

EMUEL KEVIN DE MELO – RA 30139

YouTube Shorts: Criadores de conteúdo devem criar para essa ferramenta?

Universidade Campo Limpo Paulista

1.º SEM. 2022

EMUEL KEVIN DE MELO – RA 30139

YouTube Shorts: Criadores de conteúdo devem criar para essa ferramenta?

Trabalho de Conclusão de Curso (Projeto Experimental) como cumprimento obrigatório para obtenção do título de Bacharel do Curso de Comunicação Social – CENTRO UNIVERSITÁRIO CAMPO LIMPO PAULISTA - sob Orientação Metodológica da Coordenadora de Projetos Experimentais - TCC – de RTV e Internet, Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento e Orientação Específica ((Profa. Mestranda Fabiana Vicente de Carvalho))

Universidade Campo Limpo Paulista
1.º SEM. 2022
EMUEL KEVIN DE MELO — RA 30139

**YouTube Shorts: Criadores de conteúdo devem criar para essa
ferramenta?**

Campo Limpo Paulista, 08 de Junho de 2022.

Folha com indicação dos nomes da Banca Final

Profa. Caroline Zerbato: Especialista em Gestão, Empreendedorismo,
Marketing redes sociais

Prof. Doutor Cleber de Carvalho Lima

Profa. Mestranda Fabiana Vicente de Carvalho

Ms Leni Calderaro Pontinha: Coordenadora do Curso de Comunicação Social
Unifaccamp

Profa. ESP. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento: Mestranda em Relações
Internacionais. Orientadora Metodológica, Coordenadora de Projeto
Experimentais - RTVI Unifaccamp

Frase de Efeito

“Ninguém entra em um mesmo rio uma segunda vez, pois quando isso acontece já não se é o mesmo, assim como as águas que já serão outras.”

(Heráclito)

DEDICATÓRIA

Agradeço a minha mãe que sempre me apoiou, minha irmã e avó pelo incentivo, a Deus por me manter forte nesse caminho, e aos meus amigos que sempre me apoiaram e me incentivaram.

AGRADECIMENTOS

Muito obrigado ao professor Rafael Galdino Mattoso, Professor e coordenador do estúdio Matheus Marques Martins, E também para os técnicos do estúdio Reinaldo Koch, Ana Helena e Ana Dandrea.

A todos os funcionários da universidade pelo cuidado e carinho com os alunos e o local onde trabalham.

Aos professores da Banca por dispor seu tempo, e por suas orientações e análise de meu TCC

E especialmente a Professora Mestranda Fabiana Vicente de Carvalho por me esclarecer todas as dúvidas e me auxiliar em tudo que precisei.

Agradecimento a Orientadora Metodológica e Coordenadora dos Projetos Experimentais Profa. Esp. Maria Auxiliadora Mendes do Nascimento, pelo nosso tempo junto, foi muito valioso seus ensinamentos.

Agradecimentos a Coordenadora do Curso de Comunicação Social da Unifaccamp Profa. Ms. Leni Calderaro Pontinha, pela cordialidade e suporte todas vezes que precisei.

Sinopse do Projeto

Na pandemia da COVID-19, a criação e consumo de vídeos curtos e verticais se popularizou, TikTok e Kwai são os que dominam esse mercado. Essa popularização despertou o interesse do segundo maior buscador e a maior plataforma de vídeos do mundo, o YouTube, devido a isso ele criou a sua própria ferramenta, o YouTube Shorts, porém apesar de todo status que possui, isso está atrelado aos vídeos longos que tornaram a plataforma tão famosa. Este TCC visa entender o que é essa ferramenta e se ela é atrativa para um dos pilares importantes de uma rede social, os criadores de conteúdo.

Abstract

In the COVID-19 pandemic, the creation and consumption of short and vertical videos became popular, TikTok, and Kwai are the ones that dominate this market. This popularization aroused the interest of the second-largest search engine and the largest video platform in the world, YouTube, due to this he created his own tool, YouTube Shorts, but despite all the status he has, this is linked to the long videos that made the platform so famous. This TCC aims to understand what this tool is and if it is attractive to one of the important pillars of a social network, the content creators.

Lista de Imagens

Imagem 1 - página 21 (Logotipo da Produtora)

Imagem 2 - página 22 (Foto do Orientando)

Imagem 3 - Página 29 (Recorte da página 6 do relatório da empresa de pesquisas digitais “Wiinnin Brief”)

Sumário

Folha com indicação dos nomes da Banca Final	6
Frase de Efeito	7
DEDICATÓRIA	8
AGRADECIMENTOS	9
Sinopse do Projeto	10
Abstract	11
Lista de Imagens	12
Considerações Iniciais	15
Proposta da Produção do TCC	16
Apresentação	17
Objetivo	18
FORMATO	19
Justificativa	20
PRODUTORA	21
Definição da Produtora	21
Logomarca	21
Orientando	22
Foto	22
Perfil	22
O Projeto	23
Características	23
Fundamentação teórica	23
Internet	23
Web 2.0	24
YouTube	25
YouTube Shorts	28
Bibliografia utilizada	30
Livros:	30
Artigo e Relatórios:	31
Internet:	34

Referências Audiovisuais	41
Trilhas Sonoras	41
Produção Roll de Encerramento	41
Consultas, entrevistas, material utilizado para fundamentar O PROJETO EXPERIMENTAL EM RTV E INTERNET	42
Peculiaridades do Projeto Experimental	43
Público Alvo	44
Cronograma Segundo semestre/2021 – 6º. semestre	45
Cronograma Primeiro semestre/2022 – 7º. semestre	46
Considerações Finais	47

Considerações Iniciais

Apesar de o YouTube ser o segundo maior buscador do mundo, será que o YouTube Shorts terá alguma importância para quem cria conteúdo, quais são as vantagens e desvantagens que o YouTube possui em relação a suas concorrentes?

