

NETNOGRAFIA DO CANAL “ME POUPE!”

Ariane Vega Winter¹

Cleria Centa²

Debora Schuster³

Professora Luciane P. Viana⁴

1 Introdução

A tecnologia proporciona o acesso cada vez mais rápido à informação e além disso, são inúmeros conteúdos circulando pelas mídias. Com isso o mundo hoje muda conforme as ações de cada um, sendo visível em todas as redes sociais do “Me Poupe!”, diversos meios conectados com a realidade de todos.

Este artigo analisará três redes sociais da influencer especialista em finanças Nathalia Arcuri, marca “Me Poupe!”, de acordo com o dicionário Michaelis (2021), finanças é a ciência que trata das formas de administração do dinheiro e dos títulos públicos.

As redes sociais estudadas do canal “Me Poupe!” foram Facebook, Instagram e Youtube, o período de análise escolhido foi o mês de abril de 2021. Este estudo tem como objetivo a aplicação de uma pesquisa qualitativa ARS (Análise das Redes Sociais), a fim de analisar o conteúdo e engajamento do público do canal. Ao longo do artigo são apresentadas postagens que tiveram maior interação, bem como, aprofundando na abordagem dos temas.

2 Referencial teórico

Segundo o site Infoescola (2021) Capital Social é o que promove confiança, cooperação, inovação e reciprocidade através da interação, é algo que deve ser bem administrado para poder usufruir de seus benefícios. Já para Bourdieu, o conceito de Capital Social é:

O conjunto de recursos atuais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de interconhecimento e de inter-reconhecimento ou, em outros termos, à vinculação a um grupo, como conjunto de agentes que não somente são dotados de propriedades comuns (passíveis de serem percebidas pelo observador, pelos outros ou por eles mesmos), mas também são unidos por ligações permanentes e úteis. (BOURDIEU, 1980, p.1)

¹ Graduanda em Administração na Faculdade IENH. Novo Hamburgo/RS.

² Graduanda em Administração na Faculdade IENH. Novo Hamburgo/RS.

³ Graduanda em Administração na Faculdade IENH. Novo Hamburgo/RS.

⁴ Doutora em Diversidade Cultural e Inclusão Social na Universidade Feevale. Mestre em Processos e Manifestações Culturais. Bacharel em Administração. Professora na Faculdade IENH.

Ainda para Bourdieu (1980), o capital social é visto como componente da ação coletiva, ativando as redes sociais, e para Putnam (2000, p.14), a ideia principal da teoria do capital social é que redes sociais possuem valor e que esses contatos sociais afetam a produtividade dos indivíduos e dos grupos. Dessa forma, podemos afirmar que as pessoas estão nas redes sociais para se conectar e construir relacionamentos, que com o tempo levam a confiança, que é a base do capital social e torna sua reputação em algo mais valioso que dinheiro.

Para Recuero (2009), rede social é um conjunto de pessoas, conectadas a uma estrutura de rede, onde cada nó de rede representa um indivíduo e suas conexões, os laços sociais que compõem os grupos. Esses laços são ampliados ou alterados a cada novo indivíduo que conhecemos e interagimos.

Contudo, para Franco (2008), as redes são sistemas de nodos e conexões; nas redes sociais os nodos são pessoas e as conexões são as relações entre elas, caracterizadas pela possibilidade de um emitir ou receber mensagens da outra. Portanto quando isso acontece dizemos que se estabeleceu uma conexão de contato entre as pessoas nas redes sociais. Embora as redes sociais sejam utilizadas mais para contato entre as pessoas, muitas utilizam para divulgar trabalho, conteúdo sobre determinados assuntos e etc.

