

# Youtube: A inserção dessa ferramenta no cotidiano global<sup>1</sup>

Helder Raphael Oliveira LIMA<sup>2</sup>

Joana Tereza Castro MURÇA<sup>3</sup>

Naiara Leonor dos Santos OLIVEIRA<sup>4</sup>

Victor Capato Ianes NOGUEIRA<sup>5</sup>

Débora TAVARES<sup>6</sup>

## RESUMO

De que forma e por que meios o Youtube tornou-se popular: esse será o ponto principal a ser tratado neste artigo, de forma que veremos como essa ferramenta funciona e como ela enraizou-se no cotidiano do globo. Para a produção deste artigo, a metodologia utilizada será feita por levantamento bibliográficos, onde as referências foram: o próprio site Youtube, revistas online, artigos acadêmicos e livros sobre o tema. Procuramos mostrar por meios de citações, dados e informações a concretização de nosso problema de pesquisa, sendo também guiados por teorias como a teoria da cibercultura. A mescla de todas essas teorias e métodos utilizados nos dirigem rumo a comprovação de nossa suposição inicial.

**PALAVRAS-CHAVE:** Comunicação; Youtube; convergência; interatividade; vídeos

## INTRODUÇÃO

Em meio ao mundo atual, a necessidade de comunicar-se e interagir de forma rápida com informações pertinentes e seguras é cada vez maior. Conseguimos observar que até pouco tempo atrás o compartilhamento de informações restringia-se as notícias escritas, as fotos e, durante os telejornais era possível acompanhar as imagens feitas por

---

<sup>1</sup> Trabalho submetido ao INTERCOM Junior no VIII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Centro-Oeste, realizado de 8 a 10 de junho de 2011.

<sup>2</sup> Estudante do 3º semestre de Graduação do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: [helder2@hotmail.com](mailto:helder2@hotmail.com)

<sup>3</sup> Estudante do 3º semestre de Graduação do curso de Comunicação Social com habilitação em Rádio e TV, e-mail: [strangeandbeautiful.rss@hotmail.com](mailto:strangeandbeautiful.rss@hotmail.com)

<sup>4</sup> Estudante do 3º semestre de Graduação do curso de Comunicação Social com habilitação em Rádio e TV e-mail: [naiara\\_leonor@hotmail.com](mailto:naiara_leonor@hotmail.com)

<sup>5</sup> Estudante do 3º semestre de Graduação do curso de Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda, e-mail: [victorcapato@gmail.com](mailto:victorcapato@gmail.com)

<sup>6</sup> Professora Dra. Do Curso de Comunicação social da UFMT, Professora do programa de Pós-graduação de Estudos de Cultura Contemporânea – ECCO/ UFMT e líder do grupo de pesquisa de estudos de mídia e cultura- EMiC, email: [debora.tavares@terra.com.br](mailto:debora.tavares@terra.com.br)

repórteres cinematográficos, sempre tendo em foco a vista e a edição pertinente a cada emissora. É claro que deveríamos desconfiar disso, já que muitas vezes acompanhamos a distorção de algumas notícias e edições claramente modificadas para a alienação perante o que queriam que fosse publicado. O público por sua vez assistia a tudo de mãos atadas, já que éramos bombardeados de informações “mastigadas” e não era possível que testemunhas de alguns acontecimentos provassem que sua vivência discordava do que era veiculado.

A tecnologia da última década propiciou uma revolução digital, tornando qualquer cidadão comum em repórter e analista dos fatos cotidianos, pois estavam se popularizando as câmeras digitais (as quais possibilitam a gravação de vídeos); não muito tempo depois os aparelhos celulares tomaram formas nunca antes pensadas e houve uma total remodelação de suas funções: um mero aparelho telefônico agora se tornara um *gadget*<sup>7</sup>. Os celulares ganhavam além dos incríveis visores coloridos, câmeras (tanto para fotografia quanto para filmagem) e acesso direto à internet. Os avanços não paravam por aí, toda a tecnologia presente em uma ilha de edição das grandes emissoras que podiam disponibilizar seu material na internet estava agora na palma das mãos dos consumidores. Estava declarado o fim da era do “espectador passivo”. Em contrapartida, era inviável ter em mãos todo esse material se não era possível compartilhá-lo: o acesso à internet era possível, porém lento e não havia um meio fácil e rápido de disponibilizar o material coletado. Surgia aí uma grande necessidade. A solução tinha nome: Youtube.

