

A Exposição do Jovem na Internet: Um estudo sobre o caso Felipe Neto

Byanka da Silva Arruda, Mizuko Koga Teixeira,
Nayra Bezerra Bastos, Paulo Victor Abreu e Yúuk Vieira*
UNAMA

Índice

Introdução	1
1 Quem é Felipe Neto?	2
2 Fenômeno?	3
3 A “Exibicionet”	6
4 A imagem de Felipe Neto no Orkut	7
5 Outros Olimpianos	9
Conclusão	10
Referências Bibliográficas	11

Resumo

Com o surgimento de variadas mídias sociais e a possibilidade de publicar vídeos na internet, muitos jovens se aventuram em uma exagerada exposição com objetivos individuais variando entre o puro exibicionismo e o retorno financeiro. Através da análise de um caso recente, o do vlogueiro Felipe Neto, este artigo pretende estabelecer relações entre o exibicionismo com a indústria cultural, o ciberespaço e a psicologia a fim de entender o que o jovem é capaz de fazer para conseguir reconhecimento, fama e notoriedade

*Estudantes do 4º período de Jornalismo da Universidade da Amazônia - UNAMA.

tendo consequências como a ridicularização e os processos judiciais contra ele. Para uma análise completa, as pesquisas foram feitas nos sites mais utilizados pelos jovens como o Twitter, o Orkut, o Youtube e o Formspring. Os riscos na internet se revelaram diretamente proporcionais ao teor de cada tipo de exposição. Se o ato exposto pelo jovem na rede mundial de computadores for para um objetivo em grupo, como entreter, levar informação ou contribuir para uma diferente percepção sobre o mundo, o jovem acaba ganhando a fama e a notoriedade que merece. Caso contrário acaba caindo no esquecimento.

Palavras chave: ciberespaço, indústria cultural, exibicionismo, exposição, internet.

Introdução

A internet enquanto meio de comunicação mais ágil e prático existente, oferece ao usuário inúmeras vantagens, sobretudo no que diz respeito ao processo de produção da informação. Em relação aos meios tradicionais, como a TV e o rádio, a internet dá ao

público o que esses meios de comunicação de massa não conseguiram: participação efetiva na produção, onde todos podem ser produtores e emissores de informação, e não apenas consumidores e receptores passivos.

Em contraponto, a internet tem também diversas desvantagens, haja vista que proporciona um amplo campo de divulgação e disseminação de conteúdo sem controle, originando desta forma várias situações indesejáveis, como o surgimento de hackers, pornografia, dificuldade de fiscalizar os direitos autorais e intensa exposição. É desta última abordagem em especial que o artigo vai tratar.

Partindo de um dos casos mais conhecidos da rede de informação, o trabalho disserta sobre o perigo que correm os jovens ao exporem muito de suas vidas na internet, especialmente nas redes sociais. Felipe Neto era até pouco tempo um garoto anônimo, igual a tantos, antes de adquirir notoriedade através dos vídeos e de suas críticas ferrenhas aos ídolos *teen*.

A partir deste caso de exposição na internet, foi proposta uma análise que contemple a abordagem acerca do risco que a rede é para todos os jovens que almejam sucesso, fama e reconhecimento a todo custo.

O objetivo é compreender o que leva alguém a apostar tudo em busca da notoriedade, mesmo que para isso seja preciso falar mal das celebridades, ou necessite ousar demasiado, mostrar o corpo, e ainda, pague o preço de ser ridicularizado.

Nesse sentido, o artigo utilizou como base três referenciais teóricos para explicar esses fenômenos: a psicologia e a concepção que a indústria cultural tem desses produtos midiáticos e a relação entre exposição e ciberespaço, esta última com mais ênfase.

O trabalho é dividido em seis etapas do conhecimento: a história do Felipe Neto, desde o anonimato até hoje, análises das redes sociais onde as informações do objeto de estudo circulam – Orkut, Twitter, Youtube –, dissertação acerca da exposição em geral – o que é; como acontece e por que – e outros exemplos. Em cada processo foi feita uma observação prévia e argumentação a partir destes dados, tomando sempre como referencial as três linhas teóricas já mencionadas.

É preciso aprofundar o conhecimento a respeito dos novos meios de comunicação e seus efeitos sobre o público. É trabalho, portanto, do conhecimento acadêmico discutir esses temas e propor caminhos. Para o estudante de comunicação social é primordial esta análise, haja vista que os meios são suas principais ferramentas de trabalho.