3 Metodologia

Neste capítulo será abordada a metodologia desenvolvida na pesquisa, apresentando os métodos utilizados pelo grupo. A pesquisa de ARS (Análise de Redes Sociais) foi realizada do dia 27 de maio até 04 de junho de 2021 nos canais de Facebook, Instagram e Youtube da marca “Me Poupe!” criada pela influencer financeira Nathalia Arcuri. Foram utilizados dados secundários e a abordagem qualitativa com método descritivo, após a pesquisa bibliográfica, as redes foram sendo exploradas na busca de obtenção de informações. O delineamento da pesquisa foi a partir da técnica netnografia, ou seja, observação no ambiente virtual. E a escala da pesquisa foi intervalar, comparando as atitudes, opiniões e preferências do público.

Os dados analisados durante o trabalho de campo foram coletados das postagens de 01 a 30 de abril de 2021 sob uma análise de conteúdo, observando como eles são trabalhados. Desta maneira foi estudado como a marca apresentava o conteúdo nas redes sociais, bem como o modo com que o público se interessa e é engajado pelo assunto. Através do método de contato online, buscou-se identificar se a marca é conservadora ou moderna, formal ou informal, se utiliza memes e gírias, se tem uma identidade visual, se possui um planejamento de postagens e entre outros. Analisar mais de uma rede social permitiu a comparação de uma para a outra através do conteúdo e linguagem.

4 Resultados e discussão

Neste capítulo serão apresentadas as análises realizadas nas redes sociais da Nathalia Arcuri, especificamente no “Me Poupe!” criado pela mesma. A autora é uma jornalista

brasileira, especialista na área de finanças, que se dedica a entregar e agregar conteúdo diariamente com base e foco na educação financeira. Inicialmente Nathalia aprendeu a investir sozinha e hoje se tornou uma *influencer* financeira e criadora do maior canal de finanças do mundo. Com o crescimento e desenvolvimento dos negócios, o “Me Poupe!” conta com mais de 50 funcionários e impacta mais de 14 milhões de pessoas todos os meses. E está presente no Instagram, Facebook, Twitter, TikTok, livrarias, programa de rádio em São Paulo e em 2019 foi lançado o primeiro *reality show* na TV aberta sobre finanças. Nesse artigo as redes estudadas foram: Facebook, Instagram e Youtube, sob uma pesquisa mais aprofundada no mês de abril de 2021.

4.1 Facebook

A página referente ao canal “Me Poupe!” na rede social Facebook possui 607 mil seguidores, ela foi criada em 20 de fevereiro de 2015 por Nathalia Arcuri, apesar de ter muitos conteúdos apresentado por ela, a página tem mais de um administrador conforme podemos conferir na figura 1.



Figura 1 - Apresentação da Página no Facebook

Fonte: https://www.facebook.com/mepoupenaweb/about_profile_transparency, 2021.

No mês de criação da página houve apenas a atualização da foto de perfil que teve somente 28 curtidas, mas no decorrer dos dias foram adicionando conteúdo sobre finanças, economia, dicas de como economizar, como comprar barato, etc.

Portanto, como a *influencer* Nathalia Arcuri faz muitas postagens, analisamos o material postado no período de 01 de abril de 2021 a 30 de abril de 2021, notamos que ela utiliza de uma linguagem informal e moderna para apresentar o conteúdo sobre finanças, colocando memes, *emojis*, partes de filmes em seus vídeos (figura 2), o que deixa o conteúdo sério, mas descontraído.



Figura 2 - Postagem Banco Inter, Pague seguro ou Poupança: Onde deixar o seu dinheiro
Fonte: <https://www.facebook.com/mepoupenaweb>, 2021.

Há também a divulgação do programa de televisão “Me Poupe Show”, na Rede TV, que estreou no dia 13 de abril, feita de uma forma bem descontraída como podemos conferir na figura 3.

