

LOCAWEB

A internet em revista

Praticidade

Segurança

Qualidade

Redes Sociais

Integração

Ferramentas

Pagamento Certo

Frete

E-mail MKT

Atendimento

Loja Pronta

Estoque

VENDAS ONLINE

Vendas online

17 milhões de pessoas vão às compras

Nunca o mercado foi tão favorável para o e-commerce! Das ferramentas funcionais ao poder das redes sociais, use tudo ao seu alcance para abrir ou aperfeiçoar sua loja virtual sem dificuldade

e mais...

tecnologia::

Cloud Computing

A tecnologia do momento vai mudar sua vida mesmo que você não perceba. Então, é melhor saber como ela funciona

mobile::

Aplicativos iPhone

Seu celular pode rodar joguinhos com a sua cara. Mesmo porque é você quem vai criá-los

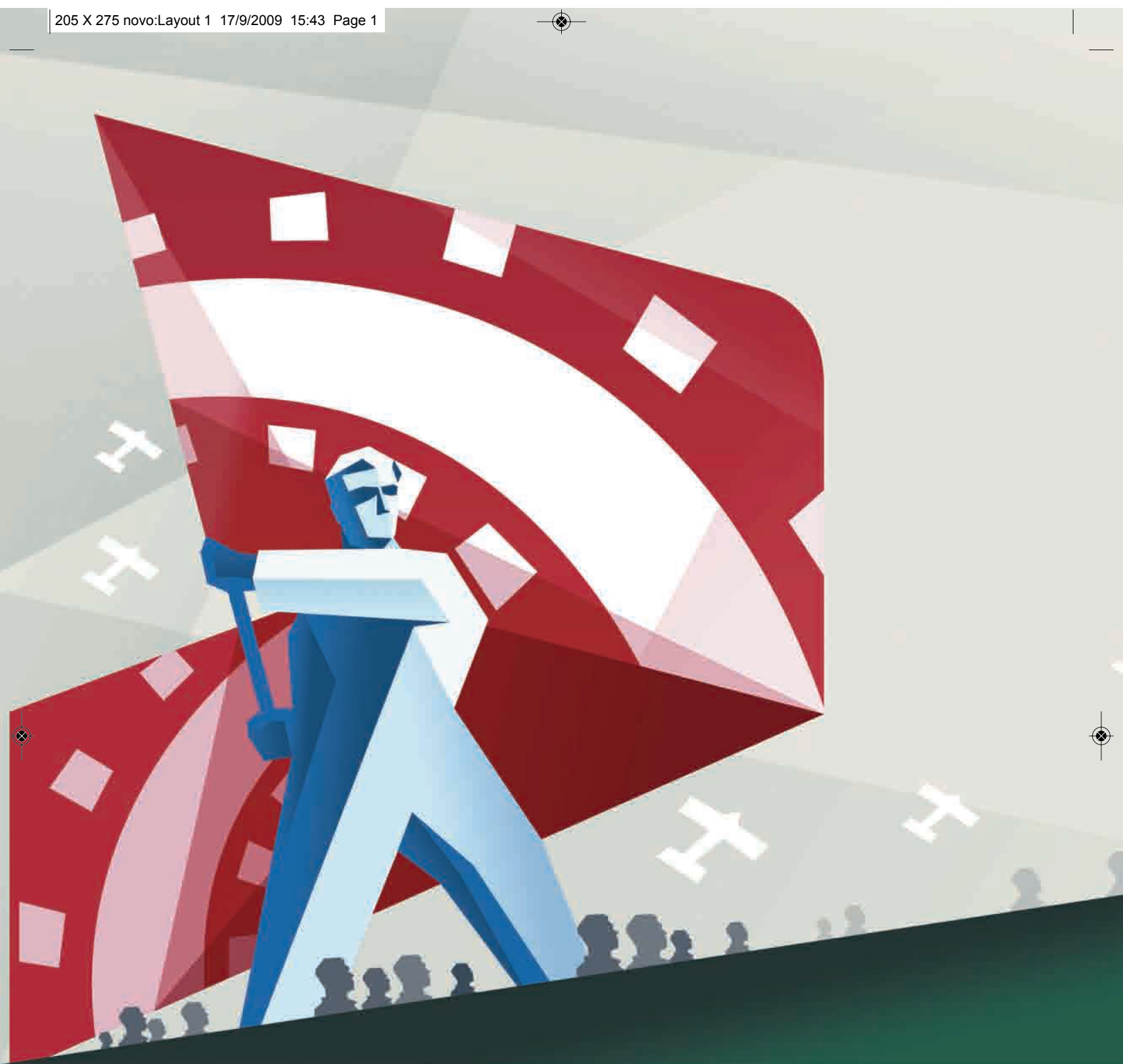
arte::

Design interativo

O fantástico mundo dos sites que se transformam em games, funcionam sem mouse e rodam como se fossem vídeos



7 189893 019342 66



Software Delivery

Revolucionando a forma de desenvolvimento de projetos de software

A Gonow descomplica a sua T.I. através de soluções rápidas, flexíveis e customizadas.

Nosso conhecimento na implantação de projetos de software e a experiência de mais de 70 consultores garantem que nossos clientes mantenham o foco no desenvolvimento do próprio negócio.

Sua empresa cresce com nosso pacote de soluções e serviços que agregam valor para seus processos, respeitando prazos e custos.

Design e usabilidade são características essenciais que acompanham o passo a passo de cada projeto, sempre buscando atender as necessidades dos usuários.



Ruby on Rails Gonow é um movimento que veio para inspirar novas conquistas, soluções completas que prezam pela experiência centrada no usuário, agilidade de desenvolvimento e redução de custos.

Venha visitar nosso stand e conhecer de perto o nosso jeito criativo de trabalhar.

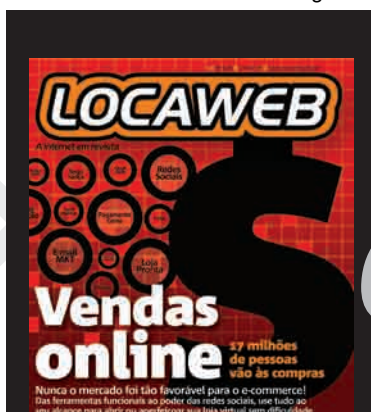
13 e 14 de outubro no Anhembi, São Paulo

Se você precisa de:

- ✓ Foco no negócio
- ✓ Aceitação a mudança
- ✓ Mais valor
- ✓ Mais rapidez
- ✓ Menos desperdício

Entre em contato:

gonow
www.gonow.com.br

**Locaweb em Revista Edição 18**

VP Comercial: Cláudio Gora

Gerente de Marketing: Victor Sebastian Reis da Silva

Coordenação de Comunicação: Alexandre Porto

Coordenação Editorial: Deborah De Mari

Editora Europa

Editor e Diretor Responsável: Aydano Roriz

Diretor Executivo: Luiz Siqueira

Diretor Editorial e Jornalista Responsável:

Roberto Araújo - MTb.10.766 - araujo@europacet.com.br

Editores: Paulo Basso Jr. e Sérgio Vinicius

Revisão: Cátia de Almeida

Editor de Arte (projeto gráfico): Alexandre Dias (Nani)

Colaboração: Felipe Magalhães, Luciano Delfini,

Guilherme Tsubota, Fábio Balancin e Rafael Abraham

Publicidade São Paulo:

E-mail: publicidade@europacet.com.br

Diretor de Publicidade: Mauricio Dias (11) 3038-5093

Executivos de Negócios: Alessandro Donadio, Angela

Taddeo, Flavia Pinheiro, Claudia Alves, Elisângela Xavier e

Rodrigo Sacomani.

Executivos de Contas: Leandro Blotta, Marcos Roberto e

Renata Naomi

Criação Publicitária: Rodrigo Barros e João Paulo Gomes

(11) 3038-5103 - Tráfego: Renato Peron (11) 3038-5097

Circulação e Promoção - Gerente: João Alexandre

Desenvolvimento de Pessoal:

Tânia Marília Ribeiro Roriz e Elisângela Tokashiki

Locaweb em Revista é uma publicação da Editora Europa Ltda. e do departamento de comunicação e marketing da Locaweb Serviços de Internet. A Editora Europa não se responsabiliza pelo conteúdo dos anúncios de terceiros.

Distribuidor Exclusivo para o Brasil:

Fernando Chignalia Distribuidora S. A. - Rua Teodoro da Silva,

907 - CEP 20563-900 - Grajaú - RJ

Impressão: Prol Editora Gráfica

Somos Filiais à ANER - Associação Nacional dos Editores de Revistas

São leitor

De portas escancaradas



Nada menos que 17 milhões de brasileiros devem gastar R\$ 10,5 bilhões em compras pela internet ao longo de 2009. Os dados, revelados na 20ª edição do relatório WebShoppers, elaborado pela empresa de consultoria em comércio eletrônico e-bit, revelam que não só o comércio eletrônico baterá seu recorde de vendas no País neste ano, mas também que o mercado não para de crescer. As oportunidades de negócios estão aí, dando sopa, e quem for mais esperto terá sucesso.

Algumas pessoas fazem parte desse mercado há um bom tempo, enquanto outras querem entrar. Ainda mais com a proximidade das festas de fim de ano, quando as vendas disparam. Seja qual for o seu caso, a **Locaweb em Revista** traz uma reportagem completa para que você aproveite o sucesso do e-commerce. Para quem já tem sua loja virtual, há exemplos de ferramentas que podem tornar o trabalho mais simples, eficiente e lucrativo. Para quem ainda não tem, basta seguir os passos básicos indicados por especialistas do setor para não ficar de fora e aproveitar o momento.

Fora isso, a edição deste mês traz um "abc" do cloud computing, fenômeno tecnológico que promete mudar sua vida e de sua empresa. Quando? Mais cedo do que você imagina, pois a tecnologia já vem sendo emplacada pelas grandes empresas do setor, como a Locaweb. Como? O repórter Sérgio Vinicius vai a fundo e traz exemplos práticos de aplicação da computação em nuvem.

Como se não bastasse, nas próximas páginas você verá novidades da disputa entre Microsoft e Google, além de técnicas de design interativo, como desenvolver aplicativos para o iPhone e tudo sobre o HTML 5, que terá sua versão lançada apenas em 2012, mas teve seus princípios básicos desvendados pela equipe de **Locaweb em Revista**. Boa leitura.

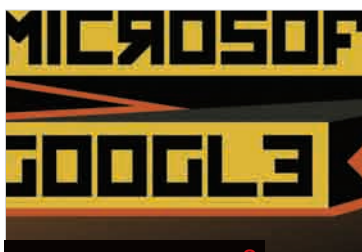
Claudio Gora

editor@locawebemrevista.com.br

O que tem nesta edição...



• Capa 28



• Microsoft X Google 38



• Design interativo 42



• Cloud Computing 46

• Entrevista: Max Petrucci	06
• E-mails	08
• Notícias	10
• KeepItSimple: Outsourcing	18
• Portfólio	20
• Opera Unite	22
• Crimes eletrônicos	24
• Vendas online	28
• Microsoft x Google	38
• Design interativo	42
• Artigo: René de Paula Jr.	45
• ABC do Cloud Computing	46
• Artigo: Marcelo Trípoli	50
• Case: Mohave	52
• Games para iPhone	54
• HTML 5	62
• Locavip	66

A MAIOR EDITORA DE LITERATURA CIENTÍFICA DO MUNDO PREFERE QUEM ENTENDE DE TECNOLOGIA.

kwarpup.com



ELSEVIER É A EDITORA DA MARCA CAMPUS

Wallace Voll - Gerente de TI da Elsevier
Cliente Locaweb desde 2008

"A Elsevier só pode pensar em inovação tecnológica com um parceiro que pense como ela. Durante o processo de seleção da parceria em Data Center para receber a estrutura de nosso site, levamos em consideração não apenas a parte financeira, mas principalmente a capacidade técnica, a qual a Locaweb demonstrou com sua característica de investimento em tecnologias inovadoras."

A Locaweb também foi escolhida como o Melhor Data Center do Brasil pela revista Info Exame e tem diversas soluções corporativas que oferecem alto desempenho, segurança, flexibilidade e toda a excelência em atendimento que sua empresa precisa.

Conheça nossas soluções: Cloud Computing, servidores e serviços dedicados para promover a hospedagem de sites e aplicações empresariais com capacidades robustas, alta performance e recursos exclusivos.



www.locaweb.com.br

LOCAWEB

Data Center • Cloud Computing • Servidores Dedicados • Sala Cofre • Colocation

Entrevista

“Fazemos só o que é digital, da forma mais integrada possível”

Max Petrucci, CEO e fundador da agência Garage, fala sobre a agência paulistana que revive o espírito de garagem do Vale do Silício

Por Rafael Abraham

Cidadão do mundo, Max Petrucci nasceu na Argentina, onde viveu até os 9 anos, quando seguiu com a família para a Itália. Um ano depois, desembarcou no Rio de Janeiro antes de mudar-se para São Paulo, onde se formou em administração pela Fundação Getúlio Vargas. A partir daí, Petrucci iniciou uma carreira de sucesso em agências digitais. Ficou cinco anos na Microsoft e foi responsável pelo lançamento do MSN e Hotmail no Brasil e, mais tarde, em outros países. Lá fora, conheceu agências interativas muito bacanas. Quando voltou ao Brasil, montou a Garage, que já fez trabalhos para empresas como Honda, Skol, Antártica e Mizuno e se tornou um culto ao empreender no mundo da tecnologia. A seguir, veja o que Petrucci tem a dizer:

Locaweb em Revista:: Por que a agência se chama Garage?

Max Petrucci:: O nome é uma homenagem a todas as empresas que foram fundadas em uma garagem.

LR:: Então começou na sua garagem?

MP:: Sim. Só partimos para um galpão quando tínhamos quatro pessoas. Nos associamos a um



Equipe da Garage \\ Com profissionais de interação, mídia, conteúdo, direção de arte, atendimento e planejamento, agência é liderada por Max Petrucci (o quinto da esq. para a dir.)

grande grupo muito cedo e o negócio acabou crescendo de forma muito rápida. Mais tarde, a sociedade não deu certo, mas não foi algo ruim: o Google, por exemplo, cresceu muito e ainda tem um tremendo espírito de garagem. O principal é não perder esse espírito.

LR:: Que tipos de trabalhos digitais são feitos na empresa?

MP:: Fazemos tudo o que é digital e ao mesmo tempo só o que é digital. É uma questão de foco. Em publicidade, existe hoje um grande dilema: a comunicação integrada. Há clientes que escolhem

agências especialistas para cada parte (online, offline, ATL, BTL) e há quem prefira ter uma agência única.

Acreditamos que a integração é necessária e será cada vez maior. Mas nos focamos só no digital para fazê-lo muito bem. É o que chamamos de full interactive: fazemos só o que é digital, da forma mais integrada possível. Pensamos de forma interativa, não apenas digital. A interação é a consequência, o digital a ferramenta. O que importa é fazer um bom trabalho, que ajude cada vez mais a web a ganhar o espaço que merece, que ajude os clientes a aproveitar o seu potencial.

Entrevista ■

LR:: Quais as especialidades da agência Garage?

MP:: Conquistamos o espaço no mercado por ter uma visão de marca e negócio consistente no mundo digital. Nosso ponto forte é ajudar o cliente a ter uma visão abrangente do mundo digital, de tudo o que é possível fazer para melhorar a marca e o negócio. Existimos para aproximar as pessoas das marcas.

LR:: Quais os maiores erros cometidos pelas empresas ao gerenciarem suas marcas online?

MP:: É justamente não perceber essa oportunidade, esse potencial da web. Já melhorou muito de dois, três anos para cá. Mas é só a ponta do iceberg.

LR:: Como funciona o processo criativo da agência?

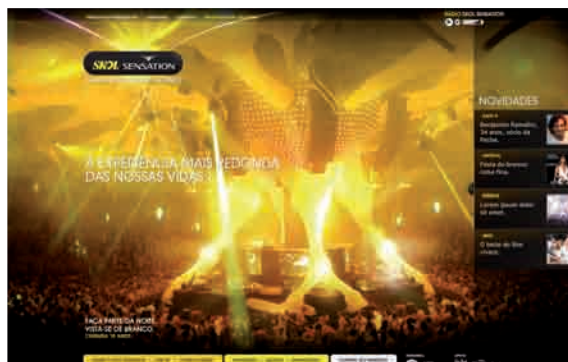
MP:: Criação é como futebol: todo mundo acha que entende. Por isso é muito fácil criticar, de longe. Mas aqui, há interação. Em uma garagem não existe espaço para burocracia ou política. Todo mundo é incentivado a dar palpite no sentido da crítica construtiva, seja criação ou planejamento. Em uma garagem, não faz sentido as pessoas não interagirem. Entre os setores não há portas ou barreiras. Não há salas aqui.

LR:: Qual é a maior dificuldade em se fundar uma agência?

MP:: Várias. A dificuldade da start-up é romântica, mas começar uma empresa do zero é um parto. Quando desfizemos aquela sociedade em 2007, foi um período difícil, bem como a crise recente. Mas tudo faz parte. Não conheço uma grande empresa que não tenha passado por uma grande dificuldade.

LR:: Qual trabalho até aqui os deixaram mais orgulhosos?

MP:: O do Skol Beats. É o que tem mais tempo de casa, é o que deu muito certo em vários sentidos e expressa muito bem a nossa filosofia



Jobs \\ Entre os trabalhos da Garage, destacam-se o portal do evento Skol Sensation (www.skolsensation.com.br) e o da versão esportiva do New Honda Civic Si (www.newcivicsi.com.br)



* O Google, por exemplo, cresceu muito e ainda tem um tremendo espírito de garagem. O principal é não perder esse espírito

de não fazer somente aquilo que o mercado está acostumado a fazer, que o cliente compra mais fácil. Ele tem reconhecimento não só aqui dentro, mas em eventos como Cannes, Abanet e Proxima.

LR:: Você encontra muitas dificuldades na hora de contratar pessoal qualificado?

MP:: Sim. O mercado é muito dinâmico e diversificado. Temos um time de especialistas que sempre nos acompanha, o time da casa. E temos também as pessoas que contribuem com certos trabalhos, os freelancers.

Estamos sempre procurando as melhores pessoas do mercado, tanto na área de programação quanto em criação, atendimento e por aí vai. É indiscutível, porém, que há um grande problema de mão de obra neste segmento: todo mundo é muito inexperiente e, ao mesmo tempo, muito procurado. Mesmo porque existe uma grande movimentação e uma ilusão de crescimento profissional.

LR:: Em que projeto a Garage está mais focada no momento?

MP:: Na reconstrução do site e de toda plataforma Skol Beats. O grande foco da agência agora é interação e utilidade. Nesse caso, trata-se de um portal da balada, então temos que fornecer cada vez mais serviço/utilidade para quem usa o portal para resolver sua vida noturna com qualidade.

e-mails



//Envie seu e-mail

Se você tem alguma dúvida, sugestão ou crítica, entre em contato com nossa redação pelo e-mail locaweb@europenet.com.br.

Cache no Flash

Existe um problema que enfrento com uma certa frequência nas minhas páginas com animações em Flash: quando faço alguma modificação no filme, ela não aparece para os visitantes que já entraram no site antes. Acho que isso acontece porque o arquivo anterior fica armazenado no cache. Existe alguma maneira de resolver esse problema?

Luis Machado - Por e-mail

Um jeito de resolver é incluir na página não o filme principal, mas um que sirva só para carregá-lo. Por exemplo, em vez de incluir o arquivo principal.swf, use um arquivo chamado vazio.swf,

com o seguinte código em seu quadro inicial:

LoadMovieNum
("principal.swf", 0)

Interação com pop-up

Tenho uma página que contém um link para abrir um formulário em uma janela pop-up. Minha dúvida é: como fazer para que, assim que o visitante preencher o cadastro exibido na tela e enviá-lo, ele feche a janela que originou pop-up e o sistema seja atualizado automaticamente?

Luciano Moraes

Por e-mail

A propriedade do objeto Window do JavaScript, chamada *opener*,

permite referenciar a janela que abriu a atual. Você pode usá-la para construir uma função que está precisando. Veja um exemplo:

```
function atualiza(){
  self.close();
  window.opener.
    location.reload();
  window.opener.focus();}
```

Imagens com links

Todas as vezes que crio uma imagem com link nas minhas páginas, aparece um linha azul em volta dela. Existe alguma maneira de retirar essa borda? Qual é o comando que eu preciso usar?

Marco Aurélio - Por e-mail

Essa borda serve para indicar aos usuários

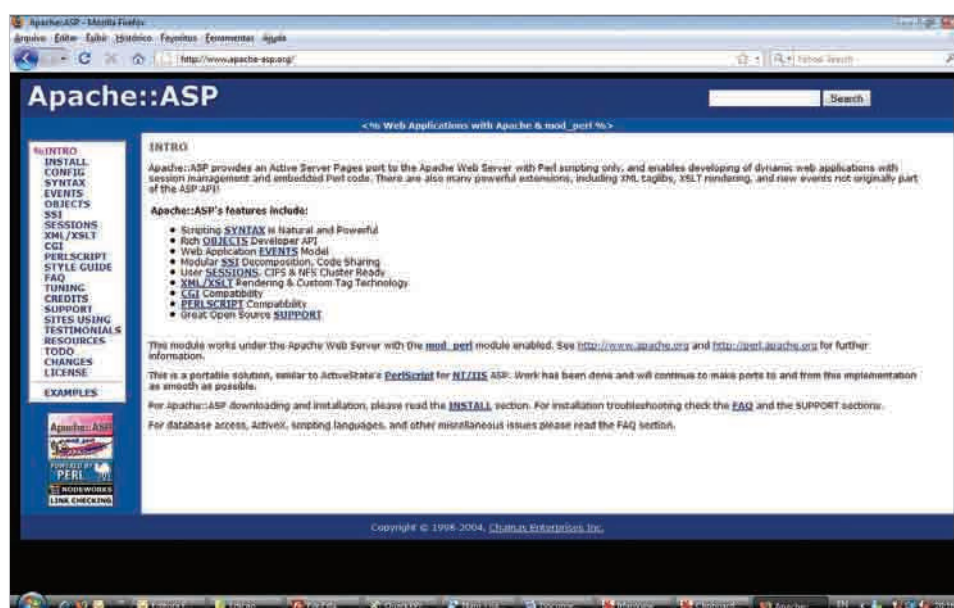
quais imagens são links, mas praticamente nenhum designer usa esse recurso. Para retirá-la, adicione atributo BORDER="0" na sua tag IMG. Mesmo assim os internautas conseguirão identificar as figuras com link, já que o cursor do mouse irá mudar a sua aparência quando passar por cima delas.

ASP no EasyPHP

Instalei o EasyPHP em meu micro e uso como OS o Windows XP. O PHP e o MySQL funcionam perfeitamente. Neste cenário, gostaria de saber se existe a possibilidade de fazer funcionar um servidor ASP no EasyPHP.

Gilberto - Por e-mail

A princípio, o servidor Apache instalado com o EasyPHP não serve para executar páginas ASP. Você pode tentar o Apache::ASP (www.apache-asp.org), por exemplo, mas esse sistema só suporta programação em Perl, o que dificulta o processo para quem não conhece a linguagem. O melhor é usar o servidor IIS (Internet Information Server) para testar suas páginas ASP. Caso você use a versão profissional do XP basta, instalar e iniciar esse componente por meio do painel de controle do sistema operacional.



ASP no EasyPHP \ Caso você domine a linguagem Perl, experimente o Apache::ASP (www.apache-asp.org) para rodar um servidor ASP no EasyPHP. Outra opção é o usar o servidor IIS para testar suas páginas ASP

AGILIDADE, QUALIDADE
E ÓTIMOS RESULTADOS. A LOCAWEB
TEM TUDO A VER COM A DAFRA.

kwarup.com



Ronaldo Vicente Bifulco Jr., *Gerente de Tecnologia e Operações da Daфра.*
Cliente Locaweb desde 2008.

