

de base tecnológica no Paraná. Abrigando empresas em dez áreas diferentes, a maior necessidade da Instituição era divulgar estas empresas. Para reforçar o seu progra-

ma de divulgação, a Intec recorreu à Digital SK para desenvolver esse projeto.

“O objetivo principal é atrair novos negócios, pois só tínhamos

o folder da Intec como forma de divulgar visualmente essas empresas e os produtos que elas comercializam”, afirmou Rosi Mouro, gerente da Intec.

Novo modelo de documento é produzido para o SENAI PR

A Digital SK entregou no último dia 16, ao SENAI-PR, um novo modelo de documento para o curso na área automotiva realizado em parceria com o CEMEQ (Centro de Elaboração dos Meios de Ensino de Quebec).

Criado especialmente para esta Instituição, o modelo foi desenvolvido em um treinamento recebido pela equipe técnica da Digital SK sobre a ferramenta SCENARI BUILDER, realizado sob a orientação de Loïc Alejandro, especial-

ista nesta tecnologia. A ferramenta permite a padronização dos formatos dos documentos produzidos, facilitando o processo editorial.

Outro recurso que está sendo aplicado neste projeto é a produção de uma videoteca, criada com a solução SK Vídeo. Os exercícios práticos serão demonstrados em vídeos. “Desta forma podemos aplicá-los à distância, sem a necessidade de enviar um instrutor ao local”, afirmou Jacir Lopes, Responsável Operacional dos Projetos do SENAI-PR.

Na primeira fase desta parceria, o CEMEQ produziu o conteúdo para este curso e o SENAI-PR organizou em módulos utilizando a ferramenta SCENARI fornecida pela Digital SK, que ainda treinou os técnicos do SENAI no uso da ferramenta.

Depois da aprovação desta primeira fase por parte do CEMEQ, a DSK ainda reformulou e aprimorou o treinamento através de recursos multimídia disponibilizados em CD-ROM e material apostilado.

Entrevista da Edição

Cid Torquato - Consultor de negócios da Digital SK em São Paulo

Nesta edição, a entrevista é com Cid Torquato, Consultor de Negócios da Digital SK. Nesta conversa, Torquato fala um pouco sobre o mercado do e-commerce no Brasil e sobre os desafios do mundo digital.

DSK - Sendo uma das pessoas chaves no desenvolvimento do e-commerce no Brasil, como você analisa esse mercado?

T - O crescimento dos negócios eletrônicos é absolutamente inexorável, tendo em vista a generalizada digitalização de processos por toda a sociedade. Vemos que pessoas e organizações usam cada vez mais as tecnologias da informação e a Internet como canal para um sem-número de atividades, da educação ao comércio, passando pela comunicação e o lazer, em todos os níveis. Especificamente, os negócios eletrônicos oferecem às empresas e aos consumidores recursos que garantem mais informações e processos muito mais produtivos do que os convencio-

nais. As empresas podem otimizar recursos, ampliar a capacidade de comunicação e oferecer seus produtos/serviços à públicos que vão muito além de sua base geográfica. Para os consumidores, além da comodidade, podemos falar em um verdadeiro empowerment, já que podem obter mais informações sobre praticamente qualquer assunto, comparar empresas, produtos/serviços e preços.

“As duas grandes tendências da atualidade estão na grande disseminação no uso de vídeos e de conteúdo gerado pelo usuário, que mudarão a cara da Internet nos próximos anos.”

DSK - Quais são as novas tendências desse setor (e-commerce)?

T - Estou convencido de que as duas grandes tendências da atualidade estão na grande disseminação no uso de vídeos e de conteúdo gerado pelo usuário, que mudarão a cara da Internet nos próximos anos. Como cenário futuro, vejo a possibilidade de ambientes virtuais, como o Second Life, se tornarem a principal interface gráfica com o usuário para qualquer atividade on-line.

DSK - Você se especializou agora em Web TV, quais são, em sua opinião, os grandes desafios dessa nova área?

