

# LOCAWEB

www.locaweb.com.br

A INTERNET EM REVISTA



ANO 6 R\$ 9,90 Edição 38

**GANHE**

# dinheiro

**com  
seu**



**Fique por dentro das estratégias e táticas usadas pelos blogueiros que faturam prêmios e se destacam na web**

**TESTE**

## Tablets x eReaders

Saiba os prós e contras dos principais gadgets do mercado e descubra qual deles é melhor para você



Veja também:

### AdServer

Descubra por que a tecnologia se tornou indispensável na hora de fazer uma boa campanha de marketing

### Design eficiente

Os dez mandamentos para realizar um projeto que se adapte de forma adequada às múltiplas plataformas disponíveis hoje no mercado

### HUGEpic

Conheça a ferramenta que permite incluir fotos gigantes em seu site sem prejudicar o tráfego de dados





**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)

## Satisfação pessoal

**T**er um negócio próprio é algo que atrai muitas pessoas e, nesse contexto, a internet abriu uma série de portas. Uma delas é o blog, que nasceu desprezioso no fim do século passado como um simples diário online e, com o passar do tempo, transformou-se em uma fonte inesgotável de conhecimento sobre os mais variados assuntos.

Hoje, quem fala bem e com propriedade na web tem sua opinião propagada, graças ao livre acesso à informação. Isso gera lucro financeiro e, acima de tudo, satisfação pessoal. Afinal, ganhar dinheiro fazendo o que gosta e defendendo seus conceitos é algo extremamente enriquecedor e prazeroso.

Muita gente já conseguiu atingir esse nível, como você confere na reportagem de capa desta edição. E o melhor de tudo é saber que a blogosfera está aberta a qualquer um. Basta ser criativo e, principalmente, gerar conteúdo relevante. Com as dicas que você verá aqui, quem sabe o próximo case de sucesso não será o seu?

Nas próximas páginas, você confere também uma série de temas para se aperfeiçoar profissionalmente. Os assuntos vão de criação de sites próprios para smartphones a aplicação correta do AdServer, passando pelos recursos oferecidos pelo aplicativo HUGEpic, para carregar fotos extremamente grandes sem comprometer a velocidade de suas páginas. Fique de olho nas dicas, pois elas são valiosas.

Nossa equipe também foi atrás dos mitos do HTML5, comparou eReaders com tablets, descobriu o PageTrawler, um "auditor de sites", e com a ajuda de especialistas apontou os caminhos ideais para criar páginas com design responsivo. Confira e aproveite!

**Claudio Gora**

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

## Nesta edição...



Tablets X eReaders 52



Responsive Design 42



Ganhe dinheiro com seu blog 32

- Entrevista: Gil Giardelli..... 6
- Caixa de entrada ..... 8
- Notícias Locaweb ..... 10
- Wishlist ..... 12
- Case ..... 16
- WebStore ..... 18
- Vitrine ..... 20
- Espaço ABRADi ..... 22
- Opinião: Dhiego Bicudo ..... 24
- Opinião: Diego Eis ..... 26
- Opinião: Marcello Barbusci..... 28
- Site Mobile..... 30
- AdServer ..... 46
- Mitos e verdades do HTML5..... 58
- HUGEpic ..... 62
- Parceiros em destaque..... 66



**Locaweb em Revista Edição 38**

**VP Comercial e Marketing:**

Claudio Gora

**Coordenação de Comunicação:**

Luís Carlos dos Anjos

**Coordenação Editorial:**

Fernanda Brianezi Valim

**Colaboração:** Andréa Ascensão e

Gislaine Lima

**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:** Adèle Helena Ribeiro,

Aline Mariano, Bianca Bellucci,

Francine Brandão e Max Reinhold

**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),

Angela Taddeo, Adriana Gomes,

Elisângela Xavier, Lígia Caetano,

Renato Peron e Rodrigo Sacomani

**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 Chignalia Distribuidora S. A. Rua Teodoro da Silva, 907 - CEP 20563-900 - Grajaú - RJ

**Impressão:**

Log&Print



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



**Aydano Roriz**  
**Luiz Siqueira**  
**Tânia Roriz**  
**Vivi Carrara**



Graduada na melhor escola de moda do Brasil. Lançou uma grife própria que é um sucesso. Fluxo de caixa, definitivamente, não é sua especialidade.

**ERPFlex. Um software descomplicado para você administrar melhor a sua empresa.**

Gestão financeira, SPED contábil, nota fiscal eletrônica, gestão de estoque e compras, controle de produção e serviços, relatórios e muito mais.

Planos a partir de 599,00/mês com versões para comércio, indústria e serviços.

**LOCAWEB**

Locaweb.com.br/ERPFlex • 0800 770 2265

**P**ara ter um negócio de sucesso na internet, é fundamental identificar quais são as motivações que os clientes têm para colaborar com a sua marca, especialmente diante da atual proliferação de informações impulsionada pelas redes sociais. Essa é a visão de Gil Giardelli, autor do livro *Você é o que você compartilha* e um dos maiores especialistas brasileiros no mundo digital.

Com 14 anos de experiência em diversos setores da internet, Giardelli é web ativista e difusor de atividades e conceitos ligados a sociedade em rede, colaboração humana, economia criativa e inovação digital. Mais do que ministrar aulas na ESPM (Escola Superior de Propaganda e Marketing) e na FIA-USP (Fundação Instituto de Administração), o especialista tem suas ideias difundidas em palestras realizadas em grandes eventos ao redor do mundo.

Aqui, Giardelli revela alguns de seus conceitos voltados para quem deseja criar um negócio de sucesso na internet. Acompanhe.

# MIKT

# relevante

Gil Giardelli, um dos maiores especialistas brasileiros em cultura digital, dá dicas para quem deseja expandir seu negócio na web **Aline Mariano**

**Locaweb em Revista** Qual é o primeiro passo que deve ser dado na hora de pensar um negócio online?

**Gil Giardelli** *O dono do negócio – online ou não – tem que, antes de tudo, cuidar do seu relacionamento com os clientes. Para isso, ele deve entender suas necessidades, ficar atento a datas especiais e coletar dados sobre o perfil do público-alvo. Quando ele estiver a par de tudo isso, terá dado o primeiro passo para descobrir quais as melhores estratégias que devem ser adotadas durante as futuras campanhas de marketing.*

**LW** Quais tipos de ferramentas de marketing digital são mais eficazes atualmente?

**GG** *Nenhuma ferramenta entre as mais usadas no mercado é excluyente. Em certos momentos pode ser necessário adotar o argumento de realidade, enquanto em outros basta fazer uma simples campanha de e-mail marketing. O importante é estudar quais são as motivações que as pessoas têm para colaborar com seu negócio na sociedade em rede, independentemente das ferramentas adotadas. Eu diria que o foco não deve estar voltado para descobrir qual fórmula de marketing é mais eficaz, mas sim em como usar melhor o que já está disponível. Explorar o Facebook para falar com milhões de clientes, fazendo com que cada um deles se sinta exclusivo, por exemplo, é um dos grandes desafios do momento.*

**LW** Diante desse cenário, como é possível identificar o momento certo para usar determinada ferramenta?

**GG** *O empresário deve se perguntar qual é o objetivo de sua iniciativa. Pode ser divulgar e criar tráfego digital, criar programas de relacionamento com formadores de opinião, implementar ações para vários públicos, e por aí vai. A partir daí, ele deve captar informações que permitam estabelecer um processo de comunicação relevante, analisando as ferramentas disponíveis e o custo-benefício de cada uma delas.*

**LW** Qual a principal diferença do marketing digital para o realizado em meios físicos?

**GG** *Na verdade, hoje em dias ambos os universos se complementam. A revista impressa, por exemplo, estica seu conteúdo ao universo digital. Portanto, não existem mais diferenças.*

## “Explorar o Facebook para falar com milhões de clientes, fazendo com que cada um deles se sinta exclusivo, é um dos grandes desafios do momento”

**LW** Como as mídias sociais podem ser usadas para estreitar o relacionamento com os clientes?

**GG** *Graças às mídias sociais, os consumidores passaram a participar da criação dos produtos, os vizinhos se tornaram cocriadores e os sócios ganharam a oportunidade de trabalhar com qualidade em países distantes um do outro. Por isso, ter uma participação positiva nas redes sociais é algo essencial para o sucesso de um negócio digital.*

**LW** Como os especialistas em mídias sociais, como você, podem contribuir para criar essa participação positiva?

**GG** *Somos nós que combatemos a proliferação da mesmice no mundo corporativo. Os porta-vozes do manifesto da inovação e da destruição criativa. Professores e aprendizes, simultaneamente. Estudamos e analisamos todos os dias o que está sendo veiculado na rede – e o retorno de tudo isso para o investidor. Com isso, conseguimos entender do que o público gosta, o que dá ou não resultado.*

**LW** Quais dicas você daria para alguém que pretende divulgar seu trabalho ou empresa na internet?

**GG** *Estude, planeje e não tenha medo de errar. O mundo está em beta. Portanto, faça, ajuste, faça novamente e erre até, finalmente, acertar.*

**lw**



▲ Na página [www.gilgiardelli.com.br](http://www.gilgiardelli.com.br), você encontra mais informações sobre os projetos do especialista em cultura digital

# » Iwcaixa\_de\_entrada

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

## Excesso de antivírus não adianta

Gostaria de saber se, ao usar dois antivírus ao mesmo tempo em meu computador, eu vou aumentar ou atrapalhar a proteção do sistema?

**Camila Fernandes //**  
Por e-mail

» *Essa dúvida é bastante comum, Camila. Ocorre que, ao adotar dois antivírus ao mesmo tempo, você estará atrapalhando a execução de seu computador – e não duplicando a proteção, como muitas pessoas supõem. Isso porque os dois antivírus podem entrar em conflito achando que um deles é uma ameaça para o outro. Com isso,*



▶ Não use mais de um antivírus no computador, pois os softwares podem entrar em conflito

*eles podem se anular e deixar o seu computador vulnerável para infecções. O mais correto a fazer é deixar apenas um antivírus ativo. Caso não goste do programa que está instalado na sua máquina ou acha que ele não a está protegendo o suficiente, desinstale-o e baixe um novo antivírus. Nunca deixe dois programas do gênero rodando ao*

*mesmo tempo, pois dessa forma você estará apenas prejudicando a defesa de seu computador.*

## Teclado de notebook gringo

Quero comprar um notebook nos Estados Unidos, mas meus amigos dizem que o teclado vem formatado com as configurações

## ENVIE SEU E-MAIL

Se você tem alguma dúvida, sugestão ou crítica, entre em contato com a nossa redação pelo e-mail [locaweb@europenet.com.br](mailto:locaweb@europenet.com.br).

locais e não há como utilizá-lo aqui no Brasil. Isso é verdade?

**Mário dos Reis //**  
Por e-mail

» *Ao comprar qualquer equipamento que tenha teclado físico nos Estados Unidos, o produto virá configurado com o padrão norte-americano, que não inclui, por exemplo, acentos e alguns atalhos nas mesmas posições aplicadas nos aparelhos brasileiros. Isso não quer dizer, porém, que não é possível utilizá-lo no Brasil. Após instalar o equipamento adquirido nos Estados Unidos, é possível usá-lo de duas maneiras: a primeira é adotar o teclado com as configurações originais e se adaptar aos novos atalhos e teclas posicionados em locais diferentes, além de aprender a colocar acentos. A segunda é mudar a configuração do teclado para o padrão brasileiro. Nesse caso, entretanto, você terá de decorar onde fica cada tecla nos produtos vendidos no Brasil e adotá-las no equipamento que trouxe dos Estados Unidos.*



▶ Os teclados de produtos comprados nos EUA têm padrão diferente do aplicado no Brasil, mas é possível usá-los por aqui

Fotos: Shutterstock.com

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

# MarcaData

**Solução chega ao mercado brasileiro para inovar a maneira de agendar compromissos online de pequenas e médias empresas**

**E**m parceria com a empresa norte-americana Schedulista, a Locaweb lança no mercado brasileiro o MarcaData, primeiro software de agendamento com foco no pequeno e médio empresário. "Decidimos trazer esse produto para o Brasil após observar o sucesso dele com PMEs nos Estados Unidos. Não temos dúvidas de que ele irá facilitar a rotina do empreendedor brasileiro,

ajudando-o a organizar seus compromissos e proporcionando-lhe mais praticidade e comodidade", afirma o gerente de marketing de produtos SaaS da Locaweb, Jonathas Meller.

**"Software facilita a rotina do empreendedor brasileiro, ajudando-o a organizar seus compromissos"**

**Jonathas Meller**  
Gerente de marketing de produtos SaaS da Locaweb

O MarcaData pode ser acessado de qualquer dispositivo que tenha conexão com a web, por meio de login e senha. Há também outros recursos que permitem desde a criação de lembretes, passando por políticas de agendamento, categorias de serviços e agendas individuais, até a sincronização com o Google Agenda e a integração da agenda com site e redes sociais.

Consulte os planos disponíveis no site [www.locaweb.com.br/marcadata](http://www.locaweb.com.br/marcadata).

## CONTATO

Precisa de mais informações sobre os serviços? Ligue para o número 0800-770-2235 ou mande um email para [comercial@locaweb.com.br](mailto:comercial@locaweb.com.br)

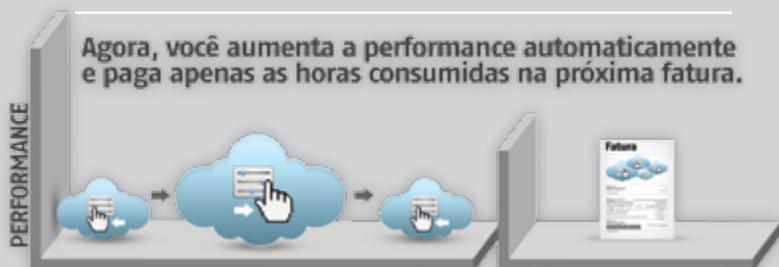
## Garanta a disponibilidade da aplicação

**A**dministradores de servidor não precisam mais gastar tempo monitorando o consumo dos recursos contratados. Para otimizar a rotina desses profissionais, a Locaweb lança a Escalabilidade Vertical Automática com cobrança por hora, uma nova funcionalidade no Cloud Server Pro.

Tudo é feito por meio do painel de administração do Cloud. O cliente pode programar os upgrades

de memória e processamento de acordo com os picos de consumo destes recursos, pagando apenas pelas horas consumidas. Também é possível fazer downgrade para voltar ao estado inicial do servidor, evitando gastos desnecessários ao deixar a infraestrutura sempre com a configuração na medida certa.

Para mais informações, acesse o link [www.locaweb.com.br/CloudServerPro](http://www.locaweb.com.br/CloudServerPro).

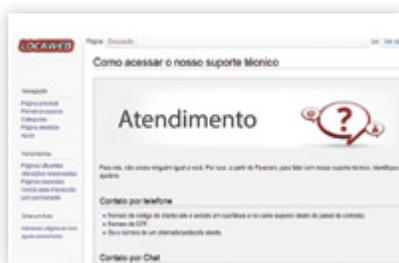


## Entenda o que muda no atendimento do Suporte Técnico da Locaweb

**O**Suporte Técnico da Locaweb passa a se concentrar apenas em seus clientes e usuários autorizados. As mudanças no atendimento visam mais segurança e rapidez para todos, uma vez que a empresa tem como saber com quem está falando, já que todos os dados do cliente aparecerão no sistema do analista da Locaweb.

No atendimento via chat, ele precisará digitar seu nome de usuário e a senha para ter acesso. Para saber como proceder nesse caso e obter mais informações, consulte: [lwgo.to/](http://lwgo.to/)

suporte. Em caso de atendimento via telefone, será solicitado o número de algum protocolo já aberto; o código do cliente ou o CPF do titular ou ainda o CPF do usuário cadastrado pela Central do Cliente.



## Porta 25 fechada: Locaweb reforça seu compromisso contra o SPAM



Quando a gerência de porta 25 – nome dado ao conjunto de ações aplicadas em redes residenciais para implantar um sistema de redução de spams – foi anunciada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br), a Locaweb iniciou intensa comunicação com seus clientes para orientá-los sobre a importância da alteração da configuração da porta de envio de e-mails para a 587. Ainda em 2012, a Locaweb aderiu 100% às orientações do CGI.br, o que possibilita impedir que as redes nacionais sejam abusadas por spammers, evitando o desperdício de banda, além de contribuir com a retirada do Brasil de listas internacionais que contêm os países que mais enviam spam. Saiba mais: [www.antispam.br/porta25](http://www.antispam.br/porta25).

## Locaweb recebe selo White Star por combate ao SPAM

A Locaweb aparece na lista das empresas que adotam políticas sérias e eficazes contra o SPAM, qualificada com

o selo "White star". A divulgação foi feita pela SPAMHAUS, uma organização sem fins lucrativos que acompanha as operações de SPAM na internet desde 1998.



# O melhor da vitrine digital

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

## MAÇÃ PEQUENA

Previsto para chegar ao Brasil nos próximos meses, o iPad Mini, da Apple, vem causando furor em todo o mundo. Com display de 7,9", o equipamento está disponível nas versões wi-fi ou wi-fi + celular de 16 GB, 32 GB ou 64 GB. O eletrônico pesa cerca de 300 g, tem processador A5 dual-core, tira fotos de até 5 Mpixels e grava em HD. É vendido nas cores preto e chumbo ou branco e prata. A versão mais simples (16 GB, sem telefone) custa a partir de US\$ 339 nos EUA.

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



## ISOLA E DEIXA UM SOM DE ARREPIAR

O QuietComfort 15 Acoustic Noise Cancelling, da Bose, é um headphone que oferece ótima qualidade de áudio para os amantes de música. Com isolamento de ruídos externos, o aparelho permite aproveitar todos os trechos do áudio de forma linear e limpa. O gadget está disponível apenas na cor prata, tem peso aproximado de 200 g e pode ser encontrado por US\$ 300 nos EUA.

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



## SMARTPHONE ELEGANTE

O smartphone Optimus L7, da LG, tem design elegante e moderno. Sua tela de 4,3" é ideal para o sistema operacional Android 4.0 (Ice Cream Sandwich). Com ótima qualidade de vídeo e áudio, o celular peca apenas nas câmeras digitais acopladas, que têm baixa definição. A traseira é de apenas 5 Mpixels e a dianteira é VGA. O equipamento pode ser comprado nas cores preto ou branco. Seu preço sugerido é de R\$ 999.

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

## CELULAR COMPACTO

Depois do grande sucesso obtido com o Galaxy S3 em todo o mundo, a Samsung resolveu atingir um novo público ao anunciar o lançamento de um modelo mini do smartphone. O aparelho conta com tela Super AMOLED de 4", processador dual-core de 2 GHz e vem equipado com a versão Jelly Bean do Android. A câmera traseira, porém, decepciona, pois tem apenas 5 Mpixels, enquanto a versão original traz 8 Mpixels. O eletrônico está à venda a partir de R\$ 1.299.

**Mais informações:**

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



## HUB DIVERTIDO

A Imaginarium lançou um hub que leva o usuário de volta ao passado, graças ao design semelhante ao de uma fita K7.

