Como o Youtube transformou sua vida
André Julião e Hélio Gomes

Criado há apenas cinco anos, o site de vídeos reinventou nossa relação com as câmeras, revelou celebridades instantâneas e revolucionou padrões de comportamento

"Ninguém te diz o que é certo ou errado você faz o que quer. E aí, com uma ideia na cabeça e uma câmera na mão, qualquer um tem a possibilidade de criar algo que as pessoas possam assistir e dizer se é bom ou ruim." Com o mesmo jeito simples e direto que cativa os espectadores do "CQC", programa da rede Bandeirantes do qual é um dos protagonistas, o humorista Rafinha Bastos define a alma e a substância do YouTube, site de compartilhamento de vídeos responsável por uma mudança irreversível no comportamento de bilhões de pessoas. Rafinha está certíssimo: estamos diante de um terreno onde há espaço para todo tipo de criação audiovisual – do registro de uma reunião familiar de final de semana à nova campanha mundial de um gigante como a Nike, isso sem falar de discussões políticas e dos flagrantes jornalísticos que todo cidadão armado com um celular com câmera é capaz de captar.

SHOW DO BILHÃO
Hurley e Chen (foto acima) venderam o YouTube ao Google por US$ 1,65 bilhão

Criado há 5 anos por três jovens geeks do Vale do Silício, região que concentra as maiores empresas de tecnologia do mundo, o YouTube é um fenômeno superlativo. Seus números impressionam. Segundo o Google, que adquiriu o site por US$ 1,65 bilhão em outubro de 2006, 24 horas de vídeos são postadas por seus usuários cadastrados a cada minuto. Atualmente, ele contabiliza cerca de um bilhão de uploads por dia. E já possui versões locais em 22 países, inclusive o Brasil, onde está desde junho de 2007. "O site é gigantesco e é praticamente impossível lidar com as diferentes culturas que ele agrega", diz Mia Quagliarello, diretora de marketing de produtos para comunidades do YouTube. "Sempre estou em contato com os nossos usuários. Valorizamos muito a interação social que ele proporciona", completa.

Não há dúvidas de que a grande sacada por trás do sucesso do site foi ter alçado o usuário ao papel de estrela. Mais uma vez, a necessidade foi a mãe da invenção. Segundo a versão mais aceita sobre a sua criação – uma briga entre seus fundadores lançou uma nuvem de fumaça sobre a história – a ideia surgiu quando três amigos, Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim, então funcionários do site de comércio eletrônico PayPal, resolveram bolar uma plataforma na qual a publicação de vídeos fosse rápida e sem complicação. Frustrados depois de tentar postar alguns vídeos gravados em uma festa na casa de Chen, eles colocaram a mão na massa

e chegaram ao formato básico da ferramenta. Em 23 de abril de 2005, o clip de 19 segundos "Eu no Zoo", que mostrava Karim em frente aos elefantes do zoológico de San Diego, na Califórnia, inaugurou a revolução. E o mundo nunca mais foi o mesmo.

NO VERMELHO

O site de vídeos não dá lucro. E isso parece não incomodar Larry Page e Sergei Brin, do Google

Entre as alterações de comportamento mais significativas geradas pelo YouTube, destaca-se a derrubada dos muros da privacidade. Hoje, indivíduos cada vez mais filmados e expostos em uma rede de informação digital que guarda seus dados e segredos usam o vídeo como querem para o bem e para o mal. Quem se sentir lesado pode retirar imagens indesejáveis do ar com o auxílio da justiça. "Hoje, um clip pode ser deletado 24 horas depois da decisão judicial", diz o advogado Ricardo Opice Blum, especialista em direito eletrônico e professor da PUC-SP. Além disso, os próprios usuários podem alertar os moderadores do site ao toparem com conteúdo ofensivo.

