

UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ – UFC
(FEAACS)

FAZENDO MARKETING NA INTERNET

André Moraes de Azevedo

Fortaleza – Ceará
Dezembro 1997

Esta Monografia foi submetida como parte dos requisitos necessários à obtenção da graduação em Administração de Empresas, outorgado pela Universidade Federal do Ceará, e encontra-se à disposição dos interessados na Biblioteca da Faculdade de Economia, Administração, Atuárias, Contabilidade e Secretariado - FEAACS/UFC

A citação de qualquer texto desta Monografia é permitida, desde que seja feita de conformidade com as normas da ética científica.

André Morais de Azevedo

MONOGRAFIA APROVADA EM: 05/12/97.

Prof. Sérgio ~~Vitorino~~ ~~Bézerra~~ ~~Nogueira~~
Professor Orientador

Zorandy Lopes de Oliveira
Professor da Banca Examinadora

Armando César Feitosa.
Professor da Banca Examinadora.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO	005
CAPÍTULO 1 – CONCEITOS BÁSICOS (INTERNET E MARKETING)	007
<u>1. O que é internet?</u>	008
1.1 <i>Um breve histórico.</i>	008
1.2 <i>O que se faz na internet?</i>	009
1.3 <i>Como funciona a internet?</i>	011
1.4 <i>Mas como eles se comunicam?</i>	011
1.5 <i>Quem é o dono da internet?</i>	012
<u>2. O que é marketing?</u>	012
2.1 <i>Marketing mix ou composto mercadológico</i>	013
CAPÍTULO 2 – SERVIÇOS BÁSICOS DA INTERNET	015
<u>1. Os termos mais comuns da rede</u>	016
1.1 <i>Recordando...</i>	016
<u>2. Serviços Básicos</u>	018
2.1 <i>World Wide Web (WWW, W3)</i>	018
2.2 <i>Correio eletrônico (E-MAIL)</i>	020
2.3 <i>FTP</i>	021
2.4 <i>Telnet</i>	024
2.5 <i>Finger</i>	026
2.6 <i>Newsgroups Usenet</i>	027
2.7 <i>Archie</i>	027
2.8 <i>Whois</i>	029
2.9 <i>Lista de discussão</i>	029
2.10 <i>IRC</i>	030
CAPÍTULO 3 – OS 10 PASSOS PARA SE CONECTAR À INTERNET	031
<u>1. Chegou a sua vez!!!</u>	032
1.1 <i>Providenciar um computador</i>	032
1.2 <i>Definir o tipo de conexão</i>	033
1.3 <i>O MODEM (Modelador/Demodador)</i>	034
1.4 <i>Escolher o provedor de acesso</i>	035
1.5 <i>Instalar softwares para a conexão</i>	035
1.6 <i>Fazer os primeiros testes</i>	036
1.7 <i>Estudar as diferentes ferramentas possíveis</i>	036
1.8 <i>Familiarizar-se com a cultura da internet</i>	037
1.9 <i>Faça perguntas, muitas</i>	037
1.10 <i>Vença os preconceitos</i>	039

CAPÍTULO 4 – RESTRIÇÕES E REGRAS DO MARKETING NA INTERNET	042
<u>1. Netiquetas</u>	043
1.1 <i>Ser comercial só em lugares próprios</i>	043
1.2 <i>Ser politicamente correto</i>	043
1.3 <i>Ser cauteloso</i>	043
1.4 <i>Ser breve</i>	044
1.5 <i>Ser gramaticalmente correto</i>	044
1.6 <i>Ser discreto</i>	044
1.7 <i>Ser específico</i>	044
1.8 <i>Ser honesto</i>	044
1.9 <i>Ser bem informado</i>	044
1.10 <i>Usar o bom senso</i>	044
CAPÍTULO 5 – CRIANDO SEU SITE E DIREITOS AUTORAIS NA INTERNET	047
<u>1. Como criar seu site</u>	048
1.1 <i>Domínio</i>	048
1.2 <i>Porque lançar a empresa na internet</i>	049
<u>2. Onde criar seu site</u>	050
<u>3. Direito autorais na internet</u>	051
CAPÍTULO 6 – DESENVOLVENDO SITES CRIATIVOS	052
<u>1. Fatores que devem ser levados em consideração</u>	053
<u>2. Site bom/ruim, feio/bonito</u>	054
2.1 <i>Tenha um objetivo</i>	054
2.2 <i>Conteúdo conta</i>	055
2.3 <i>Gráficos são um atraso</i>	055
2.4 <i>Coloque um resumo no site</i>	056
2.5 <i>Jogue a Âncora</i>	057
2.6 <i>Permita a busca</i>	057
2.7 <i>Teste suas páginas</i>	058
CAPÍTULO 7 – INTERNEWS	059
CAPÍTULO 8 – INTERNEWS II	097
CAPÍTULO 9 – TIRAS	107
CONCLUSÃO	121

BIBLIOGRAFIA

INTRODUÇÃO

Há bem pouco tempo não se imaginava falar em telefones que também transmitissem nossa imagem, muito menos uma casa onde se poderia ligar equipamentos com o simples som da voz e que seria possível conversar com nosso micro. Atualmente esta tecnologia impressionante já existe em nível comercial e está cada vez mais ligeiramente acessível e disponível à nós, inclusive nos mercados mais desenvolvidos do nosso país.

Nos anos 90 a progresso da tecnologia começou a mudar radicalmente o panorama do Marketing.

“Os Estados Unidos são um mercado consumidor que está sempre alguns passos à frente em questões tecnológicas e no qual forçosamente temos que nos espelhar na área de comunicações. A mídia impressa, contrariamente àqueles que decretaram sua falência até o final do século, vem recuperando as características de segmentação, oferecendo, cada vez mais, um leque maior de opções, inclusive de alta tecnologia”.¹

A comunicação com o consumidor final caminha para um processo interativo, ou seja, as fronteiras entre as ações no ponto-de-venda e a propaganda estão se acabando.

A tecnologia está fazendo com que as relações de compra e venda cada vez mais tenham caráter de interatividade, transformando as vendas no varejo e no atacado atuais em vendas diretas.

“O processo valorizará a comodidade das sociedades. A mídia como elemento de comunicação passa a ser cada vez mais dirigida, personalizada e interativa”.²

¹ Barros, Welhington. Marketing para todos – Mídia: visão e delírio. Fortaleza/CE, Fundação Demócrito Rocha, 1996, pág. 58

² Barros, Welhington. Marketing para todos – Mídia: visão e delírio. Fortaleza/CE, Fundação Demócrito Rocha, 1996, pág. 58

E o Brasil???

Até alguns anos atrás o Brasil estava muito parado na sua própria capacidade de evolução na área de informática. Foram abertas as proteções e o País apressou-se, à procura de uma equiparação no domínio da informática.

Boa parte das empresas brasileiras de comunicação já estão na Internet, ou seja, nossas grandes empresas de comunicação já estão se ajustando ao novo sistema.

A Internet tem, a mais ou menos cada vinte minutos, uma nova empresa entrando na sua rede mundial. É um mundo de mudanças.

A maneira de vender os produtos e manter contato com os consumidores está mudando juntamente com a área de mídia que está diversificando a forma de planejar, checar, autorizar, comprar e compensar anúncios.

“O que de Visão virou Delírio, agora já é realidade, felizmente também no Brasil”.³

O objetivo deste trabalho é mostrar essa nova técnica de marketing, a venda através da Internet com um enfoque principalmente prático. Iniciaremos com a conceituação básica de Marketing e de Internet, mostraremos as vantagens e os procedimentos necessários para se divulgar produtos na Internet e relatar fatos que estão acontecendo hoje no Brasil relacionados à área.

³ Barros, Welhington. Marketing para todos – Mídia: visão e delírio. Fortaleza/CE, Fundação Demócrito Rocha, 1996, pag. 58

CAPÍTULO 1

Conceitos Básicos (Internet e Marketing)

1 - O que é INTERNET ?

Internet é uma rede mundial de redes de computadores.

Uma rede de computadores é simplesmente um conjunto de computadores interligados, capazes de trocar informações.

No nosso dia-a-dia, certamente já ouvimos falar numa rede de computadores. Por exemplo: no supermercado, no banco, etc.

A Internet é a ligação de milhares de redes de computadores pelo mundo afora.

Essa “Supervia da Informação”, como é conhecida, possibilita diversos serviços de cultura e informação e troca de mensagens entre seus usuários.

É tão impressionante a força da Internet que nos Estados Unidos, onde se concentra a maioria dos usuários, foi constatado que quem começa a usá-la assiste menos televisão.

Hoje em dia existem cerca de 3 milhões de hosts, ou seja, computadores ligados diretamente à Internet. A partir destes hosts se ligam vários outros computadores, perfazendo um total de aproximadamente 40 milhões de usuários. Sendo ainda que a taxa de crescimento atual da Internet é de 1 milhão de usuários por mês.

1.1 - Um Breve Histórico.

A Internet surgiu de um sistema criado em 1969 pelo Departamento de Defesa dos EUA. Esta rede de computadores era conhecida como ARPANET (Advanced Research Projects Agency), cujo objetivo era viabilizar o

compartilhamento de dados e a comunicação entre cientistas e engenheiros envolvidos em projetos militares por todo o país.

Nesta época, auge da guerra fria, os Americanos temiam um ataque Russo aos seus centros de informação. Foi então que surgiu a idéia de descentralizar as informações, colocando-as em vários computadores espalhados pelo país.

Com o passar do tempo, diversas universidades e institutos de pesquisa de todo o país e até de outros países se ligaram a rede, acabando com o seu caráter militar.

Em 1983, a ARPANET foi dividida em duas outras redes: a NSFNET para fins não militares e a MILNET, exclusiva para o setor militar.

Já em 1987, a NSFNET tornou-se acessível a qualquer pesquisador acadêmico, instituição educacional ou a qualquer organização internacional de pesquisa.

Em 1990 a agora conhecida Internet começou a funcionar e cresce velozmente. Em dez anos, de 1980 à 1990, o número de pessoas usando a rede passou de 5.000 para cerca de 30 milhões.

1.2 - Que se Faz na Internet ?

- Correio Eletrônico

O correio eletrônico é a aplicação mais utilizada na Internet. Isso porque, em relação ao correio tradicional, ele tem várias vantagens, como custo baixo, velocidade e recursos que o serviço postal não tem como enviar programas de computador, sons e vídeos, etc.

A frequência com a qual você lê sua caixa postal eletrônica é o medidor que indica o quanto você usa a Internet.

- Informações

Na Internet existem vários serviços de informação. O mais usado principal é sem dúvida o WWW.

O WWW é uma forma de acesso a informações com recursos de multimídia, como animações, imagens e sons. Com ele, a procura de informações na Internet torna-se bastante rápida e interessante.

- Programas

Qualquer um que utiliza-se de um computador tem a necessidade de adquirir programas novos.

A Internet é um repositório inesgotável de programas dos mais diversos tipos. São programas direcionados para programadores, utilitários, científicos, educativos, etc. No entanto é também um verdadeiro "ninho" de vírus de computador, que são programas que destroem programas.

- Diversão

Existem dezenas de jogos on-line na Internet, como por exemplo: Bridge, jogos tipo RPG, Reversi, Xadrez, etc. O mais impressionante é que o seu adversário pode estar na mesma cidade que você ou até mesmo no Japão.

1.3- Como Funciona a Internet ?

“Os computadores da Internet não estão ligados entre si de uma forma homogênea. Podem estar ligados por linhas telefônicas, linhas privadas e até link de microondas. Além disso, são máquinas diferentes utilizando sistemas operacionais diferentes.”⁴

1.4- Mas como eles se comunicam ?

Para permitir compatibilidade entre os sistemas, foi criado um protocolo padrão de comunicação. Em redes de computadores, protocolo é a linguagem com a qual os computadores se comunicam. Esta língua na Internet é o TCP/IP (Protocolo de Controle de Transmissões/ Protocolo Internet).

Com o TCP/IP, as informações podem sair de sua origem e chegar inalteradas ao seu destino que pode ser qualquer máquina ligada à Internet.

Uma informação que trafega pela rede é chamada de pacote.

Na realidade quando você se conecta a um computador na Internet as informações, ou pacotes, passam, até chegar ao seu destino, por diversos outros computadores.

Os diversos caminhos que o pacote percorre são chamados de rotas.

Na Internet as diversas redes são conectadas por roteadores, ou seja, computadores especiais responsáveis pela transmissão de dados de forma eficiente entre as redes que formam a Internet.

⁴ InAccess. Acesso Discado à Internet – Tutorial sobre Internet. Versão 2.0 – 1996

1.5 - Quem é o Dono da Internet ?

Na realidade, a Internet não tem dono. Ela é um jogo virtual enorme de montar: todo mundo, ao invés de se dirigir a um usuário específico, pede emprestadas as peças a ela.

A Internet é como um recurso global, que se desenvolve e cresce quase organicamente. No entanto, não é completamente desregulamentada.

Se você tiver que apontar uma organização que tenha mais influência que qualquer outra, teria que escolher a Fundação Nacional de Ciências (NFS) dos EUA. Já no Brasil é a Rede Nacional de Pesquisa (RNP) que coordena o acesso à Internet.

2 – O que é MARKETING?

MARKETING é definido como processo gerencial e social através do qual as pessoas e grupos conseguem o que desejam e necessitam através da criação e troca de valores e produtos, ou seja, marketing é trabalhar com mercados para conseguir trocas com finalidade de satisfazer os desejos e necessidades das pessoas.

"Marketing é fabricar produtos com a qualidade que atendam as expectativas geradas no cliente; é oferecer serviços que **encantem** o cliente e que o tornem cativo, é acima de tudo, e antes de mais nada, respeito ao consumidor."⁵

⁵ Buhamra, Cláudia. Marketing para todos – Mentiras sobre o Marketing, Fortaleza/CE, Fundação Demócrito Rocha, 1996, pág. 08

Então, ao contrário do que muitos pensam, marketing não é somente propaganda;

“também é responsabilidade dele administrar a criação e o lançamento de produtos, marcas e embalagens, determinar preços adequados aos produtos do mercado e à concorrência, definir e decorar de forma adequada o ponto de venda, orientar o pessoal de atendimento a lidar com os clientes, organizar serviços pós-venda, manter um database marketing (banco de dados sobre clientes) para contatos por mala-direta e telemarketing e, finalmente, criar serviços que agreguem valor aos produtos e diferenciem a empresa dos seus concorrentes.”⁶

2.1 – Marketing Mix ou Composto Mercadológico

Atualmente, o que realmente importa para uma empresa é a forma de como os clientes percebem a mesma e seus produtos e o que, na linguagem deles e não na do fornecedor dos serviços e produtos, é importante para eles.

“Desenhar o futuro e preparar as estratégias do presente para que o futuro se torne uma realidade palpável, significa usar as idéias de marketing **efetivamente**, tornando a satisfação do consumidor o foco e o objetivo do negócio.”⁷

Um planejamento cuidadoso e pensado é constantemente requerido em um planejamento de uma estratégia de marketing.

O Composto Mercadológico ou Marketing Mix é formado de quatro P's, ou melhor, quatro fatores básicos do Marketing: Produto (Product), Preço (Price), Distribuição (Place) e Promoção (Promotion) e, hoje em dia, já se fala em outros P's como Apresentação (Presentation) e Pessoas (People), todos eles voltados para o cliente. Ou seja, os clientes em primeiro lugar (seja ele interno ou externo) e sempre com honestidade, habilidade, dinamicidade, criatividade e humor.

⁶ Buhamra, Cláudia. Marketing para todos – Mentiras sobre o Marketing, Fortaleza/CE, Fundação Demócrito Rocha, 1996, pag. 09

⁷ Lima Jr., José H. Viana. Marketing para todos – Marketing Mix e a empresa da Nova Era. Fortaleza/CE – Fundação Demócrito Rocha, 1996. Pág. 15

Os bens e serviços que adicionam qualidade e valor para os clientes estão inclusos no **P** de **Produto**. Quero dizer que é necessário oferecer uma enorme diferenciação de estilos e modelos com embalagens e marcas sedutoras e atraentes aliadas a serviços ampliados envolvendo garantias, facilidades e atendimento.

No **P** de **Preço** deve-se levar em consideração o que o produto custa ao cliente.

A distribuição (**Place**) precisa levar ao local certo, o produto certo, através dos canais de distribuições certos, visando uma cobertura completa.

A **Promoção** precisa ser utilizada com criatividade efetiva, englobando as relações públicas, merchandising, a força de venda (pessoal), a propaganda e a promoção de vendas.

O **P** de **People** significa desenvolver e gerenciar os talentos humanos oferecendo (Motivação, Orientação e Treinamento) que gere comprometimento e envolvimento de todos com os resultados esperados pela empresa.

O **P** de **Presentation** (Apresentação da Organização) envolve um conjunto de símbolos, imagens e cores que oferecem uma nova cara. Há também uma série de outros elementos que dão à empresa uma idéia de modernidade, ou lentidão, ineficiência ou eficácia, como eventos, decoração e mobília, manuais de procedimento, vídeos institucionais, uniformes, publicidade, logotipos e Layout.

CAPÍTULO 2

Serviços e Ferramentas Básicas da Internet

1 - Os termos mais comuns da rede

A troca de informações e a comunicação de dados em nível global já é uma realidade atualmente. A internet, de uma maneira bastante resumida, pode ser entendida como uma forma de permuta de informações entre computadores diferentes situados em ambientes remotos, conectados entre si através dos avançados meios oferecidos pela engenharia de telecomunicações.

1.1 - Recordando...

A Internet surgiu nos Estados Unidos em 1969. Financiadas pelo Departamento de Defesa Americano, tiveram as atividades do Projeto ARPA (Advanced Research Projects Agency) iniciadas. Seu objetivo era facilitar o compartilhamento e comunicação de dados entre cientistas e engenheiros que trabalhavam em projetos militares espalhados por todo o país.

Poucos sabem, mas tudo foi motivado pela "paranóia" da guerra fria. O fato era uma rede que continuasse funcionando em caso de um bombardeio. Foi estruturado então o conceito de Internet como conhecemos hoje; uma rede de computadores conectados entre si, onde as informações estão distribuídas entre vários centros. Assim, se um determinado "nó" da rede deixa de trabalhar, os outros continuam a se comunicar normalmente.

"Durante o projeto ARPA foi implementada a criação de protocolos de rede (conjunto de normas e regras que garantem a comunicação entre dois, ou mais, computadores em rede). Foram desenvolvidos os primeiros protocolos de aplicação, dentre eles o FTP (File Transfer Protocol), que trata da transferência de arquivos entre máquinas distintas, e o Protocolo de Terminal Virtual - TELNET, amplamente utilizados nos dias de hoje."⁸

⁸ Becherini, Fábio e Luiz C. Santos. Internet World (Agosto 96) - Serviços Básicos da Internet, pág. 80.

O nome Internet surgiu quando a tecnologia criada pelo projeto ARPA permitiu a ligação de computadores de universidades americanas, e também de outros países, validando, assim, o funcionamento da rede de longa distância.

Durante cerca de vinte anos a Internet ficou restrita ao ambiente acadêmico. Enquanto isto, estava acontecendo um outro tipo de revolução. As empresas iniciavam a troca de seus mainframes por redes locais de computadores, as quais alteraram a maneira das pessoas trabalharem com a computação, ampliando e facilitando o manuseio das informações.

A existência mútua das redes locais com as redes de longa distância levou ao desenvolvimento da tecnologia de "interconexão de redes". Os usuários de uma rede local sentiam cada vez mais a necessidade de ter acesso a outras redes, fossem elas de longa distância ou locais. Dessa maneira surgiu naturalmente a Internet.

Vista por este ângulo, a Internet não é exatamente uma rede de computadores, mas um sistema de redes conectadas entre si, que teve como berço o projeto ARPA, e deste aproveitando as principais aplicações: o protocolo de terminal virtual TELNET e o protocolo de transferência de arquivos FTP. Para organizá-la foi criada a arquitetura TCP/IP -TCP (Transmission Protocol) protocolo de transporte e IP (Internet Protocol) protocolo de rede.

Atualmente a Internet é um conjunto de mais de 70 mil redes no mundo inteiro, ligando entre si todos os continentes e englobando mais de 150 países. O protocolo TCP/IP é o que estas redes têm em comum, o qual possibilita que as mesmas comuniquem-se entre si. Estatísticas atuais mostram que há

aproximadamente 10 milhões de computadores conectados, o que equivale a mais de 50 milhões de usuários.

Para atender aos diversos objetivos dos usuários, foram disponibilizadas dezenas de serviços, dentre os quais temos: WWW, correio eletrônico (E-MAIL), FTP, TELNET, Finger, Usenet, Archie, News, Gopher, Veronica, Wais, Netfind, Whois, etc.

2 - Serviços Básicos:

2.1 - World Wide Web (WWW,W3):

World Wide Web é um serviço da Internet que oferece uma interface gráfica (programa que fornece objetos gráficos para facilitar a visualização e execução de tarefas) de fácil navegação para visualização de documentos multimídia, ou seja, o WWW faz da Internet um grande CD-ROM de informações multimídia, tais como animações, sons, fotos e imagens. Mas, existe uma diferença importantíssima: seu CD-ROM contém uma quantidade finita de dados, enquanto que na Web diariamente está sendo atualizada.

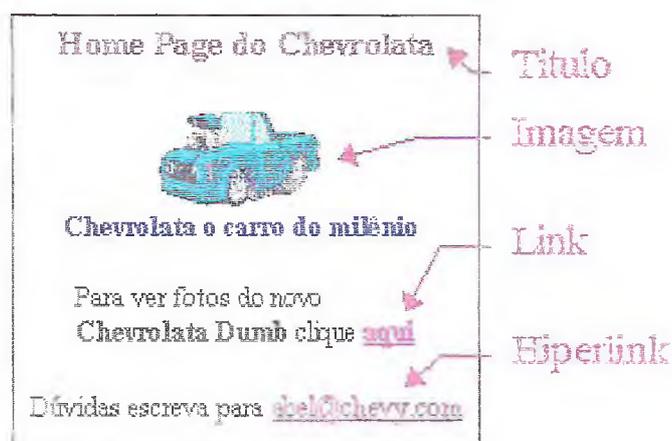
O WWW é um sistema de hipertexto (texto que contém links – conexão entre duas partes de informação – que levam para animações, sons, imagens ou até outros textos) com recursos de multimídia.

No WWW o outro lado da ligação pode estar em qualquer equipamento conectado a Internet, ou seja, em qualquer lugar do mundo. Por isso é chamado de World Wide Web, que pode ser entendido como *Grande Teia Mundial*. As ligações para outros documentos, fotos, imagens, sons,

animações, são chamadas de links ou hiperlinks (conexões entre duas partes de informação utilizando os recursos da rede). Através dos links, você pode navegar por uma vasta gama de informações, sem precisar saber em qual máquina ou país o documento está localizado. Com o aumento da velocidade de conexão, em poucos segundos você pode sair de Fortaleza e chegar no Japão.

- O que é uma Página Web (Web Page) ?