1 Quem é Felipe Neto?

Em 2007 o ator carioca Felipe Neto de 22 anos mantém um blog na internet chamado Controle Remoto, onde escrevia usando humor, sátiras e reflexões. Ele havia criado o site para se desvencilhar um pouco do seu avatar “Cap_Sparrow”, um dos administradores do portal de séries IsFree.tv¹. Mesmo assim, ele ainda era apenas mais um na blogosfera, chegando a fracassar comercialmente e a voltar a morar com os pais. Até que usou uma conta no canal de vídeos Youtube. Postou uma gravação que foi quase

¹ Bastante popular entre os fãs de séries americanas, o IsFree.tv recebia visitantes até de Portugal. Mas seu domínio foi roubado por um internauta, o que levou Felipe Neto a criar outro portal: IsFreePop.

um teste: poucos segundos de uma risada sua². Gostou e aos poucos foi fazendo cada vez mais publicações.

De óculos escuros e cabelos para cima, ele aparecia no próprio quarto, na frente de uma parede cheia de pôsteres do ator Johnny Depp e de adesivos escrito “Cuidado: homem na cozinha”. O “programa”, intitulado de “Não Faz Sentido”, seguia a mesma linha do diário virtual: críticas sobre qualquer assunto. Mas principalmente ídolos e manias do universo *teen* e das sub-celebridades como os ex-BBB’s. Foi assim que Felipe Neto cresceu.

Ao falar mal da saga Crepúsculo, o carioca foi assistido por seis milhões de internautas. Seu vídeo sobre o cantor Fiuk e sobre a ex-BBB Francine receberam comentários até mesmo dos próprios. Fãs revoltados, admiradores, celebridades, jornalistas e vlogueiros passaram a querer saber quem era aquele rapaz que falava tudo o que vinha à cabeça quando estava diante de uma câmera.

Em menos de oito meses, Felipe Neto já foi assistido por mais de 23 milhões de pessoas e é seguido por 866.828 pessoas no microblog Twitter. Ganhou fã-clube, programa de TV no canal pago Multishow, assessor de imprensa, linha de canecas e camisetas com bordões próprios como “Você tem probleminha?”, além de dezenas de entrevistas em todos os lugares. Alguns jovens³ mais exaltados também gravaram vídeos respondendo

² O vídeo se chama “RIARIARIARIAIR” e está disponível no link: www.youtube.com/watch?v=j1ZhSWuiFJs.

³ A santa-catarinense de 13 anos Lorena Schonbaschler Sorrer é fã de Fiuk, Crepúsculo e Justin Bieber. Revoltada com uns dos vídeos do “Não Faz Sentido”, ela gravou um parecido, de dentro do seu quarto e na frente dos seus pôsteres. Em pouco mais de cinco minutos, ela esbraveja contra o *videomaker*,

às provocações de Felipe no “Não Faz Sentido”, sendo tão perseguidos pelos internautas quanto o próprio ator.

2 Fenômeno?

Felipe Neto não foi o primeiro a gravar suas opiniões em vídeos. O cineasta Glauber Rocha, nos idos dos anos 60, já filmava sob o lema “com uma câmera na mão e uma idéia na cabeça”. Jovens dos Estados Unidos também ficaram famosos aparecendo em diários filmados, como Shane Dawson, que gravou seu primeiro vídeo com colegas de escola. E vlogueiros como PC Siqueira comentam fatos do cotidiano no “Mas Poxa Vida”.

Então o que explica o sucesso do jovem ator? Para começar, um dos seus trunfos está no seu nome. Como ele não tinha idéia da repercussão que seu “programa” causaria, não se preocupou em atribuir um apelido ao personagem que aparece de óculos escuros ali na tela. O seu alter-ego, o que tem coragem de usar palavrões para sair criticando a tudo e a todos, atende pelo mesmo nome que a pessoa por trás do roteiro: Felipe Neto. A sensação provocada nos espectadores é a de que o vlogueiro “põe a cara para bater” na internet. Dessa forma, os seus vídeos ganham credibilidade. Como afirma Faustino (2010):

Uma das coisas que mais admiramos no **Felipe Neto** é a sua capacidade de ser verdadeiro e pragmático. E é precisamente por ser tão pragmático e crítico acerca

em atitude que lhe gerou gozações entre vários internautas.

de alguns dos problemas da sociedade brasileira que **Felipe Neto** é hoje um caso raro de sucesso espontâneo. Do que conseguimos aperceber-nos de alguns dos comentários dos seus assinantes e fãs, muitos deles gostam do Felipe precisamente por este ter a capacidade de dizer ao mundo aquilo que todos os outros gostariam de conseguir fazer e não o fazem por uma razão ou por outra. Esta frontalidade traz a **Felipe Neto** uma das coisas mais importantes da Internet: credibilidade, confiança e paixão. (FAUSTINO, 2010, grifo do autor).