Acredito que ele possa ser bem-sucedido, devido a sua integração com o YouTube, que além de números impressionantes, também tem diversas vertentes e formas de monetização, podendo oferecer a quem cria Shorts, vantagens que só ele possui. Podendo se tornar um dos maiores do mundo.

Proposta da Produção do TCC

Através de um web-documentário pretendo compreender o porque quem cria conteúdo deve ou não criar para o YouTube Shorts, pois apesar de o YouTube ser uma gigante no mundo do Vídeo sob demanda, chegou atrasado no “mundo dos vídeos verticais e curtos”, tendo isso em vista é vantajoso apostar em uma ferramenta ainda não tão popular?

Apresentação

Com a crescente do consumo de vídeos verticais (vídeos "em pé"), redes sociais e ferramentas como TikTok, Kwai, e Instagram Reels se popularizaram. Devido a isso o YouTube criou o YouTube Shorts, ferramenta integrada na plataforma com a função de criar vídeos verticais e curtos.

A ênfase deste TCC, está nesta ferramenta justamente por suas vantagens comparadas com outras plataformas, o YouTube é hoje a maior "vitrine" de vídeos, além de ter músicas que em outras plataformas não têm, e possuir uma base de dados maior do que suas concorrentes.

Neste TCC você irá entender o que é o YouTube Shorts, e como ele poderá revolucionar a forma de se criar conteúdo para o YouTube, e quais serão seus impactos para o mercado de vídeos verticais.

Objetivo

Entender a relevância, os prós e contras do YouTube Shorts para os criadores de conteúdo, e compreender suas estratégias e desafios diários. Além de compreender o que é essa ferramenta e como ela impacta o público.

FORMATO

Webdocumentário é uma vertente dos documentários, que traz a linguagem da web como principal diferencial, são produções que apesar de documentar um fato, difere dos documentários tradicionais, por conta principalmente da janela de exibição, são concebidos para serem postados em mídias sociais ou plataformas de compartilhamento de vídeos.

Justificativa

O formato Webdocumentário é uma escolha metalinguística, pois sua linguagem é destinado para mídias sociais e plataformas de compartilhamento de vídeo, e o tema dele ser justamente sobre o YouTube, a maior plataforma de compartilhamento de vídeos.

PRODUTORA

Instigante

Definição da Produtora

Chama-se instigante por conta do desejo incansável de entender o novo, e procurar significado nas coisas, o entusiasmo em dissecar o diferente é o que move a produtora. O questionamento é a sucessão de perguntas por isso a interrogação, o olho é o que move um curioso. O cor roxa tem relação a curiosidade, lúdico e inovação.

Logomarca



Orientando

Emuel Kevin de Melo

Foto



Perfil

Meu nome é Emuel Kevin de Melo, tenho 21 anos, uso a comunicação como uma ferramenta para explorar minha perspectiva sobre o mundo, e acredito que profissionalmente esse é o meu papel, transformar histórias e visões de mundo em uma obra audiovisual. Desde muito novo gosta muito de criar vídeos, e o YouTube para mim, é um grande fenômeno, e a criação do YouTube Shorts, na minha percepção é uma movimentação histórica feita pelo YouTube.

O Projeto

Documentário sobre Youtube Shorts, através de entrevista semi estruturada com especialista, consumidores e criadores de conteúdo, com objetivo de compreender o que é essa ferramenta e como ela atinge esses pilares essenciais de uma plataforma, criadores, consumidores e empresas.

Características

Vídeo em proporção 9:16, “povo fala” gravado por câmera DSLR, entrevista com especialista captura de tela de uma video conferencia, criadores de conteúdo gravaram pelos seus smartphones, entrevistas semi estruturadas, e edição sem figura central do entrevistador.

Fundamentação teórica

Internet

A palavra internet, segundo a etimologia é em uma tradução literal “entre redes”, pois “inter” é “entre”, e “net” vem da palavra da língua inglesa “network” que significa “teia” e/ou “rede”, já para outras fontes, “inter” vem de internacional, assim uma “rede internacional. Ainda historicamente há diversas citações do TCP (Transmission Control Protocol — Protocolo de controle de transmissão) onde a palavra é uma abreviatura de “interconnect network”, ou seja “redes interligadas”.

“A Internet é uma "rede de redes de comunicações", significando que muitas redes de comunicação diferentes, operadas por uma grande quantidade de organizações, estão interconectadas coletivamente para formar a Internet. A Internet permite que você se comunique, compartilhe recursos e compartilhe dados com pessoas em sua rua ou ao redor do mundo. A maior vantagem da Internet é que ela é uma ferramenta que fornece acesso a enormes quantidades de informação (disponíveis ao redor do mundo)”

(WYATT, 1995, pag. 5)

Estima-se que os primórdios da internet aconteceram durante a guerra fria, um conflito ideológico entre os Estados Unidos e União Soviética após o fim da Segunda Guerra. Especificamente em 1969 que a ARPA (Advanced Research Projects Agency - Agência de projetos de pesquisa avançada) rede pertencente ao Departamento de Defesa norte-americano, cria a rede computadores ARPANET, desenvolvida visando conectar laboratórios de pesquisa e facilitar a comunicação entre cientistas e militares, isso tudo de forma descentralizada, para que mesmo que alguns servidores fossem destruídos, ainda conseguissem manter esta rede de comunicação ativa.

“As origens da Internet podem ser encontradas na Arpanet, uma rede de computadores montada pela Advanced Research Projects Agency (ARPA) em setembro de 1969. A ARPA foi formada em 1958 pelo Departamento de Defesa dos Estados Unidos com a missão de mobilizar recursos de pesquisa, particularmente do mundo universitário, com o objetivo de alcançar superioridade tecnológica militar em relação à União Soviética na esteira do mento do primeiro Sputnik em 957.”