Essa ferramenta poderia muito bem ser usada apenas por classes sociais aptas a consumir produtos que pudessem “fabricar” produtos de alta qualidade, porém essa não era a proposta. A real proposta dessa plataforma inovadora era deixar o usuário livre para montar seu canal, com seus vídeos (caseiros ou não), de forma rápida e pública. E é neste momento que surge a problemática deste artigo: Como essa ferramenta alcançou tal popularidade? Como foi possível modificar um modo de consumir as mídias em um prazo tão curto? Isso é o que veremos neste artigo.

No primeiro momento nos focaremos no objeto em si: o Youtube. De que forma e em quais circunstâncias a idéia surgiu; quem foram os criadores e como o site tomou

---

<sup>7</sup> Gadget: aparelho que reúne em si diversas funções como, por exemplo, os *smartphones*, capazes de acessar e-mails, redes sociais, internet, entre outras funções.

tal dimensão. Sem dúvida o esclarecimento dessas questões nos abre margem para enxergar o compartilhamento de vídeos como uma mina de ouro, seja ela literal ou não.

Num segundo momento trataremos de toda tecnologia envolvendo o site, tal como a sua popularização; a introdução de novas ferramentas; o surgimento de tendências; a utilização do Youtube na autopromoção as melhorias feitas no site para um melhor desempenho e para facilitar o uso do site pelos usuários, transformando-o cada vez mais em uma ferramenta intuitiva e indispensável.

## 1. A CRIAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DO YOUTUBE

Em 2005, Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, na época funcionários da empresa PayPal<sup>8</sup>, lançaram na rede o site Youtube<sup>9</sup>. Antes de trabalharem no PayPal, Hurley estudou design na Indiana University of Pennsylvania, enquanto Chen e Karim foram companheiros do curso de ciência da computação na Universidade de Illinois. O domínio “youtube.com” foi ativado em 14 de fevereiro de 2005, no entanto o site foi oficialmente lançado alguns meses após, devido a sua criação e finalização. O nome do site tem origem de uma mistura de palavras inglesas que tem como significados: “you” = *you*, em português; e “tube”, que na gíria americana seria *televisão*, ou seja, a “televisão feita por você”, ou no caso do site, a televisão feita pelos usuários. “Quer você o ame, quer você o odeie, o Youtube agora faz parte do cenário da mídia de massa e é uma força a ser levada em consideração no contexto da cultura popular contemporânea” (BURGESS; GREEN, 2009, p.13).

O site era apenas uma promessa, sua finalidade era de permitir que qualquer usuário que estivesse cadastrado no site, pudesse postar vídeos gratuitamente. Porém, o seu primeiro vídeo de apenas 19 segundos, postado pelos próprios criadores para incentivar a utilização do site, foi o suficiente para que as empresas começassem a compreender o grande potencial do site. A Nike foi a primeira empresa a se beneficiar com a exposição garantida pelo o Youtube, postando um dos seus vídeos publicitários em outubro deste mesmo ano. O vídeo, que mostrava Ronaldinho Gaúcho brincando

---

<sup>8</sup> O PayPal é uma conhecida empresa de pagamentos via Internet.

<sup>9</sup> [www.youtube.com](http://www.youtube.com)

com uma bola de futebol e sambando, virou sensação entre os usuários e atingiu um grande número de visualizações em poucas semanas. A partir daí, o site deslanchou e, em seu primeiro ano de funcionamento, recebeu aproximadamente US\$ 10 milhões em investimentos, já que em poucos meses o site já havia alcançado grande número de acessos.

Já no verão de 2006, o Youtube era um dos sites mais acessados na rede, ultrapassando até mesmo o MySpace (rede social de grande aceitação na época), consolidando-se como um dos maiores e mais bem sucedidos fenômenos da internet. Porém, o site foi bloqueado no Brasil neste mesmo ano, quando um vídeo da apresentadora Daniela Cicarelli, mostrando cenas nada comportadas com o seu namorado em uma praia espanhola, foi postado. O vídeo alcançou a lista dos mais assistidos, batendo recordes do site. A apresentadora recorreu à justiça, que bloqueou o site no Brasil, contudo, a população se manifestou e fez grande pressão até que o site fosse desbloqueado, mas o site foi obrigado a retirar o vídeo dos servidores. Este incidente serviu como tópico de discussão sobre o conteúdo do site, o que poderia e o que não poderia ser postado nele.

