



I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Manaus (AM), de 22 a 26 de novembro de 2021



---

## ***Skin In The Game: Uma Análise do Youtube como Ferramenta de Comunicação na Educação Financeira Básica no Brasil***<sup>1</sup>

Ayrton Matheus da Silva Lopes<sup>2</sup>

Hernán Gutiérrez Herrera<sup>3</sup>

Faculdade Boas Novas – FBN, Manaus - AM

### **Resumo:**

Este trabalho tem como objetivo mostrar que a plataforma online YOU TUBE, trouxe um novo formato de como as pessoas podem se informar e aprender novas habilidades e os impactos na vida financeira do brasileiro. Analisa ainda o canal *Me Poupe!*, observando como o tipo de assunto abordado pode ajudar pessoas sem o mínimo de conhecimento em finanças pessoais, a ajustarem a suas vidas financeiras por meio dicas e métodos ensinados nos vídeos deste presente canal. Investiga ainda como é a situação financeiro no Brasil e o porquê desse tema ser tão importante para a discursão e ensino na sociedade brasileira.

**Palavras-chave:** Educação financeira, YouTube, Transmídia.

### **Introdução**

De acordo com Lévy (1999), o universo da *Cibercultura* não possui centro ou linha diretriz. É vazio, sem conteúdo particular. Ou antes, ele os aceita todos, pois se contenta em colocar em contato um ponto qualquer com qualquer outro, seja qual for à carga semântica das entidades relacionadas. Por isso na atual sociedade é perceptível como à internet se tornou um marco da sociedade civil como uma influenciadora da nova cultura online no mundo inteiro.

Hoje é impossível você realizar qualquer trabalho sem ter o domínio da internet. Mesmo o mais simples projeto, é necessário ter no mínimo conhecimento do uso da rede

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no GT 05 Interfaces Comunicacionais do I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia.

<sup>2</sup> Acadêmico do curso de jornalismo da Faculdade Boas Novas – FBN, E-mail: [ayrtonlopes111@gmail.com](mailto:ayrtonlopes111@gmail.com).

<sup>3</sup> Mestre em Ciências da Comunicação, especialista em Gestão Pública, Bacharel em Comunicação Social - Jornalismo e Professor de Comunicação Social da Faculdade Boas Novas – FBN email: [hernan.jornalista@gmail.com](mailto:hernan.jornalista@gmail.com).



mundial de computadores. A própria internet dispõe de todos meios de transmissão da mensagem, por meio de texto, áudio e vídeo, sem contar os códigos, ícones e símbolos.

O Youtube é uma dessas ferramentas que traz todos esses elementos de composição predisposta ao dono do canal para que o mesmo possa utilizar na transmissão da sua mensagem.

Segundo uma matéria do jornal Folha de São Paulo<sup>4</sup>, o Brasil é o segundo país que mais consome horas assistidas na plataforma, perdendo apenas para os Estados Unidos em termo de visualização de vídeos. Criando assim, um cenário perfeito para quem produz conteúdos audiovisuais, proporcionando uma ferramenta gratuita de divulgação e disseminação de ideias. Nessa perspectiva, há no Brasil um canal de maior visibilidade sobre educação financeira: "Me Poupe",<sup>5</sup> ele servirá de base de análise para saber se realmente o brasileiro tem aprendido como economizar e até mesmo de que maneira investir seu dinheiro conforme o discurso transmitido por este canal. Vele ressaltar que o Brasil não possui uma educação financeira básica nas escolas de ensino fundamental ou médio, diferente de outros países desenvolvidos.

### **A era da internet e o consumo de vídeos no Brasil**

Depois de adventos de todos os meios de comunicação de massa aparecerem e ganharem seus espaços consolidados, a internet chegou dando novo jeito de produzir e consumir conteúdo. No início ainda tinha recursos limitados para que essas soluções fossem colocadas ao público.

É claro que o próprio desenvolvimento reduz essa lacuna entre o novo e desconhecido e passe a se tornar tão comum em nossos dias que conseguimos “logar” até mesmo de lugares distintos. De modo geral a internet começou apenas para pessoas que tinham o conhecimento dessa ferramenta. Mesmo não sendo de ótima qualidade, alguns dados sobre a internet mostram que ela ocupa 80% dos domicílios dos brasileiros e na área rural saltou de 41% para 49%, assim aponta o estudo do IBGE.

