

## **A trajetória do Canal Nostalgia no YouTube e o presente do mercado de produção de conteúdo audiovisual**

### **The trajectory of Canal Nostalgia on YouTube and the present of the audiovisual content production market**

### **La trayectoria de Canal Nostalgia en YouTube y el presente del mercado de producción de contenidos audiovisuales**

#### **Everton Lucas Lopo Lima e Silva**

Centro Universitário FIPMoc (UNIFIPMoc) – Minas Gerais – Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-0721-4680>

Endereço currículo Plataforma Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8486367390027010>

E-mail: [evertonlopocontato@gmail.com](mailto:evertonlopocontato@gmail.com)

#### **Andréa Nogueira do Amaral Ferreira**

Centro Universitário FIPMoc (UNIFIPMoc) – Minas Gerais – Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2644-3542>

Endereço currículo Plataforma Lattes: <http://lattes.cnpq.br/4277626786947391>

E-mail: [deiamaral1@hotmail.com](mailto:deiamaral1@hotmail.com)

#### **Gustavo Souza Santos**

Centro Universitário FIPMoc (UNIFIPMoc) – Minas Gerais – Brasil

Universidade Estadual de Montes Claros (Unimontes) – Minas Gerais – Brasil

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9712-2690>

Endereço currículo Plataforma Lattes: <http://lattes.cnpq.br/3410976683726091>

E-mail: [gustavo.ccpv@gmail.com](mailto:gustavo.ccpv@gmail.com)

**Resumo:** A relação humana com o formato audiovisual foi construída durante décadas e aprimorada ao longo das gerações. Desde o surgimento do cinema é possível perceber um crescente fascínio dos seres humanos pelo aspecto imagético que o produto audiovisual carrega. A internet possibilitou o surgimento de uma nova era para o audiovisual assim como para todos os outros formatos midiáticos existentes, a partir daqui surgem novos hábitos de consumo e com eles, novas demandas e formatos onde os consumidores também podem se tornar seus próprios produtores. O Canal Nostalgia no YouTube, personificado pelo produtor de conteúdo Felipe Castanhari, é um expoente do mercado de produção de conteúdo audiovisual plataformizado e do esteio mercadológico desta atividade criativa. Desse modo, o objetivo deste estudo foi analisar a trajetória da produção de conteúdo em vídeo no Brasil, considerando meios, táticas, abordagens e prerrogativas futuras, tendo por caso de análise o Canal Nostalgia no YouTube. Desenvolveu-se um estudo de caso de aporte documental sobre o canal e adicionou-se a perspectiva de produtores

de conteúdo audiovisual em exercício para reflexão geral sobre o cenário. Observou-se que a democratização do conteúdo e o acesso a essas novas tecnologias de comunicação foi extremamente benéfico e transformador para a maneira como produzimos e consumimos mídia. Pessoas com grandes ideias, mas sem acesso a grandes plataformas como a televisão puderam desenvolver-se com poucos recursos e se transformaram em gigantes divulgadores de conhecimento e entretenimento do mercado. Compreendeu-se também que as transformações neste formato são cíclicas e resultarão sempre na evolução e nunca na extinção umas das outras.

**Palavras-chave:** Produção audiovisual. YouTube. Produção de conteúdo.

**Abstract:** The human relationship with the audiovisual format was built over decades and improved over generations. Since the emergence of cinema, it is possible to perceive a growing fascination of human beings for the imagery aspect that the audiovisual product carries. The internet enabled the emergence of a new era for the audiovisual as well as for all other existing media formats, from here new consumption habits emerge and with them, new demands and formats where consumers can also become their own producers. The Nostalgia Channel on YouTube, personified by the content producer Felipe Castanhari, is an exponent of the market for the production of platformized audiovisual content and the marketing mainstay of this creative activity. Thus, the objective of this study was to analyze the trajectory of video content production in Brazil, considering means, tactics, approaches and future prerogatives, using Canal Nostalgia on YouTube as a case of analysis. A case study of documentary support on the channel was developed and the perspective of audiovisual content producers in practice was added for general reflection on the scenario. It was observed that the democratization of content and access to these new communication technologies was extremely beneficial and transformative for the way we produce and consume media. People with great ideas, but without access to large platforms such as television, were able to develop themselves with few resources and became giant disseminators of knowledge and entertainment in the market. It was also understood that the transformations in this format are cyclical and will always result in the evolution and never in the extinction of each other.

