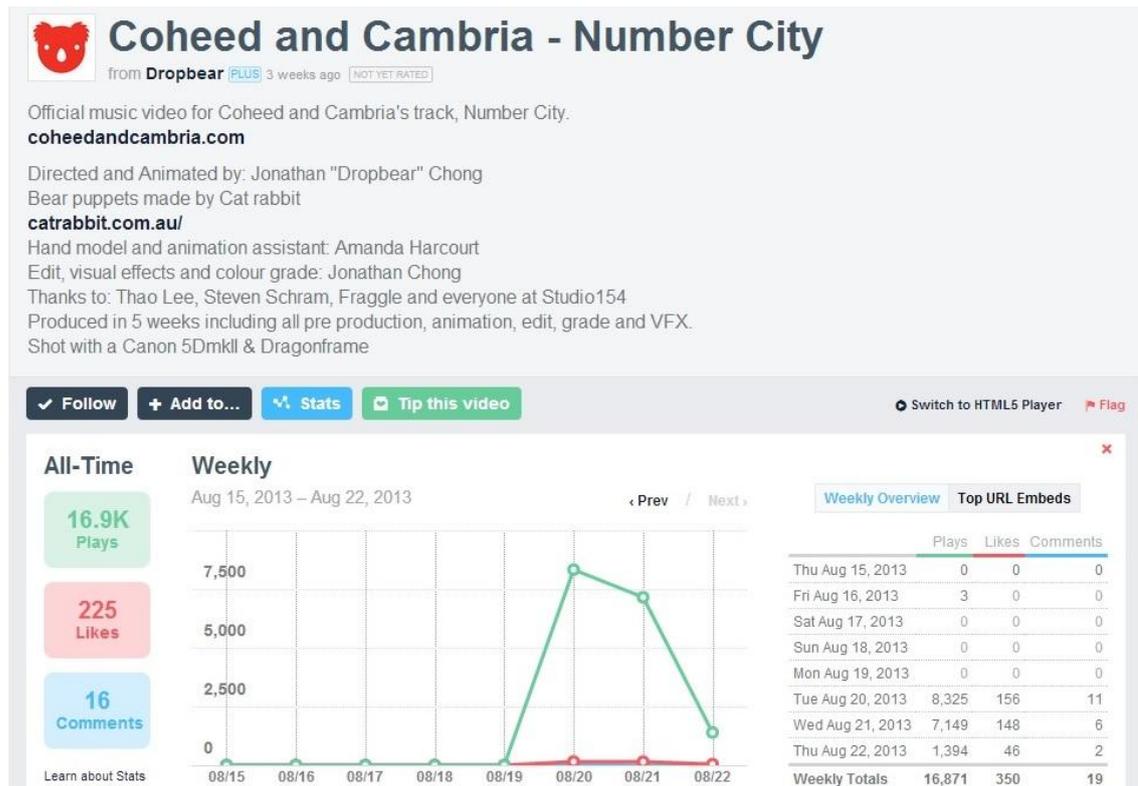
Reproduzir tudo

Capital Inicial em um show ao vivo na internet

Sugestões

48 vídeos YouTube Mix

Acessado em 22/08/2013 FIGURA 3 – Comparação Youtube 2
Fonte – Youtube.com



Acessado em 22/08/2013 FIGURA 4 – Comparação Vimeo
Fonte – vimeo.com

O Vimeo vem crescendo rápido, inclusive vários artistas possuem suas páginas, onde compartilham primeiro no site do que no concorrente.

O ponto positivo que faz o Youtube ser o melhor reprodutor e compartilhador de vídeos é que a tecnologia que eles têm está a frente do Vimeo. Isso se dá pelo é o fato de que o Youtube já transmite vídeos em 3D além de ter maior resolução e limite máximo dos ficheiros. Diante desses fatos, podemos concluir que o Vimeo é um site de compartilhamento de vídeos com potencial pra crescer e que tem sua utilidade para um público específico, porém ainda está muito aquém do que seu principal rival representa para os que consomem esse tipo de mídia.

CAPITULO 3 - GANHANDO DINHEIRO COM O YOUTUBE

No Youtube, existe um meio de obter lucro financeiro postando vídeos no seu canal. O primeiro requisito para que você confirme seu canal e que mostre que quer ganhar dinheiro, é necessário produzir um vídeo que seja atraente para o publico, gerando *views* (visualizações) e *subscribers* (inscrições). Esses números sendo altos, chamará a atenção do Google que fará

uma oferta para ser parceiro do Youtube. A partir do momento em que seu vídeo for aceito para a monetização, o site irá colocar anúncios publicitários no vídeo ou ao redor dele.

Associando-se a uma conta do Google AdSense a sua conta do Youtube, o usuário ganha uma quantia gerada pelos anúncios. Os valores variam de uma série de fatores, mas os principais são os tipos e os preços de anúncios que aparecem. Para ser aceito, o vídeos tem que ter os direitos de distribuição e deve os termos de serviços e as diretrizes da comunidade do site, disponíveis no mesmo. Se por algum motivo não estiver de acordo com algum direito ou qualquer outro motivo para não ser qualificado, o Youtube pode retirar o vídeo de circulação.

PROGRAMA SEM FINS LUCRATIVOS

Além da ferramenta onde você pode ganhar dinheiro com o Youtube, há também outra alternativa, o programa onde com seus vídeos é possível contar uma historia de sua organização sem fins lucrativos. Os benefícios vão de: fórum da comunidade, transmissões ao vivo e até um botão de doação, onde a ONG do participante pode ser ajudada. Todavia, programa está disponível em apenas alguns países e o Brasil não está na lista ainda, para que você consiga cadastrar sua organização no programa, ela tem que ser registrada em um dos países que o programa existe, são eles: Alemanha, Austrália, Canadá, Dinamarca, Estados Unidos, França, Hong Kong, Irlanda, Itália, Reino Unido, Taiwan e Índia. O botão de doação supracitado também não está acessível para todos da lista, apenas EUA e Reino Unido.

TRUE-VIEW

A ferramenta True View fornece uma cadeia de possibilidades para quem pretende utiliza-la. O usuário do recurso só paga pelo serviço quando o espectador decidir assistir ao vídeo, não quando o mesmo começa a ser veiculado. Dessa forma, os visitantes do site podem escolher o que lhe for mais interessante para apertar o “play” e desfrutar na tela de seu computador, celular e etc. É uma troca bastante salutar tendo em vista que ambas as partes sairão ganhando, tanto o visitante do o site que vai assistir somente aquilo que desejar, quanto o dono do vídeo que estará alcançando seu público. Com o crescimento do número de views, o utilizador do True View saberá que estará atingindo pessoas realmente interessadas envolvidas no que está sendo oferecido.