<sup>4</sup> CÔRTEZ, Pedro Henrique. Brasil só perde para os EUA em tempo de visualização de vídeos on-line. Jornal Folha de São Paulo, 2019. Link: <http://temas.folha.uol.com.br/influenciadores-digitais/a-fama/brasil-so-perde-para-os-eua-em-tempo-de-visualizacao-de-videos-on-line.shtml>

<sup>5</sup> Disponível em: <https://www.youtube.com/channel/UC8mDF5mWNGE-Kpfcvnn0bUg>. Acesso em: 18 de nov. 2021



Na década de 1990 foi que essa ferramenta de comunicação se consolidou publicamente a partir do aperfeiçoamento das linguagens de programação. A internet então alcança pessoas a uma velocidade não antes imaginada para um meio de comunicação em um período tão curto. Castells comenta que a internet é a espinha dorsal da comunicação global mediada por computadores, sendo assim a rede que liga a maior parte das redes.

(...) a internet favorece a criação de novas comunidades, comunidades virtuais, ou, pelo contrario, está induzindo as isolamento pessoal, cortando os laços das pessoas com a sociedade e, por fim, com o mundo “real”? Howard Rheingold, em seu livro pioneiro Virtual Communities deu o tom do debate defendendo com ênfase o nascimento de uma nova forma de comunidade, que reúne as pessoas on-line ao redor de valores e interesses em comum. (CASTELLS, 2007, p.443)

A convergência entre diversas mídias na internet é a principal característica para essa nova forma de comunicação. O som, a imagem e o texto juntos em um só ambiente facilita a compreensão dessa nova forma de informa-se. O que diferencia a internet dos meios tradicionais não é só essa junção, mas também o poder de manipulação do próprio usuário, trazendo uma nova forma de consumidor, não mais aquele que recebe a informações mas, aquele que também participa do processo de elaboração do conteúdo.

Um aumento significativo no consumo de vídeos pela Internet será um dos grandes responsáveis para o tráfego IP duplicar no Brasil entre até 2020, crescendo a uma taxa de 19% e atingindo 53 exabytes<sup>6</sup> ao ano — ou 4,4 exabytes por mês e 145 petabytes por dia. Já o tráfego de Internet crescerá 2,2 vezes no País, atingindo 122 petabytes por dia em 2019. Isto significa que, naquele ano, o tráfego da Internet no Brasil será equivalente a 399 vezes o volume de toda a Internet brasileira de 2005.

O tráfego de vídeos IP irá triplicar no período, crescendo a uma taxa de 25% ao ano e atingindo 3,7 exabytes por mês em 2019. É um salto quando comparado ao 1,2 exabyte por mês em 2014. Em 2019, os vídeos HD representarão 44,2% de todo o tráfego de vídeo IP no País, ante 17,8% verificados em 2014. O tráfego de vídeos na Internet também triplicará, crescendo a uma taxa de 24% por ano e atingindo 3 exabytes por mês

<sup>6</sup> Disponível em: <https://pt.wikipedia.org/wiki/Exabyte>. Acesso em: 18 de nov. 2021



em 2019 (contra 1,1 exabyte por mês em 2014). “Vídeo é a aplicação que mais vai consumir banda”, destacou Hugo Baeta, diretor do segmento de operadoras da Cisco, durante apresentação do estudo.

O aumento no consumo de vídeo está obrigando os provedores de acesso à Internet a atualizarem seus recursos de rede para acomodar mais conteúdo intenso em termos de largura de banda e aplicativos. Em 2019, no Brasil, 10,7% das conexões de banda larga fixa terão velocidades maiores que 50 Mbps, 13,5% maior que 25 Mbps e 35% acima dos 10 Mbps. Em média, a velocidade da banda larga fixa no Brasil deverá crescer 2,2 vezes, partindo de 8,3 Mbps, em 2014, para 19 Mbps em 2019.

Recentemente em um estudo divulgado pelo site Cisco, prevê mais tráfego IP nos próximos cinco anos do que na história da Internet, o tráfego de vídeo IP quadruplicará até 2022. Como resultado, ele representará uma porcentagem ainda maior do tráfego IP total do que antes - até 82%, contra 75%.<sup>7</sup>

Tudo começou em uma garagem de San Francisco (Califórnia, Eua) em fevereiro de 2005. Chad Hurley e Steve Chen iniciaram a criação de um programa capaz de compartilhar vídeos com seus amigos. Depois de 1 ano e 8 meses essa plataforma foi comprada pelo Google por cerca de R\$ 1,65 bilhão. A interface bastante simples no qual o usuário conseguia visualizar diversos vídeos ou até a publicação do seu próprio vídeo. Esse formato de mostrar os vídeos produzidos era uma inovação para a época.

O momento de sucesso chegou em outubro de 2006, quando o Google pagou 1,65 bilhão de dólares pelo YouTube. 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 continua 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. (BURGESS & GREEN, 2009, p. 18).