Com três portas USB 2.0, o equipamento é vendido nas cores amarelo e preto e vem em uma embalagem igual a usada nas fitas antigas. É uma boa dica para quem deseja otimizar as entradas disponíveis no desktop ou notebook e, ainda por cima, ter um objeto decorativo ao lado do computador. O aparelho tem preço sugerido de R\$ 39,90 e pode ser adquirido nas lojas físicas ou via internet.

**Mais informações:**

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



## SONORO E COLORIDO

O fone de ouvido Tank, da Aerial7, foi feito para quem não quer passar despercebido. Além de ter qualidade de áudio impecável, o acessório vem com uma combinação extravagante de cores. O fone se adapta perfeitamente à cabeça do usuário e oferece duas opções de extensão de fio – uma para ser usada com celulares, MP3 players ou tablets, e outra para ser adotada por DJs profissionais. Ambas vêm em uma embalagem decorada. O preço sugerido é de R\$ 500.

**Mais informações:** [www.aerial7brasil.com.br](http://www.aerial7brasil.com.br)



## TELEVISÃO INTELIGENTE

A SmartTV Samsung Serie ES7000 é uma televisão que dispensa uso de controle remoto, o que possibilita uma interação direta com o usuário.

O aparelho é controlado por voz e movimento. De quebra, conta com reconhecimento facial. Por meio dele, é possível acessar a internet e fazer videochamadas via aplicativos, como o Skype. A TV vem com quatro óculos que permitem ver filmes em 3D. O preço sugerido no Brasil do modelo de 46" é de R\$ 5.999, e do modelo de 55", R\$ 8.199.

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

## TABLET ARROJADO

Com display 1.280 x 800 de 7", que transmite imagens em alta qualidade em qualquer ângulo de visão, o Kindle Fire HD chegou para mudar a imagem da Amazon em relação ao design de seu famoso gadget. Trata-se do primeiro tablet do mundo com dual-band e dual-antena wi-fi, o que garante, segundo o fabricante, downloads 40% mais rápidos. O aparelho está disponível nas versões de 16 GB e 32 GB e pode ser encontrado a partir de US\$ 199 nos EUA.

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



# PARA NÓS, NÃO EXISTE NINGUÉM IGUAL A VOCÊ.

Por isso, a partir de fevereiro, para falar com nosso suporte técnico, identifique-se com seus dados cadastrados e teremos o maior prazer em ajudá-lo.

*Para contato por telefone:*

- Número do código do cliente;
- Número do CPF;
- Ou o número de um chamado/ protocolo aberto.

*Contato por chat:*

- Usuário e senha da central do cliente ou painel de controle.

*Para mais informações, acesse nosso site.*

**LOCAWEB**

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



# Rede social corporativa

**Voltada para o segmento de educação, Learnway aposta em um ambiente com interface lúdica que une informação, comunicação e treinamento** Bianca Bellucci

**A** Learnway atua no mercado de educação e comunicação corporativa nacional e internacional. Com clientes no Brasil como Electrolux, Gol, Avon, Renner e Kraft Foods, e no resto do mundo como Estado do Vaticano, Banco Central da Itália

e Sun Microsystems, nos Estados Unidos, a empresa tem como carro-chefe um ambiente batizado de "Cidade Virtual", uma rede social corporativa que tem o intuito de aproximar as empresas dos seus funcionários, além de proporcionar serviços de e-learning.

Com sede em Curitiba, o grupo tem ainda um escritório em São Paulo e uma reseller em Milão, na Itália. Dos sete anos que está no mercado, há seis a Learnway atua como parceira da Locaweb, com foco em ferramentas como o Servidor Dedicado e o FTP Multiusuário.

De acordo com o sócio-fundador e CEO da empresa, Giuseppe Mosello, a Locaweb foi escolhida por apresentar história e estrutura mais sólida do que as outras empresas da área de tecnologia. "Desde o começo das nossas atividades, procuramos um parceiro que pudesse nos garantir continuidade, solidez, desempenho e suporte, pois tudo o que fazemos se baseia no uso da tecnologia de rede. Esse é o fator que habilita todos os processos metodológicos criados caso a caso."

Além da "Cidade Virtual", a empresa trabalha com outros produtos, como a *Empresa Interativa*, uma revista digital totalmente gratuita destinada ao mercado corporativo. Recentemente, a publicação ganhou uma versão em HTML para ser acessada também via tablets e smartphones.

## Cidade Virtual

Ganhadora do prêmio ABERJE de 2009 como a melhor ferramenta



- ▶ **Empresa:** Learnway ([www.learnway.com.br](http://www.learnway.com.br))
- ▶ **Área:** Educação e comunicação corporativa



► Depois de criar sua "Cidade Virtual", a Electrolux Brasil viu a adesão aos seus programas de treinamento aumentar em 325%



do Brasil voltada para comunicação empresarial por meio de mídia digital, a Cidade Virtual é uma rede social corporativa usada por empresas para se aproximar de seus funcionários.

A rede conta também com o serviço de e-learning – modelo de ensino online –, dedicado exclusivamente ao aprendizado de adultos no ambiente corporativo. O serviço se dispõe a ensinar o funcionário a lidar com grandes clientes nacionais e internacionais.

No ambiente virtual, o usuário atua como cidadão de municípios representados de forma bem realista. Para que o processo de inclusão seja natural, as cidades contam com biblioteca, prefeitura e até pessoas andando pelas ruas sozinhas ou

## “A ‘Cidade Virtual’ é um produto único e destinado a revolucionar o mercado da comunicação interna das empresas”

::Giuseppe Mosello  
CEO da Learnway

com seus cachorros. Em datas comemorativas, elas ganham uma decoração diferente. Em dezembro, por exemplo, receberam um toque natalino com direto a um gorro do Papai Noel em cima de um dos prédios e uma árvore de Natal com presentes ao redor.

As empresas também podem dar nomes a suas cidades. A Electrolux Brasil, por exemplo, conta com a “Cidade Virtual Eluxcity”. De acordo com Giuseppe, o departamento de pós-venda da multinacional declarou que houve um aumento de 325% na adesão aos seus programas de treinamento após o uso dessa ferramenta. “Por isso, a Eluxcity irá

estender o uso da ‘Cidade Virtual’ ao resto da América Latina”, diz.

Giuseppe aponta que a plataforma une informação, comunicação e treinamento com uma interface lúdica e atrativa. “A ‘Cidade Virtual’ é um produto único e destinado a revolucionar o mercado da comunicação interna das empresas”, conclui o CEO.

## Parceria

Por ter grandes empresas dentro de sua lista de clientes, a Learnway atua com parceiros que ofereçam total garantia de sucesso nos quesitos serviço e atendimento. Giuseppe diz que os contratos fechados com a Locaweb funcionam como uma garantia aos clientes de que o serviço oferecido vai estar disponível com bom desempenho o tempo todo. De acordo com o CEO, esse diferencial ajuda a empresa na hora de apresentar e vender os seus produtos.

O sócio-fundador da Learnway ressalta ainda que pretende expandir em breve o número e a capacidade de seus servidores. “Quando isso acontecer, a Locaweb certamente continuará sendo nossa parceira. Afinal, desde o começo, a empresa garante a qualidade de nossos serviços e sempre atende às nossas expectativas”, finaliza o CEO. **Iw**



▲ Mosello ressalta que parceria com a Locaweb transmite segurança aos clientes

**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@europanet.com.br](mailto:locaweb@europanet.com.br).  
Aguardamos seu contato!

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



### ▲ O SITE

A WebStore Empório N.A. trabalha com uma vasta linha de acessórios de dança para crianças e adultos. Há produtos para diversas modalidades: ballet, dança de salão, flamenco, jazz e sapateado. Além disso, é possível encontrar tênis para dança, bolsas e uma gama de collants, calças, saias, boleros, macacões e meias. Como o prazo de entrega depende dos correios é importante ler e ficar atento às observações da loja online.



# Empório N.A.

## Com a ferramenta WebStore da Locaweb representante viabiliza revenda de produtos da Capezio para todo o Brasil

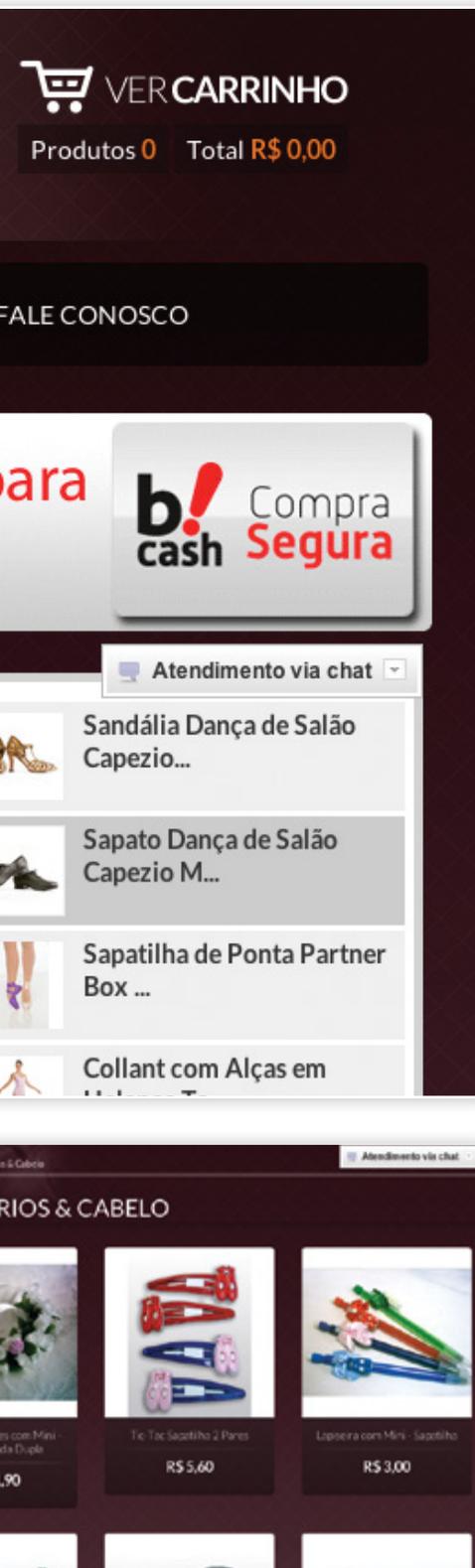
“A verdade é que ninguém consegue nada sozinho. É preciso escolher as parcerias de forma que num todo o negócio funcione”, declara Adriano Giopato, sócio-diretor da Empório N.A. Quando se credenciou a Capezio – fabricante no segmento de dança, ginástica e fitness, além de fantasias, acessórios e adereços para o cabelo –, Giopato e seu sócio, Nivaldo Teixeira, levaram em consideração que o estoque da matriz está localizado próximo à sede da Empório N.A. Essa foi a primeira parceria, que permitiu estruturar uma logística fácil e rápida de revenda. A segunda parceria aconteceu em 2010, quando Giopato implantou a WebStore da Locaweb.

Ao colocar no ar a loja online [www.emporiona.com.br](http://www.emporiona.com.br), Giopato levou até os confins do Brasil itens imprescindíveis à profissão de ginastas e dançarinos. Para exemplificar, ele recorda o caso de uma cliente que comprou uma Sapatilha de Ponta: “provavelmente, foi sua primeira sapatilha. Na época custava R\$ 69,90. Com a facilidade dos meios de pagamento e do correio, a mercadoria foi enviada para o Amapá e paga em 10 vezes. Certamente este produto não seria comprado nestas condições na cidade dela, por não haver loja física e pela facilidade do

pagamento. É algo que nos faz pensar cada vez mais que precisamos sempre trabalhar no sentido de atender bem qualquer lugar do país”, completa. E para atingir sua meta, a Empório N.A. foca em responder rapidamente, por e-mail, todas as dúvidas dos clientes, o que traz mais segurança na hora da compra. “A WebStore proporciona ao cliente a facilidade de poder escolher seus produtos de forma clara, com boa visualização e ótima interatividade”, pontua Giopato.

Do ponto de vista empreendedor, “teríamos um grande custo se fossemos partir para uma solução própria, além de todos os problemas de confiabilidade e integrações necessárias. Para quem está começando, a economia usando uma solução pronta, como é a da Locaweb, é bastante significativa. Não precisamos contratar alguém para resolver possíveis problemas ou customizações. Está tudo ali, disponível. A cada melhora uma opção a mais que você pode ativar em sua loja”, especifica.

O resultado é percebido no contínuo aumento de acesso à WebStore. Em outubro de 2011 a Empório N.A. registrou 1.415 visitas e 9.400 visualizações de página. Um ano depois, as visitas saltaram para 5 mil por mês e 30 mil visualizações de página. Hoje, 77% dos visitantes são novos contatos. Quer dizer, as parcerias ainda possibilitaram prospectar novos clientes.



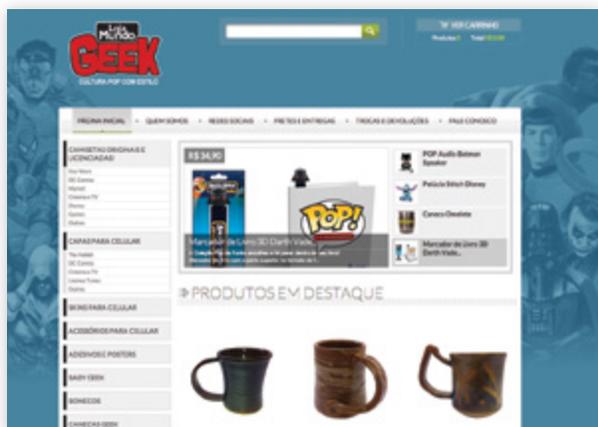
# +WebStore

Está procurando um lugar 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.



## CLICK TÊNIS DE MESA

<http://clicktenisdemesa.webstorelw.com.br>



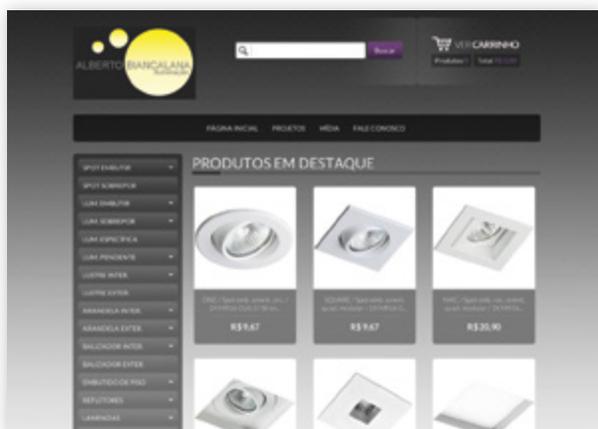
## LOJA MUNDO GEEK

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



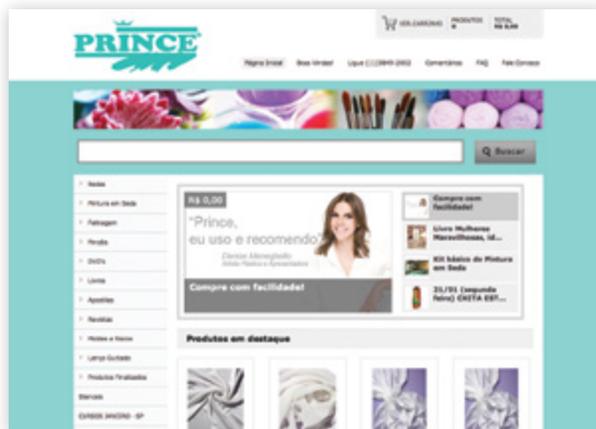
## HOME BIKE

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



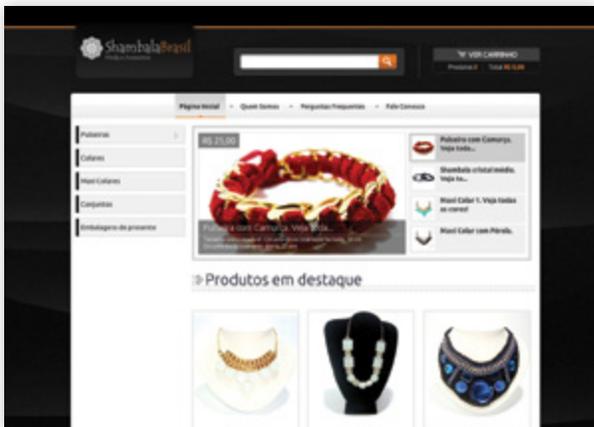
## ALBERTO BIANCALANA ILUMINAÇÃO

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



## PRINCE

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



**SHAMBALA BRASIL**

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



**CHILDREN'RUS**

<http://childrenrus.com.br>



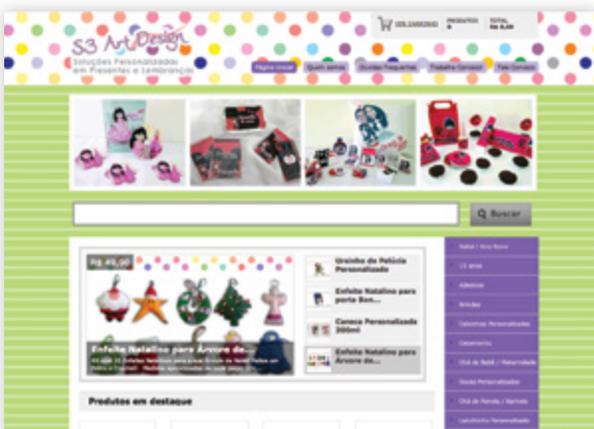
**COMPRE LACRES**

<http://comprelacs.com.br>



**LINHA IMMOBILE**

<http://immobileanimal1.webstorelw.com.br>



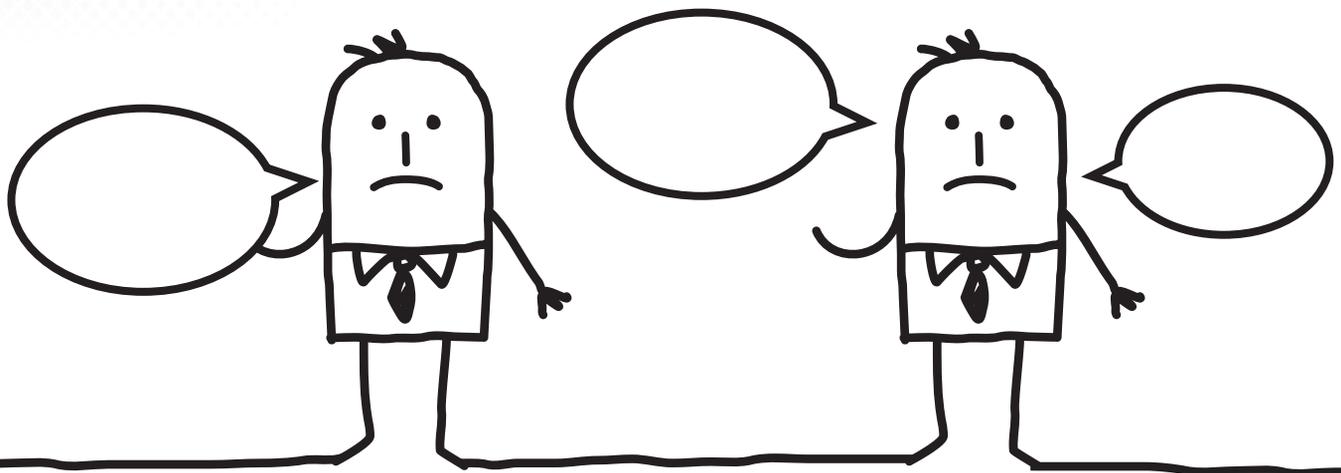
**S3 ART DESIGN**

<http://voxs1.webstorelw.com.br>



**BETO SPORT'S**

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



**Jonatas Abbott**

Sócio-diretor executivo da Dinamize e presidente da ABRADi

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

É indispensável estar presente nessa “atmosfera” para interagir com o seu cliente, esclarecer dúvidas, resolver problemas e se desculpar

## O silêncio dos inocentes

**H**oje em dia, não seria errado afirmar que toda empresa que se preza está preocupada com a relevância de sua marca nas redes sociais. Mas o fato é que o silêncio nessas mídias pode ser ainda mais preocupante do que o enorme barulho gerado por elas. Afinal, só se fala nelas: Twitter, Facebook, LinkedIn, Orkut, Flickr e YouTube. E não podemos esquecer que, além disso, todo e qualquer site em que sua marca estiver presente pode cair na boca do povo, o que explica o fato de ser cada vez mais frequente ver as pessoas falando mal das empresas.