Web Page é o equivalente a documento WWW, ou seja, é a forma mais amigável de exibição de informações na Internet. Veja os componentes básicos de uma Web Page :



Título: Nome da página visitada.

Imagem: Figura ou foto que é exibida na página.

Link: Ligação para um objeto (outro documento, vídeo, som ou imagem) dentro da mesma máquina.

Hyperlink: Ligação para um objeto em outra máquina da Internet, utilizando os recursos da rede.

- **Como navegar pelo WWW ?**

Os documentos Web estão guardados em computadores de todo o mundo. Estas máquinas são chamadas servidores Web. Para visualizar estes documentos no seu micro, utiliza-se um programa especial que conecta com o servidor e exibe a Web Page. Este programa chama-se Browser Web. Para navegar pelo WWW basta utilizar os recursos do Browser Web e seguir a sua curiosidade.

2.2 - Correio Eletrônico (E-MAIL):

A essência da conexão em rede é o desejo de se comunicar. O e-mail (correio eletrônico) é o serviço mais utilizado na Internet. Ao invés de enviar cartas pelo correio tradicional, via e-mail elas chegam com maior segurança e rapidez ao destinatário. Acredite, uma mensagem enviada de Fortaleza para Tóquio pode chegar em segundos.

Então, existem duas razões principais para se estar conectado na Internet. A primeira é obter informações e a segunda é contactar usuários de todo o planeta. Com o Correio Eletrônico, pode-se enviar mensagens de qualquer tamanho individualmente ou para grupos inteiros de usuários da Internet. O Correio Eletrônico é um sistema automatizado de mensagens entre usuários da Internet. Ele possui várias vantagens em relação ao serviço postal (correio) e à comunicação convencional (voz e fax):

- Velocidade: A mensagem enviada chega a caixa postal (área em disco no computador do seu provedor de acesso onde as suas mensagens recebidas ficam armazenadas) do destinatário em poucos segundos.

- Custo: Pagando apenas uma ligação local, você pode se comunicar com uma pessoa do outro lado do mundo.

- Comodidade: Não é preciso procurar uma caixa de correio ou comprar um selo para mandar uma mensagem para qualquer lugar do mundo.

A idéia de correio eletrônico gira em torno do conceito de endereço. Um endereço de correio eletrônico informa todas as informações necessárias para que uma mensagem seja enviada para você de qualquer parte do mundo. Na Internet, cada usuário é identificado com um nome chamado de e-mail (seu endereço eletrônico na Internet). Ao se filiar a um provedor de acesso, será pedido a você um nome chamado de login (nome que o identifica em um sistema), que é a primeira parte do seu e-mail. O restante é a designação de domínio (parte do e-mail que permite identificar as instituições da rede) que é colocada após do símbolo de @ (arroba). Por exemplo: o usuário daniella@ufc.br tem o login daniella e pertence ao domínio ufc.br.

Todo usuário da Internet deve familiarizar-se com o seu sistema de correio. Mais tarde, ele pode pensar em assinar uma mailing lists (lista de discussão) e quando estiver se sentindo confortável lendo as mensagens que chegam, poderá participar do papo.

2.3 - FTP:

A Internet nos oferece o FTP (File Transfer Protocol), que tem como objetivo permitir a transferência de arquivos entre dois sistemas de uma rede, ou seja, promove facilidades que permitem a transferência, a remoção, e a renomeação de arquivos inteiros, controlar o acesso a arquivos remotos e a

manipulação de diretórios. Ele também define alguns tipos de estruturas de arquivos com o propósito de resolver os problemas mais comuns encontrados devido a diferenças entre os diversos sistemas.

Então, FTP, a sigla em inglês para Protocolo de Transferência de Arquivos, tem como objetivo possibilitar que máquinas ligadas a Internet possam trocar arquivos entre si. Para se conectar a um servidor FTP basta ter em mãos o endereço FTP do mesmo. O FTP funciona igualmente a conexão com o provedor de acesso, é pedido um login e um password (senha pessoal de acesso para um sistema) para acesso aos arquivos. Existem duas formas de FTP:

- FTP Convencional: No FTP convencional, em resposta ao login é colocado o login do usuário naquele servidor. Isto é, ele deve ser um usuário deste sistema. Desta forma, o FTP convencional restringe-se a usuários próprios de um determinado sistema.

- FTP Anônimo: FTP Anônimo é um serviço no qual o usuário tem acesso a arquivos de domínio público, ou seja, para uso grátis. Ao entrar em um servidor FTP em resposta ao pedido de login é colocada a palavra "anonymous" e em resposta ao password o e-mail do usuário. Assim, qualquer usuário da Internet pode entrar no sistema e copiar arquivos para o sua máquina. Ao estabelecer uma conexão com um servidor FTP, o usuário terá acesso aos diretórios e arquivos que foram disponibilizados por este servidor. O FTP permite a transferência de arquivos, isto é tanto o download (processo de transferir uma cópia de uma arquivo em um computador remoto para outro

computador através da rede) como o upload (inverso do download). No caso do FTP Anônimo, na maioria dos casos só é permitido o download.

- Que se Pode Fazer com o FTP Anônimo ?

Uma das razões da criação da Internet foi permitir a troca de informações por parte de pesquisadores de todo o planeta. O FTP permite que textos com formatação própria, arquivos gráficos, manuais e outros tipos de arquivos estejam disponíveis para qualquer um que se interesse pelo assunto. Uma das coisas melhores no FTP Anônimo é a difusão de programas shareware e programas freeware, o que torna a Internet uma fonte inacabável de programas e utilitários dos mais variados tipos como, visualizadores de imagens, antivírus, jogos, etc. Uma das vantagens do FTP Anônimo, é que em alguns servidores os arquivos são periodicamente atualizados. Desta forma, você pode fazer download de versões mais atuais de programas, como é o caso dos programas antivírus, que precisam ser atualizados em um prazo muito curto de tempo.

O FTP é o principal método de transferência de arquivos na rede. Com a permissão apropriada, é possível copiar um arquivo de uma máquina localizada no outro lado do mundo para outro aqui em Fortaleza a taxas de velocidades relativamente altas.

Então, os principais objetivos do FTP Anonymous são:

- realizar o compartilhamento de arquivos, sejam dados ou programas;
- incentivar a utilização de computadores remotos;

- tornar visível ao usuário as diferenças existentes entre sistemas de arquivos associados a estações de uma rede;

- transferir dados entre dois sistemas de maneira confiável e eficaz.

"O FTP trabalha com o modelo cliente-servidor, onde o sistema de destino (também chamado de servidor) responde aos comandos do sistema de origem (também chamado cliente). O modelo implementado possui uma característica interessante, que é a de utilizar duas conexões diferentes entre os sistemas envolvidos: uma denominada conexão de controle, dedicada aos comandos FTP e as suas respostas; e a outra denominada conexão de dados, dedicada a transferência de dados."⁹

2.4 - TELNET:

Esse é o mais importante protocolo Internet para estabelecer conexão com uma máquina remota. É através dessas conexões remotas que se é possível executar comandos e programas em um equipamento diferente daquele no qual se está conectado primeiramente, ou seja, realizada a conexão tudo funciona como se você estivesse sentado na frente daquele computador.

Mas, e antes da conexão? Como encontrar nosso computador?

Uma rede de computadores sempre tem uma forma de identificar cada máquina conectada a ela, e direcionar todas as informações corretamente. Para identificar um computador por exemplo na Internet, cada equipamento em uma determinada rede local é assinalado um único endereço numérico (IP address) e um nome, quando o software (programa) de rede é instalado e configurado naquele computador. Para quaisquer outros computadores na rede teremos também endereços IP e nomes únicos.

⁹ Becherini, Fábio e Luiz C. Santos. Internet World (Agosto 96) – Serviços Básicos da Internet, pág. 82.

Um host ou um nó é um computador na rede. Nó local é o nó ou host ao qual seu terminal (computador) está fisicamente ligado. Um computador na rede é um nó remoto, ao qual seu nó local pode se comunicar. Você pode achar um nó digitando o endereço (seu endereço numérico - IP address ou seu nome).

É possível executar programas estando, por exemplo, em outros países, isso é feito através de uma conexão remota. Para que isto se torne possível é necessário ter acesso a uma máquina Internet neste outro país. Além de podermos utilizar os recursos da máquina remota, temos acesso a outros serviços Internet, tais como Correio Eletrônico, Gopher, etc. Nestes casos, realizando-se Telnet para um determinado endereço, estabelece-se conexão com um programa remoto, o qual pode permitir consulta a um banco de dados, fornecer informações sobre uma universidade, ou até mesmo realizar compras.

Então, Telnet é um programa que transforma o seu equipamento em um terminal de um computador remoto ligado à Internet. Ser terminal de um computador remoto, significa que vai haver uma simulação do uso de outro computador, ou seja, o usuário vai usar uma máquina à distância utilizando seu teclado para enviar comandos e seu monitor para receber dados. Uma outra designação para Telnet é Acesso Remoto. O Telnet é um dos programas mais simples e mais antigos da Internet. Uma sessão Telnet é feita em modo texto. Isso quer dizer que ao se conectar em um servidor utilizando Telnet, você só vai visualizar caracteres (letras).

Há duas maneiras de acesso utilizando Telnet. São elas:

- Acesso Pessoal: Ao iniciar uma sessão Telnet comum são exigidos um login e um password, ou seja, o usuário precisa ser cadastrado no sistema.
- Acesso não Identificado: No ato da conexão não é exigida nenhuma identificação ou existe uma orientação para login e password genéricos. Assim, qualquer usuário da Internet pode utilizar os recursos do sistema. O Telnet permite acesso a BBS (Bulletin Board System, sistema que oferece serviço de correio eletrônico e conversação on-line), Shoppings, Agências de Viagem, Serviços On-line e Bibliotecas. Existem, também, hosts que fornecem serviço Telnet especializado em: provedores de acesso, organizações, rádio amadores, jogos, odontologia, etc.

2.5 - FINGER:

Finger é o serviço que retorna informações sobre usuários. Ele pode ser usado de duas formas: conhecer quais usuários de um determinado host estão on-line, ou seja, conectados à Internet naquele momento e obter informações sobre o usuário. As informações básicas disponíveis sobre os usuários são: login, nome verdadeiro, data e hora da última mensagem recebida e data e hora da última leitura de mensagens. As informações disponíveis sobre os usuários on-line em um host são: login, nome verdadeiro, nome ou número IP (número que representa um host) da máquina onde está conectado e dia da semana e hora do início da conexão.

- Procurando Informações sobre Usuários

Para obter informações sobre um determinado usuário basta entrar com o seu e-mail no programa Finger. A partir daí, o Finger vai contactar o sistema do usuário e exibirá os dados da consulta.

- Procurando por Usuários On-line

Para saber quais usuários de um determinado sistema estão on-line, basta entrar com o nome do host no programa Finger. Daí em diante, o Finger vai contactar o sistema e exibirá os dados da consulta.

2.6 - NEWSGROUPS USENET:

Os softwares de Newsgroups Usenet não são os mais fáceis de se aprender. Porém vale a pena utilizar algum tempo aprendendo, porque com deles os usuários poderão sempre fazer perguntas e obter respostas. Uma vez conectado no servidor, deve-se verificar a lista de newsgroups disponíveis, escolher os grupos que pareçam interessantes e assiná-los.

2.7 - ARCHIE:

Archie é um serviço de procura de arquivos armazenados em sites FTP anônimo. Ou seja, o usuário entra com uma palavra-chave e escolhe um servidor Archie (computador que tem um cadastro enorme de arquivos espalhados pela Internet). Daí em diante é só iniciar a procura que o servidor Archie vai pesquisar, dentre os arquivos que ele conhece, quais os que possuem a palavra-chave escolhida. Quando inicia-se uma busca com o Archie, na realidade, o usuário conecta-se a um computador remoto que

contém cadastros atualizados de arquivos disponíveis em sites FTP anônimo. Findo a pesquisa, o servidor Archie retorna os nomes dos sites FTP (endereço de algum computador ligado na Internet que fornece algum serviço específico) e os diretórios onde os arquivos procurados se encontram. Então, é só utilizar o FTP anônimo para trazer os arquivos desejados.

- Tipos de Busca Archie

Ao iniciar uma procura Archie, são oferecidas 4 opções de busca. São elas: Exact, Substring (case sensitive), Substring e Regular Expressions. O adequado uso destas opções pode ajudar a procura de arquivos com o Archie na Internet.

Exact: É o tipo de procura mais rápido que existe. Torna-se útil se o usuário já sabe o nome completo do arquivo que está procurando, pois o servidor Archie vai procurar o arquivo cujo nome é exatamente igual a palavra-chave de entrada.

Substring (case sensitive): É útil se o usuário só sabe uma parte do nome do arquivo ou procura por uma versão mais atual de um programa conhecido, pois é realizada uma busca da palavra-chave no interior do nome dos arquivos.

Substring: É mais lento que o substring (case sensitive), pois realiza mais pesquisas. Torna-se útil se o usuário só sabe uma parte do nome do arquivo e deseja fazer uma pesquisa mais completa, pois é realizada uma procura da palavra-chave no interior do nome dos arquivos, sem diferenciar letras maiúsculas e minúsculas.

Regular Expressions: Utiliza-se de caracteres especiais para definir buscas mais específicas, sendo, portanto, o método mais lento de procura.

2.8 - WHOIS:

WHOIS é o serviço de busca de usuários da Internet. Enquanto o Archie é utilizado para procurar arquivos o WHOIS pode retornar informações como nome completo, e-mail e telefone de usuários. O WHOIS conecta-se a um computador que tem um enorme cadastro de usuários, no entanto, este computador não possui um cadastro de TODOS os usuários da Internet, ele apenas possui um grande banco de dados de usuários.

Ao iniciar o programa WHOIS, você tem duas coisas a fazer : Escolher o servidor de banco de dados WHOIS, ou seja, a máquina que possui o cadastro de usuários, normalmente é oferecida a opção inicial rs.internic.net, ou entrar com uma informação do usuário procurado, essa informação deve ser um nome ou um sobrenome e se houver o programa retorna o nome completo, e-mail, e telefone dos usuários relacionados com a informação de entrada.

2.9 - Lista de Discussão:

Lista de Discussão é um serviço de troca de mensagens automatizado, onde usuários interessados em um determinado assunto passam a compartilhar mensagens entre si, ou seja, é um endereço eletrônico que redistribui, a uma lista de endereços, todas as mensagens recebidas. Quer dizer, todo mundo recebe as mensagens de todo mundo. Quem coordena uma Lista de Discussão é um computador denominado servidor de listas. Ele é

quem lhe repassa as mensagens de outros assinantes e manda suas mensagens para os demais. A função da Lista de Discussão é trocar informações sobre um assunto específico e é através dela que usuários podem entrar em contato com pessoas que jamais conheceria e aumentarem seus conhecimentos.

2.10 - IRC:

IRC é o serviço que possibilita um bate-papo escrito entre usuários conectados a Internet. IRC é a sigla para Internet Relay Chat que significa estação de conversa da Internet. Para conversar com o IRC, o usuário deve escolher um apelido e se conectar a um servidor IRC. Para isso basta utilizar o programa de IRC do computador. No IRC, as conversas se dividem em canais, onde cada canal tem um nome próprio e o número de pessoas que estão nele. Ao acessar um canal, o usuário pode ver todos os diálogos que estão rolando entre os demais usuários e conversar também. Existe a opção de conversar reservadamente, ou seja, sem que os outros usuários vejam o papo.

CAPÍTULO 3

Os 10 passos para se conectar à Internet

1 - Chegou a sua vez!!!

Primeiro alguém lhe disse que sua empresa devia informatizar-se. Agora, dizem que precisa ligar-se a Internet. Isso é verdade, Internet e computadores são coisas essenciais da vida moderna.

Se sua empresa tem ouvido falar do potencial de informações existente a partir da Internet. É verdade! Imagine que cada um dos seus assuntos de maior interesse profissional estão bem representados na rede. E se não estiverem, é hora de você mesmo dar a sua contribuição, adicionando informações suas.

A Internet, pela primeira vez, está possibilitando o uso de uma moderna e poderosa tecnologia sem o medo que caracteriza a adaptação ao mundo dos computadores.

Para chegar lá, parece óbvio que o primeiro passo é...

1.1 - Providenciar um Computador

Há várias formas de conectar-se à Internet. No entanto, o primeiro requisito (quase sempre...) será um computador.

"A chamada conexão full (completa), interativa, em plataformas gráficas baseadas nos protocolos conhecidos como TCP/IP pode ser feita a partir de computadores baratos (como os 386) rodando Windows".¹⁰

Obviamente, em se tratando de computador, quanto mais veloz, melhor. Um 486, com 8 Mb de memória RAM, já é o bastante. Claro, da mesma

¹⁰ Chalab, Sérgio. Internet World (Agosto 96) – Chegou a sua vez!, pág. 34.

forma que velocidade, quanto mais memória, melhor. Sem esquecer que a maioria dos computadores permite acréscimos modulares.

A Internet não é coisa exclusiva para máquinas do tipo PC, os Macintosh, também tem acesso, a não ser que sua máquina seja muito antiga. No entanto, mesmo para os PC's, dependendo da situação, os caminhos para sua conexão podem diferir. Portanto, o segundo passo recomenda...

1.2 – Definir o tipo de conexão

É necessário antes definir os tipos diferentes de conexão. Os requisitos para a conexão física de seu computador à Internet mudam de acordo com o tipo de conexão desejada, como define bem o Guia do usuário Internet/Brasil, produzido pela Rede Nacional de Pesquisa.

A forma de acesso mais simples é a nomeada dial-up ou acesso discado. Neste caso, a empresa disca para um número de telefone do seu provedor de acesso e conecta-se ao computador do outro lado da linha.

Outra forma é a conexão dedicada que é utilizada quando a frequência e o tempo de duração de acesso a Internet são altos. Aí, isto requer que a empresa tenha, como passo inicial, contratar uma linha a uma certa velocidade (ex.: 64 Kbps) da empresa até o seu provedor de acesso. Esse serviço é prestado pelas *teles*, como a Teleceará, CRT, TeleSP, etc., e leva o termo técnico de LPCD (Linha Privativa para Comunicação de Dados).

Nestas conexões, o computador pode trabalhar como um simples terminal de dados, mostrando apenas o resultado das tarefas que estão sendo rodadas no computador do seu provedor, ou podem passar a integrar

efetivamente a Internet. Para tanto, recebe um endereço IP, que identifica um computador na Internet e permite que o mesmo se comunique diretamente com qualquer outro que esteja na rede. O computador do seu provedor de acesso funciona, neste caso, apenas como um roteador dos dados que chegam e saem do computador da empresa.

A forma mais comum de conexão direta à Internet por meio de linha discada é baseado no protocolo de comunicação PPP (Point-to-Point Protocol) ou no SLIP (Serial Line IP). Estes dois protocolos estabelecem um conjunto de regras que possibilitam que o computador possa comunicar-se com o computador do provedor (e com toda a rede) através do modem e da linha telefônica. Neste tipo de ligação, a conexão à Internet só existe durante o tempo em que a chamada telefônica ao provedor de acesso estiver ativa.

Seja via linha discada ou LPCD, a conexão exige mais um equipamento para ser usado com o computador. O terceiro passo trata dele...

1.3 – O MODEM (Modelador/Demodelador)

Para o modem - equipamento que faz a conexão do computador com a linha telefônica -, também é válido o "quanto mais rápido, melhor".

Os provedores de acesso Internet brasileiros oferecem atendimento a 36.6 Kbps (e alguns já ensaiam velocidades maiores) e, portanto, investir em um modem de menor velocidade é pedir para se arrepender logo, logo.

A empresa vai precisar ainda de uma linha telefônica.

Findo isto é só o provedor de acesso implantar conectividade IP através da linha, convertendo o computador conectado a essa linha, num no

permanente da Internet, com endereço único e divulgado mundialmente. Portanto, o passo quatro é...

1.4 – Escolher o Provedor de Acesso

Um provedor de acesso é uma empresa que, em troca de um pagamento, oferece as condições de conexão para que a empresa ou você possa utilizar as ferramentas da Internet. Para fazer parte de um provedor de acesso, o usuário (seja ele você ou sua empresa) ganha um nome (login) e uma senha (password).

O usuário deve analisar um provedor pelo preço dos serviços, qualidade do atendimento e suporte, pelo número de linhas existentes e número de usuários por linha. Deve considerar ainda a capacidade do chamado link Internet do provedor (quanto maior, melhor) e procurar identificar usuários ativos que possam dizer se estão ou não satisfeitos com os serviços prestados pelo provedor. Escolhido o provedor, passe para o quinto passo que é...

1.5 – Instalar Softwares para a Conexão

Supondo que foi escolhido um provedor que dá um bom suporte e todos os programas necessários, é hora de conciliá-los e entrar na rede.

E aí chegou a hora do passo seis...

1.6 – Fazer os primeiros testes

Com muita paciência deve-se realizar todos os testes possíveis. Então é preciso ainda que se dedique ao passo sete e...

1.7 – Estudar as diferentes ferramentas disponíveis

Aprender a utilizar as ferramentas da Internet é algo semelhante a dominar um canivete suíço. Em princípio não se sabe sequer como fazer para abrir as ferramentas do canivete. Mas a persistência se paga, e vai-se abrindo e contando várias ferramentas diferentes. Algumas delas pareciam ter óbvia utilidade; outras, nem tanto.

Passados 60 dias, fica-se razoavelmente a vontade com todas as ferramentas - embora ainda não tenha se tornado nenhum expert para usá-las.

A Internet é como o canivete suíço e suas ferramentas. Bem feitos, os dois, mas requerem dedicação para serem bem operados. Cada um tem suas ferramentas, algumas óbvias e simples de usar; outras mais obscuras.

Selecione e priorize as ferramentas que deseja dominar. Comece pelo World Wide Web (que é definitivamente fácil de aprender e oferece recompensa - informação - imediata). Depois examine o e-mail, Telnet, IRC, FTP, Newsgroups, Archie, Talk, Gopher...

Concentre os esforços em uma delas de cada vez. Só deve-se mudar para a próxima quando sentir um avanço com a anterior ou (por acaso) se não estiver conseguindo fazer nada com a que está examinando. Deve-se considerar a compra de um bom livro.

Neste meio tempo, deve-se examinar o passo oito e...

1.8 - Familiarizar-se com a cultura da Internet

- O que é a Internet?

Não existe uma coisa física chamada Internet. O que há são milhões de computadores, em centenas de países, todos, ligados uns com os outros, redes com redes, formando uma malha cheia de nós.

O fato é que quando se ligam computadores, é necessário pensar também nos usuários que estão por trás deles. Eles formam grupos com determinados comportamentos sociais, que no caso da Internet são muito específicos.

Por isso, como diz o passo nove, é normal que...

1.9 - Faça perguntas, muitas

Não se deve ter receio de errar e nem de perguntar a outros, dentro e fora da rede.