<sup>7</sup> Disponível em: <https://newsroom.cisco.com/press-release-content?articleId=1955935>. Acesso em: 18 de nov. 2021



Com o passar do tempo a plataforma ganhou seu espaço na internet. Os anos seguintes pessoas comuns, empresários e suas empresas começaram a ver nesse novo meio de transmitir uma ideia e conteúdo. Essa é uma característica do usuário da rede mundial de computadores, o conteúdo disponibilizado para a rede é totalmente gratuito, eles buscam esses meios de distribuição e alternativas para com os meios tradicionais de massa que, não podendo pagar o valor solicitado por esses canais, então eles optam por uma forma simples e democrática para a divulgação do conteúdo.

Até o ano de 2019, o volume do tráfego na internet no Brasil deve crescer em até 220%, de acordo com uma pesquisa publicada pela ABRANET (Associação Brasileira de Internet). E o motivo dessa estimativa é bem simples: o brasileiro está cada vez mais usando a rede para consumir vídeos.

Esse hábito está, inclusive, obrigando os provedores de internet a cabo e móvel a melhorarem seu serviço para que mais usuários possam ver vídeos de forma mais rápida e em qualidade mais alta. Aqui no Brasil, já não há dúvidas de que o YouTube é o site de vídeos mais acessado.

Em 2015, ao completar dez anos de existência e mais de 1 bilhão de faturamento por trimestre, o YouTube divulgou que o Brasil é o segundo país com maior tráfego na plataforma.

Para entender como ela funciona para os brasileiros, o Google Brasil realizou um estudo, em 2015, com cerca de 1500 usuários. Parte desse grupo foi nomeada pela empresa de tecnologia como a Geração C: jovens com menos de 35 anos, que compartilham, criam, se conectam e constroem uma comunidade online. Os resultados foram impressionantes: # 69% do total de entrevistados afirmou que o consumo de vídeos no YouTube faz parte da sua semana. Enquanto isso, 40% da Geração C assiste a vídeos na plataforma diariamente;

- ° 91% dos entrevistados busca entretenimento e diversão no YouTube; 77% quer aprender e se manter atualizado; 72% busca conectar, criar e compartilhar;

- ° 49% da Geração C assiste a vídeos do YouTube com outras pessoas ao lado, pelo menos em metade do tempo total de uso;



° Em comparação com o Facebook, Twitter e o portal Globo.com, o YouTube é a rede que mais tem impacto nas conversas diárias: cerca de 72% afirma que os vídeos da plataforma fazem parte de conversas entre amigos e familiares;

° 61% alega que os vídeos do YouTube são mais interessantes que os da TV; 69% concorda que o YouTube complementa a TV; e 44% prefere a plataforma de vídeos à televisão;

° Smartphones são mais usados pelos brasileiros para assistir a vídeos fora de casa (com 68% de adesão), enquanto o computador é o favorito dentro dos lares (com 90% de adesão)

O YouTube também é o terceiro aplicativo mais usado pelos internautas, de acordo com a Pesquisa Brasileira de Mídia 2015, e o uso móvel parece ser um comportamento cada vez mais popular.

De acordo com o Relatório de Mobilidade da Ericsson, publicado em 2015, o consumo de vídeo é uma das maiores atividades realizadas pelos usuários de celulares e outros dispositivos móveis.

A previsão é que em 2020 86% do consumo de dados de um smartphone comum seja destinado a aplicativos de streaming e vídeo — como o YouTube.

Observando em um campo mais amplo, outra pesquisa demonstra que, ao final de 2014, mais de um terço do tráfego em vídeos online teve origem de celulares e tablets. Isso representa 500% a mais do estimado no mesmo intervalo de tempo em 2012.

### **Educação financeira no Brasil**

A educação financeira vem sendo discutido pelos poderes administrativos para ser colocado na grade curricular do ensino básico no Brasil. O tema começou a ser desenvolvido no ano de 2010, com a Estratégia Nacional de Educação Financeira (ENEF)<sup>8</sup>. E em 2017 foi o ano em que foi incluso a educação financeira na Base Nacional Comum Curricular (BNCC) da educação infantil ao ensino médio.

---

<sup>8</sup> Disponível em: <https://www.vidaedinheiro.gov.br/>. Acesso em: 18 de nov. 2021



**I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Manaus (AM), de 22 a 26 de novembro de 2021**



A Estratégia Nacional de Educação Financeira – ENEF – é uma mobilização multissetorial em torno da promoção de ações de educação financeira no Brasil. A estratégia foi instituída como política de Estado de caráter permanente, e suas características principais são a garantia de gratuidade das iniciativas que desenvolve ou apoia e sua imparcialidade comercial. O objetivo da ENEF, criada através do **Decreto Federal 7.397/2010**, é contribuir para o fortalecimento da cidadania ao fornecer e apoiar ações que ajudem a população a tomar decisões financeiras mais autônomas e conscientes. A estratégia foi criada através da articulação de nove órgãos e entidades governamentais e quatro organizações da sociedade civil, que juntos integram o Comitê Nacional de Educação Financeira – CONEF.

