

# CONIC SEMESP

## 17º Congresso Nacional de Iniciação Científica

**TÍTULO:** EMPREENDEDORISMO E AS MÍDIAS SOCIAIS: UM CASE SOBRE O SUCESSO DOS INFLUENCIADORES DIGITAIS

**CATEGORIA:** CONCLUÍDO

**ÁREA:** CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS

**SUBÁREA:** ADMINISTRAÇÃO

**INSTITUIÇÃO:** FACULDADE ENIAC

**AUTOR(ES):** GIOVANA BARBOSA DA FONSECA, NATALIA SANTOS DE ALMEIDA TORRES

**ORIENTADOR(ES):** JACQUES MIRANDA

**COLABORADOR(ES):** RITA DE CASSIA GOMES

Realização:

SEMESP 

Apoio:

  
UNIITALO  
CENTRO UNIVERSITÁRIO ÍTALO BRASILEIRO

## 1 RESUMO

O presente artigo tem o objetivo de explicar a respeito de empreendedores que tem se desenvolvido nas mídias sociais, esses empreendedores são os chamados influenciadores digitais, conhecidos como *Youtubers* ou *influencers*, em que a plataforma digital utilizada como meio onde eles se promovem é o *Youtube*, tendo como objetivo criar e divulgar vídeos de entretenimento ou aprendizagem em canais dentro dessa mídia social. É pretendido entender qual a melhor forma para os *Youtubers* alcançarem popularidade na mídia social e, além disso, saber o que o público no caso os seguidores pensam sobre o que é ser *Youtuber*, o que é preciso para que um canal seja desenvolvido, para que o mesmo obtenha sucesso e qual é a necessidade específica para que o *influencer* se mantenha firme e não desista de seu objetivo. Logo, além deste artigo manifestar-se sobre *Youtubers*, o essencial é entender de qual forma eles alcançam fama e sucesso.

**Palavras chave:** Empreendedorismo. Mídias sociais. *Youtube*. *Youtubers*.

## 2 INTRODUÇÃO

O empreendedorismo e as mídias sociais, é um tema que na atualidade se relaciona pelo fato de ser uma modalidade inovadora para empreendedores que pretendem alcançar o desejo de ser o dono do seu próprio negócio no mundo digital.

Os influenciadores digitais conhecidos como *Youtubers* são empreendedores que utilizam a mídia social para se autopromover, e assim influenciar toda uma geração com suas opiniões, o modo de ser e agir. Um *Youtuber* é um empreendedor, por ser um, os mesmos devem possuir uma ampla visão sobre o seu público e assim atingir a meta de ser reconhecido por seu trabalho, e ao mesmo tempo ganhar seguidores.

Segundo Reed (2012, pp. 17-18):

Há quase dois milhões de pessoas online. Algumas delas são seus clientes ideais. Se você for capaz de alcançar mesmo que uma fração muito pequena deles, você viabilizará seu negócio. A internet trouxe diversos benefícios para o modo de comercializarmos nossos produtos ou serviços.

Com a alta acessibilidade às mídias sociais, os empreendedores devem pensar em como se destacar para o seu público, de modo que os mesmos estejam satisfeitos com a divulgação e a qualidade do que lhes é oferecido. Logo, os *Youtubers* como empreendedores devem estar atentos as necessidades e opiniões de seus seguidores, pois são eles que garantem sucesso e visibilidade para seus canais.

Segundo Dornelas (2012, p.72):

As oportunidades continuam existindo como nunca na rede mundial de computadores, mas devem ser analisadas de forma criteriosa como qualquer outra oportunidade de negócio. Os empreendedores interessados em ingressar nesse ramo e negócio, jovem ou não, devem ter em mente que só o trabalho árduo e competente lhes trará a recompensa financeira e pessoal criando um ponto com do qual possam se orgulhar, gerando empregos, novas formas de fazer negócio, inovando e promovendo o crescimento do país.

A partir dessa explanação levanta-se o seguinte problema: De que forma os *Youtubers* podem alcançar a fama e o sucesso?

As hipóteses analisadas são: (I) *Youtubers* com a essência empreendedorística se importam com o sucesso e desejam alcançá-lo, mesmo que haja demasiada concorrência e a falta de popularidade, mas o que não lhes faltará é persistência. (II). Quanto maior a fama, mais eles se aperfeiçoam, para então além de sucesso ganhar dinheiro.

