

WEB 2.0

ERROS E ACERTOS

Um guia prático para o seu projeto

de Paulo Siqueira

ilustrações de orlando



Conteúdo

Apoio	3
Agradecimento	4
Prefácio de Gilson Schwartz: O Sonho que se Faz	5
Introdução	7
Parte 1 – O Projeto	8
1. Início de Tudo	9
2. A Idéia	11
3. O Investimento	13
4. Escopo Ambicioso - Um Projeto Trilíngue	14
Parte 2 – Programação	15
1. Hospedagem	16
2. Domínios	17
3. DNS	18
4. Algoritmo	19
5. Código	20
6. Banco de Dados	21
7. SMS	22
8. Usuários do Twitter	24
9. Outras Funcionalidades	25
Parte 3 – Propaganda Online	26
1. Propaganda, a Alma do Negócio	27
2. As Ferramentas do Google Para Propaganda	28
2.1. Google AdSense	29
2.2. Google Adwords	30
3. Anúncios em Português	31
3.1. Cliques Suspeitos	32
4. Anúncios em Espanhol	33
4.1. Porque Utilizei o Espanhol	34
5. Porque (Não) Utilizei o Inglês	36
Parte 4 – Erros e acertos	37
1. Clientes Desktop e Plataformas móveis	38
2. Twitter, Um Serviço Instável	39
3. Outras Redes Sociais	40
4. Necessidade de Pessoal	41
5. Custo Total	42
6. O Que Fazer Com o Projeto	43
7. Os Grandes Erros	44
8. Os Acertos	46
Parte 5 – O Futuro	47
1. "digi.to" Social - Evolução e Sonho	48
2. Projeto Colaborativo	50
3. Para Encerrar	51
Referências Online	52
Quem é Paulo Siqueira	53
Quem é Orlando Pedroso	54
Licença Creative Commons	55

Apoio



[Blog de Seo e Webstandards](#)

[Cova do Urso](#)

[Minimalismo](#)

[Tecnologias digitais e](#)

[Educação](#)

[Blog do Carlos Fran](#)

[Blog do Locoselli](#)

[Blog de Renato Salles](#)

[Lua internauta](#)

[Fonte de Alegria](#)

[Origine Italiana](#)

[Blog do Netmind](#)

[Luana Giampietro](#)

[blog EJM](#)

[Blog da Mari Rocha](#)

[Preparando a Redação](#)

[Brasil Critical](#)

[Ernandes Rodrigues](#)

[cajuinas](#)

[Educação a Distância](#)

[Fruição e Escrita](#)

[Informática Desvendada](#)

[Berdades da Boca P'ra Fora](#)

[pribi.com.br](#)

[My Percepções](#)

[Liso-Sapiens](#)

[Leonardo da Mata](#)

[Vondeep](#)

[The worst kind of thief](#)

[Thiago Antonio](#)

[Marcus Monteiro](#)

[Franquia Empresa](#)

[Blog Mídias Sociais](#)

[Chronus Blog](#)

[Sedentarismo Intelectual](#)

[Minimalismo](#)

[Dona Zion](#)

[Blog do Concon](#)

Agradecimento

“Para o meu filho Pablo e à minha neta Nara Rosa.”

“Gabriel, obrigado pela consultoria e conselhos de filho para pai.”

“Célia e Gabriel, obrigado pela revisão do texto e pelo apoio.”



O Sonho que se Faz

Prefácio de Gilson Schwartz (*)

Um sonho que se sonha só é só um sonho. Um sonho que se sonha junto é real. Mas um sonho que se faz junto é mais que a realidade, é um projeto sustentável.

A engenharia passa no mundo por uma radical mudança de conceitos e práticas. Pode-se dizer no entanto que o olho do furacão, mesmo levando-se em conta a intensidade e extensão das inovações estritamente tecnológicas, está na engenharia de projetos.

Projeto é o sonho que se faz junto – pois fazer uma idéia “virar realidade” é um desafio que apenas a colaboração e a inteligência podem transformar em processos sustentáveis de apoio e renovação de qualquer projeto.

Mas se a engenharia de projetos é revolucionária no campo da tecnologia, mudanças sísmicas de magnitude comparável acontecem no “lado” das humanidades: das muitas revisões críticas e criações surpreendentes que até hoje surgiram no campo da educação, pode-se dizer também que a educação por projetos tornou-se o epicentro de uma espetacular revisão de teorias, práticas e valores. Educar é solucionar problemas, não o exercício repetitivo de simplesmente armazenar informações, sem saber dar-lhes sentido.

Projeto é engenharia, projeto é pedagogia mas é preciso iluminar também a dimensão existencial, psicanalítica e espiritual que um projeto encarna. Do sonho vieste, ao sonho voltarás. Projeto que é bom mesmo torna-se sustentável na medida em que se animam muitos a fazer e refazer o sonho sem que o espírito sonhador seja, em momento algum, simplesmente relegado ao almoxarifado das convenções irrelevantes...

Engenharia, pedagogia e desejo, os três elementos aparecem nessa obra que é reflexo (ou seja, chega a nós pela reflexão de Paulo Siqueira) de alguém que apaixonadamente põe as mãos à obra. Numa sociedade por projetos em que a organização do desejo depende cada vez mais da qualidade da nossa pedagogia,

nosso autor compartilha o seu projeto e o seu aprendizado, não para se tornar “doutor” em projetos, mas para que o espírito do aprendizado não fique perdido, abrindo novas possibilidades de sonhar e fazer nossos sonhos acontecerem.

(*) **Gilson Schwarz** é professor de Economia no Curso Superior do Audiovisual, USP, líder do grupo de pesquisa Cidade do Conhecimento (www.cidade.usp.br) e Coordenador no Brasil do Consórcio PRO-IDEAL (Promoting an ICT Dialogue between Europe and America Latina (www.pro-ideal.eu)). E-mail: schwartz@usp.br. Twitter: [@gilsonschwartz](https://twitter.com/gilsonschwartz)

Introdução

Este livro tem o objetivo de transferir e compartilhar o conhecimento e as experiências acumuladas no desenvolvimento de um projeto para a web. É um relato prático e real.

Interessante para estudantes, professores, programadores, analistas, desenvolvedores, gerentes de projeto, executivos de TI, blogueiros, jornalistas de tecnologia, enfim, serve para qualquer pessoa que tenha curiosidade, interesse e queira saber mais sobre como fazer ou como funciona um projeto para a Web.

Não é um manual em sua essência, mas a compilação de algumas ações e reflexões sobre o desenvolvimento de novos projetos – começando pela concepção de uma idéia, a sua elaboração até a sua implementação.

Os erros e acertos são evidenciados ao longo do texto, conjuntamente com algumas referências que podem ser úteis em novos projetos. O livro está dividido em tópicos, quase em ordem cronológica. No entanto, várias das atividades aqui descritas foram, na maioria das vezes, executadas simultaneamente.

Na Parte 1 – O Projeto, comento como surgiu a idéia e a concepção do projeto. Do “*insight*” até a execução, passando pelo (não) planejamento.

A Parte 2 – Programação, está focada no aspecto técnico e formal, com algumas referências à codificação, banco de dados, uso de APIs, DNS, etc.

Na Parte 3 – Propaganda Online, relato as minhas experiências na área de propaganda online e como funcionaram, ou melhor, não funcionaram.

Já na Parte 4 – Erros e acertos, comento sobre as dificuldades e desafios encontrados. Serve como um manual para os novos aventureiros de plantão que como eu que se lançam no mundo da web.

Finalmente, na Parte 5 – O Futuro, abordo algumas possibilidades para dar continuidade ao projeto. O que espero é que este livro sirva de incentivo e referência e, antes de tudo, fomenta uma reflexão sobre o desenvolvimento de projetos para a Internet, a multiplicidade de ações envolvidas, as estratégias e a sua complexidade. Termina o livro com uma proposta e novos sonhos.