Sim, sabemos que nossa marca já está lá, na boca do povo. Fala-se e muito de toda e qualquer marca na internet. Por isso, é indispensável estar presente nessa “atmosfera” para interagir com seu cliente, esclarecer dúvidas, resolver problemas e se desculpar.

Mas as empresas estão assustadas com o poder do barulho nas redes sociais. Todo esse movimento faz com que elas acabem respondendo melhor e mais rápido no Twitter do que no call center – o que é injusto para quem fica na linha por um bom tempo e acaba se tornando refém de um meio de comunicação inadequado para o atendimento.

“Berra no Twitter que a empresa tal responde” é o que dizem os amigos. As pessoas berram, e como! Ok, é importante monitorar e se comunicar nas redes sociais. E também resolver. Mas a empresa tem que estar atenta ao silêncio nessas mídias. Pessoas com mais idade, executivos, empresários, diretores, líderes de mercado e palestrantes “berram” pouco ou nada nas redes sociais, mas observam muito, silenciosamente.

Todos acompanham o que é postado, as imagens e as reações das empresas para formarem suas opiniões, que acabam sendo viralizadas em importantes rodas offline do mercado. Sua empresa pensa neles quando divide conteúdo nas redes sociais? Ou apenas pesa sua presença pelos retweets e menções?

Os evangelizadores da marca, os fãs e as pessoas que curtem sua empresa são importantes, mas há um enorme silêncio na sua timeline. E ele é muito, mas muito maior em quantidade de pessoas do que o barulho que sua empresa ouve.

Esse enorme silêncio não é dos evangelizadores nem dos agressores de sua marca. É o silêncio dos inocentes. Mas não se engane: o inocente silêncio deles acontece apenas nas redes sociais. Na vida real, eles têm uma voz e tanto. Pense nisso!

Iw

# SEGURANÇA.

MAIS UMA RAZÃO PARA VOCÊ CONTRATAR O CLOUD LOCAWEB.

Se você busca mais proteção para arquivos e informações importantes do seu negócio, contrate o Cloud Locaweb, que armazena dados de cada cliente isoladamente, garantindo mais segurança.

**CLOUD É LOCAWEB.**  
[Locaweb.com.br/Cloud](http://Locaweb.com.br/Cloud)

**LOCAWEB**



**Dhiego Bicudo**

Executivo de Negócios da  
AVADORA digital  
E-mail: [dhiego@avadora.com.br](mailto:dhiego@avadora.com.br)  
Twitter: [@dhidhi](https://twitter.com/dhidhi)

Deixe as pessoas o notarem por conta de conteúdos bons e relevantes. Logo irão associar a sua imagem com a delas

## Como começo?

**L**embro-me dos diversos cursos, treinamentos e palestras que participei ao longo de 12 anos. Eu sempre entendia os exemplos, as explicações teóricas e os casos de sucesso que os convidados apresentavam. Mas, após todo esse conteúdo, sozinho, eu me perguntava: como começo o meu?

Isso vale, por exemplo, para quem deseja montar um blog. Faça um esforço e respeite a primeira estratégia do ambiente: fale de algo de que verdadeiramente goste e faça sentido diário em sua vida. Não force abordagens históricas e conteúdos antigos demais. Fale do hoje e do amanhã. Não comece com uma introdução sobre o assunto, pois, acredite, já existe muita informação disponível na rede sobre ele.

Use a tática correta de todo e bom iniciante: critique ou fale bem. Como dizem: falando mal ou bem, que mal tem? Nesta área, faz toda a diferença. Uma dica: comece falando bem e, se optar pelo contrário, explane os problemas e sugira soluções para melhorar o uso do produto, serviço ou assunto de que vai tratar. Ninguém gosta de críticas que não acompanham ideias.

Aproxime-se de pessoas, eventos e lugares que falem sobre o assunto que vai abordar. Comece escrevendo simples, tenha objetivo e, é claro, muito respeito

aos blogueiros que já estão falando sobre o tema. Deixe as pessoas o notarem por conta de conteúdos bons e relevantes. Logo irão associar a sua imagem com a delas.

Explore um bom nome, tente sair do varejo com algo: Blog do Dhiego (rs). Quem é esse Dhiego? Sobre o que ele fala? O que ele come? Sexta no Globo Repor... (rs). Usei esses exemplos para que você possa definir uma linha de escrita: vai fazer as pessoas sorrirem, chorarem ou não entenderem o que fala? Eu gosto de humor e de criar associações com o cotidiano das pessoas. Então vou tentar aplicar isso nos primeiros textos desta coluna.

O uso de fotos e vídeos pode valorizar muito sua ascensão. Tente acompanhar e se fotografar junto a pessoas de relevância. A estratégia parece narcisista, mas vai funcionar. Acredite.

Por fim, fique de olho na periodicidade, que será a primeira promessa que vai quebrar. Comece com períodos mais longos. Tente não ser muito superficial. Não deixe mensagens no ar. Se for escrever diariamente – e o conceito de blog é exatamente esse –, faça-o. Se não vai, comece mensalmente, quinzenalmente e avance.

Volto em dois meses. Escrevam para mim, quero conhecer os blogs de vocês e ajudar com mais dicas!

Iw

# PERFORMANCE.

MAIS UMA RAZÃO PARA VOCÊ CONTRATAR O CLOUD LOCAWEB.

No Cloud Locaweb, processamento, disco e memória são de uso exclusivo para cada cliente. Quer o site e o sistema do seu negócio sempre disponíveis? Então você precisa da alta performance do cloud computing.

**CLOUD É LOCAWEB.**  
[Locaweb.com.br/Cloud](http://Locaweb.com.br/Cloud)

**LOCAWEB**



**Diego Eis**

Autor do blog: <http://tableless.com.br>

E-mail: [diego@tableless.com.br](mailto:diego@tableless.com.br)

Twitter: [@diegoeis](https://twitter.com/diegoeis)

## Sobre blog e dinheiro

**Qualquer um pode entrar no Wordpress ou no Blogger e criar um blog em poucos minutos.**

**O problema é manter aquele blog vivo, atraindo visitantes e tendo boa qualidade de conteúdo. Isso quer dizer que criar um blog, escrever um post de uma linha e colocar AdSense no final não vai funcionar. Você não vai ganhar um tostão e ainda vai ficar frustrado.**

GANHAR dinheiro com blog não é fácil. Eu poderia terminar aqui esse artigo e, assim, você já estaria avisado e talvez nem fosse tentar mais se aventurar a arrecadar uns trocados por aí. Mas essa é a verdade. Com exceção de alguns blogueiros famosos, eu não conheço ninguém “normal” que conseguiu ganhar dinheiro blogando. O problema desse assunto é que todo mundo inicia um blog pelo motivo errado: ganhar dinheiro.

O fato é que ainda não inventaram um jeito de ganhar dinheiro sem trabalhar. Tem que trabalhar, e trabalhar duro. Muita gente acha que ter um blog não dá trabalho. De fato, só ter um blog não dá trabalho nenhum. Mas manter um blog é difícil. É uma tarefa árdua,

fulltime, sem descanso. Não envolve apenas escrever conteúdo. Invariavelmente você tem que interagir com os visitantes, tem que monitorar visitação, planejar um media kit, encontrar parceiros para ajudá-lo com design, programação, texto.

Outra coisa bem errada que a galera pensa   que blog s  dá dinheiro com propaganda. Isso   mito. Você pode ganhar dinheiro com blog mesmo não tendo nenhum banner. Se você tem uma empresa, manter um blog conhecido o faz gerar mais negócios.

O tráfego gerado pelo blog pode trazer visitantes interessados no seu serviço. Esse tráfego   importante não apenas para gerar mais negócios, mas para estabelecer a marca do seu blog e, conseqüentemente, da sua empresa.

Lembre-se de que cont do   rei. Você não faz um blog: você produz cont do. Estamos falando sobre blogs, mas leia-se aqui vlogs, páginas no Facebook, comunidades, fóruns. Qualquer coisa que movimenta pessoas, que interaja com uma comunidade. Ter a percep o de que você trabalha para trazer conhecimento e bom cont do para outras pessoas deve ser seu foco.

Muita gente acha que ter um blog não d  trabalho. De fato, só ter um blog não d  trabalho nenhum. Mas manter um blog   difícil.   uma tarefa árdua, fulltime, sem descanso



## Porque somos apaixonados pelo que fazemos

Queremos agradecer a todos os funcionários, clientes, fornecedores e pessoas que nos ajudam a estar entre as melhores.

A pesquisa do Guia Você S/A Exame confirmou: a Locaweb é uma das 150 melhores empresas para trabalhar no Brasil.

Obrigado por fazer dos valores da Locaweb os seus valores.

# LOCAWEB

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

Persistência

REALIZAÇÃO  
CRIATIVIDADE  
PAIXÃO

O MELHOR SUCESSO  
É O SUCESSO DO  
OUTRO

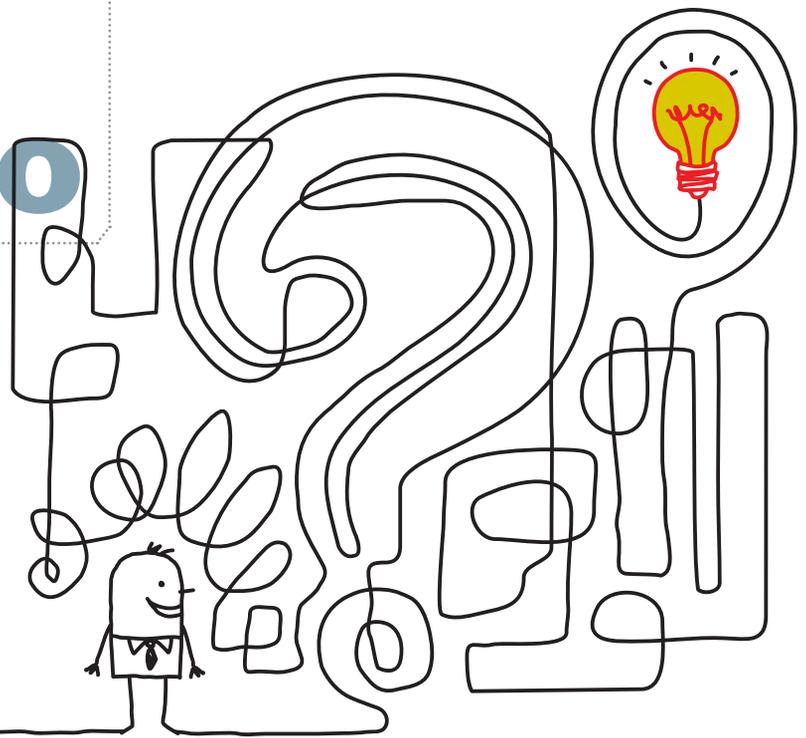
TRABALHO  
EM EQUIPE

HONESTIDADE



CURIOSIDADE





**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)

Fale sobre algo de que goste, que te apaixone. Isso facilita muito, pois você terá prazer em buscar assuntos e referências

## Os caminhos do blog rentável

**F**oi no século passado, mais exatamente em 17 de dezembro de 1997, que Jorn Barger criou o weblog, que na verdade era um diário pessoal online. Em 1999, Peter Merholz desmembrou a palavra weblog criando a frase we blog “nós blogamos”. Pouco depois, Evan Williams, do Pyra Labs, usou blog como substantivo e verbo: to blog ou “blogar”, no sentido de editar ou postar.

Naquele período, tudo era feito manualmente dentro dos códigos das páginas, o que tornava o processo seletivo. Assim, poucos tinham seus diários na web.

No início de 2000, houve a democratização dos blogs. O surgimento de ferramentas intuitivas gerou a possibilidade de todos construírem seus diários online. Criou-se assim a blogosfera, um canal de voz ativa para todos, um espaço livre que, muitas vezes, vai além dos limites aceitáveis.

Passamos de 50 blogs em 1999 para mais de 112 milhões nos dias de hoje, sendo que, cerca de 120 mil novos blogs são criados diariamente, segundo o estudo State of Blogosphere. E por que somente alguns deles se tornam rentáveis diante desse número estrondoso? Talvez porque apenas alguns encaram o blog como um veículo

de mídia e muitos ainda o fazem como seu diário pessoal online. Ter um blog rentável é colocar a mão na massa, independentemente do tema. A não ser que você venha com uma bagagem financeira que possa manter uma equipe de colaboradores. Caso contrário, a responsabilidade é toda sua.

Você pode até investir em anúncios do Google ou outras ferramentas semelhantes para gerar receita, mas se não construir conteúdo relevante, nada disso irá adiantar. Talvez uma dica seja você começar a falar sobre algo de que goste, que te apaixone. Isso facilita muito, pois você terá prazer em buscar assuntos e referências.

Não precisa tentar atirar para todos os lados falando sobre várias coisas. Você tem de ser relevante e, para isso, precisa saber do que está falando, ter autoridade sobre o tema. Não vou nem falar sobre a questão de usar as redes sociais para tornar o seu blog conhecido, pois disso você já sabe bem.

Administre com a razão, mas leve com o coração. Assim, você verá que a receita terá uma consequência boa. E não esqueça: 31 de agosto é dia do blog. Sabe por quê? Simplesmente porque “31.08” se assemelha com a palavra BLOG. Te vejo na blogosfera! **Iw**

Anuncie no Google  
e aumente suas visitas!

Gerenciamento Locaweb para  
**GOOGLE ADWORDS**

PLANOS  
A PARTIR DE  
R\$ **199,00**  
/MÊS

Divulgação com alta performance  
e baixo investimento.



**A Locaweb vai criar, monitorar e gerenciar suas campanhas no Google, garantindo a performance para o sucesso do seu negócio.**

Administrar esse tipo de campanha requer tempo e conhecimento, desta maneira garantiremos um melhor retorno. Você vai acompanhar tudo, com baixo investimento e total controle, através de relatórios enviados por nossos analistas com o desempenho da sua campanha.

Conheça:  
**lwgo.to/adwords**

Ou ligue:  
**3544-0555** (São Paulo)  
**0800-770-2235** (Outras regiões)

**LOCAWEB**

# Criador de **Sites Mobile**

Ferramenta da Locaweb permite a criação de sites para celulares, até mesmo por quem não é um profissional da área **Bianca Bellucci**

**A**proximadamente 250 milhões de acessos à internet são realizados via celular todos os meses no Brasil, segundo dados divulgados pela Agência Nacional de Telecomunicações (Anatel). Esse número revela o quanto as empresas necessitam, cada vez mais, aderir a essa plataforma para atingir novos públicos.

De olho nesse cenário, a Locaweb lançou o Criador de Sites Mobile, ferramenta que permite até mesmo a quem não tem conhecimento técnico desenvolver, em poucos passos, sites exclusivos para smartphones compatíveis com sistemas Android, iOS e Windows Phone.

De acordo com o gerente de marketing de produto da empresa, Jonathas Meller, a

Locaweb decidiu trabalhar com essa ferramenta após fazer algumas pesquisas de mercado e concluir que, hoje, a maioria dos sites não está adaptada para a versão mobile.

“As páginas não carregam nos celulares ou o conteúdo fica muito extenso para uma tela pequena”, afirma Meller. Além disso, um site criado para ser acessado por desktop geralmente tem ícones que ficam muito pequenos ao serem acessados por um smartphone. Isso obriga o usuário a dar zoom para visualizá-los, o que compromete a usabilidade.

## CONFIRA OS PLANOS

Para contratar o Criador de Sites Mobile Locaweb, entre em [locaweb.com.br/produtos/criador-de-sites-mobile](http://locaweb.com.br/produtos/criador-de-sites-mobile). Você encontrará três tipos de planos. Todos eles oferecem acesso ao banco de imagens e interação com o Google Analytics e o Google Maps. Confira:  
**Anual** – R\$ 125,16 (R\$ 10,43 por mês)  
**Semestral** – R\$ 89,40 (R\$ 14,90 por mês)  
**Trimestral** – R\$ 44,70 (R\$ 14,90 por mês)

Para melhorar a experiência mobile, o Criador de Sites Mobile conta com um banco de imagens com mais de

**Após contratar o serviço, bastam quatro passos para criar seu próprio site mobile**



150 fotografias para personalizar o site e oferece interação com o Google Analytics. Assim, é possível medir os acessos que a página tem. A ferramenta também usa o Google Maps para que os clientes visualizem o endereço da empresa ao acessar o site (veja imagem abaixo).

Outra vantagem do serviço é que ele conduz automaticamente para a versão mobile o internauta que acessa o site da empresa via celular. Isso ocorre porque ele tem mecanismos que detectam quando um usuário entra na página com seu smartphone, por exemplo.

### Como criar um site mobile

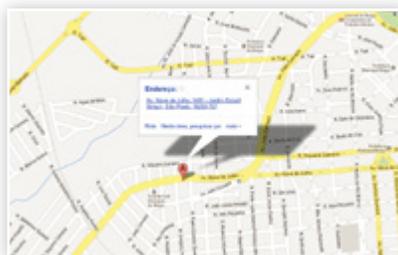
Para criar uma página com o Criador de Sites Mobile Locaweb, não é necessário ser um profissional de TI. De acordo com Meller “trata-se de um sistema simples e fácil de usar, que possibilita a qualquer pessoa desenvolver um site para celulares em poucos minutos, sem precisar de conhecimentos técnicos”.

Após contratar o serviço (veja o quadro *Confira os planos*, à esq.), basta executar quatro passos para criar seu próprio site mobile. Acompanhe:

## O Criador de Sites Mobile conta com um banco de imagens para personalizar a página e oferece interação com o Google Analytics

**1** Escolha a estrutura do site, as cores, as fontes, as fotos, o plano de fundo e os ícones que serão usados na página.