**Keywords:** Video production. YouTube. Content creation.

**Resumen:** La relación del ser humano con el formato audiovisual se construyó a lo largo de décadas y se mejoró a lo largo de generaciones. Desde el surgimiento del cine, es posible percibir una creciente fascinación del ser humano por el aspecto imaginario que porta el producto audiovisual. Internet permitió el surgimiento de una nueva era tanto para el audiovisual como para el resto de formatos mediáticos existentes, de aquí surgen nuevos hábitos de consumo y con ellos, nuevas demandas y formatos donde los consumidores también pueden convertirse en sus propios productores. El Canal Nostalgia en YouTube, personificado por el productor de contenidos Felipe Castanhari, es un exponente del mercado de la producción de contenidos audiovisuales plataforma y el pilar de marketing de

esta actividad creativa. Por lo tanto, el objetivo de este estudio fue analizar la trayectoria de producción de contenido de video en Brasil, considerando medios, tácticas, enfoques y prerrogativas futuras, utilizando Canal Nostalgia en YouTube como caso de análisis. Se desarrolló un estudio de caso de soporte documental en el canal y se agregó la perspectiva de los productores de contenidos audiovisuales en la práctica para la reflexión general sobre el escenario. Se observó que la democratización de los contenidos y el acceso a estas nuevas tecnologías de la comunicación fue sumamente beneficiosa y transformadora para la forma en que producimos y consumimos los medios. Personas con grandes ideas, pero sin acceso a grandes plataformas como la televisión, pudieron desarrollarse con pocos recursos y se convirtieron en gigantes difusores de conocimiento y entretenimiento en el mercado. También se entendió que las transformaciones en este formato son cíclicas y siempre resultarán en la evolución y nunca en la extinción de unos y otros.

**Palabras clave:** Producción audiovisual. YouTube. Producción de contenidos.

## **1. Introdução**

A relação humana com o formato audiovisual foi construída durante décadas e aprimorada ao longo das gerações. Desde o surgimento do cinema é possível compreender um notável e crescente fascínio dos seres humanos pelo aspecto imagético que o produto audiovisual carrega.

Nos últimos anos, o audiovisual ganhou um espaço maior na vida dos nativos digitais. Crianças atualmente sabem o que escolher para assistir on-line e possuem um repertório de conhecimentos que vem sendo construído a cada dia através de vídeos da internet (MOLETTA, 2019). Tal fenômeno pode ser relacionado à democratização da produção audiovisual e ao estabelecimento de mídias alternativas e autônomas de conteúdo que crescem com o passar dos anos e com a expansão do ciberespaço.

Não apenas as novas gerações ou os produtores autônomos são impactados por essas mudanças, há todo um ecossistema presente e envolvido nestes aspectos, como a transformação que essas novas mídias geram na construção da cultura e na compreensão dos indivíduos, bem como a recepção que os novos formatos e mídias tem sob os veículos tradicionais.

A produção de conteúdo audiovisual tem atravessado transformações múltiplas entre mídias, mercados, plataformas e dinâmicas culturais. As novas tecnologias descentralizaram a comunicação dando mais controle sobre o ato de se informar e até mesmo permitindo aos

receptores da mensagem, colaborar com a produção da informação (BÓRIO, 2014). O modo como as pessoas consomem e se comunicam através do formato audiovisual mudou e vem mudando todos os dias.

Compreender como o fenômeno audiovisual foi impactado pela democratização da produção de conteúdo e pelo surgimento de novas mídias - que colocaram o produtor consumidor em primeiro plano - é importante para entender como a sociedade se desenvolveu, e por quais caminhos no âmbito da comunicação ela pode seguir no futuro. Não obstante, é necessário relacionar o processo evolucionário que este formato passou através das eras, desde os primeiros projetos de cinema até as telas dos celulares na contemporaneidade.

O Canal Nostalgia no YouTube, de autoria do brasileiro Felipe Mendes Castanhari, é um dos grandes exemplos de como a democratização da produção de conteúdo beneficiou tanto os criadores autônomos quanto os próprios consumidores. A conta do *site* vinculada ao Nostalgia foi criada em 2008, mas o propósito e até mesmo o canal só passaram a existir oficialmente em 2011, a partir de seu primeiro vídeo publicado. Hoje, em 2022, o Canal Nostalgia coleciona pouco mais de 14,5 milhões inscritos, fora as suas diversas produções com milhões de acessos e séries para televisão ou plataformas de streaming como a Netflix.

Desse modo, o objetivo desse estudo foi analisar a trajetória da produção de conteúdo em vídeo no Brasil, considerando meios, táticas, abordagens e prerrogativas futuras, tendo por caso de análise o Canal Nostalgia no YouTube. Reflete-se os elementos de evolução, modulação e transformação do mercado audiovisual diante de abordagens de consumo, produção de conteúdo e efeitos da plataformização neste cenário.

