

**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO
CURSO DE ARQUIVOLOGIA**

LAUANA CAROLINE LEMOS RITA

**ARQUIVOS DE ENTRETENIMENTO POPULAR:
ANÁLISE DE CONTEÚDO DE ARQUIVOS AUDIOVISUAIS DO YOUTUBE**

PORTO ALEGRE

2012

LAUANA CAROLINE LEMOS RITA

**ARQUIVOS DE ENTRETENIMENTO POPULAR:
ANÁLISE DE CONTEÚDO DE ARQUIVOS AUDIOVISUAIS DO YOUTUBE**

Monografia realizada como pré-requisito para a conclusão do curso de Arquivologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul para obtenção do título de Bacharel em Arquivologia.

Orientador(a): Prof^ª Dr^ª Lizete Dias de Oliveira

PORTO ALEGRE

2012

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL

Reitor: Prof. Dr. Carlos Alexandre Netto

Vice Reitor: Prof. Dr. Rui Vicente Oppermann

FACULDADE DE BIBLIOTECONOMIA E COMUNICAÇÃO

Diretora: Profa. Dra. Regina Helena van der Laan

DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS DA INFORMAÇÃO

Chefe: Profa. Dra. Ana Maria Mielniczuk de Moura

COMISSÃO DE GRADUAÇÃO DA ARQUIVOLOGIA

Coordenadora: Profa. Dra. Maria do Rocio Fontoura

Coordenador Substituto: Prof. Jorge Eduardo Enriquez Vivar

R598a Rita, Lauana Caroline Lemos
Arquivos de entretenimento popular: análise de conteúdo de arquivos audiovisuais do YouTube / Lauana Caroline Lemos Rita. 2012.
f. : il.

Orientadora: Lizete Dias de Oliveira.
Trabalho de Conclusão (Graduação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Curso de Arquivologia. Porto Alegre, 2012.

1.Arquivos audiovisuais. 2. Youtube. 3. Redes virtuais.
I. Oliveira, Lizete Dias de. II. Título.

CDU– 930.25

Bibliotecária Responsável: Miriam Moema Loss CRB-10/801

LAUANA CAROLINE LEMOS RITA

**ARQUIVOS DE ENTRETENIMENTO POPULAR:
ANÁLISE DE CONTEÚDO DE ARQUIVOS AUDIOVISUAIS DO YOUTUBE**

Monografia realizada como pré-requisito para a conclusão do curso de Arquivologia da Universidade Federal do Rio Grande do Sul para obtenção do título de Bacharel em Arquivologia

APROVADO PELA BANCA EXAMINADORA

Porto Alegre, de de 2012.

Comissão Examinadora

Profª Drª Lizete Dias de Oliveira
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Profª Ma. Rita de Cássia Portela
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Esp. Flávia Helena Conrado
Universidade Federal do Rio Grande do Sul

Dedico este trabalho ao Maikel Kolinski que está sempre ao meu lado – para rir,
chorar, calcular e consertar – mesmo quando eu não mereço.

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus e ao plano astral por me concederem uma vida tão cheia de bênçãos.

À Lizete, pessoa especial que faz jus ao título de professora por possuir qualidades tão raras hoje em dia não só na academia. Durante este trabalho, ela pegou na minha mão e ajudou-me a correr essa maratona, mesmo com todas as outras maratonas que a vida nos proporciona diariamente.

Ao Ziver, ser admirável e eterna fonte de inspiração que continua a nos transmitir amor e conhecimento da sua biblioteca do astral.

À Laura, minha professora de vida.

Ao Maik, companheiro que dá significado a expressão “amor da minha vida”.

Ao Fledge que me ensina a nunca desistir diante dos obstáculos.

Ao Luli, que me ensina que o muito longe pode ser aqui perto.

À Cleide, que me mostra que é possível e melhor transcender a dor mesmo que doa.

À Angelinha, minha mana de alma.

Aos amigos Thiago Pontes Dopke, Fabiam Laranjeira, Flávia Helena Conrado, Tassiara J. Fanck Kich e Luciane Baratto Adolfo por me darem aquele empurrãozinho para voar.

Ao seriado Grey's Anatomy que me faz aceitar a vida enxergando toda a sua beleza, apesar de todas as suas limitações. “A vida é como Grey's Anatomy”.

Ao The Cure, Morrissey, The Smiths, Pinky Floyd e à trilha sonora do Grey's Anatomy que estiveram presentes, cada um ao seu tempo, nos meus dias e nas minhas noites de escrita.

E a todas as pessoas que de alguma forma auxiliaram na realização deste trabalho e fizeram parte deste incrível processo...

Muito obrigada!

um haikai

cria, imagina, inventa!

usa a parte colorida

da tua massa cinzenta

Rafael Vecchio

RESUMO

Em prol de averiguar quais os conteúdos informacionais que aparecem com mais frequência no Fundo Entretenimento do website Youtube, foi feita uma coleta de descritores específicos, durante três meses, dos vídeos da Classe Mais Populares. Fala que as atividades humanas formam redes mesmo quando não há contato direto entre os indivíduos. Expõe os elementos fundamentais para a constituição das redes bem como a tipologia das mesmas. Apresenta a Internet, ferramenta norte-americana criada com intenções militares durante a Guerra Fria que passou a conectar socialmente pessoas de todo o mundo. Discorre sobre o que é a cibercultura e qual seu espaço de desenvolvimento. Trata sobre arquivos audiovisuais e sites de compartilhamentos de vídeos. Explana sobre o histórico e o funcionamento do YouTube. Discute a situação da Arquivologia diante deste tempo de mudanças. Conclui explicando que a análise dos dados resultou nos usuários do YouTube muito voltados para temas como televisão e jogos.

Palavras-Chave: Redes. Redes virtuais. Redes sociais virtuais. Internet. Cibercultura. Ciberespaço. Arquivos Audiovisuais. Sites de compartilhamentos de vídeos. YouTube. Comunidade virtual. Arquivologia. Arquivística Integrada. Documento de arquivo digital. Teoria das Três Idades. Principios Arquivísticos.

RESUMEN

Hacia la determinación de los contenidos informativos que aparecen con más frecuencia en la web de entretenimiento del Fondo de Youtube, una colección estaba hecha de descriptores específicos durante tres meses, la Clase Videos Más Populares. Discurso que las actividades humanas formar redes incluso cuando no hay contacto directo entre individuos. Expone los elementos fundamentales para el establecimiento de redes, así como la tipología de la misma. Muestra de Internet, una herramienta creada con las intenciones militares estadounidenses durante la Guerra Fría, que se convirtió en socialmente conectar a las personas de todo el mundo. Explica qué es la cibercultura y lo que su desarrollo espacial. Este sobre archivos audiovisuales y sitios de vídeos compartidos. Explica la historia y el funcionamiento de YouTube. Analiza la situación de Archivología tiempo antes de estos cambios. Concluye explicando que el análisis de los datos dio lugar a los usuarios de YouTube también se centró en temas como la televisión y los juegos.

Palabras clave: Redes. Las redes virtuales. Las redes sociales virtuales. Internet. Cibercultura. Ciberespacio. Archivo Audiovisual. Los sitios de vídeos compartidos. YouTube. Comunidad Virtual. Archivología. Integrado archivo. Documento de archivo digital. La teoría de las tres edades. Principios archivísticos.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Diagrama das Redes de Paul Baran	23
Figura 2 – Tipos de comunicação segundo Spyer	26
Figura 3 – Primeiro vídeo postado no YT: Jawed Karim, cofundador do site, em um zoológico.	33
Figura 4 – Página inicial para usuários não “logados” no YT	36
Figura 5 – Página inicial para usuários cadastrados e “logados” no YT	37
Figura 6 – Página inicial para usuários novos cadastrados e “logados” no YT	38
Figura 7 – Cabeçalho inferior do YT.....	39
Figura 8 – Aparência da página inicial de um canal do YT.....	40

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Total de aparições por emissor em Abril.....	59
Gráfico 2 – Número de aparições por data de emissão em Abril	60
Gráfico 3 – Observações dos vídeos do mês de Abril.....	61
Gráfico 4 – Número de visualizações por emissor em Abril	63
Gráfico 5 – Temáticas mais frequentes de Abril.....	65
Gráfico 6 – Total de aparições por emissor em Maio	66
Gráfico 7 – Número de aparições por data de emissão em Maio.....	67
Gráfico 8 – Observações dos vídeos do mês de Maio	68
Gráfico 9 – Número de visualizações por emissor em Maio.....	70
Gráfico 10 – Temáticas mais frequentes de Maio	72
Gráfico 11 – Total de aparições por emissor em Junho	73
Gráfico 12 – Número de aparições por data de emissão em Junho.....	74
Gráfico 13 – Observações dos vídeos no mês de Junho	75
Gráfico 14 – Número de visualizações por emissor em Junho.....	76
Gráfico 15– Temáticas mais frequentes de Junho	78
Gráfico 16– Total de aparições por emissor durante os três meses de coleta	80
Gráfico 17– Número de aparições por mês de emissão durante os três meses de coleta.....	81
Gráfico 18 – Total de observações.....	82
Gráfico 19 – Número total de visualizações por emissor	83
Gráfico 20 – Temáticas mais frequentes durante os três meses de coleta de dados	85

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Tabela Geral de Dados, com dados referentes ao mês de Abril.	98
Tabela 2 – Tabela Geral de Dados, com dados referentes ao mês de Maio.....	103
Tabela 3 – Tabela Geral de Dados, com dados referentes ao mês de Junho.....	110
Tabela 4 – Tabela Prevendo necessidades: possibilidades de descritores que busquem pelos vídeos mais populares (Abril)	118
Tabela 5 – Tabela Prevendo necessidades: possibilidades de descritores que busquem pelos vídeos mais populares (Maio)	119
Tabela 6 – Tabela Prevendo necessidades: possibilidades de descritores que busquem pelos vídeos mais populares (Junho)	121
Tabela 7– Total de vezes que o emissor apareceu em Abril.....	123
Tabela 8 – Quantidade de vídeos que apareceram por data de emissão em Abril .	124
Tabela 9 – Análise de observações nos vídeos do mês de Abril	125
Tabela 10 – Somatório de visualizações por emissor do mês de Abril.....	126
Tabela 11 – Temáticas mais frequentes e mais acessadas de Abril	126
Tabela 12 – Total de vezes que o emissor apareceu em Maio	127
Tabela 13 – Quantidade de vídeos que apareceram por data de emissão em Maio	128
Tabela 14 – Análise de observações nos vídeos do mês de Maio.....	129
Tabela 15 – Somatório de visualizações por emissor do mês de Maio.....	131
Tabela 16 – Temáticas mais frequentes e mais acessadas de Maio	132
Tabela 17 – Total de vezes que o emissor apareceu em Junho	133
Tabela 18– Quantidade de vídeos que apareceram por data de emissão em Junho	134
Tabela 19 – Análise de observações nos vídeos do mês de Junho.....	135
Tabela 20 – Somatório de visualizações por emissor do mês de Junho.....	137

Tabela 21 – Temáticas mais frequentes e mais acessadas de Junho	138
Tabela 22 – Total de vezes que os emissores apareceram nos três meses de coleta.	139
Tabela 23 – Quantidade de aparições por mês de emissão durante os três meses de coleta.....	140
Tabela 24 – Análise de observações nos vídeos durante os três meses de coleta.	140
Tabela 25 – Somatório de visualizações por emissor durante os três meses de coleta.....	141
Tabela 26 – Temáticas mais frequentes e mais acessadas durante os três meses de coleta.....	142

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AVAPIN – Rede de Interesse na Filosofia de Arquivo de Audiovisuais

CMC – Comunicação Mediada por Computadores

DBTA – Dicionário Brasileiro de Terminologia Arquivística

FABICO – Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação

HTML – Hipertext Mark-Up Language

ICA – International Council on Archives (Conselho Internacional de Arquivos)

INTERPARES – International Research on Permanent Authentic Records In Electronic System (Pesquisa Internacional sobre Documentos Arquivísticos Autênticos em Sistemas Eletrônicos)

TV – Televisão

UFRGS – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

URL – Uniform Resource Locator (Localizador Uniforme de Recursos)

YT – YouTube

SUMÁRIO

1 O PRIMEIRO ENTENDIMENTO	17
2 TUDO ESTÁ CONECTADO.....	21
2.1 FORMANDO REDES	21
2.1.1 Atores e Conexões	22
2.1.2 Tipologia das redes.....	23
2.2 A REDE DAS REDES	24
2.3 A CULTURA “CIBER”	28
3 O UNIVERSO YOUTUBE	30
3.1 ARQUIVOS AUDIOVISUAIS	30
3.2 SITES DE COMPARTILHAMENTO DE ARQUIVOS AUDIOVISUAIS	31
3.3 O YOUTUBE	32
3.3.1 Histórico.....	32
3.3.2 Funcionamento.....	35
3.3.3 Contas e canais.....	39
3.4 O YT VISTO COMO REDE SOCIAL E COMO COMUNIDADE VIRTUAL	41
4 A ARQUIVÍSTICA NO OLHO DO FURACÃO	43
4.1 UM TEMPO DE MUDANÇAS.....	43
4.2 O DOCUMENTO DE ARQUIVO E SUAS CARACTERÍSTICAS	45
4.3 A TEORIA DAS TRÊS IDADES	47
4.4 O PRINCÍPIO DA PROVENIÊNCIA	48
4.5 O PRINCÍPIO DA ORDEM ORIGINAL	49
4.6 O PRINCÍPIO DA TERRITORIALIDADE.....	50
4.7 ORGANIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO INDIVIDUALIZADA OU GENERALIZADA?	51
4.8 UM CAMINHO POSSÍVEL - A ARQUIVÍSTICA INTEGRADA.....	53

5 ANÁLISES	55
5.1 METODOLOGIA PARA REALIZAÇÃO DAS TABELAS E GRÁFICOS	55
5.1.1 Total de vezes que o emissor apareceu	55
5.1.2 Número de aparições por data de emissão	55
5.1.3 Análise de observações nos vídeos	56
5.1.4 Somatório de visualizações por emissor	57
5.1.5 Temáticas mais frequentes e mais acessadas	57
5.2 GRÁFICOS DO MÊS DE ABRIL, COM SUAS RESPECTIVAS ANÁLISES, COMPOSTOS A PARTIR DA RETIRADA DE DADOS DA TABELA GERAL DE DADOS.....	59
5.3 GRÁFICOS DO MÊS DE MAIO, COM SUAS RESPECTIVAS ANÁLISES, COMPOSTOS A PARTIR DA RETIRADA DE DADOS DA TABELA GERAL DE DADOS.....	66
5.4 GRÁFICOS DO MÊS DE JUNHO, COM SUAS RESPECTIVAS ANÁLISES, COMPOSTOS A PARTIR DA RETIRADA DE DADOS DA TABELA GERAL DE DADOS.....	73
5.5 GRÁFICOS DOS TRÊS MESES COMPOSTOS A PARTIR DA ANÁLISE DE DADOS DOS TRÊS MESES DE COLETA.....	80
5.6 VÍDEOS QUE SE SOBRESSAÍRAM.....	86
6 TÃO LONGE DE CHEGAR, MAS PERTO DE ALGUM LUGAR	89
APÊNDICE A – Tabela Geral de Dados, Mês de Abril.....	98
APÊNDICE B – Tabela Geral de Dados, Mês de Maio.....	103
APÊNDICE C – Tabela Geral de Dados, Mês de Junho	110
APÊNDICE D – Prevendo necessidades: possibilidades de descritores que busquem pelos vídeos mais populares (Abril)	118
APÊNDICE E - Prevendo necessidades: possibilidades de descritores que busquem pelos vídeos mais populares (Maio)	119
APÊNDICE F – Prevendo necessidades: possibilidades de descritores que busquem pelos vídeos mais populares (Junho).....	121

APÊNDICE G – Tabelas do mês de Abril compostas a partir da retirada de dados da Tabela Geral de Dados	123
APÊNDICE H– Tabelas do mês de Maio compostas a partir da retirada de dados da Tabela Geral de Dados.....	127
APÊNDICE I – Tabelas do mês de Junho compostas a partir da retirada de dados da Tabela Geral de Dados	133
APÊNDICE J– Tabelas compostas a partir da análise dos dados tabelados nos três meses de coleta	139
ANEXO A – Linha do Tempo do Youtube em ordem decrescente	143
ANEXO B – Estatísticas do Youtube.....	147

1 O PRIMEIRO ENTENDIMENTO

Ao realizarmos nossas atividades diárias, em meio físico ou virtual, formamos redes. Pertencemos a redes amplas, como as de pessoas que vão à academia, que pagam contas, que jogam vídeo game ou a redes mais restritas como a teias de pessoas que frequentam seguidamente o mercadinho do bairro ou as de que são formandos de Arquivologia no segundo semestre de 2012 da Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Essas redes ou teias só se desenvolvem a partir da coexistência de dois elementos: os atores e as conexões. As conexões passam a existir no momento em que existe algum tipo de vínculo direto ou indireto entre os participantes da teia. Elas ligam os atores os quais, no meio virtual, são necessariamente representados por *blogs*, canais, perfis, etc. As redes, bem como todo o mundo virtual, são moldadas pelos usuários, estando sempre em constante movimento.

A rede mais conhecida de todas, que se popularizou enormemente após a criação da web, chama-se Internet. Basicamente utilizada como um meio de comunicação social foi criada para fins militares norte-americanos durante a Guerra Fria. A Internet, de uma maneira que não era esperada, passou a conectar tanto vizinhos como pessoas a quilômetros de distância umas das outras, revolucionando a comunicação mediada por computadores. A partir dela estabeleceu-se um novo tipo de cultura, a qual conecta todos os que são englobados por ela e que tem o homem cibernético como principal sujeito.

O que vivenciamos pode ser registrado em diversos suportes que são escolhidos conforme o objetivo que temos ao efetuar o registro. Com a Internet apareceram diversas novas maneiras de compartilhar os registros humanos. O registro audiovisual que mistura som e imagem está em voga no momento devido aos inúmeros sites de compartilhamento de vídeos que existem, sendo o YT o mais conhecido deles.

O Youtube (YT) surgiu em Fevereiro de 2005 com o intuito de possibilitar ao usuário “descobrir e moldar o mundo através do vídeo.” (YOUTUBE, 2012a). No seu nascimento ele era um site destinado exclusivamente ao compartilhamento de conteúdos produzidos pelos usuários. Após a venda para a *Google Inc.* o site cresceu absurdamente, permitindo aos usuários inclusive ganhos financeiros em cima dos vídeos produzidos. O fácil uso e compreensão das ferramentas disponíveis

no site, a autonomia na escolha de opções relativas aos vídeos que são dadas ao usuário na hora de compartilhar os documentos audiovisuais, o fato de o YT constituir uma rede social e uma comunidade virtual são justificativas para o site abranger cada vez mais pessoas.

Já há alguns anos a Arquivologia passa por um significativo período de transição no qual alguns autores e projetos afirmam que as teorias e as práticas rigidamente aplicadas não servem para todas as realidades e nem para todos os gêneros documentais. Com o surgimento do suporte digital, conceitos arraigados da Arquivologia como o de documento de arquivo e suas características, a Teoria das Três Idades e os Princípios norteadores da ciência, bem como o modo padronizado de organizar as informações na primeira e na segunda ordem da ordem, como fala David Weinberger (2007), passam por uma reflexão profunda. A Arquivística Integrada será apresentada brevemente como um caminho possível para o desenvolvimento desta reflexão e desta prática.

A formação de redes e suas tipologias, a Internet considerada como a rede das redes e a cibercultura são os temas do primeiro capítulo. Nossas vivências registradas em meios audiovisuais e a concepção, o desenvolvimento e o funcionamento do YT são os assuntos do capítulo dois. As mudanças pelas quais passa a Arquivologia e o entendimento não padronizado de organização da informação são temáticas abordadas no capítulo terceiro.

No quarto capítulo foram feitas as análises das tabelas e dos gráficos criados a partir dos dados coletados para este estudo cujo objetivo era averiguar quais são os conteúdos informacionais que aparecem com mais frequência no Fundo Entretenimento da Entidade Receptora de Documentos YouTube. Os objetivos específicos incluíam avaliar os dados coletados em busca de uma análise do conteúdo informacional dos vídeos para possibilitar uma reflexão cultural a cerca das informações obtidas, verificar as características informacionais do momento em que vivemos na produção audiovisual do YouTube e traçar o histórico deste website. A metodologia desenvolvida para a concretização dos objetivos definidos consistiu em:

- a) levantamento do referencial teórico;
- b) efetivação de duas entradas semanais na Entidade Receptora de Documentos YouTube, durante três meses (do dia 04 de Abril ao dia 29 de

Junho de 2012), na Classe “Mais Vistos Hoje/ Mais Populares¹” do Fundo Entretenimento para coleta dos critérios de análise, a saber:

- suporte documental (com especificação da língua do vídeo): material em que são registradas as informações;
- data de acesso: dia em que foram coletados os cinco vídeos mais populares;
- URL do vídeo: localização do vídeo na rede;
- título do vídeo: nome do vídeo dado pelo emissor;
- descrição do vídeo: breve relato do que ocorre no vídeo;
- número de visualizações: quantidade numérica de acessos que o vídeo recebeu;
- data de emissão: dia, mês e ano em que o emissor emitiu o vídeo no YT;
- emissor: quem postou o vídeo, no YT o emissor pode postar vídeos de sua autoria ou não;
- observações: características diversas das demais propostas que pudessem se sobressair de alguma maneira fazendo diferença para a análise final dos vídeos.

c) cruzamento dos dados de maneira quantitativa e qualitativa;

d) reflexão a cerca da produção histórico-audiovisual encontrada no período de tempo definido.

Terminada a coleta de dados, todos foram inseridos em uma tabela dividida por mês, a qual foi nomeada como Tabela Geral de Dados (que se encontra nos Apêndices – Apêndices A, B e C). Os campos descrição do vídeo e observações foram os últimos a serem completados, pois exigiam que todos os vídeos fossem revistos para se fazer uma nova varredura apenas por estes dados. Todas as tabelas foram feitas - incluindo a tabela de descritores que inclui termos pensados pela autora como possibilidades de busca dos usuários do site pelos vídeos colhidos - seguidas dos gráficos para que então pudessem ser realizadas as análises dos

¹ Durante o período da coleta de dados a Classe Mais Vistos Hoje mudou de nome para Mais Populares.

dados. O mês de Junho contou com uma data de coleta a menos do que a inicialmente programada, pois no dia 27/06/2012 não houve coleta.

Os documentos analisados neste trabalho são arquivísticos. Para serem compreendidos como tal decidimos chamar o YouTube de Entidade Receptora de Documentos, por ele ser o ente que recebe todas as produções documentais, sem, no entanto, ter qualquer responsabilidade por elas. As categorias de vídeos divididas por assuntos, chamamos de Fundos, pois elas contem atributos de um Fundo arquivístico e as subcategorias destes Fundos, nomeamos Classes. Uma destas classes é o objeto deste estudo, a Classe de vídeos Mais Populares. Segundo o YouTube (2012b), o que torna um vídeo popular é a quantidade de visitas que este recebe em certo espaço de tempo. Durante o trabalho optou-se por chamar o YouTube por YT.

A inerente formação de redes físicas entre as pessoas, a utilização da Internet como ferramenta social mesmo sem ter sido concebida para isso, o surgimento do YT que tem como objetivo permitir aos usuários descobrirem e moldarem o mundo através do vídeo, a inserção da arquivística na cibercultura e a criação massiva de documentos arquivísticos digitais diretamente da fonte são eventos que estão conectados direta ou indiretamente. Não é possível afirmar que haveria outra ordem para os acontecimentos, o fato é que eles aconteceram e que estão irreversivelmente atrelados. Como muitos outros eventos deste trabalho... Então, que venham as conexões!

2 TUDO ESTÁ CONECTADO

As pessoas ao se relacionarem direta ou indiretamente formam redes. Um time de futebol, uma comunidade de bairro, um grupo de amigos, os frequentadores de uma mesma loja, etc. todas essas relações levam à formação de redes. Na medida em que as relações e a comunicação começaram a ser mais e mais mediadas por computador, começou a se fazer uso da Internet. A Internet unida à criação da web levou parte do mundo à virtualidade, moldando um novo espaço para o desenvolvimento de uma nova cultura: o ciberespaço e a cibercultura. Computadores controlando o mundo, pessoas transportando-se de um lugar a outro por meio de tele transporte e robôs vivendo em meio a seres humanos fazem parte da fantasia necessária à concepção de toda novidade. O YT – conhecido canal de compartilhamento de vídeos – é uma rede virtual, cuja comunicação mediada por computadores é realizada cumprindo a ideia chave da cibercultura: a interconexão.

2.1 FORMANDO REDES

O que chamamos de redes ou teias são conexões entre pessoas. Seres humanos conectam-se a outros por diversos motivos – devido a laços familiares, de amizade, de gosto, de interesse em comum, de necessidade, etc. Um ser humano comum que estuda, trabalha, tem amigos, família, bicho de estimação, casa própria, conta no banco, vai à academia, vai ao supermercado e é casado já pertence a dez diferentes redes sociais. Nas redes do “ser humano comum” atores sociais podem se repetir, visto que um de seus amigos pode frequentar o mesmo banco que ele frequenta ou pode também ter casa própria ou ainda estudar na mesma faculdade que ele, etc. As teias podem ser extremamente complexas como no exemplo acima, ou mais restritas se as relações estipuladas também forem limitadas. Se o “ser humano comum” passasse a ser analisado como aluno do último semestre do curso de Arquivologia da FABICO da UFRGS sua rede de relações na categoria “estudos” seria bem menor. Para Clóvis Lima e Rose Marie Santini mencionando Manuel Castells:

As redes são sistemas organizacionais capazes de reunir indivíduos e instituições, de forma voluntária e democrática, em torno de objetivos e/ou temáticas comuns, e são estabelecidas por relações horizontais que

supõem o trabalho colaborativo e participativo. (CASTELLS, 1999 apud LIMA; SANTINI, 2009, p. 46)

Para a constituição de uma rede social é preciso da existência de dois elementos: os atores e as interações que os unem. De acordo com Raquel Recuero (2009) os atores (que podem ser um indivíduo, grupos ou instituições) são os nós das redes, isto é, os pontos que se interconectam através das relações estabelecidas, sendo estas relações as conexões, normalmente representadas graficamente por linhas.

2.1.1 Atores e Conexões

Quando inseridos no meio virtual, os atores sociais são representados, tendo suas vivências relacionadas a perfis, *blogs*, *fotoblogs*, *twitter*, etc. Os demais atores da rede só tem acesso às informações que a pessoa decide expor através dos seus canais no meio virtual. Sendo assim um usuário virtual é o que ele quer mostrar. Lúcia Santaella (2010) caracteriza os atores como atores-actantes, sendo que estes correspondem a quaisquer espécies de figuras dotadas de habilidade para agir, incluindo pessoas e objetos materiais (no caso de objetos materiais, ela cita como exemplos entidades sob estudo, conceitos, organizações, profissões, dinheiro, etc.).

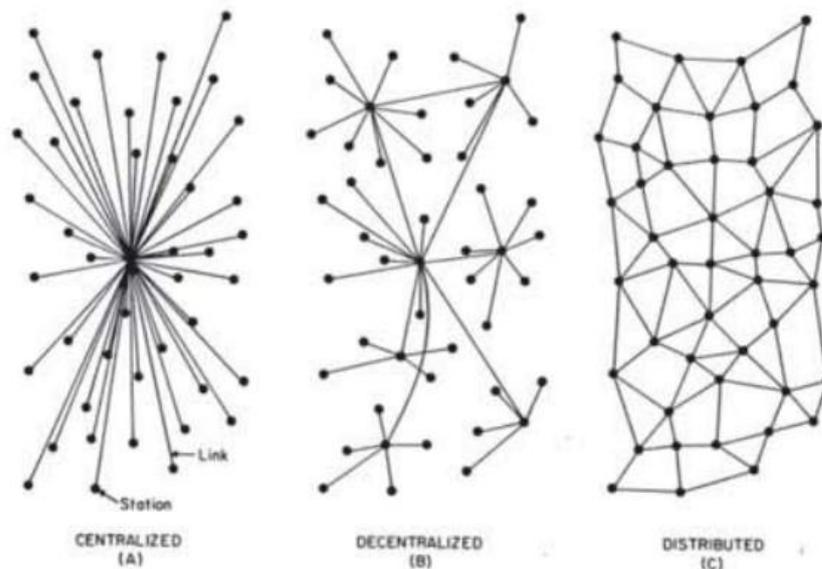
Os laços que unem os atores das redes sociais se chamam conexões. Essas conexões acontecem devido a fatores que motivam os usuários a interagirem seja por interesses em comum, curiosidade, necessidade de ser visto, etc. Assim, para que haja uma rede social é preciso que um ator tenha a percepção do Outro e interatue com ele. Segundo Recuero (2009, p. 24) “a abordagem de rede tem, assim, seu foco na estrutura social, onde não é possível isolar os atores sociais e nem suas conexões.” Pois, caso se isole algum dos elementos a completude da estrutura se rompe.

Os atores, a partir das ações que executam e das relações que instituem tem a faculdade de moldar os sistemas dos quais participam interferindo inclusive na composição total da estrutura da rede. Logo, quem está inserido ou não na teia, de que maneira esta pessoa se comunica com as demais, qual tipo de relacionamento ela tem com as restantes e de que modo ela agrega conhecimento são fatores que diferenciam o esqueleto da rede.

2.1.2 Tipologia das redes

Dependendo da quantidade de atores ou de conexões, diferentes tipos de redes podem se formar. O autor Paul Baran, propôs em 1964, o seu famoso Diagrama das Redes no qual sugeriu três tipologias de redes: Redes Centralizadas, Descentralizadas e Distribuídas.

Figura 1 - Diagrama das Redes de Paul Baran



Fonte: Adaptado de Magalhães, 2009.

Considerando o diagrama (figura 1), temos:

- nas Redes Centralizadas um ponto conecta-se a todos os demais, sendo que os demais pontos não se conectam entre eles. Neste caso, uma pessoa A conhece muitas outras que não se conhecem, mas que estão ligadas por A;
- nas Redes Descentralizadas, existem vários núcleos com conexões próprias, esses núcleos, ou nós, podem se conectar ou não. Neste tipo de rede, a pessoa A tem sua rede de amigos bem como a pessoa B tem a sua e A e B podem se relacionar sem que as pessoas das suas redes sejam obrigadas a terem contato. A, dependendo do seu lugar na teia, pode nunca chegar a interagir com B. Logo A e B são núcleos que podem

ter contato direto ou indireto por meio das relações que estabelecem ou não ter contato, relacionando-se assim, com outros nós;

- c) por fim, nas Redes Distribuídas, todos os nós possuem mais ou menos o mesmo número de conexões, não existindo um núcleo central ou qualquer outra hierarquia entre os nós. Neste tipo de rede, A está conectada com B e C. As relações de B são A e D, E e F e as de C são A, D, G e H. Desta forma, B e C interagem em comum com A e D e assim se estabelecerão as demais relações da rede que seguem o conhecido dito popular de que “alguém sempre conhece alguém que te conhece”.

Analisando o Diagrama proposto por Baran, a rede de relacionamentos que se constitui pelos usuários do YT pode ser classificada tanto como Descentralizada quanto como Distribuída. Se o sujeito que analisa estabelecer, pelo menos um objeto central, a rede tornar-se-á Descentralizada, porém se o sujeito da análise optar por estudar todos os nós sem centralizar nenhum, a rede será do tipo Distribuída. No estudo das redes virtuais a percepção de que elas estão sempre em movimento e podem ser avaliadas por diversos pontos de vista é fundamental. Santaella sintetiza essa percepção quando afirma que redes são “fluxos, circulações, movimentos, alianças que nada tem haver com entidades fixas.” (SANTAELLA, 2010, p.32) Logo, se algo na estrutura da rede mudar, sua tipologia também poderá ser alterada.

As redes existem em meios físicos ou virtuais. A diferença entre redes sociais e redes sociais virtuais é que as primeiras relacionam atores por meio de conexões e as últimas necessitam da intermediação do computador para fazerem isso. Com o surgimento da Internet e da web houve a inevitável proliferação das redes sociais virtuais.

2.2 A REDE DAS REDES

Conhecida como a rede das redes, a Internet (ou Arpanet como era chamada nos anos 1960, época de sua criação) surgiu por uma necessidade militar norte-americana. Durante o período da Guerra Fria, os norte-americanos necessitavam de uma ferramenta de comunicação à distância que se mantivesse funcionando caso houvesse ataques inimigos que destruíssem os demais meios de comunicação. Por

anos a Internet foi utilizada para fins militares e acadêmicos e somente três décadas após sua criação, devido à concepção da Web, começou a conectar não apenas militares, cientistas e acadêmicos:

Em 1989, um engenheiro na Suíça deu o passo principal para a interligação do mundo. Com o intuito de criar um protocolo único, desenvolveu a linguagem *Hipertext Mark Up Language*. O HTML de Tim Berners-Lee permitiu que um texto fosse visto de forma idêntica em diferentes partes do mundo. Depois da base criada pelo IP, este padrão foi o segundo passo para uma universalização da rede. Era criada a grande teia mundial, a *World Wide Web*. (PASE, 2008, p.84)

Segundo seu criador, a web:

É uma criação mais social do que técnica. Eu a construí para um efeito social – ajudar as pessoas a trabalharem juntas – e não como um brinquedo tecnológico. A finalidade última da web é ajudar a melhorar a “teia” de nossa existência no mundo. Nós nos agrupamos em famílias, associações, empresas, [...] O que acreditamos, endossamos e aceitamos é representável e, cada vez mais, representado na web. (BERNERS-LEE, 1999 apud PASE, 2008, p. 84)

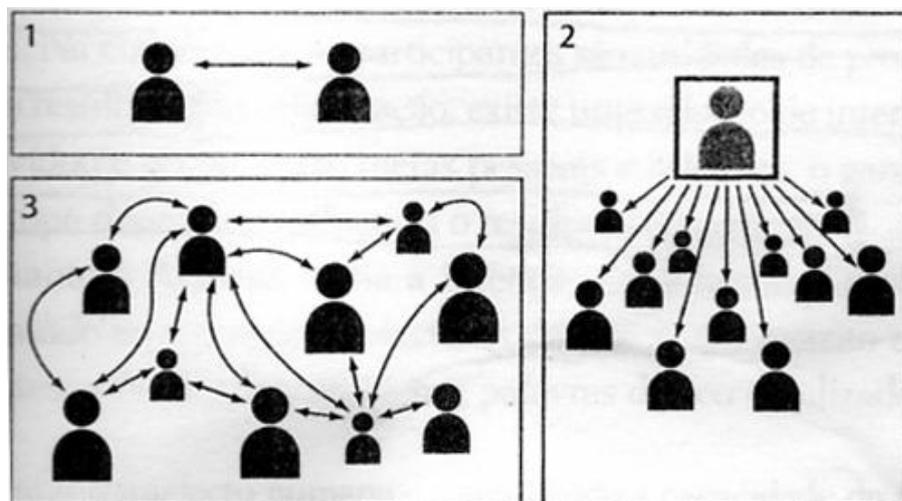
Quem poderia imaginar, antes da concepção da Internet, comunicar-se com alguém do outro lado do mundo ou mesmo com um vizinho instantaneamente através de uma rede que nem sequer foi criada para esse fim? Ou que, após a criação da Web e evidenciação do potencial social da Internet, as pessoas acrescentariam cada vez mais conteúdos e ferramentas de modo a nutrir o crescimento incalculável desta rede? Para David Weinberger (2007), o crescimento da web se deu de maneira tão fenomenal por ela ter crescido sem um plano, estar aberta para que qualquer usuário coloque os conteúdos que quiser podendo fazer um link para qualquer coisa sem que se tenha que contatar um registro central ou ter aprovação de alguém.

Além disso, quem poderia imaginar que a velocidade de aderência da sociedade à rede aconteceria de maneira tão rápida? Que do tempo em que a conexão com a Internet interrompia o funcionamento do telefone e os usuários tinham que acessá-la somente em horários estratégicos para evitar grandes despesas à banda larga haveria um grande salto em curto período de tempo? E que em alguns anos o acesso à Internet se tornaria não apenas mais frequente como diário e sua necessidade de esporádica passaria a imprescindível? Conforme Castells (1999) a Internet teve um índice de penetração mais célere do que qualquer outro meio de comunicação na história: nos Estados Unidos, a Internet chegou a

sessenta milhões de pessoas em três anos após a criação da teia mundial, número que a TV levou quinze anos para alcançar e o rádio trinta. Castells afirma que um dos motivos para o advento deste número de pessoas em tão pouco tempo é o fato de que “os consumidores da Internet também são produtores, pois fornecem conteúdo e dão forma à teia.” (CASTELLS, 1999, p.439) Atualmente, de acordo com o apresentador Rafael Bastos em um dos programas A Liga (2011), sobre o Mundo Web, a Internet tornou-se uma mídia de massa, um meio propício para a exposição e, portanto, o berço das novas celebridades.

O surgimento da Internet revolucionou também a comunicação global mediada por computadores (CMC), pois na web os usuários encontraram um meio propício para estabelecer relações de interação, colaboração, cooperação e troca entendidas como essenciais na formação de redes.