**2** Inclua seus contatos, como e-mail, telefone, redes sociais e localização (visualização de mapa integrado ao Google Maps), para facilitar a vida do cliente.



### CLIENTES

Apesar de ser uma ferramenta nova – lançada em meados de novembro –, o Criador de Sites Mobile Locaweb já tem uma cartela ampla de clientes. Entre eles estão Sushi Bahia, X4Tech e DCS Birigui. Para ver o site mobile dessas empresas, acesse pelo celular os seguintes endereços:



**Sushi Bahia**  
[sushibahia.mobilelw.com.br](http://sushibahia.mobilelw.com.br)  
**X4Tech**  
[x4tech.mobilelw.com.br](http://x4tech.mobilelw.com.br)  
**DCS Birigui**  
[dcsbirigui.mobilelw.com.br](http://dcsbirigui.mobilelw.com.br)

**3** Escolha um nome para seu site e personalize o endereço de acesso (URL), de modo que o cliente identifique facilmente a sua empresa.

**4** Pronto! Agora o seu site foi criado e os clientes que o acessarem via smartphone serão levados automaticamente para a versão mobile da página.

Iw

**GANHE**

# dinheiro

**com  
seu**

**Fique por dentro das estratégias e táticas usadas pelos blogueiros que faturam prêmios e se destacam na web**

**Francine Brandão**

**E**squeça aquelas páginas com 200 posts, separados por data de postagem e com o nome dos autores aparecendo de forma acanhada, para identificar os textos. Os blogs que, atualmente, mais dão certo no Brasil têm uma home page invocada – com vitrines dinâmicas, que trocam as chamadas –, diversos colunistas e muita possibilidade de interação. Em uma visualização rápida, até parecem grandes portais.



O que os blogs de ponta da web brasileira ainda trazem são páginas com a marcação dos posts, a possibilidade de comentários e a organização por tags, eventos, assuntos ou o que quer que seja. De novo, somente a possibilidade de ganhar dinheiro e de viver de suas palavras. Entretanto, há mais: somente uma interface diferenciada não faz um blog de sucesso.

É necessário muito suor, dedicação e interação – seja em redes sociais, em páginas temáticas ou onde

mais der na telha do autor. Nesta reportagem, a **Locaweb em Revista** conversou com alguns dos mais talentosos e reconhecidos blogueiros do País (quase todos eles finalistas ou vencedores do prêmio TopBlog [www.topblog.com.br](http://www.topblog.com.br), que anualmente julga as melhores páginas pessoais da web).

A seguir, você confere dicas de blogueiros que começaram do zero e, por conta de seus projetos virtuais, criaram agências de comunicação, viajaram o mundo,

contam com mais de 300 mil visitantes únicos e, obviamente, vivem somente de seus sites. São mais de vinte profissionais de sucesso, indicados pelas principais páginas que avaliam a categoria, como a própria TopBlog e a Brazil Business, especializada em assuntos tupiniquins para estrangeiros e que pode ser acessada em <http://thebrazilbusiness.com>. Aprenda com eles a transformar sua página em algo muito maior do que um mero “diário virtual”.

## QUERO FICAR RICO



O investidor Rafael Seabra, do blog Quero Ficar Rico (<http://queroficarrico.com>), criado em 2007, tem mais de 150 mil visitas por mês e 100 mil usuários no Facebook. De acordo com o blogueiro, o importante é “ter fontes confiáveis. Além disso, parcerias com outros blogs também trazem experiências de valor”.

“Um bom SEO – otimização do site para buscas – posiciona melhor o blog no Google e traz tráfego”, comenta Seabra, que também costuma usar dúvidas dos leitores como gancho para artigos. Por fim, ele informa que somente anuncia o que conhece. “Rejeitei artigos patrocinados e modifiquei textos. Compensa abrir mão de pequenos ganhos hoje para conquistar mais no futuro”.

## CAMISA DOZE



Fael Lima, do blog Cam1sa Do2e (<http://camisadoze.net>) investiu na falta de informações online da torcida do

Atlético-MG. “Parcelei uma filmadora, economizei bastante e me dediquei”. As visitas aumentaram e, por isso, o blogueiro começou a estudar jornalismo e foi contratado pela emissora de TV Band, em Minas Gerais.

Em 2011, o blog foi eleito o melhor esportivo do País, pelo júri popular do TopBlog. Este ano, concorre de novo. “Traga novidade e entenda o seu público”, indica. Antes da fama, ele corria atrás de conteúdo. Hoje, administra o que recebe de colaboradores. “Meu networking é realizado em estádios e centros de treinamento.”

Como um blog não costuma emplacar rápido, Lima indica paciência. “Não desanime com os números ruins iniciais. Procurei opiniões, fiz vídeos com torcedores, inclui cruzadinha de futebol no site. Em resumo, inovei. Já subi em árvore para filmar e fiquei com o corpo para fora do carro para conseguir conteúdo exclusivo.”

Por fim, o blogueiro frisa que o caminho para o sucesso na web é fazer algo diferente.

## PURO ACASO



Adilson Bonvino, do blog sobre investimentos Puro Acaso ([www.puroacaso.com.br](http://www.puroacaso.com.br)), colocou anúncios em seu blog quando iniciou as atividades. Pouco tempo depois, concluiu que esse conteúdo desviava a atenção do leitor.

Em 2009, o site começou a caminhar melhor. Desde então, pouco mudou em seu formato. Os artigos mais populares são enviados para e-mails estratégicos, para clientes da assessoria financeira e de planejamento monetário. Só para ler suas apostilas, com cursos e gráficos financeiros, o blog arrebanha 5,5 mil visitantes únicos mensais.

Para atualizar seu site, o blogueiro estuda os preços dos ativos na bolsa de valores todo dia e as condições fundamentalistas das empresas. “Isso dá ideia de posts”. O networking vem das mídias sociais. Bonvino faz de seu escritório um “network center”. “Há o que chamamos de café com negócios todo mês”, comenta. Em 2012, o blog foi premiado pelo TopBlog.

**Puro Acaso. Ampliando o Horizonte de seus resultados**

**Puro Acaso**

Início Agendamento Cursos Primeiros passos Registro Reservas / Eventos SINAIS Sobre

Uma mensagem especial! Contato

Provéveis rompimentos: 16.01.2013  
Posted on 16 Jan by admin | Leave a comment

Para fins educacionais.

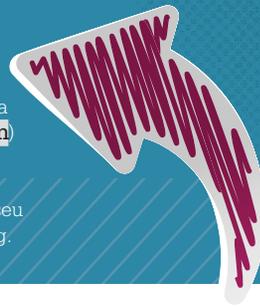
Seguindo uma de nossas técnicas, segue lista de alguns ativos com provável rompimento de resistências ou suportes.

ativo	F1	F2	F3	S1	S2	S3

**Blog de investimentos conta com mais de 5,5 mil acessos mensais somente de interessados em apostilas**

## Faça seu blog

» Não é preciso gastar dinheiro contratando serviços para criar um blog. Sites como o Blogger ([www.blogger.com](http://www.blogger.com)) e o WordPress ([www.wordpress.com](http://www.wordpress.com)) são gratuitos e capazes de criar blogs arrasadores em minutos. Basta cadastrar-se na plataforma de sua preferência, escolher seu tema, fontes e outros adereços para criar seu próprio blog.



» **capablogs**



## CADERNO7



O jornalista Marcelo Ribeiro ([www.cademo7.com](http://www.cademo7.com)) aproveitou a falta de informações sobre a cidade de São Gabriel (RS) para criar sua página. "Começamos em 2010 e a ideia inicial era fazer posts diários."

De acordo com o jornalista, a divulgação nas redes sociais é essencial. "Em média, temos de 6 a 8 mil visitas diárias. São mais de 7 mil amigos cadastrados no site. Temos ainda, até o momento, 1.093 seguidores no Facebook e 888 no microblog Twitter".

Há quatro anos o Caderno7 está no TopBlog, concorrendo a prêmios consecutivos, sempre relacionados a suas coberturas regionais.

A divulgação do site é realizada em fóruns. "Empresas locais viram a instantaneidade da mídia online e hoje apostam em nós. Tenho columnistas de várias cidades do Rio Grande do Sul."



## SINTOMA DE CULTURA



O historiador Marcelo Lopes faz conteúdo denso no Sintoma de Cultura ([sintomadecultura.blogspot.com.br](http://sintomadecultura.blogspot.com.br)) há 8 meses. "Precisava produzir textos periódicos para o mestrado. Aos poucos, cai no gosto dos internautas. Tive mais de 23.000 acessos sem divulgação comercial."

O boca-a-boca contribuiu para alavancar o blog. As parcerias referenciam o que os envolvidos têm em comum: Lopes atua com ações culturais. O networking é realizado com artistas e produtores. "A repercussão gera muitas discussões e bastante colaboração."

Entre as dicas do blogueiro, ele ressalta a originalidade. "Crie, não copie conteúdo. Não publique piadas de Facebook, ainda que o blog seja divertido. Fazer humor é diferente de copiá-lo", aponta Lopes.



## SENHORA MESA



A jornalista Patricia Guimarães, do blog de culinária Senhora Mesa (<http://senhoramesa.com.br>), cozinha quando a família dorme. "Todo mês compro livros sobre assuntos gourmet. Sou despojada,

entendo melhor os alimentos para fazer textos leves e conto quando não dá certo."

Ela começou seu blog no fim de 2009, quando mudou para o interior de Goiás. Passou a cozinhar mais e escrever sobre isso. Em 2012, uma agência desenvolveu a identidade do site. "Reuni fotos e surgiu o logo. O nome remete à mesa farta."

A blogueira diz que sempre cozinhou e isso a ajudou a apostar – e muito – no blog. "Não ligo que as pessoas conversem em outro ambiente: a cozinha me deixa muito concentrada."

De acordo com Patricia, para conseguir espaço é preciso profissionalizar. "Especificamente sobre blog de culinária, muitos não citam a autoria das receitas e isso é um problema", aponta. "Fechar parcerias é difícil também. Nosso blog tem mais acesso diário do que muitas lojas físicas, mas o pensamento está amadurecendo."

Segundo a blogueira, as promoções realizadas na web dão retorno rápido. "Temos 5.000 fãs no Facebook. Todo dia atualizo Instagram, Twitter e G+. Nossos acessos provindos dessas fontes são nossos pontos altos."

Patricia acompanha programas, participa de fóruns, faz cursos, conhece chefs e empresários. Em 2012, foi jurada do Festival Gastronômico de Piracicaba, do Chef Revelação Unimep e ganhou uma coluna semanal de gastronomia no periódico Jornal de Piracicaba.

Em 2012, ficou entre os Top3 de gastronomia pela TopBlog. Para quem deseja começar no mundo dos blogs, sugere temas pouco explorados: "saúde e corrida".



## PIPOCA COM MANTEIGA



Victor Nassar, do blog sobre “popices” Pipoca com Manteiga ([pipocacom.manteiga.blogspot.com](http://pipocacom.manteiga.blogspot.com)), aconselha o interessado em criar um blog popular a persistir sempre. E mais: a procurar imagens e a comentar vídeos, enquanto aguarda o retorno em audiência.

Ele começou seu projeto em 2006 e criou seções únicas. “Arte sobre trabalhos criativos no cinema, material de divulgação de filmes, vitrine com produtos cinéfilos, dicas de pratos famosos em Hollywood, infográficos e quadrinhos foram algumas áreas exclusivas que montei e que deram certo”, aponta Nassar.

O grosso de seus acessos provêm de parceiros, de redes sociais e do Google. “Para patrocinadores, estruture um mídia kit e procure empresas relacionadas ao assunto que você costuma abordar.”

O networking do Pipoca com Manteiga é realizado por meio das postagens, comentários em outros blogs, interação com visitantes nas mídias sociais e congressos. O blog é parte da SBBC (Sociedade Brasileira de Blogueiros Cinéfilos, em <http://blogueiroscinefilos.com.br>) e foi reconhecido com o TopBlog. “Aconselho quem está começando a criar um visual funcional e a não perder o amor pelo trabalho.”

## PUBLISTORM



O Publistorm ([www.publistorm.com](http://www.publistorm.com)) é um blog que visa colocar universitários de comunicação em contato. Ele surgiu de forma curiosa: Felipe Ceranto teve um programa semanal na rádio do Centro Universitário de Maringá. As 50 edições viraram podcasts no blog e esse foi o caminho para seu sucesso. Há cinco anos, os blogs da área eram mais formais e sem engajamento estudantil. Hoje, tudo mudou.

“Pesquisas mostraram a necessidade de mudanças. Com mais de 1,5 mil visitas diárias, 6.760 fãs no Facebook e no Twitter 2.725 seguidores, temos muitos picos de audiência”, aponta o blogueiro Ceranto.

Ao poucos, o blog se tornou uma magazine virtual de entretenimento. “Diversificamos: em 2010, trouxemos o ‘vlogger’ PC Siqueira para um evento em nossa cidade. Foi a primeira vez que algo em Maringá ficou nos trend topics no Twitter!”, conta o blogueiro, que com o sucesso, acabou criando uma agência de comunicação.

“A nossa equipe de criação fez o documentário sobre o pintor Marcos Molinari, que repercutiu entre os artistas”. Atualmente,



entre blog e agência, a equipe é composta por três editores publicitários e dez colaboradores. “Ficamos entre os 100 Twitters mais criativos de 2010 a 2011 na votação do site Acervo Publicitário ([www.acervopublicitario.com.br](http://www.acervopublicitario.com.br)) e estamos no Top3 de Marketing do TopBlog”, informa Ceranto.

Hoje em dia, o Publistorm publica conteúdos de moda, cinema, música e games. “As mudanças focam nos leitores. Parceiros falam com um público seleta”, diz Ceranto. “Nosso networking é realizado com empreendedores semelhantes a nós. Nas trocas de informações surgem negócios. Os blogs passaram de diários pessoais a corporativos, administrados por comunicadores especializados.”

Para Ceranto, os veículos demoraram a ver que alguns blogueiros eram tão influentes quanto muitos jornais tradicionais. “Isso trouxe ‘novos veículos’ segmentados. O que ajuda são os diversos colaboradores, temas e a velocidade de acesso na hospedagem do site.”

## A JANELA LARANJA



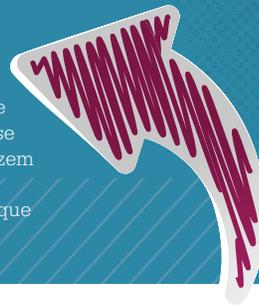
O A Janela Laranja ([www.ajanelalaranja.com](http://www.ajanelalaranja.com)), de Marcio Nel Cimatí, começou em Amsterdã, na Holanda. Com suas imagens, deu dicas turísticas e focou em viagens com crianças. Cimatí fundou a ABBV (Associação Brasileira de Blogueiros de Viagem) e participa de encontros de blogueiros.

“Textos objetivos fidelizam o leitor. Ajudo as pessoas a escolherem o destino, hotel, restaurante. Isso é

## Dia do blog!

» O Dia internacional do Blog é comemorado no dia 31 de agosto. Esta data foi escolhida porque os números 3108 se assemelham com a palavra Blog. Neste dia blogueiros fazem um post indicando cinco blogs para seus visitantes que tenham pontos de vista diferentes de seu site. A ideia é que os leitores conheçam novos blogs para acompanhar.

» **capablogs**



um bom chamariz”, aponta Cimati. Para atrair visitas, ele divulga o blog nas demais redes e aos anunciantes apresenta um mídia kit com histórico e citações.

“É preciso transparência e respeito ao leitor. São 100 mil visitantes únicos por mês, 27 mil fãs no Facebook e 35 mil seguidores no Twitter,” analisa Cecanti, um dos convidados pelo Ministério do Turismo para um blog colaborativo a respeito de viagens.



## PRAGMATISMO POLITICO



Luis Soares, do Pragmatismo Político ([www.pragmatismopolitico.com.br](http://www.pragmatismopolitico.com.br)),

enfoca seu site em política partidária e é especializado em ciências sociais. “Obviamente, há ótimos blogueiros sem faculdade e excelentes acadêmicos com péssimos blogs. Não adianta boa estrutura e hospedagem sem nada interessante para compartilhar. A dica é: estude”, analisa.

Originalmente, Soares escrevia em fóruns e iniciou a página em 2009 para dividir textos com colegas e fomentar discussões. “Não pensei em audiência, fiz por gosto”, comenta. O conteúdo repercutia além dos amigos

e parte republicado em portais maiores. “Transferimos a hospedagem gratuita para um servidor próprio. A estrutura é montada no Wordpress.org em HTML5. Temos colaboradores gráficos, pessoas que ajudam com o servidor Linux, e quem elabore e atualize nosso SEO” descreve. “Além disso, recomendo sempre o Google Analytics. O maior tráfego vêm das buscas e leitores de feeds, mas não descarto os agregadores de conteúdo e listas de e-mail como boas fontes de acessos e visitas.”

De acordo com Soares, que cita o Ibope, a web é o meio de comunicação que mais cresce no País, mas não aglutinou potencial mercadológico. “O governo aplica mais de 70% da verba publicitária em dez empresas de comunicação e milhares dividem os 30% que restam. Mesmo com audiência similar a veículos de peso, Pragmatismo e outros blogs nunca receberam nada” explica. “Veículos em constante ascensão não têm incentivo, mas outros em declínio têm. O blog tem 370 mil visitas únicas mensais. O tráfego cresce a mais de 1000% ao ano, mas não é fácil fechar publicidade, mesmo com o TopBlog de 2010 a 2012.”

## MOVE THAT JUKEBOX



De um site com links para baixar discos em 2007, o Move that Jukebox (<http://movethatjukebox.com>)

ampliou para notícias, resenhas e artigos sobre rock alternativo e artistas. “Atualmente, o projeto cresceu tanto que fazemos até festas em Uberlândia e em São Paulo com discotecagem de indie rock”, conta Neto Rodrigues, blogueiro titular do site.

Como dicas, o empreendedor diz que “texto com boa mensagem perde o charme com erros. Conteúdo relevante atrai leitores, patrocinadores e gera discussão”.

O networking é realizado em shows e em festivais, como o Planeta Terra e o Coachella. “Twitter e Facebook facilitam encontrar parceiros”, finaliza.



Para quem está começando, Soares indica o Blogger, que disponibiliza templates e facilita edição para quem não é da área. "Saiba o mínimo de programação para poucos ajustes e se crescer, contrate programador para projetos avançados", adverte.



## DENTRO DO MOCHILÃO

→ O Dentro do Mochilão ([www.dentrodomochilao.com](http://www.dentrodomochilao.com)) foi criado em 2009 como parte de um trabalho de conclusão de curso (TCC) da faculdade de turismo de Cristiane Marques. Depois de um tempo parado, voltou (a pedido dos leitores). "Nos primeiros posts, contei como conheci rotas na Bolívia, Peru e Chile. Aí, deixei o projeto de lado por dois anos. Em 2011, comecei a receber e-mails. Ia deletar o blog, mas com os elogios, continuei", conta. "Refiz a estrutura, entrei nas redes sociais, aumentei a frequência de postagem. Mesmo com essas melhorias, não esperava de forma alguma ficar entre os Top3 do prêmio TopBlog no júri voto popular."