A utilização deste artigo é

BREVE HISTÓRIA DE SUCESSO

Em cinco anos, o YouTube transformou-se em um dos maiores fenômenos da comunicação de todos os tempos

14 de fevereiro de 2005

Chad Hurley, Steve Chen e Jawed Karim começam a trabalhar em um site para postagem de vídeos. Eles registram o domínio youtube.com no dia seguinte

23 de abril de 2005

"Me at the Zoo" ("Eu no Zoo", em português), de 19 segundos, é o primeiro vídeo a ser postado no YouTube, com Karim, um dos seus fundadores, em frente aos elefantes no zoológico de San Diego

21 de outubro de 2005

A Nike é a primeira grande companhia a abraçar o potencial promocional do YouTube. Um vídeo do craque Ronaldinho Gaúcho sambando entre firulas com a bola de futebol virou um hit

19 de setembro de 2006

A apresentadora Daniella Cicarelli processa o YouTube por exibir cenas quentes dela e do então namorado, Tato Malzoni, em uma praia na Espanha (à direita). O site chegou a ser bloqueado no Brasil, mas a Justiça voltou atrás nessa decisão. O vídeo, no entanto, foi retirado do ar

Mas a verdade é que a câmera não assusta como antes, sobretudo as gerações nascidas após o advento da internet. Alguns se apaixonam pelas lentes e se tornam celebridades instantâneas graças à sua criatividade. É o caso do quase guru de auto-ajuda Judson Laipply, criador do vídeo "Evolution of Dance" ("Evolução da Dança"). Postada no dia 5 de abril de 2006, a coletânea de ritmos e coreografias transformou-se no primeiro vídeo viral da História. Trocando em miúdos, a categoria abrange os clips que se disseminam pela internet como vírus: alguém assiste e repassa aos amigos imediatamente. Afinal, quem não tem 30 segundos para enforcar no meio de mais um dia de trabalho?

A utilização deste artigo é exclus

VAI PRO TRONO?

Para Edney Souza, publicitário especialista em internet, o YouTube é um "grande show de calouros"

"Estamos diante de um grande show de calouros", diz Edney Souza, um dos sócios da Pólvora!, agência de comunicação especializada em mídias sociais, blogueiro estrelado e referência da internet no Brasil. Sua tese é comprovada pela fauna divertidíssima que se espalha pelos labirintos do site. Há de tudo, do brilhante ao bizarro. Os cineastas Esmir Filho, Rafael Gomes e Mariana Bastos, criadores do curta "Tapa na Pantera", usaram a plataforma para mostrar seu talento. Seu pequeno documentário-mentira sobre uma contumaz usuária de maconha de meia idade protagonizado por Maria Alice Vergueiro – virou hit a jato e inaugurou carreiras de sucesso. Aos 27 anos, Esmir Filho já dirigiu seu primeiro longa, "Os Famosos e os Duendes da Morte". "Você joga as coisas no YouTube para o mundo e vê o que vai acontecer. A internet mudou o conceito de espectador: ela é uma pílula que tomamos sozinhos e dividimos com os amigos. Cinema é outra coisa", diz o diretor.

Quanto ao bizarro e ao humor involuntário, bem, o cardápio é variado. E o Brasil é terreno fértil. Programas policialescos como o do repórter Givanildo Siqueira, entrevistados acometidos por crises inexplicáveis de gagueira o clássico "sanduíche-íche-íche...", dublagens cômicas sobre cenas de filmes dramáticos como "A Queda", que relata os últimos dias de Adolf Hitler" e vídeos caseiros com flagrantes divertidos, à la videocassetadas, são encontrados aos montes. E há também os artistas populares que usam uma ferramenta barata e acessível a um público colossal. É o caso de Stefhany Absoluta. Aos 16 anos, a cantora estourou com o clipe de "Eu Sou Stefhany", no qual declara seu amor por um Volkswagen Crossfox. "O YouTube é tudo mesmo. O site é muito importante para mim, muitas pessoas me conheceram por causa dele", diz a estrela (conheça outros fenômenos de popularidade nos quadros "Os dez mais").

PRIMEIRO NA WEB

Antes do "CQC", Rafi nha Bastos já era hit no site com seu show de stand up. "O YouTube salvou a minha vida", diz

Um dos aspectos mais curiosos sobre o terceiro site mais acessado do mundo atrás apenas do motor de buscas Google e da rede social Facebook é o fato de que ele ainda não deu lucro. Uma das pedras fundamentais da chamada web 2.0, era da internet marcada pelo conteúdo criado pelos usuários, o YouTube nasceu sob o lema "primeiro conquiste seu público, a fortuna virá depois". Neste ponto, Larry Page e Sergei Brin, criadores do Google e donos da plataforma desde 2006, bancaram a solidez do negócio com sua fortuna. Afinal, o valor estimado atual do seu império bate na casa dos US$ 150 bilhões.