Qualquer um pode pesquisar os arquivos FAQ (Frequently Asked Questions) para ter certeza de que não está fazendo uma pergunta já respondida. Eis algumas respostas para perguntas mais freqüentes:

- Quantas pessoas acessam a Internet?

Ninguém sabe com certeza. Mesmo que alguém realize um censo global, os resultados estariam desatualizados na hora da publicação. A taxa de crescimento anual é estimada em algo em torno de 55% a 150%. Considerando-se as inúmeras estimativas existentes, uns 50 milhões de usuários, com acessos variados, pode ser uma boa resposta. No Brasil, a estimativa é de 1% deste total, ou seja, 500 mil usuários.

- Quem usa a Internet?

Jornalistas buscando novas idéias, famílias trocando mensagens eletrônicas, crianças do primeiro grau brincando de jogos e cientistas no trabalho de pesquisa são apenas alguns exemplos do uso variado da Internet. Uma coisa já verificada é que o uso da Internet está ligado aos níveis da educação e salário. Isto não surpreende, porque é preciso alguma educação para operar um computador e dinheiro para comprá-lo.

- O que a Internet tem para mim?

Informações governamentais, conferências ao vivo, arquivos com programas de todos os tipos em computadores de praticamente todas as universidades do mundo, acesso por e-mail a milhares de novas empresas, milhares de sistemas de distribuição de listas que funcionam como revistas, mais de 20 mil newsgroups para todos os assuntos imagináveis, variando do rock aos semicondutores e dezenas de outras coisas que podem ir desde fotografias capturadas pelo telescópio Hubble até previsões do tempo. Qualquer coisa que puder ser colocada sob forma digital poderá ser colocada na Internet. Programas de computador, discursos, fotografias, músicas, vídeos, jogos, reproduções de artes são apenas algumas coisas, além de textos, que podem ser enviadas por meio eletrônico. A Internet é constituída por diferentes redes ao redor do planeta - algumas delas cobrindo enormes regiões geográficas, como a China; outras conectando apenas um único campus universitário. De uma ou de outra forma, todos trabalham em conjunto, e sua empresa, no Brasil, pode acessar informações num computador da

Universidade de Harvard, nos EUA, tão facilmente quanto um estudante americano acessando o mesmo computador da própria universidade.

1.10 - Vença os preconceitos

- A Internet é administrada pelo governo norte-americano?

O governo norte-americano exerceu, até bem pouco tempo, um importante papel no desenvolvimento da Internet, mas não é "responsável" por ela. O governo criou a Internet e deixou que seguisse o seu caminho em 1969 como ARPAnet. Mais tarde, fundou a NSF (National Science Foundation) e o backbone NSF - a única grande conexão da Internet. A NSF criou a infame AUP (Acceptable Use Policy), que proibia o uso de sua porção de rede para fins comerciais. No início dos anos 90, a NSF desistiu de impor a AUP e o tráfego comercial explodiu - juntamente com a própria Internet. Finalmente, no início de 1995, o governo tirou a NSFnet da jogada. Hoje, 50% dos servidores da Internet estão fora dos Estados Unidos.

- Quem é o dono da Internet?

Ninguém, ou todo mundo. Empresas, governos, escolas e indivíduos possuem seus próprios equipamentos e arquivos guardados em locais de suas propriedades. As linhas telefônicas e de satélites é que conectam os diversos equipamentos. Não existe uma administração central, no entanto, existem organizações que se dedicam a garantir o bom andamento da Internet. A Internet Society é uma entidade que define os padrões e a Internet Network Information Center (InterNIC) atua como central de registros para os novos endereços.

- Não preciso pagar ligações internacionais durante o uso a Internet?

Quando paga-se pela conexão da Internet, está pagando-se pela utilização da Internet, seja esse uso enviar uma ou cem mensagens de e-mail, para gente da sua própria empresa ou lá para o Japão. O preço é o mesmo. Corresponde a cobrança do provedor de acesso mais o custo da ligação (normalmente local) até ele. Quando recupera-se a informação de um lugar distante - ou apenas envia-se uma mensagem para lá - o provedor se conecta com outro computador mais próximo. Esse computador se conecta a outro, e assim por diante, até que você esteja conectado por uma longa cadeia ao computador-alvo. Mas só paga-se pela ligação telefônica local.

- E quem paga pelo resto?

O custo é distribuído entre os vários computadores e redes que existem, entre a empresa e o seu alvo; cada um paga para manter um segmento de toda a conexão. A empresa paga ao seu provedor de acesso assim como muitos outros usuários. O provedor usa esse dinheiro para pagar pela conexão com o resto da Internet. Por isso o custo da Internet é distribuído e não se tem que pagar por uma ligação de longa distância.

- Se pode-se receber arquivos de outros computadores, outras pessoas podem conseguir entrar no disco rígido dos computadores da empresa?

Não. Para que uma empresa permita que outros peguem informações de seus computadores, tem que instalar um software especial - de servidor. Sem ele não há como fazer com que o computador compreenda os pedidos de outros computadores.

- Os vírus são problemas. É possível pegar um pelo e-mail?

Os vírus são programas de computador que foram criados para se esconder nos computadores ficando "presos" a outros programas. São programas maus e construídos para destruir coisas nos computadores, como alterar os dados, apagar os discos rígidos, ou outras coisas indesejáveis. Os vírus de computador são capazes de fazer uma cópia de si próprios de um programa para o outro e até de um computador para outro. É assim que os vírus se espalham. Portanto, como na Internet se faz transferência de informações, incluindo programas de computador, com tanta facilidade, é óbvio que se tenha medo de pegar um vírus. Há um lado positivo e outro negativo aí. O negativo é que de fato pode-se pegar vírus na Internet.

O positivo é distribuído em partes. Primeiro, os vírus não são tão comuns. Eles não estão escondidos atrás de cada site FTP. Segundo, os softwares de detecção e eliminação de vírus são muitos, e em muitos casos gratuitos. Os softwares são fáceis de usar, e só tem-se que inspecionar quaisquer novos programas que puxar via Internet antes de rodá-los. Aliás, deve-se fazer mesmo que não se esteja conectado. Isso leva a outros pontos positivos. Os vírus só podem ser carregados por programas, e não por dados. Não se pode pegar vírus por e-mail (a não ser que a mensagem tenha um programa preso a ela, e nesse caso o seu software de e-mail dará um alerta com uma mensagem do tipo "Attachment programa.exe converted to c:\temp\programa.exe").

CAPÍTULO 4

Restrições e Regras do Marketing na Internet.

1 - Netiquetas

Ao se colocar qualquer informação na Internet sobre uma empresa ou produto/serviço, deve-se ter o máximo de cuidado para não colocar-se textos com dúbias interpretações ou com extremas agressividades; pois estes textos são quem vão atrair os usuários da internet. Lembre-se que é ele quem vai procurá-lo na Internet e não você que vai tentar encontrá-lo.

Para evitar anúncios impróprios na Internet foram criadas o que chamamos de "Netiquetas", ou seja, as regras de boas condutas na Internet e regras básicas para a construção de um plano estratégico de Marketing na Internet.

Muitas empresas escrevem e enviam mensagens de e-mail para vários usuários da internet, para tanto elas devem seguir algumas regras para postarem essas mensagens de maneira eficiente e correta. São elas:

1.1 - Ser comercial só em lugares próprios para isso:

Somente deve-se postar anúncios em lugares específicos para tal finalidade, pois não se é permitido propaganda na maioria das áreas de mensagens.

1.2 - Ser politicamente correto:

Não deve-se discriminar ninguém por religião, sexo, estado civil, idade ou naturalidade.

1.3 - Ser cauteloso:

Algumas mensagens podem ser interpretadas de maneiras errôneas.

1.4 - Ser breve:

Toda comunicação on-line deve ser resumida, com frases curtas e diretas.

1.5 - Ser gramaticalmente correto:

Deve-se verificar sempre a ortografia e gramática das mensagens enviadas.

1.6 - Ser discreto:

Utilizar letras minúsculas é uma boa forma de ser discreto, quando utiliza-se letras maiúsculas transparece-se que está gritando.

1.7 - Ser específico:

Deve-se procurar ser específico principalmente nos títulos dos anúncios.

1.8 - Ser honesto:

Propaganda enganosa é crime também no Marketing on-line.

1.9 - Ser bem informado:

Tem-se que estar sempre atualizado com tudo que cerca a Internet, para não correr o risco de cometer erros absurdos.

1.10 - Usar o bom senso:

O sucesso de um anúncio vem através do bom senso utilizado pelo autor e do caráter crítico e analítico do mesmo, ou seja, os anúncios são feitos para o público e não para a empresa ou o autor do mesmo.

Diante das Netiquetas, surgem também algumas curiosidades utilizadas principalmente no bate-papo on-line; são as "CARacterETAS", uma

mistura de Caracteres com Caretas, que dão um tom mais animado, ou mais triste, também aos anúncios na Internet. São símbolos formados por letras, sinais de pontuação, notação e acentuação. São melhor visualizados se você inclinar sua cabeça de modo a encostar a orelha em seu ombro esquerdo. Sintetizam, com economia de traços, estados de espírito, ações, comentários e frases. Veja alguns exemplos na lista de expressões abaixo:

:-) ou :) sorriso, riso, felicidade ; :-(ou :(tristeza, chateação ; :-} ou : } sorriso irônico ; :-| ou : | sorriso inexpressivo, descontente ; :-C ou : C chateação profunda, tristeza ; (-& ou (-& irritação, raiva ; :-O ou : O ou (@ @) espanto ; :-9 ou : 9 gula, desejo (lambendo os beijos) ; :-|| ou : || tédio ; 8-| ou 8 | suspense ; ;-) ou ;) piscada, cumplicidade, humor ; :-D ou : D gargalhada, falação ; o<:0)@-- ; o<:O(@-- ; o<:OD@-- ; o<:Od@--
CARACTERETAS de palhaço

Ações:

:-p ou : p mostrar a língua ; :-! fumar um cigarro ; :-!!!!!!! fumar um maço inteiro ; :-# guardar segredo, usar aparelho, beijar ; B-) ou B) usar óculos ; :-'(chorar ; :-') chorar de felicidade ; [:-) ou [:-) ouvir walkman ; :- ----} mentir muito (como o Pinóquio) ; :* beijar ; (-|K- enviar mensagem formal ; [] abraçar

Frases:

8:-) ou 8:) sou apenas uma garotinha ; :-) 8 > ou :) 8 > não sou mais uma garotinha ; +:-) sou um padre ; O:-) ou O:) você é um anjo ; :- sou homem ; >- sou mulher ; :^) tenho personalidade ; @>---- uma rosa para

você ; =:-) ou =:) sou punk ; =:-(ou =: (punk de verdade nunca sorri ; }:^#))
tenho cabelo espetado, bigode grosso, sou narigudo, e tenho queixo.

CAPÍTULO 5

Criando seu Site e Direitos Autorais na Internet.

1 - Como criar seu Site

Todo e qualquer anúncio em veículos de comunicação de longo alcance, e principalmente na Internet que tem alcance mundial, necessita de muito planejamento e cuidados especiais, além de muitas horas de trabalho.

Ao criar-se um Site (conjunto de Home-Pages, ou seja, as páginas acessadas na Internet), o Web-Designer (criador e desenvolvedor do site) deve pensar nos usuários que acessarão esse site produzido. Não adianta nada um site lindo aos olhos do próprio Web-Designer, porém horrível aos olhos dos usuários.

Outro cuidado que se deve ter ao se produzir um site é o de construir um site criativo, belo e de rápido carregamento, ou seja, deve-se utilizar Frames (figuras ou ícones) pequenos, para que não demore na hora de carregá-las.

“Existe aquele site que está na Internet e todo mundo vê e existe aquele site que está lá, mas, ao mesmo tempo, não está. Ou seja, há alguns sites que o usuário não espera nem ser totalmente baixado e já está saindo do mesmo, seja por não ser um site chamativo, ou por possuir muitas figuras “pesadas” (lentas ao se carregar)”.

Andréa Lac

Os próximos tópicos tratam justamente disso, alguns itens que devem ser observados ao se construir um site.

1.1 - Domínio

Chamamos de Domínio o nome da empresa na Internet. O domínio é importante porque é ele quem é visualizado primeiro, caracteriza a empresa e

os produtos, ou seja, é o que indica de imediato o propósito do site, por isso deve ser curto, direto e de fácil memorização.

O domínio deve ser escrito em letras minúsculas e registrado o quanto antes, mesmo que o site não esteja pronto, para garantir que ninguém o fará antes.

1.2 - Porque lançar a empresa na Internet ?

As empresas lançam seus nomes na Internet por diversos motivos.

Se o objetivo da empresa é ser conhecida nacionalmente, ou até mesmo, mundialmente, a Internet é uma excelente opção.

Outra possibilidade que a Internet oferece são as vendas on-line. Estas trazem algumas vantagens como:

- A comparação dos produtos é simples e rápida
- As compras podem ser feitas de qualquer lugar do planeta
- Os pedidos podem ser realizados 24 horas por dia
- Comodidade: as compras são realizadas sem sair de casa

A encomenda, ou seja, o pedido de compra, pode ser feito diretamente ao fabricante e podem ser pagas na mesma hora com o cartão de crédito. As informações sobre os produtos/serviços podem ser mandadas na hora para os clientes via E-MAIL.

No entanto deve-se ter cuidado ao se anunciar na Internet; deve-se ter certeza de que a estrutura da empresa tem condições de atender todos os pedidos.

Coloca-se o nome da empresa na Internet também com o propósito de se fazer um Marketing Institucional, onde o usuário tem acesso a várias informações da empresa, como histórico, objetivos, missão, etc.

E, outro motivo para se lançar o nome da empresa na Internet, dentre vários outros, é o de servir aos clientes, ou seja, é uma espécie de "informações ao consumidor", onde encontra-se informações sobre os produtos/serviços e todas as dúvidas, críticas e sugestões são bem aceitas.

2 - Onde criar seu Site

A escolha do provedor de acesso é um dos passos mais importantes na hora da decisão de ligar-se à Internet. É o provedor de acesso quem faz a ponte entre você (empresa) e o usuário (cliente).

Informe-se o máximo possível sobre os provedores de acesso localizados na mesma cidade (para não pagar ligações de longa distância); verifique preços, número de linhas, qualidade do suporte e do atendimento, número de usuários por linha e capacidade do link Internet do mesmo, quanto maior, melhor).

Mas cuidado, muitas vezes é melhor pagar um pouco mais caro e ter um bom resultado, do que economizar um pouco no início e ter um prejuízo maior no final.

3 - Direitos Autorais na Internet.

Constantemente ocorre a violação de direitos autorais na Internet. Obras intelectuais, ilustrações, textos, fotografias, e até Home-Pages inteiras são duplicadas por todo o planeta sem que os autores tenham autorizado ou, muito menos, conhecimento de tal veiculação.

As pessoas que veiculam ou planejam veicular obras e trabalhos intelectuais alheios na Internet deveriam pedir autorização prévia para o autor ou para detentor legal dos direitos autorais. Deveria-se pedir autorização ao autor quando houvesse o intuito de divulgar uma determinada obra de sua criação, no entanto o que ocorre é totalmente o inverso.

Toda e qualquer obra na Internet é fruto do trabalho criativo do autor e este detém o direito de fazer com ela o que quiser.

“A reprodução não autorizada com o intuito de lucro configura crime previsto no art. 184 do Código Penal. A reprodução sem o intuito de lucro, ainda que desautorizada, não constitui crime conforme lição do Prof. Damásio de Jesus em comentários ao dispositivo em evidência, mas tão somente um ilícito civil.”¹¹

¹¹ Lima Neto, José B. Moureira. Internet World (Agosto 96) – Direitos Autorais na Internet, pág. 64.

CAPÍTULO 6

Desenvolvendo Sites Criativos.

1 - Fatores que devem ser levados em consideração

Fazer Marketing na Internet requer antes de tudo ser criativo; para tal o autor do site deve pensar primeiramente no usuário (cliente), deve ser objetivo, direto e claro, além de usar atrativos para melhorar o visual e prender mais a atenção do usuário ao site.

Um site deve conter pouco e, ao mesmo tempo, muito; ou seja, deve ser conciso nas informações, porém deve oferecer todas as opções necessárias para que o usuário encontre as informações que procura rapidamente e mais facilmente. Em outras palavras, um site deve facilitar a procura do usuário pelo o que o interessa, portanto, a Home-Page inicial deve conter tópicos de tudo o que ele possa encontrar no site.

Muito mais do que dominar de diagramação e linguagem HTML (Hyper Text Markup Language) ou Java, que são ferramentas para criação de páginas para a Internet, é preciso ter conhecimentos artísticos, principalmente para lidar com a difícil combinações de cores.

O programador pode criar listas organizadas por assunto, por ordem alfabética, pela ordem que deseja que as pessoas percorram o site ou, ainda, aleatoriamente.

Como qualquer publicação, uma home page também tem um público alvo que deve ser considerado. Quanto ao conteúdo de um site, é muito importante reservar, espaço para mostrar portfolios, a equipe e os clientes.

Os recursos técnicos são um fator bem importante e devem ser analisado com cuidado, além de um empenho para a melhoria constante do site criado.

2 - Site Bom/Ruim, Feio/Bonito

Sua empresa decidiu marcar presença no Web, mas será que passou realmente a idéia para o papel antes? Ou achou que jogar um trabalho de arte ou uma ótima cópia no site seria suficiente? Antes de jogar fora o tempo das pessoas que visitarão o site de sua empresa na Web, leia as seguintes dicas.

2.1- Tenha um Objetivo

Estar no Web não é apenas um objetivo. Estabeleça um objetivo claramente definido, não esqueça de transcrevê-lo para o papel. Ele deve ser específico e detalhado.

Precisa-se ter uma idéia clara do que se quer fazer. Caso não tiver, o site Web será vago, mal definido, e provavelmente confuso. Mesmo que não seja oferecido informações por motivos comerciais, precisa-se descobrir uma boa definição do objetivo. Ou seja, deve-se estar atento a perguntas do tipo: Quer que seja um local onde as pessoas entram e saem rapidamente a procura de informação? Está incentivando as pessoas a continuarem visitando o site freqüentemente? Está realizando negócios? Educando?

Depois de estabelecido um objetivo, deve-se tê-lo sempre em mente enquanto cria-se cada página do site. Na realidade, cada página deve ter seu próprio objetivo. E aí vem outras perguntas que devem ser feitas: Por que esta página está aqui? O que espero realizar com esta página? Qual é a melhor forma de apresentar a informação?

Quando a página estiver pronta, deve-se colocá-la de lado por um tempo e depois, retornado a ela, perguntar-se: Esta página permanece dentro do objetivo? Esta página amplia os objetivos do site?

Se a resposta for "não", então há algo errado.

2.2- Conteúdo conta

Todo site necessita de informação. O conteúdo impera. Se você tem conteúdo, mostre-o. Se não tem nada a dizer, não permita que esses arquivos HTML saiam do seu disco rígido. Se tem conteúdo suficiente para uma página, então deixe uma página só.

2.3- Gráficos são um atraso

OK, não são todos um atraso. Os gráficos são bastante úteis. Mas, normalmente, os Web designers colocam gráficos inúteis e que consomem muita bandwidth (largura de banda) em suas páginas, sem pensarem se os gráficos atendem aos objetivos do site ou se apenas ocupam espaço.

“Se você vai colocar gráficos no seu site, faça com que sejam úteis. Iconzinhos bobos ao invés de “bullets” simples não são úteis. Banners enormes (com cores em 16 bits, no mínimo) para que todo mundo veja o logo da sua empresa são úteis.”¹²

¹² Snyder, Joel. Internet World (Agosto 96) – Site Bom/Ruim. **Feio/Bonito**, pág. 95.

Os mapas de imagens são uma forma falacioso de gráficos porque são completamente inúteis se as coisas não funcionarem completamente bem.

Se vai-se usar mapas de imagens, não se deve deixar de acrescentar botões ao texto. Os ícones são alvo dos maiores erros cometidos pelos designers de sites Web. Todos os ícones deveriam ter descrições em texto embutidas em cada um. Os sites Web não são como os programas de processamento de texto; não são visitados com tanta frequência a ponto das pessoas memorizarem os ícones usados. Um bom ícone tem algum elemento gráfico que indica sua função e tem um elemento de texto que torna o ícone mais claro. Os ícones ruins, assim como os gráficos ruins, são mais que inúteis - impedem o uso do site.

Deve-se ter em mente que muitas pessoas usam linhas telefônicas lentas, possuem browsers lentos, ou não tem tempo para perder esperando que o seu gráfico carregue. Se o seu site não faz sentido sem gráficos, planeje-o novamente.

2.4- Coloque um Resumo no Site

As pessoas, ao entrarem em um site, querem encontrar a informação de que necessitam o mais rapidamente possível. Deve-se pensar no site Web como uma loja de conveniências, onde as pessoas querem entrar, encontrar a informação de que precisam e sair o mais rápido possível. Ajude-os oferecendo uma visão geral do site.

Quando cria-se uma home-page do site Web, deve ser oferecido aos usuários um mapa do site oferecendo links que indiquem claramente o que irá acontecer. Pergunte a si próprio: Está claro o que os leitores irão encontrar clicando em cada um desses links?

Os links na home-page devem ser relevantes para o site, para que não causem mais confusão do que benefício.

“Você pode querer dar um ar elegante e descontraído ao seu site Web. Tudo bem. Mas avise ao visitante aonde ele está entrando. E se estiver querendo comercializar um produto ou serviço, tente criar um atalho através do seu jardim para que as pessoas possam receber respostas rápidas.”¹³

2.5 - Jogue a Âncora

A navegação faz parte do todo; o contexto faz parte da outra. Se você estiver usando termos especiais ou ícones, faça com que sejam auto-explicativos.

Toda página deve ter botões para ir para cima e para baixo (se possível), para frente e para trás em temas relevantes (se houver algum), e para a home-page do site.

2.6 - Permita a Busca

Um site Web com diversas páginas deve ter um mecanismo de busca em miniatura para que os usuários possam localizar a página que estão procurando.

Vários sites corporativos são montados com diferentes partes de uma única empresa. O site Web normalmente espelha a organização interna da empresa porque cada parte contribui com uma fatia diferente do bolo. O

problema é que a maneira de como empresa é organizada pode não se encaixar na forma de como as pessoas procuram a informação.

2.7 - Teste suas Páginas

Vários designers estão gerando HTML não-padronizada só porque não tiveram tempo de fazer a coisa direito.

Erros de indexação de lista, erros de header, erros de conjuntos de caracteres, e outros tipos de HTML mal escrita contaminam o Web.

Cada página individual do site deve ser testada com uma série de browsers em plataformas diferentes.

E não se pode esquecer de conectar-se com um modem de 14.4 Kbps. para verificar se mesmo com modems mais lentos suas páginas são baixadas a uma velocidade satisfatória. Não basta fazer o teste a partir do disco rígido local ou com uma conexão de alta velocidade.