(CASTELLS, 2003, pág. 13)

Web 2.0

O termo foi criado por Tim O'Reilly, e sua primeira aparição foi no relatório “Web 2.0 - Principles e Best Practices” (Web 2.0 - Princípios e Melhores Práticas) em que O'Reilly lista características e como empresas podem utilizar de forma inteligente a revolucionária Web 2.0. Neste documento ele a define como “(...) um conjunto de tendências econômicas, sociais e tecnológicas que formam coletivamente a base para a próxima geração da Internet – um meio mais maduro e distinto caracterizado pela participação do usuário, abertura e efeitos de rede.” (O'Reilly, 2006, pag. 4)

“As inovações e as lutas da cultura participativa que acontecem no amplo cenário das interações envolvendo forças institucionais atuando de cima para baixo e forças sociais atuando de baixo para cima têm formatado a propagação da mídia dentro das culturas e entre elas. É longa a história dessas trocas culturais, conduzidas através de vários

canais e práticas. O advento da computação ligada em rede e a maneira como seus componentes vêm sendo absorvidos pela cultura participativa e distribuídos pelos sites de redes sociais representam uma nova configuração de práticas que já existem há muito tempo.”

(JENKINS, GREEN e FORD, 2014, pág. 65)

A Web 2.0 é considerada a segunda geração da internet, o momento em que a relação criador e usuários se difunde, transformando muitas vezes “consumidor” em co-criador, pois permite com que quem acessa um determinado conteúdo consiga participar, seja comentando, compartilhando, reagindo, remixando ou qualquer outra forma de engajamento, e esses recursos de interatividade são simples, permitindo que qualquer pessoa com conhecimento básico em internet consiga utilizá-los. Diferente da Web 1.0 em que não havia interação, e para criar conteúdo eram necessários conhecimentos avançados de programação e hardware.

“(…) a Web 2.0 representa uma reorganização das relações entre produtores e seus públicos em um mercado de internet em fase de maturação, assim como um conjunto de abordagens adotadas pelas empresas que buscam tirar proveito da criatividade de massa, do coletivismo e da produção colaborativa.(…)”

(JENKINS, GREEN e FORD, 2014, pág. 79)

YouTube

Hoje mundialmente conhecida, a maior plataforma de vídeos do mundo, foi criada em 2005 por Jawed Karim, Steven Chen e Chad Hurley, ambos ex-funcionários da empresa de pagamentos online PayPal, onde Jawed e Steven atuavam como cientistas da computação e Chad como designer, suas habilidades ajudaram a criar uma plataforma amigável ao usuário que queria fazer upload ou assistir vídeos no site.

“(…) A inovação original era de ordem tecnológica (mas não exclusiva): 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 (...).”

(BURGESS e GREEN, 2009, pág. 16)

Segundo o que Jawed Karim disse em seu discurso de formatura na Universidade de Illinois, em seus primórdios o YouTube não era tão popular, e a princípio os idealizaram como um site de relacionamentos, com a possibilidade das pessoas gravarem vídeos para se apresentarem, e procurarem pessoas com gostos parecidos, porém ninguém aderiu à ideia, foi então que os criadores da plataforma em uma tentativa de atrair usuários, ofereceram 20 dólares a cada vídeo que “mulheres bonitas” postassem lá, porém não obtiveram resposta. Foi então que perceberam serem os internautas que moldavam a plataforma, e se preocuparam em implementar funcionalidades que facilitasse a experiência do usuário.

“A versão de Jawed Karim - o terceiro cofundador que deixou o negócio para voltar à faculdade em novembro de 2005 - afirma que o sucesso do site se deve à implementação de quatro recursos essenciais: recomendações de vídeos por meio da lista de "Vídeos Relacionados", um link de e-mail que permite e o compartilhamento de vídeos, comentários (e outras funcionalidades inerentes a redes sociais) e um reprodutor de vídeo que pode ser incorporado (embed) em outras páginas da internet (Gannes, 2006).”

(BURGESS e GREEN, 2009, pág. 19)

Já a empresa Google, apesar de ser o mecanismo de buscas mais utilizado, não era o maior serviço de exibição de vídeos, apesar de sua tentativa, o Google Vídeos era muito complexo e representava apenas 10% deste mercado, ficando atrás do MySpace que representava 23%, e do YouTube que tinha 46% de participação. Foi então que em 2006 a gigante das buscas

comprou o YouTube por US \$1,65 bilhão, dando aos seus antigos donos o equivalente a esse valor em ações do Google.

“(…) No começo de 2008, de acordo com vários serviços de medição de tráfego da web, já figurava de maneira consistente entre os dez sites mais visitados do mundo. Em abril de 2008, o YouTube já hospedava algo em torno de 85 milhões de vídeos, um número que representa um aumento dez vezes maior em comparação ao ano anterior e que continua a crescer exponencialmente. (...) Como uma comunidade de conteúdo gerado por usuários, seu tamanho gigantesco e sua popularidade entre as massas eram sem precedentes.”

(BURGESS e GREEN, 2009, pág. 18)

O que um dia foi um site de relacionamentos fracassado, se tornou uma mídia social colaborativa de grande sucesso, atualmente é a maior plataforma de vídeos, e segundo a Alexa Rank o segundo site mais frequentado no mundo, atrás apenas do Google. São mais de 2 bilhões de usuários mensais, e mais de 500 horas de conteúdo a cada minuto. Isso reflete no âmbito comercial, no último levantamento realizado pela Alphabet (holding responsável pelo Google e outras subsidiárias), o YouTube faturou em 2021 US\$ 28,8 bilhões, isso se deve a integração com o AdSense (serviço de publicidade do Google) e o constante crescimento de interesse das marcas em anunciar na internet.