O estudo se constituiu de estudo de caso com aporte documental, tendo por caso de análise o Canal Nostalgia no YouTube, do produtor de conteúdo Felipe Mendes Castanhari por se encaixar na proposta de um criador de conteúdo autônomo que começou por conta própria e se tornou uma grande referência midiática, desenvolvendo vídeos com bastante responsabilidade social e educativa e desenvolvendo uma equipe própria ao longo do tempo. Adicionalmente, levou-se em consideração entrevistas não estruturadas para perguntas para criadores de conteúdo em vídeo autônomos que começaram suas atividades há mais de 2 anos e que já monetizam suas atividades, de modo a obter-se um panorama geral do cenário analisado.

## **2. Da nostalgia ao negócio de entretenimento: um exame do Canal Nostalgia**

Felipe Mendes Castanhari é o atual apresentador e dono/criador do Canal Nostalgia, um dos grandes canais do YouTube brasileiro que conta hoje, em 2022, com aproximadamente 14,5 milhões de inscritos e um total aproximado de 1,4 bilhão de visualizações.

O YouTube é uma das gigantes plataformas de conteúdo audiovisual presentes no mercado e que dominam a internet hoje, porém que já teve seu momento de glória há alguns anos, mesmo assim, continua se reinventando e desenvolvendo novos mecanismos para fortalecer sua entrega e seus novos formatos de conteúdo. Desde sua fundação em 2005, a plataforma mudou diversas vezes, no começo era apenas um site para postar vídeos descompromissados, mas se transformou em um ambiente de construção de carreiras e conteúdos bem produzidos e diversificados (CANALTECH, 2022).

A importância do YouTube para a liberdade de exposição de ideias e pessoas foi um marco extremamente importante na democratização do acesso à informação, na liberdade de escolha do conteúdo e na oportunidade de se trabalhar com o audiovisual, condição limitada apenas a grandes produtoras de TV ou de Cinema em um passado não muito distante. A internet, a evolução das câmeras e dos computadores e o acesso facilitado a essas novas tecnologias permitiram então que os produtores autônomos ganhassem voz, pessoas comuns com uma ideia na cabeça e muita vontade para fazer acontecer.

O Canal Nostalgia é focado hoje em vídeos documentários, atualmente publica conteúdos de cunho educativo-documental, que mistura informação e entretenimento sobre diversos assuntos, especialmente sobre história e personalidades célebres do passado como Einstein e Nikola Tesla, além de assuntos que envolvam atualidades, como um de seus vídeos mais recentes sobre a guerra da Ucrânia ou sobre a veracidade da urna eletrônica.

Assim como uma boa marca, o exercício de *branding* do Canal Nostalgia atualmente não se resume apenas ao YouTube. Com o passar dos anos a marca se tornou mais forte, atraiu um público cada vez maior e possibilitou até mesmo a entrada de patrocinadores e reinvestimento em novos equipamentos e colaboradores (CASTANHARI, 2016). A marca hoje possui páginas de conteúdo em outras plataformas, produtos exclusivos licenciados como camisetas e jogos de tabuleiro e já produziu séries para televisão e para plataformas de *streaming* como a Netflix.

A jornada no canal pelo YouTube passou por diversas formatações desde vídeos mais descontraídos, diversas séries temáticas, algumas polêmicas, problemas com direitos autorais até a produção de vídeos de durações extraordinárias para os padrões da época, como o documentário "SILVIO SANTOS – Nostalgia" sendo o primeiro vídeo do canal a atingir a marca de 1 hora de duração (figura 1).

**Figura 1** – Principais momentos do Canal Nostalgia de 2011 a 2022.



Fonte: elaborado pelo autor (2022).

A equipe do canal não é abertamente divulgada em nenhum site oficial nem mesmo nos campos de descrição e metadados de seus vídeos do YouTube, Castanhari (2021) no vídeo em que comemora os seus 10 anos de canal comenta que a sua equipe muda conforme o tempo e agradece a todos que fizeram parte desta história. Utilizando como base as informações disponibilizadas durante este vídeo é possível contabilizar que existem até aquele momento, no mínimo 11 pessoas, contando com o próprio Felipe, trabalhando apenas com os serviços que se referem ao Canal Nostalgia no YouTube.