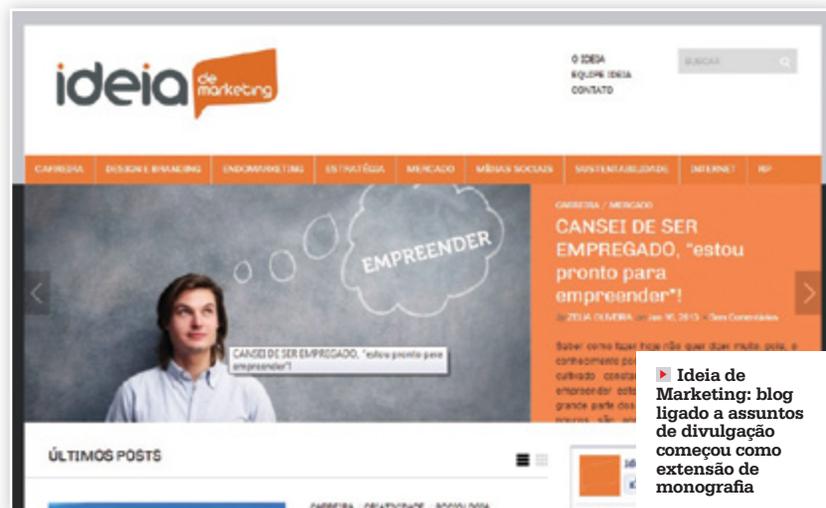
Atualmente, o Dentro do Mochilão tem mais de 1.600 fãs no Facebook e 758 seguidores no Twitter. "Dou palestras sobre Turismo Solidário e Voluntário, chamado de volunturismo, que envolve resgates e troca culturais. Os patrocinadores

começaram a aparecer a partir de 2012, por parte de empresas que acreditam no projeto."



## PRONOME INTERROGATIVO

→ Thais Cavalcante mantém o Pronome Interrogativo ([www.pronomeinterrogativo.com](http://www.pronomeinterrogativo.com)) há mais de um ano. Hoje, são mais de 2 mil fãs no Facebook, de 4 a 5 mil visitas mensais e mais de mil seguidores no Twitter. "Em 2012, ficamos entre os Top3 de literatura no TopBlog pelo júri acadêmico. Por conta disso, fiz parcerias com editoras, troquei banners, conheci novos autores e comento muito em outros blogs. Me ajuda nas aulas que ministro."



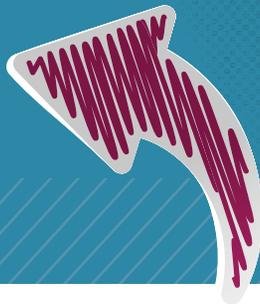
Thais estudou literatura. "Li clássicos, mas com o blog trabalhei com novos autores e interdisciplinaridade", conta. Como dica primordial, a blogueira aconselha com apenas uma frase quem quer começar uma página: "Fale do que gosta, pois assim o assunto nunca acaba".

## IDEIA DE MARKETING

→ Paulo Lima criou o Ideia de Marketing ([www.ideiademarketing.com.br](http://www.ideiademarketing.com.br)) a partir de uma monografia. "Quis compartilhar conteúdo e obter retornos além do meu orientador na faculdade. Consegui conversar e ter contato próximo com outras pessoas ligadas a marketing e divulgação", comenta.

Como estratégia inicial, Lima construiu marca, conteúdo relevante, aumentou tráfego e elaborou propostas atraentes para patrocinadores. "O dinheiro não pode ser a primeira preocupação do blogueiro", diz. "Conquiste leitores antes de

# Uma das principais dicas para atrair leitores é investir em divulgação em redes sociais



» capablogs

pensar em lucros. Disputamos a concorrida atenção do século 21. Esse é seu maior patrimônio.”

De acordo com Lima, sem um nicho, o blogueiro patina. “Difícilmente alavancará as visitas sozinho. Preze pela qualidade, não pela quantidade. Mantenha periodicidade e newsletter.”

Outra dica é fugir da mesmice. Com networking em eventos e na web, Lima conseguiu mais de dez colaboradores ao redor do País. “Ignore os que desanimam. Não desista no primeiro problema.”

No Ideia de Marketing, já são 10 mil visitantes mensais, 5.813 fãs no Facebook, 2.531 seguidores no Twitter e um dos Top3 em Marketing no TopBlog de 2012.



## VIAJE NA LEITURA



Thais Turesso, do Viaje na Leitura ([www.viajena-leitura.com.br](http://www.viajena-leitura.com.br)), indica aplicativos que mantêm as redes interligadas e mandam o conteúdo do blog para as redes sociais, gerando tráfego. Os agregadores de links atraem o público.

“Em pouco tempo no ar, recebi propostas editoriais para resenhas e promoções. Em um ano, os patrocinadores sugeriam publicidades”, revela a blogueira.

Seu network é realizado via LinkedIn. “Busque redes de afiliados, como Lomadee, Buscapé, Hotwords, AdSense e Submarino.”

Seu blog tem mais de 6,7 mil membros, 5,2 mil fãs no Facebook e 7,6 mil seguidores no Twitter. “Estamos nos Melhores do Brasil no Veja Blog e ficamos entre os Top3 do Top Blog 2012”, finaliza a blogueira.



## EDIGLEY ALEXANDRE



O professor Edigley Alexandre ([www.prof-edigleyalexandre.com](http://www.prof-edigleyalexandre.com)), cujo blog sobre matemática leva seu nome, recomenda slogan, descrição, contato e política de privacidade sérias no blog. “Compre domínio, técnicas de otimização e viabilize monetização”, diz.

De acordo com o professor, o leitor pode acompanhar os artigos por e-mail, assinando o RSS feed do blog. “As mídias sociais permitem enviar os artigos a cada rede. Isso aumenta nosso tráfego de forma constante.”

Ele ganha por meio do programa de afiliados do Google AdSense. “São mais de 1,5 milhões de pageviews, 1.000 fãs no Facebook, 800 seguidores no Twitter. No geral, o blog tem 3 mil visitas diárias”, informa.

Alexandre se atualiza com blogs internacionais, revistas especializadas, documentários,

e-books e faz networking nas redes. “A dica principal, a meu ver, é estudar o básico de HTML e CSS. Conhecer de perto os metablogs Gerenciandoblog, Ferramentasblog, Querocriarumblog, Códigosblog, Dicasblogger, Gfsoluções e Blogandocomfacilidade também ajuda”, finaliza o matemático.



## FAUNA NEWS



Tráfego silvestre é o nicho de Dimas Marques no Fauna News (<http://faunaneews.blogspot.com.br>) desde 2011. O blogueiro repercute notícias superficiais, entrevista especialistas e traz artigos de convidados a respeito de assuntos ligados à fauna. O blog tem visitas médias diárias de 150 mil acessos e é um dos Top3 no TopBlog na categoria Bichos. “Mesmo com os acessos e os prêmios, o peso do assunto dificulta patrocínios e parcerias com portais”, comenta Marques.



## DE 0 A 100



Renato Parizzi, do blog De 0 a 100 ([blog0a100.blogspot.com](http://blog0a100.blogspot.com)), tem a página desde 2007 e percebeu que não deveria fazer o blog para os internautas em geral, mas para pessoas como ele. É essa a dica



que o blogueiro dá aos interessados em iniciar um blog: focar no que se gosta.

Seu site, por exemplo, fala de velocidade em geral e de automóveis em particular. "As visitas cresceram 234% de 2011 para 2012, fechando ano passado com mais de 1 milhão de internautas navegando em suas páginas", comenta Parizzi, informando que o site esteve entre os Top3 do TopBlog na categoria Autos e Acessórios, no Juri Popular.



## ALTAMENTE ACIDO



O Altamente Ácido ([www.altamenteacido.com.br](http://www.altamenteacido.com.br)), criado por Kelson Douglas

e alguns amigos, fala de entretenimento do universo 'indie'. "Somos oriundos do mercado de publicidade online. Por isso, no primeiro mês do blog, fechamos parceria com o portal SouBH, que abriu portas com editoras como LeYa, Intrínseca e Cia das Letras, além de jornais e agências" explica.

Para o blogueiro, sonhar em



ganhar bem na web é difícil. Quem já entra nesse mercado sonhando alto viu "filme de redes sociais e leu a biografia do Steve Jobs demais".

Nos primeiros meses de trabalho, os empreendedores conseguiram muitos brindes, que equivaliam a cerca de R\$ 4 mil por mês.

"Usamos esses itens na produção de conteúdo e em promoções, aumentando os seguidores nas redes sociais."

Os blogueiros já fizeram ação com a Samsung para lançar animação da Disney. "Ganhamos destaque na iTunesStore com podcast e o prêmio TopBlogs 2012 em Arte. A equipe ama escrever: temos jornalista, profissionais de social media, cineasta. Adoramos, muito mesmo, compartilhar opiniões", conta Douglas.

De acordo com ele, banners pipocando por cima do texto estragam a experiência do visitante. A dica, no caso, é manter o site o mais limpo quanto possível.

Douglas, que estudou publicidade e agora termina design gráfico na universidade, conta com suas referências para inovar em seu blog. "Sigo páginas eletrônicas como o Mashable, The Next Web e Chris Anderson no Twitter."

Outro ponto positivo, apontado pelo empreendedor, ao se investir na web é sua amplitude. "A web abriu espaço para quem não conseguia expor o trabalho. Há jovens de 17 anos com portfólios melhores do que de pós-graduados e matemáticos. Arquiteto, com a internet, pode virar diretor de publicidade. Para trabalhar com web, faculdade não é diferencial".

De acordo com Douglas, seu networking é realizado no

cotidiano. "A dica é: cumprimente todos, saia para tomar uma cerveja. Palestras e feiras com os mesmos de sempre não acrescentam muito do ponto de vista profissional."

Por fim, Douglas indica sempre fazer mais pelo leitor. "A mercearia do Sô Joaquim não consegue disputar com o Wall Mart, mas qual vende a melhor pinga? Mostre o retorno ao anunciante e evite temas em alta", indica. "Quando luta contra milhares, provavelmente apanhará. Dá mais retorno ser inédito, na área que for."

Por fim, o blogueiro aponta que quantidade não é qualidade. "Antes de buscar patrocínio por ter 30 mil acessos mensais, tente vender algo", diz. "Ouça opiniões, mas quanto mais, maiores as diferenças. Limite os 'pitacos' que ouvirá, mas de pessoas diferentes, com opiniões diversas."



## EXPLORANDO .COM.BR



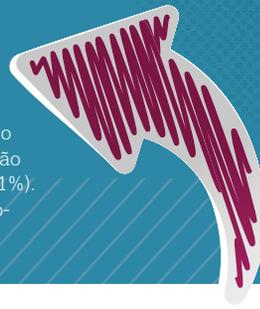
Para Marcos Elias, do ([explorando.com.br](http://explorando.com.br)), é

interessante o blog pender para as emoções do autor. "Sua personalidade atrairá pessoas que curtam seu estilo". Spam, troca de visitas e pedidos de curtir afastam os potenciais interessados.

## Audiência

» Um estudo prova que São Paulo é o Estado que mais acessa blogs, com 36,6%. A maioria do público é feminino (59%), porém os três assuntos que mais chamam a atenção são entretenimento (68%), tecnologia (17%) e esportes (11%). A pesquisa foi divulgada pela empresa de tecnologia boobx e foi feita com mais de 34 milhões de pessoas.

» **capablogs**



"Monte um media kit, com público alvo, principais estatísticas e leve em agências que negociam com os blogs, mas com menos de 1000 visitas por dia dá". O networking com "colegas da profissão" é realizado na Campus Party, feira de tecnologia realizada anualmente em São Paulo.



## EMBARQUE NA VIAGEM



Nádia Amorelli, do Embarque na Viagem ([www.embarquenaviagem.com](http://www.embarquenaviagem.com)),

flexibilizou produtos para cada cliente. Em uma das mais famosas feiras do setor no Brasil promovida pela Associação Brasileira de Agências de Viagem (Abav), ela participou de encontro de blogueiros. A empreendedora costuma também realizar viagem com profissionais e esteve presente em palestras para divulgar os blogs.

Seu blog tem mais de 322.623 visitantes únicos por mês, 63 mil seguidores no perfil do Twitter @Embarque e mais 1.238, no @ dicasdoEmbarque, além de quase 5 mil curtidas em seu Facebook. "Em 2011, recebemos o Selo Brasil-Argentina de Qualidade em Turismo da Câmara Brasil-Argentina de Comércio e Turismo do Rio de Janeiro e somos um dos Top3 no TopBlog", diz Nádia.



## IDEIAS E FINANÇAS



Maico Lima, do Ideias e Finanças (<http://ideiasefinancas.com.br>)

recomenda definir objetivo, linha editorial e criar um logotipo a um blog iniciante. Seu site começou como uma espécie de extensão de seu trabalho de conclusão de curso, em 2010. Em 2011, ele quase deu um fim em seu projeto – era difícil centralizar demais diversos assuntos. Em 2012, depois de passada a tormenta, finalmente a página eletrônica decolou. A divulgação do blog é realizada em eventos universitários. "As empresas que gerenciam campanhas web podem remunerar o blog e cuidar da burocracia".

"Antes de buscar patrocínio por ter mais de 30 mil acessos mensais, tente vender algo em seu blog"



## IMPLANTANDO MARKETING



Priscila Stuani, do Implantando Marketing ([www.implantando-marketing.com](http://www.implantando-marketing.com)),

indica aos blogueiros ter mailing dos contatos que comentam no blog em uma base de dados.

"Envie newsletter com notícias diárias e com seus textos, com opção para descadastramento. Atualize sempre seu site", diz a blogueira. "A identificação de possíveis públicos-alvos permite cativá-los e saber o que oferecer." De acordo com ela, a base de um bom blog é conhecer seu público. **lww**





## Chega de confusão! Saiba, de uma vez por todas, o que realmente importa na hora de produzir conteúdo para as mais variadas plataformas

Andreza Emília Marino

**N**ão é mais novidade que a expressão Responsive Web Design, ou web design responsivo, em português, agrega um conjunto de boas práticas cujo objetivo é entregar de maneira eficaz conteúdo para diversas plataformas de tecnologia. Entretanto, o design responsivo ainda é novo no mundo inteiro. Há um crescente interesse pelo assunto e, como é natural nesses casos, pouco material disponível em português para ser consultado.

Para facilitar a vida de quem quer desenvolver projetos de qualidade

para os mais variados equipamentos, a **Locaweb em Revista** conversou com três especialistas no assunto: William Moraes, desenvolvedor FrontEnd do site da Locaweb; Fabricio Teixeira, designer sênior da R/GA, agência de mídia digital que atende clientes como Mastercard, Unilever e Johnson & Johnson; e Sérgio Lopes, instrutor e desenvolvedor na Caelum, empresa de tecnologia com foco em ensino de computação. Eles ajudaram na elaboração dos "10 mandamentos do Responsive Web Design". Confira a seguir e saiba como oferecer a melhor experiência online para seus usuários.

# mandamentos do Responsive Web Design

1

## CONHEÇA O SEU PÚBLICO-ALVO

Para Fabricio Teixeira, da R/GA, antes de iniciar um projeto, é fundamental descobrir quem é o público-alvo e qual tipo de dispositivo ele possui. De onde o site será acessado e qual o objetivo do usuário em cada equipamento são questões que não podem ser esquecidas. A partir daí, saiba qual conteúdo faz sentido em cada contexto de uso. "Se o usuário de um desktop está acessando o site de um restaurante, é possível que tenha tempo para ver fotos do lugar e conhecer o chef da cozinha", imagina. "Se está acessando o mesmo site de um celular, possivelmente está dentro do carro, parado em fila dupla, e precisa confirmar o endereço o quanto antes", pondera. "Priorize o conteúdo para cada caso e retire o que não for necessário."



Shutterstock.com

2

## PENSE NO TODO

Faça um levantamento do conteúdo do site e liste as funcionalidades e conteúdos que ele terá. Numere em ordem de importância e pense no conteúdo para cada contexto "porque as pessoas não têm paciência (nem tempo) para ler grandes blocos de texto, ainda mais se estão navegando no celular", garante Teixeira. Para ele, a quantidade de texto pode (e deve) mudar dependendo do contexto de uso. Já Sérgio Lopes, da Caelum, prefere adotar a cautela. Ele acha melhor não remover indiscriminadamente conteúdo de usuários mobile. "O melhor é adaptar o que for possível e deixar tudo disponível para todos", aconselha.



### 3 **ADOTE O MOBILE FIRST**

De acordo com William Moraes, desenvolvedor FrontEnd do site da Locaweb, pensar primeiramente para a plataforma mobile não deixa margem para excessos de conteúdo.

“Mobile First é uma metodologia que nos ajuda a manter o foco, a melhorar a arquitetura da informação e a usabilidade.” Para Lopes, a sugestão é começar pelo celular mais simples e evoluir o design até chegar ao desktop completo.

### 4 **FOQUE NO TAMANHO DAS IMAGENS**

Carregue imagens diferentes para cada tamanho de tela. Se o site possui uma imagem gigante na homepage, carregá-la na versão mobile do site deixará o HTML muito pesado. “Lembre-se de salvar tamanhos diferentes de cada imagem e, no caso de ícones, tente trabalhar com vetores sempre que possível”, salienta Teixeira. Moraes, da Locaweb, assegura que existem soluções melhores do que apenas redimensionar as imagens. “É possível servir outros arquivos menores e mais compactados. Forçar o cliente a baixar um arquivo gigante para ver numa tela muito menor do que um desktop não é nada legal porque vai desperdiçar banda.”

### 5 **OTIMIZE O PESO DO SITE**

A sugestão de Teixeira é trabalhar com carregamento progressivo de informações. “Alguns sites forçam o usuário de celular a carregar todo o conteúdo da versão desktop, e depois ocultam alguns conteúdos. Isso é ruim, porque o conteúdo (e os kilobytes) já foram carregados e não serão visualizados”, lamenta. Lembre-se de que os usuários de celular estão em uma conexão 3G (e isso se estiverem com sorte!). Lopes acha que é preciso pensar em desempenho o tempo todo. “Otimizar a velocidade de um site é essencial para dispositivos menos capacitados”, frisa. Já Moraes indica passar o conteúdo estático (imagens, javascripts, folhas css) por compressores, os famosos minifiers. Além é claro, do mod\_deflate do servidor (gzip).



### 6 **FAÇA NAVEGAÇÃO CUSTOMIZADA**

Desenhe a navegação para cada dispositivo ou grupo de dispositivos. Pense em como o menu se comporta em um desktop, em um tablet, em um smartphone e em uma TV de 60 polegadas. Lembre-se de que em alguns casos, o usuário está usando um mouse; em outros, o próprio dedo, ou até mesmo o controle remoto da TV ou do videogame. Lopes faz um alerta: “Adaptar um design a diferentes dispositivos não é só pensar no tamanho da tela. Pense em touch screen, recursos de hardware, orientação do dispositivo, telas retina e muito mais”.

