



# HISTÓRIA DOS CRIADORES DO YOUTUBE: Como Porta dos Fundos roubou a cena e se tornou o canal com mais inscritos do Brasil

PUBLICADO  
*Novembro 2014*

## OS OBJETIVOS

- Produzir conteúdo independente e livre de censuras
- Tornar-se referência em humor no Brasil
- Transformar uma iniciativa amadora em um negócio rentável

## A ESTRATÉGIA

- Formato e conteúdo feitos para a web
- Vídeos interessantes do começo ao fim
- Divulgação inicial do canal através de sites e blogs
- Cronograma de publicações consistente
- Humor como negócio sério

## OS RESULTADOS

- Média de 60 milhões de visualizações por mês
- Mais de 9 milhões de inscritos
- 125 milhões de minutos assistidos, em média, a cada mês

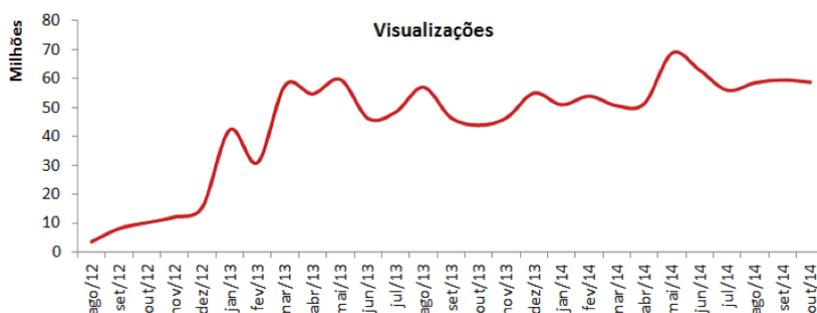
O canal Porta dos Fundos já é muito conhecido entre os internautas brasileiros – é o maior em número de inscritos e, em julho, atingiu a impressionante marca de 1 bilhão de visualizações. O que começou de maneira amadora e despreziosa entre um grupo de amigos que já exploravam o universo do humor na web tornou-se, em pouco tempo, sucesso absoluto de audiência no YouTube.

Veja abaixo quais foram as estratégias que levaram o canal Porta dos Fundos a roubar a cena e ganhar destaque dentro e fora da plataforma:

## #1: Formato e conteúdo feitos para a web

Em apenas oito meses de existência, o canal Porta dos Fundos chegou ao patamar atual de 60 milhões de visualizações mensais. Boa parte do sucesso veio através do formato e do conteúdo adotados nos vídeos do canal: pílulas de humor eschachado, provocativo e politicamente incorreto que logo de cara chamaram a atenção dos internautas.

*Número de visualizações por mês - evolução ao longo do tempo*



Publicado em jan/2013  
16,5 milhões de views



Publicado em jan/2013  
14,7 milhões de views



Publicado em mar/2013  
15,1 milhões de views



Publicado em mar/2014  
14,4 milhões de views

## #2: Vídeos interessantes do começo ao fim

Todos os vídeos regulares do Porta dos Fundos seguem o mesmo padrão: são curtos – duram em média 2:11 minutos – e prendem a atenção da audiência até o fim. A fórmula, muito bem desenvolvida pelo grupo carioca, já é conhecida do público, que espera ansiosamente pelos

momentos finais dos vídeos, quando há sempre uma esquete adicional que complementa a história principal com um toque extra de humor. O resultado disso é uma retenção média de 70% nos vídeos no canal, taxa considerada bastante alta dentro da plataforma. Alguns vídeos, como [Tô Indo](#), [Mímica](#) e [Banheiro Feminino](#), têm taxa de retenção média acima dos 85%.

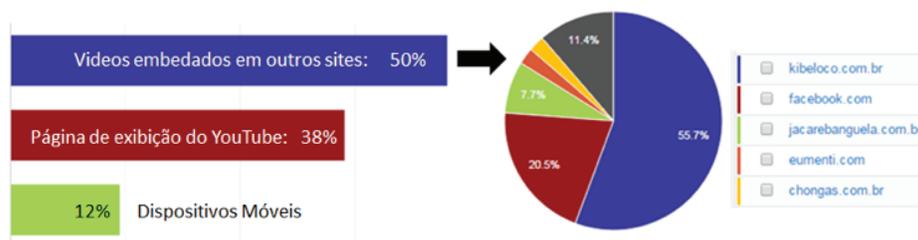
Essa última cena, além de servir como tática para deixar o público engajado até o final, serve também como end-card do canal, em que anotações são colocadas para levar, com sucesso, a audiência para outros vídeos e incentivar a inscrição:



*Nesse exemplo, a taxa de cliques é de 22% nas anotações que levam para outros vídeos do canal*

### #3: Divulgação dos primeiros episódios através de sites e blogs

Para divulgar o seu primeiro episódio, o canal Porta dos Fundos recorreu não só a redes sociais, mas também usou a influência que alguns de seus sócios já tinham. Antonio Tabet, fundador do site de humor Kibe Loco e conhecido pelo mesmo nome, usou a força desse canal para divulgar o primeiro vídeo do grupo. Além disso, o grupo aproveitou para apresentar o trabalho em outros sites de humor, que também incorporaram o vídeo inicial para promover a série. Assim, na primeira semana, mais pessoas descobriram e assistiram a esse conteúdo fora do YouTube do que na página de exibição dos vídeos, fazendo com que o Porta dos Fundos chegasse até sua audiência sem ter que esperar a audiência descobrir o novo canal.

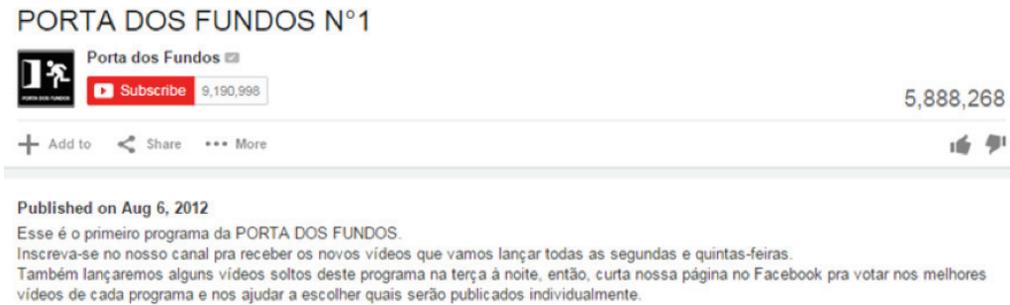


Além dessa estratégia, o grupo também contou com uma boa divulgação através da imprensa, que publicou várias matérias sobre essa nova iniciativa do humor brasileiro – que lançou na web, e não na televisão, seu novo programa.

## #4: Consistência do cronograma de publicações

Desde o seu princípio, o canal Porta dos Fundos já estava preparado para publicar mais de um vídeo por semana. Na descrição do primeiro vídeo publicado no canal – o Porta dos Fundos N°1 – já há uma chamada clara pedindo a inscrição do público e divulgando o cronograma que o canal seguiria dali em diante:

**PORTA DOS FUNDOS N°1**

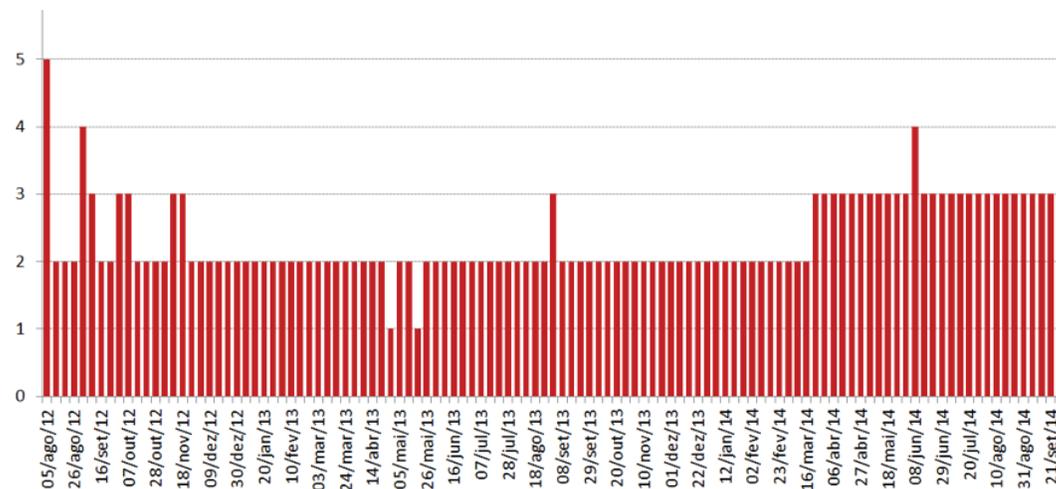


Published on Aug 6, 2012

Esse é o primeiro programa da PORTA DOS FUNDOS.  
Inscreva-se no nosso canal pra receber os novos vídeos que vamos lançar todas as segundas e quintas-feiras.  
Também lançaremos alguns vídeos soltos deste programa na terça à noite, então, curta nossa página no Facebook pra votar nos melhores vídeos de cada programa e nos ajudar a escolher quais serão publicados individualmente.