Para escolher melhor o que se visa alcançar com o vídeo, é possível filtrar por dados demográficos ou geográficos. Com esta possibilidade haverá uma segmentação natural e com isso eliminando a possibilidade de existir espectadores que já viram ou que não tem interesse de assistir o vídeo.

É possível através do Youtube Analytics, verificar o desempenho dos anúncios do usuário, dessa forma saberá quais deles obtiveram melhores e piores audiências, podendo manter ou redefinir as estratégias.

Além do Analytics, também há o Youtube Adwords para vídeo, uma ferramenta já existente no Google, seu proprietário. Com este recurso, ficou muito mais eficaz comprar anúncios no YT, devido a rápida criação da conta até a geração relatórios detalhados, possibilitando um resultado mais concreto de toda a campanha.

Existem quatro diferentes formas de utilizar o True View, vamos abaixo conhecer as características de cada uma delas:

True View in-stream- É o recurso mais reconhecido dos quatro, o espectador tem a oportunidade de não assistir ao anúncio após 5 segundos de reprodução do mesmo. O usuário só pagará se o vídeo for visto por 30 segundos ou até o final.

True View in-display- Este tipo de anúncio aparece na página de visualização do vídeo, no canto superior direito. Geralmente seu tema tem a ver com que está sendo veiculado. O usuário só paga quando o interessado decidir clicar no vídeo.

True View in-search- Neste formato, o anúncio aparece na parte de pesquisas do site, assim como no in-display este serviço só é pago após o espectador clicar para assistir ao vídeo e ele começar a ser reproduzido. Também há a possibilidade do usuário escolher palavras-chaves para promover o vídeo, para que no momento que o visitante efetuar sua busca, o vídeo apareça com maior relevância na página.

True View in-slate- Antes da veiculação de vídeos de longa duração com mais de 10 minutos, de parceiros do Youtube, esse tipo de anúncio aparece. Nele, os usuários optam por assistir a um anúncio entre três diferentes ou assistir a intervalos comerciais durante a reprodução do mesmo. O serviço só é pago quando o espectador clica para assistir ao seu anúncio dentre as opções. Exemplos de imagens dos quatro tipos de True View:

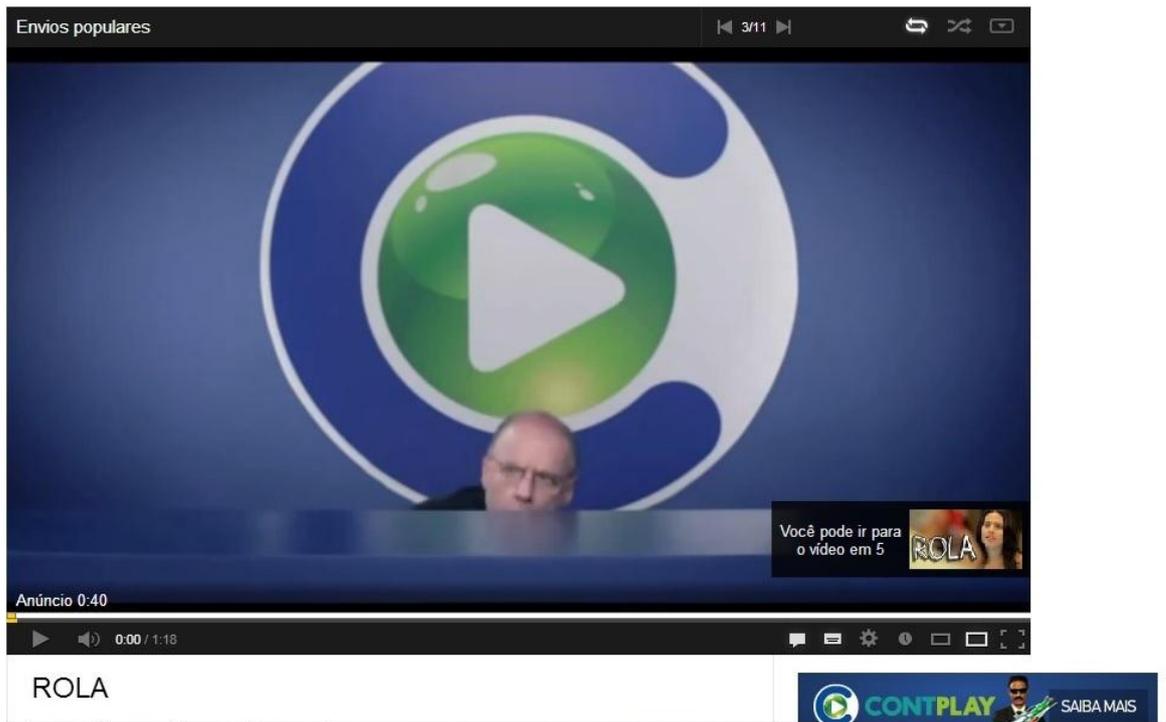


FIGURA 5- True view In – Stream 1 [acessado em 06/09/2013]
Fonte – youtube.com



FIGURA 6 - True view In – Stream 2 [acessado em 06/09/2013]
Fonte – youtube.com

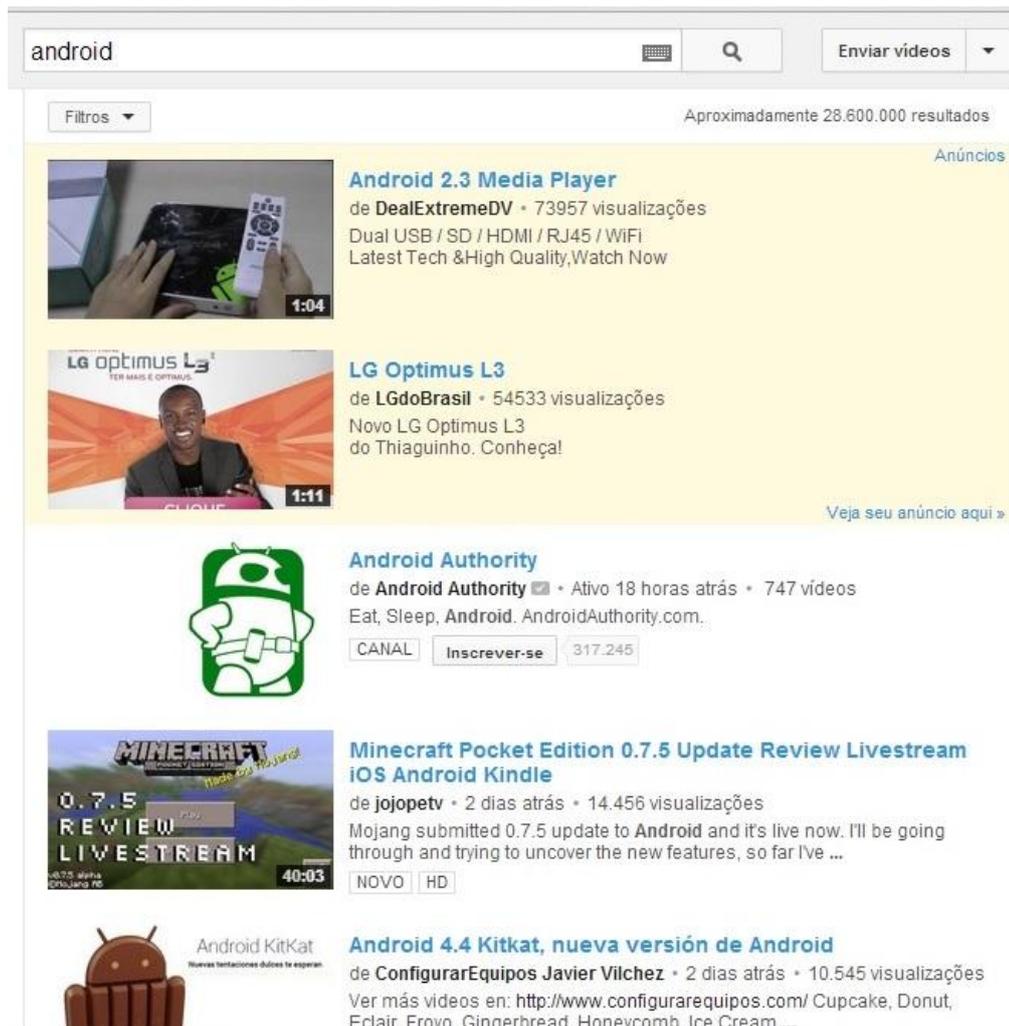


FIGURA 7 - True view in-search [acessado em 06/09/2013]

Fonte – youtube.com



FIGURA 8 - True view in-display [acessado em 19/09/2013]

Fonte – marketingprofs.com



FIGURA 9 - True view in-slate [acessado em 06/09/2013]

Fonte –google.com/imagens

Dados e informações segundo o próprio site do Youtube referente ao True View:

- Os espectadores de vídeos TrueView in-stream escolhem assistir aos anúncios de 15 a 45% das vezes, em média
- Alguns anunciantes obtiveram taxa de cliques de até 4% com os anúncios TrueView in-stream (3 a 4 vezes mais do que com outros formatos de anúncios em vídeo)
- O Youtube prevê que para 2015, (quando o site comemorará dez anos de existência) mais da metade das campanhas on-line incluirão anúncios de vídeo no formato de custo de visualização.

3.1 DESCRIÇÃO DOS PRINCIPAIS CANAIS DO YOUTUBE

Pewdiepie - Felix Kjellberg é sueco e teve seu canal aberto em 2009, entretanto o sucesso não veio de imediato, apenas em 2012 que o mesmo teve um aumento significativo de audiência. No começo do ano seguinte já estava com 6 milhões de inscritos, hoje passa dos 14 milhões. Seus vídeos na maior parte são *gameplays* (vídeos em que o individuo joga jogos de videogame como forma de exibição para os espectadores) de jogos de terror e ação. O

diferencial do jovem de 23 anos é o carisma e jeito todo peculiar de se portar durante os vídeos, usando e abusando de caretas, expressões engraçadas e gritos estridentes após se assustar com alguma cena. Os jogos mais conhecidos e populares do canal são Amnesia: The Dark Descent, Slender e Happy Wheels.

Além dos gameplays, Kjellberg faz o quadro “Friday with PewDiePie”, em que ele tem uma interação com os espectadores onde responde algumas perguntas e abre presentes enviados por eles. Postando de 2 a 3 vídeos por dia, o canal já chegou a mais de 2 bilhões de visualizações, sendo o com maior audiência do site em todo o mundo.



FIGURA 10 - Pewdiepie - FUNNY GAMING MONTAGE! Playing Happy Wheels

[acessado em 28/10/2013]

Fonte – youtube.com

Porta dos Fundos – Produtora de vídeos brasileira composta por várias atores oriundos da comédia nacional, o Porta é o canal brasileiro com o maior número de inscritos chegando aos quase 6 milhões. Com vídeos cômicos, polêmicos e inusitados, o humor da trupe se tornou algo inovador dentro do meio humorístico e da internet se tornando um sucesso absoluto com pouco mais de um ano de vida na web. Os sócios-fundadores são Antonio Pedro Tabet (dono do portal “Kibe Loco”), Ian SBF, Gregório Duvivier, Fábio Porchat e João Vicente de Castro.

Todos participam de alguma forma, seja roteirizando, dirigindo ou simplesmente atuando.



FIGURA 11 - Logo Porta dos Fundos [acessado em 28/10/2013]
 Fonte – youtube.com



FIGURA 12 - Equipe do Porta dos Fundos [acessado em 30/10/2013]
 Fonte – virgula.uol.br

Manual do Mundo – Criado por Iberê Thenório, é um canal onde ele realiza experiências científicas e físicas. Com forte influencia do programa de TV dos anos noventa “ O Mundo de Beakman”, os experimentos exibidos são em sua grande maioria de fácil manuseio e com baixo grau de periculosidade. Elas variam em arma grande atiradora de batata e cenoura, guindaste hidráulico feito com seringas, explosão com hidrogênio, refrigerante caseiro, furar um coco com bala de iogurte e outros mais.

Formado em jornalismo, Thenório encontrou no Youtube uma forma de ganhar dinheiro com algo que gosta. Na época em que estava estudando para o vestibular, acabou aprendendo e gostando e mais tarde se aprofundando em química e física. Desta forma, em seu canal vemos explicações teóricas e não só são praticas para as experiências.