Sobre o seu primeiro vídeo (figura 2) é possível observar que não existia uma preocupação com um cenário bem elaborado e decorativo, a gravação está o tempo todo



desfocada e o Felipe apresenta o conteúdo de forma tímida, pausadamente e com a voz em entonação baixa. A edição do vídeo também não é algo extraordinário, pode ser considerada apenas básica e ainda não existia algo temático como uma marca interessante ou uma vinheta que identificasse aquele vídeo como Canal Nostalgia de fato.

**Figura 2** – Felipe Castanhari assiste a seu primeiro vídeo 10 anos depois, o Nostalgia Sonic



**Fonte:** <https://youtu.be/V1RF1kUG61U>. Acesso em: 30 Out. 2022.

O vídeo intitulado “Nostalgia – TV CRUJ” (figura 3) marca um amadurecimento, mesmo que de forma sutil do Castanhari como apresentador e editor, e do Canal Nostalgia como um todo, a partir deste vídeo o canal contaria com mais um membro, o Fábio Pereira, que atua a partir daqui como sócio, roteirista e amigo do Felipe. Este pequeno documentário sobre a TV Cruj é um vídeo de pouco mais de 6 minutos, mas demonstra uma preocupação bem maior na estética do produto.

O cenário continua o mesmo do primeiro vídeo, mas com alguns pequenos detalhes que demonstram mais caprichos estéticos. Castanhari apresenta o conteúdo com uma sequência lógica narrativa e não mais apenas falando o que vem a sua memória, é possível perceber que o conteúdo foi mais bem pesquisado, contudo, o estilo do vídeo continua sendo mais opinativo, com uso de diversos jargões em sua fala bem como palavreados diversos.

O trabalho de edição e *design* tem um aumento expressivo se comparado ao primeiro vídeo, pois agora além de uma edição mais dinâmica, todo o canal possui uma identidade visual importante baseada em quadrinhos e mangás, além de trazer outras diversas referências da cultura pop.

Este foi o vídeo mais bem trabalhado do canal com a intenção de realmente bombar, como cita o próprio Castanhari, “eu melhorei ainda mais a identidade visual, a abertura. Eu e o Fábio caprichamos no roteiro e fizemos um vídeo sobre a TV Cruj [...] Então se não funcionar, eu desisto!” (CASTANHARI, 2016, s.p.).

Para divulgar o vídeo, Felipe e Fábio utilizaram de uma técnica bem conhecida hoje em dia, criaram um perfil falso, porém em um provedor de e-mail e começaram a disparar para diversos *blogs* famosos da época na tentativa de que algum deles se interessassem pelo conteúdo, por ser 2012, o mundo vivia uma era fenômeno dos *blogs*, então a melhor vitrine para algum produto digital eram realmente estes sites.

Este vídeo então é considerado o ponto de virada do canal, pois após o investimento de tempo e esforços para a produção e divulgação do conteúdo, o canal obteve mais de 50 mil acessos e conseguiu atingir a marca de 10 mil inscritos. Hoje, em 2022, o vídeo possui cerca de 1,2 milhões de visualizações (figura 3).

**Figura 3** – Cenário e Identidade Visual do vídeo Nostalgia – TV Cruj de 2012



Fonte: <https://youtu.be/kYStJyNYUbc>. Acesso em: 30 Out. 2022.

Ainda no ano de 2012, no fim do ano, o primeiro vídeo do canal que atingiu 1 milhão de visualizações foi o intitulado “VIRAIS DA INTERNET” que possui a duração de cerca de 23 minutos, em que Castanhari apresenta os vídeos virais mais acessados da internet até aquele



momento, a apresentação do conteúdo é feita da mesma forma, porém com um amadurecimento da postura e segurança ao se direcionar para a câmera em relação ao vídeo anterior, a vinheta possui uma alteração sutil, e a edição e roteiro seguem os mesmos moldes do vídeo.

2014 foi o ano em que o Canal Nostalgia alcançou seus primeiros 1 milhão de inscritos, o que naquela época significava muita coisa, afinal, pouquíssimos canais do YouTube Brasil obtinham esse expressivo número de seguidores. Este mesmo ano foi repleto de acontecimentos para o canal, como foi o caso de um grave problema com direitos autorais or conta de imagens utilizadas do desenho “Os Simpsons” em um de seus vídeos, este acontecimento, inclusive, pode ter sido um dos maiores impulsionadores para o canal ter sido ainda mais reconhecido, visto que a comunidade de produtores de conteúdo presentes no YouTube o ajudaram a divulgar o mal-entendido com a Fox, detentora dos direitos do desenho.

Em 2014, a equipe do canal já não era mais composta apenas pelo Castanhari e pelo Fábio, já estava em operação uma equipe de editores de vídeo fixos, uma pessoa para agenciar a página do Facebook, além de algumas outras pessoas para fazer as gravações, roteiros, animações e até mesmo dublar os conteúdos. Neste ano há também a loja de camisetas do canal, uma outra forma de renda em parceria com uma loja on-line que já não existe mais.