Todas essas iniciativas são importantes para um desenvolvimento da educação financeira no Brasil. Conforme dados da confederação nacional dos dirigentes lojistas<sup>9</sup>, 45% dos brasileiros não controlam as próprias finanças. Segundo a reportagem, “31% dos consumidores são inseguros para lidar com dinheiro e 34% deixam de cuidar das finanças por indisciplina. Em vez juntar dinheiro e comprar à vista, 45% optam por parcelar. SPC Brasil lança aplicativo com dicas para melhorar gestão do orçamento”.

Por não saber desenvolver um planejamento das despesas familiar ou a organização das despesas conforme a renda, são fatores que fazem com que 40% dos brasileiros não poupem nenhum dinheiro<sup>10</sup>. Porém, essa situação não cabe só aos brasileiros. Segundo o site Cointimes<sup>11</sup>, “é importante dizer que grande parte da culpa pela deficiência na educação financeira foi causada pelo próprio governo brasileiro. Nossa economia, por essência sempre foi inflacionária, desde os anos 40 não é raro ver nossa moeda acima dos dois dígitos de inflação. O cenário de hiperinflação nos anos 80/90 piorou tudo”.

<sup>9</sup> Disponível em: <https://site.cndl.org.br/45-dos-brasileiros-nao-controlam-as-proprias-financas-mostra-pesquisa-sobre-educacao-financeira-do-spc-brasil-e-cndl/>. Acesso em: 18 de nov. 2021

<sup>10</sup> Disponível em: <https://cointimes.com.br/educacao-financeira-para-brasileiros/>. Acesso em: 18 de nov. 2021.

<sup>11</sup> Acesso em: <https://cointimes.com.br/>. Acesso em: 18 de nov. 2021





Tabela 1 - Inflação brasileira - Variação anual - 1930 a 1989

Tabela 1: Inflação brasileira – Variação anual – 1930 a 1989											
Anos 30		Anos 40		Anos 50		Anos 60		Anos 70		Anos 80	
Ano	%	Ano	%	Ano	%	Ano	%	Ano	%	Ano	%
30	-12,3	40	6,7	50	12,4	60	30,5	70	19,3	80	110
31	-10,9	41	10,2	51	12,3	61	47,8	71	19,5	81	95
32	1,6	42	16,2	52	12,7	62	51,6	72	15,7	82	99
33	-2,0	43	16,6	53	20,6	63	79,9	73	15,6	83	211
34	6,3	44	20,6	54	25,8	64	92,1	74	26,9	84	223
35	4,8	45	14,9	55	12,2	65	34,3	75	29,3	85	235
36	1,6	46	14,6	56	24,5	66	39,1	76	46,3	86	65
37	9,4	47	9,0	57	7,0	67	25,0	77	38,8	87	15
38	3,2	48	5,9	58	24,4	68	25,4	78	40,7	88	1.037
39	2,0	49	8,1	59	39,4	69	19,3	79	77,3	89	1.782

Nota: (1) De 1930 a 1949 – Variação do Deflator Implícito do PIB. De 1950 a 1989 – Variação dezembro/dezembro do IGP-DI.

Fontes: Estatísticas históricas do Brasil. Séries Econômicas, Demográficas e Sociais. 1550 a 1988. 2. ed. Rio de Janeiro: IBGE, 1990, p. 118 e 177. "25 anos de economia brasileira – estatísticas básicas". Avulso da revista *Conjuntura Econômica*, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, v. 26, nov. 72, e diversos números mais recentes.

