

Segundo levantamento do IBGE, a média de moradores por casa diminuiu de 3,3 para 3,2. Os domicílios com um morador representam 12,7%, enquanto aqueles com dois moradores são 23,9% do total. O percentual das residências com três moradores chega a 25,7%. Já os domicílios com quatro moradores representam 21% do total e aqueles com cinco ou mais, 16,7%.

Apesar de continuar grande, a diferença entre ricos e pobres caiu

O rendimento médio mensal real do trabalhador brasileiro cresceu 8,3% entre 2009 e 2011. Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2011 (Pnad), divulgada pelo IBGE, o valor chegou a R\$ 1.345. Os maiores aumentos foram registrados nas regiões Nordeste (10,7%) e Centro-Oeste (10,6%), sendo esta última a que concentra o maior valor do país: R\$ 1.624. Já a Nordeste, apesar do crescimento, continuou sendo a que apresenta o pior rendimento médio: R\$ 910.

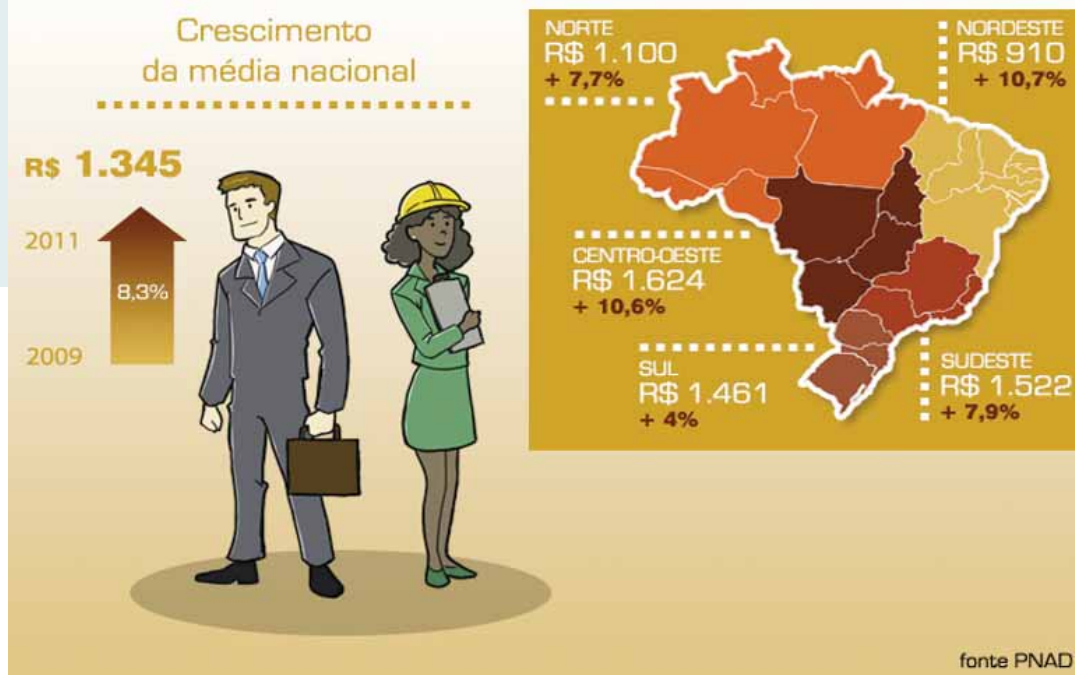
Além disso, os rendimentos registraram maior crescimento entre os mais pobres. A parcela dos 10% mais pobres da população teve o maior aumento (29,2%), enquanto o 1% mais rico teve 4,3% de crescimento. Com isso, a diferença entre os dois estratos populacionais caiu, apesar de continuar grande. A média dos rendimentos dos mais ricos era 87 vezes maior do que a dos mais pobres, em 2011. Em 2009, a proporção era 107.

“Os maiores aumentos aconteceram nas classes de rendimento mais baixo. As pessoas que recebiam menos tiveram

mais ganhos do que aquelas que recebiam mais, o que refletiu no índice de concentração de rendimentos, medido pelo índice de Gini”, disse a gerente da Pnad, Maria Lucia Vieira. O índice de Gini varia de 0 a 1. Quanto mais próximo de 1, maior é a desigualdade na distribuição de renda. O índice brasileiro caiu de 0,518 em 2009 para 0,501 em 2011.