Parte 1 – O Projeto



1. Início de Tudo

Trabalho com Tecnologia da Informação há quase 30 anos. De vez em quando vejo algumas imagens de computadores e equipamentos com que trabalhei e sinto-me como peça de museu. Apesar de tudo continuo na luta. Como me disse um amigo tanzaniano, "*A luta continua*", em um bom português com sotaque lusitano, para a minha total surpresa.

O detalhe é que ele não fala nada de português. Ele me disse que aprendeu a frase com antigos guerrilheiros da luta moçambicana e que a frase é muito popular na Tanzânia, pela proximidade geográfica com Moçambique. O interessante é que quando ele utilizou a frase o contexto estava corretíssimo.

Bom, agora saindo da África guerrilheira e da era dos dinossauros, e chegando à era do conhecimento e da informação, o assunto aqui é Web 2.0 e Web Social.

Web 2.0 é o termo utilizado para as novas e emergentes formas de comunicação utilizadas na Internet. Certamente daqui a algum tempo, e não muito tempo, a Web 2.0 será parte de um passado remoto. Quando se fala de Web Social, estamos falando de Internet utilizada como meio de criar, agregar, compartilhar, colaborar e publicar a informação digital - pode ser qualquer coisa em formato digital - música, texto, imagem, vídeo, áudio, etc.

Neste dinâmico universo temos os blogs, os microblogs, as redes sociais online, RSS Feeds, SMSs, telefones móveis, redes sociais móveis, podcasts, videologs, mensagens instantâneas (IM), agregadores de conteúdo e muito, mas muito mais. Hoje, até a "*real-time Web*" está aí. A informação está disponível para você quase no mesmo momento em que é produzida, como por exemplo, as postagens das Web sociais, que incluem análise de tendências e tópicos.

Alguns exemplos são [Blogger](#), [Wordpress](#), [Twitter](#), [Orkut](#), [Facebook](#), [LinkedIn](#), [MySpace](#), [Wikipedia](#), [Del.icio.us](#), [Digg](#), [Flickr](#), [Picasa](#), [YouTube](#), [Last.fm](#), [Second Life](#), só para citar uma pequena lista de aplicativos que possuem milhares, senão vários milhões de usuários.

O que me interessa, e que o me interessou, foram os microblogs. Fiquei muito curioso com a possibilidade de integração entre a Telefonia Móvel e a Internet - na época isto estava muito relacionado com a minha atividade profissional.

Os microblogs e a utilização da tecnologia de SMS (*Short Message Service*), conhecido popularmente no Brasil como "torpedo", foram o que me levaram a desenvolver um projeto na Web 2.0.

Este casamento entre microblog e SMS é explorado com muito sucesso pelo Twitter. Inicialmente vislumbrei algumas possibilidades interessantes. Assim nasceu o "digi.to" - <http://digi.to/>. Um serviço de envio de SMS gratuito e encurtador de URLs, que foi concebido com a ambição de complementar o Twitter.

: [Home](#)
:: [Criar URL](#)
:: [+ Twittes](#)
:: [+ Hits](#)
:: [+ SMSs](#)
:: [no Twitter](#)
:: [Ajuda](#)



SMS o seu Twitte, veja quantos cliques ou SMSs foram enviados, compacte URLs, Re-Twitte.

DIGI.TO beta

Use como atalho, arraste o link a seguir digi.to para a barra de ferramentas do seu browser!

Postagens Recentes

Publique a URL compactada pelo DIGI.TO na sua mensagem!

 lucasbond	diversão da noite http://digi.to/9RD5t
27/9/2009 01:13	Hits: 9 SMS Enviados: 0 SMS Twitter ReTwitte
 politicorrupto	Do latim corruptus que, significa apodrecido, pútrido. O verbo corromper significa tornar pútrido, podre. http://digi.to/U4YMd
26/9/2009 22:46	Hits: 8 SMS Enviados: 0 SMS Twitter ReTwitte
 paixaonacional	Uma paixão para os brasileiros, que freqüentemente referem-se ao país como "a pátria de chuteiras" ou o "país do futebol". http://digi.to/ShUQ2
26/9/2009 22:05	Hits: 9 SMS Enviados: 0 SMS Twitter ReTwitte

Serviços de Pesquisa

:: [Mensagens do Usuário](#)

:: [URL Curta](#)

:: [Localidade do Usuário](#)

Reprodução da página do "digi.to"

2. A Idéia

No início de 2009, depois de "brincar" com o Twitter e me familiarizar com a plataforma, comecei a investigar as possibilidades de desenvolver um aplicativo que se integrasse diretamente com as APIs do serviço de microblogging.

O que é uma API

"[API](#), de Application Programming Interface (ou Interface de Programação de Aplicativos) é um conjunto de rotinas e padrões estabelecidos por um software para a utilização das suas funcionalidades por programas aplicativos -- isto é: programas que não querem envolver-se em detalhes da implementação do software, mas apenas usar seus serviços".

Fonte: [Wikipédia](#)

A idéia inicial foi fazer um aplicativo com algumas funcionalidades onde qualquer pessoa pudesse enviar um SMS com a sua mensagem do Twitter. Além disso o usuário poderia fazer a compactação de URLs, verificar quantos cliques foram recebidos pelo link compactado, ou quantos SMSs foram enviados, e até mesmo reenviar a mensagem (ReTuitar ou RT no jargão do Twitter).

Este aplicativo não necessita de nenhum tipo de registro ou login. Basta realizar a compactação da URL através do website. "Compactar a URL" (ou encurtador de URL) é um aplicativo que permite a diminuição do tamanho do endereço de um site. O link <http://www.seashepherd.org/news-and-media/news-090825-1.html> por exemplo, foi compactado pelo "digi.to", o que o deixou bem menor. O novo link passa a ser <http://digi.to/Kagi6>.

O motivo é a limitação imposta pelo Twitter: as mensagens não podem ter mais do que 140 caracteres. Compactando o seu link, você tem mais espaço para o texto de sua postagem no microblog.

Hoje eu penso que os próprios servidores Web, como o Apache ou o MS IIS, deveriam incorporar esta funcionalidade. Fica aqui uma sugestão para o aprimoramento dos serviços da web.

O mercado de compactadores de URL já está cheio de aplicativos. O meu objetivo não era concorrer com estes produtos já existentes no mercado, mas agregar novas funcionalidades, e a principal delas é o envio de SMSs.

Só para citar alguns exemplos de serviços de compactação de URL similares ao “[digi.to](#)”, há também o brasileiro [migre.me](#), provavelmente o mais popular no país. Outros exemplos são o [TinyURL](#) e o [bit.ly](#). Enfim, o mercado está bem competitivo, saturado, e com vários serviços disponíveis. Por conta desta saturação, nunca foi o objetivo do “[digi.to](#)” competir no “mercado” de encurtadores de URLs, mas sim agregar outras funções ao serviço de SMSs.

Em pouco menos de duas semanas, desenvolvi um protótipo, registrei os domínios para o site, publiquei e disponibilizei o serviço em três línguas: português, espanhol e inglês. Como você pode perceber o projeto foi de certa forma ambicioso, mas a minha avaliação inicial era otimista.

Este otimismo está relacionado ao meu jeito de ser. Muitas e muitas vezes eu tenho a necessidade de sair fazendo. Um pouco de ansiedade combinada com impaciência e foco no que é mais divertido. No meu caso, o mais divertido é programar, ou seja, escrever o código e ver a aplicação funcionando.

Caso deseje saber mais sobre o Twitter, acesse o eBook:

“[Tudo o que você precisa saber sobre Twitter](#)”, organização de Juliano Spyer.