O Youtube disparou quando o Google anunciou a compra do site, pelo valor incrível de US\$1,65 bilhão – a compra mais cara já feita pelo Google em toda a sua história - que logo tratou de adicionar novos recursos ao site para que facilitasse a navegação dos usuários. E no ano de 2007, foi finalmente lançada a versão tupiniquim do site. O Brasil ocupa a oitava posição dos países que mais acessam o Youtube, ficando responsável por 3.6% dos acessos mundiais, o primeiro lugar é ocupado pelo os Estados Unidos (22,8%), seguido pelo Japão (6,8%). O Youtube é o quinto sítio mais acessado no Brasil, perdendo apenas para o Google<sup>10</sup>, Orkut<sup>11</sup>, Google Internacional<sup>12</sup> e o Live<sup>13</sup>.

Em 2010, o Youtube foi visto apenas no mês de março, por 135 milhões de americanos, sendo que de cada quatro vídeos vistos em toda a Internet, três são via Youtube. Aproximadamente 31,2 bilhões de vídeos foram vistos neste mesmo período, 13,1 bilhões são do Youtube, sendo o terceiro sítio mais visitado do Mundo. A Revista IstoÉ informou que, atualmente o Youtube possui 24 horas de vídeos postadas por

---

<sup>10</sup> [www.google.com.br](http://www.google.com.br)

<sup>11</sup> [www.orkut.com](http://www.orkut.com)

<sup>12</sup> [www.google.com](http://www.google.com) (site internacional)

<sup>13</sup> [www.hotmail.com](http://www.hotmail.com)

minuto pela maior parte dos usuários cadastrados, totalizando aproximadamente um bilhão de uploads por dia. O site possui alguns concorrentes, como o Vimeo<sup>14</sup> e o Hulu, que não causam muita preocupação, visto que as visualizações do Hulu<sup>15</sup>, por exemplo, são 12 vezes menores que as do Youtube, pois o site não tem a mesma estrutura e nem o reconhecimento pela maioria dos internautas.

O Youtube firmou-se como uma ferramenta indispensável no cotidiano de todo o planeta, prova disso é que a conceituada revista norte-americana Time, elegeu o Youtube no ano de 2006, como a melhor invenção do ano de 2005. Um dos motivos apontados foi a facilidade em que o site exerce em transformar pessoas até então anônimas em famosos, criando um status até antes não existente: os *webstars*. Essa nova categoria de famosos não tem, obrigatoriamente, mostrado somente pessoas talentosas fazendo o seu melhor frente às câmeras. Muitos dos *webstars* encaixam-se na categoria *trash*, ou seja, seus vídeos ganharam grande destaque por ser engraçado, malfeito ou ridiculamente produzido. Um exemplo atual é que em março desse ano uma adolescente americana gravou um clipe e o postou no Youtube. Essa garota é Rebecca Black, cantando uma música inédita até então, a qual está sendo considerada a pior de todos os tempos: Friday. Rebecca atingiu mais de 100 milhões de visualizações em pouco mais de uma semana, superando até mesmo vídeos de cantores pop como Lady Gaga, com sua recém-lançada “Born this way”. A Revista TIME (2006) afirmou<sup>16</sup>:

Nesse período, muitas pessoas ganharam fama. Os famosos passaram vergonha. Uma quantia imensa de dinheiro mudou de mãos. Uma grande quantidade de pastilhas Mentos foi jogada dentro de Diet Coke. As regras são diferentes agora e um site conseguiu mudá-las: o YouTube [...] O serviço criou uma nova forma para milhões de pessoas se entreterem, se educarem e se chocarem de uma maneira como nunca foi vista.

## **2. AS FERRAMENTAS QUE AJUDARAM O YOUTUBE A TORNAR-SE POPULAR**

---

<sup>14</sup> [www.vimeo.com](http://www.vimeo.com)

<sup>15</sup> [www.hulu.com](http://www.hulu.com)

<sup>16</sup> Disponível em <http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1340903-6174-363,00.html>. Acessado em 29 de abril de 2011.

Partindo do pressuposto que o mundo tornou-se múltiplo de várias formas, seja pelas variadas culturas, ideologias, religiões, projetos de sociedade, etnias, classes sociais, ou qualquer outra divisão de grupos e tribos, foi necessário que a comunicação se tornasse também múltipla no sentido de atender à todas as expectativas e públicos, de forma que não excluísse nenhum deles. Assim surgiram os *mass media*<sup>17</sup>, que por natureza integraram essas facetas globais e as disseminaram por todo o mundo.

