

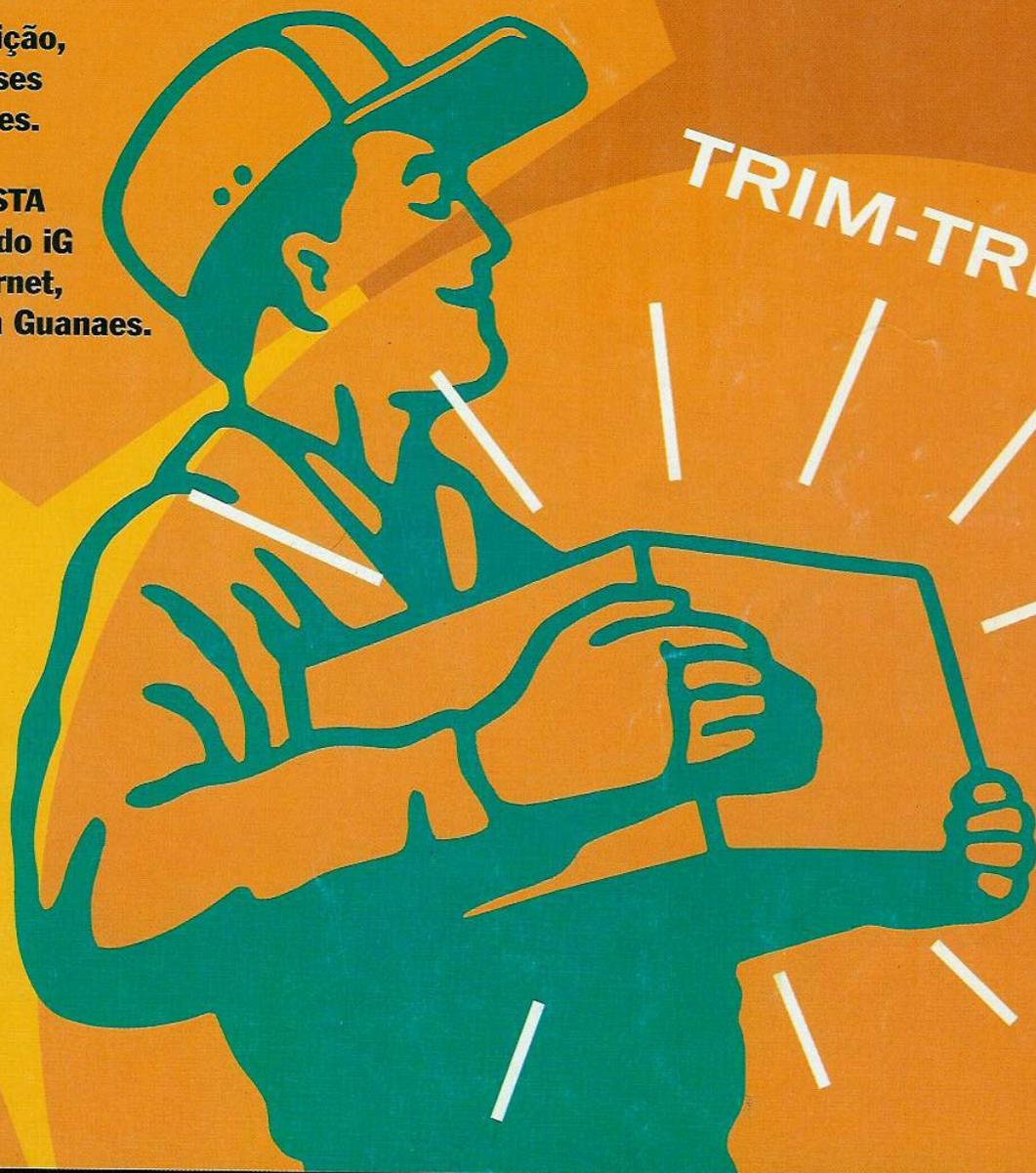
marketing

ANO 34 □ Nº 334 □ NOVEMBRO/2000 □ R\$ 6,50



**Nesta edição,
os 32 cases
vencedores.**

ENTREVISTA
**O futuro do iG
e da internet,
por Nizan Guanaes.**



VENDA AVULSA NACIONAL - R\$ 6,50



VÉSPER EXPRESS
O telefone que você mesmo liga e fala

Na tentativa de transformar a primeira terça-feira do mês em uma happy hour mundial das empresas ponto-com, a First Tuesday começa a ganhar a simpatia dos executivos da internet brasileira.

Anna Gabriela Araujo

Com um copo na mão e muitas idéias na cabeça, executivos do mundo virtual estão aderindo à First Tuesday, evento que chegou ao Brasil com a proposta de integrar os profissionais do mercado virtual. Sucesso no exterior, onde já conta com mais de 100 mil inscritos, o projeto começou a ser realizado no País em julho deste ano, trazido por Índio Brasileiro, um dos profissionais responsáveis pelo desenvolvimento da internet no País. Pouco a pouco, o mercado brasileiro está absorvendo a idéia dessa happy hour.