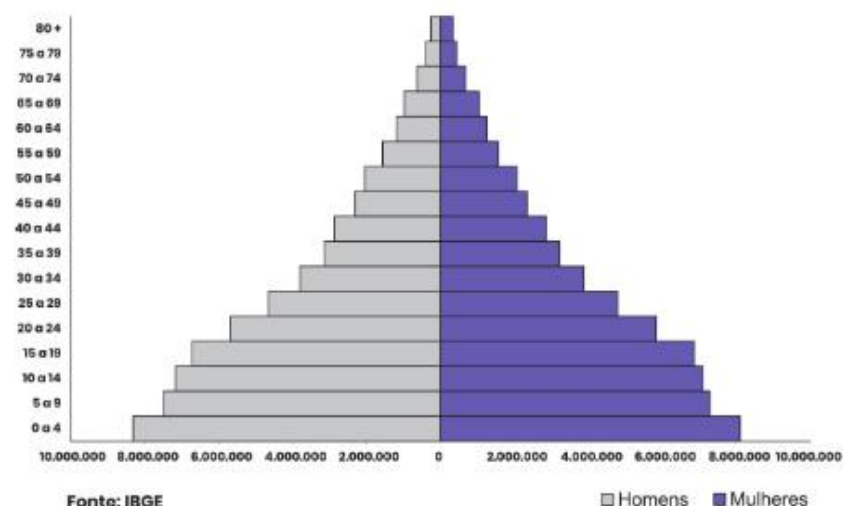
Fonte: IBGE 1990

Outro fator que colabora para o aumento para a discussão desse tema é o aumento da expectativa de vida do brasileiro. O IBGE divulgou dados relatando que a expectativa de vida dos brasileiros aumentou em 3 meses e 4 dias, de 2017 para 2018, alcançando 76,3 anos. Desde 1940, já são 30,8 anos a mais que se espera que a população viva. “Esse fenômeno pode ser explicado por causas externas, não naturais, que atingem com maior intensidade a população masculina” explica o pesquisador do IBGE, Marcio Minamiguchi<sup>12</sup>. De acordo com pesquisa recente, 59% dos brasileiros dizem não se preparar para aposentadoria, 36% dos quais alegam não sobrar dinheiro no orçamento (CNDL; SPC; BCB, 2019). Para Arcuri (2018), o que se sabe, baseado nos estudos de expectativa de vida, é que viveremos cada vez mais. A pirâmide etária no Brasil na década de 1980, há quase 40 anos:

<sup>12</sup> Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/26103-expectativa-de-vida-dos-brasileiros-aumenta-para-76-3-anos-em-2018>. Acesso em: 18 de nov. 2021



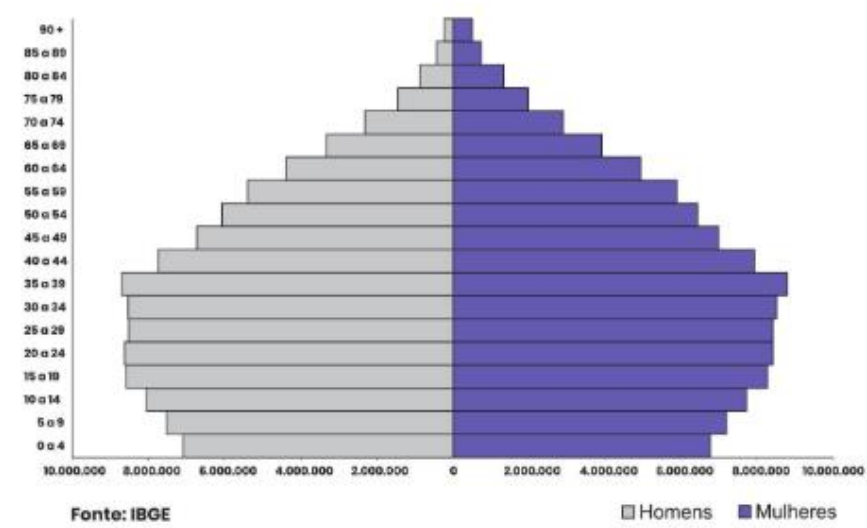
Figura 1 - Pirâmide etária absoluta - Brasil - Censo 1980



Fonte: IBGE

Outro gráfico divulgado pelo IBGE ilustra como estará essa expectativa de vida do brasileiro em 2020.

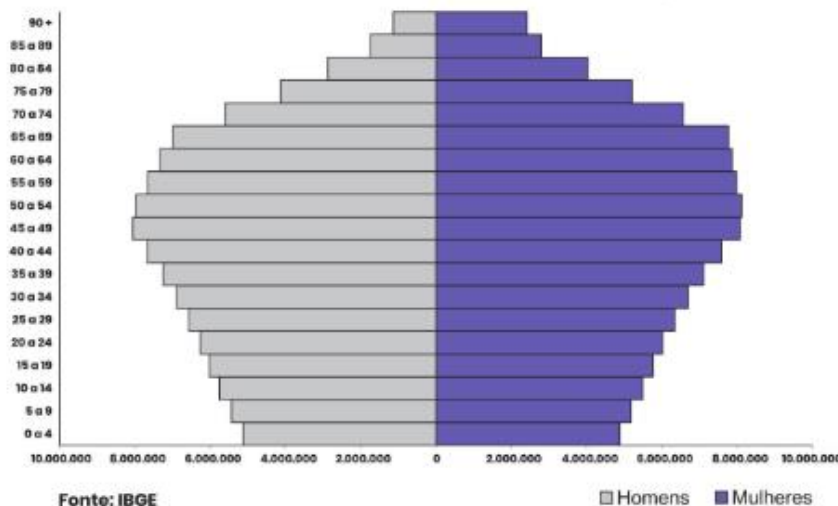
Figura 2 - Pirâmide etária absoluta - Brasil - Projeção 2020



