

# LOCAWEB

www.locaweb.com.br



ANO 6 R\$ 9,90 Edição 35

A Internet em Revista

# Sua loja virtual em

# 24 HORAS

Aprenda a usar a ferramenta WebStore para colocar no ar, em apenas um dia, um site de e-commerce completo, fácil de operar e prontinho para vender os seus produtos

Preview do Windows 8

Direitos autorais para imagens

OpenStreetMap

Cloud Printing

CSS3

veja também

## Responsive design

Desenvolva projetos eletrônicos que podem ser visualizados em diversas plataformas

## Marketing efetivo

Veja quais são os elementos que não podem faltar em uma campanha online arrasadora

## O fim do mouse

Conheça o Leap, sistema que promete revolucionar a interação entre o homem e a máquina







**Seus bastidores  
têm que ser  
tão bons quanto  
seu serviço.**

Hospede seus projetos  
na Locaweb e conte  
com a melhor infraestrutura  
da América Latina.

Planos a partir de R\$ 29,90/mês.

**LOCAWEB**

[Locaweb.com.br/Hospedagem](http://Locaweb.com.br/Hospedagem)

## A voz dos especialistas

**E**m uma área com tantas variáveis e evoluções constantes como a tecnologia da informação, ficar de olho na visão dos especialistas a respeito das tendências do mercado é fundamental. Por isso, nesta edição, reunimos diversos deles para falar sobre os mais variados segmentos do setor.

É com a propriedade de quem já atuou como analista de redes sociais e especialista em SEO em diversas empresas do Brasil que Robinson Melgar, também jornalista, aborda a reportagem "Monte sua loja virtual em 24 horas", a principal desta edição. Didaticamente, Melgar explica como usar a ferramenta WebStore, da Locaweb, para montar um e-commerce prático, funcional e eficiente em apenas um dia.

Desenvolvida por especialistas das mais variadas áreas, a WebStore tem como foco permitir que até mesmo quem não domina a internet consiga montar, muito rapidamente, sua loja virtual, independentemente do setor em que atua. E os recursos embarcados no serviço são tão completos que permitem ao lojista voltar a atenção apenas para o negócio em si, sem se preocupar com as tecnologias que o envolvem.

Na trilha de quem sabe o que faz (e fala), a repórter Andreza Marino Emília também foi às ruas para falar com uma série de profissionais da área de design e apurar os rumos do responsive design, uma realidade que vem mudando o dia a dia dos profissionais do setor. Aline Mariano, por sua vez, foi ainda mais longe e trouxe a palavra de Michael Buckwald, CEO da Leap Motion, empresa que está desenvolvendo um equipamento que promete substituir o mouse e melhorar a interação entre homens e mulheres com as máquinas. Aline também conversou com Vitor George, brasileiro colaborador do Open Street Map, a Wikipédia dos mapas.

Enquanto isso, Flávio Carneiro entrevistou Ana Clara Cenamo, especialista em direitos autorais relacionados a imagens, e apresentou a opinião de profissionais bem-sucedidos sobre como montar uma campanha de marketing digital efetiva. Você confere tudo isso nas próximas páginas, escritas exatamente para ajudá-lo a se especializar ainda mais no desenvolvimento web.

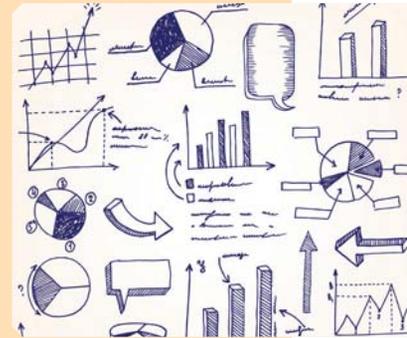
**Claudio Gora**

[editor@locawebemrevista.com.br](mailto:editor@locawebemrevista.com.br)

## Nesta edição...



::Responsive design **46**



::Marketing digital **50**



:: Monte sua loja virtual em 24 horas **36**

- ::Entrevista: Michael Buckwald ..... **6**
- ::Caixa de entrada ..... **10**
- ::Notícias ..... **12**
- ::Case e WebStore..... **20**
- ::Espaço ABRADI..... **26**
- ::Opinião: Fábio Akita..... **28**
- ::Opinião: Marcelo Negrini..... **30**
- ::Opinião: Marcelo Barbusci..... **32**
- ::Preview: Windows 8..... **34**
- ::Direitos autorais nas imagens..... **54**
- ::Open Street Map ..... **58**
- ::Cloud Printing..... **60**
- ::Domínio CSS3..... **62**
- ::Parceiros ..... **66**



### Locaweb em Revista Edição 35

**VP Comercial e Marketing:**  
Claudio Gora  
**Coordenação de Comunicação:**  
Luis Carlos dos Anjos  
**Coordenação Editorial:**  
Fernanda Brianezi Valim

**Editora Europa**  
**Editor e Diretor Responsável:**  
Aydano Roriz  
**Diretor Executivo:**  
Luiz Siqueira  
**Diretor Editorial e Jornalista Responsável:**  
Roberto Araújo - MTb.10.766 - [araujo@europenet.com.br](mailto:araujo@europenet.com.br)

**Editores:**  
Paulo Basso Jr. e Sérgio Vinícius  
**Revisão:** Cátia de Almeida  
**Editor de Arte (projeto gráfico):**  
Alexandre Dias (Nani)  
**Colaboração:** Aline Mariano, Andreza Emília Marino, Flávio Carneiro, Max Reinhold e Robinson Melgar

**Publicidade São Paulo:**  
[publicidade@europenet.com.br](mailto:publicidade@europenet.com.br)  
**Diretor de Publicidade:**  
Maurício Dias (11) 3038-5093  
**Executivos de Negócios:**  
Alessandro Donadio (coordenador), Ângela Taddeo, Adriana Gomes, Elisângela Xavier, Ligia Caetano,

Renato Peron, Rodrigo Sacomani e Rose Alves

**Criação Publicitária:**  
Paulo Toledo  
**Tráfego:** Renan Pereira  
(11) 3038-5097

**Circulação e Promoção**  
**Gerente:** Ézio S. Vicente  
**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 Chignaglia Distribuidora S. A.  
Rua Teodoro da Silva, 907 - CEP 20563-900 - Grajaú - RJ

**Impressão:**  
Prol Editora Gráfica

**Somos Filiação à ANER**  
Associação Nacional dos Editores de Revistas



UM ATENDIMENTO RUIM ESTRAGA  
SUA RELAÇÃO COM O CLIENTE.



Conheça as soluções Locaweb para profissionalizar seu atendimento:



**WebChat**

Atenda com mais qualidade e agilidade, conversando com o público em tempo real pelo seu site. Planos a partir de R\$ 49,00/mês.



**WebDesk**

Organize as solicitações de seus clientes e mantenha um histórico centralizado de todas as informações. Planos a partir de R\$ 30,00/mês.



**PABX Virtual**

Sua empresa contrata quantos ramais precisar e pode usá-los em qualquer lugar com acesso à Internet. Planos a partir de R\$ 29,00/mês.

■ Buckwald acredita que o Leap irá mudar a forma como as pessoas se relacionam com diversas máquinas, e não apenas computadores

**P**oder interagir com o computador sem a necessidade de usar mouses e teclados, mas apenas com a utilização de mãos e dedos foi o que deu impulso à criação do Leap. Trata-se de um sistema que pretende facilitar o uso das máquinas para as mais variadas funções cotidianas, prometendo ser até 200 vezes mais preciso do que o mouse.

Impossível ver como o aparelho opera e não se lembrar do filme *Minority Report*, estrelado por Tom Cruise. O funcionamento do Leap remete às cenas em que o ator interage com um sistema usando apenas as mãos e dispensando, completamente, mouses e teclados.

Para entender um pouco mais sobre essa tecnologia e como ela pode interferir no futuro, Michael Buckwald, CEO da Leap Motion e criador da ferramenta, responde a perguntas sobre o produto.

# A vida sem periféricos

Michael Buckwald, CEO da Leap Motion, explica o funcionamento do aparelho que promete tirar o mouse do mercado **Aline Mariano**

**Locaweb em Revista** Qual é o principal propósito do Leap?

**Michael Buckwald** O Leap é um periférico USB do tamanho de um iPod, cuja função é criar uma interação em 3D com um espaço de até cerca de 0,2 metro cúbico (o equivalente a um cubo de 20 cm de aresta), o que proporciona uma atuação bastante precisa. Com ele, é possível “alcançar” o interior das máquinas e trazer para fora a informação, dispensando o uso do mouse. E o que é melhor: de maneira tão simples quanto abrir um pote de biscoitos e pegar o que está lá dentro.

► Equipamento que registra os movimentos de todos os dedos e das mãos de forma independente pode ser conectado a notebooks e desktops



**LW** Como o equipamento funciona efetivamente?

**MB** O Leap consegue traduzir a sensibilidade dos movimentos de cada dedo ou das mãos, de forma independente. Ele é até cem vezes mais preciso do que qualquer outro produto tecnológico do gênero – e 200 vezes em relação ao mouse. Com o Leap, é possível, por exemplo, criar uma assinatura digital precisa com a ponta dos dedos ou uma caneta.



**LW** O Leap pode ser conectado em qualquer tipo de dispositivo dotado de uma porta USB?

**MB** É possível usá-lo em notebooks e computadores de mesa (desktops) que têm uma porta mini-USB.

**LW** O aparelho reconhece qualquer movimento? Ele pode se confundir, por exemplo, com os braços que estiverem próximos ou se atrapalhar para identificar dedos e mãos?

**MB** O Leap é capaz de reconhecer qualquer movimento dentro do espaço de interação 3D, sem se atrapalhar. Trata-se do primeiro controle de movimento que pode seguir os dez dedos das mãos de forma independente e de maneira precisa.



**LW** A tecnologia funciona como um sensor?

**MB** O Leap possui uma série de câmeras com sensores que emitem uma luz infravermelha. Essa luz consegue definir objetos que estejam próximos. Com o auxílio do software Leap Motion, que acompanha o equipamento e é baseado em avanços matemáticos feitos por David Holz, cofundador da empresa, é possível criar um espaço de interação tridimensional que pode seguir os movimentos dos dedos mesmo abaixo de uma fração de milímetro.

“O Leap traduz os movimentos das mãos de forma independente. Com ele, é possível criar uma assinatura digital precisa com a ponta dos dedos ou uma caneta”



▶ Aparelho do tamanho de um iPod foi desenvolvido para criar uma interação em 3D em um espaço equivalente a um cubo de 20 cm



“A inspiração vem da frustração com a modelagem 3D. Hoje, ainda há situações que, na vida real, acontecem em 10 s e levam 30 min para serem reproduzidas em um computador”



**LW** Em quais sistemas operacionais é possível manusear o dispositivo?

**MB** O Leap pode ser usado, normalmente, tanto no Windows quanto no Mac OS.

**LW** Quando pensam em comercializar o produto no Brasil?

**MB** Já existe um número limitado de dispositivos para pré-encomenda no site <https://live.leapmotion.com/order.html>, mas o Leap será colocado à venda para consumidores a partir do final do ano e não deverá demorar muito para chegar ao Brasil.

**LW** Já existe alguma companhia no ramo tecnológico que tenha interesse no Leap?

**MB** Já estamos conversando com diversas empresas do ramo, mas ainda não é possível citar nenhuma específica. Acredito, porém, que o produto alcançará grande espaço no mercado e irá mudar completamente a forma como nos relacionamos com diversos produtos.

**LW** Como surgiu a ideia do projeto? Ele está, de alguma forma associado ao filme *Minority Report* ou mesmo ao *SixthSense* (interface de interação por gestos desenvolvida no Massachusetts Institute of Technology)?

**MB** A real inspiração por trás do Leap veio a partir da nossa frustração com a modelagem tridimensional. Hoje, ainda há situações que acontecem em dez segundos na vida real e levam 30 minutos para serem reproduzidas em um computador. Isso precisa mudar.

**LW** Você acredita que o Leap e outras novas tecnologias de interação por voz ou gestos irão, em um futuro próximo, efetivamente substituir o mouse, o teclado e outros tipos de periféricos?

**MB** A habilidade de poder controlar qualquer computador com os movimentos das mãos e dos dedos irá transformar fundamentalmente a forma com que as pessoas interagem com suas máquinas. Eu acredito que, em um futuro próximo, nosso dispositivo será usado na maioria dos produtos. Não só em computadores, mas também em carros, aparelhos médicos, smartphones, tablets... Também estamos animados em usar ideias criativas que estão surgindo em nossos kits de desenvolvimento de software, o que promete provocar grandes revoluções no mercado. **lw**



O bom parceiro  
precisa manter o foco.

A Locaweb está sempre ao seu lado para o sucesso de projetos na internet. Conheça os novos planos de Hospedagem para revenda, a partir de **R\$ 49,00 mensais**, para hospedar de 10 a 200 sites, com domínios ilimitados\* e ferramenta de atendimento online inclusa.

**LOCAWEB**

Locaweb.com.br/Revenda

\*Apontamento de domínios ou subdomínios com mesmo conteúdo.

kwaiup.com

# » Iwcaixa\_de\_entrada

//O canal direto entre você e a equipe de redação da Locaweb em Revista

## Identificação

Estou entrando em contato para saber sobre as principais formas de identificar os gostos dos visitantes em um site. Sei que existem cookies, mas gostaria de ter mais informações a respeito deles. Além disso, ouvi falar em termos como "web beacons" e em "flash cookies". Do que se tratam? **Ana Pereira** // Por e-mail

» De forma geral, há diferentes formas de identificar gostos e perfis de usuários de internet. Basicamente a maior parte das ações online dos usuários podem ser registradas – como você mesma disse – por meio de cookies, flash cookies e

web beacon. Os cookies ainda são a principal forma de identificar usuários. Eles são a troca de informações realizadas entre o navegador de internet e o servidor da página. Um exemplo clássico é quando você digita a sua senha em um site e a próxima vez não será necessário digitar a senha. A informação fica gravada no cookie. Flash cookies, por outro lado, agem de forma semelhante aos cookies, mas são utilizados pelo Flash Player. Eles guardam informações relacionadas ao programa, muito comuns em sites de músicas ou vídeos. Por fim, os web beacon são imagens eletrônicas, colocadas em um código de uma página de internet. Um exemplo: o visitante

entra em um site e este já conhece usuário, oferecendo ou mostrando itens de acordo com seus gostos previamente registrados.

## E-mail

Há muitos anos, adotei somente o webmail como forma de gerenciar minhas mensagens eletrônicas. Agora, estou com vontade de voltar a ter um software para isso. Qual vocês recomendam? **André Puma** // Por e-mail

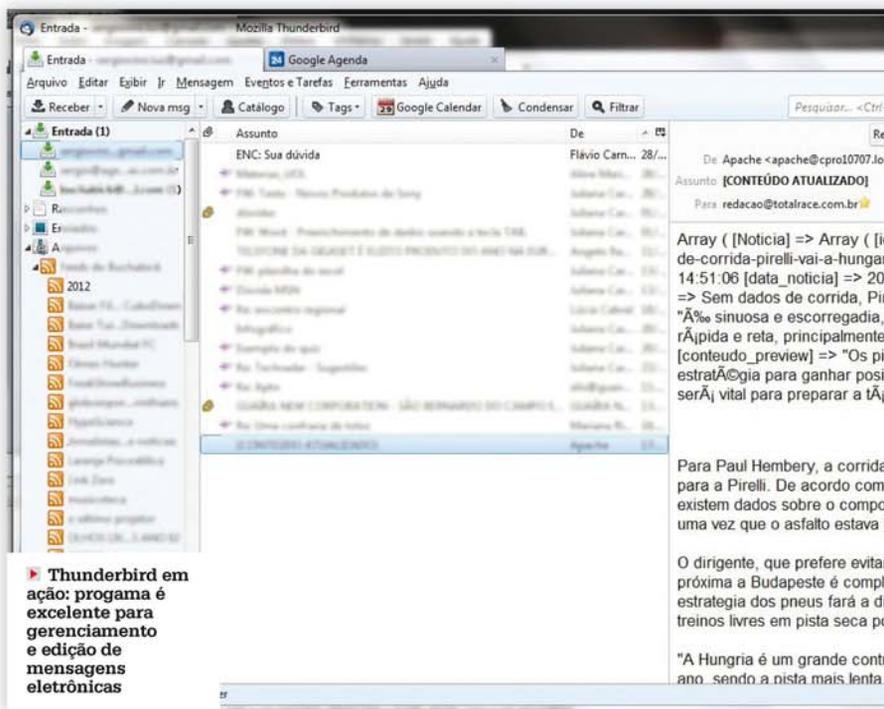
» Há no mercado alguns bons leitores de e-mail. Entre os mais populares e completos pode-se citar o que é distribuído com o navegador Opera, além dos populares Windows Live Mail Desktop, Thunderbird,

## 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](mailto:locaweb@europenet.com.br).

Eudora e Postbox. O Opera é um programa que alia navegador web, sistema de contatos, leitor de RSS e gerenciador de e-mails. Com suporte a contas POP e IMAP, pode ser baixado em [www.opera.com](http://www.opera.com). O Windows Live Mail Desktop é o soft da Microsoft que gerencia tudo o que é necessário em um e-mail. Tem filtro anti-spam, corretor ortográfico, assistente para assinaturas e calendário integrado (<http://windowslive.com/desktop/mail>).

O Thunderbird tem código aberto, e foi desenvolvido pela Mozilla, mesma organização que criou o navegador Firefox. Tem inteligente filtro de e-mails e é encontrado em [br.mozdev.org/thunderbird](http://br.mozdev.org/thunderbird). O Eudora é um veterano programa de e-mails, que tem como forte a organização das mensagens por pastas ([www.eudora.com/download](http://www.eudora.com/download)). Por fim, o Postbox traz embutido calendário e permite organizar tarefas ([www.postbox-inc.com](http://www.postbox-inc.com)). **Iw**



# SUA EQUIPE

é seu melhor investimento

Garanta o sucesso de seus projetos.  
Invista na formação de seus profissionais.



## FORMAÇÕES OFICIAIS MICROSOFT

- ✓ MCTS - Windows Server 2008 Networking
- ✓ MCTS - SQL Server 2008 Implem + Admin
- ✓ MCTS - VS 2010 Web Developer
- ✓ MCTS - Instalando e Config. Windows 7 Client
- ✓ e muito mais...

UNIDADE MORUMBI (11) 5091-1616 UNIDADE CENTRO (11) 3249-3131

## ACADEMIAS SAP by KA SOLUTION

- ✓ Academia SAP FI (Finanças)
- ✓ Academia SAP MM (Gestão Materiais)
- ✓ Academia SAP SD (Vendas e Distribuição)
- ✓ Academia SAP ABAP (Programação)
- ✓ Academia SAP HR (Rec Humanos)
- ✓ Academia SAP PP (Planej Produção)
- ✓ Academia SAP CO (Controladoria)
- ✓ Academia SAP BW (BI com NW 7.0)
- ✓ Academia SAP BASIS (WEB AS)

UNIDADE MORUMBI (11) 5091-1601 UNIDADE CENTRO (11) 3249-3110

## FORMAÇÕES OFICIAIS ORACLE

- ✓ Oracle 11g OCA
- ✓ Oracle 11g OCP
- ✓ Oracle 11g OCP + PL/SQL
- ✓ Programador Oracle (Intro SQL + PL/SQL)
- ✓ JAVA SE7 OCP

UNIDADE MORUMBI (11) 5091-1601 UNIDADE CENTRO (11) 3249-3110



**Microsoft**  
GOLD CERTIFIED  
Partner

Learning Solutions  
Data Management Solutions  
Custom Development Solutions  
Networking Infrastructure Solutions

**ORACLE** WORKFORCE  
DEVELOPMENT

ACADEMIA KA SOLUTION  
FORMAÇÃO DE CONSULTOR  
ESPECIALIZADO NO ERP SAP®

UNIDADE MORUMBI Rua Bacaetava, 396 • (próximo ao shopping Morumbi)  
UNIDADE CENTRO Rua Boa Vista, 254 10º andar • (ao lado do Metrô São Bento)

## Gerenciamento de infraestrutura e monitoração de aplicação web

### Locaweb fecha parceria com New Relic e passa a oferecer solução completa

**A** Locaweb estabeleceu uma parceria com a New Relic, empresa norte-americana de desenvolvimento, para viabilizar uma solução para o gerenciamento completo de desempenho de aplicativo web, servidor e monitoramento de usuários. Tudo isso a um preço acessível, proporcionando ao cliente um ambiente atualizado e de alta segurança para sua aplicação web.

A iniciativa procura atender às necessidades de pequenas e médias empresas que buscam o gerenciamento de seus sites e aplicações, sem especialização na operação de ambientes de TI. Bill Lapcevic, vice-presidente de desenvolvimento de negócios da New Relic explica: "Trata-se da primeira parceria com um provedor da América Latina. A escolha pela Locaweb se deu pelo fato de as duas empresas compartilharem o objetivo de ajudar organizações a assegurar desempenho e disponibilidade a seus websites".



**Parceria perfeita**

New Relic **LOCAWEB**

O New Relic é a melhor maneira de monitorar e melhorar o desempenho do seu servidor e aplicativo web.

Veja como é simples e fácil de usar!

**Cadastre-se agora**

**Sua conta grátis do New Relic Standard está esperando.**

*Leva apenas alguns minutos para se inscrever!*

► **Parceria se deu pelo fato de ambas as empresas terem como foco ajudar organizações a assegurar desempenho e disponibilidade a seus websites**

Com o acordo, os Servidores Gerenciados recentemente lançados pela Locaweb, disponíveis em Cloud ou Dedicado, passam a oferecer em plataforma Linux uma ferramenta para o monitoramento de aplicação, que inclui: informações em tempo real sobre a performance da aplicação hospedada no Servidor Gerenciado, disponibilidade do banco de dados, monitoramento dos recursos físicos do servidor e detecção de erros e alertas. "Somada ao gerenciamento de infraestrutura que a Locaweb oferece nos Servidores Gerenciados, a ferramenta New Relic proporciona alto desempenho, além de

oferecer informações em tempo real que possibilitam a solução proativa de eventuais problemas. Isso sem falar na melhoria na hora de disponibilizar a página", afirma Dov Bigio, gerente de produtos IaaS&PaaS da Locaweb.

Outra novidade proporcionada pelos Servidores Gerenciados é a plataforma Java. Agora, desenvolvedores que necessitam de ambiente gerenciado para aplicações em Java contam com a versão Java 6 em Linux Debian com Tomcat 6. A plataforma oferece um ambiente estável com sites ilimitados, configurados direto na aplicação. Saiba mais em [newrelic.com/locaweb](http://newrelic.com/locaweb)

Sobre Locaweb • Parcerias

## PARCERIAS

Um plano de parceria estruturado e que gere benefícios relevantes é fundamental para manter um bom relacionamento.



