

UNIVERSIDADE DE SÃO PAULO
ESCOLA DE COMUNICAÇÕES E ARTES
DEPARTAMENTO DE RELAÇÕES PÚBLICAS, PROPAGANDA E TURISMO

MARCOS KENDI OHIRA GAIA

**A figura do Youtuber como narrador na temática de educação financeira:
um estudo do canal Me Poupe.**

SÃO PAULO
2019

MARCOS KENDI OHIRA GAIA

**A figura do Youtuber como narrador na temática de educação
financeira: um estudo do canal Me Poupe.**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Departamento de
Relações Públicas, Propaganda e
Turismo da Escola de Comunicações e
Artes da Universidade de São Paulo,
como requisito parcial para obtenção do
título de bacharel em Comunicação
Social com habilitação em Relações
Públicas, sob orientação da Professora
Doutora Valéria de Siqueira Castro
Lopes.

SÃO PAULO

2019

Autorizo a reprodução e divulgação total ou parcial deste trabalho, por qualquer meio convencional ou eletrônico, para fins de estudo e pesquisa, desde que citada a fonte.

Catálogo na Publicação
Serviço de Biblioteca e Documentação
Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo
Dados inseridos pelo(a) autor(a)

Gaia, Marcos Kendi Ohira

A figura do Youtuber como narrador na temática de educação financeira: um estudo do canal Me Poupe. / Marcos Kendi Ohira Gaia ; orientadora, Valéria de Siqueira Castro Lopes.. -- São Paulo, 2019.

77 p.

Trabalho de Conclusão de Curso - Departamento de Relações Públicas, Propaganda e Turismo/Escola de Comunicações e Artes / Universidade de São Paulo.

Bibliografia

Versão corrigida

1. Figura do Narrador 2. Educação Econômica 3. Youtuber 4. Canal Me Poupe I. Castro Lopes., Valéria de Siqueira II. Título.

CDD 21.ed. - 659.2

Elaborado por Alessandra Vieira Canholi Maldonado - CRB-8/6194

MARCOS KENDI OHIRA GAIA

**A figura do Youtuber como narrador na temática de educação financeira:
um estudo do canal Me Poupe.**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como requisito parcial para
a obtenção do título de Bacharel em
Comunicação Social com Habilitação em
Relações Públicas ao Departamento de
Relações Públicas, Publicidade e
Turismo da Escola de Comunicações e
Artes da Universidade de São Paulo

Aprovação em: ____/____/____

Resultado: _____

MEMBROS COMPONENTES DA BANCA EXAMINADORA:

Prof. Dr. _____ - Universidade de São Paulo

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Prof. Dr. _____ - Universidade de São Paulo

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Pesquisador convidado _____ empresa/universidade

Julgamento: _____ Assinatura: _____

Local: Universidade de São Paulo — Escola de Comunicações e Artes

Dedico a todos meus amigos e familiares que me apoiaram durante todo esse período.

AGRADECIMENTOS

À Escola de Comunicações e Artes, meu muito obrigado. Quem diria que um dia eu teria a oportunidade de estudar na tão sonhada USP, que conseguiria ser o primeiro da minha família a estudar em uma universidade pública e transformar um sonho em realidade.

A todos os amigos que fiz nesse período e todas as pessoas que me ensinaram algo durante esse período. Foi uma experiência incrível e um privilégio conhecer todos e, com toda certeza, todos foram fundamentais por todo desenvolvimento e me manter firme durante todo o período.

A ECA Jr., que foi uma experiência única e que me permitiu ter minha primeira experiência profissional e ser a pessoa que sou hoje, e também me deu o privilégio de conhecer pessoas incríveis que levo até hoje.

A cada Inter, Festa, Prainha e momentos que vivenciei. Carrego apenas boas lembranças de todo esse período e, com toda certeza, fizeram parte da minha história e terão sempre um espaço de boas lembranças.

A minha namorada Laura Sant'Ana, por todo o apoio, parceria e união em todos esses anos. Foram momentos incríveis juntos, desde as aulas em conjunto, até fazer eventos dentro da Jr. De tudo isso, só posso ser grato e agradecer por tudo.

E por último, a toda minha família. Em especial, a minha mãe, que mesmo em momentos difíceis, sempre foi uma guerreira e fez o possível e impossível para me proporcionar a oportunidade de estar onde estou. E como dedicatória, ao meu pai, que onde quer que esteja deve estar mais do que orgulhoso de ver tudo o que aconteceu. Hoje, tudo o que eu sou e me tornei devo a vocês e por todo o esforço em me proporcionar sempre o melhor.

Meu muito obrigado.

“A persistência é o caminho do êxito.”

Charles Chaplin

RESUMO

GAIA, Marcos Kendi. **A figura do Youtuber como narrador na temática de educação financeira: um estudo do canal Me Poupe.** 2019. 116f. Dissertação (Bacharelado em Comunicação Social com Habilitação em Relações Públicas). Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2019.

O desenvolvimento dos novos meios de comunicação possibilitou uma mudança significativa na figura tradicional do narrador criado até então. Com caráter exploratório, o seguinte estudo busca analisar como essa nova figura de narrador é relacionado ao Youtube e analisar como este pode influenciar diretamente na sociedade, tendo como foco principal a temática de educação financeira. Para isso, a pesquisa busca analisar o Canal Me Poupe! e sua Youtuber Nathalia Arcuri, e entender como sua figura e construção de seus vídeos impactam seus seguidores num tema de extrema importância para a sociedade que, apesar do tema já possuir iniciativas por parte de algumas empresas, ainda não recebe a atenção necessária. Tomando como base textos teóricos, pesquisas e entrevistas em profundidade, o estudo busca levantar hipóteses como a construção da narrativa pela narradora e seu impacto nos seus seguidores e entender quais as características principais da narradora influenciam seus seguidores.

PALAVRAS-CHAVE: Narrador; Educação Financeira; Youtuber; Canal Me Poupe

ABSTRACT

GAIA, Marcos Kendi Ohira. The Image of the Youtubuer as a storyteller in the financial education theme: a study of Me Poupe! channel. 2019. 116f. Dissertation (Bachelor Degree in Social Communication with Habilitation in Public Relations). School of Communications and Arts, University of São Paulo, São Paulo, 2019.

The development of new media enabled a significant change in the traditional figure of the narrator created so far. With an exploratory character, the following study seeks to analyze how this new figure of narrator is related to Youtube and to analyze how it can directly influence society, focusing on financial education. For this, the research seeks to analyze the Save Me Channel! and his Youtuber Nathalia Arcuri, and understand how his figure and construction of his videos impact his followers on a topic of utmost importance to society, however, which does not have the necessary discussion. Based on theoretical texts, research and in-depth interviews, the study seeks to raise hypotheses and understand what the main characteristics of the narrator influence her followers,

KEYWORDS: Storyteller; Financial education; Youtuber; Channel Me Poupe! Narrative

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: O que os jovens assistem.....	28
Figura 2: Ranking fama, popularidade e influência.....	35
Figura 3: Canal Me Poupe!	41
Figura 4: Vídeo como limpar seu nome e sair das dívidas (pra sempre): 4 passos poderosos.....	44
Figura 5: Vídeo COMO ECONOMIZEI 200 MIL REAIS FAZENDO ISSO! MEUS 30 hábitos pra economizar e enriquecer!	44
Figura 6: Vídeo 6 PASSOS PRÁTICOS PRA JUNTAR 10 MIL REAIS! O passo 6 é o mais difícil.....	44

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	13
2. A FIGURA DO NARRADOR.....	15
3. OS NOVOS MEIOS DE NARRATIVA E SUAS INFLUÊNCIAS.....	23
3.1. INTERNET.....	23
3.2. PARÂMETRO NACIONAL.....	24
3.3. YOUTUBE.....	25
3.4. O YOUTUBE NO BRASIL.....	28
3.4.1. CIRCULAÇÃO DE CONTEÚDO NO YOUTUBE E A CULTURA PARTICIPATIVA.....	29
4. YOUTUBER.....	32
4.1. ETHOS DISCURSIVO NA FIGURA DO YOUTUBER.....	36
5. ESTUDO DE CASO: O CANAL ME POUPE.....	38
5.1. JUSTIFICATIVA.....	38
5.2. CENÁRIO DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA DO BRASIL.....	39
5.3. O CANAL ME POUPE! E NATHALIA ARCURI.....	40
6. METODOLOGIA DE PESQUISA.....	42
6.1. COMPOSIÇÃO DO CORPUS DE PESQUISA.....	43
6.2. ANÁLISE DOS VÍDEOS.....	44
6.3. ELEMENTOS DA ESTÓRIA.....	46
6.4. PESQUISA QUALITATIVA.....	46
6.4.1. PERFIL DA AMOSTRAGEM.....	46
6.4.2. ANÁLISE.....	47
CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	50
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	52
APÊNDICE A - Entrevista Bruna.....	56
APÊNDICE B - Entrevista Juliana.....	59
APÊNDICE C - Entrevista Giovani.....	62
APÊNDICE D - Entrevista Dienifer.....	65
APÊNDICE E – Entrevista Larissa.....	70
Anexo – Termo de Consentimento Bruna Arthuso.....	73
Anexo – Termo de Consentimento Juliana.....	74
Anexo – Termo de Consentimento Giovani.....	75

Anexo – Termo de Consentimento Dienifer.....	76
Anexo – Termo de Consentimento Larissa.....	77

1. INTRODUÇÃO

O ato de narrar é um processo histórico muito discutido dentro da sociedade. Ao longo do tempo até os dias de hoje, por ser uma necessidade de o indivíduo passar conhecimento, a figura do narrador é de extrema importância na sociedade e influencia o modo com que a informação é transmitida. Conforme colocado por Walter Benjamin em seu ensaio “O Narrador” (1936), observa-se dois modelos principais: o do cidadão viajante e do sábio ancião. Em ambos os casos, a experiência vivida, a maneira com que era contada e a figura do narrador eram fundamentais para possibilitar uma transmissão clara do conhecimento e de como a mensagem seria absorvida por seus ouvintes.

Com o desenvolvimento da tecnologia e dos novos canais de comunicação, a figura do narrador sofre grande mudança e seu modelo até então colocado por Benjamin sofre influência. O professor João Luis Pereira (2006) reforça a dificuldade da figura clássica do narrador num mundo volátil e dinâmico. Ao mesmo tempo, Michel de Certeau (2008) também reforça a importância da experiência no processo de construção do narrador e da maneira com que a história é contada.

Num cenário de desenvolvimento midiático, o trabalho tem como objetivo entender a relação da figura de um novo narrador, o Youtuber, no processo de aprendizado e influência da sociedade em relação a temática de educação financeira, tendo como foco o Canal Me Poupe! e sua narradora Nathalia Arcuri como fundamentais para tal processo. Sendo um dos principais influenciadores atuais, a Youtuber é fundamental para entendimento e o aprendizado da sociedade moderna.

Sendo um dos principais problemas da sociedade brasileira, a falta de educação financeira tem como reflexo mais de R\$60 milhões de endividados no Brasil (Serasa Experian, 2018). Ao mesmo tempo, nota-se que a falta de discussão e a falta diálogo relacionado ao tema também influenciam tal resultado. Por esse motivo, o Youtuber ganha destaque e torna-se uma das principais figuras para discussão e análise do tema por conta de seus modelos práticos e linguagem, ganhando ainda mais credibilidade.

Para desenvolvimento da pesquisa, foram realizadas pesquisas bibliográficas de autores relacionados a figura do narrador e inclusão do Youtube

como novo modelo. A partir disso, foi realizado uma análise dos vídeos do Canal Me Poupe! e um estudo de caso com a realização de uma pesquisa qualitativa, buscando entender a influência da narradora e os principais aspectos discutidos por seus seguidores.

A pesquisa mostrou a influência da figura da Nathalia Arcuri como primordial para o entendimento sobre o tema e para influenciar o comportamento de seus seguidores. Além disso, o estudo também demonstra a construção de seu Ethos e modelo para se diferenciais de outros canais, como o Primo Rico, e tornar-se referência para seu público.

De forma geral, o desenvolvimento da pesquisa buscou atrelar a figura clássica do narrador a um novo momento vivido pela sociedade com o desenvolvimento do Youtuber e como este influencia diretamente o entendimento da sociedade brasileira em relação a educação financeira.

2. A FIGURA DO NARRADOR

O ato de narrar é um processo amplamente discutido. O processo criado para criar uma potencial figura de um ser narrador possui diversas visões, estando relacionado a experiências vividas e a forma como essas experiências são contadas. Para dar início ao desenvolvimento da pesquisa, torna-se necessário esclarecer a utilização do termo “narrador” e apresentá-lo de perspectivas diferentes.

Para dar início, o primeiro pesquisador a utilizar tal tema foi Walter Benjamin, onde ele publicou o ensaio “O Narrador” em 1936, com suas percepções e comparativo com o escritor russo Nikolay Leskov. Para Benjamin, o ato de narrar entraria em declínio devido à falta de experiências vividas pelo homem, onde não conseguiriam relatar o que haviam vivido.

De acordo com Benjamin, o indivíduo sofre influência da sua experiência acumulada. Está, funciona como uma matéria prima para os narradores agruparem em dois modelos: o de um cidadão viajante, que traz consigo novas histórias para compartilhar com seu grupo por conta do seu processo de andança e de seu amplo conhecimento em trazer novas culturas e histórias para serem transmitidas, e o de um sábio, que viveu em sua comunidade por um longo tempo e acumulou conhecimento, histórias e tradições para torná-lo apto a compartilhar esse conhecimento do lugar em que viveu. O autor também reforça a importância da transmissão oral e traz o comparativo entre o ato de narrar e informar, onde narrar e contar histórias traz consigo um valor e viés do narrador.

O narrador descrito por Benjamin tem um papel fundamental no processo de trocar experiências e ser o portador de histórias em sua comunidade. Ele transmite suas experiências de maneira prática, moral e busca transmitir conhecimento para que seus ouvintes assimilem completamente a experiência ou ensinamento contidos na história. Tal figura é descrita como um representante arcaico (sendo um marinheiro comercial ou sábio camponês) que utiliza sua experiência para transmitir uma narrativa de dimensão utilitária.

Para Benjamin, a arte da narrativa é diferente da informação. O ato de contar histórias, do narrador, busca trazer a experiência de fato dentro da narrativa. Benjamin coloca que quanto maior a naturalidade do narrador, mais facilmente a história será gravada na memória de quem está ouvindo. Ainda que

tudo possa ser considerado como informação, a narrativa é uma prática social criada a partir da necessidade de transmitir por meio da oralidade informação. Com a escrita e novas maneiras de transmitir informação, a figura do narrador passa a sofrer cada vez mais mudanças e adaptações, criando novas práticas e estratégias do narrador

Silviano Santiago em seu ensaio *O narrador pós-moderno* (1989), coloca a figura apresentada por Benjamin como o “narrador tradicional”. Além disso, destaca a figura de dois narradores, como o de “romance”, cujo objetivo era de falar com seu leitor com uma auto exposição para compartilhar histórias e sentimentos. Já o segundo seria o “jornalista”, que busca apenas narrar a informação e os fatos contados.