Figura 2 – Tipos de comunicação segundo Spyer



Fonte: Spyer, 2007.

Juliano Spyer (2007) ilustrando a figura afirma que a Internet é um meio diferente dos demais porque possibilita a comunicação simultânea entre várias pessoas:

A imagem mostra a comunicação por telefone (1), caracterizada pela comunicação de duas vias entre duas ou poucas pessoas. A TV e outros meios de difusão (2) alcançam milhares de espectadores, mas a transmissão tem apenas uma via, o transmissor “fala”, e os receptores “escutam”. Com a rede mundial de computadores (3), grupos podem conversar usando aplicativos como murais de mensagem, listas de discussão ou salas de chat.[...] Em outras palavras, a Internet representa a união das possibilidades de interação do telefone com o alcance maciço da TV.

O terceiro tipo de comunicação de Spyer é denominado por Pierre Lévy (1999) como “todos-todos” no qual não há distinção entre emissores e receptores, devido às condições que todos têm de exercer esses papéis ao participarem ativamente do processo de comunicação. Todos os usuários podem se envolver nas interações e auxiliarem na elaboração das mensagens. Estas não são apenas transmitidas como também circulam entre os envolvidos, contrariamente aos outros tipos de comunicação, “um-um” e “um-todos”, em que a mensagem é apenas repassada do receptor para os emissores. Na Internet ocorrem todos os tipos de comunicação citadas pelos autores. Quando um usuário se comunica com outro por e-mail, caracteriza-se o tipo de comunicação “um-um”. Quando um emissor coloca um texto em seu blog pessoal e não abre espaço para comentários, configura-se o tipo “um-todos” de comunicação. E quando um usuário representado por seu perfil em uma rede social compartilha uma foto que é compartilhada por outros em suas respectivas redes sociais, temos o tipo de comunicação “todos-todos”.

O YT é uma rede cujo esquema de comunicação utilizado é frequentemente o “todos-todos” de Lévy, com possibilidades de exceções que levam aos demais tipos de comunicação. Para fazer parte do modelo comunicacional de todos para todos, as mensagens informacionais devem ser repassadas sem restrições a usuários (o que caracteriza um vídeo público, contrário de um vídeo Privado²), com permissão a comentários e incorporação de vídeos em outros sites. Esse tipo de restrição é colocado na hora em que os usuários vão postar seus vídeos no site (demais questões de funcionamento do YT serão aprofundadas no próximo capítulo). Caso o emissor do vídeo decida restringir comentários, incorporações e o acesso dos vídeos a outros usuários ele estará compondo o tipo de comunicação “um-todos” em que um comunica e todos recebem a mensagem sem que haja troca entre os participantes. Caso o emissor da mensagem decida compartilhar seu vídeo com apenas um receptor – visto ser possível fazer isso quando se opta por tornar o vídeo Privado no YT - estabelece-se o esquema comunicacional “um-um”.

² Se você quiser limitar a exposição de um de seus vídeos, poderá defini-lo como um vídeo **Privado**. Se seu vídeo for definido como **Privado**, apenas você e até 50 outros usuários que você convidar poderão assisti-lo. O vídeo não aparecerá em seu canal, nos resultados de pesquisa, nas listas de reprodução etc. Texto completo em: <http://support.google.com/youtube/bin/answer.py?hl=pt-BR&answer=157177>

Proposições podem ser feitas para identificar por que a rede das redes foi tão bem aceita no mundo - se foi por possibilitar a inserção de todo tipo de conteúdos sem uma gerência centralizada, por facilitar a interação mediada por computadores, por auxiliar na convergência dos suportes comunicacionais, por permitir que consumidores sejam também produtores ou por tornar possível que os usuários através de suas ações moldem a teia - o fato é que a união da Internet com a web deu muito certo. Com a cibercultura é possível perceber claramente o alcance dessa parceria de sucesso.

2.3 A CULTURA “CIBER”

Cultura está relacionada ao comportamento, hábitos, pensamentos, ações, necessidades, anseios, etc. de um determinado grupo de pessoas. Ela se manifesta em o quê, como, por que e para quem as pessoas fazem o que fazem, comem o que comem, vestem o que vestem, pensam o que pensam, adquirem o que adquirem, etc. A cultura, portanto, é formada por uma conjuntura de fatos que de estáticos podem passar à constante transformação. PASE citando Pires diz que “a cultura trata-se de uma visão partilhada do mundo que inclui múltiplas e variadas ações como: falar, elaborar mitos, fazer trabalho científico e até alimentar-se.” (PIRES, 2004 apud PASE, 2008, p. 106).

A “*ciber*” é um tipo de cultura que inclui uma esmagadora minoria de pessoas, mas que, conecta, de alguma maneira, todos que a ela estão conectados. Lemos apud Lima e Santini fala da concepção da cibercultura:

Conjunto de processos tecnológicos e sociais emergentes a partir da década de 70 do século XX, com a convergência das telecomunicações, da informática e da sociabilidade contra-cultural da época (BRETON, 1990; CASTELLS, 2001), que tem enriquecido a diversidade cultural mundial e proporcionado a emergência de culturas locais em meio a global supostamente homogeneizante. Uma das principais características dessa cibercultura planetária é o compartilhamento de arquivos, músicas, fotos, filmes, etc. construindo o espaço coletivo. (LEMOS, 2004 apud LIMA; SANTINI, 2009, p. 53)

Esta cultura tem como um de seus agentes o homem cibernético que produz, consome e repassa informações para outras pessoas. Segundo o dicionário virtual inFormal cibernético “é uma pessoa que utiliza de forma consistente os recursos da internet, alguém que sabe navegar na internet e o faz regularmente.” (DICIONÁRIO

INFORMAL, c2006-2012). Os seres humanos se relacionando virtualmente por diversos motivos, as transformações na estrutura das teias, a proliferação das redes sociais no meio virtual, a Internet militar, científica ou acadêmica passar à social e ser acessível em tão pouco tempo, tudo isso ocorre no ciberespaço e a cibercultura é tudo isso acontecendo. Lévy (1999) afirma que o ciberespaço é o novo meio de comunicação que advém da interconexão entre os computadores e que a cibercultura não deverá permanecer dentro deles:

Uma das ideias, ou talvez devêssemos dizer das pulsões mais fortes na origem do ciberespaço é a da *interconexão*. Para a cibercultura, a conexão é sempre preferível ao isolamento. A conexão é um bem em si. Como Christian Huitema disse muito bem, o horizonte técnico do movimento da cibercultura é a comunicação universal: cada computador do planeta, cada aparelho, cada máquina, do automóvel à torradeira, *deve* possuir um endereço na Internet. Este é o imperativo categórico da cibercultura. Se este programa se concretizar, o menor dos artefatos poderá receber informações de todos os outros e responder a eles, de preferência sem fio. [...] Os veículos de informação não estariam *no* espaço, mas por meio de uma espécie de reviravolta topológica, todo o espaço se tornaria um canal interativo. (LÉVY, 1999, p.127)

Muitas produções cinematográficas dos anos 1980 e 1990, como *Blade Runner*, *De Volta Para o Futuro* e *O Quinto Elemento*, previram um futuro pós anos 2000 dominado pela cibercultura fora do computador, onde pessoas sobrevoam as cidades em automóveis aéreos controlados por pilotos automáticos, criaturas se locomovem por meio de esteiras que ligam os pontos da cidade ou por tele transporte, seres humanos convivem com robôs e tudo é organizado e funciona devido ao controle de computadores. Neste ambiente tão fantástico e cheio de possibilidades - o ciberespaço - é onde se desenvolvem os instrumentos de interconexão como as redes sociais virtuais, as comunidades virtuais e a inteligência coletiva.

3 O UNIVERSO YOUTUBE

De um universo escuro, quentinho e conhecido saímos aos berros já expondo os sentimentos de estranheza que temos com o novo mundo. Enquanto não entendem nada do que tentamos expressar vamos abrindo bem os olhos para visualizar tudo a nossa volta. As criações de Deus e dos homens vão se tornando cada vez mais conhecidas. Com o tempo aprendemos a juntar as letras e expressar em palavras ou em gestos o que queremos dizer, a tocar nas pessoas e nos objetos para conhecê-los e reconhecê-los. Aprendemos a fazer sinais, a atentar aos sons, a sentir os cheiros e os gostos do mundo. Transformamo-nos em arquivos de sentidos e passamos a registrar e a comunicar o que sentimos, ouvimos, vemos, pensamos. Quando são audiovisuais esses registros guardam cenas mescladas a sons que podem ser difundidas em diversos meios de comunicação através de dispositivos tecnológicos. O YT é um desses meios de comunicação além de um enorme arquivo de documentos audiovisuais.

3.1 ARQUIVOS AUDIOVISUAIS

A percepção das nossas vivências pode ser imediatamente registrada dentro de nós. O que vivemos é único, autêntico, orgânico, original porque passa diretamente pela nossa interpretação da vida. Nós, seres humanos somos arquivos sempre em construção. E o somos ao mesmo tempo em que, no intuito de gravarmos nossas ações e preservarmos nossos momentos marcantes, adquirimos o costume de produzir registros. Caracterizando, assim, seres que vivenciamos e produzimos conhecimento.

Aquilo que registramos é a fonte arquivística primária das nossas ações. O suporte do registro varia de acordo com o objetivo que se tem ao cria-lo. Audiovisuais são arquivos que envolvem registros sonoros (DBTA, 2005) – a fala, músicas, barulhos, etc. – e a visualização de imagens fixas ou em movimento (DBTA, 2005) – fotografias, gravuras, cenas – gravados em suporte material. Considerando essa conceituação constatamos que filmes televisivos ou cinematográficos, vídeos em geral e programas de TV podem pertencer a este tipo de registro documental. Ray Edmondson em conformidade com os membros da Rede de Interesse na Filosofia de Arquivo de Audiovisuais (AVAPIN) propõe, na

obra *Uma Filosofia de Arquivos Audiovisuais* (1998), uma conceituação para esse gênero de documentos, a saber:

Documentos audiovisuais são obras incluindo imagens e/ou sons reproduzíveis incorporados num suporte cujo registo, transmissão, percepção e compreensão normalmente requerem um dispositivo tecnológico, o conteúdo visual e/ou sonoro tem duração linear e cujo propósito é a comunicação daquele conteúdo, mais do que a utilização da tecnologia para outros propósitos. (EDMONDSON, 1998, p. 5-6)

Contudo, os autores afirmam que é impossível sugerir uma definição exata para os arquivos audiovisuais, pois deles emana muitas discussões. Nesta definição eles sugerem que para se criar e acessar um documento audiovisual é necessário um meio eletrônico e que a difusão do conteúdo registrado no documento é mais importante do que o uso da tecnologia em si.

3.2 SITES DE COMPARTILHAMENTO DE ARQUIVOS AUDIOVISUAIS

Por vários meios podemos compartilhar o conhecimento que produzimos, um destes meios são os sites de compartilhamento de vídeos. Sites como o Vimeo³, DailyMotion⁴, VideoLog⁵, MetaCafe⁶ e o YT⁷ compõem a crescente lista de sites que oferecem recursos para usuários trocarem informações e arquivos audiovisuais.

Várias são as vantagens na existência destes meios de comunicação. Através dos canais de compartilhamento de arquivos audiovisuais, os vídeos passaram a ser arquivados e distribuídos de maneira muito rápida, visto que as conexões entre os atores facilitou tanto a comunicação entre eles quanto a circulação dos vídeos em toda a teia.

Além disso, com o aparecimento deste tipo de canal na rede, surgiu a possibilidade de exposição massiva de registros antes particulares. Expor-se, como afirma Recuero (2009), é uma obrigatoriedade para existir no ciberespaço, a autora diz que é preciso ser “visto”: “é preciso constituir-se parte desta sociedade em rede, apropriando-se do ciberespaço e constituindo um “eu” ali.” (EFIMOVA, 2005 apud RECUERO, 2009, p. 27). Com a oportunidade de visualizar e de transportar suas

³ Disponível em: <http://vimeo.com/>

⁴ <http://www.dailymotion.com/br>

⁵ <http://www.videolog.tv/>

⁶ <http://www.metacafe.com/>

⁷ <http://www.youtube.com/>

vivências registradas para os canais oferecidos na teia, as pessoas passaram a trocar com outros usuários arquivos familiares, de viagens, de eventos empresariais, de situações inusitadas, películas de cinema, de gravações da televisão, etc. já não tão privativos. Dentre todos os sites de compartilhamento de vídeos, o YT é o que mais se destaca até hoje.

3.3 O YOUTUBE

3.3.1 Histórico

O YT é um canal que possibilita aos usuários compartilhem seus registros audiovisuais, tendo sido registrado em 14 de Fevereiro de 2005, com o intuito de possibilitar ao usuário “descobrir e moldar o mundo através do vídeo” (YOUTUBE, 2012a). Os criadores - Chad Hurley e Steve Chen – perceberam que ao mesmo tempo em que sites de compartilhamento de fotos estavam crescendo apareceram diversas maneiras de baixo custo para capturar vídeos, porém não havia um bom modo de compartilhá-los. Na mesma época de criação do YT popularizaram-se equipamentos tecnológicos como filmadoras embutidas a câmeras fotográficas digitais e telefones celulares com câmeras os quais deram às pessoas o poder de registro fotográfico e audiovisual abundante. Segundo Chad e Steve, em declaração à revista americana *Fortune*, a ideia de inventar o YT surgiu por conta do inconveniente de obter facilmente a criação audiovisual, mas não um modo prático e veloz de compartilhá-la entre inúmeros indivíduos: “Estávamos em um jantar em janeiro de 2005, onde fizemos arquivos digitais. No dia seguinte, não conseguíamos enviá-los por e-mail e demoramos muito para colocá-los na internet. Pensamos que deveria haver uma forma mais fácil de fazer isso”. (REVISTA FORTUNE apud G1, 2006)

O site recebeu seu primeiro vídeo em 23 de Abril de 2005, arquivo de apenas dezenove segundos que mostra um dos cofundadores do site, Jawed Karim, em um zoológico. Para encontrar esse vídeo no site o usuário poderia buscar por descritores como “Jawed Karim”, “Me at the zoo”, “Jawed no zoológico”, “zoológico”, “primeiro vídeo do YT”, etc.:

Figura 3 – Primeiro vídeo postado no YT: Jawed Karim, cofundador do site, em um zoológico.



Fonte: YouTube, c2012.

Em Dezembro do mesmo ano ocorreu o lançamento oficial do YT, usuários de várias partes do mundo começaram a trocar experiências por meio do mais novo e popular site de compartilhamento de vídeos. Conforme Angela Meili:

O *YouTube* surgiu em 2005 como um *site* destinado exclusivamente a conteúdos produzidos pelo usuário, formatado como uma ferramenta de *broadcasting* que permitiria o acesso livre à distribuição de conteúdo audiovisual por indivíduos não associados ao *mainstream* midiático. Sua política editorial, desde o surgimento, priorizou a democratização das ferramentas de distribuição audiovisual e, enfim, a cultura colaborativa, a comunidade de usuários comuns. (MEILI, 2011, p. 53)

Cerca de um ano depois de seu lançamento a marca foi vendida para a empresa *Google Inc.*, transformando-se em um dos produtos da Google, por 1,65 bilhão de dólares. Nesse momento “o *site* já possuía grande popularidade e agregava 46% do mercado de vídeos *online*”. (MEILI, 2011, p. 53) Em 2007 o YT foi lançado em nove países, já pôde ser visualizado em celulares e lançou seu programa de parcerias. Além disso, durante 2007 sua audiência apontou “[...], 40

milhões de exibições de vídeos por dia.” (PASE, 2008, p. 121) No final de 2008, quinze horas de vídeos eram obtidos via *upload* por minuto (ver estatísticas completas em Anexos – Anexo B) e iniciava-se a implementação de legendas do YT.

Ainda no ano de 2008 cresceram as execuções de anúncios publicitários antes e durante o processamento dos vídeos. O YT disponibiliza a qualquer usuário do site páginas que ensinam a criar vídeos publicitários – o que significa que qualquer usuário do YT representa um empreendedor em potencial para o Google. Ao acessar o espaço de Publicidade⁸ do site fica claro porque se acentuou a execução deste tipo de vídeo antes ou durante o processamento dos demais vídeos. O site fornece aos usuários um passo-a-passo de como conquistar os clientes, de como encontrar o público-alvo em meio a tantos públicos, do que falar no vídeo, entre outros. Segundo o YT, qualquer pequeno negócio pode ganhar destaque se o anunciante não pensar em fazer um vídeo ao estilo Titanic. Eles aconselham: “Seja pessoal. Coloque a câmera em si mesmo e fale sobre os seus produtos favoritos. Você vende hardware? Então mostre ao mundo como instalar uma maçaneta.” (YOUTUBE, 2012b) Segundo Rafael Bastos em apresentação ao programa A Liga (2011) as pessoas não precisam de muito para fazer sucesso na internet é necessário apenas uma câmera e boas ideias.

Em 2009, vários novos canais foram incorporados tal qual o Canal do Papa⁹ - canal que compartilha com os usuários da rede a cobertura das principais atividades do Papa e do Vaticano. Em Fevereiro de 2010, o YT realizou a transmissão ao vivo da entrevista do presidente norte-americano Barack Obama¹⁰, na qual ele respondeu a questões enviadas pelos próprios usuários do YT. Para execução de transmissões ao vivo, o site conta com a intermediação de canais parceiros. Estes parceiros repassam aos demais usuários o evento ao vivo. Durante a transmissão pode haver ou não comunicação entre os usuários que assistem e os que participam do evento. No caso da entrevista com o presidente, o canal parceiro que transmitiu o evento foi o CitizenTube¹¹.

Ainda no ano de 2010, o YT alcançou a marca total de 24 horas de vídeos obtidos por *upload* em um minuto e excedeu dois bilhões de exibições por dia (Visualizar Linha do Tempo completa nos Anexos – Anexo A). Atualmente, o número

⁸ Acessível em: <http://www.youtube.com/yt/advertise>

⁹ Disponível em: <http://www.youtube.com/user/vatican>

¹⁰ Disponível em: http://www.youtube.com/watch?v=0pqzNJYzh7I&feature=player_embedded

¹¹ Acessível em: <http://www.youtube.com/user/citizentube>

de usuários chega a centenas de milhões em todo o mundo e “48 horas de vídeo são enviadas a cada minuto, resultando em praticamente oito anos de conteúdo enviado a cada dia”. (YOUTUBE, 2012a). Conforme citado no site:

Hoje, o YouTube é o maior destino de vídeos online no mundo e o terceiro mais visitado site global. [...] Superior a dois bilhões de visualizações por dia - quase o dobro da audiência no horário nobre de todas as três grandes redes norte-americanas combinadas. A plataforma compreende a maior comunidade de compartilhamento de vídeo do mundo e inclui usuários, anunciantes e mais de 10.000 parceiros. [...]. Centenas de milhões de usuários em todo o globo vêm para o YouTube para descobrir e moldar o mundo através do vídeo. (YOUTUBE, 2012a)

A explosão do YT é percebida, de um jeito ou de outro, por todos que frequentam a teia, já que os vídeos compartilhados no site “pipocam” pelos inúmeros meios de comunicação do ciberespaço e do meio físico. Em entrevista ao programa A Liga – Mundo Web, o “blogueiro” Maurício Cid (2011)¹² afirma que os vídeos virais, isto é, aqueles que se espalham rapidamente pela teia dão certo porque são espontâneos ao mesmo tempo em que PC Siqueira (2011)¹³, conhecido “vlogueiro” da rede diz, no mesmo programa, que falar o que acredita é o que faz os vídeos funcionarem. Certamente, uma justificativa para a explosão do YT é evidente, a fácil utilização dos componentes do site.

3.3.2 Funcionamento

Na página inicial do YT o usuário depara-se com as três funções básicas do site: a caixa de pesquisa, o link para envio de vídeos e o link para acessar a sua conta. Usuários com ou sem cadastro e “logados” ou não no sistema¹⁴ ao abrirem o site se deparam com esses elementos.

Para usuários que não entraram no sistema (isto é, não “logaram”, podendo estar cadastrados ou não), os demais itens da tela inicial são: o botão Fazer *login* e

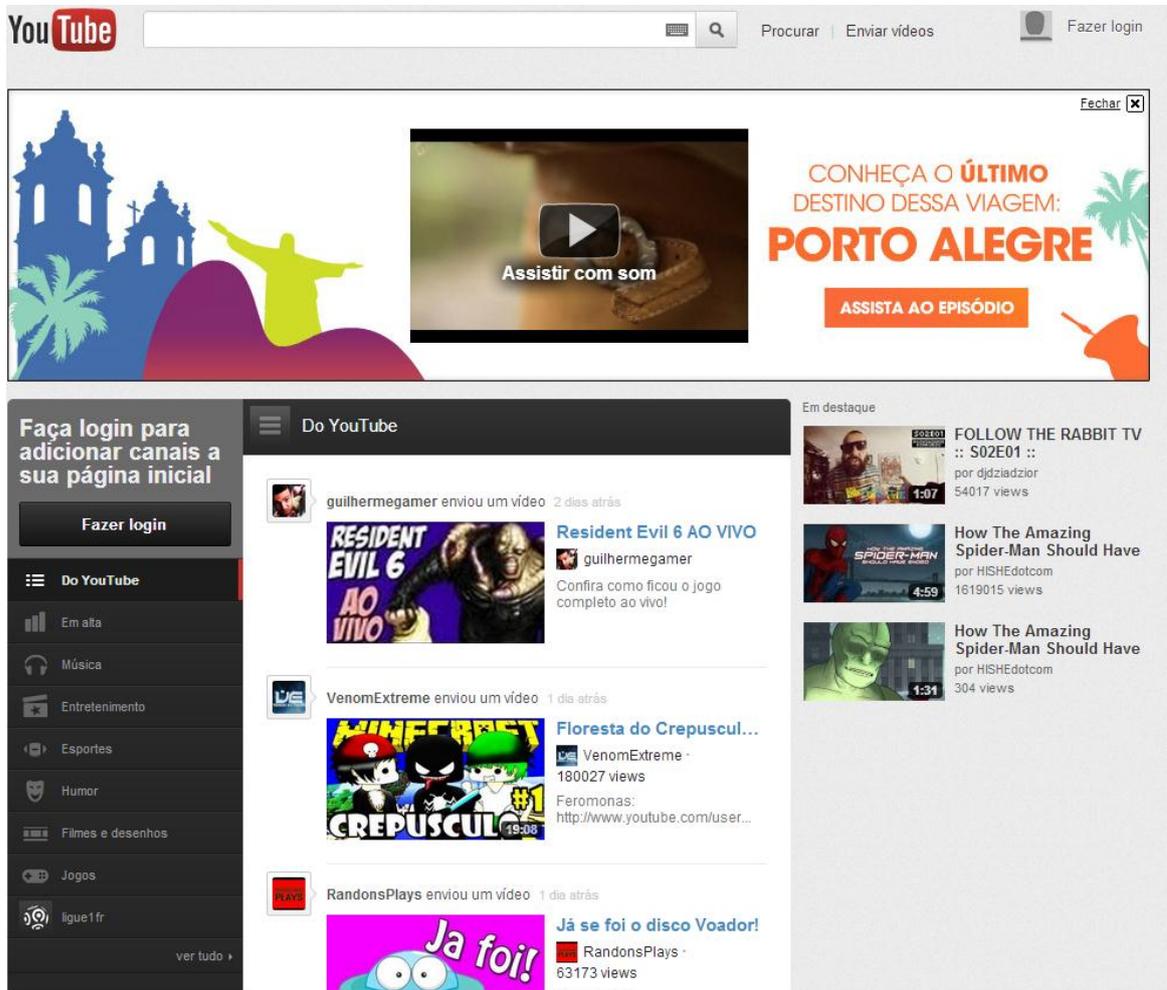
¹² Disponível em: <http://www.naosalvo.com.br/>

¹³ Disponível em: http://www.youtube.com/user/maspoxada?feature=results_main

¹⁴ Usuário cadastrado é aquele que possui vínculo com o YT e, conseqüentemente com o Google, e usuário “logado” é aquele que efetuou *login* e entrou no sistema. O usuário pode estar cadastrado e não “logado”, pode não estar cadastrado e visitar o site, inclusive para buscar vídeos, mas nunca podendo entrar no sistema, ou pode estar cadastrado e “logado”. Para cada uma destas opções existem telas diferentes.

as categorias de vídeos no menu à esquerda, os vídeos Do YT no meu central e os vídeos Em Destaque no meu à direita, como na imagem a seguir:

Figura 4 – Página inicial para usuários não “logados” no YT



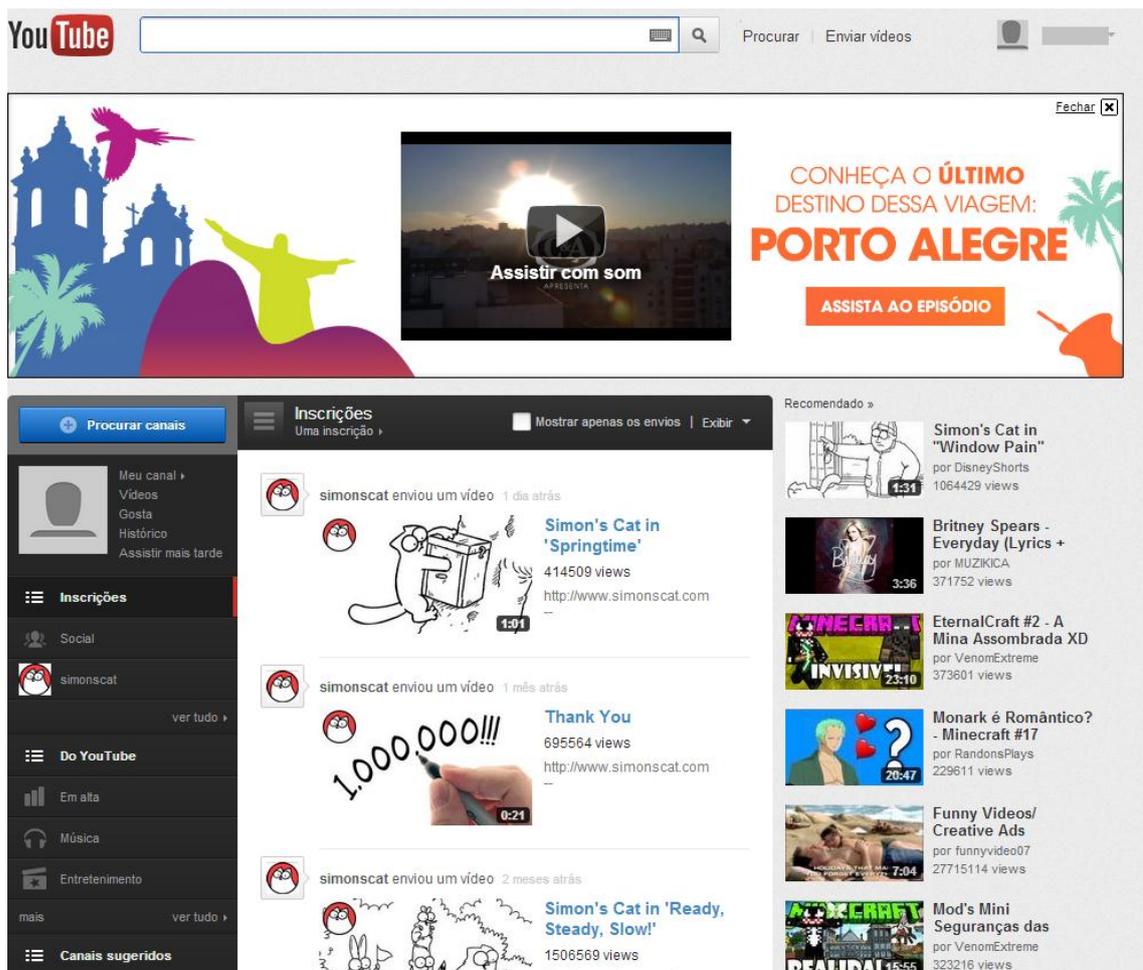
Fonte: YouTube, c2012.

Caso o usuário seja ator social do YT, ou seja, tenha cadastro no site e esteja “logado”, sua página inicial conterá os seguintes elementos: o botão “Procurar canais” no cabeçalho do menu esquerdo seguido de alguns itens do perfil do usuário como “foto” e “histórico”, os “canais em que este usuário está inscrito”, suas “redes sociais”, algumas das categorias de vídeos que podem ser desdobradas clicando-se em “ver tudo” e “canais de outros usuários” sugeridos pelo YT. As inscrições¹⁵ servem para manter o usuário conectado às atividades compartilhadas e aos vídeos mais recentes do canal em que se inscreveu de forma a mantê-lo atualizado sobre

¹⁵ Acessível em: http://www.youtube.com/t/about_essentials

tudo o que a pessoa do canal faz. No menu central aparecem vídeos da categoria inscrições e no menu à direita podem ser visualizados os vídeos Recomendados um abaixo do outro, seguidos pelos vídeos Em Destaque. Esta descrição pode ser visualizada na imagem a seguir:

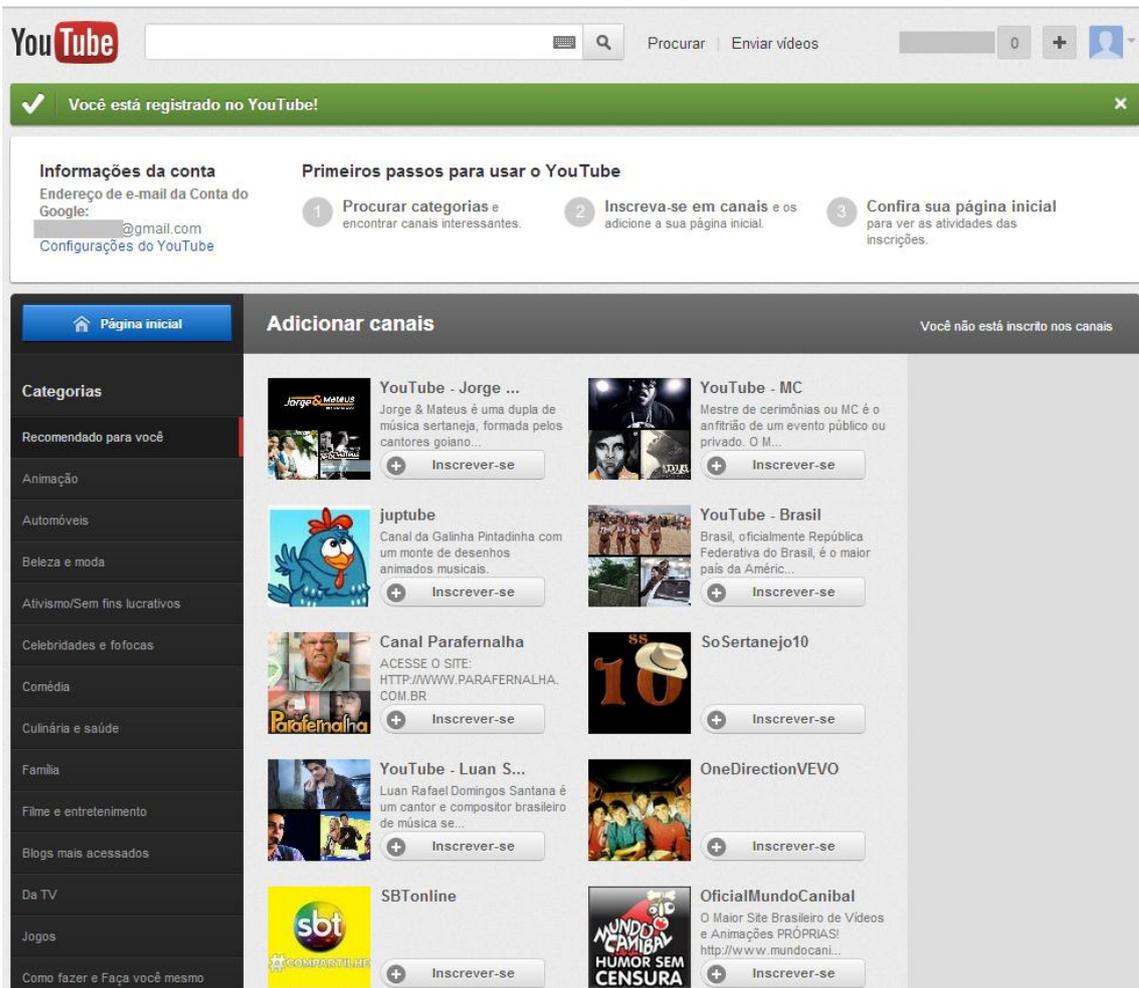
Figura 5 – Página inicial para usuários cadastrados e “logados” no YT



Fonte: YouTube, c2012.

Novos usuários, ao fazerem o *login*, são recebidos pelo YT com uma página inicial um pouco diferente das dos usuários antigos, pois para facilitar o uso, o YT provê instruções de como utilizar a conta recém criada. Todas as categorias de vídeos passam a existir desdobradas no meu direito e inúmeras possibilidades de canais aparecem no menu central para que o usuário novato possa se inscrever, conforme a imagem abaixo:

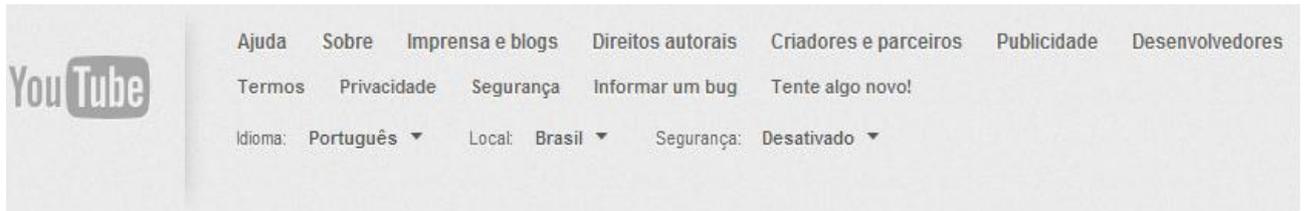
Figura 6 – Página inicial para usuários novos cadastrados e “logados” no YT



Fonte: YouTube, c2012.

Clicando no botão *Página Inicial* localizado no cabeçalho do menu esquerdo, o novo usuário é remetido a uma página idêntica a dos usuários antigos cadastrados e “logados” conforme a Figura 5 (Página inicial para usuários cadastrados e “logados” no YT). O site também possui um cabeçalho inferior, encontrado abaixo dos demais menus, que conta com links que auxiliam o usuário a navegar e a conhecer o site. Neste mesmo cabeçalho, configurações de segurança, de idioma e de país de visualização podem ser alterados.

Figura 7 – Cabeçalho inferior do YT



Fonte: YouTube, c2012.

Dentre as categorias de vídeos do YT, três merecem considerações especiais, são elas a de vídeos Recomendados¹⁶, a de vídeos Em Destaque¹⁷ e a de vídeos Do YT¹⁸. Os *Recomendados* são sugeridos pelo site de acordo com registros assistidos pelo usuário anteriormente. O que o usuário assistiu fica no seu histórico, sendo que este pode ser gerenciado pelo próprio utilizador do canal de modo que as recomendações estejam totalmente de acordo com o que o ele deseja. Vídeos que surgem na categoria *Em Destaque* são ou de parceiros do YT ou de outras pessoas que estão fazendo sucesso na rede no momento (este vídeo pode ou não ter passado pela categoria Vídeos do Momento¹⁹). Isto é, para aparecer nesta categoria é preciso fazer sucesso na rede, mesmo que momentâneo. E a categoria de vídeos *Do YT*, segundo o site, serve para manter o usuário atualizado quanto às tendências do site. Nesse conjunto são mostrados cinco vídeos que, comumente, transitam entre as categorias *Tendências* (vídeos que estão recebendo uma grande quantidade de atividade em um curto espaço de tempo), *Popular* (vídeos que ganharam muitas visualizações recentes), *Música* (vídeos musicais de diversos artistas) e *Entretenimento* (coleção de vlogs, clipes de programas de TV e etc.).