No começo, gerar renda apenas com o canal foi difícil, mesmo após o vídeo sobre a TV Cruj ter marcado o ponto de virada para o projeto, Fábio e Castanhari passaram cerca de um ano ganhando apenas R\$ 300,00 (Trezentos reais) que com valores corrigidos para 2022 daria cerca de R\$ 710,00 (Setecentos e dez reais), sendo dividido entre os dois e entre os investimentos para o canal. Segundo Zuini e Lellis (2015), o canal fatura anúncios do YouTube, a publicidade paga dentro dos vídeos e venda de produtos. Este faturamento varia entre R\$ 40 mil e R\$ 70 mil reais mensais.

Há um salto na estrutura de roteiro e apresentação em relação aos anos anteriores, o trabalho de pesquisa é bem detalhado e minucioso, o Castanhari apresenta de maneira mais dinâmica, aparentando ter bastante afinidade com o tema e facilidade em conversar com a câmera. O estilo de edição, vinheta e identidade visual continua o mesmo de vídeos anteriores, porém com mais inserções documentais, o ambiente deste vídeo é diferente dos anteriores, aqui a apresentação é feita de costas para uma estante de livros, que serve como

o cenário do Castanhari. Neste mesmo ano, em um outro vídeo, o “MICHAEL JACKSON – Doc Nostalgia”, o canal estrearia seu primeiro estúdio e cenário decorativo totalmente temático do canal (figura 4).

**Figura 4** – Primeiro estúdio e Cenário do Canal Nostalgia fazendo sua estreia em 2015.



Fonte: [https://youtu.be/HPVv\\_oIPW9c](https://youtu.be/HPVv_oIPW9c). Acesso em: 31 Out. 2022.

Após cerca de 6 anos de origem do Canal Nostalgia e diversos contatos feitos, colaboradores conquistados, temas e séries exploradas, em 2017 inicia-se um dos projetos mais ambiciosos do canal até aquele momento, o programa Nostalgia Ciência. O quadro seria então uma série de vídeos que faziam parte de um programa 100% autoral, se antes os vídeos dependiam de conteúdos de terceiros para contextualizar o assunto, aqui o propósito era que todo o material pudesse ser confeccionado apenas e somente pela própria equipe do Canal Nostalgia, evitando assim problemas como foi com “Os Simpsons” em 2012 e diversos outros que aconteceram após.

2017 também foi o ano que marcou a chegada dos 10 milhões de inscritos no Canal Nostalgia e o desabafo do Castanhari sobre como o seu trabalho no YouTube é complicado por ele insistir em fazer algo que a plataforma não estava habituada, algo que o prejudica financeiramente e psicologicamente, por tentar igualar a sua produção a de plataformas que teoricamente pagam mais ou que tem mais visibilidade do que ele conseguiria no YouTube. No entanto, seu discurso é de não desistir e de não querer fazer o fácil ou o genérico (CASTANHARI, 2017).

Vale lembrar que há alguns anos antes, o canal optava por paralelamente ao programa Nostalgia, também produzir um conteúdo mais simples, que seria mais compartilhável e “fácil” para atrair novos olhares, entretanto sempre elaborado com a estratégia de fortalecer seus vídeos mais bem estruturados e reciclar o público.

Durante o ano de 2019 e 2020, o canal já havia diminuído drasticamente sua frequência de postagens por conta de um outro projeto que estaria em andamento, pois em Agosto de 2020 estreava a primeira e até o momento única série do Canal Nostalgia produzida diretamente para a Netflix, uma grande plataforma internacional de streaming de filmes e séries por assinatura. “Mundo Mistério”, assim intitulada, é uma das poucas produções brasileiras a ocupar o catálogo da Netflix.

Na série, Castanhari é um apresentador, assim como em seu canal, mas também um personagem que interage com um universo próprio. A série é composta por 8 episódios e pela primeira vez existia a participação de atores compondo o elenco. É uma produção de alto orçamento com gravações feitas em diversos locais do mundo, edição e inserções também autorais, participação de dubladores famosos e entrevistas de especialistas.

Se em 2011, ao iniciar o canal, Felipe Castanhari fazia tudo sozinho com uma câmera emprestada de uma amiga, em 2020 para a série da Netflix sua equipe contava com uma equipe gigante, digna de qualquer produtora de programas televisivos. Em 2022 o Canal Nostalgia se mantém firme e continua postando vídeos no YouTube sobre diversos assuntos, sempre com uma qualidade que busca superar a produção anterior já feita.