Com tais contrapontos, Benjamin discute como a figura do narrador encontra-se em extinção do modelo clássico. Para isso, o autor aponta fatores, como o surgimento do romance, cuja leitura de maneira individual impossibilitou a troca de experiências. Além disso, o surgimento do romance também deu início a criação de uma história fechada, o que reduziu a força e a interação entre o narrador e ouvinte. A imprensa forneceu o acesso ao mesmo texto para todos, ou seja, a informação. A narrativa do romance difere-se da narrativa oral, que, segundo Benjamin, necessita de um portador para interagir por meio de troca de experiência com seus ouvintes.

Mais do que a simples figura do narrador, as diferenças colocadas entre a narrativa e a informação são fundamentais para melhor entendimento da figura do narrador. A narrativa foca na transmissão de conhecimento, nas histórias e saberes, na relação estabelecida entre o narrador e o ouvinte, onde o mesmo é livre para interpretar a história como quiser e causar reflexão. Em contrapartida, a informação funciona como uma verificação dos fatos, acompanhada por uma explicação da história contada para promover compreensão e entendimento total de acordo com o ponto de visto do escritor/narrador. Nesse cenário, a imprensa funcionou como uma quebra na mudança da figura do narrador, onde com o advento da escrita e da imprensa novos modelos de transmissão de conhecimento passaram a fazer parte da sociedade e refletir na figura clássica do narrador.

Nesse cenário de mudança da figura clássica do narrador, o professor da Universidade Federal de Mato Grosso do Sul (UFMS), João Luis Pereira

Ourique, em seu artigo “*O resgate do narrador*”, traz uma discussão a respeito da dificuldade de se trocar experiência e conhecimento numa sociedade efêmera e dinâmica como a atual. A falta de tempo e excesso de informação trazem consigo histórias e troca de experiências cada vez mais empobrecidas. A comunicação pelo computador e celular tornam-se fundamentais para a sociedade, que enxerga a relação humana pessoal cada vez menos importante.

Nota-se cada vez mais a necessidade de a sociedade saber sobre tudo, porém, de maneira superficial e sem a compressão e aprofundamento necessário das informações. A troca de experiência e conhecimento também não tem mais importância e o conhecimento superficial ganha cada vez mais valorização.

Num cenário contemporâneo, o narrador tradicional tem maior influência quando atua na sociedade na qual faz parte, onde suas histórias são transmitidas e fazem parte da realidade dos ouvintes. A crise da figura do narrador benjaminiano, passa a acontecer no momento em que sua figura deixa de transmitir um valor ou experiência - seja pela modernização de novas mídias de comunicação, afastamento da sua comunidade -, e seu papel teria uma outra visão dentro da atualidade.

Com o narrador contemporâneo, as histórias passam a ser contadas para comunidades em que ele não faz parte da história e não vivencia do mesmo imaginário e a transmissão de valores tende a perder força. Conforme será desenvolvido no decorrer do trabalho, essa nova figura do narrador contemporâneo é desenvolvida por meio de novos canais, como por exemplo, o Youtuber, um novo profissional influenciador nos dias de hoje que criou um novo modelo de narrar e ter seu relacionamento criado com seus novos ouvintes.

A narrativa, assim como a linguagem, não é algo pertencente ao ser humano. Os indivíduos passaram a utilizar esse modelo como um método de transmissão de saber histórico nas sociedades primitivas. O processo de narrativa esteve presente em todo o desenvolvimento histórico do homem, onde teve início com a transmissão da linguagem oral que se baseava em “a base comunicativa do grupo social, portanto, as formas primordiais de transmissão do ethos comunitário, ou seja, de tradições e modos de ser” (SODRÉ, 2009, p.180). Sodré (2009) também coloca o narrador como uma figura simbólica dentro da sociedade exercida por pessoas mais velhas e com a experiência como

diferencial para a prática da narrativa. Em contrapartida, Julian Haynes, psicóloga citada por Sodré (2009), coloca a narração como uma característica intrínseca a consciência humana, onde qualquer indivíduo está apto para explicar e contar histórias por meio da narração. Para Costa (2002), a experiência é fundamental para o sujeito, por meio da linguagem, conseguir compartilhar sua visão de mundo e de significados. Para Ricoeur (1994), a narrativa é fundamental para entender o contexto histórico e permitir a construção de normas e valores dentro da sociedade.

Apesar disso, Benjamin (1985) coloca a experiência e a vivência como características diferentes, onde a primeira seria o conhecimento a partir da vida prática e a segunda como um acontecimento individual e transitório. Conforme colocado no capítulo anterior, a figura de um comerciante e de um sábio são colocadas como narrador, que utiliza a narrativa como característica da sua marca e maneira de contar. A influência da narrativa é amplamente discutida por Michel de Certeau, autor da obra *A invenção do cotidiano* (2008). O autor acredita que o indivíduo pode reconstruir e ressignificar, ou seja, a narrativa é contada e analisada de maneira em que o ouvinte irá ressignificar de acordo com suas experiências prévias.

A narrativa sofre uma grande mudança com a entrada da I Era Digital, descrita por Costa (2002), para quem há a valorização e interesse em produções que privilegiam mais a imagem e o som do que o escrito. Com isso, a narrativa entra num processo de mudança tendo a imagem como potencializador, como na publicidade e no cinema, e são esses meios de comunicação em massa os responsáveis por atender as necessidades de narrativa da sociedade. No cinema, a imagem narrativa cria um sentimento de pertencimento e envolve o indivíduo em um mundo imaginário; na publicidade, ocorre a criação de uma mensagem implícita na comunicação. Além disso, nota-se também a descrença de relatos históricos ou explicações, o que diminui ainda mais a influência da narrativa clássica.

Tais mudanças no cenário tecnológico fizeram efeito nas próprias teorias da comunicação. Como exemplo, podemos citar a teoria de líderes de opinião. Esse modelo teórico criado em 1948 com o objetivo de estudar a influência dos meios de comunicação de massa sobre o comportamento de voto da sociedade. Tal modelo passa a considerar as redes de relacionamento e relações sociais

envolvidas com as trocas de experiência dos sujeitos com a mídia, os líderes de opinião da época.

Depois desse período, Costa (2002) cita a II Era Midiática com um grande diferencial, mas dessa vez se caracterizando com a criação de mídias digitais e mudança na produção cultural e do público. Populariza-se narrativas mais fluídas e superficiais, buscando conquistar o público ouvinte, porém, desvinculando a figura da sabedoria da informação e da experiência do narrador. O saber tradicional, com a narrativa clássica, encontra-se cada vez menos popular e a figura do narrador, citada anteriormente, foi se diluindo ao longo dos anos e passou a ser incorporada em indivíduos “comuns” da sociedade, conforme será abordado no decorrer do trabalho. A narrativa ganha importância e a influência que esta ocasiona sobre determinados assuntos torna-se cada vez mais relevante dentro da sociedade.

Com o início do século XXI, a cultura digital tem uma presença ainda maior na sociedade e o processo informativo passa a acontecer de forma instantânea por meio da internet. Tal fato abriu discussão para a figura do próprio indivíduo na sociedade, onde cria-se um isolamento e uma substituição da sabedoria pela informação que encontra cada vez menos ouvintes. A informação diária advinda de jornais impressos torna-se passado e a informação passa a ser frequente e em grandes quantidades de forma instantânea. O conceito de cibercultura, processo criada por meio de redes informacionais que gerenciam formas de ação humana passa a existir. A noção de público e massa também sofre mudanças e os ouvintes e receptores anônimos em muitas narrativas passam a se tornar modelos interativos.

A figura clássica do narrador se prorrogou por um grande período com a figura do jornalista e do escritor, onde a autoridade da escrita e da produção estavam ao alcance de poucos. Porém, com o desenvolvimento de novas tecnologias e da internet, a figura do narrador se tornou ainda mais “acessível” com um alcance e capacitação de novos produtos de conteúdo e narradores dispostos a contar suas próprias histórias.

De acordo com Curado (2011), podem-se destacar três concepções principais sobre a linguagem humana. Como primeira, podemos colocar a forma como o mundo é representado, ou seja, a maneira de exteriorizar e traduzir o pensamento, a ação comunicativa de fato.

A segunda concepção leva em conta estudos de linguística moderna como instrumento de comunicação e transmissão de informações. Inspirada nos princípios de Saussure *“a língua é vista como um código (conjunto de signos que se combinam segundo regras), por meio do qual um emissor comunica determinada mensagem a um receptor”* (CURADO, 2011, p.26).

Por último, temos a terceira concepção, que coloca a linguagem como forma de interação entre sujeitos inseridos em contextos sociais e históricos. Para Curado:

O indivíduo, ao fazer uso da língua, não exterioriza apenas o seu pensamento, nem transmite somente informações; mais do que isso, realiza ações, age, atua, orientado por determinada finalidade, sobre o outro. A linguagem passa a ser vista como lugar de interação, inclusive comunicativa, a partir da produção, construção de efeitos de sentido entre os falantes, em certa situação de comunicação e em um contexto específico (CURADO, 2011, p.27).

A narrativa, com isso, organiza fatos de maneira que possam trazer um contexto. Como citado por Carvalho (2012), que acontecimentos cotidianos passam a ter um sentido e uma nova visão, ao invés de serem apenas ocorrências simples. Além disso, vale destacar a mudança no processo narrativo com o dinamismo da sociedade e a necessidade de criação de uma narrativa encurtada e dinâmica. Como citado por Michel de Certeau (2008), que coloca que por meio de práticas do cotidiano - e cada vez mais - figuras narradoras estarão presentes na sociedade e que o homem constrói sua vivência e experiência. Tal visão é vista principalmente com o Youtube, plataforma de vídeos online que será discutida no decorrer do trabalho.

O autor Adenil Alfeu Domingo também discute sobre o ato de narrar, trazendo uma reflexão sobre o narrador, contexto e o que é narrado propriamente dito:

Narrar-se é criar a ilusão no narrador de que o mesmo se tornou uma personagem protagonista arquetípica, em geral eufórica, do texto, então, narrado. Como não há narrativa que não seja seleção de fatos vividos por personagens em um determinado tempo e espaço, o ato de narrar é inevitavelmente um ato de

deslocamento e de negociações entre a consciência e a inconsciência, gerando significadas formas de ser e estar do mundo. É uma forma de se mostrar e esconder-se, ao mesmo tempo. É o ponto de vista que determina a sequencialidade das ações narradas em que o narrador seleciona da vida o que ele deseja narrar. Portanto, não há jamais na narrativa um eu puro; ele sempre será um ser humano que traz em si não só os primórdios de sua existência, como os adaptam às novas maneiras de narrar a vida (DOMINGOS, 2009, p.8).

Com isso, tudo o que é narrado é baseado na seleção pelo narrador de forma prévia, sendo modificado pelo contexto social e cultural em que este está inserido.

Como importância para a narrativa, a maneira com que o narrador conta sua história tem extrema importância para o sucesso da mesma. O contar história, sua maneira e como o receptor entenderá a mensagem entra como ponto de discussão com o termo *storytelling*.

Trata-se da utilização de elementos das tramas (plots) no desenvolvimento do planejamento e da realização das ações de comunicação, com a determinação clara de papéis e roteiros a serem desenvolvidos pelos personagens. Então, nesse ambiente, as marcas, os produtos, as empresas e os diferentes públicos podem assumir papéis que interagem no objetivo de alcançar uma resolução de conflito ou para chegar ao final de um enredo. (CARRILHO; MARKUS, 2014, p. 130).

Hoje, com o desenvolvimento das novas mídias digitais alguns autores passaram a trazer uma nova visão, como citado por Burgess (2006), que chamou de digital storytelling como uma manifestação criativa vernacular - termo usado para distinguir a linguagem corrente nas narrativas digitais de modelos tradicionais - o processo de pessoas comuns produzirem seus próprios filmes a serem transmitidos na web.

De acordo com Adilson Citeli (2004), o convencimento e a maneira de contar uma história se baseia em três tipos de discurso, sendo eles: o autoritário

- baseado na autoridade e figura do emissor, sendo reconhecimento como autoridade no tema em questão. O polêmico - baseado numa visão contraditória sobre o tema. E o lúdico - baseado em aspectos emocionais.

3. OS NOVOS MEIOS DE NARRATIVA E SUAS INFLUÊNCIAS

Após a análise das narrativas clássicas existentes, será dado início ao objeto de discussão do trabalho relacionado a novas formas de narrativa dentro de um ambiente digital, tendo como foco o Youtube.

Nesse sentido, não se trata apenas de analisar o nível das narrativas vinculadas ao site, mas sim de identificar como tais vídeos estão organizados. Com isso, pretende-se analisar produções vinculadas ao Youtube relacionadas ao setor financeiro e econômico da sociedade e como este novo processo narrativo pode influenciar o indivíduo.

Para dar início a essa visão, torna-se necessário discutir e analisar como a Internet, ferramenta que proporcionou o desenvolvimento do Youtube, influenciou a sociedade e como essa nova tecnologia proporcionou uma revolução tecnológica nunca antes vista pela sociedade.

3.1. INTERNET

Num século de grandes mudanças tecnológicas e históricas, o desenvolvimento da internet na década 90 influenciou toda a sociedade e a maneira com que as narrativas passaram a ser realizadas. Até hoje, a internet evolui com a criação de transmissão de áudio, vídeo, inteligência artificial e 3D dentro da sociedade em um mundo cada vez mais interconectado com uma rede de acesso em escala global. Manuel Castells, em “A Sociedade em Rede” (2007, p. 439), aponta o rápido índice de penetração em comparação com qualquer outro meio de comunicação de toda a história. Como exemplo, ele cita que nos EUA, o rádio levou trinta anos para chegar a sessenta milhões de pessoas o país, a televisão quinze anos e a internet apenas três anos após a criação da teia mundial. Com tal poder, a internet alcança um número cada vez maior de pessoa com uma velocidade ainda mais impactante, conectando e influenciando milhões de pessoas ao redor do mundo.

Nesse cenário, grandes mudanças aconteceram a partir de 2001, com uma nova revolução chamada de Web 2.0 e desenvolvimento de um modelo interativo entre usuários e com compartilhamento de maneira constante. Um desses exemplos é o site de conteúdo Wikipédia, que funciona com um conteúdo

único e unidirecional com a sociedade por meio da transmissão de informação, porém, com a mudança de paradigma e criação de um novo modelo, o site passou a ser atualizado por seus próprios usuários, ou seja, a comunidade funciona como uma maneira de regular e atualizar a informação para todas as pessoas.

Nesse sentido, a Internet não é simplesmente uma tecnologia; é o meio de comunicação que constitui a forma organizativa de nossas sociedades; é o equivalente ao que foi a fábrica ou a grande corporação na era industrial. A Internet é o coração de um novo paradigma socio técnico, que constitui na realidade a base material de nossas vidas e de nossas formas de relação, de trabalho e de comunicação. O que a Internet faz é processar a virtualidade e transformá-la em nossa realidade, constituindo a sociedade em rede, que é a sociedade em que vivemos. (CASTELLS, 2003, p.287)

3.2. PARÂMETRO NACIONAL

Hoje, diversas empresas discutem a possibilidade de tornar a internet cada vez mais acessível e impactar uma parcela maior da sociedade, levando serviços de acesso, informação, infraestrutura, serviços bancários, entre outros.

No Brasil, segundo o último levantamento, o país já contava com mais de 100 milhões de domicílios conectados, representando quase 60% da população brasileiro. Apesar de tais números, a Internet ainda é um recurso que não está disponível em todo o território nacional.