Com passagens pelo Universo Online e StarMedia Network, o sócio e diretor geral da ITC Ventures do Brasil (aceleradora de projetos de internet na América Latina) decidiu apostar na idéia

Hoje é terça-



Site da First Tuesday: desenvolvido pelo Orbital, o endereço possibilita ao visitante efetuar inscrições para o evento.

nascida há dois anos em Londres, no Alphabet Bar. "O evento surgiu para suprir a necessidade de relacionamento apresentada pelos executivos da internet", afirma Brasileiro, dizendo que o principal objetivo desse encontro é possibilitar a comunicação, num ambiente informal, entre os profissionais

do mundo pontocom e de áreas afins.

Hoje, depois de quatro edições realizadas na cidade de São Paulo e duas no Rio de Janeiro, a First Tuesday brasileira conta com mais de 5 mil nomes em seu mailing, sendo na primeira edição esse número de aproximadamente 2 mil pessoas. "Basta comparar o primeiro evento realizado em São Paulo, no qual 800 pessoas compareceram, com o que realizamos no mês passado, que contou com a presença de 1.800 profissionais ligados a empresas pontocom", compara o executivo. O número de participantes também aumentou no Rio de Janeiro, onde o evento é realizado por Cedric Naintré, city leader do evento carioca, passando de 670 para 830 profissionais.

Segundo ele, o Brasil vem se consolidando como um dos países de mais rápido crescimento dentre as 98 cidades das 44 nações que participam da comunidade First Tuesday. Brasileiro acrescenta ainda que, quando o programa



O MAC recebeu 1,8 mil profissionais na quarta edição da First Tuesday São Paulo

feira...

surgiu em Londres, apenas 40 pessoas participaram. Atualmente, o número de profissionais que comparecem frequentemente ao evento é de 30 mil. "Funcionando como um canal de relacionamento, o evento faz sucesso porque os profissionais da área sentem falta de uma maior integração", argumenta ele, dizendo que para a First Tuesday de novembro estão sendo esperadas mais de 2 mil pessoas em São Paulo e 900 pessoas no Rio de Janeiro.

Network

Recebendo investimentos de patrocinadores, a First Tuesday oferece gratuitamente um coquetel aos participantes. Para participar, basta acessar o site www.firsttuesday.com.br, preencher uma ficha de inscrição e aguardar o envio do convite. "Os nomes passam por uma seleção para que o evento não perca o foco", explica Brasileiro.

De acordo com o executivo, os convidados são divididos em quatro grupos e identificados por crachás com cores distintas, e do público que com-



Brasileiro: "O evento surgiu para suprir a necessidade de relacionamento apresentada pelos executivos da internet."

Relacionamento

Necessidade de integração entre os profissionais do mundo virtual fez surgir uma happy hour diferenciada na maior metrópole do País

Tudo começou com um bate-papo informal entre amigos em um dos inúmeros bares da cidade de São Paulo, em novembro de 1999. Poderíamos comparar esse encontro a mais uma happy hour, se não fosse o fato de que todos os integrantes do grupo pertenciam a grandes empresas do mundo virtual.

A quantidade de amigos foi crescendo, as reuniões foram se intensificando, e o que era para ser apenas um encontro informal acabou se transformando em uma das happy hours mais conhecidas do mundo virtual. Assim nasceu a Ponto Confraria, um evento que, embora pareça seguir os mesmos passos da First Tuesday, possui um padrão totalmente diferenciado. "Procuramos priorizar os relacionamentos, por isso nossos eventos reúnem no máximo 220 pessoas", comenta Dado Lancellotti, diretor de marketing do Viajo.com e CEO da Ponto Confraria.

Assim como Lancellotti, outros oito profissionais procuram conciliar seus trabalhos com a organização desse evento, que acontece uma vez por mês, em qualquer dia da semana. Atuando em cargos de destaque de empresas pontocom, como WebMotors, Fulano, Parlo, Elefante, Lokau e Patagon, os organizadores utilizam o conhecimento que cada um possui nesse mercado para reunir em um só lugar pessoas influentes no mundo virtual. "O board do projeto é composto por nove profissionais, responsáveis pela manutenção do evento, enquanto pessoas físicas", explica o porta-voz da equipe.

Procurando ser totalmente imparcial, o Ponto Confraria não aceita o patrocínio de empresas virtuais. Um posicionamento que, de acordo com Lancellotti, acaba propiciando a troca de experiência e a união entre os participantes. "Contamos com a presença constante de gerentes e diretores de empresas pontocom em nossos eventos, pois temos como principal objetivo estreitar os laços de amizade entre esses profissionais, e não gerar negócios."

Com relação ao futuro do Ponto Confraria, Lancellotti revela que a equipe está desenvolvendo uma série de projetos embrionários voltados para internet, que visam ampliar o projeto. "Não pretendemos ficar fazendo happy hours a vida toda", conclui o executivo, sem detalhar o que está por vir.



Lancellotti: "Temos como principal objetivo estreitar os laços de amizade entre esses profissionais, e não gerar negócios."