Uma das vantagens para os criadores de conteúdo, é o programa de parcerias do Youtube (YPP), para participar é necessário ter mais de mil inscritos e 4 mil horas assistidas em menos de 12 meses, esse programa permite que quando um anúncio aparece durante a exibição do vídeo o canal responsável ganhe entre R\$ 6 á R\$ 12 a cada mil visualizações monetizadas. Isso incentiva criadores de conteúdo a criar conteúdos de qualidade, atraindo mais telespectadores, resultando em mais visualizações. “(...) a principal estratégia de negócios do YouTube conta com receitas de publicidade provenientes da atenção atraída pela vasta gama de vídeos do site (predominantemente criados

e enviados via upload pelos próprios usuários).” (JENKINS, GREEN e FORD, 2014, pág. 80).

A plataforma tem diversas vertentes, o YouTube Music faz sucesso no mercado das músicas devido ao enorme acervo e a maior base de usuários. Com as transmissões ao vivo, o YouTube Livestream é gigante, representando 84% das lives mais vistas pelos brasileiros, segundo a Mobile Times. Já na área de jogos o YouTube Gaming, é peça essencial para indústria de games, popularizando jogos como Minecraft, Fortnite e Grand Theft Auto V. Tudo isso o torna único, pois Vídeos, Transmissões ao vivo, vídeos verticais e curtos (YouTube Shorts) podem ser encontrados na mesma plataforma.

YouTube Shorts

Com a chegada da pandemia do Covid 19, o uso do TikTok se popularizou, nele os vídeos são verticais e curtos, já o YouTube tem majoritariamente vídeos horizontais de em média 10 minutos. Devido a essa crescente de vídeos verticais ele lançou em setembro de 2020 a versão Beta do YouTube Shorts, e em junho de 2021 oficialmente em mais de 100 países.

É possível gravar diretamente do aplicativo do YouTube, ou através da ferramenta de upload é possível enviar um vídeo já gravado. Eles podem ter no mínimo 15 segundos e no máximo 60 segundos, e precisam estar na vertical em proporção 9:16.

Desde que foi lançado a ferramenta acumula mais de 5 trilhões de visualizações, segundo o artigo publicado no blog oficial do YouTube pela sua atual CEO, Susan Wojcick. Além disso, no relatório de resultado da Alphabet (conglomerado dono da Google e YouTube) no primeiro trimestre de 2022, Philipp Schindler atual vice-presidente sênior e diretor de negócios global da Google, diz que diariamente o YouTube Shorts têm 30 bilhões de visualizações diárias.

A integração com o YouTube faz o Shorts ter um potencial enorme, pois além dos surpreendentes números diários da plataforma, há opções exclusivas da ferramenta, como a possibilidade de utilizar áudios de vídeos e músicas que estão no YouTube, criar playlists, agendar conteúdo, selecionar se o conteúdo é destinado para maiores de idade, não listado, botão de não gostei, e outras ferramentas do YouTube. Além de recursos padrões de suas concorrentes como timer, velocidade e filtros (apenas de cor, não de realidade aumentada), background (recurso que permite trocar fundo).

Segundo o levantamento da Wiinnin, uma importante empresa de pesquisa de dados sobre redes sociais, no Brasil 3 a cada 6 dos criadores com mais visualizações utilizam o YouTube Shorts, o relatório aponta que os conteúdos jogos e aventura, doces e sobremesas, e programas infantis são alguns dos que o público é mais fiel.

**Relationship é uma métrica interna que indica o quanto um tópico está sendo assistido pelo mesmo público em relação a outro, variando de 1 a 10.*

Tópicos	Relationship
Jogos de Ação & Aventura	6.2
Doces & Sobremesas	5.7
Programas Infantis	5.6
Família	5.6
Humor Viral	5.6
Tour	5.6

(Wiinnin Brief, pag 6) acesso em 04/05/2022

Atualmente o YouTube Shorts paga seus criadores, através do Fundo Shorts (Shorts Fund), onde criadores podem ganhar mensalmente entre cem á dez mil dólares, E para receber esse bônus é necessário estar em um dos países participantes do programa, ter mais de 12 anos, respeitar as normas do YouTube, e criar conteúdo original para o Shorts.

A projeção de Susan Wojcicki é que isso se expanda muito, em um artigo no Blog Oficial do YouTube além de especificar que em 2022 uma das prioridades do YT é o Shorts, ela escreve que pretendem implementar o YouTube BrandConnect, o programa que fornece insights e dados para as marcas sobre os criadores e seus canais, assim facilitando as parcerias entre criadores e marcas.

Bibliografia utilizada

Livros:

WUENSCH, Ana Míriam . **Pensando melhor**: iniciação ao filosofar. Saraiva, v.3, 1999.

RECUERO, Raquel. **Redes sociais na internet**. Sulina, v. 2, 2011.

BURGESS, Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital**: Como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. Aleph, v. 1, 2012.

JENKINS, Henry; FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da Conexão**: Criando valor e significado por meio da mídia propagável. Aleph, v. 3, 2015.

PEREIRA, Robinson. **A Internet**. Vale das Letras, v. 1, 2005. (Pequenas e Grandes Invenções).

WYATT, Allen. **Sucesso com Internet**. Érica, v. 1, 1994.

SANTANA FILHO, Ozeas Vieira. **Introdução à Internet**: Tudo que você precisa saber para navegar bem na rede. Senac, v. 7, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia Internet**: reflexões sobre a Internet, negócios e a sociedade. Zahar, v. 1, 2002.

