

**JOÃO MAURO BASTOS UCHÔA**

**TEIA DIGITAL: UM JORNAL IMPRESSO  
ESPECIALIZADO EM INFORMÁTICA**

Memória do trabalho apresentado como requisito parcial à conclusão do Curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo, Faculdade de Comunicação, Universidade Federal da Bahia.

Orientadora: Profa. Dra. Simone Bortoliero

Salvador  
2005

## **RESUMO**

UCHÔA, João Mauro Bastos. Teia Digital: um jornal especializado em informática. Salvador : Universidade Federal da Bahia, 2005. 33 p.

Trabalho realizado sobre a elaboração de um jornal especializado em informática e temas afins com distribuição gratuita na cidade de Salvador. Examina uma das categorias emergentes do jornalismo especializado – o jornalismo de informática. São objetos de estudo os elementos constitutivos de um jornal impresso, as raízes e natureza da especialização no jornalismo brasileiro.

*“Acho que talvez haja mercado mundial para cinco computadores”*

*Thomas Watson*

*Presidente do Conselho de Administração da IBM, em 1943.*

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a meus pais por todo amor e dedicação. A todos os meus familiares e amigos que de alguma forma incentivaram e colaboraram para a minha formação. Agradeço à professora Simone Bortoliero por toda ajuda, compreensão e orientação.

## SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO .....	06
2. OBJETIVOS .....	06
3. JUSTIFICATIVA .....	08
4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....	09
5. ETAPAS METODOLÓGICAS .....	13
6. CRONOGRAMA .....	19
7. ORÇAMENTO .....	20
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	21
9. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	22
10. ANEXOS .....	25

## APRESENTAÇÃO

Em 1986, quando tinha apenas oito anos de idade, recebi um presente estranho, porém interessante. Era uma caixa de plástico quadrada e pouco maior do que uma pasta de documentos. O presente inusitado era um computador, mais precisamente um TK-2000 II, último modelo de uma família de computadores fabricados no Brasil que antecederam a chegada do padrão IBM-PC no país.

Acredito que meu fascínio pelo computador tenha sido despertado pelo contato prematuro. Nestes vinte e poucos anos de vida, acabei acumulando experiências e conhecimentos sobre quase tudo relacionado a computadores e informática em geral. Sempre tive a preocupação de compartilhar minhas descobertas com o maior número de pessoas. Afinal de contas, é este o sentimento que marcou a evolução do computador pessoal e que volta a ganhar força com o amadurecimento do movimento *software livre*<sup>1</sup>.

É justamente este sentimento que motivou e norteia a elaboração do produto proposto, um jornal especializado em informática de distribuição gratuita em Salvador. O projeto de *Teia Digital* foi concebido sob a perspectiva de fazer do jornal um produto perene, auto-sustentável, atraente e acessível – na medida do possível – ao maior número de pessoas.

A elaboração deste trabalho vai de encontro à satisfação de interesses acadêmicos, pessoais e profissionais. Representa, ainda, uma oportunidade de reavaliar, através de uma experiência prática, todas as etapas cumpridas ao longo do curso de Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo da Universidade Federal da Bahia.

---

<sup>1</sup> Grosso modo é possível definir software livre (free software) como o software disponível com a permissão para qualquer um usá-lo, copiá-lo, e distribuí-lo, seja na sua forma original ou com modificações, seja gratuitamente ou com custo.

## **OBJETIVOS**

Geral:

- Elaborar uma publicação impressa de cunho jornalístico (jornal), com periodicidade mensal e distribuição gratuita, dedicado à informática e outros temas de interesse público relacionados às novas tecnologias da informação.

Específicos:

- Aprofundar e refletir sobre os elementos constitutivos de um jornal impresso.
- Desenvolver a experiência da prática jornalística calcada nos conhecimentos adquiridos durante o curso.
- Buscar garantir a continuidade da publicação proposta visando satisfazer o público interessado em informação especializada em informática.

## JUSTIFICATIVA

Ao definir as características da publicação, o estudante optou por um jornal impresso no formato tablóide, com oito páginas, periodicidade mensal, tiragem inicial de 10 mil exemplares e distribuição gratuita. O nome escolhido – Teia Digital – é uma referência ao emaranhado de assuntos e perspectivas que surgiram com as novas tecnologias da informação. Teia Digital traz, em suas páginas, informação sobre temas diversos relacionados ao universo da computação pessoal e da informática em geral.

O público alvo é, basicamente, agrupado em uma geração com comportamentos sociais e de consumo mais ou menos definidos<sup>2</sup>. Dessa forma, Teia Digital busca ser uma publicação atual com conteúdos diversificados. A periodicidade mensal levou à busca de um estilo próprio, semelhante ao empregado pelas revistas semanais e conhecido como “estilo magazine” (Villas Boas, 1996, p. 9). Esta opção possibilita a elaboração de matérias com maior riqueza textual, documentação e pesquisa.

Tradicionalmente as publicações jornalísticas impressas especializadas em informática utilizam o formato revista. No Brasil, à exceção dos cadernos de informática dos jornais de grande circulação, existem apenas duas exceções: o jornal *Computerworld*<sup>3</sup>, mantido pela empresa *International Data Group* e o boletim impresso *RNP Notícias*, publicado pela Rede Nacional de Pesquisa (RNP).

O meio on-line também foi descartado por diversas razões. Na internet é possível encontrar uma diversidade de publicações jornalísticas dedicadas a temas relacionados à informática. Além disso, os websites jornalísticos estão ancorados em um suporte novo e, por isso, a melhor forma de se apresentar textos ainda é objeto de estudos. Se tivesse como suporte a internet, o jornal elaborado demandaria pesquisa envolvendo características como fragmentação, presença de hiperlinks e multimídia.

Finalmente, na televisão adaptação seria pouco conveniente, considerando-se que se teria de operar com um meio muito mais complexo, que exige conhecimento tecnológico, aparato técnico e linguagem pouco praticada pelo formando na faculdade e ao longo de sua vivência profissional.

---

<sup>2</sup> As características editoriais e gráficas, bem como questões relativas ao planejamento de Teia Digital serão detalhadas nos capítulos seguintes deste trabalho.

<sup>3</sup> Tablóide quinzenal de circulação paga. A linha editorial de *Computerworld* contempla, basicamente, informações para o segmento empresarial.



## FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

O jornalismo, enquanto atividade que evolui junto com a sociedade, como ela torna-se mais diversificado. A multiplicidade crescente de atividades realizadas pelo homem traz consigo a necessidade deste se informar de maneira cada vez mais precisa e direcionada. Daí a razão da especialização jornalística.

O jornalismo especializa-se porque busca aprofundar temas em separado e, simultaneamente, atender a determinados públicos que, por necessidade ou interesse procuram informações relativas à sua atividade, profissão, sua matéria de pesquisa, estudo ou mesmo o lazer. Assim, o jornalismo especializado promove não só o intercâmbio de informações e conhecimentos relativos a determinada atividade, mas também contribui para o crescimento e o aprimoramento desta.

Para cada especialização há uma linguagem mais ou menos apropriada, um conteúdo mais restrito e um público mais seletivo. Pela crescente complexidade e diversificação da sociedade a tendência é que a informação jornalística torne-se cada vez mais direcionada e qualificada de forma a atender os vários grupos e atividades emergentes.