O PROGRAMA

CONHEÇA

A QUEM SE DESTINA

DÚVIDAS

CADASTRE-SE AGORA

Conheça e comece a fazer parte!



### > VOCÊ E SUA EMPRESA SÃO NOSSOS CONVIDADOS

Benefícios exclusivos, lucratividade, atendimento preferencial e mais rápido, soluções pensadas estrategicamente para o parceiro, são algumas das vantagens em se tornar um Parceiro Locaweb.

### > BENEFÍCIOS DO PROGRAMA



Atendimento exclusivo



Treinamentos

# Programa de Canais

A Locaweb acaba de lançar seu Programa de Canais, com o objetivo de construir novos relacionamentos com companhias que fornecem soluções da empresa para outras companhias e profissionais autônomos. Trata-se de uma abordagem para estimular, via tecnologia da informação, o crescimento das empresas brasileiras e contribuir para a conquista e o desenvolvimento dos clientes.

A Locaweb estruturou o seu Programa de Canais segmentando os parceiros em quatro frentes: Desenvolvedores - de sites, já são mais de 20 mil cadastrados; Agências - grande segmento, que usa a estrutura para campanhas online; ISVs - VARs menores, mais focados e que usam a infraestrutura da Locaweb para crescer em escala e, VAR - grande integrador que já tem capacidade de contemplar projetos maiores. A ideia é entender

cada vez mais a necessidade de cada segmento para ajudá-los a crescer. Por conta disso, existe uma equipe estruturada para cadastrar os novos parceiros, além de atender aos atuais.

Com uma base de cerca de 250 mil clientes, a Locaweb vê no mercado infinitas possibilidades de negócios. Para Flávio Simeliovich, gerente de canais da empresa, o requisito fundamental para uma companhia ser parceira da Locaweb é o seu comprometimento em contribuir com o crescimento do cliente. Por isso, a empresa investe na estruturação do relacionamento com esses parceiros, que vão desde indústrias a implementadores de sistemas, e de agências a integradores. "Atualmente, cerca de 25% da nossa receita vem de Canais. O que esperamos com esse novo Programa é que essa receita dobre em três anos", completa Simeliovich. Conheça o Programa na página [locaweb.com.br/sobre-locaweb/parcerias.html](http://locaweb.com.br/sobre-locaweb/parcerias.html)



Indicamos!

## Guia da Startup

Por que não vemos produtos web de qualidade em abundância no Brasil? O diretor de produtos da Locaweb, Joaquim Torres, responde a essa e outras perguntas no livro Guia da Startup - Como Criar e Gerenciar Produtos Web Rentáveis. Leia e descubra o passo a passo conceitual e prático para criar um site que, além de oferecer algum tipo de serviço, também gere dinheiro suficiente para se autofinanciar e ainda sobrar uma boa quantia para você. Isso, só para começar! Para comprar, acesse: <http://casadocodigo.com.br/products/guia-da-startup>

**RubyConf**  
by **LOCAWEB**  
Brasil 2012

Com **20% de desconto**

O evento RubyConf by Locaweb Brasil 2012, que acontece nos dias 30 e 31 de agosto, está com as inscrições abertas a preço promocional para quem curtir a Fan Page da Locaweb e adquirir o ingresso via Facebook. Garanta a sua vaga já, acessando o site [lwgo.to/inscrubyconf](http://lwgo.to/inscrubyconf).

# O melhor da vitrine digital

O que há de mais interessante nas prateleiras ao redor do mundo

## MOUSE PARA GAMERS

O Razer Taipan é um mouse para gamers ambidestros que combina alta tecnologia com formato ergonômico. O desenvolvimento do equipamento contou com a contribuição de jogadores famosos de esportes eletrônicos. Munido do sistema de sensores 4G Dual de 8.200 dpi, o mouse conta ainda com sensores ópticos e a laser que calibram qualquer superfície e oferecem bom rastreamento. O preço sugerido do periférico é de R\$ 399.

**Mais informações:**

[www.razerzone.com](http://www.razerzone.com)



## CÂMERA 3D

A Fujifilm FinePix Real 3D W3 é a única câmera fotográfica genuinamente 3D à venda no mercado brasileiro. O modelo traz duas lentes e dois sensores de 10 MPixels, responsáveis por captar as imagens estereoscópicas. Além de produzir imagens em 3D, cada um dos sensores pode ser configurado de maneira individual, com a intenção de gerar imagens 2D com características distintas. Outro atributo exclusivo da câmera é sua capacidade de gravar vídeos em 3D com resolução HD (1.280 x 720 pixels). Valor: R\$ 2,7 mil.

**Mais informações:**

[www.fujifilm.com.br](http://www.fujifilm.com.br)





## IMPRESSORA FOTOGRAFICA

A Epson Picturemate Charm PM225 é uma impressora fotográfica de tamanho compacto. Conta com alça para facilitar o transporte e imprime fotografias de tamanho 10 x 15 cm em menos de 40 segundos. A impressão pode ser realizada sem a necessidade de um computador, já que ela tem entrada para cartões de memória e permite a conexão de máquinas fotográficas diretamente por USB. Funciona com um único cartucho de tinta, que é vendido em conjunto com papéis fotográficos. Sai por R\$ 780.

Mais informações: [www.epson.com.br](http://www.epson.com.br)

## FILMADORA RADICAL

As câmeras GoPro não fazem sucesso por acaso. Além de captar fotos e vídeos com boa qualidade e ter dimensões compactas, elas contam com acessórios para facilitar o manuseio e a fixação para registrar os melhores ângulos de esportes de ação e aquáticos. E, depois, transmitir tudo via internet. Agora em nova versão, a GoPro HD Hero2 está ainda melhor. Equipada com um sensor de 11 MPixels, as imagens e vídeos capturados ganharam mais nitidez, cores vivas e contraste. É possível registrar fotos com resolução de até 3.840 x 2.880 pixels e vídeos em full HD (1.080p). Preço sugerido: R\$ 1,2 mil.

Mais informações: [pt.gopro.com](http://pt.gopro.com)



## PEN-DRIVE DE 64 GB

O DataTraveler 101 Geração 2, da Kingston, é um pen-drive prático, leve e que tem uma versão com 64 GB. O design aposta em uma interface reluzente, pela qual se projeta uma proteção giratória, que, além de ser funcional, proporciona segurança e durabilidade, evitando que o conector USB fique exposto e vulnerável. Outra vantagem do DT 101 G2 é o fato de vir equipado de gerenciador de arquivos urDrive, programa que facilita o acesso a documentos, músicas ou imagens. O preço sugerido do equipamento é de R\$ 249.

Mais informações:

[www.kingston.com.br](http://www.kingston.com.br)



## TABLET CAMALEÃO

O Sliding PC 7 Series é um tablet desenvolvido pela Samsung que tem como principal característica a capacidade de se transformar em notebook em segundos. Para isso, basta deslizar o teclado físico e começar a digitar com tranquilidade. Dessa forma, o aparelho reúne elementos de um computador pessoal com a praticidade que um tablet oferece. Quando está fechado, assume o formato prancheta com tela de 10,1" sensível ao toque. O Sliding PC 7 Series, que tem bateria com autonomia para até nove horas de uso, está à venda nos Estados Unidos por US\$ 700.

**Mais informações:** [www.samsung.com](http://www.samsung.com)



## CELULAR COM WINDOWS PHONE

O Nokia Lumia 800 é um dos celulares com Windows Phone mais requisitados do mercado brasileiro. Conta com tela touchscreen de 3,7 polegadas, câmera de 8 MP, foco automático com lente Carl Zeiss, flash LED duplo e vídeo HD.

Além disso, oferece armazenamento: 16 GB (sem possibilidade de expansão) e é equipado com um processador: Qualcomm de 1,4 MHz. O preço sugerido do equipamento é de R\$ 1,7 mil.

**Mais informações:** [www.nokia.com.br](http://www.nokia.com.br)

## FONE DO BOB MARLEY

Os fãs de Bob Marley já têm algo que não podem tirar da cabeça. Trata-se do Jammin Soul Rebel EM-JH000-RA, fone de ouvido inspirado no rei do reggae, lançado pela empresa The House of Marley. Com boa qualidade de áudio e resposta de frequência 20 Hz - 20 kHz, o equipamento conta com um cabo de 130 cm e conexão de 3,5 mm. O tamanho do fone é de 40 mm. O design arrojado mostra referências à Jamaica. O preço sugerido é de R\$ 400.

**Mais informações:**

[www.thehouseofmarley.com](http://www.thehouseofmarley.com)





## **PEN-DRIVE RÁPIDO**

A Kingston tirou do forno o DataTraveler Elite 3.0, um pen-drive com padrão USB 3.0 que alcança taxas de até 70 MB/s na leitura e 30 MB/s na gravação de arquivos. Segundo o fabricante, isso significa uma entrega de mais que o dobro de velocidade em relação aos modelos com portas USB 2.0. Está disponível em três capacidades: 16 GB, 32 GB e 64 GB, com preços sugeridos de R\$ 99, R\$ 249 e R\$ 489, respectivamente.

**Mais informações:**

[www.kingston.com.br](http://www.kingston.com.br)

## **NOTEBOOK QUE FALA ALTO**

Equipado com o poderoso sistema SRS Premium Sound, o Pavilion g4 1170br, da HP, é um notebook que tem como principal chamariz a ótima qualidade de reprodução de áudio. Assim, quem gosta de ouvir música ou reproduzir jogos no computador acerta em cheio ao comprá-lo. Com tela de 14 polegadas, o equipamento conta ainda com processador Intel Core i5 2,3 GHz, tem memória RAM de 4 GB e capacidade de armazenamento de 640 GB. Vem com o sistema operacional Windows 7 e tem preço sugerido de R\$ 2.000.

**Mais informações:** [www.hp.com.br](http://www.hp.com.br)



## **CELULAR DUAL CORE**

O Optimus X2, da LG, já está nas prateleiras há algum tempo, mas continua causando furor pelo fato de ter sido o primeiro celular com processador Dual Core (Tegra 2) do planeta. Além disso, o aparelho conta com câmera frontal de 1,3 MPixels para videoconferências; câmera principal de 8 MPixels, que grava em alta definição (1080p); recurso HDMI mirroring, que aumenta a resolução dos vídeos quando o celular é conectado a displays externos; saída HDMI; 8 GB de memória interna; e sistema operacional Android. Seu preço médio é de US\$ 1.099.

**Mais informações:**

[www.lge.com.br](http://www.lge.com.br)



lw

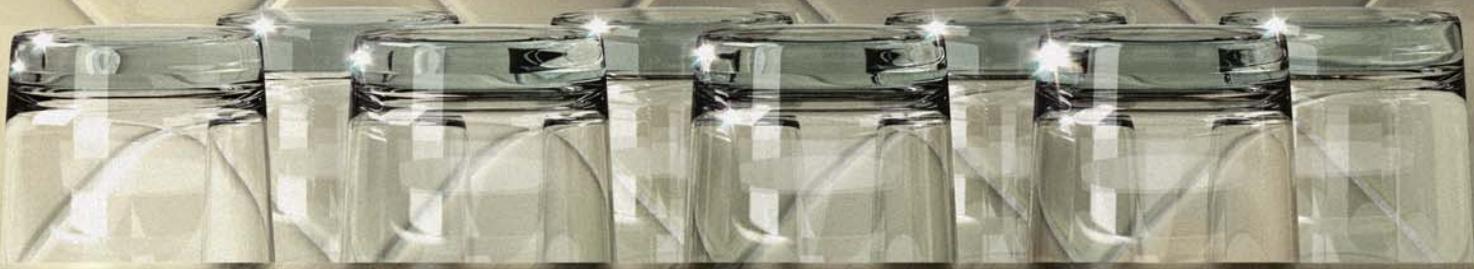
\* Flexibilidade  
\* Segurança

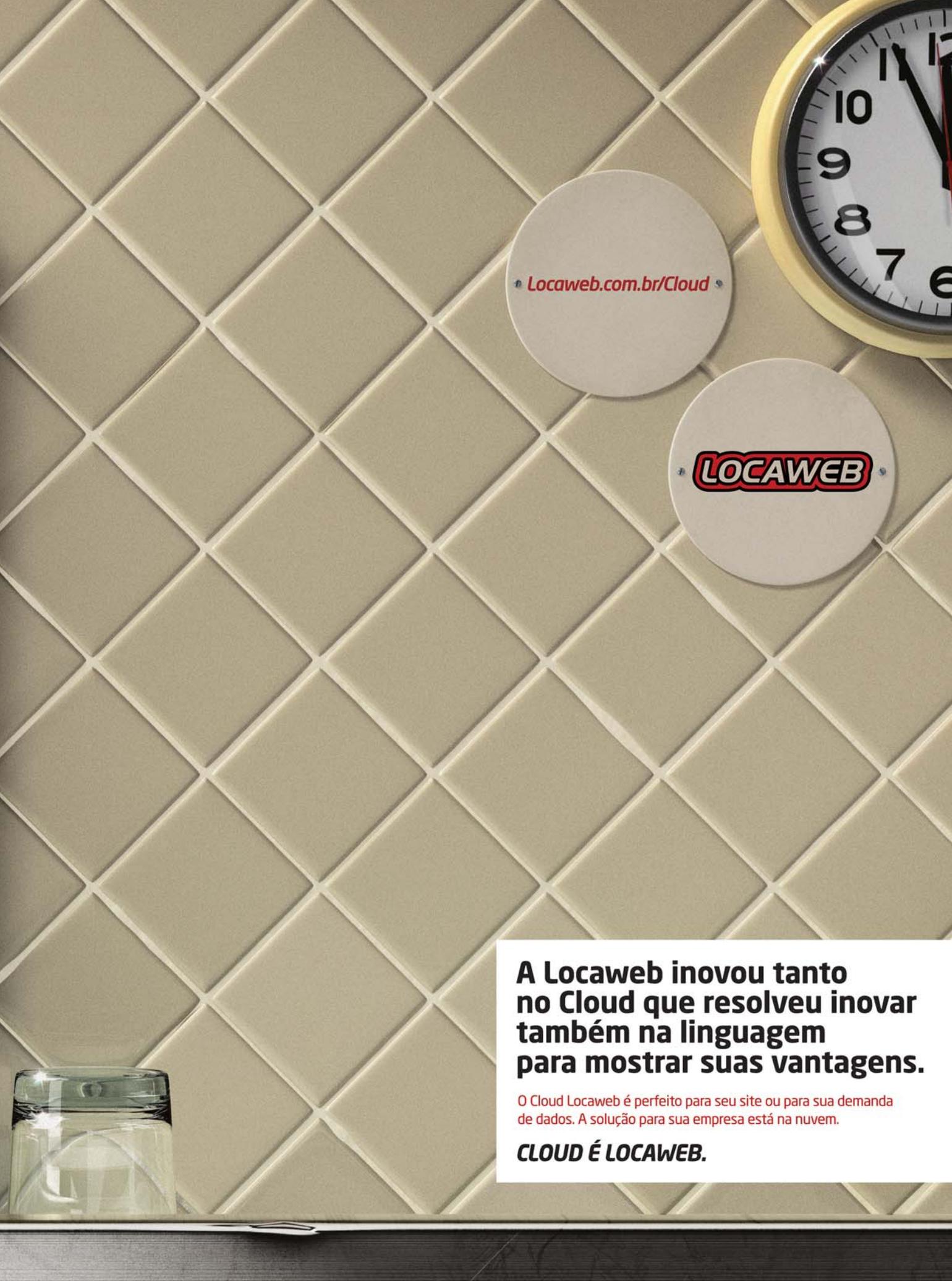
\* Alta performance

\* Facilidade  
no gerenciamento

\* Economia

— \* —  
Peça Cloud Locaweb!





Locaweb.com.br/Cloud

**LOCAWEB**

**A Locaweb inovou tanto  
no Cloud que resolveu inovar  
também na linguagem  
para mostrar suas vantagens.**

O Cloud Locaweb é perfeito para seu site ou para sua demanda de dados. A solução para sua empresa está na nuvem.

**CLOUD É LOCAWEB.**

# Transporte em evidência

**Site inteligente, atuação nas redes sociais e parcerias com grandes empresas fazem Webtranspo despontar no mercado** *Aline Mariano*

**A** empresa Webtranspo ([www.webtranspo.com.br](http://www.webtranspo.com.br)) se dedica a gerar e fornecer conteúdos relacionados a transporte, tanto terrestres quanto aquaviários e aéreos. Com um site inteligente, recheado de matérias e entrevistas,

a companhia apresenta um panorama completo sobre o assunto, além de contar com o auxílio das redes sociais mais conhecidas para popularizar ainda mais o que o site disponibiliza.

O Portal Webtranspo, lançado em 2001 e atualizado constantemente, é

dedicado aos assuntos do setor, mas engloba também tudo o que há em torno do universo do transporte, como economia e energia (gasolina, álcool, eletricidade). Com isso, a empresa mantém o foco em consolidar sua posição como o maior e melhor portal de notícias de transporte do Brasil, junto com soluções de mídia digital.

Com as redes sociais, por sua vez, a Webtranspo promove a troca de informações e a interatividade entre usuários e comunidades relacionadas, possibilitando às empresas do setor o acesso a métodos de comunicação



- ▶ **Empresa:** Webtranspo
- ▶ **URL:** [www.webtranspo.com.br](http://www.webtranspo.com.br)
- ▶ **Área:** Transporte

## NOVOS NEGÓCIOS

**A busca contínua da Webtranspo por soluções inovadoras e as constantes transformações do mercado resultaram no lançamento, em março de 2010, de duas novas plataformas de negócios online: a Rede Social Webtranspo e a Webtranspo Press.**

Uma vez implantadas, as novas plataformas de negócios permitiram à empresa fechar um ciclo que consiste em análise, organização e disponibilização das informações, de tal forma que os dados sejam responsáveis pela geração de novos negócios. Como, por exemplo, prestação de produtos financeiros, elaboração de perfis econômicos e ações segmentadas de marketing. Assim se vê a importância de investir sempre em recursos web.



► **Roberto Santos, diretor executivo da Webtranspo, destaca que a presença da empresa na internet fortaleceu a marca**

corporativa, por meio de soluções rápidas e de baixo custo. Com a credibilidade conquistada durante mais de dez anos de existência, o grupo estabeleceu parcerias com grandes companhias que, hoje, anunciam campanhas publicitárias no Portal Webtranspo ou são patrocinadores, como Mercedes-Benz e MAN - Volkswagen.

De acordo com Roberto Santos, diretor executivo da empresa, a marca Webtranspo tornou-se referência entre usuários, clientes e demais públicos que integram ou são detentores de interesses nos setores em questão.

### ■ **Parceria Locaweb e Webtranspo**

Um ano após o lançamento do site, o Portal Webtranspo já abrangia muita informação importante. Com isso, a segurança dos dados se tornou algo

indispensável, o que fez a empresa se unir, em 2002, à Locaweb.

“Desde o momento em que realizamos a opção pelos serviços Locaweb, temos apresentado um crescimento significativo de audiência a cada período, pois, uma vez estruturados, ganhamos tempo para o desenvolvimento da nossa atividade”, conta Santos. A Locaweb ainda proporciona ao Portal Webtranspo mais velocidade no acesso ao site graças à adoção do serviço de hospedagem profissional, além do suporte técnico que é disponibilizado junto ao servidor dedicado – também responsável por oferecer privacidade em um ambiente com recursos físicos e dedicados.

### ■ **Webtranspo TV**

Webtranspo TV é uma página dentro do Portal Webtranspo com vídeos produzidos pela própria empresa,

patrocinados por algumas companhias do setor, como Mercedes-Benz, por exemplo. Tais vídeos apresentam diversas curiosidades e informações importantes do ramo, entre elas modelos de carro, visitas a empresas e eventos.

Em Webtranspo TV, é possível também encontrar um menu ao lado esquerdo, repleto de opções de navegação, entre as quais se destaca Direção Segura. Trata-se de um espaço educativo reservado à postura no trânsito. Nessa área, é possível ver como se livrar de situações de risco durante a condução, qual a distância segura entre um carro e outro, as precauções em dias de chuva e neblina, e por aí vai.

### ■ **Web Repórter**

Em situações cotidianas, no metrô, trem, ou mesmo no carro, diversas vezes são vistas ocorrências inacreditáveis, como placas mal sinalizadas, ruas com buracos enormes, ou carros bastante diferentes que chamam a atenção de todos que passam. Tudo isso é retratado no Web Repórter, um canal feito por pessoas comuns, que mostra, em geral, diversas situações relacionadas, direta ou indiretamente, ao setor. A interação oferecida pelo site se dá, principalmente, por meio de fotos tiradas pelos usuários. **lw**

## **CRIE REPORTAGENS PARA WEB REPÓRTER E WEBTRANSPO TV**

**Você também pode participar dos canais Web Repórter e Webtranspo TV. Para isso, basta acessar um destes links no menu que aparece**

**no alto da tela do Portal Webtranspo e adotar os seguintes passos:**

- separe as imagens ou vídeos que deseja publicar;

- vá ao final da página e, no canto inferior direito, localize a opção “Cadastre-se”. Preencha os campos e aceite os termos;
- entre no e-mail que cadastrou para ativar a

sua conta. Você verá uma mensagem com um link de ativação. Clique para ir à página de login;

- suba o conteúdo ao selecionar a opção “Enviar”.

Sua loja AQUI!



Se você também tem uma WebStore Locaweb e deseja aparecer nesta seção, entre em contato conosco por meio do e-mail [locaweb@europenet.com.br](mailto:locaweb@europenet.com.br).  
Aguardamos seu contato!

[farmaistremembe.com.br](http://farmaistremembe.com.br)



Atendimento MSN  
Farmais Tremembé



Home

Quem Somos

Manipulação

Drogaria

Médicos



## Uma farmácia completa no pulmão de São Paulo.



É um prazer receber a sua visita em nosso site, aqui você conhecerá um pouco mais da nossa história, dos nossos serviços, dos nossos produtos, da nossa filosofia de QUALIDADE, dos profissionais que fazem parte da nossa equipe e de toda a tecnologia de ponta que utilizamos para oferecer sempre o MELHOR à VOCÊ, quer seja em nossa Drogaria, em nossa Perfumaria ou em

Entregas pelo telefone  
**(11) 2203-**

Orçamento pelo Fax  
**(11) 3467-**

**Uma História de amor entre o bairro do Tremembé e a sua Farmácia.**

Em 1959, o Bairro do Tremembé conheceu a Farmácia Moraes. Foi amor à primeira vista. O namoro aconteceu naturalmente cheio de respeito, exatamente como as coisas aconteciam naquela época.

A relação, baseada em complicidade, vontade e muito trabalho, prosperou e hoje, representa mais uma das histórias Tremembé.