3.3.3 Contas e canais

Para criar uma conta é preciso vincular-se ao Google e preencher os dados solicitados no cadastro. O endereço de e-mail que preencherá o campo “Escolher um nome de usuário do Google” será o e-mail deste usuário para todos os produtos

¹⁶ Acessível em:

<http://support.google.com/youtube/bin/static.py?hl=en&page=guide.cs&guide=1728471&topic=239352>

8

¹⁷ <http://support.google.com/youtube/bin/answer.py?hl=pt-BR&answer=143421>

¹⁸ <http://support.google.com/youtube/bin/static.py?hl=en&page=guide.cs&guide=1728471&topic=2387>

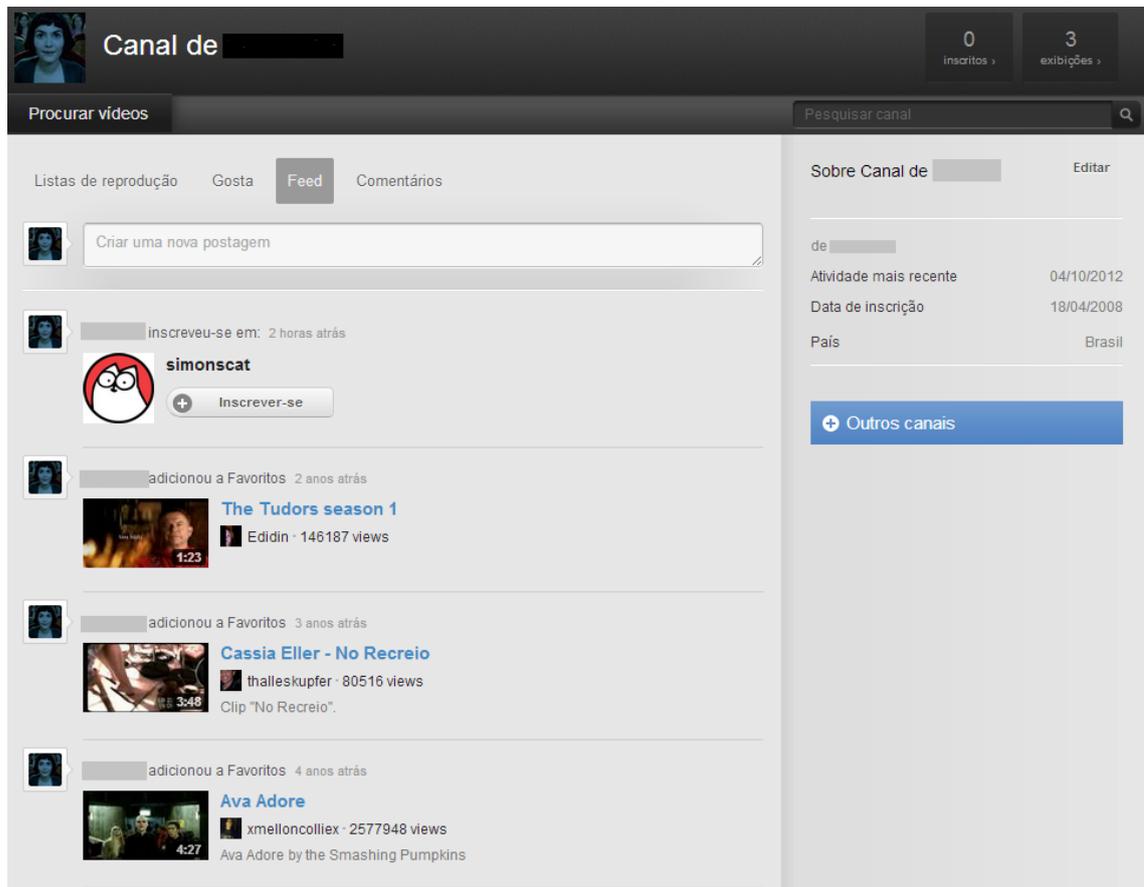
321

¹⁹ <http://support.google.com/youtube/bin/answer.py?hl=pt-BR&answer=143420>

do *Google Inc.* Para que o cadastro seja efetivado o usuário precisa aceitar os Termos de Serviço do Google e a Política de Privacidade.

Ao fazer o *login*, o usuário entra na sua conta. Essa conta transforma um usuário qualquer em um usuário do YT. Através dela é possível ter acesso ao seu canal (cujo nome de usuário é o mesmo da conta). O canal é a representação virtual do usuário do YT, ele funciona como um perfil onde todos os dados e arquivos do usuário podem ser inseridos. Logo, para ter uma conta não necessariamente é preciso utilizar o canal, mas para ter um canal é preciso fazer uma conta. Um usuário pode ter mais de uma conta, portanto mais de um canal. No YT a configuração do canal se dá desta forma:

Figura 8 – Aparência da página inicial de um canal do YT



Fonte: YouTube, c2012.

No canal, o usuário pode alterar configurações de aparência, informações relativas a descrição deste e do seu perfil de usuário. Para postar vídeos é obrigatório ter um canal. Nele, o usuário pode gerenciar seus vídeos, visualizar as

estatísticas que envolvem os compartilhamentos do seu canal, além de ter acesso ao histórico de visualizações e de pesquisas, aos seus favoritos, aos vídeos que gostou²⁰, aos vídeos que compartilhou, ao editor de vídeos do YT, aos vídeos que compartilharam com o dono do canal, outros usuários que o contataram, ao catálogo de endereço de seus contatos na rede e as suas demais atividades no site.

Ao compartilhar um vídeo, o usuário toma uma série de decisões, tais quais: a categoria, em que quer colocar o vídeo, quem poderá acessá-lo – se o público geral do YT ou apenas usuários escolhidos - qual será o título, a descrição, a miniatura da foto, as palavras-chave, o local e a data de gravação do vídeo, se pretende permitir comentários e que incorporem ou não o vídeo em outros sites, entre outros. Quando o usuário escolhe uma categoria, dentre as determinadas pelo YT, para compartilhar o vídeo, ele está se adequando ao modo de estruturação e organização do conhecimento fixado pelo site (taxonomia). Logo, os metadados ou descritores que serão gerados a partir desta decisão são pouco abrangentes, pois são muito estáveis. Todavia, após a definição taxonômica das categorias, o usuário também pode fazer escolhas que não são pré-concebidas pelo organismo superior do site e que representam para si a melhor e mais completa maneira de descrever o seu vídeo (folksonomia). Essa escolha, no YT, se dá através da definição das palavras que compõem o título, a descrição e as palavras-chave do vídeo, tais termos podem gerar inúmeros descritores, pois estes não estão detidos a categorias fixas.

Ademais, no YT os vídeos pertencem ao produtor/emissor e não ao site como este deixa claro através dos Termos de Serviço²¹ que os novos usuários têm que aceitar para efetuarem cadastro no site. Os vídeos podem ser colocados ou retirados pelo produtor a qualquer momento, a não ser em casos de violação de direitos autorais em que o YT pode intervir retirando os arquivos por conta própria.

3.4 O YT VISTO COMO REDE SOCIAL E COMO COMUNIDADE VIRTUAL

O site YT, por permitir que os usuários criem perfis públicos que representam sua identidade real no meio virtual, conectem-se a outros perfis, troquem e difundam informações e compartilhem arquivos, pode ser considerado como uma rede social

²⁰ Quando o usuário gosta de um vídeo que assistiu pode mostrar para todo mundo, clicando no botão “Gostei.” Texto original em: http://www.youtube.com/t/about_essentials

²¹ Disponível em: <http://www.youtube.com/t/terms>

virtual. Os atores desta rede são os usuários representados por seus canais e que através deles mantêm relações com os demais, constituindo redes descentralizadas ou distribuídas. As conexões não ocorrem somente através da visualização do vídeo por qualquer usuário – o usuário deve ser do YT, isto é, ter um canal - e é preciso que ele faça comentários, adicione o vídeo aos favoritos, compartilhe o arquivo, goste ou não goste, seja parceiro do YT, anuncie pelo site, etc.

O YT também pode ser considerado como uma comunidade virtual, pois comunidades virtuais reúnem e põem em contato usuários com interesses e objetivos semelhantes. Segundo Lévy: “uma comunidade virtual é construída sobre as afinidades de interesses, de conhecimento, sobre projetos mútuos, em um processo de cooperação ou de troca, tudo isso independente das proximidades geográficas e das filiações institucionais.” (LÉVY, 1999, p. 127). No YT, essas comunidades podem ser percebidas quando membros da rede interagem com donos de canais que contém assuntos afins aos seus, formando um círculo de contatos, isso acontece, por exemplo, com os usuários RandonsPlay, Fer0m0nas e VenomExtreme que além de frequentarem uns os canais dos outros ainda estabelecem parcerias na criação de vídeos e formam, com outros usuários, a comunidade de fãs do jogo Minecraft.

4 A ARQUIVÍSTICA NO OLHO DO FURACÃO

A Arquivística sempre teve seus objetos de estudo elaborados em suportes físicos e palpáveis. Com o aparecimento do suporte digital, novas pesquisas começaram a ser desenvolvidas e as teorias e os princípios que outrora haviam sido criados para nortear os profissionais começaram a necessitar de adequações. Definições terminológicas e aplicações arquivísticas estão sendo repensadas nas estruturas mais fundamentais da Arquivologia para que esta não seja deixada para trás pelo universo digital. No meio físico o conhecimento era representado por árvores. Nessas árvores as informações, isto é, os galhos que levavam à folha, o item documental, eram organizadas, identificadas e encontradas em apenas um local correto e padronizado e repassadas para todos os tipos de usuários. No meio digital, galhos e folhas passam a fazer parte do imenso universo dos metadados aonde tanto as informações quanto os documentos chegam personalizados para cada usuário de acordo com suas necessidades. Dentre as correntes ideológicas da Arquivologia, provavelmente seja a Arquivística Integrada que tem mais chances de transpor as barreiras práticas e terminológicas ainda presentes na ciência e inserir a Arquivologia neste mundo virtual. E o YT é um mundo dentro deste mundo.

4.1 UM TEMPO DE MUDANÇAS

Mesmo com o desenvolvimento da cibercultura, a Arquivologia mostra-se, ainda, arraigada a conceitos e princípios desenvolvidos por autores do século XIX. Esses autores nortearam o entendimento e a aplicação da ciência na época em que os arquivos eram custodiados de maneiras aleatórias conforme o interesse dos governantes, datas, lugares, etc. Tais conceitos e princípios fundamentaram o fazer arquivístico durante muito tempo, pois por muito tempo perpetuou-se o registro das informações apenas em suportes como placas de argila, papiro, pergaminho, couro e papel.

Com o aparecimento do suporte digital novas pesquisas como a realizada pelo Projeto InterPARES²², auxiliam a sintonizar a Arquivologia a este tempo de mudanças. O Projeto InterPARES (International Research on Permanent Authentic

²² Disponível em: <http://www.interpares.org/>

Records In Eletronic System – Pesquisa Internacional sobre Documentos Arquivísticos Autênticos em Sistemas Eletrônicos) é uma pesquisa colaborativa de nível internacional relativa a produção, ao desenvolvimento e a preservação de documentos arquivísticos digitais autênticos. O Projeto conta com profissionais de diversas áreas e lugares do mundo e foi dividido em três fases – cada uma com objetivos e resultados diferentes. O InterPARES 1, focou em questões referentes a preservação de documentos digitais e durou três anos de 1999 a 2001, o InterPARES 2, de 2002 a 2006, estudou a produção de arquivos correntes artísticos, científicos e governamentais no meio digital e o InterPARES 3, última etapa da pesquisa com previsão de término para o ano de 2012 iniciou em 2007 com o objetivo de traduzir “as teorias e os métodos de preservação digital, definidos nas fases anteriores da pesquisa, em planos de ação concretos para conjuntos documentais mantidos a longo prazo”. (DRESSLER, 2011, p. 33). Para Luís Carlos Lopes antigas teorias arquivísticas, mesmo antes do aparecimento do suporte digital, já não funcionavam na prática:

A Teoria das Três Idades, bastante conhecida dos arquivistas brasileiros, continua sendo, no plano da prática, ficcional. O Princípio da Proveniência vem sendo ameaçado por propostas de classificação por assunto, que trazem enormes riscos para a integridade dos fundos, especialmente para a manutenção da relação das informações e dos documentos com a ordem estrutural interna das organizações. O Princípio da Ordem Original, tal como antes era concebido, não tem mais qualquer significação com a era da informação digital e com a constatação de que os arquivos correntes brasileiros tendem a ser gigantescos e pouco organizados (quando muito). (LOPES, 2000, p. 31)

Lopes (2000) também afirma que o Princípio da Proveniência e a Teoria das Três Idades sobrevivem ao terremoto da nossa época, mas que mesmo vivos precisam ser revistos em função dos novos problemas. Por outro lado, José Maria Jardim acredita que as teorias fundamentais da Arquivística estão sendo examinadas para se adequarem a este outro tempo:

Do ponto de vista da arquivologia, alguns conceitos básicos estão sendo reexaminados como, por exemplo, os de ordem original e documento original, proveniência, e instituições arquivísticas como depósitos centrais de documentos. Por conseqüência, práticas como avaliação, arranjo e descrição, preservação e uso estão sendo também repensadas. [...] As ligações entre computadores dissolvem, [...], as tradicionais fronteiras entre organizações, o que confronta o arquivista com a especificidade do contexto administrativo gerador do documento. Os efeitos desta tendência de se criar

bases de dados inter-organizacionais permitem um uso mais amplo do conceito de proveniência. [...] (JARDIM, 1992, p. 254)

Adequações estão sendo pensadas e devem ser feitas inclusive nas estruturas mais fundamentais da Arquivologia. Algumas dessas estruturas são: as características de documento de arquivo, a Teoria das Três Idades e os Princípios da Proveniência, da Ordem Original e da Territorialidade.

4.2 O DOCUMENTO DE ARQUIVO E SUAS CARACTERÍSTICAS

Em suma os conceitos de documento de arquivo referem-se a ele como sendo a informação registrada em algum suporte, produzida ou recebida por entidade pública ou privada ou por indivíduos em decorrência das atividades dessas entidades ou pessoas e que possa servir de testemunho da realização desta atividade. De acordo com a Lei nº 8.159, de 8 de janeiro de 1991, que dispõe sobre a política nacional de arquivos públicos e privados e dá outras providências documento de arquivo é:

[O] conjunto de documentos produzidos e recebidos por órgãos públicos, instituições de caráter público e entidades privadas, em decorrência do exercício de atividades específicas, bem como por pessoas físicas, qualquer que seja o suporte da informação ou a natureza dos documentos. (BRASIL, 1991).

Essa definição da Lei nº 8.159 frisa a questão da produção ou recepção por entidades públicas, privadas ou por pessoas, diferentemente da definição escolhida pelo Conselho Internacional de Arquivos (International Council on Archives, ICA) que menciona todos os elementos de maneira equilibrada: “A informação registrada, independente da forma ou do suporte, produzida ou recebida no decorrer da atividade de uma instituição ou pessoa e que possui conteúdo, contexto e estrutura suficientes para servir de evidência dessa atividade”. (COMMITTEE ON ELECTRONIC RECORDS, 1997 apud RONDINELLI, 2005, p. 47). De acordo com o Projeto InterPARES, o documento arquivístico é o “documento elaborado ou recebido no curso de uma atividade prática como instrumento ou resultado de tal atividade, e retido para ação ou referência”. (THE INTERPARES PROJECT, 2008 apud DRESSLER, 2011, p. 108) Porém, de todas as conceituações referidas, a mais completa e que alude a documentos digitais é a apresentada por Dressler:

Por definição, documento é a informação afixada em um suporte, sob uma forma fixa. O documento arquivístico agrega o fato de ser o documento elaborado ou recebido no curso de uma atividade prática como instrumento ou resultado de tal atividade, e retido para ação ou referência, independente de qual seja o suporte. Assim, o documento arquivístico digital é aquele produzido no meio digital e gerenciado como um documento arquivístico. (DRESSLER, 2011, p. 10)

O conteúdo informacional que as pessoas fixam no suporte que escolhem para registrar suas ações, no caso do YT, o suporte audiovisual, constitui um documento. Os usuários do YT registram nos documentos que compartilham suas atividades familiares, empresariais, de viagens, de momentos marcantes, cenas inusitadas e demais questões que lhes parecem interessantes. Os vídeos, se mantidos no YT, servirão como testemunho futuro das atividades dos usuários. Ademais, esses documentos podem ser compartilhados por indivíduos ou organizações devidamente cadastrados e “logados” em seus canais. Logo, os vídeos do YT podem ser considerados como documentos arquivísticos digitais.

Outras características não explicitadas nas definições relacionadas acima fundamentam o entendimento de documento de arquivo, tais quais a unicidade, a organicidade e a autenticidade. O modo como essas características se manifestarão no meio físico para o meio digital pode variar.

Documento Único: o que torna um documento de arquivo único, é que este, indiferentemente do suporte, habita um lugar só seu dentro do conjunto de documentos. Nos meios físicos este lugar é identificado através da classificação e posterior ordenação dos arquivos no Fundo (descrito posteriormente no item 4.4 Princípio da Proveniência), já na rede este lugar é determinado por um endereço o qual cada documento, de arquivo ou não, tem - a *URL (Uniform Resource Locator*, em português, Localizador Uniforme de Recursos). Documentos únicos não necessariamente são originais, pois ambos referem-se a questões diferentes. Enquanto a unicidade do documento de arquivo está relacionada ao local único que o documento habita, o original faz referência ao primeiro documento produzido. Segundo Dressler citando o Projeto InterPARES, documento arquivístico original é a “primeira cópia ou exemplar originários a partir do qual um outro instrumento é transcrito, copiado ou iniciado”.(THE INTERPARES PROJECT, 2008 apud DRESSLER, 2011, p. 109)

Documento Orgânico: a Organicidade é uma das principais características de um documento de arquivo, estando relacionada à acumulação natural dos documentos. Desde a produção, os arquivos estabelecem relações entre si, seja por terem a mesma função, derivarem da mesma estrutura, envolverem o mesmo assunto, etc. Havendo a acumulação natural, as redes entre os organismos formar-se-ão em qualquer meio. Nos arquivos do YT essa organicidade pode ser percebida quando, o site recomenda vídeos que possam nos agradar baseado em buscas anteriores que realizamos. Esses vídeos são sugeridos pelo site de acordo com registros assistidos pelo usuário anteriormente e que formaram a “rede de vídeos que o usuário gostou” ou a “rede de vídeos que o usuário já assistiu e pode querer assistir novamente”. Como explicado antes, eles aparecem na categoria de vídeos *Recomendados* situada no menu direito do usuário que acessa o site, está cadastrado ao YT e “logado” na sua conta.

Documento Autêntico: é o aquele que não pode ser contestado, uma vez que é revestido de todas as formalidades legais que lhe são requeridas. De acordo com o Projeto InterPARES documento arquivístico autêntico “é o que diz ser e que é livre de adulteração ou corrupção”. (THE INTERPARES PROJECT, 2008 apud DRESSLER, 2011, p. 108) Tanto no suporte papel quanto no digital, existem técnicas Diplomáticas de averiguar a autenticidade dos documentos verificando se há o uso de carimbos, assinaturas, brasões, elementos textuais pré-definidos e uma porção de outros elementos. Estes dados podem variar conforme a tipologia documental que está sendo examinada. No YT, os elementos, dentre os coletados, que conferem autenticidade a um vídeo são a URL, o título e o emissor do documento.

4.3 A TEORIA DAS TRÊS IDADES

A Teoria das Três Idades é a sistematização do ciclo de vida de um documento de arquivo. De acordo com Lopes “dividir os arquivos em três – correntes, intermediários e permanentes - foi uma inovação norte-americana do pós-guerra” (LOPES, 2000, p. 236) cujo objetivo era diminuir a massa documental acumulada. Entende-se que este ciclo inicia quando o documento é criado para

cumprir uma função administrativa que dura duas idades e continua quando o documento passa a ser histórico, existindo sob uma nova função a de servir à pesquisa e uma nova idade, a terceira idade. Um documento pode não chegar à terceira idade caso não lhe seja conferido o valor secundário - isto é, a chance de provar, informar ou testemunhar as ações nele registrada - durante o processo de Avaliação de Documentos. Bellotto afirma que a distância arquivística entre administração e história é uma questão de tempo:

A distância entre a administração e a história no que concerne os documentos é, pois, apenas uma questão de tempo. Isso quer dizer que os arquivos administrativos guardam os documentos produzidos ou recebidos por cada uma das unidades governamentais durante o exercício de suas funções, e que vão sendo guardados orgânica e cumulativamente à medida que se cumprem as finalidades para as quais foram criados. Esses documentos são, na realidade, os mesmos de que se valerão os historiadores, posteriormente, para colherem dados referentes ao passado, já no recinto dos arquivos permanentes. (BELLOTTO, 2006, p. 23)

Na Primeira Idade os documentos são chamados de correntes, pois sua frequência de uso, devido à atividade que os gerou, é grande. Os arquivos podem ser correntes pelo tempo que for necessário para seu uso diminuir. A Segunda Idade corresponde aos documentos intermediários cuja frequência de uso é bem menor, mas a função que os gerou ainda é a mesma. Essas duas idades incluem documentos de valor primário. E a Terceira Idade, de valor secundário, concerne os documentos permanentes ou históricos, que servem à pesquisa - estes documentos devem ser custodiados para sempre no suporte em que foram gerados. No YT, há a desconstrução evidente da Teoria das Três Idades, visto que os documentos inseridos no canal nascem e permanecem na mesma idade, a permanente. Os documentos servem desde seu nascimento à cultura, à pesquisa e à história, mas não necessariamente à administração.

4.4 O PRINCÍPIO DA PROVENIÊNCIA

O Princípio da Proveniência foi concebido em 1841 para que os Arquivistas deixassem de perder os documentos misturando-os em Fundos diferentes de seus originais. Rousseau e Couture conceituam o Princípio da Proveniência como o “Princípio fundamental segundo o qual os arquivos de uma mesma proveniência não devem ser misturados com os de outra proveniência e devem ser conservados

segundo a sua ordem primitiva, caso exista.” (BUREAU CANADIAN DES ARCHIVISTES, 1990 apud ROSSEAU; COUTURE, 1998, p. 82). O Projeto InterPARES(2008) citado por Dressler (2011) fala em “Contexto da Proveniência” referindo-se a entidade produtora, sua missão, estrutura e funções e não propriamente ao tema de não mesclar proveniências distintas em um mesmo Fundo, conceito mais afinado com as particularidades dos documentos digitais.

Este princípio é conhecido também como o Princípio de Respeito aos Fundos (do francês *respecter des fonds*). Compreender o sentido de Fundo, portanto, é essencial para entender o Princípio da Proveniência. Segundo Rousseau e Couture, Fundo é o “conjunto de documentos de qualquer natureza reunidos automática e organicamente, criados e/ou acumulados e usados por uma pessoa física ou moral ou por uma família no exercício das suas atividades ou das suas funções.” (ROUSSEAU; COUTURE, 1998, p. 91). Ao analisarmos as duas definições, percebemos que elas se cruzam estabelecendo único entendimento. Rousseau e Couture ao afirmarem, na conceituação de Fundo, que os documentos são criados e/ou acumulados e usados por uma pessoa ou família, referem-se à origem de onde provieram os documentos antes de chegarem ao arquivo. Arquivisticamente entende-se que a origem para constituir um Fundo deve ser a mesma para todo o conjunto documental.

No YT o usuário escolhe o primeiro Fundo, para onde irá o documento quando insere o vídeo no seu canal, no caso deste estudo, o *Fundo Entretenimento*. A partir daí, a miscelânea de destinos que o YT cria através dos vídeos *Recomendados*, dos *Populares*, dos *Em Destaque*, etc. e pelos quais os vídeos passarão já não depende da vontade do emissor. Weinberger (2007) garante que para tirarmos total proveito do mundo digital, temos que esquecer a ideia de que existe uma maneira ideal de organizá-lo. Por conseguinte, mesmo que seja possível determinar a proveniência detectando-se o emissor do vídeo, é problemático aplicar o conceito que se tem de Fundo Arquivístico, já que na web um documento não precisa pertencer a um local dito como correto para preservar a sua unicidade dentro do conjunto.

4.5 O PRINCÍPIO DA ORDEM ORIGINAL

Este princípio relaciona-se principalmente com a organicidade das teias documentais e com a organização interna dos Fundos. Rousseau e Couture determinam ordem original por “todos documentos de um fundo de arquivo ocupam um determinado lugar que tem que ser respeitado ou restabelecido, caso a ordem primitiva ou a ordem original tenha sido modificada por qualquer razão.” (ROUSSEAU; COUTURE, 1998, p 83). Um arquivo só ocupa seu lugar determinado pela ordem original se a acumulação é natural (orgânica), isto é, se não ocorre intervenção humana durante o acúmulo dos documentos. Além disso, no Plano de Classificação de Documentos (instrumento de Gestão) ficam claros os lugares exatos de cada documento, com a separação em classes primeiramente e a ordenação por final, sendo que esta, se possível, deve ser a original do conjunto.

Da mesma forma como acontece com o Princípio da Proveniência, no Princípio da Ordem Original também temos a dificuldade de pontuar um local para a informação/documento que está na web. Como não há maneira de determinar a que conjunto pertence um vídeo específico, já que este pode participar de vários sem perder sua unicidade dentro de cada um, é complicado dizer qual o exato local a que tal vídeo pertence e quais vem antes e depois dele – a não ser que fosse analisado um produtor em particular.

4.6 O PRINCÍPIO DA TERRITORIALIDADE

O último dos princípios arquivísticos, refere-se ao território – regional, nacional ou institucional - onde os arquivos foram criados e acumulados. Conforme Rousseau e Couture “para que os arquivos permaneçam vivos e sejam utilizados e melhor entendidos, eles devem o mais possível, ser conservados nos meios donde emanam ou que influenciaram sua produção.” (ARCHIVES NATIONALES DU QUÉBEC apud ROUSSEAU; COUTURE, 1998, p. 86) Além disso, de acordo com os autores os arquivos próprios de um território devem seguir o destino deste último. Esse princípio existe para controlar a dispersão dos documentos, evitar a formação de coleções e manter os documentos o mais próximos possível de sua entidade produtora, possibilitando, assim, a mais completa contextualização dos arquivos.

No meio físico, seguir o Princípio da Territorialidade se mostra uma grande dificuldade para muitos países e regiões, contudo, na rede, não existem raízes territoriais, os documentos pertencem à rede. Os vídeos do YT, assim sendo, não

tem território. Como explicado antes, os arquivos competem, primeiramente, aos produtores que ao compartilharem-nos pelo meio difusor liberam o conteúdo na rede, esta a segunda “dona” dos documentos.

4.7 ORGANIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO INDIVIDUALIZADA OU GENERALIZADA?

Organizar as informações palpáveis em locais perfeitamente identificáveis – como sugerem os três princípios arquivísticos acima - é totalmente plausível, tanto para instituições arquivísticas que recebem grandes quantidades documentais quanto para aqueles que não recebem. Na realidade não virtual, o ideal é ter uma ordem padrão que funcione para encontrar todos os documentos, pois se cada documento tiver que ser encontrado de uma maneira diferente, a busca poderá tornar-se impossível. Para Weinberger (2007), contudo, a organização estável e padrão do meio físico que serve a todos os usuários de maneira mais ou menos equilibrada não serve aos usuários da rede virtual:

Uma ordem que pode funcionar para determinado interesse talvez não dê certo para outros – juntar todos os livros sobre Guerra Civil ajudaria quem estivesse à procura de obras sobre o tema, mas tiraria um título como .. *E o vento levou* da prateleira em que os fãs de ficção histórica costumam dar uma olhada. (WEINBERGER, 2007, p. 10)

Na obra *A Nova Desordem Digital*, David Weinberger (2007) defende que o tipo de divisão “perfeita” não cabe mais na ordem criada na cibercultura. O autor divide em três ordens o jeito como organizamos as informações: na primeira ordem da ordem, organizamos as coisas propriamente ditas – livros em prateleiras, fotos em álbuns, etc. Na segunda ordem, catálogos apontam os locais físicos onde a primeira ordem determinou guardar os objetos/documentos. Essas duas primeiras ordens sofrem com limitações de espaço, seus objetos, por determinações físicas, não podem ocupar um mesmo local e o material que os compõe degrada-se devido a uma série de fatores. David Weinberger explica que isso acontece porque os objetos da primeira e da segunda ordem são formados por átomos e existem leis que determinam o funcionamento dos átomos. O Princípio da Proveniência, o da Ordem Original e o da Territorialidade que são aplicados aos documentos em suporte palpável se encaixam particularmente bem nessas duas ordens da ordem.

Já os objetos da terceira ordem (também chamada, pelo autor, de ordem da miscelânea) são formados por bits. Nesta ordem, os conteúdos e as informações sobre eles podem ser digitalizados, removendo-se as limitações presumidas como inevitáveis no modo como organizamos as informações. A Arquivística que conhecemos certamente já chegou à terceira ordem da ordem, porém ainda não se apossou de todas as características que dela provém.

A organização linear da informação das primeiras ordens se vê representada pelo conhecimento em árvore. No Plano de Classificação de Documentos, visualizamos como se dá esse tipo de representação – uma categoria maior se subdividindo em outras menores e assim sucessivamente até a mais elementar das folhas documentais (o item) como galhos de uma árvore. Weinberger, ao explanar sobre a organização das informações na árvore vai de encontro, como era de se esperar, às maneiras arquivísticas de organizar a informação física:

Uma árvore bem construída coloca cada coisa em seu lugar. Não adianta ter uma árvore com vários itens sem lugar certo, jogados na categoria “diversos”. Cada coisa tem seu único e exclusivo lugar. Relacionar “queijo picado” sob o título “antepasto, entradas e sobremesas” confundiria as pessoas. Nenhuma categoria deve ser grande nem pequena demais. Se um catálogo de roupas tem uma seção separada para cada sapato de cada tamanho diferente, a organização será ramificada demais e impraticável. O princípio que define cada categoria deve ficar óbvio. Uma lista de ofertas de imóveis com uma categoria chamada “lugares” não serviria para muita coisa. (WEINBERGER, 2007, p. 71)

Na terceira ordem da ordem, inversamente às subdivisões da árvore, Weinberger (2007) diz que cada folha deve ter o maior número de galhos possíveis, pois quanto mais informações agregadas a ela mais fácil será encontrá-la. Tudo é metadado, “a única diferença entre metadados e dados é que aqueles refletem o que você já sabe e os dados são o que você está tentando descobrir.” (WEINBERGER, 2007, p. 104) E o melhor é desistir do controle, visto que ninguém é capaz de organizar tudo de todas as maneiras. O YT é um exemplo de meio de compartilhamento de informações de terceira ordem. Nele, as informações não tem um lugar fixo, movimentando-se pela rede conforme o usuário precise delas, cada termo que se conecte ao vídeo é metadado e a quantidade de galhos por folha é enorme, devido às inúmeras relações entre os vídeos.

O autor diz que podemos vislumbrar o funcionamento da terceira ordem da ordem quando passamos a analisar o caso da empresa norte-americana *Corbis* que

com uma equipe formada, classifica imagens fotográficas recebidas pela empresa prevendo as necessidades dos usuários que farão uma busca.

Quando uma nova imagem chega à coleção, um dos catalogadores usa um software especial para percorrer os 61 mil “termos preferidos” na lista de tópicos que melhor descrevem o conteúdo da imagem, geralmente anexando de 10 a 30 termos a cada um deles. O sistema apresenta cerca de 33 mil sinônimos [...] e mais de 500 mil permutas de nomes de pessoas, filmes, ilustrações, lugares, etc. Isso amplia tanto o espectro de pesquisa que, mesmo se você digitar incorretamente o nome de Katharine Hepburn como Katherine ou Catherine, encontrará todas as imagens da lendária atriz na coletânea da Corbis. (WEINBERGER, 2007, p. 21)

Na terceira ordem da ordem prima-se pela previsão de necessidades quando se trata de um usuário que fará uma busca, é fundamental que ele encontre o que procura apesar da quantidade de informações e documentos que existem no meio virtual. Com essa questão em mente foram elaboradas tabelas relativas a amostra deste estudo, com o intuito de ilustrar as ideias terminológicas que os usuários poderiam vir a ter ao realizarem um busca pelos vídeos que apareceram entre os *Mais Populares* da coleta de dados. Estas tabelas foram construídas mês a mês com um total de 266 aparições de descritores nos três meses e podem ser visualizadas nos Apêndices D, E e F.

4.8 UM CAMINHO POSSÍVEL - A ARQUIVÍSTICA INTEGRADA

A Arquivologia é permeada por três divisões ideológicas - a arquivística tradicional, de origem europeia, ligada aos arquivos permanentes, o *records management*, norte-americana, cuja preocupação envolve os arquivos administrativos e a arquivística integrada, canadense, atenta a todo o ciclo de vida dos documentos (LOPES, 2000). Destas, a única que parece ter condições de ultrapassar as barreiras práticas e terminológicas apresentadas é a Arquivística Integrada, visto que é a corrente que agrega as ideias arquivísticas no plano da prática voltando-se à atualidade e as necessidades do futuro. Segundo o autor se não nos limitarmos aos princípios e à teoria das três idades e agregarmos a isto “a valorização do conteúdo informacional dos documentos estar-se-á no caminho da construção de novos paradigmas”. (LOPES, 2000, p. 246).

De acordo com Lopes os maiores defensores da corrente integrada no mundo são Couture e Rosseau, no Canadá, e o próprio Luis Carlos Lopes no Brasil. Lopes

(2000) afirma que a arquivística integrada é a única corrente que permite que se avance na teoria e na prática para que a arquivística possa ter uma cientificidade indiscutível, liberando-se do senso comum, pois ela está aberta à pesquisa, à redefinição de conceitos e de metodologias sendo a única que ousa buscar o *status* de disciplina autônoma capaz de se auto questionar e auto rever ao contrário das demais correntes autocentradas nas suas verdades. Auto rever-se é o passo necessário e fundamental a todo entendimento que se tem da ciência arquivística e o caminho já começou a ser traçado.

5 ANÁLISES

5.1 METODOLOGIA PARA REALIZAÇÃO DAS TABELAS E GRÁFICOS

Abaixo se encontram descritos os procedimentos realizados para desenvolver as tabelas mensais situadas nos apêndices e os gráficos postos neste capítulo. Todos os dados foram retirados da Tabela Geral de Dados que está dividida por meses nos apêndices A, B e C, nela estão relacionados todos os dados obtidos durante o período de coleta. Alguns canais são regidos pelos mesmos donos (como no caso do canal de RandonsPlays e monarkplay), essa questão não interferiu nas análises, pois todos os resultados foram considerados separadamente por canal.

Em todos os casos, primeiramente, foi feita uma análise dos dados mês a mês e após uma análise geral que agrega os resultados de todos os meses. Os dados foram colocados em tabelas e, posteriormente, em gráficos. Abril obteve um total de 100% audiovisuais em português. Maio teve 99% das ocorrências vídeos com som e imagem e 1% de vídeos sem som e só com imagem, todos em português, sendo que um destes em português de Portugal. Junho obteve 99% de audiovisuais em português para 1% de audiovisuais em inglês sem legenda.

5.1.1 Total de vezes que o emissor apareceu

Para concretização desta tabela, foram analisados em separado os emissores da Tabela Geral de Dados. Emissores repetidos foram somados, chegando-se ao total de vezes que cada emissor aparece e, desta forma, a porcentagem de cada um. A quantidade de vezes que um emissor aparece não é o mesmo que a quantidade de postagens que ele realizou. Um usuário pode fazer apenas uma postagem e aparecer várias vezes no mês por causa da elevação numérica das visualizações pela qual passou e passa o seu vídeo constantemente.

5.1.2 Número de aparições por data de emissão

Para a construção desta tabela foram observados todos os vídeos com suas respectivas datas de emissão e, após, somada a quantidade de aparições de cada data de emissão (não importando se do mesmo vídeo). Passando as informações

para o gráfico, no ranking geral, revelou-se qual mês obteve a maior quantidade de aparições.

5.1.3 Análise de observações nos vídeos

A partir da Tabela Geral de Dados foram analisados todos os vídeos que continham alguma observação. Estas observações foram acrescentadas a coleta de dados por revelarem elementos complementares que aparecem nos vídeos e mereceram atenção neste estudo. Todas as observações se referem a três questões:

- a) ao patrocínio de vídeos – os vídeos no YT podem ser patrocinados por qualquer empresa interessada no que o usuário dono do canal compartilha com os demais usuários. Um patrocínio que apareceu com frequência nos vídeos coletados foi o da empresa Machinima que patrocina vídeos dos usuários VenomExtreme, RandonsPlays e BRKsEDU e cujo interesse é formar “a próxima geração de rede de entretenimento para os jogadores de vídeo game” (MACHINIMA, 2012).O patrocínio comumente aparece anterior a exibição do vídeo, dando a ideia de estar acoplado a ele como se fizesse parte do mesmo;
- b) aos anúncios publicitários – como explicado no tópico Histórico do YT (item 3.3.1 deste trabalho), o YT disponibiliza a qualquer usuário do site páginas que ensinam a criar vídeos publicitários no espaço de Publicidade²³ do site. Sendo assim desde 2008 o crescimento na reprodução deste tipo de anúncio antes, durante ou após os vídeos só aumenta sendo este um ponto que merece destaque entre as observações. Os anúncios bem como os patrocínios, costumam aparecer antes dos vídeos (podendo aparecer durante o processamento deles também), contudo diferentemente dos patrocínios, eles não vem atrelados aos vídeos, mas aparecem como um extra que o espectador pode escolher assistir ou não;

²³ Disponível em:<http://www.youtube.com/yt/advertise>

- c) as possibilidades de interação – este tipo de observação foi colocado quando o usuário que está assistindo o vídeo pode, em algum momento, interagir com o documento, clicando em algum link ou brincando com a proposta do vídeo.

Desta forma, foram criadas novas tabelas para que se pudesse contabilizar os resultados obtidos. Como em um mesmo vídeo podem ocorrer mais de uma observação o total da porcentagem não é 100%.