3. O Investimento

Sem contar com as horas e horas de programação e modelagem do banco de dados, além de algumas noites em claro testando, arrumando "bugs" e refazendo o código, gastei R\$ 600 para registrar três domínios por dois anos. Também comprei R\$ 300 em crédito para envio de SMS. O crédito me deu acesso a API para envio de SMS, e o direito de enviar 1.000 SMSs diretamente dos meus sites para praticamente qualquer país que eu quisesse.

Além disto gastei mais ou menos uns R\$ 500 em propaganda online. O orçamento era de cinco reais por dia, por anúncio, em propaganda no Google Adwords, onde publiquei diversos anúncios sobre o serviço do "digi.to" por algum tempo.

Para hospedagem utilizei o mesmo serviço que já possuía para o site da minha empresa, com custo de cerca de R\$ 300 ao ano. Este serviço já vem com banco de dados incluído; no meu caso utilizo o [MySQL](https://www.mysql.com/).

O investimento total ficou em torno de R\$ 1.700, sem incluir o tempo que investi no projeto, que foi de cerca de 120 horas.



4. Escopo Ambicioso - Um Projeto Trilíngue

A idéia inicial era fazer um desenvolvimento rápido, ter o protótipo funcionando em três línguas e encontrar um patrocinador. Bom, não tenho os contatos certos, não tenho plano de negócios e necessitaria investir mais em desenvolvimento e programação, área comercial e propaganda - tudo a fundo perdido, esperando que o Twitter, como mídia social dê certo. Esperando também que me levasse a junto de alguma forma.

Outra idéia que tive para o projeto foi desenvolver aplicativos para celulares e fazer acordos com as operadoras de telefonia móvel para que pré-instalassem o software em seus celulares ante de vendê-los ao consumidor final.

Estabelecendo-se uma parceria com uma operadora de celulares, obviamente os custos de envio de SMS seriam bem menores, e o custo para todo o projeto seria mais viável.

Eu boleei o projeto todo já pensando numa operadora em particular com a qual eu já tinha trabalhado. A operadora em questão tem presença em toda a América Latina. Eu sabia que, se não tivesse um produto bem acabado e funcionando, não haveria a menor chance.

Um dos grandes desafios das operadoras é incrementar o consumo de serviços que utilizam pacotes de dados. O "digi.to", na minha visão, cai como uma luva para isto. Enfim...



Parte 2 – Programação



2. Domínios

Registrei *três domínios de topo* com a extensão "to" no site <http://www.tonic.to/>. O domínio ".to" é do Reino de Tonga, um paraíso no Pacífico onde trabalhei algum tempo. A família real é dona do "negócio".

O que é um Domínio de Topo

“O domínio de topo (sigla: TLD, do inglês top-level domain) é um dos componentes dos endereços de Internet. Cada nome de domínio na Internet consiste de alguns nomes separados por pontos, e o primeiro desses nomes é o domínio de topo, ou TLD. Por exemplo, no nome de domínio exemplo.com, o TLD é com (ou COM, visto que nos TLDs a capitalização é ignorada).

Os TLDs são usados em primeiro lugar com o protocolo DNS, que transforma os nomes de domínio em endereços IP. Podem dividir-se em duas classes: TLDs de código de país (ccTLDs, de country code TLDs) e TLDs genéricos (gTLDs, de generic TLDs). Os ccTLDs têm sempre duas letras e derivam do código ISO 3166-1 alpha-2, e os gTLDs têm sempre mais do que duas letras.”

Fonte: [Wikipédia](#)

Efetuar o registro foi um trabalho que durou apenas alguns minutos, bastou possuir um cartão de crédito. Em um dia já estava tudo registrado e funcionando.

Nesta etapa, o que mais demandou tempo foi criar nomes para os domínios. Passei horas pesquisando as várias combinações possíveis. Achei que a combinação de nomes ficou interessante. Os três sites registrados foram:

Português: <http://digi.to>

Espanhol: <http://cuen.to>

Inglês: <http://bind.to>

3. DNS

Apontei os DNS do <http://www.tonic.to/> , onde estão registrados os três domínios, para o site da [Locaweb](#) e "voilà". Estava tudo no ar. Em menos de 24 horas as URLs já estavam acessíveis.

O que é o [DNS](#)

“O DNS (Domain Name System - Servidor de Nomes de Domínios) é um sistema de gerenciamento de nomes hierárquico e distribuído operando segundo duas definições:

- Examinar e atualizar seu banco de dados.
- Resolver nomes de domínios em endereços de rede (IPs).

O servidor DNS traduz nomes para os endereços IP e endereços IP para nomes respectivos, e permitindo a localização de hosts em um domínio determinado.”

Fonte: [Wikipédia](#)

4. Algoritmo

Gastei um bom tempo pesquisando e criando o algoritmo para gerar os códigos que o aplicativo utiliza para encurtar a URL. Foi um bom desafio que me fez quebrar bastante a cabeça.

O que é o [Algoritmo](#)

“Um algoritmo é uma seqüência finita de instruções bem definidas e não ambíguas, cada uma das quais pode ser executada mecanicamente num período de tempo finito e com uma quantidade de esforço finita...”

Um programa de computador é essencialmente um algoritmo que diz ao computador os passos específicos e em que ordem eles devem ser executados, como por exemplo, os passos a serem tomados para calcular as notas que serão impressas nos boletins dos alunos de uma escola.”

Fonte: [Wikipédia](#)

5. Código

O código para os três sites é o mesmo (ou deveria ser) para facilitar a manutenção. O que muda entre eles é só a localização, ou seja, a língua. Mas não é fácil dar manutenção em três aplicativos cada vez que se muda alguma coisa no código. É uma tarefa contínua e necessária uma vez que todo código apresenta “bugs”, ou defeitos, que necessitam de correção ou manutenção.

Para desenvolver o projeto utilizei o Microsoft “[Visual Studio](#)”, uma ferramenta que já domino há vários anos em função de minhas atividades profissionais. Você pode fazer o download gratuito do [Visual Studio Express Edition](#) ou ainda do [Visual Studio Professional Edition](#) para teste por três meses.

Como linguagem de programação/tecnologia utilizei HTML, JavaScript, ASP.NET, VB.NET / VBScript, SQL e alguns componentes disponíveis na internet, que facilitam a integração com as APIs do Twitter. Estes componentes não têm custo e são para uso livre (freeware):

[SPIURL](#) - utilizado para trabalhar com imagens dos usuários.

[Argotic Syndication Framework](#) – para trabalhar com o formato *atom* e XML do sistema de buscas (*search*) do Twitter.

Um ponto importante foi que tive que entender como funcionava o API do Twitter e a API para envio de SMS, incluir o código nas páginas do meu site, depois testar e testar.

Outra atividade que tomou meu tempo foi definir os termos da busca – a função “search” no Twitter – para que os links dos meus aplicativos (as URLs encurtadas) fossem listados corretamente nas páginas dos três sites “[digi.to](#)”, “[cuen.to](#)” e “[bind.to](#)”.



6. Banco de Dados

Utilizei o [MySQL](#) que, como mencionei antes, já estava incluído no meu pacote de hospedagem.

A estrutura do Banco de Dados é muito simples. Depois que desenvolvi as tabelas para uma a versão em português, criei uma cópia para o espanhol e outra para o inglês.

Resolvi manter as tabelas separadas, com o objetivo de facilitar a manutenção e a independência entre as três versões. Gerei também os respectivos índices para agilizar as buscas no banco de dados.

Também faço backup de tempos em tempos, tanto do Banco de Dados como do código. Tarefa básica, mas que não é levada a sério por muitos administradores de sites.



7. SMS

Como diferencial aos serviços similares que existem na Internet, resolvi incluir o serviço de envio de SMS. Acredito que a idéia toda por trás do Twitter é que ele mescle o serviço de postagem (microblog) com a telefonia móvel, integrando os serviços de envio de textos por celulares ou SMS (Short Message Service). O tamanho das mensagens de SMS é de 140 bytes, ou 160 caracteres. No Twitter isto está limitado a 140 caracteres para acomodar na mensagem o remetente.