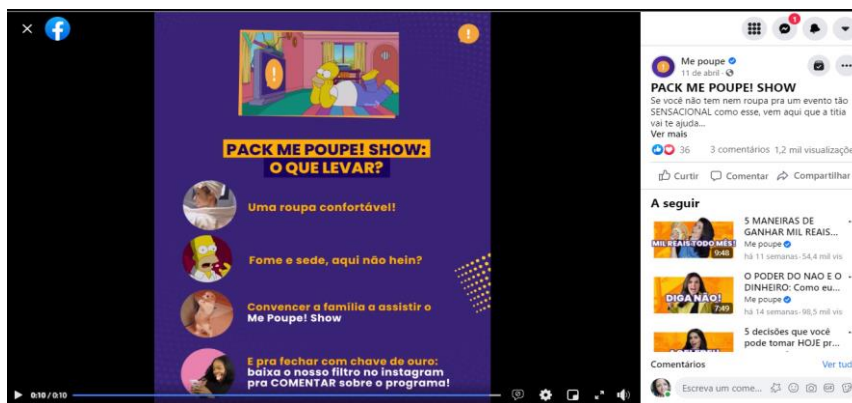


Figura 3 - Postagem Pack Me Poupe! Show
Fonte: <https://www.facebook.com/mepoupenaweb>, 2021.

Houve no dia 01 de abril uma postagem “pegadinha” (figura 4), informando que o “Me Poupe!” teria nova direção, que o nome mudaria para Não Poupe, além disso foi postado um vídeo pedindo que os seguidores deixassem seus comentários, caso quisessem que o antigo retornasse, esta postagem teve apenas 56 comentários, a maioria aderiu à campanha #voltamepoupe, mas outros perceberam a “pegadinha” referente ao dia da mentira.

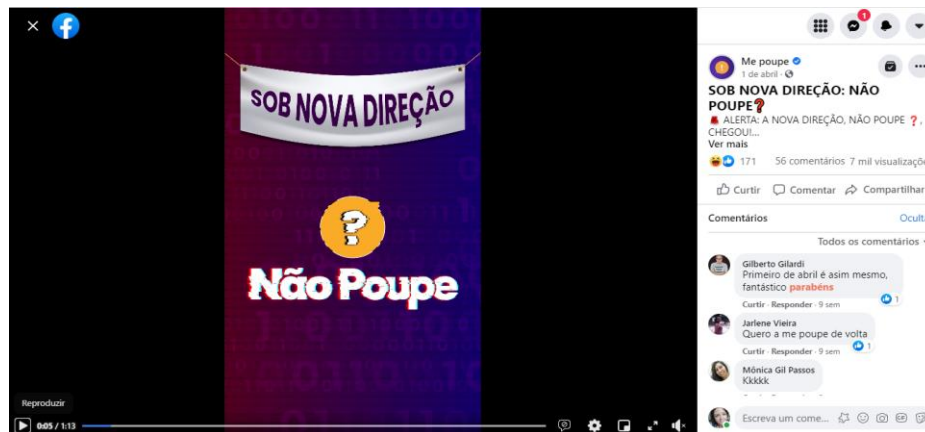


Figura 4 - Postagem Sob Nova Direção: Não Poupe ?
Fonte: <https://www.facebook.com/mepoupenaweb>, 2021.

Além desta postagem, nota-se que outras postagens de quadros do canal “Me Poupe!”, como “Te Vira Linda”, com Bruna Andriotto não tiveram muita repercussão durante o mês de abril, pois a postagem sobre o conteúdo “Renda Extra para 5 Profissões” (figura 5) recebeu apenas 73 curtidas, 7 comentários e 15 compartilhamentos. Embora algumas postagens sejam replicadas no canal do Youtube, outras são adaptadas para o Facebook e as que mais chamam a atenção do público são as de autoria da Nathalia.



Figura 5 - Postagem Renda Extra para 5 Profissões!
Fonte: <https://www.facebook.com/mepoupenaweb>, 2021.