A prática do jornalismo especializado no Brasil remonta o século XIX. Pouco tempo depois da inauguração da Imprensa Régia, começavam a circular no Rio de Janeiro e na Bahia gazetas dedicadas às artes, à indústria, ao comércio e à agricultura. Pesquisadores da história do Jornalismo já percebiam manifestações desta modalidade de Jornalismo no século 19, em Hipólito da Costa, fundador do Correio Braziliense.

Na opinião de alguns pesquisadores, como o professor da Escola de Comunicação e Artes da USP José Marques Melo, apesar da linha editorial essencialmente política do jornal, com o lançamento do Correio Braziliense Hipólito José da Costa<sup>4</sup> também abriu espaço para o jornalismo científico no Brasil, por meio da divulgação dos fatos e idéias gerados no continente europeu que ele considerava relevantes para aplicação em nosso País, quando este ainda era uma colônia de Portugal.” (Marques, 2005).

---

<sup>4</sup> Nascido na Colônia de Sacramento, atual República do Uruguai, em 13 de agosto de 1774, Hipólito José da Costa foi criado em Porte Alegre, Rio Grande do Sul, onde fez os cursos preparatórios para sua formação em Direito e Filosofia na Universidade de Coimbra, que concluiu em 1798. Iniciou a sua carreira jornalística em Lisboa, em 1801, quando assumiu o cargo de Diretor Literário da Imprensa Régia Lusitana. Em 1808 fundou em Londres o jornal Correio Braziliense, que circulou clandestinamente no Brasil e na capital inglesa até 1822. É considerado o patrono da imprensa brasileira.

No entanto, segundo Juarez Bahia:

(...) um longo processo foi necessário para a definição industrial, a suficiência e a revelação, como empresa, de uma imprensa especializada. Há toda uma evolução de forma e conteúdo a registrar, desde os veículos especializados do passado até os exercícios modernos de jornalismo especializado que sofisticam a informação técnica e lhe dão audiências definidas e interessadas” (Bahia, 1990, p. 90).

Ainda de acordo com Juarez Bahia, das formas de jornalismo especializado existentes no Brasil, as mais importantes, de maior âmbito, de maior significação em números e expressão editorial, são o jornalismo de empresa e o jornalismo técnico-industrial. Além do jornalismo esportivo, do jornalismo econômico e do jornalismo científico – a informação representada pelos jornais de empresa e técnico-industriais compreende tiragens altas e desempenha uma tarefa de intercâmbio comunicativo de indiscutível importância. E acrescenta:

Um ativo instrumento para a execução da política de relações públicas, o jornal de empresa provocou no Brasil, particularmente a partir dos anos 50, novos mercados de trabalho para os profissionais da comunicação, levando às atividades do jornalista e do *public relations* padrões melhor definidos de atuação e também contribuindo para a regulamentação dessas profissões. (Bahia, 1990, p. 92).

Para Bahia, essas novas formas de jornalismo absorvem experiências, tentativas e resultados da aplicação de novas tecnologias na educação, na indústria, nos negócios. A especialização, assim, atinge outros meios, além do jornal e da revista, identificando-se mais com as mudanças sociais. A radiodifusão – aqui entendida como rádio e TV – cobrindo especificamente assuntos rurais, ou assuntos femininos, ou assuntos esportivos, ou assuntos educativos, completam no âmbito da especialização as novas formas da informação.

Em decorrência da especialização dos veículos, surge a reportagem técnica, uma cobertura especializada freqüentemente destinada a leitores específicos, que fala de atividades, produtos e processos típicos da comunicação técnico-industrial. Do mesmo

modo, há uma publicidade ou propaganda técnica, uma comunicação que explora mais a afetividade do produto que a afetividade das coisas ou das pessoas.

O jornalismo especializado é uma necessidade social porque resulta do próprio desenvolvimento das relações em sociedade. É uma técnica de tratamento da notícia que se aperfeiçoa paralelamente à evolução dos meios de produção, das tecnologias industriais e comerciais, das pesquisas e experiências científicas.

Pela definição do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq), as especialidades são modalidades interdisciplinares, que podem se enquadrar em mais de uma área. O jornalista Wilson da Silva Bueno lembra que o jornalismo científico não abrange apenas as chamadas ciências duras, mas, inclui, também, as ciências humanas.

(...) em virtude da especialização em algumas áreas (o jornalismo científico), tem assumido denominações particulares, em alguns casos, como o jornalismo ambiental, o jornalismo em *agribusiness*, o jornalismo em saúde, o jornalismo econômico, o jornalismo em informática, etc. Na prática, no entanto, todas estas manifestações específicas remetem para o jornalismo científico, entendido aqui como o termo genérico, mais abrangente. (BUENO, 200?)

A informática conquistou um lugar próprio no jornalismo impresso brasileiro em 1981, com o lançamento da revista *Micro Sistemas*. Em 1983, o jornal Folha de São Paulo dava início à publicação do primeiro caderno de informática. Nesta época, ter um computador em casa era um privilégio para pouquíssimas pessoas. De lá pra cá muita coisa mudou. A cobertura de informática aos poucos foi perdendo o caráter essencialmente técnico e passou a dar conta das transformações causadas pelas novas tecnologias da informação na vida cotidiana.

Finalmente, já que a publicação aqui elaborada está inserida num contexto histórico específico, faz-se oportuna uma reflexão acerca da necessidade e da importância de uma publicação impressa na atualidade. Para Alberto Dines, (1986, p. 77) o jornal a subsistência de um jornal está relacionada diretamente à preservação de algumas condições como personalização da informação, amplitude e o ponto de periodicidade. No caso de Teia Digital, basta salientar a especialização na informação como uma importante característica que pode justificar sua função. “Apesar de grandes tiragens, o jornal é um produto dirigido a cada leitor em separado (...). Mesmo que cada

exemplar seja lido em média por três leitores, cada um deles encontra algo muito e seu muito próprio. Quanto mais massificadas forem a sociedade e a informação, mais o ser humano procurará formas exclusivas de informação” (Dines, 1986, p. 77).

## ETAPAS METODOLÓGICAS

Durante o período de elaboração de Teia Digital, realizaram-se alguns procedimentos que foram de fundamental importância para a compreensão do processo de produção de um jornal e da realização das matérias. Para garantir uma sistemática no trabalho, o primeiro passo compreendeu a elaboração de um cronograma. Abaixo, estão descritas todas as demais atividades de executadas:

### 1. Entrevistas

Primeiramente foram feitas algumas entrevistas com professores e profissionais que atuam na imprensa especializada acerca da viabilidade do projeto enquanto veículo jornalístico especializado. O jornalista Marcos Casé, último repórter a atuar na editoria de informática do jornal Correio da Bahia, extinta em 2003, acreditou na viabilidade de Teia Digital, sobretudo no que diz respeito à modalidade gratuita de distribuição. Rodolfo Lucena, editor de informática do jornal Folha de São Paulo, destaca o interesse crescente do público em geral por informações sobre computadores, internet e informática em geral. Para o professor Cláudio Cardoso, da Faculdade de Comunicação da UFBA, o caráter inédito do projeto permite uma difusão mais rápida do produto enquanto novidade editorial.