5.1.4 Somatório de visualizações por emissor

Para identificação destes dados, foram coletados da Tabela Geral de Dados, todos os emissores de cada mês e, posteriormente, de todos os meses com seus respectivos números de visualizações. Todas as repetições de emissores com vídeos diferentes foram adicionadas, obtendo-se o somatório total de cada emissor. Desta forma é possível identificar qual o emissor mais visto em cada mês e no ranking geral, assim como o menos visto e os demais resultados.

5.1.5 Temáticas mais frequentes e mais acessadas

Para desenvolver esta tabela foram colhidos da Tabela Geral de Dados todos os primeiros lugares de cada mês. Para estar em primeiro lugar no mês basta ter sido o vídeo mais visualizado, porém ser o mais acessado não significa estar dentre as temáticas mais postadas. Portanto se um assunto aparecer várias vezes em primeiro lugar, mas tiver um número de visualizações mais baixo que outro que apareceu somente uma vez na primeira posição, o que obteve mais acessos será considerado o mais visto e o que apareceu mais vezes em primeiro lugar será o mais frequente.

Neste caso, o gráfico desenvolvido relaciona-se com o assunto mais frequente, isto é, o tema que mais apareceu entre os primeiros lugares e a tabela conta com todas as informações registradas no gráfico mais o número de visualizações de cada assunto que é o que determina se ele foi mais visto ou não. Determinar a temática mais acessada e que mais apareceu entre os primeiros lugares é fundamental para o reconhecimento do conteúdo informacional mais

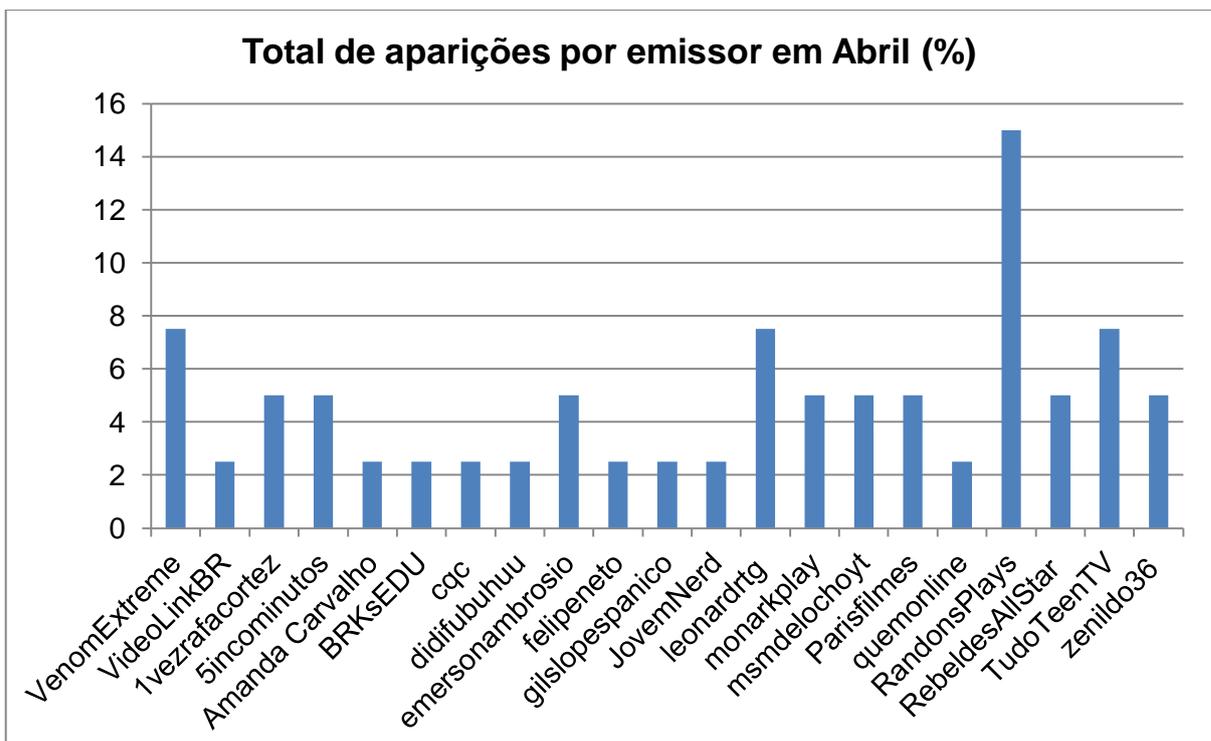
frequente dos vídeos de Entretenimento do YT. No ranking geral pode ser visualizada a temática mais acessada e a mais recorrente dentre os Mais Populares durante todo o período de coleta de dados. Referindo-se a esta amostra, as temáticas que apareceram foram:

- a) celebridades: este vídeo tem relação com o célebre “caiu na rede”, onde um casal de famosos foi flagrado se beijando;
- b) jogos: os vídeos relacionados a jogos contém majoritariamente usuários que ao utilizarem o serviço do jogo, de vídeo game ou de computador, comentam suas jogadas. Alguns usuários apresentam breves tutoriais sobre os jogos, fazem parcerias com outros jogadores aparecendo em seus vídeos e tem um ou mais canais nos quais também tratam sobre este tema, mas não necessariamente aparecem utilizando os jogos;
- c) música: este tema, nesta categoria de temáticas mais frequentes e mais acessadas, refere-se a um videoclipe de uma cantora em divulgação ao seu trabalho. Segundo a “blogueira” Débora Nunes “Basicamente podemos dizer que videoclipe é um filme pequeno acompanhado por uma música e cujo objetivo principal é transmitir uma mensagem, oferecer significados e identidade a música e ao músico(s). Videoclipes sempre estiveram e ainda estão muito relacionados a marketing. Segundo Arlindo Machado “o videoclipe é irmão da publicidade.” (NUNES, 2009) O Videoclipe está relacionado tanto à televisão quanto à música e à publicidade, outras duas categorias que apareceram neste estudo. Contudo, considerando que sem a composição inicial da música não haveria nenhuma das demais possibilidades de categorização, optou-se por esta classificação;
- d) publicidade: os vídeos publicitários desta categoria nada tem haver com a Publicidade oferecida pelo YT, questão já discutida neste trabalho. Os vídeos publicitários desta categoria são vídeos emitidos pelos próprios anunciantes através do seu canal em prol do anúncio do seu produto. Isto faz com que o YT acabe se parecendo com a televisão que assistimos em casa, com a diferença que podemos escolher assistir ou não a publicidade que aparece no meio da programação;

- a) televisão: todos os eventos deste grupo foram filmados da televisão por usuários e compartilhados no site do YT, sendo este o motivo pelo qual eles foram agregados pela autora nesta categoria. Dentre os assuntos mais vistos, este é o que tem mais variedade nas suas ocorrências. Nesta categoria existem vídeos relacionados a paródias musicais e paródias à apresentação de programas de TV, a capítulos de novela, a interrupção da apresentação de programas de TV por briga ou por erro da emissora e a uma assistente de palco raspar o cabelo ao vivo no programa;
- b) vlog: o vlog é uma variação de blog que se disseminou com o aparecimento dos canais de compartilhamento de vídeos onde o “vlogueiro” fala diante da câmera sobre questões que lhe parecem interessantes. Este é um fenômeno latente no YT, com muitos novos “vlogueiros” aparecendo e falando sobre assuntos diversos.

5.2 GRÁFICOS DO MÊS DE ABRIL, COM SUAS RESPECTIVAS ANÁLISES, COMPOSTOS A PARTIR DA RETIRADA DE DADOS DA TABELA GERAL DE DADOS

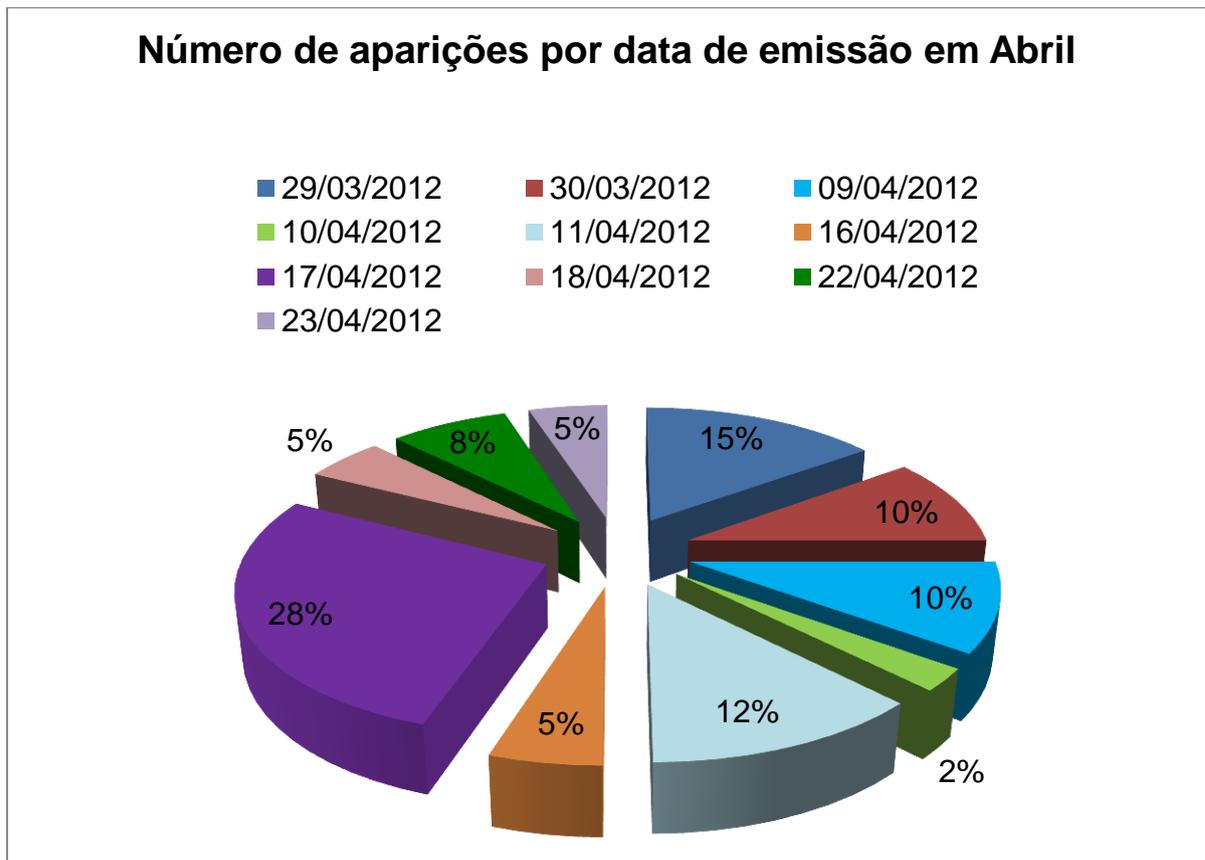
Gráfico 1 – Total de aparições por emissor em Abril



Fonte: Elaborado pela autora.

Dentre as oito entradas para coleta de dados, o mês de Abril obteve um total de 29 diferentes postagens divididas entre 21 emissores. RandonsPlays foi o que mais apareceu com um total de seis ocorrências 15% do total dos resultados. leonardrtg , VenomExtreme e TudoTeenTV foram os emissores que ficaram empatados em segundo lugar como os que mais apareceram, com três ocorrências cada um ficou com 7,5% do total de aparições. Os usuários 1vezrafacortez, 5incominutos, emersonambrosio, msmdelochoyt, monarkplay, Parisfilmes, RebeldesAllStar e zenildo36 apareceram duas vezes no período de coleta do mês de Abril , ficando estatisticamente com 5% do total de eventos. Os demais emissores chegaram na marca de 2,5% com uma aparição por mês. São eles: VideoLinkBR, Amanda Carvalho, BRKsEDU, cqc, didifubuhuu, felipeneto, gilslopespanico, JovemNerd e quemonline.

Gráfico 2 – Número de aparições por data de emissão em Abril



Fonte: Elaborado pela autora.

Durante a coleta do mês de Abril, alguns dos vídeos Mais Populares foram postados tanto no mês de Março quanto no mês de Abril. A data que obteve mais

aparições foi o dia 17/04/2012 com um total de onze ocorrências (quase 30% do total de ocorrências). O segundo lugar ficou com o dia 29/03/2012 com seis aparições, 15% do total, seguido pelo dia 11/04/2012 com cinco presenças totalizando 12,5%. Os dias 30/03/2012 e 09/04/2012 obtiveram quatro aparecimentos cada um, ficando com 10% do total de eventos. E os dias que apareceram menos vezes foram o dia 22/04/2012 com três episódios, os dias 16, 18 e 23/04/2012 cada um com duas e o dia 10/04/2012, com uma presença apenas – estes tiveram 7,5, 5 e 2,5% do total de aparições respectivamente. Isto significa que o mês de Abril obteve mais aparições de datas do próprio mês. Mais ou menos no meio do mês houve o auge de aparições por data de emissões e no fim do mês houve a maioria de datas com a menor quantidade de aparições, apesar de o dia 10/04/2012 ter sido a data de emissão que apareceu apenas uma vez.

Gráfico 3 – Observações dos vídeos do mês de Abril

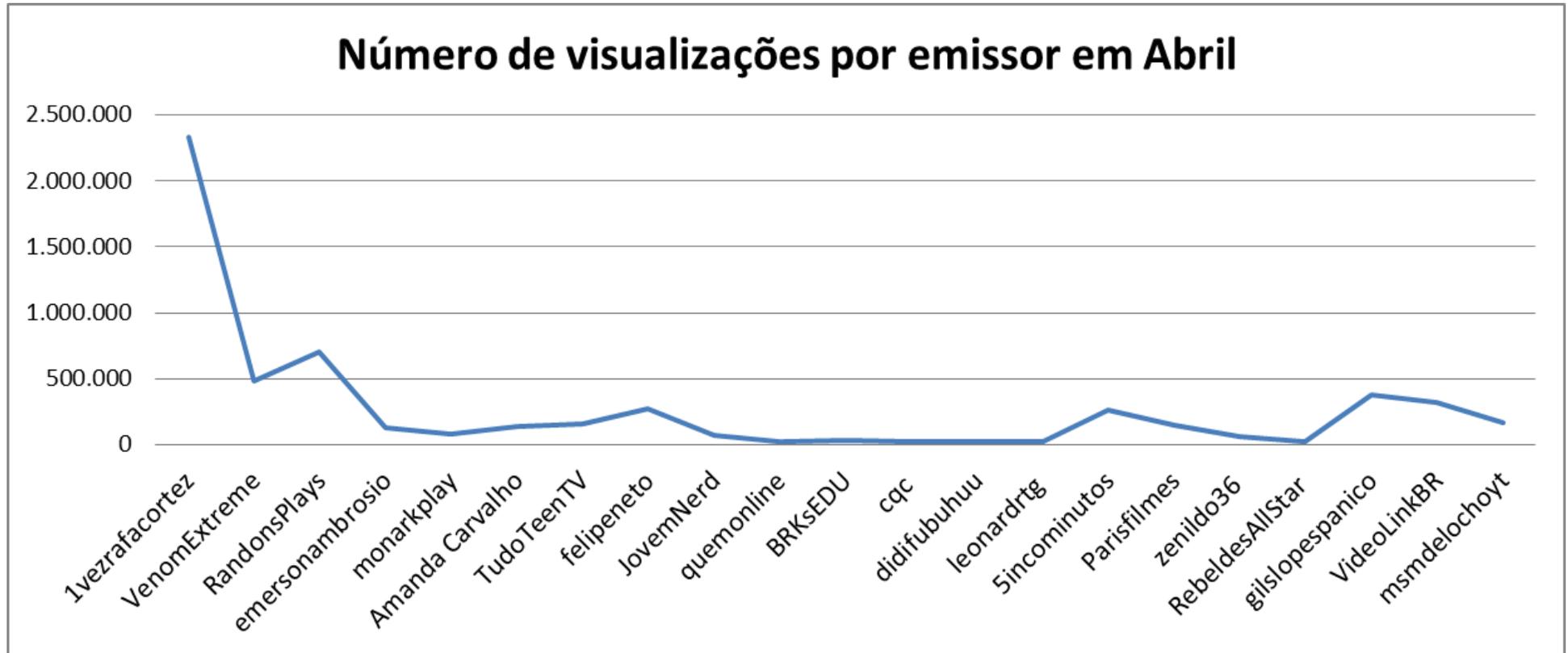


Fonte: Elaborado pela autora.

No mês de Abril houve um total de sete vídeos patrocinados, quatro vídeos com alguma possibilidade de interação e dois contendo anúncio publicitário. Patrocinados resultaram em 70%, interativos em 40% e com anúncio em 20% do

total de vídeos com observações. Todos os vídeos patrocinados receberam patrocínio da empresa Machinima. Dentre os interativos, as interações que surgiram foram a possibilidade de clicar em links que remetem o usuário a outros vídeos do canal ou a inscrever-se no canal do produtor em questão.

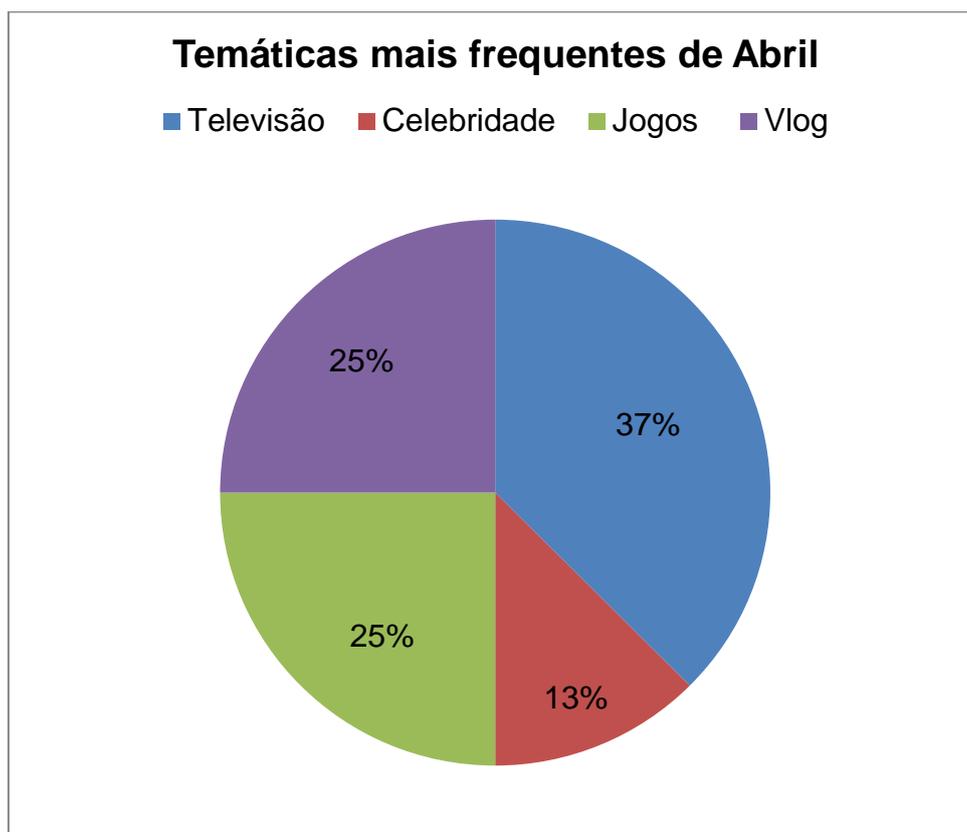
Gráfico 4 – Número de visualizações por emissor em Abril



Fonte: Elaborado pela autora.

Durante o mês de Abril o emissor que mais teve visualizações, com uma distância numérica muito superior ao segundo colocado foi o usuário 1vezrafacortez com o total de 2.335.157 visualizações, seguido pelo usuário RandonsPlays que conseguiu 708.007 visualizações no mês. O terceiro usuário cujos vídeos mais acessados foi o VenomExtreme que atingiu a marca de 486.946 visualizações. As postagens dos canais gilslopespanico e VideoLinkBR ficaram entre 320 e 385.000 acessos. O canal felipeneto alcançou a marca de 276.358 visualizações e o canal 5incominutos totalizou 258.636. Entre 120 e 165.000 acessos houve cinco emissores. Monarkplay e JovemNerd atingiram 82.202 e 74.789 visitas respectivamente. Entre 50 e 60.000 visualizações apareceu uma ocorrência, o canal de zenildo36. Todos os demais canais – quemonline, BRKsEDU, cqc, didifubuhuu, leonardrtg e RebeldesAllStar – tiveram entre 20 e 31.530 acessos.

Abril apesar de apresentar a menor quantidade de emissores quando comparado aos demais meses, foi o mês em que um emissor obteve mais de dois milhões de acessos em apenas uma postagem. O segundo lugar com maior número de visualizações de Abril também superou Maio em mais de 18.000 acessos. Abril, no entanto, foi o mês com mais emissores alcançando marcas abaixo das 50.000 entradas, o que significa que foi um mês pouco acessado entre os Mais Populares. Além disso, de todos os meses, Abril é o mês que tem o gráfico que menos oscila.

Gráfico 5 – Temáticas mais frequentes de Abril

Fonte: Elaborado pela autora.

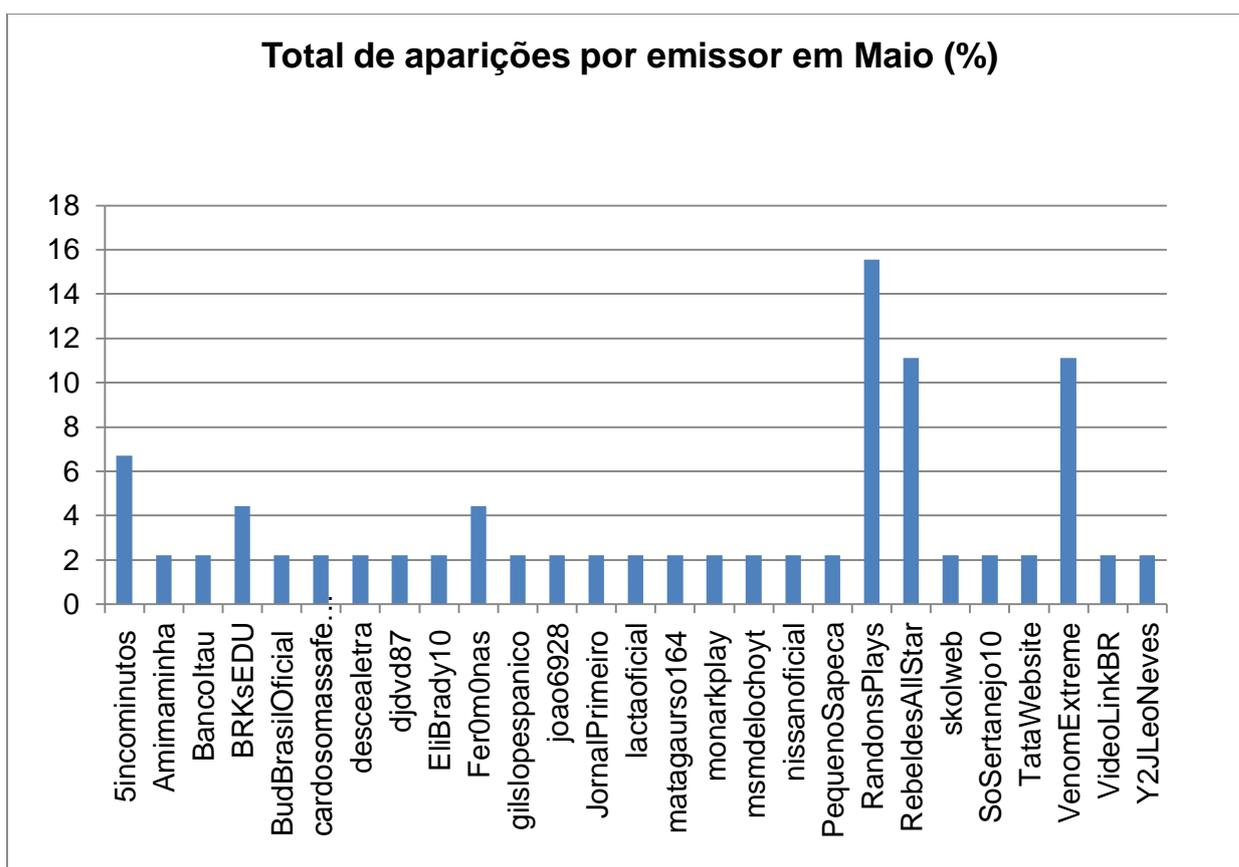
As temáticas mais frequentes durante o mês de Abril giraram em torno de quatro assuntos: televisão, celebridades, jogos e vlogs. Televisão esteve em 1º lugar três vezes no mês de Abril totalizando 37% do total de ocorrências. Vlog e jogos foram temas que ficaram em 1º lugar duas vezes no mês de Abril, cada um obtendo a marca de 25% do total da quantidade de aparecimentos em 1º lugar no mês. O tema celebridade ficou em 1º lugar apenas uma vez totalizando 13% do total de vídeos que ficaram nos primeiros lugares.

Quanto ao número de visualizações, a temática mais acessada foi televisão com 2.716.294 de entradas. Mesmo com vlog e jogos tendo aparecido entre os primeiros lugares duas vezes cada um, pelo número de visualizações superior de vlog este foi o segundo tema mais visto do mês seguido por jogos. O tema, dentre os 1º lugares do mês, que foi menos visto em Abril foi o relativo à celebridades com 138.259 de acessos. Os vídeos mais visualizados deste mês foram:

- a) Barraco gravação Agora é tarde!!! (duas vezes seguidas);
- b) Manu Gavassi e Chay Suede beijando!;
- c) Robo transando com minha cara - Shoot Many Robots (Lançamento);
- d) Adeus Formigueiro! - FormigaCraft #10;
- e) 5inco Minutos – PERSONALIDADE (duas vezes seguidas);
- f) Pânico Na Band 22/04/2012 - Babi raspa o cabelo ao vivo no programa.

5.3 GRÁFICOS DO MÊS DE MAIO, COM SUAS RESPECTIVAS ANÁLISES, COMPOSTOS A PARTIR DA RETIRADA DE DADOS DA TABELA GERAL DE DADOS

Gráfico 6 – Total de aparições por emissor em Maio

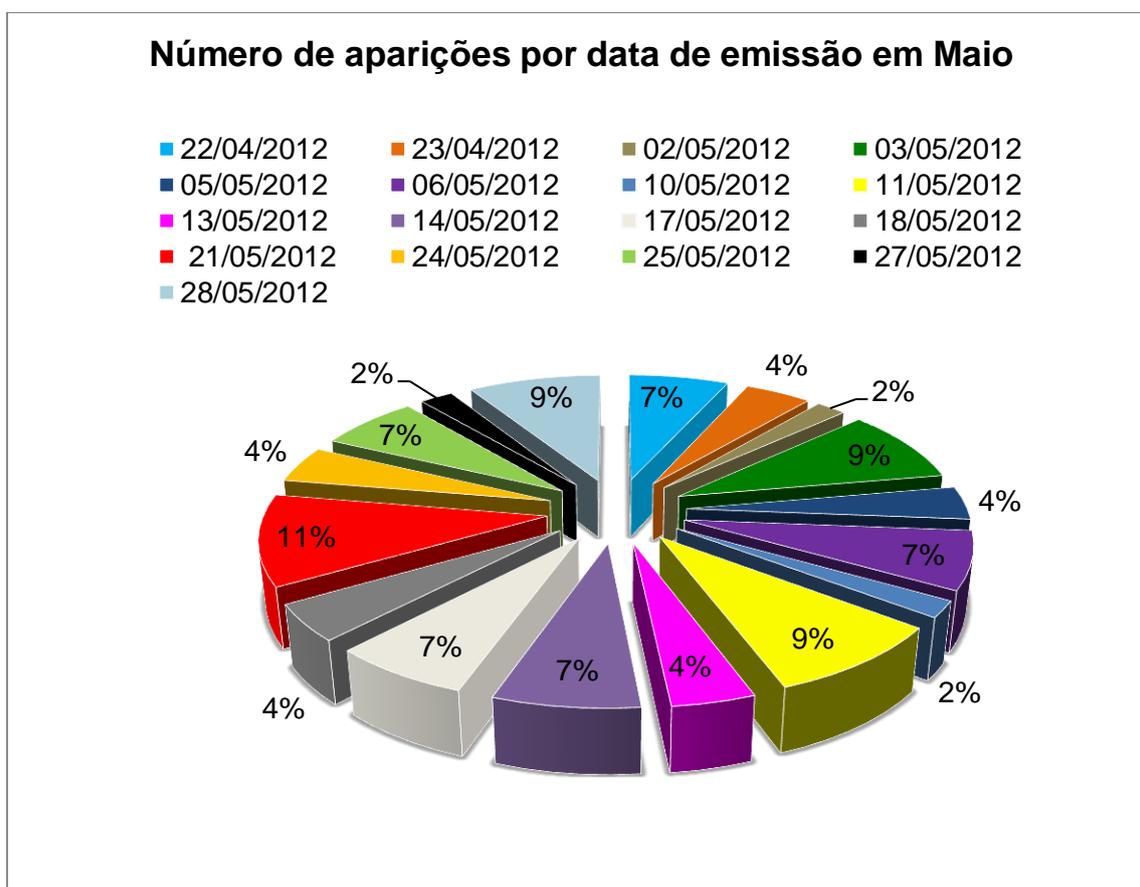


Fonte: Elaborado pela autora.

No mês de Maio, foram feitos nove acessos ao site do YT para coletar dados, totalizando 45 diferentes vídeos postados divididos entre 27 distintos emissores. Destes emissores o que mais se manteve presente foi o

RandonsPlays com sete postagens, 16% do total de presenças. RebeldesAllStar e VenomExtreme apareceram cinco vezes, ficando na marca dos 11% cada um e o canal 5incominutos apareceu três vídeos atingindo 7% do total de postagens. BRKsEDU e Fer0m0nas alcançaram a porcentagem de 4% cada um, surgindo duas vezes durante o período de coleta do mês de Maio. Todos os demais usuários apareceram apenas um vídeo, chegando a 2% do total de usuários.

Gráfico 7 – Número de aparições por data de emissão em Maio



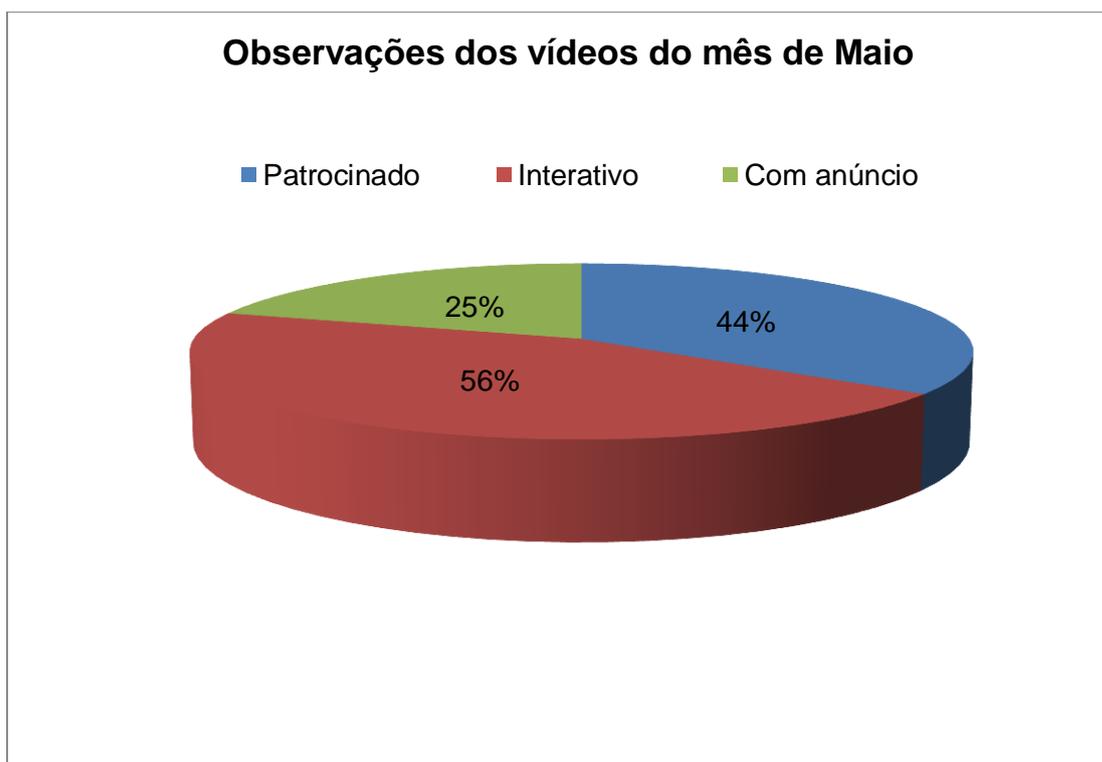
Fonte: Elaborado pela autora.

Os vídeos Mais Populares de Maio foram emitidos tanto em Abril quanto em Maio, sendo que a data que apareceu mais vezes foi o dia 21/05/2012 com cinco vídeos, 11% do total de aparições. Os dias 03, 11 e 28/05/2012 tiveram quatro aparições, com 9% do total de aparições desta amostra. Das dezessete ocorrências de datas diferentes, cinco – os dias 22/04/2012, 06/05/2012, 14/05/2012, 17/05/2012 e 25/05/2012 - apareceram três vezes. Cinco datas apareceram duas vezes, totalizando cada uma 4% do total de aparições. Os

dias 02, 10 e 27/05/2012 tiveram um aparecimento, com 2% do total de eventos analisados por data de emissão.

Isto significa que o mês de Maio obteve mais aparições de data de emissão do próprio mês, assim como aconteceu em Abril. O auge de aparições de Abril ocorreu no dia 17/04/2012, Maio obteve seu auge em 21/05/2012, porém com seis ocorrências a menos que Abril cujo total de eventos foi onze aparições. Todas as ocorrências de número de aparição de data de emissão de Maio foram mais ou menos bem distribuídas durante o mês, visto que do início ao fim do mês houve muitas datas, mas cada uma com poucas aparições. O dia 10/05/2012 apareceu apenas uma vez, da mesma maneira como ocorreu em Abril com a data 10/04/2012.

Gráfico 8 – Observações dos vídeos do mês de Maio

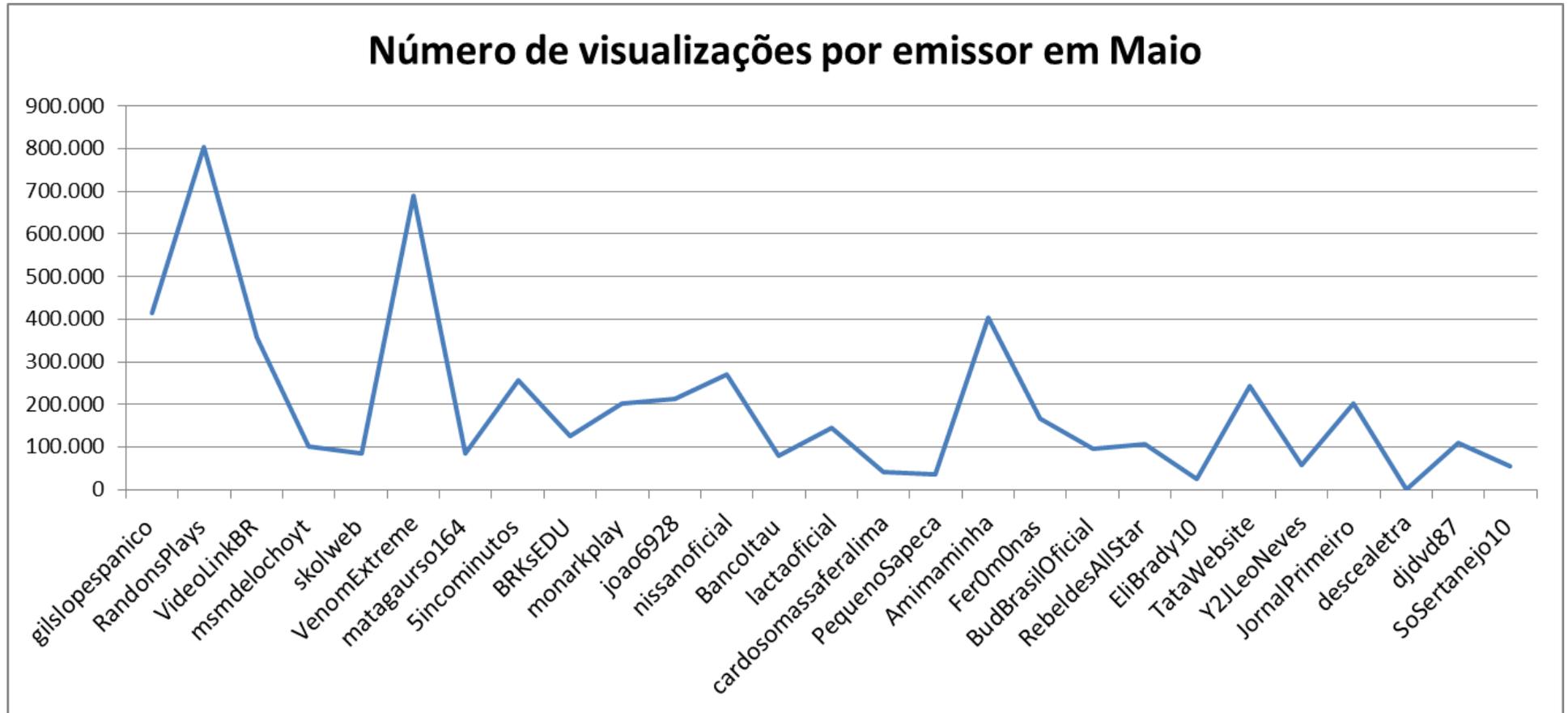


Fonte: Elaborado pela autora.

