

UM ESTUDO DE CASO DO CANAL METEORO BRASIL

Alexandre Cesar Machado OSELLO (UNAERP)

Chris Herbert Berenguer PEREIRA (UFPE)

Resumo:

O estudo de caso deste artigo tem como objetivo trazer compreensão acerca do funcionamento do canal Meteoro Brasil. Uma análise de conceitos empreendedores são vistos e estudados para averiguar como tais termos são implementados pelo canal pelos fundadores. O modelo de negócios canvas é outra ferramenta utilizada no trabalho para evidenciar as estratégias tomadas pela equipe. Em uma era empreendedora, a criação de conteúdo tem se mostrado de grande relevância, portanto, este artigo se mostra pertinente ao abordar um caso de sucesso da área.

Palavras-chave: BMC, Análise de negócios, mídias digitais

Abstract:

The case study of this article aims to bring understanding about the functioning of the Meteoro Brasil channel. An analysis of entrepreneurial concepts is seen and studied to see how such terms are implemented by the channel and the founders. The canvas business model is another tool used at work to highlight the strategies taken by the team. In an entrepreneurial era, content creation has proved to be of great relevance, therefore, this article proves pertinent when addressing a success story in the area.

Keywords: BMC, Business Analytics, Digital Media

1. INTRODUÇÃO

O artigo busca demonstrar como o canal do YouTube Meteoro Brasil tem se posicionado diante da plataforma da Google. Com este fim, sites especializados em geração de conteúdo, artigos acadêmicos e livros foram utilizados para a elaboração deste trabalho.

O objeto de estudo desta pesquisa é o canal Meteoro Brasil, presente no Youtube e em outras redes sociais como o Instagram. O canal brasileiro foi criado em abril de 2017, por Álvaro Borba e Ana Lesnovski, ambos jornalistas, tendo como temas abordando assuntos ligados à política, ciência, filosofia e cultura pop. Atualmente o

canal possui mais de 1 milhão de inscritos, tendo acumulados mais de 200 milhões de visualizações.

Para a problematização, o artigo busca averiguar quais foram as estratégias tomadas pelo canal Meteoro Brasil para o seu êxito em uma das plataformas digitais mais acessadas do mundo, o YouTube. Sendo que o modelo de negócios adotado pela equipe abrange várias esferas, um business model canvas foi criado para uma visualização de maior entendimento dos leitores.

O estudo tratado nesta pesquisa científica é importante, pois as mídias sociais têm mostrado a sociedade que vieram para ficar e que sua utilização não tem sido apenas um espaço para os internautas usarem como refúgio no ciberespaço, mas todavia, como uma fonte de renda como qualquer outro emprego. Estes meios estão sendo usados por inúmeras empresas para divulgação de seus produtos através de anúncios que são disponibilizados antes da exibição dos vídeos que serão exibidos para os usuários que acessam portais como o YouTube. Através da análise do canal Meteoro Brasil, um canal brasileiro que tem cativado seus seguidores pela produção de alta qualidade, outros produtores de conteúdo poderão utilizar essa produção acadêmica para a benfeitoria de suas produções.

A pesquisa usou-se da metodologia de estudo de caso. Analisou-se como o observador e não o agente. Com o estudo de caso, foi possível identificar o motivo de sucesso do objeto de estudo sendo analisado.

2. O YOUTUBE

O YouTube, tendo sido adquirida pela Google em 2006, pelo valor de 1,65 bilhão de dólares, o equivalente a 9,29 bilhões de reais na conversão direta, acabou se tornando um dos sites mais acessados do mundo, sendo que apenas no Brasil, o site é acessado mensalmente por 105 milhões de pessoas (VEJA, 2020).

O ano de 2015, foi um marco para a plataforma, sendo que, o YouTube registrou mais de um bilhão de usuários, tendo um crescimento em média de visualização dos vídeos postados de 60% (Youtube, online).

