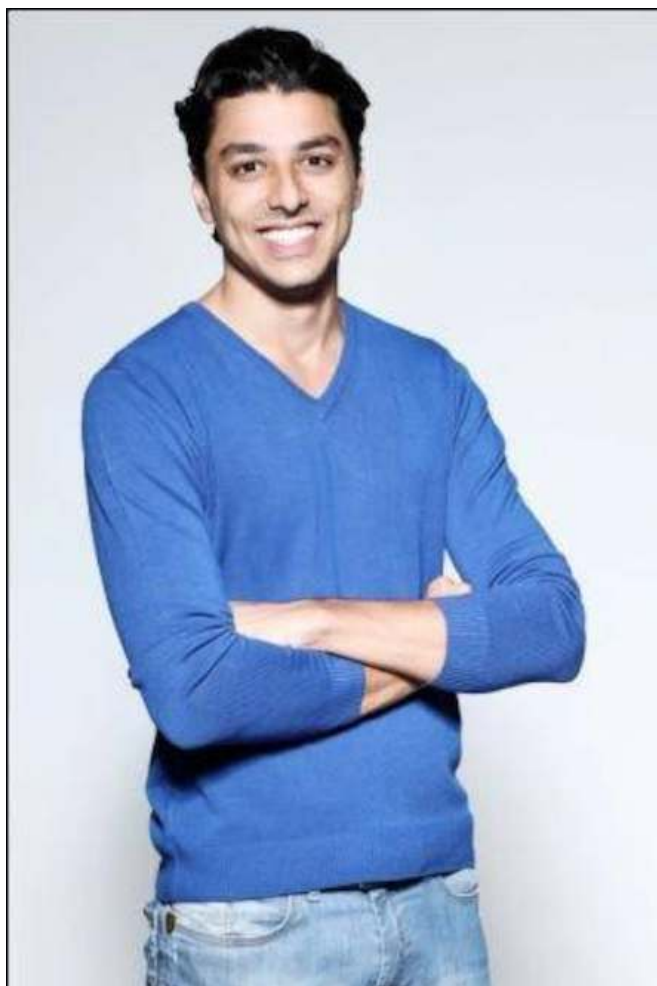


Ele é o rei das blogueiras! Conheça o jovem que está por trás das queridinhas do on-line

R7 Entretenimento · Viva a Vida · 08/02/2014



Gabriel Campaner se especializou em blogs

Em meio a diversos nomes femininos que são citados ao tratar da moda online, um parece destoar por se tratar de um homem: Gabriel Campaner. Tendo começado seu trabalho na Daslu, o rapaz teve contato com os blogs logo no início da febre. “Dentro do site da loja, criamos um espaço para um blog da Lele Saddi, bem antes do apogeu da plataforma em São Paulo”, explica.

Para o projeto, Gabriel chamou um amigo estilista que fazia as estampas para a grife e que o ajudou a cuidar da identidade visual do site. “E foi isso que chamou a atenção do mercado”. Com uma proposta diferente, seu trabalho ganhou reconhecimento e novos nomes do mundo fashion online começaram a surgir buscando um espaço personalizado para falar de moda.

— Começou sem muita pretensão, mas, com o tempo, fomos pegando trabalhos grandes. Um deles foi o site da Lalá (Rudge). Foi o impressionante o crescimento dela. No primeiro mês, eram 200 mil acessos chegando a 1.300 milhão no terceiro mês, marca que ela nunca mais perdeu.

Com o fechamento da Daslu, Campaner focou no mundo dos blogs de moda. “Um mercado completamente voltado para isso e a nossa ideia era fazer um trabalho que fosse viável para as pessoas físicas, diferente das agências que já existiam”. Com valores de R\$ 300 a R\$ 800 por mês, ele criou uma forma diferente de falar de moda na web. Além de criar um layout diferente, ele também começou a assessorar as meninas que tinham como objetivo fazer disso a sua profissão.

— Depois que a pessoa faz o blog, a gente dá um treinamento de como ser blogueira profissional. Como tirar foto, posição da câmera, o que fazer ou não.

Conhecendo o mercado em questão, Campaner não acredita que os blogs estão prestes a chegar ao fim. “O blog fala para um perfil específico de grupo de pessoas. E isso é uma coisa cultural. Temos as modinhas e os grupo que lançam essas tendências. E tem o lado comercial. As marcas tem conseguido chegar aos seus alvos de maneira mais próxima, são propagandas mais efetivas”, justifica.

No entanto, há alguns lugares que já estão saturados de blogueiras.

— É o que está acontecendo em São Paulo. Mas no interior ainda são poucas. Ali encaixa o blog, há um lado para se explorar.

Outro motivo que o faz desacreditar sobre o fim da plataforma é a sua facilidade na hora de utilizá-lo.

— O blog é uma ferramenta muito fácil e não há limitação do que é possível ser postado. A pessoa pode ser popular em muitas redes sociais e centralizar tudo em um blog. Ele é uma ferramenta de trabalho, não um produto que cansa ou saia de moda. O que saem de moda são as ferramentas.

Para o trabalho, Gabriel procura ouvir os desejos de suas clientes. “É um trabalho em conjunto, uma parceria mesmo. Elas têm de entregar a alma e confiar”. Além disso, ele e sua equipe buscam inspirações em sites internacionais, principalmente os franceses. Quanto aos blogs, eles pouco contribuem em suas pesquisas. “Eles não são muito mais modernos que os nossos”, explica.

Outra coisa que é obrigação da blogueira é produzir conteúdo. “Esse é o caminho”. Mas, contudo, Gabriel fica bastante atento aos posts publicitários.

— Quando chegamos ao ponto da blogueira receber esse tipo de proposta, fazemos uma assessoria comercial dela. Ela é profissional, então, deve seguir algumas regrinhas. Antes, era indicado que se sinalizasse a publicidade, mas não era obrigatório. Hoje isso já mudou.

Campaner lembra ainda que ter um blog e trabalhar com dinheiro não é algo deve ser levado como brincadeira. “O blog é só mais uma ferramenta de uma vida e um estilo de comunicadora e produtora de conteúdo que ela deve ter. Sem a assessoria é difícil que ela leve uma”, completa.

Colaborou Rebeca Tosta, estagiária do **R7*