## 7 SIMPLIFIQUE SEMPRE

“Depois que o projeto estiver pronto, dê mais uma olhada em cada página e comece a simplificar”, aconselha o designer da R/GA. Retire imagens desnecessárias, textos muito longos e funcionalidades que ninguém vai usar quando estiver navegando no smartphone. Lopes acha que uma boa opção é evitar bibliotecas JavaScript mirabolantes que prometem mágicas no design responsivo. “Prefira CSS puro sempre que der e soluções simples e leves.” Moraes segue a mesma linha. “Lembre-se da limitação dos dispositivos. Arquivos muito grandes não são cacheados. Portanto, não importe bibliotecas javascripts gigantes para coisas simples. Vale muito mais a pena escrever um certo efeito na mão, no javascript puro, do que carregar um jQuery apenas para fazer um `display: none|block`”, conta.

iStock.com

Social Media Results Report

## 8 TESTE, TESTE, TESTE

Tenha em mãos dispositivos com resoluções diferentes, sistemas operacionais variados (Mac, Windows, iOS, Android...) e navegadores diferentes (Internet Explorer, Chrome, Safari...). Teste abrir o site em uma Smart TV, em um videogame, em um aparelho de GPS. Moraes garante que nem sempre é possível planejar tudo apenas no layout. Lopes concorda. “Não se esqueça de que você está desenhando para pessoas comuns, e não para designers e programadores. Coloque o quanto antes o seu site à prova”, explica. “Colher feedback de usuários reais é a melhor forma de garantir que a experiência que você desenhou será usada para valer quando o projeto for para a rua.”

## 10 USE 'MACETES' E NOVAS SAIDAS

Lopes sugere alguns “truques” capazes de melhorar o resultado final do projeto. “Use ‘em’ e porcentagens em todas as medidas no CSS e não ‘px’ com valores fixos. Prefira ‘em’ inclusive nas media queries. Escreva suas media queries pensando em breakpoints de design, não em larguras fixas de certos dispositivos. Faça imagens, vídeos, widgets, anúncios e outras mídias também se adaptarem responsivamente”, diz. “Use a meta tag viewport sempre com ‘width=device-width’. E não esqueça do CSS @viewport para navegadores mais novos, como o IE 10”, complementa. Já Moraes prefere carregar o conteúdo sob demanda. “Use ajax para isso. Traga o conteúdo quando o usuário pedir e lembre-se sempre da limitação da rede.”

## 9 FIQUE DE OLHO NA USABILIDADE

Não adianta fazer um site com responsive se ele não tiver uma boa usabilidade. “Faça botões grandes porque usamos sites nos mobiles, com nossos dedos. Na maioria das vezes, com os dedos”, lembra o desenvolvedor da Locaweb. Eles não são precisos como os mouses. Deixe bons espaçamentos entre uma área de ação e outra. “Dar um tap sem querer em um lugar quando se queria ir a outro não é bacana”, garante.



# AdServer O queridinho do mar

**Capaz de oferecer um retorno minucioso sobre as campanhas online, tecnologia se transforma na menina dos olhos do mercado publicitário na web**

**Bianca Bellucci**

**O** AdServer é uma tecnologia que hospeda e gerencia peças de publicidade online. É cada vez mais usado pelos profissionais de marketing digital e costuma oferecer grandes resultados para os clientes, o que o levou a se transformar no atual queridinho do setor.

Capaz de gerar uma série de relatórios confiáveis que permitem analisar se a campanha atingiu ou não o público, o AdServer melhora sistematicamente o desempenho das publicidades de mídias digitais. Primeiro

porque tem a capacidade de analisar e relatar em quais sites as propagandas foram mais acessadas, qual formato de peça chamou mais atenção e quantos cliques o anúncio recebeu. E segundo porque o serviço informa em qual segmentação a campanha se enquadra melhor, inclusive oferecendo, para isso, um filtro geográfico.

Em 2012, um novo modelo de plataforma de AdServer começou a ser usado no Brasil, com expectativa de explodir ao longo de 2013. Segundo Roberto Eckersdorff, CEO da empresa Aunica, especializada em soluções de marketing interativo, esse sistema



# Marketing

consegue, em tempo real, analisar e entender o espaço oferecido para a campanha, além do contexto, do conteúdo e do perfil do usuário que está visitando determinada página.

“Assim, é possível escolher a melhor peça para determinada ocasião e o posicionamento adequado da campanha no site. Tudo isso é fundamental para atingir o público-alvo e gerar bons resultados”, diz Eckersdorff.

## Como funciona

De forma simplificada, pode-se dizer que o AdServer opera com quatro partes interligadas em

seu servidor: site, base de dados, processador de relatórios e exibição de conteúdo.

“O site deve receber as instruções de JavaScript, que são chamadas de TAG. Elas são responsáveis por acessar o AdServer e consultar se há uma publicidade para ser exibida naquele momento. Após essa exibição, a base de dados registra o que foi feito, se o banner realmente apareceu, se houve cliques e qual foi o tempo de exposição na tela, entre outras métricas”, explica Rodrigo Bueno, technical account manager da empresa de marketing digital RealMedia Latin. “Há máquinas

responsáveis só por processar esses dados e fornecer informações a respeito da campanha publicitária que foi exibida. O processo se completa com a interface de leitura e consulta dessas informações”, completa Bueno.

Entre os maiores beneficiários da tecnologia, destacam-se grandes portais, como Terra e MSN. “O AdServer é hoje uma das maiores fontes de receitas desses sites, pois graças a ele é possível organizar e tornar mais rentável os anúncios publicados em páginas acessadas por um grande número de internautas”, afirma Bueno.

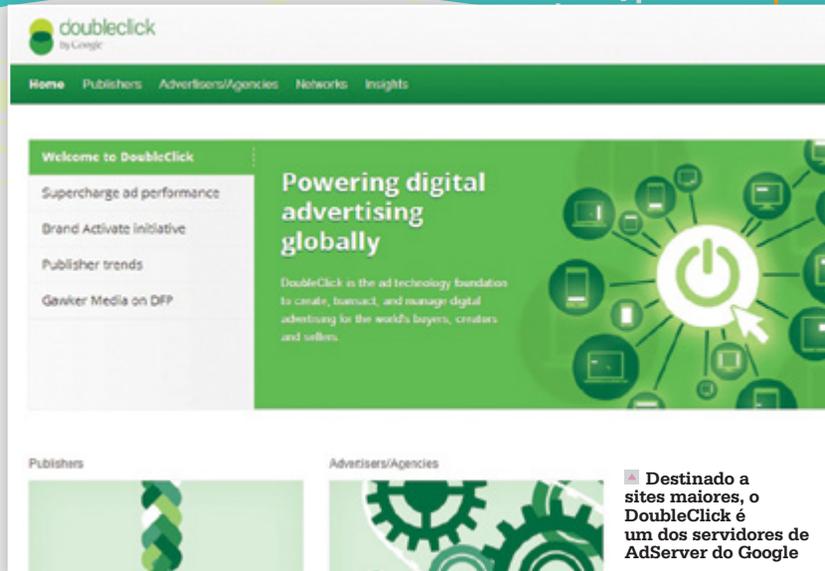
## O AdSense é capaz de gerar relatórios confiáveis, que permitem analisar se a campanha atingiu ou não o público

Para quem deseja recorrer à ferramenta, vale ressaltar que, hoje, existem várias empresas no Brasil que a oferecem. Entre elas estão Google, RealMedia Latin e Aunica. A seguir, confira um pouco mais sobre as características de cada uma delas.

### Os servidores do Google

O Google conta com dois servidores de AdServer: DoubleClick e AdSense. Apesar de fazerem parte do mesmo grupo, cada um deles foca em um público-alvo diferente. O DoubleClick é voltado para sites maiores e mais conhecidos, enquanto o AdSense, que é mais simples de usar (veja quadro ao lado) engloba as páginas menores.

De acordo com pesquisa feita pela Attributor, empresa de rastreamento de conteúdo, o Google domina 56,5% do mercado de servidores de publicidade,



### ENTRE NO ADSENSE

O Google AdSense é um dos poucos servidores de publicidade online em que qualquer usuário pode ingressar e criar seu próprio anúncio, sem a ajuda de um profissional. Para desenvolver sua própria campanha é simples. Em primeiro lugar, inscreva-se no servidor usando uma conta do Google (se você já tem uma, como a do Gmail, pode recorrer a ela).

A partir daí, basta seguir o passo a passo ministrado pelo servidor. Na primeira etapa, confirme seu e-mail. Na segunda, insira a URL de sua empresa ou algum outro endereço para poder gerar receita. Lembre-se de que o Google exige que o usuário coloque o endereço de algum site para poder gerar receita (caso não apresente uma URL, você não poderá ingressar no AdSense).

Na terceira etapa, basta preencher os dados pessoais (eles devem bater com os da sua conta bancária). Em seguida, o Google irá analisar sua inscrição. Após verificar os dados, a plataforma enviará um e-mail confirmando o processo. Pronto, agora é só criar seu próprio anúncio na rede.

sendo que 30,7% corresponde ao DoubleClick e 25,8% ao AdSense.

Ambos os serviços são pagos e, dependendo da localização ou da seção, podem chegar a um valor bem salgado. "Existem sites que cobram, por duas horas de exibição na homepage, o equivalente a R\$ 30 mil", diz Bueno. No caso do Google, os usuários devem pagar um valor mínimo de R\$ 40 com cartão de crédito ou boleto bancário.

### A plataforma da RealMedia Latin

Chamada de OAS (Open AdStream), a plataforma de marketing digital da RealMedia Latin está no mercado há 13 anos. Entre seus principais clientes estão Globo, iG, Estadão e Buscapé.

Para Bueno, que trabalha há seis anos na área, "ter um AdServer é algo fundamental para otimizar seus espaços publicitários de acordo com o público de cada site, aumentando assim o ROI".

Nem por isso, entretanto, é possível medir o lucro médio que uma empresa pode ter quando recorre ao serviço. "É difícil mensurar números, pois a estratégia varia de acordo com cada cliente e seu modelo de negócios", diz.



A RealMedia Latin conta com estrutura para suportar grandes campanhas na web

O maior concorrente da empresa no mercado de publisher é o Google. “Tanto ele quanto a RealMedia Latin estão sempre em evolução e desenvolvendo novas possibilidades de anúncios e mensuração. Ambas as empresas contam com uma estrutura fantástica que suporta campanhas com grande volume sem abalo de estrutura”, diz Bueno.

Mais detalhes sobre o serviço da RealMedia Latin podem ser obtidos no site [www.realmedia.com.br](http://www.realmedia.com.br). A implementação da plataforma é simples e a negociação é feita com base em CPM (Custo Por Mil Impressões), sistema no qual o anunciante e a plataforma negociam qual será o custo por mil anúncios exibidos.

## O AdServer da Aunica

Eckersdorff foi o responsável, em 2004, por trazer ao Brasil, com exclusividade, uma das líderes globais mais completas e avançadas que trabalham com AdServe para se juntar ao grupo da Aunica. Trata-se da Atlas Media Console, que posteriormente foi adquirida por US\$ 6 bilhões pela Microsoft como parte integrante do grupo aQuantive.

Atualmente, a Aunica conta com mais de 70 grandes clientes, entre eles Sky, Gol e Fiat. Além disso, é a única empresa nacional autorizada pelo Google a licenciar e vender a plataforma DoubleClick no mercado brasileiro.

Dos clientes que já usam o serviço de AdServer da empresa, o CEO diz que um caso clássico que obteve bom retorno e lucro é o das Casas Bahia. “Com o uso de plataformas de adserving e serviços

de otimização, conseguimos tornar a mídia online da empresa um canal de vendas mais efetivo, gerando um aumento de 59% nas vendas diretamente originadas da plataforma digital. Isso tudo sem aumentar a receita”, diz Eckersdorff.

O serviço da Aunica pode ser contratado a partir do site da empresa ([www.aunica.com](http://www.aunica.com)). “Os clientes que apostam em parceiros com know-how na área costumam ter resultados melhores, pois usamos nosso conhecimento estratégico para otimizar e evoluir continuamente a plataforma”, conclui o CEO da companhia.

O fato é que boas opções para aperfeiçoar o desempenho de campanhas digitais não faltam no mercado. Portanto, faça uma análise de qual AdServer atende melhor às suas expectativas e explore todo o potencial do serviço. Afinal, ele definitivamente se transformou no melhor amigo de todo anunciante na web.



▶ Os grandes portais, como o Terra e o MSN (abaixo), estão entre os maiores beneficiários do AdServer



The screenshot shows the Aunica website with a navigation menu including 'aunica', 'produtos', 'soluções', 'tecnologias', 'parceiros', 'galeria criativa', 'impressão', 'lupd', 'treinamentos', and 'contato'. The main content area features a profile for Roberto Eckersdorff, CEO of Aunica, with a headline 'Inovadores do mercado digital'. To the right, there are social media links for Facebook, Twitter, and YouTube. Below this, there are sections for 'Nossos Produtos' (Rich Media, Social, Analytics) and 'Notícias' (Aunica e Adobe consideram para o evento de marketing digital de anal - 02/02/2012).

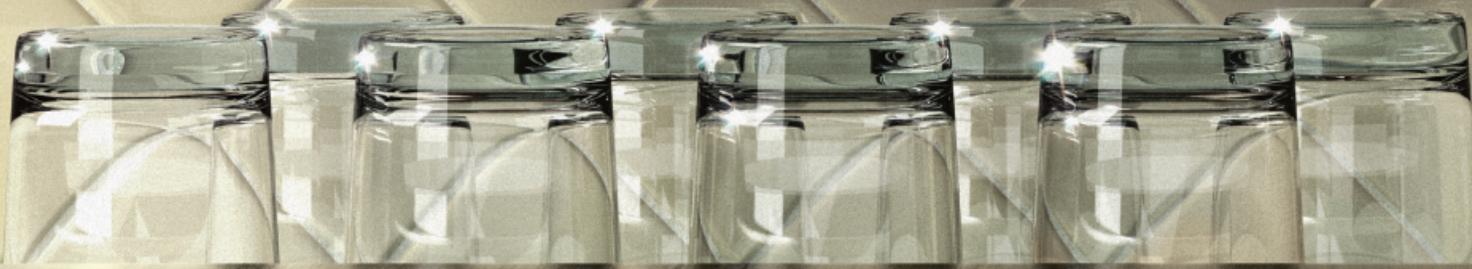
\* Flexibilidade  
\* Segurança

\* 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.**

# Tablets X eReaders

Conheça as principais características desses dois tipos de gadgets e descubra qual deles atende melhor às suas pretensões

Aline Mariano

**E**m franca ascensão em todo o mundo, o mercado de tablets e eReaders tem expectativa de crescimento de vendas estimada em 400% para 2013, de acordo com pesquisa realizada pela consultoria Gartner. O estudo revela ainda que o número de gadgets do gênero comercializados no planeta até dezembro deste ano deve chegar à casa de 53 milhões de unidades.

O grande nome do segmento é, sem dúvida, o iPad, da Apple. O sucesso do tablet da empresa da maçã levou diversas companhias de tecnologia a fabricar aparelhos semelhantes, mas com características distintas que, muitas vezes, atendem a grupos diferentes de usuários.

Para quem deseja apenas ler livros e revistas, por exemplo, os eReaders costumam se apresentar como uma opção mais eficiente que tablets avançados, já que são feitos exclusivamente para essa função e têm preços mais em conta. No mercado brasileiro, há modelos por menos de R\$ 400, como o Kobo Touch e o Kindle, da Amazon.

Quem pretende explorar todo o potencial do mundo dos aplicativos, entretanto, não pode abrir mão de um equipamento com mais capacidade

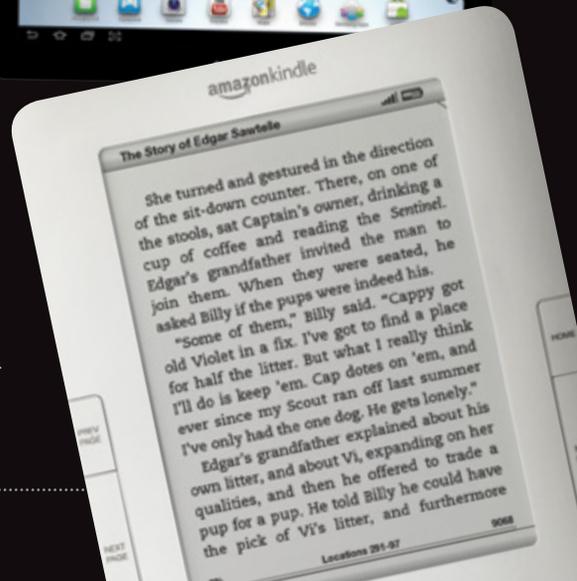
de processamento. E, nesse caso, além do iPad, pode-se recorrer ao Galaxy Tab, da Samsung, entre outros modelos fabricados pelas grandes empresas de tecnologia.

Por isso, antes de comprar um aparelho do gênero, identifique exatamente o que ele oferece. A seguir, confira os pontos positivos e negativos dos eReaders e tablets mais desejados do mercado e veja qual deles é o mais indicado para você.

## DIFERENÇAS ENTRE EREADER E TABLET

**EREADER** Ao contrário dos tablets, esse tipo de aparelho é dedicado especialmente à leitura de livros digitais. Não se deve esperar nada a mais deles, já que não são dotados de processadores de alto desempenho nem contam com uma interface gráfica funcional, como a dos sistemas operacionais Android, Windows Phone e iOS.

**TABLETS** Eles vêm equipados com sistemas operacionais e processadores que dão conta do recado na hora de acessar a internet e rodar aplicativos. São bem mais completos que os eReaders, porém mais caros.



# Kobo Touch eReader

O eReader da marca canadense Kobo, vendido no Brasil em parceria com a Livraria Cultura, tem design bonito e preço acessível. O gadget armazena até 30 mil livros com um cartão expansível e até mil exemplares na memória interna. É leve e bom para leituras em ambientes claros.

Ao custo de R\$ 400, o aparelho está à venda no site da Livraria Cultura desde novembro de 2012. O principal objetivo do gadget é proporcionar uma leitura agradável, mesmo em ambientes claros, em sua tela de 6 polegadas. De acordo com a Livraria Cultura, o eReader foi lançado com o objetivo de impulsionar a leitura no Brasil. Com esse foco em mente, a empresa investiu em um equipamento simples e barato, voltado exclusivamente para esse fim.

O Kobo é leve, pesa apenas 185 gramas. Sua parte traseira é revestida por um material acolchoado, que segue a tonalidade do dispositivo, que pode ser branca, preta, azul, cinza ou rosa. O processador é um Freescale i.MX508, de 800MHz. O gadget oferece 12 mil e-books em português e até 35 mil obras gratuitas para aquisição, em diferentes idiomas. Outra característica que impressionou no aparelho é a promessa de uma bateria que pode durar até um mês, dependendo do uso.

Assim como o Kindle, seu principal concorrente, o Kobo não oferece suporte à tecnologia 3G. O gadget pode ser adquirido no site da Livraria Cultura ([www.livrariacultura.com.br](http://www.livrariacultura.com.br)) por R\$ 399.