Também foi entrevistado um profissional do mercado com objetivo de conhecer os mecanismos para a produção de um jornal mensal de circulação gratuita em Salvador. O editor do jornal *Folha do Canela*, Antônio Nykiel<sup>5</sup>, falou sobre os obstáculos para se produzir um jornal independente, sem um modelo fixo de organização de tarefas entre profissionais e distribuído numa região onde apenas três empresas dominam o mercado jornalístico. Embora reconhecendo os problemas, incentivou o projeto por acreditar que qualquer iniciativa neste sentido é válida, principalmente pela promoção da diversidade.

### 2. Levantamento de publicações similares

---

<sup>5</sup> Em *Folha do Canela*, o editor acumula as funções de repórter, diagramador e ainda é encarregado da distribuição e comercialização de espaço publicitário.

Realizou-se, também, um levantamento das publicações impressas especializadas em informática de circulação nacional disponíveis em Salvador. Nesta etapa foram visitados pontos de venda (livrarias e bancas de revistas) em áreas de grande circulação (shopping centers, supermercados, rodoviária e aeroporto). Registrou-se um grande número de veículos impressos (revistas). Estão relacionadas aqui, no entanto, somente aqueles cujos projetos editoriais seguem uma linha editorial mais ou menos próxima de Teia Digital:

<i>Nome do veículo</i>	<i>Média de circulação mensal paga<sup>6</sup></i>
Revista Info	195,9 mil exemplares
Revista PC World	29,3 mil exemplares
Revista PC & Cia	25,5 mil exemplares

Atualmente quase todos os grandes jornais regionais contam com seções, editorias e suplementos dedicados à informática. A *Tarde* – o maior jornal da Bahia – mantém, desde 1996, um caderno semanal de informática. Em direção contrária caminha *Correio da Bahia* – segundo maior jornal do estado. Alegando contenção de despesas, a direção do periódico resolveu extinguir o caderno semanal de informática em janeiro de 2003. Como alternativa para o público interessado, restam as revistas. O preço em banca dos magazines de informática de circulação nacional gira em torno de R\$ 10 a R\$ 15, o que faz com que tais publicações sejam pouco acessíveis.

O acompanhamento destas publicações foi útil tanto para a elaboração e manutenção de uma agenda sintonizada com os interesses e expectativas do leitor de publicações especializadas em informática.

### **3. Público**

Por se tratar de uma publicação especializada é preciso pensar no leitor como um público especializado. A delimitação deste público é um fundamental para o êxito de Teia Digital. Antes, porém, é preciso ressaltar que os interesses do público são bastante diversificados em se tratando de informática.

---

<sup>6</sup> Dados do Instituto Verificado de Circulação (IVC) relativos ao mês de outubro de 2002.

O público alvo de Teia Digital é composto, basicamente, por pessoas nascidas entre 1960 e 1980. Esta faixa é conhecida como “geração X”, de acordo com o instituto de pesquisas Ipsos Marplan (IPSOS MARPLAN, 2005). Uma boa parte do que usam são produtos eletrônicos ou computadores. Os “X” representam 43% dos que têm computador em casa. Entre as pessoas que usam ou têm acesso à internet, os “X” representam 53%. Ainda segundo o Ipsos Marplan, 18% dos “X” representam 51% dos que lêem revistas de informática.

A modalidade gratuita de distribuição supõe entregar gratuitamente ao leitor exemplares de uma publicação periódica. Optou-se por esta alternativa como a única viável para a realização deste projeto. A construção de um produto jornalístico pago envolveria, obrigatoriamente, questões econômicas complexas e risco demasiado em função da concorrência com as publicações pagas. Para Iglesias e Verdejas, é cada vez maior o número de publicações gratuitas cuja fonte primordial de recursos advém de anúncios publicitários. Trata-se de uma alternativa a mais para o público leitor e anunciantes altamente viável.

La gratuidad há abierto una nueva competencia em el ámbito del mercado publicitario, ya de por si altamente competitivo. Es una nueva oferta, una alternativa más para lectores y anunciantes: la publicidad em prensa gratuita constituye un comportamiento adecuado a la oferta que pueden hacer otros medios de comunicación colectiva, a la vez que es um estímulo em el mercado de la publicidad (IGLESIAS & VERDEJAS, 1997, p. 90)

Toda receita proveniente do produto proposto será oriunda de contratos publicitários. Por fim, dada a natureza da publicação e o perfil do público alvo, o universo de anunciantes potenciais é composto, a princípio, por empresas que oferecem produtos e serviços de informática e tecnologia em geral.

A identificação de nichos de distribuição do jornal será definida através de pesquisa de mercado. Para realizar esta tarefa será contratada a Empresa Júnior da Escola de Administração da UFBA. A empresa possui larga experiência em pesquisas de mercado, além de praticar valores sempre inferiores aos praticados por firmas especializadas.

#### 4. Projeto gráfico

Uma das etapas mais importantes do projeto é a definição do projeto gráfico. É através da diagramação que é passado o valor informacional estético do jornal impresso. A disposição visual dos conteúdos de é a primeira informação que chega ao leitor. Logo, o projeto gráfico deve estar em sintonia com o projeto editorial e o público alvo. Por mais que possa parecer um trabalho intuitivo de criação artística, o desenvolvimento de um projeto gráfico segue técnicas de diagramação. De forma geral, podemos definir o ato de diagramar como dispor o material para que sua apresentação seja atraente e eficaz.

O artista gráfico deve conhecer as técnicas de diagramação e associa-las aos conhecimentos de contrastes, equilíbrio, harmonia, ritmo e unidade. “Tanto quanto os jornalistas, os designers devem estar preocupados o tempo todo com a melhor maneira – a mais legível – de contar uma boa história” (Scalzo, 2003, p. 67). Deve-se ter em mente que a forma como os conteúdos estão dispostos no jornal impresso é a primeira informação que chega ao leitor, e, por isso, funciona como o cartão de visitas do veículo de comunicação.

Faz parte do planejamento gráfico a fotografia. Este elemento extrapola o efeito visual e funciona também como um texto. Para Mário Erbolato, “a fotografia é elemento essencial para os jornais, pois quebra a monotonia dos títulos e textos” (Erbolato, 1981, p. 112). Outro recurso visual a ser utilizado em Teia Digital é o *info gráfico*, que é a combinação de desenhos, fotos e gráficos para a apresentação visual de dados e informações.

O produto proposto será impresso em papel jornal, no formato tablóide (26,1 por 35 cm), contabilizando ao todo 08 (oito) páginas. Como é lembrado em Brito (2004), existe uma tendência para a redução no tamanho dos jornais. Segundo o autor, os leitores preferem formatos compactos e é mais fácil lançar um jornal compacto do que reduzir o formato de um jornal standard, por motivos ligados a publicidade, história e objeções a mudanças. Como um jornal que propõe a abordar temas de forma mais detalhada e com um tratamento discursivo próprio do texto de revista, seus textos são inevitavelmente extensos. Para tornar as páginas agradáveis e atraentes aos olhos dos leitores, é necessário dispor as matérias de maneira que fossem capazes de transmitir sensação de clareza, facilitando, assim, sua assimilação. Cada página será dividida em 05 (cinco) colunas seguindo as dimensões padrão da Associação dos Jornais



(ANJ) – 4,5 cm de largura com 0,4 cm de espaçamento. A opção pelo padrão da ANJ visa adequar o jornal para o recebimento de publicidade desenvolvida por agências de propaganda.