¹³ Snyder, Joel. Internet World (Agosto 96) – Site Bom/Ruim, Feio/Bonito, pág. 95

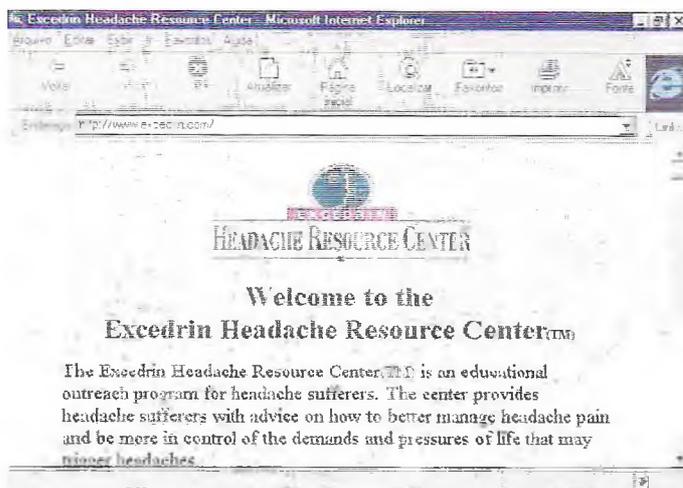
CAPÍTULO 7

InterNEWS

Jornal O Povo. Caderno de Informática (27 de outubro de 1997)

Mauro Pequeno e Marcelino Cavalcante

Publicidade na Internet



A Gazeta Mercantil de 10 de outubro conta a seguinte história. A mega-empresa farmacêutica americana Bristol-Myers Squibb durante a temporada de declaração de imposto de

renda de 1997, lançou uma campanha publicitária on-line em que ressaltava que o "Excedrin era o melhor remédio contra a dor de cabeça fiscal". Por trinta dias colocou um anúncio em sites financeiros da rede oferecendo uma amostra grátis do Excedrin para quem clicasse sobre o anúncio e deixasse seu nome e endereço. Resultado: a Bristol-Myers coletou 30 mil novos nomes de potenciais clientes investindo metade do dinheiro que gastaria para obter o mesmo resultado por métodos convencionais. Restou uma certeza, não dá mais para duvidar do potencial de longo prazo da Internet como instrumento de marketing. E marketing, dizem, é a alma do negócio.

Só acredito em tendências quando elas se materializam em ações concretas e por último em números. Estatísticas evidenciando o fenômeno são abundantes. No primeiro semestre deste ano gastou-se US\$ 343,9 milhões em publicidade na Internet, fichinha se comparados com os bilhões em anúncios

publicitários na TV, mas representam um aumento de 322% em relação ao mesmo período do no passado. Estimativas projetam que estes gastos chegarão próximo de um bilhão de dólares até o final do ano. Projeção para o ano 2002? US\$ 7,7 bilhões. Para não dizerem que estou exagerando, a fonte é o relatório expedido pela Júpiter, empresa de pesquisas sediada em Nova York. Vocês pensam que é muito? Sabem o total investido em publicidade nos EUA em 1996? Pasmem, US\$ 175 bilhões, algo como um terço do PIB brasileiro. Investir pesado na Internet parece ser um consenso entre todas as grande empresas de informática. A Intel pretende aumentar seus gastos publicitários na Net em 98 em 40%. A IBM vai muito mais longe, um salto de 300% em 98, com anúncios em 500 sites diferentes. A Microsoft por sua vez anuncia um aumento de 70% em sua verba para anúncios na Internet. E não são só as empresas de informática que estão descobrindo o filão. Entre as vinte maiores empresas anunciantes na Net estão a General Motors, a American Express, a Walt Disney e a Procter & Gamble. Para Farris Khan, da Saturn Corp., empresa de publicidade de Nova York, "A Internet é parte da nossa publicidade convencional, como a televisão ou a mídia impressa."

Quais as razões deste "boom", e, principalmente, qual a estratégia para tirar o máximo de todo o potencial de marketing da Internet? Na próxima semana eu conto.

Jornal O Povo. Caderno de Informática (03 de novembro de 1997)

Mauro Pequeno e Marcelino Cavalcante

Publicidade na Internet II

Na semana passada falamos sobre o "boom" publicidade na Internet e agora pretendemos explicar suas razões e estratégias para tirar proveito do potencial publicitário da Net.

O público atual de 24 milhões de internautas (em uma estimativa pessimista) é muito grande para ser desprezado por qualquer negócio. E não pára de crescer, no ano 2.000, serão 52 milhões, o que caracteriza a Internet como um meio de comunicação de massas. Também a Internet deixou ser o reino dos "nerds" (entusiastas da computação) e acadêmicos e hoje encontram-se na rede profissionais liberais, adolescentes e donas de casa.

A principal vantagem da Internet para a publicidade é a possibilidade de se atingir os clientes preferenciais. Segundo Peter Storck da Júpiter Communications, "a Internet é um sonho para um fabricante". E muita tecnologia está envolvida nisto. Muitos sites são gratuitos mas exigem que o internauta se cadastre no site, fornecendo informações pessoais que permitem a caracterização de seus interesses e perfil sócio-econômico. É o caso, por exemplo, do site mais popular do Brasil, o Universo On Line do grupo Folha de São Paulo. Estes cadastros permitem que se produzam banco de dados caracterizando potenciais clientes que valem ouro. Mas a coleta de informações é feita principalmente por métodos mais "subliminares" do que este. O que muitos internautas desconhecem é que ninguém surfa pelo

ciberespaço anonimamente. Os "cookies" são programas instalados nos "browsers" (software de navegação na Web como o Netscape e o Explorer) que registram o movimento de um visitante em um determinado site. A cada visita o "cookie" é lido no site e serve como guia para a "continuação" da visita anterior. Ao mesmo tempo que novas informações são acrescentadas ao "cookie". Ao longo de algumas visitas o "cookie" representa um registro bem completo dos interesses e gostos do internauta, por exemplo, pode caracterizar se ele gosta de esportes, livros ou de sites eróticos. Ponha-se um pouco Inteligência Artificial (ramo da computação que agrega conhecimento aos dados) e teremos perfis gerados automaticamente caracterizando o público alvo de uma determinada empresa. Não é maravilhoso? Mas levanta a questão sobre o direito à privacidade dos internautas. Alega-se que o usuário tem a possibilidade de desligar a opção de "cookie" do seu "browser", que terá o efeito de sempre ser tratado como a primeira visita em um site embora esteja visitando pela centésima vez.

É esta possibilidade de se atingir o público alvo que faz o diferencial do marketing na Internet. Segundo Keith Halloran da Customer PC Financial Network, "não se trata de quantas pessoas você atinge. Trata-se de quantas pessoas certas você atinge". E as agências de publicidade do mundo inteiro estão descobrindo isso. Segundo Greg Smith da Darwin Digital, 75% dos clientes da agência querem saber como usar a Internet como veículo publicitário. Já Christos Cotsakos da E*Trade afirma que hoje, "uma estratégia de mídia sem Internet é suicida". Portanto, o que estamos esperando, mãos à obra!

Jornal O Povo, Caderno de Informática (01 de setembro de 1997)

Agência do Cidadão torna Internet utilidade pública

Prestar informações de utilidade pública ao cidadão comum através da Internet é o objetivo da Agência do Cidadão experiência desenvolvida pela Finep. O coordenador do projeto, Tadao Takahashi, esteve em Fortaleza no último dia 27 para divulgar e garantir apoio para o projeto.

O coordenador da Finep (Financiadora de Estudos e Projetos do Ministério da Ciência e Tecnologia), Tadao Takahashi, esteve em Fortaleza no último dia 27 para divulgar o projeto Agência do Cidadão. A experiência visa disponibilizar informações de utilidade pública ao cidadão comum, através de quiosques conectados à Internet e espalhados por pontos estratégicos da cidade.

Segundo Takahashi, o papel da Agência do Cidadão será fornecer dois tipos de serviços à população. "O primeiro é a informação básica para o dia-a-dia, como o preço de chuchu e do televisor. O outro é garantir o acesso a informações de utilidade pública, como o que fazer quando alguém é mordido por um cão raivoso", esclarece Takahashi.

A meta do coordenador é instalar um projeto piloto em cinco capitais do país até meados de 1998. As cidades vão contar com quiosques espalhados em shopping centers, praças vigiadas, balcões de atendimento e lojas de conveniências.

O coordenador da Finep entende que as cidades escolhidas para o projeto piloto precisam obedecer a um perfil determinado. "Tem que ser uma

cidade de porte médio, com boa infra-estrutura e uma articulação saudável entre o poder público e o empresariado", afirma. Takahashi admite que a capital cearense é forte candidata para contar com a Agência do Cidadão. "Fortaleza nunca negou fogo nesse tipo de empreendimento arrojado", reconhece.

Tadao considera a participação da iniciativa privada como "essencial" para o sucesso do projeto. "A reprodução dos quiosques e a ampla disseminação da Agência é um jogo de mercado. O empresário tem que achar isso interessante como uma forma de divulgação do seu produto. Se muitos empresários começam a fazer isso, a implantação é cada vez mais rápida", avalia.

Tadao Takahashi veio a Fortaleza a convite da Universidade Federal do Ceará. O coordenador da Finep ministrou palestra no auditório da Reitoria, com a presença do Reitor Roberto Cláudio e de representantes do CIC, da FIEC e da Teleceará, que apoiam a iniciativa.

Jornal O Povo. Caderno de Informática (01 de setembro de 1997)

Dante Accioly

Projeto da Agência será apresentado à FIEC

Tadao Takahashi coordena para a Finep (Financiadora de Estudos e Projetos) o lançamento da Agência do Cidadão. A iniciativa prevê instalação de quiosques programados para fornecer informações de interesse público via Internet. Segundo Takahashi, o próximo passo, sem data marcada, será apresentar o projeto da Agência para a Federação das Indústrias do Estado do

Ceará (FIEC). Takahashi foi coordenador geral da Rede Nacional de Pesquisa (RNP) e um dos responsáveis pela implantação da Internet no Brasil. Foi professor da Universidade de Campinas e pesquisador do Image Science and Engineering Laboratory (Tóquio, Japão). Confira trechos da entrevista em que Takahashi fala sobre a Agência do Cidadão.

Objetivo

O objetivo é fornecer informações disponíveis na Internet e viabilizar o acesso propriamente dito através de terminais públicos de acesso a rede. Os terminais seriam colocados em shopping centers, agências bancárias e bibliotecas públicas.

Projeto Piloto

Tomos a ideia de que o protótipo será lançado em cinco cidades. O que há claramente é uma série de ideias sobre como deve ser a cidade. Tem de ter uma infra-estrutura boa e associação saudável entre o poder público e o empresariado. Fortaleza é uma cidade muito interessante, e é em função disso que estou aqui.

Participação de Fortaleza

Fortaleza nunca negou fogo nesse tipo de empreendimento arrojado. Não me surpreende que todo mundo tenha aderido entusiasmaticamente à ideia. O próximo passo é a gente fazer uma apresentação mais ampla com a Federação de Indústrias, com uma demonstração sobre a própria cidade de Fortaleza.

papel da iniciativa privada

ado que o governo pode fazer e viabilizar a busca e a seleção de
s, além de implantar os quiosques. Mas a reprodução dos
e a ampla disseminação é um jogo de mercado. O empresário tem
isso interessante como uma forma de divulgação do seu produto e
mente comprar dez terminais para instalar nas suas lojas. Se muitos
s começarem a fazer isso, a implantação seria cada vez mais
perenização do serviço depende essencialmente da adesão do
do.

ceitação do Serviço

brasileiro é o que a gente chama de novidadeiro: ele não rejeita
ar novidade. Já existe um precedente de aceitação de
tos de informática para a prestação de serviços, que são esses

ue existem em praticamente todos os bairros. As ações básicas é tão grande que se conseguir organizar aderir com entusiasmo.

ção na Internet

ista de democratização, do acesso à informação pública sária para o dia-a-dia, iniciativas do tipo podem ser u acredito que a real popularização da Internet vai estar convergência entre televisão e Internet. O brasileiro é de televisão e se efetivamente a tecnologia da televisão am, você tem todas as condições para que o brasileiro perceber.

Jornal O Povo. Caderno de Informática (15 de setembro de 1997)

Mauro Pequeno e Marcelino Cavalcante

Cidadão On Line

Talvez não seja mera coincidência que enquanto Humberto Eco encabeça o projeto Multimedia Arcade na Itália, por aqui Tadao Takahashi leva a frente o projeto Agência do Cidadão. Ambos são iniciativas governamentais. O de lá, da prefeitura de Bolonha, o daqui, da Finep (Financiadora de Estudos e Projetos), órgão federal para o desenvolvimento de ciência e tecnologia. Ambos tem como principal objetivo facilitar o uso da Internet para o cidadão comum. A Agência do Cidadão prevê a instalação de quiosques programados para oferecer informações de interesse geral via Internet em locais públicos como shoppings e praças. Já o Multimedia Arcade é um misto de centro de treinamento em computação, biblioteca e cyber-café. As pessoas vagarão por entre terminais de alta tecnologia que dão acesso imediato e multimídia à Internet, pessoal especializado pronto para tirar dúvidas e iniciar os curiosos em computação e internet, telões de vídeo, salas de bate-papo virtual e real, café, bar e biblioteca.

Ambos os projetos cumprirão o importante papel de familiarizar as pessoas com os computadores e a Internet, ajudando a popularizá-los. O principal empecilho em se usar o computador é cultural: o medo da nova tecnologia, a mistificação com que a imprensa o trata. Claro, no Brasil, isto somado a barreira financeira intransponível de adquirir um eletrodoméstico em torno de R\$ 2 mil. Os quiosques do Tadao pretendem ser uma espécie de

transporte coletivo do acesso à Internet. Pobre não tem carro mas anda de ônibus. A metáfora é a mesma.

Outro aspecto a ser lembrado é o lado social destes projetos. Acessar a Internet é sempre associada a uma atividade solitária de alguém em frente a um terminal. Eco pergunta-se "qual a graça em se estar conectado com 80 milhões de pessoas, se no final das contas só conversamos com fantasmas (pessoas virtuais)?" No Multimedia Arcade as pessoas terão muitas oportunidades de interagirem na Internet coletivamente. Entre outras coisas, prevê-se a instalação de um grande telão onde as pessoas poderão colocar mensagens e trocarem experiências. Alguém pode anunciar, por exemplo, o endereço de um site que acabou de acessar e o achou muito legal.

A grande vantagem de estarmos vivendo o berço de uma nova tecnologia com possibilidades em escala global, como a Internet, é que tudo ainda está por ser construído, o que faremos dela e com ela, só depende de nós, agora.

Jornal O Povo, Caderno de Informática (06 de outubro de 1997)

Mauro Pequeno e Marcelino Cavalcante

Boca-de-Lixo

Se você tem uma conta na Internet, então provavelmente já recebeu um e-mail de um remetente desconhecido. Esse tipo de mensagem "boca-de-lixo" (ou junk mail" em inglês) envolve de tudo: desde esquemas de como ficar rico em uma semana, muitas vezes por meio de legalidade duvidosa,

propagandas de home pages que mostram sexo explícito ou algum outro tipo de oferta de produtos e serviços. E o que dizer daquelas famosas "correntes" que agora se transformaram em "correntes eletrônicas" do tipo "se você não reenviar esta mensagem para 12 pessoas não irá para o céu"? O problema com essas mensagens é que não só elas toma espaço em disco mas principalmente seu tempo tão precioso.

Afinal, você gasta tempo não só em "baixá-las" para o seu disco rígido como também em lê-las, irritar-se e selecioná-las, ou melhor jogá-las onde merecem estar: no lixo! Além disso, para aqueles usuários que pagam por tempo de acesso, o custo decorrente é grande e desnecessário.

De diversas formas as empresas hoje têm acesso a seu endereço eletrônico. Toda vez que você "baixa" um software via Internet ou se cadastra em algum serviço de assinaturas de notícias ou coisa parecida (serviços que implicam dar informações sobre sua conta), seu e-mail fica arquivado. O que algumas empresas fazem é colecionar milhares de e-mails e vende-os como uma espécie de mala-direta. De posse desta lista, uma empresa que pretenda divulgar seu "produto" só precisa enviar uma mensagem padrão a todos os membros da lista e pronto! Milhares de pessoas no mundo acordarão furiosas com mais uma mensagem intrusa em suas contas. É por esse motivo que os provedores de serviço Internet que se dizem sérios não divulgam qualquer informação sobre seus clientes.

Mas existem outros modos de se conseguir o e-mail das pessoas. Quem costuma mandar mensagens boca-de-lixo em geral fazem motores de busca como o Yahoo! E o AltaVista, que visitam páginas na internet

aleatoriamente. As "aranhas-robôs", parecidas em teoria um o Sojourner (o robzinho que explora o planeta Marte), vasculham o texto de todas as páginas, procurando por palavras chaves e outras informações que depois fazem parte de catálogos dessas empresas. Não é a toa que uma vez recebi uma dessas mensagens oferecendo uma lista de 10.000.000 (conte os zeros) de endereços por apenas 150 reais!

O que se pode fazer para parar de receber mensagens não solicitadas? A melhor maneira, embora mais cruel, é fechar sua conta, "tout simplement", como dizem os franceses. Saia da Internet e viva uma vida feliz. Que tal passear no Parque do Cocó e ver passarinhos de verdade? Brincadeiras à parte, o que alguns usuários mais radicais fazem é trocar seu e-mail de modo que as mensagens enviadas para o antigo endereço retornarão ao remetente. Mas aí eles têm que enviar mensagens a todos os amigos que conhecem a antiga conta, um processo enfadonho e fadado a erros e esquecimentos. Ainda assim, não tardará até que o novo e-mail seja descoberto. O que fazer para lutar contra esse abuso cibernético? Da próxima vez eu conto...

Professor Riverson Rios, correspondente especial do Canadá.

Jornal O Povo, Caderno de Informática (13 de outubro de 1997)

Mauro Pequeno e Marcelino Cavalcante

Boca-de-Lixo II

Na edição passada, falamos sobre o uso abusivo da Internet para enviar correios "boca-de-lixo", isto é, mensagens não solicitadas. Se seu

endereço eletrônico for divulgado para certas empresas, logo, logo sua caixa postal estará repleta de cartas que você não solicitou contendo toda espécie de anúncios. Veja hoje algumas dicas de como combater esse abuso.

Para evitar que seu endereço conste nas listas de mala direta de tais empresas inescrupulosas, faça o seguinte:

1. Não divulgue seu endereço eletrônico em sua Home page". Ponha um Fictício e explique como conseguir o real. Isso dificulta o trabalho das "aranhas", pequenos programas que sorrateiramente visitam páginas da Internet em busca de endereços.

2. Ao baixar um "software" compartilhado - shareware -, não forneça seu e-mail se tal informação só for opcional. Muitas vezes um endereço fictício resolve.

3. Ao enviar artigos para a Usenet, deixe o campo "Reply-To" em branco. Se espera resposta dos membros do grupo, siga o item 1 acima.

Ainda assim, pode ser que seu e-mail caia nas mãos de facínoras e você passe a receber milhares de cartas desagradáveis. Nesse caso, uma boa pedida é seguir as instruções abaixo:

1. Compre um bom programa de filtragem de mensagens que apague automaticamente aquelas vindas de um endereço específico ou que contenham uma frase em particular (Exemplo: "\$\$\$ Fique rico em dois dias \$\$\$").

2. Empresas um pouco sérias divulgam como ser removido da lista. Procure no corpo da mensagem alguma informação nesse sentido. Em geral basta enviar um e-mail vazio com a palavra "remove" no Subject para o

endereço informado ou acessar uma Home page. Mas, CUIDADO!! Muitas dessas empresas que compram listas de endereços antigos em sites como <http://207.58.118.251/apw/index.html>, usam esse artifício a fim de saberem quais endereços ainda existem. Aquela pobre usuária que manda uma mensagem pedindo para ser retirada da lista, na verdade está sendo iludida. Ironicamente, ela sai da lista original para fazer parte de uma nova lista, a de endereços válidos!

3. O mais comum, infelizmente, é essas empresas usarem endereços forjados no cabeçalho da mensagem. Não adianta dar "reply" para eles porque não existem. O que você pode fazer nesse caso é usar o programa "whois" do Unix e fornecer a parte direita do endereço. Esse programa consulta o banco de dados InterNIC, que mantém registro de todos os domínios da Internet. Por exemplo, se a carta veio de 4873490@entreamigos.com.br (um nome fictício), entre com "whois entreamigos.com.br". Assim você encontrará a fonte original do e-mail e poderá enviar uma carta de reclamação. Para quem não tem acesso ao Unix, basta dar um "telnet" para rs.internic.net.

Essas técnicas nem sempre funcionam, porém. É possível que o emissor não tenha um domínio próprio, mas sim, seja um usuário de um provedor de acessos. Mesmo assim, envie uma queixa para o provedor. Quem sabe se eles receberem um monte de queixas, não tomam alguma providência?

A Internet é um meio democrático de comunicação global. Todos devem ter a liberdade de expressar o que bem quiserem. E cada pessoa direito de ler somente o que bem lhe agrada.

Jornal O Povo. Caderno de Informática (25 de agosto de 1997)

Dante Accioly

Oferta é maior que procura

"Fortaleza só tem mercado para uns cinco ou seis provedores. Hoje tem muito provedor para pouca demanda". Quem garante é Antero Coelho, consultor do programa Informática On Line, veiculado todo domingo pela rede Manchete. Segundo Coelho, a tendência é de que o número de empresas de acesso à Internet diminua e se estabilize na capital cearense.

O consultor aponta como positiva a ação dos provedores que oferecem cursos semanais aos clientes. Segundo ele, as aulas sobre como tirar melhor proveito da Internet contribuem para a elevação do nível dos usuários. "A disseminação de informações vai especializar a demanda", afirma.

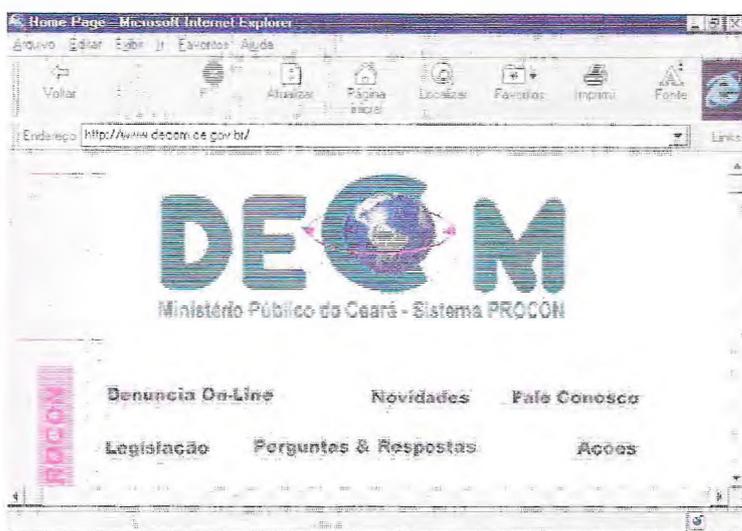
Antero Coelho ressalta que os cursos ministrados pelos provedores também funcionam como estratégia de mercado. "As empresas perceberam que é um bom negócio instruir as pessoas. É mais barato oferecer aulas semanais do que manter um suporte técnico eficiente durante 24 horas", avalia.