No mês de Maio, a maioria dos vídeos que receberam observações é interativa, obtendo a marca de 56% com nove ocorrências. Vídeos patrocinados tiveram sete ocorrências, com 44% do total da amostra e vídeos com anúncio registraram a marca de quatro aparições em um total de 25% do total de observações.

As interações que surgiram são relativas a links como o “inscreva-se” que é colocado pelo autor em algum momento do processamento do vídeo para que o usuário clique e se inscreva no canal emissor; e a possibilidade do usuário brincar com a proposta do vídeo escolhendo alguma camisa que lembre um time brasileiro para o qual os atores do vídeo cantam a canção dos vice-campeões. Todos os vídeos patrocinados o foram pela empresa Machinima que aparece durante este estudo patrocinando vídeos cujo conteúdo envolve jogadores de vídeo game ou computador jogando e narrando suas ações durante os vídeos. Apareceram possibilidades de assistir aos anúncios publicitários antes, durante ou após o vídeo.

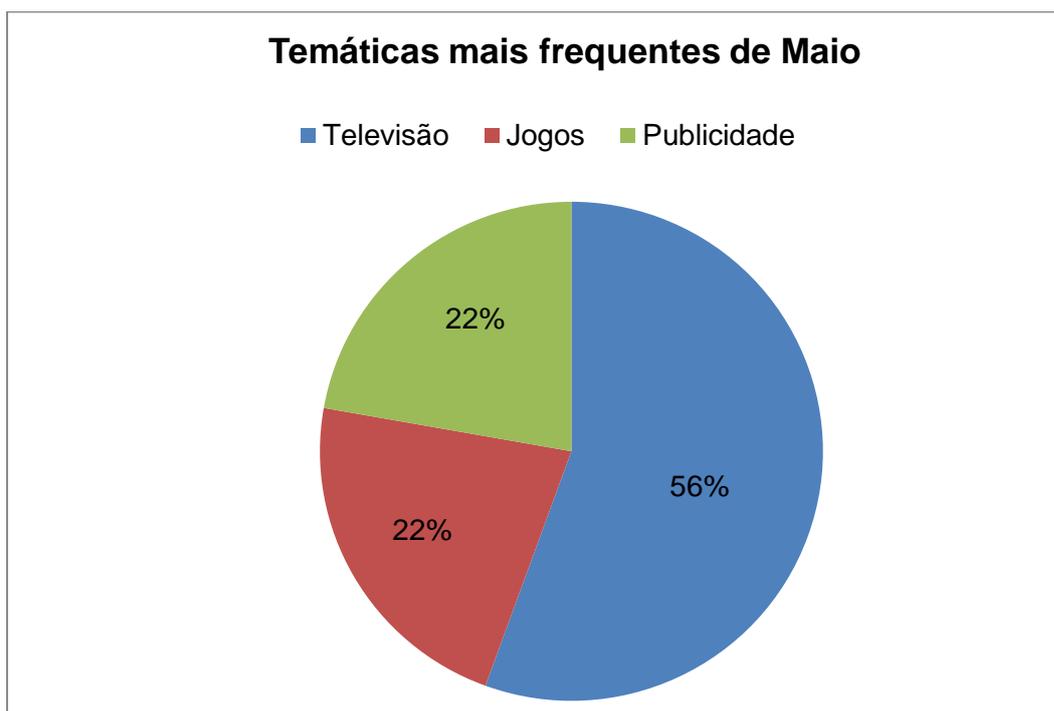
Gráfico 9 – Número de visualizações por emissor em Maio



Fonte: Elaborado pela autora.

No mês de Maio, somando-se todas as ocorrências, o emissor RandonsPlays foi o mais visualizado alcançando 802.862 visualizações. VenomExtreme foi o segundo mais visto com 689.998 acessos ao seu canal. Próximo da margem dos 400.000 acessos houve dois canais – gilslopespanico e Amimaminha. O usuário VideoLinkBR chegou em 356.890 enquanto que dois usuários - 5incominutos e nissanoficial – ficaram com visualizações entre 255 e 280.000. Quatro emissores - monarkplay, joao6928, TataWebsite e JornalPrimeiro – atingiram o número de visualização entre 200 e 250.000. Três emissores obtiveram um número próximo, para mais ou para menos, aos 150.000 acessos. Entre 100 e 150.000 visualizações houve quatro ocorrências: BRKsEDU com 126.961, djdv87 com 109.898, RebeldesAllStar com 106.291 e msmdelochoyt com 102.359 visitas.

Com quase 100.000 acessos houve um usuário – BudBrasilOficial - e na faixa dos 80.000 acessos tiveram três usuários. O usuário SoSertanejo10 totalizou 56.398 visualizações e os demais quatro emissores obtiveram acessos abaixo das 50.000 visualizações. O emissor mais visualizado de Maio está 400.000 entradas abaixo do mais visualizado de Abril, apesar das visualizações em geral de Maio serem superiores as de Abril. No mês de Maio, pouquíssimos emissores fizeram menos de 50.000 acessos, contudo o gráfico oscila bem mais que o de Abril, pois existe uma significativa diferença entre os valores nele contidos.

Gráfico 10 – Temáticas mais frequentes de Maio

Fonte: Elaborado pela autora.

Em Maio as temáticas mais recorrentes foram respectivas à televisão, jogos e publicidade. Vídeos relativos à televisão apareceram cinco vezes, ficando com 56% do total de vídeos que apareceram em 1º lugar. Vídeos sobre jogos e publicitários obtiveram um total de duas ocorrências cada um, somando 44% do total de aparições.

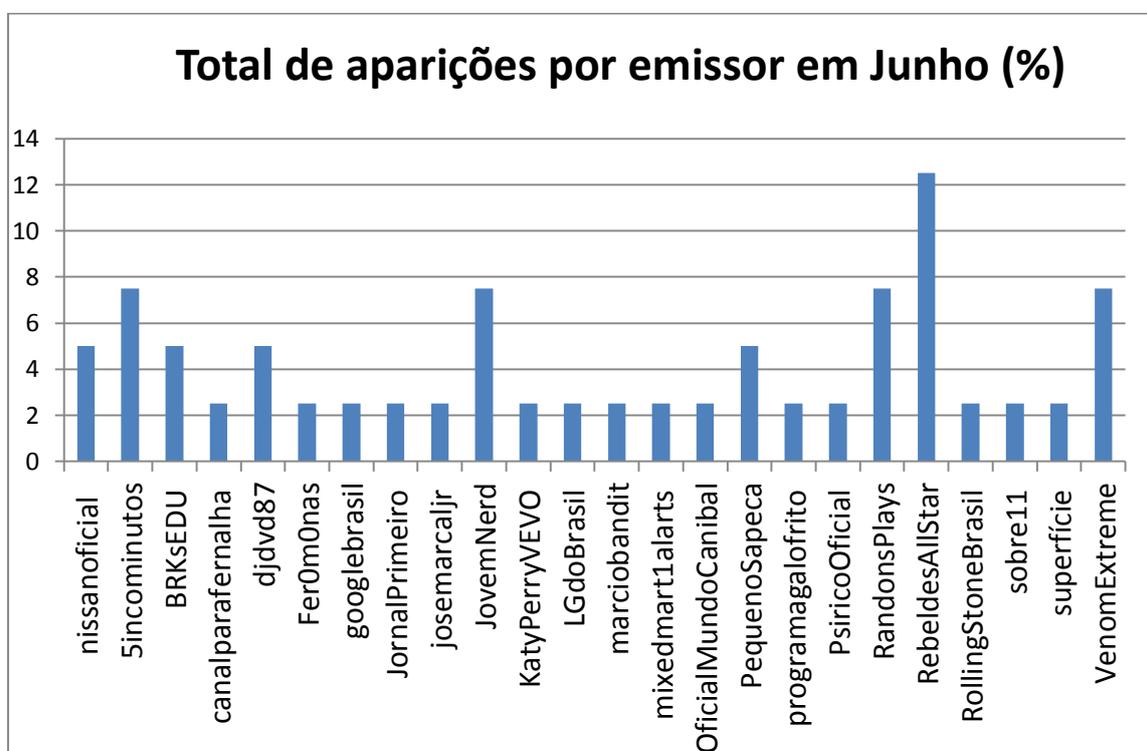
Os vídeos televisivos somados no total de suas ocorrências resultaram em 1.286.934 visualizações a este tema. Os jogos e os vídeos publicitários obtiveram o menor número de ocorrências, porém jogos com 17.061 acessos a mais que os vídeos publicitários obteve o segundo lugar de mais visto deste mês. Os títulos dos primeiros lugares de Maio foram:

- a) Pânico Na Band 22/04/2012 - Babi raspa o cabelo ao vivo no programa;
- b) EternalCraft #1 - Ceifador de Vidas Caverna do Dragão #1;
- c) [NOVO] Nissan March Homenageia os VICE-CAMPEÕES;
- d) Super Show LACTA 100 anos;
- e) Patricia Poeta e Chaves no Jornal Nacional;

- f) Rebelde 2 - Capítulo 50 - Parte 4/4 Segunda-Feira 21/05/2012 (Brasil);
- g) Comédia MTV - Indiretas Já (24/05/2012);
- h) Globo corta o "Domingão do Faustão" no meio de fala do apresentador (27/05/2012).

5.4 GRÁFICOS DO MÊS DE JUNHO, COM SUAS RESPECTIVAS ANÁLISES, COMPOSTOS A PARTIR DA RETIRADA DE DADOS DA TABELA GERAL DE DADOS

Gráfico 11 – Total de aparições por emissor em Junho

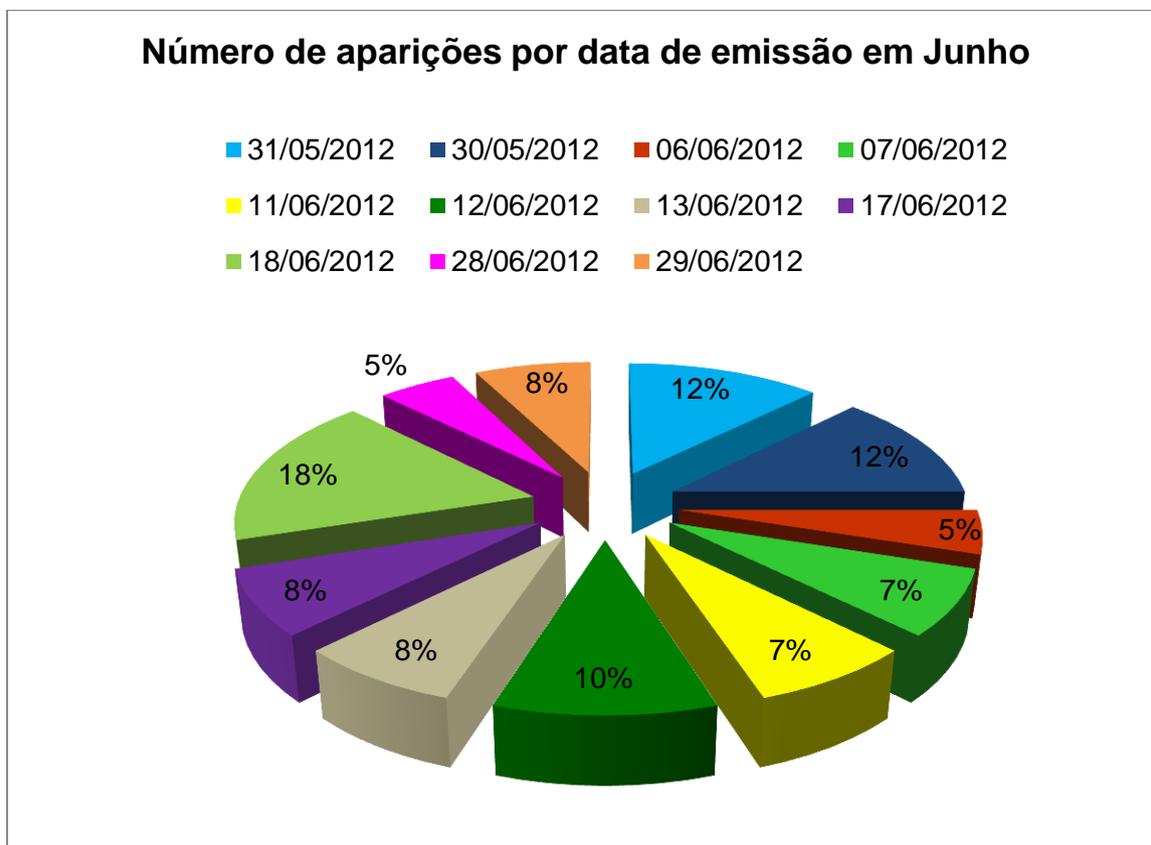


Fonte: Elaborado pela autora.

Em oito entradas totais para a coleta dos dados, foram colhidos 35 diferentes vídeos distribuídos em 24 emissores distintos. Destes usuários, o que mais apareceu durante o período de coleta foi RebeldesAllStar com um total de cinco vídeos emitidos, 12,5% do total de presenças. No segundo lugar ficaram empatados os usuários 5incominutos, RandonsPlays, VenomExtreme e JovemNerd cada um com três aparições e 7,5% do total de emissões. Com duas presenças e 5% do resultado global de presenças cada um, apareceram

os canais nissanoficial, BRKsEDU, djdv87 e PequenoSapeca. Todos os demais canais surgiram apenas uma vez no mês, ficando com 2,5% do total de usuário.

Gráfico 12 – Número de aparições por data de emissão em Junho

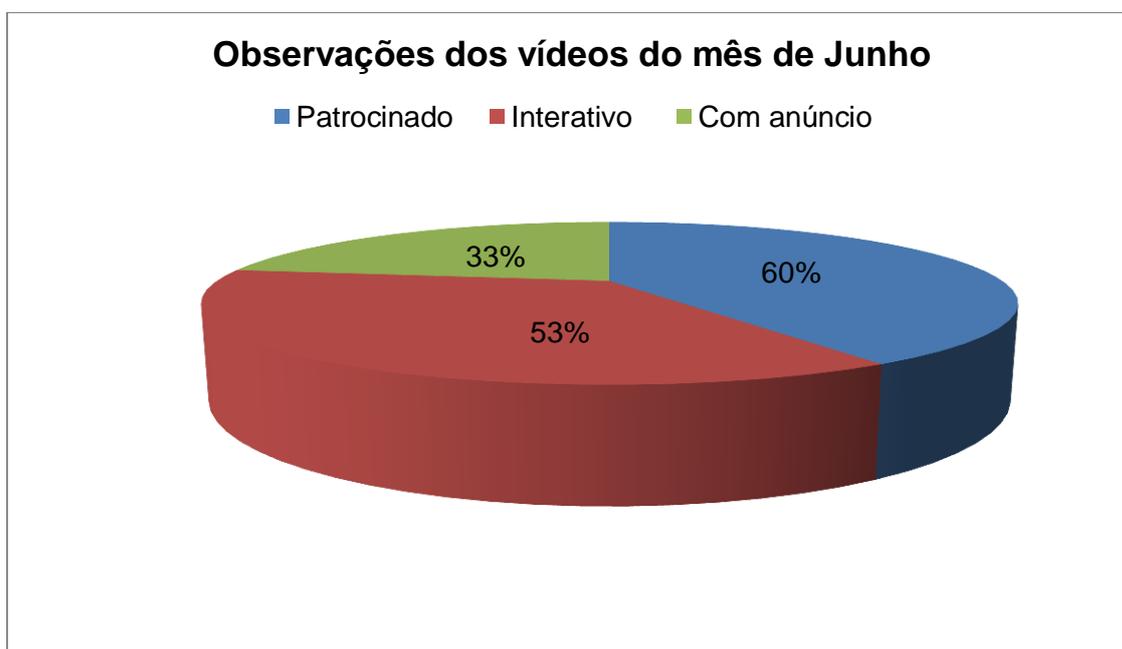


Fonte: Elaborado pela autora.

O mês de Junho recebeu postagens tanto de Maio quanto de Junho entre os vídeos que estiveram na categoria Mais Populares e foram coletados para análise. A data que mais apareceu foi 18/06/2012 com sete presenças, 17,5% do total de vídeos analisados por aparições em data de emissão. Os dias 30 e 31/05/2012 apareceram cinco vezes cada um, somando 25% na porcentagem total. Com quatro aparecimentos, o dia 12/06/2012 ficou em terceiro lugar na contagem. Cinco datas de Junho tiveram três episódios e os dias 06 e 28/06/2012 apareceram apenas duas vezes, ficando com 5% do total de ocorrências cada um. Junho teve uma quantidade reduzida de datas de emissão diferentes assim como Abril, porém da mesma forma como Maio, a quantidade numérica de aparições destas datas foram baixas e bem

distribuídas entre elas. Junho, como nos demais meses, teve mais aparições de datas de emissão do próprio mês. O auge de aparições de data foi no dia 18/06/2012, com sete ocorrências, este número aproxima-se mais do resultado de Maio – de cinco ocorrências. Tanto o início quanto o fim do mês de Junho tiveram poucas aparições por data de emissão, o que também aconteceu em Maio, mas não sucedeu em Abril. Ao contrário dos outros meses, em Junho não houve nenhuma aparição no dia dez deste mês.

Gráfico 13 – Observações dos vídeos no mês de Junho

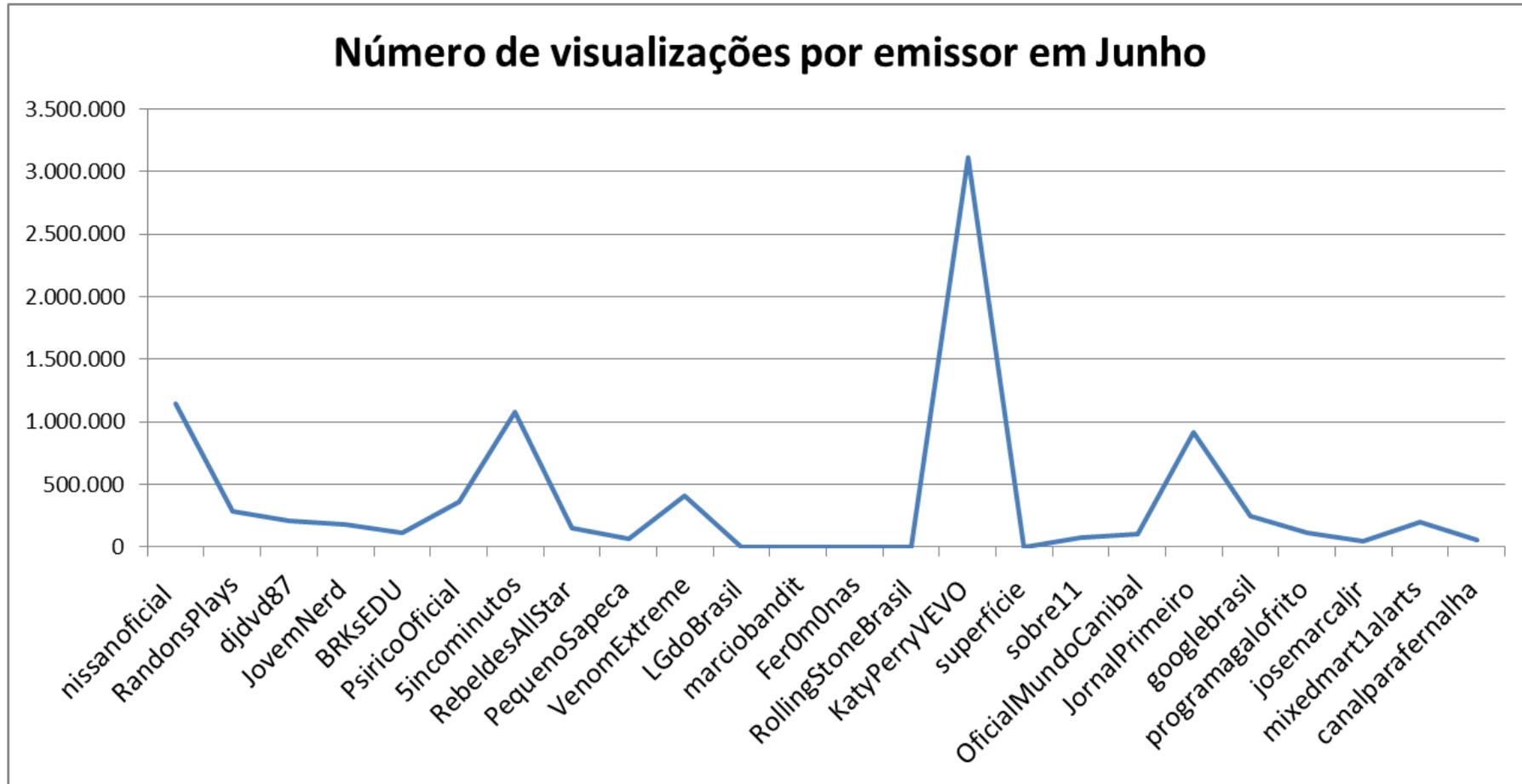


Fonte: Elaborado pela autora.

Das observações registradas no mês de Junho, a maioria está relacionada a patrocínio, com nove aparições os vídeos patrocinados registraram 60% do total de observações. Vídeos interativos chegaram a 53% com oito ocorrências e vídeos com anúncios apareceram 33% das vezes com cinco ocorrências no total.

As interações que apareceram são relativas a pedidos de inscrição dos emissores para os espectadores do arquivo, links que remetem a sites e a outros vídeos do mesmo canal. Todos os patrocínios são da empresa Machinima e os anúncios publicitários podem ser assistidos antes, durante ou após o vídeo.

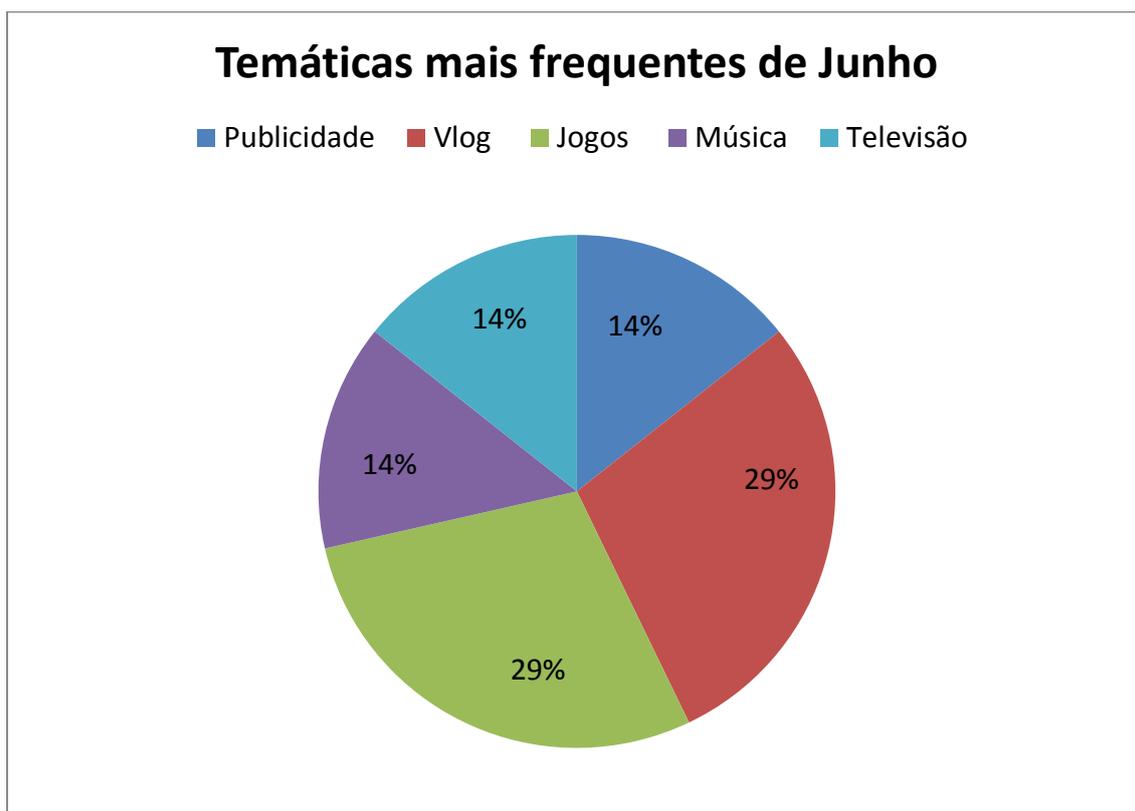
Gráfico 14 – Número de visualizações por emissor em Junho



Fonte: Elaborado pela autora.

Em Junho, quatro usuários destacaram-se por terem ultrapassado a casa dos milhões de acessos, são eles: 5incominutos com 1.082.183, nissanoficial com 1.145.205, KatyPerryVEVO com 3.118.003 de visualizações e o mais acessado de todos, superfície com 3.562.319 de acessos. Com quase 1.000.000 de acessos houve um usuário – JornalPrimeiro - e com quase em 500.000 acessos, mais um – VenomExtreme. O emissor PsiricoOficial alcançou 358.510 visitas ao seu canal. Entre 240 e 300.000 visitas existiram dois usuários, entre 200 e 210.000 mais dois. O emissor JovemNerd atingiu a marca de 182.071 acessos e RebeldesAllStar registrou 155.283 visualizações aos vídeos que postou. BRKsEDU, OficialMundoCanibal e programagalofrito apontaram de 100 a 115.000 visitas. LGdoBrasil alcançou quase 100.000 visitas. Sobre11 atingiu 70.970 acessos. PequenoSapeca chegou a 67.640 visualizações, o canalparafernalha registrou 59.606 visualizações e o usuário Fer0m0nas, 51.338. Os demais usuários atingiram acessos abaixo das 50.000 visualizações.

Mesmo que neste mês vários emissores tenham chegado à casa dos milhões, o pico atingido por KatyPerryVEVO é tão aparente no gráfico que abafa todas as marcas dos demais usuários. Neste mês, bem como em Abril e em Maio, alguns usuários alcançaram até 50.000 acessos. Este número de entradas foi considerado como razoável nos outros meses, porém neste, inclusive graficamente, estes emissores apareceram perto da linha do zero por suas visualizações representarem tão pouco ou como quase nada perto de tantos milhões.

Gráfico 15– Temáticas mais frequentes de Junho

Fonte: Elaborado pela autora.

Em Junho as temáticas mais acessadas foram relativas à publicidade, vlog, jogos, música e televisão. Televisão, música e publicidade foram os temas menos recorrentes com apenas um episódio, 14% cada um do total de eventos. Com dois casos cada um, vlog e jogos foram os temas mais ocorridos, os dois somando 58% do total de ocorrências.

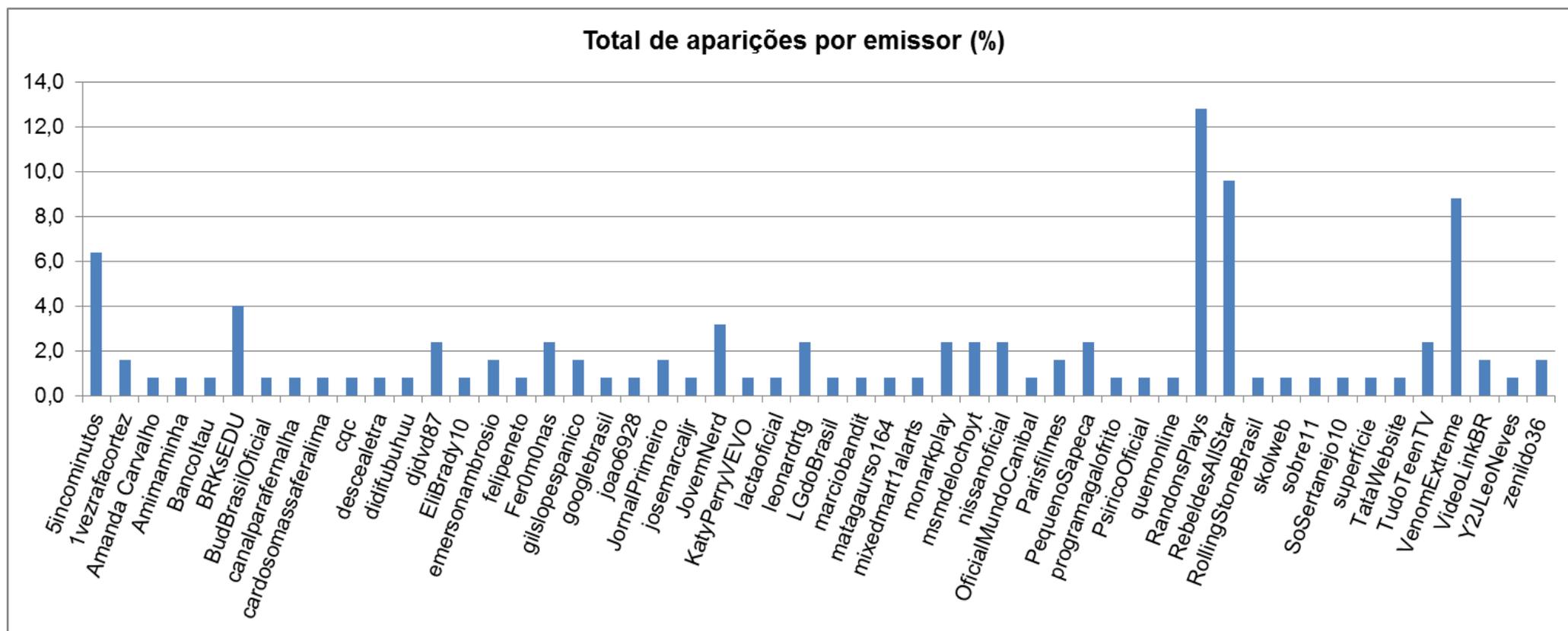
Dos temas mais frequentes, o mais visualizado foi música que com apenas uma ocorrência atingiu 3.118.003 de acessos. O segundo mais visto foi o tema referente a publicidade com 1.145.205 de acessos, ainda passando a casa dos milhões a terceira mais vista, foi a temática vlog com 1.082.183 de visitas. Com uma ocorrência o tema televisão obteve 917.893 visualizações e com duas, jogos alcançou 234.139 acessos. Os vídeos mais visualizados de Junho foram:

- a) Nissan - IPI Reduzido + Redução Nissan (duas vezes);
- b) 5inco Minutos - DIA DOS NAMORADOS!;
- c) Minecraft: Venom e os Aventureiros - Multiplayer #8 - O Grande ;

- d) 5inco Minutos - "EU SOU MESMO PIRIGUETE" (PARÓDIA);
- e) Katy Perry - Wide Awake;
- f) Homem tem convulsão durante o "Programa do Gugu" (17/06/2012);
- g) DayZ Mais Difícil do que nunca!.

5.5 GRÁFICOS DOS TRÊS MESES COMPOSTOS A PARTIR DA ANÁLISE DE DADOS DOS TRÊS MESES DE COLETA

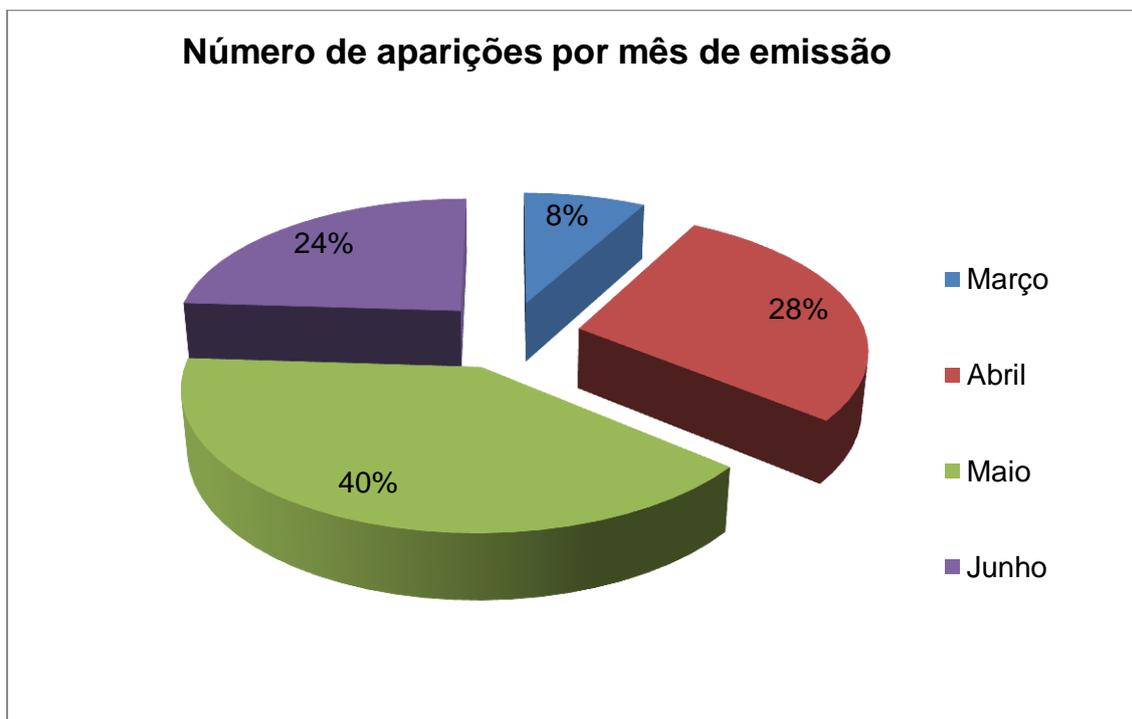
Gráfico 16– Total de aparições por emissor durante os três meses de coleta



Fonte: Elaborado pela autora.

No ranking geral, o emissor que mais apareceu foi RandonsPlays, jogador e narrador de jogos de vídeo game e de computador, com dezesseis ocorrências nos três meses de coleta, quase 13% do total de aparições. RebeldesAllStar, canal que posta vídeos relacionados a novela Rebeldes, com doze eventos e quase 10% do total, ficou em segundo lugar. Em terceiro lugar esteve o usuário VenomExtreme que também narra suas ações enquanto joga jogos de computador e de vídeo game, apresentando onze presenças, mais ou menos 9% do total destas. O canal de 5incominutos apareceu oito vezes e BRKsEDU cinco. O usuário JovemNerd alcançou 3,2% do total de aparições com quatro episódios. Oito usuários - djdvd87, Fer0m0nas, leonardrtg, monarkplay, msmdelochoyt, nissanoficial, PequenoSapeca e TudoTeenTV - estiveram presentes três vezes, sete emissores - 1vezrafacortez, emersonambrosio, gilslopespanico, JornalPrimeiro, Parisfilmes, VideoLinkBR e zenildo36 - duas vezes e trinta e um emissores apareceram apenas uma vez durante os meses de coleta o que os levou a atingir, respectivamente, as marcas de 2,4%, 1,6% e 0,8% do total de aparições por emissor.

Gráfico 17– Número de aparições por mês de emissão durante os três meses de coleta



Fonte: Elaborado pela autora.

Analisando-se as datas em que os vídeos Mais Populares foram emitidos, pode-se chegar a este gráfico mensal o qual inclui a quantidade de aparições por mês. Mesmo que o mês de Março não pertença ao período da coleta de dados, dez vídeos que apareceram na categoria pesquisada tiveram aparições neste mês. O mês que obteve a maior marca de eventos foi Maio com 50 aparecimentos, 40% do total destes. Em Abril houve trinta e cinco presenças, totalizando 28% do total da amostra e em Junho trinta aparições, as quais alcançaram a marca de 24% no total de episódios durante os três meses de coleta.