Apesar de já conquistar uma fatia considerável das verbas dos anunciantes convencionais, que logo descobriram o potencial dos vídeos virais para divulgar suas marcas o espectador vê a propaganda porque quer assistir aos shows de Ronaldinho Gaúcho e Lionel Messi, por exemplo , o site gasta mais do que arrecada porque precisa comprar banda, algo como as pistas da estrada digital por onde a informação trafega na web, e disponibilizá-la gratuitamente aos usuários. Segundo estimativas de analistas de mercado, é bem provável que o YouTube feche 2010 no azul, graças a estratégias mais agressivas de comercialização. "O próximo passo é fazer com que os nossos usuários comuns faturem com seus canais, assim como acontece com os blogs", diz Mia Quagliarello, direto da sede do site em San Bruno, na Califórnia. "Dessa forma, todos saem ganhando", completa.

Não há dúvidas de que as lições ensinadas pelo YouTube causaram impacto profundo na indústria da mídia. Antes avessos à exibição de filmes e programas como seriados, há tempos os estúdios de cinema e de tevê associaram-se ao site – e faturam alto com isso. Já a publicidade também passou a flertar com a possibilidade de expandir o universo de suas campanhas e transformar a plataforma em uma mídia como os jornais e as revistas. "É uma revolução na comunicação, que ocorre em uma velocidade violenta. Estamos nos adaptando", afirma Sérgio Amado, presidente do grupo Ogilvy no Brasil. Criada por sua agência, a campanha "Dove Evolution" faturou dois prêmios no Festival Internacional de Cannes em 2007, um deles na categoria Cyber Lion, dedicada à web. "Lançamos primeiro na internet", explica o publicitário.

DEZ VÍDEOS QUE FIZERAM HISTÓRIA...

1 - SUSAN BOYLE

Um programa britânico revela uma nova estrela; mas é o YouTube que a torna conhecida

2 - "THRILLER" NA PRISÃO

Presidiários dançarinos transformaram o número em atração turística nas Filipinas depois do vídeo

3 - NUMA NUMA

Gary Brolsma dubla música romena em frente da webcam e entra para a história do site

4 - EVOLUÇÃO DA DANÇA

ção desta obra é exclusiva para fins educacionais

50 anos de história da dança em seis minutos; precursor da fórmula que renderia outros hits

5 - OK GO E AS ESTEIRAS

O clipe de “Here it goes Again” revelou a banda Ok Go, que acumula fãs graças a seu humor

6 - DEPOIS DO DENTISTA

Um garoto, ainda grogue por conta da anestesia, conversa com seu pai e diverte milhões

7 - BEBÊ DANÇA BEYONCÉ

Em frente à tevê, apenas de fraldas, o bebê é uma prova de que a espontaneidade existe

8 - GAROTO STAR WARS

é exclusiva para fins educacionais

O humor involuntário de um dos primeiros sucessos do YouTube virou referência pop

9 - GATO TECLADISTA

Outra fórmula: animais fofos fazendo coisas inusitadas. Mesmo que armadas, como no caso

10 - OLHAR DRAMÁTICO

Um roedor se vira para a câmera com olhos que revelam o talento de um candidato ao Oscar

Um dos efeitos colaterais mais interessantes causados pela explosão do YouTube é a demanda por tecnologia mais barata e fácil de usar. Celulares logo foram convertidos em pequenas centrais de mídia, com as quais é possível captar, editar e publicar vídeos de forma simples e intuitiva. Melhor: a competição é feroz e o preço só faz cair. O mesmo acontece com as câmeras digitais. Hoje, qualquer um gasta 10% do valor que era pago há 5 anos para entrar na brincadeira e transformar-se em videomaker isso sem falar nas webcams, já integradas a computadores, laptops e netbooks.