Artigo e Relatórios:

BERNARDES, Fernanda . **WEBDOCUMENTÁRIO E INTERAÇÃO: COMPREENDENDO O PAPEL DO USUÁRIO EM FORT MCMONEY.**

casperlibero.edu. 13 p. Disponível em:

https://casperlibero.edu.br/wp-content/uploads/2015/01/Fernanda-Bernardes.PUCRS_.pdf. Acesso em: 25 set. 2021.

MENDES, Flávio Renato Simões . **As Redes Sociais como Novas Ferramentas de Trabalho.** 118 p. Disponível em:

https://run.unl.pt/bitstream/10362/21855/1/Relat%c3%b3rio_Fl%c3%a1vio_Mendes_47335.pdf. Acesso em: 1 out. 2021.

SILVA, Wagner Souza e; VELLEI, Carolina Dos Santos. **O corpo protagonista nas telas verticais**: a influência do enquadramento retrato dos smartphones na produção imagética. Disponível em:

https://www.seer.uscs.edu.br/index.php/revista_comunicacao_inovacao/article/view/6263/3086. Acesso em: 1 out. 2021.

PAIVA, Fernando. **Panorama Mobile Time/ Opinion Box - Uso de Apps no Brasil**: Uso de Apps no Brasil - Junho de 2021. 20 p. Disponível em:

<https://www.mobiletime.com.br/pesquisas/uso-de-apps-no-brasil-junho-de-2021/>. Acesso em: 16 out. 2021.

CARVALHO , Marcelo Sávio Revoredo Menezes de. **A TRAJETÓRIA DA INTERNET NO BRASIL: DO SURGIMENTO DAS REDES DE COMPUTADORES À INSTITUIÇÃO DOS MECANISMOS DE GOVERNANÇA.**

Researchgate. 261 p. Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/268809917_A_TRAJETORIA_DA_INT

ERNET_NO_BRASIL_DO_SURGIMENTO_DAS_REDES_DE_COMPUTADOR
ES_A_INSTITUICAO_DOS_MECANISMOS_DE_GOVERNANCA. Acesso em:
13 mar. 2022.

ROCHA, Glauco Capper da; FILHO, Veridiano Barroso de Souza. **Da guerra às emoções**: história da internet e o controverso surgimento do Facebook. Alcar Norte. 16 p. Disponível em:
http://www.alcarnorte.com.br/wp-content/uploads/alcar2016_da_guerra_as_emocoes_historia_da_internet_e_o_controverso_surgimento_do_facebook.pdf .
Acesso em: 13 mar. 2022.

SCARELLI, Caique Puga. **ANSIEDADE**: COMO AS REDES SOCIAIS LEVAM OS JOVENS A TEREM O TRANSTORNO. 76 p. Disponível em:
<https://www.unifaccamp.edu.br/repository/artigo/arquivo/03122021082642.pdf>.
Acesso em: 13 mar. 2022.

SILVA, Gustavo Henrique Ramos Da. **MARKETING DE INFLUÊNCIA NO SEGMENTO DE ARQUITETURA E DECORAÇÃO**: YOUTUBE E INSTAGRAM COMO FERRAMENTAS DE TRABALHO DE INFLUENCIADORES BRASILEIROS EM 2020. 101 p. Disponível em:
<https://www.unifaccamp.edu.br/repository/artigo/arquivo/03122021085050.pdf>.
Acesso em: 13 mar. 2022.

MANOEL, Isabela De Godoi. **COMENTA E DEIXE O SEU LIKE!**: Estudo de caso sobre a influência da carioca Boca Rosa no YouTube, de 2011 a 2020.. 45 p. Disponível em:
<https://www.unifaccamp.edu.br/repository/artigo/arquivo/05122021063719.pdf> .
Acesso em: 13 mar. 2022.

ALMEIDA, José Maria Fernandes. **Breve história da INTERNET**. 5 p.
Disponível em: <https://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/3396>. Acesso em: 13 mar. 2022.

LEANDRIN, Fernando Henrique Anadão. **O direito de acesso à Internet**. 177 p. Disponível em:
<https://tede2.pucsp.br/bitstream/handle/21937/2/Fernando%20Henrique%20Anad%c3%a3o%20Leandrin.pdf>. Acesso em: 16 mar. 2022.

MOREIRA, Danilo dos Reis. **Um estudo da tecnologia Web 2.0**. 117 p.
Disponível em: <https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/498/o/Danilo2009.pdf>. Acesso em: 24 abr. 2022.

MUSSER, John. **Web 2.0: Principles and Best Practices**. 9 p. Disponível em:
<http://saladeaulainterativa.pro.br/moodle/mod/resource/view.php?inpopup=true&id=2875>. Acesso em: 24 abr. 2022.

MOREIRA, Danilo dos Reis Moreira; DIAS, Márcio de Souza. **WEB 2.0 – A WEB SOCIAL**. 14 p. Disponível em:
http://www.portalcatalao.com/painel_clientes/cesuc/painel/arquivos/upload/temp/5b8d871edec20a2cea22e4a06c772a66.pdf. Acesso em: 24 abr. 2022.

YOUTUBE SHORTS. **Conheça o YouTube Shorts**. 31 p. Disponível em:
<https://storage.googleapis.com/support-kms-prod/BTjsbT6pzqKDsygqC6pwcE1HYM7CmfdL8ZQ>. Acesso em: 24 abr. 2022.

WINNIN. **Winnin Brief: 6 Insights data-driven para criar vídeos no Youtube Shorts**. 15 p. Disponível em:
https://assets.website-files.com/600f14d617ea3d4e4cecfa4d/615dec0cc07e81643778414a_%5BWinnin%20Brief%5D%206%20Insights%20data-driven%20%2

0para%20criar%20vi%CC%81deos%20no%20Youtube%20Shorts.pptx.pdf.