Os vídeos publicados por Felipe Neto em seu canal no Youtube apresentam a opinião crítica do ator sobre diversos assuntos que, para ele, não fazem o menor sentido. Esses assuntos incluem novos hábitos adolescentes, filmes, comportamento, políticos, tietagem, famosos, política e até ele mesmo.

As críticas só têm validade se a pessoa possui um poder de discernimento ou um reconhecimento público que faça valer sua opinião sobre algo. Felipe conquistou esse reconhecimento pela forma dramática e engraçada com que faz suas críticas, sem temer a reação dos seus respectivos alvos e os processos judiciais que poderiam vir junto à sua manifestação de liberdade de expressão.

Pela análise do público de seus vídeos – hoje está com mais de 23 milhões de visitas em seu canal – e das premiações que já recebeu, Felipe Neto conseguiu a fama que precisava para incentivar novas críticas em novos vídeos, sem deixar de lado suas ironias bem colocadas, suas expressões cari-

catas e seu humor considerado negro por alguns. Assunto é o que não vai faltar, pois sempre surge algo novo pronto a ser criticado pelo vlogueiro, porém, certas características devem ser levadas em conta.

A crítica de Felipe Neto é feita através de ofensas que tem como fundamento único o seu modo de pensar. Uma simples ação despretensiosa (o ato de pegar uma câmera e gravar um vídeo para o Youtube) se tornou um desabafo pessoal com o objetivo de promover a opinião do mesmo em detrimento da opinião do resto das pessoas. A audiência se deve pelo fato de algumas pessoas serem contra o que ele defende e terem, ao assistir o vídeo, discernimento para defender opiniões contrárias, ou até de pessoas que vêm suas opiniões próprias representadas nas críticas de Felipe.

Segundo o Jornalista Bruno Ferrari (2010), colunista da sessão “Bombou” do site da revista *Época*:

A ânsia de Felipe Neto é tamanha que ele chega a fazer uma autocritica pesada sem perceber. “Ter uma penca de fã babaca é essencial para ganhar qualquer tipo de votação”, disse Felipe Neto no vídeo sobre o Fiukar. No mesmo vídeo, ele pede na barra inferior do Youtube, para que as pessoas votem nele como personalidade da internet, no VMB, da MTV. Além disso, Felipe Neto, que vive exclusivamente de criticar o alheio, se mostra estranhamente avesso a qualquer típico de crítica. Para isso, rotula como “trolls” qualquer pessoa que fale contra seus vídeos. Chama abertamente de “jornalis-

tas de m...” quem o descreve como “superficial” e costuma enviar e-mails – como revelou um colega – falando em processos ou ameaçando que irá comunicar a diretoria de redação. (FERRARI, 2010).

O exemplo citado por Bruno Ferrari explicita uma característica presente em todo ser humano: O Egoísmo Tendencioso.

O termo **egoísmo tendencioso** surgiu na pesquisa teórica de David Myers (2006), psicólogo norte-americano formado pela Universidade de Iowa, sobre a psicologia humana. O seu conceito defende que todos nós temos a prontidão de perceber a nós mesmo de modo favorável considerando as seguintes descobertas:

1. As pessoas aceitam mais responsabilidades por boas ações do que por más, e por sucessos do que por fracassos.
2. A maioria das pessoas se julga melhor do que a média.

O pesquisador Roy Baumeister completa o conceito de David Myers dizendo que “incentivar as pessoas para que se sintam bem em relação a si mesmas quando elas não merecem causa problemas, pois, convencidos, os indivíduos presunçosos se tornam ofensivos contra aqueles que furam suas bo-lhas de amor próprio.” (MYERS, 2006).

Felipe Neto, ao publicar vídeos sobre sua opinião acerca de diversos assuntos, seria como um indivíduo com um comportamento totalmente egoísta-tendencioso, pois, ao denegrir certos aspectos do comportamento humano, certos hábitos ou artistas, parte do princípio de que o seu modo de se

comportar, seus hábitos e seus pensamentos são os predominantemente certos. Quando é criticado por alguma opinião que tenha expressado ou por alguma injúria que tenha dito, ele reage agressivamente denegrindo ainda mais as opiniões contrárias às suas e fazendo-se valer como único portador de opinião válida.