Canal Manual do Mundo [acessado em 16/10/2013]

Fonte – arnelde.com.br

Nostalgia – Criado por Felipe Castanhari e Fabio de Almeida Pereira, o Nostalgia é um canal que aborda ícones da cultura jovem nos anos 90. Os vídeos são escolhidos por temas que os espectadores sugerem por meio de comentários nas redes sociais Facebook, Twitter e Instagram ou o próprio Youtube, feito a escolha os membros do canal reúnem uma gama alta de informações contendo a história do assunto e curiosidades que boa parte do público não tem conhecimento. Atualmente, o Nostalgia tem se destacado por fazer vídeos com um

formato diferente, não abordando só antiguidades, mas também atualidades do próprio site e virais que fizeram sucesso recentemente. O canal no momento está com pouco mais de 550 mil inscritos e os vídeos sempre chegam na casa das centenas de milhares de visualizações.



FIGURA 13 - Abertura Nostalgia [acessado em 16/10/2013]
 Fonte – youtube.com



FIGURA 14 - Felipe Castanhari, o apresentador em um dos vídeos [acessado em 16/10/2013]
 Fonte – youtube.com

Jovem Nerd – Canal voltado ao público jovem onde o criador Alexandre Ottoni, o Jovem Nerd, faz um bate papo com seu parceiro Deive Pavos, o Azaghal, abordando assuntos voltados ao mundo nerd, comentando sobre livros, filmes, jogos e tecnologia em geral, sempre se utilizando de uma linguagem descontraída.

O diferencial do Jovem Nerd é que ele não depende exclusivamente do Youtube, por que antes de ser um canal, nasceu como um blog que hoje é hospedado no Portal IG. O que fez obter sucesso foi o seu podcast nomeado “Nerdcast”, como se fosse um programa de rádio na web. O site também possui uma loja (Nerdstore) onde são vendidos produtos criados pela equipe Jovem Nerd e uma editora de livros (NerdBooks) com ambos sempre abordando temas do mundo Nerd.

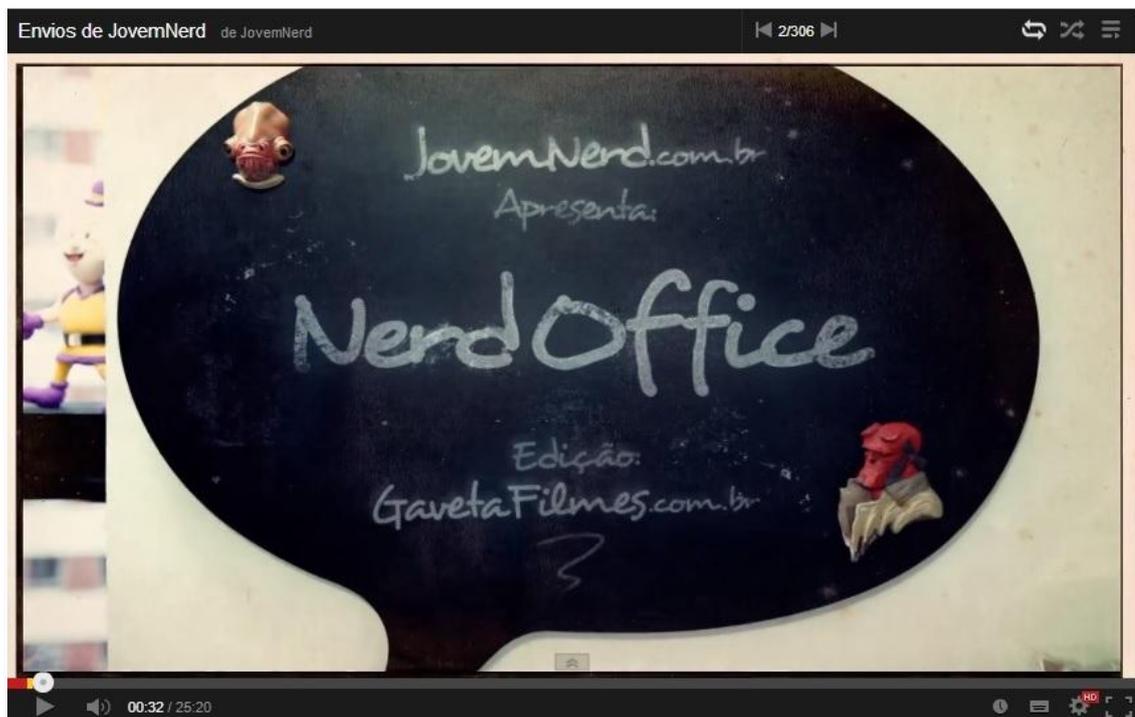


FIGURA 15 - Abertura NerdOffice [acessado em 28/10/2013]

Fonte – youtube.com



FIGURA 16 - Azaghal e Jovem Nerd no NerdOffice [acessado em 28/10/2013]
 Fonte – youtube.com



FIGURA 17 - Abertura do NerdPlayer [acessado em 28/10/2013]
 Fonte – youtube.com

Parafernália – Criado por Felipe Neto (dono do vlog Não faz sentido), é um canal semelhante ao Porta dos Fundos, pelas esquetes com humor ácido e escrachado. No entanto, o

Parafernália possui alguns meses a mais de vida que seu principal concorrente, sendo assim é justo dizer que é um dos pioneiros neste tipo de humor na internet. O canal já chegou a expressiva marca de 3 milhões de inscritos.



FIGURA 18 - Introdução Parafernália [acessado em 28/10/2013]
 Fonte – youtube.com

Desce a Letra (Atualmente Cauê Moura) – Neste canal, Cauê Moura comenta assuntos diversos com um discurso bastante crítico e repleto de palavrões. Ele reuni algumas das notícias da semana e faz o quadro chamado Giro, onde tece seu comentário acerca do assunto sem se importar em ser politicamente correto. O canal já passou dos 2 milhões de inscritos.



FIGURA 19 - Introdução Canal Cauê Moura [acessado em 31/10/2013]
 Fonte – nemesquento.com.br

Mas Poxa Vida – PC Siqueira foi o primeiro vlogger a ter um canal de grande audiência no Youtube Brasil. Seu primeiro sucesso foi um vídeo acerca do filme Avatar, que comentava que pelo fato dele ser vesgo, não enxergava o 3D na telona ficando assim irritado e reclamando através do vídeo e posteriormente alcançado um sucesso inesperado com a repercussão do mesmo. Deste então, PC produz vídeos em que protesta ou opina sobre os mais variados assuntos, com isso já ultrapassou o 1 milhão de inscritos. O canal mais parecido com o seu e por isso maior concorrente, é o Não faz Sentido de Felipe Neto.