O programa Informática On Line - está no ar há mais de três meses - conta com a consultoria de Antero Coelho e José Mesquita e com a apresentação da jornalista Inês Romano. O programa vai ao ar todo Domingo, a partir das 8h30min.

Jornal O Povo. Caderno de Informática (29 de setembro de 1997)

Decom recebe queixas através da Internet

Os consumidores já podem registrar suas queixas junto ao Decom através da Internet. A home page do órgão (<http://www.decom.ce.gov.br> ou <http://www.procon.ce.gov.br>) traz a legislação vigente sobre a defesa comunitária.



O Decom (Serviço Especial de Defesa Comunitária) está apto a receber reclamações de consumidores através da Internet. O site do órgão na rede mundial de computadores (<http://www.decom.ce.gov.br> ou <http://www.procon.ce.gov.br>) permite que o usuário registre suas queixas e conheça a legislação relativa a defesa do consumidor.

Segundo Ricardo Maia, coordenador geral do Decom no Ceará, a iniciativa pretende otimizar o diálogo entre o órgão e a população. "A utilização da Internet facilita o contato entre o Decom e o consumidor. A idéia é proporcionar o máximo de conforto à pessoa que nos procura", afirma.

O coordenador do Decom garante que as queixas registradas via internet tem o mesmo tratamento daquelas efetuadas junto à sede do órgão.

Segundo Maia, a diferença está na praticidade do serviço. "As pessoas que têm um computador em casa não precisam vir até o Decom e esperar para serem atendidas. Você pode até dizer que elas são fura-filas", graceja.

Ricardo Maia afirma que examina pessoalmente todas as queixas registradas por internautas. "Eu leio todas as mensagens dos consumidores e encaminho as reclamações para o setor de triagem, que dá continuidade ao processo", explica.

Um usuário - que pediu para não ser identificado - atesta a eficiência do serviço. Ele apresentou sua queixa contra uma loja de roupas local. "O resultado comigo foi satisfatório. Já tenho uma audiência marcada com a outra parte", explica. O usuário afirma que a presença do Decom na Internet facilita o registro de denúncias. "Você pode conduzir um problema sem sair de casa. Se eu tivesse que ir até o Decom, não teria registrado minha reclamação porque não tenho muito tempo", revela.

Além do espaço para as queixas, a home page do Decom traz a legislação mínima sobre a defesa do consumidor. O usuário pode ter em casa cópias do Código de Defesa do Consumidor, da Lei Antitruste, da Lei do Sigilo Bancário e da Lei do Inquilinato, entre outras. O internauta só precisa "copiar" o conteúdo do site e "colar" em um editor de textos do seu computador.

Segundo Ricardo Maia, a home page do Decom deve sofrer atualizações freqüentes. "Você nunca pode dizer que um site é definitivo. Ele está sempre em construção", afirma. A home page do Decom está disponível há dois meses (antes da data especificada no título da matéria) e contabiliza mais de 900 acessos nesse período.

Jornal O Povo. Caderno de Informática (13 de outubro de 1997)

Encontro discute qualidade dos serviços oferecidos aos usuários da Internet

O 3º Encontro Internet, realizado na Embratel durante a última quinta-feira, reuniu provedores de acesso à Internet de Fortaleza na discussão da qualidade dos serviços prestados aos usuários.

A qualidade e o futuro dos serviços oferecidos aos usuários dos provedores de acesso à Internet em Fortaleza foi o tema do 3º Encontro de Internet, realizado na quinta-feira, dia 9 (de outubro), na Empresa Brasileira de Telecomunicações (Embratel). O evento também discutiu a importância da qualidade do hardware para efetivação do backbone - serviço que auxilia a conexão dos usuários brasileiros com a rede em todo o mundo - e a facilidade de transações comerciais através da tecnologia Internet e contou com palestras que abordaram o futuro da Net no Ceará.

"O usuário da Internet é bastante esclarecido e exigente. Ele quer qualidade nos serviços. A provedora tem, portanto, que acompanhar a evolução da tecnologia", disse o Consultor Francisco Mauro Oliveira, da Fortalnet. Especulando sobre o futuro da Internet no Ceará, Oliveira disse que as pequenas empresas provedoras de acesso à rede têm como se manter num mercado onde as de grande porte estão aterrizando; e aposta na união dessas pequenas empresas locais para o seu fortalecimento.

Ricardo Nucci, Engenheiro de informática da Cisco Systems, empresa norte-americana fabricante de hardware para backbone e parceira da Embratel,

falou sobre o funcionamento da Internet nos dias atuais e o que se tem feito para o aperfeiçoamento nessa área. Segundo ele, as empresas têm se preparado para satisfazer várias necessidades do usuário. "Se hoje o fator mais importante é a conectividade no acesso à Internet, a comodidade é o que vem logo em seguida, e não menos importante", considera. O Engenheiro ressalta que as empresas provedoras de acesso, junto aos fabricantes de hardware para a rede, têm buscado soluções com o objetivo de diferenciarem e segmentarem seus serviços. Tudo isso sem esquecer um detalhe primordial: a segurança na efetivação do backbone.

O Gerente de Serviços da Embratel, Ricardo Marceira, esclareceu sobre esses serviços. Explicou a mudança na postura das empresas com a introdução da Internet no mercado e que hoje se faz necessária a existência de diferentes tipos de conexão. A Embratel oferece serviços para empresas e públicos diferenciados, como é o caso do IP Direto, para aqueles que desejam explorar toda a potencialidade da Internet, além de outros serviços com tecnologia Internet (correio eletrônico, transferência de arquivos, videoconferência, entre outros) direcionados tipos específicos de empresas, ou seja, Intranet.

Jornal O Povo. Caderno de Informática (22 de setembro de 1997)

Mauro Pequeno e Marcelino Cavalcante

Peter Golding no Ceará

Esteve em nossa capital trazido pelo Departamento de Comunicação Social da UFC e pela revista Inside Brasil, o cientista social inglês Peter Golding. Golding deu uma série de palestras, entrevistas e reportagens em nossa capital. O tema era sempre comunicação, globalização e novas tecnologias. A Internet foi a grande vedete entre as perguntas formuladas ao sociólogo, a ponto dele ressaltar que o grau de conscientização a respeito da Internet é bem maior no Brasil do que mesmo na Inglaterra. Parece que o brasileiro - profissão - deposita muita expectativa no potencial de democratização da informação que a Internet pode propiciar. Aliás, o cientista inglês teceu comentários bastante pertinentes a este respeito.

Ele começou por distinguir entre democratização da Internet e democratização via Internet. No primeiro caso, o que está em jogo é a facilitação do acesso à Internet para toda a população. Iniciativas de instalação de terminais em locais públicos, como as que foram tema desta coluna na semana passada, parecem ser o meio mais eficaz de se atingir este objetivo. Quanto à utilização da Internet para promover a democracia, a questão é bem mais complexa.

Segundo Golding, a Internet é útil por permitir o acesso a informações que de outro modo não estariam disponíveis, por permitir a criação coletiva de conteúdo informativo, como a que se dá em comunidades que se organizam

pela Internet, e ainda, por permitir que todos sejam difusores de informação. Paremos o nosso entusiasmo por aí, alerta o sociólogo, todo meio de comunicação em seu início suscitou organizações populares alternativas que acreditaram poder utilizar o novo meio para promoverem a democracia. Foi assim com o jornal, com o rádio e com a televisão. Deu no que deu, temos razão para acreditar que com a Internet será diferente? Golding, conclui, com pessimismo, que a utilização democrática da Internet só se dará se a democracia for conquistada em outro lugar. Mas o mesmo é verdade para qualquer meio de comunicação, incluindo-se a poderosa televisão. Logo... De qualquer forma temos sorte de sermos os atores da formação de um novo meio de comunicação, com alcance global, barato e de fácil uso e acesso. Que rumos daremos a ele? Logo saberemos.

Jornal O Povo, Caderno de Informática (18 de agosto de 1997)

Mauro Pequeno e Marcelino Cavalcante

Pioneiros, Outra vez?

A vocação para o pioneirismo parece ter se tornado institucional na Internet cearense. Primeiro foi a regional dos Correios local, a primeira, entre as regionais da ECT, a ter acesso à Internet no país. Em seguida foi o BNB, o primeiro banco a utilizar a Internet. Depois foi o jornal O POVO, o primeiro no país a ter uma coluna exclusivamente dedicada à Internet. E por aí vai... Agora, estamos entrando na era das comunicações digitais. E a síndrome do pioneirismo ataca outra vez. Trata-se do uso do ISDN (ou RDSI - Rede Digital

de Serviços Integrados) para acesso à Internet. O serviço é atualmente utilizado nos Estados Unidos e países da Europa. O ISDN é apontado como o de melhor relação custo/benefício entre as opções de comunicação disponível atualmente. A Teleceará é a pioneira neste serviço no Brasil.

O uso do ISDN como veículo para acesso à Internet, aqui no Ceará, começa nobre, servindo como mecanismo de acesso à Escola de 1º e 2º grau Deputado Paulo Benevides, em Messejana. Esse acesso possibilitará a realização do "Curso Profissionalizante de Informática Básica", um projeto piloto, que integra o grupo de projetos do GT/EAD - Grupo Temático de Educação a Distância, do Comitê Gestor da Internet Brasil, sendo coordenado pela Secretaria da Ciência e Tecnologia (SECITECE), com apoio da UFC. É o primeiro do gênero a ser implantado no país - mais uma vez a síndrome de pioneirismo.

Apesar da necessidade de cursos de formação profissional em informática para alunos do segundo grau, sobretudo para comunidades do interior do Brasil, a falta de especialistas associado a distância dos grandes centros, tem inviabilizado qualquer iniciativa nesse sentido. A chegada da Internet possibilita a aplicação de cursos que são elaborados e acompanhados por especialistas em centros distantes. No caso em questão, esta metodologia está sendo testada nessa escola da periferia de Fortaleza. Os professores, que acompanharam a aplicação do curso, ficam localizados no Departamento de Computação da UFC. Os alunos recebem os módulos do curso via Internet, as provas de verificação pela Internet, e enviam suas respostas também via

Internet. De acordo com suas respostas, ele é aconselhado a prosseguir para outro módulo, ou reforçar seus conhecimentos antes de seguir em frente.

Já está em tramitação no referido grupo temático, uma ampliação deste projeto, compreendendo cinco localidades do interior dos Estados do Ceará e do Rio Grande do Norte. A aprovação deste novo projeto está condicionada ao sucesso desta metodologia entre os alunos da escola de Messejana. Após a fase de avaliação e aperfeiçoamento esse processo poderá ser replicado por todo o país, passando a se constituir num dos projetos estratégicos da Presidência da República para 1998.

É elogiável a participação da Teleceará nesse projeto, cedendo gentilmente o canal ISDN para a Escola, a título de projeto piloto experimental.

Revista Internet World (agosto de 1996)

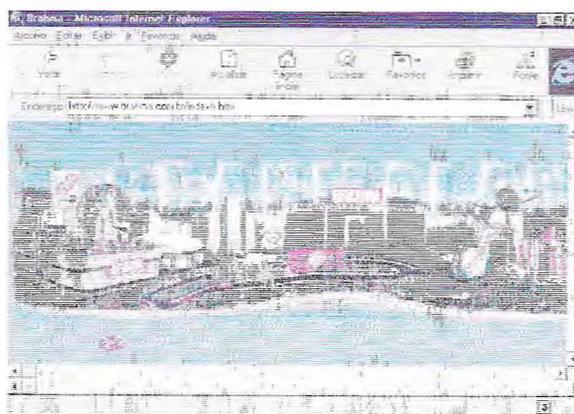
Andrew Kantor e Anna Catharina Siqueira

Porre de criatividade

Trezentos e cinquenta mil Reais e quatro meses de desenvolvimento. Este foi o saldo da super home-page da cervejaria Brahma, com 530 paginas HTML e cerca de mil imagens, que fazem da BrahmaLand (<http://www.brahma.com.br>) um verdadeiro catálogo virtual. Depois de escolher entre as duas opções de resolução de vídeo, o visitante terá o prazer de se deparar com o mapa da cidade eletrônica. Toda *linkada*, a imagem simula um parque de diversões com atrações para internautas de 8 a 80. Basicamente, o site está dividido em três grandes vertentes: entretenimento; eventos e

patrocínios; institucional e serviços. Contudo, a grande sensação da página é o céu da cidade, que muda de cor de acordo com o horário em que o usuário faz o acesso.

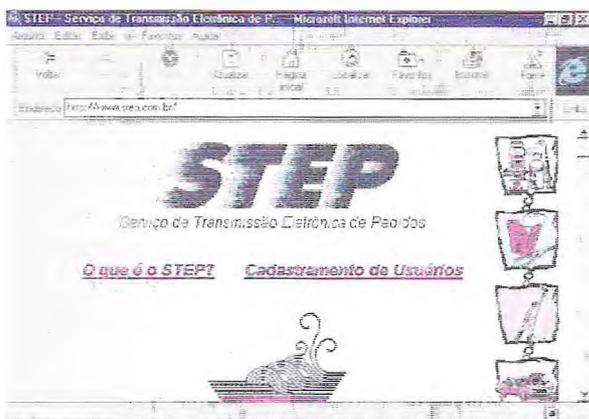
A.C.S.



Jornal O Povo, Caderno de Informática (22 de setembro de 1997)

Site facilita venda de produtos e serviços através da Internet

A provedora Secrelnet lança o Serviço de Transmissão Eletrônica de Pedidos, o STEP. Com a ferramenta, o internauta pode escolher o cardápio do restaurante ou reservar uma fita na locadora sem sair de casa.



O Serviço de Transmissão Eletrônica de Pedidos (STEP) é o novo serviço desenvolvido pela provedora Secrelnet

(<http://www.secrel.com.br>). Através da ferramenta, o usuário pode examinar o cardápio de restaurantes e pizzarias, conferir os preços de produtos em supermercados, floriculturas, livrarias e farmácias, além de reservar fitas em locadoras de vídeo.

O internauta que visita o site da Secrel pode clicar em uma das empresas em regime de parceria com a provedora. Caso você clique em um restaurante, é possível escolher a refeição sem sair de casa. É que a Secrel

repassa de imediato os pedidos através de conexão telefônica para a empresa-cliente. "É mais barato do que contratar uma pessoa para operar o micro. O investimento é mínimo", diz Sérgio Uchoa, assessor da Secrel. Segundo o assessor, o STEP atende a todos os pedidos de pronta-entrega, com economia e agilidade.

Diário do Nordeste. Caderno de Informática (10 de novembro de 1997)

Entrega em Domicílio usa a Internet

Rede de Fast Food Chinesa localizada em Fortaleza é a primeira a aderir ao STEP

Pedidos a domicílio pela Internet Impressora, modem e linha telefônica. Este trio compõe o Serviço de Transmissão Eletrônica de Pedidos (STEP), o primeiro serviço de comércio eletrônico pela rede Internet em Fortaleza, lançado pela Secrelnet para atender em domicílio a demanda de restaurantes, pizzarias, locadoras de vídeo, supermercados, floriculturas, livrarias e farmácias.

A primeira empresa a aderir ao STEP é uma das franquias locais da China-in-box. É a primeira franqueada da rede especializada no



fornecimento de pratos da cozinha chinesa a vender pela Internet em todo o Brasil. O serviço consiste em um site onde serão agrupadas as empresas fornecedoras, seus produtos, lista de preços, instruções para realização de pedidos. A partir desse site, que pode ser acessado pela home page da

Secrelnet (www.secrel.com.br), ou diretamente em seu endereço (www.step.com.br), os usuários da rede Internet podem consultar os produtos ofertados e realizar seus pedidos, que serão, em seguida, atendidos em seu domicílio.

O cardápio pode vir acompanhado de fotos. Os pedidos são preenchidos on-line e enviados. Secrelnet repassa de imediato os pedidos através de conexão telefônica diretamente para a impressora que fica na empresa-cliente do serviço, onde o resultado sai pronto para ser atendido. "É mais barato do que contratar uma pessoa para operar o micro. O investimento é mínimo", diz Sérgio Uchoa, assessor da Secrel. Segundo ele, o STEP atende tudo que for pedido de pronta-entrega, com economia e agilidade. O serviço foi desenvolvido e está sendo operado pela Secrelnet. O primeiro contrato foi assinado com a rede China in Box que assim ,já está vendendo comida chinesa pela Internet. A empresa cliente do STEP não precisa ter acesso à Internet, e pode até nem se quer possuir computador para usar o serviço, diz o diretor da Secrelnet, Messias Soares.

O STEP é um fator de competitividade, ao divulgar a marca e o produto na home page da Secrelnet, e aliar modernidade a comodidade. A Secrelnet opera um link de velocidade de 1 mega bps. A home page da empresa-cliente será feita pela Secrelnet, que instala o software que vai registrar os pedidos dos usuários. A manutenção da home page, alterações, exclusão ou inclusão de novos dados, também ficam a cargo da Secrelnet. Segundo Messias Soares, a utilização da Internet traz inúmeras vantagens para o consumidor e

para o vendedor do produto, mesmo se comparada com a utilização dos sistemas de atendimento por telefone.

A Internet permite a visualização dos produtos, o conhecimento da variedade oferecida e composição de cada item, compara. Para o vendedor, não faltam vantagens, disse Messias Soares. "A simples utilização da internet como forma de comercialização de seus produtos, confere ao estabelecimento um status de modernidade", argumenta. Para ele, a parte operacional também torna-se muito mais simples, se comparada ao sistema de atendimento telefônico: o cliente compõe sozinho todo o seu pedido, indicando a forma de pagamento e, até, quanto precisa para facilitar o seu troco, quando pretender pagar em espécie.

Jornal O Povo, Caderno de Informática (24 de novembro de 1997)

Mauro Pequeno e Marcelino Cavalcante

Comunidades Virtuais

Há uma tendência em se ressaltar o caráter peculiar das relações virtuais, em se encarar o mundo virtual como uma nova realidade e forma de organização em todo distinta do mundo real, separada deste e às vezes, até em oposição. Para muitos, o surgimento do mundo virtual requer uma nova sociologia, uma nova psicologia, uma nova economia, uma nova jurisdição e uma nova teoria das comunicações. Confesso não compartilhar desta tendência, embora o nascimento de uma nova mídia de caráter global e com características próprias, constitua um fenômeno altamente relevante e

impactante, não podemos esquecer que por detrás de cada computador conectado na Internet, há um ou mais seres humanos. Não costumo deixar-me levar por modismos.

Agora, é claro, com um novo meio abrem-se novas possibilidades. A opinião pública, que para muitos não passa de opinião publicada, ressaltando o caráter imperioso da grande mídia convencional sobre a consciência das massas, pode em muito beneficiar-se de uma nova mídia virtual bem mais aberta, participativa, interativa e distribuída em duas mãos. A democracia moderna está intimamente relacionada com a opinião pública, uma coletividade mais bem informada, conscienciosa e com mais poder sobre a informação gerada, implica em um aperfeiçoamento da democracia, deslocando o centro do poder e das decisões para mais perto do povo. Por outro lado, não devemos pensar nos novos meios de comunicação em termos de substituição. A escrita não eliminou a fala, o rádio não eliminou a imprensa, o cinema não eliminou o teatro, e a TV não eliminou nem o rádio nem o cinema. Do mesmo modo, a Internet não eliminará nenhuma das formas tradicionais de comunicação, nem os jornais on-line aos jornais de papel, nem os CD-ROM's aos livros. Pelo menos, não nos próximos cem anos.

Nas palavras de Pierre Lévy, sociólogo francês, "uma comunidade virtual não é irreal, imaginária ou ilusória: trata-se unicamente de uma comunidade mais ou menos permanente, que se organiza através do novo correio eletrônico mundial." É interessante que os admiradores de orquídea do mundo inteiro tenham uma oportunidade de trocar experiências, assim como os cultuadores de Krishna, ou os amantes das artes e ciências. Esta é a tônica

Ziq das comunidades virtuais, elas organizam-se não em função da territorialidade, ou de instituições, ou de laços de poder, mas em torno de interesses comuns, troca de experiências e conhecimentos, na busca de novos aprendizados, constituindo-se em um grande foco de colaboração humana espontânea, poucas vezes visto no mundo real.

Jornal O Povo. Caderno de Informática (10 de novembro de 1997)

Mauro Pequeno e Marcelino Cavalcante

Internet 2

Desde a visita do Presidente Bill Clinton ao Brasil mês passado, muito se tem ouvido falar de Internet 2, um dos acordos firmados entre os dois países. Mais o que é Internet 2? Qual sua importância para nós brasileiros a ponto de ser objeto de um acordo bilateral entre nações?

Para entender o que é Internet 2 vamos retornar a outubro do ano passado quando 34 universidades americanas se reuniram para formar o Comitê Geral de Trabalho da Internet 2. Neste contexto surgiu a NGI (Next Generation Internet) que visa o desenvolvimento de uma nova geração de produtos e aplicativos para redes eletrônicas de alta velocidade, um projeto prioritário do governo Clinton, no qual a Internet 2 constitui-se no primeiro passo para a consolidação dos seus objetivos. Em janeiro deste ano, 100 universidades americanas aderiram ao projeto. Além delas, centros de pesquisas, agências do governo e indústrias ligadas ao desenvolvimento de novas tecnologias Internet de alto desempenho estão atualmente participando

do projeto. Mas o que é Internet 2? Uma rede de banda larga (alta velocidade), de cunho acadêmico, que experimentará e desenvolverá a tecnologia de transmissão em velocidades cada vez mais alta, a ser utilizada futuramente pela rede comercial. O backbone (enlace) atualmente utilizado pelas instituições participantes, o VBNS (Very High Performance Backbone Network System), permite o tráfego de 150 Mbps (150 milhões de bips por segundo) a 622 Mbps. Um dos objetivos da NSF (National Science Foundation) é a elevação deste patamar à casa de um 1 Gbps (gigabits por segundo) até o ano 2.000. Para efeito de comparação a velocidade máxima utilizada nos backbones nacionais é de 2 Mbps (há uma proposta do SBT para velocidade um pouco mais alta via satélite).

A proposta da Internet 2 foi considerada da maior relevância por outros países que adotaram política de rede semelhante, surgindo a TEM-34 na Europa e a CANARIE (Canadian Network for Advanced of Research, Industry and Education) - rede canadense par pesquisa avançada, industrial e educacional. Atualmente o seletto clube dos países participantes da Internet 2 conta com 16 membros, incluindo o Brasil, que desde o acordo assinado pelos dois presidentes, passou a integrar. Mas, para efetivamente fazer parte deste clube o Brasil precisa implantar o seu backbone de alta velocidade. Ações imediatas estão sendo executadas, como o edital lançado recentemente pelo CNPq/MCT para contemplar projetos de redes metropolitanas de alta velocidade (www.cnpq.br/dpe/protem/ed-rnp.htm).