A Pnad mostrou ainda que as diferenças de rendimento entre homens e mulheres persistem. O rendimento médio das mulheres, em 2011, foi R\$ 997, ou seja, 70,4% da média recebida pelos homens (R\$

Rendimento médio do trabalhador brasileiro



1.417). Na avaliação por categorias de emprego, os militares e empregados públicos estatutários tinham rendimento médio de R\$ 2.289, enquanto o

dos trabalhadores domésticos sem carteira assinada era R\$ 424. Nas demais categorias, os rendimentos observados pela Pnad foram: empregados

com carteira assinada (R\$ 1.303), sem carteira assinada (R\$ 829) e doméstico com carteira assinada (R\$ 693) (ABR).

Lançada campanha pela conscientização no trânsito



A cantora Paula Fernandes, a atriz Cissa Guimarães, e a presidenta Dilma, durante lançamento da campanha.

Brasília - A presidenta Dilma Rousseff lançou uma campanha pela conscientização no trânsito, em cerimônia com a presença de pessoas que sofreram acidentes de trânsito, esportistas e artistas. A campanha é permanente, tem ações para conscientizar os motoristas e reduzir acidentes e mortes. Com as ações, o governo busca atingir a meta firmada pela ONU de reduzir em 50% os óbitos decorrentes de acidentes no trânsito entre 2011 e 2020.

Dilma disse que governo e a sociedade devem cooperar para que o desenvolvimento econômico do Brasil não traga apenas bens materiais e mais veículos para as ruas, mas também o fortalecimento dos valores de preservação da vida. “Precisamos elevar os padrões de segurança dos automóveis e as exigências para que muitos

jovens não morram em acidentes de trânsito”. Dados do Ministério da Saúde apontam que o maior número de óbitos é de jovens na faixa etária de 21 a 29 anos.

O lançamento da campanha faz parte das ações da Semana Nacional do Trânsito de 2012, que começou na última terça-feira (18) e termina na terça-feira (25). A atriz Cissa Guimarães, que perdeu um filho vítima de atropelamento, em 2010, discursou durante o evento e destacou a necessidade de que toda a sociedade seja mobilizada em torno de um pacto pelo respeito às leis de trânsito. Os dados mais recentes sobre acidentes de trânsito são de 2010 e mostram que neste ano 42.844 pessoas morreram nas estradas e ruas do país. O maior crescimento foi o de acidentes envolvendo motos com cerca de 10.820 mortos em 2010 (ABR).

Carteira poderá ser cassada

A carteira de habilitação de motorista embriagado poderá ser suspensa antes da conclusão de processo administrativo, caso o Senado aprove projeto que aguarda deliberação na Comissão de Constituição e Justiça. De autoria do senador Benedito de Lira (PP-AL), o projeto determina que a autoridade poderá suspender a carteira de habilitação de motoristas que se recusarem a fazer o teste do bafômetro, em caso de embriaguez evidente.

Para Lira, as penas ainda são muito brandas se comparadas aos prejuízos causados pelo condutor alcoolizado. O projeto também prevê o aumento do tempo para a recuperação do documento que, atualmente, é de dois anos. Se a pena de cassação for imposta, o infrator não poderá solicitar nova carteira de habilitação antes de cinco anos ou de dez anos, caso tenha se envolvido em acidente de trânsito (Ag.Senado).

Mantega: medidas do Fed estimulam guerra de divisas

Brasília - O Brasil está disposto a comprar mais dólares para manter o real desvalorizado, disse o ministro da Fazenda, Guido Mantega. Segundo ele, o governo pretende evitar uma apreciação da moeda brasileira provocada pela política de estímulo monetário dos Estados Unidos, reiterando o risco de uma “guerra de divisas”. Mantega deu as declarações em Londres, durante uma conferência organizada pela revista The Economist.

O valor do dólar ante o real tem se depreciado desde a última semana, quando o Federal Reserve (Fed, o Banco Central dos EUA) anunciou que comprará US\$ 40 bilhões ao mês em títulos hipotecários até que a situação do emprego melhore no país. Segundo Mantega, “é natural que os países se defendam dessas atitudes, que



Ministro da Fazenda, Guido Mantega.

não trazem necessariamente benefícios diretos nem vão recuperar os mercados locais, mas que vão estimular a guerra de divisas porque vão levar outros países a fazê-la”.

“O Banco Central comprará

mais reservas se houver uma oferta de dólares muito forte na economia brasileira. Atuaremos também no mercado de derivados”, afirmou Mantega. O ministro disse que as autoridades brasileiras estão atentas e que adotarão as “medidas necessárias” para proteger as exportações. “Não permitiremos que a nossa economia perca competitividade, sobretudo a indústria”, destacou.

Mantega disse ter receio de que a política dos EUA aumente o risco de mais países tomarem parte em uma “guerra de divisas” para combater a desvalorização do dólar. “A resposta imediata ao estímulo monetário dos EUA é o estímulo monetário japonês, porque o Japão já reagiu e adotará medidas para tentar desvalorizar o iene em relação a outras divisas”, comentou (ABR).