Acesso em: 4 mai. 2022.

ALPHABET. **Alphabet Q1 2022 Earnings Call**. 15 p. Disponível em:

https://abc.xyz/investor/static/pdf/2022_Q1_Earnings_Transcript.pdf?cache=aded5ae . Acesso em: 20 mai. 2022.

Internet:

CHAN, J. Clara. **TikTok Creators Turn to YouTube Shorts Amid “Insane”**

Subscriber Growth: Influencers say the platform, which mimics TikTok features, has given them more opportunity to rapidly build a following and monetize. 2021. Disponível em: TikTok Creators Turn to YouTube Shorts Amid “Insane” Subscriber Growth. Acesso em: 1 out. 2021.

MARI, Angelica. **Conheça a história dos 15 anos do YouTube**: Do primeiro vídeo com elefantes no zoológico à atual fábrica de riquezas – inclusive para brasileiros. 2020. Disponível em:

<https://forbes.com.br/principal/2020/09/conheca-a-historia-dos-15-anos-do-youtube/>. Acesso em: 15 out. 2021.

KLEINA, Nilton. **A história do YouTube, a maior plataforma de vídeos do mundo [vídeo]**. 2017. Disponível em:

<https://www.tecmundo.com.br/youtube/118500-historia-youtube-maior-plataforma-videos-do-mundo-video.htm>. Acesso em: 15 out. 2021.

O GLOBO. **Em 2006, Google apostou na febre de vídeos on-line e comprou o YouTube**: Fundado em fevereiro de 2005, site foi adquirido por US\$ 1,65 bilhão em ações há 15 anos. Empresas como Microsoft, Yahoo e News Corp. também estavam interessadas. 2013. Disponível em:

<https://acervo.oglobo.globo.com/fatos-historicos/em-2006-google-apostou-na-febre-de-videos-on-line-comprou-youtube-10298782>. Acesso em: 15 out. 2021.

PEREIRA, Marcos. **Conheça a história do YouTube e saiba mais sobre a evolução dessa plataforma:** Não dá para pensar em vídeos online sem falar do YouTube. Conheça a história e a trajetória da maior plataforma de conteúdos audiovisuais da internet. 2020. Disponível em: <https://hotmart.com/pt-br/blog/historia-do-youtube>. Acesso em: 15 out. 2021.

RICHARD, Chris. **Como o YouTube se tornou o principal site de streaming de música do mundo:** O YouTube é vasto e confuso, cheio de distrações, e assim propõe a você coisas que um serviço tradicional de streaming não propõe. 2019. Disponível em: <https://www.terra.com.br/noticias/tecnologia/como-o-youtube-se-tornou-o-principal-site-de-streaming-de-musica-do-mundo,7ab7eccf42f59253eb23e5dd0defb9de13016xpl.html>. Acesso em: 16 out. 2021.

MARINHO, Maria Helena. **Pesquisa Video Viewers 2017: Cinco insights sobre consumo de vídeos no Brasil.** 2017. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/estrategias-de-marketing/video/pesquisa-video-viewers-2017-cinco-insights-sobre-consumo-de-videos-no-brasil/>. Acesso em: 16 out. 2021.

ANDERSON, Matt. **Pesquisa Video Viewers 2017: Cinco insights sobre consumo de vídeos no Brasil.** 2018. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/futuro-do-marketing/gestao-e-cultura-organizacional/diversidade-e-inclusao/quer-entender-geracao-z-o-youtube-mostra-o-caminho/>. Acesso em: 16 out. 2021.

PEW RESEARCH CENTER. **YouTube, Instagram and Snapchat are the most popular online platforms among teens.** 2018. Disponível em: https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/pi_2018-05-31_teenstech_0-01/. Acesso em: 16 out. 2021.

MARINHO, Maria Helena. **Pesquisa Video Viewers: como os brasileiros estão consumindo vídeos em 2018**. 2018. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/estrategias-de-marketing/video/pesquisa-video-viewers-como-os-brasileiros-estao-consumindo-videos-em-2018/> . Acesso em: 16 out. 2021.

BROOKS, Aaron. **Ten ways creators can monetize their content on social media**:. Disponível em: <https://vampbrands.com/blog/2021/04/29/infographic-ten-ways-creators-can-monetize-their-content-on-social-media/>. Acesso em: 16 out. 2021.

JOHNSTON, Maddison. **TikTok vs YouTube Shorts: Which one is right for you?**: . Disponível em: <https://vamp-brands.com/blog/2021/09/17/tiktok-vs-youtube-shorts-which-one-is-right-for-you/>. Acesso em: 16 out. 2021.

SILVA, Leornado Wener. **Internet foi criada em 1969 com o nome de "Arpanet" nos EUA**. 2001. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/folha/cotidiano/ult95u34809.shtml>. Acesso em: 13 mar. 2022.

MUNDO EDUCAÇÃO. **Guerra Fria**: A Guerra Fria foi o conflito político-ideológico responsável pela polarização do mundo na segunda metade do século XX. EUA e URSS foram os protagonistas desse conflito. Disponível em: <https://mundoeducacao.uol.com.br/historiageral/guerra-fria.htm>. Acesso em: 13 mar. 2022.

LIGGA TELECOMUNICAÇÕES S.A. **Curiosidades**: O que é internet?. Disponível em: <https://www.copeltelecom.com/site/blog/o-que-e-internet/>. Acesso em: 16 mar. 2022.

ORIGEM DA PALAVRA. **internet**. 2015. Disponível em:
<https://origemdapalavra.com.br/pergunta/internet/>. Acesso em: 16 mar. 2022.