“A Daфра é uma das marcas de motos mais vendidas no Brasil. Fundamentada na mais alta qualidade e tecnologia, não poderia possuir outro parceiro senão a Locaweb para hospedar seus websites e aplicações de missão crítica. Agradecemos à Locaweb por superar todas as expectativas nessa parceria com muita competência, profissionalismo e qualidade nos serviços prestados.”

A Locaweb também foi escolhida como o Melhor Data Center do Brasil pela revista Info e tem diversas soluções corporativas que oferecem alto desempenho, segurança, flexibilidade e toda a excelência em atendimento que sua empresa precisa.

Conheça nossas soluções: Cloud Computing, servidores e serviços dedicados para promover a hospedagem de sites e aplicações empresariais com capacidades robustas, alta performance e recursos exclusivos.



www.locaweb.com.br

LOCAWEB

Data Center • Cloud Computing • Servidores Dedicados • Sala Cofre • Outsourcing



Full Color®

PhotoStop
TECNOLOGIA GRÁFICA

notícias

blog.locaweb.com.br

Confira as novidades da maior empresa de hospedagem de sites do Brasil

Novo data center entra em operação

Parque com 55 mil m² localizado na Zona Sul de São Paulo deve abrigar até 25 mil servidores nos próximos cinco anos

Com o objetivo de suportar a crescente demanda dos clientes, a Locaweb ampliou a sua infraestrutura ao inaugurar o primeiro módulo de seu novo Data Center. Localizado na Zona Sul de São Paulo, em um terreno com nada menos que 55 mil m², o módulo tem capacidade para suportar o funcionamento de mil servidores. Detalhe: o projeto completo prevê abrigar até

25 mil servidores dentro de cinco anos.

A nova estrutura permitirá que a Locaweb ofereça redundância de data center e de links de internet, assim como capacidade adicional para abrigar servidores de alta performance. Isso tudo sem falar em estrutura dupla de energia e ar-condicionado em toda a instalação.

“Antes de iniciarmos o projeto, nosso Data Center

Tecnologia de ponta \\ A expectativa é de que, até o fim do projeto, o novo Data Center consuma 20 megawatts de energia para processamento, o que o posicionará como o maior do Brasil nesse quesito

suportava até 3,2 mil servidores.

A ampliação feita apenas com esse primeiro módulo já nos trouxe ganho significativo, suficiente para atendermos às crescentes demandas de nossos clientes”, explica Alexandre Glikas, diretor comercial da Locaweb.

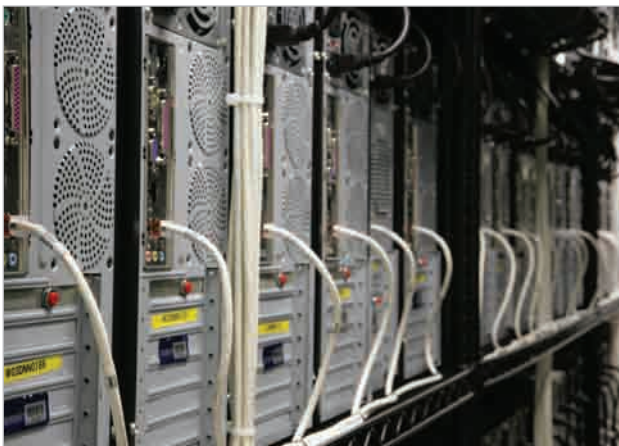
Ambiente verde

Outro ponto importante do projeto refere-se à preocupação na construção de um ambiente sustentável. “Esse cuidado englobou desde a escolha dos equipamentos, que têm a melhor eficiência energética do mercado e dos parceiros e fornecedores, todos certificados e com



políticas ambientais definidas; até o uso de componentes que consomem menos água e diminuem a emissão de poluentes”, diz o executivo.

Segundo a Locaweb, o primeiro módulo tem capacidade de um megawatt de potência instalada, o suficiente para comportar 36 racks de 15 kilowatts cada. A expectativa é de que, ao término do projeto, o novo Data Center consuma 20 megawatts de energia para processamento. Esse número é tão significativo que posicionará o parque como o maior do Brasil nesse quesito.



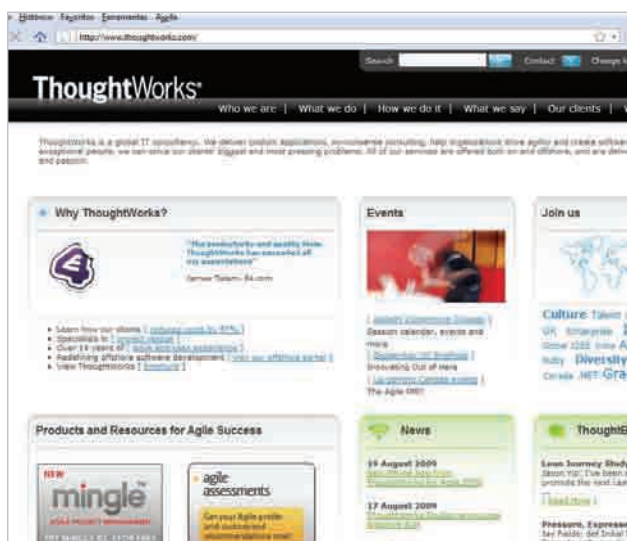
LOCAWEB INVESTE R\$ 35 MILHÕES EM QUALIDADE DE SERVIÇOS

Para atingir a excelência na prestação de serviços e aumentar a eficiência da equipe de atendimento, a Locaweb tem feito grandes investimentos que totalizarão o montante de R\$ 35 milhões até o final de 2009.

As iniciativas já realizadas pela empresa são:

- Inauguração do primeiro módulo do novo Data Center, que terá capacidade para abrigar até 25 mil servidores quando o projeto for concluído.
- Contratação de 179 novos colaboradores, dos quais 114 foram destinados aos times de suporte ao cliente, além de cinco experientes programadores que vieram da Caelum (www.caelum.com.br).
- Consultorias de capacitação com renomados profissionais e empresas: MartinCagan (Gestão e desenvolvimento de produtos), Kyrie Robinson (User Experience Design), Martina Lauchengco (Marketing) e a empresa ThoughtWorks (Desenvolvimento de software).
- Lançamento da nova unidade de Outsourcing, destinada a projetos de grandes corporações.

Essas são algumas das iniciativas que reafirmam o compromisso e a transparência da equipe da Locaweb em busca da melhoria contínua de seus processos, com o intuito de proporcionar aos seus clientes os melhores serviços de internet e Data Center.



Excelência \ A empresa ThoughtWorks, especializada em desenvolvimento de software, é uma das consultorias contratadas pela Locaweb

www.locaweb.com.br/outsourcing

Nova unidade de negócios dedicada ao atendimento de projetos especiais



Outsourcing \ A nova divisão gerencia operações de TI com altíssima disponibilidade e customizadas para grandes empresas

Entre os novos projetos da Locaweb, destaca-se o lançamento da unidade de Outsourcing, destinada a projetos de grandes corporações. “Alguns de nossos clientes solicitam soluções personalizadas em gerenciamento de ambientes de TI que exigem altíssima disponibilidade, link de comunicação privado com segurança e redundância de operações em data centers replicados para garantir acesso e estabilidade”, afirma o diretor comercial da Locaweb, Alexandre Glikas. “Nossos serviços de Outsourcing vêm ao encontro dessa demanda, oferecendo qualidade, tecnologia de ponta e atendimento exclusivo, com flexibilidade na definição prévia de prazos de resposta ao cliente, de acordo com a criticidade e complexidade de cada caso”, completa o executivo.

Recentemente, a Locaweb recebeu as premiações de Melhor Data Center pela *InfoExame*, e ficou em primeiro lugar na categoria Hosting Infrastructure Services no ranking do IDC. Tudo isso é fruto do trabalho de uma equipe altamente especializada para desenhar projetos únicos e prover soluções para as necessidades específicas de grandes empresas.

São profissionais certificados e focados em manter as operações de forma ininterrupta e com disponibilidade de até 99,99%, atuando em diversas camadas do gerenciamento de infraestrutura e de aplicações. Entre os cenários abrangidos estão: Site Backup com múltiplas redundâncias, inclusive físicas; Disaster Recovery Site e Disaster Recovery Plan; gestão de bancos de dados e aplicações de missão crítica; redes privadas de comunicação; e gestão de ambientes privados de Cloud Computing (“Private Cloud”).

✳ **Nossos serviços de Outsourcing oferecem qualidade, tecnologia de ponta e atendimento exclusivo**

Alexandre Glikas,
diretor comercial
da Locaweb

■ **Wishlist**

O melhor da cultura digital

Nesta seção, você confere o que há de melhor nas prateleiras ao redor do mundo quando o assunto é alta tecnologia, conectividade com a web e diversão eletrônica

● **Pendrive de 32 GB**

O novo pendrive MicroVault Click, da Sony, é praticamente um HD externo. Tem 32 GB e atende aos anseios de quem precisa transferir vídeos, imagens em alta e documentos pesados com rapidez e praticidade. Com design elegante e LEDs indicadores de funcionamento, o produto tem preço sugerido de US\$ 52 e faz parte da famosa linha da marca de pendrives USB, que reúne modelos de 4 GB, 8 GB e 16 GB.

Mais informações: www.sony.com.br



● **Smartphone da LG**

Com tela touch screen de 3 polegadas, o novo smartphone da LG GW620 tem teclado que desliza e abriga o sistema operacional Windows Mobile, cujas soluções são adequadas para quem precisa acessar clientes de e-mail, navegar na internet e armazenar arquivos como fotos, vídeos, músicas e documentos de texto. Com previsão de lançamento na Europa para o fim do ano, ainda não tem preço estipulado.

Mais informações: www.lg.com



Wishlist ■

Roteador WRT160N

O novo roteador WRT160N da Cisco foi elaborado para oferecer melhor velocidade, controle de banda e tecnologia com foco nos usuários residenciais, que precisam de uma cobertura ampla de sinal Wi-Fi para transferir e imprimir arquivos e distribuir o sinal da internet sem a necessidade de fios. O produto embarca na tecnologia de redes sem fio Wireless-N, cuja velocidade pode chegar a 270 Mbps, com alcance até quatro vezes maior que o da tecnologia G. O roteador tem preço sugerido de R\$ 449.

Mais informações: www.cisco.com



Impressora fotográfica

A impressora fotográfica compacta Canon SELPHY CP780 foi desenvolvida para ser fácil de usar e de carregar. Equipada com tela de LCD de 2,5 polegadas, que torna a navegação mais simples, produz imagens com qualidade superior à de outros modelos semelhantes graças à função Otimização de Retratos. Com lançamento na América Latina previsto para o fim de outubro, a impressora tem preço sugerido de US\$ 99 nos EUA.

Mais informações: www.canon.com.br

TV digital no notebook

Dois novos dispositivos USB lançados pela Elgin permitem que você transforme facilmente seu notebook em uma TV digital portátil. O modelo TV FS-01 é capaz de captar os sinais HD (1080i) e o TV HF-01, que, além de sintonizar o sinal HD, também conta com sintonizador de rádio FM. Ambos os modelos trazem um software que permite pausar, retroceder e gravar a programação da TV em tempo real. Os sintonizadores já estão disponíveis e podem ser encontrados em lojas especializadas por R\$ 200 (TV FS-01) e R\$ 300 (TV HF-01).

Mais informações: www.elgin.com.br



■ Wishlist

● Áudio sem fios

A empresa norte-americana Bose lançou uma novidade para quem curte ouvir som pelo PC. Trata-se do SoundLink: um sistema capaz de reproduzir o áudio do computador por meio de uma interface wireless. O dispositivo acompanha um adaptador sem fio USB que deve ser conectado ao computador para a funcionalidade, dispensando a necessidade de uma conexão Wi-Fi. O sistema é comercializado lá fora por US\$ 550.

Mais informações: www.bose.com



● Dockstation Hi-fi

Produzido pela HomeAudio, o iP1 é um dockstation para iPod dotado de uma tecnologia muito especial: a Bongiovi Acoustic DPS. O recurso, que foi projetado por grandes produtoras musicais, analisa e corrige todas as falhas de frequências encontradas no áudio reproduzido, fazendo com que a música soe exatamente como o artista gravou. Com potência total de 100 watts RMS, o iP1 é compatível com todas as versões do iPod e conta com saída de vídeo para a reprodução de filmes armazenados no aparelho. O iP1 pode ser adquirido por US\$ 300.

Mais informações: www.ihomeaudio.com/iP1

● Blu-ray baratinho

A empresa norte-americana Memorex é a responsável pela produção de um dos Blu-ray players mais em conta no momento: o MVB2510, que custa menos de US\$ 200. Apesar de oferecer apenas as funções básicas, o player traz os decodificadores de áudio de alta definição Dolby TrueHD e DTS HD, o que o torna ideal para você dar os primeiros passos no mundo da alta definição. Em lojas online, como a www.amazon.com, é possível encontrar o modelo por até US\$ 180.

Mais informações: www.memorex.us



O mercado pede qualificação.

CURSOS CAELUM !

FJ-11

Java e Orientação a Objetos

**FJ-16**

Laboratório Java com Testes, XML e Design Patterns

**FJ-21**

Java para Desenvolvimento Web



Formação Consultor Java

FJ-19

Preparatório para Certificação Java

**RR-71**

Desenvolvimento ágil para Web 2.0 com Ruby on Rails

**RR-75**

Ruby e Rails avançados: lidando com problemas do dia a dia

Formação Ruby on Rails

**FJ-26**

Laboratório de MVC com Hibernate e JSF para a Web

**FJ-31**

Java EE avançado e Web Services

Formação Consultor Java EE Avançado

**FJ-34**

Desenvolvimento para Web com JBoss Seam

**FJ-27**

Spring Framework

**FJ-91**

Arquitetura e Design de Projetos Java

**CSM**

Certified ScrumMaster

São Paulo: Rua Vergueiro - 3185, 8º andar - Vila Mariana, 11 5571-2751

Rio de Janeiro: Rua Senador Dantas - 80, cj. 307 - Centro, 21 2220-4156



Brasília: SCS Qd. 8 Bl. B-50 Sala 521- Ed. Venâncio 2000, 61 3039-4222


Caelum
Ensino e Inovação

www.caelum.com.br

■ Notícias/Circuito

Sua leitura sobre internet

Confira dicas interessantes de livros que tratam de temas ligados ao mundo da tecnologia da informação



O poder do Twitter

Joel Comm e Ken Burge abordam como os profissionais dos mais variados segmentos podem incorporar o microblog Twitter em seus negócios, para implementar as ferramentas de marketing digital e gerar crescimento de receitas.

Preço: R\$ 59,90

Editora: Gente

Informações: www.editoragente.com.br



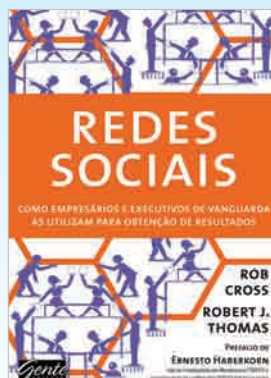
jQuery: A Bíblia do Programador JavaScript

Maurício Samy Silva relata scripts JQuery de emprego real, todos comentados e disponíveis para download, e mostra um estudo da sintaxe e o emprego dos seletores e comandos da ferramenta.

Preço: R\$ 54,90

Editora: Novatec

Inf.: www.novatec.com.br



Redes Sociais

De Rob Cross e Robert J. Thomas, a obra revela aos empresários e executivos como obter excelência em inovação e atingir os resultados com mais facilidade por meio do uso inteligente das redes sociais nos seus negócios.

Preço: R\$ 64,90

Editora: Gente

Informações:

www.editoragente.com.br

//EVENTOS E CURSOS

Futurecom 2009

O Futurecom é um evento de Telecom e TI que proporciona às empresas e aos profissionais um ambiente adequado para o desenvolvimento de negócios, conhecimento e relacionamento. As apresentações do seminário serão realizadas em sete auditórios e divididas em três sessões: Empresariais Premium, com tendências, visão e estratégias; Marketing and Business, com aplicações, serviços e negócios; e Tecnologia. De 13 a 16 de outubro em São Paulo, no Transamérica Expo Center. Mais em www.futurecom2009.com.br.

Encontro de Webdesign

O Encontro de Webdesign, pioneiro na área e referência nacional, encerra sua 14ª edição, apresentada em diversas capitais do Brasil, em Recife, no dia 14 de novembro. O evento, que será realizado no Recife Hotel Palace, costuma reunir profissionais com o objetivo de trocar informações sobre o potencial da internet e a importância do design e da tecnologia neste meio. Mais informações podem ser vistas no site www.edited.com.br.

1ª Conferência Web W3C Brasil

O evento, que será realizado em São Paulo, dia 23 de novembro, promoverá debates sobre a evolução da web, a padronização de suas tecnologias e seu impacto na sociedade e na cultura. Informações no endereço <http://conferenciaweb.w3c.br>.

TUTORIAIS E VIDEOAULAS ONLINE

O ambiente online é bastante propício para videoaulas, já que permite ao aluno acompanhar as lições quando e onde quiser. A cada edição da **Locaweb em Revista**, você vê o melhor em cursos disponíveis na internet



Curso de HTML

Duração: 7 minutos e 40 segundos

Preço: gratuito

URL: www.youtube.com/watch?v=RKMCC-64SjA

BLOG DO MÊS



InterNey.net

As ótimas dicas para criação de blogs permitiram a Edney Souza largar o emprego e viver de seu próprio blog.

URL: www.interney.net



TWITTOSFERA

Endereços de profissionais web que fazem a diferença na Twittosfera

@radiosite

Editora do radiodelicatessen, diretora do Nossoestúdio, consultora em planejamento estratégico de Mkt e comunicação web

@herdeirodoocaos

Jornalista e blogueiro

@trasel

Jornalista, professor da Fames/PUCRS e editor de blogs variados

@baunilha



Blogueira, escreve no <http://smellycat.com.br>

@ag2

Agência webnative AG2

@gfortes

Fundador da Agência Espalhe

@garotageek



Blogueira

@simviral

Escreve no blog www.simviral.com

@rodrigoprior

Blogueiro, escreve no blog www.pvision.com.br/blog

@charlescade

Jornalista e consultor de comunicação

@arthurcesar

Publicitário

@elinekullock

Fundadora da Foco RH e especialista em geração Y

@luizyassuda

Publicitário e blogueiro

@hugobarauna



Programador <http://plataformatec.com.br>

@mawa

Social Media da agência Sinc e fotógrafa

@fabiokung

Software Architect

@tapajos

Software Developer

@pedrocardoso

Jornalista e webwriter <http://receitadosucesso.com>

@cavallini

Blogueiro, escreve no wishlist

@webpaulo



Professor de novas mídias, escreve no blog www.marketingdebusca.com.br

@fugita

Blogueiro, escreve em <http://techbits.com.br>

@Ana Erthal



Arquiteta de informação, escreve em www.anaerthal.com.br

@meninaquejoga

Blogueira e jornalista, escreve em www.meninaquejoga.com

@gustavoloureiro



Um dos autores do e-book *Web Analytics - Uma Visão Brasileira I e II*

@janaludicices

Ilustradora

@letsvamos



Blogueiro, escreve no Lets Vamos (www.letsvamos.com)

@chmkt

Carlos H. Vilela escreve no blog <http://www.chmkt.com.br>



keepitsimple

Nova unidade de negócios dedicada ao atendimento de projetos de TI deve atrair empresas de grande porte

Vantagens

- Com os projetos exclusivos, desenhados com tecnologia de ponta e soluções multimediais, para atender a necessidades técnicas em 24 horas do dia.
- Otimiza investimentos em ativos fixos e em despesas com manutenção e gerenciamento de serviços.
- Reduz custos com garantia de qualidade, desempenho e disponibilidade de até 99,99% para suas aplicações.
- Tem a disposição uma infraestrutura para crescer sob demanda, com agilidade e sem complexidade.

Por que escolher a Locaweb?

- Data Center próprio no Brasil, que abriga políticas ambientais, controle para uma operação sustentável.
- Segurança física e lógica garantida por um processo formal de gestão de mudança.
- Profissionais certificados em ITIL, SAP, Oracle, Linux, Windows e outras especialidades.
- Atendimento especializado e rápido, com flexibilidade para definir prazos de resposta por interesse e complexidade.

Além disso, foi eleito o melhor Data Center do Brasil pela INFO Systems 2008 e o líder no segmento de Hosting Infrastructure Services segundo a IDC Brasil.

- Garantia sobre Data Center
- Atende os requisitos dos clientes que utilizam soluções corporativas.

Traga sua operação de TI para a Locaweb: gaste tempo para ficar em seu core business e concentre esforços na estratégia de seus negócios.

LOCAWEB Produtos Soluções Atendimento Sobre a Locaweb

Buscar Todos

Soluções > Outsourcing

Outsourcing

Soluções únicas para seu negócio

O serviço de **Outsourcing da Locaweb** conta com uma equipe altamente capacitada para desenhar projetos únicos no mercado de TI, com soluções customizadas para grandes empresas.

São profissionais certificados e focados em manter sua operação com **altíssima disponibilidade**, atuando em diversas camadas do gerenciamento de infraestrutura e de aplicações, em cenários como:

- Site backup com múltiplas redundâncias, inclusive físicas
- Disaster Recovery Site (DRS) e Disaster Recovery Plan (DRP)
- Gestão de bancos de dados, web servers, application servers, aplicações de missão crítica e em Fail Over
- Soluções em Private Cloud e link dedicado para redes privadas de comunicação
- Infraestrutura, conectividade e segurança para operações robustas de e-commerce

Vantagens

ESTE MÊS

Serviço: Outsourcing

Site: www.locaweb.com.br/outsourcing

Outsourcing Locaweb

Projetos desenhados sob medida para empresas que necessitam de soluções customizadas

Por Sérgio Vinícius

Um dos mais novos serviços oferecidos pela Locaweb é o Outsourcing. Trata-se de um produto corporativo, voltado a empresas que necessitam de um parceiro para gerenciar seus projetos de TI.

Com alto nível de customização de projetos para grandes corporações, a nova divisão gerencia operações de TI com altíssima disponibilidade. A ideia é que a nova unidade de negócios dedicada ao

atendimento de projetos especiais de tecnologia da informação atraia empresas de grande porte. “Alguns clientes solicitam soluções personalizadas de gerenciamento de ambientes de TI que exigem

✳ Com alto nível de customização de projetos voltados para grandes corporações, a nova divisão gerencia operações de TI com altíssima disponibilidade

disponibilidade, link de comunicação privado com segurança e redundância de operações em data centers replicados, para garantir acesso e estabilidade”, diz Alexandre Glikas, diretor comercial da Locaweb. “Nossos serviços de Outsourcing vêm ao encontro dessa demanda, oferecendo qualidade, tecnologia de ponta e atendimento exclusivo, com flexibilidade na definição prévia de prazos de resposta ao cliente, de acordo com a criticidade e complexidade de cada caso”.

Para iniciar operações Outsourcing, a Locaweb reuniu uma equipe especializada para desenhar projetos únicos e prover soluções para necessidades específicas de grandes empresas. Tratam-se de profissionais certificados e focados em manter as operações de forma ininterrupta e com disponibilidade de até 99,99%, atuando em diversas camadas do gerenciamento de infraestrutura e de aplicações.

* Com os serviços de Outsourcing da Locaweb, os clientes passam a contar com soluções exclusivas, desenhadas com tecnologias de múltiplos fornecedores, com custos reduzidos e garantia de qualidade da performance em processos de negócios

Ciente de que há uma grande lacuna no mercado relacionada a serviços customizados em TI, a Locaweb foca a nova divisão em diversos cenários distintos. Entre eles destacam-se:

1 Backup com múltiplas redundâncias, inclusive físicas;

2 Disaster Recovery Site (DRS) e Disaster Recovery Plan (DRP);

3 Gestão de bancos de dados, web servers, application servers, aplicações de missão crítica e em Fail Over;

4 Soluções em Private Cloud e link dedicado para redes privadas de comunicação;

5 Infraestrutura, conectividade e segurança para operações robustas de e-commerce.

Exclusividade e qualidade

Glikas explica que, ao optarem pelos serviços de Outsourcing da Locaweb, os clientes passam a contar com soluções exclusivas, desenhadas com tecnologias de múltiplos fornecedores, com custos reduzidos e garantia de qualidade e elevação da performance em processos de negócios.

