BITES
Tecnologia que move negócios
São Paulo, 28 de junho de 2007 - Edição 483 - www.bites.com.br

YAHOO!

Wettreich agrega

Empresário volta aos palcos da internet com a ambição de construir uma marca global

Manoel Fernandes
Redação Bites

Marcos Wettreich está longe de alcançar a unanimidade entre os seus pares de negócio. O empresário carioca simplesmente ignora os inúmeros desafetos e gasta a sua energia em ações consideradas substantivas. Nos últimos cinco meses, por exemplo, o foco foi a conquista do mundo. E isso não é força de expressão. A nova empreitada desse personagem envolve a sua equação padrão que o fez ter êxito no Ibest, que terminou sendo vendido para o iG. As variáveis incluem o potencial de consumo da internet, sócios poderosos, US$ 8 milhões de dólares em investimentos e uma estratégia de alcance global. Wettreich decidiu ser conhecido nos mercados dos Estados Unidos, Inglaterra, China, Japão, Índia, Europa e por conseqüência o Brasil. Esse projeto ganhou forma na semana passada com o lançamento para os internautas americanos de um serviço baseado no fenômeno de vídeos na internet. O WeShow (www.weshow.com.br), que estréia hoje no Brasil e amanhã na Inglaterra, agrega em um único local produções espalhadas em 20 endereços desse gênero, como o You Tube. O diferencial é a forma como os vídeos são selecionados. Uma equipe de 70 pessoas escolhe os melhores arquivos e os distribui entre os 150 canais do portal. Tudo com acesso gratuito e ilimitado. "Só entra o que considerarmos muito interessante para a nossa base de usuários", afirma o empresário. "Os ruins ficam de fora."

A primeira impressão sobre este modelo é de que Wettreich está se antecipando a uma tendência que deve tomar conta daqui em diante do mundo virtual: os agregadores de conteúdo. "É uma nova fase da rede para combater o excesso de conteúdo", diz. Esse entusiasmo não o impede de fazer cálculos. Antes de sair em busca de investimentos, o empresário gastou US$ 2 milhões na montagem da operação que ao final do primeiro ano consumirá US$ 8 milhões. Para quem aponta os investimentos em publicidade como insuficientes para sustentar uma operação global, Wettreich diz que haverá outras fontes a longo prazo. Não revela quais, mas nas entrelinhas aponta na transformação do WeShow numa plataforma de distribuição de vídeos das empresas para os seus consumidores. "Há muitos formatos em estudo, mas já temos um negócio de alta escalabilidade", diz. Uma cota publicitária no WeShow pode chegar a R$ 200 mil. Dinheiro suficiente para o anunciante expor sua marca em diversos canais e nos 350 programetes próprios que o portal produzirá por mês a partir de dois estúdios no Rio de Janeiro e na Índia. Essas produções terão no máximo 4 minutos e servirão para alavancar a audiência do serviço. Outra novidade é a premiação mensal dos melhores vídeos. "Será o oscar da internet."

Para a estratégia global o empresário carioca conta com o apoio de dois nomes de alta estirpe nos EUA. Um deles é Bob Pittman que foi um dos articuladores da estranha fusão entre o provedor de internet AOL com o grupo de mídia Time Warner. A mesma receita foi aplicada a Bill Sahlman, vice-reitor da universidade de Harvard, que se tornou acionista e integrante do conselho de administração da WeShow. "Com eles iremos longe", afirma Wettreich.