Com o crescimento e a popularização do acesso à internet - um dos *mass media* mais usados atualmente – muitas das atividades cotidianas começaram a ser realizadas *online*, desde pagamentos bancários e transações econômicas às mais variadas formas de lazer, que vão das redes sociais e jogos online a leitura de jornais, livros e revistas. E justamente estes últimos, são os que mais lucram na internet, sejam com o uso do próprio site ou com a publicidade exibida.

Na sociedade contemporânea os computadores deixaram de ser máquinas de calcular e transformaram-se em máquinas de comunicar. (SANTAELLA, 2003) As culturas tornaram-se mais plurais e heterogêneas, o surgimento de novas mídias, principalmente a Internet, alteraram muitos paradigmas nas esferas econômica, política e social.

As novas tecnologias da informação e comunicação estão mudando não apenas as formas do entretenimento e do lazer, mas potencialmente todas as esferas da sociedade: o trabalho (robótica e tecnologias para escritórios), gerenciamento político, atividades militares e policiais (a guerra eletrônica), consumo (transferência de fundos eletrônicos), comunicação e educação (aprendizagem a distância), enfim, estão mudando toda a cultura em geral. (SANTAELLA 2003). (SERRANO, 2009, p. 08).

O ramo do entretenimento cresce cada vez mais na internet, sendo o compartilhamento de arquivos o topo da lista de atividades de lazer online. Muitos programas e sites surgiram a partir desse desejo dos internautas em trocar arquivos de áudio, imagem e vídeo, dentre estes, o centro desta pesquisa, Youtube.

A página oferece uma convergência de mídias aos usuários, um lugar onde pode-se escutar uma rádio chinesa, ver um talk show americano, uma apresentação de uma banda africana, o vídeo do Natal de uma família australiana e um tutorial do novo game do Playstation 3, simultaneamente. Além do serviço básico de veiculação rápida, fácil e de boa qualidade, há outras facilidades no site: o serviço “pop-up” possibilita assistir ao vídeo em uma nova janela; o “expand” aumenta o player no navegador e o “full screen”

---

<sup>17</sup> Em suma, mídia voltada para a massa. Toda e qualquer forma de comunicação que atinge um grande público.

torna o player maior ainda, do tamanho da tela do computador, o que melhora a visualização.

É possível também criar canais de conteúdos específicos, como de músicas de um determinado cantor ou de vídeos de uma determinada região. Há também espaço para interação entre os internautas, onde comenta-se sobre o vídeo postado, proporcionando não apenas o conhecimento sobre o vídeo como também o contato direto com quem o assistiu e/ou postou, e também, existe a opção onde o usuário pode denunciar vídeos com conteúdo ofensivo ou pornográfico.

A utilização do ciberespaço<sup>18</sup> como forma de comunicação entre pessoas do mundo todo através de comunidades, salas de bate-papo, mundos virtuais, entre outras, de forma reducionista trata do conceito de cibercultura. A universalidade e a pluralidade são as principais características da cibercultura. (SERRANO, 2009, p. 02).

Por apresentar todas as ferramentas já citadas, o site cresceu em popularidade mundial, facilitando a interatividade dos variados grupos de interesses espalhados pelo mundo; cada vez mais pessoas buscam pelos conteúdos do grande acervo oferecido. Muitos outros sites do mesmo ramo perderam seus lugares como favoritos do público para esse novo canal de sociabilidade global.

Com a grande aceitação do site pela comunidade virtual, os mais visionários começaram sua caminhada rumo à autopromoção, com vídeos de demonstrações artísticas – cantores, atores, humoristas – ou qualquer atividade que acreditassem diferenciá-los da maioria das pessoas. Na busca pela popularidade no Youtube, vídeos de situações constrangedoras são divulgados, onde alguns acabam tornando-se febre entre os usuários, sendo divulgados em outras mídias, sendo chamados então de virais.<sup>19</sup>

Muitas pessoas saíram do anonimato a partir de sua promoção pelo Youtube, a maioria por dons artísticos como cantar, dançar, interpretar, entreter e ser criativo. Destas características, os mais famosos são os cantores amadores que, devido ao número elevado de visualizações de seus vídeos atraíram os olhares de grandes artistas,

---

<sup>18</sup> Ciberespaço: espaço das comunicações realizadas através das redes de computadores interconectadas mundialmente, o termo é uma junção de cibernético com espaço e foi inventado em 1984 por William Gibson no romance de ficção científica *Neuromancer*. (SERRANO, Paulo, 2009, *Cognição e interacionalidade através do Youtube*, p. 02).