“Dispomos de uma infraestrutura para crescer sob demanda, com muita agilidade e sem complicações. Além disso, a empresa tem dois modernos Data Centers próprios no Brasil, que adotam práticas sustentáveis de TI Verde e oferecem alta segurança física e lógica garantida por um processo formal de gestão de mudança”, completa o executivo.

Contato e desenvolvimento

Como o serviço de Outsourcing da Locaweb é realizado sob medida, é necessário um contato direto com os

profissionais da empresa para o desenvolvimento do processo.

Na página www.locaweb.com.br/outsourcing, é possível entrar em contato com especialistas e tirar todas as suas dúvidas.

No modelo de serviços adotado pela Locaweb, o programa oferece projetos exclusivos, desenhados com tecnologia de ponta e soluções multifornecedor. O objetivo é atender a necessidades técnicas ou de regras de negócios.

Fora isso, é muito importante salientar que o Outsourcing permite à empresa otimizar investimentos em ativos fixos e em despesas com manutenção e gerenciamento de serviços.

Por meio de uma solução personalizada, é possível diminuir consideravelmente custos com garantia de qualidade, desempenho e disponibilidade de até 99,99% para aplicações das empresas.

Ao lado \ Para iniciar operações Outsourcing, a Locaweb reuniu uma equipe especializada para desenhar projetos únicos e prover soluções para necessidades específicas de grandes empresas

Abaixo \ Há um endereço eletrônico no qual os usuários podem entrar em contato com especialistas da empresa e tirar todas as dúvidas a respeito do serviço



portfólio

Todo mês, o trabalho de alguns parceiros da Locaweb que chamam a atenção na rede mundial e acumulam prêmios de desenvolvimento

Urbanias

Com o intuito de unir os mundos virtual e real, o Urbanias é um portal de cidade e cidadania que traz diversas informações e ferramentas com o intuito de facilitar e estimular o empreendedorismo individual, e a melhoria de todos os aspectos relacionados à qualidade de vida na cidade: rotinas dos moradores, trânsito, problemas nos bairros, meio ambiente e vida política, entre outros.

www.urbanias.com.br



Camiseteria

Última palavra em rede social fashion, a Camiseteria é um serviço que trabalha com venda de camisetas com estampas elaboradas pelos usuários, seguindo o conceito colaborativo para definição dos melhores desenhos. Qualquer um pode entrar no site, votar nas estampas e deixar comentários, o que torna o produto final mais personificado e muito divertido.

www.camiseteria.com.br





Proteção completa, que você paga só pelo que usar. Só podia ser F-Secure.

A F-Secure está sempre inovando para proporcionar a melhor proteção pessoal e corporativa. Agora, a F-Secure inova também na forma de fazer negócios. É o SaaS - *Software as a Service*. Esqueça as caixas, CDs, licenças e tudo que só toma tempo e espaço da sua empresa. Proteja seu sistema com a segurança das soluções completas e pague como um serviço.

Por dentro do SaaS F-Secure: • Sob medida para sua empresa • Você usa por quanto tempo precisar • Pode interromper a utilização a qualquer momento • Sem fidelidade obrigatória • Você utiliza porque está satisfeito.



Saiba mais sobre a confiabilidade F-Secure:

- Líder mundial em proteção para dispositivos móveis e provedores de acesso (ISP).
- Maior índice de detecção de malwares e spywares do mercado brasileiro.
- Um dos menores tempos de resposta contra novas ameaças (0 a 2 horas).
- Proteção total contra vírus, spam, phishing e demais ameaças virtuais.
- Soluções completas de segurança corporativa premiadas em todo o mundo.

Solicite hoje mesmo uma visita comercial para demonstração de nossas soluções:
fs7@f-secure.com.br • (11) 2108 3300
www.f-secure.com.br

F-SECURE®

BRASIL
A PROTEÇÃO DEFINITIVA.

review

Ficha Técnica

Nome e versão: Opera Unite
Desenvolvedor: Opera Software
Licença: Freeware
Tamanho: 7,3 MB

Opera Unite, o navegador servidor

A nova versão do browser mais versátil da web tem uma série de ferramentas que transformam o computador em um servidor para troca de arquivos

Por Sérgio Vinícius

O Opera (www.opera.com.br) é visto por muitos como “o melhor navegador web que ninguém usa”. Versátil, o browser desenvolvido pela Opera Software é um verdadeiro canivete suíço no quesito interface com a internet. Além de exibir sites, o programa tem gerenciador de e-mails, leitor de RSS, gerenciador de downloads e suporte a torrent.

Em sua nova versão, a 10, o Opera pode ser integrado à plataforma Unite, que permite transformar o computador do usuário em um servidor (download do Opera Unite em <http://labs.opera.com/downloads>). Via assistentes, dá para compartilhar imagens, arquivos multimídia e criar salas de bate-papo com a facilidade de dois cliques.

Integração com Web Services

Pode parecer redundante dizer que um navegador tem grande interação com a web. Mas, no caso de browsers, uns têm mais “familiaridade” com o universo online enquanto outros, basicamente, “mostram páginas” e nada mais – como é o caso do Google Chrome. O Opera sempre foi além disso e agora, com o Unite, chegou ao ponto de se tornar um servidor web.

Entretanto, antes de chegar a esse ponto, o browser galgou degrau a degrau essa intimidade. Aos poucos, recebeu recursos como gerenciador de e-mail, suporte a torrent e buscador web integrado à barra de tarefas. Depois dessas aplicações, que o tornaram finalmente um navegador robusto, em sua versão 7, o browser passou a angariar as chamadas “web services”.

A comunidade Opera, criada e mantida pela Opera Software, garante que usuários troquem informações, criem blogs e posts, debatam assuntos em fóruns. Nas páginas pessoais da comunidade, dá para gravar informações vindas do browser. Ao “sincronizar” o navegador com o servidor online Opera, são registrados itens como os favoritos do usuário, que podem ser recuperados de qualquer outro PC ao redor do

// INOVADOR

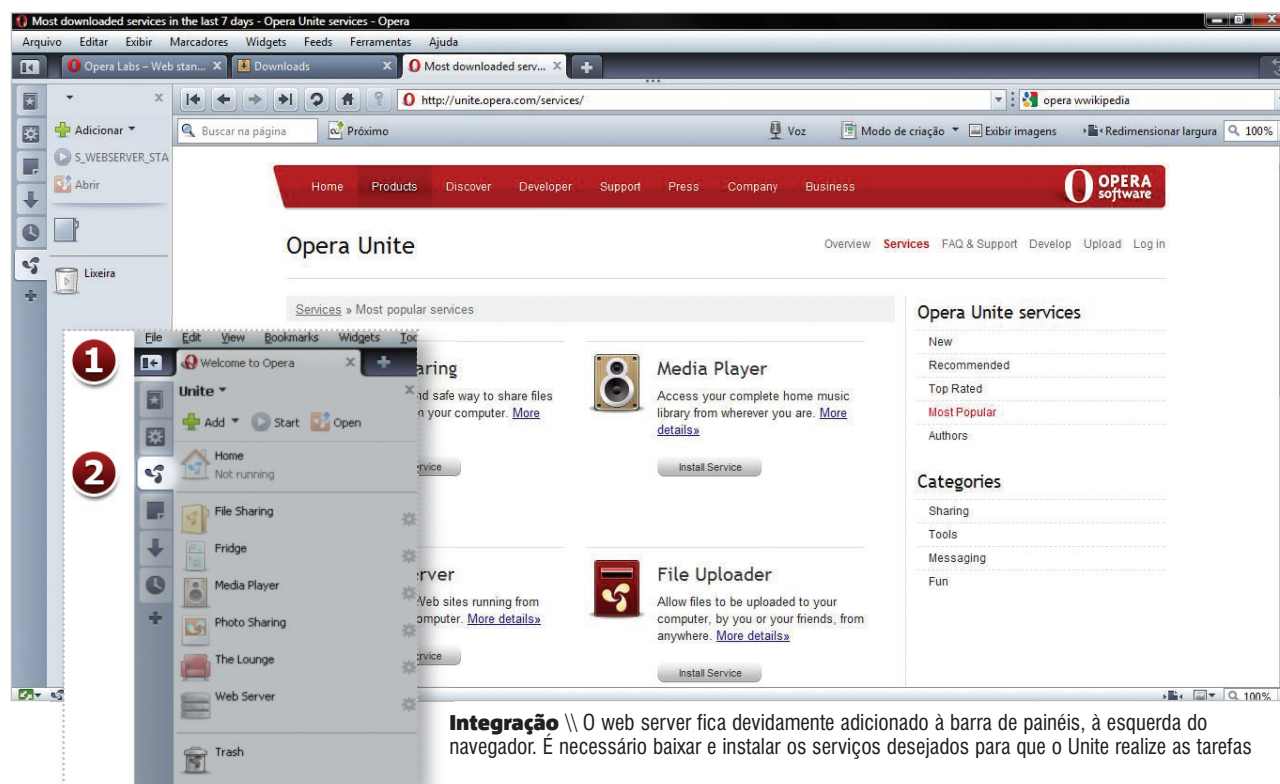
Desde o lançamento, em 1997, o navegador Opera se notabilizou por inovar. Foi o primeiro navegador popular a usar abas. Ele também implementou, antes dos principais concorrentes, bloqueador de pop-ups e sistema de auto completar os endereço web. Entre outras inovações do Opera, das quais ele foi notadamente o pioneiro, destacam-se características de mouse gestures, que o usuário, por meio de movimentos do mouse, consegue navegar nas páginas facilmente, como avançar ou retroceder sites. Gerenciador de downloads, suporte a transferências de arquivos do tipo torrents e zoom facilitado das páginas também fazem parte das características que o Opera ajudou a popularizar. O grande problema do navegador, por outro lado, foi a incompatibilidade com páginas eletrônicas. Ainda hoje, embora já seja palatável para 99% dos sites (de acordo com seus desenvolvedores), o estigma de “navegador incompatível” ainda o acompanha e o torna impopular.

mundo – desde que a máquina tenha uma conexão à web e um Opera instalado.

Com tanta intimidade com a grande rede, o próximo passo natural seria o Unite. Natural, mas também inimaginável. Afinal, quem em sua consciência criaria um navegador que, com poucos cliques, tornasse o PC do usuário um servidor que pudesse até mesmo rodar aplicações web e hospedar sites? Somente a Opera mesmo. Ao menos até agora, já que o próximo passo da concorrência será copiar as novidades e, por serem populares, imortalizá-las.

Para usar o Opera Unite é necessário, em primeiro lugar, realizar o download no site. Como ainda está em suas primeiras versões, o programa ainda conta com alguns bugs. A versão em português, por exemplo, teima em não apresentar todos os menus do navegador.

A Interface



Relevando pequenos problemas de projetos recém-lançados, o Opera Unite funciona de forma simples. Com o navegador aberto, deve-se clicar no símbolo do Unite à direita, na barra de painéis. Ao fazer isso, o Opera abrirá a página do Unite, que mostrará os serviços web disponíveis. Então, basta escolher o suporte desejado – como a transferência de fotos ou o compartilhamento de arquivos multimídia –, instalar o aplicativo e iniciá-lo a partir do próprio Opera – na barra de painéis, dentro do item Unite.

Com o arquivo já instalado, o trabalho funciona de forma simples. Se o usuário quiser, por exemplo, compartilhar músicas, basta escolher a pasta por meio do Opera Unite. O programa realizará a tarefa e gerará uma URL com ou sem senha – o usuário pode escolher. Aí é só pegar o link e enviar para os amigos ou para quem quiser compartilhar áudios.

Integração \ O web server fica devidamente adicionado à barra de painéis, à esquerda do navegador. É necessário baixar e instalar os serviços desejados para que o Unite realize as tarefas

Quem recebe o link pode acessá-lo de qualquer browser, como Internet Explorer ou Firefox. Ao executá-lo, é aberta uma página com os arquivos de quem está oferecendo as músicas. É possível baixar as músicas enquanto o Opera do usuário do Unite estiver em operação. Assim que ele é encerrado, não é mais possível acessar as músicas.

Abaixo, confira os serviços mais populares oferecidos pelo Unite.

File Sharing - Serviço de compartilhamento de arquivos genéricos, não importando a extensão.

Media Player - Garante que o usuário compartilhe suas músicas e demais arquivos multimídia, como filmes, vídeos diversos e animações.

File Uploader - Permite que os usuários que não tenham o Unite subam arquivos diversos para o computador de quem possui a plataforma.

Stream media - Recurso que roda arquivos em stream de forma online, diretamente de seu computador. Tem suporte a áudio, vídeo e outros.

Photo Sharing - Compartilha fotos sem a necessidade de upload dos arquivos. É quase o suporte a “Compartilhamento de pastas” do Windows, mas aplicado à internet.

Document Courier - Modo simplificado de realizar upload de arquivos que estejam na máquina do usuário do Unite.

Fridge - Espécie de “post-it” incorporado ao Opera para lembretes.

Web Proxy - Garante acesso remoto a um web server local.

The Lounge - Abre uma sala para o usuário conversar com os amigos, mesmo os que não usam o Opera.

segurança

Crimes eletrônicos dividem as opiniões

Especialistas e usuários divergem sobre a questão dos crimes cibernéticos, sobretudo diante de um projeto de lei elaborado para tipificar os delitos praticados na rede

Por Luciano Delfini

O debate sobre crimes eletrônicos no Brasil tem esquentado, sobretudo de dois anos para cá, quando o Senado aprovou o substitutivo do senador mineiro Eduardo Azeredo aos Projetos de Lei 89/2003, 137/2000 e 76/2000, “para tipificar condutas realizadas mediante uso do sistema eletrônico, digital ou similares, de rede de computadores, ou que sejam praticadas contra dispositivos de comunicação ou sistemas informatizados e similares, e dá outras providências” (www.senado.gov.br/comunica/agencia/pags/01.html).

O substitutivo ainda precisa ser votado na Câmara dos Deputados, o que pode acontecer este ano ou ser engavetado para voltar à pauta do Legislativo sem data prevista. No País, as opiniões se dividem. Para alguns estudiosos da internet, o projeto de lei impõe uma situação de vigilância e enterra de vez a “liberdade” que a web sempre ofereceu aos usuários. Outros defendem a necessidade de uma regulamentação, argumentando que a ideia de que a web seria um território “livre” já foi superada.

Os pontos mais polêmicos do substitutivo estão no Artigo 285-B e no Inciso III do Artigo 22. O primeiro estabelece como crime o fato de “obter ou transferir, sem autorização ou em desconformidade com autorização do legítimo titular da rede de computadores, dispositivo de comunicação ou sistema

✱ Para Carlos Seabra, editor da Fundação Padre Anchieta, o projeto que passou a ser chamado de “Lei Azeredo” pretende criar controles na internet que não existem para as demais áreas da vida e do mundo em que vivemos

informatizado, protegidos por expressa restrição de acesso, dado ou informação neles disponível”. Em outras palavras, tornam-se criminosos perante à legislação brasileira pessoas que copiam vídeos, filmes ou músicas de plataformas como YouTube, por exemplo, ou de um canal de TV a cabo.

O artigo atinge os usuários de redes P2P (do inglês Peer-to-Peer), que permitem o compartilhamento de dados em larga escala, dispensando qualquer requisito por servidores gerenciados separadamente.

Já o inciso III do Artigo 22, que trata das responsabilidades do provedor de acesso à rede de computadores mundial, estabelece que ele, o provedor, “deve informar, de maneira sigilosa, à autoridade competente, denúncia que tenha recebido e que contenha indícios da prática de crime sujeito a acionamento penal público incondicionado, cuja perpetração haja ocorrido no âmbito da rede de computadores sob sua responsabilidade”. Ou seja, os provedores passam a vigiar os usuários da web, sendo obrigados a repassar para a polícia os nomes de suspeitos que usam a rede P2P para baixar conteúdos “protegidos por expressa restrição de acesso”.

O editor Carlos Seabra, da Fundação Padre Anchieta, pondera que é fora da realidade imaginar que a internet seria um terreno utópico, fora das leis que regem as diferentes sociedades. “O preço dos produtos vendidos na web é ditado pela economia ‘normal’, assim como o que é crime fora da internet é crime dentro dela; até as regras que ditam as paixões e o sexo não são diferentes, pois a rede veicula e faz interagir tudo o que é humano”. Por outro lado, Carlos também acredita que o projeto de lei,



✱ O advogado André Ferreira de Oliveira afirma que precisam ser tipificados delitos como roubo de senha, falsificação de dados públicos e condutas dos hackers

que passou a ser chamado popularmente de “Lei Azeredo”, pretende criar controles na internet que não existem para as demais áreas da vida e do mundo em que vivemos.

Na mesma linha de raciocínio está o advogado André Ferreira de Oliveira, do escritório Dannemann Siemsem, do Rio de Janeiro. Para o profissional, essa polêmica toda sobre o projeto de lei se dá por causa da ideia, segundo ele, já superada, de que a web seria um território livre, em que as leis não se aplicam. “A necessidade de uma regulamentação da internet é latente, justificada pelo aumento flagrante do número de delitos eletrônicos cometidos no País”, defende. Por sua vez, André reconhece que boa parte dos crimes já pode ser solucionada aplicando-se a legislação vigente, em um esforço de interpretação. No entanto, o advogado concorda que precisam ser

tipificados delitos importantes como roubo de senha, falsificação de dados públicos e as condutas dos hackers.

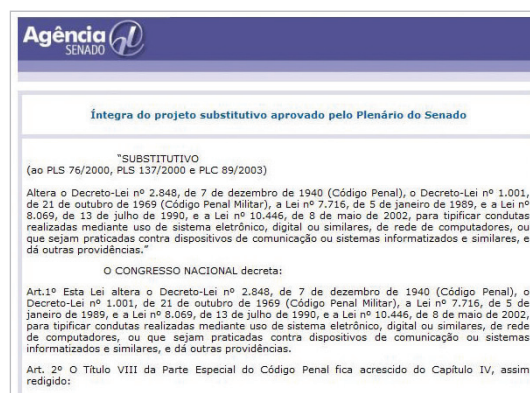
Independentemente das opiniões, o projeto de lei contém imperfeições na redação de certos dispositivos, o que traz à tona uma série de questionamentos, como bem lembra o advogado do Rio. No caso do Artigo 22, por exemplo, André chama a atenção para o fato de que, aos provedores, cabe informar indícios de prática de crime sem qualificação da origem da denúncia que, em muitos países, deve ser feita por autoridade judicial ou entidade representativa. “Além disso, em razão da subjetividade das condutas, nos parece que a multa aplicada no Parágrafo Segundo – de

Debate \\ Visto por muitos usuários e especialistas como censura, a Lei Azeredo acarreta acalorados debates nos mais variados blogs e sites espalhados pela rede

R\$ 2 mil a R\$ 100 mil – é excessiva, sendo que o ‘descumprimento’ será tratado como interpretação subjetiva”, adverte.

Carlos é mais enfático ao afirmar que o Artigo 22 poderia, então, ser aplicado às companhias telefônicas, que passariam a gravar e armazenar as conversas por telefone, criando um “amplo grampo legalizado e obrigatório”, e às concessionárias que administram estradas, cujos operadores de pedágio passariam a anotar as placas dos veículos e os documentos de seus ocupantes. “Afim de contas, sabemos que o crime (organizado ou não) usa tanto o telefone como o automóvel para praticar suas ações, não é mesmo?”.

O editor interpreta essas prováveis mudanças como um mecanismo para terceirizar competências que devem ser do Estado, da polícia. E novamente justifica sua opinião com um exemplo: “os bancos não verificam se um marido separado não paga a pensão da ex-mulher. E isso é algo punível com prisão”. E conclui que cabe à polícia e à Justiça investigar e punir crimes, sem a necessidade de transformar todos em vigilantes.

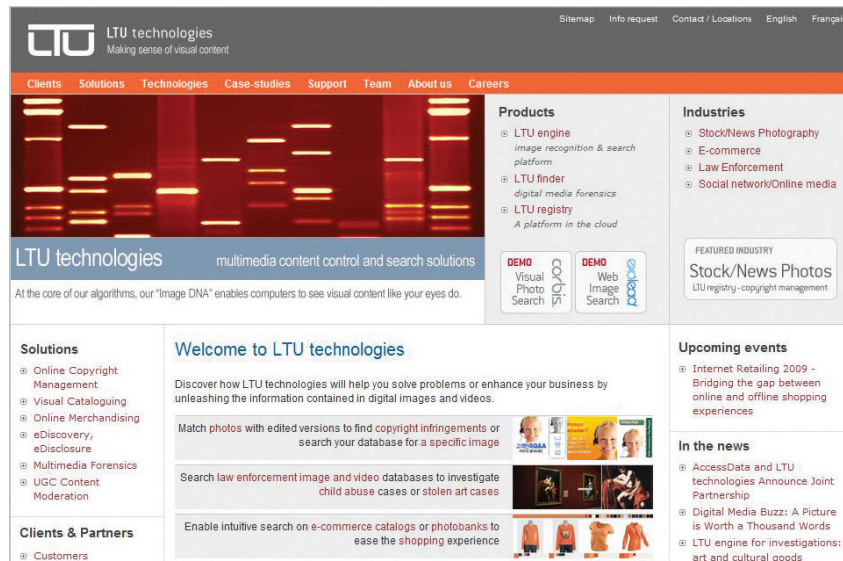


Íntegra \\ Confira o projeto de lei na íntegra ao acessar o site www.senado.gov.br/comunica/agencia/pags/01.html

■ Segurança

Como foi dito anteriormente, boa parte dos crimes cometidos na web já é objeto de apuração com base em legislações existentes – os chamados crimes eletrônicos impróprios. Para o advogado, o projeto de lei é válido porque pretende tipificar os crimes eletrônicos próprios, ou seja, aqueles que surgiram com a difusão dos meios virtuais, como o acesso indevido à rede de computadores e a difusão de códigos maliciosos, entre outros. André acrescenta que o projeto de lei traz mais clareza na aplicação dos crimes eletrônicos impróprios aos meios informáticos ao inserir, por exemplo, a expressão “dado eletrônico” na tipificação do crime de dano, previsto no Código Penal, de 1940.

Como advogado, André afirma que não há diferença entre crimes cometidos contra empresas e contra pessoas físicas. E cita como delitos mais comuns praticados na web, sendo a vítima um cidadão ou uma corporação, o roubo de identidade, os crimes contra a honra (calúnia e difamação), ameaças, pedofilia, discriminação e espionagem industrial. No entanto, alerta: há um crescimento substancial nos índices de crimes corporativos, sobretudo em razão da convergência cada vez mais acentuada das redes e sistemas, e da expansão do acesso a dados eletrônicos por parte de funcionários e colaboradores de grandes companhias.



Proteção 1 \\ Entre as novas ferramentas de delitos virtuais, destaca-se o recurso da LUT Technologies que faz uma espécie de mapeamento do “DNA” de uma imagem a partir de dados XML

✱ Especialistas acreditam que, do jeito que a lei está redigida atualmente, seria plausível permitir que operadores de pedágio passassem a anotar as placas dos veículos e os documentos de seus ocupantes

Se há aumento no número de crimes eletrônicos, por outro lado surgem novas ferramentas de investigação desses delitos, geralmente desenvolvidas para uso corporativo. A LUT Technologies (www.ltutech.com), por exemplo, criou um recurso que faz uma espécie de mapeamento do “DNA” de uma imagem a partir de dados XML. A divisão Forense Digital da TechBiz (www.techbiz.com.br) também atua na área de investigação de crimes

cibernéticos com hardwares e softwares que incluem preservação, identificação, extração, restauração, análise e documentação de evidência digital. Uma dessas ferramentas é o software Encase Forensics, usado, no Brasil, por órgãos policiais e pela Receita Federal. Para os usuários domésticos da internet, a dica é uma boa navegada pelo endereço www.microsoft.com/brasil/security/default.mspx. Ali são encontradas diversas informações, atualizações e ferramentas para remoção de softwares maliciosos, além de uma lista de sites de segurança de todo o mundo.