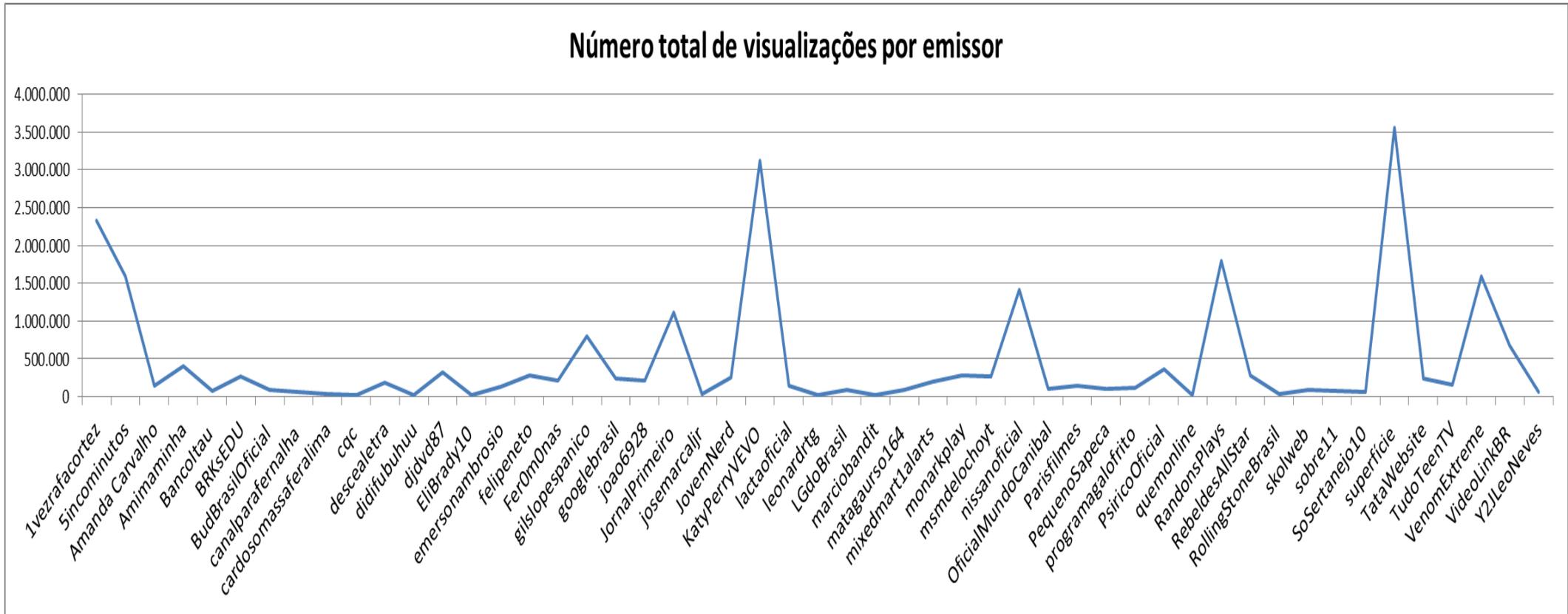
Gráfico 18 – Total de observações



Fonte: Elaborado pela autora.

Somando-se as porcentagens totais das observações mensais e dividindo-as por três (quantidade de vezes que cada observação aparece) tem-se a média na porcentagem de observações. Esta média indicou que a maioria dos vídeos receberam observações relativas a patrocínio, com 55% das ocorrências e a minoria dos vídeos recebeu a observação de “com anúncio” com 25% do total da amostra. Com quase 55%, ficaram os vídeos interativos que alcançaram a margem de 54% das observações totais.

Gráfico 19 – Número total de visualizações por emissor

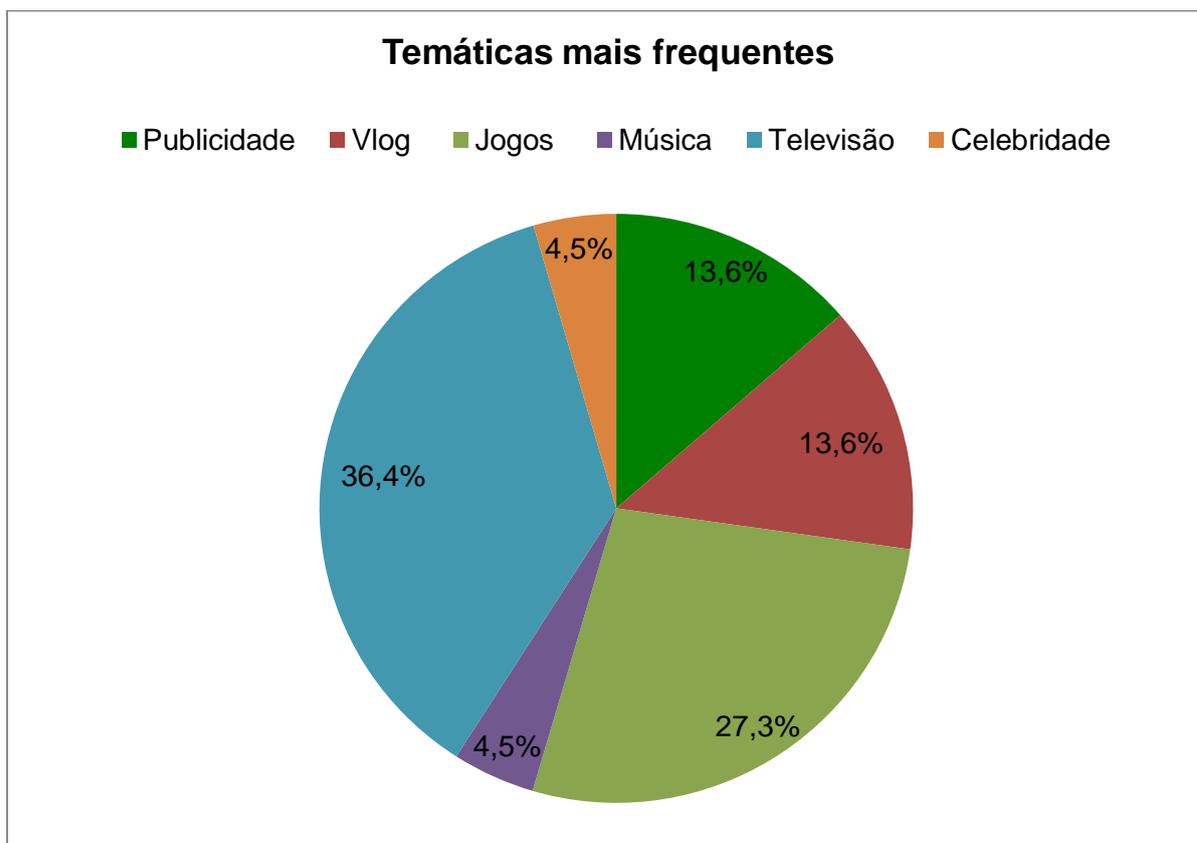


Fonte: Elaborado pela autora.

O usuário superfície foi o mais visualizado de toda a amostra com um total de 3.562.319 ao emitir um vídeo anunciando um *laptop* da Microsoft. Em segundo lugar, ficou o usuário KatyPerryVEVO, ao emitir um videoclipe, com 3.118.003 de visualizações. Ainda na casa dos milhões de visitas, 1vezrafacortez totalizou 2.335.157 com a emissão de uma filmagem de uma briga que interrompeu a gravação de uma programa de TV, seguido por RandonsPlays com 1.799.693, que postou vídeos relacionados a jogos de vídeo game e computador, 5incominutos com postagens relativas a vlogs somou 1.596.315 visualizações, VenomExtreme outro jogador de vídeo games e jogos de computador, atingiu 1.589.910 de acessos. Nissanoficial ficou com 1.415.949 e JornalPrimeiro com 1.118.826 de acessos em três meses de coleta de dados. Os canais gilslopespanico e VideoLinkBR obtiveram, respectivamente, 796.672 e 678.006 visualizações, as primeiras marcas mais elevadas abaixo dos milhões.

Entre 350 e 450.000 visitas apareceram dois usuários. O usuário djdv87 alcançou 317.866 visualizações. Entre 250 e 300.000 acessos ficaram seis usuários. Os emissores googlebrasil e TataWebsite obtiveram as marcas de 245.870 e 243.431 acessos respectivamente. Os canais de Fer0m0nas, joao6928, e mixedmart1alarts marcaram resultados na faixa das 200.000 visualizações. Descealetra fez 180.984 visualizações. Com cerca de 150.000 visualizações houve dois episódio, perto dos 130.000 mais dois e com aproximadamente 100.000 acessos cinco. TudoTeenTV alcançou 160.577 acessos. Entre 70 e 90.000 entradas apareceram quatro usuários. O emissor canalparafernalha chegou em 59.606, SoSertanejo10 em 56.398 e Y2JLeoNeves em 56.718 de visualizações. Abaixo das 50.000 visitas o número de ocorrências foi de nove, sendo que o usuário quemonline foi o menos visto dos emissores com um total de 20.821 de acessos aos vídeos que postou durante o período de coleta de dados.

Gráfico 20 – Temáticas mais frequentes durante os três meses de coleta de dados



Fonte: Elaborado pela autora.

Neste panorama geral, coincidentemente, a temática mais frequente foi também a mais acessada - a temática televisão ficou em primeiro lugar nos aparecimentos com mais ou menos 36% das aparições e a que mais foi vista com 4.921.121 de visualizações. Jogos foi o segundo tema mais recorrente, porém um dos menos vistos dentre os primeiros lugares dos Mais Populares com 864.642 de visualizações. Um dos temas menos frequentes com apenas um episódio dentre os vinte e dois totais foi música, contudo foi o segundo mais visto com mais de três milhões de acessos. Vlog e publicidade foram temas que ocorreram a mesma quantidade de vezes, aparecendo três vezes, quase 14% do total de aparições cada um, todavia publicidade superou vlog em mais ou menos 200.000 acessos. Um dos menos frequentes e o menos visto de todos os assuntos foi celebridade com um evento, 4,5% do total de eventos e 138.259 de visualizações.

Isto significa que o assunto televisão é o mais visto tanto em quantidade de acessos quanto em quantidade de ocorrências em primeiro lugar. Jogos é um dos temas que mais recebem postagens, mas que não é tão assistido, contrariamente à música que recebe poucas postagens, mas é muito visualizada. A temática celebridade tem poucas visualizações e pouca frequência e entre assistir vídeos relativos à vlogs ou a publicidade, os usuários preferem a publicidade.

5.6 VÍDEOS QUE SE SOBRESSAÍRAM

Durante este estudo alguns vídeos e usuários se destacaram devido a diversos motivos que variam desde a quantidade de visualizações que um vídeo recebeu até ao fato de um emissor ter compartilhado um vídeo cuja temática só é abordada nele em três meses de coleta de dados. O usuário 1vezrafacortez ao postar um vídeo relativo à televisão no dia 29/03/2012 chegou a mais de um milhão de acessos. Esta única postagem apareceu duas vezes seguidas em primeiro lugar, sendo que na segunda vez, apenas três dias depois da primeira coleta a contagem de visualizações já tinha subido mais ou menos 400.000 visitas. Outros usuários que alcançaram um número elevado de visualizações em apenas uma postagem foram a cantora Kety Perry, com um videoclipe que chegou a mais de 3.000.000 de visualizações e o canal superfície que tendo emitido um vídeo anunciando um *laptop* no dia 18/06/2012 atingiu 3.562.319 de visitas.

RandonsPlays, VenomExtreme, RebeldesAllStar e 5incominutos são usuários que se sobressaíram por terem aparecido em todos os meses deste estudo. RandonsPlays e VenomExtreme representando a temática jogos, RebeldesAllStar o tema televisão e a “vlogueira” 5incominutos o assunto vlog. O vídeo *[NOVO] Nissan March Homenageia os VICE-CAMPEÕES* compartilhado pelo usuário nissanoficial em 11/05/2012 foi o único que permitiu aos usuários a possibilidade de realmente interagirem com a proposta do vídeo e, portanto, esse vídeo também merece ser lembrado. Após o término deste vídeo, os espectadores, podem escolher uma camisa de algum time brasileiro de futebol para quem os atores do comercial cantem a canção dos vice-campeões. No dia 28/05/2012 o usuário djdv87 compartilhou a única notícia -

relativa a descriminalização do uso de drogas - que apareceu durante os meses de coleta. Já o vídeo *Dançarino tem ataque epilético ao vivo no programa do GUGU 17-06-2012 - Original em HD* coletado no dia 23/06/2012 marcou especialmente pelo seu conteúdo, por aquilo que acontece durante o vídeo que é um dançarino sofrer um ataque epilético durante uma apresentação e enquanto algumas pessoas se preocupam em ajuda-lo, muitas continuam dançando como se nada estivesse acontecendo.

Se o mês de Maio não teve nenhum vídeo cujo número de visualizações “saltasse aos olhos”, Junho foi o mês dos milhões, em que quatro emissores chegaram a mais de 1.000.000 de visualizações com não mais de duas postagens e três aparições. Segundo estatística apresentada pelo programa A Liga – Mundo Web de 2011, apenas 0,33% dos vídeos postados no YT chegam a um milhão de visualizações. Maio e Junho foram os meses em que se destacaram emissores de vídeos relacionados a jogos, cada um dos meses teve, pelo menos, quatro usuários mantendo as postagens regularmente. Abril e Maio se destacaram no quesito “vlogueiros”, nesses meses se manteve a presença de, pelo menos, três emissores por mês. Tirando a participação do usuário 1vezrafacortez, o mês de Abril foi o que apresentou os números de visualizações mais baixos com a maioria dos emissores totalizando até 350.000 acessos.

Abril também foi o mês com menos postagens e menos emissores distintos. Contudo, foi neste mês que o tema mais frequente e mais acessado (televisão) teve maior destaque devido a participação de dois usuários 1vezrafacortez e gilslopespanico. Em Maio todos os usuários apareceram mais ou menos a mesma quantia de vezes, fora RandonsPlays que apareceu sete vezes e mais dois usuários que apareceram cinco vezes. A quantidade de diferentes datas de emissão abarcadas por este mês foi muito maior do que a dos outros meses, totalizando dezessete datas de Maio contra dez de Abril e onze de Junho. Maio teve o maior número de postagens e emissores diferentes postando vídeos, sem que nenhum vídeo se repetisse nos dias de coleta. Neste mês, mais uma vez a temática televisão se sobressaiu totalizando mais de 1.200.000 acessos com a contribuição de vários usuários. Junho, além de ser o mês das milhões de visualizações, também se destacou pela quantidade de observações nos vídeos. Esta contagem chegou a nove vídeos

patrocinados, dois a mais do que os demais meses, oito vídeos interativos, quatro a mais que Abril e um a menos que Maio e cinco vídeos com anúncio, também com quantidade a mais que os dois outros meses. Porém, neste mês a temática que mais se sobressaiu entre as demais foi música, televisão ficou com 917.893 acessos, com apenas uma postagem chegando ao primeiro lugar.

Neste estudo o tema mais acessado foi também o que apareceu mais frequentemente na primeira posição dos Mais Populares. A temática televisão esteve presente entre os primeiros lugares nos três meses de coleta com uma média de três postagens relativas ao assunto por mês, totalizando mais de 4.000.000 de visualizações. De todos os assuntos mais frequentes ou mais acessados o único que também apareceu nos três meses de coleta foi o tema jogos, porém com um número de acessos muito inferior a primeira temática. Com apenas três postagens de diferença, jogos obteve quase 4.000.000 de visualizações a menos que o tema mais visto e mais frequente.

Com mais de 1.300.000 acessos em apenas quatro posts, um assunto que apareceu em Abril e Junho dentre os primeiros lugares e que vem se popularizando entre os usuários do YT, é o vlog. Publicidade foi outro tema que apareceu em dois meses diferentes – Maio e Junho - entre os primeiros lugares. Este tema apesar de ter um número relativamente baixo de usuários que postaram vídeos por mês atingiu a marca de mais de 1.500.000 de acessos com apenas três vídeos diferentes que estiveram em primeiro lugar. O tema música não apareceu com a frequência esperada durante os três meses, ficando em primeiro lugar apenas uma vez. Porém com este único vídeo o assunto ultrapassou outros que foram mais frequentes devido ao seu número elevado de acessos: mais de 3.000.000 de visitas. Este feito foi conquistado pelo canal de Katy Perry (KatyPerryVEVO), cantora norte-americana mundialmente conhecida. A temática celebridade teve um número de acessos consideravelmente mais baixo que os demais primeiros lugares. Ele só apareceu entre os temas mais acessados por um motivo: o número de visualizações dos demais vídeos Mais Populares coletados neste dia foi inferior ao vídeo relativo a este assunto (essa comparação pode ser feita analisando-se o dia de coleta de dados 11/04/2012 da Tabela Geral de Dados onde o vídeo “Manu Gavassi e Chay Suede beijando!” aparece em primeiro lugar).

6 TÃO LONGE DE CHEGAR, MAS PERTO DE ALGUM LUGAR

Vamos ao Brique da Redenção - uma feira de artesanato e produtos alimentícios que acontece todos os sábados e domingos em frente ao Parque Farroupilha em Porto Alegre - com alguma frequência e lá encontramos uma antiga amiga de colégio com a qual relembramos “os velhos tempos”. Junto de nossa amiga, tomamos um chimarrão em frente ao Monumento do Expedicionário – monumento erguido em comemoração a Independência do Brasil e à Revolução Farroupilha. Ali perto está havendo uma feira de adoção de animais o que nos faz lembrar que adotamos recentemente dois lindos gatinhos pretos. Nossa amiga vai embora e resolvemos dar uma olhada na feira, procurando por colares feitos de cerâmica esmaltada. Os colares encontrados passam dos R\$ 40,00 e, por isso resolvemos não comprar nenhum. Olhando para o relógio, percebemos que já passam das 11h e que precisamos ir para casa preparar o almoço porque as crianças devem ter acordado e estar famintas, portanto, nos dirigimos para a Av. João Pessoa com o intuito de esperar, pelo menos, por quinze minutos por um dos ônibus que podemos pegar para ir para casa. Chegando a casa percebemos que as crianças ainda não acordaram e que o marido já fez o almoço e que, assim sendo, dará tempo de escrever mais um pedacinho do Trabalho de Conclusão de Curso.

Nessa breve manhã já participamos de mais de quinze redes diferentes. Fizemos parte da rede de pessoas que:

- a) vão ao Brique pela manhã ou da rede que foi ao Brique naquela manhã;
- b) saíram do colégio e ainda tem amigos daquela época;
- c) encontraram amigos do colégio naquela manhã;
- d) tomam chimarrão ou que tomam chimarrão no Parque Farroupilha;
- e) tomaram chimarrão na frente do Monumento Expedicionário naquele dia ou naquele momento, com amigos;
- f) adotam animais;
- g) adotam gatos e preferem gatos pretos;
- h) vão ao Brique para olhar os produtos da Feira;

- i) gostam de cerâmica esmaltada;
- j) naquele dia não compraram colares acima de R\$ 40,00;
- k) usam relógio de pulso;
- l) são donas de casa cujos filhos acordam perto do meio dia;
- m) pegam ônibus na Av. João Pessoa para ir para a casa, e o ônibus demora um pouco;
- n) o marido participa nas atividades domésticas;
- o) é formanda de algum curso e está escrevendo o TCC.

Caso a nossa personagem mais ou menos fictícia tivesse ido para o Brique da Redenção durante o turno da tarde porque dormiu demais de manhã, as redes que ela formaria de tarde provavelmente seriam outras. Talvez a amiga do colégio não tivesse aparecido ou tivesse e a nossa personagem a detestasse e fingisse não vê-la, talvez ela tivesse mais dinheiro consigo e o artesão dos colares fizesse uma promoção de dois pelo preço de um, talvez o marido quisesse ir com ela o que levaria aos dois a sentarem em alguma sorveteria e não a ficar perto do Movimento do Expedicionário. Todos esses “talvez” modificariam irreversivelmente a estrutura da teia, formando novas redes com novos atores e novas conexões.

Da mesma maneira que essa personagem forma redes fisicamente, se ela está conectada a cibercultura, utilizando, repassando e até auxiliando a construir informações no ciberespaço ela está formando redes virtuais. Essas redes são, normalmente, percebidas mais facilmente do que as redes físicas visto que a própria Internet já é entendida como uma rede. A Internet é uma rede com fim social por possibilitar que tantas pessoas se conectem trocando informações e possam participar ativamente da construção de um conhecimento que vem sendo e pode ainda mais ser erguido e compartilhado com todos, no momento em que a cibercultura incluir cada vez mais e mais pessoas no mundo. O futuro que as tecnologias da cultura cibernética nos reserva pode ter relação com o que assistimos na ficção – o teletransporte, muitas vezes, viria bem a calhar. Mas o mais importante é que as tecnologias advindas dessa cultura possam servir principalmente para que informação chegue às pessoas, cumprindo, assim, não a ideia pela qual a Internet foi concebida, mas o propósito pelo qual ela é imprescindível nos dias de hoje.

Como uma das representações sociais advindas da Internet e que só existe por causa dela, está o YT. Esse site nasceu com a ideia de dar espaço audiovisual às pessoas comuns, crescendo velozmente em apenas sete anos tornou-se o site mais lembrado pelos usuários que buscam compartilhar seus momentos marcantes. O YT é um site que atrai os diferentes usuários de toda a rede pela diversidade de conteúdos postados, pela facilidade de acesso e de uso das informações disponíveis no site e pelo modo simples de compartilhar os documentos. Além disso, ele apresenta forma fixa - um mesmo *layout* nas páginas - e conteúdo estável – um conteúdo que mesmo mutável serve para prever o que o usuário pode querer assistir, ele é estável devido a esta previsão que faz com que todo o site se movimente para atender a necessidade do usuário. Prever as necessidades dos usuários é uma característica da terceira ordem de David Weinberger.

A informação vem sendo considerada como o centro do registro, contudo, o surgimento de novos suportes sempre geram estranhamentos, desta forma, a Arquivologia vem desenvolvendo projetos relativos ao tempo de mudanças em que está inserida. Estas novas ideias são basicamente encabeçadas pelo Projeto InterPARES que propõe novas maneiras de se pensar conceitos e teorias que mesmo antes do suporte digital já não funcionavam tão bem na prática. A Arquivística Integrada é uma das correntes arquivísticas pela qual se pode traçar esse caminho de mudanças.

Já existem boas conceituações para documento de arquivo digital, quais as características que ele deve conter para ser considerado assim e de que maneira os princípios e teorias arquivísticas se aplicam a ele. Porém, não está definido o que caracteriza um documento de arquivo digital do YT, tentamos fazer essa caracterização nesse trabalho. Quanto a Teoria das Três Idades, dentre os demais tópicos tratados, esta teoria é o que há de mais inflexível dentro do estudo da Arquivologia, não porque seja obrigatório o seu uso prático, mas porque não vai de encontro com todas as realidades. Os Arquivistas nem sempre conseguem organizar as idades em ambientes diferentes, manter os documentos de primeira idade próximos ao produtor ou destinar com precisão massas documentais imensuráveis. Se a arquivística no estudo e na prática são tão diversas ainda em relação à Teoria das Três Idades no meio físico o que dizer dela no meio virtual? Nos arquivos do YT, por

exemplo, não existe a divisão das três idades, com adequações, existe a possibilidade de uma, a Idade Permanente, pois os documentos não sofreram a avaliação de uma comissão permanente de avaliação de documentos, mas nascem servindo à pesquisa histórica. Além disso, determinar proveniência, ordem original e territorialidade sem uma origem fixa, sem que se estabeleça um produtor fixo para estudar é muito complicado, pois na rede não há raízes e não necessariamente existem padrões de acumulação de informações e documentos.

Sem padronização muitos conceitos arquivísticos precisam de revisão, ou no mínimo, de adequação. O que Weinberger (2007) denominou de terceira ordem da ordem não segue um mesmo modelo para todos. Para o autor, em vez de tudo ser do mesmo jeito para todos, tudo pode ser reorganizado para cada pessoa a cada atividade. No lugar de um espaço limitado que comporte todos os itens, o mundo digital pode incluir uma ilimitada quantidade de itens e usuários. Ao invés de os itens viverem em prateleiras perfeitamente organizadas, eles podem ficar embaralhados sendo organizados somente quando requisitados pelo usuário. E o melhor de tudo isso, é que em vez de percorrermos corredores sem fim, no mundo digital encontramos o que procuramos a poucos cliques de distância. Tudo isso é relativamente novo para Arquivologia, mas este é um caminho que esta ciência já começou a trilhar.

Os temas que aparecem com mais frequência entre os primeiros lugares foram, respectivamente, relativos à televisão, jogos, publicidade, vlogs, música e celebridades. Destes se esperava mais aparições de vídeos relacionados à música, pois o YT é lotado de videoclipes. E mais registros relativos à vlogs por ser esta uma continuidade dos *blogs* escritos só que de uma maneira mais expositiva, pois possibilita aos usuários mostrarem o seus rostos ao exporem suas ideias. Dentre os vídeos coletados, já era esperado encontrar vídeos como o das assistentes de palco do programa Pânico na Band (como o registro coletado no dia 23/05/2012 em que as assistentes de palco do programa Pânico na Band realizam testes físicos) dentre os Mais Populares, pois sabemos que a televisão brasileira está cheia deste tipo de programas.

Respondendo ao objetivo geral desta pesquisa, um dos conteúdos informacionais que aparece com mais frequência no Fundo Entretenimento é relacionado ao tema televisão. Os usuários do YT têm muito interesse em

compartilhar o que passa na televisão, visto que, muitos registros compartilhados pertencem a gravações de programa de TV como novelas e minisséries. Esse interesse se estende quando os ídolos de alguma novela aparecem em algum outro programa como quando o grupo Rebeldes faz uma entrevista em um programa na emissora MixTV (registro coletado no dia 18/04/2012). Desta forma, o YT também se transforma em um tipo de televisão em que os programas podem ser acessados sem a padronização televisiva. Além disso, os vídeos gravados da televisão e postados no YT ferem direitos autorais, pois não são produções originais, podendo ser retirados pelo site ou pelo detentor dos direitos. Por outro lado, essa postagem indevida acaba divulgando os programas de modo que mesmo burlando os direitos autorais os vídeos permanecem sendo exibidos. Isto é, a veiculação de um programa de TV através de um canal do YT acaba não sendo assim tão negativa para os detentores dos direitos autorais que tem o seu programa divulgado na rede e assistido por até mais de milhões de usuários.

Muitos usuários também estão conectados a temática jogos formando uma rede de usuários que jogam e comentam suas ações durante o vídeo ou apenas assistem outros usuários jogando e comentando as ações que realizam. Essa temática pareceu reunir grande quantidade de fãs por causa do número de visualizações nas postagens, com alguns usuários encarregando-se das aparições semanais de maneira que esta temática sempre esteve entre os vídeos Mais Populares. Tamanho é o sucesso de alguns usuários que postam vídeos deste tipo que alguns já podem ser considerados como celebridades do YT, como o usuário monarkplay que inclusive foi convidado a palestrar sobre seu canal em um evento em Campinas (registro colhido no dia 09/05/2012).

Alguns emissores pareciam cumprir uma função dentro do YT, como a função de divulgar programas televisivos ou criar a rede de jogares de vídeo games e jogos de computador. Visto que todas suas postagens foram relativas a algum tema específico, usaram seus canais somente para isso, criando novos canais para postar outros assuntos caso quisessem e todos os meses emitiram alguma postagem relativa a esses temas. O usuário RebeldesAllStar compartilhou apenas vídeos relativos a novela que intitula o canal, funcionando como um fã clube e os usuários RandonsPlays e VenomExtreme apareceram

praticamente somente jogando e narrando suas jogadas, quando apareciam fisicamente em seus vídeos não deixavam de lembrar dos jogos.

Não é de se estranhar, por conseguinte, que no YT existam usuários que fazem da produção de vídeos uma profissão. Com objetivos tão claros por parte dos canais, parece evidente que algumas empresas fossem querer patrocinar os emissores para que estes lucrassem produzindo diversão. Os usuários citados neste parágrafo como formadores da rede de jogadores são dois dos patrocinados pela empresa Machinima. O emissor BRKsEDU, é um usuário que também trabalha produzindo vídeos que são compartilhados no YT e diz que tem a melhor profissão do mundo (registro coletado no dia 02/06/2012).

Quanto à publicidade apareceram algumas questões interessantes. Ao mesmo tempo em que canais publicitário compartilharam seus anúncios pretendendo primordialmente o lucro como os canais nissanoficial, superfície, BudBrasilOficial e RollingStoneBrasil. Outros apenas compartilharam anúncios porque gostaram dos vídeos como o canal de leonardrtg que postou, no mês de Abril, publicidades do seriado Arnold da emissora SBT. Um vídeo publicitário que, na opinião da autora, utilizou uma abordagem diferente dos demais que pareceram durante esta pesquisa foi o Making of - Anderson Silva postado pelo emissor RollingStoneBrasil e colhido no dia 16/06/2012. Este vídeo atrai os possíveis compradores através da curiosidade que se cria em ver o que mais aconteceu nos bastidores e o resultado final da proposta, pois o vídeo é bem curto e apresenta poucas cenas do *making of* do lutador. Os vídeos, publicitários, ademais foram os mais criativos chamando a atenção por este fator.

Outras questões interessantes que surgiram durante este estudo foram o fato de que a quantidade de postagens realizadas pelos emissores não tem relação direta com a quantidade de visualizações que eles obterão, pois um usuário pode aparecer muitas vezes entre os Mais Populares sem, no entanto, ser um dos mais visualizados. Alguns usuários tiveram que aparecer dezesseis vezes no total dos meses para somar mais de um milhão de visualizações enquanto alguns apareceram apenas uma vez e já somaram mais do que isso.

Além disso, realizar uma pesquisa no YT se mostrou imprevisível, pois nunca sabemos se o vídeo estará lá novamente quando precisarmos dele.

Todos os descritores dos vídeos foram coletados juntos, menos a descrição do vídeo e as observações. Quando a autora foi rever os vídeos para descrevê-los aconteceu uma situação não prevista durante o projeto da pesquisa que foi a possibilidade de remoção dos vídeos ser feita a qualquer momento. O vídeo postado pelo emissor matagaurso164 e coletado no dia 05/05/12 com 84.014 visualizações não invalidou completamente a contagem e a análise dos dados, mas também não a validou por completo. No entanto, existe maneira de saber o que é completamente previsível na rede? Através da aplicação da metodologia, a autora deste estudo acredita ter atingido os objetivos propostos.

Voltamos do Brique da Redenção, chegamos a casa e o almoço está pronto e as crianças ainda dormem, terminamos o Trabalho de Conclusão de Curso. Na verdade não terminamos, porque este trabalho não tem conclusão, tiramos algumas conclusões, talvez muitas conclusões, mas não todas as conclusões porque este trabalho apenas começa aqui. O mundo dos arquivos audiovisuais recebidos e compartilhados pelo YT possui uma infinidade de possibilidades que não foram desbravadas nesse trabalho, as quais a autora sugerirá algumas para o leitor mais interessado. O que torna um emissor do YT popular? Será o fato de trabalhar produzindo vídeos, será o fato de ter muitos amigos conectados ou o fato de compartilhar assuntos que interessam ao público? Porque alguns temas são mais populares que outros? O que leva as pessoas a gostarem tanto de televisão e de jogos? O que levou RandonsPlays e VenomExtreme a compartilharem vídeos de jogos na web? Porque tanta gente gosta de expor suas ideias em vlogs e porque eles fazem tanto sucesso? Que tipo de lucro, além do financeiro tem os usuários que trabalham produzindo vídeos que serão compartilhados? E para você, futuro ou já colega Arquivista, o YT pode ser um meio eficaz de difusão de arquivos digitais?

REFERÊNCIAS

- ARQUIVO NACIONAL. **Dicionário brasileiro de terminologia arquivística**. Rio de Janeiro, 2005.
- BELLOTTO, Heloísa Liberalli. **Arquivos permanentes: tratamento documental**. 4. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2006.
- BRASIL. **Lei nº 8.159, de 8 de Janeiro de 1991**. Brasília, 1991. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8159.htm> Acesso em: 12 ago. 2012.
- CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- DICIONÁRIO INFORMAL. **Cibernético**. [S.l.]: Dicionário InFormal, c2006-2012. Disponível em: <<http://www.dicionarioinformal.com.br/cibern%C3%A9tico/>> Acesso em: 12 ago. 2012.
- DRESSLER, Karine George. Portal de Gestão da Prefeitura Municipal de Porto Alegre: um estudo sobre preservação no meio eletrônico. 2011. 141 f. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011.
- EDMONDSON, Ray (Org.). **Uma filosofia de arquivos audiovisuais**. Paris: UNESCO, 1998.
- G1. **História Youtube**. São Paulo, 2006. Disponível em: <<http://g1.globo.com/Noticias/Tecnologia/0,,AA1306288-6174,00.html>>. Acesso em: 3 out. 2012.
- INTERNETAR. [Programa Televisivo] A Liga: Mundo Web. [S.l.]: Internetar, 2011. Disponível em: <<http://www.internetar.com/2011/06/a-liga-mudo-da-internet-assista-online.html>>. Acesso em: 27 out. 2012.
- JARDIM, José Maria. As novas tecnologias da informação e o futuro dos arquivos. **Estudos Históricos**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 10, p. 251-260, 1992.
- LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Ed. 34, 1999.
- LIMA, Clóvis R. Montenegro de; SANTINI, Rose Marie. Música e cibercultura. **Revista FAMECOS**, Porto Alegre, n. 40, dez. 2009.
- LOPES, Luís Carlos. **A nova arquivística na modernização administrativa**. Rio de Janeiro: Edil, 2000.
- MACHINIMA. Disponível em: <<http://www.machinima.com/>>. Acesso em: 21 out. 2012.

MAGALHÃES, V. **Tipologias das redes de comunicação, por Paul Baran.** [S.I.]: Ensino e Cibercultura, 2009. Disponível em: <<http://ensino-cibercultura.blogspot.com.br/2009/03/tipologias-das-redes-de-comunicacao-por.html>>. Acesso em: 20 ago. 2012.

MEILI, Angela Maria. O audiovisual na era Youtube: pro-amadores e o mercado. **Sessões do Imaginário**, v. 16, n. 25, p. 51-59, 1º sem. 2011.

NUNES, Débora. **O que é um videoclipe?** [S.I.]: Wordpress, 2009. Disponível em: <<http://deboranunes.wordpress.com/2009/12/14/o-que-e-um-videoclipe/>> Acesso em: 21 out. 2012.

PASE, André Fagundes. Vídeo online, alternativa para as mudanças da TV na cultura digital. 2008. 268 f. Tese (Doutorado em Comunicação Social) – Pontifícia Universidade Católica, Porto Alegre, 2008.

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

RONDINELLI, Rosely Curi. **Gerenciamento arquivístico de documentos eletrônicos.** 4. ed. Rio de Janeiro: FGV, 2005.

ROUSSEAU, Jean-Yves; COUTURE, Carol. **Os fundamentos da disciplina arquivística.** Lisboa: Publicações Dom Quixote, 1998.

SANTAELLA, Lúcia. **Redes sociais digitais: a cognição conectiva do Twitter.** São Paulo: Paulus, 2010.

SPYER, Juliano. **Conectado: o que a Internet fez com vocês e o que vocês pode fazer com ela.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2007.

WEINBERGER, David. **A nova desordem digital.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

YOUTUBE. **Aniversário 5 anos Youtube.** [S.I.] Youtube, 2012a. Disponível em: <<http://www.youtube.com/t/press>>. Acesso em: 20 ago. 2012.

YOUTUBE. **Publicidade Youtube.** [S.I.] Youtube, 2012b. Disponível em: <<http://www.youtube.com/yt/advertise/index.html>> Acesso em: 20 ago. 2012.

YOUTUBE. c2012. Disponível em: <<http://www.youtube.com>>. Acesso em: 21 out. 2012.

APÊNDICE A – Tabela Geral de Dados, Mês de Abril

Tabela 1 – Tabela Geral de Dados, com dados referentes ao mês de Abril.