Um estudo do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) calcula que o acesso à internet tem diretamente relação com o impacto na geração de riqueza da sociedade. Segundo esse estudo, no Brasil, a cada 1% de aumento no acesso à internet gera um crescimento adicional de até 0,19% do PIB.

Apesar desses números, o número de pessoas conectadas a internet no país é muito inferior em relação aos países desenvolvidos. Segundo pesquisa do Comitê Gestor da Internet (CGI), cerca de 61% dos domicílios brasileiros

estão conectados, com um percentual ainda menor para municípios rurais (34%). Na Europa, esse índice alcança cerca de 84%.

Mais do que o alcance dentro dos domicílios, a Internet serviu como um potencializador de conteúdo e informação para a sociedade. Em diversos tipos de formatos, o canal possibilitou que grande parte da sociedade tivesse acesso à informação de maneira instantânea, diversificada e com novos narradores de conteúdo, como colunistas, jornalistas, mas principalmente pessoas “comuns”, que cada vez mais são responsáveis por serem geradores de conteúdo e criarem uma rede de conteúdo.

Nesse cenário, as mídias digitais tornaram-se espaço de disseminação de opinião e conhecimento por parte da sociedade. “Elas retiraram das empresas a hegemonia sobre comunicação e tornaram mais complexa a formação de opinião pública” (FERREIRA, 2015, pg.12). Segundo uma pesquisa realizada pelo Google em março de 2019, os brasileiros passaram cerca de 9h em média na internet diariamente e 7 em cada 10 possuem acesso a ao menos uma rede social. (GOOGLE; MCKINSEY, 2019). Além disso, a pesquisa também reforça o aumento no consumo de vídeos online com a participação de cerca de 86%, sendo o 3º maior iWatch time de Youtube no mundo.

3.3. YOUTUBE

Lançado no ano de 2005 por Chad Hurley, Steven Chen e Jawed Karim, o Youtube nasceu com o diferencial de ser uma ferramenta de fácil utilização para produção e publicação de vídeos próprios na plataforma, além de funcionar com uma rede de compartilhamento e vinculação com outras redes sociais. Com uma interface simples e com o objetivo de se popularizar no compartilhamento de vídeos de usuários, o Youtube colocou a disposição a possibilidade de conexão entre usuários e incorporação de vídeos em sites, um diferencial para a época. No entanto, o primeiro vídeo a emplacar como sucesso é chamado de “Lazy Sunday” uma paródia criada pelo programa Saturday Night Live, sendo considerado o primeiro vídeo viral da plataforma. Com o tempo o site ganhou cada vez mais sucesso, até ser adquirido pelo Google em outubro de 2006 em uma compra de cerca de 1,6 bilhões de dólares, mostrando seu rápido crescimento e potencial.

Em novembro de 2007, ele já era o site de entretenimento mais popular do Reino Unido, com o site da BBC ficando em segundo. No começo de 2008, de acordo com vários serviços de medição de acessos, já figurava de maneira consistente entre os dez sites mais visitados do mundo. Em abril de 2008, já hospedava algo em torno de 85 milhões de vídeos, um número que representa um aumento dez vezes maior em comparação ao ano anterior e que continuava a crescer exponencialmente. A com Score, empresa de pesquisa de mercado da internet, divulgou que o serviço respondia por 37% de todos os vídeos assistidos nos Estados Unidos. Como uma comunidade de conteúdo gerado por usuários, seu tamanho gigantesco e sua popularidade entre as massas eram sem precedentes.

Depois de ser colocado no ar, o site passou por diversas mudanças que possibilitem chamar maior atenção do público alvo. Como principais exemplos, pode-se citar a oferta de 100 dólares para alguns usuários que postassem conteúdo, a possibilidade de recomendar vídeos por meio da lista “Vídeos Relacionados”, compartilhamento em outros canais e funcionalidades inerentes a redes sociais, como comentários e likes. Fato é que o Youtube é uma das ferramentas de maior sucesso mundial, seja por conta da diversidade de seus temas ou o modo como os vídeos são construídos. Nesse aspecto, vale ressaltar o fascínio pela imagem de indivíduos que se tornam a própria mensagem vinculada: “o YouTube seja um irresistível local dessa enorme ágora virtual que, independentemente dos seus problemas e formatos, permite a cada um ser a própria mídia, celebridades do nosso cotidiano” (BURGUESS; GREEN, 2009, p.9).

Diferente de outras redes populares, o Youtube se caracteriza pela criação de vídeos que atraíam pessoas e, conseqüentemente, criem interações sociais. No seu desenvolvimento, ele possibilitou a criação de canais, ou seja, grupos específicos onde se tornou possível a criação de uma área personalizada para cada usuário realizar sua postagem e ter “seguidores”, pessoas que se interessam e buscam por se manter atualizada a cada novo vídeo produzido pelo canal.

Dentre todos esses fatores, a possibilidade de demonstrar a representação de pessoas comuns em vídeos e a democratização e facilitação na produção de conteúdo são fundamentais para entender o crescimento e

sucesso da ferramenta. A autonomia fornecida para o usuário criar e divulgar seu conteúdo é reforçado como uma característica fundamental para o sucesso. Nesse cenário, o Youtube se tornou uma revolução liderada pelos usuários, característica da Web 2.0, citada anteriormente. Lev Grossman (2006), aponta que a Web 2.0 “é uma ferramenta que aproxima as pequenas contribuições de milhões de pessoas e as torna importante.” (GROSSMAN, 2006, p.1). A política do Do It Yourself permitiu que o Youtube dessa oportunidade para pessoas com poucos recursos ganharem visibilidade.

Simonsen (2011) ressalta o modelo do Youtube em que permite que “qualquer pessoa pode ser um criador e publicador sem limitações” (2011, p. 73). Diferente de outras mídias criadas até então, o Youtube se diferenciou com a intenção de despertar e prender o interesse do leitor/internauta, de maneira que desenvolveu uma relação entre o que é acessado e o perfil do espectador, ou seja, a plataforma passou a indicar conteúdos semelhantes ao visualizados por meio de uma lista de vídeos recomendações de acordo com o seu histórico de consumo de conteúdo.

Com o Youtube e um novo ambiente digital, Tavares (A construção do Persona Digital: Nova identidade assumida pelos integrantes da Web 2.0, 2010) refere-se a dois tipos de utilizadores:

1. O produtor de conteúdo elabora uma identidade para utilizar na Internet e trabalha para valorizar sua imagem. Por meio das plataformas digitais possibilita o desenvolvimento de relacionamentos entre consumidores e empresas, as quais podem se mostrar de modo informal aos consumidores através dos produtores de conteúdo.
2. O receptor de conteúdo não produz conteúdo próprio, age de forma menos ativa e interativa que o produtor e recebe apenas informações de seu interesse. Comparado ao jornalista, o utilizador produz conteúdo e expõe situações ocorridas no mundo real. Esses usuários modificam a forma tradicional de se criar conteúdo ao se tornarem consumidores-produtores e concorrem com a publicidade de massa à medida que criam conteúdos com base em suas experiências e percepções.

O novo produtor de conteúdo, muito ativo, apresenta novas características como a interação direta e constante com seu público, se tornando muitas vezes um líder de opinião com seguidores. Com isso, cria-se um novo modelo de narrador e influenciador: o Youtuber.

3.4. O YOUTUBE NO BRASIL

No Brasil, o Youtube tornou-se uma febre entre os brasileiros. Num estudo realizado, o brasileiro passa cerca de 15,4 horas semanais assistindo vídeos, o que representa um crescimento de mais de 90% nos últimos três anos. Num comparativo, o Youtube já registra cerca de 42% da preferência, estando na frente do Whatsapp (20%) e Netflix (15%), reforçando ainda mais sua força na sociedade.

Figura 1: O que os jovens assistem



Fonte: Google. Acesso em 05 novembro 2019 às 21:31

No Brasil, o Youtube serviu para mudar a maneira de consumo, produção e distribuição de conteúdo. Segundo dados divulgados pela

ComScore, uma empresa de mediação digital, em 2013 o Brasil teve uma audiência para vídeos online que alcançou 43 milhões de espectadores únicos, sendo um dos dez maiores mercados do segmento. Hoje, o país é o segundo com maior tempo de acesso na plataforma com 98 milhões de usuários.

Nesse cenário, o Youtube mostra sua grande relevância dentro da sociedade num aspecto cultural, participativo e de ampla influência no comportamento. O YouTube tem seu lugar dentro da longa história e do futuro incerto das mudanças da mídia, das políticas de participação cultural e no crescimento do conhecimento. Claramente, é tanto um sintoma como um agente das transições culturais e econômicas que estão de alguma maneira atreladas às tecnologias digitais, à internet e à participação mais direta dos consumidores; mas é importante ser cuidadoso em relação às afirmações que são feitas sobre o status histórico dessas transições. Assim como jogos on-line capazes de suportar grande número de jogadores (Massively Multiplayer Online Games – os MMOGs), o YouTube ilustra as relações cada vez mais complexas entre produtores e consumidores na criação do significado, valor e atuação. Não há dúvidas de que se trata de um site de ruptura cultural e econômica.

De acordo com a pesquisa realizada pelo Google em 2019, 7 em cada 10 brasileiros concordaram que o Youtube traz algum tipo de impacto positivo para a sociedade. Além disso, uma pesquisa realizada pelo Instituto Qualibest em 2018 cita que 50% dos respondentes utilizam como fonte de informação influenciadores digitais.

3.4.1. CIRCULAÇÃO DE CONTEÚDO NO YOUTUBE E A CULTURA PARTICIPATIVA

O Youtube é um dos exemplos de mídia social em desenvolvimento que permitiu a circulação de vídeos e conteúdo com maior facilidade, o que possibilitou seu crescimento e popularização. O conceito de propagação de mídia citado por Jenkins, Ford e Green (Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável, 2014) retratam esse cenário com a

circulação de conteúdo em uma sociedade conectada e descentralização de um canal único de emissão:

Nessa cultura conectada em rede, não podemos identificar uma causa isolada que leve as pessoas a propagar informações. As pessoas tomam uma série de decisões de base social quando escolhem difundir algum texto na mídia: vale a pena se engajar nesse conteúdo? Vale a pena compartilhar? É de interesse para algumas pessoas específicas? Comunica algo sobre mim ou sobre meu relacionamento com essas pessoas? (JENKINS; FORD; GREEN, 2014, p.37).

A partir disso, a sociedade passa a viver em uma sociedade digital e interativa, com diversos agentes funcionando como atuantes e criando conteúdo. Ao interagir com esses vídeos seja por meio dos botões e itens, seja pelos comentários, os usuários vão contribuir com o que Jenkins (2009) chama de cultura participativa:

A expressão cultura participativa contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar de produtores e consumidores de mídia como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo. (JENKINS, 2009, p. 30)

O termo cultura participativa refere-se à ligação entre tecnologias digitais e conteúdo dos usuários. De acordo com Jenkins, Green e Ford (2014), os usuários assumem uma postura ativa, em que colaboram tanto com a divulgação/distribuição do conteúdo, quanto na produção deles. Segundo os autores, há uma cultura participativa própria desse ambiente, em que o público interage, sugere, critica, elogia e se engaja no processo de construção desses produtos audiovisuais, além de desempenhar papel determinante para a propagação dos vídeos.

As redes sociais apresentam-se como sites participativos, nos quais os usuários podem interagir, discutir e se expor (Recupero, 2009), podendo produzir e compartilhar conteúdos entre si (Ovaska e Leino, 2008). O ambiente interativo da Web 2.0 citada anteriormente é fundamental na criação de forma colaborativa de conteúdo. Nesse cenário, as empresas passaram a ter acesso a um recurso da sociedade em produzir seu próprio conteúdo de maneira espontânea. As interações virtuais vêm modificando o comportamento dos consumidores, pois utilizam as plataformas para buscar informações, possibilitando a tomada de decisão com base na informação recebida nessas redes (FISHER, 2009; MOURA, 2001). Tais redes sociais são colocadas em destaque numa análise de consumo de informação e, conseqüentemente, na maneira em que a sociedade passa a consumir esse conteúdo.

Com a web, o sujeito passou a ser o produto de conteúdo, veiculando suas mensagens sem a necessidade de um investimento e desenvolvimento. Ao mesmo tempo, o conteúdo é divulgado de maneira orgânica e globalmente. A publicidade entra em declínio e a opinião de uma figura similar, espontânea e que gera identificação ganha força com a popularização da tecnologia.

A expansão do uso não apenas do YouTube, mas de alternativas futuras pode definir também a formação de novas camadas da sociedade, espectadores de frivolidades e do banco de dados permanente da web e de pessoas que não apenas informam-se de muitas fontes, mas que também assumem o papel de provocadora de discussão ao registrar online a sua opinião. (PASE, 2008, p. 250)

Nesse sentido, cria-se um novo personagem, chamado Youtuber, uma nova figura midiática criada na ferramenta que mudou o cenário de emissor de informação e criador de conteúdo. Essa figura torna-se uma referência no segmento que atua e desenvolve um alcance maior ainda para interessados no tema.

4. O YOUTUBER

O desenvolvimento de uma sociedade em rede, com poder de criação e emissão de conteúdo, gerou um amplo debate relacionado às teorias da comunicação. Levando em consideração a teoria dos líderes de opinião citada anteriormente, o Youtube é um dos principais responsáveis por tal mudança, onde os “Youtubers” passaram a abordar diversos conteúdos e serem considerados como influenciadores da opinião para o público.

O líder de opinião difunde as mensagens (diga- nos, uma função propagação), mas ao fazerem isto não podem deixar de exercer uma função de selecionar aquelas que julgam pertinentes (função filtro), além disso, também podem, e frequentemente o fazem, “editam”, recortam, comentam, avaliam e, portanto, transformam estas mensagens. (MARTINO, 2009, p. 3)

Diferente dos influenciadores e celebridades conhecidos até então, o Youtuber entra como uma figura anônima, sem presença midiática nos meios de comunicação de massa. Ele é responsável por produzir vídeos falando de forma direta para a câmera, comentando sobre temas relacionados ao seu canal. O Youtuber recebe esse nome no momento que passa a exercer certa influência sobre seu público em relação às opiniões sobre um assunto e, nesse caso, o Youtuber possui grande diversidade de temas e assuntos que podem ser discutidos de acordo com seu perfil e objetivo. Segundo Benkler, citado por Banks e Humprheys (2008), a participação dos colaboradores - nesse caso, Youtubers - possibilita um status social dentro da comunidade em que os indivíduos trabalham para gerar conteúdo e continuarem a ter prestígio social dentro do ambiente digital. Segundo o relatório “Influencers Market” realizado pela plataforma “youPIX”, os influenciadores digitais têm uma conexão entre autor e receptor, tornando-os mais emocionais e espontâneos.

Com uma ampla possibilidade de realização o Youtuber quebrou barreiras e possibilitou a criação de vídeos curtos, longos, sem a criação de um cenário ou câmera profissional. O mais importante nesse cenário é criar um conteúdo próprio e que gere interesse do público alvo dentro do seu canal. Pensando em

conteúdo, os assinantes dos canais agrupam-se por interesse, reforçando uma das características de pertencimento e interação com o emissor do conteúdo.

Vídeos amadores no YouTube também são destinados a comunidades de nicho, os membros da família, ou simplesmente amigos. No entanto, uma das primeiras coisas a notar sobre o YouTube como um fenômeno cultural de massa é que ele alterou a relação do amador para as indústrias de televisão e filmes e expandiu os motivos comerciais para o cinema amador (STRANGELOVE, 2011, p. 23).