Não se pode, no entanto, dizer que Felipe começou a fazer seus vídeos no intuito de elevar seu ego ou fazer sua opinião ser a única a ser levada em conta. Ao ser entrevistado pelo jornalista Leonardo Cazes (2010), da coluna Megazine do site “O Globo”, foi questionado se achava que suas piadas não eram, algumas vezes, muito pesadas. Felipe Neto afirmou que os brasileiros têm dificuldade em lidar com ironia e sarcasmo.

A vida não foi feita para viver com um milhão de tabus sobre a cabeça, como uma vaquinha de presépio. As pessoas vêem o meu vídeo e entendem que não falo palavrão para chocar. O humor não precisa ser bonzinho, seguir a ética, a moral e os bons costumes. Eu luto contra isso. Humor crítico, irônico e com palavrão é muito bom.⁴ (NETO In CAZES, 2010).

O ator posta no seu vlog e no “Não Faz Sentido” pelo menos uma vez por semana, tomando cuidado para não fugir do seu estilo. Mesmo assim, ele precisa ter idéias de temas e abordagens interessantes constantemente, caso contrário suas páginas de comentários no Youtube e de replies no Twitter lotam de gente perguntando sobre seu pa-

⁴ Informação verbal.

radeiro. O seu canal já é o terceiro mais visto por brasileiros no site de vídeos.

Para satisfazer seu público, Felipe Neto está sempre online: durante a madrugada, é possível que ele apareça divagando durante sete minutos e dezessete segundos sobre insônia, Pokémon, café e Harry Potter⁵ no seu vlog “Felipe Neto” – sem se esquecer de mostrar a camiseta à venda na sua loja virtual. Nesse, inclusive, ele não usa óculos nem topete. Está *in natura*, criando ainda mais intimidade com os espectadores.

Sua página de fotos no Twitter⁶, o Twitpic⁷, possui 134 imagens em que ele mostra diversas coisas que acontecem com ele: desde conversas no serviço de mensagens instantâneas MSN até uma foto de um mosquito encontrado em seu banheiro.

Felipe Neto deixou de ser um simples internauta: agora é uma celebridade. E como tal, é procurado pela mídia e pelos fãs. Tudo o que ele diz é comentado durante dias até que ele invente algo novo. Mas ele não pode fugir do seu estilo ou perderia admiradores. Procura-se seu nome no Google⁸, pergunta-se sobre o que ele gosta e como está a sua vida pessoal. Oferecem-lhe contratos de publicidade. Pedem-no em namoro. Felipe Neto, que no início era só um rapaz mais contido e ficou famoso por aparecer interpretando um personagem – mas que no final das contas é visto como ele mesmo –, não pode mais se desconectar ou corre o risco de desaparecer. Mas por que isso foi acontecer?

⁵ Conforme mostrado no vídeo “Coisas da Madrugada – ELLLEECTABUUUUZZZ”, publicado em 4 de novembro de 2010 em youtube.com/felipenetovlog.

⁶ Twitter.com/felipeneto.

⁷ Twitpic.com/felipeneto.

⁸ Três milhões de resultados.

3 A “Exibicionet”

Muitos jovens usam a internet para expressar seus sentimentos, opiniões sobre os mais variados assuntos ou simplesmente para buscar a popularidade. Existem muitos meios de eles aparecerem na internet, podendo geralmente ser através de sites de relacionamentos como o Twitter, o Formspring e o Orkut; e também em sites como o Youtube e o Google, ou ainda, através de Blogs.

Há na internet também o chamado “*sexting*”. Ele ocorre quando jovens publicam fotos e vídeos deles nus, semi-nus, em poses sensuais, e em pleno ato sexual.

Eles usam câmeras fotográficas comuns e celulares que batem foto. Essa mania surgiu nos Estados Unidos e já existe no Brasil.

Nos Blogs, os jovens encontram um meio de expressar seus sentimentos e opiniões sobre vários assuntos através dos textos escritos por eles. Muitas coisas também aparecem no Google. É só digitar na opção de busca do site que aparece muitas coisas sobre jovens.

O Twitter consiste em um site em que há troca de mensagens, onde a pessoa tem uma rede de contatos. São mensagens pequenas, mais práticas que os e-mails e as mensagens de texto. Toda mensagem postada é enviada para todos os amigos do usuário. Ele é utilizado para trocar desde mensagens simples até coisas mais importantes, como promoções e ofertas de emprego.