Porém ao contrário desta postagem, há outras com mais de mil curtidas como a postagem do dia 10 de abril, “Técnica pra Combater a Compra por Impulso ? Temos” (figura 6) que teve 2,2 mil curtidas, 144 comentários e 385 compartilhamentos, na qual a maioria dos comentários são de pessoas marcando outras pessoas, outros elogiando a matéria, outros são memes de elogios e aplausos.



Figura 6 - Postagem (vídeo) Técnica pra Combater a Compra por Impulso ? Temos!

Fonte: <https://www.facebook.com/mepoupenaweb>, 2021.

A postagem no mês de abril que teve mais curtidas, comentários e compartilhamentos, talvez por ser assunto bem atual, uma nova forma de investimento que vem sendo divulgada, foi “NUBANK, PICPAY OU TESOURO DIRETO: ONDE DEIXAR O DINHEIRO ?” (figura 7) que descreve as vantagens e desvantagens de cada uma dessas opções. Esta postagem teve 7,3 mil curtidas, 823 comentários e 1,3 mil compartilhamentos. Os comentários são de marcações de pessoas que assistiram e marcaram outras pessoas para também assistir ao vídeo, novamente comentários de elogios e outros comentários pedindo para postar outros assuntos, como *bitcoin*.

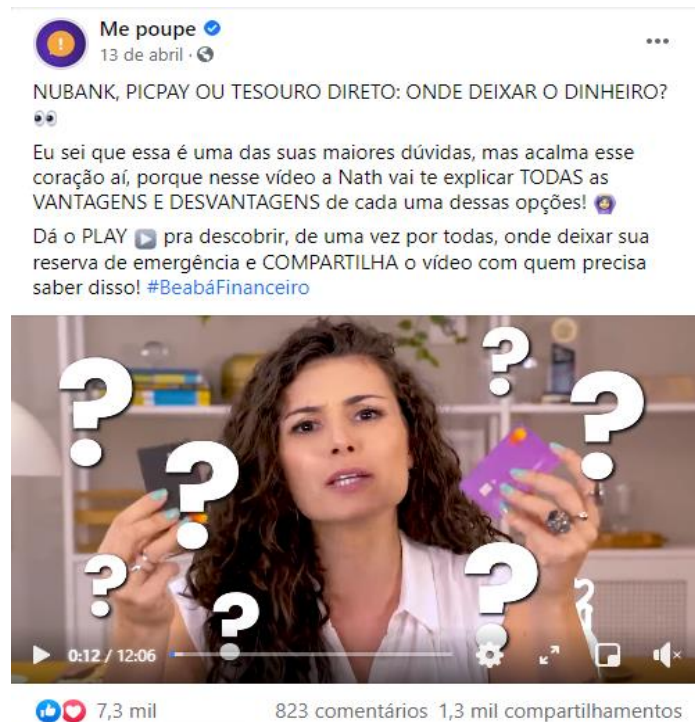


Figura 7 - Postagem Nubank, Picpay ou Tesouro Direto: Onde Deixar o Dinheiro ?
Fonte: <https://www.facebook.com/mepoupenaweb>, 2021.

A página tem uma periodicidade de dois a quatro postagens por dia, todas com conteúdo financeiro/econômico com a finalidade de ajudar as pessoas, seja a ganhar dinheiro ou economizar, com uma linguagem clara e descontraída, mantendo sua identidade visual.

4.2 Instagram

O Instagram do “Me Poupe!” possui 1,6 milhões de seguidores. A figura 8 apresenta a *bio* da página no Instagram e como está descrito, é criado por Nathalia Arcuri. O layout é desenvolvido pela equipe dela, mas a maior parte do conteúdo é apresentado por ela.



Figura 8- Página do Me Poupe! no Instagram.
Fonte: <https://www.instagram.com/mepoupenaweb/?hl=pt-br>, 2021.

O Instagram foi criado em 1 de novembro de 2018, com o *post* ilustrado na figura 9 que teve 4.200 curtidas e 152 comentários em que as pessoas elogiaram, pediram a abordagem de assuntos e ainda uma pessoa perguntou onde eles estavam no *Podcast*.