A UFC, juntamente com a SECITECE, está se preparando para entrar na nova era, fazendo com que o Ceará seja um dos cinco pontos pretendidos para a internet 2 brasileira.

Jornal O Povo. Caderno de Informática (10 de novembro de 1997)

Rede de Alta Velocidade pode ser implantada no CE

O Ponto de Presença da RNP no Estado adotaria a tecnologia de banda larga para a aplicação da chamada Internet 2.

“O Ceará é um dos estados nordestinos mais indicados para a implantação de uma rede metropolitana de alta velocidade”. A afirmação é de José Luís Ribeiro Filho, coordenador da Rede Nacional de Pesquisa (RNP). Ele esteve em Fortaleza na semana passada participando do II Seminário Franco-Brasileiro em Sistemas Distribuídos. Na Terça feira, dia 04 (de novembro), Ribeiro reuniu-se com o reitor da Universidade Federal do Ceará (UFC), Roberto Cláudio, para discutir a implantação das redes metropolitanas e do projeto Internet 2.

As redes metropolitanas de alta velocidade são sistemas de comunicação de dados a serem instalados em cidades brasileiras ainda não definidas. O sistema possibilita a contratação dos serviços de banda larga – tarefas que demandam canais de transmissão com altas taxas de transferência, como as videoconferências.

A implantação das redes metropolitanas faz parte de um plano da RNP para expandir o potencial comunicativo do Brasil. "Até o final de 1998,

pretendemos implantar redes metropolitanas em seis cidades do país", revela Ribeiro.

As cidades interessada em sediar as redes estão enviando projetos à RNP, que deve anunciar as beneficiadas até o final do ano. Segundo José Luís Ribeiro, o critério de escolha será "a qualidade dos projetos apresentados". Ele afirma que "o Ceará sai na frente pelo nível do trabalho que é desenvolvido aqui".

Com a instalação da banda larga, o Brasil dá um passo em direção à chamada internet 2 – a próxima geração da rede mundial de computadores. A característica principal do novo sistema é a possibilidade de monitoramento e tráfego seletivo de informações. No caso do Brasil, a RNP deve privilegiar os assuntos de cunho acadêmico.

Segundo o coordenador da RNP, a definição sobre quais instituições devem ser conectadas às redes metropolitanas vai se dar até março de 1998. "Eu particularmente acho que deveriam ser beneficiados os órgãos de ensino e amparo à pesquisa e todas as instituições que disseminem conteúdos de interesse acadêmico, mesmo que não seja atividade fim", defende.

Fortaleza sediou entre os dias 3 e 7 de novembro o II Seminário Franco-Brasileiro em Sistemas Informáticos Distribuídos. O evento teve como objetivo disseminar métodos, técnicas, ferramentas e experiências no domínio das arquiteturas multimídias para as telecomunicações. Durante o seminário, o coordenador da Rede Nacional de Pesquisa ministrou a palestra *A RNP Rumo ao Backbone de Alta Velocidade*.

Diário do Nordeste. Caderno de Informática (10 de novembro de 1997)

O Ceará corre em busca das conexões de alta velocidade.

Nos Estados Unidos, celeiro da Internet, 100 universidades uniram-se na criação do que está sendo chamada de Internet II, uma evolução da atual rede mundial de computadores para conexões de alta velocidade. Essa segunda versão da web, ainda em seu princípio, vai possibilitar a comunicação que todo internauta sonha: videoconferências otimizadas, maior interatividade com os sites, download mais rápido, jogos sem a lentidão e as limitações dos atuais, maior confiabilidade nos provedores, enfim, uma quantidade vasta de inovações que só pode ser feita com bons canais para transferência de dados.

O II Seminário Franco-Brasileiro em Sistemas Informáticos Distribuídos, que aconteceu na semana passada entre os dias 3 e 7, serviu de intercâmbio entre a escola francesa de Informática - uma das mais respeitadas mundialmente quando se trata de redes - e os pesquisadores brasileiros.

Promovido pela Rede Nacional de Pesquisa (RNP), Centro Federal Tecnológico (Cefet) e Universidade Federal do Ceará o seminário contou com a presença de professores franceses como Guy Pujolle, Eric Horlait, Jean Pierre Courtiat, Guy Bernard e Gerard Bernard que expuseram, nos dois primeiros dias, temas como a comunicação em tempo real pela robótica e garantia na qualidade de serviços em aplicações multimídia.

Pelo lado brasileiro falaram Luís Fernando Gomes Soares, da Pontifícia Católica do Rio de Janeiro, José Suruagy Monteiro, da Universidade Federal de Pernambuco, Mauro Oliveira, da Cefet do Ceará, José Marcos Nogueira, da

Universidade Federal de Minas Gerais, José Luís Ribeiro Filho, coordenador geral da RNP, sobre o desenvolvimento da pesquisa em redes de alta velocidade no Brasil e as perspectivas para a integração do país na Internet II.

Segundo José Neuman de Souza, coordenador da RNP no Ceará, a integração do Brasil à Internet II parece estar mais perto do que se pode imaginar. A Rede Nacional de Pesquisa já lançou edital de recebimento de propostas para a área, com prazo que vai até o dia 15 de novembro.

Mais do que isso, a própria RNP estima que já em fevereiro do próximo ano as primeiras atividades com conexões de alta velocidade, já estejam em pleno funcionamento, fazendo com que o Brasil acompanhe de perto o que está sendo feito em outros países, não perdendo espaço na rede quanto às últimas tecnologias. Para o Ceará, sediar um seminário desse tipo traz para o estado o status de líder no campo de pesquisa de sistemas informáticos distribuídos e pólo de desenvolvimento do sistema de comunicação que mais cresce no mundo hoje.

Diário do Nordeste. Caderno de Informática (10 de novembro de 1997)

Jornalismo on line: estamos preparados?

Todos os dias grandes e pequenos jornais aderem a essa nova tecnologia.

Quando criou a imprensa, em 1450, Gutemberg, com certeza, não imaginava que 547 anos depois fôssemos evoluir tanto. O jornalismo, que é

extremamente grato ao alemão, hoje vive uma revolução, não só no fazer jornalístico, mas também, e, principalmente, no meio em que ele irá circular.

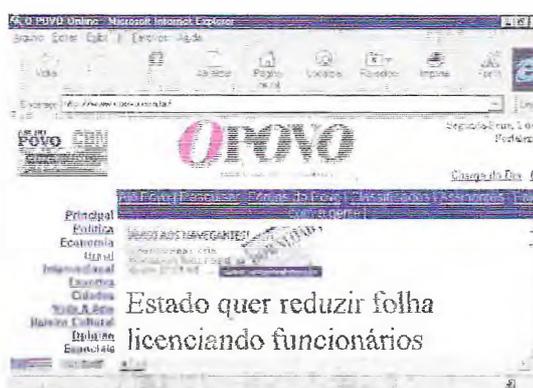


impresos jornalísticos de periódicos, pois eles não tinham uma data determinada para circular.

Segundo o jornalista e professor do curso de Comunicação Social, Ronaldo Salgado, os jornais só começaram a ter uma certa periodicidade um pouco antes da Revolução Francesa, ainda no século XVI. "Somente com a transformação do jornal em empresa, no século XIX, começamos a ter o que chamamos periodicidade", afirmou Ronaldo.

De lá pra cá, tivemos várias mudanças no jornalismo. Do nariz de cera - onde o jornalista antes de dizer o que realmente havia acontecido, despejava várias informações

O primeiro jornal que se tem notícia, segundo Néilson Lage, no seu livro Ideologia e Técnica da Notícia, surgiu em 1609, em Bremen, na hoje, Alemanha. Naquela época ainda não podíamos chamar os



secundárias - até o lead - onde se faz o processo inverso do nariz de cera, ou seja, o assunto principal vem no primeiro parágrafo -, mudanças essas que tornaram o jornalismo bem mais ágil do que nos seus primórdios. Porém, nem

de longe podemos comparar com as novas mudanças provocadas pelo jornalismo on line.

Com o surgimento do jornalismo on line a interatividade, palavra hoje em dia em moda, começou a ser praticada de uma forma mais intensa. O meio em que se instalou o jornal digital possibilita ao leitor um nível de interação muito maior do que ele um dia sonhou ter nos impressos tradicionais. Com o jornal na Internet, o leitor (agora internauta!) pode participar de fóruns de discussão com os editores ou mesmo entre eles, enviar instantaneamente sugestões de pauta via e-mail, participar de pesquisas online (recurso muito utilizado pelo Jornal da Tarde - <http://www.jt.com.br>), acessar arquivos do jornal à procura de matérias específicas, se aprofundar em determinados temas a partir de links relacionados a matéria que ele estiver lendo (um recurso que agora está começando a ser utilizado, mas não totalmente) ou mesmo assistir a vídeos e animações, como os da MTV (<http://www.mtv.com.br>).

Nos anos 80, surgiram nos Estados Unidos da América, as primeiras experiências com o jornalismo on line, a partir de sistemas de videotexto produzidos por empresas com a Time. Apesar da Internet ainda estar engatinhando, já no final da década, servidores de acesso, como a American Online mantinham serviços de notícias personalizados.

Treze anos depois, apenas 20 ,jornais norte-americanos estavam na Rede. Parecia que aquilo não teria futuro. Mas, com o surgimento da world wide web (www, a parte multimídia da Rede, aconteceu o tão esperado boom da Internet. Milhares de pessoas começaram a se conectar diariamente à Rede mundial de computadores. O que era só um sonho começou a se tornar

realidade. Na Internet hoje, podemos encontrar mais de 3.500 publicações (sem contar os alternativos), sendo que 50% delas oriundas dos Estados Unidos. A variedade realmente é enorme. Podem ser encontrados desde o norte-americano The New York Times (<http://www.nytimes.com>), passando pelo Diário do Nordeste (<http://www.diariodonordeste.com.br>) - pioneiro no norte-nordeste na Internet, até a Folha de Niterói (<http://www.montreal.com.br/~serts/folha.htm>) que mostra um pouco do litoral fluminense. É verdade que os jornais on line ainda precisam melhorar (adequar o texto do impresso ao digital, por exemplo), mas isso é outra história.

CAPÍTULO 8

InterNEWS II

Revista Internet World – Agosto 1996

Anna Catharina Siqueira

Aventuras na Rede

Alunos de Fortaleza realizaram a primeira aventura interativa brasileira: visitar a Amazônia e, de lá, trocar informações com pessoas de todo o País via Internet. Para tornar isso possível, a Trend Tecnologia Educacional, responsável pelo Projeto Amazônia, equipou o grupo com computadores e todo um arsenal para acessar a rede e cumprir a missão de passar as experiências vividas no local. O projeto foi realizado em três fases: criação da home-page (<http://www.trend.com.br/amazonia>), expedição e realimentação das informações. A home-page do Projeto Amazônia continua no ar, sendo alimentada com trocas entre os que foram e os que ainda sonham em ir. A próxima expedição parte este mês (no caso agosto de 1996) com alunos de três escolas de Manaus. No final do ano (1996), mais uma escola seguirá rumo a floresta, cumprindo a última etapa do projeto este ano.

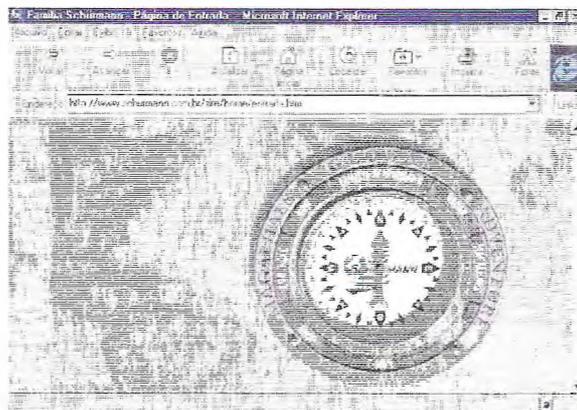


Para o próximo ano (1997), alunos e pesquisadores de instituições educacionais do Brasil e do exterior aguardam por uma nova aventura interativa: a volta ao mundo

em companhia da Família Schurmann. A Trend vai levar para a Internet a nova trajetória do casal e seus três filhos. Desta vez, eles cumprirão, entre 1997 e

2000, o Projeto Magalhães/Round the World, repetindo a viagem de circunavegação que Fernão de Magalhães empreendeu no século XVI. A home-page sobre a viagem já está no ar (<http://www.trend.com.br/schurmann> ou www.schurmann.com.br). Equipado com computadores, câmera cinematográfica adaptada para filmagem submarina e sistema de comunicação via satélite, o veleiro Guapos será o

ponto de transmissão de informações para o mundo. Na Ilha João Cunha, em Santa Catarina, será instalado um centro de informações que receberá as mensagens enviadas do



veleiro. Imagens em vídeo e fotos, sons, relatos dos navegadores e dos povos visitados integrarão o acervo que ficará a disposição do usuário, tanto na home-page da Trend, como nos BBS mantidos pela empresa. Este mês, a família fará uma viagem experimental à Ilha de Trindade para testar o equipamento e a transmissão das informações. A Trend terá uma equipe de pesquisadores atenta a rota do Guapos para colocar na rede opções de abordagem para as escolas. Os alunos brasileiros poderão trocar mensagens com diferentes partes do País e do mundo, além de propor o desenvolvimento de trabalhos cooperativos com crianças e jovens de outros povos. Durante a viagem, a Trend disponibilizará na Home-Page a revista mensal Guapos, contendo artigos, fotos, depoimentos, descobertas e entrevistas relacionadas ao projeto. Esta home-page será atualizada periodicamente e estará disponível também em inglês e espanhol.

O projeto Trend de informática educacional – que começou há seis anos (a contar a partir da data dessa reportagem), oferecendo assessoria às escolas para associar a informática ao currículo – está hoje (agosto de 1996) em 180 escolas e 17 estados brasileiros, atingindo cerca de 200 mil alunos. Este leque deve aumentar ainda mais com a nova vertente da Trend para suprir uma demanda flagrante das instituições de ensino para o uso da Internet com fins educacionais. A home-page da Trend (<http://www.embratel.net.br/inforserv/trendtec>) dá dicas de sites para escolas, professores e alunos.

Jornal O Povo. Caderno de Informática (27 de outubro de 1997)

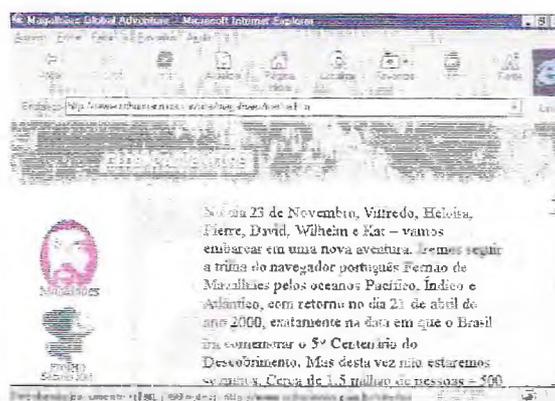
Magalhães Global Adventure” será transmitido via Internet

A Família Schurmann volta ao mar para enfrentar o desafio de refazer o percurso seguido por Fernão de Magalhães, no projeto “Magalhães Global Adventure”.

A família Schürmann está de volta aos oceanos conectada ao mundo através da Internet. Depois de viver no mar por mais de 10 anos conhecendo povos e lugares, Valfrido, Heloísa e os filhos Pierre, David e Wilhelm estão partindo para o desafio de refazer o percurso seguido por Fernão de Magalhães, num projeto chamado "Magalhães Global Adventure".

"Dessa vez não estaremos sós. Além dos meus fillios, as crianças de todo o mundo irão viajar comigo e Heloísa, através da Internet", afirma Valfrido Schurmann. Em uma parceria com a Embratel, que fornecerá uma estrutura de

comunicações por satélites avaliada em mais de US\$ 350 mil, e a Trend Tecnologia Educacional, a família Schürmann transmitirá imagens e sons de suas aventuras pelo mundo, em tempo real pela internet. Assim, os



estudantes das escolas conveniadas com a Trend poderão assistir a aulas interativas sobre a fauna, flora, costumes e religiões dos países visita dos pelos navegadores brasileiros. "Nossa idéia é tornar mais interessante e fácil o aprendizado através da interatividade em tempo real que a internet permite.

Quando estivermos próximos às baleias, por exemplo, poderemos responder as perguntas das crianças sobre essas animais" explica Valfrido.

Além dos Schurmann, um grupo de pesquisadores de diversas áreas do conhecimento estarão acompanhando a expedição, que será registrada em um filme. As escolas interessadas em participar do "Magalhães Global Adventure" podem obter maiores informações no seguinte endereço na internet: <http://www.trendnet.com.br/trend/magalhaes>.

Jornal O Povo, Caderno de Informática (06 de outubro de 1997)

Escola do Pirambú recebe doações via Internet

A Internet pode ajudar a resolver problemas sociais. Com a ajuda da ETFCE, uma Escola do Pirambú montou um site na rede mundial para receber solidariedade e doações.



Os meninos e meninas da escola Santa Elisa, no Pirambú, um dos bairros mais carentes de Fortaleza, descobriram na Internet uma forma de receber ajuda para solucionar suas dificuldades materiais.

Com o apoio do Prof. Mauro Oliveira, da Escola Técnica Federal (ETFCE), eles montaram um site na rede mundial onde mostram seus projetos e necessidades. Receberam também um micro com acesso à Internet, muito disputado pela criançada, que apesar de carente, sabe muito bem como a Internet pode ajudá-los nas tarefas da escola e na descoberta de novos amigos. O endereço da Escola é <http://www.etfce.br/escolinha> e o site será lançado oficialmente durante o Simpósio Brasileiro de Banco de Dados e Engenharia de Software, que acontecerá em Fortaleza (no caso, aconteceu), de 13 a 15 deste mês.

Para ajudar a garotada do Santa Elisa, é possível contribuir de várias maneiras, como pode ser visto na seção "ajudando". Você pode doar materiais usados que a criançada faz a reciclagem. Se em vez de doar bens materiais, você preferir doar os seus conhecimentos, ministrando aulas de reforço escolar, ou apoiando a assistência médica e odontológica e ate mesmo orientando profissionalmente a meninada, a Escola recebe de braços abertos.



Uma outra possibilidade de ajuda às crianças carentes do Pirambú, é através da adoção virtual, onde a criança passa a ser acompanhada através da Internet. Ligada ao Projeto Emaús, um trabalho de terapia social com métodos alternativos; internacionalmente reconhecido, a Escola Santa Elisa está provando, mais uma vez, o caráter solidário da Internet. Agora, é só você se conectar. As crianças agradecem.

Jornal O Povo, Caderno de Informática (29 de setembro de 1997)

Site de violonista traz músicas e discografia completa

A melodia de Nonato Luiz invade o cyber espaço. O site do músico na



internet

(<http://www.nonatoluiz.com.br>) foi

lançado há um mês.

O violonista cearense Nonato Luiz lança sua home page oficial na Internet com o objetivo de popularizar a música instrumental entre o público brasileiro. O site This is Nonato Luiz traz informações sobre a carreira do violonista e foi produzido pela Inova Tecnologias.

Quem acessar a home page vai conferir a discografia completa de Nonato Luiz, incluindo as participações que o músico fez em discos de outros artistas. Há ainda depoimentos da crítica internacional sobre o trabalho do

violonista, além de um calendário de shows. Segundo Cláudio Santos, diretor da Inova Tecnologias, o site deve contar ainda com trechos de músicas de Nonato Luiz, que poderão ser "baixadas" em sistema .wav.

Nonato Luiz não descarta a possibilidade de desenvolver outros projetos na área de informática. "Hoje em dia quem não está informatizado fica 700 anos atrasado", avalia. A próxima meta do violonista é cadastrar um de seus discos no site da AudioNet (<http://www.audionet.com>), uma espécie de vitrola virtual.

Jornal O Povo, Caderno de Informática (29 de setembro de 1997)

Mauro Pequeno e Marcelino Cavalcante

"Salve o Pacoti" na Internet

Muito se fala no potencial da Internet para a democratização da informação. Como lembra Peter Golding, conforme abordamos na semana passada, "uma das principais virtudes da Internet é permitir o acesso a informações que de outro modo não estariam disponíveis". Assim sendo, as minorias encontram na Internet um canal de expressão e comunicação. Para o bem e para o mal: se encontramos páginas sobre os movimentos negros, indígenas, direitos femininos, ativistas políticos, anarquistas, libertários, etc., lá também encontram-se páginas nazistas, racistas, "skin-heads", receitas para se construir bombas pedófilos, etc. O bom da Internet é que ela reflete a sociologia global. Tudo o que encontramos na vida real acaba tendo uma contrapartida na grande rede. Com mais de 100 milhões de home pages

espalhadas pelo mundo, há espaço para todos. Esta é a diferença entre a Internet e a grande imprensa. Enquanto na Internet encontra-se de tudo, a grande imprensa tende a refletir prioritariamente os interesses das classes dominantes, das elites e do "stablishment".

No Brasil, este potencial da Internet pouco tem sido usado. Mas é exatamente isso o que o movimento "Salve o Pacoti" está fazendo. Para quem não sabe, as margens do rio Pacoti, à direita da ponte que leva ao Beach Park, estão sendo desmatadas para a construção de um grande loteamento. O anacronismo de tais empreendimentos imobiliários a custa de nossas últimas reservas hídricas é simplesmente óbvio, mas infelizmente tais iniciativas continuam a acontecer em nossa capital, e o que é pior, com o aval dos órgãos ambientais que supostamente deveriam proteger o meio ambiente, como a Secretaria Estadual de Desenvolvimento e Meio Ambiente, a Superintendência Estadual do Meio Ambiente - SEMACE, o Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis - IBAMA, e a própria prefeitura do Eusébio onde se dá o empreendimento. Quando se fica órfão dos órgãos governamentais que teriam obrigação de nos proteger, como no caso da imagem patética veiculada na televisão do pai desesperado por ter tido o seu filho de oito anos seqüestrado e morto por policiais, a quem recorrer? Só resta a sociedade civil ela mesmo organizar-se para resistir. E nisto a Internet presta uma contribuição sem igual. Na página do movimento "Salve o Pacoti" encontram-se todas as informações a respeito do caso. Fotos do local do loteamento, descrição do habitat natural do rio e também do loteamento. Ações judiciais movidas contra o empreendimento, parecer dos órgãos ambientais,

razões para você não comprar lotes no local, como o risco de contaminação de leishmaniose, os eventos e manifestações programadas pelo movimento, o fórum do cidadão, onde todos podem deixar suas impressões a respeito da questão ambiental e há ainda uma seção informando como as pessoas podem contribuir para o movimento de não destruição do rio. Exercite sua cidadania visitando a página <http://www.lia.ufc.br/pacoti>.

CAPÍTULO 9

Tiras

Internet II

O projeto Internet II, da NSF (National Science Foundation) dos Estados Unidos, recebeu o apoio da IBM, que se comprometeu a doar US\$ 3,5 milhões para o projeto. A este montante se somarão os US\$ 12 milhões assegurados pelo governo federal. O projeto pretende interligar as 100 mais importantes Instituições de pesquisa dos Estados Unidos, criando uma rede 100 vezes mais veloz que a atual. A destinação da Internet II será puramente acadêmica. Até o momento, 64 Instituições á se asseguram no projeto.

