

▼ na net

# bombou no YouTube



**N**a era das celebridades da internet é curioso tentar descobrir por que alguns vídeos se destacam entre os mais vistos no YouTube (são 2 bilhões de acessos por dia!). Há algum segredo para que ultrapasse as barreiras do site e viaje a web fazendo sucesso? Para Chad Hurley, co-fundador do YouTube, a mis-

são não é fácil. É preciso ter identidade própria, talento, tirar proveito dos melhores, saber usar as ferramentas, ser verdadeiro, usar arquivos menores e mais curtos e fazer o cadastro com palavras-chave. Confira alguns e tire suas conclusões ou tente fazer o mesmo.

Por  
Marcela Munhoz

## EDUARDO E MÔNICA

Em sete dias, **6.319.831** pessoas suspiraram com o vídeo da música *Eduardo e Mônica*, da banda Legião Urbana. A ideia foi de uma empresa de celulares que teve uma sacada genial: resgatar o sentimento de um amor diferente e perfeito – embora aparentemente inviável –, que fez história na música brasileira. O lan-

çamento foi bem perto do Dia dos Namorados. Além disso, ao mesmo tempo que fez as pessoas recordarem, seguiu a tendência e inseriu elementos modernos na trama. iPads e celulares entraram na história. Coincidência? Não. Foi uma forma de divulgar, e muito bem, os novos produtos da empresa.



## A BANDA MAIS BONITA DA CIDADE

Gravar em uma tomada só (sem cortes nem edição) parece ser uma das causas para o sucesso de *Oração*, música do grupo curitibano A Banda Mais Bonita da Cidade. O verso grudento e repetitivo ainda contribuiu para as **5.596.753** visualizações. Depois de aparecer na internet, a

banda foi contratada para fazer shows. Outro vídeo de uma tomada só, mas muito mais elaborado do que o brasileiro, é o *This Too Shall Pass* da banda norte-americana Ok Go. Os caras conseguiram montar uma engenhoca incrível. Só vindo para saber. São **27.694.865** acessos.



## REBECCA BLACK – FRIDAY

Nem em sonho Rebecca Black poderia imaginar que **166.639.960** pessoas assistiriam a um vídeo seu, apesar de ter pago a uma produtora para produzi-lo. O fato é que o clipe da música *Friday* levou a menina para o topo do mundo. Embora a canção tenha sido considerada a pior

de todos os tempos, ela virou celebridade. É o exemplo de que na web só se destaca quem chama atenção de algum jeito, bom ou ruim. Agora a menina pode ser vista no novo clipe da Katy Perry, *Last Friday Night*, que em pouco mais de uma semana já foi visto por **3.505.224**.



## MATARAM A FORMIGUINHA – QUE DÓ

A inocência de gêmeos brasileiros rendeu **10.675.907** acessos. Fica-se emocionado com a sensibilidade de um deles que começa a chorar, diz que o outro ‘matou a formiguinha dele’, e caem lágrimas sem parar. O menino não se conforma com a morte do bichinho e fica

repetindo ‘que dó, que dó...’. O outro só olha o que está acontecendo com cara de preocupado. A verdade é que dá vontade de apertar as bochechas dos dois. Conquistou os internautas porque é muito fofo! Por causa da mesma fofura, vídeos de bichos também fazem sucesso.



## NÃO HÁ FÓRMULAS, SÓ DICAS

Ter criatividade e saber executar o que está na cabeça também são fundamentais. Alex Molletta, professor da Escola Livre de Cinema e Vídeo, de Santo André, diz que é difícil um vídeo bombar sem ter, ao menos, roteiro. “É preciso saber o que fazer, onde gravar, quem vai participar.” Claro, desde que não seja espontâneo, como a risada do bebê ou a gracinha do bicho.

Não importa muito se vai filmar com celular, máquina fotográfica ou câmera profissional, desde que saiba mexer com os editores de vídeo. O mais usado, MovieMaker, já vem com os novos Windows. “Há tutoriais que ensinam. Não têm erro.”

Outras coisas que contam são observar o que é tendência e tentar criar algo inédito. Os tipos que fazem a gente imaginar ‘Como não pensei nisso antes?’ são os que mais chamam a atenção. Fazer com que as pessoas se identifiquem, deem risada e/ou sensibilizem também servem de termômetro para o sucesso do vídeo, embora o professor acredite que não há fórmulas. “É sorte, mas não custa divulgar o máximo possível.”

Antes de gravar, porém, é preciso entender bem e respeitar as regras. Não dá para divulgar imagens de pessoas que não autorizam, copiar informações sem dar crédito nem usar músicas que não tenham direitos autorais liberados. “No site [www.creativecommons.org.br](http://www.creativecommons.org.br) há canções que podem ser utilizadas”, ensina Alex.