Em pleno século 21, essa união de mais de meio século entre o Bairro do Tremembé e a Farmácia Moraes, que agora atende TREMEMBÉ, representa uma loja com 1000m<sup>2</sup>, distribuídos em 5 laboratórios de manipulação de fórmulas, uma drogaria, amoniarfados com mais de 5.000 itens de saúde e beleza, 2 recepções, 2 salas, estacionamento coberto, dezenas de em CENTENAS de fornecedores de qualidade e MILHARES de amigos, que sabem que podem contar com a FARMAS TREMEMBÉ o bairro, com o que há de melhor em saúde e beleza.

Foto de inauguração da Farmácia Moraes em 1959.

FARMAS TREMEMBÉ - Av. Maria Amélia Lopes de Azevedo, 85 - Bairro do Tremembé - São Paulo - SP  
Tel.: (11) 2203-0883 - Fax: (11) 3467-5047 - E-mail: [contato@farmaistremembe.com.br](mailto:contato@farmaistremembe.com.br) | [www.farmaistremembe.com.br](http://www.farmaistremembe.com.br) | [www.locaweb.com.br](http://www.locaweb.com.br)

## ▲ O SITE

A WebStore Farmais Tremembé agrega drogaria, perfumaria e laboratórios de manipulação de fórmulas, e disponibiliza ao cliente entrega em domicílio de todos os seus produtos. A loja virtual trabalha com mais de 9 mil itens importados e nacionais, entre medicamentos, fórmulas alopáticas, perfumaria, produtos de higiene, produtos ortopédicos e serviços.

AQUI TEM FARMÁCIA POPULAR e uma variedade de produtos para sua saúde.

EMCASA Clique em quem...

Novidade Of. Dia - R\$130,40  
Valeu Comprar

100% OFF  
UOL

Pagamento digital

LOCAWEB

R\$287,50

Kit Drenagem - R\$287,50  
Multi-Care Comprar

# Farmais Tremembé

**Com a ferramenta WebStore da Locaweb, empresa expande sua presença online e tem resultados acima do esperado**

**C**riada em 1959, a Moraes, empresa prestadora de serviços na área de saúde, higiene e perfumaria, esteve sempre aliada às mudanças do segmento em que atua. Pouco mais de uma década depois de sua fundação, a companhia foi transformada em uma franquia da Rede Farmais. Na época, a decisão foi fundamental para a sobrevivência da empresa frente às mudanças no mercado de varejo farmacêutico.

Com a chegada da era digital, a Farmais Tremembé, nome que a unidade recebeu quando se tornou franqueada, mais uma vez atenta às mudanças e tendências, percebeu as oportunidades de comercialização de seus produtos pela internet e investiu fortemente no desenvolvimento de sua própria loja virtual, mas sem muito sucesso. Tempos depois, quando conheceu a WebStore Locaweb, a organização logo adquiriu o serviço. Foi a partir daí que o projeto começou a evoluir, afirma Mauricio de Carvalho Gervazoni, sócio-proprietário da Farmais Tremembé.

A loja franqueada da rede farmacêutica tem também seu site hospedado nos servidores da Locaweb. “Optamos pela Locaweb por ser uma empresa que atendeu todas as nossas expectativas e pela vasta experiência e alta expertise que tem”, alega Gervazoni. “Com pouco mais

**Facilidade de uso, certificação digital, suporte técnico e preço justo foram alguns dos critérios que motivaram a contratação do serviço da Locaweb**

de um ano de atuação no comércio eletrônico, a loja virtual cresce muito mais do que qualquer previsão que tenhamos feito no passado”, conclui o sócio-proprietário, que diz estar muito satisfeito com o serviço.

Com a percepção das oportunidades desse mercado, a Farmais Tremembé planeja investir na capacitação de seus funcionários com o objetivo de agregar conhecimento e, assim, possibilitar um crescimento ainda maior à empresa. Dos 26 funcionários que hoje trabalham para a franquia, dois lidam com a loja virtual.

Segundo Gervazoni, facilidade de uso, integração com as empresas de cartão de crédito, certificação digital, suporte técnico eficiente e preço justo foram os principais critérios que motivaram a contratação do serviço da Locaweb. A Farmais Tremembé vê a WebStore como um excelente investimento, e já tem planos para crescer nesse mercado em 2012. **lw**



Convênio Contato



ne:  
**0849**  
**5047**

o nome de remédio GENEÓCOS.  
os produtos estão para comprar online em nossa loja eletrônica. É grátis, rápido e seguro. @MATEUSCASA

<p>Vici Skin Care - R\$159,90 Comprar</p>	<p>Hydracid C20 - R\$169,99 Comprar</p>	<p>Sublano - R\$166,90 Comprar</p>	<p>Sublano Oline - R\$133,30 Comprar</p>
<p>Imedren - R\$200,70 R\$219,90 Comprar</p>	<p>Remove Beauty 5 - R\$99,90 Comprar</p>	<p>Remove Cellul 5 - R\$119,30 Comprar</p>	<p>Remove Lip 5 - R\$119,30 Comprar</p>

# +WebStore

Está procurando um lugar que seja fácil, prático e rápido para comprar? Confira aqui 11 lojas virtuais, parceiras da Locaweb, e faça suas compras com todo o conforto que você sempre desejou.

**Bicho de Rua**  
 CATEGORIA: CATA • QUEM SOMOS • PERGUNTAS FREQUENTES • CENTRAL DE RELACIONAMENTO

ADOÇÕES • ACHADOS E PERDIDOS • COMO AJUDAR • ESTERILIZAÇÃO • BICHO NA RUA • NUNCA BOM

Porto Alegre - Quarta-feira, 18 de Julho de 2012 2 Usuários On-Line

**ADOpte UM BICHO DE ESTIMAÇÃO**  
 Se você está certo que deseja adotar um bicho de estimação, responda as perguntas para que o sistema possa ajudá-lo a encontrar o perfil desejado.

Quero adotar:  Cão  Gato  Outro  
 Sexo:  Macho  Fêmea  
 Idade:  Filhote  Adulto [Encontrar agora](#)

## Bicho de Rua

[www.bichoderua.org.br](http://www.bichoderua.org.br)

**mello INDUSTRIAL**  
 Nova Linha **BPI**

HOME | PRODUTOS | LANÇAMENTOS | IMPRENSA | TAMBÉM CONHEÇA

**CONHEÇA NOSSO NOVO CANAL DE VENDA**

**MELLO INDUSTRIAL**  
 Há 33 anos atuando no mercado ótico, a Mello & Rozzi, agora Mello Industrial oferece toda a linha de produtos e instrumentos para óticas e laboratórios. Possui fábrica de insumos, cuja produção é distribuída para todo o Brasil e exportada para vários países da América Latina.

Sua verdadeira história começa em 1974, quando Edison Mello se associa ao pai, José Luiz de Mello, empresário do mercado ótico, e cria a Mello, uma distribuidora de lentes oftálmicas e insumos para laboratório. A família já estava habituada a atuar nesse segmento, sempre acompanhando os movimentos e inovações do setor, pois José Luiz foi o fundador de um dos primeiros laboratórios do Brasil, a Mello & Torres.

O negócio prosperava a passos largos. Durante uma viagem internacional em 1980, Edison conhece o proprietário da Rozzi Optical, Peter Rozzi, distribuidora norte-americana de lentes oftálmicas, armações e insumos que, na época, já contava com mais de 80 anos no mercado. A Rozzi Optical havia sido fundada pelo avô de Peter.

EQUIPAMENTOS Modernos e de fácil manuseio

## Mello Industrial

[melloindustrial.com.br](http://melloindustrial.com.br)

**Donna Lila**  
 Calçados e Acessórios

PÁGINA INICIAL | QUEM SOMOS | ESPAÇO DO CLIENTE | COMO COMPRAR | DICAS E CURIOSIDADES | FALE CONOSCO

**MODA EM CALÇADOS FEMININOS DE 40 A 43 PARCELAMENTO EM ATÉ 5 VEZES SEM JUROS NO CARTÃO DE CRÉDITO**

Cartões de crédito: transferência online, boleto e saldo virtual

ANKELE BOOT  
 BOLSAS  
 Botas de Couro  
 Carteira  
 BOTAS

Sandália Couro Gloss Champagne

Sandália em couro, glóss champagne, Ankle boot, salto alto, tamanho 43

Sandália Couro Champagne...  
 Ankle Boot Couro...  
 Bota Rasteira Couro...  
 Sapato Salto Preto...

## Donna Lila

[www.donnalila.com](http://www.donnalila.com)

**Orcompaq & Alberci**  
 Comercial Importadora Ltda.

QUIEM SOMOS | GERENCIAS | ATÓMICAS | HALÓGENAS | MEDICINAIS | ARTE S GRÁFICAS | CIENTÍFICAS | SINALIZAÇÃO | INFRARED | COTAÇÕES | HOME

Bem vindo ao nosso site  
 São Paulo, Quarta, 18 de Julho

**Central de Atendimento**  
 (11) 5585 3869  
 (11) 5589 3858  
 (11) 9167 7859

Horário de Atendimento: Segunda à Sexta das 09:00 às 18:00 Horas

Atendimento Online  
 Departamento de Vendas  
 atendimento@orcompaq.com.br

Windows Live Messenger  
 Cotações Online

Escritório de Vendas

**Lâmpadas Fontes de Luz OSRAM**  
 XBO 100/45C  
 XBO 180/45C

**Linha**

## Orcompaq & Alberci

[orcompaq.com.br](http://orcompaq.com.br)

**JS Brindes**  
 Brindes Ltda

PÁGINA INICIAL | QUEM SOMOS | POLÍTICA DE ENVIO | POLÍTICA DE VENDA | PERSONALIZAÇÃO | FALE CONOSCO

ACESSÓRIOS  
 TUBIPIO  
 EMBALAGEM  
 COURO SINTÉTICO  
 ELO

ARGOLAS

CARRINHOS COM SACOLAS REUTILIZÁVEL

CHAPINHAS

**CHAVEIRO CORTADOR DE UNHA (120 ...**

CHAVEIRO COR LINHA (120 ...  
 Kit Resina Flexiv  
 Kit Resina Rígida  
 Chapinha CSS pu corrente (100...

**PRODUTOS EM DESTAQUE**

## JS Brindes

[www.jsbrindes.com](http://www.jsbrindes.com)



**Riatitá**

[www.riatita.com.br](http://www.riatita.com.br)



**Homesick**

[homesickstore.webstorelw.com.br](http://homesickstore.webstorelw.com.br)



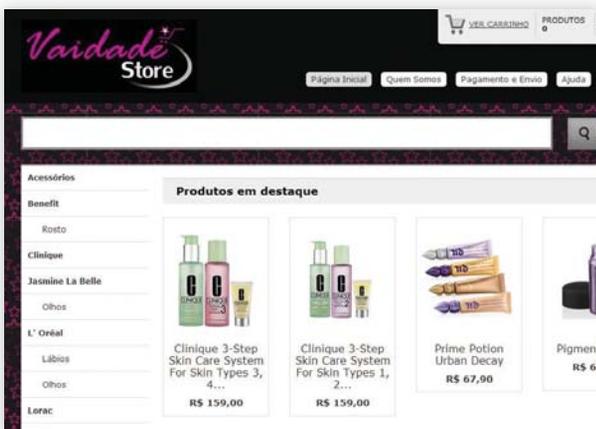
**Potinho de Mel**

[www.potinhodemel.com.br](http://www.potinhodemel.com.br)



**Revista da Papelaria**

[www.revistadapapelaria.com.br](http://www.revistadapapelaria.com.br)



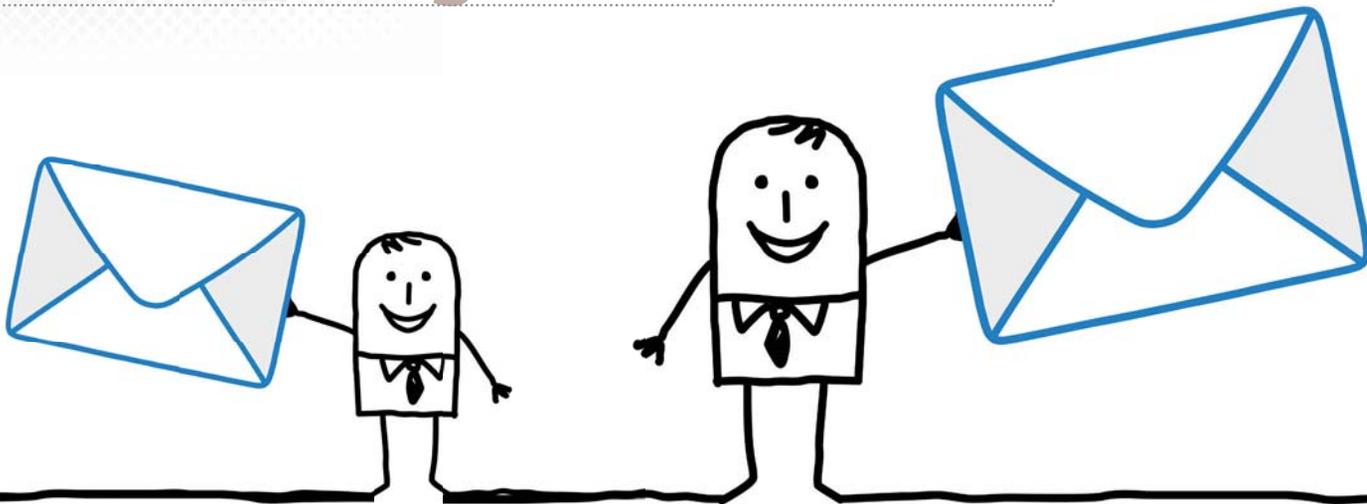
**Vaidade Store**

[www.vaidadestore.com.br](http://www.vaidadestore.com.br)



**Webstore Empório NA**

[www.emporiona.com.br](http://www.emporiona.com.br)



**Jonatas Abbott**

Sócio-diretor executivo da Dinamize e presidente da ABRADi

**E-mail:**  
[abbott@dinamize.com](mailto:abbott@dinamize.com)

## E-mail marketing X Redes sociais

**G**eração Y? Ou seria a X? O fim do e-mail? O futuro às redes sociais pertence? Para existir a TV, o cinema desapareceria, pregavam os Ys da década de 1970. E, para a internet existir, a TV desapareceria, diriam os Ys no início deste século. E a inocência na busca por uma única mídia segue em frente, pregando desaparecimentos dos blogs, dos banners, dos videoclipes e até mesmo dos próprios sites.

Quem dera assim fosse. A vida das empresas e das pessoas com poucas mídias (meios) seria muito mais fácil. E de fato já foi muito mais fácil. Mas a tecnologia evoluiu e nos uniu, nos separou e criou um enorme desafio para as empresas. O tema da hora se chama redes sociais. Fala-se apenas nisso, e não é à toa. As redes sociais deram voz ao consumidor. Para empresas, ofereceram um canal fantástico e real para medir a satisfação e as necessidades do cliente.

Mas não sejamos os inocentes. Não podemos nos esquecer do site, a presença digital da empresa. Porém, esqueça o preconceito ou a idade dessa mídia poderosa chamada e-mail marketing. Afinal, trata-se da segunda maior origem dos 18 bilhões de reais

vendidos online no Brasil em 2011 (a primeira é a busca – leia-se Google).

Sim, e-mail marketing vende e vende muito. E os smartphones estão aí, ganhando mais atenção das pessoas do que alguns acontecimentos importantes à volta.

Assim, chegamos a um cenário nada inocente, tão cheio de possibilidades quanto fascinante. Nele, não se deve olhar tanto para a mídia em si, mas para a pessoa, para o consumidor, para o alvo. Social CRM.

Campanhas serão disparadas nas redes sociais a partir do relatório de cliques do e-mail marketing; mensagens por SMS chegarão para quem curtiu a fanpage da empresa; peças de e-mail marketing serão feitas sob medida para os evangelizadores da marca nas redes sociais. Cross Media? É o cruzamento de meios centralizando as ações e as informações a partir do consumidor. Um cenário real, que faz muito sentido. Buscando a timeline, a caixa de entrada, a tela do telefone celular. Com pertinência e conteúdo, com segmentação de base. Com um tremendo resultado.

Internet gera frutos, mas dá trabalho. E não é um meio tão simples como costumava ser décadas atrás. Ou seja: a inocência acabou. **Iw**

As redes sociais deram voz ao consumidor. Para empresas, ofereceram um canal fantástico e real para medir a satisfação e as necessidades do cliente

## Não se perca nos dados da sua empresa.

Com ERPflex Locaweb você integra informações e ganha performance no gerenciamento do seu negócio.

Veja algumas funcionalidades:



ERPflex Locaweb. Na medida para PMEs.

**LOCAWEB**

[Locaweb.com.br/ERPflex](http://Locaweb.com.br/ERPflex)

# » Iwopinião mercado



**Fabio Akita**

Cofundador da  
Codeminer 42  
E-mail: [akitaonrails@codeminer42.com](mailto:akitaonrails@codeminer42.com)

Os gringos já descobriram nosso mercado virgem: muitas novas startups brasileiras são lideradas por CEOs que vieram dos EUA para arriscar aqui. De quem será o futuro Vale do Silício brasileiro?

## Um novo mercado em crescimento

O mercado brasileiro sempre foi conhecido por estar brincando de pega-pega, à sombra do Vale do Silício. No fim do século passado, os pioneiros da internet brasileira pavimentaram nosso caminho, criando infraestrutura e exemplos de novos negócios. Infelizmente, fomos vítimas do estouro da bolha em 2001, um acidente de percurso que deixou sequelas.

Uma década depois, o mercado se dividiu em pelo menos duas grandes partes. De um lado estão os grandes e retrógrados sistemas corporativos em grandes corporações ou no governo. De outro, os pequenos e mal-acabados sites publicitários, institucionais. No meio, uma grande área cinzenta, pouco definida, mal explorada. Recentemente, iniciamos uma nova renascença: uma segunda geração de jovens empreendedores e investidores preenchendo a lacuna que ficou aberta desde a última bolha.

O advento das redes sociais ajudou a iniciar essa mudança, pois um dos aspectos que os e-commerces apontavam como motivo para não investir era a dificuldade em divulgar seu site. Agora, além de resultados em buscadores como Google, há a divulgação orgânica via campanhas em redes sociais, como Facebook e Twitter.

Mais do que isso, este ano possivelmente vamos ver a chegada da loja virtual da Amazon.com ao Brasil. Ela é considerada o e-commerce mais inovador do mundo, com recursos que nenhuma brasileira ainda tem. Entre eles, resultados de procura com inteligência e personalização, não só uma listagem opaca. Isso sem falar em sistemas de revisão dos produtos pelos consumidores baseado em algoritmos de recomendação e reputação, logística eficiente com curtos prazos de entrega e informações reais de disponibilidade, e design limpo com preocupação em usabilidade.

Novos produtos no Brasil já se diferenciam. Um exemplo recente é o investimento da brasileira Monashees Capital na startup Olook.com.br, e-commerce que iniciou atividades com um site que coleta preferências pessoais, com base em respostas de um questionário, e depois mostra vitrines de produtos compatíveis com esses gostos. É um exemplo de mudança em e-commerce. Os gringos já descobriram nosso mercado virgem: muitas novas startups brasileiras são lideradas por CEOs que vieram dos EUA para arriscar aqui. De quem será o futuro Vale do Silício brasileiro? De brasileiros ou de gringos? Esse é o momento da decisão. **Iw**

# A crescente INSPIRAÇÃO aos seus trabalhos.

*Não perca o  
volume II*

*Neste livro você  
encontra tudo o que  
precisa para turbinar  
a sua criatividade:*

- Portfólios
- Perfis
- Entrevistas
- Por dentro dos estúdios
- Workshops de inspiração
- Briefings

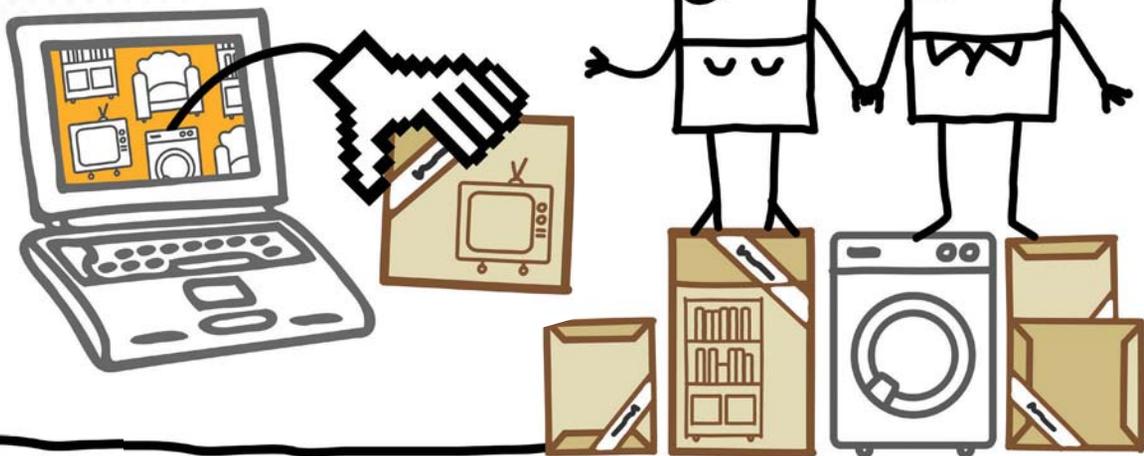


EDITORA  
25 ANOS  
EUROPA

Compre pelo 11 3038-5050 (SP),  
0800 8888 508 (demais localidades)  
ou pelo site [www.europamet.com.br](http://www.europamet.com.br)

Rob SHIELDS  
Illustrator  
www.robshields.com

# » Iwopinião mercado



**Marcelo Negrini**

Diretor de expansão internacional da X.Commerce

E-mail: [mnegrini@x.com](mailto:mnegrini@x.com)

Dúvidas: [www.formspring.me/mnegrini](http://www.formspring.me/mnegrini)

Com exceção do frete grátis, essas técnicas dependem apenas de bom planejamento e design.

Não perca as oportunidades de fácil alcance para melhorar o desempenho de sua loja

## Sua loja está no ar. E agora?

**V**ocê colocou sua loja no ar, parabéns! A boa notícia é que ela provavelmente vai vender mais do que você espera. Mas uma notícia melhor ainda é que você pode vender ainda mais usando técnicas de persuasão simples. E é mais barato! Confira algumas técnicas:

**Frete grátis** – Claro, nada é de graça no mundo. Mas, se você conseguir fazer um preço competitivo, absorvendo o custo do frete, vai vender mais. Especialmente se oferecer frete de graça a partir de um valor mínimo de compra. É incrível a quantidade de gente que gasta R\$ 100 a mais para zerar um frete de menos de R\$ 15.

**Acesso rápido** – Isso serve para todas as verticais, mas é especialmente importante para moda. A partir do menu principal, ofereça acesso rápido a itens em oferta, para quem gosta de economizar. Ofereça acesso às novidades, para satisfazer quem dita tendências. Esses são os produtos que puxam as vendas e devem ser as primeiras categorias destacadas em seu menu.