Sendo assim o presente estudo tem o objetivo de explicar qual a melhor maneira de conseguir eficazmente fama e sucesso para os canais, e dessa forma saber como os influenciadores digitais, conhecidos como empreendedores da mídia social, podem fazer para possuir popularidade e influência na plataforma digital.

### **3 OBJETIVOS**

Objetivo Geral deste estudo é saber como os *Youtubers* utilizam o *Youtube* para conquistar seguidores fieis, e entender o que pensam os seguidores, a respeito do que é preciso para que o canal possua sucesso.

Já os objetivos específicos são: Demonstrar o que os *influencers* pensam sobre criar um canal como forma de empreendimento; Confirmar que a qualidade e o

conteúdo dos vídeos influenciam na conquista de seguidores e Entender de que forma o canal se apresenta como plataforma desenvolvedora de aprendizagem e entretenimento.

## **4 METODOLOGIA**

Foi utilizado como metodologia de pesquisa a bibliográfica, ou seja, pesquisa de livros acadêmicos, *sites* e artigos, onde o tema representa o levantamento bibliográfico para confirmar o estudo que fora realizado. Promovendo então o embasamento teórico de tudo o que fora escrito na obra.

De acordo com Severino, (2007, p.122).

A pesquisa bibliográfica é aquela que se realiza a partir do registro disponível decorrente de pesquisas anteriores, em documentos impressos, como livros, artigos, teses etc. Utiliza-se de dados ou categorias teóricas já trabalhadas por outros pesquisadores e devidamente registrados. Os textos tornam-se fontes dos temas a serem pesquisados. O pesquisador trabalha a partir das contribuições dos autores dos estudos analíticos constantes do texto.

Para fundamento numérico foi utilizado à pesquisa quantitativa, que tem como objetivo mensurar a frequência e a intensidade, do comportamento dos indivíduos de determinado grupo, como forma para obtenção dos resultados necessários para fundamentar o problema e confirmar as hipóteses propostas, “a pesquisa quantitativa se traduz por tudo aquilo que pode ser quantificável, ou seja, irá traduzir em números as opiniões e informações para então obter a análise dos dados, e posteriormente chegar a uma conclusão”. (DUARTE, 2016).

## **5 DESENVOLVIMENTO**

### **5.1 O empreendedor**

Empreendedor pode ser entendido como um jeito, um instinto, algo que se origina da vontade de criar, inovar, ver e entender o que ninguém vê, de fato empreender é a fuga da teoria para a ação na prática. Segundo Faustino (2016): “O empreendedorismo não é certamente uma moda passageira; é algo que veio para ficar.

É uma mudança de paradigma, da forma de estar e viver as empresas, os negócios, uma forma de estar na vida, é uma questão de *lifestyle*". Com o avanço das tecnologias os empreendedores para divulgar produtos, serviços necessitavam de algo que os fizesse obter sucesso, logo a interação entre as mídias sociais e o empreendedorismo é a conexão que faltava para a expansão e divulgação de seus negócios no mundo digital.

Segundo Schumpeter (1982, p.72):

A função do empreendedor é reformar ou revolucionar o padrão de produção explorando uma invenção ou, de modo geral, um método tecnológico não experimentado para produzir um novo bem ou um bem antigo de maneira nova, abrindo uma nova fonte de suprimento de materiais ou uma nova comercialização para produtos, e organizando um novo setor.

## **5.2 O Youtube e os Youtubers**

O *Youtube* é um *site* onde são compartilhados vídeos que os usuários desenvolvem. Barbosa (2017) afirma que: "A plataforma, *Youtube*, está entre os programas digitais mais satisfatórios para se ganhar dinheiro atualmente". *Youtuber* é um empreendedor que trabalha de forma interativa com qualidade profissional, visando conquistar seguidores. "O profissional "*Youtuber*" vem ganhando reconhecimento e espaço entre os adolescentes. Isso mostra que os novos ídolos juvenis ganharam um novo perfil que não se encontra mais apenas na tv, mas em várias mídias sociais", (BARBOSA, 2017).