Atualmente o leque de assuntos abordados pelos veículos impressos especializados vai desde computação e internet, passando por telecomunicações e jogos eletrônicos. Para contemplar tal variedade de temas, o projeto gráfico de Teia Digital é composto, basicamente, por seis seções<sup>7</sup> (opinião, hardware, software, internet, jogos e matéria especial). Cada seção ocupa uma página distinta. Mário Erbolato destaca a importância desta organização: “É preciso respeitar o hábito visual do leitor, acostumado a encontrar sempre na mesma página e no mesmo lugar, o mesmo assunto ou tipo de informação” (ERBOLATO, 1981, p. 53).

Para dar início à produção da publicação proposta foi contratado um designer. Coube ao publicitário formado pela Universidade Católica do Salvador (UCSAL) Cristian Jungwirth o desenvolvimento de uma proposta gráfica e a diagramação dos textos.

## 5. Política editorial

O jornal impresso Teia Digital começa com uma declaração de compromisso com o jornalismo que não se alinha a padrões estanques de estruturação conhecidos na profissão através da usual *pirâmide invertida*. A intenção é levar ao leitor informação especializada de forma mais atraente e menos burocrática. Os textos devem ser feitos para que o leitor aproveite-os com prazer e atenção. O estilo magazine guarda especificidades, na medida em que pratica um jornalismo de maior profundidade, mais interpretativo e documental, mas sem ser tão avançado e histórico quanto o livro-reportagem. O texto de revista possui menos informação no sentido clássico (notícias quentes) e mais informação pessoal (aquela que vai ajudar o leitor em seu cotidiano, em sua vida prática). As revistas fazem jornalismo daquilo que está em evidência nos noticiários, somando a estes pesquisa, documentação e riqueza textual.

A escolha de pautas será orientada por duas premissas básicas: divulgação de políticas e tecnologias democráticas (ex.: *software livre*) e a educação do leitor para a utilização racional dos recursos disponíveis. Tal orientação visa promover inclusão

---

<sup>7</sup> Evita-se aqui utilizar a expressão editoriais em face do pequeno porte da publicação proposta. A organização em editoriais é peculiar a jornais de grande e médio porte.

digital e fazer um contraponto ao panorama atual de consumo desenfreado de produtos tecnológicos.

## CRONOGRAMA

<i>Atividades</i>	<i>Período de realização</i>
Pesquisa editorial e entrevistas com profissionais	Outubro de 2005
Pesquisa de publicações afins disponíveis em Salvador	Outubro de 2005
Pesquisa de viabilidade mercadológica	Outubro de 2005
Estudos dos custos de produção	Outubro de 2005
Levantamento bibliográfico	Outubro de 2005
Delimitação do público alvo	Novembro de 2005
Desenvolvimento do projeto gráfico	Novembro de 2005
Apresentação da memória	Dezembro de 2005
Prospecção de anunciantes	A definir
Fechamento da primeira edição	A definir
Lançamento da primeira edição	A definir

## ORÇAMENTO

<i>Gastos materiais</i>	<i>Custos estimados</i>
Impressão off-set de 10 mil tablóides 4x2 com 08 páginas	R\$ 1.000,00
Projeto gráfico e diagramação	R\$ 500,00
Fotografia digital	R\$ 50,00
Pesquisa de mercado	A definir
Distribuição	R\$ 120,00

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

A elaboração de Teia Digital, além de uma proposta de diversificação no campo jornalístico local, promoveu, ainda, a oportunidade de reflexão sobre questões pertinentes à prática dos mecanismos e especificidades do jornalismo especializado. Os conhecimentos específicos adquiridos no decorrer da produção do projeto mostram-se úteis para a compreensão das etapas de realização de qualquer jornal. E, para além de uma reflexão do processo jornalístico, a vivência de uma rotina produtiva permitiu maior contato com as etapas práticas de produção de uma publicação, desde a definição do projeto editorial à escolha das pautas, à pesquisa, à escolha do estilo e ao redigir as matérias.

Finalizados todos os processos, cabem algumas considerações sobre os anos passados na Faculdade de Comunicação. No decorrer da elaboração deste Trabalho de Conclusão de Curso se pôde perceber, de forma mais nítida, as contribuições e deficiências na formação obtida. O curso de jornalismo da Faculdade de Comunicação da UFBA oferece um sólido ensinamento no campo teórico. O bom nível dos professores é fator que contribui para isso. Em sua maioria, as disciplinas cursadas foram conduzidas por professores especialistas em suas áreas, condição que ajuda na construção de uma visão crítica do que é passado ou percebido no mundo. A mesma formação deixou lacunas. História da imprensa, legislação da profissão ou noções de economia, sociologia e administração foram pouco abordadas durante o curso. A matéria Administração e Organização Jornalística não é mais oferecida como disciplina optativa. No caso específico deste trabalho, teria sido de grande importância um contato anterior com disciplinas relacionadas ao jornalismo especializado. A única oportunidade que se tinha uma prática mais ou menos proveitosa era a matéria Jornalismo Impresso II com a divulgação dos boletins Ciência Press, veículo de divulgação da produção científica da UFBA. Caberia ainda no curso mais espaço e incentivo para o aperfeiçoamento das inclinações individuais podem concorrer para a formação de bons jornalistas especializados não somente em informática, mas em outros campos como economia, ciência e tantas outras mais.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

### Livros

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica: as técnicas do jornalismo*. 5. ed. São Paulo: Ática, 1990.

BAHIA, Juarez. *Jornal, história e técnica: história do jornalismo*. 5. ed. São Paulo: Ática, 1990.

COLLARO, Antônio Celso. *Projeto gráfico: teoria e prática da diagramação*. 4. ed. São Paulo: Summus, 2000.

DINES, Alberto. *O Papel do jornal: uma releitura*. 6. ed. São Paulo: Summus, 1986.

ERBOLATO, Mário. *Jornalismo gráfico: técnicas de produção*. 3. ed. São Paulo: Loyola, 1981.

IGLESIAS, Francisco; VERDEJA, Sam. *Marketing y gestión de periódicos*. 1. ed. Pamplona: Eunsa, 1997.

SCALZO, Marília. *Jornalismo de revista*. 1. ed. São Paulo: Contexto, 2003.

VILLAS BOAS, Sérgio. *O estilo magazine: o texto em revista*. 1. ed. São Paulo: Summus, 1996.

### Documentos de acesso exclusivo em meio eletrônico

BRITO, Eduardo. Tendência para um formato menor. Disponível em [http://www.anj.org.br/webc/anj/jornal\\_anj/detalhes.cfm?id\\_web=53&id\\_noticia=520](http://www.anj.org.br/webc/anj/jornal_anj/detalhes.cfm?id_web=53&id_noticia=520). Acesso em 26 de nov. de 2004.

BUENO, Wilson da Silva. Jornalismo Científico. Disponível em <<http://www.jornalismocientifico.com.br/conceitojornacientifico.htm>>. Acesso em 14 nov. 2005.