Fonte: IBGE

Se a evolução populacional continuar nesse ritmo, segundo o IBGE, em 2050 a pirâmide estará assim:

Figura 3 - Pirâmide etária absoluta - Brasil - Projeção 2050



Fonte: IBGE

Por isso falar sobre educação financeira no Brasil tem se tornado importante para a população, como forma de informar e prevenir um rombo no já ultrapassado sistema previdenciário brasileiro. Sem contar que esse modo de previdência evidencia a reprodução da desigualdade no Brasil.

Nossos sistemas de proteção social foram mais mecanismos de reprodução da desigualdade estrutural de nossas sociedades do que instrumentos de incorporação dos segmentos economicamente excluídos ou de redução das diferenças sociais. Com efeito, os gastos com os sistemas de aposentadorias e pensões, incluindo os regimes especiais dos funcionários públicos, representam a parcela majoritária dos dispêndios sociais e ultrapassam, na grande maioria dos países, 10% do produto nacional, ainda que a cobertura em geral seja limitada e tenha fortes aportes fiscais. Não obstante tenha ocorrido um processo gradual de ampliação da cobertura, tanto horizontal como vertical, em geral, esta não abarca a maioria da população economicamente ativa. Na verdade, não chegamos a conhecer o estado de bem-estar social. A cultura do privilégio nos levou muitas vezes ao Estado do mal-estar social que, ao reproduzir as estruturas de desigualdade do modelo de crescimento econômico, em geral não foi capaz de resolver os problemas das maiorias [...] Com efeito, o custeio do sistema de seguridade social se baseia em recursos tributários ou parafiscais que incidem sobre diversas etapas da cadeia produtiva [...] incorporados ao custo da produção, gravando, portanto, o preço final de bens e serviços e repercutindo na competitividade da economia. Até que ponto se poderá sacrificar a competitividade em nome da preservação ou da implementação de políticas de bem-estar social e vice-versa? (MORAES, 1999, p. 4).



Mette e Matos (2015) afirmam que o Brasil ainda está muito atrasado em relação aos outros países na difusão da educação financeira, reflexo da desigualdade social e da deficiência na educação básica. O tamanho do território e população tornam a tarefa ainda mais difícil.

O foco da decisão financeira mudou das instituições para os indivíduos, impondo aos trabalhadores a responsabilidade de poupar, investir e gastar sabiamente durante seu ciclo de vida. (LUSARDI; MITCHELL, 2011).

### **O canal Me Poupe!: histórico e característica do conteúdo**

Não podemos falar do canal “Me Poupe!” Sem antes falar da fundadora deste canal, Nathalia Arcuri. Quando tinha 7 anos de idade o seu maior sonho era ter um carro de modelo Escort conversível vermelho, mesmo sem saber dirigir um carro, ela tinha certeza que queria um carro. Quando soube que não tinha uma poupança, foi seu primeiro e mais bem recebido não. Esse foi o ponto inicial que ela precisou para começar a sua própria jornada.

O maior canal entretenimento financeiro do mundo foi criado em 2015, tem como objetivo ensinar os brasileiros a como começar a ajustar a sua vida financeira mesmo tendo ganho mensal relativamente pequeno.

Com uma linguagem simples e acessível, o canal do you tube trouxe temas, siglas e jargões do mundo econômico, o famoso “economês”, que foram traduzidos e ensinados com a simplicidade que a jornalista Nathalia Arcuri aborda para desajustar a vida financeira de seus seguidores e mostrar que é possível enriquecer de forma lícita com os métodos ensinados por ela.

O canal do Me poupe enviou para a plataforma digital 703 que possui diversas divisões ao total de 51 quadros. De todas essas playlist foram analisados os 5 principais quadros do canal que tiveram mais vídeos enviados para as respectivas playlists com acessos nos últimos 6 meses conforme as análises do canal.



° Você pode precisar – São dicas que a Nathalia Arcuri dá para seu seguidores para como economizar em diversas situações do dia a dia, como: dicas para dia dos namorados, como se hospedar grátis em um local.