Falando de coisas íntimas de suas vidas, as pessoas acabam se revelando. Porém, elas *fazem questão* de que todos fiquem sabendo de suas vidas, pois o Twitter é um meio que elas usam para ficarem populares.

O site Formspring também faz parte do

exibicionismo. É um site onde a pessoa responde a perguntas feitas por outros usuários, sendo possível também que se façam perguntas a eles. E apesar de as perguntas serem passíveis de aprovação, muitas informações são publicadas.

O Orkut é um site de relacionamento que consiste em uma página na internet própria de cada pessoa. Nela há álbum de fotografias, vídeos, recados, perfil, depoimentos, amigos adicionados e comunidades. Muitos jovens acabam se expondo através das mais variadas fotos (muitas vezes em poses que chamam a atenção, de biquíni, semi-nus, etc.), recados e depoimentos.

Há também aqueles que se adicionam em várias comunidades, só para deixar a entender que gostam de coisas relacionadas a elas. Eles procuram adicionar muitos amigos, para que, quanto mais amigos tiverem, mais vistos sejam. Tudo para aparecerem.

Sua popularidade contradiz a crença de que as pessoas receiam que a internet acabe violando seu direito à privacidade. Na realidade, [...] as pessoas parecem mais desejar popularidade ou celebridade que temer a perda de privacidade. Parte dessa extroversão não passa de autopromoção vulgar. A internet é uma maneira barata de divulgar idéias e projetos. Qualquer um pode postar um vídeo no YouTube de graça; pode-se abrir um blog grátis (algumas empresas não cobram para 'hospedar' um site). [...] Mas a exibicionet é mais que um instrumento de marketing. O mesmo impulso que leva pessoas a expor

sua intimidade no Jerry Springer ou participar de reality shows na TV (The Real World na MTV e afins) agora achou onde dar vazão em massa. (VENDRAMINI,2006)

4 A imagem de Felipe Neto no Orkut

4.1 A relação entre a exposição e a rede de informação

O Orkut é o site de relacionamentos mais acessado do Brasil. Nele, além de troca de mensagens, rede de amigos, álbum de fotos e atualizações, existem as comunidades, que servem tanto para auto-afirmação quanto para unir pessoas que possuam os mesmos interesses, gostos e afinidades. O caso investigado, Felipe Neto, possui mais de 1000 comunidades, favoráveis e contrárias à sua atitude.

Felipe Neto é um *Troll*⁹ e como tal conquistou a simpatia com a mesma rapidez com que ganha inimizades por onde circula. No Orkut, isto se reflete nas milhares de comunidades a seu respeito.

Uma das prováveis explicações para a razão dessa intensa exposição na internet origina-se com o conceito de sociedade da informação em rede. A cibercultura promove estes comportamentos. O ciberespaço

⁹ Um *troll* na gíria da internet designa alguém sempre disposto a arranjar confusão, desentendimentos, para enfiar ou menosprezar as demais pessoas envolvidas.

condiciona a vida real e internaliza-a. Vive-se para estar na rede, para aparecer, para ser consumido como informação. “O ciberespaço faz com que qualquer um possa não só ser consumidor, mas também produtor de informação, emissor”. (LEMOS, 2002 p. 144).

Qualquer movimento, acontecimento, ação, é passível de tramitar nas redes informacionais. Tudo é controlado. “É a fase do tudo em rede”. (LEMOS, 2002, p. 112).

Fotos, mensagens, seleção de amigos e endereço são opções das variadas ferramentas, como Orkut, MSN, Twitter e Facebook. É a vida na rede. E em quanto mais redes sociais alguém estiver conectado, maiores são as chances de estar informado, atualizado. Como uma extensão das novas tecnologias. Assim, o particular e privado também se confundem no ciberespaço. Vida profissional, pessoal, social. Tudo está na rede o tempo todo e para o mundo inteiro. Exposições, finais de semanas, passeios banais são fotografados e imediatamente postos em redes. De acordo com André Lemos:

Todos querem os quinze minutos de fama prometida. A vida comum transforma-se em algo espetacular, compartilhada por milhões de olhos potenciais. E não se trata de nenhum evento emocionante. Não há histórias, aventuras, enredos complexos ou desfechos maravilhosos. Na realidade, nada acontece, a não ser a vida banal, elevada ao estado de arte pura. (LEMOS, 2002, p. 114).