De acordo com uma pesquisa requisitada pela Google no mês de agosto de 2020, houve um envolvimento de 2 mil entrevistados no território brasileiro. Foi considerado na pesquisa Tvs aberta e a cabo, canais de streaming e redes sociais como Instagram,

Netflix, TikTok e Facebook. Dentre todas estas, a plataforma da Google ficou entre a predileta do povo brasileiro (Techtudo, 2020). Estes dados se mostram extremamente importantes por evidenciar o quanto a plataforma tem se mantido relevante mesmo após quase duas décadas ativo no mercado.

A plataforma em si, é alimentada integralmente pelos seus usuários sendo que: “Como empresa de mídia, o YouTube é uma plataforma e um agregador de conteúdo, embora não seja uma produtora do conteúdo em si” (Burgess; Green, 2009). A plataforma em si dá aos criadores e receptores a possibilidade de explorarem diversos temas, gêneros e formatos, sendo que o produtor dos vídeos decide todas as decisões referentes ao conteúdo, a duração da longa, como serão os métodos de divulgação nas redes sociais, quem participará do canal ou vídeo, a maneira de interagir com seus usuários entre outras coisas (BERNADAZZI; BRAGA; COSTA, 2016). Estes produtores de conteúdo, ao postarem estes vídeos em seus respectivos canais, podem ou não ganhar uma recompensa monetária devido a inserção de propagandas.

Os produtores de conteúdo para o Youtube diferem dos videomakers, sendo que:

O videomaker, comumente, é um profissional que presta serviços a terceiros, realizando as etapas da produção, mas não sendo responsável pela distribuição desse material ou acompanhamento dele no meio em que vai ser divulgado. Já o produtor de conteúdo audiovisual no YouTube tem controle sobre o assunto que irá produzir, sobre as etapas de produção, a publicação do material no site e o acompanhamento de como a audiência está recebendo esse material (BERNADAZZI; BRAGA; COSTA, 2016).

Percebe-se que a plataforma possibilita ao usuário uma abrangência de maneiras em como estes produtores e receptores irão usufruir, interagir, produzir e compartilhar esses conteúdos. Toda essa dinamicidade tem sido um ótimo contribuinte para a benfeitoria da plataforma.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O canal Meteoro, criado em 2017, teve o intuito de driblar as tendências rasteiras que cultivavam e dominavam o maior site de criação de vídeos de conteúdo do mundo, o Youtube. Com isso, foram capazes de se sobressair ao se inovar trazendo vídeos dinâmicos com animações 2d e 3d, além de narrações que tratam de informar a

audiência. Embora ocorresse uma preocupação técnica audiovisual, o canal investia arduamente em produzir conteúdo variado, estes cobrindo desde clipes musicais, games, filmes, séries, acontecimentos marcantes, polêmicas, entre outros. Nestes vídeos, a intenção é analisar o objeto de estudo relacionando com a filosofia, política e instigando a contemplação. Pelo fato do canal produzir vídeos relevantes, informativos e de altíssima qualidade, este foi capaz de se incluir no que os algoritmos da Google procuravam. Desta forma, alcançando uma base de quase 1 milhão de inscritos em apenas três anos tendo um grupo de fãs sólidos de acompanhantes. Vale ressaltar, que o canal Meteoro, conta com a colaboração de apoiadores tanto pelo YouTube, quanto pelo site Padrim. Este, funciona como uma vaquinha para arrecadação de dinheiro para ajudar o canal. O site também trabalha com doações mensais com direito a recompensas. Para apoiadores que doam a partir de R\$ 5,00 por mês, tem acesso ao grupo de apoiadores + podcast. Os que doam a partir de R\$ 10,00/mês, além dos benefícios anteriores, têm direito de enviar uma foto sua para que ela apareça nos vídeos do canal. A partir de R\$ 20,00, além dos benefícios anteriores, o usuário pode participar de podcasts do canal. A partir de R\$ 50,00, além dos benefícios anteriores, o usuário pode enviar um vídeo rápido próprio que será reproduzido no Capivara Carteira Vídeo Express. E por fim, para apoiadores que doam a partir de R\$ 100,00 por mês, ganham um livro Meteoro e uma carta de agradecimento, isto além dos benefícios ditos anteriormente (Meteoro Brasil, 2021).