O desenvolvimento da figura do Youtuber e a criação de vídeos virais reforça a relação colocada por Jenkins (2009). Segundo o autor (2009, p. 170): *as “histórias são fundamentais em todas as culturas humanas, o principal meio pelo qual estruturamos, compartilhamos e compreendemos nossas experiências comuns.”*, ou seja, o Youtuber trabalha como responsável pelo desenvolvimento das histórias e experiências compartilhadas dentro da sociedade. Além disso, Jenkins, Green e Ford (2014) destacam que tais Youtubers são considerados como “empreendedores”, por utilizarem modelos e suas práticas para realizarem vlogs para atrair novos visitantes, ao invés de apenas fornecer conteúdo.

Motta, Bittercourt e Viana (2014) observam que o Youtube possibilitou que o usuário use um “canal de comunicação, postando vídeos, permitindo a ele ser formador de opinião e agregando sujeitos em torno de discussões de temas diversificados” (2014, p.4). A interativa também é discutida por Behling, Freire e Reinet (2010), onde as pessoas enxergam o estilo de vida de novas celebridades como fórmula e por esse motivo copiam seus comportamentos. A credibilidade adquirida pelos produtores de conteúdo atrai a atenção do público com a construção

Em comparação com o modelo teórico de 1948 dos líderes de opinião, o Youtuber se diferencia, pois antes, as informações eram oferecidas para um líder de opinião repassar às pessoas do seu círculo social por meio da comunicação. O Youtuber realiza um processo diferente, onde consome conteúdo da mídia, porém, ele próprio determina o que é relevante ser comentado dentro do seu canal para seus seguidores, transformando a forma com que a informação é

repassada e ganhando legitimidade com seus seguidores e desenvolvendo uma figura de celebridade midiática da internet.

No entanto, o que se percebe nessa nova figura é uma diferença em relação a figura proposta no desenvolvimento da pesquisa. O Youtuber é visto como uma figura de narrador até então não existente, onde tal modelo não se encaixa no modelo clássico proposto por Benjamin e, também, não se encaixa na característica do romance, onde essa nova figura é desenvolvida dentro de um ambiente digital, com maior interação e relacionamento com o público. Por conta da evolução das novas tecnologias e mudança no processo de comunicação, a figura do narrador sofre um processo de mudança ainda maior por conta de uma nova linguagem e técnicas digitais.

Tal figura - ou novo narrador - é classificado como “Influenciador digital”, ou seja, uma pessoa que se destaca nas redes e que possui capacidade de mobilizar seguidores, opiniões e comportamentos, com um grande número de conexões e conhecimento sobre um determinado assunto ou relevância sobre o tema. É possível afirmar que aquilo que eles proferem em seus vídeos ou as dicas que dão em seus blogs repercutem, positiva ou negativamente, entre os seus públicos (KARHAWI, 2017).

Com relação aos Youtubers, é possível afirmar que seus vídeos influenciam de maneira positiva ou negativa entre os seus públicos (KARHAWI, 2017), podendo ser considerados como formadores de opinião. Para Farias (2016), os públicos impactam a formação da opinião de acordo com o “palco” em que estejam gerando suas representações. Nesse sentido, o Youtuber utiliza seu “Palco” para influenciar por meio de opiniões, ações pessoais ou storytelling. A questão é que, de uma forma ou de outra, eles podem ser considerados formadores de opinião (DREYER, 2017).

Conforme falado anteriormente, a credibilidade criada pelo Youtuber torna-se um aspecto fundamental para calcular o sucesso e influência que ele terá como celebridade: “a eficácia de uma mensagem depende do nível de confiança e expertise que é percebido pelo público sobre a fonte emissora”. (MCCRACKEN, 1989). Além disso, segundo D’Angelo (2002, p. 3) “a combinação de uma fonte digna de confiança e reconhecida como expert seria merecedora de credibilidade e, portanto, persuasiva”.

Outro ponto fundamental é em relação a atratividade da fonte e como essa característica também influencia na figura narrativa. Tal aspecto baseia-se na simpatia, similaridade e comportamento do narrador. De acordo com uma pesquisa realizada pelo Instituto Qualibest em 2018 realizada com 4.283 pessoas das classes A, B e C no Brasil, 50% dos respondentes informaram que utilizam como fonte de informação e influência na decisão opiniões emitidas por influenciadores digitais. Além disso, o estudo também indicou que 55% dos entrevistados informaram confiar nos influenciadores digitais que acompanham, o que demonstra a grande influência que produtores de conteúdo tem sobre o modo de agir e pensar da sociedade na atualidade. (INSTITUTO QUALIBEST, 2018)

Dentro do ambiente digital a interação não cessa em momento algum e a transparência é mais cobrada pelos públicos que estão muito mais perto das celebridades do YouTube do que das mídias tradicionais.

A Ipsos, uma das maiores empresas focadas em consultoria de pesquisa de mercado, realizou em 2017 um estudo sobre celebridades no Brasil, entrevistando 2.000 pessoas em todo o país e solicitando a avaliação de 100 nomes de destaque. Dentre todos eles, 22 Youtubers aparecem como personalidades mais influentes do Brasil. (IPSOS, 2018).

Figura 2: Ranking fama, popularidade e influência

ENTRE OS YOUTUBERS E BLOGGERS	Ranking de Fama e Popularidade		Ranking de Influência	
	1º	 Whindersson Nunes	1º	 Iberê Thenório
	2º	 Kéfera Buchmann	2º	 Nathalia Arcuri
	3º	 Christian Figueiredo	3º	 Whindersson Nunes
	4º	 Karol Conka	4º	 Camila Coelho
	5º	 Maurício Meirelles	5º	 Alexandre Ottoni

Fonte: IPSOS. Acesso em 05 novembro 2019 às 22:37

O estudo levou em consideração fatores como influência, confiança, sucesso, comprometimento, modernidade, família, alegria/carisma e atração. Cada uma das características teve um peso diferente, sendo confiança e sucesso as duas mais importantes. As ações de Youtubers tem grande

influência na sociedade, principalmente em temas complexos, como a educação financeira. Um conhecimento expandido e disseminado poderia dar ao brasileiro uma maior consciência da sua saúde financeira e de seu planejamento orçamentário pessoal. Como análise dessa pesquisa, será abordada a Youtuber Nathalia Arcuri, que apareceu como maior notoriedade em temas como investimento e educação financeira.

4.1. ETHOS DISCURSIVO NA FIGURA DO YOUTUBER

O autor contemporâneo, Maingueneau, baseou-se na Retórica Clássica para ressignificar o conceito de ethos seguindo alguns pressupostos da AD. O conceito do ethos permite a compreensão de que não é possível tratar o conteúdo de um texto/narrativa sem considerar seus modos de dizer ou vice-versa, já que o ethos do texto, sua forma e modo são aspectos fundamentais para sua análise. Para Maingueneau, “o que é dito e o tom com que é dito são igualmente importantes e inseparáveis” (MAINGUENEAU, 1987 [1997], p. 46). Tal percepção é vista de como que o conteúdo e o modo de dizer tem ambos o mesmo peso linguístico na construção do ethos.

Segundo o ethos colocado por Aristóteles, onde o autor coloca que a formação é sua credibilidade e identificação com público para que os argumentos sejam eficazes e capazes de persuadir e convencer, o AD acrescenta também novas variáveis do locutor na transmissão da sua mensagem. Para tanto, precisa-se apoiar em “*um conjunto difuso de representações sociais avaliadas positiva ou negativamente, de estereótipos que a enunciação contribui a fortalecer ou a transformar*” (MAINGUENEAU, 2018, p. 322). Além disso, o autor também reforça que as características do ethos estão presentes no texto oral e escrito. Com isso, a autoridade ganha relevância, ou seja, “*a eficácia do ethos decorre do fato de que envolve de alguma forma a enunciação, sem ser explicitado no enunciado*” (MAINGUENEAU, 2005, p. 70). A

Segundo Maingueneau (2005), o autor coloca como análise uma cena englobante, considerada como ao tipo de discurso e ao estatuto pragmático, ou seja, a comunicação digital multimidiática. na qual se insere o Youtube. A cena genérica é caracterizada por um tipo de comunicação parecida com o vídeo do

Youtube, características da era digital, em especial, a interatividade entre usuários e narradores com inscrição em canal, likes, etc.

O Youtube se constitui como uma das principais ferramentas do século XXI. Mais do que conectividade, o veículo possibilitou a democratização da produção e divulgação de conteúdo. A vida cotidiana e histórias que fazem parte da realidade dos ouvintes são narrativas que permeiam todo o universo do Youtube.

O conceito de Ethos está ligado a cena de enunciação e a construção de um ethos específico para cada Youtuber e seu personagem criado. Embora o público tenha uma noção da personalidade da pessoa, a cada novo vídeo seu ethos é reelaborado, imerso em novas cenografias, que o reconstroem frequentemente dando início a um novo processo. O conceito de Ethos discursivo e cenografia estão interconectados e dependem da interpretação do destinatário e ouvinte da comunicação.

A partir disso, o Ethos desenvolvido por cada Youtuber é fundamental para realizar um entendimento do público. Assim, a análise será baseada em descrever vídeos do canal Me Poupe! que comportam a criação de um ethos da narradora Nathalia Arcuri.

5. ESTUDO DE CASO: O CANAL ME POUPE

Como aplicação do conteúdo teórico e maior entendimento da narrativa e da influência da figura do narrador em vídeos do Youtube, foi desenvolvida uma análise de caso com o Canal Me Poupe um dos principais canais de educação financeira do país. Com isso, o estudo do caso tem como objetivo uma análise detalhada da figura da Nathalia Arcuri, a Youtuber responsável, e o modo com que sua narrativa é construída durante os vídeos e a maneira com que tal narrativa influencia no entendimento da sociedade em relação à temática.

Visando atingir o objetivo geral foram definidos os seguintes objetivos específicos:

- a. Identificar o interesse da sociedade em temas relacionados a economia financeira com cenário brasileiro e seguidores do canal.
- b. Entender o impacto dos conhecimentos de Finanças Pessoais passados por influenciadores digitais nas decisões de investimento baseado na mudança do comportamento de seus seguidores.
- c. Realizar uma análise crítica do modelo de estrutura dos vídeos desenvolvido pelo Canal Me Poupe.
- d. Analisar como a figura da narradora Nathalia Arcuri influencia na relação da sociedade com a temática financeira baseado na pesquisa realizada com seus seguidores.

5.1. JUSTIFICATIVA

A educação financeira é um tema de extrema importância dentro do cenário brasileiro. Nesse cenário, o Youtuber tem grande responsabilidade e influência na disseminação do conhecimento relacionado a temática para seus seguidores, que cada vez mais enxergam a importância do tema. Além disso, o Youtuber também possibilita uma nova maneira de propagação de conteúdo, de uma maneira mais leve, empática e possibilitando o entendimento do tema de maneira mais clara para todos.

Pensando em educação financeira, Souza (2017) diz que o que “a Educação Financeira se propõe, ao transmitir conceitos financeiros, é incorporar no indivíduo os conhecimentos, as habilidades e a confiança necessários para

que ele tome as melhores decisões financeiras”. Com isso, o indivíduo conseguirá entender melhor a importância da educação financeira e o impacto no seu dia a dia.

5.2. CENÁRIO DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA DO BRASIL

As finanças pessoais ainda funcionam como um tabu para grande parte da sociedade brasileira. Segundo uma pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) em 2017, cerca de 32,4% dos entrevistados consideravam seus conhecimentos em finanças pessoais como regulares e 15,6% consideraram como ruim ou péssimo (SPC; CNDL; 2018)

Tal cenário é reforçado quando se analisa o grau de endividamento da sociedade. Segundo a Serasa Experian, em 2018 cerca de 62 milhões de pessoas estavam endividadas no país, impactando cerca de R\$273,4 bilhões. Com tal cenário, as finanças pessoais e a educação financeira são de extrema importância para toda a sociedade.

De acordo com a Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE), a Educação Financeira se torna o método pelo qual as pessoas e a própria sociedade passam para obter melhoras significativas no entendimento das finanças pessoais. Desta forma o indivíduo passa a ter uma compreensão baseada na informação, de forma que haja desenvolvimento da consciência das oportunidades e ameaças envolvidas. Ciente de tais pontos, o indivíduo pode tomar decisões de forma racional e ter informação suficiente que baseiam as suas escolhas (OCDE, 2005).

O país vive um momento de revisão da educação financeira e busca novas iniciativas que desenvolvam esse cenário, desde projetos em escolas públicas até ações governamentais.

Nesse cenário, o Youtube aparece como um dos grandes influenciadores no conhecimento financeiro da população. Cada vez mais especialistas no tema possuem canais, como o consultor Gustavo Cerbasi, Thiago Nigro, criador do canal “O Primo Rico” e Nathalia Arcuri, criadora do canal “Me Poupe!”, que será motivo de análise no decorrer do trabalho. A Arcuri (2018) comenta que as pessoas querem consumir a todo tempo, porém, sem entender o porquê,

causando o risco de não alcançar seus objetivos ou frustra-se. O processo de guardar dinheiro sem propósito e sem planejamento dificulta as finanças do indivíduo.

Com isso, a educação financeira é um dos temas mais temidos pela população por tratar de uma dificuldade inerente da sociedade. A falta de educação financeira e a relação com produtos de crédito e conceitos financeiros ocasiona um efeito cascata, onde, por não estarem familiarizados com a temática, muitos brasileiros tomam decisões sem planejamento e prejudicam suas finanças. De acordo com Hung, Parker e Yoong (2009), a alfabetização financeira pode ser explicada com base em: conhecimento financeiro, atitude financeira, comportamento financeiro e habilidade financeiras. Todos esses fatores estão correlacionados e influenciam na gestão financeira.

5.3. O CANAL ME POUPE! E NATHALIA ARCURI

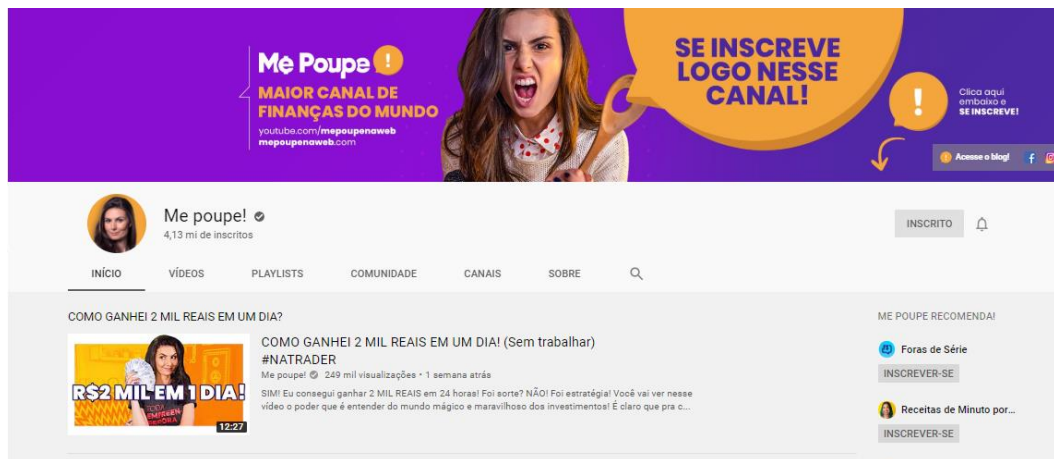
A Youtuber Nathalia Arcuri é uma profissional formada em jornalismo, tendo trabalhado em diversas emissoras e que sempre teve interesse na temática financeira. Conforme contato em suas histórias, quando tinha sete anos pediu um carro para o pai e a partir dele focou-se em economia e prioridade para conquistar seus objetivos, nesse caso, um carro.

