



Hipertexto

veja

Edição 1 651 -
31/5/2000

VEJA esta semana

- [Brasil](#)
- [Internacional](#)
- [Geral](#)
- [Economia e negócios](#)
- [Guia](#)
- [Artes e Espetáculos](#)
- [Colunas](#)
- [Claudio de Moura Castro](#)
- [Sérgio Abranches](#)
- [Diogo Mainardi](#)
- [Roberto Pompeu de Toledo](#)
- [Seções](#)
- [Carta ao leitor](#)
- [Entrevista](#)
- [Cartas](#)
- [VEJA on-line](#)
- [Radar](#)
- [Contexto](#)
- [Holofote](#)
- [Veja essa](#)
- [Notas internacionais](#)
- [Hipertexto](#)
- [Gente](#)
- [Datas](#)
- [Cotações](#)
- [Para usar](#)
- [Veja recomenda](#)
- [Os mais vendidos](#)

Banco de Dados

Para pesquisar digite uma ou mais palavras no campo abaixo.

OK

Manoel Fernandes

Gnutella on-line

O brasileiro Mikhail Miguel, que traduziu o programa Gnutella (www.gnutella.wego.com) para o português, está preparando uma versão para internet do produto. O Gnutella permite a troca de arquivos entre dois computadores interligados e pode ser encontrado em www.hastellavista.n3.net.



Francês paraguaio

A França tem a maior taxa de pirataria de programas para computador da Europa. Em cada 100 produtos vendidos 39 são falsificados no melhor estilo paraguaio. Em outros países desenvolvidos esse índice é bem inferior. Nos Estados Unidos, a pirataria é de 25%, mas na América Latina chega a 59% e na Ásia a 47%. Os dados estão no último estudo da Research Planning (www.rpihq.com).

Todo em flash

O Planeta (www.oplaneta.com.br) é um portal de atividades radicais todo desenvolvido em flash, a tecnologia que permite animações na internet. O endereço traz informações e serviços voltados aos esportes de ação como surfe, rafting, skysurf, montanhismo e off-road.

Pão de queijo nos EUA via internet

Os argentinos estão invadindo a internet brasileira. Sites como o Patagon.com (www.patagon.com.br) e O Site (www.osite.com.br) já trocaram o domínio .ar pelo .br. Nossos vizinhos desembarcam no Brasil em busca de um mercado quase sete vezes maior que o deles e que serve de teste para qualquer empreendimento virtual. As empresas brasileiras, por sua vez, procuram defender-se da concorrência argentina, enquanto tentam elas próprias colocar o pé no fabuloso mercado americano. Na semana passada, a mineira GW.Commerce (www.gwnet.com.br) anunciou a compra de 10% da **Sendex** (www.sendex.net), com sede em Seattle, especializada há sete anos em vender produtos brasileiros no mercado americano. Em seu catálogo constam pão de queijo e até rapadura, entre outros. Em 1999, a Sendex abriu um supermercado virtual que já representa 30% de seu faturamento e deverá chegar à metade até o final do ano. Seus donos descobriram que os brasileiros que moram nos Estados Unidos – 1,5 milhão – não são os únicos clientes. Metade de suas vendas vai para clientes americanos e alguns moradores do Canadá. Já foram feitas negociações com brasileiros que moram em outros países, como o Japão. Foi isso que levou a GW a fechar o negócio.

Ilustração Anderson Marçal



O filho virtual de Tony Blair

AP



O primeiro-ministro inglês, Tony Blair, ainda estava comemorando o nascimento do seu caçula, **Leo**, quando soube que o nome do herdeiro já estava circulando indevidamente na internet. De maneira oportunista, dois súditos de sua majestade, a rainha Elizabeth, registraram os endereços www.leoblair.com e www.babyleo.co.uk. A idéia, como

sempre, é revender com lucro os nomes a seus legítimos donos ou a qualquer um que pague um bom preço. Ou explorar comercialmente os sites valendo-se da notoriedade do bebê na Inglaterra. Um dos piratas teve a ousadia de propor a uma instituição de caridade a divisão igualitária do valor arrecadado com a venda do endereço virtual. A proposta não empolgou.

Inglês, espanhol ou Spanglish?

A frustração com os resultados da **StarMedia** (www.starmedia.com), a primeira empresa de internet com a bandeira latino-americana a vender ações nos Estados Unidos, não está diminuindo o ânimo das companhias que miram o mercado hispânico americano. A America Online (www.aol.com) e, mais recentemente, a Terra (www.terra.es) tentam ganhar esse setor, que neste ano gastará 42 milhões de dólares em comércio eletrônico, o dobro do ano passado.