No espaço virtual consolida-se a comunicação que, assim como em comunidades

primitivas ou pré-cibernéticas, tem por objetivo unir indivíduos que possuam os mesmo gostos, afinidades e interesses. A exemplo disto existem as comunidades no Orkut, cuja nomenclatura define exatamente este conceito: um lugar no ciberespaço destinado a pessoas com interesses comuns.

A sociedade do consumo cibernético, tal como do mundo “real” é também descartável. A internet, com milhões de ofertas de entretenimento e diversão, proporciona informações predominantemente superficiais, pouco confiáveis, ideologicamente manipuladas.

“No fundo, serviria apenas aos interesses da sociedade de consumo, caracterizando-se como uma falação constante e descartável, tal como se apresenta nas trocas de e-mails, nos chats e nas redes sociais como o Orkut e o Facebook”. (ALMEIDA, 2009)¹⁰

4.2 Felipe Neto e as personalidades criadas pela indústria cultural

A indústria cultural¹¹ cria os semideuses que a publicidade explora. Eles estão no limite entre imaginário e real, são, ao mesmo tempo, humanos e divindades. São marionetes que têm seu lado humano explorado a exaustão pela cultura de massa, através da exposição de sua vida particular, e a sobre-

¹⁰ Disponível: <http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/viewFile/12972/8746> Acesso: 27 de novembro de 2010.

¹¹ O termo indústria cultural foi utilizado por Adorno e Horkheimer a fim de designar a cultura *para* as massas e não *de* massas.

humanidade a partir dos papéis que encarnam.

Assim, a publicidade é quem mais tira proveito do lado sobre-humano dos que buscam a fama. Quando se tornam modelos de beleza, a publicidade usa essas características para vender. Deste modo, pessoas normais são divinizadas, mais que objetos de admiração, viram modelos culturais a serem copiados e tornam-se o padrão que muitos tentam alcançar.

Esse aspecto da indústria cultura de forjar mitos e emergir Olímpianos¹² faz com que milhares de pessoas no mundo inteiro queiram a fama, a sucesso, a divinização a todo custo.

A indústria cultural cria mitos e ilusões oriundas de humanos, criados a partir da cultura dos Olímpianos e é responsável por tantos sacrifícios em nome da fama, como emagrecer, alisar e pintar o cabelo, ridicularizar-se, tomar atitudes absurdas em busca de um padrão de beleza Olímpiano inalcançável.

Felipe Neto não só conseguiu ser reconhecido nacionalmente com todas as consequências que isto implica como também arranhou grandes problemas.

Resta questionar qual o preço que estão dispostos a pagar pelo sucesso os jovens brasileiros e se é válida tanta exibição pública, se os quinze minutos de fama valem realmente a pena e quais serão as consequências futuras.

Esse aspecto da indústria da cultura de forjar mitos e emergir Olímpianos faz com

¹² O termo olímpianos foi proposto por Edgar Morin Morin para designar “um ser especial”, cujas características “o distinguem dos demais mortais”. A pessoa que se torna um *olímpiano* “passa a ocupar um outro lugar no mundo: o lugar do ser adorado, idolatrado, vangloriado”.

que milhares de pessoas no mundo inteiro queiram a fama, a sucesso, a divinização a todo custo.

Felipe Neto é um exemplo da desenfreada e irrefletida luta para alcançar o padrão Olímpiano, como Michael Jackson, Madona, Princesa Diana e tantos outros.

5 Outros Olímpianos

Pode-se observar que a maioria das pessoas quer ter seus “15 minutos de fama”. Exemplo disso é a Stefhany Crossfox. Ela ficou famosa depois que postou no Youtube um clipe produzido com pouco recurso, mas que já foi visto por mais de um milhão de pessoas na internet. O mais irreverente foi a música usada -“Absoluta”. No clipe, Stefhany passeia num Cross Fox, que na verdade foi emprestado por um amigo para a gravação. Seu sonho era comprar um. O sonho foi realizado quando Luciano Huck e a Volkswagen fecharam uma parceria e Stefhany recebeu no palco do programa de Luciano na Rede Globo, “Caldeirão do Huck”, um Cross Fox zero quilômetro.

Outro exemplo é Susan Margaret Boyle que se tornou celebridade por sua participação no programa de calouros britânicos Britain’s Got Talent. O vídeo de Susan no programa cantando “*I dreamed a dream*” foi um sucesso na Internet com milhares de acessos, chegando a ser o quinto mais assistido no canal You Tube.

