

Revista

O GLOBO • ANO 3 • Nº 137 • 11 DE MARÇO DE 2007



As dez maiores celebridades da internet no Brasil

Elas não dão autógrafos na rua, mas na internet
são campeãs de audiência: saiba quem são as
dez maiores celebridades da web no Brasil



Fama e anônimo

Por Marcelo Balbio

no dia em que ele estava em casa, em Uberlândia, e recebeu um caudaloso documento, comunicando que o deputado Paulo Maluf encaminhara ao Tribunal Regional Eleitoral de São Paulo um pedido de direito de resposta no site Charges.com.br. Estávamos no ano 2000, e a página, há poucos meses no ar. O cartunista levou um susto. Logo em seguida, deu pulos de alegria. Naquele momento, a ficha caiu: ele percebeu que as charges, feitas no computador de casa, depois do expediente, estavam, de fato, ganhando alcance nacional. Nascia mais uma estrela brasileira na internet. Maurício abandonou o cargo de executivo (e a carreira de 12 anos) no "Correio de Uberlândia", passou a viver dos rendimentos do site (com cerca de 150 mil visitantes por dia) e há dois anos tem contrato com a Rede Globo para criar as charges exibidas no programa "Esporte espetacular".

É tortuoso feito hipertexto o caminho que leva uma pessoa comum a virar uma celebridade na internet. Maurício Ricardo ganhou fama exibindo seus trabalhos. Nem sempre é assim. Na lista das dez maiores celebridades da internet no Brasil, montada pela Revista O GLOBO, os perfis são heterogêneos, mas com um traço em comum: antes de se envolverem com a internet, todos levavam a vida no mais perfeito anonimato. Ainda hoje, não são parados nas ruas para dar autógrafos ou posar para fotos, mas suas caixas de e-mail estão sempre lotadas.

Se a internet é mesmo um mundo à parte (ainda que cada vez mais embaralhada com a vida real), é natural que dê origem a uma constelação própria. Onde mais, se não no mundo virtual, uma lista de celebridades brasileiras sem nomes de jogadores de futebol, figuras televisivas e políticos poderia ser levada a sério (partindo do princípio de que listas, ainda mais de celebridades, devem ser levadas a sério)?

Na internet, não há um instituto de pesquisa capaz de medir com exatidão o nível de popularidade de alguém. Diferentes sistemas de medição de sites, blogs e fotologs — uns avaliam um site pela quantidade de acessos; outros, pelo número de links associados, para citar dois exemplos — só ajudam a tornar ainda mais subjetivos e questionáveis os critérios. Uma coisa é certa: humor costuma render popularidade na rede. Além do cartunista de Uberlândia, o publicitário Antonio "Kibe Loco" Tabet e o economista e marqueteiro Wagner "Cocadaboa" Martins estão na nossa lista de celebridades da web. Ambos conquistaram a internet na base da piada. No caso de Antonio Tabet, o sucesso também rendeu um emprego na Rede Globo. Admirado pelo apresentador Luciano Huck, agora está na equipe de roteiristas do "Caldeirão do Huck".

apresentador. — Foi uma grande aquisição como amigo e parceiro.

Marina W, a jornalista carioca que conquistou uma legião de fãs com seu blog delicado, e MariMoon, a fotologueira mais famosa do Brasil, seguiram em outra direção. Mesmo sob pseudônimos, não tiveram receio de se expor, em textos e fotos para lá de confessionais. Foi sucesso imediato. Por motivos distintos, a garota de programa que atendia por Bruna Surfistinha é outra que ficou célebre ao dar a cara a tapa (não pensem besteira) na internet.