FIGURA 20 - PC Siqueira em um dos seus vídeos [acessado em 28/10/2013]
Fonte – youtube.com

Galo Frito – Idealizado em 2006 por Mederijohn Corumbá (Mederi) e Guilherme Angeli, o Galo Frito foi concebido com o propósito de produzirem esquetes e curtas metragens de humor. Entretanto, Angeli veio a falecer antes de começarem a fazer o piloto do programa, fazendo com que o projeto ficasse por mais alguns meses na geladeira.

Posteriormente, entraram no grupo Tiago Cadore e Patrícia dos Reis que contribuíram de forma significativa através de paródias e de seus quadros próprios para o crescimento de audiência dentro do Youtube. Atualmente, o Galo Frito é o segundo canal com mais inscritos no Brasil.



FIGURA 21 - Abertura Galo Frito [acessado em 28/10/2013]
 Fonte – youtube.com

Rafinha Bastos – No canal do comediante Rafinha Bastos é postado vídeos de seu vlog pessoal, esquetes stand up do próprio, além do principal motivo do canal estar tendo grande repercussão na web, que é o quadro de entrevistas com diversas personalidades denominado 8 minutos. O gaúcho de 36 anos já alcançou a marca de mais de 120 milhões de visualizações.

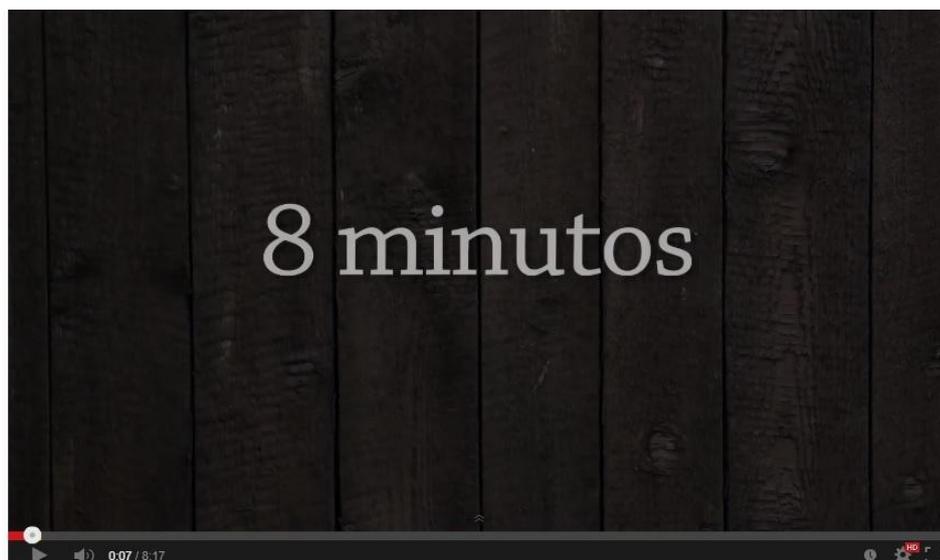


FIGURA 22 -Abertura 8 Minutos [acessado em 28/10/2013]
 Fonte – youtube.com



FIGURA 23 - Rafinha Bastos entrevistando Fabio Porchat para seu canal [acessado em 30/10/2013]

Fonte – entretenimento.uol.com.br

5inco Minutos – Criado pela paranaense Kéfera Buchmann em 2010, o 5inco Minutos é um vlog onde é abordado assuntos do cotidiano com ênfase no das adolescentes. Com o crescimento do canal, seus vídeos tiveram uma nítida melhora, seja em questão de câmera, luz, edição ou cenário. Por ser atriz profissional, Kéfera atualmente tem investido em produção de esquetes de humor e parodias musicais contando a participação de atores convidados. O 5inco Minutos que está com mais de 2 milhões de inscritos, possui esse nome por costumeiramente ter esse tempo em média durante os vídeos.



FIGURA 24 - Apresentadora Kéfera e sua mãe ao fundo [acessado em 28/10/2013]

Fonte – youtube.com

Não Faz Sentido – Felipe Neto criou seu vlog em 2010 e se tornando juntamente com o Mas Poxa vida de PC Siqueira os pioneiros neste tipo de vídeos na internet no Brasil. Todavia, o carioca de 25 anos seguiu uma linha um pouco diferente de seu concorrente (não rival, tendo em vista que ambos são amigos) apresentado um tom mais agressivo em seus discursos quase sempre criticando ícones adolescentes como Fiuk, Justin Bieber e a Saga Crepúsculo, gerando revolta deste público e causando assim grande audiência em seu canal tanto dos que discordam quanto dos que concordam com sua opiniões polemicas. Com isso, em agosto de 2012, o Não faz Sentido conseguiu se tornar o primeiro canal brasileiro a atingir a expressiva marca de 1 milhão de inscritos no Youtube.

Ultimamente, Neto tem diminuído as postagens em seu canal, por outro lado tem se dedicado mais a outros projetos como participações em canais de TV, série na internet, lançamento de livro e a seu canal de esquetes de humor em que dividi com outros atores, o Parafernália.



FIGURA 25 - Felipe Neto em um de seus vídeos [acessado em 28/10/2013]

Fonte – youtube.com

Mundo Canibal – O site do Mundo Canibal surgiu antes mesmo do próprio Youtube, em 1998, criado pelos irmãos Piologo e Rogerio Vilela, hoje é considerado o maior portal brasileiro de animações e vídeos próprios, se tornando um verdadeiro sucesso entre os jovens.

Segundo dados do próprio site do grupo, o canal do Mundo Canibal no Youtube conta com mais de 30 milhões de views/mês e 2,5 milhões de inscritos.