Em certo momento de sua carreira e trabalhando na emissora TV Record, propôs a realização de um Reality Show focado em finanças e economia financeira, porém, com uma negativa rápida, pediu demissão e decidiu criar seu próprio canal em 2015, o Me Poupe! que atingiu quatro milhões de inscritos em 2019. Autodenominado como “Primeiro canal de entretenimento financeiro do Brasil”, o canal tem mais de 350 vídeos postados e leva dicas de planejamento e controle financeiro para os inscritos.

Nathalia busca por meio de uma linguagem simples e popular trazer temas até então considerados complexos pela sociedade, como investimento e maneiras de poupar. Além disso, também utiliza temáticas relacionadas a Psicologia Econômica, tendo como principal o autor Daniel Kahneman (2011) e sua teoria sobre o Sistema 1 e Sistema 2, relacionado a forma como as pessoas tomam atitudes de maneira inconsciente, principalmente relacionadas a sua vida

financeira. Como exemplo, a autora fala de temas como a Previdência Social, cartão de crédito, modelos de investimento, etc.

Figura 3: Canal Me Poupe!



Fonte: Youtube. Acesso em 05 novembro 2019 às 22:02

6. METODOLOGIA DE PESQUISA

Nesta etapa serão apresentados os métodos utilizados para o desenvolvimento e aplicação da pesquisa, além dos conceitos, com o objetivo de nortear a construção da pesquisa. A metodologia, segundo Sousa (2006), baseia-se na “ordem por que se deve aplicar um conjunto de métodos e técnicas de investigação com o fim de atingir um determinado resultado concreto” (2006, p. 626). Tendo em vista o tema e o modo de recepção do consumidor, entende-se necessário a realização de uma pesquisa de opinião de caráter quantitativo que será descrito.

A presente monografia utilizou uma análise detalhada de vídeos selecionados previamente do canal e, após isso, utilizou o método aplicado de pesquisa em profundidade, buscando soluções práticas e entendimento. Em relação ao seu objetivo, a pesquisa pode ser considerada como descritiva, pois se propõem com característica da população pré-definida e com formação de relações entre variáveis. Vale destacar que a pesquisa tem caráter qualitativo com o objetivo de entender e analisar como os vídeos selecionados influenciam a compreensão sobre economia financeira por parte dos seguidores do canal.

No decorrer do trabalho, será descrito o perfil do público entrevistado e uma análise dos resultados apresentados. Abaixo, as perguntas realizadas:

1. Perfil da Amostra: Nome/Idade/Cidade
2. Como é sua relação com educação financeira?
3. Quais são os locais em que você busca se informar sobre o tema?
4. Como você enxerga a comunicação destes canais?
5. Você considera o Youtube um meio eficiente para entender melhor sobre educação financeira e investimentos? Se sim, por quê?
6. Como você chegou até o canal Me Poupe?
 - a) Com que frequência você consome o conteúdo do Canal.
7. Como você observa o modelo dos vídeos produzidos pelo Canal. Entende-se como modelo o formato, narrativa, explicação dos temas e didática.

8. Como esse novo modelo de aprendizado e a figura de uma nova narradora influenciaram uma mudança no seu aprendizado.
9. Você considera que a Nathalia Arcuri influenciou seu comportamento financeiro e entendimento? Se sim, por quê?
10. Como você avalia a credibilidade da Nathalia Arcuri?
11. Como você avalia a forma com que ela conta suas narrativas? E a cenografia?
12. Você se identifica com as histórias e exemplos contados pela Nathalia?

6.1. COMPOSIÇÃO DO CORPUS DE PESQUISA

Os vídeos que serão analisados foram selecionados a partir dos seguintes critérios:

- a. relevância do tema baseado no número de pessoas impactadas e que atribuem o tema a sua realidade.
- b. número de visualizações próximo ou superior a 1.5 milhões de visualizações.

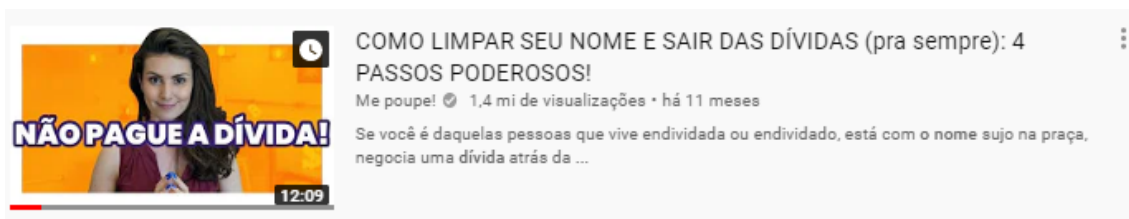
Com isso, o *corpus* de pesquisa inclui três vídeos do canal, a saber:

A análise dos vídeos foi conduzida a partir das seguintes categorias (...)

- a. **Linguagem utilizada:** desenvolvimento da narrativa baseado na linguagem construída pela narradora para realização da análise da narrativa foram definidos vídeos produzidos e veiculados pelo canal Me Poupe com a temática de economia financeira.
- b. **Ambientação:** construção do modelo dos vídeos desenvolvido pelo Canal Me Poupe! levando em consideração aspectos como edição, posição da câmera, etc.

Os vídeos escolhidos foram:

Figura 4: Vídeo como limpar seu nome e sair das dívidas (pra sempre): 4 passos poderosos



Total de visualizações: 1.480 milhões

Data: setembro/2018

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=TAO0EwV2toc>

Figura 5: Vídeo COMO ECONOMIZEI 200 MIL REAIS FAZENDO ISSO! MEUS 30 hábitos pra economizar e enriquecer!

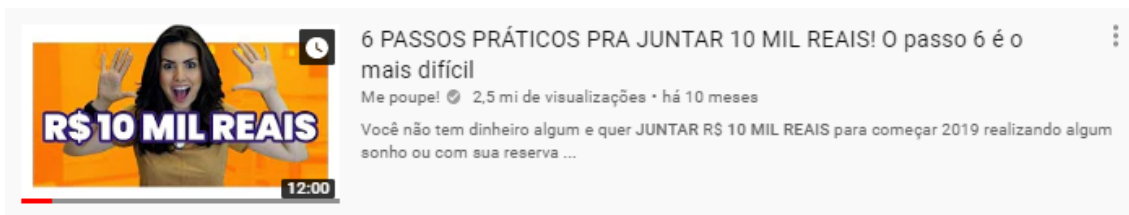


Total de visualizações: 2.1 milhões

Data: outubro/2018

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=4avVtcUi-KA>

Figura 6: Vídeo 6 PASSOS PRÁTICOS PRA JUNTAR 10 MIL REAIS! O passo 6 é o mais difícil



Total de visualizações: 2.5 milhões

Data: dezembro/2018

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=7DOhKIQGXPA>

6.2. ANÁLISE DOS VÍDEOS

Em todos os vídeos do canal Me Poupe, nota-se que são produzidos a partir de uma característica pessoal e próxima com o espectador. O vídeo traz um ambiente doméstico e amigável, uma situação confortável, como se estivesse separando um momento para falar diretamente com o ouvinte.

O canal utiliza uma gravação de maneira frontal, com a Nathalia sendo responsável por falar diretamente com o público, sem a utilização de animações e com cortes simples na edição. Como destaque, o canal também utiliza “memes”, ou seja, uma figura ou vídeo com potencial para ser viralizado. Com uma linguagem coloquial, a narradora consegue transmitir de maneira clara e didática aspectos até então considerados complexos relacionados a economia financeira, por meio de situações cotidianas, próximas à realidade do cidadão médio, buscando contribuir com o entendimento do tema por parte dos seus seguidores.

Numa perspectiva de análise dos vídeos e da figura da Nathalia Cury, podemos classificar o Youtuber como um novo modelo de narrador até então não existente. Esse modelo traz consigo característica da figura do narrador proposta por Benjamin, por trazer sua experiência e interação com o espectador.

Nos vídeos analisados, a narradora transmite uma variação no seu ethos, utilizando tanto o falado (considerando uma linguagem assertiva, direta, até mesmo com uso de palavrões) quanto o mostrado (com preocupação pela vida financeira dos seus ouvintes, demonstrando como podem aplicar os conhecimentos transmitidos).

Apesar disso, essa interpretação depende do interlocutor, uma vez que se assume que o ethos tem um duplo status, “ele é tanto visado pelo locutor quanto construído pelos destinatários, que precisam fazer hipóteses sobre as intenções do locutor” (MAINGUENEAU, 2018, p. 328)

“Conforme se decide por uma ou por outra interpretação, as consequências em termos de avaliação da personalidade são diferentes” (MAINGUENEAU, 2018, p. 325). Com isso, podemos observar o narrador não apenas na perspectiva de um indivíduo narrativo (MOTTA, 2013), mas como um modelo para a construção da vivência, do reforço das práticas do cotidiano e coleta de experiência (CERTEAU, 2008). No vídeo “Como Economizei 200 mil..”, a narradora busca trazer exemplos práticos da sua realidade para embasar suas dicas e a maneira com que ela chegou em sua economia. Além disso, ela também utiliza exemplos com valores e os exemplifica, onde cita e coloca de maneira visual nos seus vídeos.

Outro ponto importante é a fascinação dos indivíduos pela imagem, tornando-a própria mensagem, como citado anteriormente no decorrer da

pesquisa. Neste caso, a narradora torna-se a própria mídia, ou seja, a mensagem transmitida e relacionada a educação financeira,

Como principal diferença, essa nova figura de narrador é desenvolvida não mais no ambiente físico com a figura do sábio ancião ou aventureiro, mas sim dentro de um ambiente digital, com uma nova forma de produção, com a possibilidade de maior interação do público, construção em conjunto de narrativas e compartilhamento com outras pessoas interessadas em acompanhar a figura do narrador. Em diversos momentos, a narradora utiliza da ferramenta do Youtube para solicitar a interação do público, com comentários e compartilhamento do conteúdo para impactar outras pessoas interessadas. Além disso, as dicas e todo o conteúdo produzido também foi criado com base em comentários e percepções da própria Nathalia sobre seus seguidores, trazendo um sentimento ainda maior de interação e construção de uma história em conjunto.

6.3. ELEMENTOS DA ESTÓRIA

Além dos pontos citados, vale destacar as características da edição realizadas pelo Canal. Com cortes simples e uma perspectiva frontal sobre a Nathalia. Essa característica da edição ganha força com alguns traços da narrativa simples e direta, que busca transmitir a percepção de que a narradora está falando diretamente com o ouvinte, quer ajudá-lo a mudar sua vida, como em uma relação quase pessoal.

Além disso, o vídeo é editado de maneira com que é possível adicionar características visuais como legendas e a inclusão de figuras da internet, os memes. Todos esses pontos são fundamentais para trazer uma linguagem ainda mais coloquial e próxima do ouvinte, como se fosse uma relação próxima de amizade, onde a autora está trazendo dicas para ajudá-lo a mudar seu cenário financeiro.

6.4. PESQUISA QUALITATIVA

6.4.1. PERFIL DA AMOSTRAGEM

Para realizar a pesquisa, as entrevistas foram realizadas em profundidades com seguidores do canal, tendo como objeto de estudo seis

participantes. Tais pessoas foram definidas com base em seu grau de acompanhamento com o canal - visualização dos vídeos semanal - e influência da Youtuber em uma mudança comportamental.

6.4.2. ANÁLISE

Com base nas entrevistas realizadas, nota-se a influência exercida pela Nathalia Arcuri no comportamento dos seus seguidores.

“Os primeiros vídeos que eu vi eram de coisas básicas como taxa SELIC, tesouro direto, etc. São vídeos que eu vi e lembro até hoje o que são e entendo esses termos, o que é melhor. Eu ainda não investi, não mexi, mas o que eu assisti dela me marcou bastante. Me fez pensar e repensar o que fazer com o dinheiro. Ainda não fiz, mas pretendo fazer. Então assim, foi uma comunicação muito efetiva e me fez repensar o que fazer com meu dinheiro”.

Bruna Arthuso

Funcionando como um contraponto da figura clássica do narrador citado por Benjamin, a narradora parte de uma figura comum numa sociedade em que ganha relevância por conta de seu modelo narrativa. Tendo o Youtube como canal potencializador por conta da imagem transmitida com a utilização de figuras e animações - processo esse colocado por Costa (2002) como a mudança da narrativa por conta da entrada da I Era Digital - a narradora passa de forma didática e clara para seus seguidores conteúdos até então considerados complexos em uma perspectiva simples, facilitando assim seu entendimento.

A narradora utiliza de relatos próprios para embasar seu aprendizado financeiro, funcionando como um exemplo para criar uma credibilidade fixa baseada em sua experiência adquirida até então. Com isso, a Nathalia configura um processo colocado por Costa (2002), onde sua experiência vivida torna-se fundamental para, por meio da linguagem, conseguir compartilhar sua visão de mundo e significados de forma clara para seu público, o que pode ser observado

na fala de alguns entrevistados. A narradora conseguiu por meio da sua história e aprendizado criar uma identificação clara com seus seguidores para tornar sua credibilidade capaz de convencer e influenciar diretamente. A cada novo vídeo, a autoria cria um novo ethos de acordo com o novo e, junto com o modelo de edição e cenografia, possibilitam a interpretação e entendimento do ouvinte.

“Para mim, a credibilidade é por conta da própria história de vida dela.”

Juliana Silva

Pensando o cenário de educação financeira, hoje, grande parte da sociedade brasileira não teve acesso a tal discussão e acaba considerando o tema complexo. Dessa forma, a Nathalia possibilitou para os entrevistados uma nova forma de consumir esse conteúdo, tornando-o acessível devido a sua didática:

“Na minha opinião seu conteúdo é acessível pela forma como ela fala.”

Juliana Silva

Outro ponto de destaque é a influência que a Nathalia Arcuri possui em relação aos seus seguidores. Em todas as entrevistas nota-se com destaque a mudança de comportamento dos entrevistados após início do acompanhamento do canal, onde o Youtuber influencia de maneira positiva ou negativa conforme colocado por Karhawi (2017).

Levando em conta a narrativa, a maneira com que a narradora conta suas histórias é fundamental para o entendimento de um tema até então complexo. Maingueneau afirma: “o que é dito e o tom com que é dito são igualmente importantes e inseparáveis” (1987 [1997], p. 46). Tal afirmação pode ser observada no caso de Nathalia, pois, segundo os entrevistados, outros Youtubers não possuem o mesmo sucesso no entendimento dos seguidores apesar de abordarem o mesmo assunto. O tom colocado torna-se diferencial para compreensão dos seguidores.