Fundo Entretenimento I Classe Mais Vistos Hoje/Mais Populares I Mês de Abril									
Data de Coleta	Ordem de Mais Populares	Suporte Documental	Título do Vídeo	Descrição do Vídeo	Data de Emissão	Emissor	Número de Visualizações	Observações	URL do Vídeo
04/04/2012	1º	Audiovisual em português	Barraco gravação Agora é tarde!!!	Briga entre participantes interrompe gravação do programa Agora é Tarde da emissora Bandeirantes.	29/03/2012	1vezrafacortez	1.929.683	-	http://www.youtube.com/watch?v=_6s8vMrjF1k&feature=b-mv
	2º	Audiovisual em português	Especial: O Grande Dia =>	Usuário VenomExtreme agradece as 100 mil inscrições em seu canal e comemora o feito mostrando a trajetória do canal.	29/03/2012	VenomExtreme	299.841	Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=kIV3ybLRHQ4&feature=b-mv
	3º	Audiovisual em português	Monark Virou uma Formiga? - FormigaCraft #1	Usuário RandonsPlay comenta jogo Minecraft enquanto joga.	29/03/2012	RandonsPlays	252.703	No início do vídeo, no canto esquerdo da tela, aparece o link "inscreva-se" colocado pelo autor. O dono deste canal é o mesmo do canal monarkplay. Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=xOqARtFH Cyo&feature=b-mv
	4º	Audiovisual em português	Barraco gravação Agora é Tarde - Legendado.	Briga entre participantes interrompe gravação do programa Agora é Tarde da emissora Bandeirantes.	30/03/2012	emersonambrosio	102.362	-	http://www.youtube.com/watch?v=iwlorwqz4uU&feature=b-mv
	5º	Audiovisual em português	Mega Engenheiro - Tribes Ascend	Usuário monarkplay comenta jogo enquanto joga.	30/03/2012	monarkplay	74.053	-	http://www.youtube.com/watch?v=yIQMuSfzxHw&feature=b-mv

07/04/2012	1º	Audiovisual em português	Barraco gravação Agora é tarde!!!	Briga entre participantes interrompe gravação do programa Agora é Tarde da emissora Bandeirantes.	29/03/2012	1vezrafacortez	2.335.157	-	http://www.youtube.com/watch?v=_6s8vMrjF1k&feature=b-mv
	2º	Audiovisual em português	Especial: O Grande Dia =)	Usuário VenomExtreme agradece as 100.000 inscrições ao seu canal e comemora o feito mostrando a trajetória do canal.	29/03/2012	VenomExtreme	350.729	Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=klV3ybLRHQ4&feature=b-mv
	3º	Audiovisual em português	Monark Virou uma Formiga? - FormigaCraft #1	Usuário RandonsPlay comenta jogo Minecraft enquanto joga.	29/03/2012	RandonsPlays	299.201	No início do vídeo, canto esquerdo da tela, aparece o link "inscreva-se" colocado pelo autor. Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=xOqARtFHCyo&feature=b-mv
	4º	Audiovisual em português	Barraco gravação Agora é Tarde - Legendado.	Briga entre participantes interrompe gravação do programa Agora é Tarde da emissora Bandeirantes.	30/03/2012	emersonambrosio	129.057	-	http://www.youtube.com/watch?v=iwlorwqz4uU&feature=b-mv
	5º	Audiovisual em português	Mega Engenheiro - Tribes Ascend	Usuário monarkplay comenta jogo enquanto joga.	30/03/2012	monarkplay	82.202	-	http://www.youtube.com/watch?v=yIQMuSfxzHw&feature=b-mv
11/04/2012	1º	Audiovisual em português	Manu Gavassi e Chay Suede beijando!	Ator e cantor Chay Suede e cantora Manu Gavassi se beijando.	09/04/2012	Amanda Carvalho	138.259	-	http://www.youtube.com/watch?v=7Qy_ND8yot0&feature=topics
	2º	Audiovisual em português	Malditos Zumbis do Inferno! - FormigaCraft #7	Usuário RandonsPlay comenta jogo Minecraft enquanto joga.	10/04/2012	RandonsPlays	82.430	Anúncio publicitário anterior ao vídeo. Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=zhpM0lvzgjA&feature=topics
	3º	Audiovisual em português	Vidas em Jogo 09/04/2012 - Ultimo Capítulo Parte 4/4	Parte do capítulo da novela Vidas em Jogo da emissora Record.	09/04/2012	TudoTeenTV	61.431	Anúncio publicitário anterior ao vídeo.	http://www.youtube.com/watch?v=FcF0FJnqYdo&feature=b-mv
	4º	Audiovisual em português	Vidas em Jogo 09/04/2012 - Ultimo Capítulo Parte 3/4	Parte do capítulo da novela Vidas em Jogo da emissora Record.	09/04/2012	TudoTeenTV	58.917	-	http://www.youtube.com/watch?v=SppmSmwmjXg&feature=b-mv
	5º	Audiovisual em português	Vidas em Jogo 09/04/2012 - Ultimo Capítulo Parte 2/4	Parte do capítulo da novela Vidas em Jogo da emissora Record.	09/04/2012	TudoTeenTV	40.229	-	http://www.youtube.com/watch?v=k87Pe96YWrE&feature=b-mv

14/04/2012	1º	Audiovisual em português	Robo transando com minha cara - Shoot Many Robots (Lançamento)	Usuário RandonsPlays comenta suas ações enquanto joga.	11/04/2012	RandonsPlays	102.604	No canto esquerdo da tela aparece o link "inscreva-se" colocado pelo autor. Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=gJrGt1YRtk&feature=b-mv
	2º	Audiovisual em português	#SONIAABRÃOING PARA NOSSA ALEGRIA - Não Faz Sentido	Comediante fala sobre celebridades na Internet.	11/04/2012	felipeneto	276.358	No fim do vídeo aparecem links, colocados pelo produtor, que ao serem clicados remetem a outros vídeos do canal.	http://www.youtube.com/watch?v=H4_dzyhW_OI&feature=b-mv
	3º	Audiovisual em português	NerdOffice S03E13 - Gaveta, o Tapa Buraco	Editor da série NerdOffice grava episódio no lugar dos Nerds para "tapar o buraco", visto que o episódio da semana não ficou pronto.	11/04/2012	JovemNerd	74.789	No fim do vídeo aparecem links, colocados pelo produtor, que ao serem clicados remetem a outros vídeos do canal.	http://www.youtube.com/watch?v=_aJwuy7QvUw&feature=b-mv
	4º	Audiovisual em português	Claudia Leitte diz que não sabe sexo do bebê: "Quero esperar até a hora do parto"	Cantora Claudia Leitte fala sobre gravidez e apresentação de programas de TV em entrevista a Revista Quem.	11/04/2012	quemonline	20.821	-	http://www.youtube.com/watch?v=iHQQwszHsmw&feature=b-mv
	5º	Audiovisual em português	Espada Gigantesca - Tesouro dos Piratas XD	Jogador VenomExtreme comenta suas ações enquanto joga.	11/04/2012	VenomExtreme	136.217	Propagando posterior ao vídeo. Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=sLTTk6qB064&feature=b-mv

18/04/2012	1º	Audiovisual em português	Adeus Formigueiro! - FormigaCraft #10	Jogador de MineCraft, RandonsPlays, comenta suas ações enquanto joga.	17/04/2012	RandonsPlays	93.688	No canto esquerdo da tela aparece o link "inscreva-se" colocado pelo autor. Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=kiVy9t0JmMA&feature=topics
	2º	Audiovisual em português	Bater um Rápido, Sem Lançamentos e Mais...	Jogador fala sobre sua vida e sobre jogos enquanto joga.	17/04/2012	BRKsEDU	31.529	Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=ccNXBpU9Ed4&feature=topics
	3º	Audiovisual em português	Neymar dança Eu Quero Tchu, Eu Quero Tchá	Jogador de futebol Neymar dança, no programa CQC da Bandeirantes, a música "Eu Quero Tchu, Eu Quero Tchá" da dupla sertaneja João Lucas e Marcelo.	16/04/2012	cqc	27.015	-	http://www.youtube.com/watch?v=L45VRwEWbU&feature=topics
	4º	Audiovisual em português	Rebeldes no Comando Mix TV - 16/04/2012 – Completo	Grupo Rebeldes é entrevistado no programa Comando da emissora MixTv.	16/04/2012	didifubuhuu	22.015	-	http://www.youtube.com/watch?v=4HcMmrP8H4s&feature=topics
	5º	Audiovisual em português	SBT: Arnold de volta nesta segunda, 18h30 (17/04/2012)	Publicidade do seriado Arnold da emissora SBT.	17/04/2012	leonardrtg	20.326	-	http://www.youtube.com/watch?v=QuHYswXBtln&feature=topics
21/04/2012	1º	Audiovisual em português	5inco Minutos – PERSONALIDADE	Vlogueira comedianta fala sobre pessoas sem personalidade e assuntos relacionados.	17/04/2012	5incominutos	163.951	-	http://www.youtube.com/watch?v=WUO36gTkTBM&feature=b-mv
	2º	Audiovisual em português	Teaser Trailer - A Saga Crepúsculo: Amanhecer - Parte 2	Publicidade da parte II do filme Amanhecer da Saga Crepúsculo.	17/04/2012	Parisfilmes	118.700	-	http://www.youtube.com/watch?v=4DL8k5hmX08&feature=b-mv
	3º	Audiovisual em português	Minissérie Rei Davi 25º Capítulo – Completo	Capítulo da Minissérie Rei Davi da emissora Record.	18/04/2012	zenildo36	45.839	-	http://www.youtube.com/watch?v=de--DXtf5N8&feature=b-mv
	4º	Audiovisual em português	SBT: Arnold de volta nesta segunda, 18h30 (17/04/2012)	Publicidade do seriado Arnold da emissora SBT.	17/04/2012	leonardrtg	23.973	-	http://www.youtube.com/watch?v=QuHYswXBtln&feature=b-mv
	5º	Audiovisual em português	Rebelde 2 - Capítulo 26 - Parte 1/4 Terça-Feira 17/04/2012 (Brasil)	Parte do capítulo da novela Rebelde 2 da emissora Record.	17/04/2012	RebeldesAllStar	22.996	-	http://www.youtube.com/watch?v=572sqOZLEto&feature=b-mv

25/04/2012	1º	Audiovisual em português	5inco Minutos – PERSONALIDADE	Vlogueira comediante fala sobre pessoas sem personalidade e assuntos relacionados.	17/04/2012	5incominutos	258.636	–	http://www.youtube.com/watch?v=WUO36gTkTBM&feature=b-mv
	2º	Audiovisual em português	Teaser Trailer - A Saga Crepúsculo: Amanhecer - Parte 2	Publicidade da parte II do filme Amanhecer da Saga Crepúsculo.	17/04/2012	Parisfilmes	151.137	–	http://www.youtube.com/watch?v=4DL8k5hmX08&feature=b-mv
	3º	Audiovisual em português	Minissérie Rei Davi 25º Capítulo – Completo	Capítulo da Minissérie Rei Davi da emissora Record.	18/04/2012	zenildo36	57.911	–	http://www.youtube.com/watch?v=de--DXtf5N8&feature=b-mv
	4º	Audiovisual em português	SBT: Arnold de volta nesta segunda, 18h30 (17/04/2012)	Publicidade do seriado Arnold da emissora SBT.	17/04/2012	leonardrtg	24.873	–	http://www.youtube.com/watch?v=QuHYswXBtnt&feature=b-mv
	5º	Audiovisual em português	Rebelde 2 - Capítulo 26 - Parte 1/4 Terça-Feira 17/04/2012 (Brasil)	Parte do capítulo da novela Rebelde 2 da emissora Record.	17/04/2012	RebeldeAllStar	25.511	–	http://www.youtube.com/watch?v=572sqOZLEto&feature=b-mv
28/04/2012	1º	Audiovisual em português	Pânico Na Band 22/04/2012 - Babi raspa o cabelo ao vivo no programa	Assistente de palco do programa televisivo Pânico na Band raspa o cabelo ao vivo no programa.	22/04/2012	gilslopespanico	381.137	–	http://www.youtube.com/watch?v=_ljx0T5wo98&feature=topics
	2º	Audiovisual em português	Muito Obrigado pelo apoio - 200.000 Inscritos!	Produtor de vídeos do canal RandonsPlays agradece às 200 mil inscrições ao canal.	23/04/2012	RandonsPlays	130.084	Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=TIWUAE0M5Eg&feature=topics
	3º	Audiovisual em português	Babi raspando o cabelo no Programa Pânico na Band - 22/04/12	Assistente de palco do programa televisivo Pânico na Band raspa o cabelo ao vivo no programa.	22/04/2012	VideoLinkBR	321.116	–	http://www.youtube.com/watch?v=DsaZh13S2cs&feature=topics
	4º	Audiovisual em português	[8/12] Pânico na Band - 22/04/2012 (Amaury Dumbo e a mulher do Marcos Paulo)	Humoristas do programa Pânico na Band da emissora Bandeirantes abordam famosos em evento.	22/04/2012	msmdelochoyt	89.699	–	http://www.youtube.com/watch?v=Dom6HNi0eHE&feature=topics
	5º	Audiovisual em português	[12/12] Pânico na Band - 22/04/2012 (Babi raspa o cabelo ao vivo)	Assistente de palco do programa televisivo Pânico na Band raspa o cabelo ao vivo no programa.	23/04/2012	msmdelochoyt	73.479	–	http://www.youtube.com/watch?v=w697HRI-VgY&feature=topics

Fonte: Elaborada pela autora.

APÊNDICE B – Tabela Geral de Dados, Mês de Maio

Tabela 2 – Tabela Geral de Dados, com dados referentes ao mês de Maio.

Fundo Entretenimento Classe Mais Vistos Hoje/Mais Populares Mês de Maio									
Data de Coleta	Ordem de Mais Populares	Suporte Documental	Título do Vídeo	Descrição do Vídeo	Data de Emissão	Emissor	Número de Visualizações	Observações	URL do Vídeo
02/05/2012	1º	Audiovisual em português	Pânico Na Band 22/04/2012 - Babi raspa o cabelo ao vivo no programa	Assistente de palco do programa televisivo Pânico na Band da emissora Bandeirantes raspa o cabelo ao vivo no programa.	22/04/2012	gilslopespanico	415.535	-	http://www.youtube.com/watch?v=_ljx0T5wo98&feature=topics
	2º	Audiovisual em português	Muito Obrigado pelo apoio - 200.000 Inscritos!	Produtor de vídeos do canal RandonsPlay agradece às 200 mil inscrições ao canal.	23/04/2012	RandonsPlays	137.401	-	http://www.youtube.com/watch?v=TIWUAE0M5Eg&feature=topics
	3º	Audiovisual em português	Babi raspando o cabelo no Programa Pânico na Band - 22/04/12	Assistente de palco do programa televisivo Pânico na Band raspa o cabelo ao vivo no programa.	22/04/2012	VideoLinkBR	356.890	-	http://www.youtube.com/watch?v=DsaZh13S2cs&feature=topics
	4º	Audiovisual em português	[8/12] Pânico na Band - 22/04/2012 (Amaury Dumbo e a mulher do Marcos Paulo)	Humoristas do programa Pânico na Band da emissora Bandeirantes abordam famosos em evento.	22/04/2012	msmdelochoyt	102.359	-	http://www.youtube.com/watch?v=Dom6HNi0eHE&feature=topics
	5º	Audiovisual em português	SKOL – Dentista	Anúncio publicitário da marca de cerveja Skol.	23/04/2012	skolweb	85.607	-	http://www.youtube.com/watch?v=A75qvcOErd0&feature=topics

05/05/2012	1º	Audiovisual em português	EternalCraft #1 - Ceifador de Vidas XD	Jogador de Eternal Craft fala sobre este jogo de computador enquanto joga.	03/05/2012	VenomExtreme	195.041	Anúncio anterior ao vídeo. Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=ZLm7doyFa6Y&feature=topics
	2º	Audiovisual em português	Especial 400 Vídeos! - Quarto Monarkiko! Produtor dos vídeos do canal RandonsPlays comemora o 400º vídeo mostrando seu quarto.	Produtor dos vídeos do canal RandonsPlays comemora a publicação do 400º vídeo mostrando seu quarto.	03/05/2012	RandonsPlays	141.018	No canto esquerdo da tela aparece o link "inscreva-se" colocado pelo autor.	http://www.youtube.com/watch?v=TbK3zwe4PqM&feature=topics
	3º	Vídeo removido pelo usuário	-	-	02/05/2012	matagaurso164	84.014	-	http://www.youtube.com/watch?v=J80YskWJAGl&feature=topics
	4º	Audiovisual em português	5inco Minutos – FOBIAS	Vlogueira fala sobre suas fobias.	03/05/2012	5incominutos	72.470	-	http://www.youtube.com/watch?v=Hyg-aS5jpQ4&feature=topics
	5º	Audiovisual em português	BLACK OPS II - Futurista!? Trailer Comentado!	Trailer comentado do jogo BLACK OPS II.	03/05/2012	BRKsEDU	46.145	Anúncio publicitário anterior ao vídeo. Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=u-ixJKwOz4&feature=topics
09/05/2012	1º	Audiovisual em português	Caverna do Dragão #1 - Com Monark e Feromonas XD	Jogadores comentam um jogo enquanto jogam.	06/05/2012	VenomExtreme	239.170	Anúncio publicitário anterior ao vídeo. Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=IWb-Yd_N28E&feature=b-mv
	2º	Audiovisual em português	Bate-Papo com o Monark em Campinas!	Monark disponibiliza um vídeo em que ele palestra em Campinas sobre o seu canal no YouTube.	06/05/2012	monarkplay	203.432	-	http://www.youtube.com/watch?v=rLRrRAcB1Uc&feature=topics
	3º	Audiovisual em português	KART!!! - Primeira Corrida no Canadá! Venci?	Produtor do vídeo fala sobre como são as corridas de Kart no Canadá mostrando uma corrida sua.	05/05/2012	BRKsEDU	80.546	No final do vídeo aparece um link colocado pelo autor que ao ser clicado remete o espectador a outra janela. Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=_63HejHmen8&feature=b-mv
	4º	Audiovisual em português	Quests e Evolução - Guild Wars 2 (Beta) Parte 2/4	Monark comenta suas jogadas enquanto joga Guild Wars 2.	06/05/2012	RandonsPlays	65.807	No canto esquerdo da tela aparece o link "inscreva-se" colocado pelo autor.	http://www.youtube.com/watch?v=NQPL75zBy54&feature=b-mv
	5º	Vídeo em português	Supostas fotos de Carolina Dieckmann nua vazam na internet 05/05/2012	Vídeo mudo com foto da atriz Carolina Dieckmann anexa ao fundo, vai passando um texto que trata sobre as fotos da atriz que vazaram na Internet.	05/05/2012	joao6928	213.406	-	http://www.youtube.com/watch?v=yXfcO0AakA&feature=b-mv

12/05/2012	1º	Audiovisual em português	[NOVO] Nissan March Homenageia os VICE-CAMPEÕES	Carro Nissan March foi considerado o Melhor Compacto 2012 pela Revista Carro (Maio/2012). Empresa Nissan ironiza derrota dos demais carros ao homenagear os segundos lugares.	11/05/2012	nissanoficial	270.744	Na parte final o espectador pode brincar com a proposta do vídeo, escolhendo uma cor de camisa de um time de futebol brasileiro para o qual os personagens do vídeo cantam o hino dos vice-campeões.	http://www.youtube.com/watch?v=XYHaYbaqYdA&feature=b-mv
	2º	Audiovisual em português	Piscina Monarkika! - Minecraft (FTB - Epi 4)	Monark, jogador de Minecraft comenta o jogo enquanto joga.	11/05/2012	RandonsPlays	121.522	Antes do início do vídeo aparece uma janela com duas opções para os usuários: assistir a um anúncio comercial antes do vídeo ou a dois anúncios durante a reprodução do vídeo. No canto esquerdo da tela aparece o link "inscreva-se" colocado pelo autor.	http://www.youtube.com/watch?v=gY_UQZ7WTeY&feature=b-mv
	3º	Audiovisual em português	Homenagem feita pra você.	Anúncio publicitário do Banco Itaú em homenagem ao Dia das Mães.	11/05/2012	BancoItaú	80.283	-	http://www.youtube.com/watch?v=BAOQf2y-dEE&feature=b-mv
	4º	Audiovisual em português	5inco Minutos - ÓDIO GRATUITO	Vlogueira fala sobre odiar pessoas sem ter motivo aparente.	10/05/2012	5incominutos	79.990	-	http://www.youtube.com/watch?v=x1sSiKstDcc&feature=b-mv
	5º	Audiovisual em português	God Of War 3: Poseidon Deus dos Mares +16	VenomExtreme, dono do canal, comenta o jogo God Of War enquanto joga.	11/05/2012	VenomExtreme	65.770	-	http://www.youtube.com/watch?v=VuccQRyyW04&feature=b-mv

16/05/2012	1º	Audiovisual em português	Super Show LACTA 100 anos	Propaganda do show em comemoração aos 100 anos da marca LACTA.	14/05/2012	lactaoficial	146.406	-	http://www.youtube.com/watch?v=X4SHfV2ROow&feature=b-mv
	2º	Audiovisual em português	Mega Master Armas! - Monark, VenomExtreme e Leon (Parte 3)	Três jogadores, donos de diferentes canais do YouTube, jogam e comentam jogo.	14/05/2012	RandonsPlays	126.750	No canto esquerdo da tela aparece o link "inscreva-se" colocado pelo autor.	http://www.youtube.com/watch?v=52hf4g3rz98&feature=b-mv
	3º	Audiovisual em português	Shadow of the Colossus: Força Tartaruga XD - Episódio 9	VenomExtreme, jogador de Shadow of the Colossus comenta o jogo enquanto joga.	14/05/2012	VenomExtreme	73.283	Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=-ZU9BYgR9il&feature=b-mv
	4º	Audiovisual em português	Comercial das tintas Suvinil com Grazi Massafera e Cauã Reymond (2012)	Propaganda da marca de tintas Suvinil protagonizada pelos atores Grazi Massafera e Cauã Reymond.	13/05/2012	cardosomassaferalima	40.726	-	http://www.youtube.com/watch?v=eu0eG9LFdml&feature=b-mv
	5º	Audiovisual em português	Dark Souls na Vida Real!?	Jogador de Dark Souls mostra ambiente real que lembra o jogo.	13/05/2012	PequenoSapeca	35.049	-	http://www.youtube.com/watch?v=NTq8K7BrM2U&feature=b-mv
19/05/2012	1º	Audiovisual em português	Patricia Poeta e Chaves no Jornal Nacional	Paródia à apresentação de Patrícia Poeta no programa Jornal Nacional da emissora Globo.	17/05/2012	Amimaminha	403.103	-	http://www.youtube.com/watch?v=eJ6jMv-BmnU&feature=topics
	2º	Audiovisual em português	Vlog em Londres - Big Ben XD	Usuários Fer0m0na e VenomExtreme, donos de canais no YouTube, em Londres.	18/05/2012	VenomExtreme	116.734	Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=rNvIMhA6Tzk&feature=topics
	3º	Audiovisual em português de Portugal	VLOG: Surpresa e Atualizações! =P	Feromonas e VenomExtreme em Londres.	17/05/2012	Fer0m0nas	105.530	Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=U41AzJgM_Xw&feature=topics
	4º	Audiovisual em português	Budweiser: The Great Preparation	Propaganda da cerveja Budweiser com o ator americano Steven Seagal e o lutador brasileiro Anderson Silva.	18/05/2012	BudBrasilOficial	95.179	-	http://www.youtube.com/watch?v=4hUDUU2GD6l&feature=topics
	5º	Audiovisual em português	5inco Minutos - TAL MÃE, TAL FILHA	Mãe e filha vlogueira dialogam comicamente.	17/05/2012	5incominutos	73.036	-	http://www.youtube.com/watch?v=Teh0KWly8o&feature=topics

23/05/2012	1º	Audiovisual em português	Rebelde 2 - Capítulo 50 - Parte 4/4 Segunda-Feira 21/05/2012 (Brasil)	Parte do capítulo da novela Rebelde 2 da emissora Record.	21/05/2012	RebeldesAllStar	23.932	-	http://www.youtube.com/watch?v=mQgdIQGid40&feature=topics
	2º	Audiovisual em português	Academia de Panicats - Buzanfudas gostosas - Panico na Band - 20/05/2012	Auxiliares de palco do Programa Pânico na Band da emissora Bandeirantes fazem testes físicos.	21/05/2012	EliBrady10	24.629	-	http://www.youtube.com/watch?v=aWZWN3rVNSY&feature=topics
	3º	Audiovisual em português	Rebelde 2 - Capítulo 50 - Parte 3/4 Segunda-Feira 21/05/2012 (Brasil)	Cenas de capítulo da novela Rebelde 2 da emissora Record.	21/05/2012	RebeldesAllStar	21.092	-	http://www.youtube.com/watch?v=3XUvQsUpECw&feature=topics
	4º	Audiovisual em português	Rebelde 2 - Capítulo 50 - Parte 1/4 Segunda-Feira 21/05/2012 (Brasil)	Parte do capítulo da novela Rebelde 2 da emissora Record.	21/05/2012	RebeldesAllStar	19.255	-	http://www.youtube.com/watch?v=RnMKseFLpY0&feature=topics
	5º	Audiovisual em português	Rebelde 2 - Capítulo 50 - Parte 2/4 Segunda-Feira 21/05/2012 (Brasil)	Parte do capítulo da novela Rebelde 2 da emissora Record.	21/05/2012	RebeldesAllStar	18.745	-	http://www.youtube.com/watch?v=iwfxAha6BTc&feature=topics

26/05/2012	1º	Audiovisual em português	Comédia MTV - Indiretas Já (24/05/2012)	Paródia dos humoristas do programa Comédia MTV da emissora MTV à canção Roda Viva apresentada por Chico Buarque e MPB-4 em festivais.	24/05/2012	TataWebsite	243.431	-	http://www.youtube.com/watch?v=PniYbDC4SOA&feature=topics
	2º	Audiovisual em português	Sai Zumbi!! Sai!! - DayZ Mod (Parte 2)	Jogador de DayZ Mod narra suas jogadas.	25/05/2012	RandonsPlays	97.204	No canto esquerdo da tela aparece o link "inscreva-se" colocado pelo autor.	http://www.youtube.com/watch?v=FMSdCWpSvow&feature=topics
	3º	Audiovisual em português de Portugal	Minecraft: Atualização Semana 21 - "Ítem de Troca, Novas Estruturas e Baú Ender!"	Jogador de Minecraft narra suas jogadas e fala de atualizações, formando um breve tutorial do jogo.	25/05/2012	Fer0m0nas	62.364	No canto inferior esquerdo o autor colocou um link que ao clicado remete o usuário para outro vídeo de sua autoria relativo ao jogo. Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=uwcNwbk9Ur0&feature=topics
	4º	Audiovisual em português	Chris Jericho chuta bandeira brasileira e corta promo	Lutador norte-americano chuta bandeira do Brasil dentro do ringue e irrita espectadores.	25/05/2012	Y2JLeoNeves	56.718	-	http://www.youtube.com/watch?v=Q0iJLWVA_3o&feature=topics
	5º	Audiovisual em português	Rebelde 2 - Capítulo 53 - Parte 4/4 Quinta-Feira 24/05/2012 (Brasil)	Cenas de capítulo da novela Rebelde 2 da emissora Record.	24/05/2012	RebeldesAllStar	23.267	-	http://www.youtube.com/watch?v=uo2cm-mpGRk&feature=topics

30/05/2012	1º	Audiovisual em português	Globo corta o "Domingão do Faustão" no meio de fala do apresentador (27/05/2012)	Emissora corta apresentador Faustão no meio de sua fala para transmissão de comercial de carro.	27/05/2012	JornalPrimeiro	200.933	-	http://www.youtube.com/watch?v=p5oiUZdcjfU&feature=topics
	2º	Audiovisual em português	JUVENTUDE TRANSVIADA	Vlogueiro comediante fala sobre a promiscuidade infantil.	28/05/2012	descealetra	180.984	No final do vídeo aparecem links para inscrição no canal e para ver mais vídeos do autor.	http://www.youtube.com/watch?v=lyz8WxVcEdo&feature=topics
	3º	Audiovisual em português	Quem é Bandido Agora? - DayZ Mod (Parte 3)	Jogador de DayZ Mod narra suas jogadas e fala sobre atualizações feitas no jogo.	28/05/2012	RandonsPlays	113.160	No canto esquerdo da tela aparece o link "inscreva-se" colocado pelo autor.	http://www.youtube.com/watch?v=CH1tDnTWct8&feature=topics
	4º	Audiovisual em português	Brasil Poderá Descriminalizar o Uso De Drogas - 28/05/2012	Comissão de juristas do Senado aprova, por maioria, a descriminalização do porte de drogas para uso pessoal e para plantio de pequenas quantidades. O tráfico continua sendo crime e algumas atitudes passam a ser criminalizadas.	28/05/2012	djvdv87	109.898	-	http://www.youtube.com/watch?v=s2_21dfTZOw&feature=topics
	5º	Audiovisual em português	Jorge e Mateus - A Gente Nem Ficou [Oficial]	Imagem da dupla sertaneja Jorge e Mateus anexa ao fundo enquanto toca a música "A Gente Nem Ficou".	28/05/2012	SoSertanejo10	56.398	-	http://www.youtube.com/watch?v=Klh72h0zs0k&feature=topics

Fonte: Elaborada pela autora.

APÊNDICE C – Tabela Geral de Dados, Mês de Junho

Tabela 3 – Tabela Geral de Dados, com dados referentes ao mês de Junho.

Fundo Entretenimento I Classe Mais Vistos Hoje/Mais Populares I Mês de Junho									
Data de Coleta	Ordem de Mais Populares	Suporte Documental	Título do Vídeo	Descrição do Vídeo	Data de Emissão	Emissor	Número de Visualizações	Observações	URL do Vídeo
02/06/2012	1º	Audiovisual em português	Nissan - IPI Reduzido + Redução Nissan	Publicidade da marca de carro Nissan.	31/05/2012	nissanoficial	508.537	Durante a propaganda aparece um link que quando clicado remete o usuário ao site da empresa.	http://www.youtube.com/watch?v=ASI76-uNOwo&feature=topics
	2º	Audiovisual em português	Monark Narrador de Jogos Vorazes! – Minecraft	Jogador de Minecraft narra suas jogadas.	31/05/2012	RandonsPlays	140.546	Anúncio anterior ao vídeo. No canto esquerdo da tela aparece o link “inscreva-se” colocado pelo autor.	http://www.youtube.com/watch?v=811F7gvC_rl&feature=topics
	3º	Audiovisual em português	Faroeste Caboclo - Tributo à Legião Urbana - 30/05/2012	Emissora MTV transmite Tributo à banda Legião Urbana com ator Wagner Moura nos vocais. Neste vídeo ele canta Faroeste Caboclo.	30/05/2012	djdvd87	117.918	–	http://www.youtube.com/watch?v=IEQ7rdpKZkM&feature=topics
	4º	Audiovisual em português	NerdOffice S03E19 - Créditos, Cinque Terre e uma torre torta (ENG SUB)	Comediantes falam sobre a imediata retirada dos créditos finais dos filmes após seu término em algumas emissoras de TV fechada e mostram cenas com comentários da viagem que fizeram à Itália.	30/05/2012	JovemNerd	70.443	–	http://www.youtube.com/watch?v=nuvwAeD5RdU&feature=topics
	5º	Audiovisual em português	Profissão: YOUTUBER	Jogador de vídeo game fala sobre si, sobre canais de outros usuários e sobre parceiros enquanto joga.	31/05/2012	BRKsEDU	62.198	O usuário BRKsEDU também é dono do canal PequenoSapeca. Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=mlgEHWpzcqI&feature=topics

06/06/2012	1º	Audiovisual em português	Nissan - IPI Reduzido + Redução Nissan	Publicidade da marca de carro Nissan.	31/05/2012	nissanoficial	1.145.205	Durante a propaganda aparece um link que quando clicado remete o usuário ao site da empresa.	http://www.youtube.com/watch?v=ASl76-uNOwo&feature=topics
	2º	Audiovisual em português	Dor de Mãe Novo Clipe do PSI	Videoclipe da música Dor de Mãe do cantor Psirico.	30/05/2012	PsiricoOficial	358.510	-	http://www.youtube.com/watch?v=RYNqo04pWFo&feature=topics
	3º	Audiovisual em português	Faroeste Caboclo - Tributo à Legião Urbana - 30/05/2012	Emissora MTV transmite Tributo à banda Legião Urbana com ator Wagner Moura nos vocais. Neste vídeo ele canta Faroeste Caboclo.	30/05/2012	djdvd87	207.968	-	http://www.youtube.com/watch?v=IEQ7rdpKZkM&feature=topics
	4º	Audiovisual em português	Monark Narrador de Jogos Vorazes! – Minecraft	Jogador de Minecraft narra suas jogadas.	31/05/2012	RandonsPlays	199.150	Anúncio anterior ao vídeo. No canto esquerdo da tela aparece o link “inscreva-se” colocado pelo autor.	http://www.youtube.com/watch?v=811F7gvC_rl&feature=topics
	5º	Audiovisual em português	NerdOffice S03E19 - Créditos, Cinque Terre e uma torre torta (ENG SUB)	Comediantes falam sobre a imediata retirada dos créditos finais dos filmes após seu término em algumas emissoras de TV fechada e mostram cenas com comentários da viagem que fizeram à Itália.	30/05/2012	JovemNerd	96.455	-	http://www.youtube.com/watch?v=nuvwAeD5RdU&feature=topics

09/06/2012	1º	Audiovisual em português	5inco Minutos - DIADOS NAMORADOS!	Vlogueira comediante descreve estereótipos de casais.	07/06/2012	5incominutos	184.166	No final do vídeo aparecem links para inscrição no canal e para ver mais vídeos do canal.	http://www.youtube.com/watch?v=uTYI-bZGuEQ&feature=b-mv
	2º	Audiovisual em português	Rebelde 2 - Capítulo 62 - Parte 1/4 Quarta-Feira 06/06/2012 (Brasil)	Cenas de capítulo da novela Rebelde 2 da emissora Record.	06/06/2012	RebeldesAllStar	34.193	-	http://www.youtube.com/watch?v=Mv4nJPq2nsw&feature=b-mv
	3º	Audiovisual em português	Rebelde 2 - Capítulo 62 - Parte 2/4 Quarta-Feira 06/06/2012 (Brasil)	Parte do capítulo da novela Rebelde 2 da emissora Record.	06/06/2012	RebeldesAllStar	24.535	-	http://www.youtube.com/watch?v=nEvZu8RcoJU&feature=topics
	4º	Audiovisual em inglês sem legenda	Mendigo do Resident Evil 6	Comediante faz propaganda do jogo/filme Residente Evil.	07/06/2012	PequenoSapeca	23.403	-	http://www.youtube.com/watch?v=l0kvgiFYwsA&feature=topics
	5º	Audiovisual em português	Rebelde 2 - Capítulo 63 - Parte 2/3 Quinta-Feira 07/06/2012 (Brasil)	Parte do capítulo da novela Rebelde 2 da emissora Record.	07/06/2012	RebeldesAllStar	21.886	-	http://www.youtube.com/watch?v=L0pdZ_5Xyb8&feature=topics

13/06/2012	1º	Audiovisual em português	Minecraft: Venom e os Aventureiros - Multiplayer #8 - O Grande	Jogador de Minecraft narra suas jogadas.	12/06/2012	VenomExtreme	144.465	Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=icfy35qVnPU&feature=topics
	2º	Audiovisual em português	Conheça o LG Optimus L3 com o Thiaguinho	Anúncio publicitário da marca LG com cantor Thiaguinho.	11/06/2012	LGdoBrasil	94.666	-	http://www.youtube.com/watch?v=mNnlbGRpMRc&feature=topics
	3º	Audiovisual em português	5inco Minutos - "EU SOU MESMO PIRIGUETE" (PARÓDIA)	Paródia musical ao estilo de vida de algumas mulheres.	12/06/2012	5incominutos	79.119	No final do vídeo aparecem links para inscrição e para ver mais vídeos do canal.	http://www.youtube.com/watch?v=PPBCZVe7DD0&feature=topics
	4º	Audiovisual em português	Rebelde 2 - Capítulo 65 - Parte 1/4 Segunda-Feira 11/06/2012 (Brasil)	Parte do capítulo da novela Rebelde 2 da emissora Record.	11/06/2012	RebeldesAllStar	38.391	-	http://www.youtube.com/watch?v=CVumqTx7ixo&feature=topics
	5º	Audiovisual em português	MW3 ao vivo - Só de 12 (ou não)	Usuário narra suas jogadas enquanto joga Modern Warfare 3.	11/06/2012	marciobandit	20.836	-	http://www.youtube.com/watch?v=WXhRrdLppjA&feature=topics

16/06/2012	1º	Audiovisual em português	5inco Minutos - "EU SOU MESMO PIRIGUETE" (PARÓDIA)	Paródia musical ao estilo de vida de algumas mulheres.	12/06/2012	5incominutos	898.017	No final do vídeo aparecem links para inscrição no canal e para ver mais vídeos do canal. Vídeo patrocinado.	http://www.youtube.com/watch?v=PPBCZVe7DD0&feature=topics
	2º	Audiovisual em português de Portugal	Heavy Rain: A Luta! #4	Usuário joga Heavy Rain e faz comentários.	13/06/2012	Fer0m0nas	51.338	Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=mDYB7rO5SQ8&feature=topics
	3º	Audiovisual em português	Destino: Canada - 5 MESES!!! (Parte 9)	Usuário BRKsEDU fala sobre sua vida no Canadá.	13/06/2012	BRKsEDU	47.435	Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=gTJIKL7hpUE&feature=topics
	4º	Audiovisual em português	Rebelde 2 - Capítulo 66 - Parte 1/4 Terça-Feira 12/06/2012 (Brasil)	Cenas do capítulo da novela Rebelde 2 da emissora Record.	12/06/2012	RebeldesAllStar	36.278	-	http://www.youtube.com/watch?v=H6S9J0_nsDc&feature=topics
	5º	Audiovisual em português	Making of - Anderson Silva	Making of do ensaio fotográfico do lutador Anderson Silva, caracterizado como Michael Jackson, para a revista Rolling Stone.	13/06/2012	RollingStoneBrasil	37.064	-	http://www.youtube.com/watch?v=wD5F4wmEdJs&feature=topics

20/06/2012	1º	Audiovisual em inglês sem legenda	Katy Perry - Wide Awake	Clipe da música Wide Awake da cantora Katy Perry.	18/06/2012	KatyPerryVEVO	3.118.003	Anúncio publicitário anterior ao vídeo.	http://www.youtube.com/watch?v=k0BWLvnBmIE&feature=topics
	2º	Audiovisual em português	Superfície pela Microsoft	Propaganda da empresa Microsoft.	18/06/2012	superfície	3.562.319	-	http://www.youtube.com/watch?v=dpzu3HM2Clb&feature=topics
	3º	Audiovisual em português	NerdPlayer 31 - Marvel: Ultimate Alliance 2 - Xô, Capitão!	Jogador Nerd apresenta o jogo Marvel: Ultimate Alliance 2, jogares comentam suas ações enquanto jogam.	18/06/2012	JovemNerd	85.616	No final do vídeo aparecem links para inscrição e para ver mais vídeos do canal.	http://www.youtube.com/watch?v=tJEYdDD8MhQ&feature=topics
	4º	Audiovisual em português	Qual o time desses gandas?	Gandas comemoram o gol do time adversário.	18/06/2012	sobre11	70.970	-	http://www.youtube.com/watch?v=jUTvqmKq0Vc&feature=topics
	5º	Audiovisual em português	Mundo Canibal Terror 8	Diversas cenas engraçadas com narração.	18/06/2012	OficialMundoCanibal	107.158	-	http://www.youtube.com/watch?v=Sw27c5ugqE0&feature=topics

23/06/2012	1º	Audiovisual em português	Homem tem convulsão durante o "Programa do Gugu" (17/06/2012)	Durante apresentação no Programa do Gugu da emissora Record dançarino tem convulsão.	17/06/2012	JornalPrimeiro	917.893	-	http://www.youtube.com/watch?v=fDRMn90047M&feature=topics
	2º	Audiovisual em português	Google+ Hangouts On Air - A fama nunca foi tão democrática	Propaganda de uma nova ferramenta do Google.	18/06/2012	googlebrasil	245.870	-	http://www.youtube.com/watch?v=7e-zcVCMAAk&feature=topics
	3º	Audiovisual em português	POKIMÃO - Jigglypuff Vs Justin Bieber	Paródia ao desenho japonês Pokémon e ao cantor Justin Bieber.	17/06/2012	programagalofrito	112.697	No final do vídeo aparecem links para inscrição e para ver mais vídeos do canal.	http://www.youtube.com/watch?v=5qjLfJOuVPw&feature=topics
	4º	Audiovisual em português	Fanta Transparente e Trilha de Bike!	Usuário fala sobre suas experiências no Canadá.	18/06/2012	PequenoSapeca	44.237	-	http://www.youtube.com/watch?v=t51Vxvujv_s&feature=topics
	5º	Audiovisual em português	Dançarino tem ataque epilético ao vivo no programa do GUGU 17-06-2012 - Original em HD	Durante apresentação no Programa do Gugu da emissora Record dançarino tem convulsão.	17/06/2012	josemarcalsjr	42.131	-	http://www.youtube.com/watch?v=0SPa2LrJM5s&feature=topics

30/06/2012	1º	Audiovisual em português	DayZ Mais Difícil do que nunca!	Usuário Monark joga DayZ narrando suas ações.	29/06/2012	RandonsPlays	89.674	Antes do início do vídeo aparece uma janela com duas opções para os usuários: assistir a um anúncio comercial antes do vídeo ou a dois anúncios durante a reprodução do vídeo. No canto esquerdo da tela aparece o link "inscreva-se" colocado pelo autor.	http://www.youtube.com/watch?v=wtgrHz8309g&feature=topics
	2º	Audiovisual em português	BossCraft: Caçador de Múrias - Minecraft XD	Jogador de Minecraft narra suas ações enquanto joga.	28/06/2012	VenomExtreme	188.003	Antes do início do vídeo aparece uma janela com duas opções para os usuários: assistir a um anúncio comercial antes do vídeo ou a dois anúncios durante a reprodução do vídeo. Vídeo patrocinado pela Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=FR9pz02ezek&feature=topics
	3º	Audiovisual em inglês sem legendas	UFC 148 Silva vs. Sonnen 2 Primetime TEASER	Chamada da luta Silva vs. Sonnen do UFC.	28/06/2012	mixedmart1alarts	203.682	-	http://www.youtube.com/watch?v=3v3kCLKPlrQ&feature=topics
	4º	Audiovisual em português	God Of War 3: Escapando do Inferno +16	Usuário VenomExtreme joga God Of War 3 e narra suas ações.	29/06/2012	VenomExtreme	80.498	Antes do início do vídeo aparece uma janela com duas opções para os usuários: assistir a um anúncio comercial antes do vídeo ou a dois anúncios durante a reprodução do vídeo. Vídeo patrocinado pela Machinima.	http://www.youtube.com/watch?v=JW-KXOuD9ls&feature=topics
	5º	Audiovisual em português	Feliz Dia do Dublador	Homenagem ao Dia do Dublador.	29/06/2012	canalparafernha	59.606	No final do vídeo aparecem links para ver mais vídeos do canal. Vídeo patrocinado.	http://www.youtube.com/watch?v=AmEbYhJxwA&feature=topics

Fonte: Elaborada pela autora.