Ainda que a web ofereça inúmeras informações sobre crimes cometidos em seu próprio espaço, é comum o usuário que foi lesado por algum delito não saber a quem recorrer, sobretudo porque muitas ferramentas de investigação foram desenvolvidas para o mundo corporativo, sendo economicamente inviáveis à pessoa física. André acredita que hoje há uma estrutura maior de apoio ao cidadão, mas lamenta estarmos longe de atingir um grau mínimo de conscientização da população sobre os perigos do universo digital.



Proteção 2 \\ A TechBiz atua na área de investigação de crimes cibernéticos com softwares que incluem análise de documentos

“Parece incrível que as pessoas ainda sejam ludibriadas por e-mails falsos alardeando, por exemplo, a cura da gripe A H1N1 (a gripe suína) e que, na verdade, transferem códigos maliciosos ao computador e geram o roubo de senhas”. No entanto, ele próprio reconhece que não podemos nos esquecer que somos um país em fase de aprendizado tecnológico e que as pessoas que adquirem seu primeiro computador estão mais vulneráveis aos golpes.

Às vítimas de delitos na web, André recomenda procurar uma delegacia – em algumas cidades há delegacias especializadas em crimes cibernéticos – e registrar a ocorrência. Dependendo da natureza do crime, outras providências devem ser tomadas, tais como contatar a instituição financeira responsável por cartões de crédito ou contas correntes, se o crime está relacionado a isso, e também o provedor de acesso. “As autoridades judiciais dispõem, nos dias de hoje, de ferramentas de investigação que podem ser úteis ao cidadão comum”, avisa.

E se a própria tecnologia gera mecanismos que permitem a prática de delitos, a melhor maneira de se proteger ainda é seguir dicas de especialistas no assunto, muitas delas já velhas conhecidas de internautas. André, por exemplo, aconselha ao usuário somente tráfegar e realizar compras em sites conhecidos, de

✱ Se houvesse copyright sobre expressões idiomáticas e palavras, não haveria a literatura, a poesia, a música, a cultura em geral que temos hoje, defende editor da Fundação Padre Anchieta



empresas que tenham lojas físicas e não apenas virtuais. “Todo cuidado é pouco com a divulgação de senhas e demais dados pessoais. Discrição na divulgação de informações pessoais em redes de relacionamento também é recomendável”, aconselha. Uma dica bastante popular, mas sempre é bom refrescar a memória das pessoas, alerta que nunca se deve abrir e-mails suspeitos ou de procedência desconhecida; muito menos acessar links enviados nesses e-mails.

Carlos reconhece as práticas ilícitas cometidas na web, porém defende a premissa de que esses crimes podem ser combatidos com a legislação vigente e também com pequenos aprimoramentos das leis. “Mas sempre num mesmo princípio: garantia da inviolabilidade da privacidade e pressuposto da inocência, até prova em contrário”. Para o editor, nessa discussão em torno da tipificação de crimes cibernéticos cabe uma reflexão sobre uma frase de Thomas Jefferson (1743-1826), ex-presidente dos EUA: “uma sociedade que troca um pouco de liberdade por um pouco de segurança acabará por perder ambas, e não merece qualquer delas”.

Precaução \\\ Veja informações e ferramentas para remoção de softwares maliciosos, além de uma lista de sites de segurança, no endereço www.microsoft.com/brasil/security/default.msp

É cedo para afirmar se a Lei Azeredo será aprovada ou não, sobretudo pela divisão de opiniões que o assunto promove. Nesse contexto, Carlos acredita que tentar controlar o que se fala e se pensa, com ou sem internet, é cada vez mais difícil e se torna uma tentativa fadada ao fracasso. “O compartilhamento de dados e informações é uma consequência inevitável do saber, e base de um novo tipo de economia que está surgindo, onde um dado compartilhado não é perdido pelo seu ‘dono’ e poderá retornar a ele com valor agregado”, analisa o editor da Fundação Padre Anchieta.

E lembra: “isso é uma característica de toda a produção cultural da humanidade até os dias de hoje. Se houvesse copyright sobre expressões idiomáticas e palavras, não haveria a literatura, a poesia, a música, a cultura em geral que temos hoje. Então, é bom ficarmos atentos”, finaliza.



Vendas online

17 milhões de pessoas vão às compras

Dados do comércio mostram que as vendas online só cresceram nos últimos anos. Para quem já está no setor, espera-se que os números continuem subindo, principalmente com a chegada do Natal. E as redes sociais da web podem ajudar na construção do relacionamento virtual entre empresa e público

Por Luciano Delfini

O e-commerce tem se deparado com números bem animadores. As cifras divulgadas na 20ª edição do relatório WebShoppers (www.webshoppers.com.br), elaborado pela empresa de consultoria em comércio eletrônico e-bit (www.ebitempresa.com.br), mostram que as vendas online atingiram o montante de R\$ 4,8 bilhões no primeiro semestre deste ano. No mesmo período de 2008, esse faturamento estava na casa dos R\$ 3,8 bilhões, o que significa que, em 2009, o setor registrou um crescimento de 27% no comparativo com o ano interior.

Esse salto no faturamento tem deixado muita gente do setor otimista com relação ao fim do ano, que representa boa parte das vendas do segundo semestre, o qual costuma ser o mais lucrativo do período (55% do e-commerce total anual). Se para alguns o primeiro semestre de 2009 superou as expectativas, o encerramento do ano pode surpreender ainda mais. De acordo com o relatório, que tem apoio da Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (www.camara-e.net), espera-se que até dezembro o montante das vendas pela web chegue a R\$ 5,8 bilhões – aumento de 28% –, fechando 2009 na casa dos R\$ 10,5 bi.

Estoque

Pratidade

Loja
Prontamail
MKTnte
ação

■ e-commerce

Outro fenômeno apontado pelo relatório da e-bit mostra que o comércio eletrônico tem passado por uma descentralização das lojas virtuais. O levantamento revela que pequenos e médios varejistas (grupo conhecido pelo termo *long tail*, que faz frente aos grandes da indústria) conquistaram 1,6 ponto percentual em participação nas vendas online, na comparação entre o primeiro semestre deste ano e o de 2008. Em contrapartida, no mesmo período analisado, os dez maiores varejistas, juntos, perderam 5,5 pontos percentuais.

Se as estimativas para o fim do ano são positivas, estruturar-se para atender ao possível aumento da demanda pode resultar em mais negócios até o encerramento de 2009. Principalmente se o e-commerce levar em consideração a expectativa da e-bit de fechar o ano com a marca de 17 milhões de pessoas que, ao menos uma vez, fizeram compras pela internet – um aumento projetado em 30% com relação a 2008, que fechou com pouco mais de 13 milhões de adeptos do comércio online. Dos quase 25 milhões de pedidos pela web gerados no ano passado, o segmento espera concluir 2009 com 3 milhões de pedidos a mais. Isso significa esforços para, no mínimo, garantir outro número apontado na última edição do WebShopper – 86% dos consumidores brasileiros se mostraram satisfeitos com o comércio online.



Submarino \ A maior empresa de e-commerce no Brasil é uma das que mais devem lucrar com o aquecimento do mercado durante o fim do ano



E-commerce mostra as garras em 2009 \ Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico (www.camara-e.net) espera que o montante das vendas pela web chegue a R\$ 10,5 bilhões em 2009

✱ As vendas online atingiram R\$ 4,8 bilhões no primeiro semestre deste ano. No mesmo período de 2008, esse faturamento estava na casa dos R\$ 3,8 bilhões. O crescimento no comparativo foi de 27%

Gerente de produtos de comércio eletrônico da Locaweb, Reinaldo Santos afirma que o pior cenário para uma loja virtual é ter em exposição uma prateleira com o aviso “não disponível” para a maioria dos itens comercializados. “A falta de produto em estoque é perda de venda e, muitas vezes, perda de cliente, pois, na internet, se uma loja não tem o que o cliente procura, rapidamente ele encontra esse item em outra loja”.

Daí a importância de formalizar contratos e parcerias com mais de um fornecedor por produto oferecido; melhor ainda, segundo Reinaldo, tentar exigir uma garantia contratual de atendimento. É preciso ter em mente que montar um grande estoque só é vantajoso quando há motivos que assegurem uma grande demanda. “Caso contrário, o lojista perderá dinheiro”, avisa o executivo da Locaweb.

Além do estoque bem gerido, outras questões de infraestrutura exigem atenção redobrada diante de um provável aumento da demanda, como opções seguras – para o lojista e para o cliente – de pagamento no ato da aquisição online de um produto. Reinaldo chama a atenção para a relevância de um sistema que assegure a integração de diferentes formas de cobrança em qualquer tipo de loja virtual, também conhecido como gateway de pagamento. Para o especialista em e-commerce, a tranquilidade do lojista está diretamente ligada ao uso de um gateway de pagamento homologado por uma empresa experiente

nesse tipo de serviço, uma vez que ela está acostumada a lidar com altos volumes de transação, como normalmente acontece nas festas de fim de ano e em outras datas comemorativas de cunho comercial.

O serviço Gateway de Pagamentos da Locaweb (www.locaweb.com.br/gateway) é um sistema independente de comércio eletrônico para qualquer tipo de loja virtual – incluindo as que já atuam no mercado e as que ainda vão começar a operar – que implanta todos os protocolos de comunicação com os diferentes meios de pagamento, como operadoras de cartão de crédito e bancos. O recurso permite que essa comunicação seja monitorada pelo lojista via Painel de Controle. Entre outras características, a ferramenta, que roda em plataforma Windows ou Linux, abrange dispositivo para cálculo de frete com localização de endereço para vendas nacionais e internacionais e análise de riscos baseada na ferramenta ClearSale, desenvolvida para prevenir perdas em vendas por cartão de crédito (www.clearsale.com.br).

O Gateway de Pagamentos é certificado pelo protocolo de segurança SSL (de Secure Socket Layer), necessário para codificar os dados (como os de cartão de crédito) trafegados entre o computador do usuário e um site ou outro portal. A codificação é feita por criptografia para evitar que os dados sejam capturados ou alterados nesse percurso entre o computador do consumidor e a loja virtual. Ao conectar-se a um site, não é difícil saber se um servidor tem o recurso SSL. Basta verificar na barra de endereços se o protocolo é HTTPS://, em vez de HTTP://. No Gateway de Pagamentos, o lojista pode usar um SSL próprio ou o SSL compartilhado da Locaweb.

* Segundo a e-bit, 17 milhões de pessoas devem, ao menos uma vez, fazer compras pela internet ao longo de 2009, um aumento projetado em 30% com relação a 2008

// O QUE MAIS VENDE NA INTERNET

Segundo relatório divulgado pela WebShoppers, entre as categorias que mais venderam pela internet no primeiro semestre de 2009 está, em primeiro lugar e pelo segundo ano consecutivo, a de livros e assinaturas de revistas. Em seguida, aparecem os setores de artigos de saúde e beleza, depois de medicamentos e, em quarto lugar, o de eletrodomésticos, que cresceu bastante com a redução do IPI anunciada em abril pelo Governo.

Reinaldo destaca que os gateways costumam manter-se atualizados com relação às normas de segurança exigidas pelas operadoras de cartão de crédito e instituições bancárias. “Outro fator favorável é o processo de implantação, que é muito mais rápido do que partir para o desenvolvimento próprio de um comunicador com os meios de pagamento”, explica.

Por tratar-se de um sistema independente, o usuário pode hospedar sua loja em qualquer servidor ou provedor e a taxa mensal do serviço é fixa para até cinco mil transações

comerciais por mês, não importando a quantidade de boletos emitidos ou de pagamentos realizados com cartão de crédito. O lojista não precisa ter domínio próprio na web, mas deve ser pessoa jurídica para obter a afiliação junto aos meios de pagamento.



Pesquisa \\ As cifras divulgadas na 20ª edição do relatório WebShoppers (ao lado), elaborado pela empresa de consultoria em comércio eletrônico e-bit (abaixo), revelam que o e-commerce cresceu consideravelmente em 2009 e deve continuar nesta tomada



Estoque

Praticidade

Loja Pronta

mail MKT

nte ação

■ e-commerce

Loja pronta

Ter acesso a uma loja pronta, incluindo o sistema de comunicação com as instituições de cobrança, ainda pode ser o melhor caminho para quem está começando no ramo e não tem experiência em e-commerce. Pode ser mais vantajoso ainda se esse tipo de recurso não exige grandes investimentos, o que normalmente faz parte da realidade orçamentária de muitos projetos de abertura de um novo negócio. No serviço gratuito Loja Pronta (www.locaweb.com.br/lojapronta.html), também certificado pelo protocolo de segurança SSL, o usuário monitora, via Painel de Controle, transações, clientes, pedidos e produtos, além de ter à disposição uma configuração simplificada que customiza o layout da loja.

O cadastro dos produtos é feito diretamente pela internet e o serviço inclui carrinho de compras; cálculo de frete; cadastro com área administrativa de pedidos para o cliente; área administrativa para o lojista; cadastro ilimitado de categorias, marcas, produtos e tamanhos; controle de estoque; gerenciamento de pedidos; ferramenta para envio de newsletter, e exibição e administração de banners na loja. A Loja Pronta não é exclusiva a pessoas jurídicas e tampouco exige que o lojista tenha um domínio próprio na internet, uma vez que a Locaweb fornece a extensão de domínio: seudominio.lojapronta.net.

A ferramenta pode integrar ainda o recurso Pagamento Certo (www.locaweb.com.br/pagamento), cobrado apenas sobre as vendas confirmadas, e não limita o número de transações mensais. O sistema, que roda em plataforma Windows ou Linux, também é gerenciado via Painel de Controle para filtrar extratos e monitorar pagamentos e recebimentos, oferecendo opções de pagamento com cartão de crédito ou boleto bancário.

Campanhas online para impulsionar vendas

Ainda que datas importantes como Natal e Dia das Crianças, por exemplo, por si só despertam necessidade de consumo, toda ajuda é sempre bem-vinda, lembra Reinaldo. Um bom empurrãozinho pode vir dos anúncios colocados em sites de buscas e outros portais, pagos somente quando o produto anunciado é clicado pelo usuário, desde que, adverte o profissional, a



Loja Pronta \\\ Serviço gratuito da Locaweb não é voltado apenas para pessoas jurídicas e tampouco exige que o usuário tenha experiência em web

loja consiga atender à demanda gerada pelo anúncio ou pela campanha.

Chamado de compra por palavra-chave, esse mecanismo já é bastante conhecido entre lojistas e consumidores de produtos online. Um dos mais populares é a ferramenta AdWords, do Google (www.adwords.google.com.br), que oferece ao anunciante a possibilidade de definir o quanto quer gastar com a campanha. Por sua vez, o portal de

✱ No serviço gratuito Loja Pronta, o usuário monitora, via Painel de Controle, transações, clientes, pedidos e produtos, além de ter uma configuração simples que customiza o layout da loja



Gateway de Pagamentos \\\ O serviço da Locaweb é um sistema para qualquer loja virtual que implanta todos os protocolos de comunicação com os diferentes meios de pagamento



Segurança \ O Gateway de Pagamentos tem análise de riscos baseada na ferramenta ClearSale (www.clearsale.com.br), desenvolvida para prevenir perdas em vendas por cartão de crédito

buscas fornece estimativas de custo e tráfego das palavras chave, para que o cliente tenha opções na hora de decidir a melhor palavra a ser usada em seu anúncio.

Apesar de tudo isso, recorrer a sites de busca ou outros portais para divulgar seu produto não deve ser visto como alternativa única. O lojista pode criar suas próprias campanhas sem a necessidade de estar vinculado a uma grande plataforma web. O pacote Email Marketing (www.locaweb.com.br/emailmkt) proporciona, por exemplo, campanhas personalizadas, envio de e-mails com data e hora marcadas e monitoramento das mensagens para comparação de resultados. O serviço é vendido em diferentes pacotes com cotas de mensagem mensais e não cumulativas.

Uma campanha por e-mail pode resultar em uma ferramenta muito útil para o comércio online, sobretudo para quem está começando. Reinaldo, porém, chama a atenção para o fato de que uma boa campanha de e-mail é aquela que dispara as mensagens somente para os usuários que solicitaram e autorizaram essa forma de contato. “É muito importante respeitar a vontade do cliente, inserindo nos e-mails sempre a opção de exclusão do cadastro”, ensina. Detalhes como esses evitam que sua loja contribua para o lado negativo desse tipo de divulgação, que usa indevidamente o recurso para, por exemplo, enviar e-mails também a usuários que não fazem parte do público-alvo.

Entre tantos recursos voltados ao funcionamento de uma loja virtual, não se pode deixar de lado outros aspectos ligados à postura do comerciante diante dos serviços que oferece pela web, o que certamente se traduz em ganhos ou perdas. O executivo da Locaweb

aponta, por exemplo, o descuido com seu negócio. “Uma loja virtual de sucesso deve estar sempre atualizada, uma vitrine que muda constantemente a relação de produtos exibidos. É importante também exibir em destaque as promoções da loja”, aconselha. Outra preocupação é com o atendimento ao cliente. O especialista em e-commerce lembra que o consumidor que compra pela web espera receber seus produtos dentro do prazo combinado. “Ajuda muito manter um canal de atendimento ao cliente, como deixar um telefone de contato sempre à mão do usuário”.

Empresas encontram seu espaço em redes sociais virtuais

À medida que as plataformas de rede social surgem na web, outros canais de contato online se abrem para que cada um corra atrás de seus objetivos e explore seus interesses. No mundo corporativo, por exemplo, essas experiências de relacionamento virtual se converteram em novas opções de mídia para aproximar do público a marca ou produto. A velha ordem de “ir onde o consumidor está” ganhou mais um aliado.

Algumas experiências corporativas em mídias da internet já não são tão recentes. Roberto Aloureiro (www.twitter.com/betoaloureiro), gerente de redes sociais da construtora Tecnisa (www.tecnisa.com.br), conta que a empresa investe em estratégia online há oito anos, incluindo um blog corporativo que está há três anos no ar (www.blogtecnisa.com.br).

* Ter acesso a uma loja pronta, incluindo o sistema de comunicação com as instituições de cobrança, ainda é o melhor caminho para quem está começando e não tem experiência em e-commerce

// NOVIDADES NO TWITTER

Para se manter bem informado a respeito das novidades do comércio eletrônico no Brasil e no mundo, siga a empresa e-bit via Twitter. O endereço é <http://twitter.com/ebitempresa>. As notas vão de estatísticas e índices, até notícias e premiações.



Estoque

Pratidade

Loja
Prontamail
MKTnte
ação

■ e-commerce

“Acreditamos no potencial das redes sociais e sua utilização foi acontecendo de forma natural. Sempre que podemos, aderimos a novos meios para estar onde nosso público-alvo está”, explica. Mas essa presença no ambiente de seu público, adverte Roberto, deve significar suporte e conteúdo relevante na tomada de decisão do cliente.

A construtora sabe quem é seu público-alvo: brasileiros que sonham e correm atrás para ter uma casa própria. No entanto, Roberto ressalta a consciência da empresa de que não chegará mais rápido a seu público participando de redes sociais. O objetivo buscado é um contato menos virtual com os usuários da web. “Acreditamos sim que as mídias sociais criam um relacionamento mais duradouro e intenso das pessoas com a nossa marca”, esclarece o especialista.

Nilo Signorini, diretor de planejamento comercial da Tok&Stok, afirma que a empresa já investe há algum tempo nesse relacionamento online a partir da produção de uma newsletter mensal (acessada no item “Novidades” do site www.tokstok.com.br), enviada para uma base de mais de 800 mil clientes. O conteúdo não se restringe à promoção de móveis e outros objetos para casa e procura envolver todo o universo da companhia, com dicas que mostram como os produtos são usados na prática, bate-papos com arquitetos e decoradores e até receitas gastronômicas. Nilo garante que o canal apresenta ótimos índices de leituras e cliques.

Essa mesma busca pela construção de um relacionamento com o usuário da web pode ser notada no blog da Tecnisa, que também destaca conteúdos

* No mundo corporativo, as experiências de relacionamento virtual em redes sociais se converteram em novas opções de mídia para aproximar do público a marca ou produto

ligados a seu segmento. “Isso nos permite colocar conteúdo do mercado imobiliário e de economia, como dicas de decoração e paisagismo”, conta Roberto. Nesse sentido, o gerente da construtora chama a atenção para o fato de que os comentários inseridos no blog possuem interação mais rápida se comparados aos do site da empresa. “Mas essa interação não é diferenciada, pois procuramos atender a nossos clientes da mesma forma em todos os canais”, deixa claro.

Sobre as redes sociais de fato, Nilo diz que a Tok&Stok, por enquanto, está observando a maneira de usar essas mídias de forma mais consistente. “Nossa atuação se restringiu à divulgação de algumas campanhas; ações pontuais, como marketing em Orkut, blogs e fóruns. Também já fizemos testes com links patrocinados do Google e divulgação em portais”, conta.

Ainda que esse relacionamento com as redes sociais se encontre em uma fase de flerte, Nilo reconhece a grande movimentação que essas mídias proporcionam e que é preciso fazer parte dela. “No Orkut, há diversas comunidades relacionadas à Tok&Stok que surgiram espontaneamente, criadas por clientes que admiram nossa empresa”, elogia. Recentemente, a Tok&Stok decidiu fazer parte da twittosfera, o que, segundo seu diretor,

Ao lado \\ O pacote Email Marketing viabiliza campanhas personalizadas, envio de e-mails com data e hora marcadas e monitoramento das mensagens para comparação de resultados

Abaixo \\ Já a ferramenta AdWords, do Google (www.adwords.google.com.br), oferece ao anunciante a possibilidade de definir o quanto quer gastar com a campanha



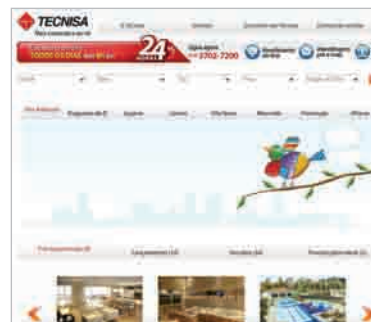
e-commerce ■

deve acontecer ainda este ano. A empresa pretende usar o Twitter para antecipar novidades e divulgar notícias, aproveitando o conteúdo de site e newsletter. “Sabemos que é uma comunicação que ainda tem alcance limitado. Pode não atingir um volume expressivo de consumidores, mas, a meu ver, é democrática, ou seja, dirigida apenas a quem opta por nos seguir e, justamente por isso, a mensagem encontrará mais receptividade”, aposta Nilo.

Essa maneira de encarar o universo online com mais racionalidade faz sentido no comércio de móveis e de decoração para casa, o qual depende mais da presença do consumidor do que a venda de livros, CDs e eletrodomésticos, por exemplo. Mais sentido ainda ao levar-se em conta o produto comercializado pela Tecnisa, uma vez que o comprador só adquire um imóvel pessoalmente, mas faz diversas buscas pela internet. A construtora tem mais de cem vídeos no YouTube, fotos no Flickr, entre outros canais da web, mas sabe que é impossível medir isso em vendas. “Usamos as redes sociais para a construção de uma marca, diferenciação e reputação”, explica Roberto, admitindo, ainda assim, que a estratégia pode vir a ajudar nas vendas.

O diretor comercial da Tok&Stok também prefere não arriscar sobre o quanto as mídias sociais da web são capazes de impulsionar as vendas, mas reforça que elas constituem um válido instrumento de comunicação. Nem tanto para realizar vendas pontuais, mas muito mais importantes do ponto de vista institucional, para promover a marca e a imagem da empresa, na opinião de Nilo. Ele ainda reforça a importância do contato pessoal em sua área ao afirmar que a empresa que não dispõe de um local para mostrar suas peças ao vivo terá

**Antenada **
A empresa Tecnisa (www.tecnisa.com.br) investe em estratégia online há oito anos, incluindo um blog corporativo que está há três anos no ar (www.blogtecnisa.com.br). Agora, a construtora está de olho nas redes sociais



dificuldade para vendê-las online. “Ao menos no nosso segmento, acredito que o contato físico com o produto seja fundamental na decisão da compra”.