Tadao

Tadao Takahashi, o ex-coordenador da RNP - Rede Nacional de Pesquisa, e o principal responsável pela implantação da Internet no Brasil, chega a Fortaleza na próxima Quarta (27/08/97), a convite da UFC, para proferir palestra sobre a "Agência Cidadão", uma iniciativa da FINEP que tem como objetivo organizar e disponibilizar informações úteis ao dia-a-dia do cidadão comum, através de quiosques conectados à Internet espalhados por lugares de acesso público. Um serviço piloto está sendo planejado para incluir inicialmente, cinco cidades em regiões distintas do país, com dez pontos de acesso em cada cidade. Fortaleza é candidata a ser uma dessas cidades. A palestra acontecerá no mini-auditório da reitoria da UFC, às 16 horas.

Acorrentados na Rede

Um primeiro caso de crianças "acorrentadas" na rede aconteceu em Cincinnati, Estados Unidos. A polícia local encontrou, após denúncia de

vizinhos, duas crianças que passaram 12 horas acessando a Internet. A mãe, para não ser incomodada, trancou no quarto as crianças, tendo antes providenciado um computador com acesso à Internet. Isso mantinha as crianças ocupadas. Os policiais relataram que encontraram o quarto totalmente revirado, mas o local onde estava o computador, completamente em ordem. As crianças estão agora sob custódia do Estado.

FM Universitária

A Rádio FM Universitária inaugurou um projeto experimental para acesso à sua programação através da Internet. A grande vantagem é permitir que brasileiros (em especial cearenses) residentes no exterior possam ter acesso as coisas da terra. O site para acesso é <http://elis.ufc.br/fmuniv.htm>. É a segunda rádio cearense a oferecer este serviço, a outra é a Rádio AM O Povo/CBN que desde algum tempo encontra-se na Internet no endereço: <http://www.opovo.com.br>.

A Bíblia

<http://www.cuc.edu/cgi-bin/unc-gilbiblia>

A Bíblia Sagrada com texto integral em português e pesquisável por Livro, Capítulo, Versículo e por palavras chaves. Internet também é espírito.

Texto da Lei

O texto da lei Geral de Telecomunicações pode ser encontrado no site do Ministério das Comunicações, no seguinte endereço:

Dedo Duro

Uma provedora de acesso nos EUA que auditava a conta de um dos seus usuários, por outras razões, comunicou a polícia que o mesmo havia baixado mais de 70 fotos de adultos praticando sexo com crianças. O usuário foi então preso. A atitude da provedora levanta questionamentos quanto a privacidade dos usuários. Não devem ser as provedoras como as companhias telefônicas que não têm acesso às conversas telefônicas? Bom material para futuras legislações.

Viciados

A psicóloga da Universidade de Pittsburgh, Kimberly S. Young, acha que as "salas de bate-papo" do ciberespaço e os jogos de fantasia constituem as principais atrações para as pessoas propensas a se "viciarem" na Internet. Young comentou que vem sendo contatada por advogados a respeito de divórcios causados pelo vício de um dos cônjuges na Rede.

Pela Internet

Pedir comida pelo telefone? Está ultrapassado, agora você pode pedir pela Internet, com a vantagem de você mesmo compor o seu pedido e dar o seu endereço: Além de poder consultar o menu on line. A Secrelnet está lançando o serviço STEP - Serviço de Transmissão Eletrônica de Pedidos. Destinado a fornecedores que realizam vendas de seus produtos ou serviços, para entrega ou atendimento à domicílio. O usuário clica na empresa cadastra e

www.mc.go.br/biblioteca/legislação/leigeral. A partir desse ponto existem cinco arquivos (um para cada "Livro" da lei e um para os anexos). Quem quiser ter um arquivo em Word, pode pegar em <ftp://ftp.mc.gov.br/leigeral.exe>. Executando este arquivo em DOS ou em Windows, ele se auto-compacta criando um arquivo Word6.

Globalização

Peter Golding, um dos mais conceituados teóricos da comunicação da atualidade, vem ao Brasil pela primeira vez a convite da Universidade Federal do Ceará e da Revista Inside Brasil, para proferir a palestra: "Globalização, Comunicação e Nova ordem Mundial". O professor Golding é diretor do Departamento de Ciências Sociais da Loughborough University, na Inglaterra. É autor de mais de 15 livros sobre teorias da comunicação. A palestra acontecerá no próximo dia 10, às 18 horas no auditório da Federação das Indústrias do Estado do Ceará (FIEC).

Meio Ambiente

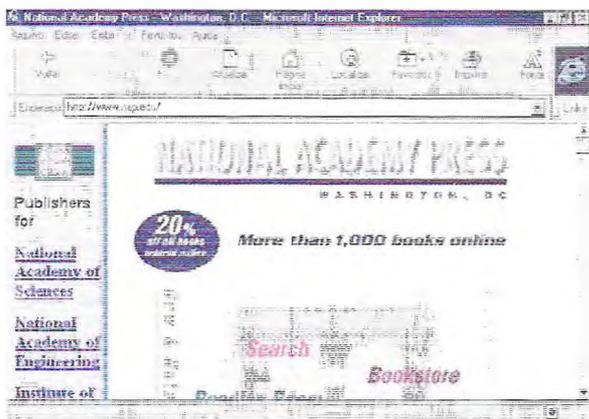
Fortaleza está sediando o I Congresso Nacional de Interciência do Meio Ambiente, no Centro de Convenções no período de 17 a 20 de setembro. A programação completa do evento encontra-se na home page <http://www.ufc.br/oliveira>. Entre os temas a serem discutidos destacam-se os custos da degradação do meio ambiente, o problema de solos e águas, marketing verde e qualidade de vida.

efetua seu pedido via Internet O China in box é a primeira empresa a aderir ao sistema. Saiba mais sobre o serviço visitando www.step.com.br.

ENIT

Atendo a solicitações, o I Encontro Nacional de Internautas – ENIT que estava programado a acontecer neste mês, em nossa cidade, foi adiado para os dias 20 a 23 de novembro vindouro.

Livros Grátis



A National Academy Press, dos Estados Unidos, chegou a conclusão que oferecer livros on-line atrai compradores. Em virtude disso, pôs a disposição mais de 1.700 livros que podem ser acessados livremente. Os livros compreendem as áreas mais diversas como: Agricultura, Relações Internacionais, Biologia, Computação, Desenvolvimento Urbano, Física, Matemática, Geologia, Educação, Engenharias, Medicina, Nutrição e outros. Visite e escolha o que lhe interessa: <http://www.nap.edu>.

Divórcio - O Mal da Internet

A psicóloga americana Kimberly Young, da Universidade de Pittsburgh, afirma que vem sendo procurada por um numero crescente de advogados, a respeito de casos de divórcio causado pelo vício de um dos cônjuges, em

Internet. Segundo a psicóloga, para as pessoas propensas, as "salas de bate-papo" (IRC), e os jogos de fantasia via rede, são os principais responsáveis pela contração do vício.

Cerveja Antártica

<http://www.antarctica.com.br/home/index.html>

Conheça o site da Cervejaria Antártica, vencedor do Prêmio Aberje São Paulo de 1997, na categoria Internet. Nele, é possível fazer um tour virtual pela companhia, através do Antártica Net Club. Mas, não se preocupe, porque seus filhos são orientados apenas para conhecerem a lanchonete do site e a linha de refrigerantes da empresa.

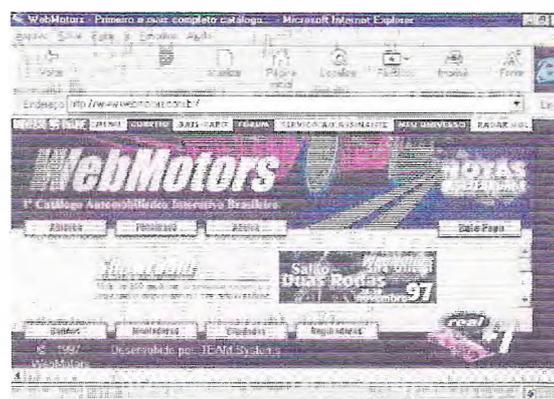
Carros

<http://www.webmotors.com.br>

Conheça o primeiro catálogo automobilístico interativo do Brasil.

Esse site possui um showroom com mais de 500 modelos de veículos

nacionais e importados disponíveis no mercado brasileiro e todo o catálogo de vendas de todas as marcas de automóveis do País, além de links para todos os fabricantes de veículos do planeta. Para quem gosta do assunto, é imperdível.



Adote uma Criança

Aos poucos a Internet no Ceará vai se tornando o meio de comunicação preferencial da sociedade civil organizada. O projeto Emaús que atua no Pirambú, entre outras coisas mantém a escolinha Santa Elisa com 33 crianças. Estas crianças recebem esforço escolar na Escola de Aprendizes Marinheiros com alunos da Universidade Estadual do Ceará (UECe) e aos sábados visitam a Escola Técnica Federal do Ceará, onde delicias-se em uma série de atividades recreativas. A escolinha está inovando e lançou uma home page sobre o projeto. O ponto alto é a adoção virtual de uma criança pela Internet (<http://www.etfce.br/escolinha>). Visite a página e veja como você pode ajudar. Cidadania, se faz assim, aos pouquinhos...

Salve o Pacoti!

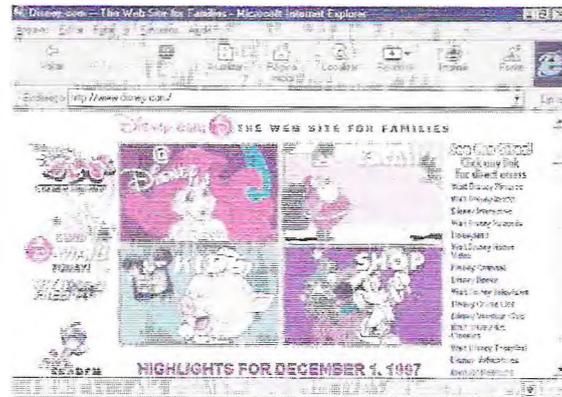
A campanha pela suspensão do loteamento Pasárgada e criação do Parque Ecológico do Pacoti e lagoa da Precabura ganhou corpo na cidade, com a mensagem sendo bem acolhida por diversos setores da sociedade. A festa no Domínio Público na sexta e a manifestação de ontem (dia 05/11/97) no próprio local do loteamento foram um autêntico sucesso. Entre também nesta campanha, visitando a home page do movimento (<http://www.lia.ufc.br/pacoti>). Para assinar um abaixo-assinado eletrônico pela criação do Parque basta enviar um e-mail para pacoti@lia.ufc.br, com o seu nome, endereço eletrônico e número de identidade. Aproveite e mande sua opinião sobre a causa ecológica.

Walt Disney

<http://www.disney.com>

Página oficial dos estúdios

Disney. Apesar de ser totalmente em inglês, é um endereço indispensável para as crianças. Jogos, informações sobre filmes e



desenhos, produtos com a marca Disney estão disponíveis nesse site muito bonito.

Crescimento

Até o fim do ano a Internet crescerá 71%, em relação ao número de computadores conectados, atingindo a marca dos 82 milhões, segundo pesquisa realizada pela Dataquest Inc. Estima-se que no ano 2001, esta marca atinja os 282 milhões de computadores conectados a Internet. Isso representa um aumento substancial no comércio de software e serviços pela rede. Nos Estados Unidos o negócio virtual deverá atingir um crescimento de 60% este ano, atingindo a marca de 12,2 bilhões de dólares, contra 7,5 do ano passada. No ano 2001 espera-se que o volume de negócios chegue a 32,2 bilhões de dólares. Desses, 29 bilhões serão devido a apenas setor de serviços.

Vaticano

<http://www.vatican.va>

Biografias, museus, e bibliotecas estão entre as opções para quem quer conhecer o site do Vaticano na Internet. O AltaVista possui uma ferramenta de busca que ajuda o internauta nas pesquisas e os textos estão disponíveis em português, francês, alemão, inglês e espanhol. Em breve, o site estará transmitindo os discursos do Papa pela rádio Vaticano.

Insoft

<http://www.insoft.softex.br/home/insoft/associad.html>

Quem quer saber o que o Ceará produz de software, encontra neste site do Instituto do Software uma boa pista. A SUDENE patrocinou a produção da home page para todas as empresas associadas ao Insoft. São 53 empresas associadas, com seus endereços URL . e-mail produtos disponíveis.

Divulgação

Uma vez que você tenha feito sua home page, você vai querer divulgá-la. Uma maneira é sair visitando os catálogos principais como o AltaVista, Yahoo, Excite Lycos, WebCrawler, etc., e cadastrá-la nestes locais. Porém, seja mais prático e deixe que o "Submit"- <http://www.cen.uiuc.edu/banister/submit-it> seja seu agente publicitário, inserindo seu endereço nos principais catálogos internacionais. Mas não se esqueça dos nacionais como o "Ondelr?"- <http://www.ondeir.com.br>, o "Cade?"-

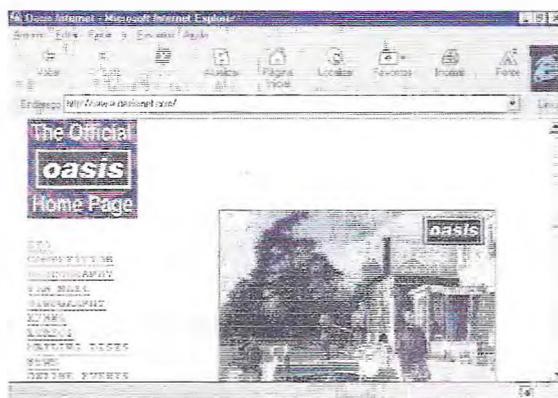
<http://www.cade.com.br>, o "Achei!" -<http://www.achei.net>, o "Surf"-
<http://www.surf.com.br>.

Vestibular

Se você está se preparando para o vestibular, não deixe a Internet de lado. Isso pode parecer um contracenso a medida que a Internet possui a capacidade de absorção e divagação, tendendo a consumir muita tempo do usuário. Porém, ela pode lhe ajudar no seu estudo de diversas formas, como consulta a bibliotecas, informações sobre assuntos variados, e DICAS, que é o que todo estudante deseja. Veja por exemplo o site do Jornal "Correio Brasiliense" (<http://www.correioweb.com.br/noticias/port/main2.htm>), com dicas de português, ou o site do jornal "O Estado", de São Paulo (<http://www.estado.com.br/redac/manual.html>), que traz o "Manual de Redação", que é leitura obrigatória para todos os amantes de nossa língua.

Oasis

O grupo inglês de rock Oasis, um dos mais populares do momento, está processando os sites na Internet que utilizam, sem permissão, material relativo ao grupo como fotografias, vídeos clips, canções e amostras de



sons patenteados. Em declaração oficial, o grupo agradecia aos fãs mas enfatizava que o uso não autorizado de material patentado pode ser

interpretado como roubo de propriedade. Conheça o site oficial do grupo: www.oasisinet.com.

Privacidade

Um indivíduo no Estado de Colorado, EUA, acaba de ser preso por ter baixado, via Internet, mais de 70 fotos de adultos praticando sexo com crianças. O curioso neste episódio é que o indivíduo foi delatado por sua provedora de acesso. Críticos afirmaram que mais grave que o crime do indivíduo, foi o de invasão de privacidade cometida pela provedora. Dave Banisar, do Centro de informações Eletrônicas de Privacidade, mostrou-se preocupado com o fato e argumentou: "as provedoras de serviço não devem fazer este tipo de coisa. Elas devem proceder como as companhias telefônicas, que não tem acesso as conversas telefônicas de seus assinantes". A Provedora (Não identificada) argumentou que auditava a conta por razões de negócio (?).

Compras com Garantia

O comércio on-line no Brasil acaba de dar mais um importante passo no que concerne à garantia e segurança da transação. Já está em funcionamento o SET (Secure Electronic Transaction), um protocolo de segurança desenvolvido em parceria pelas administradoras de cartões de crédito Visa e Mastercard. O SET oferece segurança nos dois lados da transação. Aos consumidores certifica a existência dos estabelecimentos cujos

produtos são oferecidos, e aos lojistas garante que um consumidor não é um "Hacker" (especialista em fraudar sistemas de computadores).

Mercado em Alta

A expectativa é de um grande crescimento do comércio pela Internet no Brasil. Estima-se que dos dois milhões de brasileiros plugados na Internet, 53% já fez alguma compra on-line. Dois ramos negócios devem se destacar no comércio eletrônico pela Internet. Artigos de conveniência como livros e discos, e os produtos eletroeletrônicos e de informática. Os idealizadores do SET esperam que em 1998 de 10 a 50 mil pessoas estarão cadastradas no sistema, assegurando o sucesso da iniciativa. O preço estimado para que uma empresa média ofereça seus produtos na Internet com o padrão exigido no SET é de cerca de US\$ 15 mil , diretor executivo de negócios da Visa.

Desaparecidos

Arranjar namorado pela Internet não deixa de ter os seus riscos. Estranha esta história de amor entre a modelo e ex-miss mato-grossense Carla Patrícia Coelho e o goiano Flávio de Oliveira e Silva. Os dois se conheceram pela Internet e após o início do namoro viajaram de férias para Fortaleza onde se Hospedaram no Marina no dia 2 último (02/10/97). No dia 6 alugaram um carro no aeroporto e não mais foram vistos. A família da modelo encheu-se de preocupação quando soube que Carla recentemente fez um seguro de vida. Policiais do Mato Grosso do Sul que como viajaram até Fortaleza para acompanhar o caso, informaram que Flávio é procurado pela polícia de Goiânia por não pagar pensão alimentícia de um filho.

Caso Resolvido

No último dia 19 (19/10/97) os policiais encontraram o casal em um hotel em Teresina. Carla foi trazida para Fortaleza pela polícia. Na aventura os dois deixaram de pagar a conta do hotel Marina, não devolveram o carro alugado e ainda deixaram um rastro de cheques sem fundo no valor de R\$ 7 mil. Flávio foi detido em flagrante em Teresina por crime de estelionato e roubo de carro. Carla vai responder a inquérito policial em Fortaleza. Final feliz?

Números do Marketing

As empresas que mais investiram em publicidade na Internet em 1997 foram a Microsoft (US\$ 3.2 mi). Entre as não de Informática estão a Toyota (US\$ 0.95 mi), a General Motors (US\$ 0.75 mi) e a Disney (US\$ 0.60 mi).

Quem mais embolsou este dinheiro foram a Netscape (US\$ 24.1 mi) e o Yahoo (US\$ 23.0 mi).

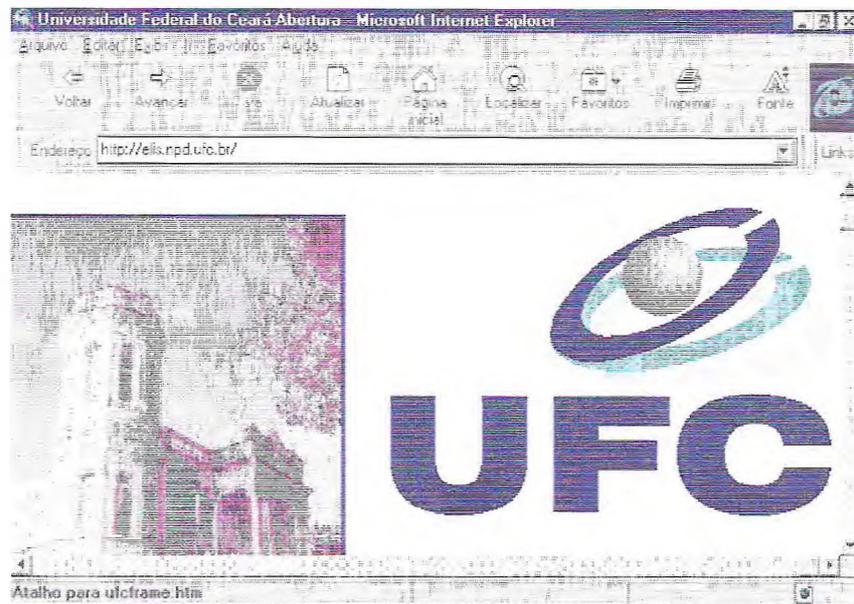
Leilão na Net

O primeiro leilão de produtos de informática via Internet, realizado pela Itautec (<http://www.itautech.com.br>) foi um sucesso atraiu mais de 18 mil pessoas para o site da empresa durante 2 horas e 15 minutos que foi o tempo



que durou o leilão. Foram vendidos 120 lotes com 18 itens diferentes, incluindo micros novos, seminovos e periféricos.

(<http://elis.npd.ufc.br/>)



CONCLUSÃO:

Chegou o futuro. Através computadores interligados a linhas telefônicas e aparelhos de televisão o consumidor, sem sair de casa, consegue realizar alguns de seus desejos. Via TVs por assinatura e computadores se vende, se compra.

Só no ano passado, nos Estados Unidos 25.000 companhias operaram na Internet. Com milhões de usuários em todo o planeta, a Internet usada também como atendimento ao consumidor, pesquisa e instrumento de marketing é como shopping virtual da era da informática, que a Internet desperta maior interesse.

O computador facilita e diminui o custo das operações de venda à distância. Para comprar, basta ter um cartão de crédito e acesso à Internet. A Internet é, sem dúvida, a alternativa mais forte de comércio futuro.

Portanto, as maneiras das empresas realizarem o seu Marketing vêm tendo um forte impacto pelas novas tecnologias. Provavelmente, em um futuro bem próximo, o Marketing na Internet será um coisa dominante. Várias empresas, pequenas e grandes, já acordaram para essa tendência.

Um dos principais motivos, dentre infinitos outros, é o baixo custo; hoje anuncia-se na Internet para o mundo inteiro, todos os dias e 24 horas por dia a um custo bem mais baixo do que o de uma propaganda na televisão, em uma revista, ou até mesmo, em jornal.

BIBLIOGRAFIA

BARROS, Welhington. MÍDIA: VISÃO E DELÍRIO. Marketing para todos. Fundação Demócrito Rocha. Fortaleza/CE, 1996.

BECHERINI, Fábio e Luiz Carlos S.. OS SERVIÇOS BÁSICOS DA INTERNET. Revista Internet World. Mantelmedia Editora. Agosto, 1996

BUHAMRA, Cláudia. MENTIRAS SOBRE O MARKETING. Marketing para todos. Fundação Demócrito Rocha. Fortaleza/CE, 1996.

CHARLAB, Sérgio. CHEGOU A SUA VEZ!. Revista Internet World. Mantelmedia Editora. Agosto, 1996

DIÁRIO DO NORDESTE, Jornal. Caderno de Informática. Fortaleza/CE, 20 de outubro de 1997.

DIÁRIO DO NORDESTE, Jornal. Caderno de Informática. Fortaleza/CE, 10 de novembro de 1997.