Figura 9- Estreia do Me Poupe! no Instagram.

Fonte: <https://www.instagram.com/p/BppGGDrhWm8/>, 2021.

Ao analisar o mês de abril de 2021, podemos identificar que foram postados uma ou duas vezes por dia. É possível perceber o planejamento para essa frequência de postagens e a identidade visual, até mesmo o *design* utilizando uma fonte de letras e paletas de cores da marca.

Os *posts* são alternados entre fotos e vídeos e especificamente em datas comemorativas, o conteúdo é direcionado a contemplar esses eventos. Por exemplo, em abril no dia da mentira, eles fizeram uma postagem (figura 10) deixando o logotipo da página diferenciado, descrevendo que estariam sob nova direção e incentivando as pessoas a não pouparem. Logo, isso gerou curiosidade no público, o vídeo postado a seguir obteve 73.900 visualizações e 537 comentários. O vídeo traz algumas pessoas da equipe dizendo para gastar o dinheiro para sobrar mês no fim do salário e “porque só se vive uma vez”, cuja publicação instigou o pessoal a votar pelos comentários #nãopoupe ou #voltamepoupe.



Figura 10- Sob nova direção?
Fonte: <https://www.instagram.com/p/CNH-9wbBw8G/>, 2021.

Os conteúdos abordam uma linguagem popular e inclusive utiliza-se gírias como modo de se aproximar do público. É usado também os memes do momento, no dia 04 de abril eles fizeram um *post* com a legenda “*QUAL DESTES MEMES É VOCÊ? COMENTA AQUI! 📌 Se tem duas coisas que eu amo, elas são: INVESTIMENTOS e MEMES! 🙄👄🙄*”.

Este *post* obteve diversos comentários e as pessoas marcaram seus conhecidos, resultando na ampliação do público. Com isso, a página mantém uma expressão modernizada utilizando *emojis* e sabendo usar a informalidade a favor do conteúdo. Foi identificado que as publicações que menos engajam o público são as de outros *influencers* como Professor Mira, Brenda Barboni e Bruna Andriotto, ou seja, que a influência da pessoa criadora da marca é mais forte, eles em algum momento foram alunos que aprenderam com ela.

A figura 11 apresenta uma postagem da Bruna, conforme podemos identificar, teve 2.600 curtidas, já os comentários foram 27. Em outra postagem de vídeo, a Brenda apresenta o novo programa “Me Poupe! Show” mas mesmo assim, as interações foram baixas em relação às anteriores, resultando em 3.500 curtidas e 50 comentários.



Figura 11- Motivos para você não fazer renda extra.
Fonte: <https://www.instagram.com/p/CNfqsXh0fV/>, 2021.

Pode-se perceber que o que mais engaja o público são as publicações de quando é feito uma comparação ou a diferenciação de algo, quando é ensinado o “como fazer” (figura 12), ou seja, dicas práticas que funcionam bem.



Figura 12- 5 séries da Netflix para aprender a ganhar dinheiro.
Fonte: <https://www.instagram.com/p/CNfHbS4hBeC/>, 2021.

Por mais que os *memes* e *emojis* sejam importantes, os vídeos são imbatíveis, é o que mais interessa o público, o conteúdo se apresenta acessível, tanto pela comunicação quanto pela abrangência de outras redes sociais. O *post* da figura 12 teve quase 110 mil visualizações e ainda contou com 358 comentários.

O tema sobre finanças é algo que interessa o público porque é pouco falado, hoje ainda estamos em uma cultura que não falamos de dinheiro, as pessoas gastam e às vezes não se dão conta para onde ele está indo. Então quando isso é apresentado de uma maneira prática e desafiando o público a fazer por si, engaja porque o resultado é multiplicado e muitas pessoas se beneficiam por isso. Além disso, a Nathalia Arcuri tem a marca registrada de ensinar e incentivar as pessoas a conquistar independência financeira e buscar investimentos ou renda extra.