**Ver todos os produtos** – Muitos consumidores preferem ver todos os produtos listados em uma categoria de uma vez. Com

a banda larga e técnicas mais inteligentes de construção de sites, você pode oferecer essa capacidade como alternativa à paginação, sem pesar excessivamente em seus servidores e com uma boa experiência para seus usuários.

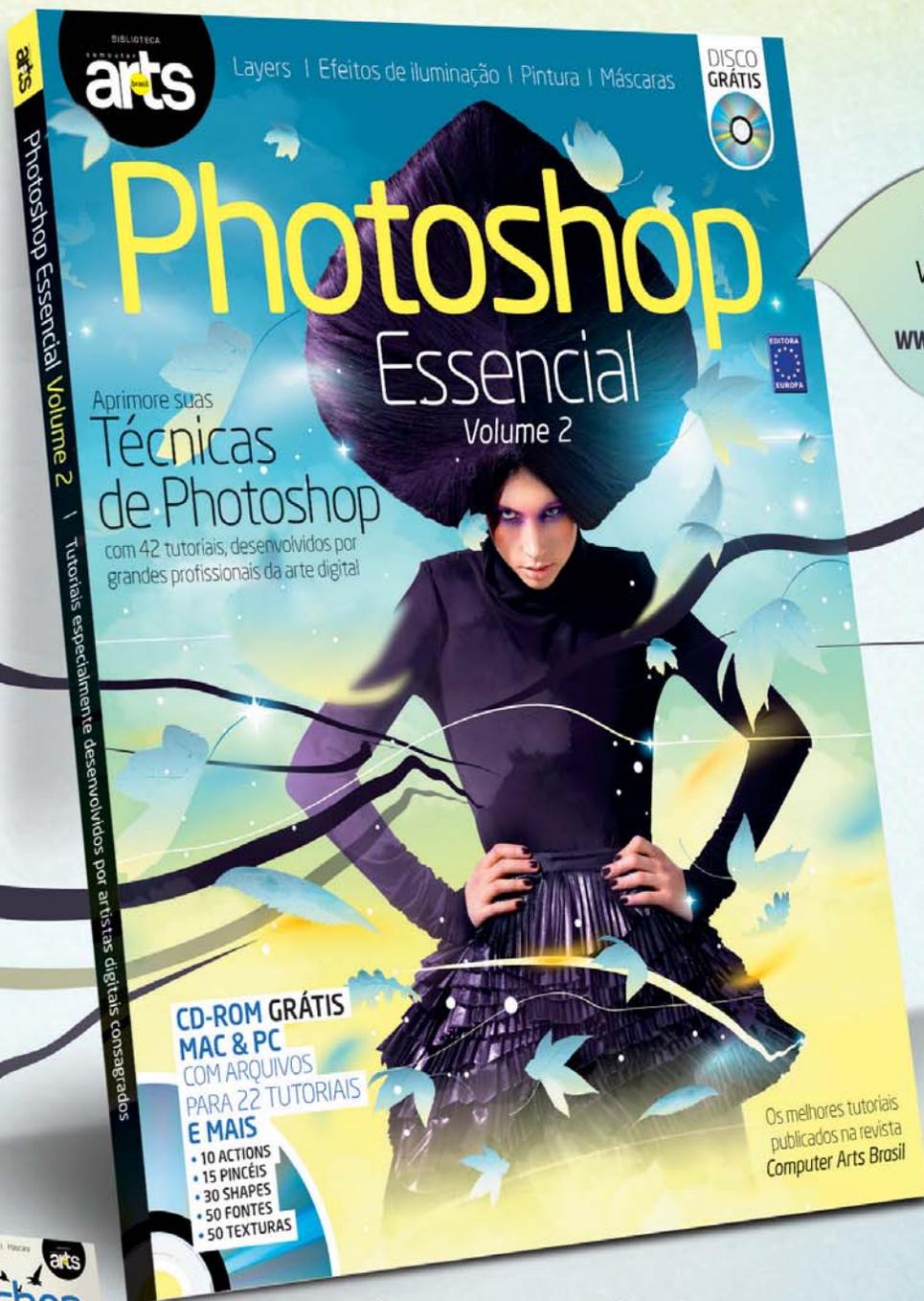
**Fotos em contextos diferentes** – Mostrar várias fotos de um produto não é novidade, mas você pode usar as fotos de maneira mais eficiente, exibindo vários casos de uso. Por exemplo, você pode mostrar uma bolsa de perto, em vários ângulos e também nas mãos de modelos.

**Usabilidade nos meios de pagamento** – Sua loja aceita diversas formas de pagamento? Ótimo! Mas não deixe isso confundir o consumidor. Separe corretamente os diversos meios de pagamento: gateways, PayPal, PagSeguro. E deixe muito claros os botões que o consumidor deve clicar para continuar o pagamento.

**Visibilidade para os selos de confiança** – Sim, esses selos são importantes, especialmente se sua loja não é uma das cem maiores do e-commerce. Os selos trazem a garantia de entidades conhecidas para sua marca. Mostre-os corretamente e, claro, cumpra as normas que as entidades exigem para cedê-los.

Iw

# Essencial para quem trabalha com Photoshop.



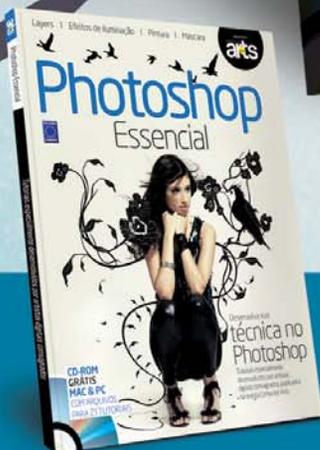
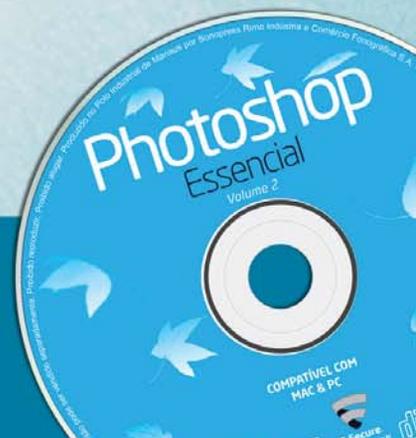
**EXPERIMENTE ANTES DE COMPRAR**  
Veja como é o livro por dentro e baixe 3 tutoriais  
[www.photoshopesencial.com.br](http://www.photoshopesencial.com.br)

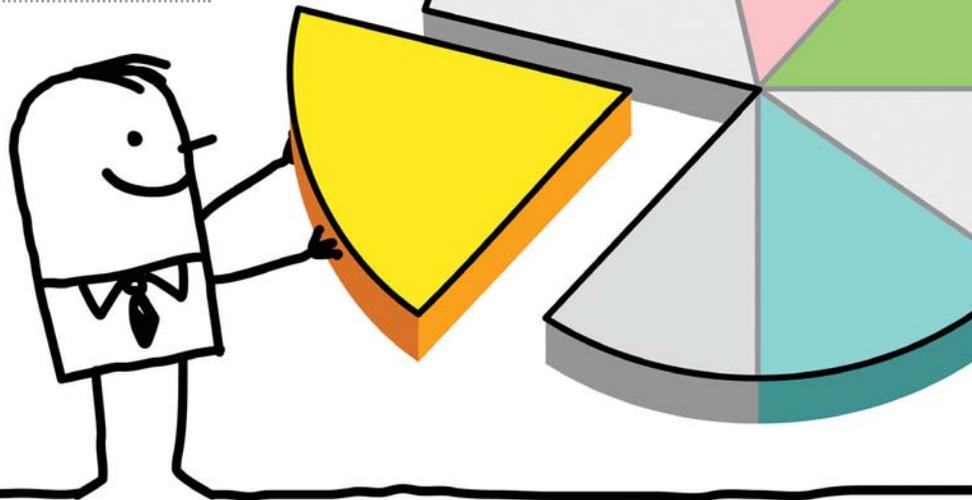
## VOLUME 2

CD-ROM grátis com actions, pincéis, shapes e muito mais

Compre nas melhores livrarias,  
pelo site [www.europanet.com.br](http://www.europanet.com.br)  
ou pelos telefones (11) 3038-5050 (SP),  
0800 8888 508 (demais localidades)

**Volume 1**  
esgotado em  
tempo recorde





**Marcello Barbusci**

Autor do blog  
[barbusci.com.br](http://barbusci.com.br)  
E-mail: [marcello@barbusci.com.br](mailto:marcello@barbusci.com.br)  
Twitter: [@mbarbusci](https://twitter.com/mbarbusci)

Ter uma página no Facebook, um perfil no Twitter, um blog, um canal no YouTube e um perfil no LinkedIn, hoje, é algo obrigatório para se manter ativo no mercado

## Como está o seu marketing?

**E**m um passado não muito distante, as agências trabalhavam sua divulgação por meio de agendamento e visita de um representante comercial. Ele levava uma pasta, geralmente de couro, com os principais materiais desenvolvidos, e discursava sobre as qualidades do lugar onde trabalhava.

Com exceção das grandes agências, em que grupos renomados já se formavam, as demais, geralmente, produziam apenas um material sem compromisso para mostrar como eram boas. Era um tempo de lutas para conquistar um lugar ao sol e aproveitar um momento único: a possibilidade de estar frente a frente com o seu possível futuro cliente. A conquista dependia da criatividade, de um ótimo material impresso e da boa conversa do representante.

Mas esse tempo de lutas acabou. Agora temos batalhas mais ferrenhas em outras áreas. Com o advento da internet, esse contato se tornou mais simples. E o que difere o ontem do hoje? Nada, a não ser as ferramentas. A necessidade de se mostrar criativo, ter um belo material de apresentação e o bom relacionamento ainda são quesitos obrigatórios. Sabendo usar as ferramentas disponíveis no mercado de forma correta, é possível fazer uma agência de um homem só

ter grande sucesso.

Algumas agências, apesar das novas ferramentas, ainda acham que ter apenas um site bonito já resolve. Ter uma página criativa, entretanto, é apenas a ponta do iceberg. Ter uma página no Facebook, um perfil no Twitter, um blog, um canal no YouTube e um perfil no LinkedIn, hoje, é algo obrigatório para se manter ativo no mercado. É uma tendência e um caminho sem volta.

Cada vez mais o mundo real caminha em paralelo e, muitas vezes, até se une com o universo virtual. Criar uma ação no on e terminar no off, ou vice-versa, foi o pontapé inicial para que surgissem as agências híbridas, uma nova classificação.

O mercado está mais canibalizado, sem dúvida, mas existe espaço para todos. Você só precisa descobrir o seu nicho e trabalhá-lo corretamente. Não gosto da classificação agência 360°, pois me faz pensar que ela sai e chega ao mesmo ponto, andando em círculos. É essa história que a nova concorrência está roubando o seu cliente é papo-furado. É você quem o está perdendo.

Procure trabalhar as novas ferramentas de marketing, pois as necessidades continuam as mesmas. Vai de você saber se destacar.

Iw

# A jornada continua. É hora da vingança!

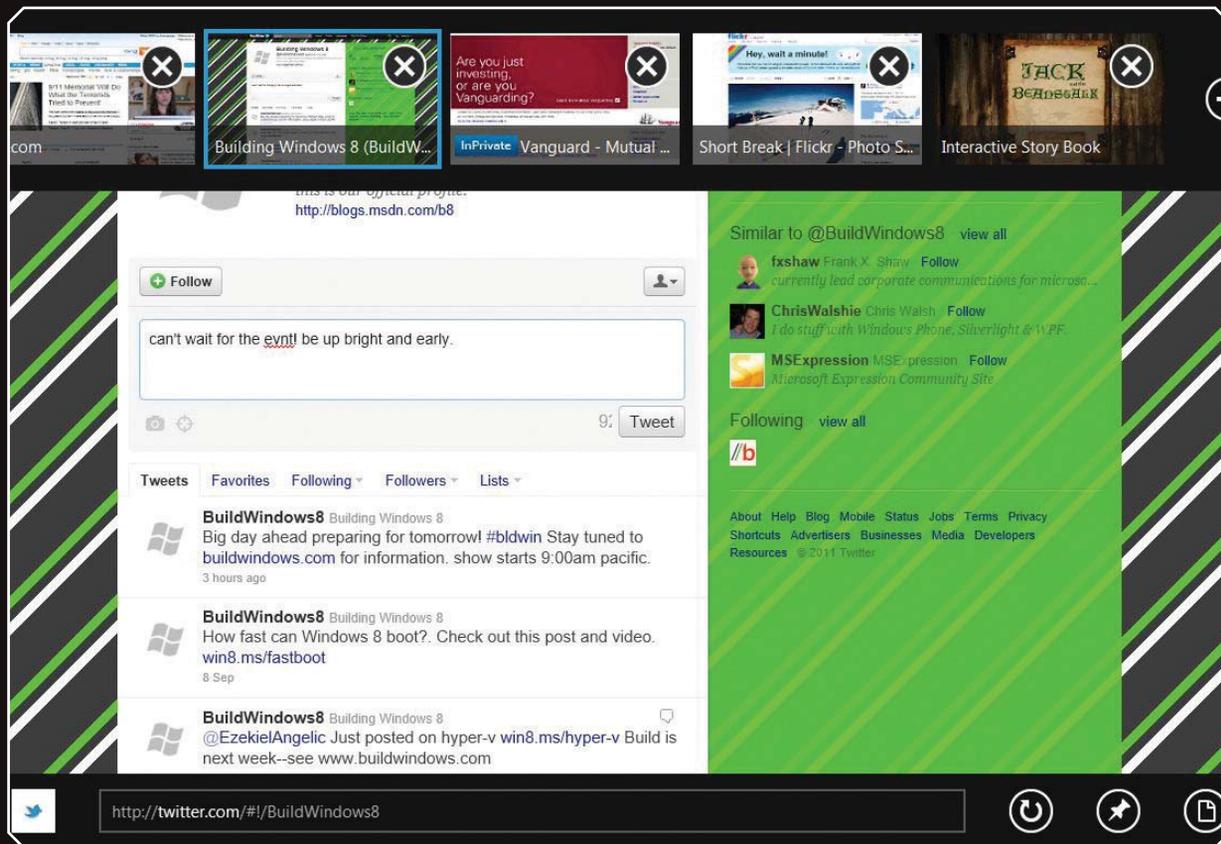


Um humano e corajosos elfos partem para vingar seu povo dizimado, numa perseguição recheada de aventuras

**DER SPIEGEL  
BEST-SELLER**

Compre nas livrarias, pelos telefones (11) 3038-5050 (SP),  
0800 8888 508 (demais localidades) ou pelo site [www.europamet.com.br](http://www.europamet.com.br)

// Fique por dentro dos programas que serão lançados em breve



# O último teste do W8

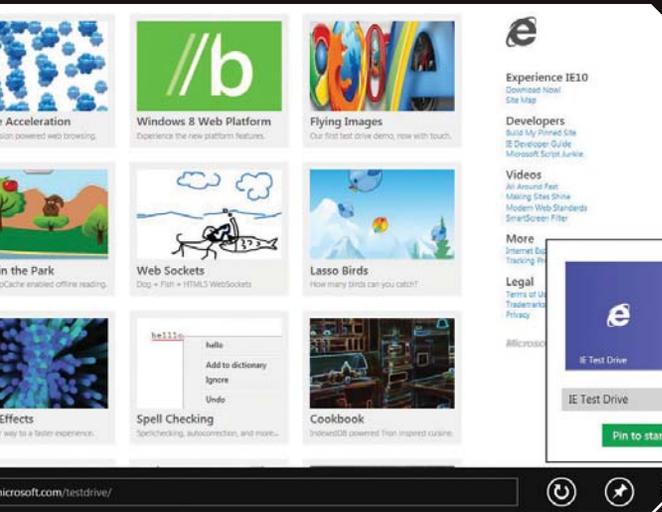
**Sistema operacional chega à edição final de avaliação com a promessa de conquistar o mercado** Flávio Carneiro

**A** Microsoft ainda não anunciou a data do lançamento oficial do Windows 8, mas o fato é que a nova versão do sistema operacional mais popular do planeta está prestes a sair do

forno. Prova disso é a recente divulgação da última edição de testes do programa, chamada de Release Preview. Agora, o próximo passo é a chegada do Windows 8 completo ao mundo, o que está previsto para o final deste ano.

Qualquer usuário de PC pode baixar a versão Release Preview (para isso, acesse [goo.gl/gVxER](http://goo.gl/gVxER)), que apresenta diferenciais em relação às edições anteriores. E a verdade é que vale o teste. Como a proposta de design já está consolidada, as evoluções presentes em Release Preview incluem novos recursos e melhorias de funcionamento.

O design foi o item que mais chamou a atenção nas outras versões



▣ **DO WINDOWS 7 PARA O 8** Se você pensou “Tudo bem, o Windows 8 até parece uma boa opção, mas eu acabei de comprar o meu computador e ele veio com o Windows 7. Isso significa que vou ter de gastar todo meu salário de novo em outro sistema?”, não se preocupe. A Microsoft divulgou que os usuários que comprarem PCs com a versão 7 até o dia 31 de janeiro de 2013 poderão fazer um upgrade para a versão por R\$ 30. A oferta é válida em mais de 130 países, inclusive o Brasil.



de avaliação do Windows 8 (veja o quadro à direita), mas o fato é que o programa não vive apenas de quadrados ilustrativos. Por isso, alguns recursos foram inseridos nos aplicativos do sistema operacional. É o caso do Bing, motor de busca da Microsoft, que passou a disponibilizar apps de notícias, esportes e viagem.

### ▣ Proteção

Outro item que voltou a funcionar e recebeu aprimoramento foi o controle dos pais sobre o conteúdo que os filhos podem acessar. Agora, é possível ver tudo o que os pimpolhos fizeram nas horas ou dias anteriores, com direito a gráficos que demonstram tempo de acesso em cada site.

Não são apenas as crianças, porém, que gostam de passar horas em frente ao computador. Por isso, o Windows Release Preview embarcou mais opções de customização de tela, inclusive com maior oferta de cores. Tudo para deixar o PC com a sua cara.

O navegador Internet Explorer 10 foi outro item aprimorado na última versão de testes do sistema operacional, sobretudo na relação de compatibilidade com o Adobe Flash.

## INTERFACE

A primeira reação de quem liga um computador com Windows 8 instalado é de susto. Isso porque a interface está completamente renovada e a tela inicial apresenta uma série de quadrados coloridos. Acredite ou não, o design foi inspirado nas placas de trânsito

e do metrô de Londres, na Inglaterra. O objetivo é facilitar a leitura de informações, apenas “batendo o olho” na tela. Veja mais dados sobre o novo estilo do sistema na reportagem “A arte por trás do Windows 8”, publicada na edição 34 da **Locaweb em Revista**.

Além disso, o browser foi configurado para que a navegação de forma anônima seja padrão, aumentando a segurança do internauta. E, mesmo sem ser unanimidade entre os usuários há algum tempo, vale a pena experimentar a nova interface do IE10, cujo design já acompanha a proposta do Windows 8 Release Preview.

### ▣ Sistema

Quem baixou a menos uma das duas versões de teste anteriores do Windows 8, a Developer e a Consumer Preview, deve ter se irritado com a inoperância de algumas funções do sistema operacional. Isso porque, nessas duas edições de avaliação do sistema, alguns recursos tradicionais, como o Windows Explorer, estavam indisponíveis. Em Release Preview,

porém, o usuário consegue encontrar o que precisa com facilidade e também pode usar itens básicos que não funcionavam antes.

Outra possibilidade que já estava presente, mas não funcionava muito bem e foi aprimorada, é a reprodução de imagem do Windows 8 em múltiplos monitores ao mesmo tempo. Quem encontra utilidade nesse recurso já pode ficar tranquilo.

Para os desenvolvedores, porém, a grande novidade do sistema operacional é o espaço criado pela Microsoft para auxiliar e facilitar a vida dos criadores de aplicativos. O Centro de Desenvolvimento – Aplicativos estilo Metro (<http://go.gl/r3oam>) conta com ferramentas, documentos e outros arquivos de suporte para os programadores. Vale a pena conferir.



# Sua loja virtual em

# 24 HORAS

Com a WebStore da Locaweb, você coloca no ar um site de e-commerce completo, fácil de operar e prontinho para vender os seus produtos em um dia

Robinson Melgar

**O comércio eletrônico é um dos setores que mais cresce no mercado brasileiro. Segundo pesquisa divulgada pela Global Online Shopper Report (veja o box “Mais Clientes”, nesta reportagem), o gasto do brasileiro com e-commerce é superior a 25%, acima da média mundial. Por isso, se você ainda não está aproveitando essa oportunidade, este é o momento ideal para começar.**

Nesta reportagem, você irá descobrir como a Locaweb pode ajudar a entrar nessa onda com ferramentas profissionais, que têm todos os recursos das grandes lojas virtuais e não requerem conhecimento avançado por parte do administrador. Com esses recursos, é possível colocar

no ar e começar a vender com o seu e-commerce em 24 horas. Mostraremos a seguir cada uma das etapas desse processo. Siga os passos e você estará comercializando seus produtos antes do que pensa.

Para começar no e-commerce, você pode já ter uma loja física ou decidir começar exclusivamente no virtual. Imagine, por exemplo, um empreendedor que começa um negócio de venda de camisetas com estampas exclusivas. A WebStore da Locaweb é uma excelente solução para vender esses produtos na internet. Primeiramente, é necessário verificar o aspecto legal e executar todos os procedimentos necessários para que a empresa possa vender legalmente e emitir nota fiscal, depois disso é só colocar a mão na massa.

## Conhecendo a WebStore

**A**o fazer uma pesquisa em sites de busca, como o Google, algumas empresas aparecem no topo da primeira página e, por isso, os seus sites acabam tendo mais acessos. Mais cliques, além de fortalecer a marca, aumentam a chance de negócios, refletindo no faturamento. A meta de todo site, portanto, é ter mais exposição. E o segredo está em um conjunto de técnicas que atende pela sigla SEO (Search Engine Optimization), que em português virou Otimização de Sites.

