

TECNOLOGIA

Brasileiro cria app para conectar pessoas ao redor do mundo

O Trybo permite fazer novas amizades baseadas em interesses comuns. Nova rede social já está disponível para smartphones com sistema Android ou IOS e deve facilitar a integração cultural

» ANA PAULA SILVEIRA
ASILVEIRA@JCOM.COM.BR

Virou mania procurar novas amizades e, claro encontrar alguém especial em sites de celular. Atualmente existem inúmeras páginas deste tipo, com os mais variados temas, assuntos e nichos. Mas se você já está cansado de 'achar' ou 'encontrar' seus vizinhos, colegas de trabalho e as mesmas pessoas que fazem parte de seu círculo social nos aplicativos e procura algo diferente, nunca foi tão fácil ampliar os seus horizontes.

A partir de agora, um novo aplicativo de relacionamento, o 'Trybo', permitirá que os usuários conheçam pessoas de qualquer lugar do mundo, com apenas o clique de um botão.

Criado pelo brasileiro, Vitor Melo, a rede social foi pensada com objetivo de minimizar as barreiras do tempo e das distâncias e ainda promover a troca de cultura e conhecimento.

"A ideia por trás do Trybo é mudar o modo com o qual as pessoas se conectam umas com as outras. Nós vamos inovar a forma como você aprende uma nova língua, outras culturas e a sua visão sobre o mundo. Queremos unir as diversas tribos, independente do local onde estiverem e de



Do Brasil para o mundo: Vitor Melo, com o projeto do app venceu um concurso na faculdade onde estuda nos Estados Unidos

onde são, explica o jovem empreendedor.

Mas o que motivou a criação do projeto de unir pessoas de diversos cantos do mundo, por meio da tecnologia?

Segundo o jovem, a sua experiência de vida e a oportunidade de morar fora do País deram um novo olhar sobre o mundo e as pessoas e quer dar essa possibilidade as outras

pessoas. Aos 13 anos, ele saiu de casa para morar fora do país, nos Estados Unidos, e realizar o sonho de jogar basquete e, de lá para cá, só somou conquistas na carreira e em sua trajetória de vida, como por exemplo a convocação para a seleção brasileira sub-16, participando da Copa América, em 2011. "Lá eu fiz muitos contatos e que me possibilitaram conhecer

um agente que me levou para estudar em uma High School nos USA. Fiz o High School por 3 anos lá e depois ganhei uma bolsa para a faculdade chamada Gettysburg College, na Pensilvânia", relata.

Durante o período, estudando e jogando basquete, ele relata que passou a ter interesse por empreendedorismo. "Depois de muita pesquisa,

comecei um projeto que viria a se tornar o aplicativo Trybo. Na Universidade eu me inscrevi para um concurso de empreendedorismo chamado Gettysburg College Entrepreneurship Fellowship onde cerca de 50 competidores se inscreveram e apenas um recebeu o prêmio de 10 mil dólares para começar sua empresa", conta. Com o projeto do app, o

brasileiro ao lado de seu sócio venceu a competição de empreendedorismo na faculdade onde estuda nos EUA para desenvolver a plataforma de rede social. Vitor Melo explica que após 9 meses de muito trabalho, o aplicativo foi lançado em setembro deste ano.

Conceito

Quem pensa que esta é mais uma rede social com a mesma proposta que as outras já existentes, está enganado, diz o jovem. "Você pode estar pensando, será esse mais um facebook?", não responde o jovem. "O Trybo é fundamentalmente diferente de todas as redes sociais existentes hoje em dia. Nós criamos uma plataforma onde você pode procurar pessoas baseado em interesses em comum, baseado na localização dela, entre outras características", completa. A mais nova rede social da vez está disponível tanto para Android como para Apple. O funcionamento é bem simples, ao abrir o aplicativo, o usuário pode iniciar a sessão com o Facebook e depois adicionar informações sobre seus interesses para criar um perfil que vai conectá-lo a outras pessoas ao redor do mundo. Depois disso, a partir de filtros o usuário define quais os perfis de pessoas com quem deseja falar e então o sistema possibilita se relacionar com pessoas ao redor do mundo. Melo ressalta que dando aos usuários a habilidade de conhecer pessoas globalmente, também permite levar "novas possibilidades e a integração de outras culturas, descobrindo sociedades diferentes da que ela vive e ao mesmo tempo a oportunidade de fazer novos amigos", diz Melo. Agora, o sonho do brasileiro é 'conquistar', ou melhor 'conectar' as pessoas de diversas partes do planeta com o app Trybo.