O *Youtuber* é um empreendedor que tem a necessidade de ser visto e ouvido, divulgar uma ideologia, logo, o *Youtube* como uma plataforma facilitadora de comunicação, onde as pessoas podem expressar suas opiniões e do mesmo modo partilhar e compartilhar histórias, faz com que em questão de segundos, pessoas vejam, divulguem fatos e acontecimentos que as entretém ou que as ensinem.

Reed (2012, p.164) afirma que:

As redes sociais funcionam para as empresas porque você pode criar conexões, desenvolver listas, produzir boca a boca e gerar confiança. Todos esses elementos são fundamentais para o sucesso do marketing online, e nada supera as redes sociais na maneira de fazer isso acontecer.

## **5.3 Qual pode ser a melhor forma para os Youtubers alcançarem a fama e o sucesso?**

### **5.3.1 Identificar qual é o público alvo**

Com o eminente desenvolvimento do *Youtube* a concorrência é maior, logo há a necessidade de o influenciador digital pensar em seus seguidores, e se antecipar aos desejos dos mesmos, pois gerar confiança não é uma tarefa fácil, e nem surgirá da noite para o dia, pelo contrário é algo que precisa ser desenvolvido diariamente.

Influenciadores digitais podem alcançar a fama, o sucesso primeiramente identificando qual o público que eles desejam atingir, “Procure se colocar no lugar das pessoas e entender a necessidade dos clientes. Desta maneira, é possível compreender os seus comportamentos para surpreendê-los, proporcionando um relacionamento que esteja dentro da sua expectativa ou, melhor ainda, além”. (DATA SYSTEM, 2015).

### **5.3.2 Expor a personalidade**

Expor a personalidade e falar sobre assuntos de acordo com o que pensa ou como age é uma forma de se relacionar verdadeiramente com seu público, criando um vínculo interpessoal. Segundo (WIKIHOW (2016).

Os espectadores conseguirão indicar, em menos de dez segundos, se você está sendo genuíno ou não. Você é engraçado, intenso ou doce e extrovertido? Independentemente de quais forem suas características únicas, exiba-as em seus vídeos. Haja em frente à câmera como se estivesse perto de familiares e amigos. Você precisa ser “você” em seus vídeos. De outra maneira, os espectadores procurarão autenticidade e entretenimento em outro lugar.

### **5.3.3 Colaboração entre *Youtubers***

Ultimamente os *influencers* tem feito uma união, onde há a cooperação mutua para trabalharem juntos, visando garantir maior popularidade e sucesso, “A colaboração entre produtores de conteúdo no *youtube* se tornou cada vez mais frequente nos últimos anos, e tem se tornado peça central da estratégia de muitos *youtubers*”, afirma Mans (2016), essa colaboração é uma forma de impacto direto em maiores níveis de audiência, popularidade logo sucesso.

### **5.3.4 Conteúdo, qualidade e dedicação**

O conteúdo abordado nos vídeos é a porta de entrada para qualquer seguidor, logo, “Se você produzir vídeos interessantes consistentemente, oferecendo conteúdo original e que sejam relevantes à vida dos espectadores, eventualmente, seu nome passará a ser reconhecido”, (WIKIHOW, 2016). Dedicção em relação a tempo, e novas idéias é imprescindível para a fidelização de seguidores. De acordo com Wikihow, (2016).

Para fazer com que as pessoas continuem voltando, você precisará atualizar seu canal frequentemente. Se possível, faça-o de maneira que as pessoas saibam que podem esperar para ver conteúdo novo em um determinado dia. Faça vídeos com qualidade alta consistente e ofereça algo original sempre.

A qualidade é um fator relevante para popularidade pois, quanto melhor o conteúdo do vídeo, o local e a iluminação do ambiente, a qualidade da câmera e a dedicação em relação a tempo, maiores são as chances de o público gostar do canal, se tornar inscrito e virar de fato seguidor.

### **5.3.5 Entretenimento e aprendizagem**

O conteúdo disponibilizado na, mídia social é diversificado, pois promove tanto o entretenimento, como a aprendizagem, nos canais do *Youtube* são disponibilizados conteúdos para todos os estilos e gostos, e para isso há *Youtubers* que escolhem qual tipo de canal pertencer, por exemplo, há canais de moda e beleza, saúde e alimentação, educação e investimentos etc. Essa diversidade faz com que o compartilhamento de informações seja constante e mutuo, pois, há um público que compartilha e ao mesmo tempo outro que adquire conhecimento. De acordo com Müller (2016):

O *Youtube*, começou a ter mais conteúdo educativo graças a sua facilidade de uso, e o fato de ter dois tipos distintos de usuário: Aqueles com conhecimento específico e vontade de compartilhá-lo, e aqueles com interesse em aprender mais sobre um determinado assunto.