Mais importante que estar presente em plataformas de rede social é descobrir como o site, por exemplo, pode funcionar como um grande canal de mídia online. Segundo dados divulgados por Nilo, as vendas pelo canal virtual da Tok&Stok têm crescido mais de 60% ao ano, um número bastante significativo para um setor, como já mencionado anteriormente, que depende muito da presença física na hora da compra.

* As mídias sociais são um válido instrumento de comunicação. Nem tanto para realizar vendas pontuais, mas muito mais importante do ponto de vista institucional, para promover a marca e a imagem da empresa



**Relacionamento online ** A Tok&Stok investe há algum tempo no relacionamento online com uma newsletter mensal enviada a mais de 800 mil clientes. Agora, a empresa está de olho no Twitter



Estoque

Pratidade

Loja
Prontamail
MKTnte
ação

■ e-commerce

Mas o diretor comercial da empresa ressalta que o objetivo do site é muito mais prestar um serviço de informação, mostrando opções, dicas, produtos e preços, para “seduzir” o cliente a visitar uma loja física, do que vender por si só. “Cada vez mais as visitas às lojas são precedidas de consultas ao site, que acaba funcionando como uma ‘vitrine antes da vitrine’”.

Vale lembrar que, no caso da Tok&Stok, as famosas listas de casamento representam um importante papel no comércio online. Para Nilo, esse tipo de serviço faz todo sentido em funcionar pela internet. “Não há dúvida que, cada vez mais, as pessoas optam pela comodidade de fazer listas (e, sobretudo, comprar) sem sair de casa”.

É respeitando esse espaço que o comércio virtual vai se aprimorando e sendo melhor administrado. Nilo conta que há clientes que comparecem à loja com um “orçamento” ou com páginas de produtos impressas do site, já sabendo exatamente o que querem comprar. “Eles deixam para ir à loja apenas para fechar o negócio e dar

// Veja algumas dicas de Reinaldo Santos, especialista em comércio eletrônico da Locaweb, para quem pretende abrir uma loja virtual

Ao entrar para o ramo do e-commerce, o ideal é que o interessado siga os trâmites legais exigidos para qualquer outro negócio. Isso significa ter uma empresa constituída e legalizada, um contador, uma equipe de trabalho para suprir as necessidades administrativas e, sobretudo, atendimento ao cliente. “Além, claro, dos contratos e parcerias com fornecedores e distribuidores”, avisa. É essencial que tais aspectos estejam inseridos em um plano de negócios. No entanto, a falta de um projeto antecipado não impede a abertura de uma loja virtual, ainda que possa causar algum tipo de transtorno no funcionamento do negócio. Se esse é o caso, Reinaldo aconselha que o interessado responda às seguintes questões antes de se lançar na empreitada:

//Quais produtos a loja vai oferecer?

//Como serão obtidos os produtos vendidos?

//Como serão armazenados os itens colocados à venda?

//Como serão entregues os produtos adquiridos pelos clientes?

//Quais formas e condições de pagamento serão oferecidas?

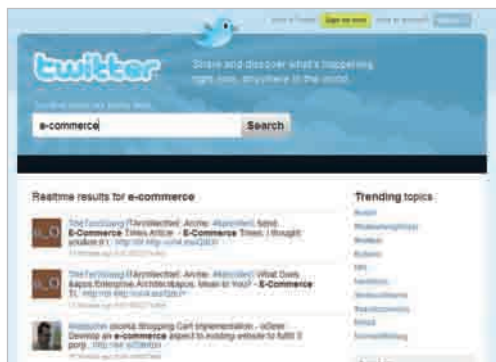
* Segundo os especialistas, a atuação em redes sociais está mais ligada à qualidade que à quantidade. Para eles, vale mais 50 pessoas engajadas em uma rede do que mil que estejam ali por estar

uma conferida de perto nos produtos. Outros, porém, vão à loja, consultam preços e produtos e realizam a compra pela web”, explica. Essa prática consolida a ideia de que um tipo de comércio não deve substituir o outro.

Ao pensar em fazer parte de uma rede social da web, é comum surgirem dúvidas. Uma delas é se essa participação será mais vantajosa para empresas com marcas já consagradas ou também vale para os novatos. O especialista em redes sociais da Tecnisa acredita que todos podem se beneficiar, mas alerta para o fato de que as grandes empresas devem buscar mais conexões com seus stakeholders (pessoas ou entidades envolvidas nas estratégias comerciais de uma companhia), o que, segundo ele, é um caminho natural nesse tipo de planejamento. “Acredito que a atuação em redes sociais esteja mais ligada à qualidade que à quantidade. Vale mais 50 pessoas engajadas em sua rede do que mil que estão ali por estar”, define Roberto.

Partindo da premissa que leva em conta a qualidade na hora de entrar para uma rede social da web, Roberto confirma que é possível realizar segmentação dentro desse universo. “Hoje em dia, as pessoas se unem e formam relacionamentos por afinidade, e é justamente aí que podemos encontrar nichos bem definidos”.

Os parâmetros para participação em mídias sociais são diferentes, de acordo com a empresa, mas o gerente da Tecnisa garante que esse limite existe e deve ser respeitado. “O que é importante lembrar e se perguntar é até que ponto sua empresa pode expor-se e dar a cara para bater. Neste meio, a transparência é fundamental para uma boa atuação; se a empresa tem algo a esconder, as redes sociais não são uma boa ideia”, finaliza.



Na mira \ Orkut e Twitter, duas redes sociais que estão na mira das empresas que lidam com e-commerce



*Oferecemos uma linha completa
de acessórios de informática
para você usar e abusar da tecnologia*



BRIGHT

Confira toda a linha de produtos no site:

www.bright.com.br

11 3644.8606

MICROSOFT

GOOGLE

Um panorama da guerra entre as empresas que mantêm os mais populares sistemas operacionais e buscadores web do planeta

Por Sérgio Vinícius

O recente lançamento do sistema de buscas Bing (www.bing.com), da Microsoft, que surge como alternativa ao Google Search (www.google.com), marcou mais um capítulo da disputa das duas populares empresas de tecnologia que dominam a web. Há tempos, a MS tenta desbancar a concorrente líder no segmento de buscas. Antes do Bing, lançou o Live Search, o MSN Search e muitas outras plataformas de pesquisa que não deram certo.

Mas, se de um lado o Google domina os serviços web, capitaneado pelo seu excelente buscador, do outro, a eterna empresa de Bill Gates conta com os popularíssimos

Windows, Live Messenger e Internet Explorer. Em relação a eles, a concorrente tem ainda os incipientes Gtalk, comunicador instantâneo, e Chrome, navegador.

Para combater o Windows, há muito se falava em um sistema operacional do Google que, finalmente, teve seu anúncio oficial realizado e foi batizado de Chrome OS. Do lado de lá da concorrência, MS e Yahoo! assinaram um acordo que visa desenvolver uma melhor ferramenta de buscas e fortalecer as marcas.

A seguir, confira os pontos positivos e negativos dos principais produtos do Google e da MS e veja qual atende mais às suas demandas.

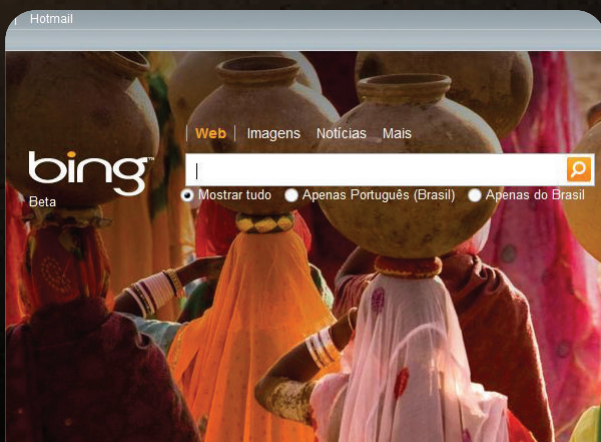
//ACORDO ENTRE YAHOO! E MICROSOFT TRAZ BENEFÍCIOS ÀS DUAS EMPRESAS

Em junho deste ano, Microsoft e Yahoo! entraram em um acordo que visa ampliar os tentáculos de ambas as empresas no mundo online. Com isso, a MS pode seguir seu encaixo ao Google, enquanto a Y! desembolsará menos para manter sua ferramenta de buscas. O que acontecerá além disso ainda é mera especulação, mas sabe-se que a empresa que desenvolve o Windows pagará, por três anos, US\$ 50 milhões ao Yahoo!. Esta, por sua vez, usará o Bing como ferramenta de buscas oficial e será a principal responsável por vender anúncios online de ambas as empresas.



Bing x Google Search

Plataformas de busca por informações na web. Oferecem procura de textos, imagens e notícias.



Bing // www.bing.com

Pontos positivos: A busca por imagens é excelente: o usuário pode definir as cores do que procura, formatos e até mesmo estilo das figuras.

Pontos negativos: Ainda incipiente, a busca por notícias em português é bastante limitada.



Google Search // www.google.com.br

Pontos positivos: Poderoso, organiza e apresenta as informações de forma relevante ao usuário, graças ao algoritmo de classificação.

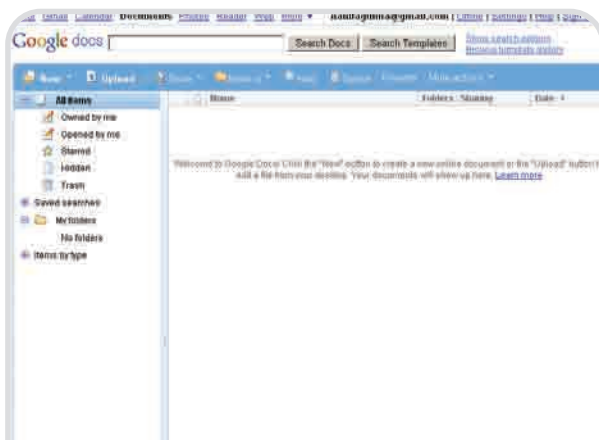
Pontos negativos: Não é bom o suficiente para fazer buscas em domínios determinados, como blogspot ou twitter.



■ Mercado

Google Docs x MS Office

Pacotes de softwares de escritório. Contam com planilha e editor de textos, entre outros programas.



Google Docs // <http://docs.google.com>

Pontos positivos: Por ser uma plataforma online, documentos podem ser compartilhados facilmente via internet, além de serem acessados por qualquer computador conectado à rede. É gratuito.

Pontos negativos: Caso a web caia ou haja algum problema com o Google, os trabalhos ficam inacessíveis. Apresenta conflitos com alguns browsers.



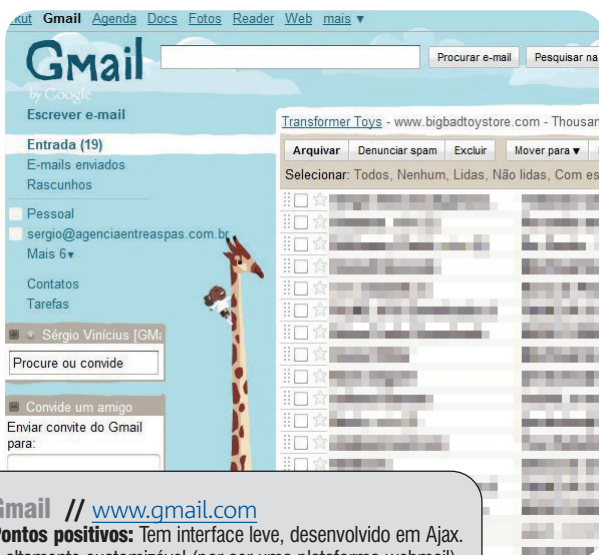
MS Office // <http://office.microsoft.com>

Pontos positivos: Robusto, intuitivo e rápido, o pacote de escritórios da MS é compatível com qualquer PC com Windows. Não oferece conflitos e permite salvar documentos nos mais populares formatos.

Pontos negativos: É caro - cerca de R\$ 200 - em relação aos concorrentes, online ou mesmo offline.

Gmail x Hotmail

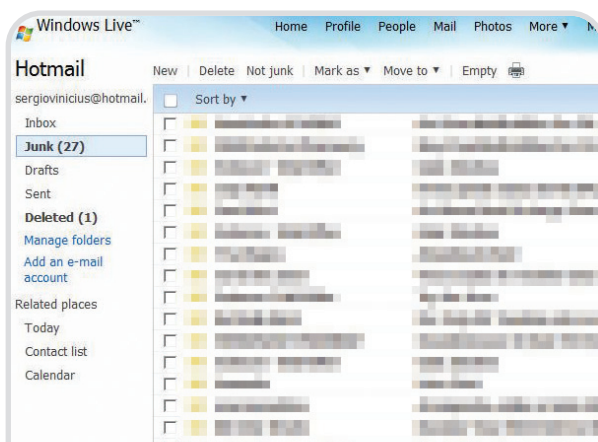
Plataformas de e-mail com grande capacidade de armazenamento, filtro antispam e outros recursos.



Gmail // www.gmail.com

Pontos positivos: Tem interface leve, desenvolvido em Ajax. É altamente customizável (por ser uma plataforma webmail).

Pontos negativos: Andou saindo do ar nos últimos meses, o que levou os usuários ao pânico extremo.



Hotmail // www.hotmail.com

Pontos positivos: Pode ser acessado via Live Messenger, com um clique. O editor de mensagens é competente e simples de usar.

Pontos negativos: O filtro antispam, regulado automaticamente, adora dar falsos positivos, o que o inutiliza. Por falar em spam, basta abrir uma conta no Hotmail para atrair uma série deles.

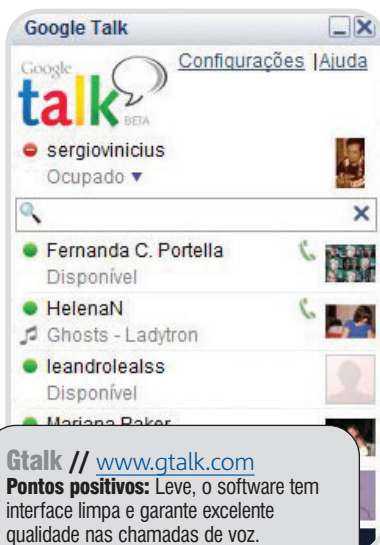
//GOOGLE CHROME OS, SISTEMA OPERACIONAL PARA NETBOOKS

Depois de muito se especular, o Google anunciou oficialmente o desenvolvimento de um sistema operacional, o Chrome OS.

Inicialmente voltado a netbooks que têm como uso, em especial, o acesso à web, o OS será baseado em Linux e, aparentemente, é uma ampliação do Android, sistema do próprio Google voltado a equipamentos portáteis. Por enquanto, não há muito detalhes técnicos além disso, mas estima-se que o Google fará um sistema de código aberto até o final de 2009. O OS, baseado em desenvolvimento cloud, será leve e rápido. Deve rodar em x86 e ARM. A base do sistema operacional será a arquitetura do navegador Chrome, mas funcionará com uma sucessão de janelas. Os sistemas em "windows" rodarão sobre o navegador que se portará sobre o kernel Linux.

Gtalk x Live Messenger

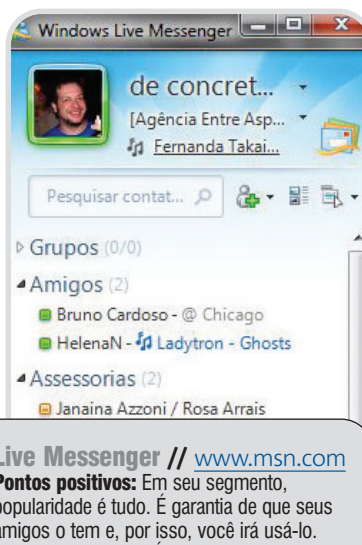
Programas de comunicação instantânea.



Gtalk // www.gtalk.com

Pontos positivos: Leve, o software tem interface limpa e garante excelente qualidade nas chamadas de voz.

Pontos negativos: Tem poucos usuários. De nada adianta usá-lo se os seus amigos não instalam o programa.



Live Messenger // www.msn.com

Pontos positivos: Em seu segmento, popularidade é tudo. É garantia de que seus amigos o tem e, por isso, você irá usá-lo.

Pontos negativos: É pesado, tem anúncios demais e não permite customização, como boa parte dos programas da MS.



Web 2.0

Ambas as empresas têm serviços como publicador de blog e sites de relacionamento.



Orkut // www.orkut.com

YouTube // www.youtube.com

Blogger // www.blogger.com

Pontos positivos: Serviços independentes que se completam. São os líderes do mercado em seus respectivos segmentos

Pontos negativos: Eventualmente, apresentam lentidão ou saem do ar por causa do excessivo número de usuários.



Live Spaces // home.spaces.live.com

Pontos positivos: Centraliza sob uma única interface diversos serviços diferentes, o que facilita o acesso do usuário. Por ter a mesma cara padronizada, é mais simples de operar.

Pontos negativos: Ainda não se tornou muito popular no Brasil e, por isso, o conteúdo em português é pior que o do concorrente.

designweb

Navegar e interagir

Projetos de design para a web, comerciais ou experimentais, recorrem cada vez mais à interatividade com o usuário para proporcionar novas formas de contato online

Por Luciano Delfini

Se depender da criatividade dos profissionais multimídia e das ferramentas colocadas à disposição de designers cheios de ideias, boas ou nem tão boas, os limites que separam o usuário de uma plataforma da web estarão cada vez mais estreitos. Um dia já se imaginou que um site sem um projeto de design seria mais ou menos como caminhar em um território árido, sem vida. Hoje, porém, ficar só na contemplação estética de um desenho, uma imagem ou uma ilustração não satisfaz usuários mais interessados em novas formas de contato com a internet. Tampouco preenche as expectativas de projetos comerciais que buscam oferecer experiências online inovadoras vinculadas às suas marcas e produtos. Nesse contexto, o que está em jogo é a interatividade ao alcance do internauta e dos objetivos de cada plataforma que “povoia” a internet.

111 miligramas \\
Site do designer
Victor Antonio Leão
(www.111miligramas.com),
que aponta que a
complexidade interativa tem
de estar aliada à estratégia
digital de cada projeto

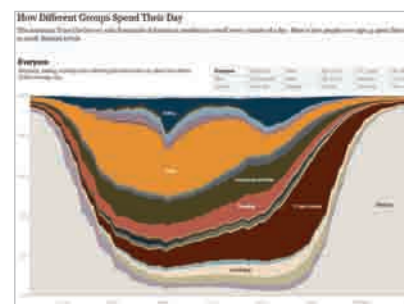


Design ■



Ao lado \\ No endereço dontclick.it, é possível navegar pelo site sem clicar no mouse. Depois, basta responder a enquete dizendo se sentiu ou não falta do clique

Abaixo \\ As novas formas de interação com o conteúdo tornam cada vez mais ricas as experiências interativas até mesmo em áreas consideradas tediosas, como infográficos de jornais como o New York Times



Ao desenvolver um projeto para a web, o designer Victor Antonio Leão (www.111miliagramas.com) conta que não faz distinção de um trabalho “com ou sem” interatividade. “Considero todos os projetos interativos, alguns com muitos níveis de interação e respostas a comandos do usuário e outros com interatividade restrita à contemplação ou informação visual”, explica. Ele esclarece que, no processo de criação, a quantidade e a complexidade dessas interações são oferecidas de acordo com a necessidade de cada projeto e devem estar aliadas à estratégia digital empregada em cada caso. “A experiência do usuário e a facilidade com que ele aprecia e interage com o conteúdo são sempre colocadas no centro dessa estratégia”, ressalta o designer, concluindo que é muito difícil optar por um determinado modelo se não estiver bem claro qual é o objetivo de um projeto.

Com a proposta de seduzir o usuário visual e interativamente para tornar popular seu produto ou sua marca, o segmento corporativo é o que mais vem apostando em ferramentas que oferecem experiências

✱ Não adianta mais apenas contemplar a estética de uma imagem ou ilustração. O que está em jogo é a interatividade ao alcance do internauta e dos objetivos de cada plataforma que “povo” a web

de interação na web. Para Victor, a vantagem está no fato de uma empresa poder vincular-se a um modelo diferente de interatividade. “O crescimento em relação à aceitação de um projeto que possui uma experiência interativa bem produzida e interessante é quase natural, e as vantagens podem ser infinitas.” Em sua experiência profissional, o designer diz que as áreas que mais se valem de níveis distintos de interatividade são as de projetos publicitários promocionais, sistemas de entretenimento como hotspots de lançamento de filmes e games, e portfólios de agências de design, fotografia e também de desenvolvimento para a web (veja

algumas sugestões de links na próxima página). Isso, sem contar os projetos experimentais, sem interesses comerciais, muitos deles pioneiros a investirem em propostas de experiências interativas. Em dontclick.it, por exemplo, o visitante experimenta navegar pelo site sem clicar no mouse – tem até enquete para saber sua opinião.

Em um universo baseado em tecnologia, Victor acredita que o aperfeiçoamento das ferramentas de desenvolvimento para web e as novas formas de interação com o conteúdo tornam cada vez mais ricas as experiências interativas, chegando a áreas até então consideradas tediosas. “Um bom exemplo são os infográficos do jornal norte-americano The New York Times (www.nytimes.com/interactive/2009/07/31/business/20080801-metrics-graphic.html) ou a campanha-enquete Own Your C (www.ownyourc.com)”, cita o designer.

Mas toda essa interação não se limita ao entretenimento. A interatividade pensada a partir de uma perspectiva de colaboração do usuário pode multiplicar a aceitação de um produto ou de uma marca.

Design



A nova cara da internet \\ O estúdio sueco North Kingdom (www.northkingdom.com) realiza trabalhos fantásticos de interatividade por meio de games, webcam e realidade aumentada

“Os projetos estão cada vez mais sociais, passando do nível apenas de entretenimento, sem participação efetiva do público, para uma estrutura mais aberta à colaboração. O resultado é a construção de uma linguagem visual própria na web, que ficará vinculada a um determinado produto, serviço ou marca”, conta Victor. Como casos dessa experiência colaborativa, o designer menciona a grife de roupas japonesa Uniqlo (www.uniqlo.com), a fabricante sueca de móveis Ikea (www.ikea.com) e a marca de vodca Absolut, também da Suécia, que dispõe de uma versão brasileira de seu site (www.absolut.com/br).

Webcam

Ao pensar em ferramentas e formas de interação, Victor reflete que tudo é fruto do próprio desenvolvimento de projetos para a web, sobretudo no que diz respeito à programação. “A evolução das linguagens, como o Papervision (plugin para o Adobe Flash que simplifica o trabalho com 3D – www.papervision3d.org/blog, papervision3d.org), aliada a uma banda larga mais rápida e a micros mais potentes, está tornando as experiências interativas visualmente mais complexas e mais intuitivas”.

Tecnologias que trazem interação para filmes e vídeos também já estão começando a se popularizar e a ganhar mais relevância em projetos para a web. “Serviços, jogos e aplicativos online também merecem destaque, já que permitem uma interação complexa, próxima à de um aplicativo desenvolvido para sistemas operacionais”, acrescenta o designer.

Nesse contexto, Victor aponta a webcam como o dispositivo que mais tem sido explorado e se popularizado para oferecer essa interatividade com sites. O que se tornou bastante conhecido nos últimos meses, também lembra o designer, é a tecnologia Realidade Aumentada (www.realidadeaumentada.com.br), que sobrepõe elementos virtuais tridimensionais, gerados por computador, a ambientes reais, e tem sido muito explorada para se fazer publicidade na web. A construtora Tenda, por exemplo, aplica a tecnologia para simular o ambiente de um imóvel (www.tenda.com/ra). Uma procurada no YouTube pelo termo “augmented reality” é o bastante para conhecer várias experiências (www.youtube.com/watch?v=ZKw_Mp5YkaE), a maioria narrada em inglês.