SIGNIFICADOS. **Significado de Internet**: O que é a Internet:. Disponível em:
<https://www.significados.com.br/internet>. Acesso em: 16 mar. 2022.

VESCHI, Benjamin. **ETIMOLOGIA DE INTERNET**. 2020. Disponível em:
<https://etimologia.com.br/internet/>. Acesso em: 16 mar. 2022.

TECHENTER. **O que é TCP (Transmission Control Protocol) ?**. 2019.
Disponível em: <https://techenter.com.br/o-que-e-tcp/>. Acesso em: 16 mar. 2022.

GRAHAM, Jefferson. **Video websites pop up, invite postings**. 2005.
Disponível em:
https://usatoday30.usatoday.com/tech/news/techinnovations/2005-11-21-video-websites_x.htm. Acesso em: 16 mar. 2022.

GAIATO, Kris; SALUTES, Bruno. **Quem criou o YouTube?**. 2022. Disponível em:
<https://canaltech.com.br/redes-sociais/saiba-quem-fundou-o-youtube-158378/>.
Acesso em: 2 abr. 2022.

HUBACK, Rodrigo. **Conheça a história do YouTube, a maior plataforma de vídeos do mundo**. 2020. Disponível em:
<https://www.ibnd.com.br/blog/conheca-a-historia-do-youtube-a-maior-plataforma-de-videos-do-mundo.html>. Acesso em: 2 abr. 2022.

MONICA, Paul R. La. **Google to buy YouTube for \$1.65 billion**. 2006.
Disponível em:
https://money.cnn.com/2006/10/09/technology/googleyoutube_deal/index.htm .
Acesso em: 3 abr. 2022.

CARPENEZ, Juliana. **GOOGLE COMPRA SITE YOUTUBE POR US\$ 1,65 BILHÃO**: Apesar de já ter seu próprio serviço de exibição de vídeos, a página do Google não conquistou a mesma popularidade do YouTube. 2006.

Disponível em:

<https://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1304481-6174,00.html>. Acesso em: 3 abr. 2022.

PALMEIRAS, Carlos. **YouTube ultrapassou a receita da Netflix no último trimestre**. 2022. Disponível em:

<https://www.tecmundo.com.br/mercado/233087-youtube-tem-receita-maior-netflix-ultimo-trimestre-2021.htm>. Acesso em: 3 abr. 2022.

YOUTUBE OFFICIAL BLOG. **YouTube for Press**. Disponível em:

<https://blog.youtube/press/>. Acesso em: 3 abr. 2022.

OSMAN, Maddy. **Estatísticas e Fatos Surpreendentes do YouTube (2º Site Mais Visitado)**. 2022. Disponível em:

<https://kinsta.com/pt/blog/estatisticas-do-youtube/>. Acesso em: 3 abr. 2022.

VIU HUB. **HACKEANDO O YOUTUBE**. 2019. Disponível em:

<https://gente.globo.com/hackeando-o-youtube/>. Acesso em: 3 abr. 2022.

FOLHA DE S.PAULO. **Entenda o que é a Web 2.0**. 2006. Disponível em:

<https://www1.folha.uol.com.br/folha/informatica/ult124u20173.shtml#:>. Acesso em: 24 abr. 2022.

PORTAL EDUCAÇÃO. **Entenda o que é a Web 2.0**. Disponível em:

<https://siteantigo.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/educacao-fisica/o-que-e-web-20/46028>. Acesso em: 24 abr. 2022.

O'REILLY, Tim. **What Is Web 2.0: Design Patterns and Business Models for the Next Generation of Software**. 2005. Disponível em: <https://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>. Acesso em: 24 abr. 2022.

AMOROSO, Danilo. **O que é Web 2.0?**. 2008. Disponível em: <https://www.tecmundo.com.br/web/183-o-que-e-web-2-0-.htm>. Acesso em: 24 abr. 2022.

SIGNIFICADOS BR. **Significado de Web 2.0**: O que é Web 2.0. Disponível em: <https://www.significadosbr.com.br/web-2-0>. Acesso em: 24 abr. 2022.

WIKIVERSIDADE. **Ambientes Virtuais de Aprendizagem/Web 2.0**. 2018. Disponível em: https://pt.wikiversity.org/wiki/Ambientes_Virtuais_de_Aprendizagem/Web_2.0. Acesso em: 24 abr. 2022.

MEHTA, Milind . **YouTube Shorts — Guia e ideias de vídeo**. 2021. Disponível em: <https://clipchamp.com/pt-br/blog/youtube-shorts-guia-ideias-de-video/>. Acesso em: 24 abr. 2022.

FABRO, Clara. **YouTube Shorts: 5 perguntas e respostas sobre a monetização de vídeos curtos**: Como funciona o YouTube Shorts? Lista traz cinco perguntas e respostas sobre monetização da função. 2021. Disponível em: <https://www.techtudo.com.br/listas/2021/11/youtube-shorts-5-perguntas-e-respostas-sobre-a-monetizacao-de-videos-curtos.ghtml>. Acesso em: 24 abr. 2022.

SUTIAK, Fabiane. **O que é YouTube Shorts e como usar para aumentar o engajamento da sua empresa**. 2021. Disponível em: <https://www.conversion.com.br/blog/youtube-shorts/>. Acesso em: 24 abr. 2022.

YOUTUBE ACTIVAR. **YOUTUBE SHORTS ORIENTAÇÃO DETALHADA EM 2022**. 2022. Disponível em:

<https://youtube-activar.com/youtube-shorts-orientacao-detalhada>. Acesso em: 4 mai. 2022.

TUBINO, Guilherme. **Webshare ensina II: Melhores Estratégias para Youtube Shorts**. 2021. Disponível em:

<https://www.webshare.com.br/blog/conteudo-content-marketing/youtube-shorts/>. Acesso em: 4 mai. 2022.