De acordo com Ana Lesnovski (2020), as ideias dos vídeos acabam mesclando entre a demanda e o que eles querem fazer. A linha de conteúdo vem do que leram, gostam de assistir, mas, ficam atentos ao que está acontecendo de relevante. Podemos claramente colocar as almas que estão por trás do Meteoro incluindo também Álvaro Borba no perfil de empreendedores. Diferentemente de vários empreendedores que são seguidores e não fazem inovações significativas para a mudança do mercado ou sociedade, eles foram capazes de enxergar caminhos que outros não conseguiram com isso criando um conteúdo completamente único para a plataforma sem repetir a programação presente por boa parte dos influenciadores que dominam a plataforma no Brasil. Eles acreditaram em algo, estas razões foram o ponto de partida para a automotivação que possibilitou a expansão do canal. O que de fato foi isso? Como dito pelo casal, eles estavam a fim de informar os receptores e não apenas entreter

unicamente sem benefício algum. Estes conseguiram felizmente pelo fato de terem uma aquisição satisfatória e a plataforma possuir um gancho de baixo investimento inicial, criar um empreendimento por oportunidade. Por isso, nota-se que o padrão de qualidade desde o princípio se manteve além de muitos youtubers.

Em uma plataforma competitiva que em 2019 constatava-se que havia 3 milhões de canais ativos, a primeira exposição é determinante para os usuários que frequentam o site. Desta forma, é extremamente complicado ficar arriscando sem uma diretriz. Os dois, apresentam vários atributos que os encaixam como empreendedores. Adaptabilidade, embora certos conteúdos não os agradem ou preferem evitar, estes são capazes de evitar suas resistências pessoais e produzirem o devido para agregar valor e informar a comunidade. Comprometimento, para continuarem ampliando o canal e mantendo um fluxo ascendente mensalmente de inscritos e visualizações, acabam criando um relacionamento com seus receptores e com isso ocorre uma expectativa e demanda na entrega de vídeos bem produzidos e recorrentes. Para manter os números, não podem abandonar o projeto e devem sempre estar atento entregando conteúdo pois criaram um pacto com seus visualizadores. Motivação, por motivos ideológicos, possivelmente a dupla deve ter detectado que muitos brasileiros carecem de conhecimento de várias esferas que estes ditam como necessário para o desenvolvimento de um ser humano consciente e crítico sobre sua volta. Por querer que o passado não se repetisse, entendo que acabaram criando o canal para tirar o povo da extrema ignorância, manipulação e, contudo, podendo abordar certos assuntos que optam por achar necessários de acordo com suas ideologias da esquerda. Criatividade, dificilmente alguém discordaria deste tópico. É notório que a equipe ou até mesmo os próprios criadores, possuem forte repertório para criarem vídeos que mantêm a atenção assídua do telespectador. Desde animações, trechos importantes captados de fontes externas e uma narração à altura. Seus vídeos são recheados de informações que em muitos casos passariam despercebidos pela massa quando em determinado momento foram expostos a tal conteúdo midiático. Tolerância ao Risco. Desde o surgimento do canal em 2017, várias decisões tomadas poderiam ter arruinado a reputação do Meteoro. No entanto, como qualquer organização que preza o lucro, eles estavam submetidos a riscos e ganhos desde os primórdios das operações. Como dito pelos fundadores, a equipe por trás das criações de cada vídeo é mantida no anonimato, porém, embora nós

telespectadores não saibamos ou vejamos durante os vídeos nada além de uma narração, como qualquer empreendedor bem-sucedido, é essencial a capacidade de selecionar e integrar talentos. Com isso, cada vídeo é planejado e montado por um seletor de pessoas que unidas conseguem entregar um trabalho satisfatório para o agrado da comunidade. Outro talento que Lesnovsky e Borba possuem seria a alta capacidade de observação. Isso é chave para seus vídeos que possuem uma quantidade de detalhes igual a Rocksteady com a saga Arkham. As criações destes conteúdos exigem uma percepção e observação aguçada para destrinchar por completo sem falha alguma. Para manterem o alto padrão de qualidade, percebe-se que foi exigido uma mobilização de recursos para iniciar as operações e mantê-las sempre agregando o que se espera pelo público. Existe, ao entrarmos no canal, um padrão de estilo de conteúdo. Não vemos blogs, gameplays, tutoriais entre outros. Por isso, conclui-se que antes, ocorreu uma criação de conceito e estratégia para não fugirem da proposta inicial. Após, houve uma implementação do conceito, sendo que colocar em prática o que idealizaram previamente antes da consolidação do canal. Por fim, ocorreu uma sustentação da atividade empreendedora. Sendo os vídeos, seguidos pelas visualizações, tendo um engajamento satisfatório, a chave para esta sustentação. Estes foram os processos empreendedores.