° Dicas pra ganhar – Como o nome já diz, são alternativas de ganhar dinheiro e seguir poupando e investindo de forma fácil e rápida. Vídeo com tema ; investimento para autônomos 5 passos práticos, como lucrar com um canal de you tube. São forma de empreender e ganhar mais dinheiro.

° Dicas para economizar – A playlists mostra formas de economizar em situações que precisam de mais conhecimento como “5 passos pra comprar seu carro”. Os vídeos tem o intuito de gerar o pensamento “mais devagar” (Kahneman, 2002).

° Está perdido? Comece por aqui! / “Nathflix” – compilado de todos os vídeos do canal que a proprietária do canal separou para que você pudesse assistir de forma organizada, um *storytelling* dos vídeos.

° controle financeiro já – “Detox financeiro! Elimine gastos , dívidas investimentos em 4 dias!” é um dos vídeos que ilustra como o internauta pode começar a controlar a sua vida financeira

Os resultados obtidos pelo canal you tube se deu por meio do processo de transmídia.

Esse processo ajudou a ampliar a propagação do conteúdo do canal. O uso da transmídia é ainda mais importante mediante o cenário que vivemos – somos bombardeados diariamente por informações, e por isso, só nos atentamos ao que realmente nos interessa ou é diferente. E histórias são interessantes e envolvem as pessoas.<sup>13</sup> Com isso ela conseguiu um programa em uma rádio fm, o conteúdo do canal foi difundido em um meio de comunicação de massa, que por ser mais popular e mais acessível do que a internet facilitou a propagação da ideia central do canal. Com o aprimoramento do canal os conteúdos foram repassados para outras plataformas digitais como o spotify, como podcast. Facebook e Instagram com postagens periódicas com o conteúdo desenvolvido por Nathalia Arcuri e sua equipe.

<sup>13</sup> Disponível em: <https://www.internetinnovation.com.br/blog/entenda-o-conceito-de-transmidia-e-a-cultura-da-convergencia/>. Acesso em: 18 de nov. 2021



**I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Manaus (AM), de 22 a 26 de novembro de 2021**



Os resultados da presente pesquisa analisaram vídeos do canal do Me poupe! é dado pelos próprios seguidores do canal que compartilharam suas histórias de sucesso em aprender e praticar as dicas, ideias e planejamentos desenvolvidos pela proprietária do canal.

Em seu primeiro ano de existência o canal faturou 350 mil reais, com o contrato fechado com um patrocinador, e em 2018 chegou ao faturamento de 7 milhões de reais, 287 mil seguidores no Facebook. Instagram 1,3 milhões. Em 2015 a fundadora do canal ganhou o prêmio brasileiro de financiamento pelo instituto planejar. Assim que alcançou destaque na internet, Nathalia Arcuri o canal de you tube como empresa física, aonde desenvolveu diversos cursos e mentorias online. Um desses cursos oferecido por ela é a Jornada da “desfudência” foi o nome de um curso em que a própria dona do canal proporciona uma nova experiência e novas forma de aprendizagem e organização da vida financeira.

## **Conclusão**

O presente trabalho procurou analisar o desenvolvimento do you tube como plataforma de educação financeiro no Brasil, mostrando como a facilidade dessa ferramenta pode gerar resultados positivos com os seguidores do canal. O conteúdo é abordado de forma a mudar a vida, e formar, com os métodos que ela demonstra e linguagem simples, auxiliar diante dos processos de amadurecimento do domínio o lado financeiro dos seguidores canal.

Infelizmente o Brasil ainda sofre pela falta de conhecimento dessas plataformas como fonte de aprendizagem, principalmente das pessoas mais idosas e que tem um capital maior. O público então é de pessoas que buscam no you tube uma forma de simplificada de resolver seus problemas, uma espécie de super tutorial, um manual de instrução de forma apresentada de “como fazer tal coisa”. Em uma sociedade cada vez mais imediatista, aonde que busca a rapidez das respostas de suas perguntas, essa pode ser uma alternativa para tornar a ferramenta uma guia inicial complementar da educação não só financeira, mas de todos os assuntos predispostos a uma resposta para a sobrevivência da humanidade. O presente trabalhou também percebeu como o consumo



ainda não é tão eficaz quanto podia ser porque a internet no Brasil é uma das piores do mundo, e mesmo com a característica democrática que reside nesse âmbito virtual, no mundo real ainda não é predisposta a todos, impossibilitando o acesso a informações primordiais nessa política de educação financeira no Brasil.

### Referências Bibliográficas

ARCURI, Nathalia. **Me poupe! 10 passos para nunca mais faltar dinheiro no seu bolso**. Rio de Janeiro, Sextante 2018.