“Existem vários canais de comunicação, mas alguns falam uma linguagem, uma realidade, um pouco diferente da minha então eu acabo não seguindo eles por conta disso. Vou citar um exemplo um deles, como o Primo Rico, onde ele tem um canal e uma corretora de investimento e fala muito sobre investimento, ações, mas é uma coisa que eu ainda não estou fazendo ainda estou fazendo a estrutura, ainda estou tentando mudar minha mentalidade”

Dienifer

“Eu já tentei ver outros canais, que a Nathalia já indicou, mas a linguagem formal não era tão atrativa. Eu considero o conteúdo ela muito atrativo, me engaja muito. Se fosse outra pessoa não sei se assistiria, apenas se tivesse um perfil muito parecido. O jeito que ela está atrelada ao conteúdo e a forma como ela passa isso. Na minha opinião seu conteúdo é acessível pela forma como ela fala. “

Juliana Silva

Em todos os casos, os entrevistados consideraram a Nathalia como influenciadora direta no interesse na temática financeira e como responsável por realizar uma mudança no comportamento no cotidiano.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O trabalho apresentado buscou discutir a mudança na perspectiva da figura do narrador na evolução do tempo e contemporaneidade. Nesse processo, a figura clássica do Narrador categorizada por Walter Benjamin, acabou sofrendo profundas transformações por parte da sociedade e a maneira com que o mesmo era visto. Apesar dessa visão, a figura clássica do narrador também colocada por Sodré (2009) como a figura simbólica por pessoas mais velhas e experientes também sofre mudanças, onde a experiência torna-se fundamental para o desenvolvimento do narrador, independente de tal “experiência”, conforme colocado por Costa (2002).

Num mundo cada vez mais dinâmico e volátil, conforme colocado pelo autor Silviano Santiago em *O narrador pós-moderno* (1989), o modelo clássico de narrador passou a sofrer influência diretamente do desenvolvimento de canais digitais, tendo a internet como foco principal dessa discussão. A Internet, conforme citado no decorrer do trabalho, foi fundamental para o desenvolvimento de novas ferramentas, como o caso do Youtube, plataforma digital que revolucionou o desenvolvimento de vídeos e percepções acerca da sociedade e permitiu o desenvolvimento de um novo narrador, o Youtuber.

Com tais mudanças, a valorização da imagem e de produções que privilegiasse a imagem e o som ganham força, influenciando diretamente o ouvinte. A imagem torna-se potencializador da narrativa e o Youtube torna-se a ferramenta porta voz para tal mudança.

Para uma análise desse processo, a pesquisa buscou desenvolver um estudo de caso atrelando a temática de educação financeira com o novo modelo de narrador, tendo o canal Me Poupe a sua criadora, Nathalia Arcuri, como focos do estudo. A Youtuber é considerada uma das pessoas mais influentes do Brasil e, apesar de uma temática complexa analisando a falta de educação financeira na sociedade, a narradora desenvolveu um novo modelo de contar seu processo e criar uma base de seguidores fiéis que cada vez mais são influenciados e tem sua vida financeira remodelada pelos ensinamentos da mesma.

A partir dessa perspectiva, foi desenvolvido um estudo sobre o histórico do canal e da narradora e, posteriormente, uma análise sobre três vídeos populares do canal. Tais vídeos referem-se a dicas sobre educação financeira e,

com isso, analisou-se os aspectos principais, como a mudança na figura clássica do ancião e a criação de uma narrativa baseada em exemplos vívidos pela própria autora para criar empatia em seus seguidores e servir de exemplo de uma mudança.

Além disso, foram realizadas entrevistas qualitativas para entender a opinião de seguidores do canal e verificar as características principais destacadas relacionadas a figura da narradora e a influência que a mesma causou na educação financeira do seu público.

Portanto, a pesquisa buscou entender sobre a influência da narradora em relação a seus seguidores e como essa nova figura criada revolucionou o modelo tradicional

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

SOUZA, Eduardo. **Narrativas pessoais na internet: seriam os YouTubers um novo modelo de narrador?** Juiz de Fora, 2016.

Novo estudo aponta o atual estado da educação financeira no Brasil. Disponível em: <http://www.bemprobolso.com.br/noticia/novo-estudo-aponta-o-atual-estado-da-educacao-financeira-no-brasil>. Acesso em: 05 out 2018

SOUZA, Ludmila. **Pesquisa revela que 58% dos brasileiros não se dedicam às próprias finanças.** Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/economia/noticia/2018-03/pesquisa-revela-que-58-dos-brasileiros-nao-se-dedicam-proprias-financa>. Acesso em: 05 out 2019.

JENKINS, Henry. **Cultura da convergência.** São Paulo: Aleph, 2009.

JENKINS, Henry; GREEN, Joshua; FORD, Sam. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável.** São Paulo: Aleph, 2014.

MIRANDA, Giuliana. **Cientistas viram youtubers e falam de dinossauros a robótica em vídeos.** Folha de São Paulo. Disponível em: Acesso em: 26 out. 2019

LEAL, Bruno Souza; CARVALHO, Carlos Alberto (Orgs.). **Narrativas e poéticas midiáticas: estudos e perspectivas.** São Paulo: Intermeios, 2013, p. 25-48.

MOTTA, Bruna Seibert; BITTENCOURT, Maíra; VIANA, Pablo Moreno Fernandes. **A influência de Youtubers no processo de decisão dos espectadores: uma análise no segmento de beleza, games e ideologia.** Revista da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação – E-compós, Brasília, v. 17, n. 3, set./dez. 2014. Disponível em: <<http://www.compos.org.br/seer/index.php/e-compos/article/view/1013/794>>. Acesso em: 26 out. 2019.

SOUSA, Jorge Pedro. **Elementos de teoria e pesquisa da comunicação e dos media**. 2. ed.. Porto: Edições Universidade Fernando Pessoa, 2006.

BEHLING, H. P; FREIRE, R; REINERT, J. **Endosso de Celebidades: uma análise baseada na complementaridade de modelos teóricos**. Intercom.org. 2010.

MCCRACKEN, Grant, **Who Is the Celebrity Endorser? Cultural Foundations of the Endorsement Process**, Journal of Consumer Research, 16 (1989). Web.

FARIAS, L. A. **Opinião pública, mídia e organizações**. In: KUNSCH, M. M. K. (org). Comunicação organizacional estratégica. São Paulo: Summus, 2016.

KARHAWI, I. **Influenciadores digitais: o Eu como mercadoria**. In: CORRÊA, E. S.; SILVEIRA, S.C. (Orgs.). Tendências em Comunicação Digital. São Paulo: ECAUSP, 2016

CASTELLS, Manuel (2003), **“Internet e Sociedade em Rede”**. In: MORAES, Denis de (org.) “Por uma outra comunicação”. Rio de Janeiro: Record.

BURGUESS, J; GREEN, J. **YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade**. São Paulo: Aleph, 2009.

HARTLEY, J. **Utilidades do Youtube: alfabetização digital e a expansão do conhecimento**. In: BURGUESS, J; GREEN, J. YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade. São Paulo: Aleph, 2009.

DOMINGOS, Adenil Alfeu. **Storytelling: evolução, novas tecnologias e mídia**. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 32, 2009, Curitiba.

MAINGUENEAU, Dominique. **Novas Tendências em Análise do Discurso**. Trad. Freda Indursky. 3. ed. Campinas (SP): Pontes/Editora da Unicamp, [1987] 1997.

BURGESS, J.; GREEN, J., **YouTube e a revolução Digital**, São Paulo: Aleph, 2009. 239 p.

MAINGUENEAU, Dominique. **Análise de textos de comunicação**. Trad. de Cecília P. de Souza-eSilva e Décio Rocha. São Paulo: Cortez, 2000.

OURIQUE, João Luis Pereira. **O resgate do narrador**. 2006. Disponível em: <http://w3.ufsm.br/grpesqla/revista/num11/art_07.php> .Acesso em 11 nov. 2019

MAINGUENEAU, Dominique. **Retorno crítico à noção de ethos**. Trad. de M. G. Corrêa di Fanti. Revista Letras de Hoje. PUCRS. V.53, n. 3, p. 321-330, jul. set. 2018.

Youtubers fazem a cabeça dos jovens. Disponível em: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/advertising-channels/v%C3%ADdeo/youtube-teens/>. Acesso em: 05 out 2019.

Canal no YouTube ensina educação financeira para jovens da periferia Disponível em: <https://exame.abril.com.br/seu-dinheiro/canal-no-youtube-ensina-educacao-financeira-para-jovens-da-periferia/>. Acesso em: 05 out 2019.

Como anda a educação financeira do Brasil <https://foxbit.com.br/blog/como-anda-a-educacao-financeira-no-brasil/>. Acesso em: 05 out 2019.

ADORNO, Theodor W. In: _____. **Notas de Literatura I. Tradução de Jorge Mattos Brito de Almeida**. São Paulo, SP: Duas Cidades/Ed. 34, 2003. p. 55-63.

BENJAMIN, Walter. **O narrador: considerações sobre a obra de Nikolai Leskov**. In: _____. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e**

história da cultura (Obras escolhidas, v). Tradução de Sérgio Paulo Rouanet. 7ª.ed. São Paulo, SP: Brasiliense, 1994, p. 197-221.

Jean; GREEN, Joshua. **YouTube e a Revolução Digital: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade.** Tradução de Ricardo Giassetti. São Paulo, SP: Aleph, 2009.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: 1. Artes de fazer.** 2008. JENKINS, Henry. Cultura da convergência. Tradução de Susana L. de Alexandria. 2ª ed. São Paulo, SP: Aleph, 2009. _____;

FORD, Sam; GREEN, Joshua. **Cultura da conexão: criando valor e significado por meio da mídia propagável.** Tradução de Patricia Arnaud. São Paulo, SP: Aleph, 2014.

KIELING, Alexandre S. Narrativas **digitais interativas e o uso da tecnologia como narrador implícito.** Revista FAMECOS (Online), v.19, n. 3. Porto Alegre, RS: Revista Famecos, 2012, p. 739-758. MOTTA,

Luiz Gonzaga. **Análise Crítica da Narrativa.** Brasília, DF: Editora Universidade de Brasília, 2013.

SANTIAGO, Silviano. **O narrador pós-moderno.** In: _____. Nas malhas da letra: ensaios. Rio de Janeiro, RJ: Rocco, 2002. p.44-60. SCOLARI, Carlos

Tavares, J.L. (2010). **A construção do Persona Digital: Nova identidade assumida pelos integrantes da Web 2.0.** Disponível em http://bocc.unisinos.br/_esp/anopub.php?anopub=2010. Acesso em 20 out 2019.

APÊNDICE A - Entrevista Bruna

1. Perfil da Amostra: Nome/Idade/Cidade

D. Bruna Arthuso, 24 anos, São Paulo

2. Como é sua relação com educação financeira?

D. O que eu tive de educação financeira foi basicamente o que meus pais me passaram, minha mãe principalmente. Então sempre foi um tipo de educação que eu considero mais conservadora e antiga, que é a ideia de pagar as contas e o que você consegue poupar você guarda numa poupança, então o dinheiro fica sempre guardado numa poupança pra quando você precisar ou comprar alguma coisa ou alguma emergência. Mais recentemente, eu fui procurar coisas diferentes porque eu vi que essa não era a melhor forma de ter dinheiro. Foi então que eu procurei o canal do Me Poupe por indicação, da Nathalia Arcuri, e agora eu tenho um pouco mais de noção do que ou do que dá para investir, mas eu ainda ajo da forma que me foi ensinado, tendo todo o dinheiro na poupança.

3. Quais são os locais em que você busca se informar sobre o tema?

D. Eu converso com meu namorado, que ele entende bastante dessa parte, então ele me ajuda bastante. O canal do Me Poupe e mais recentemente eu tenho conversado com algumas pessoas do trabalho, que também não entendem muito, mas a gente tem trocado algumas ideias. Mas quando eu tenho que procurar normalmente é na internet, lendo algum artigo ou algum site que fale disso de forma fácil ou canais mesmo, que eu uso do Me Poupe.

4. Como você enxerga a comunicação destes canais?

D. Eu acho linguagem financeiro algo muito difícil porque surgem muitos termos técnicos e surgem muitas dúvidas, então isso é a maior barreira. A dificuldade de lidar com todas as abreviações e siglas. Eu acho difícil. O que eu tentei ler acabo não tendo muita paciência e foi até um motivo para procurar audiovisual. Não é necessariamente a minha forma preferida de aprender, eu realmente prefiro lendo, mas para esse tema eu acabo entediando, ficando irritada e acabo largando.

5. Você considera o Youtube um meio eficiente para entender melhor sobre educação financeira e investimentos? Se sim, por quê?

D. Eu acho que sim. Eu acho que depende da pessoa que faz a comunicação porque pode ficar uma coisa maçante de muito tempo ou algo mais tranquilo de 7 e 8 minutos. Eu acho uma boa alternativa para quem tem muitas dúvidas, porque é uma plataforma onde você consegue deixar suas dúvidas, opiniões e coisas assim.

6. Como você chegou até o canal Me Poupe?

D. Eu estava procurando canais de Youtube que fossem voltados para educação financeira. Eu vi a lista dos 10 melhores canais brasileiros e um que eu vi que era melhor falado era o Me Poupe e também foi o primeiro. A questão de ser uma menina, de ter feito o primeiro milhão coisa que ela falou bastante, eu acabei vendo o canal dela.

7. Como você observa o modelo dos vídeos produzidos pelo Canal. Entende-se como modelo o formato, narrativa, explicação dos temas e didática.

D. Eu gosto muito do formato dela porque primeiro acho que ela é formada em jornalismo. Ela sabe se comunicar muito bem, ela fala muito bem e consegue prender sua atenção. Ela sabe como explicar as coisas, de uma forma muito didática e natural. Ela sempre faz analogia, dá muitos exemplos, como se sua aplicação fosse um carro. Ela faz paralelos muitos fáceis de se entender, principalmente para quem não tem esse conhecimento de mercado. Ela também usa coisas na tela, tanto de palavra, quanto imagem, termo, até de dinheiro. Isso ajuda a fixar o que ela está falando. Ela também fala rápido, sendo bem dinâmico, não sendo tão longo. O vídeo fica bem ok de ser assistido, na minha opinião, não fico entediada e consigo ver naturalmente, tranquilamente.

8. Você considera que a Nathalia Arcuri influenciou seu comportamento financeiro e entendimento? Se sim, por quê?

D. Sim, os primeiros vídeos que eu vi eram de coisas básicas como taxa SELIC, tesouro direto, etc. São vídeos que eu vi e lembro até hoje o que são esses termos e o que é melhor. Eu ainda não investi, não mexi, mas o que eu assisti

dela me marcou bastante. Me fez pensar e repensar o que fazer com o dinheiro. Ainda não fiz, mas pretendo fazer. Então assim, foi uma comunicação muito efetiva e me fez repensar o que fazer com meu dinheiro.

9. Como você avalia a credibilidade da Nathalia Arcuri?

D. Sim, ela não é formada na área de economia, eu lembro que ela falou do jornalismo então ela fala muito bem, além disso ela fez cobertura de pauta sobre economia quando ainda era jornalista. Ela trabalhou com isso, tem muita propriedade, apesar de não ser formada em. O fato dela saber tirar dúvidas, algo que ela me marcou muito foi ter feito R\$1 milhão com 33 anos apesar de não vir de família rica. Ela sabe se comunicar muito bem, ela sabe prender a atenção de quem tem interesse em aprender sobre o assunto com base nas próximas experiências dela. E ela passa muita credibilidade, eu não duvidaria dela.