Sobre o comportamento do empreendedor, identificamos também que há persuasão e rede de contatos. Os seus vídeos acabam contendo títulos e conteúdo que são persuasivos. De alguma forma nos instigando a clicar no thumbnail e posteriormente mantendo-nos seduzidos ao que apresentam. Criando uma fan base de respeito, foram ampliando o networking, estando presentes em canais famosos como o do Ted Talk e do Rafinha Bastos. Para não cair em um buraco negro, tiveram que manter a persistência e buscando sempre novas informações para alcançar novos horizontes. Se atualizando com frequência para entregar o que os algoritmos estão à procura. Por não termos tido acesso a vida pessoal e a documentos presentes na web, certos obstáculos de um empreendedor não podem ser associados a dupla investigada, porém, por termos conhecimento da plataforma em geral da Google e seus influenciadores que vivem deste meio, sabemos que a pressão exigida é contínua e só sobrevive e usufrui de um crescimento interessante na plataforma os que conseguem se adaptar com o ritmo até considerado frenético, contínuo de uploads recorrentes para uma comunidade que só cresce e exige cada vez mais do que estão vendo.

Vivemos em uma geração que várias transformações sociais, tecnológicas, mercadológicas dentre outras tem mudado drasticamente a forma a qual interagimos com o nosso meio. Netflix derrotou a Blockbuster, tornando-se líder do mercado ao oferecer streaming de filmes por um preço acessível de uma forma prática, mas, até dito por ela, sua maior preocupação tem sido não seus rivais dentro da mesma categoria, mas sim um jogo como Fortnite. Por este motivo, o mercado está recheado de surpresas inesperadas e com novas tendências a todo instante. Nos primeiros anos, quem se aventurava no Youtube, não esperava nada além de se distrair com um conteúdo caseiro com quase nenhum investimento. Isso vindo desde os usuários a criadores. Mas, a plataforma cresceu exorbitantemente se tornando a household name que transformou por completo o universo midiático. E aqui estamos em 2020, com canais que ultrapassaram a marca de 100 milhões de seguidores, influenciadores lucrando na casa de \$ 20 milhões e uma popularidade que apenas celebridades da indústria cinematográfica conseguiram alcançar.