Em um de seus últimos vídeos o Castanhari mostrou o seu novo estúdio/cenário onde agora a câmera se move através de automações, existem duas câmeras filmando ao mesmo tempo em ângulos diferentes e o cenário agora é “vivo”, com objetos se movendo, luzes que criam ambientações e até mesmo fumaça. A equipe do Nostalgia cresceu e mudou em todos os sentidos, a apresentação do Castanhari amadureceu assim como o seu público que já não visita o canal apenas por nostalgia dos anos 90, o que inclusive já nem é mais a temática de seus vídeos há alguns anos.

O Canal Nostalgia já é renomado e demonstra credibilidade pois o próprio Felipe Castanhari já é reconhecido até mesmo por personalidades e outros veículos de mídia como a televisão, sendo essa a maior prova de como a democratização do conteúdo e o poder tecnológico comunicacional nas mãos das pessoas podem gerar um

grande impacto para a sociedade. O trabalho desenvolvido pelo Felipe Castanhari e sua equipe revelam um grande potencial educacional e informativo disponibilizado de maneira gratuita para a população.

Em 2022 o canal completa seus 11 anos de existência, é mais que uma década de histórias e produtos desenvolvidos. Durante todos esses anos, não só o programa Nostalgia fez parte da “grade” do canal como algumas outras séries e projetos relacionados também foram desenvolvidos, a maior parte deles com o Felipe Castanhari como apresentador, mas com uma diversidade muito grande de formatos e temáticas.

Ignorando algumas outras produções que aconteceram, mas que não seguiram para mais de 3 episódios, o Canal Nostalgia conta atualmente com um catálogo de 14 séries já produzidas e algumas ativas até hoje. Vale ressaltar que cada uma dessas produções necessita de equipes e desenvolvimentos completamente diferentes, mas todas as decisões finais são aprovadas pelo Felipe Castanhari.

A comparação aqui então é direta com um canal de televisão, a responsabilidade social de um canal surgido da internet, apenas da vontade de um produtor autônomo de dentro do seu quarto, com visão estratégica e uma entrega cada vez mais desenvolvida de seus conteúdos fez com que sua voz alcançasse milhões de pessoas e públicos diversos, acrescentando credibilidade e ainda mais relevância, fazendo assim o Canal Nostalgia e o Felipe Castanhari desenvolverem um papel social equivalente em certos aspectos ao de um veículo de mídia tradicional em tempos atuais ou anteriores.

### **3. Novas leituras da produção de conteúdo audiovisual: negócios, modelos e entretenimento**

O consumo de imagens ocorre cada vez mais rápido no mundo contemporâneo (COUTINHO, 2016), este fenômeno pode ser explicado por Bauman (2001) que defende o conceito de modernidade líquida, formada pelas relações do mundo pós-moderno, no qual nada é feito para durar. Sabendo disso, é possível entender que além de um fenômeno tecnológico, a chegada da internet e as relações de consumidor e conteúdo são também transformações sociais.

Hoje, temos uma profusão de novos gêneros e formatos híbridos, que abrangem diversas linguagens, que surgem a todo momento e que se misturam à tradicional

linguagem narrativa audiovisual, em constante mudança. (MOLETTA, 2019). Apresenta-se aqui, abordagens de criadores de conteúdo acerca da trajetória de mercado da produção de audiovisual:

Criei meu canal em 2013, pois assistia a muitos YouTubers principalmente de games. Então comecei a aprender sobre edição de vídeo para postar minhas gameplays. Postava esporadicamente só como um hobby, e ao longo fiz outros tipos de conteúdo que me agradavam, como tutoriais e vlogs. Assim fui aprendendo e melhorando minhas habilidades de edição e gravação (ENTREVISTADO 1).

As pessoas que criam conteúdo de forma autônoma para a internet ou que começaram assim, quase sempre citam um mesmo começo. Assim como o caso do Felipe Castanhari no Nostalgia, eles começaram a postar vídeos sobre suas paixões, hobbies ou se inspirando em alguém, essa é uma característica muito comum em criadores do YouTube de tempos mais antigos, como os que começaram há mais de 8 anos atrás, uma vez que comparado ao entendimento de internet hoje, naquele tempo não existiam grandes oportunidades ou perspectivas de viver com o dinheiro recebido do site como é atualmente.

Após a ascensão do YouTube, novos fenômenos relacionados ao audiovisual na internet foram sendo construídos aos poucos ao longo de anos. Antes da internet, as obras audiovisuais mais populares eram filmes de curtas, médias e longas-metragens, de gêneros bem definidos e variados programas de TV, novelas e seriados (MOLETTA, 2019).