A regularidade na publicação é um elemento crucial para que as pessoas saibam quando voltar ao canal para assistir a mais vídeos, e isso funcionou muito bem nesse caso. Não foi à toa que, a partir de abril de 2014, o Porta dos Fundos aumentou sua frequência de vídeos semanais, passando a divulgar novos episódios também aos sábados, como é possível observar no gráfico abaixo.

*Número de vídeos publicados a cada semana – evolução ao longo do tempo*



Assim que esse novo cronograma de publicação foi implementado, a arte do canal mudou para avisar os usuários, dando destaque para o novo dia de upload:



Arte do canal usada para divulgar o novo dia de upload

## #5: Humor como negócio sério

À medida que começou a se tornar conhecido, o canal Porta dos Fundos passou a diversificar suas atividades para aproveitar o momento e se tornar ainda maior. Uma das primeiras oportunidades que surgiram foi trabalhar com anunciantes, que não demoraram para enxergar o potencial da audiência do canal. Marcas como Spoletto, Ambev, Dorflex, Visa e Fiat se aproveitaram do canal para falar de seus produtos de forma divertida.



Além disso, o grupo lançou outras duas séries complementares para oferecer ainda mais conteúdo a seus fãs: Fundos da Porta, para mostrar erros de gravação e bastidores dos vídeos, e Portaria, em que a equipe do Porta dos Fundos lê comentários dos fãs e conta novidades do programa.

### Fundos da Porta

Conheça os bastidores do Porta dos Fundos



### Portaria

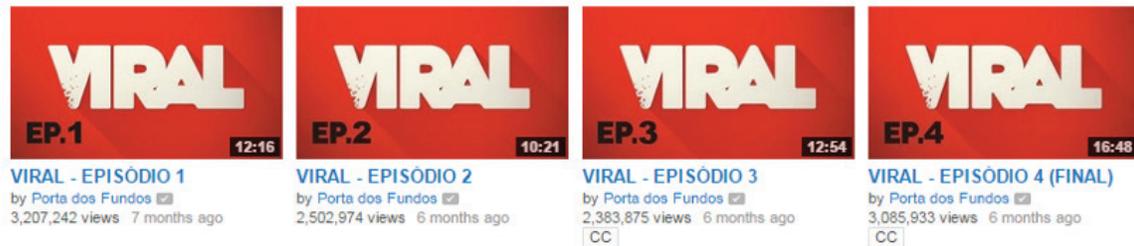
O elenco e a equipe do Porta dos Fundos lendo comentários e contando todas as novidades da semana. Todo domingo.



Outra inovação veio em abril de 2014, com o lançamento da série “Viral”, que soma mais de 10 milhões de visualizações. Com episódios contínuos e mais longos – em média 15 minutos cada – o Porta dos Fundos explorou o tema do preconceito que existe em torno do vírus HIV.

## VIRAL

Uma série original do Porta dos Fundos.



Fora da plataforma, todos os atores souberam explorar seu potencial em inúmeras campanhas publicitárias e programas de humor. Além disso, o grupo lançou um *e-commerce* em que vende camisetas e outros produtos da marca Porta dos Fundos, licenciou os vídeos de maior sucesso para um canal de televisão paga e está em fase de produção de um longa metragem.

Para dar conta de tantos projetos, o grupo amador virou uma empresa séria. Atraiu a atenção de investidores, como, por exemplo, o apresentador Luciano Huck, e contratou Juliana Algañaraz, ex-diretora de operações de canais de televisão como Fox e Discovery, para administrar e profissionalizar os negócios.

## Conclusão

O canal Porta dos Fundos viu no YouTube a chance de criar conteúdo humorístico original. Apesar de começar de maneira amadora, desde o início o grupo se preocupou em lançar vídeos de alta qualidade, que seguem um formato conhecido e aprovado pela audiência e que são publicados com regularidade no canal.

Além de ter adotado uma boa estratégia de lançamento dos seus primeiros episódios – contando com divulgação através de matérias e em sites e blogs de humor –, o grupo também soube aproveitar oportunidades para alavancar o canal e tornar o que começou como brincadeira em negócio sério.

Ao combinar conteúdo de qualidade feito exclusivamente para a web com boas estratégias de divulgação e otimização do canal, o Porta dos Fundos conseguiu potencializar sua presença no YouTube e conquistar seu espaço dentro e fora da internet.