Sendo assim os itens apresentados acima sugerem aos *Youtubers* o que pode ser necessário para que os mesmos sobrevivam nas mídias sociais como *influencers*, podendo obter sucesso, popularidade e fama no meio que escolheram.

## 6 RESULTADOS

A pesquisa quantitativa fora realizada através de um formulário com seis questões, disponibilizado nas mídias sociais como *Facebook*, *Whatsapp*, e *Instagram*, possuindo uma população de 176 (cento e setenta e seis) pessoas, que afirmam que para obter sucesso na mídia social é preciso criar vídeos com qualidade de conteúdo, imagem, som e as características essenciais que cada *Youtuber* deve ter é ser extrovertido, carismático, criativo, para poder ter relacionamento interpessoal com o seu público, e deve haver investimento de tempo e dinheiro para que o canal cresça.

Abaixo estão identificadas as perguntas e quais foram as respostas com maior número aceitação pelo público:

### ✓ **Questão 1 - Qual a sua faixa etária?**

Nesta questão teve como público predominante jovens de 18 a 25 anos de idade, que fora representado por uma amostra de 81 (oitenta e um) pessoas, que representa 45,8%.

### ✓ **Questão 2 - Você é um *Youtuber* ou é um seguidor?**

A questão acima questiona qual a amostra do público participante é *Youtuber* ou seguidor. Sendo, 168 (cento e sessenta e oito) pessoas seguidoras representando 95,9%, e 8 (oito) *Youtubers*, representando 4,5%.

### ✓ **Questão 3 - Qual o tipo de canal você segue ou possui?**

Questão que explana a respeito do tipo de segmento de canal que o público possui interesse, tanto em ter como em seguir. A predominância de popularidade está no segmento de Educação ou curiosidades, com 49 (quarenta e nove) pessoas representando 27,7% da população participante.

### ✓ **Questão 4 - O que te leva a seguir um canal no *Youtube*?**

No questionamento acima, ilustra o motivo pelo qual um seguidor se interessa por um canal no *Youtube*. A relevância obtida está na hipótese que relata sobre, o tipo de conteúdo abordado nos vídeos é o que mais influencia um seguidor a seguir um



canal no *Youtube*, a população amostral é de 138 (cento e trinta e oito) pessoas, representando 78,5% da população participante.

✓ **Questão 5 - O que é preciso para ser um *Youtuber*?**

Questão que representa quais são as necessidades para ser um *Youtuber*, onde é afirmado que é preciso ser divertido, carismático, inovador, deve ter conteúdo e qualidade no canal, e possuir um bom relacionamento interpessoal com o público. A população amostral é de 99 (noventa e nove) pessoas, representando 56,5% da população participante.

✓ **Questão 6 - O que é preciso para criar um canal de sucesso?**

Questão que relata quais as necessidades para um *youtuber* obter um canal de sucesso, é afirmado que é primordial disponibilizar vídeos com qualidade de conteúdo, imagem e som, possuindo população amostral de 79 (setenta e nove) pessoas, representando 45,2% da população participante.

Sendo assim, as questões e as respostas acima, confirmam quais as melhores formas para os *youtubers* alcançarem não apenas sucesso e fama, mas qualidade e fidelização de seguidores, respondendo concisamente o que fora questionado na introdução do presente artigo.

## **7 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou uma análise sobre o empreendedorismo e as mídias sociais, um case sobre o sucesso dos influenciadores digitais que são os *Youtubers*, onde o meio objetivado para obter respostas foi através do levantamento de necessidades, por meio de uma pesquisa quantitativa, a realização da mesma, teve um público participante de seguidores e *Youtubers* que puderam opinar a respeito de quais são as melhores formas para um *influencer* obter sucesso em canais no *Youtube*.