Negócios & Propaganda

por Claudia Penteado » claudia@claudiapenteado.com.br

» BATE BOLA Orlando Marques, PRESIDENTE DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE AGÊNCIAS DE PUBLICIDADE (ABAP)

“É importante valorizar a mídia de massa”

Nesta terça-feira (27) será realizado o Encontro Brasileiro de Agências de Publicidade (Ebap), evento organizado pela Associação Brasileira de Agências de Publicidade em São Paulo. O tema central das discussões será a contribuição das mídias de massa para a construção e força das marcas. Entre os palestrantes estão o jornalista americano Michael Wolff, e o CEO do Media Rating Council, George Ivie. Orlando Marques, presidente da Abap, diz que espera que o encontro seja uma plataforma de discussão e reflexão sobre o setor.

Ebap - por que ir?

Trata-se de um evento relevante para as agências e para o mercado publicitário e oportuno diante do momento que vivemos. Estamos em um ano bastante difícil e é importante que todos estejamos unidos em torno da valorização da mídia de massa, sem a qual não existiria a propaganda e as agências como elas são.

Qual o tema essencial do evento?

O foco do EBAP 2015 é a enorme contribuição das mídias de massa para a construção do valor das marcas e para a geração de resultados para nossos clientes. Predicados que são,



por outra perspectiva, absolutamente essenciais para assegurar a relevância e a rentabilidade das agências.

"Mídias de massa X digitais" - para que separar?

Não há separação. São mídias complementares e o objetivo é mostrar a contribuição da mídia de massa para construção da força das marcas e para a ativação de negócios. Há uma mudança na estrutura do mercado consumidor. E as empresas têm se encantado com novas, mas ainda não tão eficientes alternativas de mídia, deixando de aproveitar toda a força das soluções

comprovadas pelo tempo e pelos resultados mais efetivos.

O que você espera do evento?

Espero que o evento seja uma plataforma de discussão e reflexão sobre o setor, em vários aspectos - seja em benefício próprio dos participantes, pois apresentaremos e debatemos pontos que serão de imediata aplicação nas suas atividades profissionais e comerciais. Seja pelo efeito coletivo de demonstrar ao mercado publicitário o nosso engajamento para manter as bases e valores que sustentam nosso trabalho e nossos negócios.

11:21 lança cerveja Rio Carioca

Com o conceito "O espírito carioca engarrafado", a 11:21 lança a campanha da nova cerveja Rio Carioca, apresentada com exclusividade no Oktoberfest Rio, no shopping Downtown, entre 29 de outubro a 1º de novembro. A agência foi responsável pela marca, rótulo e todo o branding da nova marca, e para o lançamento criou três comerciais para TV e cinema, cartazes de PDV e posts para as redes sociais Facebook, Twitter e Instagram. A campanha fica no ar até o carnaval de 2016.



Sem respeito, não tem negócio

O Conselho Executivo das Normas-Padrão (Cenp) lançou o vídeo "A Publicidade Brasileira e a Autorregulação", que defende que "Sem respeito, não tem negócio". O vídeo traça um breve panorama da evolução da publicidade, dos anos 50 ao advento da autorregulação, em 1998. O filme faz parte de um conjunto de ações para disseminar o conhecimento a respeito do ambiente de autorregulação existente no Brasil, que inclui a recente veiculação de anúncios, a tradução do site do Cenp para o inglês e o espanhol, distribuição de folders, lançamento da "Cenp em Revista" em tablets e a edição do livro "Compliance na Publicidade".