O que é o [SMS](#)

“Serviço de Mensagens Curtas ou Short Message Service (SMS) é um serviço disponível em telefones celulares (telemóveis) digitais que permite o envio de mensagens curtas (até 255 caracteres em GSM e 160 em CDMA) entre estes equipamentos e entre outros dispositivos de mão (handhelds), e até entre telefones fixos (linha-fixa). Este serviço pode ser tarifado ou não, dependendo da operadora de telefonia e do plano associado.”

Fonte: [Wikipédia](#)

Através das páginas do "[digi.to](#)", "[cuen.to](#)" e "[bind.to](#)" é possível enviar as mensagens por SMS, bastando selecioná-las com um clique. Na página seguinte basta informar o número de telefone desejado e pronto. O portador do número informado vai receber o SMS em seu celular.

O envio de SMSs funciona para o Brasil, Chile, Equador e Colômbia.

Para implementar este serviço, comprei créditos de SMS de um provedor de serviços de SMS que fica na Inglaterra chamado [Clickatell](#). A empresa disponibiliza uma série de APIs com as quais você pode integrar seus serviços de envio de SMS. Além disso a [Clickatell](#) oferece alguns "*scripts ready-made*" que estão disponíveis para ajudá-lo a conectar-se no portal de serviços (gateway) através de várias e populares linguagens de programação como PHP, VB.Net,

VBScript, Cold Fusion, C#, Oracle, HTTP/S, SMPP, SMTP, FTP, XML, SOAP, e Com Object.

A integração não foi difícil. Gastei alguns dólares enviando SMSs e testando o código. Na verdade, os SMS podem ser enviados praticamente para qualquer lugar no mundo, mas limitei o envio para o Brasil, Chile, Equador e Colômbia. Queria verificar o alcance e a reação dos usuários. Se eu estourasse a boca do balão poderia ir a falência comprando créditos de SMS. Como isto não aconteceu, ainda não precisei gastar mais nada além do investimento inicial de 300 reais.



8. Usuários do Twitter

No Twitter, criei e utilizo três usuários, um para cada site. Estes usuários geram postagens que aparecem nos respectivos aplicativos. Isto foi, e é importante, não só para os testes, mas também para verificar se os resultados das postagens apareciam corretamente nas páginas. Muitas vezes eu "retuito" uma postagem com um usuário diferente, para gerar movimento no site e verificar se tudo está correto.

Além destes três usuários tenho o meu "verdadeiro" usuário - [@psiqueira](#) - com o qual publico constantemente no Twitter.

Os usuários são:

Português: **@digito** - <http://twitter.com/digito>

Espanhol: **@cuento1** - <http://twitter.com/cuento1> - cuento já estava ocupado

Inglês: **@bindto** - <http://twitter.com/bindto>

9. Outras Funcionalidades

Além do envio do SMS e do e encurtador de URLs, desenvolvi algumas outras funcionalidades para o aplicativo. O usuário pode listar todas as mensagens que foram encurtadas por ele, bastando para isto informar o nome do usuário utilizado no Twitter.

O usuário pode também verificar quantos cliques um determinado link recebeu ou quantos SMSs foram enviados informando o código gerado quando o link foi encurtado. Esta informação é interessante porque é possível utilizar o sistema para fazer as estatísticas de quantos cliques a mensagem recebeu.

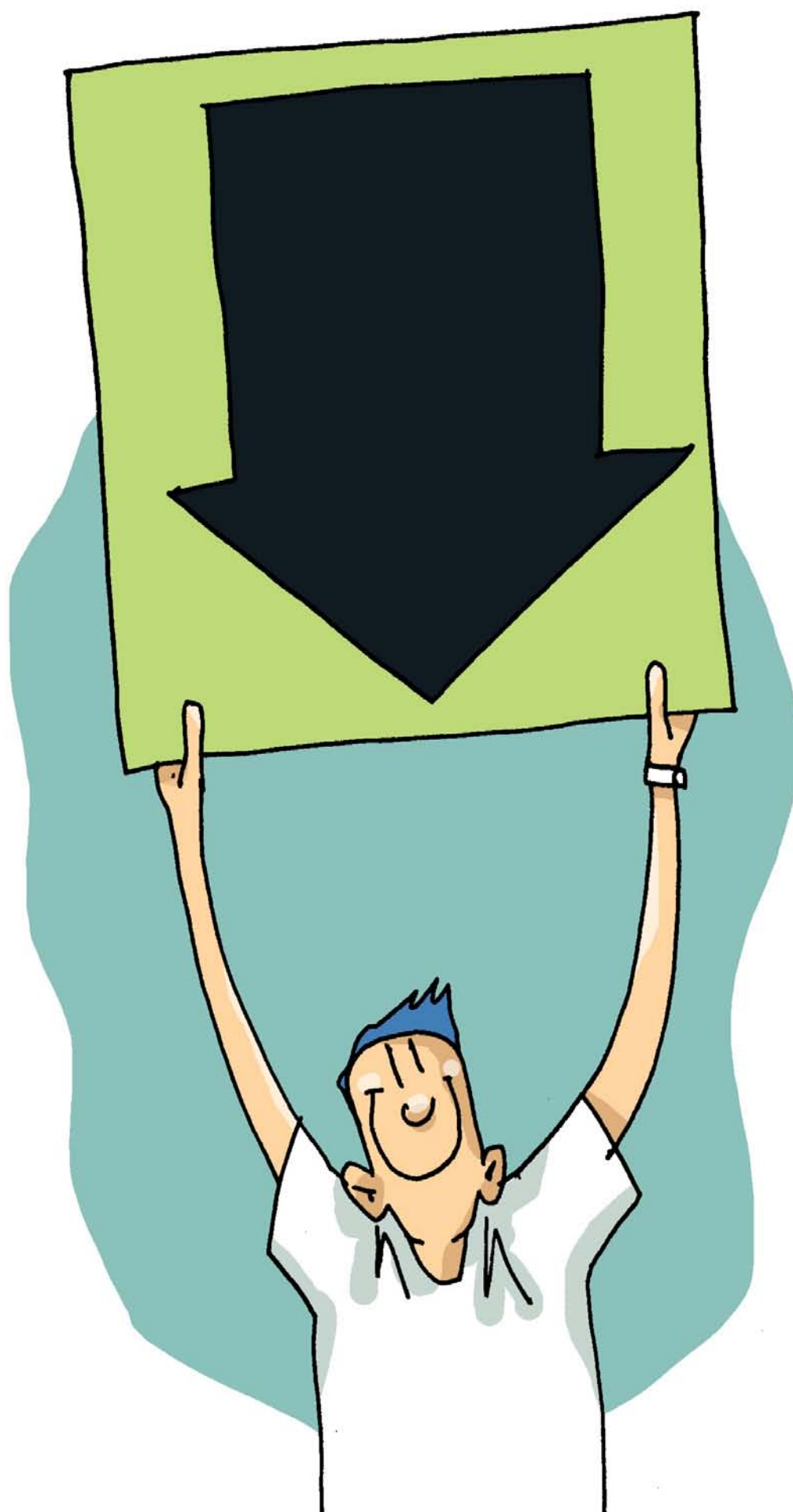
O usuário pode também verificar qual é o link original e que foi encurtado. Importante caso exista alguma dúvida sobre a qualidade do link e sua origem.

Todas estas informações estão armazenadas nas bases de dados do "[digi.to](#)", "[cuen.to](#)" e "[bind.to](#)".

Por fim, entrando com o usuário do Twitter, é possível verificar a sua localidade, ou seja, a cidade ou país do usuário caso a informação esteja disponível. A pesquisa é feita através do sistema de buscas do Twitter.