COELHO NETO, Manoel. Reter leitor é prioridade. Disponível em <[http://www.anj.org.br/webc/webs/anj/jornal\\_anj/detalhes.cfm?id\\_web=53&id\\_noticia=561](http://www.anj.org.br/webc/webs/anj/jornal_anj/detalhes.cfm?id_web=53&id_noticia=561)>. Acesso em 14 nov. 2005.

IPSOS MARPLAN. Quem nessas turmas? Do que gostam?. Disponível em <<http://www.ipsos-marplan.com.br/geracao>>. Acesso em 25 de outubro de 2005.

MARQUES, José Reinaldo. Dia do patrono da imprensa brasileira. Disponível em <<http://www.abi.org.br/primeirapagina.asp?id=1148>>. Acesso em 14 nov. 2005.

### **Livros sobre Elaboração de Projeto Científico**

ECO, Umberto. *Como se faz uma tese*. 17. ed. São Paulo: Perspectiva: 2002.

MEDEIROS, João Bosco. *Redação Científica*. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

### **Publicações Analisadas**

#### Jornais

A TARDE. Salvador, outubro de 2005.

FOLHA DE SÃO PAULO. São Paulo, outubro de 2005.

O GLOBO. Rio de Janeiro, outubro de 2005.

O ESTADO DE SÃO PAULO. São Paulo, outubro de 2005.

JORNAL DO BRASIL. Rio de Janeiro, outubro de 2005.

FOLHA DO CANELA. Salvador, outubro de 2005.

COMPUTERWORLD. São Paulo, outubro de 2005.

## Revistas

INFO. São Paulo, setembro de 2005

PC WORLD. São Paulo, setembro de 2005

PC & CIA. Setembro de 2005.



**ANEXO**

**PROJETO GRÁFICO DO JORNAL  
IMPRESSO TEIA DIGITAL**

# teia digital

salvador | 00.00.2005

ano 00 | nº 00

jornal mensal  
de informática  
e tecnologia.

hardware

**escolha um bom  
walkman digital**

pg 04

**acerte na  
mídia**

pg 05

internet

**spam: crime  
ou castigo?**

pg 03

especial

**transforme sua  
impressora numa  
gráfica rápida**

pg 07

games

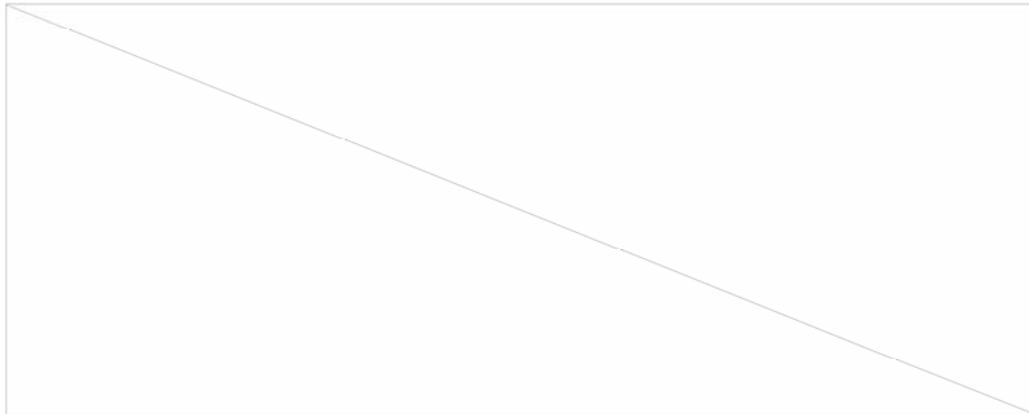
**abandonware:  
Clássicos do PC continuam  
vivos na Internet**

pg 08

software

**openOffice 2 é  
opção gratuita  
ao ms office**

pg 06



Página 01 (capa)

# editorial pirataria e dependência tecnológica

Confesso que o discurso das indústrias que produzem e defendem o uso de grãos geneticamente alterados não me convence. Acredito que por maior que seja nossa capacidade de prever situações não é possível dizer ao certo como a natureza e a nossa saúde reagirão em razão da produção e do consumo de alimentos transgênicos. Fora isso, existe ainda uma lógica comercial perversa por trás das sementes modificadas. A soja Roundup Ready, desenvolvida pela empresa norte-americana Monsanto, foi criada para ser mais resistente a pragas. Isto só acontece, de fato, se o agricultor adquirir o herbicida Roundup, também fabricado pela Monsanto. O herbicida, cujo componente ativo é uma substância conhecida como glifosfato, é tão tóxico que a Monsanto teve que criar uma nova espécie de soja capaz de suportá-lo. Sem o herbicida a planta é vulnerável. A intervenção genética pode incluir ainda a introdução de um gene patenteado pela empresa norte-americana Delta & Pine e batizado como terminator. Ele faz com

que as plantas colhidas tenham sementes estéreis. Resumo da ópera: o agricultor que opta pela Roundup Ready pode ficar totalmente dependente da Monsanto e ainda terá que pagar royalties pelo uso das sementes. O cultivo de transgênicos no Brasil é proibido desde 1998. Mesmo assim, em 1997, agricultores da região Sul começaram a receber sementes de soja Roundup Ready contrabandeadas da Argentina (lá o cultivo é permitido) e deram origem a plantações clandestinas. É difícil afirmar se houve ou não participação direta da Monsanto, mas o negócio ilícito ganhou proporção tamanha que acabou forçando o governo a liberar a comercialização da safra transgênica de 2003. Qualquer semelhança entre o modelo de negócio da Monsanto e o da Microsoft não é mera coincidência. Foram justamente as sementes contrabandeadas e adquiridas sem direito a qualquer tipo de assistência ou suporte que acabaram disseminando a soja geneticamente modificada no Brasil. O contrabando e a pirataria também ajudaram a disseminar o Windows no mundo

inteiro, principalmente em países onde o respeito ao direito autoral é pouco cultivado. Tanto as sementes transgênicas quanto o software proprietário são negócios com inclinação para o monopólio. A programação de computadores já foi de domínio público, mas boa parte dos esforços produzidos nas universidades ao longo de 30 anos acabou sendo patenteada pela Microsoft. Somente com a Microsoft o Governo Federal gasta anualmente cerca de R\$ 80 milhões. Dinheiro gasto com licenças de uso, ou seja, royalties. Investimento que gera dependência já que a opção pelo software proprietário não garante transferência tecnológica. O know-how pertence à Microsoft e é considerado segredo industrial. Para driblar este círculo vicioso de subdesenvolvimento Brasil deve priorizar o investimento em software livre (veja matéria na página 4). A maior estrela do mundo do software livre é o sistema operacional Linux. Nesta edição separamos alguns programas quantíssimos que podem ser copiados e instalados livremente em computadores com ou sem Windows.

Bom Divertimento!