T - Há vários desafios importantes a serem endereçados: Em termos tecnológicos, no Brasil,

precisamos baratear ainda mais o acesso às tecnologias de vanguarda. Os impostos incidentes e preços praticados sobre computadores/equipamentos, softwares e conectividade ainda representam uma grande barreira para a verdadeira disseminação do que há de mais avançado no mundo. Por exemplo, enquanto 1 MB de banda custa em torno de US\$ 30 no Brasil, os japoneses pagam apenas US\$ 0,80. Pagamos mais caro por uma conexão de 8 MB (nominais, já que as operadoras garantem apenas 10% do total contratado) do que eles pagam por 100 MB. Além disso, temos que baratear o custo da produção de vídeos, que ainda são precificados por critérios antiquados, não compatíveis com a explosão "vidiática" que necessariamente virá. Nesse sentido, a Digital SK tem uma enorme contribuição para dar ao mercado brasileiro e latino-americano, tendo em vista que suas soluções contemplam a democratização da produção de vídeos, tanto profissionais como user generated.

DSK - Quanto ao mercado de convergência, onde se encontram grandes players (TVs, Mídias, Tele-

com, Internet) e pequenas empresas altamente inovadoras (start-ups), como você vê a tendência deste mercado para o próximo ano?

T - Atualmente, nosso principal desafio é mostrar ao mercado a importância estratégica do vídeo on-line e da convergência de "mídias televisivas", tendo em vista os seguintes objetivos:

- otimização de recursos e processos de comunicação e relacionamento;
- criação de novos processos de comunicação e relacionamento;
- criação de novas fontes de receita;
- posicionamento de vanguarda.

Já em 2007 assistiremos uma grande explosão no uso de vídeos na Internet e o começo dos vídeos nos celulares. Em 2008, ampliaremos este cenário, observando, principalmente, a mudança radical das páginas Web, que já estão deixando o formato tradicional (centrado no texto com apoio de imagens) para designs mais adequados à predominância da comunicação em vídeo.

DSK - Você acredita em uma estabilização do potencial da Web em diferentes áreas, em 2008?

T - A Internet ainda está engas-

tinhando, nos seus primórdios. Há muito para acontecer em termos tecnológicos e em número de usuários para conseguirmos prever algum tipo de estabilização.

DSK - Como você avalia o potencial tecnológico brasileiro na área de mídias digitais?

T - O Brasil é uma verdadeira potência em termos de Internet e Economia Digital. Infelizmente, em função dos nossos problemas estruturais, do fato de falarmos português, do custo do capital e de não dispormos de um ambiente de venture capital minimamente dinâmico, nosso mercado e nossas empresas acabam se desenvolvendo muito menos do que poderiam, dificultando a competição com empreendimentos estrangeiros e a expansão para novos mercados. Ou seja, temos grande potencial, mas nos faltam recursos para realizá-lo. Contudo, minha visão e atitude continuam sendo otimistas, pois acredito que as mudanças necessárias para alavancar esse necessário processo de modernização dependem em grande medida das nossas próprias iniciativas e capacidade de trabalho.

Artigo do Mês

A evolução da convergência digital

Por: Romain Mallard

A convergência digital já faz parte do nosso dia-a-dia, basta olhar as pessoas com seus players digitais de áudio e vídeo, o surgimento do YouTube e o uso do telefone via internet. Porém, neste artigo quero me fixar nos três pontos fundamentais para a evolução do fenômeno da convergência no Brasil:

A evolução rápida das condições de acesso e contribuição:

A limitação da banda de acesso representa um grande desafio tanto para o setor privado quanto para o governo. A concorrência no setor de telecomunicações, a sensibilização dos governos e a diversificação das alternativas tecnológicas vêm contribuindo para mudar essa realidade. Segundo o Ibope,

só neste ano o acesso doméstico via banda larga cresceu 20%.

Podemos citar várias iniciativas já sendo testadas, como a das cidades que experimentam o Wimax para atrair investimentos, a da Copel que pretende interligar à web todas as escolas públicas do Paraná através da fibra ótica e a da Telefônica, que testa redes de fibra ótica para levar internet com conexão de até 30 Mbps