10. Como você vê a relação do Me Poupe com a Nathalia. Por exemplo, se não fosse a Nathalia falando, você ainda acompanharia ela?

D. Eu vejo que o canal é ela. Pra mim a imagem dela é muito maior do que o nome Me Poupe. Ela leva o nome na reputação dela. Não seria o caso de um Porta dos Fundos. Ela é a chave fundamental até pela maneira como ela se comunica. Sempre aparece enquete que ela faz, perguntando o que as pessoas querem que ela fale. E tem muita característica dela, a forma de falar, refletindo o que ela é. Não sei se eu assistiria se fosse outra pessoa.

APÊNDICE B - Entrevista Juliana

1. Perfil da Amostra: Nome/Idade/Cidade

D. Juliana Silva, tenho 22 anos e moro em São Paulo

2. Como é sua relação com educação financeira?

D. É uma relação em que eu não me planejo muito, minha parte financeira é bem ruim. Tudo o que eu tenho do meu salário eu gasto, não tenho um planejamento, pensando em aposentadoria, etc. Só que eu leio muito sobre isso porque a partir do ano que vem estou planejamento me organizar sobre isso, principalmente Youtube e mais algumas notícias sobre educação financeira. Mas eu, mas acompanho do que eu faço, não faço muita coisa.

3. Quais são os locais em que você busca se informar sobre o tema?

D. Eu diria principalmente Youtube e notícia. Notícia sobre quanto está o dólar, investimento, se vale a pena investir na SELIC, previdência, etc. Eu diria notícia e Youtube.

4. Como você enxerga a comunicação destes canais?

D. Acho a linguagem um pouco complicada, mas cada vez mais vejo esses canais tentando simplificar o assunto. O mais difícil é explicar de uma forma em que as pessoas entendam e usem na sua realidade.

5. Você considera o Youtube um meio eficiente para entender melhor sobre educação financeira e investimentos? Se sim, por quê?

D. Sim, eu acho que sim porque a linguagem do Youtube é muito acessível. Então quanto falamos em educação financeira, investimento, como se organizar, são temas um pouco mais chatos de você ler e entender com termos muito específicos por exemplo SELIC, até assistir no Youtube que tem uma explicação muito mais acessível ao meu mundo, uma forma que eu entendo. Então eu acho que a linguagem do Youtube é acessível e faz você entender melhor, por isso eu considero um meio melhor para entender sobre educação financeira.

6. Como você chegou até o canal Me Poupe?

D. Eu não lembro. Eu acho que foi um vídeo do investimento SELIC mesmo. Eu estava navegando e pareceu como recomendação, ela não era famosa. Acho que fazem uns 4 anos.

7. Como você observa o modelo dos vídeos produzidos pelo Canal. Entende-se como modelo o formato, narrativa, explicação dos temas e didática.

D. Primeiro, a linguagem. Acho que é muito acessível e explicativa, porque ela traz exemplos reais do seu mundo. Por exemplo, se ela fala de investimentos ela traz a questão imobiliária, muitas coisas do seu dia a dia. Ou quando ela ensina como organizar suas prioridades, a porcentagem, quanto eu vou dedicar para roupa, providência, quanto vou tirar do meu salário para cada coisa, sendo muito voltado para sua realidade. E tem muitos conteúdos criativos e inovadores, ela tem uma série que é para tirar pessoas endividadas da dívida. Ela alcança diversas realidades, como alguém em comunicada, mas que está muito enviado ou alguém como uma realidade financeira melhor e está endividado. Ela aborda muitas realidades diferentes e são conteúdos muito atrativos. Então pensando nessa série que ela produz ela fez com um personal shopper, algo assim, em que as meninas olharam seus armários, tinham muitas coisas sem usar e foram fazer coisas com ela, coisas muito do meu dia a dia como jovem, muito atrativo. Parece muito uma novela que dá vontade de assistir e ver o próximo capítulo. Então eu acho que o conteúdo é muito bom, criativo, acessível e, principalmente, a linguagem.

8. Você considera que a Nathalia Arcuri influenciou seu comportamento financeiro e entendimento? Se sim, por quê?

D. Sim, porque eu só passei a me preocupar sobre essa questão depois de assistir os vídeos e ver o quanto isso é importante. E também entender que pelo o que ela apresenta da realidade do Brasil poucas pessoas tem uma educação financeira boa. A partir desse conhecimento que ela passa eu passei a me preocupar mais e estou me planejando para investir e organizar melhor meu janeiro a partir de janeiro. Antes eu não dava muita bola.

9. Como você avalia a credibilidade da Nathalia Arcuri?

D. O principal que me marcou é a história de que quando ela era muito nova ela começou a juntar dinheiro porque ela estava muito determinada para comprar um carro. Ela conta tudo o que fez para conseguir comprar com 18 anos de idades e todas as metas para alcançar. Pelo fato dela ter vivido isso e ser uma pessoa que sempre se preocupou, pelo o que ela conta da sua história, seu storytelling trouxe uma confiabilidade muito grande. Apesar de ela não ser consultora financeira nem nada e ser jornalista, mas ela sempre conta que desde muito nova teve essa organização e trouxe dicas de como ela conquistou tudo isso. Para mim, a credibilidade é por conta da própria história de vida dela.

10. Como você vê a relação do Me Poupe com a Nathalia. Por exemplo, se não fosse a Nathalia falando, você ainda acompanharia ela?

D. Não sei, talvez não. Eu já tentei ver outros canais, que a Nathalia já indicou, mas a linguagem formal não era tão atrativa. Eu considero o conteúdo ela muito atrativo, me engaja muito. Se fosse outra pessoa não sei se assistiria, apenas se tivesse um perfil muito parecido. O jeito que ela está atrelada ao conteúdo e a forma como ela passa isso. Na minha opinião seu conteúdo é acessível pela forma como ela fala.

APÊNDICE C - Entrevista Giovani

1. Perfil da Amostra: Nome/Idade/Cidade

D. Giovani, vinte e sete anos, da cidade de Guarulhos

2. Como é sua relação com educação financeira?

D. A minha relação com o mercado financeiro. Eu já trabalhei por dois anos integralmente na área, valorizei o meu próprio capital e agora eu trabalho na Creditas que é uma empresa financeira. Eu continuo operando no mercado financeiro atualmente.

3. Quais são os locais em que você busca se informar sobre o tema?

D. Eu busco informações sobre o mercado financeiro através de mídia física e mídia digital né. Na mídia digital geralmente eu busco pela invest.com ou infomoney e mídia física geralmente por jornais e noticiários também. A comunicação, talvez nesses jornais principalmente no digital é bem ineficiente porque a gente tem tudo online então saiu uma notícia a gente consegue se informar o nos atualizar rapidamente e com certeza o Youtube é uma maneira eficiente de atender melhor a educação financeira porque você encontra todo tipo de informação desde de um cara mais didático como cara mais interativo então tem pra todos os gostos e públicos então com certeza é um uma forma eficiente de procurar sobre educação financeira.

4. Como você enxerga a comunicação destes canais?

D. Na minha opinião a comunicação é bem simples. Como eu pesquiso bastante sobre o tema e trabalho com isso, acabo achando que eles tratam de uma forma bem clara.

5. Você considera o Youtube um meio eficiente para entender melhor sobre educação financeira e investimentos? Se sim, por que?

D. O Youtube conseguiu trazer o tema para todas as pessoas. Quando eu estava procurando entender um pouco mais, ver esses vídeos que me ajudaram a me interessar mais e saber o que eu estava fazendo.

6. Como você chegou até o canal Me Poupe?

D. Eu cheguei no canal Me Poupe! porque estava procurando um canal mais dinâmico, que me ensinasse mais ainda sobre renda fixa do que renda variável. O Me Poupe! já é um grande nome junto com outros canais então através do próprio youtube a gente consegue fazer uma fácil pesquisa e localizar esse canal então foi por lá que eu achei.

7. Como você observa o modelo dos vídeos produzidos pelo Canal. Entende-se como modelo o formato, narrativa, explicação dos temas e didática, por exemplo, se não fosse a Nathalia falando, você ainda acompanharia ela?

D. A narrativa no canal é muito boa principalmente por causa da Natália ele é muito ele é muito didático ela é muito interativa então a gente consegue ter uma boa visão do mercado financeiro, tanto aplicado no nosso dia a dia quanto no o mercado financeiro em si.

8. Você considera que a Nathalia Arcuri influenciou seu comportamento financeiro e entendimento? Se sim, por quê?

D. Com certeza ela é influenciadora no comportamento financeiro porque ela tem incluído muita gente no mercado de variáveis no mercado e de renda fixa então ela é uma influenciadora ela tem um poder muito forte de persuasão e de convencer as pessoas a aplicarem e ensinar essa forma de aplicar.

9. Como você avalia a credibilidade da Nathalia Arcuri?

D. A Nathalia com certeza tem credibilidade. Ela conseguiu construir tudo isso pela história dela, o jeito que aprendeu e tudo o que ela faz na vida dela que serve de exemplo do que ela fala.

10. Como você vê a relação do Me Poupe com a Nathalia. Por exemplo, se não fosse a Nathalia falando, você ainda acompanharia ela?

D. Se não fosse ela, seria muito difícil continuar assistindo né, porque a forma que ela lida com o mercado financeiro, como ela lida com o público em si, é muito eficiente. Existe vários outros canais com a mesma forma de didática, mas não com o mesmo carisma que ela tem. Então ela é de certa forma eficiente na didática, no carisma e na aplicação do conteúdo.

APÊNDICE D - Entrevista Dienifer

1. Perfil da Amostra: Nome/Idade/Cidade

Dienifer, 28 anos, Pelotas - RS.

2. Como é sua relação com educação financeira?

Minha educação financeira foi uma coisa que apareceu depois de adulta, há pouco tempo. Eu não tinha nenhuma relação com isso, mas após buscar um conteúdo de desenvolvimento pessoal como um todo e ouvindo falar e comecei a entender como que realmente se existia e como isso afetava a minha vida.

3. Quais são os locais em que você busca se informar sobre o tema?

Hoje é a partir de várias coisas, desde páginas de Facebook, Instagram e Youtube, como livros. De todos, hoje eu consumo mais de mídias sociais que tem um conteúdo mais focado já, normalmente começa a seguir pessoas que falam uma linguagem que eu entenda que seja própria pra mim porque eu testou vivendo hoje enfim tem muita gente falando sobre isso mas nem sempre aquela linguagem é legal de ouvir de vez enfim.

4. Como você enxerga a comunicação destes canais?

D. Existem vários canais de comunicação, mas alguns falam uma linguagem, uma realidade, um pouco diferente da minha então eu acabo não seguindo eles por causa disso. Vou citar um exemplo um deles, como o Primo Rico, onde ele tem um canal e uma corretora de investimento e ele fala muito sobre investimento ele fala muito sobre ações fala muito que é uma coisa que eu ainda não estou fazendo ainda estou fazendo a estrutura, ainda estou tentando mudar minha mentalidade e que é uma das coisas que eu comecei a aprender que isso existe, não é só mandar o dinheiro que entra mas mudar a mentalidade é o que vai fazer a diferença então eu estou mudando a mentalidade então acaba que eu não estou investindo então esse é um canal que eu não acabo acompanhando por conta disso, mas eu acho muito válido. Tem alguns com canais em que tem um conteúdo muito copiado tá, isso se percebe assim a tendência falar sobre investimento vamos falar sobre investimento e a do mesmo

tem muito mais do mesmo assim mas tem coisas bem relevantes que as pessoas trazem temas e pensamentos diferentes assim então vai depender muito, como eu disse, do estágio em que a pessoa está. No meu caso no meu estágio de finanças tem alguns que não valem a pena que acrescentou bastante coisa

5. Você considera o Youtube um meio eficiente para entender melhor sobre educação financeira e investimentos? Se sim, por quê?

D. Sim, porque a questão do Youtube é uma aula né. É uma aula de graça e que você pode interagir, pode mandar um e-mail, pode comentar, ir nas redes sociais, enfim, você pode ver também a realidade de outras pessoas porque ali tem vários comentários. É uma aula e é muito diferente porque é a posição daquela pessoa com aquilo, então mas uma coisa em que um professor em sala de aula que te dá uma posição em relação a vivência dele e o que ele estudou, o que aprendeu e as referências que ele tem sobre o assunto, então acho válido. Além disso, acaba aprendendo muito mais do que ler artigos e coisas do tipo, porque tem a questão que “tú” tá vendo a pessoa falar, enfim, é aquela coisa que nem é visualmente falando, chama muito mais atenção do que leituras, principalmente pra quem ainda não tem muita certeza sobre o tema. Assim, acaba que é muito mais fácil de desistir da leitura do que de ver vídeos porque se você não gosta, você troca e aí começa a entender a linguagem muito mais fácil.

6. Como você chegou até o canal Me Poupe?

D. Eu não me lembro. Eu me lembro acompanho os vídeos dela já faz muito tempo, então não consigo lembrar em que estágio eu cheguei. Provavelmente uma coisa é recomendada do próprio Youtube quando a gente assiste a esse conteúdo que é parecido com esse que você acabou de assistir. Eu acabei, como eu vou dizer, assim muito curiosa em relação a isso, então eu acesso com muita coisa frequência muita gente para ver se realmente aquilo é bom ou não e se está dentro da minha realidade. Eu fui ver e eu acabei gostando da maneira como ela fala, da maneira como ela se comunica, e aí eu fui cada vez mais criando aquilo, eu fui ficando, como é que eu vou dizer, interessada pelo assunto. Foi a partir daí que eu comecei a parar pra pensar nisso, entendi isso e vi como que faz. Acho que é porque também eu nunca segui nenhuma pessoa, nunca fui

uma pessoa fã. Hoje, a única pessoa que eu sigo é ela e acredito que eu possa ter uma empatia, assim, com a maneira como ela conversa sobre o assunto e acaba tirando aquele peso, não deixando o assunto tão chato como aparentemente é se você busca pelo tradicional mesmo.

7. Como você observa o modelo dos vídeos produzidos pelo Canal. Entende-se como modelo o formato, narrativa, explicação dos temas e didática.

O modelo dos vídeos eu respondi na anterior né, mas eu considero excelente porque, assim, são vídeos de curta duração, não são vídeos muito longos - a não ser as que precisam ter um período maior - mas os vídeos que ela faz de curta duração vai direto ao ponto do assunto. É bom porque muitas vezes você não tem muito tempo, e aí o entretenimento que ela traz também é objetivo porque acaba, como volto a dizer, não fica com uma linguagem tão chata, maçante, para quem não está habituado a ouvir sobre o assunto. Dá uma vontade de seguir assistindo, uma vontade de saber mais. Ela desperta isso, a linguagem que ela utiliza desperta essa vontade, de você ficar assistindo ali e procurar outras pontes de conhecimento. Os outros canais e outros materiais que eu conheci são a partir do que eu ouvi dela, porque ela continua sendo a referência, então todo o assunto que ela traz eu vou querer saber mais em relação a isso. O que eu acho, pela questão de tudo, o formato, tempo e qualidade dos vídeos que ela faz, pelos assuntos que ela aborda, ela consegue trazer vídeos pontuais que realmente as pessoas tem dúvidas, que fazem parte da sua vida, e não apenas de pessoas específicas. As pessoas estão passando por aquilo, estão vivendo aquilo, então ela vai no ponto certo e na quantidade de mensagem correta para a pessoa e tem a diversificação nos vídeos relacionados a finanças. Finanças é amplo, então ela fala desde investir até a parte da mentalidade, que é aquilo que eu falei, que estou trabalhando em relação a isso, mas foi através dos vídeos dela que eu comecei a trabalhar. A linguagem é excelente, eu não tenho o que dizer porque foi a partir daí que eu comecei a despertar esse interesse.