Antes de ela cantar no programa, os jurados e o público demonstraram um certo desprezo por sua aparência e comportamento inseguro. Após a surpreendente apresentação, foi ovacionada pelo auditório e pelos juízes,

que aplaudiram de pé. O contraste de sua performance com a primeira impressão dada geraram repercussão global.

Após sua participação no programa, apareceram na Internet vídeos com apresentações antigas da cantora, uma delas, na qual Susan cantou a canção “*Cry Me a River*”, foi assistida mais de 100 milhões de vezes no Youtube. Depois de sua exposição na internet, sua carreira alavancou assinando vários contratos.

Seu primeiro álbum foi lançado e em apenas um mês atingiu o título de álbum mais vendido do ano, com vendas que superam 9 milhões de cópias ao redor do mundo. Isso tudo graças a um vídeo postado na internet.

O caso que ficou muito famoso aqui no Brasil também foi o “Pedro, me dá meu chipe”. Quem não lembra do vídeo em que uma mulher acorda todo um quarteirão gritando na porta do prédio do ex-namorado? A filmagem (feita por um vizinho de Pedro) foi uma das mais assistidas no Youtube no período do acontecimento e logo surgiram vários hits com diferentes versões.

Outro episódio digno de menção é do Mike do Mosqueiro, um acontecimento da internet no Pará. Na época o vídeo, “*Tchanana nanan*”, teve mais de 5 milhões de visualizações ganhando assim o mundo. E hoje Mike é reconhecido aqui em Belém e em todo o Brasil, aparecendo até no Domingo do Faustão.

Conclusão

Exemplos como os citados ao longo do artigo representam uma nova geração de internautas que participa ativamente do ciberes-

paço, seja criando ou participando de um vídeo, escrevendo um texto ou simplesmente como leitores e telespectadores de todo conteúdo produzido. A importância desse ambiente virtual tem aumentado a cada dia, fazendo com que conteúdos oriundos da internet se tornem pautas jornalísticas, quadros de programa de auditório e fontes confiáveis de informação. Além disso, adotou-se a prática de analisar os perfis das pessoas nas redes sociais para que se verifique se elas se enquadram no perfil exigido pelas empresas.

Porém, pelo estudo, verificamos que os jovens inseridos nesse mundo se expõem a certas situações com as quais ainda não sabem lidar. O próprio estudo de caso, Felipe Neto, ainda que já tenha ao seu lado um grande aparato de profissionais como empresários e assessores de imprensa não aprendeu a lidar com a crítica. A maioria dos adolescentes sabe que o uso indevido da imagem em vídeos no Youtube e em imagens no Orkut pode levar a crimes, processos judiciais e situações constrangedoras, mas se mostram inseqüentes ao continuar esta prática, defendendo que todos os riscos acabam valendo à pena quando se tem o retorno midiático ou financeiro garantido.

Se expor na internet com o único intuito de somente aparecer, sem nada midiaticamente aproveitável como boa voz, boa crítica ou boa escrita acaba tornando a pessoa conhecida só entre os amigos e o link desprezado para o resto dos internautas. Mas se o jovem tem algum talento a oferecer é completamente válido que o divulgue a fim de que seja reconhecido e valorizado por isso. Exemplos de jovens hoje bem empregados que surgiram de uma divulgação na internet podem ser encontrados por todo lugar, como as blogueiras Marimoon e Marina Santa He-

lena, que foram contratadas pela MTV para serem Vjs, ou o comediante Rafinha Bastos que após ter seus vídeos no Youtube bastante difundidos foi contratado pela emissora Band para trabalhar em um programa junto com o jornalista Marcelo Tas.

Os riscos não estão na exposição em si, mas no teor dessa exposição. Há que se ter consciência e objetivo, saber o que se pode expor sem denegrir a própria imagem. A maior parte dos jovens já bloqueia o acesso a certas informações pessoais, a algumas fotos em álbuns no Orkut e a postagens no Twitter. Esta consciência deve ser adquirida gradativamente por todos já que, assim como no mundo real, o mundo virtual está cada vez mais perigoso.