Página 02

## sites

### edições k

Quatro jovens escritores uniram-se em 2004 e criaram uma editora para publicar seus próprios livros. Hoje, o grupo tem oito pessoas e já lançou 15 títulos.  
[www.edicoesk.com.br](http://www.edicoesk.com.br)

### cara de pau

O estudante inglês Alex Tew resolveu criar um site para arrecadar grana para a faculdade. A idéia é simples: vender pedaços do site por US\$ 1 até chegar à bagatela de US\$ 1 milhão.  
[www.milliondollarhomepage.com](http://www.milliondollarhomepage.com)

### nossa língua

O site de um dos professores de português mais famosos do Brasil, Pasquale Cipro Neto, contém artigos, curiosidades e ditos populares da nossa língua. É uma boa dica para os bons seguidores do português sem "tropeços".  
[www.uol.com.br/linguaportuguesa](http://www.uol.com.br/linguaportuguesa)

### diabetes

Página virtual das Histórias em Quadrinhos do Tio Julião, personagem diabético tipo 2, criadas pelo produtor gráfico Antônio Balieiro e pela endocrinologista Cláudia Pieper. O site traz textos explicativos sobre a doença, dicas e receitas.  
[www.tiojuliao.com.br](http://www.tiojuliao.com.br)

## teia digital

Teia Digital é uma publicação mensal com distribuição gratuita na cidade de Salvador

Tiragem: 10 mil exemplares

Projeto gráfico e diagramação: Cristian Jungwirth

Editor responsável: João Mauro Uchôa

Contato: 71 8853-8858 | [teiadigital@gmail.com](mailto:teiadigital@gmail.com)

# spam: crime ou castigo?

Lixo eletrônico detona caixas postais, consome recursos e a paciência do usuário.

por  João Mauro Uchôa



Atire a primeira pedra aquele que nunca acordou no domingo antes do horário de que gostaria por causa de algum vendedor de sorvete, pamonha ou produtos de limpeza em seus carros de som. Quem nunca chegou em casa e encontrou sua caixa de correio lotada de folhetos de pizzaria ou supermercados? E os telefonemas com o intuito de vender assinatura de jornal, revista e cartão de crédito que ocorrem nas horas mais inoportunas? Todos estes meios de tentar nos tomar a atenção de forma não solicitada existem há muito tempo e a sua evolução para o ambiente tecnológico foi denominada como spam.

Hoje, toda caixa de correio na internet é

passível de receber mensagens com promoções oferecendo formas revolucionárias para o aumento dos seios e do pênis, links para sites de pornografia, em geral, vendas de equipamentos eletrônicos, meios incriáveis de se fazer dinheiro fácil, fotos de moças russas dispostas a casar com estrangeiros...

E, dentre milhares de outras coisas, você também pode receber e-mails criminosos com programas que guardam tudo que é digitado em seu computador em um arquivo que é enviado periodicamente para o criminoso, ou até mensagens em que o intuito é se passar pelo seu banco, solicitando que seja feito um recadastramento ou algo do tipo, em que você deve

acessar um site bem parecido com o do banco do qual você é correntista e inserir suas senhas para que, sem você perceber, outra pessoa tenha acesso à sua conta corrente.

Atualmente o spam é um dos maiores e mais irritantes problemas da internet e toda esta irritação resulta em prejuízos relacionados ao tráfego das mensagens, espaço em disco dos servidores de correio, negócios que deixam de ser fechados pelo motivo de uma caixa postal estar lotada de mensagens não solicitadas. Naturalmente mudar de casa para não receber correspondências não solicitadas é bem mais difícil que mudar de endereço de e-mail, mas se este endereço estiver profundamente atrelado à

sua marca e conseqüentemente ao seu negócio, tudo fica mais difícil.

Entretanto, se você está assustado com toda esta abrangência do spam, vale a pena lembrar que a velocidade em que um endereço de e-mail cai nas mãos de spammers (pessoas que enviam spam) é extremamente grande. Tentando medir o tempo deste processo, investigadores do FBI nos Estados Unidos postaram alguns endereços tidos como secretos em salas de bate-papo e fóruns e o primeiro spam chegou nove minutos depois, conforme narra o escritor e repórter do jornal New York Times, James Gleick em seu artigo A plague on e-mail (Uma praga no

e-mail).  
Você deve estar se perguntando: "como meu endereço de e-mail foi parar nas mãos destas pessoas?". Da mesma forma que existe no mundo físico um mercado de endereços para mala direta ou de empresas para o envio de currículo, antigamente disponíveis em listas de papel e hoje em CDs, também é possível encontrar, isto é, comprar listas de endereços para spam, e estes endereços na maioria das vezes são uma compilação dos dados obtidos, legalmente ou não, de cadastros em sites. Portanto, se você já se cadastrou em um site qualquer, é bem possível que seu endereço esteja em alguma lista de spam.

## DICAS

- 1) Não responda spam: Jamais responda um spam. Tal atitude poderá servir apenas para que o spammer confirme a veracidade do seu endereço de e-mail e passe a enviar mais mensagens indesejadas.
- 2) Não clique em nenhum link do spam: A mesma dica vale para spam que ofereça links para descadastramento. Em alguns casos, basta um clique para você confirmar que o seu endereço existe.
- 3) Preserve seu endereço eletrônico: Não forneça o seu endereço de correio eletrônico por meio de salas de chat, programas de mensagens instantâneas, fóruns e grupos de discussão.
- 4) Escreva por extenso: em último caso, escreva tudo por extenso, de forma a dificultar a ação dos robôs que varrem a Web em busca de endereços de e-mails.
- 5) Cuidado com oferta de novidades: em seus formulários de cadastramento, as empresas geralmente perguntam se o usuário deseja receber novidades por e-mail. Até aí, tudo bem. O problema é que elas também perguntam, de forma bastante discreta, se o internauta deseja receber mensagens de parceiros. Na maioria dos casos, tal opção está desmarcada. Mas fique de olho!
- 6) Mantenha sua proteção atualizada: Mantenha o Windows e o seu antivírus atualizados (você tem um antivírus instalado, não tem?). Além disso, instale um firewall. Essas medidas de segurança evitam que informações saiam do computador sem o seu conhecimento, e até que a máquina seja utilizada para o próprio envio de spam.



# escolha um bom walkman digital

Veja quais são as opções de toca-MP3 para dar de presente neste Natal: existem modelos à venda no país a partir de R\$ 200.

por  João Mauro Uchôa

Se você quer incluir uma pessoa querida no futuro da música, um walkman digital é o melhor presente para este Natal.

Criados na Coreia do Sul, em 1998, os aparelhos que tocam música no formato MP3 transformaram, em poucos anos, não só o consumo de música, como os hábitos de quem curte ouvir um som.

Leves e compactos, menores do que um maço de cigarros, os walkman digitais trouxeram de volta uma mobilidade que o CD player portátil nunca conseguiu ter a contento. Além disso, hoje eles possuem capacidade de armazenamento de dados cada vez maior, fruto da evolução da tecnologia dos discos rígidos (iguais àqueles que você tem no seu computador) e das memórias flash (tecnologia usada em chaveiros de memória).

Embora quase todo mundo lembre imediatamente do iPod quando se fala em walkman digital, a oferta desse tipo de aparelho é enorme, e quase todos os grandes fabricantes de eletroeletrônicos como Creative Labs, Sony, Philips e Oregon, só para citar alguns dos maiores oferecem bons toca-MP3.

No meio dessa oferta,

como escolher o melhor produto para o seu gosto e bolso?