APÊNDICE D – Prevendo necessidades: possibilidades de descritores que busquem pelos vídeos mais populares (Abril)

Tabela 4 – Tabela Prevendo necessidades: possibilidades de descritores que busquem pelos vídeos mais populares (Abril)

PREVENDO NECESSIDADES: POSSIBILIDADES DE DESCRITORES QUE BUSQUEM PELOS VÍDEOS MAIS POPULARES (ABRIL)	
Briga	Cinema
Briga na TV	Jogos
Programa de TV	Jogador
Emissora de TV	Narração/comentários durante jogos
Band	Apresentação de programa de TV
SBT	Comediante
Record	Humor
MixTV	Agradecimentos
Televisão	Número de inscrições no canal YT
Programa Pânico na Band	Comemoração
Assistente de palco	Casal
Programa Agora é Tarde	Casal se beijando
Jogo Minecraft	Flagra
Novela	Entrevista
Vidas em Jogo	Revista QUEM
Rebeldes	Cláudia Leitte
Novela Rebeldes	Gravidez
Minissérie	Neymar
Rei Davi	Programa CQC
Canal do YT	Temas Nerds
Anúncio Publicitário	Música
Programa Arnold	Música Sertaneja
Seriado de comédia	Dupla Sertaneja
Filme Amanhecer	Internet
Saga Crepúsculo	Celebridades
Comédia	Pessoas sem personalidade
Trailer	Vlog
TOTAL DE DESCRITORES: 54	

Fonte: Elaborada pela autora.

APÊNDICE E - Prevendo necessidades: possibilidades de descritores que busquem pelos vídeos mais populares (Maio)

Tabela 5 – Tabela Prevendo necessidades: possibilidades de descritores que busquem pelos vídeos mais populares (Maio)

PREVENDO NECESSIDADES: POSSIBILIDADES DE DESCRITORES QUE BUSQUEM PELOS VÍDEOS MAIS POPULARES (MAIO)	
Programa de TV	Chico Buarque
Televisão	MPB-4
Emissora de TV	Festival de Música
Band	Canção Roda Viva
Record	Postagem de vídeo
Globo	Corridas
MTV	Corridas de Kart
Programa Pânico na Band	Corridas de Kart no Canadá
Assistente de palco	Canadá
Raspar cabelo	Corredor
Agradecimentos	Nudez
Canal YT	"Caiu na Rede"
Inscrições no canal YT (número de)	Fotografias
Novela	Fotografia Eróticas
Novela Rebeldes 2	Paródia
Testes Físicos	Programa Jornal Nacional
Sensualidade	Apresentação de programa de TV
Humor	Patrícia Poeta
Humoritas	Promiscuidade infantil
Comediantes	Vlog
Minecraft	Porte de drogas
Eternalcraft	Comissão de Juristas do Senado brasileiro
Jogos	Senado brasileiro
Jogador	Descriminalização do porte de drogas
Narração/comentários durante jogos	Tráfico de drogas
Jogo DayZMod	Aprovação
Jogo God of War	Reprovação
Anúncio Publicitário	Criminalização de atitudes
Trailer	Dark Souls
Cerveja	Ambiente real/virtual
Skol	Marca de carro
Budweiser	Vencedores
Celebridades	Perdedores
Celebridades do YT	Prêmio Melhor Compacto 2012
Eventos de Celebridades	Revista Carro
Banco	Lutador norte-americano
Itaú	Bandeira do brasil

Dia das Mães	Espectadores irritados
Palestra	Provocação
Comediantes	Udo de drogas
Comédia	Faustão
Play Station 2	Interrupção de programa
Jogo Shadow of the Colossus	Parentesco
Marca de Tintas	Mãe
Marca de produtos alimentícios	Filha
LACTA	Conversa entre mãe e filha
Suvinil	Londres
Grazi Massafera	Viagem
Cauã Raymond	Usuários do YT em viagem
Jorge e Mateus	Amigos
Dupla Sertaneja	Stevem Seagal
Música Sertaneja	Anderson Silva
Música	Disputa
Quarto	Luta
Comemoração	Sentimentos
Show	Ódio
Amor	Tutorial de jogo
Programa Comédia MTV	Atualização de jogo
TOTAL DE DESCRITORES: 116	

Fonte: Elaborada pela autora.

APÊNDICE F – Prevendo necessidades: possibilidades de descritores que busquem pelos vídeos mais populares (Junho)

Tabela 6 – Tabela Prevendo necessidades: possibilidades de descritores que busquem pelos vídeos mais populares (Junho)

PREVENDO NECESSIDADES: POSSIBILIDADES DE DESCRITORES QUE BUSQUEM PELOS VÍDEOS MAIS POPULARES (JUNHO)	
Programa de TV	Dublador
Televisão	Canção Wide Awake
Novela	Katy Perry
Rebeldes 2	Cantora norte-americana
Emissora de TV	Música norte-americana
Record	Microsoft
MTV	Temas Nerds
Legião Urbana	Jogos Marvel
Wagner Moura	Marvel: Ultimate Alliance 2
Tributo à Legião Urbana	Marvel
Canção Faroeste Caboclo	Google(publicidade)
Música	Ferramenta do Google
Jogos	Paródia
Jogadores	"Piriquetes"
Narração/comentários durante jogos	Tipo de mulher
God of War 3	Justin Bieber
Minecraft	Pokémon
Modern Warfare	Anime
Heavy Rain	Desenho animado
Marca de carro	Itália
Vencedores	Viagem
Perdedores	Amigos
Prêmio Melhor Compacto 2012	Créditos de filmes
Revista Carro	TV fechada
Cantor Psirico	Canais de TV fechada
Canção Mãe	Clipe musical
Cantor brasileiro Thiaguinho	Anúncio Publicitário
LG	Lutadores

Making of	Luta
Ensaio fotográfico	Artes marciais mistas
Anderson Silva	Chael Sonnen
Caracterização de Michael Jackson	Paródia musical
Michael Jackson	Comédia
Revista Rolling Stone	Comediantes
Lutador brasileiro	Humor
Gandula	Filmes
Gol	Canais do YouTube
Times de futebol	Parceiros
Time adversário	Revista
Futebol	Tipos de casais
Convulsão	Casais
Dançarino	Vlog
Apresentação de dançarinos	Comemoração
Programa do Gugu	Celebridades
Canadá	Caracterização
Vida no Canadá	Cenas engraçadas
Experiências em outro país	Comentários nas cenas engraçadas
Dia do Dublador	Homenagem
TOTAL DE DESCRITORES: 96	

Fonte: Elaborada pela autora.

APÊNDICE G – Tabelas do mês de Abril compostas a partir da retirada de dados da Tabela Geral de Dados

Tabela 7– Total de vezes que o emissor apareceu em Abril

TOTAL DE VEZES QUE O EMISSOR APARECEU EM ABRIL		
Emissores	Total de aparições por usuário	Total de aparições por usuário (%)
VenomExtreme	3	7,5
VideoLinkBR	1	2,5
1vezrafacortez	2	5
5incominutos	2	5
Amanda Carvalho	1	2,5
BRKsEDU	1	2,5
cqc	1	2,5
didifubuhuu	1	2,5
emersonambrosio	2	5
felipeneto	1	2,5
gilslopespanico	1	2,5
JovemNerd	1	2,5
leonardrtg	3	7,5
monarkplay	2	5
msmdelochoyt	2	5
Parisfilmes	2	5
quemonline	1	2,5
RandonsPlays	6	15
RebeldesAllStar	2	5
TudoTeenTV	3	7,5
zenildo36	2	5
TOTAL	40	100

Fonte: Elaborada pela autora.

Tabela 8 – Quantidade de vídeos que apareceram por data de emissão em Abril

QUANTIDADE DE VÍDEOS QUE APARECERAM POR DATA DE EMISSÃO EM ABRIL		
Data de Emissão	Quantidade de aparições	Quantidade de aparições (%)
29/03/2012	6	15
30/03/2012	4	10
09/04/2012	4	10
10/04/2012	1	2,5
11/04/2012	5	12,5
16/04/2012	2	5
17/04/2012	11	27,5
18/04/2012	2	5
22/04/2012	3	7,5
23/04/2012	2	5
TOTAL	40	100

Fonte: Elaborada pela autora.

Tabela 9 – Análise de observações nos vídeos do mês de Abril

ANÁLISE DE OBSERVAÇÕES NOS VÍDEOS DO MÊS DE ABRIL			
Observações	Patrocinado	Possibilidade de Interatividade	Anúncio Publicitário
Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	X		
Anúncio publicitário anterior ao vídeo. Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	X		
Anúncio publicitário anterior ao vídeo.			X
No canto esquerdo da tela aparece o link “inscreva-se” colocado pelo autor. Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	X	X	
No fim do vídeo aparecem links, colocados pelo produtor, que ao serem clicados remetem a outros vídeos do canal.		X	
No fim do vídeo aparecem links, colocados pelo produtor, que ao serem clicados remetem a outros vídeos do canal.		X	
Propagando posterior ao vídeo. Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	X		X
No canto esquerdo da tela aparece o link “inscreva-se” colocado pelo autor. Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	X	X	
Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	X		
Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	X		
TOTAL	7	4	2

Fonte: Elaborada pela autora.

Tabela 10 – Somatório de visualizações por emissor do mês de Abril

SOMATÓRIO DE VISUALIZAÇÕES POR EMISSOR DO MÊS DE ABRIL	
Emissor	Total de visualizações por emissor
1vezrafacortez	2.335.157
VenomExtreme	486.946
RandonsPlays	708.007
emersonambrosio	129.057
monarkplay	82.202
Amanda Carvalho	138.259
TudoTeenTV	160.577
felipeneto	276.358
JovemNerd	74.789
quemonline	20.821
BRKsEDU	31.529
cqc	27.015
didifubuhuu	22.015
leonardrtg	24.873
5incominutos	258.636
Parisfilmes	151.137
zenildo36	57.911
RebeldesAllStar	25.511
gilslopespanico	381.137
VideoLinkBR	321.116
msmdelochoyt	163.178

Fonte: Elaborada pela autora.

Tabela 11 – Temáticas mais frequentes e mais acessadas de Abril

TEMÁTICAS MAIS FREQUENTES E MAIS ACESSADAS DE ABRIL			
Assunto	Quant. de vezes que apareceu em 1º lugar	Quant. de vezes que apareceu em 1º lugar (%)	Número total de visualizações
Televisão	3	37,5	2.716.294
Celebridade	1	12,5	138.259
Jogos	2	25	196.292
Vlog	2	25	258.636
TOTAL	8	100	

Fonte: Elaborada pela autora.

APÊNDICE H– Tabelas do mês de Maio compostas a partir da retirada de dados da Tabela Geral de Dados

Tabela 12 – Total de vezes que o emissor apareceu em Maio

TOTAL DE VEZES QUE O EMISSOR APARECEU EM MAIO		
Emissores	Total de aparições por usuário	Total de aparições por usuário (%)
5incominutos	3	7
Amimaminha	1	2
Bancoltau	1	2
BRKsEDU	2	4
BudBrasilOficial	1	2
cardosomassaferalia	1	2
descealetra	1	2
djdvd87	1	2
EliBrady10	1	2
Fer0m0nas	2	4
gilslopespanico	1	2
joao6928	1	2
JornalPrimeiro	1	2
lactaoficial	1	2
matagaurso164	1	2
monarkplay	1	2
msmdelochoyt	1	2
nissanoficial	1	2
PequenoSapeca	1	2
RandonsPlays	7	16
RebeldesAllStar	5	11
Skolweb	1	2
SoSertanejo10	1	2
TataWebsite	1	2
VenomExtreme	5	11
VideoLinkBR	1	2
Y2JLeoNeves	1	2
TOTAL	45	100

Fonte: Elaborada pela autora.

Tabela 13 – Quantidade de vídeos que apareceram por data de emissão em Maio

QUANTIDADE DE APARIÇÕES POR DATA DE EMISSÃO EM MAIO		
Data de Emissão	Quantidade de aparições	Quantidade de aparições (%)
22/04/2012	3	7
23/04/2012	2	4
02/05/2012	1	2
03/05/2012	4	9
05/05/2012	2	4
06/05/2012	3	7
10/05/2012	1	2
11/05/2012	4	9
13/05/2012	2	4
14/05/2012	3	7
17/05/2012	3	7
18/05/2012	2	4
21/05/2012	5	11
24/05/2012	2	4
25/05/2012	3	7
27/05/2012	1	2
28/05/2012	4	9
TOTAL	45	100

Fonte: Elaborada pela autora.

Tabela 14 – Análise de observações nos vídeos do mês de Maio

ANÁLISE DE OBSERVAÇÕES NO MÊS DE MAIO			
Observações	Patrocinado	Possibilidade de Interatividade	Anúncio Publicitário
Anúncio anterior ao vídeo. Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	X		X
No canto esquerdo da tela aparece o link “inscreva-se” colocado pelo autor.		X	
Anúncio publicitário anterior ao vídeo. Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	X		X
Anúncio publicitário anterior ao vídeo. Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	X		X
No final do vídeo aparece um link colocado pelo autor que ao ser clicado remete o espectador a outra janela. Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	X	X	
No canto esquerdo da tela aparece o link “inscreva-se” colocado pelo autor.		X	
Na parte final o espectador pode brincar com a proposta do vídeo, escolhendo uma cor de camisa de um time de futebol brasileiro para o qual os personagens do vídeo cantam o hino dos vice-campeões.		X	
Antes do início do vídeo aparece uma janela com duas opções para os usuários: assistir a um anúncio comercial antes do vídeo ou a dois anúncios durante a reprodução do vídeo. No canto esquerdo da tela aparece o link “inscreva-se” colocado pelo autor.		X	X
No canto esquerdo da tela aparece o link “inscreva-se” colocado pelo autor.		X	
Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	X		
Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	X		
Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	X		

No canto esquerdo da tela aparece o link “inscreva-se” colocado pelo autor.		X	
No canto inferior esquerdo o autor colocou um link que ao clicado remete o usuário para outro vídeo de sua autoria relativo ao jogo. Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.			
No final do vídeo aparecem links para inscrição no canal e para ver mais vídeos do autor.		X	
No canto esquerdo da tela aparece o link “inscreva-se” colocado pelo autor.		X	
TOTAL	7	9	4

Fonte: Elaborada pela autora.

Tabela 15 – Somatório de visualizações por emissor do mês de Maio

SOMATÓRIO DE VISUALIZAÇÕES POR EMISSOR DO MÊS DE MAIO	
Emissor	Total de visualizações por emissor
gilslopespanico	415.535
RandonsPlays	802.862
VideoLinkBR	356.890
msmdelochoyt	102.359
skolweb	85.607
VenomExtreme	689.998
matagaurso164	84.014
5incominutos	255.496
BRKsEDU	126.961
monarkplay	203.432
joao6928	213.406
nissanoficial	270.744
Bancoltau	80.283
lactaoficial	146.406
cardosomassaferalima	40.726
PequenoSapeca	35.049
Amimaminha	403.103
Fer0m0nas	167.894
BudBrasilOficial	95.179
RebeldesAllStar	106.291
EliBrady10	24.629
TataWebsite	243.431
Y2JLeoNeves	56.718
JornalPrimeiro	200.933
descealetra	180.984
djdvd87	109.898
SoSertanejo10	56.398

Fonte: Elaborada pela autora.

Tabela 16 – Temáticas mais frequentes e mais acessadas de Maio

TEMÁTICAS MAIS FREQUENTES E MAIS ACESSADAS DE MAIO			
Assunto	Quant. de vezes que apareceu em 1º lugar	Quant. de vezes que apareceu em 1º lugar (%)	Número total de visualizações
Televisão	5	56	1.286.934
Jogos	2	22	434.211
Publicidade	2	22	417.150
TOTAL	9	100	

Fonte: Elaborada pela autora.

APÊNDICE I – Tabelas do mês de Junho compostas a partir da retirada de dados da Tabela Geral de Dados

Tabela 17 – Total de vezes que o emissor apareceu em Junho

TOTAL DE VEZES QUE O EMISSOR APARECEU EM JUNHO		
Emissores	Total de aparições por usuário	Total de aparições por usuário (%)
nissanoficial	2	5
5incominutos	3	7,5
BRKsEDU	2	5
canalparafernalha	1	2,5
djdvd87	2	5
Fer0m0nas	1	2,5
googlebrasil	1	2,5
JornalPrimeiro	1	2,5
josemarcalsjr	1	2,5
JovemNerd	3	7,5
KatyPerryVEVO	1	2,5
LGdoBrasil	1	2,5
marciobandit	1	2,5
mixedmart1alarts	1	2,5
OficialMundoCanibal	1	2,5
PequenoSapeca	2	5
programagalofrito	1	2,5
PsiricoOficial	1	2,5
RandonsPlays	3	7,5
RebeldesAllStar	5	12,5
RollingStoneBrasil	1	2,5
sobre11	1	2,5
Superfície	1	2,5
VenomExtreme	3	7,5
TOTAL	40	100

Fonte: Elaborada pela autora.

Tabela 18– Quantidade de vídeos que apareceram por data de emissão em Junho

QUANTIDADE DE APARIÇÕES POR DATA DE EMISSÃO EM JUNHO		
Data de Emissão	Quantidade de aparições	Quantidade de aparições (%)
30/05/2012	5	12,5
31/05/2012	5	12,5
06/06/2012	2	5
07/06/2012	3	7,5
11/06/2012	3	7,5
12/06/2012	4	10
13/06/2012	3	7,5
17/06/2012	3	7,5
18/06/2012	7	17,5
28/06/2012	2	5
29/06/2012	3	7,5
TOTAL	40	100

Fonte: Elaborada pela autora.

Tabela 19 – Análise de observações nos vídeos do mês de Junho

ANÁLISE DE OBSERVAÇÕES NO MÊS DE JUNHO			
Observações	Patrocinado	Possibilidade de Interatividade	Anúncio Publicitário
Durante a propaganda aparece um link que quando clicado remete o usuário ao site da empresa.		X	
Anúncio anterior ao vídeo. No canto esquerdo da tela aparece o link “inscreva-se” colocado pelo autor.		X	X
Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	X		
No final do vídeo aparecem links para inscrição no canal e para ver mais vídeos do canal. Vídeo patrocinado.	X	X	
Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	X		
No final do vídeo aparecem links para inscrição e para ver mais vídeos do canal. Vídeo patrocinado.	X	X	
Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	X		
Vídeo patrocinado pela empresa Machinima.	X		
Anúncio publicitário anterior ao vídeo.			X
No final do vídeo aparecem links para inscrição e para ver mais vídeos do canal.		X	
No final do vídeo aparecem links para inscrição e para ver mais vídeos do canal.		X	
Antes do início do vídeo aparece uma janela com duas opções para os usuários: assistir a um anúncio comercial antes do vídeo ou a dois anúncios durante a reprodução do vídeo. No canto esquerdo da tela aparece o link “inscreva-se” colocado pelo autor.		X	X
Antes do início do vídeo aparece uma janela com duas opções para os usuários: assistir a um anúncio comercial antes do vídeo ou a dois anúncios durante a reprodução do vídeo. Vídeo patrocinado pela Machinima.	X		X

Antes do início do vídeo aparece uma janela com duas opções para os usuários: assistir a um anúncio comercial antes do vídeo ou a dois anúncios durante a reprodução do vídeo. Vídeo patrocinado pela Machinima.	X		X
No final do vídeo aparecem links para ver mais vídeos do canal. Vídeo patrocinado.	X	X	
TOTAL	9	8	5

Fonte: Elaborada pela autora.

Tabela 20 – Somatório de visualizações por emissor do mês de Junho

SOMATÓRIO DE VISUALIZAÇÕES POR EMISSOR DO MÊS DE JUNHO	
Emissor	Total de visualizações por emissor
nissanoficial	1.145.205
RandonsPlays	288.824
djdvd87	207.968
JovemNerd	182.071
BRKsEDU	109.633
PsiricoOficial	358.510
5incominutos	1.082.183
RebeldesAllStar	155.283
PequenoSapeca	67.640
VenomExtreme	412.966
LGdoBrasil	94.666
marciobandit	20.836
Fer0m0nas	51.338
RollingStoneBrasil	37.064
KatyPerryVEVO	3.118.003
superfície	3.562.319
sobre11	70.970
OficialMundoCanibal	107.158
JornalPrimeiro	917.893
googlebrasil	245.870
programagalofrito	112.697
josemarcalsjr	42.131
mixedmart1alarts	203.682
canalparafernalha	59.606

Fonte: Elaborada pela autora.

Tabela 21 – Temáticas mais frequentes e mais acessadas de Junho

TEMÁTICAS MAIS FREQUENTES E MAIS ACESSADAS DE JUNHO			
Assunto	Quantidade de vezes que apareceu em 1º lugar	Quantidade de vezes que apareceu em 1º lugar (%)	Número de visualizações
Publicidade	1	14	1.145.205
Vlog	2	29	1.082.183
Jogos	2	29	234.139
Música	1	14	3.118.003
Televisão	1	14	917.893
TOTAL	7	100	

Fonte: Elaborada pela autora.

APÊNDICE J– Tabelas compostas a partir da análise dos dados tabelados nos três meses de coleta

Tabela 22 – Total de vezes que os emissores apareceram nos três meses de coleta.

TOTAL DE VEZES QUE OS EMISSORES APARECERAM NOS TRÊS MESES DE COLETA		
Emissores	Total de aparições por usuário	Total de aparições por usuário (%)
5incominutos	8	6,4
1vezrafacortez	2	1,6
Amanda Carvalho	1	0,8
Amimaminha	1	0,8
BancoItaú	1	0,8
BRKsEDU	5	4,0
BudBrasilOficial	1	0,8
canalparafernalha	1	0,8
cardosomassaferalima	1	0,8
cqc	1	0,8
descealetra	1	0,8
didifubuhuu	1	0,8
djdvd87	3	2,4
EliBrady10	1	0,8
emersonambrosio	2	1,6
felipeneto	1	0,8
Fer0m0nas	3	2,4
gilslopespanico	2	1,6
googlebrasil	1	0,8
joao6928	1	0,8
JornalPrimeiro	2	1,6
josemarcalsjr	1	0,8
JovemNerd	4	3,2
KatyPerryVEVO	1	0,8
lactaoficial	1	0,8
leonardrtg	3	2,4
LGdoBrasil	1	0,8
marciobandit	1	0,8
matagaurso164	1	0,8
mixedmart1alarts	1	0,8
monarkplay	3	2,4
msmdelochoyt	3	2,4
nissanoficial	3	2,4
OficialMundoCanibal	1	0,8
Parisfilmes	2	1,6

PequenoSapeca	3	2,4
programagalofrito	1	0,8
PsiricoOficial	1	0,8
quemonline	1	0,8
RandonsPlays	16	12,8
RebeldesAllStar	12	9,6
RollingStoneBrasil	1	0,8
skolweb	1	0,8
sobre11	1	0,8
SoSertanejo10	1	0,8
superfície	1	0,8
TataWebsite	1	0,8
TudoTeenTV	3	2,4
VenomExtreme	11	8,8
VideoLinkBR	2	1,6
Y2JLeoNeves	1	0,8
zenildo36	2	1,6
TOTAL	125	100

Fonte: Elaborada pela autora.

Tabela 23 – Quantidade de aparições por mês de emissão durante os três meses de coleta.

QUANTIDADE DE APARIÇÕES POR MÊS DE EMISSÃO DURANTE OS TRÊS MESES DE COLETA		
Mês de Emissão	Quantidade de aparições	Quantidade de aparições (%)
Março	10	8
Abril	35	28
Maio	50	40
Junho	30	24
TOTAL	125	100

Fonte: Elaborada pela autora.

Tabela 24 – Análise de observações nos vídeos durante os três meses de coleta.

ANÁLISE DE OBSERVAÇÕES NOS VÍDEOS DURANTE OS TRÊS MESES DE COLETA			
Total de Observações			
Meses	Patrocinado (%)	Interativo (%)	Com anúncio (%)
Abril	7 (30,4%)	4 (19%)	2 (18,2%)
Maio	7 (30,4%)	9 (42,9%)	4 (36,4%)
Junho	9 (39,1%)	8 (38,1%)	5 (45,5%)
TOTAL	23 (100%)	21	11

Fonte: Elaborada pela autora.

Tabela 25 – Somatório de visualizações por emissor durante os três meses de coleta.

SOMATÓRIO DE VISUALIZAÇÕES POR EMISSOR DURANTE OS TRÊS MESES DE COLETA	
Emissor	Total de visualizações por emissor
1vezrafacortez	2.335.157
5incominutos	1.596.315
Amanda Carvalho	138.259
Amimaminha	403.103
Bancoltau	80.283
BRKsEDU	268.123
BudBrasilOficial	95.179
canalparafernalha	59.606
cardosomassaferalima	40.726
cqc	27.015
descealetra	180.984
didifubuhuu	22.015
djdvd87	317.866
EliBrady10	24.629
emersonambrosio	129.057
felipeneto	276.358
Fer0m0nas	219.232
gilslopespanico	796.672
googlebrasil	245.870
joao6928	213.406
JornalPrimeiro	1.118.826
josemarcalsjr	42.131
JovemNerd	256.860
KatyPerryVEVO	3.118.003
lactaoficial	146.406
leonardrtg	24.873
LGdoBrasil	94.666
marciobandit	20.836
matagaurso164	84.014
mixedmart1alarts	203.682
monarkplay	285.634
msmdelochoyt	265.537
nissanoficial	1.415.949
OficialMundoCanibal	107.158
Parisfilmes	151.137
PequenoSapeca	102.689
programagalofrito	112.697
PsiricoOficial	358.510
quemonline	20.821
RandonsPlays	1.799.693

RebeldesAllStar	287.085
RollingStoneBrasil	37.064
skolweb	85.607
sobre11	70.970
SoSertanejo10	56.398
superfície	3.562.319
TataWebsite	243.431
TudoTeenTV	160.577
VenomExtreme	1.589.910
VideoLinkBR	678.006
Y2JLeoNeves	56.718

Fonte: Elaborada pela autora.

Tabela 26 – Temáticas mais frequentes e mais acessadas durante os três meses de coleta.

TEMÁTICAS MAIS FREQUENTES E MAIS ACESSADAS DURANTE OS TRÊS MESES DE COLETA			
Assunto	Quantidade de vezes que apareceu em 1º lugar	Quantidade de vezes que apareceu em 1º lugar (%)	Número de visualizações
Publicidade	3	13,6	1.562.355
Vlog	3	13,6	1.340.819
Jogos	6	27,3	864.642
Música	1	4,5	3.118.003
Televisão	8	36,4	4.921.121
Celebridade	1	4,5	138.259
TOTAL	22	100	

Fonte: Elaborada pela autora.

ANEXO A – Linha do Tempo do Youtube em ordem decrescente**2010****mai**

O YouTube excede 2 bilhões de exibições por dia

abr

A temporada da principal liga de críquete da Índia ao vivo para o mundo no YouTube

mar

O novo design da página de vídeo do YouTube foi lançado

24 horas de vídeos obtidos por upload por minuto

fev

Transmissão ao vivo global da entrevista do presidente Obama no YouTube

jan

Localizações do YouTube lançadas

2009**nov**

Lançamento em Full-HD 1080p

out

O YouTube anunciou mais de um bilhão de visualizações por dia

Transmissão ao vivo do show do U2

Primeiro negócio de rede importante assinado para transmitir TV no YouTube: canal 4

ago

Parceria de vídeos individuais lançada

jul

3D lançado

jun

Compartilhamento automático do YouTube com redes sociais e webmail lançado

mai

Upload de 20 horas de vídeos a cada minuto

abr

Lançamento de programas e filmes com centenas de filmes e milhares de episódios completos de programas de TV

mar

Negócios da Disney assinados

fev

Canal do Papa lançado

jan

Canais lançados do Congresso dos EUA e do Presidente

Os anúncios da página inicial expandiram de 1 a 7 formatos

2008

dez

HD de 720p lançada

nov

Vídeos promocionais lançados

Anúncios lançados antes da reprodução do vídeo

out

15 horas de upload de vídeos a cada minuto

A programação integral da CBS e da MGM chega ao YouTube

ago

Iniciando legendas do YouTube

jun

Recurso interativo de anotações do YouTube lançado

jun

Integração do YouTube com a TV Sony Bravia

mai

13 horas de vídeos enviados a cada minuto

abr

Sala de projeção do YouTube lançada

mar

Ferramenta de análise de Insight do YouTube lançada

jan

10 horas de vídeos obtidos por upload por minuto

2007

dez

Programa de parceria do YouTube lançado

nov

Debates com a CNN e o YouTube - Parte 2

out

Copyright tecnologia de gerenciamento, ID do conteúdo, lançado

set

Canais sem fins lucrativos lançados

ago

Anúncios InVideo lançados

jul

CNN/YouTube Debates - Parte 1

jun

YouTube para celular lançado

O YouTube é lançado em nove países

mai

Primeira ocorrência conhecida de um Rickroll

2006

out

Adquirido pela Google por US\$ 1,65 bilhão

ago

Primeiros conceitos de anúncios lançados: anúncios em vídeo participativos

jul

100M vídeo visualizações por dia; 65.000 novo vídeo uploads por dia

mai

Respostas de vídeos lançadas

mar

Programa de verificação de conteúdo lançado

2005

dez

Lançamento oficial do site (8M de vídeos exibidos por dia)

nov

O YouTube garante a primeira rodada de financiamento com a Sequoia Capital em R\$ 3,5 milhões

jun

O YouTube permite incorporações de outros sites

mai

Lançamento beta do site

abr

Primeiro vídeo enviado para o site

fev

Os fundadores registram o nome do domínio e começam a trabalhar no site

ANEXO B – Estatísticas do Youtube²⁴

Tráfego

- 60 horas de vídeo são carregadas a cada minuto, ou uma hora de vídeo é enviada ao YouTube a cada segundo.
- Mais de quatro bilhões de vídeos são vistos por dia
- Mais de 800 milhões de usuários únicos acessam o YouTube todos os meses
- Mais de 3 bilhões de horas de vídeo são assistidas a cada mês no YouTube
- Mais vídeos foram enviados para o YouTube em um mês do que a quantidade de vídeos produzidos pelas três principais emissoras dos EUA em 60 anos
- 70% do tráfego do YouTube vêm de fora dos EUA
- YouTube está localizado em 39 países e está disponível em 54 idiomas
- Em 2011, o YouTube teve mais de 1 trilhão de visualizações, ou quase 140 visualizações para cada pessoa na Terra

Programa de parceria do YouTube

- Criado em 2007, agora temos mais de 30.000 parceiros de 27 países ao redor do mundo
- Pagamos milhões de dólares por ano aos parceiros
- Centenas de parceiros estão gerando valores de seis dígitos por ano
- A receita dos parceiros aumentou mais que o dobro durante quatro anos consecutivos

Monetização

- O YouTube gera receita com mais de três bilhões de exibições por semana mundialmente
- 98 dos 100 principais anunciantes do AdAge geram campanhas no YouTube e na Rede de Display do Google
- Centenas de anunciantes estão usando TrueView in-stream e 60% de nossos anúncios in-stream são agora podem ser pulados

Métricas do produto

²⁴ Capturadas no site da marca no ano de 2012.

- Temos mais conteúdo em alta definição do que qualquer outro site de vídeos on-line
- Temos milhares de longas-metragens no YouTube
- 10% dos vídeos do YouTube estão disponíveis em alta definição
- O YouTube para celular recebe mais de 600 milhões de visualizações por dia, e o tráfego a partir de dispositivos móveis triplicou em 2011
- O player do YouTube está incorporado a dezenas de milhões de websites

ID do conteúdo

- O ID do conteúdo verifica mais de 100 anos de vídeo todos os dias
- Mais de 3.000 parceiros usam o ID do conteúdo, incluindo emissoras de TV, estúdios de cinema e gravadoras importantes
- Temos mais de oito milhões de arquivos de referência (mais de 500.000 horas de material) em nosso banco de dados de ID de conteúdo. Esse número está entre um dos mais abrangentes do mundo. O número duplicou no último ano
- Mais de um terço do total de exibições monetizadas do YouTube vem do ID do conteúdo
- Mais de 12 milhões de vídeos foram reivindicados pelo ID do conteúdo

Social

- 500 anos de vídeo do YouTube são assistidos todos os dias no Facebook e mais de 700 vídeos no YouTube são compartilhados no Twitter a cada minuto
- 100 milhões de pessoas realizam uma atividade de redes sociais no YouTube (gostam, compartilham, comentam, etc) toda semana
- Um tweet compartilhado automaticamente resulta em seis novas sessões no youtube.com.br em média, e vemos mais de 500 tweets por minuto que contêm um link do YouTube
- Milhões de inscrições são feitas diariamente. Elas permitem que você se conecte com alguém de seu interesse, seja um amigo ou a NBA, e acompanhe a atividade no site
- Mais de 50% dos vídeos no YouTube foram avaliados ou incluem comentários da comunidade
- Milhões de vídeos são adicionados como favorito todos os dias