<sup>19</sup> Virais são vídeos publicitários ou não que tendem a ter uma grande aceitação do público devido ao seu caráter cômico, em sua maioria.

emissoras de TV/rádio e gravadoras. Um dos casos mais famosos é o jovem cantor Justin Bieber, descoberto pelo cantor de *hip hop* norte-americano Usher, a partir de vídeos que ele publicava cantando em sua própria casa.

Mas o YouTube também é um canal de informação, onde noticiários são reproduzidos, bem como imagens de acontecimentos marcantes de várias partes do país, sejam eles de aspecto econômico, policial, político, entre outros.

Atualmente a página foi usada por habitantes da Líbia como forma de protesto ao atual regime político, onde os vídeos retratavam cenas chocantes de massacres feitos por militares do país contra civis desarmados. Outro assunto com um alto número de vídeos postados e assistidos é o tsunami no Japão, bem como o vazamento de energia nuclear da usina de Fukushima.

E como estes há vários retratando realidades locais, que são feitos de maneira simples, mas possuindo conteúdos interessantes para a avaliação e informação dos acontecimentos de diversas partes do globo, e como forma de complementação dos assuntos abordados em tais, os comentários revelam fontes na web que esclarecem o assunto e dão mais detalhes aos espectadores.

Este oceano de informações fornecido pelo conteúdo postado no site revela a multifuncionalidade da página e as inúmeras ferramentas disponibilizadas para os usuários que serão inumeradas a seguir: 1) postagem de vídeos no próprio site e possibilidade de exportação de tais vídeos para outras páginas da web a partir de seu endereço eletrônico; 2) a preferência por publicar os vídeos de forma pública ou privada; 3) avisos de novos vídeos de determinados usuários; 4) gravação dos vídeos através do próprio site com o auxílio de uma web cam ou do software Macromedia Flash; 5) a oportunidade de testar novas ferramentas para o site através do TestTube – (<http://br.youtube.com/testtube>); 6) dividir os vídeos em categorias dependendo do conteúdo ou da preferência do usuário; 7) busca de conteúdos por palavras-chave; 8) estatísticas dos vídeos de acordo com os comentários, número de visualizações entre outras categorias; 9) intersecção entre os vídeos funcionando como uma conexão entre todos os vídeos do site; 10) visualização em tela cheia; além das funções de interação dos internautas que são inúmeras.

Nos últimos três anos, vimos o aperfeiçoamento da qualidade dos vídeos chegarem ao Youtube. Entre 2007 e 2008, vídeos em alta definição foram possíveis de serem hospedados no site, já que antes essa tecnologia nem mesmo era disponível para



o grande público, fato esse que possibilitou a divulgação de publicidades e clipes musicais mais elaborados visualmente. Já em 2009 o Youtube mais uma vez surpreendeu com a disponibilização de vídeos em 3D (três dimensões), sendo então possível postar vídeos que possuíssem essa qualidade (no entanto, até hoje essa tecnologia não está ao alcance popular, devido a configurações que os computadores devem ter para assistir com perfeição a tais vídeos).

Um dos maiores problemas do Youtube foi encontrar um meio para acelerar o carregamento dos vídeos, isso ocorreu devido às baixas velocidades de conexão antes presentes na maioria dos domicílios que usavam internet. Devido a várias reclamações o Youtube criou um serviço de entretenimento durante o carregamento dos vídeos: o famoso “jogo da cobrinha”. Este serviço é disponibilizado somente durante o carregamento dos vídeos a serem assistidos, e pode ser acionado com um simples comando do teclado. O que o Youtube ganha com isso é, com certeza, mais visitantes já que anteriormente muitos desistiam de assistir os vídeos devido ao lento carregamento de alguns. Portanto, podemos dizer que com essa simples tática o site fixa-se cada vez mais como o melhor site de vídeos da rede.