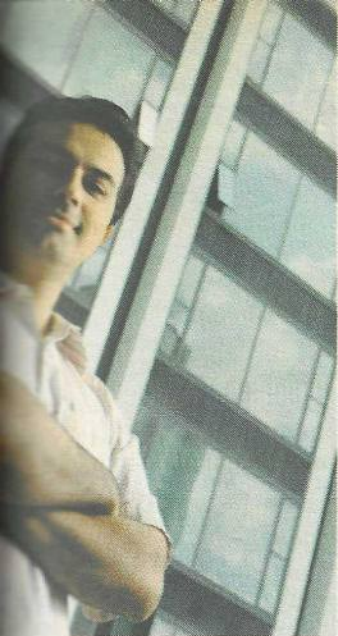
Boas idéias também encontram na rede um terreno fértil. Duas estrelas em ascensão na lista de celebridades da internet são João Godoy, criador de uma webnovela, e Ariel Alexandre, o criador do Videolog, que detesta ser chamado de "dono do YouTube brasileiro". O primeiro descobriu que, até com uma rudimentar webcam, poderia produzir um seriado e veiculá-lo na internet. O segundo criou justamente o sistema que permite esse tipo de exibição coletiva. O paulista João começa a ficar popular na cidade de Caçapava, interior de São Paulo, mas ainda não ganhou dinheiro com a experiência. O carioca Ariel já vive da receita do Videolog e vai muito bem, obrigado.

— Ariel é antenado e fala a mesma língua da molecada — conta Alexandre Amorim, diretor artístico das rádios Mix e Paradiso FM. — Quando o conheci, chamei para trabalhar na rádio. Caiu como uma luva na programação. Hoje, está responsável pela apresentação do Eletro-Mix, aos sábados, na Mix. Vou aproveitar que ele ainda pode ser locutor, já que pode virar o Ariel Gates.

Edney Souza é outro que ficou famoso depois de ter uma grande sacada: um blog, hoje recheado de anúncios, que ensina macetes de tecnologia numa linguagem para neófitos. Prova de que na internet nem tudo é diversão volátil. Numa linha, digamos, mais séria da rede, quem desponta é o jovem advogado Ronaldo Lemos, uma das maiores referências no país em assuntos relacionados à propriedade intelectual no meio digital. Em um dos concorridos eventos que organiza para debater o assunto, conheceu o antropólogo Hermano Vianna, hoje amigo e parceiro em diversos projetos.

— Ele já é uma das maiores autoridades mundiais nos estudos sobre a relação entre direito e internet — diz Hermano. — Seu campo de conhecimentos é vasto e impressionante, vai dos desenhos animados japoneses às tendências da filosofia alemã. Não faço nada sem ouvi-lo. Viramos sócios. Assinamos juntos artigos, a curadoria do TIM Festival e a coordenação do site Overmundo.

Então, vamos conhecer um pouco mais sobre esses astros? ●



Camilla Maia

★ Antonio Tabet

<<http://kibeloco.blogspot.com/>>

O publicitário criou o site Kibe Loco há quatro anos, quando trabalhava no departamento de marketing de um banco de investimentos. O trabalho era chato, às 6h já estava de terno e gravata, e o humor foi a válvula de escape. O sucesso de piadas, fotomontagens, charges e vídeos que não perdoam ninguém foi imediato. Um vídeo em que o apresentador William Bonner

imita Clodovil, exibido no site entre 2003 e 2004, teve três milhões e meio de acessos. Hoje, o site recebe uma média de cem mil visitantes por dia. Graças ao talento revelado na internet, Antonio Tabet foi convidado para integrar a equipe de autores e roteiristas do "Caldeirão do Huck", da Rede Globo. Também ganhou um quadro no programa, mas aparece sempre disfarçado.

— Sou uma celebridade desconhecida — diz o carioca, que recebe 300 e-mails por dia ("A maioria é de elogios") e reluta em contar detalhes de sua vida pessoal. — Não ganho dinheiro com o site, mas também não gasto muito com ele, por enquanto meu ganha-pão é o emprego na TV. Mas o site vai ficar hospedado no portal da Globo.com e vou abrir para anunciantes.