Parte 3 – Propaganda Online



1. Propaganda, a Alma do Negócio

Enquanto ia desenvolvendo a parte técnica e trabalhando bastante com o projeto, comecei a pensar na divulgação do “[digi.to](#)”. A primeira coisa que me veio à cabeça foi o [Google Adwords](#). Nas próximas páginas explico com mais detalhes como foi a minha experiência com o produto do [Google](#).

Também passei a monitorar os logs de acesso aos sites, tanto pelos relatórios gerados pela “[Locaweb](#)”, como através do [Google Analytics](#) que permite que você veja e analise dados de tráfego, como páginas mais visitadas, sites de referência, segmentação por país, região ou cidade e muitos outros recursos.

Para saber mais visite o site do [Google Analytics](#).



2. As Ferramentas do Google Para Propaganda

Registrei-me no [Adwords](#) do [Google](#) e criei várias versões de anúncios. Fui monitorando diariamente para ver qual deles era mais efetivo. Eu não queira só aumentar o tráfego. Eu queria usuários que utilizassem os serviços do “[digi.to](#)”.

Algumas versões geraram mais tráfego no site, mas não exatamente com os usuários que eu queria para os aplicativos. Por que isto aconteceu? Isto está relacionado com o funcionamento do [Adwords](#) e do [Adsense](#), do [Google](#).

No [Adwords](#) você paga por cada clique no seu anúncio. Então, é necessário entender como funciona a propaganda digital, para descobrir o que funciona melhor para o seu negócio. Você tem que encontrar a sua fórmula. Senão vai ficar pagando propaganda que não trará resultados. Ou seja, alguém vai clicar no seu anúncio e você vai pagar por isto. Mas o usuário não é aquele que você quer acessando as suas páginas.

Outra coisa interessante foi que, analisando os sites que enviaram usuários, descobri que alguns não me pareciam ser muito "honestos", ou seja, eu estava pagando propaganda que não servia para nada. Os sites pareciam existir só para justificarem os cliques.

Isto está intimamente relacionado com o [Adsense](#).



2.1. Google Adsense

Para entender o [Adsense](#) o melhor é começar com um exemplo.

Suponha que você já possui anúncios do [Google](#) publicados no seu site da Internet, no seu domínio *www.seusite.com*. Alguém navegando nas suas páginas clica no anúncio do [Google](#) (na verdade, é o anúncio que uma empresa paga para tê-lo veiculado através do [Google Adwords](#)). O [Adsense](#) registra esta informação e você recebe alguns centavos em dinheiro pelo clique e o [Google](#) paga. Mas, na outra ponta, através do [Adwords](#), o [Google](#) fatura, e fatura muito.

Isto é parte do modelo de negócios do [Google](#). Eu, por exemplo, tenho um crédito de 0,80 centavos de dólar pelos anúncios que o [Google](#) publicava no site do meu blog. Isto depois de vários meses publicando a propaganda. Tá certo que não é um blog de massa, mas contar com este recurso e achar que ele vai resolver seu problema financeiro e fazer um bom dinheiro, acho quase impossível. Hoje, já não publico mais anúncios através do AdSense, por considerar que não vale a pena.

Para saber mais visite o link <https://www.google.com/adsense/>



2.2. Google Adwords

Voltando ao [Adwords](#), eu limitei o meu orçamento de propaganda em cinco reais por dia para publicação em sites.

Como funciona isso de limitar os gastos com propaganda no Google Adwords? Por exemplo, se o custo do clique é de 10 centavos, após 50 cliques, o Google não publica mais o seu anúncio. A publicação do meu anúncio era limitada pelo teto de 5 reais por dia. Percebi que se eu investisse 100 reais, com certeza teria muito, mas muito mais potenciais usuários para o meu site.

Gastar 100 reais por dia significa gastar 3 mil reais por mês, só em propaganda. O modelo do [Adwords](#) é muito mais complexo. Eu aqui só estou mencionado alguns dados. Para saber mais visite o site do Google [Adwords](#) - www.adwords.google.com.



3. Anúncios em Português

Primeiro criei alguns anúncios em Português.

Abaixo, um exemplo de anúncio que publiquei. A primeira linha é o título do anúncio, a segunda e terceira linhas, a descrição e a quarta é o link. Cada linha tem limitação no número de toques (letras) utilizados:

Twitter - compactar URL

Envio de mensagem por SMS,
contador de clicks, uso gratuito!

digi.to

Este foi o anúncio mais efetivo.

Ficou ativo entre 27 de março e 7 de julho de 2009. Tinha um limite de 5 reais por dia. Foi publicado (impressões) 1.018.167 vezes, teve um retorno de 2.251 cliques, e trouxe pelo menos uns 50 usuários efetivos, que utilizaram o “digi.to” por algum tempo, antes de se bandearem para outros aplicativos.

Minha avaliação é que muitos destes usuários estavam mais interessados na ferramenta de compactação de URL do que no envio de SMS. O diferencial do “digi.to” é justamente a integração Twitter/SMS. Assim, aqueles que utilizavam meu site apenas para encurtar URLs acabaram por trocar para outro serviço similar.

Outra hipótese é a de que estes usuários simplesmente abandonaram o Twitter, e conseqüentemente, o “digi.to”.

3.1. Cliques Suspeitos

O anúncio abaixo me fez gastar dinheiro com cliques suspeitos. Como mencionado anteriormente, e segundo a minha perspectiva, existem sites que publicam anúncios só para serem clicados e gerar renda para seus donos. Não são cliques de usuários interessados no meu serviço. O que identifiquei de "estranho" foi que a palavra "SMS" no título do anúncio atraiu muitos destes cliques indesejáveis. Imagine se você recebesse alguns centavos por cada clique de mouse. Dá para faturar uns trocados?

Através do [Google Analytics](#) é possível, entre outras coisas, identificar qual a origem dos sites de onde vieram os cliques.

Twitter - Envie SMS Free
Compacte URLs e envie SMSs com a
mensagem. Mais clicados e enviados!
digi.to

Este anúncio não foi efetivo.

Digito -site para Twitter
Usuário Twitter, compacte URL envie
SMSs com a mensagem, de graça!
digi.to

Este também não: publicado 42.481 vezes, teve retorno de apenas 49 cliques

4. Anúncios em Espanhol

Como o meu mercado era mais abrangente, depois de publicar os anúncios em português resolvi fazer o mesmo para o mercado de língua espanhola. O anúncio que publiquei foi:

Twitter - Acortar URL
Envío de mensagem por SMS,
contador de clics, uso gratuito!
cuen.to

Este anúncio foi publicado (impressões) 146.103 vezes e teve um retorno de 47 cliques, e ZERO usuários.

Foi publicado em sites do Chile, Equador e Colômbia. Tinha um limite de 5 reais por dia. A campanha ficou ativa durante 12 dias.

A campanha e o site em espanhol foi um completo fracasso. Não atraiu um usuário sequer.

Com certeza o conhecimento da linguagem de comunicação, de como fazer propaganda de forma efetiva, não só em português, mas também em outros idiomas, faz a diferença. Aqui também seria importante contar com o apoio de uma agência de comunicação digital.

4.1. Porque Utilizei o Espanhol

Durante um ano e meio trabalhei diretamente na América Latina, em uma empresa que fornece serviços móveis para as operadoras de celular – “*white-label*”. Neste período viajei por vários países de língua espanhola, realizando workshops e prestando assistência em pré e pós-venda.


O que é o “White-label”

“Um serviço ou produto “*white label*” é produzido por uma companhia (produtor) e vendido a outra empresa, que oferece este produto ou serviço com sua própria marca .”

Fonte: [Wikipédia](#) (Tradução livre)

O que percebi é que existe um grande mercado a ser explorado. Para mim foi uma decisão natural em decorrência do trabalho que vinha fazendo. Fazia parte da minha estratégia obter apoio e comunicar-me com a imensa rede de contatos que desenvolvi todo este tempo.