Em meados de 2008, o Youtube lança mais um serviço que surpreendeu a sociedade de maneira geral: transmitiu simultaneamente o show da banda irlandesa U2. Essa transmissão fez com que fosse criado um novo segmento de transmissões, as transmissões ao vivo. Ao contrário do que acontece na televisão que adota o sistema de *push media*<sup>20</sup>, o Youtube mune-se de outras formas de transmissões, as quais o visitante escolhe o que quer assistir, talvez seja essa uma das fórmulas de sucesso dessa plataforma. Já vimos que a adoção dessas transmissões vem se tornando cada vez mais comuns no site, tanto que houveram transmissões de programas especiais criados pelo própria página e a grande audiência que tiveram. Enfim, podemos apostar que esse tipo de transmissão tomará cada vez mais espaço e ganhará mais audiência no site.

No ano de 2010, no Brasil, outra febre foi firmada pelo Youtube: os *vlogs*<sup>21</sup>. Muitos dos *vlogs* tomaram grandes proporções e alguns acabaram por virar programas de televisão, exemplo disso é o “Não faz Sentido” de Felipe Neto que comentava de jeito irônico e engraçado modas, filmes e comportamentos. Devido ao seu grande

---

<sup>20</sup> Push Media: Toda e qualquer forma de mídia que é “empurrada” ao espectador, ou seja, o espectador assiste aquilo que é pré-determinado pela emissora não tendo assim uma liberdade de escolha.

<sup>21</sup> Vlog: junção das palavras vídeo com blog, ou seja, as pessoas gravam vídeos ao invés de escreverem em seus blogs, comentando sobre aquilo que quiserem e os disponibilizam na rede.

público alcançado Felipe Neto recebeu convite para estrelar um programa em um canal pago que segue os mesmos moldes de seu *vlog*. Esses vídeos do Youtube (e por consequência, seus criadores) que alcançam uma meta de visualizações pré-determinada pela empresa recebem do próprio Youtube uma ajuda de cinco mil dólares para manter a produção midiática e postar regularmente vídeos no site. Em contrapartida, não é todo vídeo que recebe esse incentivo da empresa. Os vídeos devem ter a característica de agradar e instigar o espectador a procurar por mais vídeos do mesmo autor, ou seja, é criada uma série de vídeos daquele segmento. Enfim, para poder receber algum dinheiro do site é preciso encaixar-se nesses parâmetros estabelecidos pelo Youtube, porém além de tornar-se um *webstar* ainda é possível ter esse bom incentivo, uma boa estratégia para o contínuo uso da plataforma, já que nunca se sabe qual vídeo cairá no gosto popular.

Ao contrário do que muitos acreditam, o Youtube é um site de grandes despesas fixas e pouco lucro. Para tanto ele está lançando mão de novas estratégias, em janeiro de 2011 foi anunciada a futura possibilidade de alugar filmes para assim aumentar a rentabilidade do site (de acordo com o site *geekaco.com*), os primeiros vídeos disponíveis para os possíveis aluguéis são os apresentados no último Festival de Sundance. Em breve outras companhias disponibilizarão suas produções no Youtube, aumentando assim a cartela de filmes disponíveis para esse fim.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Em suma, todos os aparatos tecnológicos que se desenvolvem ao longo dos anos tornaram possível essa forma de comunicação que chamamos de comunicação de massa. Segundo McLuhan, o progresso tecnológico transformou o mundo em uma aldeia, na época McLuhan descrevia o efeito da rádio em plena década de 20. Porém, é importante ressaltar que as formas de comunicação na chamada “aldeia global” são indispensavelmente bidirecionais e entre dois ou mais indivíduos, portanto, essa teoria começou a se concretizar por completo com a criação do celular e da internet. A aldeia global consiste em um mundo interligado, de várias maneiras. A internet principalmente, porque através dela temos a “aproximação” das pessoas, mesmo que essas pessoas estejam em lugares diferentes do mundo. Ela também é um lugar de discussão sobre qualquer assunto, diminuindo assim as incompreensões entre as

peessoas, sem contar na promoção de uma consciência global interplanetária. Quando todas essas pessoas, que se situam em diferentes regiões do planeta, e idéias se interligam, originam-se uma imensa e poderosa teia de dependências mútuas.

Vimos que ao longo desses últimos cinco anos de presença do Youtube em nosso cotidiano o que foi visto em relação às suas mudanças foi a constante procura por manter-se “em dia” com as tecnologias lançadas (o Full HD<sup>22</sup> e o 3D, por enquanto). Isso, de certa forma, incentivou tanto a produção de mais material com essa tecnologia como a venda de aparelhos que pudessem reproduzir esses novos formatos.