★ Edney Souza

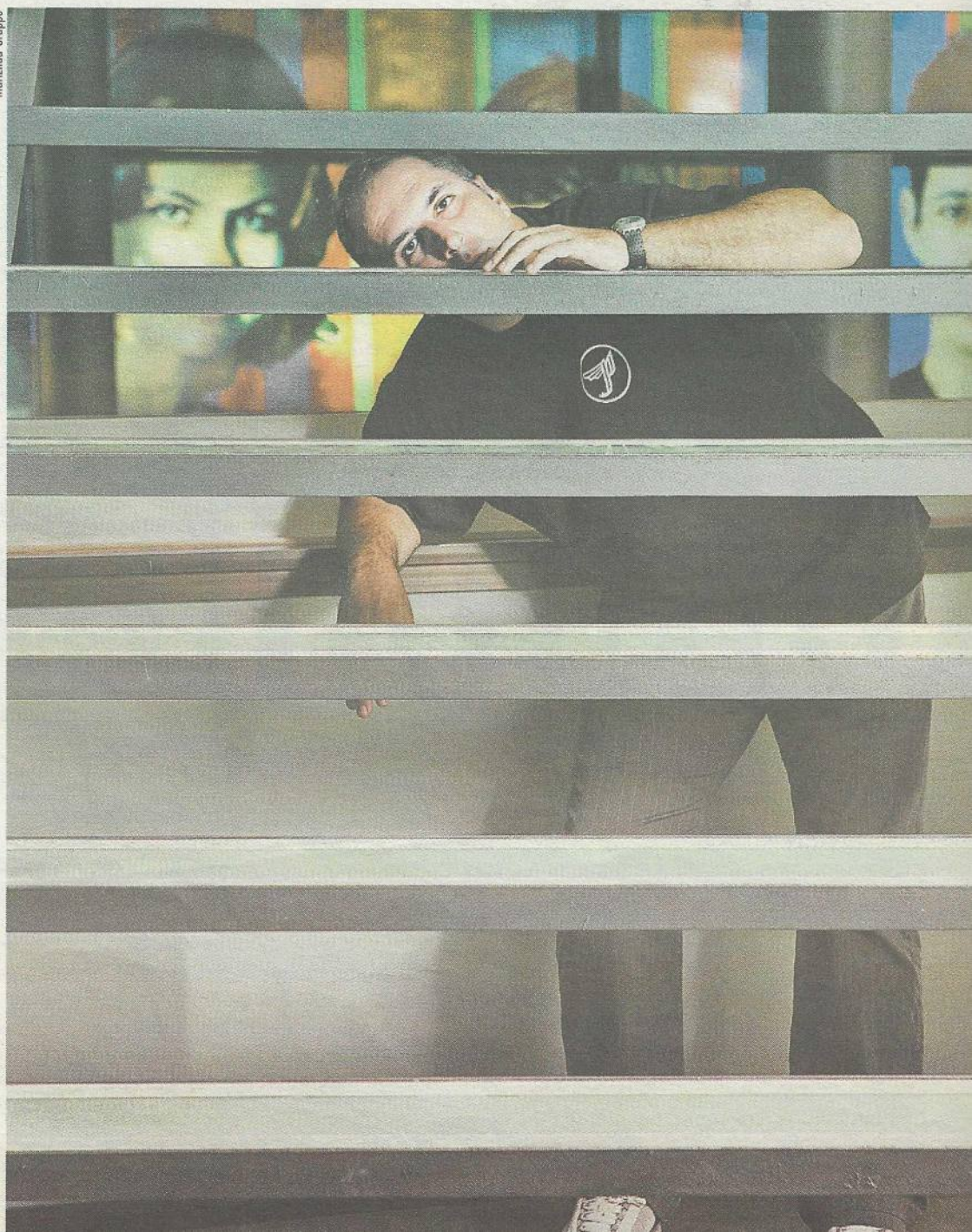
<www.interney.net>

Em agosto de 2005, o paulistano Edney Souza deixou o cargo de gerente de sistemas numa empresa de call-center para se dedicar exclusivamente ao site Interney. Formado em processamento de dados, com pós-graduação em tecnologia aplicada a negócios, ele soube tirar proveito da popularidade na web: encheu o site de anúncios e fatura uma média de R\$ 20 mil mensais com a receita publicitária. O site começou como um despretenso espaço para expor seu currículo, meia dúzia de poesias e, atendendo ao pedido de amigos, dicas de informática.

Foi justamente tirando dúvidas de internautas que ele se destacou. Sempre visto como "o amigo que entende de computador", não demorou a encontrar o tom, transformando em linguagem simples o que aos olhos dos leigos parecia intransponível. Perto de sites como o Kibe Loco, o Interney não poderia ser mais bem-graça, mas nem por isso deixou de ser referência na internet, com visita diária de 112 mil pessoas.