[:: Home](#)
[:: Acorte el URL](#)
[:: Más Twitters](#)
[:: + Hits](#)
[:: + SMSs](#)
[:: en Twitter](#)
[:: Ayuda](#)



Envíe su Twitter por SMS, vea cuántos tedeos o SMSs fueran ienviados, acorte los URL, RT! Para saber más, lea nuestra [Ayuda!](#)

CUEN.TO beta

Puede utilizarlo como un acceso directo, sólo tienes que arrastrar y soltar [cuen.to](#) en la barra de herramientas del navegador

Postes recientes

Publique su URL curta usando CUEN.TO en su poste!

	Cuidado! http://cuen.to/xSODq
31/8/2009 04:42	Hits: 14 SMS Sent: 0 SMS Twitter ReTwitter
	RT @cuento1: Música y Cultura, Extraordinario Pakistán - Blog de Paulo Siqueira - http://cuen.to/9T0qy
30/8/2009 13:03	Hits: 22 SMS Sent: 0 SMS Twitter ReTwitter
	RT @oscarlabra Algunos ejecutivos esperan demasiado para declarar la Bancarrota!!! http://cuen.to/IT4PI
28/8/2009 16:37	Hits: 21 SMS Sent: 0 SMS Twitter ReTwitter

Servicios de Busca

[:: Mensajes de usuario](#)

[:: URL Corta](#)

[:: Región del Usuario](#)

Reprodução da página do “[cuen.to](#)”

Para elaborar a propaganda online, ter o suporte adequado ajuda bastante. O melhor é ter um profissional da área lidando com isso. Mas com um orçamento de 150 reais de propaganda por mês, a única solução é o já famoso "faça você mesmo", e "do jeito que dá".

Só resta então entender, aprender, testar, testar e testar. Dedicar-se bastante, gastando mais e mais tempo, passando mais tempo ocupado.

5. Porque (Não) Utilizei o Inglês

O Inglês é a linguagem de comunicação mundial. Não podia fazer o “[digi.to](#)” sem pensar no usuário de língua inglesa, assim surgiu o “[bind.to](#)”.

Não preparei anúncios em Inglês para publicar como fiz para o espanhol e o português. Não tive tempo, assumi outros compromissos profissionais. Até o momento, os únicos que publicam lá sou eu e meu alter ego “@bindto” – <http://twitter.com/bindto>.

The screenshot shows the bind.to website interface. At the top, there is a navigation bar with links: Home, Shorten URL, More Twitters, Hits, SMSs, on Twitter, and Help. Below the navigation bar, there is a section for sending tweets by SMS, with a text input field and a 'Shorten URL' button. The main content area displays a list of tweets, each with a profile picture, username, text, and a link to the tweet. The tweets are as follows:

Profile Picture	Username	Text	Link
	bindto	RT @psiqueira: A must watch WLIW21 NY Public TV launches two of its award-winning mental health series HEALTHY MINDS http://bind.to/tAh3V	http://bind.to/tAh3V
	psiqueira	A must watch - WLIW21 NY Public TV launches season two of its award-winning mental health series HEALTHY MINDS http://bind.to/tAh3V	http://bind.to/tAh3V
	bindto	RT @gabrielread: Ótima notícia! RT @psiqueira: EU ban inefficient incandescent light bulbs from 1 September http://bind.to/ttHXN	http://bind.to/ttHXN
	bindto	RT @psiqueira: Say NO to Violence against Women - raise awareness and prevent violence. Support UNITE / UNIFEN http://bind.to/wihlN	http://bind.to/wihlN
	bindto	RT @bindto: Microsoft to adopt dual-platform strategy to compete with Android and iPhone, say handset	

Reprodução da página do “[bind.to](#)”

Parte 4 – Erros e acertos



1. Clientes Desktop e Plataformas móveis

Como parte do projeto, eu tinha idealizado desenvolver aplicativos clientes que pudessem ser instalados em diferentes equipamentos e em diferentes plataformas.

As funcionalidades seriam basicamente as mesmas que já estão disponíveis no site como retuitar, compactar URLs e enviar SMSs. Na verdade cheguei a desenvolver um protótipo para Windows, utilizando Windows Forms e VB.NET mas não tive tempo de finalizá-lo. É uma tarefa "*full time*" com tempo que eu não disponho mais. Tudo em função de muitas mudanças (inclusive de país) e de novas prioridades da minha vida profissional.

Os clientes seriam desktops/notebooks:

- ✓ Windows
- ✓ Mac
- ✓ Linux

Clientes para plataformas móveis (celulares):

- ✓ Windows Mobile
- ✓ Java
- ✓ Symbian
- ✓ Android



2. Twitter, Um Serviço Instável

O Twitter, como serviço, ainda não gera dinheiro, e existem dúvidas se pode gerar ou não. O "digi.to" como projeto, é uma adição aos serviços do Twitter e certamente se encontra mais distante ainda da possibilidade de fazer dinheiro.

O Twitter, como produto, ainda tem uma plataforma instável, onde as interações efetuadas através das APIs muitas vezes não funcionam adequadamente. Um fator limitante é o tempo de resposta. Isto tem melhorado, mas pode gerar insatisfação ao usuário final, uma vez que o processo lento é gerado pelo próprio site do Twitter e não pelo aplicativo. Como existe uma interação entre o aplicativo e as APIs do Twitter, não fica claro, para o usuário final, onde está a lentidão do serviço, prejudicando a reputação do aplicativo.

Várias vezes tive de alterar o código porque o pessoal do Twitter mudava alguma coisa internamente no sistema deles e a busca que eu tinha definido no meu aplicativo parava de funcionar ou funcionava parcialmente. Na minha opinião, isso é um dos fatores que torna a plataforma do Twitter bem instável.

O mecanismo de busca tem sofrido mudanças por parte do pessoal do Twitter - isto gera problemas de manutenção no sistema de busca que integrei com os meus sites.



3. Outras Redes Sociais

Depois de algum tempo percebi que seria interessante ampliar o leque de opções para o usuário final. Como eu, muitos desses usuários fazem uso de outras redes sociais. Assim, parte do projeto consistia em integrar os clientes do "[digi.to](#)" também com o [Facebook](#) e [LinkedIn](#).

Bom, as idéias estavam fervendo na minha cabeça, mas nunca as coloquei no papel, não desenvolvi o plano de negócios, e jamais poderia fazer tudo sozinho.



4. Necessidade de Pessoal

Para seguir adiante precisaria inicialmente de, no mínimo, uma equipe formada de 4-5 pessoas.

- ✓ Dois Programadores Java / Windows / C++.
- ✓ Um especialista em Marketing Digital.
- ✓ Um desenhista gráfico (*designer*) para cuidar da imagem do site e dos aplicativos (*look and feel*).

Apenas com estas estimativas já dá pra perceber que o custo iria para no mínimo uns 10-12 mil por mês, contando que todo mundo trabalhasse *home-office*. Ou seja, um investimento anual de 120 mil reais, sem a menor estimativa de retorno financeiro.

Eu pensei em trabalhar com *freelancers*, mas mesmo assim, teria grandes custos que não tinha como viabilizar. A não ser que um patrocínio caísse do céu, eu não tinha a menor chance.



5. Custo Total

No total, o investimento no projeto, até o momento, foi de 1.700 reais. Até aí tudo bem. Tudo legal, mas porque não funcionou? Na verdade funcionou no começo.

Atraí vários usuários para o site do "digi.to", e continuo atraindo, mas, no mesmo ritmo que os atraia, também os perdia, e continuo perdendo.

Percebi que necessitava fazer novos melhoramentos e implementar novas funcionalidades, num processo mais dinâmico e dentro de uma estratégia de negócios.

Além disto, mudei de emprego. Quando comecei o projeto trabalhava *home-office* para uma empresa finlandesa. Tinha muita flexibilidade no meu tempo.