WOJCICKI, Susan. **Carta da Susan: Nossas Prioridades para 2022**. 2022.

Disponível em:

<https://blog.youtube/intl/pt-br/inside-youtube/carta-da-susan-2022/>. Acesso em: 11 mai. 2022.

KYNCL, Robert. **Dez maneiras de monetizar no YouTube**. 2021. Disponível em:

<https://blog.youtube/intl/pt-br/news-and-events/dez-maneiras-de-monetizar-no-youtube/>. Acesso em: 11 mai. 2022.

YOUTUBE. **Apresentamos o lado Short do YouTube**. Disponível em:

https://www.youtube.com/intl/pt-BR_ALL/creators/shorts/. Acesso em: 11 mai. 2022.

GOOGLE. **Programa de Parcerias do YouTube: visão geral e qualificação**.

Disponível em: <https://support.google.com/youtube/answer/72851?hl=pt-BR>.

Acesso em: 11 mai. 2022.

TIK TOK. **TikTok Creator Fund: Your questions answered**. 2021. Disponível em:

<https://newsroom.tiktok.com/en-gb/tiktok-creator-fund-your-questions-answered>.

Acesso em: 11 mai. 2022.

Referências Audiovisuais

O DILEMA das Redes. Jeff Orlowski. 2020. Docudrama (1h 34m). Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/81254224>. Acesso em: 6 ago. 2021.

A REDE Social. David Fincher. 2010. Drama (2h). Disponível em: <https://www.netflix.com/pt/title/70132721>. Acesso em: 2 set. 2021.

ASSISTAAO YOUPIX Summit 2021 - Dia 2. YOUPIX. Evento (10h 17m). Disponível em: https://www.youtube.com/watch?v=_MyVlsyGxdA&t=29515s. Acesso em: 16 set. 2021.

MONSTRO. Anthony Mandler. Drama (1h 39m). Disponível em: <https://www.netflix.com/br/title/81121351>. Acesso em: 11 out. 2021.

JAWED Karim, Illinois Commencement 2007, pt2. CSmediaUIUC. Palestra (7m). Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=24yglUYbKXE>. Acesso em: 3 abr. 2022.

Trilhas Sonoras

Trilhas do site freemusicarchive.org

Produção Roll de Encerramento

Muito obrigado aos criadores de conteúdo Saulo Sampaio e Gustavo Picado pela cordialidade e por ter me concedido uma entrevista.

Para o Thiago, Douglas e Matheus por contribuir com sua opinião enquanto consumidores.

E para o Magno Martins por transmitir sua visão de especialista sobre esse assunto.

Consultas, entrevistas, material utilizado para fundamentar O PROJETO EXPERIMENTAL EM RTV E INTERNET

A estrutura da fundamentação teórica foi feita em ordem decrescente (do fim para o começo), começando pelo que é o Youtube Shorts e retrocedendo até ao o que é Internet.

As entrevistas são semi estruturadas, todos entrevistados responderam as mesmas perguntas com algumas adaptações, que serviram como base para criar perguntas a partir das respostas. O “povo fala” foi gravado na universidade UNIFACCAMP e no Ginásio Municipal de Esportes de Campo Limpo Paulista. As entrevistas com especialista e criadores de conteúdo foram por videoconferência. Os criadores de conteúdo gravaram do próprio smartfone, e o especialista a tela foi capturada por meio do programa OBS studio.

Peculiaridades do Projeto Experimental

O Webdocumentário é todo gravado e editado na vertical, as entrevistas são semi estruturados, ou seja, perguntas básicas em que conforme as respostas, são feitas perguntas personalizadas. Além disso, segue um formato de edição não convencional sem uma figura central de um entrevistador, a resposta dos entrevistados se complementam.

Público Alvo

Adolescentes, Criadores de Conteúdo, Adultos, Entusiastas e Especialistas em redes sociais

Cronograma Segundo semestre/2021 – 6º. semestre

Agosto - Iniciação e primeiro contato

Setembro - definição de tema, Entrega de Sinopse.

Outubro - Preparação pra defesa da banca de qualificação (Slide e Pasta)

Novembro - Apresentação para Banca de Qualificação

Dezembro - Projeções e Ultimos detalhamentos.

Cronograma Primeiro semestre/2022 – 7º. semestre

Fevereiro - Inclusão e atualização de novos itens da pasta

Março - Finalização de inclusão de itens e atualização da pasta

Abril - Contato com entrevistados e marcação de entrevistas

Maiο - Finalização das gravações e edição

Junho - Apresentação Final do TCC

Considerações Finais

O YouTube já é uma plataforma de vídeos consolidada no mercado, sua nova ferramenta tem um enorme potencial, porém apesar dos esforços acredito que o Shorts, não se tornará um dos maiores ou até um dos melhores, mas sua integração é o que o torna tão relevante a criadores de conteúdo, historicamente é o que possui melhor tratamento com os criadores conteúdo, e que melhor remunera.

Sua experiência mercadológica e tecnológica, as diversas vertentes (VOD, Lives, Shorts, Music), e o fato de ser subsidiária da Google (O Maior Buscador do Mundo), é o que o torna um enorme atrativo para Criadores de conteúdo, que podem criar uma carreira apenas utilizando a plataforma.

o Youtube Shorts ainda é “pequeno” mas diariamente vem alçando números maiores, e testando novas ferramentas e formas de monetização. É uma ótima oportunidade, pois está começando, e quem publica conteúdo nessa ferramenta a cada vez mais se torna autoridade e consolida seu espaço, vale a pena criar conteúdo para ela, pois é uma ferramenta com diferenciais e vantagens que dificilmente outras plataformas têm, além de entregar bons números e monetizar quem cria conteúdos inovadores para ela.