Tantas mudanças também geraram impacto no mercado profissional, os entrevistados donos ou colaboradores de produtoras audiovisuais que atuam na internet reforçam a afirmação de que antes, uma pequena produtora independente possuía interesse apenas em produzir trabalhos que fossem para gigantes emissoras de televisão, hoje ela investe em conteúdo próprio e autoral para um canal da internet, podendo ter alcance de forma autônoma (MOLETTA, 2019).

Na leitura dos entrevistados:

No mercado de audiovisual, classifico meu nicho como criação de conteúdo e cinematografia de produtos. Já que lido bastante com produção de conteúdo sobre produtos (ENTREVISTADO 2).



Com toda certeza, pois hoje é a maneira mais rápida que encontramos de ter o feedback seja ela positivo ou negativo. Pois cada vez mais as pessoas estão conectadas (ENTREVISTADO 3).

Extremamente importante, principalmente pelo fato de que grande parte das produções audiovisuais são para o universo online (ENTREVISTADO 4).

Entende-se que a internet criou outras maneiras de consumir conteúdo, públicos mais exigentes e pressionou os profissionais a se reinventarem, criarem demandas e novas formas de se lidar com estas propostas, aos que não se reinventaram, o mercado deixou de escanteio. Hoje, a profissão de criador de conteúdo ou influenciador digital é uma realidade que há 10 anos era inimaginável, mesmo que se ouvisse falar vez ou outra, ainda era difícil de alcançar o respeito significativo. Atualmente o apoio de criadores de conteúdo com produtoras e agências de publicidade é similar ou até mesmo mais amigável e econômico que os grandes contratos com artistas e atores famosos no passado.

Acredito que essa democratização da produção de conteúdo, ajude as produtoras no sentido de tornar o mercado maior com mais pessoas vendo potencial na criação de conteúdo no digital. A demanda para vídeos mais bem produzidos sempre existirá, a tecnologia pode avançar mas a técnica necessária para fazer produções maiores são das produtoras, que devem garantir que possam entregar vídeos de alto nível que se destaquem da grande maioria dos conteúdos com uma pegada mais amadora que são produzidos (ENTREVISTADO 1).

A tecnologia veio para facilitar a criação de conteúdo e para democratizar a difusão de conteúdo. Novos criadores, novos tipos de conteúdo, novas formas de comunicar, tudo isso faz com que novas oportunidades sejam criadas e assim novos serviços (ENTREVISTADO 2).

É possível compreender que a parceria de criadores de conteúdo com as novas produtoras presentes no mercado online é bem-vinda e atrativa para ambos os lados e podem servir para profissionalizar ainda mais o que é apresentado para um público que acompanha determinado criador, como foi o caso do Felipe Castanhari, que com o passar dos anos expandiu sua equipe e deixou de ser apenas um rapaz com uma câmera dentro do seu quarto e avançou para um estúdio com apoio de equipe capacitada, transformando em um negócio bem estruturado e gerando renda com isso.

Ainda com a transformação iminente dos formatos de consumo e do audiovisual na internet, um novo fenômeno pode ser observado, a transformação ocasionada pelo formato

de vídeo curto característico do TikTok. Este novo formato dá ao criador autônomo ainda mais oportunidades para se destacar, ainda mais se comparado ao estilo clássico dos YouTubers dos anos 2010.

Um fator determinante para este processo foi o fenômeno da mobilidade. Antes, grande parte das pessoas consumiam produtos audiovisuais pontualmente, depois de uma jornada de trabalho, após um período escolar ou em finais de semana, essa rotina, então, muda quando os smartphones com acesso à internet aparecem no mercado. (MOLETTA, 2019).

A esse respeito, os entrevistados pontuam:

Com o surgimento do Tiktok, outras redes sociais foram forçadas a se adaptar a um novo tipo de conteúdo, os vídeos curtos. Que tem um grande potencial de reter a atenção do público e um alcance enorme. Produtores de conteúdo antigos tem que adaptar suas criações a essa nova maneira de consumir conteúdo. Acredito que os conteúdos mais tradicionais na internet possam perder um pouco a visibilidade, mas sempre haverá espaço para conteúdos mais longos e profundos (ENTREVISTADO 2).

O TikTok na minha opinião será passageiro. Outras plataformas como YouTube e Twitter vem de muitos anos e geram mais credibilidade (ENTREVISTADO 3).