FIGURA 26 - Abertura Mundo Canibal [acessado em 28/10/2013]
 Fonte – youtube.com



FIGURA 27 - Abertura do quadro Partoba [acessado em 28/10/2013]
 Fonte – youtube.com



FIGURA 28 - Abertura do quadro As Pessoas Mais Inteligentemente Burras da Terra
 [acessado em 28/10/2013]
 Fonte – youtube.com

3.2 ANÁLISE ESTATÍSTICA

Que o Youtube é uma empresa de grande porte ninguém duvida, mas existem certos dados e estatísticas que são incríveis sobre esse gigantesco site. Vamos a eles, que foram retirados diretamente do próprio site:

- O Youtube tem um programa de parcerias de mais de um milhão de criadores de mais de 30 países gerando receitas com os vídeos e milhares de canais geram valores de sete dígitos por ano.
- A cada minuto, 100 horas de vídeos são enviados para os servidores do site, praticamente quatro dias por minuto.
- Mais de sete bilhões de horas de vídeos são assistidas a cada mês no youtube e 70% do tráfego vem de fora dos Estados Unidos, são 56 países ao redor do mundo podendo acessar o site que disponibiliza 61 idiomas.

-Mais de um bilhão de usuários únicos visitam o domínio todos os meses e milhões de inscrições são realizadas por dia, o número de inscritos mais que dobro desde ano passado.

Em maio de 2013, o site *lista10.org* realizou uma pesquisa para eleger os dez melhores canais brasileiros na opinião dos internautas. Os escolhidos foram os seguintes:

Canal	Porcentagem das respostas
1 ° Porta dos Fundos	65,5%
2 ° Parafernália	27,5%
3 ° Desce a Letra (Atualmente Cauê Moura)	25,7%
4 ° Mas Poxa Vida	22,1%
5 ° Galo Frito	13,7%
6 ° Rafinha Bastos	13,6%
7 ° Cinco Minutos	13,1%
8 ° Não Faz Sentido	11,5%
9 ° Mundo Canibal	10,1%
10 ° Jovem Nerd	9,5%

Quadro 1 – Pesquisa preferencial
Fonte: lista10.org

Curiosamente, este ranking sofre algumas modificações se colocarmos estes canais classificados em maior número de inscritos (até dia 29/10). Portanto ficaria da seguinte forma:

Canal	Nº Inscritos
1 ° Porta dos Fundos	6.101.460
2 ° Galo Frito	4.408.956
3 ° Parafernália	2.858.903
4 ° Não Faz Sentido	2.582.321
5 ° Mundo Canibal	2.509.222
6 ° Cinco Minutos	2.372.222
7 ° Desce a Letra	2.203.821

(Atualmente Cauê Moura)	
8 ° Mas Poxa Vida	1.448.831
9 ° Rafinha Bastos	1.108.596
10 ° Jovem Nerd	510.127

Quadro 2 – número de inscritos de acordo com a tabela preferencial
Fonte – criado pelo autor

E finalmente, vejamos como ficaria esta lista com os canais classificados entre os que contêm maior número de *views* em seus vídeos ao todo (até dia 29/10). Acompanhem:

Canal	Visualizações Totais
1 ° Porta dos Fundos	542.999.820
2 ° Galo Frito	398.637.756
3 ° Mundo Canibal	277.136.699
4 ° Parafernália	239.714.109
5 ° Não Faz Sentido	180.420.302
6° Mas Poxa Vida	158.280.179
7 ° Cinco Minutos	142.256.550
8 ° Desce a Letra (Atualmente Cauê Moura)	133.362.603
9 ° Rafinha Bastos	120.744.457
10 ° Jovem Nerd	60.631.096

Quadro 3 – visualizações totais de acordo com a tabela preferencial
Fonte – criado pelo autor

Portanto, ao observar os três tipos de rankings, é notável verificar e concluir que possuem poucas modificações entre as duas últimas listagens apresentadas, com elas acontecendo na maioria das vezes na zonas intermediária das tabelas, deixando para as partes superior e inferior manter uma congruência entre ambas.

Destes dez canais citados, existe alguma variação de gêneros nos temas que compõe os mesmos. Temos quatro canais de humor (Porta dos fundos, Parafernália, Mundo Canibal e Galo Frito), quatro de opinião pessoal, os populares vlogs (Cauê Moura, Não Faz Sentido, Mas Poxa Vida e 5inco Minutos) que juntos correspondem a 40% do total cada um, além de um de entrevistas (Rafinha Bastos) e um de entretenimento (Jovem Nerd) que contribuem com 10% para cada neste montante, como vemos exemplificado no gráfico abaixo:

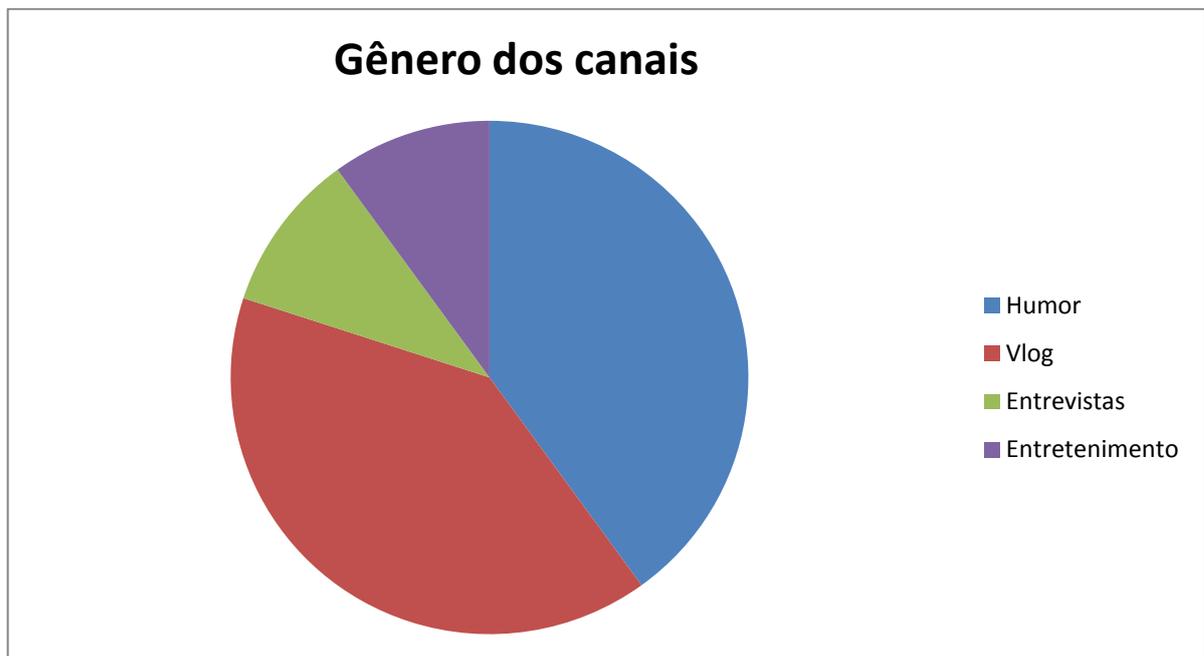


TABELA 1 – Gênero dos canais
 Fonte – criado pelo autor

Frequência de views

Dos dias 31 de outubro até 4 de novembro de 2013, o vídeo intitulado Exercício do canal Porta dos Fundos foi analisado e registrado sempre às 14h o número exato de visualizações que continha. No gráfico abaixo podemos como foi o progresso dele durante estes cinco dias.