Alguns links com experiências interativas sugeridos pelo designer Victor Antonio Leão

Gerais

- waterlife.nfb.ca
- www.light-the-dark.org
- www.sonacom.fr
- www.mono-1.com/monoface/main.html
- www.nike.com/sportswear/collections/fall09
- www.iamalwayshungry.com
- www.red-issue.com

Com óculos 3D

- www.bubblewood.com/index_fr.htm
- 70.40.198.111

Web application

- www.hobnox.com/audiotool.1046.en.html

Experimentais

- yugop.com
- lab.mathieu-badimon.com

Webcam

- www.andreaslutz.com
- xfactor.talktalk.co.uk

Vídeo interativo (360 graus)

- www.yellowbirdsdonthavewingsbuttheyflyto.makeyouexperiencea3dreality.com

Portfólios

- www.thetoke.com
- www.varywell.com
- www.sectionseven.com

Na opinião de Victor, o mais interessante nessas propostas é perceber a capacidade de controle de imagens e elementos gráficos, com movimentos captados pela câmera ou com reconhecimento facial (www.bannerblog.com.au/news/2009/06/35_awesome_augmented_reality_examples.php).

Entre tantos casos de projetos de interatividade para web, Victor reconhece que é difícil eleger os melhores. Ainda assim, o designer sugere uma visita aos trabalhos do estúdio sueco North Kingdom (www.northkingdom.com) e do Group 94 (www.group94.com), da Bélgica. E isso, afirma ele, levando em conta que sua abordagem passou apenas pelo princípio da interação mais visual, de navegação em si. “Se partisse para uma análise da interação mais subjetiva, aquela que envolve o conteúdo e a relação entre as linguagens, daria para escrever um livro de sugestões”.

■ **opinião/articulista****design**

René de Paula Jr.
User Experience Evangelist
Microsoft Brasil
@renedepaula
rene.de.paula@microsoft.com
Blog: O UAU Nosso De Cada Dia
<http://blogs.msdn.com/renedepaula>

Ilustração / Alexandre Dias (Nani)

O avesso *do Twitter*

Por que o microblog faz tanto sucesso? Muito provavelmente porque proporciona a equação software + serviços na veia

Avesso é uma palavra engraçada. Avesso pode significar, por um lado, “o lado de dentro”, mas por outro também quer dizer rejeição por alguma coisa. Pense em algo tipo: sou avesso a usar calças do avesso.

Ok, ok, tudo tem dois lados sempre, você sabe disso. E eu te pergunto: quantos lados tem um círculo? Dois lados também: o de dentro e o de fora. Essa, aliás, é uma boa maneira de parar de andar em círculos: dar um passo para trás, sair do senso comum e virar a questão do avesso.

Pensemos no Twitter. Convenhamos, quanto tempo faz que não aparecia uma solução capaz de tanto barulho assim? Não tem uma revista, telejornal, evento, palestra... que não rasgue seda pro Twitter. Viremos o twitter então do avesso. O que vemos? Não, não, não quero falar de programação nem de arquitetura, não mesmo. Quero falar de gente. Por que pessoas e empresas e geeks e leigos estão abraçando o twitter com tanto fervor, mesmo gente que nunca assinou um RSS nem criou um blog? Pense bem, em termos técnicos, twitter não tem nada demais. Claro que, na medida em que o público cresce exponencialmente, deve ser desafiador dar conta do vai e vem de mensagens. Mas, fora isso, a solução em si é de uma simplicidade franciscana.

É esse o avesso do twitter então, pessoas felicíssimas com a pobreza total? Eu sei que essa conclusão agradaria aos xiitas do “less is more”, mas para mim a história é outra: twitter é a prova de que, parodiando Joãozinho Trinta, quem gosta de miséria é desenvolvedor, usuário gosta mesmo é de luxo.

E, convenhamos, em torno do twitter criou-se uma riqueza extraordinária de aplicações, mash-ups, serviços, ideias. No meu smartphone, eu tenho um aplicativo bem bacana chamado Pocketwit, que me permite acompanhar N contas, fazer upload de fotos, encurtar URLs etc. No meu laptop, eu uso um RIA feito em Silverlight 3, que me permite acompanhar N contas, N buscas no twitter e roda fora do browser como uma aplicação. Eu tenho amigos que usam N outras alternativas nos seus PCs, macs, iPhones.

Software + serviços na veia, mobile, no desktop ou no laptop. A última coisa que eu uso para twittar, aliás, é a página web do serviço: é pobre demais, me obriga a estar num browser, num computador... Escolha é tudo, e poder escolher a experiência que mais me convém é genial.

Eu sempre digo: a tecnologia mais fascinante é... gente. E se prestarmos atenção naquilo que as pessoas estão adotando em massa, acho que vamos aprender muito.

Uma coisa não muda: pessoas querem definir o que, quando, onde e como querem ver. Tolher qualquer uma dessas coisas é um tiro no pé. O Twitter vem permitindo tudo isso: eu escolho o software que eu quiser no hardware que eu quiser para usar o serviço onde e como e quando eu quiser. E eu sigo quem eu quiser, também. E é nessas horas que a gente vê que internet vai muito além de web, e que as novas experiências mais promissoras e legais são aquelas com a cara da gente. Mesmo para esse twitteiro (@renedepaula) aqui que adora virar as coisas do avesso.

ABC of cloud computing



Entenda como funciona, na prática, a computação em nuvem e saiba como essa tecnologia já está mudando a sua vida pessoal e também a trajetória de sua empresa em um futuro bem próximo

Por Sérgio Vinícius

A definição exata do que é cloud computing ainda está longe de ser unânime. Nomes como Tim O'Reilly, profeta da web 2.0, Dan Faber, editor-chefe do conceituado site de tecnologia CNet, e Matt Mullenweg, co-fundador do Wordpress, por exemplo, têm explicações bastante diferentes a respeito do que é a "computação em nuvem" (como pode ser visto neste vídeo: <http://www.youtube.com/watch?v=6PNuQHUiV3Q>).

Mas, se é difícil encontrar uma frase exata para expressar o que é cloud computing, exemplos podem ajudar a compreender do que se trata esse modelo de computação na qual gigantes da tecnologia ao redor do mundo, como Google, Amazon, IBM e Locaweb, investem maciçamente para contemplar pessoas físicas e empresas. Esta reportagem foi preparada para que você tire todas as suas dúvidas sobre o assunto.

Cloud para o usuário final

Grosso modo, o cloud computing é um modelo de tecnologia que transfere o processamento de aplicações para um servidor remoto. Essas aplicações ficam disponíveis pela internet e são acessadas via browser.

Um exemplo prático são os serviços de webmail, como os oferecidos pelo Gmail ou pelo Yahoo!. Para acessá-los, basta um navegador conectado à web. A menor parte do processamento dos dados fica por conta do PC. A maior parte, com os servidores do Google ou do Yahoo!.

Entretanto, o cloud computing visa levar às últimas consequências essa transferência de processamento. Em vez de editores de texto ou aplicativos de planilhas ficarem instalados no computador do usuário e rodarem de forma local, a nova tecnologia permite que eles passem a ser alojados em servidores remotos e sejam

* O modelo de negócios permite que as empresas ofereçam softwares 100% online aos usuários, que pagam pelos serviços de acordo com a demanda

Personalizado \\ Planos dedicados já existem para que os serviços, embora dentro da "nuvem", sejam altamente personalizados para atender às demandas das empresas



Pioneira \\ A Locaweb é uma das primeiras empresas do Brasil a investir na tecnologia que mudará a forma com que as pessoas lidam com computadores

acessáveis via browser. O Google Docs, pacote de escritório do Google, é 100% online e trata-se de um exemplo perfeito do que o cloud computing pode fazer.

Com essa migração maciça de softwares alojados atualmente em PCs para servidores remotos, as máquinas dos usuários finais poderiam ser menos robustas, ter HDs menores e baixo poder de processamento, já que o trabalho pesado ficaria com a empresa que oferece o serviço. Isso seria a substituição do conceito de software como programa por um serviço contratado via demanda. Esse modelo de negócios permite que empresas ofereçam softwares 100% online aos usuários, que pagam pelos serviços. Assim, o usuário não precisa mais, por exemplo, realizar upgrades ou se preocupar com backups ou formatações do OS, que devem ser realizados de vez em quando. E se você acha que isso só ocorrerá em um futuro muito distante, é bom saber que empresas como Locaweb, Amazon, AT&T, Dell, HP, IBM, Intel, Microsoft e Yahoo!, em um período pouco maior do que um mês, informaram que estão investindo pesado nessa tal "computação em nuvem".

■ Tecnologia

Além do apelo da praticidade, há ainda dois pontos bastante atrativos que resultam da aplicação da tecnologia. Como os aplicativos são baseados na web e processados remotamente, quem dá o tom da velocidade da “máquina” é a conexão de banda larga e o próprio servidor remoto. A segunda vantagem é que os trabalhos realizados no PC podem ser recuperados e acessados de qualquer lugar. E é aí que entra a questão do cloud computing sob o ponto de vista empresarial.

Cloud computing para empresas

Sob o prisma das empresas, o cloud computing permite a contratação de serviços sob demanda. A Locaweb implementa, por exemplo, um modelo de serviços associado à tecnologia que permite ao cliente contratar recursos de processamento, espaço em disco e memória, de acordo com as suas necessidades.

Dessa forma, o cloud computing evita que empresas e pessoas comprem e mantenham uma batelada de computadores e softwares. Além de ser muito mais vantajoso financeiramente, terceiriza preocupações: a tecnologia básica fica a cargo do provedor do serviço, enquanto o cliente foca em suas tarefas produtivas, em seus negócios.

Em um exemplo prático, suponha-se que a empresa ABC, hospedada na Locaweb e com um plano de cloud computing, mantenha um site em que ofereça e-mail, vídeos online e suporte a blogs. Tudo vai bem, com visitas constantes e sem grande variação. Entretanto, de uma hora para a outra, o canal de vídeos da ABC ganha destaque em algum veículo de mídia e o número de visitantes aumenta de forma a tornar a página de vídeos

✳ O cloud computing é um modelo de tecnologia que transfere o processamento de aplicações para um servidor remoto. Essas aplicações ficam disponíveis pela internet e são acessadas via browser

instável, tornando a exibição dos filmes lenta. Por ser cliente cloud, basta contratar mais “poder de processamento e memória” junto à Locaweb, que “abre a torneira” e garante que os vídeos sejam reproduzidos sem travarem.

Se, meses depois, as visitas de ABC voltarem ao estágio inicial, basta diminuir a capacidade de processamento. E, caso as visitas aumentem ainda mais e a ABC se torne uma mega empresa de comunicação, é possível recorrer a um plano cloud dedicado, em que os serviços são completamente personalizados, mas ainda assim distribuídos em uma “nuvem privada”. Trata-se do private cloud, que a Locaweb já oferece.

Origem do nome

De acordo com pesquisas do grupo Gartner, especializado em TI, “cloud computing” será uma das três expressões mais usadas nos próximos cinco anos. Ao que tudo indica, pelo porte dos investidores e pela recepção dos usuários, é bem possível que a computação em nuvem entre no dia a dia dos usuários antes mesmo de 2014, mesmo que muitas pessoas sequer saibam de sua existência. E, se esse for o caso, é de bom-tom saber ao menos de onde surgiu a expressão cloud computing.

É simples: na maior parte dos diagramas de

arquitetura de tecnologia, a internet é representada por uma nuvem. O termo cloud computing deriva dessas representações gráficas. E mais: a expressão se popularizou quando se adicionaram novos computadores para rodar aplicações ou softwares distribuídos.

É possível também analisar o termo sob a ótica de seu poder. A Locaweb, por exemplo, indica que, como esse tipo de computação está tão acima das outras, nada mais apropriado de chamá-la de “computação nas nuvens”.

O futuro já chegou \ As informações migrarão dos HDs pessoais para grandes servidores espalhados pelo mundo por grandes empresas, como IBM, Amazon, Dell e HP



■ **opinião**/artculista

e-business



Alexandre Bacci

Supervisor de Vendas
da Locaweb

alexandre.bacci@locaweb.com.br

Na Locaweb, o seu *atendimento é especial*

Papel do gerente de contas vai além de oferecer produtos e engloba abordagens profundas em relação aos anseios do cliente

Mais do que oferecer produtos pura e simplesmente, as empresas que desejam vencer no mundo competitivo de hoje precisam desenvolver um relacionamento diferenciado com o cliente. Afinal, as demandas cada vez mais estão migrando da área da produção, na qual tudo se assemelha, para a dos serviços, em que uma simples conversa ou uma abordagem profunda e personalizada em relação aos anseios do cliente costumam fazer a diferença.

É exatamente nesse cenário que se insere a figura do gerente de contas. Na Locaweb, por exemplo, quem exerce esse cargo atua como um “braço” direto do cliente dentro da empresa, com responsabilidades que englobam o estreitamento do relacionamento, a apresentação da Locaweb em visitas monitoradas, o conhecimento criterioso de cada área e departamento e o acompanhamento constante e pessoal das necessidades apresentadas. O objetivo é que o GC – como o gerente de contas é chamado –, visite sempre a empresa do cliente e esteja pronto para atendê-lo assim que solicitado.

Wm nossos cartões de visita e assinaturas de e-mail, informamos nosso telefone direto e celular. A ideia é que o cliente tenha um canal de acesso emergencial quando precisar entrar em contato conosco.

Para prestar esse serviço, os gerentes de conta da empresa têm em mãos diversos meios de acesso ao

cliente, entre eles suporte via telefone e atendimento via chat, e-mail e helpdesk. Além disso, a Locaweb oferece em seu site um serviço wiki para encontrar respostas às questões referentes aos serviços prestados, que pode ser conferido em www.locaweb.com.br/wiki.

Dentro desse cenário, o GC é capacitado para dimensionar soluções junto ao cliente, montar um panorama ideal para atender às demandas solicitadas e entender quais serviços oferecidos pela Locaweb agregam valor a cada tipo de negócio, de maneira a personalizar o atendimento. De acordo com Alexandre Glikas, diretor comercial e responsável por montar uma equipe com quase 40 profissionais na Locaweb, “o contato direto, mesmo no mundo da internet, é muito bem-vindo para ambos os lados, já que o cliente prefere olhar nos olhos do representante e nós preferimos conhecer de perto o que ele faz. Assim, o gerente de contas pode atuar como parceiro real no negócio”.

João Batista, da BV Financeira, que trabalha com a Locaweb há três anos, reforça a tese. “Meu GC é um amigo e sei que posso contar com ele sempre que precisar, mesmo porque já precisei dele e a ajuda veio na hora certa”.

Os GCs da Locaweb atuam na divisão de Data Center da empresa, ou seja, no atendimento a clientes com algum tipo de serviço dedicado, cloud computing ou outsourcing.

■ **opinião**/artculista

e-business



Marcelo Trípoli
Presidente da agência de
marketing digital iThink e autor
do blog ifound.com.br
@marcelotripoli
marcelo.tripoli@ithink.com.br

Banner blindness: *Cura nas redes sociais?*

Entenda por que a publicidade na internet se afasta a passos largos dos banners e tende a cair no colo das comunidades virtuais

■ Pare e pense: qual foi o último banner em que você clicou? E qual mensagem publicitária ele transmitia? Essas duas perguntas, aparentemente simples, estão cada vez mais difíceis de serem respondidas. Isso porque os consumidores estão ignorando este formato publicitário.

Chamado de banner blindness, este comportamento aponta que muitas pessoas sequer olham para os banners. O principal problema está no fato de que muitas campanhas não são relevantes. São vistas como interrupção e, na internet, o consumidor tem muitas ferramentas para filtrar o que ele não deseja ver. Nesse sentido, as mídias sociais seriam, então, uma forma adequada de criar relevância e de fazer com que as marcas tenham um impacto real no público?

A resposta para essa pergunta exige um retrospecto: de acordo com estudos realizados pelo Interactive Advertising Bureau (IAB), os banners corresponderam a 21% do faturamento total da publicidade na internet americana em 2008. Esse volume de investimento, embora pareça sólido, tende a migrar para outros formatos. Dados da Futurelab apontam que o Return On Investment (ROI) dos banners que, em 2005, era de 14%, passou para 10% em 2007. Em contrapartida, o retorno de ações como Search Engine Optimization migraram de 33% (2005) para 57% (2007).

Mas, quais as razões dessa tendência? A resposta é simples: o consumidor quer acessar conteúdo, serviço e

entretenimento que sejam relevantes. Uma marca deve, portanto, conversar com eles. Para tanto, é preciso:

- **Entender o DNA da marca; identificar o real potencial do produto; compreender em detalhes o público-alvo; usar a rede para maximizar alcance e resultados, e estar aberto à interação com usuários e ao diálogo.**

Uma última dica: diversos estudos sustentam o crescimento e a aceitação das redes sociais. Uma curiosa pesquisa realizada nos EUA perguntou aos entrevistados “o que você faria se tivesse apenas 15 minutos?”. Entre os pesquisados, 28% acessariam as redes sociais e apenas 5%, por exemplo, jogariam videogame.

Dentro desse cenário, podemos responder que as mídias sociais são, sim, uma forma adequada para auxiliar no diálogo com o público e para proporcionar um impacto real e consistente. Para verificar isso, faça um exercício: divulgue nelas um novo produto ou uma promoção interessante, por exemplo. Tente, depois de uma hora, rastrear o alcance da mensagem. A replicação do que foi dito vai te surpreender.

Pessoas acreditam em pessoas e propagam o que acreditam. No contexto do banner blindness, agilidade, interatividade e criatividade, portanto, não têm limite. Só não vale ficar cego para o que realmente dá certo.

**Não importa onde você
Hospeda seus Servidores.**

**Você sempre precisa da
máxima segurança:**

Firewall SonicWALL®

Para pequenas, médias e grandes Empresas

Proteja seus Negócios com as soluções
SonicWALL® que a Picture Security oferece.

Entre em contato conosco e conheça toda a
linha de produtos SonicWALL® e os nossos
Serviços de Segurança de Rede.



www.picturesecurity.com.br

FALE CONOSCO:

(11) 5089-8100

SONICWALL®

picture | Security

caseslocaweb

Prazer de **dirigir**

Agência Grafikonstruct desenvolve site para o Mohave, novo modelo da Kia Motors, e leva à internet o conceito de test-drive virtual



O Mohave (www.mohave.com.br) é um carro imponente, que acaba de chegar ao mercado pelas mãos da montadora Kia. Como estratégia de marketing, a empresa apostou em campanhas originais e ousadas.

Para a TV, o modelo foi veículado em horário nobre, na Rede Globo. Nas mãos de um personagem da novela *Caminho das Índias*, o Mohave foi apresentado ao grande público brasileiro. Para complementar a estreia de gala, a Kia promoveu o lançamento do site do automóvel, que usa e abusa de interatividade e conceitos multimídia.

A plataforma web é a responsável pela ação de merchandising que mistura elementos de ficção e realidade. Além de oferecer mais detalhes do veículo, o site agrada por permitir um test-drive virtual, no qual o usuário pode pilotar o Mohave sem sair da frente do teclado. Isso mesmo!

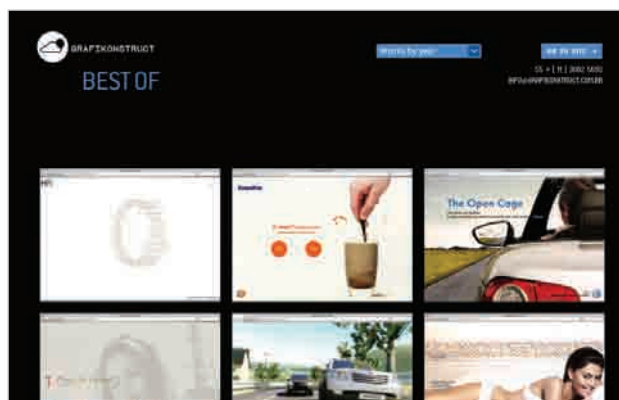
O projeto Mohave, desenvolvido pelo estúdio de design interativo Grafikonstruct em parceria com a agência Mohallem Meirelles, apresenta o veículo por dentro e por fora. O usuário explora todos os features do carro dentro de uma garagem e depois é convidado a dirigir, escolhendo cenários como cidade, campo ou praia.

“Esta ação de cross-media entre televisão e web é uma maneira de integrarmos o real com a ficção. É uma nova forma de lançar um produto que envolve entretenimento e prazer”, comenta Rodrigo Teco, diretor do projeto.

O estúdio Grafikonstruct é focado em projetos interativos e mídia digital. A empresa é um espaço de criação especializado no desenvolvimento de presença estratégica para empresas, marcas e produtos no ambiente online. O Mohave é o carro top de linha da Kia no Brasil. Entre os utilitários, é o maior da categoria, com 4.88 m de comprimento e

1,91 m de altura. O modelo tem capacidade para acomodar até sete passageiros com conforto.

Com acabamento luxuoso, unido com equipamentos confortáveis e de segurança, como airbags frontais e laterais que se armam em forma de cortina na lateral do carro, protegendo as três fileiras de bancos, o Kia Mohave chega ao mercado em grande estilo. A seguir, você confere mais detalhes do site do automóvel, que une, em uma plataforma, tanto as qualidades do carro em movimento quanto detalhes interiores e exteriores do design do modelo da Kia.



Site da Grafikonstruct \\ Empresa desenvolveu a página do novíssimo modelo Kia Mohave em parceria com a agência Mohallem Meirelles

O site**1 INTERIOR**

➤ Dentro do carro, o usuário assume os volantes e, já a partir da garagem, pode conduzir o Mohave. Logo de cara, durante este primeiro contato, é possível conferir o luxo do modelo, que esbanja conforto. O veículo é destinado a um público premium, que está atrás de conforto e boa dirigibilidade.

2 CONTROLE SONORO

➤ No painel central, há o controle de som. Durante todo o trajeto, o usuário pode escutar músicas que tornam a navegação - e a viagem - mais agradável. Desde a primeira tela do site, é possível controlar ferramentas como a transmissão das músicas, permitindo que ele interrompa ou dê prosseguimento ao áudio da página.

3 AMBIENTES

➤ Antes de iniciar o passeio, o visitante pode escolher diversos ambientes para pilotar, sendo os mais agradáveis: a cidade, durante a noite, e um passeio pelo interior. A qualquer momento, o motorista pode voltar para a garagem. Durante o trajeto, no para-brisa surgem setas que permitem ao motorista/usuário escolher a direção que o Kia Mohave deve seguir.

4 DETALHES

➤ Depois do test-drive virtual, o visitante pode conhecer mais detalhes do carro. É possível acessar itens diversos, como motorização, peças de conforto e outros dados que podem influenciar a compra do modelo.

**5 IDENTIDADE**

➤ Apesar de ser um carro recém-lançado, com um site inovador, a página do Mohave segue os padrões dos sites da Kia, utilizando projeto de design

semelhante, fontes e imagens - o que dá uma unidade a todas as iniciativas da montadora. Para ver as similaridades e o conceito visual das páginas, acesse o endereço www.kia.com.br.

■ Programação > Games para iPhone

Como desenvolver *games para iPhone*

A partir do exemplo do jogo da “gripe suína”, aprenda a criar games divertidos e aplicações úteis para o telefone mais hypado do planeta

Por Guilherme Tsubota e Fábio Balancin

Nos últimos anos, o fenômeno iPhone não para de surpreender. Desde seu lançamento, em janeiro de 2007, os números são impressionantes e chega a ser incrível o hype que envolve esse celular.

Parte do sucesso do iPhone vai além da marca Apple e da famosa Apple Store, a loja online de venda de aplicativos e jogos para iPhone. O equilíbrio que a turma do Steve Jobs conseguiu entre usabilidade, praticidade, tamanho físico, capacidade de processamento e facilidade no desenvolvimento de aplicativos gerou o que chamamos de “ecossistema do iPhone”, com consumidores e desenvolvedores de aplicativos pelo mundo todo.