Não acredito que estas mídias irão subjugar as demais assim como a internet não acabou com a TV e a TV não acabou com o rádio. Como já dito anteriormente, uma plataforma ajuda a outra, gera desejo. Também vejo a ciclicidade dos formatos, de forma que um formato que hoje é menor amanhã pode vir a ser maior (ENTREVISTADO 4).

Tudo que é novo gera especulações e inseguranças, as expectativas com a “tiktokzação” do mercado não são diferentes. Os entrevistados demonstram discordâncias e concordâncias em relação a este assunto, mas é possível entender que o sentimento é de positividade, pois os formatos e mídias são cíclicos e mesmo que pareça algo terrível, há maneiras de se adaptar e continuar seguindo nesse grande e misterioso universo de produção de conteúdo, seja ele em qualquer mídia. Sobre este futuro, benéfico ou não, ainda descobriremos mais à frente.

## **5. Considerações finais**

Após analisar a trajetória e produções do Canal Nostalgia através dos anos é possível compreender a força e a liberdade que a evolução comunicacional e tecnológica proporcionou às pessoas. Um canal e um criador de conteúdo que se dedica e entende o seu hobby como trabalho pode buscar evoluir e alcançar grandes números, assim transformando o seu projeto em um verdadeiro provedor de conteúdo, com séries diversas e assuntos que se reinventam.

Com esta pesquisa foi possível compreender que uma parte essencial da profissionalização da criação de conteúdo na internet é contar com o apoio de mais pessoas em seu projeto, no mínimo mais uma pessoa que possa atuar como sócio, parceiro comercial ou editor, alguém para dividir as funções.

Consequentemente à expansão e a proposta do canal de conteúdo, considerar uma equipe qualificada e buscar apoio de produtoras também é benéfico para ambos os lados e os entrevistados em questão, tanto criadores autônomos como donos ou sócios de produtoras de conteúdo entendem essa demanda como positiva.

Entendemos que a internet criou e há de criar novas maneiras de consumir conteúdo e públicos cada vez mais diversos; mesmo que se dividam as opiniões, o ponto de concordância é que os formatos estarão por aí e sempre passarão por uma reinvenção, mas não por uma extinção completa onde um vai subjugar o outro.

Um ponto importante a se lembrar é que com grandes poderes precisam vir grandes responsabilidades, pois um canal de comunicação e entretenimento que chegue ao nível do Canal Nostalgia precisa sempre agir com bastante cautela para cumprir seu propósito com a sociedade, sempre com transparência e informações pautadas em comprovações claras, pois sem esta responsabilidade, um canal pode ser grande transmissor de *fake news*, sendo este um outro lado sombrio da liberdade que a internet proporciona.

## **Referências**

BAUMAN, Z. *Modernidade Líquida*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

BÓRIO, P. C. M. *Prosumer: o novo protagonista da comunicação*. João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, 2014, 109f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Programa de Pós-Graduação em Comunicação, João Pessoa, 2014.

CANALTECH. *Tudo sobre o YouTube – História e Notícias*. CanalTech, 2022. Disponível: <https://canaltech.com.br/empresa/youtube/>. Acesso em: 30 out. 2022.

CASTANHARI, F. M. *A verdadeira e vergonhosa história do Canal Nostalgia*. Canal Nostalgia, 2016. Disponível: <https://youtu.be/i8LICcu5o0Y>. Acesso em: 30 out. 2022.

CASTANHARI, F. M. *A vergonha alheia do meu primeiro vídeo - Canal Nostalgia*. Canal Nostalgia, 2021. Disponível: <https://youtu.be/V1RF1kUG61U>. Acesso em: 30 out. 2022.

CASTANHARI, F. M. *Especial 10 milhões - desabafo sobre o YouTube*. Canal Nostalgia, 2017. Disponível: <https://youtu.be/bu0D3IXUi4M>. Acesso em: 30 de Outubro. 2022.

COUTINHO, L. M. *Audiovisuais: arte, técnica e linguagem*. Cuiabá: Universidade Federal de Mato Grosso, 2016.

MOLETTA, A. *Você na tela: Criação audiovisual para a internet*. São Paulo: Summus, 2019.

ZUINI, P.; LELLIS, G. *Jovem mostra que é possível ganhar dinheiro com vídeos na internet*. Revista PEGN, 2015. Disponível: <https://revistapegn.globo.com/Banco-de-ideias/Mundo-digital/noticia/2015/04/jovemmostra-que-e-possivel-ganhar-dinheiro-com-videos-na-internet>. Acesso em: 31 out. 2022.

Recebido em 10 de agosto de 2022.

Aprovado em 22 de maio de 2023.