BURGESS, Jean. **YouTube e a Revolução Digital**: como o maior fenômeno da cultura participativa transformou a mídia e a sociedade / Textos de Henry Jenkins e John Hartley; tradução Ricardo Giassetti. – São Paulo: Aleph, 2009.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2007.

KAHNEMAM, Daniel. **Rápido e Devagar**: Duas formas de pensar, 2011. Edt: Objetiva

LUSARDI, A., & MITCHELL, O. S. **Financial Literacy Around the World**: an Overview. Journal of Pension Economics and Finance. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1017/S1474747211000448>. Acesso em: 18 de nov. 2021.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MORAES, M.V.E. **O futuro da seguridade social**: Reforma previdenciária, Vetores do debate contemporâneo, São Paulo: Centro de Estudos da Fundação Konrad Adenauer, 1999.

SILVA, Ademir Alves da. **A reforma da previdência social brasileira**: entre o direito social e o mercado. Disponível em: [https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-88392004000300003&script=sci\\_arttext&tlng=pt#back6](https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S0102-88392004000300003&script=sci_arttext&tlng=pt#back6). Acesso em: 18 de nov. 2021.

### Referências Eletrônicas

AEF, Associação de Educação financeira do Brasil, site oficial, disponível em <https://www.aefbrasil.org.br/index.php/educacao-financeira/>. Acesso em 17 de junho de 2020.

ARCURI, Nathalia. Me Poupe!, blog oficial. Disponível em: <https://mepoupenaweb.uol.com.br/sobre-a-nath/>. Acesso em: 18 de nov. 2021.

CNDL, site oficial, Confederação Nacional dos Dirigentes lojistas, 45% dos brasileiros não controlam as próprias finanças, mostra pesquisa sobre educação financeira do SPC Brasil e CNDL disponível em: <https://site.cndl.org.br/45-dos-brasileiros-nao-controlam-as-proprias-financas-mostra-pesquisa-sobre-educacao-financeira-do-spc-brasil-e-cndl/>. Acesso em: 18 de nov. 2021.





**I Simpósio de Comunicação, Cultura e Amazônia  
Universidade Federal do Amazonas - UFAM  
Manaus (AM), de 22 a 26 de novembro de 2021**



---

COINTIMES, Site oficial, Números desastrosos da educação financeira no Brasil disponível em <https://cointimes.com.br/educacao-financeira-para-brasileiros/>. Acesso em: 18 de nov. 2021.

ENEF, Vida e Dinheiro, Site oficial, Estratégia Nacional de Educação Financeira, Quem Somos, disponível em: [https://www.vidaedinheiro.gov.br/quemsomos/?doing\\_wp\\_cron=1594198599.5867450237274169921875](https://www.vidaedinheiro.gov.br/quemsomos/?doing_wp_cron=1594198599.5867450237274169921875). Acesso em: 18 de nov. 2021.

ESTADÃO, site oficial, Educação financeira em escolas do país avança a 72% em cinco anos Disponível em: <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral/educacao-financeira-em-escolas-do-pais-avanca-72-em-cinco-anos,70002863466>. Acesso em: 18 de nov. 2021.

ESTADÃO, site oficial, Educação financeira em tempos de youtube. Disponível em <https://economia.estadao.com.br/noticias/geral/educacao-financeira-em-tempos-de-youtube,70001687819> Acesso em: 18 de nov. 2021.

FUNDAÇÃO, Lehman, Site oficial, BNCC: entenda em 5 minutos, Disponível em [https://fundacaolemann.org.br/noticias/bncc-entenda-em-5-minutos?gclid=Cj0KCQjw3ZX4BRDmARIsAFYh7ZIda2ssmZCTv4sR5R6VKYMvKquxA7ifMISDsFg8uOFzWo45-qnQuhwaAkT7EALw\\_wcB](https://fundacaolemann.org.br/noticias/bncc-entenda-em-5-minutos?gclid=Cj0KCQjw3ZX4BRDmARIsAFYh7ZIda2ssmZCTv4sR5R6VKYMvKquxA7ifMISDsFg8uOFzWo45-qnQuhwaAkT7EALw_wcB). Acesso em: 18 de nov. 2021.

IBGE, Agência IBGE notícias, Expectativa de Vida dos brasileiros aumenta para 76,3 anos em 2018, Site oficial, disponível em <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/26103-expectativa-de-vida-dos-brasileiros-aumenta-para-76-3-anos-em-2018>. Acesso em: 18 de nov. 2021.

POUPADORES, Clube, Site oficial Clube dos poupadores. Disponível em: <https://www.clubedospoupadores.com/educacao-financeira/numeros-educacao-financeira.html>. Acesso em: 18 de nov. 2021.