— A moeda de troca na rede é a informação. Não tenho problema em dividir. Divido tudo, menos o sistema que criei de anúncios

Marizilda Cruppe





MariMoon

<www.fotolog.com/marimoon>

A mocinha de cabelos coloridos é a fotologueira mais conhecida do Brasil. Desde que começou a publicar suas fotos, em março de 2003, seu diário visual sempre esteve no topo do ranking dos mais visitados do Fotolog e, atualmente, recebe cerca de 110 mil acessos por semana. A cada nova foto, são pelo menos 200 comentários de internautas. Paulistana, 24 anos, estudante de moda e um estilo inconfundível, Mariana de Souza Alves Lima se inspirou numa personagem de quadrinhos japoneses para criar o apelido, porque acha o próprio nome “muito ordinário”.

— A personagem é como eu, chora por tudo, romântica, desengoçada, meio bo-

ba alegre e um pouco estressada — auto-define-se.

É como MariMoon que, desde o início do ano, Mariana estrela uma campanha publicitária da Melissa, com direito a fotos imensas em revistas e a links no website da empresa. A grande aparição como “embaixadora” da marca, ao lado de mais três blogueiras, foi na São Paulo Fashion Week, mês passado. Ela passa boa parte do tempo na internet, atualizando suas páginas pessoais (além do fotolog, tem blog e perfil no orkut), conversando com amigos (“Quase não uso telefone, não é prático”) e administrando uma loja virtual que vende modelitos criados por ela própria.

por trás da ex-prostituta Bruna Surfistinha, acaba de chegar de 18 dias na Europa. Foi a primeira vez que desembarcou em cidades como Lisboa, Paris e Milão. Não estava a passeio. Foi divulgar o best-seller “O doce veneno do escorpião”, com mais de 200 mil exemplares vendidos no Brasil e tradução para dez idiomas.

Durante o período fora do país, os fãs do blog “O diário de Bruna Surfistinha” — são cerca de 25 mil visitas por dia — estiveram junto com a moça. Quase que diariamente, ela atualizava com impressões da viagem o blog que a tornou tão famosa. Os relatos picantes, as fotos ousadas, tudo isso é passado. Há dois anos num relacionamento sério, Bruna diz que ainda não tirou o blog do ar “por respeito aos leitores”.

— Quando deixei de ser prostituta, o número de visitas caiu. Mas depois aumentou de novo — diz.

Ela sabe que ainda não é possível abandonar a Bruna Surfistinha para viver apenas de Raquel Pacheco. Este ano, “O doce veneno...” ganhará versão para o cinema. A própria Raquel faz planos de estreitar como atriz, no teatro. Quer ainda se formar em psicologia e não lançar mais livros com o pseudônimo:

— O livro “O que aprendi com Bruna Surfistinha” é o último. O próximo será como doutora Raquel Pacheco.

Bruna Surfistinha

<www.brunasurfistinha.com>



Divulgação



Divulgação

Ariel Alexandre

<<http://videolog.uol.com.br/>>

Aos 24 anos, Ariel Alexandre comanda uma equipe de 13 pessoas, encarregadas de manter no ar o Videolog, principal site de troca de vídeos do país. O rapaz, que passou a infância brincando de DJ e locutor numa rádio comunitária ao lado de casa, em Pedra de Guaratiba, Zona Oeste do Rio, começou a se interessar por vídeo em 2004, criando programas em que aparecia como apresentador. Foi a partir desses vídeos — e da vontade de exibí-los aos amigos — que teve a idéia de criar o site, hoje com 180 mil usuários cadastrados e 500 mil visitantes por dia. Já havia trabalhado em rádios como Transamérica e Jovem Pan, e

ainda hoje pode ser ouvido em programas da Mix FM nos fins de semana. Mas nunca foi tão popular, nem ganhou tanto. Somente uma coisa o aborrece: as comparações com o americano e popularíssimo YouTube.

— Criamos o site nove meses antes deles. Se fosse nos EUA, estaria milionário.

Depois de passar pelos portais de companhias telefônicas, o site hoje tem parceria com o UOL.

— Recebemos um valor mensal para mantê-lo hospedado lá, além de participação na verba publicitária, mas não posso revelar valores — diz, bem ao estilo das celebridades do mundo real.