Um pouco de história judaica

Frederic Jean



"Gefilte fish" é um item tradicional da culinária judaica. É um bolinho de peixe de fácil preparo e que pode ser servido quente ou frio. Essa é fácil. Mas como fazer um "keiss kuchen"? Resposta no endereço www.bait.com.br,

um site em português sobre cultura, cozinha, humor e tradição judaicos. Uma das páginas traz a relação dos atores judeus de Hollywood. A lista tem surpresas interessantíssimas. Outra surpresa: a enquete do site sobre como os frequentadores avaliam o governo Fernando Henrique Cardoso. O resultado é diferente do medido recentemente pelos institutos de pesquisa.

Os segredos das escavações

O endereço www.channel4.com/nextstep/great_excavations oferece uma boa aula de arqueologia prática. A página apresenta o material resultante de uma série para televisão sobre as grandes escavações feitas desde o século XVIII. Outro site interessante é o do **Museu de Arqueologia de Alexandria** (ci.alexandria.va.us/oha/archaeology), não a cidade construída em homenagem a Alexandre, o Grande, no Egito, mas a que fica na Virgínia, nos Estados Unidos. O local é um centro de estudos e escavações urbanas. A grande atração é a chance dada a voluntários de participar do trabalho de exploração do subsolo do lugar. Há várias formas de auxílio aceitas pelo museu.

Missão Impossível 2 em português

Lançada na semana passada nos Estados Unidos, a seqüência do filme *Missão Impossível*, com Tom Cruise, só deve desembarcar no Brasil no final do próximo mês, mas o público tem acesso a trechos no endereço www.missionimpossible.com, que traz uma versão em português. O provedor America Online (www.americaonline.com.br) colocará para seus assinantes uma área especial com fotos e um clipe exclusivo do filme produzido pelos estúdios Paramount (www.paramount.com).

MAIS SEGURO

A universidade inglesa de Loughborough (www.lboro.ac.uk/departments/co) desenvolveu uma tecnologia que reduzirá as lesões nas mãos de pessoas que usam o mouse regularmente. Ao perceber que está sendo clicado com força além da necessária ou usado de forma errada, ele emite um som agudo para alertar o usuário.

MAIS FÁCIL

O termo Spam apareceu pela primeira vez na mesa dos americanos em forma de presunto (www.spam.com) e ganhou o mundo com os comediantes do grupo inglês Monty Python. Na internet se transformou em sinônimo de e-mail indesejado. O site www.1to1center.com.br/spam reúne informações sobre a melhor forma de combater as mensagens que ninguém gosta de receber.



MAIS BARATO

Entre trocar o disco rígido do computador e procurar um site na internet que hospede gratuitamente todos os arquivos, a segunda opção pode ser mais interessante, especialmente para quem tem uma conexão veloz. Alguns provedores já oferecem um HD virtual. Um dos melhores serviços é o Driveway (www.driveway.com).

LOJINHA

Acesso gratuito à moda francesa

É conhecida a resistência dos franceses à internet. Apenas 15% da população está conectada ao mundo virtual e o grande sucesso tecnológico continua sendo o Minitel, serviço de videotexto criado pelo governo francês nos anos 70 que continua agradando nas casas de todo o país. Agora, entre os queijos e vinhos finos fabricados no país, está nascendo um novo modelo de internet gratuita. A companhia **Oreka** (www.oreka.fr) está propondo aos franceses que não paguem nada para navegar pela rede. Nem o custo da ligação telefônica. A estratégia é oferecer dezoito horas gratuitas por mês em troca da permissão do cliente de receber anúncios publicitários durante seu passeio pela rede. A publicidade ficará à vista durante todo o tempo de conexão. A Oreka espera atingir 400 000 cadastrados no serviço até o final do ano. Nos Estados Unidos, onde o mercado do acesso gratuito funciona há mais tempo e com êxito inferior ao que acontece no Brasil, algumas companhias estão oferecendo conexão grátis de alta velocidade à internet.



(www.spartacus.schoolnet.co.uk/FWW.htm)

A I Guerra Mundial (1914-1918) serviu para que a nascente indústria bélica testasse suas invenções. O endereço é um rico banco de dados sobre soldados, máquinas, estratégias militares e cenários das sangrentas disputas nos campos da Europa. Lá se encontra, por exemplo, a estatística do número de mortos. Dos 65 milhões de combatentes, cerca de 37 milhões morreram. Há a galeria dos heróis e como aconteceram as principais batalhas. Outra área interessante trata das armas utilizadas nos combates entre os aliados e a Alemanha, a grande perdedora que em poucos anos iria provocar a II Guerra. O conteúdo da página está em inglês, mas o esforço compensa.



Colaborou José Edward, de Belo Horizonte
e-mail: hipertexto@abril.com.br

Sumário