A primeira decisão importante é escolher entre os dois tipos de aparelhos, os que são baseados em tecnologia flash ou aqueles que têm discos rígidos.

Os que usam memória flash são menores em tamanho, mais leves, mas têm menor capacidade de armazenamento de músicas. Hoje, é possível encontrar modelos que vão de 128 megabytes até quatro gigabytes. Para ter uma idéia do que isso representa, um arquivo em formato MP3 com boa qualidade tem, em média, um megabyte por minuto.

A vantagem dos walkmans que usam flash é que, por utilizarem esse tipo de memória, eles gastam menos bateria e são mais resistentes. O que os torna ideais para a prática de esportes. Fora isso, os preços desses aparelhos são bem mais camaradas, começando na faixa dos R\$ 200.

Além da questão do preço, boa parte dos walkmans que usam memória flash traz também outras funções, como rádio FM, gravador de voz e até câmera fotográfica. Sem contar que podem servir como chaveiro de memória para

levar arquivos de um computador a outro. Com disco rígido

Se o caso é dar um presente especial, sem se preocupar com economia, prefira os walkman digitais com disco rígido.

Há modelos que começam com 1,5 gigabyte de capacidade e vão até 60 gigabytes, o caso do recém-lançado iPod Video.

Num toca-MP3 desse tamanho é possível colocar 15 mil músicas em MP3, de 4 minutos de duração. Mais do que existe em muitas coleções de CDs.

Outra vantagem é que, para quem já está acostumado à qualidade de som de um MP3, que tem uma perda de qualidade sensível em relação ao CD, esses aparelhos podem ser uma boa opção para substituir o CD player no som de casa. Basta conectá-los a um receptor ou a caixas especiais.

O único problema é realmente o preço. Aparelhos de mais de 20 gigabytes não são encontrados por menos de R\$ 1.500 aqui no Brasil. E, no caso de comprar um importado, é preciso pesquisar bem, pois há grandes variações no preço.



Zen (Creative): recursos do iPod por um preço menor

iPod (Apple): preço no Brasil ainda é caro

Com o preço dos gravadores caseiros de DVD ficando cada vez mais acessível, é cada vez mais comum a confusão entre os tipos de gravadores e mídias existentes na hora de se optar por um modelo. Em nossa coluna de dicas de hoje explicamos as diferenças entre os principais padrões de mídias DVD existentes no mercado hoje.

É sempre bom lembrar que um disco de DVD gravado em casa serve tanto para gravar filmes quanto para gravar dados

(fazer backup do seu disco rígido, por exemplo).

#### DVD-R

Este tipo de mídia é equivalente ao CD-R, só que com 4,7 GB de capacidade, isto é, é um disco onde os dados podem ser gravados uma única vez. Existem dois tipos de mídia DVD-R: DVD-RA (autoria) e DVD-RG (uso geral). A mídia DVD-RA deve ser usada quando o disco de DVD será enviado a uma fábrica para a gravação de DVDs comerciais em escala industrial, necessitando de gravador

DVD-RA. Para uso caseiro, a mídia e o gravador a serem usados é a de uso geral, DVD-RG. A maioria dos DVD players comerciais toca esta mídia sem problemas, então esta é uma opção para você usar na gravação em DVD de seus próprios filmes. Note, porém, que alguns players mais antigos não aceitam mídias DVD-R. Esta mídia também pode ser lida em unidades DVD-RAM e DVD+R.

#### DVD-RW

É a versão do DVD-R que permite ser regravado.

Para usar este tipo de mídia você precisará comprar um gravador DVD-RW. Os gravadores DVD-RW normalmente gravam também mídias DVD-R, CD-R e CD-RW. Da mesma forma que ocorre com o DVD-R, os discos DVD-RW podem ser tocados em DVD players comerciais mais novos sem problemas. Aparelhos comerciais mais antigos podem não reconhecer a mídia, recusando-se a tocar o disco. Para tocar um disco DVD-RW, players comerciais necessitam que o disco esteja

finalizado. Após o disco estar finalizado, você só pode gravar novos dados nele reformatando o disco, o que faz com que todos os dados gravados sejam perdidos.

#### DVD+R

O DVD+R é, como o DVD-R, um disco de 4,7 GB que pode ser usado para gravar filmes e assistir em DVD players comerciais. Apesar de ter a mesma função e a mesma capacidade, um disco DVD+R só pode ser gravado em gravadores



# acerte na mídia

Variedade de discos DVDs pode provocar confusão. Conheça a diferença entre os tipos mais populares e veja qual é a mídia certa para sua gravação

por  João Mauro Uchôa

DVD+R, enquanto que discos DVD-R só podem ser gravados em gravadores DVD-R. Existem no mercado gravadores que conseguem gravar os dois tipos de mídia, chamados gravadores DVD±R. Na prática, a diferença da mídia DVD-R para a DVD+R é o desempenho: discos DVD+R são lidos mais rapidamente do que discos DVD-R. Esta diferença só é sentida se você usar o disco DVD para gravar arquivos comuns, isto é, usar como uma mídia de backup, já

que para assistir filmes o desempenho é o mesmo.

#### DVD+RW

É a versão regravável do DVD+R e tudo o que foi dito sobre o DVD+R é válido para o DVD+RW. Somente os DVDs players mais novos conseguem tocar discos com filmes gravados neste formato. Existem gravadores no mercado capazes de gravar tanto discos DVD-RW quanto DVD+RW. Estes gravadores são chamados DVD±RW. Da mesma forma que o DVD-RW, o disco precisa estar

finalizado para tocar em DVD players comerciais, sendo que para gravar novos dados no disco após ele estar finalizado é necessário reformatá-lo, o que faz com que todos os dados sejam apagados. Gravadores DVD+RW normalmente são capazes de ler discos DVD-RW (mas não de gravá-los) e vice-versa.

A variedade de mídias DVD disponíveis no mercado pode confundir quem está acostumado com a partilhada do bom e velho CD vagem



*Testamos a segunda edição do concorrente gratuito do Microsoft Office, recém-lançada. Possui qualidades e pontos a melhorar, mas pode ser usada tranquilamente.*

# openoffice 2 é opção gratuita ao ms office



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

Parecia que não ia ter fim. Após dois anos de desenvolvimento e uma dúzia de versões experimentais, finalmente sai a segunda edição do Open Office (OO), o principal concorrente do Microsoft Office em pacotes de escritório. Para quem ainda não conhece, o OO foi criado a partir do antigo Star Office, desenvolvido pela Sun, mas que hoje é vendido pela empresa, apesar de ter praticamente as mesmas funcionalidades do OO.

O Open Office é completamente gratuito, ocupa menos da metade do espaço do concorrente da Microsoft e não possui formatos proprietários de arquivo, ou seja, você não fica dependendo do Windows. O pacote inclui editor de textos, planilha, apresentações, banco de dados e utilitário para equações matemáticas. Tudo à distância de um download com 80 Mb e em 36 idiomas, incluindo português do Brasil.

Para quem testou as edições beta anteriores,

não há mudanças significativas na versão final. No entanto, a grande sacada é invisível ao usuário: a adoção do padrão "OpenDocument" para os arquivos criados no OpenOffice. Trata-se de um formato novo, não-proprietário, diferentemente da extensão .doc da Microsoft e que poderá ser utilizada por uma infinidade de programas e qualquer plataforma Windows, Linux, MacOS, FreeBSD etc.