8. Você considera que a Nathalia Arcuri influenciou seu comportamento financeiro e entendimento? Se sim, por quê?

D. Sim, influenciou. Hoje eu faço muitas coisas, eu penso na minha vida financeira e não no instante. É o planejamento e todas as coisas diferentes do que eu passava antes por causa dessa formação, uma nova mentalidade, pensar diferente. Foi tudo isso que eu consegui ganhar até agora e mudando o meu comportamento. O segundo passo foi ver que eu estava com uma mentalidade muito limitada e eu comecei a perceber que tem outra visão das coisas, a partir do que ela falava. Ela tem um reality que eu olho todos os dias pelo Youtube, porque eu não vejo TV, mas está impactando positivamente, assim, porque ali ela muda a mentalidade das pessoas e faz com que a pessoa pense de uma maneira diferente e mude toda a história em relação com o dinheiro, porque na realidade, o que tu faz com o dinheiro é reflexão dos teus pensamentos. Você vai agir diferente e esse foi o ganho que eu tive até agora, que pra mim é grandioso, porque eu acho que é complicado e complexo mudar a forma de tu pensar e enxergar as coisas. Pra mim, isso foi extremamente positivo porque, como volto a dizer, é um conteúdo gratuito em que você pode assistir em qualquer horário e ela traz coisas em que normalmente não tem com outras pessoas. As informações técnicas são importantes também, por exemplo, hoje eu sei sobre os tipos de investimento, como começar a fazer, se eu tiver dinheiro, claro. Mas agora eu vou saber fazer as coisas que eu não sabia antes e mudar minha mentalidade e comportamento vai ajudar com o conhecimento técnico do investimento.

9. Como você avalia a credibilidade da Nathalia Arcuri?

D. Acho que a credibilidade que vem mostrando né, logo que ela vai lançando produtos e serviços e o trabalho dela ao longo desse período. É uma realidade o canal e o trabalho do Me Poupe! Tem bastante tempo, são setes anos se eu não me engano, então são seis ou sete anos que ela demonstra isso, a hora que ela fala, da maneira que ela fala e das referências que ela traz e das coisas que ela dá para a história, da vivência dela e vivência que ela vê de outras pessoas. Então a credibilidade dela é alta nesse sentido, assim, ela demonstra o conhecimento enorme sobre o assunto, não só sobre finanças e si, como eu volto a dizer, mas também sobre comportamento humano que é a chave de tudo.

10. Como você vê a relação do Me Poupe com a Nathalia. Por exemplo, se não fosse a Nathalia falando, você ainda acompanharia ela?

D. Eu acho que um está completamente ligado no outro, assim, é a marca dela, então por mais que ela criou uma marca sendo uma empresa e não Natália, como marca em si e não como nome fantasia. Eu acho que a marca é ela, se ela se ausentasse em algum momento e outra pessoa falar no lugar dela não cairia totalmente a representação nenhuma porque é uma coisa que ficou e que se concretizou. Hoje, nós sabemos que tem uma equipe trabalhando, tem conteúdo, mas acho que os conteúdos em vídeo não é apenas a voz. Mesmo assim, a empresa tem a cara dela e o perfil da empresa foi criada a partir dela, então é uma coisa muito pessoal. Mesmo tendo a equipe e acompanhar os bastidores também, é ela que representa o Me Poupe! e é impossível. Eu acho que não teria sentido porque acabou que ela foi criando uma coisa muito voltada, muito parecida com ela, com suas características, então faz uma grande diferença. Assim, eu mesma seguiria, mas não acompanharia se não fosse ela.

APÊNDICE E – Entrevista Larissa

1. Perfil da Amostra: Nome/Idade/Cidade

D. Larissa Rodrigues Costa, 25 anos, Cotia - São Paulo.

2. Como é sua relação com educação financeira?

D. Na verdade, foi graças a Nathalia que eu comecei a ter um controle maior financeiro. Para você entender o meu panorama desde o começo do ano, eu acumulei muitas dívidas desde o ano passado e eu acabei perdendo meu estágio, não fui efetivada e, assim que eu me formei fiquei desempregada e estava com uma dívida considerável, estava sem nenhum norte. E fazendo algumas pesquisas de pessoas que falam sobre como juntar dinheiro, como conseguir extra, eu encontrei a Nathalia. Foi bem despretensiosamente e encontrei um vídeo dela falando sobre dívidas, você conseguir renda extra e foi quando eu comecei a acompanhar de fato todos os vídeos dela e comecei a ter um contato maior sobre investimento, tesouro direto e acho que isso me ajudou muito, primeiro, o controle financeiro para resolver as dívidas, que hoje não tenho mais, e também sobre investir. Comecei a investir no tesouro Selic que eu achei pertinente começar e creio que até o final do ano eu já tenha o segundo investimento no tesouro.

3. Quais são os locais em que você busca se informar sobre o tema?

D. Então, é mais Youtube mesmo. Foi a partir da Nathalia que eu passei a seguir outros canais como o Primo Rico e outros menores. Mas eu gosto do Youtube porque ele tem uma linguagem, a pessoa tem uma linguagem mais desconstruída, fácil e acho que isso que me chamou a atenção para falar de termos complexos como renda fixa, etc. Foram mais fáceis de se compreendidas, então, Youtube me ajuda bastante nessa parte. Às vezes eu leio um artigo, procuro no Google, as vezes arrisco a ver o setor de economia de jornais, mas nada que eu falo: “nossa, estou entendendo.” Eu prefiro ter esse contato direto com o Youtube mesmo.

4. Como você enxerga a comunicação desses canais?

D. No começo foi bem difícil entender alguns dos canais. Só com o Me Poupe! e alguns outros que ficou mais claro, pelo modo deles falarem sobre o assunto.

5. Você considera o Youtube um meio eficiente para entender melhor sobre educação financeira e investimentos? Se sim, por quê?

D. Isso, o Youtube ajuda bastante. Claro que a pessoa tem que ser boa entendedora do assunto. Para um veículo como o Youtube precisa ser uma pessoa de credibilidade falando, não é algo fácil, mas eu acho que o Youtube é fundamental para esse maior entendimento da população.

6. Como você chegou até o canal Me Poupe?

D. Pesquisando aleatoriamente. Pesquisei como fazer renda extra, sair do cheque especial, coisas amplas e fui procurando alguns vídeos e cheguei na Nathalia. Ela me chamou a atenção, comecei a ver outros vídeos também, mas o dela chamou a atenção por conta da linguagem em si e comecei a seguir e sigo até hoje.

7. Como você observa o modelo dos vídeos produzidos pelo Canal. Entende-se como modelo o formato, narrativa, explicação dos temas e didática.

D. Eu gosto da linguagem, sobre a parte dela conseguir explicar. Ela dá um panorama, dá uma definição clara - exemplo: falar de ações - ela fala como funciona, explica e ela até usa como suporte apoiador, a Modal Mais, a investira que ela patrocina e isso ajuda bastante para entender o macro da situação. Além disso, ela fala muita coisa motivacional que te dá um alô, chama sua atenção, pelo menos eu sentia bastante isso quando eu comecei a focar bastante nas minhas dívidas

O fato dela trazer experiências passadas, comentar que ela usou todo o seu dinheiro pra comprar sua casa, etc., também ajuda, mas acho que a situação dela está naquele 1% da população brasileira que teve esse olhar mais voltado para educação financeira. O que eu acho que ela está fazendo hoje é trazer situações reais, como a gente, que podem estar na mesma situação. Eu acho que está muito mais próximo do que a nós temos, do que ela teve. Por conta disso, ela acaba falando com a massa, sabe? No caso do reality, ela conseguiu

aproximar mais ainda com os cases, as pessoas que ela chama e com isso ela consegue explicar: no caso, você faz isso, isso e isso, etc.

8. Você considera que a Nathalia Arcuri influenciou seu comportamento financeiro e entendimento? Se sim, por quê?

D. Muito! No começo eu não entendi nada sobre o assunto e estava com várias dificuldades financeiras, mas foi só depois de ver todos os vídeos e acompanhar o canal que consegui mudar o que eu sabia e achava sobre o tema.

9. Como você avalia a credibilidade da Nathalia Arcuri?

D. Eu acho que ela tem credibilidade sim. Por ser uma pessoa que: um, tem uma experiência pra contar e 2, por ela ter estudado isso. Não por ela ter feito uma faculdade em si, mas por ter corrido atrás e conseguido se atualizar sobre os assuntos do mercado financeiro, sobre finanças, questão das finanças pessoas, então acho que ela tem bastante conhecimento e consegue transmitir isso para seus seguidores.

10. Como você vê a relação do Me Poupe com a Nathalia. Por exemplo, se não fosse a Nathalia falando, você ainda acompanharia ela?

D. Se fosse outra pessoa seria totalmente diferente. É muito difícil ver alguém no mercado financeiro que fala palavrão, uma linguagem, como eu posso dizer, informal, porque se pegar o Primo Rico, ele tem uma linguagem mais polida, super calmo, sabe? Ela não, ela é mais faca na caveira, fala de um jeito como se estivéssemos numa roda de amigos. Acho que isso que trouxe o diferencial para ela.

Anexo – Termo de Consentimento Bruna Arthuso

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Concordo em participar, como voluntário, do estudo que tem como pesquisador responsável o aluno de graduação Marcos Kendi Ohira Gaia, do curso de Relações Públicas da Universidade de São Paulo, no. USP 9306289, que pode ser contatado pelo e-mail marcoskendi.gaia@gmail.com e pelo telefone (11)96690-1003. Tenho ciência de que o estudo tem em vista realizar entrevistas profissionais de comunicação, visando, por parte do(a) referido(a) aluno(a) a realização de um trabalho de conclusão de curso com orientação da Prof. Valéria de Castro Siqueira Lopes com o tema "Avaliação e Mensuração na Comunicação Organizacional Estratégica". Minha participação consistirá em conceder uma entrevista que será gravada e transcrita. Entendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa acadêmica e que será preservado o anonimato dos participantes, assegurando assim minha privacidade. O aluno providenciará uma cópia da transcrição da entrevista para meu conhecimento. Além disso, sei que posso abandonar minha participação na pesquisa quando quiser e que não receberei nenhum pagamento por esta participação.

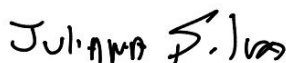

Assinatura

São Paulo, 20 de Novembro de 2019

Anexo – Termo de Consentimento Juliana

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Concordo em participar, como voluntário, do estudo que tem como pesquisador responsável o aluno de graduação Marcos Kendi Ohira Gaia, do curso de Relações Públicas da Universidade de São Paulo, no. USP 9306289, que pode ser contatado pelo e-mail marcoskendi.gaia@gmail.com e pelo telefone (11)96690-1003. Tenho ciência de que o estudo tem em vista realizar entrevistas profissionais de comunicação, visando, por parte do(a) referido(a) aluno(a) a realização de um trabalho de conclusão de curso com orientação da Prof, Valéria de Castro Siqueira Lopes com o tema “Avaliação e Mensuração na Comunicação Organizacional Estratégica”. Minha participação consistirá em conceder uma entrevista que será gravada e transcrita. Entendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa acadêmica e que será preservado o anonimato dos participantes, assegurando assim minha privacidade. O aluno providenciará uma cópia da transcrição da entrevista para meu conhecimento. Além disso, sei que posso abandonar minha participação na pesquisa quando quiser e que não receberei nenhum pagamento por esta participação.



Assinatura

São Paulo, 20 de Novembro de 2019

Anexo – Termo de Consentimento Giovani**TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO**

Concordo em participar, como voluntário, do estudo que tem como pesquisador responsável o aluno de graduação Marcos Kendi Ohira Gaia, do curso de Relações Públicas da Universidade de São Paulo, no. USP 9306289, que pode ser contatado pelo e-mail marcoskendi.gaia@gmail.com e pelo telefone (11)96690-1003. Tenho ciência de que o estudo tem em vista realizar entrevistas profissionais de comunicação, visando, por parte do(a) referido(a) aluno(a) a realização de um trabalho de conclusão de curso com orientação da Prof. Valéria de Castro Siqueira Lopes com o tema "Avaliação e Mensuração na Comunicação Organizacional Estratégica". Minha participação consistirá em conceder uma entrevista que será gravada e transcrita. Entendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa acadêmica e que será preservado o anonimato dos participantes, assegurando assim minha privacidade. O aluno providenciará uma cópia da transcrição da entrevista para meu conhecimento. Além disso, sei que posso abandonar minha participação na pesquisa quando quiser e que não receberei nenhum pagamento por esta participação.

Giovani A. Olegario

Assinatura

São Paulo, 20 de Novembro de 2019

Anexo – Termo de Consentimento Dienifer

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Concordo em participar, como voluntário, do estudo que tem como pesquisador responsável o aluno de graduação Marcos Kendi Ohira Gaia, do curso de Relações Públicas da Universidade de São Paulo, no. USP 9306289, que pode ser contatado pelo e-mail marcoskendi.gaia@gmail.com e pelo telefone (11)96690-1003. Tenho ciência de que o estudo tem em vista realizar entrevistas profissionais de comunicação, visando, por parte do(a) referido(a) aluno(a) a realização de um trabalho de conclusão de curso com orientação da Prof, Valéria de Castro Siqueira Lopes com o tema “Avaliação e Mensuração na Comunicação Organizacional Estratégica”. Minha participação consistirá em conceder uma entrevista que será gravada e transcrita. Entendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa acadêmica e que será preservado o anonimato dos participantes, assegurando assim minha privacidade. O aluno providenciará uma cópia da transcrição da entrevista para meu conhecimento. Além disso, sei que posso abandonar minha participação na pesquisa quando quiser e que não receberei nenhum pagamento por esta participação.



Assinatura

São Paulo, 21 de Novembro de 2019

Anexo – Termo de Consentimento Larissa

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

Concordo em participar, como voluntário, do estudo que tem como pesquisador responsável o aluno de graduação Marcos Kendi Ohira Gaia, do curso de Relações Públicas da Universidade de São Paulo, no. USP 9306289, que pode ser contatado pelo e-mail marcoskendi.gaia@gmail.com e pelo telefone (11)96690-1003. Tenho ciência de que o estudo tem em vista realizar entrevistas profissionais de comunicação, visando, por parte do(a) referido(a) aluno(a) a realização de um trabalho de conclusão de curso com orientação da Prof, Valéria de Castro Siqueira Lopes com o tema "Avaliação e Mensuração na Comunicação Organizacional Estratégica". Minha participação consistirá em conceder uma entrevista que será gravada e transcrita. Entendo que esse estudo possui finalidade de pesquisa acadêmica e que será preservado o anonimato dos participantes, assegurando assim minha privacidade. O aluno providenciará uma cópia da transcrição da entrevista para meu conhecimento. Além disso, sei que posso abandonar minha participação na pesquisa quando quiser e que não receberei nenhum pagamento por esta participação.



Assinatura

São Paulo, 21 de Novembro de 2019