4.3 Youtube

A página do Youtube “Me Poupe!” possui 6,09 mil inscritos e 381.077.447 visualizações. O canal foi criado em 19 de fevereiro de 2015 por Nathalia Arcuri, e traz informações sobre como fazer renda extra, como fazer render a sua renda fixa, onde e como investir. E com apoio de um time, há busca de assuntos, e todas as segundas-feiras e quintas-feiras às 12h, são postados novos vídeos.

No campo das comunidades, há enquetes para identificar novos temas para vídeos específicos. Esta estratégia faz com que seja identificado o que é valor para seu público em cada assunto. Segue na figura 13 um exemplo, no qual ela faz um questionamento sobre a produção do vídeo.



Figura 13 - Enquete: Sobre consórcio.
Fonte: <https://www.youtube.com/c/Mepoupenaweb/community>, 2021.

No campo Playlist temos 59 temas/assuntos abordados, porém cada um dos 59 temas possui mais vídeos. Um exemplo é o assunto “dicas para economizar \$” (figura 14), que possui 99 vídeos postados, sendo um diferente do outro, porém com temas do momento, da semana ou do dia.

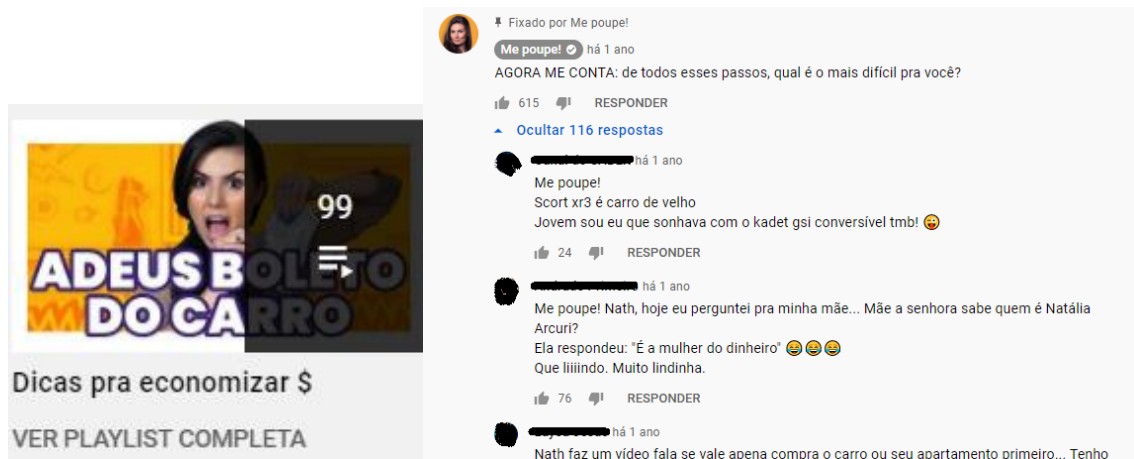


Figura 14 - Dicas para Economizar \$.
Fonte: https://www.youtube.com/watch?v=l_HSuY8YJrU&list=PL5vSn8ej1b0uUAydDb1_J0Q7tyt05R0TD, 2021.

No mês de abril, foram postados 43 vídeos de diversos temas. O vídeo da figura 15, aborda o tema “14 dicas para fazer as compras do supermercado duplicar 10 x mais”, foi visualizado 624.791 vezes. Este foi o vídeo mais visualizado da Nathalia e sua equipe no mês analisado.



Figura 15 - 14 dicas para fazer as compras do supermercado duplicar 10x mais.
Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=YJw6MELb4OI&t=13s>, 2021.