Mas o que filmar quando se está com a câmera nas mãos? Enquanto alguns escancaram suas vidas privadas, outros apontam a lente para o mundo. Considerado o marco inicial do chamado jornalismo cidadão, o ataque terrorista a Londres em 7 de julho de 2005, no qual 52 vítimas perderam suas vidas, foi amplamente documentado por pessoas comuns e exibido na internet. A partir daí, praticamente todos os eventos marcantes de nossa história recente foram registrados da mesma forma basta lembrar das tristes e recentes imagens das enchentes que assolaram o Rio de Janeiro para confirmar tal afirmação.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais

CINE INTERNET

Os diretores do curta "Tapa na Pantera" turbinaram suas carreiras graças à exposição e ao sucesso no site

Esse tsunami jornalístico gerou consequências interessantes nos antigos donos da informação, forçando os grandes a ficarem ainda melhores. Redes de televisão americanas, como ABC e NBC, passaram a disponibilizar seu conteúdo na web e a exibir cada vez mais imagens captadas por seus espectadores. A CNN associou-se ao YouTube e agora exibe debates políticos na tevê e online. No Brasil, a Globo.com criou o Globo Media Center, área dedicada ao vídeo. Estratégia semelhante foi adotada pelo UOL, que abriu espaço em seus servidores para que os usuários subam seu próprio conteúdo. Já o Terra, portal que abriga o site de ISTOÉ, aposta na qualidade de produções profissionais e só publica material jornalístico enviado pelos internautas um dos seus destaques – depois de checar as informações e filtrá-las. "O Terra TV é diferente do YouTube. As coisas são bem distintas, mas convivem naturalmente", diz Antônio Prada, diretor de conteúdo para a América Latina.

A classe política também foi rapidamente seduzida. Nas últimas eleições presidenciais americanas, 7 dos 16 concorrentes anunciaram suas candidaturas pelo site. No Brasil, em pleno ano de pleito, a movimentação dos partidos já começou. Por onde anda, a candidata Marina Silva (PV) carrega um cinegrafista consigo. "O YouTube é muito bom para pontuar alguma frase ou proposta importante do candidato", diz Fabiano Carnevale, secretário de comunicação do PV. Já o PSDB informa que a campanha de José Serra, presença fácil no Twitter, utilizará os meios digitais intensamente durante a disputa. Por sua vez, o PT passou a divulgar entrevistas de seus políticos e programas eleitorais veiculados na tevê no site de vídeos. Mas vale ressaltar que apenas o embate ideológico está autorizado pela legislação eleitoral pedir votos, só a partir de 6 de julho, e em canais exclusivos de cada partido.

“O YouTube é uma revolução em alta velocidade”
Sérgio Amado, publicitário

Muito provavelmente, Rafinha Bastos e seus colegas do “CQC” usarão esses vídeos protagonizados por nossos políticos para fazer piada durante a corrida presidencial que se anuncia. Ou alguém duvida que as chances de captarmos flagrantes potencialmente tão cômicos quanto o de George W. Bush limpando as mãos em Bill Clinton após cumprimentar um popular no Haiti sejam enormes? Câmeras para flagrá-los não faltarão. E espaço no YouTube, também não.

...E DEZ SUCESSOS 100% BRASILEIROS

1 - TAPA NA PANTERA
Um dos primeiros hits nacionais, ressuscitou uma expressão da era bicho-grilo

2 - AS ÁRVORES SOMOS NOZES
Um fiel é instruído a falar “O jardineiro é Jesus e as árvores somos nós”. Divirta-se

3 - DEVOLVE MEU CHIP

O vídeo, feito da janela com uma câmera de baixa qualidade, rendeu mais de 500 mil acessos

4 - JEREMIAS MUITO LOUCO

A entrevista com o preso embriagado transformou o repórter Givanildo Silveira em estrela

5 - SANDUÍCHE-ÍCHE

A nutricionista que não se entendeu com o fone de ouvido foi até candidata a deputada

6 - DANÇA DO QUADRADO

O clipe que manda cada um cuidar da sua própria vida já teve 15 milhões de acessos

é exclusiva para fins educacionais

7 - CONFISSÕES DE UM EMO

Guilherme Zaiden participou da novela “Caminho das Índias” depois de seu monólogo

8 - STEFHANY ABSOLUTA

A piauiense apareceu em vários programas de tevê e gravou um disco recentemente

9 - “ATÓRO” UM PERIGO

Um vídeo de 17 segundos revelou um humorista e pôs um novo bordão na boca dos jovens

10 - “VAI TOMAR NO C*”

O clipe da música, que repete a célebre frase ad nauseum, foi visto mais de 1,5 milhão de vezes

Este artigo é exclusivo para fins educacionais

Colaborou Hugo Marques

Fonte: Istoé, 14 abr. 2010. Disponível em: <http://www.istoe.com.br>. Acesso em: 14 abr. 2010.

A utilização deste artigo é exclusiva para fins educacionais