Hoje estou em outro país, Paquistão, trabalhando para outra organização e já não tenho mais tempo disponível.

Finalmente, o maior furo de todos: eu não tinha nenhum plano de capitalização do serviço. Estava oferecendo tudo gratuitamente e não tinha a mínima idéia de como fazer para o digi.to render algum dinheiro.

Sem planejamento ou possibilidade de lucro, minha única esperança de retorno financeiro era criar um serviço tão útil que seria comprado por algum investidor da internet com estratégia agressiva de penetração no mercado do Twitter.



6. O Que Fazer Com o Projeto

- ✓ Primeira decisão, parei de anunciar no [Google](#) - [Adwords](#).
- ✓ Por falta de tempo e recursos, a manutenção dos sites se restringe a garantir que a funcionalidade mínima disponível continue existindo.
- ✓ Continuo monitorando os acessos.
- ✓ Como o projeto já está pago por dois anos, vou deixar os sites ativos. Posso, ao menos, ter acesso às estatísticas de minhas postagens pessoais no Twitter.
- ✓ Garanto existência do projeto por tempo indefinido - ou seja, não pretendo desativar os serviços.
- ✓ Tenho alguns usuários fiéis, inclusive no site em espanhol, os quais agradeço a colaboração, a participação e a utilização dos serviços.

7. Os Grandes Erros

Sou obrigado aqui a fazer o "*mea culpa*". Certamente um projeto bem elaborado, com uma visão profissional e mais recursos teria muito mais chance de dar certo.

No mundo da tecnologia, mesmo projetos que contam com suporte e investimento não vão adiante. A história da Internet, ainda que recente, está coalhada de bons e maus exemplos de produtos e serviços que não deram certo.

Estou compilando uma lista de erros que podem servir de recomendação para aqueles que querem investir ou desenvolver para a Internet.

Segue abaixo uma lista parcial e inacabada dos meus erros:

- ✓ **Não ter um plano de negócios** - meu filho [Gabriel Siqueira](#) ([@gabrieldread](#) no Twitter), administrador de empresas, sempre me alertou sobre isto.
- ✓ **Fazer tudo sozinho** e não ter uma equipe integrada e participativa.
- ✓ **Dedicação parcial ao projeto** - não tinha e não tenho tempo para fazer melhorias no projeto.
- ✓ **Não ter informação suficiente sobre WEB 2.0** - acho que como todos, continuo aprendendo sobre a Internet.
- ✓ **Não ter conhecimento técnico suficiente** - um bom projeto necessita agregar várias especialidades e especialistas. Não é possível dominar todas as técnicas e ser especialista em tudo. Generalista sim, mas com o suporte adequado.
- ✓ **Falta de planejamento** - ter a idéia e sair fazendo, sem plano de negócios e recursos.
- ✓ **Estratégia errada** - não ter pesquisado o mercado corretamente, não ter preparado as ações e atividades com antecedência.
- ✓ **Falta de parceiros** - não ter o plano de negócios e ter o suporte de potenciais parceiros - financeiros ou técnicos.
- ✓ **Querer abraçar o mundo.**

- ✓ **Complexidade** - desenvolver o projeto para três línguas simultaneamente sem recorrer à ajuda de profissionais de comunicação.
- ✓ **Não ter jovens envolvidos no projeto** - importante pois os jovens dominam o mercado e sabem o que está acontecendo. Na verdade o único jovem que me prestou consultoria foi o meu filho. A quem agradeço as várias e úteis sugestões.
- ✓ **Comunicação** – faltou apoio de uma especialista em comunicação virtual e digital.
- ✓ **Não dar continuidade ao projeto.**



8. Os Acertos

Considero o projeto “digi.to” um grande acerto. Tem sido uma experiência importante conhecer e envolver-me nos detalhes de um aplicativo que interage com as redes sociais na Internet, aprender com isto e, principalmente, entender as necessidades, as dificuldades e as limitações de projetos desenvolvidos para a Web 2.0.

Alguns pontos positivos que resultaram deste projeto foram:

- ✓ **Conhecimento adquirido** – (*know-how*).
- ✓ **Desenvolvimento e integração com APIs de terceiros.**
- ✓ **Sites publicados e em funcionamento.**
- ✓ **Satisfação pessoal.**
- ✓ **Compartilhamento de experiências.**
- ✓ **Reconhecimento de limitações tecnológicas e pessoais.**
- ✓ **Publicação deste e-book.**



Parte 5 – O Futuro



1. "digi.to" Social - Evolução e Sonho

Como evolução deste projeto, gostaria de aplicar o que aprendi e os recursos que tenho para que a Web 2.0 possa servir ao bem comum – evito aqui ser piegas.

É fundamental ajudar no processo de inclusão social e digital, principalmente nos países em desenvolvimento ou que apresentam alta taxa de desigualdade social. Países estes que, apesar das limitações econômicas, possuem uma extensa rede de telefonia móvel. Falo isto por experiência própria pois já trabalhei em diversos locais que se enquadram nesta descrição, como Brasil, México, Equador, Colômbia, Timor Leste, Tonga, Palestina e Paquistão.

Em todos, e independente da classe social, o telefone móvel é utilizado intensamente e a tecnologia necessária encontra-se inteiramente disponível.

Para ilustrar, acho importante contar um pouco da minha experiência profissional. Quando trabalhei no Timor Leste num projeto de Registro de Eleitores, montei uma equipe de 150 estudantes da Universidade do Timor. A equipe ia trabalhar na entrada de dados. Seguimos juntos por três meses.

Abaixo seguem algumas fotos do projeto e dos estudantes trabalhando, na ocasião da visita do então Presidente do Timor Leste, Xanana Gusmão.



O trabalho no Timor Leste

Na correria do dia a dia, e mesmo com as dezenas de tarefas para executar, percebi que a maioria dos estudantes, além de receber, faziam chamadas bem

rápidas pelo celular. Conversando com eles, descobri que a operadora local de telefonia não cobrava chamadas que duravam menos de três segundos.

Então eles ligavam, falavam rapidamente e desligavam. Eles se comunicavam de graça, através de pequenas e rápidas frases, quase como um SMS por voz. Como os estudantes descobriram isto eu não sei, mas que funcionava, funcionava. Era um tal de ligar e receber chamadas que me deixava zozinho.

O Timor Leste é um dos países mais pobres do mundo. Neste projeto do Governo Timorense eu fui contratado por uma ONG internacional e fiquei por lá dois anos. O dinheiro do Governo para o projeto era tão curto que eu, muitas e muitas vezes, comprei água potável para bebedouro dos estudantes e combustível para o gerador que mantinha os computadores funcionando. Tudo com o meu dinheiro. Era o mínimo para que o projeto pudesse seguir adiante.

Foi o projeto que participei do qual mais sinto orgulho. Apesar da extrema pobreza, a maioria dos estudantes tinha celular - mas não créditos.

Hoje em dia, o baixo custo dos serviços de telecomunicações já viabilizam projetos que até pouco tempo atrás eram impensáveis. Se os Governos, as organizações de ajuda internacionais e as ONGs se unissem para subsidiar projetos de comunicação para as populações menos favorecidas, já estaríamos dando um grande passo em direção à democratização da comunicação e da inclusão social.

Muitos aplicativos que integram os diversos serviços de comunicação poderiam ser disponibilizados sem custo para as populações de países pobres para apoio a programas de saúde, AIDS, nutrição e segurança alimentar, finanças, integração e inclusão social, combate a pobreza e muito mais.



2. Projeto Colaborativo

Uma das maneiras que tenho pensado para dar seguimento ao projeto é contar com um grupo de pessoas que possam colaborar, em seu tempo livre, com o desenvolvimento do “[digi.to](#)”. Ou seja, abrindo o código de maneira controlada e segura, evoluindo com o projeto, criando, agregando novas funcionalidades, compartilhando informação e conhecimento. Em tempo, com um bom Plano de Negócios.