Marizilda Cruppe



Maurício Ricardo

<www.charges.com.br>

O sucesso de Maurício Ricardo começou no início do ano 2000, quando criou a primeira animação para o site Charges.com.br. Tinha 36 anos e uma carreira de 12 no “Correio de Uberlândia”, onde entrou como repórter e saiu como executivo. Cinco meses depois de criada a página, um portal já lhe pagava o equivalente ao salário do jornal para hospedar suas charges (e capitalizar a audiência). Em dezembro do mesmo ano, foi convidado para levar o estilo que cativou fãs na internet ao “Domingão do Faustão”. Não demorou a largar de vez o emprego e começar a viver do site.

Desde 2004, suas charges são exibidas no “Big Brother Brasil” e, há dois anos, tem contrato fixo com a Rede Globo. Envia tudo pela internet, de Uberlândia. Recebe entre 300 e 500 e-mails por dia e o site, hoje no UOL, tem uma média diária de 150 mil visitantes. Em Uberlândia, é reconhecido e parado nas ruas por pessoas que puxam papo sobre futebol e paredões.

— Apareci na TV e em jornais, mas o ego está no mesmo lugar. Só que agora faço terapia e meditação para lidar com a tensão. Não enriqueci, vivo com dignidade — brinca ele.

Marizilda Cruppe



Marina W

<www.blowg.pixelzine.com>

Foi a compulsão de escrever que levou Marina W — Mariana Adriana Rezende, para os íntimos — a criar o Blowg, em abril de 2001. As confissões de uma mulher madura, carioca, formada em jornalismo pela PUC e mãe de um casal (ele, 24 anos; ela, 24) logo conquistaram uma legião de fãs. O pseudônimo ajudou a gerar curiosidade — e mitos — sobre a autora, admirada por tratar de temas como transtorno bipolar e cinema com a mesma delicadeza. A popularidade de relatos que não escondiam a vontade de se curar da depressão misturados a comentários sobre filmes prediletos, renderam-lhe convites para publicar dois livros, “O caderno de cinema de Marina W” e “Não sou um só: o diário de uma bipolar”.

Ela caminha incógnita pelas ruas da Gávea, onde mora, no Leblon, quando vai almoçar no Celeiro depois da análise, mas na internet é uma das personalidades mais populares e enigmáticas. O segredo do sucesso? Textos saborosos, entremeados por penduricalhos multimídia, como fotos e vídeos. O blog — “u diariozinho”, ela diz — é lido em profile até nos números, com 3.500 acessos/dia.