Antes de começar, é importante conhecer os planos de loja virtual oferecidos pela Locaweb e escolher aquele que se adapta melhor ao volume do seu negócio. Independentemente da opção escolhida, a sua loja será totalmente personalizável, permitindo alteração de temas, cores e imagens de fundo. Dá até para acessar o CSS se você desejar um nível mais elevado de customização. Uma preocupação muito grande, tanto por parte do lojista como do consumidor, é a segurança nas transações virtuais. Com a solução da Locaweb, você não precisa se preocupar com fraudes. Usando qualquer um dos parceiros de meios de pagamento disponíveis (PayPal, MoIP ou Pagamento Digital), não é preciso fazer contrato com operadoras de cartões nem análise



Loja online de coleções: brasileiros já gastam 27% de seus rendimentos com compras realizadas via web

## A WebStore não cobra por produtos vendidos, mas os parceiros de pagamento têm taxas por transação. Por isso, compare entre eles e escolha a melhor opção

de risco, pois essas empresas tomam conta de tudo. A WebStore não cobra por produtos vendidos, mas os parceiros de pagamento têm taxas por transação. Por isso, compare entre eles e escolha o que for a melhor opção ao seu negócio. Depois de



Exemplo de comércio eletrônico: 61% dos internautas têm preocupações com segurança

## Brasileiros aumentam os gastos na web

» É o que aponta a Global Online Shopper Report, pesquisa desenvolvida pela WorldPay, empresa internacional de processamento de pagamentos. Foram entrevistados 19 mil consumidores em países como China, Alemanha, Estados Unidos, Espanha, Japão, Rússia, México, Canadá, Argentina, Índia e outros, além do Brasil. Os dados mostram que o

brasileiro já gasta 27% de sua renda com compras online, um valor superior à média mundial. Mas, junto com os aumentos de gastos, também vem a preocupação com segurança. 67% dos entrevistados têm preocupações com segurança e 11% já foram vítimas de algum tipo de fraude. Entre os itens mais comprados pelos brasileiros nas lojas virtuais, estão os livros (adquiridos por 41% dos consumidores), telefones celulares (36%) e viagens (34%).



com diversos campos para incluir informações para os robôs de busca. Além disso, a loja será divulgada na Vitrine Webstore, um portal de lojas virtuais no qual se reúnem e-commerces de diversos segmentos.

Tudo isso com suporte 24 horas, todos os dias da semana. Assim, se tiver algum problema com o seu e-commerce, você pode contar com a ajuda dos especialistas da Locaweb para resolver o problema o mais rápido possível. Todos os planos possuem as vantagens citadas anteriormente, além de instalação gratuita, pageviews e transações ilimitadas. O que muda é o número de produtos que podem ser cadastrados em cada uma das opções. A tabela abaixo mostra o valor dos planos para cada quantidade de produtos.

Plano	Preço (mês)	Produtos
WebStore I	R\$ 49,00	50
WebStore II	R\$ 89,00	100
WebStore III	R\$ 149,00	500
WebStore IV	R\$ 199,00	2.000
WebStore V	R\$ 279,00	Ilimitados

## A loja, online 24 horas por dia, será divulgada na Vitrine Webstore, um portal de lojas virtuais no qual se reúnem e-commerces de diversos segmentos

Para contratar, acesse [www.locaweb.com.br/produtos/loja-virtual/planos.html](http://www.locaweb.com.br/produtos/loja-virtual/planos.html), clique no botão “ESCOLHER ESTE” do plano escolhido e, a seguir, no botão “CONTRATAR” na base da página. Se você for cliente Locaweb, faça login para completar a compra. Caso contrário, preencha o cadastro. Depois de adquirir o plano e fazer o pagamento, sua loja estará configurada e pronta para usar em menos de 1 dia.

Você receberá um e-mail dizendo que sua loja já pode ser usada. Agora é só fazer seus ajustes, incluir seus produtos, configurar os meios de pagamento e começar a vender!



▲ **Funcionamento sete dias por semana, 24 horas por dia: lojas online nunca fecham**

### Mais clientes

» O número de brasileiros com acesso à internet cresceu 5% no primeiro trimestre de 2012, em comparação com o mesmo período do ano passado, segundo o levantamento da Ibope Nielsen. Agora, já são mais de 82 milhões de pessoas no País que estão na web. O número de usuários ativos também subiu em 14% de abril do ano passado até abril deste ano. Essas são notícias animadoras para o mercado de e-commerce e mostram que seus produtos estarão expostos para cada vez mais consumidores quando a sua loja estiver no ar.



### Aspectos legais

» Para começar a vender na internet, é importante formalizar o seu negócio. Assim você estará em dia com a lei e poderá emitir nota fiscal para seus clientes — o que transmite mais segurança e credibilidade. Entre os passos para a abertura de uma empresa, está o registro na Junta Comercial do seu Estado, na Receita Federal, na Secretaria da Fazenda e na prefeitura. Um contador pode ajudar nesses procedimentos e facilitar muito a sua vida. Outra boa fonte de informação sobre como abrir uma empresa é o site do Sebrae ([www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br)).

## LOCAWEB WEBSTORE

### WebStore instalada com sucesso

Olá!

Sua **WebStore** foi instalada com sucesso e já pode ser utilizada.

Acesse a área de administração e comece a configurar sua loja:

<http://rmeigar.webstorelw.com.br/admin>

Usuário: rmeigar

Senha: Mesma senha de seu usuário na Locaweb

► **Sistema Locaweb: plataforma informa passo a passo como proceder para criar loja eletrônica**

do link <http://rmeigar.webstorelw.com.br>

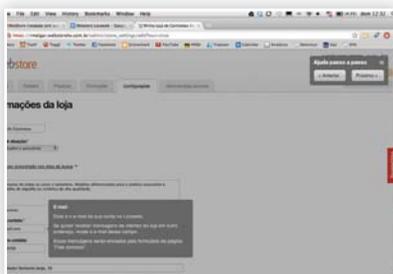
o [Wiki](#) ou entre em contato através de um dos [canais de atendimento](#).

## Sua loja em um dia

Usando a WebStore da Locaweb, um dia é suficiente para ter uma loja virtual pronta e vendendo produtos na internet. Para mostrar a você como isso é fácil, iremos usar o exemplo de um empreendedor que vende camisetas e que quer expandir o seu negócio para a internet. Ele adquire o plano WebStore I às 8 horas da manhã e terá sua loja pronta às 8 horas do dia seguinte. Obviamente, na prática, você não irá querer virar uma madrugadora inteira sem dormir para colocar a sua loja virtual no ar, mas esse exemplo de 24 horas ilustra quanto tempo se gasta em cada uma de todas as etapas necessárias para que o seu e-commerce comece a operar. Então, mãos à obra!

### 8h Entre na administração da loja

Você recebe o e-mail da Locaweb dizendo que a sua WebStore está pronta para ser usada. Essa mensagem também informa o endereço da área administrativa e o seu nome de usuário, bem como um link para a loja em si. A administração é bastante intuitiva e há abas para Pedidos, Produtos,



» Na tela de informações da loja há um assistente que explica como cada um dos campos deve ser preenchido



Promoções, Configurações e Conta. Na página inicial, você encontra vídeos práticos que ensinam a usar o sistema e links para documentação. A primeira coisa a ser feita agora é incluir as informações da sua loja.

### 8h01 Inclua as suas informações

Na página inicial, clique no link "Informe os dados da Loja". Na página que se abre, você irá notar que há uma ajuda passo a passo explicando o que incluir em cada um dos campos dessa área. Você pode navegar por essa ajuda usando os botões "Próximo" e "Anterior" e fechar esse assistente clicando no X quando estiver pronto para preencher. Você deve incluir o nome de sua loja, o seu segmento de atuação e a descrição. Esses campos são importantes já que definem como o site será encontrado pelos mecanismos de busca. Também indique as suas informações de

contato. É possível definir se dados como endereço ou telefone aparecerão ou não para os clientes.

### 8h12 Personalize a aparência

Chegou o momento de deixar a WebStore com a sua cara. Volte para a página inicial e, na caixa "Aparência da Loja", clique em "Escolha seu Tema". A página inicial da WebStore se abrirá com uma barra na área inferior na qual você poderá escolher um dos temas predefinidos.



» Entre as diversas personalizações possíveis para a WebStore, podem ser alterados o esquema de cores e as fontes

Para ativar, basta clicar sobre a miniatura. Ao clicar no link “Personalize o tema”, você tem acesso a customizações mais específicas. Dá para escolher a estrutura a ser usada, o esquema de cores, fontes, imagem ou cor de fundo e incluir um logo personalizado. Para usuários mais avançados, é possível inclusive incluir código CSS para deixar cada elemento exatamente do jeito que você quer.

## 9h32 Crie as categorias



Para ajudar os seus clientes a encontrar o que precisam e também melhorar o desempenho de sua nova loja nos mecanismos de busca, é importante incluir categorias e subcategorias. Por isso, esse é o próximo passo a ser executado. Na tela inicial clique no link “Crie uma categoria” na caixa Categorias. Como acontece na tela de informações, aqui aparece uma tela explicando como preencher cada um dos campos. Para incluir, clique no



▲ Inclua quantas categorias e subcategorias forem necessárias na WebStore

botão “+ Nova Categoria”. Depois de colocar o nome, você será direcionado para uma tela que define o permalink (ou seja, como fica a URL da categoria). Aqui também é o local de incluir as subcategorias, para isso clique com o botão direito do mouse sobre o ícone de pasta e escolha “Criar subcategoria”. Finalize clicando em “Atualizar”. Repita o procedimento para cada uma das categorias necessárias para o site. Você pode definir se as categorias aparecerão em ordem alfabética ou definir individualmente a posição de cada delas uma arrastando as linhas da tabela. Se marcar a caixa “Usar menu estático”, todas as suas categorias e

subcategorias estarão sempre visíveis. Caso contrário, as subcategorias só aparecerão ao se clicar na categoria correspondente. Para finalizar, clique em “Atualizar”.

## 11h03 Cadastre os produtos



Esta certamente é a etapa em que você irá gastar mais tempo antes que a loja pronta vá para o ar, já que é necessário fazer o cadastro de cada um dos produtos individualmente. Para começar, clique na aba “Produtos” e depois no botão “Novo Produto”. Aparecerá a tela para incluir informações iniciais. Aqui indique o nome do produto e o código interno (que não é obrigatório, mas bem útil se você já tem algum sistema de controle para seus produtos). Também inclua a quantidade que você tem em estoque e se deseja desativar o controle de estoque para esse produto específico (fazendo com que o produto exibido apareça mesmo se o estoque for 0). Clique no botão “Criar”. Você será direcionado para a tela em que são incluídas as informações sobre o produto. Há um editor para colocar a descrição, que permite formatar o texto da maneira desejada (tamanho, alinhamento, negrito, fontes), inserir imagens e tabelas. Na parte inferior há os campos para o SEO. Quando tiver terminado, clique no botão “Atualizar”.



## 20h53 Ligue os produtos às categorias



Esta etapa poderia ser realizada na hora de cadastrar os produtos — ou depois, o que escolhemos para fins didáticos. Clique na guia “Produtos”. A listagem



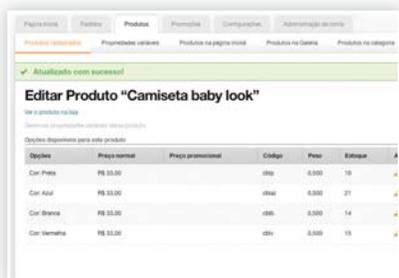
dos produtos já cadastrados será exibida. Para editar um deles, clique no ícone correspondente. Clique no link “Categorias” do menu lateral direito. Para ligar o produto a uma categoria, clique no “+” ao lado do nome delas. Você também pode o atribuir a uma subcategoria — elas têm o nome da categoria-pai na coluna caminho. Faça quantas atribuições forem necessárias, já que um mesmo produto pode estar em diversas categorias/subcategorias.

## 22h27 Defina as opções do produto



Este não é um passo obrigatório, mas pode ser muito importante dependendo do tipo do produto com o qual você trabalha. Aqui, a ideia é cadastrar as possíveis variações do item que você comercializa. No negócio de camisetas, por exemplo, é aqui que você cadastra propriedades como cor, tamanho e por aí vai. Deste modo o produto fica em uma página única, mas a pessoa consegue escolher quais características ela deseja.

Para definir essas opções, clique na aba “Produtos”, no link “Editar” do item ao qual elas serão atribuídas e, a seguir, no link “Opções do produto”, no menu lateral direito. Como você ainda não terá nenhuma propriedade



Com as opções do produto, é possível cadastrar várias instâncias do mesmo item e controlar o estoque de maneira independente

variável cadastrada, clique no link correspondente. Na tela seguinte, clique no link “+ Nova propriedade variável”. Inclua o tipo de propriedade (Cor, por exemplo) e as opções (Branca, Preta, Azul, Vermelha). Finalize clicando em “Criar”. Podem ser definidas quantas propriedades forem necessárias.

Depois acesse o cadastro de cada um dos produtos e atribua as opções recém-criadas a eles. Assim você poderá gerenciar cada instância separadamente, inclusive controlando o estoque de maneira independente.

## 23h05 Inclua fotos



Incluir fotos dos seus produtos é indispensável já que, sem elas, é muito pouco provável que você consiga vendê-los. Por isso é bom investir tempo e/ou dinheiro em fotos de boa qualidade, pois certamente você terá um bom retorno com isso. Para incluir as fotos, entre no modo de edição de um produto e clique no item “Imagens” do menu lateral. Incluir as

fotos é bem simples.

Basta selecionar o arquivo da foto, indicar um texto alternativo (que, além de aparecer caso ocorra algum problema, também ajuda no SEO) e clicar em “Criar”. Na tabela que lista as fotos você pode mudar a ordem em que elas são exibidas, se for preciso. O número de fotos que podem ser incluídas para cada produto é ilimitado.

## 2h50 Monte sua página inicial



Agora é o momento de arrumar a página inicial de sua loja, muitas vezes a primeira coisa que um cliente em potencial vê ao acessá-la. Primeiramente, configure a galeria, a área mais nobre de sua homepage e local em que você deve incluir os produtos para os quais quer dar mais destaque. Selecione a aba “Produtos” e clique em “Produtos na Galeria”. Depois, no campo “Buscar”, digite o item que você deseja inserir e, a seguir,





▲ **É muito fácil configurar uma galeria na página inicial, com os produtos para os quais você quer dar destaque em sua loja**

no link "+ Adicionar produto ao lado dele". Repita o procedimento para cada produto que você deseja incluir e voilà! A galeria está prontinha, basta acessar a sua página inicial para vê-la.

Você também pode definir como os produtos aparecem na página inicial, na área abaixo da galeria. Para isso, sempre na aba "Produtos", clique no link "Produtos na página inicial". Por padrão, os 24 últimos itens cadastrados são os que aparecem na página inicial. Mas, se desejar, você pode definir uma ordem própria marcando a opção "Controle personalizado". Marque essa opção, arraste as linhas para colocar os produtos na ordem que deseja e finalize com "Atualizar".

## 3h58 Crie uma promoção

É uma boa ideia lançar a sua loja com uma promoção especial para atrair mais clientes. A WebStore da Locaweb facilita muito isso. Clique na aba "Promoções" e depois no botão "+ Nova promoção". Inclua um nome para a promoção e defina se o desconto será em porcentagem ou reais e, a seguir, o valor. Defina uma data de início e de fim da promoção e finalize com "Criar". A seguir, será mostrada uma página na qual você pode inserir produtos na

## A WebStore é personalizável: você também pode definir como os produtos aparecem na página inicial, na área abaixo da galeria

promoção. Inclua quantos produtos quiser e, quando tiver terminado, clique no botão "Salvar". Os itens que forem incluídos, ficarão marcados com uma etiqueta "promoção" e o valor original aparecerá riscado, com o valor promocional logo abaixo.

## 4h42 Configure os meios de pagamento



Sua loja está quase pronta para começar a vender, mas antes você precisa configurar os meios de pagamento. A WebStore da Locaweb oferece a possibilidade de integrar a sua loja a três opções de parceiros de meios de pagamento

### Meios de pagamento

» A WebStore da Locaweb oferece integração com parceiros de meios de pagamento. Assim, você tem a vantagem de não ter de se preocupar com análise de crédito nem com acordos com as operadoras de cartão. Você pode escolher um dos meios de pagamento ou até todos eles, dando assim mais opções aos seus compradores. Conheça melhor cada um desses parceiros:

- **PayPal** - Uma empresa de pagamentos tradicional e popular em todo mundo, que agora está disponível também para os brasileiros. A taxa cobrada pela empresa é de 5,4% a 6,4% (dependendo do valor da compra) mais R\$ 0,60 por transação.

- **MoiP** - Um parceiro que faz parte do grupo iG e que tem a vantagem de oferecer praticamente todos os meios de pagamento (cartões de débito e boleto, por exemplo). As taxas cobradas variam bastante, de 1,9% a 7,4%, dependendo do meio escolhido e do valor. Você pode encontrar detalhes em [site.moiip.com.br/quanto-custa](http://site.moiip.com.br/quanto-custa).

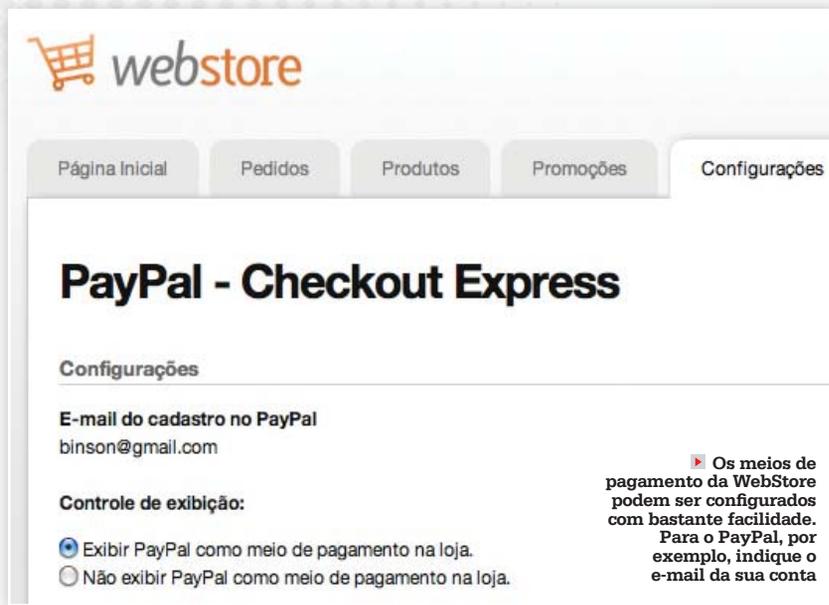
- **Pagamento Digital** - Pertence ao grupo Buscapé e também oferece praticamente todos os meios de pagamento. As taxas variam de 1,89% a 6,39%, e mais informações estão disponíveis em [www.pagamentodigital.com.br/site/PagamentoDigital/Tarifas](http://www.pagamentodigital.com.br/site/PagamentoDigital/Tarifas).

**Camiseta de algodão manga curta**  
Camisa de algodão branca de manga curta feita de tecido importado e com costuras duplas. Fácil de passar e de lavar, com tecido que n...

**PRODUTOS EM DESTAQUE**

 Camiseta estampada De: R\$ 33,00 Por: R\$ 32,97	 Camiseta manga longa De: R\$ 56,00 Por: R\$ 55,94	 Camiseta regata R\$ 24,00
--	---	---

▶ **Os produtos que forem incluídos na promoção ganham uma etiqueta especial que os destaca na sua loja virtual**



## É uma boa ideia ativar o Google Analytics para monitorar os acessos à sua loja e incluir links para seus perfis nas redes sociais

ideia ativar o Google Analytics para monitorar os acessos à sua loja, incluir links para os seus perfis nas redes sociais, ativar o suporte via chat e exibir sua WebStore na vitrine de lojas, o que pode ser um excelente método de divulgação.

## 7h12 Configure um domínio



Para finalizar, defina o domínio que deverá ser usado em sua loja. Você pode configurar um subdomínio WebStore gratuitamente, no estilo [minhaloja.webstorelw.com.br](http://minhaloja.webstorelw.com.br). Mas ter um domínio próprio é

(confira o box). Analise qual deles se adapta melhor às suas necessidades e crie uma conta. Você pode, inclusive, habilitar todos eles na sua loja.

Depois de criar as contas, acesse a aba “Configurações” e clique no link “Meios de pagamento”. A configuração aqui é muito fácil, inclua o seu e-mail para o PayPal, seu login do MoiP ou o seu CPF para utilizar o Pagamento Digital. Faça as confirmações necessárias e sua loja estará pronta para vender.

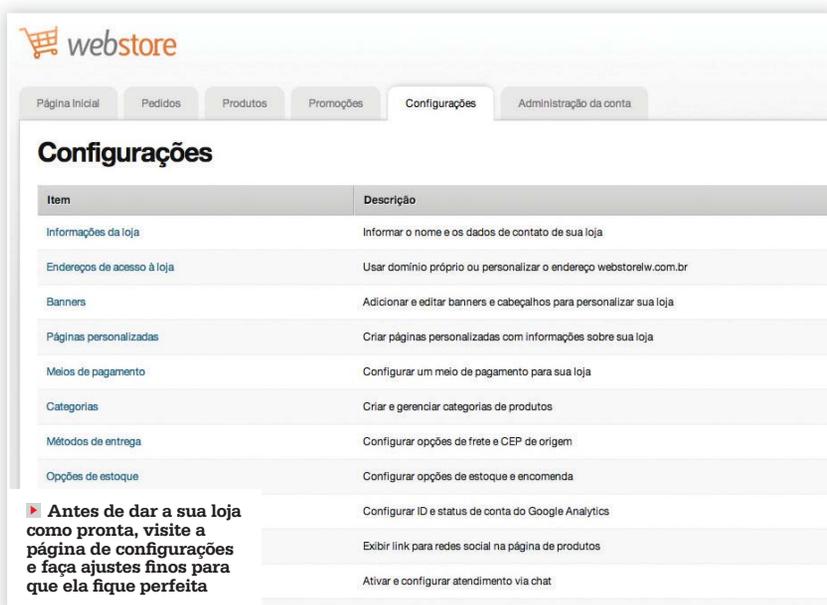
podem ser usadas para a criação de uma área com a sua política de trocas e devoluções, por exemplo.

Com os métodos de entrega, caso você decida usar as opções padrão dos Correios, não é preciso se preocupar, pois tudo já está pré-configurado. Mas é uma boa

## 6h37 As configurações finais



Neste ponto, a sua loja já está pronta para começar a vender, mas você pode querer fazer algumas configurações adicionais para que fique redonda. Para isso, clique na aba “Configurações”. É possível, por exemplo, incluir banners para que ela fique ainda mais exclusiva e customizada. Outro recurso interessante são as “Páginas personalizadas”, que





▲ **Configure um subdomínio gratuito para a sua WebStore, mas ter um domínio próprio é fundamental para o seu marketing**

fundamental para o SEO e para o marketing da sua loja.

Para incluir o seu domínio, clique no link "Ver lista de endereços" na caixa "Endereços da loja", na página inicial do painel de controle. Depois clique no botão "+ Adicionar domínio próprio" e indique um domínio que pode ter sido registrado na Locaweb ou em outra empresa (caso você não possua um domínio, pode registrar um .com.br por R\$ 40,00 em [www.locaweb.com.br/produtos/registro-dominio](http://www.locaweb.com.br/produtos/registro-dominio)). Depois que o domínio estiver na lista, clique no link "Ver detalhes" para saber como completar a configuração.