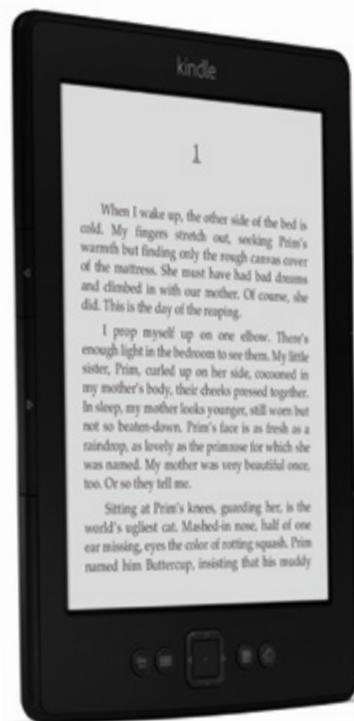
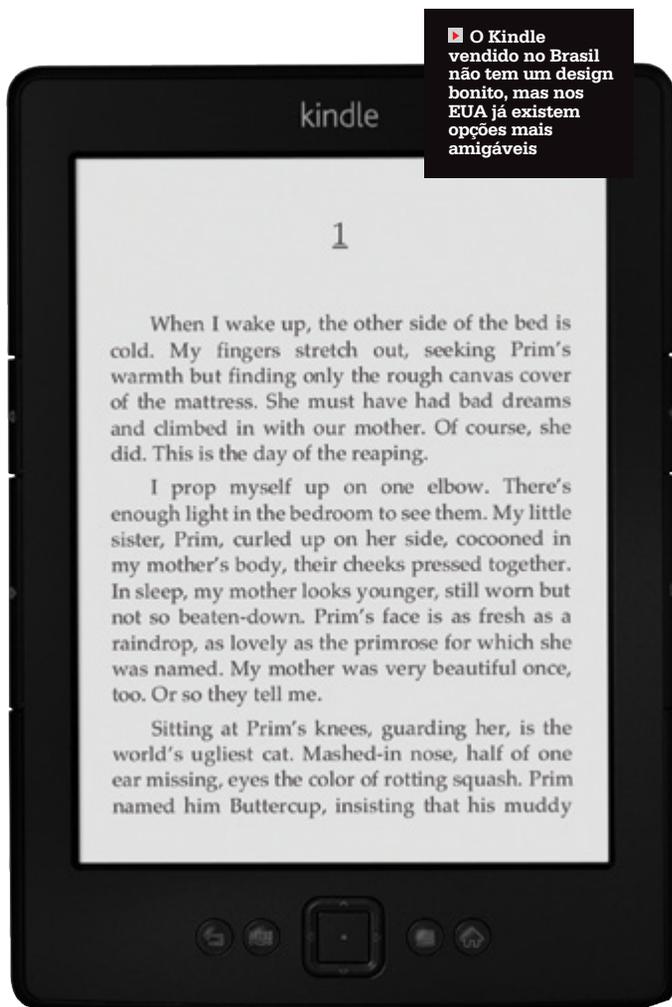
Com tela de 6", aparelho é capaz de armazenar até 30 mil livros em um cartão expansível



## PRÓS E CONTRAS

- 👍 Bateria dura até um mês; design bonito; revestimento acolchoado na parte traseira.
- 👎 Tem menos capacidade de armazenamento que os concorrentes; não tem suporte a 3G.

# Kindle



## PRÓS E CONTRAS

-  Bateria dura até um mês; é muito leve, muitas opções de e-books em português.
-  Design simplista; não tem suporte a 3G.

Fabricado pela Amazon desde 2007, o Kindle chegou ao Brasil em dezembro de 2012 com um preço acessível: R\$ 299. Entre as principais características do produto estão o fácil manuseamento, já que ele é leve, pequeno e fino, o que o torna uma ótima opção para quem não busca nada além de um leitor de e-books.

O design do gadget apresenta poucos atrativos. Ele é todo preto, sem detalhes que o diferencie, e tem botões na parte frontal inferior dedicados a facilitar a navegação durante a leitura.

Com 170 gramas, o eReader da Amazon é o mais leve dentre os testados nesta reportagem. Sua memória de armazenamento suporta até mil e-books. Outra característica interessante é a bateria, que aguenta um mês

sem recarga. Em seu sistema é possível encontrar mais de 13 mil e-books em português para venda. Entre eles, 1.500 são oferecidos gratuitamente para os usuários. Para conseguir ler os livros digitais é necessário baixar o aplicativo Kindle, disponível no app de compras do eReader.

O ponto fraco do aparelho é a falta de suporte a 3G. Por enquanto, ele só pode ser conectado à internet por wi-fi.

# Galaxy Tab

Com sistema inteligente (Android), opção de baixar aplicativos e capacidade de realizar chamadas telefônicas, o Galaxy Tab, da Samsung, é uma boa alternativa para quem procura algo além de um leitor de livros. Com ele, você pode baixar uma série de apps de games, fotos e músicas, entre outros. Por isso, o gadget tem preço bem mais salgado que os eReaders: a versão top de 16 GB com tela de 10,1 polegadas é vendida no Brasil por R\$ 1.200.

Se os eReaders podem ser segurados facilmente com apenas uma das mãos, o Galaxy Tab não chega a ser pesado, mas pode exigir um apoio dependendo da função que se deseja dele. Enquanto o Kobo e o Kindle não passam de 200 gramas, o Galaxy Tab com tela de 10,1 polegadas tem 565 gramas.

Por outro lado, o display grande do modelo top é justamente uma de suas vantagens, bem como o processador 1 GHz dual-core NVIDIA Tegra 2, que oferece alto desempenho em uma série de operações. Além disso, o equipamento tem acesso à tecnologia 3G e duas câmeras digitais acopladas – na parte frontal de 2 MP, e na traseira de 3 MP –, que permitem fazer imagens em alta definição.

A bateria do Galaxy Tab aguenta no máximo três dias, de acordo com a Samsung. O fato de ter um aproveitamento tão menor do que os eReader se deve a diversos fatores, como o desempenho de processamento e o grande número de funções disponíveis.



▶ Equipado com sistema Android, tablet permite que se baixe apps com facilidade e tem ótima capacidade de navegação

## PRÓS E CONTRAS

- 👍 Executa as funções rapidamente; câmera HD; acesso a 3G.
- 👎 Preço alto; peso excessivo; alto consumo de bateria.



# iPad

**S**empre que um novo modelo de iPad é lançado pela Apple, filas de fanáticos pelos produtos da empresa da maçã se formam na frente das lojas de tecnologia em todo o mundo. Atualmente em sua terceira versão, o equipamento tem uma linha com tela multi-touch maior, de 9,7 polegadas, e uma menor, com display de 7 polegadas, além de diversas configurações de armazenamento.

O aparelho tem como ponto forte o design simples, comumente aplicado nos produtos da Apple, além de uma interface que pode ser qualificada com esses mesmos adjetivos. Há opções de acabamento nas cores preta e branca.

Entre as principais características do iPad está a sua tela retina, que proporciona uma imagem com cores vivas e vibrantes. Além disso, a facilidade de manusear o touch screen faz com que o gadget seja sempre uma opção a se considerar na hora de comprar um tablet.

## PRÓS E CONTRAS



- Tela retina; excelente touch screen; variedade de apps.
- Preço alto; peso maior do que o dos concorrentes.

▶ O tablet mais famoso do mundo tem design limpo e navegação eficiente, mas é mais pesado que os concorrentes

O equipamento tem ainda como ponto forte a App Store, loja de aplicativos da Apple. Nela, existem mais de 275 mil apps desenvolvidos para diversos fins.

O iPad 3 vem equipado com placa de processamento exclusivo para o sistema iOS, que apresenta bom desempenho, e chip A6X, duas vezes mais rápido do que o usado na versão anterior do produto. A versão de 16 GB do gadget da maçã pode ser encontrada no site da fabricante ([www.apple.com](http://www.apple.com)) por R\$ 1.749, o que faz dele um dos tablets mais caros do mercado. Outro ponto negativo é o seu peso: 652 g.



# Para criadores e criaturas.

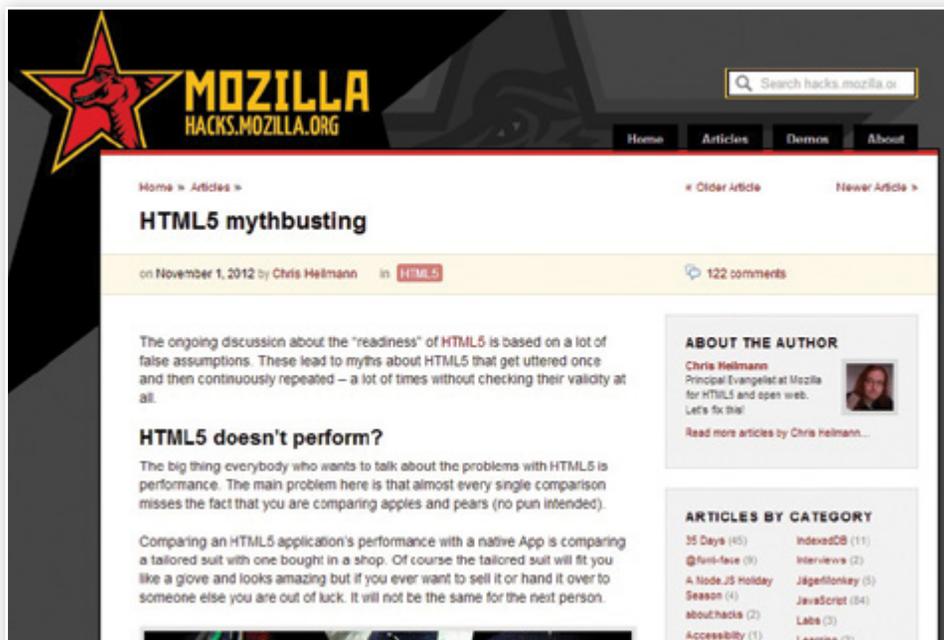


Compre em bancas ou pelos telefones (11) 3038-5050 (SP), 0800 8888 508 (demais localidades). Se preferir, compre pelo site [www.europenet.com.br](http://www.europenet.com.br)



## HTML5: mitos e verdades

Diante dos inúmeros boatos que surgiram no mercado em torno da linguagem, Mozilla cria blog para indicar o que é verdade ou não e auxilia os profissionais de internet **Bianca Bellucci**



### HACKS

Página do site da Mozilla, de Chris Heilmann desmistifica diversas informações sobre a linguagem de programação que praticamente roubou o mercado do Flash

**R**evolucionário, o HTML5 chegou para ficar. O fato de a linguagem se incorporar facilmente a diferentes tipos de plataformas, no entanto, gerou uma série de mitos a respeito do tema. Os boatos vão de péssimo desempenho à impossibilidade de trabalhar offline,

passando por dúvidas em relação à capacidade lucrativa do HTML5.

Para sanar as dúvidas em relação a tudo que vem sendo publicado, um articulista da fundação Mozilla criou um blog no estilo "Caçadores de Mitos" ([hacks.mozilla.org/2012/11/html5-mythbusting](http://hacks.mozilla.org/2012/11/html5-mythbusting)), que tem como objetivo apontar o que é ou não verdade

em relação à linguagem e, dessa forma, auxiliar os profissionais de internet. Nesta reportagem, você confere os principais tópicos debatidos na página HTML5 Mythbusting. As opiniões reveladas de Heilmann, mais importante evangelista da Mozilla quando o assunto é HTML5, não são de forma alguma verdades absolutas, mas valem a pena serem conhecidas e debatidas.

problemas que o HTML5 possui é sobre seu desempenho. "Comparar e analisar uma aplicação com HTML5 com uma sem a linguagem é o mesmo que comparar um terno feito em um alfaiate e um comprado em uma loja qualquer", comenta Heilmann. "É claro que o terno feito no alfaiate irá servir como uma luva. Entretanto, se quiser vendê-lo ou emprestá-lo, a outra pessoa não terá a mesma sorte." Nesse caso, de acordo com o articulista, uma aplicação com o HTML5 seria a roupa comum. "É

**É possível, sim, trabalhar com o HTML5 em ambientes não conectados a web**

### Desempenho do HTML5

De acordo com o evangelista, a maior dúvida sobre os

isto o que os aplicativos originais são. Eles são construídos para um único ambiente e um único propósito. Já o HTML5 é uma tecnologia de internet que pode ser executada independentemente do ambiente e da tecnologia utilizada.”

Como se sabe, sistemas originais precisam ser editados para cada dispositivo e para cada nova plataforma a partir do zero. Uma plataforma com HTML5 é suportada por smartphones, tablets e desktops – tudo isso, utilizando o mesmo código.

Um dos principais problemas do desempenho no HTML5, de acordo com o artigo de Heilmann, é o acesso ao hardware. “Os aplicativos são comandados por hardware desenvolvido especificamente para iOS e Android”, diz o evangelista. “A exibição do aplicativo de internet no iOS é dificultada pelo sistema operacional, que não executa tão rápido quanto um aplicativo original.” No sistema Android, o Chrome, por exemplo, mostra o quão rápido os navegadores podem executar

sistemas desenvolvidos com HTML5. Já a maioria dos browsers padrão dos telefones com Android se mostram bem lentos em trabalhar com esses mesmos sistemas web.

### HTML5 pode ser lucrativo

Essa é uma das questões em que Heilmann mais dá enfoque em seu tratado sobre mitos do HTML5. “Dizer que o HTML5 não pode ser um modelo lucrativo é o mesmo que dizer que a internet não pode ser rentabilizada”, conta o desenvolvedor. “Apostar um mercado para aplicativos é a forma mais simples de vender um produto. E, na realidade, não existem muitos desenvolvedores que conseguem sobreviver com apenas um aplicativo neste mercado. Por isso, eles não criam um único aplicativo, mas centenas do mesmo – o cachorro falante, o gato falante, o burro falante.” A alta quantidade de apps funciona como um sistema de marketing: o excesso de apps faz com que o desenvolvedor e seus produtos sejam encontrados mais

## Apostar na venda de aplicativos é uma das formas mais diretas de rentabilizar o desenvolvimento com HTML5

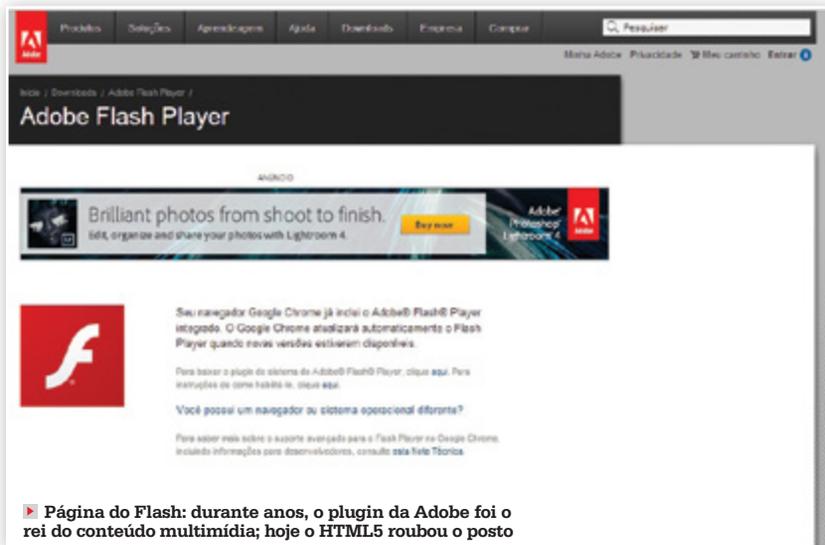
rapidamente e aparecem na primeira página de resultados nas principais lojas de softwares para smartphones, como App Store (do iPhone) e Google Play (Android).

Outra vantagem de desenvolver em HTML5 é que os aplicativos desenvolvidos com essa linguagem possuem um endereço de internet (URL) e, portanto, podem ser compartilhados via web facilmente. Quanto maior sua área de atuação – não ficando somente restrito às lojinhas dos telefones – maior a possibilidade de lucro.

### HTML5 pode trabalhar offline

Muitos pensam que usuários de sistemas com HTML5 devem ficar online o tempo todo para utilizá-lo. Pelo menos na visão do evangelista da Mozilla, isso é um conceito bastante errado. “Há muitas maneiras de armazenar o conteúdo estando offline”, aponta Heilmann. “O modo mais simples é utilizar o Web Storage API que suporta quase todos os navegadores – a exceção é o Opera Mini.” Entre outros softwares que permitem trabalhar com a linguagem offline, o articulista cita também o AppCache, que suporta todos os

Site W3Schools: página eletrônica dá referências e tem vasta documentação sobre a linguagem web HTML5



## De fato, não há um ambiente de desenvolvimento fixo para quem deseja apostar em HTML5

navegadores, menos o Internet Explorer. Se possuir dados mais complexos, banco de dados parrudo ou o sistema for muito robusto, o indicado é utilizar o IndexedDB, para Chrome e Firefox, ou o WebSQL, para iOS e Apple Safari.

### HTML5 tem ambiente de desenvolvimento

Uma preocupação mencionada pelo autor do blog é que o HTML5 é escasso em ferramentas para desenvolvedores. De acordo com Heilmann, ironicamente, nunca se ouviu isso de desenvolvedores, mas de pessoas que querem comprar um software para fazer com que seus aplicativos sejam mais eficazes.

“O HTML5 possui um incrível ambiente online. Novamente, o problema é um mal-entendido da internet”, aponta o evangelista. “Não se constrói um produto que tem o

mesmo desempenho em todo lugar. Constrói-se um produto que trabalha com qualquer pessoa e que se destaca sobre uma plataforma. Portanto, o ambiente de desenvolvimento é um conjunto de ferramentas, não apenas uma que faz tudo para o usuário.”

De acordo com a linha de raciocínio de Heilmann, o sucesso da internet como mídia é baseado no fato de que não é preciso ser um desenvolvedor para poder publicar conteúdo. “Há como usar plataformas de blogs ou um editor de texto para fazer sua primeira página em HTML”, explica. “Conforme o usuário comum for se aprimorando em sua ‘carreira’ de desenvolvedor, ele achará ferramentas de que goste mais e que são confortáveis para utilizar.”

Atualmente, os navegadores possuem ferramentas que são dedicadas aos desenvolvedores. O Firefox possui o Firebug, o Opera tem o Dragonfly, o Safari e o Chrome

possuem o Devtools. Atualmente, também, os desenvolvedores podem mudar as aplicações que estão no celular com a ajuda de um computador.

“De fato, não há um ambiente de desenvolvimento fixo para o HTML5, como também não há uma plataforma neutra”, defende Heilmann. “Isto é a internet: o usuário pode escolher o que agradar mais.”

### O que o HTML5 faz

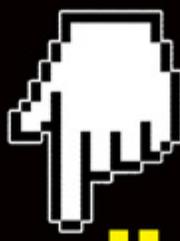
De acordo com Heilmann, muitos mitos do HTML5 surgiram por compararem algo construído para a plataforma que foi testado em locais inapropriados. Abaixo, algumas opiniões do evangelista sobre os pontos fortes da linguagem.