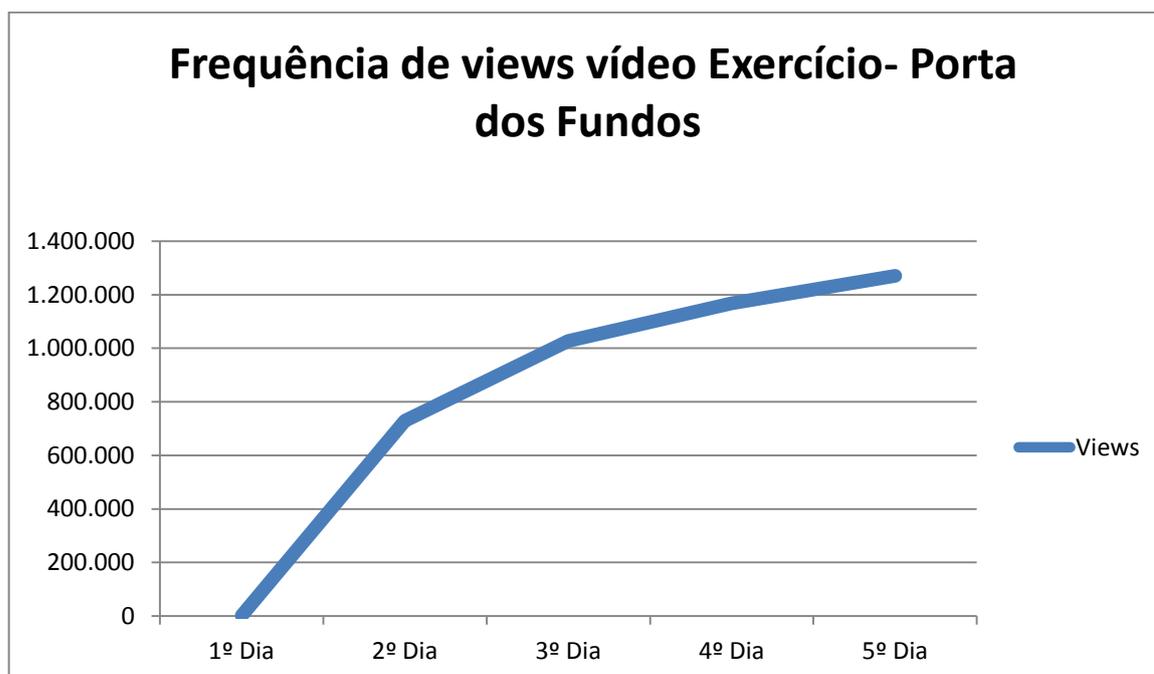


TABELA 2 – Frequência de Views vídeo exercício Porta dos Fundos
Fonte – criado pelo autor

Portanto, podemos concluir deste desenho gráfico, que o vídeo supracitado tem um crescimento expressivo nos três primeiros dias, chegando facilmente na marca dos milhões de *view*. Entretanto, após isso acontece uma queda acentuada nos números, alcançando “apenas” 100 mil de aumento no 4º e 5º dia. Isso se dá pelo fato de que o vídeo atingiu seu ápice, manteve a média de visualizações que o canal obtém com suas postagens, já se espalhou pelo Youtube e teve uma caída esperada. Outro fator preponderante, é que o ultimo dia de registro é exatamente o mesmo em que um novo é lançado pelo Porta dos Fundos.



Figura 28 – Vídeo Exercício do Porta dos fundos
Fonte – uebi.tv

O Merchandising dentro dos vídeos

O canal Porta dos Fundos se notabilizou desde o início de suas atividades na web a fazer esquetes satirizando marcas como Spoleto, NET, Peixe Urbano e Pepsi muitas vezes criticando o serviço prestado e os produtos delas. No caso da rede de fast-food de culinária italiana sua estratégia foi se juntar ao grupo de humoristas contratando-os para criar outros dois vídeos. O primeiro seguindo a linha de pensamento do vídeo original achincalhando o péssimo atendimento da empresa e o segundo que foi lançado após o êxito de seu antecessor, foi usado para promover a nova coleção de pratos que vem com um layout diferente.



FIGURA 29 - Vídeo Porta dos Fundos- Spoleto [acessado em 31/10/2013]

Fonte – youtube.com

Com o crescimento gradativo do canal mesmo sendo polêmico, ele começou a ser constantemente procurado pelas empresas para serem feitas esquetes tendo suas marcas como tema central contando sempre com a “veia” humorística e satírica do grupo, só que desta vez sem a forma depreciativa e sim de valorização. Desta forma, multinacionais de alta participação no mercado em seus segmentos como Fiat, Bis, Samsung, Visa e mais recentemente Itaipava tiveram seus vídeos veiculados com o DNA do Porta dos Fundos. No caso da cervejaria, ela teve uma participação maior anunciando dentro dos próprios vídeos do canal, como podemos ver na imagem abaixo:



FIGURA 30 - Cerveja Itaipava no vídeo do Porta dos Fundos [acessado em 31/10/2013]

Fonte – bhaz.com.br

Diante de tanta demanda e conseqüentemente postagem de vídeos como forma de campanha publicitária, a equipe do Porta criou um canal não oficial denominado Porta dos Fundos Propagandas que já conta com quase 2 milhões de visualizações e 15 mil inscritos reunindo todos os comerciais, propagandas e entrevistas em que a turma está envolvida.

De acordo com matéria veiculada no site da revista Exame, contando com dados da consultoria SocialBlade, no Brasil, dos 10 canais do YouTube com maior número de inscritos, oito recebem mais de R\$ 100 mil por ano em publicidade pelo Google. Outra forma de lucro são os merchandisings e *product placements*, que já foram protagonizados com a Danette e a cerveja Itaipava.