Mas o Open Office

também tem suas falhas graves. Não há um cliente de e-mail para concorrer com o Outlook e, apesar de possuir quase todas os recursos básicos para usuários domésticos do Microsoft Office, alguns detalhes e funções avançadas ficaram de fora. A função de "contar palavras" do editor de textos, por exemplo, é pobre e sem informações extras. Um obstáculo considerável para quem depende de textos, relatórios e outros documentos grandes para trabalhar.





# transforme sua impressora numa gráfica rápida

por  
joão mauro uchôa

Sistema de alimentação contínua permite impressão mais econômica



Mais de seis meses imprimindo 100 páginas por dia sem trocar o cartucho parece um sonho impossível. Parece. Com a chegada ao País dos sistemas de alimentação contínua de tinta, o sonho virou realidade. E a um custo bem em conta. O preço, R\$ 150, é próximo ao de um jogo de cartuchos. E com mais R\$ 100 por 800 ml de tinta é possível imprimir o equivalente a mais de 20 cartuchos.

"Meu primeiro contato com o produto foi há cinco anos, quando buscava uma opção econômica de impressão para a empresa onde trabalhava", diz André Magalhães, gerente comercial da Estampa Personalizada, empresa que comercializa o CIS para todo o Brasil. "Achei o sistema em um site americano e, no fim de 2002, decidimos vendê-lo", conta. "Os clientes ficam satisfeitos, pois a

lo", conta. "Os clientes ficam satisfeitos, pois a economia é grande e a qualidade, excelente, em especial com as tintas corantes fotográficas Formulabs", completa.

"Foi a melhor coisa que fiz na vida. Estou satisfeito mesmo", comprova o empresário Wilson Celeste, que acoplou o CIS a uma Epson C80 há um ano, para imprimir os pedidos da sua loja virtual, a Bitcão. "Como estava gastando muito com cartuchos, passei a usar os compatíveis, mas tive muitos problemas de entupimento. Um dia, ao levar a impressora para desentupir, vi o sistema contínuo na loja e decidi experimentar", conta Wilson.

Desde então, ele só precisou reabastecer uma vez os reservatórios de tinta, que ficam em um suporte externo e são conectados aos cartuchos

por tubos de silicone. "O único problema é que o trambolhão do lado fica feio", admite. Pode parecer estranho, mas os plotters já funcionam assim há tempos. Sem falar que a própria Epson usa sistemas semelhantes em suas fábricas, durante os testes de qualidade das impressoras.

Embora o produto seja muito mais difundido entre usuários de impressoras Epson (as únicas em que a cabeça de impressão nunca é descartada com os cartuchos), acabam de chegar ao mercado brasileiro versões para modelos da HP e da Canon. "Esses sistemas não existem em nenhum país do mundo, são

lançamentos nossos", comemora Magalhães.

## Impressão em papel comestível pode dar dinheiro

Uma impressora com um sistema contínuo pode ser a porta de entrada para quem pretende montar um pequeno negócio ou criar novos produtos para incrementar a atividade atual. Com os suprimentos certos, o CIS pode ser usado para confeccionar transfers para camisetas (com tinta pigmentada e papel transfer) e até coberturas para bolos (com tinta comestível e papel de arroz). Só não pode misturar as tintas


no mesmo jogo de cartuchos! "Dá para ganhar dinheiro com transfer e comestível", afirma Magalhães. "Transfer é para trabalhos urgentes, para clientes que possuem confecção ou fazem prestação de serviço. Comestível é para donos de lojas de festas e boleiros", explica.

A Estampa Personalizada vende sistemas de abastecimento contínuo de quatro cores por R\$ 150 e de seis, por R\$ 250, adaptando os cartuchos do cliente (que também podem ser comprados à parte). O kit comestível completo custa R\$ 700 e as tintas, a partir de R\$ 15 (100 ml).



# abandonware

Clássicos do pc continuam vivos na internet.

por  joão mauro uchôa

Os programas que usamos hoje em dia podem parecer modernos e cheios de recursos. O Windows XP, por exemplo, traz recursos impensáveis há dez anos, numa época em que os PCs 286 e 386 eram o padrão da indústria. A situação não é diferente quando comparamos um aplicativo como o Corel Draw com suas versões mais antigas. Os jogos, então, evoluíram ainda mais rápido. Coloque um game do início dos anos 90 ao lado de um jogo de última geração e você verá que a diferença entre os dois é gritante.

Acontece que, cedo ou tarde, os programas instalados em nossas máquinas serão considerados tão ultrapassados quanto o DOS ou o WordPerfect

5.1. E, assim como os programas da década passada, os softwares de hoje provavelmente desaparecerão daqui a dez anos.

Um pequeno grupo de internautas, no entanto, está disposto a evitar a extinção desses programas. Entre eles, os softwares do passado são chamados de abandonware. A palavra que é uma contração do termo inglês abandoned software significa programa abandonado. Para os fãs, o fato de esses programas não serem mais vendidos mostra que eles foram esquecidos pelas empresas que os desenvolveram.

Para manter esses softwares vivos, os fãs contam com páginas web,

sites de FTP, grupos de discussão e programas de troca de arquivos. Nesses endereços, é possível encontrar todo tipo de antiguidade tecnológica, desde a primeira versão do Windows até games produzidos no início dos anos 80. Os jogos para computador são os mais procurados, e a maioria dos sites costuma oferecer clássicos de graça na Internet. Há também os emuladores, aplicativos que fazem o PC atual funcionar como micros como ZX Spectrum e o MSX, que desapareceram do mercado há anos.

## Nostalgia

Mas o que faz com que essas pessoas dediquem tanta atenção ao abandonware? Em alguns casos, é pura nostalgia,

diz Glauco Bueno, gerente de marketing da Atari para o Brasil e América Latina. "Quem gosta de jogar hoje tem muitas opções. Mas esse público quer relembrar uma época", diz. Para o internauta Bruno (que pediu para ficar no anonimato), fanático por abandonware, a questão é a qualidade, que para ele era maior no passado. "Não são gráficos e alta produção que fazem um jogo realmente bom, mas a criatividade e a paixão pelo trabalho que o designer depositava em seu produto, algo praticamente inexistente hoje em dia", afirma.

Outro internauta, identificado apenas como Shadow, concorda. "Antigamente isso (o esforço dos produtores) era mais freqüente", diz.

"E está cada vez mais raro encontrar jogos bons como os de antigamente", acredita.

Mas, de acordo com Shadow, quem nunca viu esses aplicativos e jogos bastante curiosidade para saber como eram os softwares. "Muita gente procura esse tipo de coisa porque que tem vontade de saber" como eram os jogos e programas do passado, afirma.

Os fãs das velharias tecnológicas nem sempre sabem que podem estar infringindo direitos autorais ao redistribuir os softwares "esquecidos" pelas empresas. "Muitas vezes as pessoas fazem isso de boa fé achando que é de graça, mas o abandonware não deixa de ser uma forma de pirataria", diz Bertrand Caudron, gerente-geral da Electronic Arts no Brasil.