## 7h59 Comece a divulgar sua loja



Parabéns, neste ponto a sua loja está totalmente configurada e pronta para

começar a operar. Tudo o que você precisa fazer agora é divulgar o seu link e esperar pelas primeiras vendas. Considere fazer uma campanha de links patrocinados no Google AdWords para dar um impulso inicial às suas vendas. Caso tenha algum problema, conte sempre com o suporte da Locaweb, disponível 24 horas por dia, todos os dias. Boas vendas!

## LAYOUT EXCLUSIVO



**Se você quiser personalizar ainda mais o visual de sua WebStore, pode contratar uma empresa**

**que desenvolve temas e personaliza sistemas como a Prodabit. Por R\$ 980 você tem assistência total na criação da sua loja, criação de um visual exclusivo e suporte.** Essa é uma boa opção se você quer investir na criação de um layout exclusivo para a sua loja, mas lembre-se de que sempre pode usar os templates oferecidos pelo sistema sem pagar nada a mais por isso, apenas o valor das mensalidades. A seguir, confira algumas perguntas respondidas por Gilson Alves, responsável pela área comercial da empresa, sobre o serviço:

### Que tipo de serviços a Prodabit presta para a WebStore?

A Prodabit realiza todos os serviços, desde o levantamento de dados e projeto e a escolha da melhor plataforma até o desenvolvimento, instalação,



▲ **Site da Prodabit: empresa desenvolve e personaliza sistemas da WebStore**

implantação e manutenção das WebStores. Fazemos a instalação e configuração da loja, alteração do layout, cadastro dos produtos e manutenção do sistema.

### Quais são as vantagens de se ter um layout personalizado, como os que vocês produzem, ao se contratar a WebStore?

Atualmente as plataformas são muito parecidas. Os layouts oferecidos e pré-configurados pela Locaweb são interessantes, mas não atendem a 100% dos clientes. Alguns necessitam de serviços personalizados para colocar seu padrão visual nas lojas. Essas pessoas também querem se diferenciar da concorrência. É neste nicho que entra a Prodabit Sistemas.

### Como funciona o serviço? Vocês fornecem os arquivos para a instalação da loja e fazem isso pelo cliente?

Nós realizamos o serviço de configuração enquanto o cliente acompanha as alterações online. Temos como deixar o layout o mais próximo do que o cliente necessita.

### Pode citar exemplos de site de e-commerce criados por vocês com a WebStore da Locaweb?

Começamos a aplicar layouts nas WebStores faz pouco tempo. Mas já temos algumas lojas prontas e estamos trabalhando no [www.conceitualmobilia.com.br](http://www.conceitualmobilia.com.br). Outros sete projetos estão em processo de negociação neste momento.



Imagem: iStock

Entenda o que é  
Responsive Web  
Design e como  
a aplicação de  
seus conceitos  
pode garantir  
a qualidade do  
seu projeto

Andreza Emília Marino

# Para qualquer tipo de mídia

**C**onteúdo digital, antes apenas acessado via desktops e notebooks, agora também está disponível em dispositivos como tablets e smartphones. Desse modo, programadores e desenvolvedores precisam pensar em como oferecer a melhor experiência online possível para pessoas que usam tais mídias. Tornou-se inconcebível um site não rodar em determinado navegador ou o conteúdo aparecer lento e ficar todo distorcido no celular.

O termo Responsive Web Design, ou web design responsivo, em português, agrega um conjunto de boas práticas cujo objetivo é entregar de maneira eficaz conteúdo para os diversos equipamentos. “Quem nunca desistiu de buscar informação em um determinado site porque ele não funcionava direito no celular?”, indaga Diego Eis, da agência Visie, de São Paulo. “Em tempos em que a experiência do usuário é o que conta, o pulo do gato é não dispersar nem causar má impressão a essa pessoa (o cliente em potencial).”

De acordo com Sérgio Lopes, instrutor e desenvolvedor na empresa de tecnologia com foco em ensino de computação Caelum ([www.caelum.com.br](http://www.caelum.com.br)), o design responsivo ainda é muito novo no mundo inteiro. Grandes empresas e agências estão começando a lançar seus projetos mais importantes. Busca-se muita informação, mas infelizmente ainda há pouco material em português. “Aqui no Brasil, estamos um pouco mais atrás, até porque nosso mercado de smartphones, tablets e internet móvel está estourando apenas agora”, diz. “Tenho visto um interesse muito grande da comunidade de desenvolvedores sobre design responsivo. E o foco tem sido a experiência do usuário/leitor. Vejo importantes sites adotando design responsivo no futuro próximo”, projeta. William Bruno, desenvolvedor front-end



▲ Site da Caelum: de acordo com executivo da empresa, o design responsivo é novo em todo o mundo e, por isso, grandes empresas e agências estão apenas engatinhando nesse assunto



▲ Site da R/GA: de acordo com o diretor da empresa, há informação sobre RWD na rede

e responsável pela estrutura do Blog Oficial da Locaweb ([blog.locaweb.com.br](http://blog.locaweb.com.br)) concorda. “O Brasil está tentando replicar o que vem de lá de fora. É um bom começo, porque é preciso olhar para o usuário mobile com mais atenção. Ele é parcela importante do mercado.”

Já Fabrício Teixeira, designer de interação sênior da agência R/GA ([www.rga.com](http://www.rga.com)) e autor do site [www.arquiteturadeinformacao.com](http://www.arquiteturadeinformacao.com), acredita que não falta informação para quem a procura. “A teoria está toda publicada em blogs sobre user experience e tecnologia, e muitos exemplos podem ser encontrados em bibliotecas no Github. A postura de ir atrás desse conteúdo é o grande diferencial dos profissionais empenhados em fazer o design responsivo acontecer”, afirma.

O Google, no blog Webmaster Central ([googlewebmastercentral.blogspot.co.uk](http://googlewebmastercentral.blogspot.co.uk)), tratou do assunto e

## BLOG LOCAWEB



**Pensando unicamente na experiência positiva do leitor, o Blog da Locaweb tem diretrizes de design responsivo. Foram ajustados o conteúdo e o fluxo de navegação para dispositivos com telas menores de 960px, para os inferiores a 600px, e houve uma preocupação especial com telas de 500px e, no mínimo, 320px.** Ele ficou mais leve. Seu design, mais limpo. “O leitor tem acesso ao mesmo conteúdo que vê no desktop. Não foi necessário adaptar porque se trata de um blog, com posts curtos”, explica William Bruno, desenvolvedor front-end e responsável pela estrutura do blog. Bruno conta que disponibilizou gratuitamente, em forma de white theme, o download do Framework HTML5. Para quem quiser implementar o tema, basta fazer as adaptações de acordo com seu projeto [http://www.mktprodutos.siteprofissional.com/Campanhas/2012/02/lw\\_html5.zip](http://www.mktprodutos.siteprofissional.com/Campanhas/2012/02/lw_html5.zip). O retorno que obteve dos leitores foi bastante positivo. “O usuário quer conteúdo legível e que carregue rápido. Se você não oferece isso, ele vai buscar em outro lugar até encontrar. E quando isso ocorre, já desistiu de você e é tarde demais.”

publicou três premissas para orientar os desenvolvedores de sites. De maneira sintética, espera-se que as páginas sejam renderizadas de forma legível em qualquer resolução de tela; o conteúdo deve ser visível de qualquer dispositivo e nunca deverá ser mostrada a barra de rolagem horizontal, independentemente do tamanho da janela. Para Sérgio Lopes, os pilares do Google são sábios conselhos. “Com a explosão na diversidade de dispositivos acessando a web, não podemos nos dar ao luxo de focar apenas nos desktops. A rede mundial de computadores, desde o início, tem essa característica de democratizar o acesso à informação e não podemos perder toda essa evolução criando sites que funcionam somente em certos dispositivos”,



▲ Blog de Arquitetura da Informação: cada vez mais pessoas checam a web por telefones

## Com a explosão da diversidade de dispositivos acessando a web, não se pode focar apenas nos desktops

avalia. Ele explica que as barras de rolagem horizontais atrapalham, em dispositivos touchscreen, mas a facilidade dos novos gestos pode trazer outros padrões de interação, como o 'swipe' (quando se arrasta o dedo para o lado numa tela touchscreen, como um scroll para o lado), por exemplo.

Teixeira confirma: “Já observei em testes de usabilidade muitas pessoas com dificuldades em navegar em sites com a barra. A maioria delas simplesmente ignora o conteúdo que não está visível na largura da tela. Fazer com que o site se adapte a diferentes resoluções é uma questão de respeitar seu público e tornar o conteúdo acessível a mais pessoas”, frisa.

Willian Bruno, da Locaweb, classifica o Google como estimulador da evolução da web. Para ele, os três conselhos são muito úteis e complementares. “Boas práticas são sempre bem-vindas, pois sempre devemos ter como norte o que pode tornar a experiência de leitura mais confortável.”

### Certo e errado

Qual é a melhor maneira de agradar a todo tipo de usuário? Criar um site para smartphones, outro para tablets, outro para desktop, mais um para TVs, e assim por diante? Claro que não! Para se ter uma ideia, as telas do iPhone e do iPad suportam resoluções muito maiores do que os monitores antigos. Era comum um monitor de 13 polegadas ter resolução de 800x600. A resolução do iPad é de 1024x768 com 132 ppp. Até o iPhone tem uma resolução melhor: 960x640. “A regra primordial, que deve guiar todo o planejamento de design para diversos dispositivos, mostra que o importante é a resolução e não o tamanho da tela”, explica Diego Eis. “Não se deve fazer um layout para determinado tipo de dispositivo, mas sim para aparelhos que têm uma determinada resolução”, conclui.

É possível fazer um trabalho redesenhando totalmente a interface, adequando às necessidades dos usuários das diferentes telas ou fazendo pequenas adaptações. Em casos de sites muito específicos, como os banklines, é necessário que um redesign seja feito para cada tipo de necessidade. Isso torna o trabalho mais difícil, mas o resultado é muito melhor e o usuário tem mais confiança e conforto na utilização do sistema. “O ideal é que seja feito o planejamento em conjunto com o projeto inicial. Mesmo assim, podemos implementá-lo depois de tudo pronto, a qualquer momento”, avisa o especialista. O conceito tem aplicação em todo tipo de projeto: de websites simples a sistemas complexos.

Fabício Teixeira acredita que o mais importante é entender quais são as necessidades do usuário em cada dispositivo. “Se você entra no site de um restaurante enquanto está em casa,

The image shows a screenshot of the Google Webmaster Central Blog. At the top, it says 'Google Webmaster Central Blog' and 'Official news on crawling and indexing sites for the Google index'. There is a search bar and an 'Archive' dropdown menu. Below the search bar, there is a section titled 'Adding associates to manage your YouTube presence' with a sub-header 'Thursday, June 28, 2012 at 10:54 PM' and 'Webmaster level: All'. The main text discusses how organizations can manage multiple web presences and introduces a new feature for 'associates'. On the right side, there are links for 'Site Feed', 'Google+', and 'Select Language'. At the bottom, there is a 'Useful links' section with links to 'Google Webmaster Central', 'Webmaster Help Center', 'Google Webmaster Tools', and 'Webmaster Central on YouTube'.



» responsive web design

sentado no computador, é provável que tenha tempo de ver fotos do ambiente”, analisa. “Mas, se entra no site do mesmo restaurante pelo celular, possivelmente está dentro do carro e precisa confirmar o endereço”, brinca.

São funções diferentes que o site assume dependendo do contexto de uso. Entender isso e pensar qual conteúdo é mais relevante para cada caso é um trabalho que deve ser feito a quatro mãos pelo desenvolvedor e pelo designer. “Sem esse pensamento inicial, o design responsivo fica sendo apenas uma firula tecnológica”, avalia.

Convém prestar atenção em alguns pontos importantes. É preciso saber, mesmo que de maneira aproximada, qual a frequência de uso dos clientes ou usuários de dispositivos móveis, o tamanho do site a ser modificado e a quantidade de informação importante que os usuários precisam acessar. Um arquiteto de informação, um designer e um desenvolvedor client-side são peças-chave. Lopes lista a priorização de conteúdo, a organização da informação e da usabilidade da página como tópicos mais importantes da empreitada. “Os elementos técnicos de um design responsivo são relativamente fáceis de aprender (media queries, viewport, CSS fluido). O desafio é focar na priorização, encontrar o conteúdo central e desenvolver em cima dele. E a estratégia de começar pelo mobile (‘mobile first’) ajuda muito”, diz.

Desenvolver pensando apenas em alguns dispositivos ou testar apenas no próprio smartphone e entender que está tudo certo nos demais é mais uma falha. Muitos projetos de web móvel são, infelizmente, focados demais em iPhones e iPads, e, quando muito, em Androids. Mas há Nokias, Blackberries, Badas e Windows Phones por aí, entre outros. “Um desenvolvedor mobile deve encarar a flexibilidade do design responsivo não apenas como resoluções diferentes, mas também como plataformas e dispositivos diferentes”, alerta Lopes, da Caelum. **lw**

## DESIGN RESPONSIVO NA PRÁTICA

**De acordo com os especialistas entrevistados pela Locaweb em Revista, para se ter um site responsivo, são necessários três ingredientes técnicos: media queries, layout fluido e imagens flexíveis.**

Com as media queries do CSS3, é possível criar regras no CSS que só se aplicam a determinadas situações, como em resoluções de tela específicas e até de acordo com a orientação do dispositivo ou sua densidade de pixels.

E que valores usar nas media queries? Lopes ensina que há vários frameworks CSS que trazem valores predefinidos para os breakpoints do layout, como os comuns 320px, 480px, 600px, 768px e 992px. Não à toa, são valores derivados de tamanhos de iPhone, iPad e tablets de 7 polegadas.

“Usar valores pensados em dispositivos comuns (device driven breakpoints) pode levar o layout a quebrar em certas resoluções intermediárias”, avalia. O certo é criar as media queries a partir das necessidades do layout (content driven breakpoints). “Faça a página e vá redimensionando. Nos pontos em que o layout quebrar, coloque media queries para ajustar.”

Mas vale lembrar que só media queries não bastam. Seria impraticável criar media queries para cada resolução existente. Ele sugere usar poucas media queries e fazer o layout fluir entre os breakpoints. O segredo é não usar pixels nas medidas. Imagens são baseadas em pixels e, portanto, não muito fáceis de tornar flexíveis. “Podemos usar porcentagens para dimensionar imagens, mas é preciso cuidado. Aumentá-la além do seu tamanho original deixará o layout pixelizado. E carregar uma imagem de alta resolução para depois diminuí-la via código vai deixar a página muito carregada”, avisa. “O ideal é ter várias imagens em resoluções diferentes, uma

```
body
{
background-color:#d0e1fe;
}
h1
{
color:orange;
text-align:center;
}
p
```

▲ **Página do CSS: é possível criar regras que se apliquem somente a determinados casos**

para cada contexto”, sugere. Com media queries, ajustam-se as imagens vindas de CSS via background-image.

Além disso, é importante lembrar que muitas imagens decorativas podem (e devem!) ser substituídas por efeitos CSS3 – sombras, bordas arredondas, gradientes etc. E ainda podemos usar SVG para gráficos vetoriais que escalam em todo tipo de resolução. Lopes e Teixeira pensam de maneira semelhante no que se refere à priorização de conteúdo. É preciso repensar todo o conteúdo para descobrir o que realmente importa, e remover o excesso. “Uma página mobile não deve ser apenas um design menor, mas uma completa reestruturação de conteúdo”, frisa Lopes. “Só adaptar o design de um site já existente dificilmente funciona”, complementa Teixeira. Responsive design é entregar a mesma informação – útil e priorizada – para todo mundo.

“Otimizar para mobile não significa diminuir funcionalidades, e sim focar”, ressalta o instrutor. Mesmo smartphones modernos são dispositivos limitados: baixo poder de processamento, pouca memória, latências das redes 3G, etc. A regra de ouro é sempre pensar na experiência online que o usuário vai ter e se adaptar ao máximo a isso.



# Caminhos para um Marketing efetivo

**Confira os elementos que fazem parte de uma campanha de divulgação eficiente para quem deseja se consolidar no mercado online**

Flávio Carneiro

**C**omo o próprio nome diz, o papel do marketing digital é elaborar técnicas online para a divulgação de produtos e serviços, com o objetivo de alcançar os consumidores que estão no mundo virtual. Apenas no Brasil, de acordo com o Ibope NetRatings (empresa de pesquisas online), existem quase 80 milhões de internautas. Esse valor coloca os brasileiros em quinto no ranking mundial de quantidade de usuários. Outro número de respeito é o montante gasto em

2011 pelos internautas do País: de acordo com o e-bit, site que avalia a confiabilidade das lojas virtuais no Brasil, foram R\$ 18,7 bilhões.

As cifras da internet, para lá de robustas, demonstram a importância que o setor adquiriu nos últimos anos. Para abocanhar parte desse bolo e obter renda extra, porém, é preciso investir em comunicação online. Mas, por ser algo relativamente novo, o marketing digital ainda é um mistério para muitas pessoas, principalmente empresários e investidores mais tradicionais. O consultor e CEO da agência de marketing digital Web Cortéx, Leandro



marketing digital **campanha efetiva**

# Marketing

Cosas, explica qual é o passo inicial para a criação de uma estratégia de divulgação online. “A primeira tarefa é descobrir onde o público-alvo da empresa está na internet. Quais redes sociais ele usa, se costuma procurar os produtos ou serviços que a empresa presta no Google, se está acostumado a ler e-mails e por aí vai”, afirma. “Depois, é hora de traçar objetivos e fazer um planejamento para cumpri-los”, ressalta Cosas.

Diante desse cenário, é preciso observar que as ferramentas do marketing digital para atrair público têm evoluído com o tempo. Antes, as

técnicas utilizadas eram as mesmas aplicadas ao modelo tradicional de negócios. Hoje, os especialistas desse segmento desenvolveram recursos específicos para o mundo digital, inclusive com literatura própria. E é preciso entender o que significa cada uma delas para se dar bem no universo online. Confira:

## 1 Conteúdo

O conteúdo é um dos fatores mais importantes no ambiente online, segundo Cosas. “O marketing digital tem como principal pilar a informação. A geração de dados

interessantes e atrativos na internet é o que chama atenção de visitantes (futuros clientes) para um site (ou blog). Uma dica que deixo para as empresas que estão iniciando suas operações online é pensar no que irão produzir. Crie conteúdos que falam sobre a sua área, com linguagem clara, direta e objetiva. Invista em dicas variadas e mostre que sua empresa conhece do assunto”, explica.

## 2 E-mail

Depois que os endereços eletrônicos dos usuários são



## O marketing digital ainda é um mistério para muitas pessoas, principalmente empresários e investidores mais tradicionais

registrados, a ferramenta deve enviar e-mails informativos periodicamente, divulgando informações dos produtos e eventuais promoções. Quanto maior o número de clientes cadastrados, maior o alcance da ferramenta.

Mas lembre-se: jamais envie mensagens eletrônicas comerciais a desconhecidos ou pessoas que não fizeram o pedido expressamente. Isso é spam e, normalmente, esse tipo de ação tem o efeito contrário ao desejado (veja o quadro *E-mail ou spam*). Ao receber mensagens não solicitadas, o usuário pode criar aversão à marca ou empresa que as enviou.

Outro ponto importante é sempre incluir na mensagem algum campo, de fácil visualização, que permita ao internauta descadastrar seu e-mail facilmente da mala-direta – pode ser

Site da NWMídia, empresa especializada em marketing digital



Alex Silva acredita que o marketing na web pode humanizar as marcas

um correio eletrônico ou uma URL. Essa alternativa, além de simpática, garante que você não amolará as pessoas que não querem receber mensagens.

Por fim, sempre que possível, opte por usar uma ferramenta profissional, como o E-mail Marketing da Locaweb. Assim, ficará mais fácil voltar o foco para a campanha em si.

### 3 Promoção

A publicidade no mundo virtual funciona quase como no real. A peça de propaganda deve adotar a grande visibilidade de um portal, site ou rede social para promover a marca de uma empresa. Na prática, essa divulgação pode ocorrer em forma de banner, links patrocinados, pop-ups e outras ações. O importante, sempre, é estar no lugar

certo e falar o que o público-alvo quer saber, sempre tomando o cuidado de não o incomodar. É aí que entra um dos fatores mais importantes do marketing digital: conhecer muito bem os clientes.

### 4 Conhecer os clientes

Nessa área, é importante perceber que os clientes virtuais e reais têm características distintas. “Os clientes online são muito mais ansiosos. Esperam resultados e respostas rápidas. É como diz uma frase de marketing digital: ‘Seu concorrente está a apenas um clique de distância de você’. Então, responda a solicitação dos seus clientes rapidamente”, completa Cosas.

Faça pesquisas, experimente promoções, descubra o que o cliente quer e, na hora de fazer a campanha digital, vá direto ao assunto. Assim ficará mais fácil conquistá-lo.

### 5 Precisão

O controle dos resultados é uma forma de saber o que está funcionando e o que não está no marketing digital. Desse modo, fica mais fácil realizar as mudanças

A adoção de serviços como o E-mail Marketing da Locaweb rende bons frutos

## E-MAIL OU SPAM?

Um dos principais problemas do e-mail marketing é o risco de ele virar spam (mensagem indesejada de publicidade, que só serve para encher a caixa de entrada). Existem algumas formas de evitar que isso aconteça. É preciso, por exemplo, tomar cuidado com peso do e-mail, pois mensagens com mais de 100 k têm mais chance de serem barradas. Evite termos como “promoção”, “grátis”, “oferta”, entre outros, pois, de tanto serem usados, são filtrados automaticamente por muitos antispams. Além disso, dê preferência por um mailing próprio, em vez de comprar listas de e-mails – muitos dos endereços desses pacotes já estão configurados para bloquear qualquer divulgação.

necessárias, pois isso é essencial para que a campanha se torne efetiva. O monitoramento inclui analisar a quantidade de visitas de um site, número de pessoas que falam sobre o assunto nas redes sociais e outras postagens na rede.

## 6 Redes sociais

O marketing nas redes sociais deve ser encarado como uma forma de a empresa se comunicar com os clientes. De acordo com Alex Andrade Silva, diretor comercial da NW Mídia, empresa especializada em marketing digital, as redes são uma maneira de humanizar a marca. “As empresas que trabalham com consumidores comuns podem usar as redes sociais para tirar aquela imagem corporativa e se aproximar dos consumidores”, diz.

## 7 SEO

O Search Engine Optimization é um conceito utilizado para modificar um site para ele aparecer melhor nas ferramentas de busca, como Google, Yahoo e Bing. À primeira vista, não parece tão importante, mas uma rápida



“Os clientes online são muito mais ansiosos. Esperam resultados e respostas rápidas. Por isso, é preciso ser eficiente”

▲ Leandro Cosas, CEO da agência de marketing digital Web CórteX

olhada nos números do principal buscador, o Google, mostra como pode ser importante para impulsionar uma campanha de marketing efetiva. No total, são 620 milhões de visitantes por dia, 87,8 bilhões de buscas por mês



▲ Um bom SEO o faz aparecer melhor no Google, o site mais acessado do mundo

apenas. Assim, não é difícil imaginar que o Google seja o site mais acessado do mundo. Aparecer bem nele é fundamental.