3.3 - O Futuro do Youtube

Em 2009, em uma entrevista para revista VEJA, Chad Hurley comentou alguns pontos sobre o futuro do Youtube. Suas intenções eram de melhorar o acesso para o celular e outros aparelhos sem ser o computador. Deixá-lo mais inteligente também era uma das suas ideias, com um programa que identifique o vídeo que o usuário está assistindo e por meio de associação ao conteúdo do mesmo, mostrar sugestões de outro semelhante, mantendo assim, o usuário “preso” ao site. Nessa época, também queriam integrar o site com mais frequência nas redes sociais.

Hoje, o foco é outro, pois a nova tecnologia é desenvolvida a partir da ideia do mesmo no celular. *Sliced Bread* é como esta nova tecnologia é denominada, e fará com que a televisão seja sua nova tela, e seu celular será o controle. Basicamente, o usuário deverá escolher o vídeo que deseja assistir no celular e nele vai existir um botão que manda o sinal para a sua televisão, sendo assim, você assiste *on demand* confortavelmente na sua sala, usando o seu celular para pausar, avançar, parar e etc. Com a web se tornando a principal fonte de entretenimento, o Youtube não poderia deixar de investir em tecnologias para que pudesse virar uma possível emissora *on demand*.

CAPITULO 4 – CONCLUSÃO

A partir desta análise, concluímos que o Youtube passou por várias fases ao longo de seu desenvolvimento. Partindo de uma necessidade observada por Chen e Hurley em que eles constataram que ainda não havia uma forma eficiente para tráfego de vídeos por meio da internet.

Com essa observação, os três fundadores desenvolveram uma ferramenta que poderia suprir essa necessidade. No entanto, eles ainda não imaginavam que tinham criado uma ferramenta revolucionária para a comunicação global. Ao longo desse desenvolvimento, o Youtube passou por transformações técnicas e também no seguimento de gestão administrativa, ao ser anexado pela corporação Google, um dos maiores gigantes da internet.

Hoje, o Youtube é uma referência no setor de entretenimento, movimentando um mercado de bilhões de dólares, diversos são os beneficiados dessa inovação midiática. Entre eles aparecem os canais que descrevemos ao longo do trabalho , com uma variada gama de conteúdos estando presentes em todos os públicos.

O site atualmente atende demandas da educação, entretenimento, jornalístico e ainda possibilita espaço para assuntos ainda não imaginados em outras mídias. Falar do Youtube hoje é falar de um espaço com muito potencial de exploração e que com menos de uma década de fundação, já foram vistos inúmeros fenômenos surgirem. Considerando as outras mídias tradicionais como rádio e televisão, ele ainda é uma criança aprendendo seus primeiros passos.

Outro ponto a ser destacado é a questão do novo formato de acesso a conteúdos que o site proporciona, em questão a programação *on demand*, onde, o expectador faz sua grade de programação assistindo o que quer na hora que desejar, o que quebra o conceito de *broadcasting* imposto pelos outros veículos de comunicação como a televisão.

Visto e analisado que o Youtube é uma ferramenta que vai além do entretenimento, devido o seu caráter de possibilitar qualquer um ser um produtor de conteúdo e fazer com que esse conteúdo seja visto por milhares de pessoas em todo mundo, tornando-se uma grande arma pra a formação de ideias e para o setor de publicidade que dia após dia se tornando presente neste espaço.

Hoje a publicidade é vista de diversas maneiras dentro do site, como a descrita neste trabalho tecnologia True View desenvolvida por eles, que alcançam um número cada vez maior de pessoas que acessam seu conteúdo.

Neste início de segunda década do século XXI, podemos dizer que o espaço para publicidade nesta mídia social ainda é muito grande e portanto devemos estar atentos a essa demanda, pois com as inúmeras formas de exploração e custo baixo, o Youtube é uma forma muito eficaz e produtiva de propagar ideias.

BIBLIOGRAFIA

<http://blogs.estadao.com.br/jt-seu-bolso/youtube-ve-na-internet-o-futuro-da-tv/>

[acessado em 27/10/2013]

<http://revistagalileu.globo.com/Revista/Common/0,,EMI328274-17770,00-ENTENDA+COMO+O+YOUTUBE+ESTA+CRIANDO+O+FUTURO+DA+TELEVISAO.html>

[acessado em 27/10/2013]

<http://veja.abril.com.br/noticia/vida-digital/futuro-youtube>

[acessado em 27/10/2013]

<http://pt.wikipedia.org/wiki/YouTube>

[acessado em 10/07/2013]

<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1306288-6174,00.html>

[acessado em 15/08/2013]

<http://www.youtube.com/>

[acessado em 22/08/2013]

<https://vimeo.com/>

[acessado em 12/08/2013]

<http://www.slideshare.net/almotasim/youtube-vs-vimeo-3083893>

[acessado em 22/08/2013]

http://www.youtube.com/account_monetization?referrer=creator

[acessado em 31/08/2013]

<http://www.youtube.com/yt/creators/pt-BR/creator-benefits.html>

[acessado em 31/08/2013]

<http://www.youtube.com/nonprofits>

[acessado em 31/08/2013]

<http://www.google.com.br/ads/video/advertisers/ad-formats.html>

[acessado em 06/09/2013]

http://static.googleusercontent.com/external_content/untrusted_dlcp/www.youtube.com/pt-BR//yt/advertise/medias/pdfs/trueview-onesheet-pt-BR.pdf

[acessado em 16/08/2013]

<http://www.dp6.com.br/entendendo-os-formatos-de-anuncios-de-videos-via-adwords-para-youtube>

[acessado em 19/09/2013]

<http://answers.yahoo.com/question/index?qid=20100825222150AAX9qAG>

[acessado em 17/10/2013]

<http://exame.abril.com.br/marketing/noticias/os-melhores-comerciais-estrelados-pelos-porta-dos-fundos>

[acessado em 01/11/2013]

<http://www.ilikemarketing.com.br/caso-spoletto-e-o-maior-exemplo-de-marketing-digital/>

[acessado em 01/11/2013]

BURGESS, Jean; Green, Joshua. **YOUTUBE e a revolução digital com texto de John Hartley e Henry Jenkins**. São Paulo: Editora Aleph LTDA, 2009.