

Gabriel Campaner é o guru de blogueiras como Lala Rudge

Profissional que prestava serviços de tecnologia para Daslu cuida dos blogs de Carol Magalhães e Sophia Alckmin, entre outras. Ele dá dicas de como fazer sucesso na rede

Veja São Paulo · Cidades · Por João Batista Jr. · 28/03/2014

Um profissional que começou a vida distribuindo panfletos promocionais no Brás, na Zona Leste, para pagar o curso técnico de análise de sistemas virou o principal conselheiro de negócios das mais badaladas blogueiras de moda da cidade. Gabriel Campaner atende hoje cerca de sessenta clientes, que faturam alto postando na internet conteúdos como o já clássico “look do dia”, recheado de roupas Chanel, Prada e Valentino. A lista inclui Lu Tranchesi, da família fundadora da boutique Daslu, Carol Magalhães, neta do falecido senador Antonio Carlos Magalhães, e Sophia Alckmin, a caçula do governador Geraldo Alckmin. O pacote básico de serviços envolve ajuda para montar as páginas e colocá-las no ar. No módulo avançado, Campaner atua também como empresário, cuidando dos contratos publicitários de algumas meninas. Em troca, fica com 20% do valor dos acordos fechados. Em 2014, ele prevê que sua empresa, a gCampaner, vai faturar cerca de 800 000 reais — 60% mais que no ano passado.

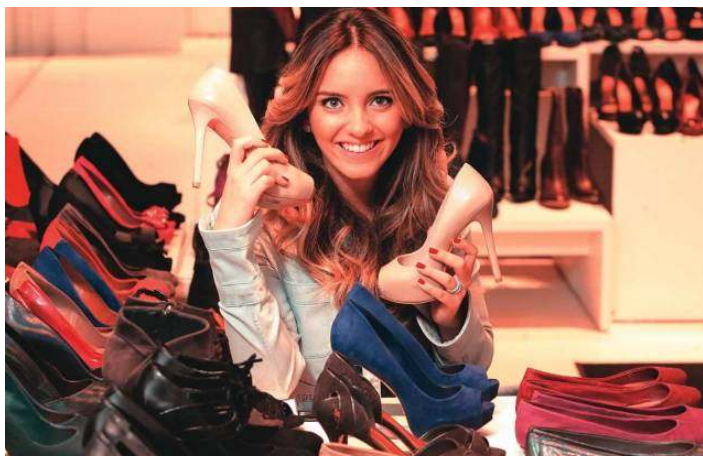
Diariamente, ele percorre de bicicleta os 10 quilômetros que separam sua casa, na Mooca, do escritório, nos Jardins. Os assuntos e produtos glamourosos estampados nos sites de suas pupilas parecem coisas totalmente alheias ao mundo do profissional de 28 anos que, no dia a dia, veste jeans e camiseta. E são mesmo. “Eu não costumo consumir os produtos que elas recomendam”, confessa. Campaner caiu de paraquedas na área. Em 2008, foi contratado para zelar pela parte técnica do site da Daslu, boutique à época localizada na Marginal Pinheiros e então comandada por Eliana Tranchesi, falecida em 2012. Entre um reparo e outro no servidor, Campaner — que veio da zona rural de Ribeirão Preto, no interior — ficou amigo de funcionárias da loja, incluindo as vendedoras recrutadas junto a famílias da alta sociedade. Uma delas, Lelê Saddi, cujo pai importa carros Mercedes-Benz para o Brasil, teve a ideia de montar um blog de moda. “Ela precisava de alguém para diagramar a página e fazê-la funcionar”, lembra Campaner. “Na época, ninguém imaginava o potencial desse tipo de coisa.”



A blogueira Lala Rudge: posts sobre seu casamento tiveram 4 milhões de visitantes únicos



Carol Magalhães: dicas sobre como postar o look do dia



Lelê Saddi: Campaner diagramou a primeira página da blogeira



Lu Tranches: herdeira da Daslu é cliente de Campaner



Sophia Alckmin: filha do governador contrata os serviços de programador de Campaner

De Lelê, Campaner chegou a Lala, a Rudge, que estava começando o seu trabalho na época e hoje é um dos principais nomes da categoria das blogueiras de moda. “Depois de três meses de criação do meu site, a Lelê me indicou o Gabriel”, lembra Lala. Foi sua sorte. Campaner estruturou a página da menina, que no quarto mês de vida recebeu 400 000 visitantes únicos. “Na época, eu nem sabia o que era o Google Analytics”, diz ela, sobre o gerenciador de audiência mais comum da internet. O casamento de Lala com o empresário Luigi Cardoso, realizado no fim de 2012, representou a grande prova de fogo de Campaner: o casal partiu para a lua de mel deixando as

imagens da cerimônia e da festa. Campaner subiu todas na internet e registrou o pico de audiência do site: 4 milhões de pessoas em dois dias.

Quando conseguem uma boa audiência, as militantes dessa área começam a vender posts patrocinados. A propaganda, em geral, é disfarçada. Elas recebem para elogiar produtos e serviços, sem deixar isso claro às leitoras. “No começo, cheguei a fazer post em troca de uma coxinha e um guaraná”, exagera Paulinha Tawil, ex-gordinha e agora magra (46 quilos), do Blog da Paulinha. Atualmente, Campaner cuida dos contratos da blogueira. “Tenho anunciantes como a Philips e a loja de roupas on-line Farfetch”, enumera Paulinha, orgulhosa. No mês passado, o consultor criou o serviço “concierge de blogueira”. Ele ensinará as interessadas a fazer posts, tirar fotos de look do dia e correr atrás de “parcerias”. Sua equipe de oito funcionários tentará conseguir roupas de graça, passagem aérea idem e estada em resorts na faixa. Tudo, claro, deve ser postado. “As calouras não pensam nos anunciantes, querem apenas receber convites para os desfiles da São Paulo Fashion Week”, critica. Campaner cobra 15 000 reais para desenvolver o blog e uma taxa mensal (a partir de 1 000 reais) para fazer as vezes de babá das aprendizes.