Fazer parte desse mundo é fácil. A Apple oferece uma série de ferramentas para o desenvolvedor trabalhar aplicativos ou jogos. Entre elas, podemos citar o ambiente de desenvolvimento X Code e o SDK para iPhone.

Burocracia

Obviamente existem algumas premissas: este ambiente de desenvolvimento só funciona em Mac OS X. Para publicar um software na Apple Store, é necessário um registro e o pagamento da taxa de US\$ 99, caso você seja pessoa física.

O registro, apesar de burocrático, é fácil e pode ser feito diretamente no site da Apple no endereço <http://developer.apple.com/iphone/program>. Você será convidado a criar um perfil de desenvolvedor no site em <http://developer.apple.com/iphone/program/start/register> e, após isso, a efetuar o download do SDK com o X Code.

Com o perfil de desenvolvedor, você já consegue iniciar os trabalhos, porém, apenas com o registro é que será possível testar o seu aplicativo em um iPhone ou publicá-lo. A instalação do SDK no Mac OS X é fácil, totalmente integrada ao sistema e sem a necessidade de inúmeras configurações. Praticamente é fazer o download, clicar e usar.

Jogos no iPhone

Curiosamente, o iPhone se destacou muito mais como um device de entretenimento do que como um smartphone corporativo. Hoje, a marca é surpreendente, a tal ponto de ter mais jogos desenvolvidos para o sistema do que para Nintendo DS ou Sony PSP. São mais de 20 mil títulos produzidos pela comunidade de desenvolvedores ao redor do mundo.

Isso se deve à facilidade de desenvolvimento na plataforma. Enquanto existem inúmeras restrições gráficas, tecnológicas e financeiras para as plataformas concorrentes, a Apple inovou o seu modelo de negócios ao garantir que, com apenas US\$ 99, um computador Apple e um iPhone, qualquer um possa desenvolver um aplicativo e colocá-lo na gôndola de produtos voltados ao consumidor final. Para fazer parte desse time, a primeira etapa é perceber um nicho de mercado e planejar o tipo de aplicativo. A seguir, mostraremos o que fazer para criar, no caso, um game.

Qual jogo faz sucesso no iPhone?

A resposta mais provável são os jogos de grife dos grandes estúdios. Porém, aí está a mágica do iPhone, os jogos casuais indies têm alcançado um sucesso considerável entre os consumidores. Muita coisa é descartável, porém é possível encontrar jogos tão criativos ou bonitos quanto os de estúdios consagrados.

Então, como garantir o sucesso do meu jogo?

Antes de tudo, é necessário planejamento. No caso dos jogos indies, senso de oportunidade é muito bem-vindo. Aproveitando um assunto que esteja na mídia, o apoio das mídias sociais e o velho e bom boca a boca, um jogo pode alcançar uma posição relevante na Apple Store. Para exemplificar, vamos criar um jogo sobre a gripe A, ou H1N1, mais conhecida como “gripe suína”. Além de ser um assunto recente, porcos são animais cômicos, ideais para fazer jogos. Podemos também enobrecer a causa elucidando algumas questões sobre a doença entre as fases do jogo.

Programação > Games para iPhone ■



Need for Speedy \\ Com restrição ao número de botões, se comparado a um console, a versão do iPhone usa as características do aparelho para gerar boa jogabilidade

termômetro na boca, você deve clicar na pílula e arrastá-la até ele. Se você já fez o seu cadastro de desenvolvedor iPhone na Apple, efetuou o download e instalou a SDK com o X Code, está na hora de começar.

Projeto no X Code

Para criar algo com a SDK do iPhone, devemos iniciar um novo projeto no X Code. No nosso caso, vamos desenvolver um novo projeto do tipo “View-based Application”, que possui o básico para o nosso sistema funcionar sem problemas. Vamos

nomear o projeto de *PigGame*. Jogos normalmente possuem grande quantidade de animações e operações simultâneas, como movimentação de cenário, personagens, trilha sonora, regras do jogo, efeitos visuais e muito mais. Por isso, ele precisa ser bem estruturado para que gaste o mínimo de memória possível.

Existem diversas técnicas de desenvolvimento e programação de games digitais, porém, neste artigo, não vamos aprofundar esse conhecimento. Vale a pena lembrar que é interessante manter um controle de todas as ações do jogo. Para isso, uma boa dica é criar uma classe centralizadora que chamamos de Unit e um intervalo de tempo que vai controlar todas as ações do jogo que podemos nomear de mainLoop.

Antes de começarmos a codificar, vamos fazer o download do projeto em seu repositório no link <http://www.europenet.com.br/download/locaweb>.

Controles na tela

Depois de definir o título, é importante pensar que, ao mesmo tempo em que a tela multitouch do iPhone é uma vantagem, ela pode se tornar um problema em alguns jogos. Como exemplo positivo, é possível citar o *Need for Speed*, da EA. Trata-se de um dos melhores jogos de simulação de corrida já criados e sua adaptação para o iPhone foi extremamente inteligente e divertida. Com restrição à quantidade de botões, se comparado a um console, a versão do iPhone usa as características do aparelho para garantir a boa jogabilidade.

Para dirigir o carro, basta movimentar o celular como se fosse um volante. Acelerador? Esqueça, ele acelera e troca as marchas automaticamente. Quer usar o freio? Basta tocar em qualquer lugar da tela. Acionar o nitro é também muito fácil, sendo necessário que você arraste o seu dedo para cima duas vezes na tela. Os comandos são simples para que o jogador mantenha o foco na história do jogo.

Outro game interessante é o *Assassin's Creed*, da Ubisoft. Para suprir a falta de controles físicos na tela do iPhone, foram criados botões digitais, como um direcional que serve para executar ataques e ações diversas. *FIFA* e *Megaman* também contam com esse tipo de solução. É notório que esses controles digitais não são tão confortáveis como os controles do Nintendo DS ou do Sony PSP, porém é uma solução plausível para o iPhone.

No caso do *Jogo da Gripe Suína*, vamos criar uma dinâmica mais fácil e intuitiva. Ele é um casual game e, como tal, deve ser rápido e fácil de brincar. O desafio não deve ser deixado de lado. Aqui, é necessário dar o remédio para o porquinho doente, enquanto o tempo não termina. Quando o porquinho aparecer com um



Assassin's Creed \\ Foram criados botões digitais para solucionar a falta de controles físicos, como um direcional que é usado para ataques e outras ações

■ Programação > Games para iPhone

Após descompactar o arquivo, coloque as imagens do projeto e as copie para a pasta “resources”. Essas imagens serão usadas no jogo. Para os sons e efeitos sonoros, vamos importar um novo framework chamado “Audio Toolbox”, que será responsável por essa tarefa.

Para isso, vá ao ícone targets do seu projeto, clique nele e depois clique novamente com o botão direito no nome do seu projeto. Escolha a opção “Get Info”. Na aba “General” existem as “Linked Libraries”. Pressione adicionar a “Audio Toolbox Framework”.

É importante observar se a versão do SDK é a mesma da suportada por esse framework. Com isso, podemos colocar a mão na massa em nosso código.

O Jogo

Primeiramente, vamos pensar no esquema do jogo. Serão diversos porquinhos divididos em três linhas e três colunas. Para mantê-los saudáveis, precisamos clicar e arrastar uma pílula até eles enquanto o tempo não acaba.

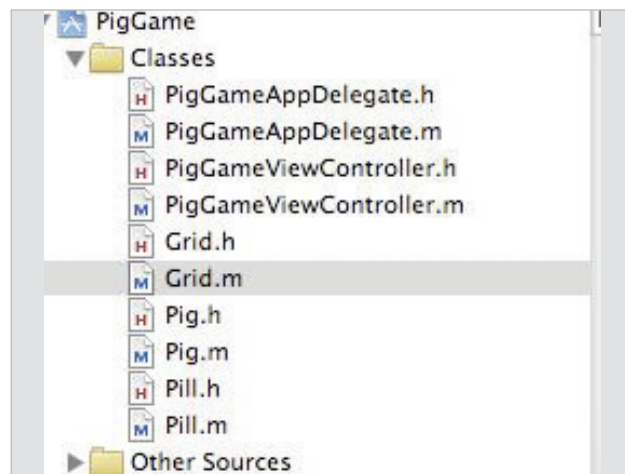
Baseados nessa pequena abstração da funcionalidade do jogo, temos três classes principais:

- A classe Grid, que será a nossa classe para criar toda essa dinâmica,
- A classe Pig, responsável pelas ações do porco,
- A classe Pill, responsável pela pílula.

Você precisa criar em seu projeto essas 3 novas classes, Grid, Pig e Pill. Para isso, siga as instruções abaixo:

- **Grid** (File > New File > Objective-C Class extendendo UIView),
- **Pig** (File > New File > Objective-C Class extendendo UIView),
- **Pill** (File > New File > Objective-C Class extendendo UIView).

Ao final você deverá ter a seguinte estrutura:



Considerando que todas as classes no Cocoa Touch devem possuir um header e uma implementação, para a classe do Grid usaremos o seguinte código:

```
//Grid.h
#import <Foundation/Foundation.h>
#import <AudioToolbox/AudioToolbox.h>
#import "Pig.h"
#import "Pill.h"

@interface Grid : NSObject {
    NSMutableDictionary* pigsDict; //Matriz onde
    ficarao armazenados os objetos dos porquinhos
    int mainTime; //tempo de jogo
    UIView* view; //palco
    UILabel* deadsLabel; //campo de texto das mortes
    UILabel* timeLabel; //campo de texto do tempo
    int timeCounter; //contador de tempo
    int deads; //numero de mortes
    NSTimer* mainLoop; //controlador principal de
    loop do jogo
    SystemSoundID up_life; //referencia do som que
    sera usado
}

-(void) mainLoop; //metodo do mainloop
-(void) initWithView:(UIView*)viewScene;
//metodo que sera chamado pelo arquivo principal
@end
```

```
//Grid.m
#import "Grid.h"
@implementation Grid
-(void) initWithView:(UIView*)viewScene {
    //Diretorio que se encontra o som
    NSString *sndPath = [[NSBundle mainBundle]
    pathForResource:@"squeeze-toy-2"
    ofType:@"wav"] ;
```

```
//Referencia do caminho do som
CFURLRef sndURL = (CFURLRef)[[ NSURL alloc]
initWithFileURLWithPath:sndPath] ;
//Criando objeto do som
AudioServicesCreateSystemSoundID(sndURL,
&up_life);
```

```
//Setando o numero de mortes para 0
deads = 0;
//recebendo o palco
view = viewScene;
```

```
//Configura textos iniciais
deadsLabel = [[ UILabel alloc]
initWithFrame:CGRectMake(20, 75, 190, 30)];
```

```

deadsLabel.font = [UIFont fontWithName:@"Arial"
size:20];
deadsLabel.backgroundColor = [UIColor
clearColor];
deadsLabel.textAlignment = UITextAlignmentLeft;
deadsLabel.text = @"(0) porcos perdidos";
[viewScene addSubview:deadsLabel];
timeLabel = [[UILabel alloc]
initWithFrame:CGRectMake(20, 55, 140, 30)];
timeLabel.font = [UIFont fontWithName:@"Arial"
size:20];
timeLabel.backgroundColor = [UIColor
clearColor];
timeLabel.textAlignment = UITextAlignmentLeft;
timeCounter = 60;
timeLabel.text = @"90 segundo(s)";
[viewScene addSubview:timeLabel];

```

```

mainLoop = [NSTimer
scheduledTimerWithTimeInterval:1 target:self
selector:@selector(mainLoop) userInfo:nil
repeats:YES];
pigsDict = [[NSMutableDictionary alloc] init];

```

```

//Cria referencia de imagem do porquinho
UIImage* image = [UIImage
imageNamed:@"pig_sl.png"];

```

```

//Adiciona porcos na tela
for(int i = 0; i < 9; i++){

```

```

Pig* imageView = [[Pig alloc]
initWithImage:image];
imageView.pigId = i;
imageView.tag = i;
imageView.frame =
CGRectMake((i%3)*image.size.width+35, ((i-
(i%3))/3)*image.size.height+100,
image.size.width, image.size.height);
//((i%3)*image.size.height
imageView.pigsDict = pigsDict;
imageView.dead = NO;
imageView.life = 30;
[pigsDict setObject:imageView forKey:[NSString
stringWithFormat:@"%i", i]];

```

```

[view addSubview:imageView];
}

```

```

//Cria pilula na tela
UIImage* pillImage = [UIImage
imageNamed:@"pill.png"];

```

```

Pill* pill = [[Pill alloc]
initWithImage:pillImage];
pill.pigsDict = pigsDict;
pill.up_life = up_life;
pill.userInteractionEnabled = YES;
pill.frame = CGRectMake(20, 350,
pillImage.size.width, pillImage.size.height);
[viewScene addSubview:pill];
UIImage* pillIndicateImage = [UIImage
imageNamed:@"useit.png"];
UIImageView* pillIndicate = [[UIImageView alloc]
initWithImage:pillIndicateImage];
pillIndicate.frame = CGRectMake(pill.frame.
origin.x+pillImage.size.width+10,
pill.frame.origin.y+5,
pillIndicateImage.size.width,
pillIndicateImage.size.height);
[viewScene addSubview:pillIndicate];
}
-(void) mainLoop {
//Começa contador de tempo
mainTime = mainTime+1;

```

```

//Verifica se morreram todos os porcos
if(deads == 9){

```

```

//Game over
[mainLoop invalidate];
deadsLabel.text = @"Game Over !";
} else {

```

```

//Verifica se o tempo acabou
if(timeCounter <= 1){
deadsLabel.text = [NSString
stringWithFormat:@"Você conseguiu !", deads];
[mainLoop invalidate];
} else {
for(int i = 0; i < 9; i++){
if(![[pigsDict objectForKey:[NSString
stringWithFormat:@"%i", i]] dead]){
if([[pigsDict objectForKey:[NSString
stringWithFormat:@"%i", i]] life]-1 <= 0){
[[pigsDict objectForKey:[NSString
stringWithFormat:@"%i", i]] setDead:YES];
deads++;
deadsLabel.text = [NSString
stringWithFormat:@"%i Perdidos", deads];
} else
[(Pig*)[pigsDict objectForKey:[NSString
stringWithFormat:@"%i", i]] setLife:([pigsDict
objectForKey:[NSString stringWithFormat:@"%i",
i]] life)-1)];

```

■ Programação > Games para iPhone

```

    }
}
}
}
timeCounter--;
timeLabel.text = [NSString stringWithFormat:@"%i
segundo(s)", timeCounter];
}
@end

```

Repare que nessa classe Grid usamos os objetos deadLabel e timeLabel para colocar textos para o usuário. Um vai mostrar o número de porquinhos mortos até o momento e, o outro, o tempo decorrido.

Você quer ver o tempo que falta para o jogo terminar? Ele fica guardado no objeto timeCounter (timeCounter = 60) e será subtraído na função mainLoop do jogo (timeCounter--). Assim que a operação é feita, exibimos o resultado em timeLabel.

Repare que para mostrarmos os resultados dentro das UILabels nós usamos sempre um objeto do tipo NSString, que é o objeto permitido para essa classe. Dessa forma, quando temos um número inteiro, nós somos obrigados a convertê-lo para uma NSString (stringWithFormat).

O motivo de termos criado o pigsDict nessa classe é unicamente para ter controle depois de imprimir os porquinhos na tela e saber quais são as propriedades que possuem no momento: saudáveis, doentes, morrendo, vivendo etc.

Nessa classe Grid, também criamos o objeto de som que passamos depois de criado para a classe Pill. Ela irá utilizar esse objeto quando você arrastar uma pílula para cima do porquinho. Essa classe, por ser a controladora do nosso tabuleiro, também define o momento do fim do jogo. Seria aqui que você poderia implementar, por exemplo, as fases ou mensagens de vitória.

Agora vamos à classe controladora do porquinho:

```

//Pig.h
#import <UIKit/UIKit.h>
@interface Pig : UIImageView {
    int pigId; //índice de referencia do porquinho
    BOOL dead; //flag dizendo se o porco esta morto
    int life; //vida do porquinho
}
-(int)life; //retorna a vida
-(void)setLife:(int)s; //altera a vida
@property(nonaatomic, readwrite) int pigId;
@property(nonaatomic, readwrite) BOOL dead;
@end

//Pig.m

```

```

#import "Pig.h"
@implementation Pig
@synthesize pigId, dead;
-(int)life {
    return life;
}
-(void)setLife:(int)s {

//Altera a imagem do porquinho para a imagem
que representa o estado atual dele
    life = s;
    int n1 = life*100;
    int nIm = 11-(10*(n1/30)/100);
    if(nIm < 11)
self.image = [UIImage imageNamed:[NSString
stringWithFormat:@"pig_s%i.png", nIm]];
}
- (void)dealloc {
    [super dealloc];
}
@end

```

Repare que, no porquinho, nós temos controle de vida restante para ele e se está morto. São as únicas propriedades que vamos precisar.

E agora, a pílula:

```

//Pill.h
#import <UIKit/UIKit.h>
#import <AudioToolbox/AudioToolbox.h>
@interface Pill : UIImageView {
    UIImageView* pillActiveView; //objeto com a
imagem da pilula
NSMutableDictionary* pigsDict; //matriz com
objetos dos porquinhos
    SystemSoundID up_life; //objeto de som
}
@property(nonaatomic, retain)
NSMutableDictionary* pigsDict;
@property(nonaatomic, readwrite) SystemSoundID
up_life;
@end

//Pill.m
#import "Pill.h"
@implementation Pill
@synthesize pigsDict, up_life;
- (void)touchesBegan:(NSSet *)touches
withEvent:(UIEvent *)event {

//Cria uma replica da pilula que sera arrastada
pillActiveView = [[ UIImageView alloc]

```

Programação > Games para iPhone ■

```
initWithImage:self.image];
    pillActiveView.frame = self.frame;
    [self.superview addSubview:pillActiveView];
}

- (void)touchesMoved:(NSSet *)touches
withEvent:(UIEvent *)event {

//Move a pilula na tela
UITouch* allTouches = [touches anyObject];
CGPoint location = [allTouches
locationInView:self.superview];
pillActiveView.center = CGPointMake(location.x,
location.y);
}

- (void)touchesEnded:(NSSet *)touches
withEvent:(UIEvent *)event {

//Detecta em que porquinho a pilula foi colocada
ou se nao foi e deleta a pilula da tela
UITouch* allTouches = [touches anyObject];
CGPoint location = [allTouches
locationInView:self.superview];
if(location.x >= [[pigsDict objectForKey:@"0"]
frame].origin.x && location.x <= [[pigsDict
objectForKey:@"2"] frame].origin.x+[[pigsDict
objectForKey:@"2"] frame].size.width){
float xPos = ceil((location.x-[[pigsDict
objectForKey:@"0"] frame].origin.x)/[[pigsDict
objectForKey:@"2"] frame].size.width)-1;
float yPos = ceil((location.y-[[pigsDict
objectForKey:@"0"] frame].origin.y)/[[pigsDict
objectForKey:@"6"] frame].size.height)-1;
int pigId = xPos+(yPos*3);
if(![[pigsDict objectForKey:[NSString
stringWithFormat:@"%i", pigId]] dead]){
AudioServicesPlaySystemSound(up_life);
[[pigsDict objectForKey:[NSString
stringWithFormat:@"%i", pigId]] setLife:30];
}
}
[pillActiveView removeFromSuperview];
}

- (void)dealloc {
    [super dealloc];
}

@end
```

A classe da pílula é onde podemos reconhecer em que ponto da tela está o mouse (no caso o toque do dedo no touchscreen) com a pílula. Caso ela esteja sobre um porquinho, ela irá curar o bichinho e um som identificará a tarefa.

Repare que, quando declaramos essa classe em Grid, nós atribuímos o valor booleano verdadeiro à propriedade `userInteractionEnabled` para podermos interagir com esse objeto. Do contrário, isso não seria possível.

Os métodos pré-definidos do framework que estamos implementando para controlar os toques do usuário na tela são:

```
(void)touchesBegan:(NSSet *)touches
withEvent:(UIEvent *)event
(void)touchesMoved:(NSSet *)touches
withEvent:(UIEvent *)event
(void)touchesEnded:(NSSet *)touches
withEvent:(UIEvent *)event
```

Para arrastar a pílula, o melhor a fazer é implementar o seguinte método:

```
touchMoved a linha:pillActiveView.center =
CGPointMake(location.x, location.y);
```

Nesta linha, estamos pegando as coordenadas do mouse pelo objeto `UITouch`:

```
UITouch* allTouches = [touches anyObject];
CGPoint location = [allTouches
locationInView:self.superview];
```

O objeto `location` retorna para você as coordenadas X e Y do ponteiro. Para removermos a pílula que estamos arrastando na tela, usamos o método `removeFromSuperview`. Para inicializar o jogo, vá até o `ViewController` principal do sistema (`PigGame View Controller`) e coloque as seguintes linhas no `viewDidLoad`:

```
[self.view setBackgroundColor:[UIColor
colorWithPatternImage:[UIImage
imageNamed:@"farm_bg.png"]]];
Grid* grid = [[Grid alloc] init];
[grid initWithView:self.view];
```

Agora, é só compilar e brincar!

Uma pequena observação: aqui, nós atribuímos uma imagem de fundo para o jogo. Neste caso, usamos uma técnica parecida com `background` de linguagens conhecidas, só que optamos por denominar esse esquema no método `colorWithPatternImage`.

Dessa forma, preenchemos o nosso objeto com uma "cor" que, na verdade, será uma imagem.

■ Programação > Games para iPhone



Gripe Suína \ A interface do jogo consiste em diversos porquinhos, divididos em 3 linhas e 3 colunas; para mantê-los saudáveis, deve-se clicar e arrastar uma pilula até eles enquanto o tempo não acaba

Usando o X Code

O X Code é o editor que usamos no Mac para criarmos nossos sistemas com o SDK de iPhone. Ele suporta, além do objective-c, C, C++ e Java, por exemplo. Possui uma interface gráfica relativamente fácil e, no caso do SDK do iPhone, você pode optar por rodar no simulador ou no aparelho. Além disso, pode escolher também a versão do OS que vai rodar neles para testar sua aplicação.

O simulador, salvo limitações (como câmera e microfone), é exatamente igual ao aparelho. Porém, nunca confie que sua aplicação está completa apenas a testando no sistema. Lembre-se de que o simulador está sendo executado em seu computador e ele é muito mais rápido que um celular.

Normalmente, no caso de jogos, usa-se muitos objetos e aloca-se muitas ações na memória. Aí, durante o teste no celular, o jogo fica um pouco lento. Esse é o momento de melhorar a performance do código antes de finalizar.

O X Code possui uma ferramenta para administrar os aparelhos que estão ligados ao computador e que podem ser usados para debugar sua aplicação, o Organizer. É uma ferramenta em que, além de você ver quais aparelhos estão ligados, é possível também observar logs de execuções anteriores e a atual, logs do sistema operacional do aparelho, tirar screenshots da tela do aparelho, e até mesmo formatá-lo.

Também é oferecido ao desenvolvedor uma visualização de classes com UML. Para isso, basta selecionar as classes que ele deseja visualizar nesse modo e, depois, clicar em Design > Class Model > Quick Model.

Para debugar aplicações no X Code, clique na linha à qual você deseja adicionar um breakpoint e, em vez de apenas compilar e executar, entre em Build < Build and Debug. Nessa opção, você pode acompanhar todo seu sistema pelo console (Run > Console) e pela navegação de objetos.

Dica: Existe uma forma de customizar o X Code para manter o processo de debug numa janela só: vá a X Code > Preferences > General e depois, em Layout, selecione "All in One". Para isso, nenhum projeto pode estar aberto no momento.

As classes que você criar usando a SDK do iPhone e sua metodologia ficarão sempre com a extensão .h para os arquivos header e .m para as implementações desses arquivos. Mas que arquivos são esses? O header class (.h) guarda a declaração com nome da sua classe, objetos utilizados, métodos atribuídos, classes importadas, herança,

constantes (se houverem) e as propriedades. No arquivo com implementações da classe, você vai guardar as instruções para seus objetos e métodos declarados no header file.