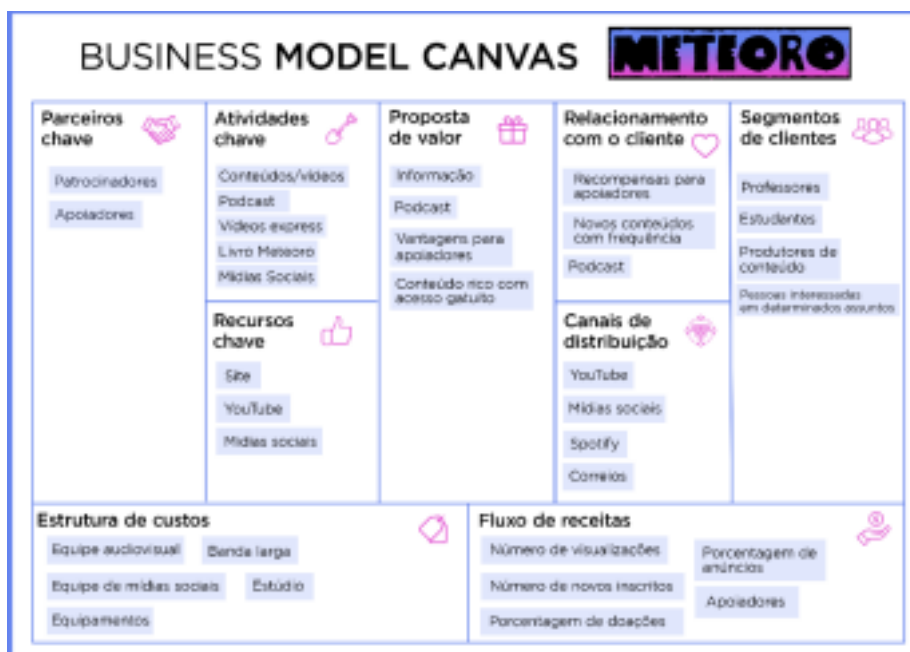
3. MÉTODOS PARA ALAVANCAR

Aí surge o Meteoro, em apenas 2017 depois do aniversário de 10 anos da plataforma Youtube ter sido criada. Iremos elucidar um pouco o que deve ser feito para atingir este nível que vários almejam. Primeiramente, deve-se organizar para manter um ritmo de criação de conteúdo com frequência e qualidade. Em segundo, é necessário conhecer o seu público, só assim haverá um alcance de resultados satisfatório. Todo público acaba criando certas demandas e expectativas, ao conhecer a fundo quem são estas pessoas, você estará entregando algo mais assertivo. Em terceiro, estude muito. Apenas com a ampliação do repertório que inspirações irão surgir para a contínua atualização do trabalho. É necessário estar atento a novas tendências, e ao sempre estar estudando, a sua percepção do mundo amplia conforme sua expansão mental. Em quarto, certifica-se que existe uma frequência semanal de atualização no envio de vídeos. Nada adianta fazer uma megaprodução que irá durar um semestre. Seus telespectadores devem estar em contato com o canal periodicamente para que estes não troquem ou esquecem da existência de tal criador. Em quinto, foque muito em entregar algo com um padrão desejável. Com o avanço da tecnologia, cada vez mais, é exigido

vídeos que acompanhem o que está sendo ofertado pela indústria de tecnologia. Por isso, antes de qualquer início de criação de qualquer canal, deve-se fazer uma elaboração de balanço patrimonial para saber quanto será o investimento inicial tentando manter o ativo sempre no positivo. Uma gestão financeira adequada deve ser levada em consideração para que as operações sejam viáveis. Em sexto, acompanhe as métricas, nada adianta produzir sem ter um retorno. O engajamento será uma forma do influenciador conseguir analisar como cada vídeo está sendo recebido pelo receptor. O próprio Youtube oferece um infográfico do rendimento do canal para a verificação destas informações. Em sétimo, ninguém neste mundo vive sozinho. Estamos interligados um ao outro. Perante este sistema, para ascender, deve-se construir uma rede de contatos sólida. O apoio de outros canais, sem dúvidas, é um meio de elevar o tráfego e a visibilidade. Um exemplo, o influenciador Ricardo Ohara, que continha apenas alguns milhares de seguidores. Sua história, ao ser alcançada por Maicon Kuster, teve um pico exorbitante de novos inscritos, tendo chegado em quase meio milhão. Em oitavo, sempre busque por referências. Conhecemos inúmeros canais que, por certa forma, acabaram tendo o encerramento das operações. É importante se reinventar em tempos e tempos. Da mesma forma que todo ano, para manter o ciclo de vida do produto, incrementações são implementadas nas ofertas, um canal para manter sua relevância deve ter o mesmo tratamento. Em nono, não se limite a uma plataforma. Expande para alcançar novos usuários que possam não estar usando certas mídias sociais. Em décimo, adapte o conteúdo dependendo de onde será postado. Tenha em mente que cada mídia possui suas regras e para um maior aproveitamento o criador deve saber usá-las ao seu favor entendendo suas limitações e vantagens.

4. BUSINESS MODEL CANVAS

Para um maior entendimento do modelo de negócio do Meteoro Brasil, foi elaborado um Business Model Canvas para demonstrar visualmente os aspectos relacionados ao business proposto pela equipe.