**Use onde quiser:** o HTML5 pode ser executado em qualquer navegador, tablet ou desktop. O usuário também pode convertê-lo para dar suporte a iOS e Android.

**Compartilhe pela internet:** como os aplicativos do HTML5 possuem uma URL, eles podem ser compartilhados pela web.

**Pequenas atualizações:** se um aplicativo comum precisar de atualização, ele precisará ser baixado novamente. Já os aplicativos com HTML5 permitem apenas baixar os dados necessários.

**Atualização:** um aplicativo do HTML5 pede acesso a hardware e dados sobre a demanda, sem a necessidade de uma atualização ou reinstalação. **lw**



# fotografemelhor.com.br

## Fique sabendo das novidades da fotografia em tempo real.

EXPEDIENTE ENTENDA A METODOLOGIA DOS TESTES PROCURAR

# Fotografefe

Home Grande angular Mundo digital Fast Forward Teste de câmeras Fotografe Melhor Técnica & Prática FilmMaker

**DESTAQUES**

**MUNDO DIGITAL**

**Nikon apresenta a nova full frame D600**  
Câmera oferece 24 MP, tem corpo mais modesto, bons recursos de foto e vídeo e custa menos que a D800

- Lançado o Magic Lantern para a Canon 5D Mark III
- Nikon apresenta a nova full frame D500
- Sony lança Cyber-shot DSC-RX1, compacta de sensor full frame
- Workshop de fotografia de gestantes e crianças em Curitiba
- Fujifilm apresenta a X-E1, sua segunda mirrorless com lentes intercambiáveis

**NAS BANCAS E IPAD**

Disponível na App Store

**OUTLET EDITORA EUROPA**

Clique aqui e confira

**TESTES**

- DSLR: Sony Alpha G7R
- MIRRORLESS: Sony Alpha G7R
- RANGEFINDER: Sony Alpha G7R
- COMPACTA: Nikon

Garantia de qualidade da Revista **Fotografefe**

## Descubra o HUGEPic

Com este aplicativo, você exibe imagens gigantes sem causar grande tráfego de dados em seu site **Max Reinhold Jahnke e Àdele Helena Ribeiro**



### BOSCH

Um dos exemplos mais impressionantes é o uso do HUGEPic para visualizar a imagem de incríveis 222Mb da obra "O Jardim das Delícias Terrenas", de Hieronymus Bosch, que pode ser vista em detalhes em: <http://hugepic.io/4ab2ef08b>.

O HUGEPic ([hugepic.io](http://hugepic.io)) é um aplicativo web que pode exibir imagens absurdamente gigantes sem causar um grande tráfego de dados. O seu funcionamento é parecido com o do Google Maps ([maps.google.com](http://maps.google.com)), carregando apenas a região da imagem no zoom que o usuário deseja observar.

Aplicativos com funcionalidade parecida com a do HUGEPic já existem há anos, mas eram feitos com tecnologias que hoje estão sendo evitadas, como o Adobe Flash e Java Applet. O HUGEPic, que exige apenas Javascript dos navegadores, leva grandes vantagens em compatibilidade, já que pode ser usado até mesmo em dispositivos móveis, sem

a instalação de plugins. A ideia por trás do aplicativo é muito simples. Após o upload de uma imagem em alta resolução, o servidor executa um algoritmo que, para cada nível de zoom estimado como possível, a imagem é quebrada em quadros de 256 x 256 pixels.

Assim, são criados thumbnails tanto para a imagem original, como para todos os quadros, e

todas essas imagens são salvas usando um serviço de cloud computing. Já do lado do cliente há uma interface feita em Javascript que envia mensagens ao servidor conforme o usuário navega na imagem, pedindo para que determinadas regiões sejam enviadas e então exibidas.

Outra funcionalidade interessante do HUGEPic é a criação de permalinks que salvam o nível de zoom e a região específica da imagem. Com isso, é possível usar bookmarking e compartilhamento das imagens com amigos.

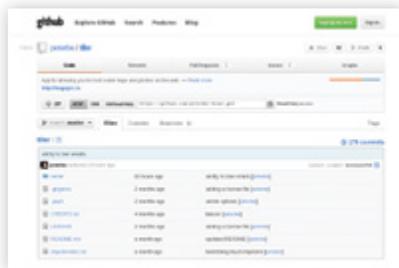
**O HUGEPic é parecido com o Google Maps, já que carrega apenas a região da imagem no zoom que o usuário deseja observar**

## Como usar o HUGEPic

Inicialmente, o HUGEPic possuía apenas uma página web mostrando como o aplicativo funciona, dando a possibilidade de o usuário baixar o código e implementar a mesma funcionalidade em seu site. Mas, após poucas semanas do lançamento, Peter Bengtsson, que trabalha para o Mozilla, facilitou a vida dos desenvolvedores web dando a possibilidade de adicionar o HUGEPic diretamente em uma página, usando o próprio servidor do HUGEPic.

### Usando o servidor do HUGEPic

Certamente essa é a melhor opção para os interessados em usar



▲ **Página do GitHub: todo o código do HUGEPic está disponível no site**

## Inicialmente, o HUGEPic tinha apenas uma página web mostrando como o app funciona; depois, ganhou um servidor

a ferramenta. Além de o serviço ser gratuito, é extremamente fácil de usar em qualquer website.

Para começar, basta acessar o site <http://hugepic.io/gettingstarted> e seguir o passo a passo. Clique no menu do canto superior direito e crie uma conta. Será necessário usar o sistema de identificação Mozilla Persona.

Após o registro e confirmação do seu e-mail, você poderá fazer upload de suas imagens. Para isso, acesse <http://hugepic.io/upload> e escolha uma das opções: passar uma simples URL ou usar o serviço Filepicker.io, que permite enviar arquivos do Dropbox

## O CRIADOR

**O desenvolvedor do HUGEPic é o Peter Bengtsson, que trabalha atualmente para o Mozilla, na Califórnia.** Além de trabalhar com o time do Webtools, ele tem diversos outros “projetos divertidos” que podem ser conferidos na página pessoal dele. Dentre eles estão o jogo Around The World, que parece usar o HUGEPic, e alguns outros que possuem código aberto, como o Too Cool for Me?, que é bastante interessante para quem usa Twitter.

### Projetos do Peter

[www.peterbe.com/about](http://www.peterbe.com/about)

#### Too Cool for Me?

[www.peterbe.com/plog/too-cool-for-me](http://www.peterbe.com/plog/too-cool-for-me)

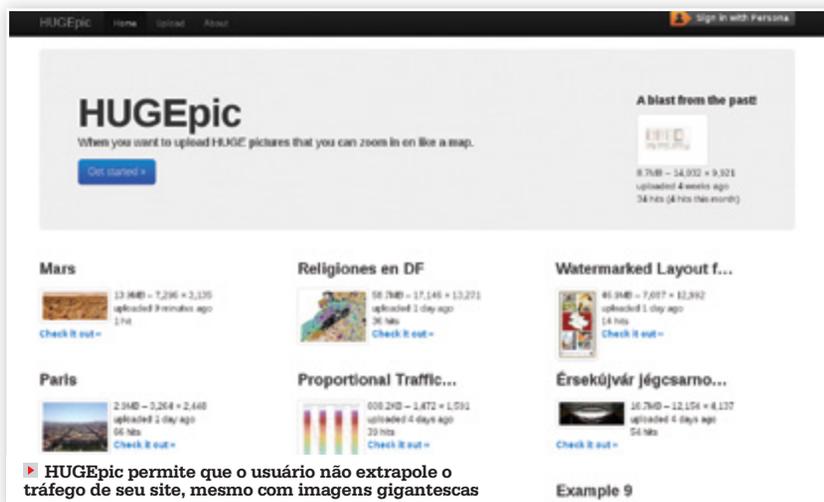
#### Around The World

<http://aroundtheworldgame.com>

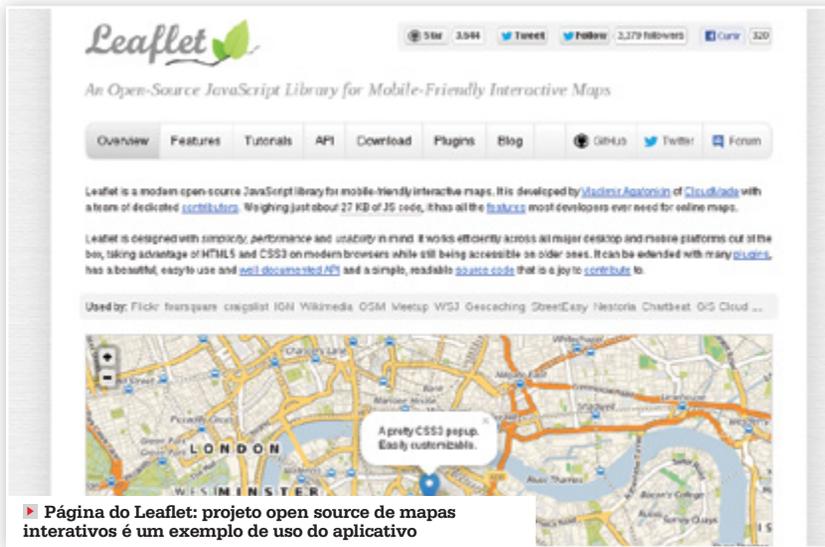
e Google Drive. Cada imagem será salva com um nome, uma descrição e uma identificação para que possa ser posteriormente referenciada por um endereço na web (URL).

Não parece haver limitação para o quanto grande uma imagem enviada possa ser, apesar de existir limitação para imagens pequenas. As únicas restrições contidas nos termos de uso são para imagens com conteúdos obscenos, propagandas, material que incentive o ódio racial ou religioso, entre outras. Caso alguma imagem seja enviada quebrando os termos, ela será removida do servidor e você será banido e pode ser punido.

Agora só falta colocar o HUGEPic no site e a melhor maneira de explicar como fazer isso é mostrando um exemplo. Com a imagem enviada e devidamente processada pelo servidor, você terá em mãos a identificação para o acesso por uma URL. Se desejar



► **HUGEPic permite que o usuário não extrapole o tráfego de seu site, mesmo com imagens gigantescas**



colocar em sua página a imagem da obra “O Jardim das Delícias Terrenas”, que tem identificação “725d7cb30”, basta adicionar o seguinte código em seu HTML:

```
<iframe width="800" height="400"
src="http://hugepic.io/725d7cb30/3/70.0/0.0?
embedded=1" frameborder="0" > </iframe >
```

Isso criará um frame de 800 x 400 pixels e a imagem será exibida nele centralizada e sem zoom. Existem outras configurações que podem ser vistas no site <http://hugepic.io/embed/725d7cb30>, que permite observar em tempo real o resultado de algumas delas, como o nível de zoom, a região da imagem que vai ser exibida e o tamanho do frame. Além disso, há a opção de mostrar anotações na imagem e também ver um contador de quanto de download foi realizado durante a navegação na imagem.

### Usando seu próprio servidor

Se apesar de toda essa facilidade você ainda deseja usar o seu próprio

## Todo o código do site HUGEpic está disponível no GitHub, no projeto Tiler. Ele foi feito em Python e é open source

servidor, prepare-se, a tarefa exige bastante conhecimento técnico.

Todo código do site HUGEpic está disponível no GitHub no projeto Tiler. Ele foi feito em Python e é open source.

O código do servidor foi criado com o Tomado, versão de código aberto do servidor web e das ferramentas do FriendFeed. Além disso, são usados dois bancos de dados, o MongoDB para o armazenamento principal e o Redis para a realização de cache. Então, além de configurar, é necessário conectar os bancos de dados ao servidor, que deve ser feito com o Motor. As filas de solicitações e processos são gerenciadas pela biblioteca RQ.



▲ No site PeterBe, você vê detalhes técnicos de como implementar o app HUGEpic



▲ Toda a documentação e licença de uso do sistema está disponível na web

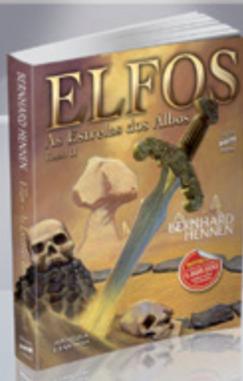
Já a parte do cliente, é feita em HTML e usando a famosa biblioteca Javascript para mapas interativos Leaflet, que permite um uso agradável em dispositivos móveis. Os detalhes mais técnicos podem ser lidos em uma introdução feita pelo próprio Peter Bengtsson em: [www.peterbe.com/plog/introducing-hugepic.io](http://www.peterbe.com/plog/introducing-hugepic.io).

### Conclusão

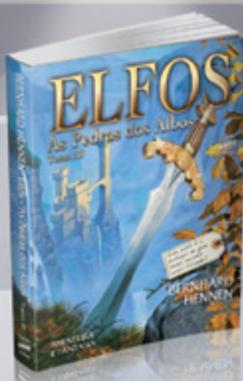
O HUGEpic tem visual que impressiona e é fácil de usar. As aplicações vão além de simples visualizadores de obras de arte e mapas, podendo ser usadas de maneiras criativas, como ocorre no jogo Around The World. Como todo o código está disponível e a tecnologia usada é bem difundida, vale a pena também investir em melhorar o HUGEpic e inovar seus projetos. **lw**



Tomo I. Começa a aventura definitiva dos seres mitológicos que tantas vezes inspiraram a literatura de fantasia



Tomo II. A jornada continua. O leitor é conduzido por um mundo fantástico, povoado por elfos, orcs, feiticeiros e outros seres



No Tomo III, aventuras emocionantes, perigos e romance desleçam esta trilogia apaixonante



A história do papa Bento XVI e da família Ratzinger, inclusive nos tempos do nazismo, contadas pelo irmão do próprio papa



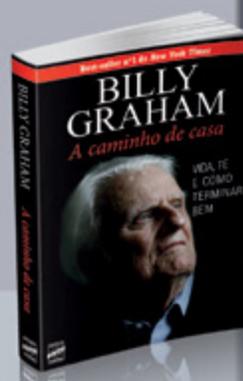
Linda Carlino lança um olhar feminino sobre os bastidores do poder na Europa dos séculos 15 e 16



Este livro do Dr. Walter Weber pode mudar a sua vida ou a vida de alguém querido



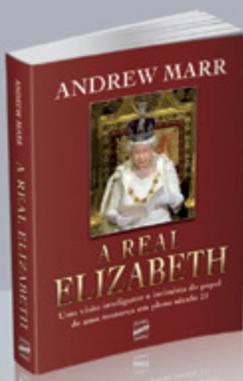
Nina meteu na cabeça que precisa se casar. Mas como encontrar o homem certo? Suzanne Leinemann conta



Última obra de Billy Graham, o livro é repleto de bons conselhos para que estejamos preparados para o dia em que cessar a nossa função vital



Uma mulher e dois homens. Kerstin Gier explora de forma divertida as diferenças entre amor e paixão



Andrew Marr faz um retrato fiel e sem precedentes de Elizabeth II e também do seu reinado ao longo dos últimos 60 anos



Neste thriller eletrizante, Andreas Gruber conduz com maestria assassinatos em série, com um final surpreendente



Rose Hardt conta a tocante história de uma mulher de meia-idade ao descobrir um segredo que mudará toda sua vida

# » Iw parceiros em destaque

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



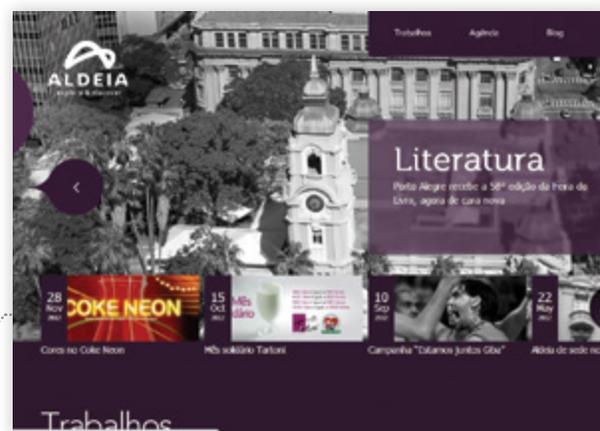
**Agência 11**  
[www.agencia11.com.br/website](http://www.agencia11.com.br/website)



**Terreno Fértil Comunicação Digital**  
[www.terrenofertil.com.br](http://www.terrenofertil.com.br)



**H1 Internet Soluções Web**  
<http://h1internet.com.br>



**Aldeia**  
<http://www.aldeia.biz>



**Analogia IT**  
<http://analogiait.com>



**BGW Consultores**  
<http://bgw.com.br>

Iw

# Serviços em Nuvem prontos para crescer

Esteja você desenvolvendo ou contratando um serviço de nuvem, pode ter certeza que a infraestrutura do seu centro de dados terá a performance e a segurança perfeitos para o TI de uma empresa em constante evolução.

PERFORMANCE ATÉ

80%▲

MAIOR

PERFORMANCE



Média de resultado geométrica

ATÉ

70%▲

MAIS EFICIENTE  
NO CONSUMO DE ENERGIA

EFICIÊNCIA



Resultados de Benchmark divididos pelo processador TDP

ATÉ

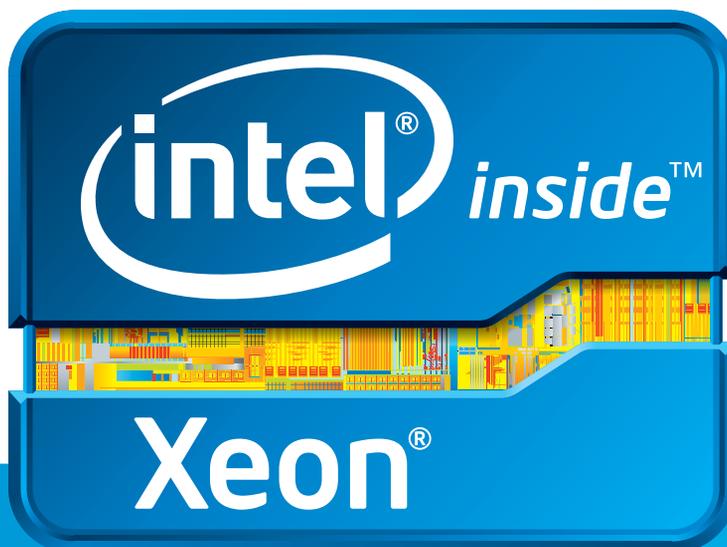
30%▼

MENOS  
LATÊNCIA DE REDE

LATÊNCIA



Tempo médio para um equipamento I/O ler a memória do sistema local em condição inativa



APRESENTAMOS A NOVA

FAMÍLIA DE PROCESSADORES INTEL® XEON® E5

Saiba mais em [intel.com.br/cloud](http://intel.com.br/cloud)

Apaixonados pelo Futuro.™



AGORA SEUS  
PROJETOS  
TÊM MAIS  
ESPAÇO PARA  
CRESCER.



### **Nova Revenda Plesk 11 Linux.**

**Planos com até 1.950 GB**, com espaços isolados e independentes para armazenamento, banco de dados e e-mail. Revenda nossa hospedagem personalizada com sua marca e ofereça a alta performance da Locaweb para seus clientes.

**Planos a partir de R\$ 49,90/mês.**