O SEO auxilia o site a abocanhar parte desses acessos monstruosos. Entre as dicas para aproveitar melhor essa ferramenta, está a aplicação dos termos mais usados pelos internautas ao procurar um assunto relacionado à área do site. Isso é fundamental para quem está desenvolvendo uma marca.

Opte sempre por criar navegação simples, pois os buscadores não leem informações dentro de aplicativos javascript ou flash. Mantenha o seu conteúdo atualizado e inscreva o site nos motores de busca, mostrando que a página existe. Enfim, conte com apoio de um serviço de hospedagem de qualidade, pois buscadores não gostam de esperar para abrir um site. **Iv**



**O** assunto direitos autorais está sempre em voga. A recente prisão de Kim Dotcom, fundador do MegaUpload, site de compartilhamento de arquivos, incendiou o tema e mostrou que a web está longe de ser um mundo livre e sem leis, em que todos os usuários são, de certa forma, anônimos.

Se a discussão muitas vezes pende para o lado do compartilhamento de arquivos em geral, principalmente no que se refere a músicas, filmes e jogos, é importante ressaltar que o uso e a disseminação de imagens são temas que não estão fora da pauta. Muito pelo contrário, por sinal. Como todos os produtos de origem intelectual, as criações visuais também estão sob proteção de uma legislação. E ela é bastante rígida. A chamada propriedade intelectual é o conceito em que todo autor é dono de sua própria obra. Por isso, ninguém pode pegar uma imagem, apenas porque está na internet, e usá-la sem autorização. Segundo Ana Clara Cenamo, county manager da iStockphoto ([www.istockphoto.com](http://www.istockphoto.com)) no Brasil, site de vendas de imagens, sempre que uma obra é

criada automaticamente se enquadra em uma regra. “No Brasil, o autor não é obrigado a escolher um modelo de licença para a sua obra. Por isso, com raras exceções, o uso da imagem sem autorização é ilegal. O autor também não é obrigado a registrar a obra em lugar nenhum, como se faz com as patentes. Mas a propriedade intelectual é dele”, afirma. Dentro desse cenário, é fundamental aos desenvolvedores de sites, aplicativos e outras publicações online compreender exatamente quais são os principais modelos de leis de direitos autorais. Confira:

### © Copyright ([copyright.br.com](http://copyright.br.com))

O formato de licença de uso Copyright é o mais famoso entre todos os modelos. Quando uma obra, visual ou não, está sob essa legislação, o conteúdo não pode ser utilizado de nenhuma maneira sem autorização prévia, nem mesmo para reprodução.

### © Copyleft ([goo.gl/Dr1HL](http://goo.gl/Dr1HL))

O nome é um trocadilho em relação a Copyright (left, em inglês, é esquerda, enquanto right significa direita). O Copyleft é o contrário do Copyright.

A proposta dessa legislação é de total liberdade de uso do conteúdo. Ao se deparar com uma imagem registrada neste formato, o usuário pode transformar o produto como quiser e usá-lo de forma livre. A única exigência do Copyleft é que a nova produção criada também seja de uso livre.

### Domínio público

([www.dominiopublico.gov.br](http://www.dominiopublico.gov.br))

Quando uma obra está sob domínio público, pode ser usada com qualquer objetivo, comercial ou não. Segundo a lei brasileira, os produtos tornam-se domínio público 70 anos após a morte de seus autores. A diferença em relação ao Copyleft é que as novas obras criadas com base em um produto em domínio público podem ter outra licença, inclusive de não divulgação, em vez de ser livre como a ideia original se tornou após completar 70 anos de divulgação.

### CC Creative Commons

([creativecommons.org.br](http://creativecommons.org.br))

Esta licença é uma alternativa a todos os modelos citados. Dentro deste formato, existem variações que afrouxam ou apertam as regras de uso. Quem adota esta licença pode escolher se os usuários poderão reproduzir a obra ou se terão permissão para alterar a ideia original. Também é possível escolher se as outras pessoas poderão usar comercialmente ou não a obra, entre outras variações.



▲ Fotos de personalidades e políticos, como Barack Obama, presidente dos Estados Unidos, geralmente são vendidas nos bancos de imagens para uso jornalístico, sem fins comerciais

### DE OLHO NO CONTEÚDO

Além de se familiarizar com os tipos de licenças autorais que existem, ao lidar com imagens é preciso se preocupar também com outros fatores. Isso porque, além dos direitos de quem tirou a foto, deve-se ficar de olho nos direitos em relação a quem aparece nas fotos. E essa situação se agrava com a popularização das redes sociais, em que as imagens são publicadas a todo instante e, muitas vezes, sem autorização prévia. Por isso, não reproduza nada antes de ter certeza sobre a liberação de seu conteúdo.

# Os direitos autorais na prática

**No Brasil, uma lei de 1998 constitui que os direitos autorais de uma obra são independentes do registro desse material nos órgãos competentes. Dessa forma, todas as produções intelectuais já estão protegidas sob as leis de direitos autorais, mesmo que sua existência não seja registrada.** No entanto, existe a recomendação de que o produto seja cadastrado, para que seja mais fácil provar a originalidade da obra. Isso, porém, raramente acontece, o que gera uma série de dúvidas a internautas e profissionais que precisam usar fotos em seus trabalhos online. Para compreender melhor as diversas questões sobre o uso de imagens, a **Locaweb em Revista** entrevistou Ana Clara Cenamo, county manager do iStockphoto no Brasil. Confira:

## **Locaweb em Revista: Quais são as principais regras de direitos autorais de fotos no Brasil?**

**Ana Clara Cenamo:** *Os direitos do autor brasileiro são regulados pela Lei Federal 9.610, publicada em 19 de fevereiro de 1998. Basicamente, em primeiro plano, essa lei rege que é preciso ter autorização dos autores para usar as fotos em qualquer situação.*

## **LW: E em relação às pessoas ou empresas que aparecem no conteúdo das fotos, o que diz a lei?**

**Ana:** *A iStockphoto, por exemplo, tem como regra exigir que, antes de serem fotografadas, as pessoas (modelos) assinem um contrato de cessão dos direitos de imagem para evitar que, se essas imagens forem usadas para fins comerciais, os clientes do banco de imagens sofram com problemas de direitos autorais. Esse procedimento deveria ser aplicado por todos que*



Divulgação

**Ana Clara Cenamo, county manager no Brasil do banco de imagens iStockphoto**

*você deixe de publicá-la, seja onde for. Caso você se recuse a fazer isso, estará sujeito a problemas com a Justiça.*

## **LW: E se o usuário compartilhar a imagem de um jornal?**

**Ana:** *Entendo que o compartilhamento é como se você criasse ou distribuisse um link. Ou seja: você está multiplicando a exposição de uma imagem, mas não é o responsável pela publicação. Não acredito que isso seja um problema. Mas que fique bem claro que essa posição se refere ao compartilhamento de uma imagem publicada por outra pessoa, com o devido crédito.*

## **LW: Como se aplica a regra de direitos autorais em quadros famosos, largamente disseminados em redes sociais e na internet?**

**Ana:** *Os quadros pintados há muito tempo se tornam domínio público, podendo ser, inclusive, reproduzidos. O tempo varia de país para país. Fazer fotos de quadros famosos, por sua vez, é um procedimento raramente permitido pelos museus, pois esses estabelecimentos desejam ter o direito de revender as reproduções e lucrar com isso, impedindo que o público o faça. Já para quadros recentes, a reprodução para fins comerciais exige autorização.*

## **LW: Ao comprar ou baixar gratuitamente uma foto em um banco de imagem, é possível usá-la para qualquer finalidade? Até para ganhar dinheiro?**

**Ana:** *Ao baixar ou comprar uma imagem com direito de uso comercial, você pode usá-la sem problemas em anúncios, folders, apresentações e publicações. Mas, como os bancos de imagens não vendem esse tipo de conteúdo com exclusividade, é possível que essa imagem esteja sendo usada com a mesma finalidade – ou venha a ser – em outro local.*

*desejam usar uma foto em um site, por exemplo. O mesmo acontece quando o fotógrafo decide fazer fotos em que aparecem nomes de empresas: é preciso conseguir uma assinatura em um documento autorizando.*

## **LW: Como se aplicam as regras em fotos públicas nas quais aparecem muitas pessoas?**

**Ana:** *No caso das multidões, se não tivermos a autorização das pessoas reconhecíveis, a imagem não deve ser usada. Caso as pessoas estejam irreconhecíveis, porém, não é necessária a cessão de direitos.*

## **LW: Em termos de direitos autorais, existe diferença entre uso jornalístico e publicitário?**

**Ana:** *Sim. A iStockphoto, por exemplo, tem imagens exclusivas para uso editorial. São imagens como as de políticos e outras personalidades. Posso vender uma foto do presidente dos EUA, Barack Obama, para um meio de comunicação jornalístico, mas não para quem pretende usar essa imagem para fins comerciais. Há, porém, fotos autorizadas para uso comercial, e isso inclui a divulgação em redes sociais por quem deseja atrair cliques, por exemplo.*

## **LW: É permitido pegar uma foto de um jornal e publicá-la na web?**

**Ana:** *Toda foto tem um autor. Se você pegar a foto de um jornal, o autor daquela foto pode localizá-la e exigir que*



**Autora: Linda Carlino**

Um olhar feminino sobre os bastidores do poder na Europa dos séculos 15 e 16



**Autor: Dr. Walter Weber**

Este livro pode mudar a sua vida ou a vida de alguém querido



**Autora: Susanne Leinemann**

Nina meteu na cabeça que precisa se casar. Mas como encontrar o homem certo?



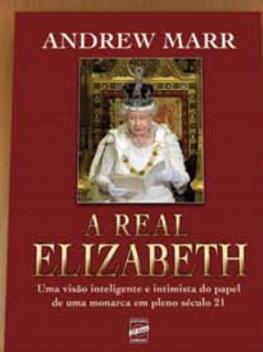
**Autor: Billy Graham**

Um livro repleto de bons conselhos, para que estejamos preparados para o dia em que cessar a nossa função vital



**Autora: Kerstin Gier**

O amor e as dificuldades de se mudar o próprio destino numa trama divertida e surpreendente



**Autor: Andrew Marr**

Um retrato fiel e sem precedentes de Elizabeth II e também do seu reinado ao longo dos últimos 60 anos



**Autor: Andreas Gruber**

Uma advogada jovem e ambiciosa. Um investigador sério e experiente. E isso é apenas o começo



**Autor: Volker Reinhardt**

A partir de novas fontes disponíveis, o autor e historiador traz à luz fatos inéditos da trajetória deste papa sinistro



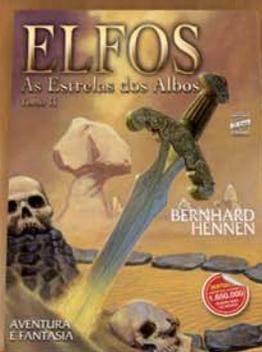
**Autora: Rose Hardt**

Uma mulher de meia-idade redescobre, nas Ilhas Jersey, o seu grande amor da adolescência



**Autor: Bernhard Hennen**

A aventura definitiva de seres mitológicos que tantas vezes inspiraram a literatura de fantasia



**Autor: Bernhard Hennen**

A Caçada dos Elfos continua, levando o leitor por um mundo fantástico, povoado por elfos, feiticeiros e outros seres míticos



**Autor: Bernhard Hennen**

Aventuras emocionantes, perigos e romance no desfecho desta trilogia apaixonante



✔ Vitor George: Google tem posição contraditória a respeito do OSM



# A Wikipédia dos mapas

**Projeto OpenStreetMap permite que usuários incluam informações, editem e processem dados em sistemas cartográficos eletrônicos** **Aline Mariano**

**O** OpenStreetMap (OSM, em [www.osm.org](http://www.osm.org)) é um mapa eletrônico aberto e editável, no qual é possível ver o mundo todo. Espécie de “Wikipédia dos mapas”, todos os dados inseridos por editores e colaboradores são redistribuídos sob licença livre, permitindo seu uso para quaisquer fins.

O projeto foi criado em 2004, pelo desenvolvedor britânico Steve Coast, como uma alternativa na qual as pessoas pudessem desenvolver colaborativamente um grande

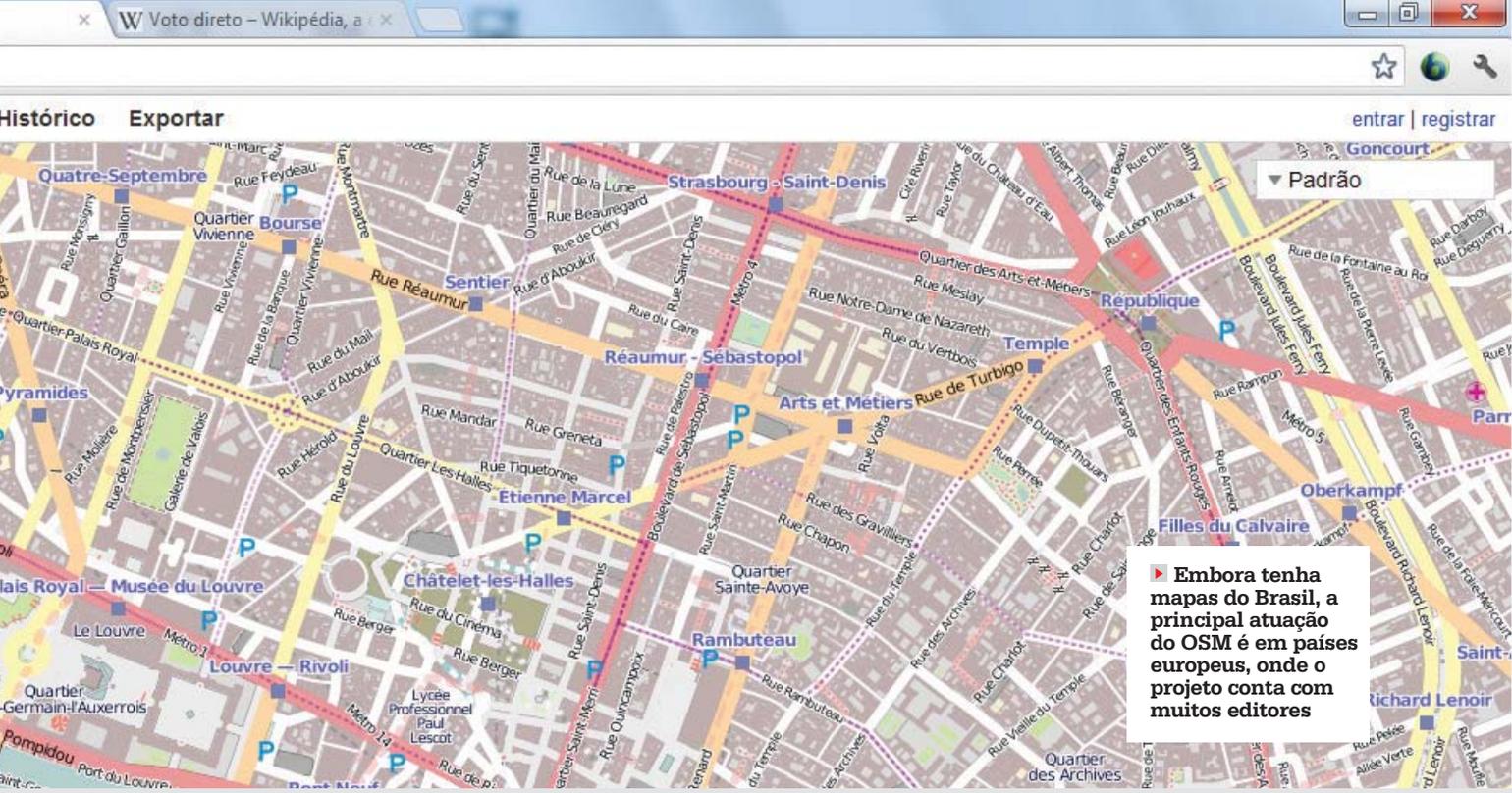
banco de informações, com dados geoespaciais livres. Na época, sites de mapas na web já começavam a se popularizar, tais como Yahoo Maps e o Google Maps. Mas, diferentemente do OSM, esses projetos só ofereciam a imagem com os traçados e não permitia a livre edição.

## Credibilidade e popularidade

Para que seja cada vez mais aperfeiçoado, o OpenStreetMap depende, exclusivamente, de pessoas comuns que editem o que achem

necessário. O OSM funciona de forma similar à Wikipédia, já que qualquer um que seja registrado no site pode incluir dados de quaisquer locais. As informações inseridas no sistema não passam por nenhum tipo de filtro. Devido a isso, sua credibilidade está diretamente associada ao aumento de sua popularidade.

Assim como os dados são inseridos por pessoas comuns, esses mesmos colaboradores estão aptos a reeditar e fazer reivindicações quanto ao que está explícito no site. De acordo com Vitor George, colaborador do OpenStreetMap desde 2008 e editor do Twitter @mapaslivre, em alguns lugares do mundo, como na Alemanha, não existe nenhum mapa mais detalhado do que o que pode ser visualizado no sistema do OSM. No



▶ Embora tenha mapas do Brasil, a principal atuação do OSM é em países europeus, onde o projeto conta com muitos editores

## O OpenStreetMap é um sistema gratuito, não comercial. Hoje, é mantido pela britânica OpenStreetMap Foundation

Brasil, já que é pouco popular, com 2.800 usuários registrados, apenas as capitais e as grandes cidades têm dados suficientes para serem exibidos.

### Edições não são restringidas

“A filosofia do OpenStreetMap é não restringir edições, mas monitorá-las”, afirma George. As pessoas facilmente podem ver as atualizações das regiões que conhecem, e agir em caso de erro ou vandalismo. Esta filosofia mostrou-se bem-sucedida nos lugares em que o OSM tem uma comunidade ativa.

Na “Wikipédia de mapas”, não é necessário o acesso à internet para visualizar rotas que já foram adicionadas. É possível baixá-las e utilizar como e quando precisar. Dessa forma, o acesso torna-se mais rápido e prático, e é a principal diferença com relação ao sistema Google Maps.

### Mercado em torno

O OpenStreetMap é um sistema de qualidade e gratuito, não um

projeto comercial. Hoje é mantido pela OpenStreetMap Foundation (organização sem fins lucrativos com sede na Inglaterra, veja mais no box ao lado) e sobrevive graças a doações de usuários e empresas.

Companhias que usam dados do OSM são, geralmente, de serviços baseados em localização ou que utilizam mapas de maneira indireta em seus produtos. Elas buscam o sistema para poder customizar seus dados cartográficos e também racionalizar gastos. O Foursquare, por exemplo, adotou a estratégia. Meses atrás, o Google anunciou que passaria a cobrar mais por sua API de mapas. A companhia começou a usar o OSM. Por ser empresa de maior porte, o Foursquare tem engenheiros e recursos suficientes para montar seu próprio sistema de geração de mapas a partir do OSM, atividade que requer enorme capacidade de processamento, armazenamento e banda.

Segundo George, a posição do Google em relação ao OpenStreetMap é

## A FUNDAÇÃO

**A OpenStreetMap Foundation é uma organização sem fins lucrativos que apoia o projeto OpenStreetMap.** Constituída de membros de todo o mundo, a fundação atua como uma entidade jurídica para o sistema. É guardiã dos servidores e serviços de informática necessários para sediar o OSM e fornece um veículo para angariar fundos para apoiar o projeto. Além disso, a organização aceita doações para o OpenStreetMap, gerencia a conferência anual Estado-of-the-map, apoia e se comunica com os grupos de trabalho, tais como comunicações e licenciamento. Para saber mais acesse: [www.osm.org](http://www.osm.org).

um pouco contraditória. O OSM recebeu doação da empresa para ampliar seus servidores quando era um projeto com menos destaque. Em 2011, entretanto, foram registrados atos de vandalismo de dados do OpenStreetMap a partir de IPs da rede do Google.

Empresas pequenas e médias têm a opção de contratar serviços de terceiros, como da Cloudmade e da Mapbox. Elas oferecem APIs de mapas e também frameworks para o desenvolvimento de aplicações mobile. **lwv**

## Imprima nas nuvens

Google lança aplicativo em cloud que permite o envio de tarefas de impressão remotamente **Flávio Carneiro**

### COMPATIBILIDADE

Se você deparar com a frase “O recurso de Cloud Print está pronto para ser executado em diversos dispositivos”, pode acreditar na afirmação. O aplicativo já foi desenvolvido em várias plataformas e está disponível para Windows, Android, Mac, iOS e Chromebook. Além desses sistemas, a empresa anunciou que também fará uma versão para o Linux no futuro.

**O**s recursos de informática definitivamente fugiram do hardware e estão indo parar nas nuvens. Depois de sistema de armazenamento online, leitura de e-mail sem precisar baixar as mensagens, criação de agenda e edição de imagem e texto, tudo realizado em cloud computing e sem ocupar um bytezinho de espaço

no disco rígido, a bola da vez é a impressão em nuvem desenvolvida pelo Google: o Cloud Print.

O conceito, por si só, gera uma série de dúvidas, mas é mais simples do que parece. Pelo menos para os usuários. Basicamente, a criação do Google faz uma impressora (mesmo a tradicional e velhinha) estar disponível para impressão de qualquer dispositivo, móvel ou não. Isso significa que você

pode enviar uma tarefa para a impressora mesmo estando longe do equipamento, por meio de um celular ou tablet, por exemplo.

E não há limite de distância. Segundo o fabricante, o usuário pode estar no mesmo ambiente que a impressora ou em outro continente, sem que haja problemas na comunicação entre os dois dispositivos. Assim, será possível enviar uma foto de São Paulo para ser impressa na Califórnia.

### Como funciona

Para que o sistema funcione, é preciso que a impressora esteja ligada à internet.

Porém, o uso de impressoras com antena wireless ainda não é muito popular no Brasil. Assim, é necessário que o equipamento esteja instalado em um computador com acesso à web, o que é bastante comum.

De olho em uma possível popularização do produto, o Google já agregou o recurso a alguns lançamentos do mercado de impressão. Produtos das marcas HP, Epson e Canon já saem com o selo Google Cloud Print Ready, e podem ser conectados ao serviço com apenas alguns cliques do mouse. Passados os requisitos iniciais (e com

**O funcionamento está restrito ao reconhecimento do arquivo pelo Google**

**Google Cloud Print**

▶ Sistema permite que você, de algum lugar de São Paulo, envie uma foto para ser impressa em qualquer lugar do mundo

**Google Print pronto**  
Aplicativos da web e para celular

**Impressora clássica**  
Conectado a um computador Windows

uma conta Google em mãos), o próximo passo é se aventurar no aplicativo. Para quem deseja usá-lo via Android ou Windows, a maneira mais prática de imprimir os arquivos é enviar as impressões pelo Google Docs.