5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Quando pararmos para analisar apenas o canal de objeto de estudo, notamos que este está em ascensão ao ganhar um número expressivo de novos inscritos, alcançando quase um milhão em apenas três anos. Contudo, deve ser ressaltado que o ambiente em que estes canais trabalham, acaba sendo cercado de incertezas e por isso a instabilidade por trás é inviável. A vida de um empreendedor é recheada de altos e baixos. Recentemente, neste ano, houve o fechamento da plataforma de streaming de jogos eletrônicos Mixer pela Microsoft. No início, esta competidora do Twitch, convidou alguns influencers de peso da sua rival para migrarem e irem trabalhar com eles. A Microsoft teria pago em torno de US\$20 a US\$30 milhões para que o Ninja, um dos streamers da Twitch, fizesse suas transmissões exclusivamente no Mixer. Outro caso que repercutiu recentemente foi o banimento de um dos mais conhecidos streamers da Twitch, Dr Disrespect. Durante a abertura da Mixer, com o receio de que Herschel Beahm IV optasse em seguir o passo de alguns de seus colegas, a plataforma pertencente à Amazon lhe ofereceu um contrato tentador. Infelizmente, logo após o encerramento das operações da Mixer, possivelmente por não “precisarem” dele, para cortarem os custos, optaram pelo seu banimento. Casos similares, acabam sendo recorrentes. Com o politicamente correto sendo forjado aos poucos pela massa, estas plataformas de mídias sociais, por temerem o boicote como tem ocorrido com o

Facebook por empresas como Sony e Microsoft, acabam tendo que criar políticas severas para os que infringirem o contrato. Desta forma, qualquer descuido pode ser o fim ou cancelamento em massa de um canal, uma celebridade, influencer entre outros. Perante isso, cada vez mais surgirão falsos profetas que irão apenas se enquadrar no que a sociedade espera deles, apenas criando e divulgando algo que é esperado e nada além. De fácil acesso, digestível e nunca jamais enfrentando ou expondo suas verdadeiras intenções ou opiniões acerca de algo. Neste caso, o canal Meteoro pode acabar perdendo sua originalidade se optar em seguir a cultura do politicamente correto.

Sob normas que condicionam o ambiente em que optaram em trabalhar, estão em mãos da Google. Isso, pode ser uma profissão arriscada ao não saberem os rumos que o Youtube decidirá tomar e qual como qualquer produto e serviço, a extinção é algo inevitável, porém natural dentro do meio em que vivemos.

Entendemos que para conseguir êxito no empreendimento de produção para a internet nos dias atuais, necessita-se de originalidade, se reinventar, e sempre estar buscando entregar algo além do esperado. O investimento na plataforma em que este trabalha, é fundamental para um retorno ou crescimento maior. Temos o caso do famoso Youtuber chamado de Mr Beast que investe boa parte de seus ganhos em cada vídeo produzido tendo alcançado quase 40 milhões de inscritos graças a esta técnica. A busca em agradar um público que cada vez exige mais, é um trabalho árduo que nem todos estão dispostos a enfrentar. Por isso, é importante ter um estudo e entendimento acerca do mercado que você irá entrar. Como qualquer outro, há malefícios e benefícios que aguardam os aventureiros que neles entram.

REFERÊNCIAS

CAMARGO, Gabriel. **Produção de Conteúdo: Conheça todos os segredos dessa atividade.** 2018. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/producao-de-conteudo/8i888888888888888888>>. Acesso em 20 mar. 2021

ENTENDA de forma rápida o que é a ferramenta Business Model Canvas. 2017.

Disponível em: <<https://atitudeenegocios.com/business-model-canvas/>>. Acesso em: 11 abr. 2021

HOW much did Ninja make for leaving twitch. 2020. Disponível em:

<<https://www.businessinsider.com/how-much-did-ninja-make-for-leaving-twitch-2020-1>>. Acesso em 1 mar. 2021

SALVE o Meteoro da extinção. 2021. Disponível em:

<<https://www.padrim.com.br/meteorobrasil>>. Acesso em 17 set. 2021

STANLEY, Patrick. **Streamer Dr Disrespect Signs Multiyear Deal to Stay on Twitch.**

2020. Disponível em: <<https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/dr-disrespect-signs-multi-year-deal-stay-twitch-1283878/>>. Acesso em: 20 abr. 2021