No decorrer da pesquisa identificamos que os influenciadores digitais utilizam as mídias sócias para expor pensamentos e opiniões a respeito de inúmeros assuntos, visando alcançar um público que se identifica com a sua ideologia. Com a aceitação do

público os *Youtubers* se aperfeiçoam e adquirem conhecimento para alcançar a fidelidade dos seguidores. Com o avanço das tecnologias e o livre acesso à rede mundial de computadores, é claro que o aumento de pessoas com o desejo de serem vistas, propagarem o que pensam e com o desejo de crescer, fez com que surgissem novos e mais *Youtubers*, tendo em vista que a diversidade de públicos faz com que a demanda de assuntos diversos e com qualidade seja o grande diferencial de um *Youtuber* que visa o sucesso.

Logo, ao decorrer do estudo analisado e apresentado foi possível responder o questionamento levantado acerca de quais as formas para os youtubers obterem sucesso, essa problemática foi sanada através de pesquisa bibliográfica e da pesquisa quantitativa onde foram apresentados argumentos que afirmam que *influencers* podem obter sucesso criando canais que possuam conteúdo, qualidade de imagem e som, diversidade de informações, disponibilidade de tempo e recursos financeiros, que todo *youtuber* deve possuir carisma bom relacionamento interpessoal, criatividade e inovação e por fim ele não devem pensar na monetização e lucro que os canais trarão, mas antes disso devem criar uma audiência fiel de seguidores.

Sendo assim, as afirmações apresentadas acima são as respostas para a problemática levantada, onde é reafirmado a hipótese de que *Youtubers* com a essência empreendedorística se importam com o sucesso e desejam alcançá-lo, mesmo que haja demasiada concorrência e a falta de popularidade, mas o que não lhes faltará é persistência e coragem para atingir seus objetivos. E também demonstra que são alcançados os objetivos tanto geral como específico, que em suma pretendiam saber e entender como os *Youtubers* utilizavam o *Youtube* para conquistar seguidores fieis, o que é preciso para que o canal possua sucesso e confirmam que a qualidade e o conteúdo dos vídeos influenciam na conquista de seguidores na mídia social *Youtube*

## **8 FONTES CONSULTADAS**

BARBOSA, Elson (2017) ***Youtubers os novos empreendedores digitais***. Disponível em: <https://versaobetalab.wordpress.com/2017/06/02/youtubers-os-novos-empreendedores-digitais>. Acesso em: 21 ago.2017.

DATA, System (2015). **Clientividade como um diferencial para fidelizar o público-alvo.** Disponível em: <http://www.datasystemnet.com.br/clientividade-como-um-diferencial-para-fidelizar-o-publico-alvo>. Acesso em: 24 ago.2017

DORNELAS, José. **Empreendedorismo:** Transformando ideias em negócios. 4 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2012.

DUARTE NASCIMENTO MARIA, Vânia (2016). **Pesquisa quantitativa e qualitativa.** Disponível em: <http://monografias.brasilecola.uol.com.br/regras-abnt/pesquisa-quantitativa-qualitativa.htm> Acesso em: 23 ago.2017.

FAUSTINO, Paulo (2016). **Millennials O Novo Empreendedorismo E Marketing Digital.** Disponível em: <https://www.paulofaustino.com/millennials-novo-empreendedorismo-marketing-digital>. Acesso em: 21 ago.2017

SEVERINO, Antônio. **Metodologia do trabalho científico.** 23 ed. São Paulo: Cortez, 2007.

MANS, Matheus (2016). **Nos vídeos do YouTube, a união faz a força.** Disponível em: <http://www.meon.com.br/variedades/variedades/nos-videos-do-youtube-a-uniao-faz-a-forca>. Acesso em: 24 ago.2017.

MÜLLER, Guilherme (2016). **Youtube Como Ferramenta De Aprendizagem.** Disponível em: <https://medium.com/tend%C3%A2ncias-digitais/youtube-como-ferramenta-de-aprendizado-765a314320f>. Acesso em: 24 ago.2017

REED, Jon. **Marketing online:** Como usar sites, blogs, redes sociais e muito mais. 1 ed. São Paulo: Lafonte, 2012, p.17.

SCHUMPETER, Joseph. **The Theory of Economic Development.** 1 ed. Oxford, Oxford University Press, 1978, p.72.

WIKIHOW, (2016). **Como se tornar famoso no Youtube.** Disponível em: <http://pt.wikihow.com/Se-Tornar-Famoso-no-YouTube>. Acesso em: 24 ago.2017.