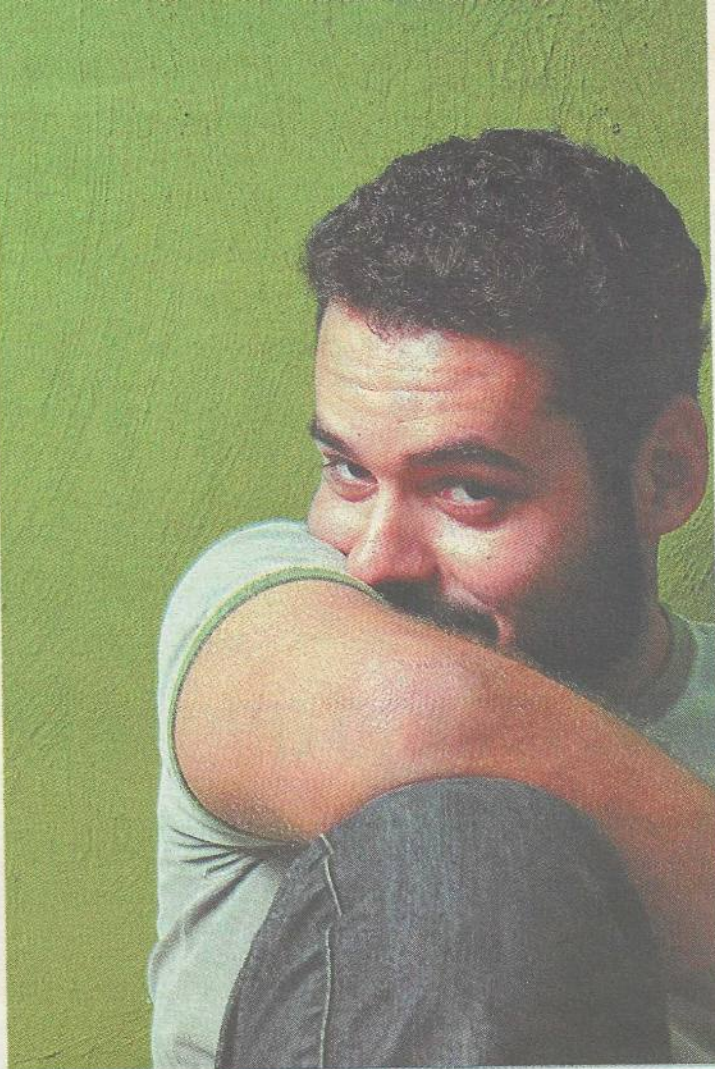
— Não tenho muito acesso

O advogado, dono de um currículo que parece não caber em seus 31 anos, mudou-se para o Rio no final de 2002, depois um ano e meio em Harvard. Mineiro de Araguari, veio participar da criação da faculdade de direito da FGV. Nos Estados Unidos, aprofundou pesquisas nas áreas de direito autoral e internet. Três meses após a chegada ao Brasil, organizou um evento que trouxe autoridades para refletir sobre direito autoral e tecnologia. O ministro Gilberto Gil estava lá, assim como Hermano Vianna, hoje amigo e parceiro em projetos como o site Overmundo, em que o conteúdo é 100% gerado pelos internautas.

Ronaldo é uma das maiores autoridades do país em propriedade intelectual e acesso à informação. E um dos responsáveis por inserir o Brasil no debate internacional sobre o assunto, tão palpitante nestes tempos de tecnologia digital quanto o aquecimento global. Representante do Creative Commons no Brasil, e foi eleito presidente do iCommons em dezembro passado.

Uma faceta menos conhecida do rapaz, que anda de bicicleta na Lagoa e frequenta a Casa da Matriz e as festas de rua, é a de pesquisador musical. Há dois anos, faz curadoria para o TIM Festival.

Arquivo



★ Wagner Martins

<www.cocadaboa.com>

O repórter pergunta a Wagner “Cocadaboa” Martins (codinome Mr. Manson) quantos acessos tem o site e ouve na lata:

— Você é macaco velho e ainda cai nessa? Não sabe que as pessoas aumentam em até cinco vezes o número de visitação? Acho possível que alguns sites de humor tenham mesmo cem mil visitantes por dia, mas falar para cem mil não quer dizer que você seja influente na rede.

Wagner tem experiência no assunto. Aos 28 anos, virou celebridade na internet depois que inventou o site Cocadaboa, explorando um tipo de humor controverso. Criar boatos e pregar peças em jornalistas virou uma es-

pecialidade (ele já inventou, por exemplo, uma entrevista com um traficante), a ponto de ter sido contratado por uma empresa paulistana de marketing viral. Há um ano e sete meses, deixou a Ilha do Governador, no Rio, para morar na Vila Olímpia, em São Paulo. Hoje, participa do planejamento e da criação de campanhas de marketing, não apenas no mundo online. O Cocadaboa, criado em dezembro de 2000, quando Wagner ainda era estudante da faculdade de economia da UFRJ, tem cerca de 15 mil acessos diários, mas já chegou a ter picos de 150 mil visitas num dia.

— O site está num ritmo lento — reconhece.

O estudante de publicidade João Godoy, de 23 anos, é o expoente de uma geração que vê a internet como uma televisão. Começou a produzir programas com a webcam, bancando o apresentador de TV. Logo depois de criado, em novembro de 2004, o “Programa do Jaum” virou um dos mais populares do Videolog. O rapaz de Caçapava, interior de São Paulo, falava sobre TV, livros, CDs e, numa involuntária mas genial sacada de marketing, lia os comentários que os internautas deixavam. Um dos quadros do programa, “Livro da amizade”, sobre decepções amorosas, fez tanto sucesso que virou um seriado com episódios semanais — no jargão internauta, uma webnovela.

Para levar ao ar a idéia, conseguiu cooptar amigos do colégio para atuarem como atores. O seriado está na segunda temporada, e desta vez teve a participação de jovens atores de verdade.

— Na terceira temporada, vai ter até teste de elenco — diz. — Não imaginava que teria tanta repercussão. Já me perguntam se sou “o cara do Videolog”.

Enquanto não fatura com a experiência, trabalha como assistente num estúdio de fotografia e acalenta sonhos de virar apresentador de TV.

Divulgação