InAccess, Acesso Discado à Internet, versão 2.0 – 1996

JANAL, Daniel S. COMO FAZER MARKETING NA INTERNET. Rio de Janeiro/RJ, Editora Infobook S.A., 1996

LIMA JÚNIOR, José Humberto Viana. MARKETING MIX E A EMPRESA DA NOVA ERA. Marketing para todos. Fundação Demócrito Rocha. Fortaleza/CE, 1996.

LIMA NETO, José H. B. Moreira. DIREITOS Autorais na internet. Revista Internet World. Mantelmedia Editora. Agosto, 1996

O POVO, Jornal. Caderno de Informática. Fortaleza/CE, 18 e 25 de agosto de 1997.

O POVO, Jornal. Caderno de Informática. Fortaleza/CE, 01, 08, 15, 21 e 29 de setembro de 1997.

O POVO, Jornal. Caderno de Informática. Fortaleza/CE, 06, 13, 20 e 29 de outubro de 1997.

O POVO, Jornal. Caderno de Informática. Fortaleza/CE, 03, 10, 17, 24 de novembro de 1997.

O POVO, Jornal. Caderno de Informática. Fortaleza/CE, 01 de dezembro de 1997.

SIQUEIRA, Anna Catharina. AVENTURAS NA REDE. Revista Internet World. Mantelmedia Editora. Agosto, 1996

SIQUEIRA, Anna Catharina. PORRE DE CRIATIVIDADE. Revista Internet World. Mantelmedia Editora. Agosto, 1996

SNYDER, Joel. SITE BOM/RUIM FEIO/BONITO. Revista Internet World. Mantelmedia Editora. Agosto, 1996

SOARES, Giedel Soares. MARKETING NA INTERNET: COMO ANUNCIAR, PROMOVER E VENDER. Monografia UFC. Julho, 1997

TRIBUNA DO CEARÁ, Jornal. Caderno de Informática. Fortaleza/CE, 19 de novembro de 1997.

Sites:

<http://www.uol.com.br>

<http://www.excedrin.com>

<http://www.decon.ce.gov.br>

<http://www.brahma.com.br>

<http://www.step.com.br>

<http://www.diariodonordeste.com.br>

<http://www.opovo.com.br>

<http://www.schurmann.com.br>

<http://www.etfce.br/escolinha>

<http://www.nonatoluiz.com.br>

<http://www.lia.ufc.br/pacoti>

<http://elis.ufc.br/fmuniv.htm>

<http://www.cuc.edu/cgi-bin/unc-gilbibliauol.com.br>

<http://www.ufc.br/oliveira>

<http://www.nap.edu>

<http://www.antartica.com.br/home/index.html>

<http://www.webmotors.com.br>

<http://www.disney.com.br>

<http://www.vatica.va>

<http://www.insoft.softex.br/home/insoft/associad.html>

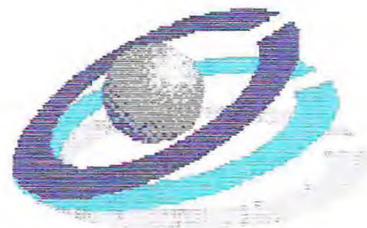
<http://www.oasisinet.com>

<http://www.itaotec.com.br>

<http://elis.npd.ufc.br>

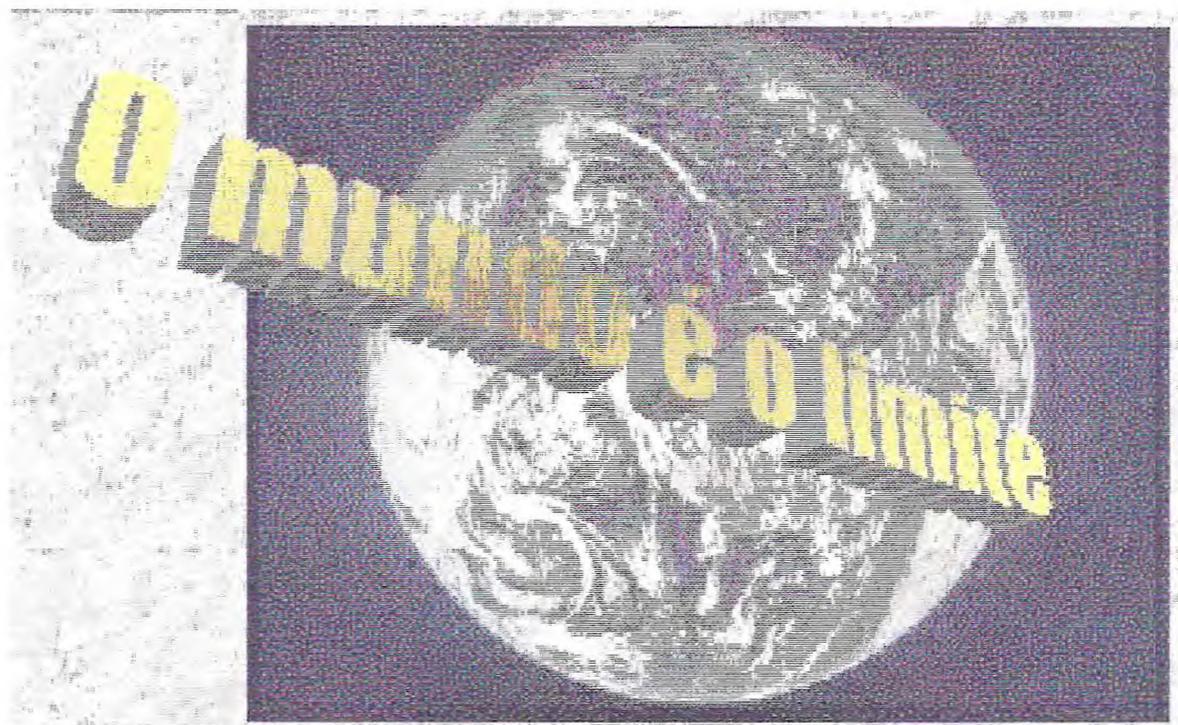
ANEXOS

MONOGRAFIA



UFC

**Fazendo Marketing
pela Internet**



FAZENDO MARKETING NA INTERNET

1 - O que é INTERNET ?

Internet é uma rede mundial de redes de computadores.

1.1 - Um Breve Histórico.

A Internet surgiu de um sistema criado em 1969 pelo Departamento de Defesa dos EUA (ARPANET). No auge da guerra fria, os Americanos temiam um ataque Russo aos seus centros de informação. Foi então que surgiu a idéia de descentralizar as informações, colocando-as em vários computadores espalhados pelo país. Em 1983, a ARPANET foi dividida em duas outras redes: a NSFNET para fins não militares e a MILNET, exclusiva para o setor militar. Já em 1987, a NSFNET tornou-se acessível a qualquer pesquisador acadêmico, instituição educacional ou a qualquer organização internacional de pesquisa. Em 1990 a agora conhecida Internet começou a funcionar e crescer velozmente. Em dez anos, de 1980 à 1990, o número de pessoas usando a rede passou de 5.000 para cerca de 30 milhões.

2 – O que é MARKETING?

MARKETING é definido como processo gerencial e social através do qual as pessoas e grupos conseguem o que desejam e necessitam através da criação e troca de valores e produtos, ou seja, marketing é trabalhar com mercados para conseguir trocas com finalidade de satisfazer os desejos e necessidades das pessoas.

"Marketing é fabricar produtos com a qualidade que atendam as expectativas geradas no cliente; é oferecer serviços que encantem o cliente e que o tornem cativo, é acima de tudo, e antes de mais nada, respeito ao consumidor."¹

2.1 - O Composto Mercadológico ou Marketing Mix

É formado de quatro P's, ou melhor, quatro fatores básicos do Marketing: Produto (Product), Preço (Price), Distribuição (Place) e Promoção (Promotion) e, hoje em dia, já se fala em outros P's como Apresentação (Presentation) e Pessoas (People), todos eles voltados para o cliente. Ou seja, os clientes em primeiro lugar (seja ele interno ou externo) e sempre com honestidade, habilidade, dinamicidade, criatividade e humor.

¹ Buhamra, Cláudia. Marketing para todos – Mentiras sobre o Marketing, Fortaleza/CE, Fundação Demócrito Rocha, 1996, pág. 08

3 - O que se faz na Internet?

3.1 - World Wide Web (WWW,W3):

World Wide Web é um serviço da Internet que oferece uma interface gráfica de fácil navegação para visualização de documentos multimídia, ou seja, o WWW faz da Internet um grande CD-ROM de informações multimídia, tais como animações, sons, fotos e imagens. Mas, existe uma diferença importantíssima: seu CD-ROM contém uma quantidade finita de dados, enquanto que na Web diariamente está sendo atualizada.

3.2 - Correio Eletrônico (E-MAIL):

A essência da conexão em rede é o desejo de se comunicar. O e-mail (correio eletrônico) é o serviço mais utilizado na Internet. Ao invés de enviar cartas pelo correio tradicional, via e-mail elas chegam com maior segurança e rapidez ao destinatário. Com o Correio Eletrônico, pode-se enviar mensagens de qualquer tamanho individualmente ou para grupos inteiros de usuários da Internet. O Correio Eletrônico é um sistema automatizado de mensagens entre usuários da Internet. Ele possui várias vantagens em relação ao serviço postal (correio) e à comunicação convencional (voz e fax):

- Velocidade
- Custo
- Comodidade

3.3 - FTP:

A Internet nos oferece o FTP (File Transfer Protocol), que tem como objetivo permitir a transferência de arquivos entre dois sistemas de uma rede, ou seja, promove facilidades que permitem a transferência, a remoção, e a renomeação de arquivos inteiros, controlar o acesso a arquivos remotos e a manipulação de diretórios.

3.4 - TELNET:

Esse é o mais importante protocolo Internet para estabelecer conexão com uma máquina remota, ou seja, realizada a conexão tudo funciona como se você estivesse sentado na frente daquele computador.

3.5 - IRC:

IRC é o serviço que possibilita um bate-papo escrito entre usuários conectados a Internet. Ao acessar um canal, o usuário pode ver todos os diálogos que estão rolando entre os demais usuários e conversar também. Existe a opção de conversar reservadamente, ou seja, sem que os outros usuários vejam o papo.

4 - Os dez passos para se conectar à Internet

4.1 - Providenciar um Computador

4.2 – Definir o tipo de conexão

A forma de acesso mais simples é a nomeada dial-up ou acesso discado. Outra forma é a conexão dedicada que é utilizada quando a frequência e o tempo de duração de acesso a Internet são altos. Aí, isto requer que a empresa tenha, como passo inicial, contratar uma linha a uma certa velocidade (ex.: 64 Kbps) da empresa até o seu provedor de acesso. Esse serviço é prestado pelas *teles*, como a Teleceará, CRT, TeleSP, etc., e leva o termo técnico de LPCD (Linha Privativa para Comunicação de Dados).

4.3 – O MODEM (Modelador/Demodelador)

4.4 – Escolher o Provedor de Acesso

Um provedor de acesso é uma empresa que, em troca de um pagamento, oferece as condições de conexão para que a empresa ou você possa utilizar as ferramentas da Internet. Para fazer parte de um provedor de acesso, o usuário (seja ele você ou sua empresa) ganha um nome (login) e uma senha (password). O usuário deve analisar um provedor pelo preço dos serviços, qualidade do atendimento e suporte, pelo número de linhas existentes e número de usuários por linha. Deve considerar ainda a capacidade do chamado link Internet do provedor (quanto maior, melhor) e procurar identificar usuários ativos que possam dizer se estão ou não satisfeitos com os serviços prestados pelo provedor.

4.5 – Instalar Softwares para a Conexão

4.6 – Fazer os primeiros testes

4.7 – Estudar as diferentes ferramentas disponíveis

4.8 - Familiarizar-se com a cultura da Internet

- O que é a Internet?

4.9 - Faça perguntas, muitas

- O que a Internet tem para mim?

4.10 - Vença os preconceitos

- A Internet é administrada pelo governo norte-americano? Quem é o dono da Internet?
- Não preciso pagar ligações internacionais durante o uso a Internet?
- Se pode-se receber arquivos de outros computadores, outras pessoas podem conseguir entrar no disco rígido dos computadores da empresa? Os vírus são problemas? É possível pegar um pelo e-mail?

5 - Netiquetas

Ao se colocar qualquer informação na Internet sobre uma empresa ou produto/serviço, deve-se ter o máximo de cuidado para não colocar-se textos com dúbias interpretações ou com extremas agressividades; pois estes textos são quem vão atrair os usuários da internet. Lembre-se que é ele quem vai procurá-lo na Internet e não você que vai tentar encontrá-lo.

5.1 - Ser comercial só em lugares próprios para isso:

Somente deve-se postar anúncios em lugares específicos para tal finalidade, pois não se é permitido propaganda na maioria das áreas de mensagens.

5.2 - Ser politicamente correto:

Não deve-se discriminar ninguém por religião, sexo, estado civil, idade ou naturalidade.

5.3 - Ser cauteloso:

Algumas mensagens podem ser interpretadas de maneiras errôneas.

5.4 - Ser breve:

Toda comunicação on-line deve ser resumida, com frases curtas e diretas.

5.5 - Ser gramaticalmente correto:

Deve-se verificar sempre a ortografia e gramática das mensagens enviadas.

5.6 - Ser discreto:

Utilizar letras minúsculas é uma boa forma de ser discreto, quando utiliza-se letras maiúsculas transparece-se que está gritando.

5.7 - Ser específico:

Deve-se procurar ser específico principalmente nos títulos dos anúncios.

5.8 - Ser honesto:

Propaganda enganosa é crime também no Marketing on-line.

5.9 - Ser bem informado:

Tem-se que estar sempre atualizado com tudo que cerca a Internet, para não correr o risco de cometer erros absurdos.

5.10 - Usar o bom senso:

O sucesso de um anúncio vem através do bom senso utilizado pelo autor e do caráter crítico e analítico do mesmo, ou seja, os anúncios são feitos para o público e não para a empresa ou o autor do mesmo.

6 - Criando seu Site

Todo e qualquer anúncio em veículos de comunicação de longo alcance, e principalmente na Internet que tem alcance mundial, necessita de muito planejamento e cuidados especiais, além de muitas horas de trabalho. Ao criar-se um Site, o Web-Designer deve pensar nos usuários que acessarão esse site produzido. Não adianta nada um site lindo aos olhos do próprio Web-Designer, porém horrível aos olhos dos usuários. Outro cuidado que se deve ter ao se produzir um site é o de construir um site criativo, belo e de rápido carregamento, ou seja, deve-se utilizar Frames (figuras ou ícones) pequenos, para que não demore na hora de carregá-las.

6.1 - Direitos Autorais na Internet.

Constantemente ocorre a violação de direitos autorais na Internet. Obras intelectuais, ilustrações, textos, fotografias, e até Home-Pages inteiras são duplicadas por todo o planeta sem que os autores tenham autorizado ou, muito menos, conhecimento de tal veiculação. As pessoas que veiculam ou planejam veicular obras e trabalhos intelectuais alheios na Internet deveriam pedir autorização prévia para o autor ou para detentor legal dos direitos autorais. Deveria-se pedir autorização ao autor quando houvesse o intuito de divulgar uma determinada obra de sua criação, no entanto o que ocorre é totalmente o inverso. Toda e qualquer obra na Internet é fruto do trabalho criativo do autor e este detém o direito de fazer com ela o que quiser.

6.2 - Fatores que devem ser levados em consideração

Fazer Marketing na Internet requer antes de tudo ser criativo; para tal o autor do site deve pensar primeiramente no usuário (cliente), deve ser objetivo, direto e claro, além de usar atrativos para melhorar o visual e prender mais a atenção do usuário ao site. Um site deve conter pouco e, ao mesmo tempo, muito; ou seja, deve ser conciso nas informações, porém deve oferecer todas as opções necessárias para que o usuário encontre as informações que procura rapidamente e mais facilmente. Em outras palavras, um site deve facilitar a procura do usuário pelo o que o interessa, portanto, a Home-Page inicial deve conter tópicos de tudo o que ele possa encontrar no site. Muito mais do que dominar de diagramação e linguagem HTML (Hyper Text Markup Language) ou Java, que são ferramentas para criação de páginas para a Internet, é preciso ter conhecimentos artísticos, principalmente para lidar com a difícil combinações de cores.

6.3 - Site Bom/Ruim, Feio/Bonito

- **Tenha um Objetivo**

Estar no Web não é apenas um objetivo. Estabeleça um objetivo claramente definido, não esqueça de transcrevê-lo para o papel. Ele deve ser específico e detalhado. Precisa-se ter uma idéia clara do que se quer fazer. Caso não tiver, o site Web será vago, mal definido, e provavelmente confuso. Mesmo que não seja oferecido informações por motivos comerciais, precisa-se

descobrir uma boa definição do objetivo. Ou seja, deve-se estar atento a perguntas do tipo: Está incentivando as pessoas a continuarem visitando o site freqüentemente? Está realizando negócios? Educando? Por que esta página está aqui? O que espero realizar com esta página? Qual é a melhor forma de apresentar a informação? Esta página permanece dentro do objetivo? Esta página amplia os objetivos do site?

- **Conteúdo conta**

Todo site necessita de informação. O conteúdo impera. Se você tem conteúdo, mostre-o. Se não tem nada a dizer, não permita que esses arquivos HTML saiam do seu disco rígido. Se tem conteúdo suficiente para uma página, então deixe uma página só.

- **Coloque um Resumo no Site**

As pessoas, ao entrarem em um site, querem encontrar a informação de que necessitam o mais rapidamente possível. Ajude-os oferecendo uma visão geral do site.

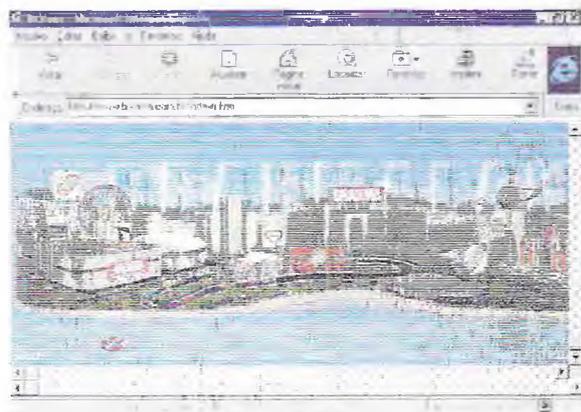
- **Teste suas Páginas**

Cada página individual do site deve ser testada com uma série de browsers em plataformas diferentes. E não se pode esquecer de conectar-se com um modem de 14.4 Kbps. para verificar se mesmo com modems mais lentos suas páginas são baixadas a uma velocidade satisfatória.

7 - INTERNEWS

Decom recebe queixas através da Internet

Os consumidores já podem registrar suas queixas junto ao Decom através da Internet. A home page do órgão (<http://www.decom.ce.gov.br> ou <http://www.procon.ce.gov.br>) traz a legislação vigente sobre a defesa comunitária.



Porre de criatividade

Trezentos e cinquenta mil Reais e quatro meses de desenvolvimento. Este foi o saldo da super home-page da cervejaria Brahma, com 530 paginas HTML e cerca de mil imagens, que fazem da BrahmaLand (<http://www.brahma.com.br>) um

verdadeiro catálogo virtual. Depois de escolher entre as duas opções de resolução de vídeo, o visitante terá o prazer de se deparar com o mapa da cidade eletrônica. Contudo, a grande sensação da página é o céu da cidade, que muda de cor de acordo com o horário em que o usuário faz o acesso.

Internet II

O projeto pretende interligar as 100 mais importantes Instituições de pesquisa dos Estados Unidos, criando uma rede 100 vezes mais veloz que a atual. A destinação da Internet II será puramente acadêmica. Até o momento, 64 Instituições á se asseguram no projeto.

Pela Internet

Pedir comida pelo telefone? Está ultrapassado, agora você pode pedir pela Internet, com a vantagem de você mesmo compor o seu pedido e dar o seu endereço: Além de poder consultar o menu on line. A Secrelnet está lançando o serviço STEP - Serviço de Transmissão Eletrônica de Pedidos. Destinado a fornecedores que realizam vendas de seus produtos ou serviços, para entrega ou atendimento à domicílio. O usuário clica na empresa cadastra e efetua seu pedido via Internet O China in box é a primeira empresa a aderir ao sistema. Saiba mais sobre o serviço visitando www.step.com.br.



Divórcio - O Mal da Internet

A psicóloga americana Kimberly Young, da Universidade de Pittsburgh, afirma que vem sendo procurada por um numero crescente de advogados, a respeito de casos de divórcio causado pelo vício de um dos cônjuges, em Internet. Segundo a psicóloga, para as pessoas propensas, as "salas de bate-papo" (IRC), e os jogos de fantasia via rede, são os principais responsáveis pela contração do vício.



Cerveja Antártica

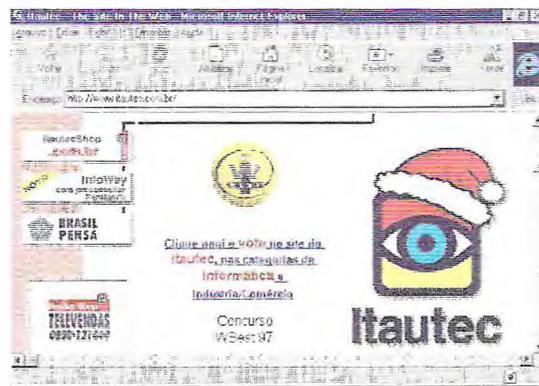
<http://www.antarctica.com.br/home/ind ex.html> Conheça o site da Cervejaria Antártica, vencedor do Prêmio Aberje São Paulo de 1997, na categoria Internet. Nele, é possível fazer um tour virtual pela companhia, através do Antártica Net Club. Mas, não se preocupe, porque seus filhos são orientados apenas para conhecerem a lanchonete do site e a linha de refrigerantes da empresa.

Crescimento

Até o fim do ano a Internet crescerá 71%, em relação ao número de computadores conectados, atingindo a marca dos 82 milhões, segundo pesquisa realizada pela Dataquest Inc. Estima-se que no ano 2001, esta marca atinja os 282 milhões de computadores conectados a Internet. Isso representa um aumento substancial no comércio de software e serviços pela rede. Nos Estados Unidos o negócio virtual deverá atingir um crescimento de 60% este ano, atingindo a marca de 12,2 bilhões de dólares, contra 7,5 do ano passada. No ano 2001 espera-se que o volume de negócios chegue a 32,2 bilhões de dólares. Desses, 29 bilhões serão devido a apenas setor de serviços.

Leilão na Net

O primeiro leilão de produtos de informática via Internet, realizado pela Itautec (<http://www.itautech.com.br>) foi um sucesso atraiu mais de 18 mil pessoas para o site da empresa durante 2 horas e 15 minutos que foi o tempo que durou o leilão. Foram vendidos 120 lotes com 18 itens diferentes, incluindo micros novos, seminovos e periféricos.



(<http://elis.npd.ufc.br/>)