Em todos os vídeos postados, há uma maneira clara de informar sobre o assunto, sempre há objetos que fazem parte do tema abordado. Há uma interação com seu público, no qual a *influencer* traz uma sensação de proximidade. Toda esta prática se relaciona com a linha estratégica do negócio. A equipe que completa o time de trabalho faz com que o encantamento do seu público seja ativo, isto porque em várias postagens, os mesmos personagens comentam e visualizam os assuntos, tendo uma interação entre eles. Uma das características é a utilização de uma colher de pau durante seus vídeos, criando uma simbologia com tal utensílio de cozinha. Ressaltamos na figura 16, que há um buraco no meio da colher, simbolizando o que se deixa escapar ao não poupar.



Figura 16 - Independência Financeira: Ensinei A Duda Reis A Como Parar De Trabalhar #MePoupeShow
Fonte: <https://www.youtube.com/watch?v=5j3zRUR9rcw>, 2021.

5 Conclusão

Não é novidade que as mulheres estão ganhando cada vez mais espaço no mercado de investimentos brasileiro. Além disso, elas têm sonhos e metas, sejam eles pessoais ou profissionais. Nas redes sociais do “Me Poupe!”, são incluídos vídeos, postagens e até mesmo um *story*, tudo primeiramente passa por análise do que realmente seu público quer conhecer ou saber. Porém um cuidado para com o conteúdo publicado, sendo adaptado para cada rede social

e público que o acompanha. Podemos observar que em todas as redes sociais analisadas existe um planejamento da frequência da postagem. Também é perceptível que a linguagem é adaptada, identifica-se uma identidade visual para cada tema abordado.

Todo seu trabalho é direcionado a serviço da educação, das finanças pessoais, existindo interação em todos os públicos. Porém uma característica comum, com o objetivo de incentivar as pessoas a gostar de investir seu dinheiro, de forma divertida e consciente. De forma estratégica, cada meio de comunicação utilizado para seu projeto possui uma visão e um cuidado do que é valor para seu público. Sendo uma maneira de engajar e mantê-los conectados, gerando um grande capital social e alcançando os objetivos em todas as redes sociais.

Referências

BOURDIEU, P. **Capital Social: Notas Provisórias**. Paris, 31 Janeiro 1980. Disponível em: <<https://edisciplinas.usp.br/mod/resource/view.php?id=1577870>>. Acesso em: 05. Jun. 2021.

DICIONÁRIO Brasileiro da Língua Portuguesa. **Michaelis**. Disponível em: <<https://michaelis.uol.com.br/busca?r=0&f=0&t=0&palavra=finan%C3%A7a>>. Acesso em: 05. Jun. 2021.

FACEBOOK. **Me Poupe**. Disponível em: <<https://www.facebook.com/mepoupenaweb>>. Acesso em: 02. Jun. 2021.

FRANCO, A. D. **Escola de Redes: Novas Visões sobre a Sociedade, o Desenvolvimento, a Internet, a Política e o Mundo Globalizado**. Curitiba: [s.n.], 2008.

INFOESCOLA. **Capital Social**. Disponível em: <<https://www.infoescola.com/sociedade/capital-social/>>. Acesso em: 05. Jun. 2021.

INSTAGRAM. **Me Poupe**. Disponível em: <<https://www.instagram.com/mepoupenaweb/?hl=pt-br>>. Acesso em: 30. Maio. 2021.

PUTNAM, R. **Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community**, 2000. Disponível em: <<https://www.amazon.com.br/Bowling-Alone-English-Robert-Putnam-ebook/dp/B003DYGOO6>>. Acesso em: 05. Jun. 2021.

RECUERO, R. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre, 2009. Disponível em: <http://www.raquelrecuero.com/livros/redes_sociais_na_internet.pdf>. Acesso em: 05. Jun. 2021.

YOUTUBE. **Me Poupe**. Disponível em: <<https://www.youtube.com/c/Mepoupenaweb/community>>. Acesso em: 04. Jun. 2021.