Já no iOS, é preciso fazer download do aplicativo PrintCentral Pro, que tem versões específicas para iPhone e iPad. O software possibilita a impressão em nuvem de e-mails, arquivos anexos, páginas da web e outros itens.

Existem, ainda, diversas outras maneiras de imprimir os arquivos via cloud, de acordo com o sistema desejado. A lista completa pode ser vista em [goo.gl/g7Cm5](http://goo.gl/g7Cm5).

Mas é preciso tomar cuidado antes de se empolgar completamente com o Cloud Print, pois o funcionamento da tarefa de impressão está restrito ao reconhecimento do arquivo por parte do Google. Com isso, apenas bytes que podem ser executados pelo Google Docs e outros serviços da empresa serão impressos.

Em relação às tradicionais extensões .doc e .docx, do Microsoft Word, ou .ppt, do Microsoft Power Point, não há problemas. No entanto,

## No iOS, é preciso fazer o download do aplicativo PrintCentral Pro, que tem versões específicas para iPhone e iPad

### COMPARTILHAMENTO

O Cloud Print é capaz de disponibilizar a impressora em nuvem para mais de um usuário. O compartilhamento do produto pode ser feito pelo administrador e exigir autenticação, de forma que apenas pessoas com login e senha tenham acesso à impressão. Essa ferramenta é útil, em especial às empresas, que precisam disponibilizar a impressão para diversos funcionários. Essa é uma das grandes vantagens do Cloud Print, que torna desnecessária a criação de uma rede com metros e mais metros de fios interligando os computadores com os itens periféricos e entre eles. Isso sem falar no desperdício de dinheiro, mão de obra e tempo exigido pelo processo de montagem e manutenção de uma rede.

quando o tipo dos bytes foge do comum, como o .indd do InDesign, o processo trava e o arquivo não é enviado para a impressora.

Iw

<p><b>Impressoras HP ePrint</b></p> <p>Saiba mais <a href="#">Configuração</a></p> <p>Todas as impressoras HP ePrint têm suporte de fábrica para o Google Cloud Print, sem necessidade de drivers de impressão ou software adicional.</p> <p>Saiba mais sobre o ePrint » Veja uma lista de impressoras habilitadas para HP ePrint »</p>	<p><b>Impressoras Kodak</b></p> <p>Saiba mais <a href="#">Configuração</a></p> <p>Todas as impressoras das séries KODAK Hero, Office Hero, ESP C310 e da série ESP Office 2100 são compatíveis com o Google Cloud Print, sem necessidade de drivers de impressora ou outro software.</p> <p>Saiba mais sobre o Google Cloud Print na Kodak »</p>	<p><b>Impressoras Epson</b></p> <p>Saiba mais <a href="#">Configuração</a></p> <p>As impressoras da Epson compatíveis com o Google Cloud Print se conectam diretamente ao serviço Google Cloud Print para simplificar a impressão</p> <p>Saiba mais sobre o Epson Connect »</p>
<p><b>Impressoras Canon</b></p> <p>Saiba mais <a href="#">Configuração</a></p>	<p><b>Impressoras Samsung</b></p> <p>Saiba mais <a href="#">Configuração</a></p>	<p>▶ <b>As principais empresas do ramo de impressão já estão adaptando seus produtos à nova tecnologia do Google</b></p>

## Um cronômetro em quatro passos

Aprenda a fazer aplicações sofisticadas com o CSS3, dispensando o uso de outras ferramentas pesadas, como o Flash

Max Reinhold Jahnke



**HTML Tutorials**  
Learn HTML  
Learn HTML5  
Learn CSS  
Learn CSS3  
Learn TCP/IP

**Browser Scripting**  
Learn JavaScript  
Learn HTML DOM  
Learn DHTML  
Learn VBScript  
Learn AJAX  
Learn jQuery  
Learn JSON

**Server Scripting**  
Learn SQL  
Learn ASP  
Learn ADO  
Learn PHP

**ASP.NET**

### Learn to Create Websites

At w3schools.com you will learn how to make a website. We offer free tutorials in all web development technologies. Select a tutorial from the menu to the left.

**Make your own Website »**

Tutorials Try it Yourself References

#### WEB REFERENCES

- HTML 4.01
- HTML5
- XML DOM
- JavaScript
- HTML DOM
- jQuery
- SQL
- CSS 1,2,3
- PHP
- XSLT
- XPath
- XSL-FO
- Color Picker
- HTML Colors
- CSS3 Browser Support

#### Try it Yourself Editor

With our "Try it Yourself" editor you can experiment with HTML, CSS, XML, JavaScript, and see the result in your browser.

#### W3Schools Certificates

w3schools.com offer an online certification program, where you can become certified in the most popular web

### REFERÊNCIA

Uma descrição detalhada da animação no CSS3 e exemplos de uso podem ser encontrados no excelente w3schools ([http://www.w3schools.com/css3/css3\\_animations.asp](http://www.w3schools.com/css3/css3_animations.asp))

Diversos recursos foram acrescentados ao CSS3, como a capacidade de usar a própria linguagem para fazer bordas e animações bonitas, sem o uso de imagens ou Javascript. Além disso, também houve melhorias na organização

da linguagem: o CSS3 foi quebrado em vários módulos pequenos, cada um com uma especialidade, e com a possibilidade de que novos módulos sejam adicionados. E o mais importante: foi mantida a compatibilidade com o CSS2. O CSS3 evoluiu tanto que hoje em dia é possível

fazer aplicações sofisticadas sem o uso de outras ferramentas ou linguagens, além do HTML, é claro. Por exemplo, há alguns anos, para colocar um cronômetro em um site era necessário usar Flash. Passado algum tempo, já era possível fazer uma implementação mais leve, combinando recursos do Flash com os do Javascript. Hoje, é possível fazer a mesma aplicação usando somente HTML e CSS. E é justamente um cronômetro que vamos aprender a fazer hoje.

### » Tutorial

Antes de começar, é importante salientar que é necessário usar uma versão atualizada de Firefox, Chrome ou Safari. Alguns dos recursos de animação não foram implementados nos outros navegadores, como Opera e Internet Explorer. Além disso, por causa da crise dos prefixos, usamos o script PrefixFree que detecta qual navegador está sendo usado e quais propriedades precisam do prefixo do navegador. Assim, o tutorial fica mais

**O CSS3 foi quebrado em módulos pequenos, cada um com sua especialidade**

enxuto e podemos focar nas ideias principais, com a vantagem de que o código vai continuar funcionando quando a crise acabar.

Para usar o PrefixFree, basta colocar a próxima linha no HTML:

```
< script src = "http://thecodeplayer.com/
uploadsjs/prefixfree.js" type = "text
javascript" > < /script >
```

A implementação do cronômetro é relativamente simples. Primeiro dispomos verticalmente duas sequências de dígitos, uma para representar a unidade e a outra, a dezena dos segundos. Em seguida, fazemos com que apenas um dígito seja visível.

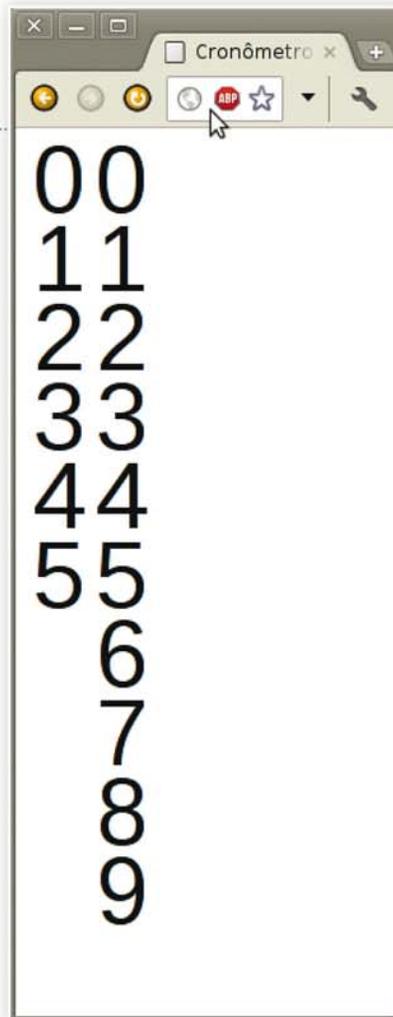
Então, usamos recursos de animação do CSS3 para deslocar a linha e, depois, limitamos a exibição ao próximo dígito. Com esse processo sendo repetido a cada tempo fixado, temos o efeito do cronômetro avançando.

**Primeiro passo** // Vamos ao HTML!

Primeiro criaremos as sequências de dígitos do nosso cronômetro.

```
< div class = "container" >
< div class = "timer" >
< div class = "digito dezseg bseis" >
0 1 2 3 4 5 < /div >
< div class = "digito seg bdez" >
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 < /div >
< /div >
< /div >
```

E esse é todo o HTML que vamos precisar para ter o primeiro exemplo funcionando: um cronômetro de 60 segundos. Agora todo o trabalho vai ser feito em cima do CSS,



▲ Acima, os dígitos que farão parte do cronômetro desenvolvido com CSS e HTML

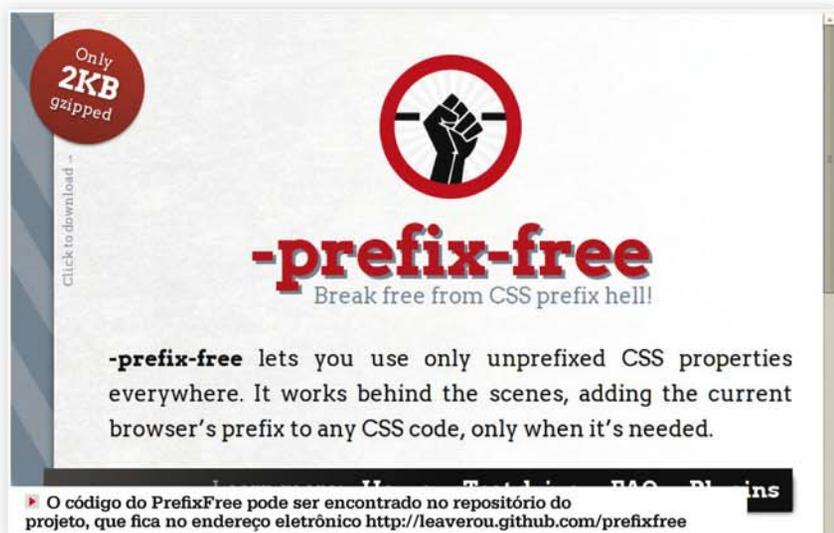
configurando as classes citadas. O que devemos fazer agora é configurar o texto e a sua disposição:

```
.digito {
width: 0.65em;
line-height: 50px;
font-size: 60px;
font-family: arial;
text-align: center;
color: black;
position: relative;
float: left;
}
```

Com o código acima, podemos ver como os números estão dispostos.

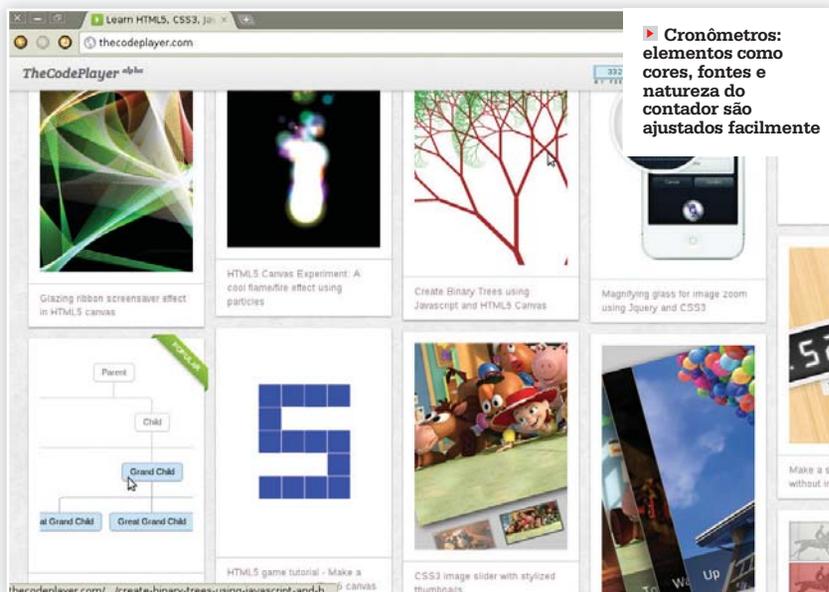
**Segundo passo** // Agora o tutorial começa a ficar animado! Acrescente as seguintes linhas no seu CSS:

```
@keyframes bdez {
0% { top: 0; }
100% { top: -500px; }
}
@keyframes bseis {
```



► O código do PrefixFree pode ser encontrado no repositório do projeto, que fica no endereço eletrônico <http://leaverou.github.com/prefixfree>

## Um cronômetro em quatro passos



## Hoje em dia, é possível fazer aplicações muito bem elaboradas com CSS3 e HTML

```
0% { top: 0; }
100% { top: -300px; }
}
.bdez {
animation: bdez 1s steps(10, end) infinite;
animation-play-state: running; }
.bseis {
animation: bseis 1s steps(6, end) infinite;
animation-play-state: running; }
.seg { animation-duration: 10s; }
.dezseg { animation-duration: 60s; }
```

No nosso código HTML, há duas sequências, uma de 0 a 5, que conta as dezenas dos segundos e outra de 0 a 9, que marca os segundos. O que fizemos foi usar o @keyframe para determinar o quanto devemos deslocar cada dígito e animation para determinar a velocidade e o passo da animação.

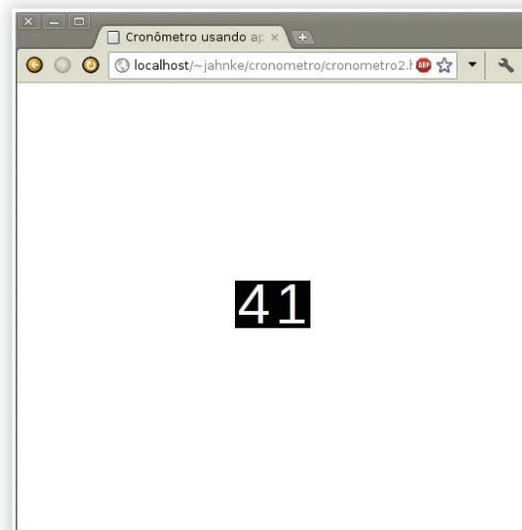
Esse cronômetro já começa rodando, mas é possível associar o animation-play-state à ação de um botão que modifica o estado de paused para running. Vamos aprender a fazer isso

assim que terminamos de transformar a animação que vimos em algo mais parecido com um cronômetro.

Precisamos exibir apenas os dois dígitos que representam os segundos atuais, o que pode ser feito ao configurar a classe timer para exibir apenas o texto de determinada região, limitando a altura de acordo com o tamanho do texto e escondendo tudo o que está fora do quadro. Segue o código:

```
.timer {
height: 50px;
background: black;
overflow: hidden;
display: inline-block;
position: relative; }
```

Aqui, por uma questão de estética, configuramos a posição e a disposição do texto, com as propriedades display e position. Também mudamos a cor do fundo para preto, então, para que a



▲ Poucos ajustes no código permitem a alteração de itens como cor de fundo

animação possa ser vista, é necessário mudar a propriedade color da classe digito para white:

```
color: white;
```

Ainda visando uma boa apresentação, vamos centralizar o cronômetro configurando a classe container concluindo o segundo passo:

```
.container {
padding: 200px;
text-align: center; }
```

**Terceiro passo** // Já temos um cronômetro! Podemos explorar ainda outro recurso interessante do CSS3, permitindo que nossa aplicação

fique interativa: podemos, sem usar Javascript, criar botões para controlar o cronômetro. Isso é fácil, basta modificar o container do HTML para que o código fique assim:

```
<input id="iniciar" name="controles" type="radio" />
<input id="parar" name="controles" type="radio" />
<input id="zerar" name="controles" type="radio" />
<div class="timer">
<div class="digito dezseg bseis">
0 1 2 3 4 5 </div>
<div class="digito seg bdez">
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 </div>
</div>
<div id="timer_controles">
<label for="iniciar"> Iniciar </label>
<label for="parar"> Parar </label>
<label for="zerar"> Zerar </label>
</div>
```

Agora precisamos alterar o CSS para exibir corretamente os controles. Aqui escondemos os radio buttons e configuramos a fonte dos rótulos:

```
#timer_controles label {
cursor: pointer;
font-family: arial;
font-size: 14px;
}
input[name="controles"] { display: none; }
```

E chegou a hora de usar o recurso do CSS3 que associa o estado dos botões ao estado desejado da animação:

```
#parar:checked ~ .timer .digito
{ animation-play-state: paused; }
#iniciar:checked ~ .timer .digito { animation-
play-state: running; }
#zerar:checked ~ .timer .digito
{ animation: none; }
```

**Quarto passo** // Todo o código fundamental do cronômetro já foi implementado, porém há pouca graça num contador que mede apenas 60 segundos. Então vamos ampliar nosso aplicativo, permitindo que seja possível contar minutos. Deixaremos como exercício para o leitor implementar o que falta para contar as horas.

Precisamos modificar o timer, acrescentando as linhas referentes aos minutos. Basta fazer um copy&paste, mudando apenas o nome da classe. O HTML fica assim:

```
<div class="timer">
<div class="digito dezmin bseis">
0 1 2 3 4 5 </div>
<div class="digito min bdez">
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 </div>
<div class="digito"></div>
<div class="digito dezseg bseis">
0 1 2 3 4 5 </div>
```

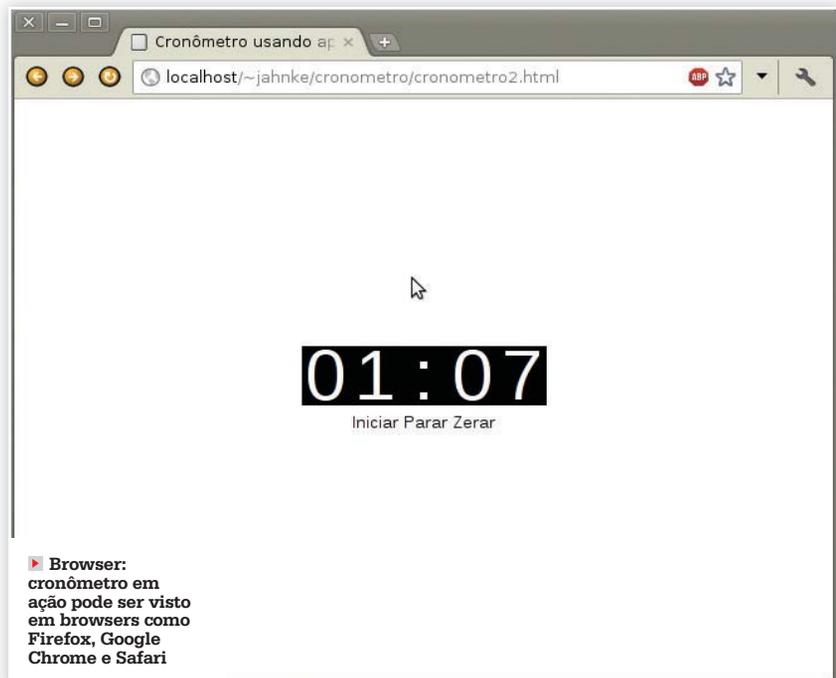
```
<div class="digito seg bdez">
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 </div>
</div>
```

E a respectiva classe no CSS, apontando a duração da animação:

```
.min { animation-duration: 600s; }
.dezmin { animation-duration: 3600s; }
```

### Conclusão

Foi feita só a lógica do cronômetro. Fica a cargo do leitor não apenas implementar o que falta, mas também dar o seu toque de design. O CSS cresceu muito, com melhorias impressionantes, que nos deixa divagando sobre quais serão as novidades dos próximos anos. Hoje é possível criar aplicativos com recursos antes acessíveis apenas a Flash ou Javascript. Quem sabe, os atuais designers não passem a merecer mais um título: programadores da web. **lw**



# » Iwparceiros

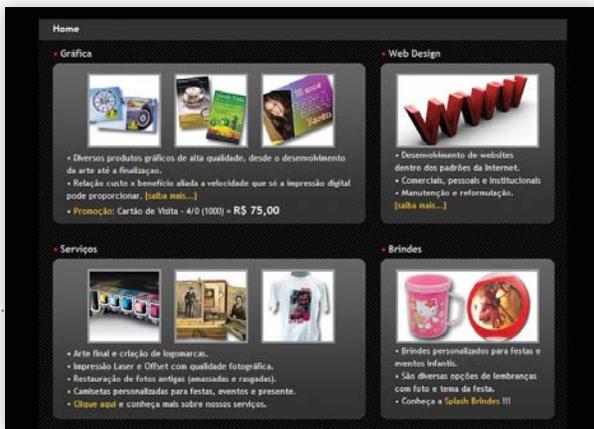
//Empresas e profissionais liberais que oferecem serviços de desenvolvimento de sites



**Sithes**  
www.sithes.com



**Delt**  
www.delt.com.br



**Splash**  
www.splashdigital.com.br



**Cielu Design**  
www.cieludesign.com.br



**Consultor Net**  
www.consultornet.com.br



**Viper Consulting**  
www.viperconsulting.com.br

Iw

# COMO AINDA SUA IMAGEM NA WEB?

## Seu site é sua cara na internet.

Contrate uma hospedagem na Locaweb e concorra a um site novo.  
Você pode ganhar:

- 1 site novo com 1 ano de hospedagem grátis
- 1 Ultrabook da Dell
- 1 campanha de links patrocinados no Google

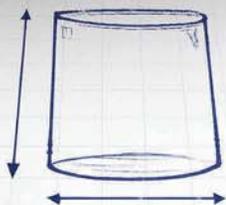
Acesse [www.promocaositenovo.com.br](http://www.promocaositenovo.com.br) e participe!



Conheça o trabalho dos vencedores do Desafio Inovação Locaweb. Você pode ter o seu site desenvolvido por um deles:  
[deen.com.br](http://deen.com.br), [vtrina.com](http://vtrina.com), [cidadereclama.com.br](http://cidadereclama.com.br). Confira o regulamento em [www.promocaositenovo.com.br](http://www.promocaositenovo.com.br)

Apoio:   Google

**UMA BOA  
IDEIA SÓ TEM  
UTILIDADE  
SE SAIR  
DO PAPEL.**



A Locaweb e a Endeavor vão selecionar 3 projetos de startups de tecnologia e oferecer orientação, investimento e infraestrutura para que se desenvolvam. É o Programa Locaweb Startup. Se você tem uma ideia com potencial, esta é a oportunidade de desenvolvê-la para o sucesso.

Cada projeto escolhido vai receber:  
30 mil reais • Infraestrutura e apoio jurídico, contábil, de marketing e de produtos • Orientação da Endeavor

Prazo para inscrições: 2 de setembro