Referências Bibliográficas

- , *Fã de Fiuk faz sucesso na internet falando mal de Felipe Neto* [23-07-2010]. Laboratório POP. Disponível em www.laboratoriopop.com.br/temporeal/fade-fiuk-faz-sucesso-na-internet-falando-mal-de-felipe-neto/3718 Acesso: 27/11/10.
- , *O Portal entrevista: Felipe Neto (criador e administrador do Portal Is-Free.tv)* [25-12-2007]. Disponível em <http://portalseries.wordpress.com/2007/12/25/o-portal-entrevista-felipe-neto-criador-e-administrador-do-portal-isfreetv/> Acesso: 28/11/10
- , *Susan Boyle*. Wikipédia, a Enciclopédia Livre. Disponível em: http://pt.wikipedia.org/wiki/Susan_Boyle Acesso:
- , Guilherme. *O que é o Formspring.me como funciona?* [21-12-2009]. Blog Guiky. Disponível em: www.guiky.com.br/2009/12/o-que-e-o-formspringme-como-funciona.html Acesso: 30/11/10.
- ALMEIDA, Marco Antônio de. *Mediações tecnossociais e mudanças culturais na Sociedade da informação*. Disponível em: <http://seer.ufrgs.br/index.php/EmQuestao/article/viewFile/12972/8746> Acesso: 27/11/10
- BRANT, Ana Clara. *Felipe Neto improvisou um estúdio e se tornou um sucesso na internet* [07-11-2010]. Correio Braziliense, seção Diversão e Arte. Disponível em: www.correiobraziliense.com.br/app/noticia/diversao-e-arte/2010/11/07/interterna_diversao_arte,221913/felipe-neto-improvisou-um-estudio-e-se-tornou-um-sucesso-na-internet.shtml Acesso: 25/11/10.
- CAZES, Leonardo. *Em três meses, Felipe Neto se torna sensação na internet com humor sarcástico e provocativo* [18-06-2010]. O Globo, Magazine. Disponível em: <http://oglobo.globo.com/megazine/mat/2010/06/15/em-tr-es-meses-felipe-neto-se-torna-sensacao-na-internet-com-humor-sarcastico-provocativo-916882320.asp> Acesso: 26/11/10

- COLLETTA, Denise Dalla e OLIVEIRA, Angélica. *Quase famosos: com vídeos no YouTube, jovens brasileiros conquistam audiência comparável à de programas de sucesso na TV, mas ainda usam a rede como trampolim para outras oportunidades de ganhar dinheiro*. Revista Galileu, seção Reportagem.
- FAUSTINO, Paulo. *Caso de Estudo: Felipe Neto* [24-06-2010]. Blog Escola Dinheiro. Disponível em: www.escoladinheiro.com/2010/06/24/felipe-neto/ Acesso: 25/11/10.
- FERRARI, Bruno. *Felipe Neto Faz Todo Sentido* [23-07-2010]. Revista Época, seção Bombou na Web. Disponível em: <http://colunas.epoca.globo.com/bombounaweb/2010/07/23/felipe-neto-faz-todo-sentido/> Acesso: 27/11/10
- LE MOS, André. *Aspectos da cibercultura – Vida social nas redes telemáticas*. In: PRADO, José Luiz Aidar (Org). *Crítica das práticas midiáticas – da sociedade de massas às ciberculturas*. São Paulo: Hacker Editores, 2002.
- MARQUES, Diego. *Fiuk arruma confusão com Felipe Neto no Twitter por causa de vídeo* [21-07-2010]. Cifra Club News. Disponível em: www.cifraclubnews.com.br/noticias/22465-fiuk-arruma-confusao-com-felipe-neto-no-twitter-por-causa-de-video.html Acesso: 25/11/10.
- MYERS, David G. *Psicologia*. 7ª Ed. Rio de Janeiro: LTC, 2006.
- NETO, Dorly. *Felipe Neto e o sucesso que faz sentido* [22-07-2010]. Dorly Neto. Disponível em: www.dorlyneto.com/2010/07/felipe-neto-e-o-sucesso-que-faz-sentido.html Acesso: 28/11/10.
- NETO, J. *Os perigos do sexting: exposição sensual* [?-05-2010]. Blog Sakuxeio. Disponível em: <http://sakuxeio.blogspot.com/2010/05/os-perigos-do-sexting-exposicao-sensual.html> Acesso: 30/11/10.
- STRICKLAND, Jonathan. *Como funciona o Twitter* [?]. Tradução por: HowStuffWorks Brasil. Informática UOL, seção How Stuff Works. Disponível em: <http://informatica.hsw.uol.com.br/twitter.htm> Acesso: 30/11/10.
- VENDRAMINI, Carlos Renato. *Uma web de exibicionistas* [23-09-2006]. Espaço Cibernético. Disponível em: <http://my.opera.com/RedPing%C3%BCim/blog/show.dml/479224> Acesso: 01/12/10.