Frisando outro aspecto vemos que a cada dia, mais aparelhos vêm munidos de opções para conexão à Internet e aplicativos que dão acesso ao Youtube, com o passar do tempo, portanto, podemos dizer que o Youtube se tornará uma alternativa a TV. Em entrevista a revista VEJA (2009, versão online), um dos criadores do Youtube, Chad Hurley foi questionado se o Youtube poderia um dia substituir a televisão, a resposta foi:

Não. A experiência de reunir a família e os amigos para assistir à televisão vai sobreviver. O aparelho continuará no centro da sala das casas. O que mudará é a maneira como acessaremos o conteúdo. Nos próximos cinco ou dez anos, teremos uma experiência mais interativa e sob demanda. Vamos ter recursos novos para escolher o que assistir. A transmissão linear de imagens como conhecemos hoje é que vai acabar. Isso não quer dizer que os programas desaparecerão. As pessoas irão atrás das histórias interessantes. Mas o conteúdo da televisão será mais parecido com o próprio telespectador, mais customizado.

Portanto, o que podemos esperar do Youtube na próxima década é um total enraizamento dessa plataforma em nossas vidas. O Youtube estará presente nas televisões disponibilizando conteúdos ao vivo de todo o globo. Poderemos escolher o que iremos assistir, a liberdade de escolha se tornará cada vez mais presente em nosso cotidiano podendo ver, por exemplo, a novela das nove na hora do almoço ou a qualquer outro momento que quisermos. Tudo estará disponível, tudo estará guardado: só nos resta acessar.

## Referências

---

<sup>22</sup> Full HD: É considerado um formato de imagem em alta definição. O uso do termo pressupõe geralmente um formato *widescreen* 16:9, o que implica uma resolução horizontal de 1920 [pixels](#), equivalendo a uma resolução com 2.073.600 pixels no total.

\_\_\_\_\_. **Perguntas frequentes.** Disponível em: <<http://www.youtube.com/t/faq>>. Acesso em 28 de abril de 2011.

A cibercultura e seu espelho [recurso eletrônico]: campo de conhecimento C498 emergente e nova vivência humana na era da imersão interativa / [organizado por] Eugênio Trivinho, Edilson Cazeloto. – Dados eletrônicos. – São Paulo : ABCiber ; Instituto Itaú Cultural, 2009.166 p. – (Coleção ABCiber, v.1)

BERTI, Orlando Maurício de Carvalho Berti. **A teoria dos usos e gratificações no YouTube – um estudo sobre o movimento Free Hugs (Abraços Grátis ou Abrazos Gratis).** Ciudad do Mexico: Revista Razón Y Palabra, Nº 62, 2007. Disponível em: <<http://www.razonypalabra.org.mx/n62/bolivia/ocarvalho.html>>. Acesso em 25 de abril de 2011.

**BRAVO! O YouTube sou eu.** Edição 153, maio de 2010.

**BURGESS, Jean; GREEN, Joshua.** YOUTUBE e a revolução digital. São Paulo: Aleph, 2009.

G1. **Conheça a História do site de vídeos YouTube.** Disponível em:

**ISTO É.** Como o YouTube transformou sua vida. Edição 2109, 09 de abril de 2010.

Modo de acesso: Disponível em: <http://www.abciber.org/publicacoes/livro1/>.

RENÓ, Denis Porto. **YouTube, o mediador ciberespacial da folkcomunicação.** Anais do III Congresso online Observatório para a CiberSociedade, novembro de 2006. Disponível em:

<<http://www.cibersociedad.net/congres2006/gts/comunicacio.php?llengua=po&id=19>>. Acesso em 28 de abril de 2011.

G1. <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1306288-6174,00.html>>. Acesso em 30 de abril de 2011.

SERRANO, Paulo Henrique Souto Maior. **Cognição e interacionalidade através do YouTube.** Biblioteca Online de Ciências da Comunicação. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/~boccmirror/pag/serrano-paulocognicao-interacionalidade-youtube.pdf>>. Acesso em 20 de abril de 2011.

Textos elaborados a partir do I Simpósio Nacional de Pesquisadores em Comunicação e Cibercultura, realizado na PUC-SP, entre 25 e 29 de setembro de 2006. Bibliografia. ISBN 978-85-63368-00-3.

G1. <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1340903-6174-363,00.html>>.

Acesso em 30 de abril de 2011.