Dica: Uma coisa que você verá muito nos sistemas que utilizam a SDK é as **propertys** que declaram automaticamente as funções **get** e **set** de sua classe. Veja o exemplo:

```
@interface Pill : UIImageView {
    NSMutableDictionary* pigsDict; //matriz com
    objetos dos porquinhos
}
@property(n nonatomic, retain)
NSMutableDictionary* pigsDict;
```

No header, colocamos as instruções acima para definir o objeto pigsDict como uma propriedade. Depois, no mainfile (.m), colocamos a linha abaixo:

```
@synthesize pigsDict;
```

Essa linha fará com que você tenha dois métodos em sua classe: o pigsDict de retorno, que irá te dar o objeto pigsDict alocado na classe, e o setPigsDict, que pode ser usado para setar no lugar desse objeto um outro objeto qualquer.

Outro recurso interessante é que você pode trabalhar com repositórios SVN e CVS no X Code. Em SCM > Repositories, dá para administrar todos os repositórios em uso ou até mesmo do seu projeto ativo.

Guilherme (fala@guilher.me) é Criador de Games e especialista em Tecnologia Mobile.

Fábio (balancin@gmail.com) é Engenheiro de Sistemas e Games.

Show Day

Google Analytics



O Grupo Impacta Tecnologia convida você a participar do "Show Day Google Analytics", um curso de dois dias ministrado por Ruy Carneiro, pioneiro em cursos de Google Analytics do mercado brasileiro.

O curso visa explicar o que é Web Analytics e como funciona o Google Analytics, para uma análise com maior precisão nos resultados das estratégias digitais, abordando ferramentas e maneiras de implementar em ambientes dinâmicos (Flash e Ajax). Também irá diagnosticar possíveis problemas de implementação.

Público alvo:

Estudantes e profissionais da área digital, Desenvolvedores, Consultores, Analistas de métricas e demais profissionais que necessitam conhecer mais sobre a implementação do Google Analytics.

Conteúdo programático:

23/10 - 1º Módulo: Google Analytics - Implementação e configuração

- Introdução a Web Analytics
- Google Analytics - o que é e suas vantagens
- Como funciona
- Criando uma conta
- Permissão e perfis
- Implementação
- Integração AdWords e AdSense
- Backup dos dados
- Expressões Regulares
- Funil e definição de valores
- APIs mais utilizadas
- Configurando seus dados de eCommerce
- Segmentação

24/10 - 2º Módulo: Google Analytics - Análise

- Criando Filtros
- Segmentos Avançados
- Monitoramento de Campanhas
- Analisando as Buscas Internas
- Pensando na Web 2.0
- Vídeos, widgets, áudio, elementos em Flash e Ajax
- Facilidades no uso da ferramenta e relatórios
- Criação de dashboards e relatórios
- Tipos de gráficos
- Análises de períodos
- Principais reportes
- Motions Charts
- Otimização - Introdução ao Google Web Site Optimizer
- Tecnologia
- Cookies

Investimento:

1 Módulo - R\$ 400,00

2 Módulos - R\$ 700,00

O aluno pode se inscrever tanto para um módulo, quanto para os dois incluído no investimento. Collage-break, material diferenciado, apostila e certificado.



Palestrante:

Ruy Carneiro é Sócio-Diretor da WA Consulting, primeira consultoria especializada em métricas digital. Organizou o primeiro curso de Google Analytics do mercado brasileiro em 2006. Também é especialista em outras ferramentas de Web Analytics e BI. Formado em Análise de Sistemas pela PUC, com MBA em Administração de Empresas pela FGV e Marketing pela ESPM, além de vários cursos na área de Marketing, Marketing digital, estatística e vendas. Participou da criação do IBOPE NetRatings em 2000 e atuou também com pesquisas Ad'Hoc digitais, pesquisas sindicalizadas, pesquisa de usabilidade e relatórios de inteligência de mercado. Foi palestrante em diversos eventos realizados pela ABEP - Associação Brasileira de Empresas de Pesquisa, ABA - Associação Brasileira de Anunciantes, Gazeta Mercantil, Sucesu, IIR, KM-Brasil e neste ano foi palestrante no primeiro Emetrics em São Paulo.

Data e local:

Data: 23 e 24 de outubro

Horário: das 09h às 18h

Local: Faculdade Impacta Tecnologia

Rua Arabé, 71 - Vila Clementino (próx. metrô Santa Cruz)

Para mais informações:

(11) 3254-2200 ou acesse www.impacta.com.br/loja

Apoio:

LOCAWEB

info
EXAME

Realização:

Grupo



■ Programação > HTML 5

Os mitos e fatos *em torno do HTML 5*

O que é realidade e o que vai realmente mudar na nova versão da linguagem de marcação usada como base para a montagem de páginas na internet

Por Felipe Magalhães

Há algum tempo, a World Wide Web Consortium (W3C) anunciou a criação da nova versão da linguagem de marcação usada como base para a montagem de páginas web: o HTML 5. O projeto começou a ser desenvolvido após a atual edição do Hypertext Markup Language (HTML), a 4.0.1, ter ficado obsoleta com o surgimento das aplicações RIA. Pudera, há mais de 10 anos a linguagem não passava por qualquer tipo de alteração significativa.

Com o HTML 5, os desenvolvedores esperam fornecer uma experiência mais profunda de internet, fazendo também com que os navegadores deixem de ser meros exibidores de páginas e passem a oferecer recursos mais interessantes. No entanto, a nova linguagem ainda está em fase de testes e a versão final tem lançamento previsto apenas para 2012. Mesmo assim, os principais browsers

do mercado, como Google Chrome, Mozilla Firefox 3.5, Internet Explorer 8 e Safari 4, já dão suporte ao sistema, fato que movimentou o mercado e gerou diversos mitos e realidades em torno do HTML 5.

Até pouco tempo atrás, por exemplo, chegou-se a acreditar que o XHTML (reformulação da linguagem HTML, combinando-a com as regras da XML) seria a evolução da versão 4.0.1, mas o fato é que a ideia morreu na praia. Em vez de oferecer um potencial maior para a linguagem, o XHTML apenas fez com que as páginas pudessem ser escritas com uma semântica definida, dando um significado útil para cada elemento HTML.

Muito mais robusto, o HTML 5 promete grandes alterações de desenvolvimento, como a inclusão de APIs para criação de gráficos em 2D, controle de conteúdo multimídia (como swf, música e vídeo embutido), melhora na depuração de erros e aprimoramento do uso em modo offline. Fora isso, a nova linguagem pretende

resolver um dos grandes problemas enfrentados pela versão atual: o fato de que a estrutura da página não é algo óbvio para a máquina, pois não existe um padrão para arquitetar o documento indicando o que é cada elemento. Isso geralmente fica por conta dos atributos name e id dos objetos, porém não há regra de padronização para eles. Cada desenvolvedor os descreve da maneira que entende melhor.

É exatamente por causa disso que os desenvolvedores do HTML 5 pretendem substituir os elementos por algo com significado embutido, de modo que a finalidade de cada elemento passe a ficar nítida para a máquina. Confira, nas próximas páginas, o que a nova linguagem realmente deve oferecer:

HTML 5 Reference

HTML 5 improves interoperability and reduces development costs by making precise rules on how to handle all HTML elements, and how to recover from errors.

Some of the new features in HTML 5 are functions for embedding audio, video, graphics, client-side data storage, and interactive documents. HTML 5 also contains new elements like <nav>, <header>, <footer>, and <figure>.

The HTML 5 working group includes AOL, Apple, Google, IBM, Microsoft, Mozilla, Nokia, Opera, and many hundreds of other vendors.

Note: HTML 5 is not a W3C recommendation yet!

To read about the HTML 5 activities at W3C, please read our [W3C tutorial](#).

Ordered Alphabetically

- 4: indicates if the element is defined in HTML 4.01
- 5: indicates if the element is defined in HTML 5

Tag	Description	4	5
<!--...-->	Defines a comment	4	5
<!DOCTYPE>	Defines the document type	4	5
<!--...-->	Defines a comment	4	5

Onde obter referências? \ Quem quiser se aprofundar no assunto e obter novas informações a respeito do HTML 5 deve frequentar endereços como www.w3schools.com/tags/html5.asp

Algumas novidades do HTML 5

Tag <canvas>: A finalidade desta tag é renderizar gráficos bidimensionais e permitir a edição de imagens por meio de API ou Javascript.

Tag <header>: Serve para definir o que haverá no cabeçalho. Atualmente, o costume é o uso de `div` para montar o cabeçalho, descrevendo o `id` como “cabeçalho”, “topo” ou qualquer coisa do tipo, de modo com que o desenvolvedor (e apenas ele, não a máquina) fique ciente da utilidade daquele item dentro do documento.

Tag <article>: Define um artigo, uma área da página que tenha formulários e/ou texto e/ou imagens que envolvam um mesmo tema, como área de comentários em um blog ou a área posts de um fórum.

Tag <section>: Tem a finalidade de definir uma área dentro da página, sendo que cada uma pode, por exemplo, conter um <h1>. O objetivo é fazer com que a semântica da página não se perca por existir mais de um título de nível 1 dentro do mesmo documento. Esta ferramenta é muito útil para a indexação de buscadores. É bom alertar que as divs (que atualmente podem funcionar como uma delimitadora de seções) não deixarão de existir, mas terão seu uso diminuído e passarão a ser necessárias apenas em casos específicos.

Tag <aside>: Engloba informações que tenham alguma ligação com o conteúdo principal do site. Exemplo: menu, busca, banner.

- ✳ O HTML 5 promete alterações de desenvolvimento como a inclusão de APIs para criação de gráficos em 2D, controle de conteúdo multimídia, melhora na depuração de erros e aprimoramento do uso em modo offline

Tag <footer>: Define a área de rodapé do documento ou da seção.

Tag <audio>: Estabelece a exibição de qualquer elemento de streaming de áudio. O funcionamento desta tag é simples, basta dizer no atributo “src” o caminho do arquivo de som a ser executado. Por meio desta tag, é possível configurar se o som será executado automaticamente, se serão ou não exibidos os controles de áudio (botões de play, stop e por aí vai) e quantas vezes o áudio será reproduzido.

Tag <video>: Semelhante ao funcionamento da tag <audio>, porém com o intuito de exibir vídeos na página. Além das mesmas possibilidades da tag comentada acima, também será possível definir uma imagem a ser exibida antes de o vídeo estar carregado, além da largura e altura da imagem.

Tag <dialog>: Utilizada para descrever diálogos dentro do documento. Dentro da <dialog> </dialog>, devem ser usadas as tags de termo de definição (<dt>) e descrição de definição (<dd>), sendo que a tag <dt> informa o nome da pessoa que está no diálogo e a tag <dd> informa o que esta pessoa está falando.

HOME | SOBRE | CONTATO | AULA PARTICULAR | NOSSOS SERVIÇOS






TABLELESS

[NA PRÁTICA](#)
[INTERNET MÓVEL](#)
[SEO](#)
[VÍDEOS TUTORIAIS](#)
[WORDPRESS](#)
[CSS](#)
[HTML/XHTML](#)
[JQUERY](#)

HTML 5 – Mudanças na estrutura e semântica

Todos os dias sites e mais sites são publicados na internet e nenhum deles com um padrão de nomenclatura de classes e ids.

 48 COMENTÁRIOS

16/02/2009
 por Diego Elia

[Artigos](#), [Client-Side](#), [HTML/XHTML](#), [Tecnologia](#) e [Tendências](#)

A **Semântica** sempre um dos pontos mais importantes do **desenvolvimento com Padrões Web**. Algumas iniciativas com o [Microformats](#) vieram na tentativa de trazer mais semântica ainda para nossos códigos, com o intuito de novas aplicações e oportunidades pudessem utilizar melhor a informação distribuída na web. Acontece que o resto do HTML não foi a bastante tempo modificado. Por exemplo, como você consegue distinguir de forma automática as informações do "header" (cabecalho)

Compartilhe:


[Salvar no Del.icio.us](#)


[Favoritar no Technorati](#)

Semântica \\ Artigos no site Tableless mostram que os desenvolvedores do HTML 5 pretendem substituir os elementos indicados nos documentos por algo com significado embutido, de modo que a finalidade de cada elemento passe a ficar nítida para a máquina

[illegible]



Programação > HTML 5

Tag <figure>: Sabe quando lemos um livro e vemos em meio ao texto o seguinte dizer: “Figura 1.3”? Esta tag é usada para agrupar elementos como ilustrações, imagens e fotos, dessa maneira, permitindo a aplicação de uma legenda por meio da tag <legend>. Para linkar o texto à imagem sobre a qual ele faz citação, basta colocar um link (<a>) com o atributo href apontando para “#idDaFigure”, por exemplo: Para <figure id=“1”>...</figure>, use

Tag <datagrid>: Define uma lista de dados selecionáveis, exibida em uma estrutura de árvore (tree-list). Permite configuração para selecionar um único ou múltiplos itens.

Tag <datalist>: Esta tag deve ser utilizada juntamente a um <input> para descrever quais itens fazem parte da lista de itens selecionáveis. Para atrelar uma datalist a um input, basta informar o id da datalist no atributo "list" do input, por exemplo:

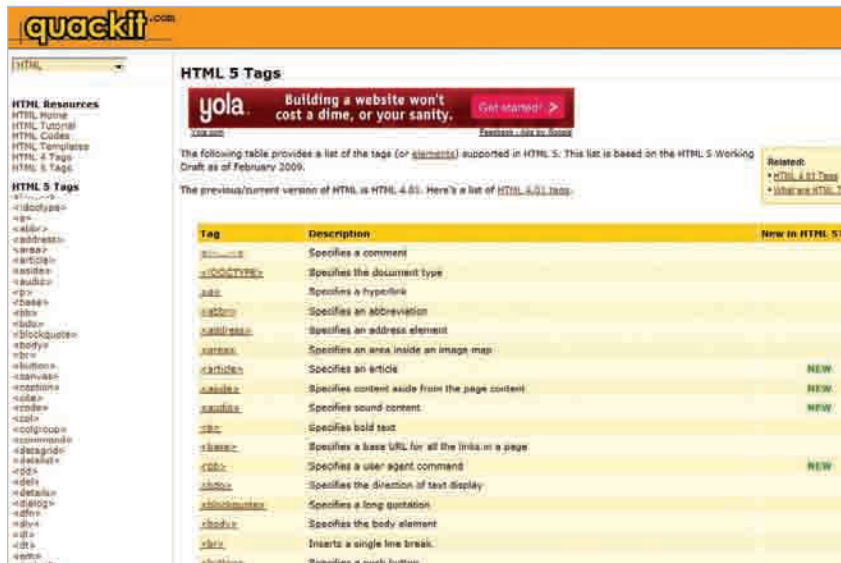
```
<input id="uf" list="estados" /> <datalist id="estados"> ... </datalist>
```

Tag <mark>: Utilizada para fazer um realce (colocando uma cor de fundo) em um determinado trecho de um texto, a fim de dar certo destaque.

Tag `<meter>`: Usada para indicar conteúdo referente à medida. Por exemplo, o trecho `<meter min="0" max="200" value="12" title="millimeters">173 mm</meter>` só permitirá que o conteúdo entre a tag `<meter>` seja um valor entre o descrito no atributo “min” e no “max”.



Atributos \\ A lista de novos atributos aplicados ao HTML 5 pode ser conferida em www.w3schools.com/tags/html5_ref_standardattributes.asp



Tags \\ Entre no endereço www.quackit.com/html_5/tags para conferir outras tags interessantes que devem ser inseridas na nova versão da linguagem de marcação, com previsão de lançamento para 2012

- ✱ O HTML 5 deve resolver um dos grandes problemas da versão atual: o fato de que a estrutura da página não é algo óbvio para a máquina, pois não existe um padrão para arquitetar o documento indicando o que é cada elemento

Tag `<input>`: Esta é uma velha conhecida, mas vem cheia de novidades. Por meio do atributo “form”, podemos definir a qual ou quais formulários o item pertence. Também será possível configurar qual conteúdo será exibido assim que o formulário for enviado, e dizer se um campo é obrigatório ou não por meio do atributo “required”. Surgem também novos tipos de input, como date, datetime, datetime-local, email, month, number, range, time, url e week.

Tag <command>: Define um botão de comando, que pode ser radiobutton, checkbox ou button. Na versão atual, todos esses itens são definidos por meio da tag <input>. No HTML 5, eles foram agrupados em uma tag diferente, exatamente por não serem renderizados como campos de texto (que é funcionalidade da tag <input>). Será possível indicar, via url, um ícone para o <command>.

Tag <details>: Esta tag tem por funcionalidade descrever os detalhes de um elemento na página e pode ser configurada para ser visível ou oculta por padrão.

Tag <nav>: Esta tag gera uma seção de navegação (como um menu superior), com os links exibidos lado a lado.



HTML 5 < Programação ■



XHTML™ 1.0 The Extensible HyperText Markup Language (Second Edition)
 A Reformulation of HTML 4 in XML 1.0
 W3C Recommendation 26 January 2000, revised 1 August 2002

This version:
<http://www.w3.org/TR/2002/REC-xhtml1-20020801>
Latest version:
<http://www.w3.org/TR/xhtml1/>
Previous version:
<http://www.w3.org/TR/2000/REC-xhtml1-20000126>
Diff-marked version:
<http://www.w3.org/TR/2002/REC-xhtml1-20020801/xhtml1-diff.html>
Authors:
 See [acknowledgments](#).

Please refer to the [errata](#) for this document, which may include some normative corrections. See also [translations](#).

This document is also available in these non-normative formats: [Multi-part XHTML file](#), [PostScript version](#), [PDF version](#), [ZIP archive](#).

Copyright ©2002 W3C® (MIT, INRIA, Keio). All Rights Reserved. W3C [liability](#), [trademark](#), [document use](#) and [software licensing](#) rules apply.

Abstract

This specification defines the Second Edition of XHTML 1.0, a reformulation of HTML 4 as an XML 1.0 application, and three [

Ao lado \\ Chegou-se a acreditar que o XHTML seria a evolução da versão 4.0.1, mas o fato é que o sistema não atingiu os resultados esperados e deu força para a criação do HTML 5

Abaixo \\ Diversos exemplos da nova linguagem já se espalharam pela internet e é interessante observar as evoluções que o sistema deve oferecer ao mercado



Tag <menu>: Esta tag estava em desuso no HTML 4, mas foi redefinida no HTML 5. O intuito da ferramenta, como o próprio nome informa, é de gerar um menu, sendo que seus itens devem estar descritos com tags (list item usado normalmente em listas ordenadas e não ordenadas).

Tag <progress>: Não imagine que esta tag vá gerar uma barra de progresso. A tag <progress> tem por objetivo definir que o conteúdo existente dentro dela seja entendido pela máquina como a representação do progresso de execução de alguma tarefa. Indica-se o uso de Javascript para poder manipular esse elemento, mantendo o usuário informado sobre o andamento da execução de algo, como um download, por exemplo.

Tag <time>: Tem a finalidade puramente de descrever para a máquina que aquele trecho de texto é uma data ou hora, por exemplo: <p>Nos finais de semana, abriremos
 <time>09:00</time>.</p>.

Atributo contenteditable: Informa se o conteúdo existente naquela tag é ou não um conteúdo editável.

Atributo draggable: Especifica se o elemento pode ser arrastado ou não.

Atributo contextmenu: Especifica um menu de contexto (aquele que se abre quando clicamos com o botão direito do mouse) para o item. Para isso, basta informar como valor o id de um menu criado com a tag <menu>.

Atributo irrelevant: Informa se o conteúdo daquela tag é irrelevante para o documento, caso o conteúdo não seja exibido.

Também foram implementados novos eventos no HTML 5, entre os quais vale ressaltar os que estão relacionados ao clique e arraste de elementos (ondrag, ondrop, ondragstart, ondragend, ondragenter, ondragleave, ondragover); ao processo da barra de rolagem (onscroll); ao disparo de eventos de mensagens (onmessage); a erros e paradas (onerror, onabort); e ao menu de contexto (oncontextmenu). Outro recurso interessante que foi anunciado no HTML 5 é o “Caching de aplicações”, que informa a possibilidade de acessar os aplicativos web de maneira offline via cache. De acordo com a W3C, o arquivamento desses aplicativos será realizado por meio da URL e do atributo manifest da tag <html>, que é uma url indicada referente à maneira como o documento será renderizado.

Com tudo isso, a linguagem promete ser mais potente do que a versão atual, o que deve facilitar, e muito, o desenvolvimento de uma experiência mais rica na web.

Para saber mais

- <http://migre.me/82kh>
- www.w3schools.com/tags/html5.asp
- www.w3schools.com/tags/html5_ref_eventattributes.asp
- www.tableless.com.br/pulga-na-cueca-html5
- www.tableless.com.br/html5-estrutura-semantica
- www.quackit.com/html_5/tags

parceiros/locaweb

locavip

Conheça aqui alguns dos principais clientes vips da Locaweb



✳️ “A Melnick é líder em construções de alto padrão no Rio Grande do Sul. Porém, engana-se quem acha que uma construtora sólida é feita somente de argamassa e tijolo. Hoje, tecnologia e confiabilidade de informação são fundamentais ao nosso negócio e por isso estamos com a Locaweb.”

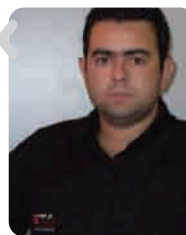
Juliano Melnick, diretor comercial e de marketing



• Melnick
• www.melnick.com.br



• ATS Informática
• www.atsinformatica.com.br



✳️ “Nossa parceria com a Locaweb começou com uma indicação há mais de seis anos e, os serviços oferecidos pela empresa agregam para o perfeito funcionamento de nossa solução.

Estamos satisfeitos com as ferramentas da Locaweb e sabemos que ela é uma empresa bem-sucedida no que faz.”

Igor Murilo Ferreira, gerente comercial



✳️ “Nós precisávamos de um data center seguro e bem-estruturado e, também, de um fornecedor acessível e flexível o suficiente para nos dar suporte imediato e oferecer escalabilidade de acordo com o volume de dados da nossa rede social. A Locaweb foi a melhor escolha para atender a essas necessidades.”

Rodrigo Faria, webmanager



• LANCE!
• www.lancenet.com.br

SUA LOJA ONLINE GRÁTIS EM POUCOS CLIQUES.

kwarup.com



A **Loja Pronta** é uma ferramenta completa e grátis para você montar sua loja virtual de forma simples e rápida. Além disso, já conta com meios de pagamento integrados pelo **Pagamento Certo** e você não paga taxa de adesão nem mensalidade, com as tarifas de transação sendo cobradas apenas sobre o que você vender.

Se você prefere ter mais flexibilidade na integração dos meios de pagamento e negociar diretamente com os bancos e operadoras de cartão de crédito, conheça também o **Gateway de Pagamentos**.

Comércio Eletrônico Locaweb: o jeito mais simples de você vender online.



www.locaweb.com.br

LOCAWEB

**CLOUD COMPUTING COM
AUTONOMIA TOTAL E FLEXIBILIDADE
NA ADMINISTRAÇÃO DO SERVIDOR.**

CLOUD MINI: tenha autonomia total para administrar seu servidor Linux, com processamento, memória e disco exclusivos para suas aplicações. A partir de **R\$ 59,00/mês**.

CLOUD SERVER: ajuste as capacidades de seu servidor Linux ou Windows quando quiser, garantindo disponibilidade de hardware, desempenho de ponta e crescimento sob demanda. A partir de **R\$ 149,00/mês**.

DEDICATED CLOUD: conte com recursos em larga escala em uma nuvem inteiramente dedicada a sua empresa. Consulte nossa equipe comercial e conheça os planos para necessidades específicas.

CLOUD COMPUTING LOCASWEB: a melhor infraestrutura para hospedar seu site e suas aplicações com alta performance e tecnologia de ponta.

**A Locaweb traz para você a nova fronteira da era digital.
Assista ao vídeo sobre o Cloud Computing em locaweb.com.br/cloud.**



LOCASWEB

kwarup.com