Não tenho nenhum interesse em ganhar dinheiro com o “[digi.to](#)”. Gostaria muito que, de alguma forma, este projeto pudesse ser utilizado para fins sociais.

Este ainda é um capítulo em aberto na história do “[digi.to](#)”.

Quer ajudar a escrever esta história?

Acesse a rede social do projeto: <http://digito.ning.com/>



3. Para Encerrar

Registro a minha colaboração para todos aqueles que querem se aventurar na Web. Que a minha experiência seja útil aos visionários, planejadores, estrategistas, técnicos, empreendedores, marketerios, desenvolvedores, idealizadores, estudantes e todos aqueles que contribuem para que a Internet seja o que é, dinâmica e imprevisível.

A Internet tem o grande valor de permitir que uma só pessoa e um grande conglomerado multinacional se coloquem lado a lado para milhões de pessoas. Vendo por esta perspectiva a rede é democrática. Dei a minha contribuição e estou feliz com isto.

O investimento de pouco mais de mil reais gerou muita satisfação, um pouco de frustração, mas acima de tudo, me ajudou a compreender, mais do que nunca, o que é a Web e como se dá o inter-relacionamento entre as pessoas no mundo virtual. Alguém comentou comigo que a diferença entre uma criança e um adulto é que, quando a gente cresce, os brinquedos se tornam bem mais caros. O meu brinquedo está sendo bem divertido. E assim, como quando criança, continuo aprendendo, não só com os acertos, mas principalmente com os meus erros.



Referências Online

<http://blog.exadigital.com.br/>

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

<http://digi.to/>

<http://cuen.to/>

<http://bind.to/>

<http://www.cidade.usp.br>

<http://www.pro-ideal.eu>

<http://irradiandoluz.blogspot.com/>

<http://www.seashepherd.org/>

<http://wikipedia.org/>

<http://www.google.com/>

<https://adwords.google.com/>

<https://www.google.com/adsense/>

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

<http://wordpress.org/>

<http://www.tonic.to/>

<http://www.mysql.com/>

<http://twitter.com>

<http://www.clickatell.com/>

<http://www.facebook.com/>

<http://www.orkut.com/>

<http://www.linkedin.com/>

<http://www.ipt.br/>

<http://www.seven.com/>

<http://migre.me/>

<http://tinyurl.com/>

<http://bit.ly/>

<http://argotic.codeplex.com/>

<http://spiurl2.appspot.com/>

<http://www.microsoft.com/>

<http://www.microsoft.com/express/download/>

<http://www.blogger.com/>

<http://twitter.com/>

<http://www.orkut.com/>

<http://www.linkedin.com/>

<http://www.myspace.com/>

<http://pt.wikipedia.org/>

<http://delicious.com/>

<http://digg.com/>

<http://www.flickr.com/>

<http://picasa.google.com.br/>

<http://www.youtube.com/>

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

<http://secondlife.com/>

<http://www.unicef.org/>

<http://www.icty.org/>

<http://www.worldbank.org/>

<http://www.ifes.org/>

<http://www.ics.trieste.it>

<http://digito.ning.com/>

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/2.5/br/>

<http://www.talk2.com.br/>

Quem é Paulo Siqueira

Com mestrado em Engenharia de Software pelo [IPT](#) e mais de 27 anos de experiência profissional, **Paulo Siqueira** trabalha para a [UNICEF](#), no Paquistão. Como Gerente de Tecnologia da Informação, é responsável pelas operações de TI no escritório de Islamabad e em mais cinco escritórios regionais.

Foi Gerente Técnico de Contas para a América Latina da [Seven Networks International](#) que tem como principais clientes Telefonica Internacional, Ericsson e mais de 140 operadoras espalhadas pelo mundo. Coordenou a implementação de projetos para novos serviços de telecomunicações em cerca de 12 países.

Com ampla experiência em gerência de operações e implementação de novos projetos, Paulo Siqueira atua em organizações internacionais e é especializado em administração, planejamento e execução de projetos de sistemas de informação. Paulo Siqueira presta consultoria através da empresa [Exadigital](#), da qual é o principal acionista, e escreve no blog [Mobilidade](#).

Paulo tem prática intensiva na implementação de TI em países em transição política e pós-conflitos, com trabalho desenvolvido para a [UNICEF](#), [UN-ICTY](#), [Banco Mundial](#), [IFES-USAID](#), [UNDP-PAPP](#), [UNV-PNUD](#) e [ICS-UNIDO](#), em projetos de variadas áreas como saúde, eleições, telecomunicações, justiça, tecnologia e finanças. É professor universitário, mas não está em atividade atualmente.

Além do Paquistão, trabalhou em diversos países da América Latina e do mundo todo, como Timor Leste, Palestina, Tonga, Itália e Holanda. Trabalhou por mais de 20 anos para o grupo Banespa-Santander antes de aventurar-se pelo mundo.

Site: <http://www.exadigital.com.br>

Blog: [Mobilidade](#)

E-mail: pauloconsult@gmail.com

Twitter: [@psiqueira](#)

Quem é Orlando

Orlando Pedroso nasceu na capital paulista em 14 de fevereiro de 1959. Em 1978, publica pela primeira vez, já na época da abertura política, no jornal esquerdista "Em Tempo". Morou na Europa por três anos e meio.

Ilustrador e artista gráfico, colabora com o jornal Folha de São Paulo desde 1985 e com publicações da grande imprensa como "Veja", "Vip", "Você S/A", além de ilustrações e capas para editoras, como a "Moderna", "Ática", "SENAC", "Global", "Nova Cultural", "Ediouro" e "Salamandra".

É co-autor do "Livro dos Segundos Socorros" dos Doutores da Alegria, além de ser responsável pela criação de suas peças de comunicação.

Em 1997 expôs nos espaços Unibanco de Cinema de São Paulo e Rio de Janeiro os desenhos de "Como o diabo gosta" e em 2001, no espaço Ophicina, em São Paulo, "Olha o passarinho!". Em 2002, organiza o livro "Dez na área, um na banheira e ninguém no gol", lançado pela editora Via Lettera.

Em 2006 lança o livro "Moças finas", com 84 desenhos inéditos.

Em 2007, traz 28 desenhos inéditos para a galeria Calligraphia, em São Paulo, na exposição "Uns desenhos" e 37 na "Ôtros desenhos", como mostra paralela do Salão de Humor de Piracicaba. Ainda em 2007, foi o artista homenageado no FIQ – Festival Internacional de Quadrinhos de Belo Horizonte (MG).

Recebeu o Prêmio HQMIX de melhor ilustrador de 2001, 2005 e 2006. Foi presidente do 16º e 17º HQMIX em 2003 e 2004. Faz parte do conselho da SIB - Sociedade dos Ilustradores do Brasil.

Site: <http://www.orlandopedroso.com.br/>

E-mail: orla@uol.com.br

Licença Creative Commons



Atribuição-Usa não-comercial - compartilhamento pela mesma licença 2.5 Brasil

Você pode:

- copiar, distribuir, exibir e executar a obra
- criar obras derivadas

Sob as seguintes condições:



Atribuição: você deve dar crédito ao autor original, da forma especificada pelo autor ou licenciante.



Uso não-comercial: você não pode utilizar esta obra com finalidades comerciais.



Compartilhamento pela mesma licença: se você alterar, transformar, ou criar outra obra com base nesta, somente poderá distribuir a obra resultante sob uma licença idêntica a esta.

- Para cada novo uso ou distribuição, você deve deixar claro para outros os termos da licença desta obra.
- Qualquer uma destas condições pode ser renunciada, desde que você obtenha permissão do autor.

Qualquer direito de uso legítimo (ou “fair use”) concedido por lei, ou qualquer outro direito protegido pela legislação local, não são, em hipótese, alguma afetados pelo disposto acima.