Idosos são 12% da população do país



A pesquisa confirmou a tendência de envelhecimento da população.

Rio de Janeiro - A população brasileira chegou a 195,2 milhões de habitantes em 2011, segundo dados da Pesquisa divulgada pelo IBGE. As pessoas com 60 anos ou mais de idade já representam 12,1% da população total. A pesquisa confirmou a tendência de envelhecimento da população. Em relação a 2009, o número de brasileiros com 29 anos ou menos diminuiu, enquanto aqueles com 30 anos ou mais aumentaram. Assim, 23,3% da população tinham até 14 anos em 2011, 16,9% de 15 a 24 anos e 47,8% entre 25 e 59 anos.

A pesquisa também mostrou que 47,8% dos brasileiros se declararam brancos, 43,1% disseram se considerar pardos

e 8,2% pretos. Os índios representam 0,4% da população e os amarelos, 0,6%. A Região Norte concentra a maioria dos pardos (67,9%) e também dos indígenas (1,6%) entre a população regional, enquanto o Nordeste tem a maior concentração de pretos (10,5%).

A região com maior número de brancos é a Sul (77,8%). Já as regiões Sudeste e Centro-Oeste são aquelas que concentram a população de amarelos (0,7%). Cerca de 57,1% dos brasileiros com 15 anos ou mais de idade viviam em algum tipo de união conjugal, enquanto 21% estavam separados e 22% eram solteiros. Quase 60% dos homens viviam em união, contra 54,8% das mulheres (ABR).

Gleisi diz que houve abuso nas greves de servidores

Brasília - A ministra-chefe da Casa Civil, Gleisi Hoffmann, disse que houve abuso por parte de servidores públicos na recente onda de greves registrada no país. Segundo ela, o Ministério do Planejamento e a Advocacia Geral da União (AGU) discutem internamente a regulamentação do direito de greve, mas não há uma definição sobre possível envio ao Congresso de projeto por parte do Executivo.

“Este tema está em pauta e eu acredito que, com os abusos que tivemos nessa greve recente, com certeza isso vai ter um reflexo nas discussões e nas definições do Congresso”, ressaltou. Ela falou no programa Bom Dia, Ministro. Sobre a greve dos Correios, Gleisi lembrou que os funcionários paralisaram os serviços no ano passado, quando conseguiram



Ministra da Casa Civil, Gleisi Hoffmann.

reajuste salarial.

“Temos que ter direitos, os trabalhadores podem reivindicar, mas temos que saber que há limites e que há uma situação econômica do país, com limites principalmente no serviço público na questão orçamentária”, concluiu (ABR).

CNI informa que há crescimento gradual da produção

Brasília - A indústria mostra tendência de crescimento da produção, de acordo com a Confederação Nacional da Indústria (CNI), que divulgou a Sondagem Industrial de agosto. De acordo com a avaliação, “o indicador de evolução da produção alcançou 54,7 pontos em agosto, distanciando-se da linha de 50 pontos que divide a evolução negativa da positiva”. Em julho, esse indicador estava em 51,1 pontos e no mesmo mês do ano passado em 50,1 pontos.

O indicador de emprego no setor passou de 48,5 pontos, em julho, para 49,8 pontos em agosto, mas segundo a CNI “deverá voltar a crescer nos próximos meses, caso a tendência de crescimento da produção

se mantenha”. O percentual médio de utilização da capacidade instalada aumentou um ponto percentual de julho para agosto, quando ficou em 74%. Esse percentual ficou 1 ponto percentual inferior ao apurado em agosto de 2011.

Para a CNI, “a tendência é redução da ociosidade, mas, assim como retratado pelos demais indicadores, de forma gradual”. Quanto à expectativa de demanda para os próximos seis meses, o indicador passou de 48,5 pontos, na pesquisa feita em agosto, para 49,8 pontos, este mês. No caso das exportações, a expectativa foi ajustada de 52,4 pontos para 52,6 pontos. E para o número de empregados, de 51,2 para 51,8 pontos (ABR).

BOLSAS

O Ibovespa: -0,6% Pontos: 61.320,07 Máxima de +0,87% : 62.223 pontos Mínima de -0,63% : 61.300 pontos Volume: 6,44 bilhões Variação em 2012: +8,05% Variação no mês: +7,46% Dow Jones: -0,13% Pon-

tos: 13.579,47 Nasdaq: +0,13% Pontos: 3.179,96 Ibovespa Futuro: -0,5% Pontos: 61.740 Máxima (pontos): 62.495 Mínima (pontos): 61.550. Global 40 Cotação: 128,370 centavos de dólar Variação: estável.

CÂMBIO

Dólar comercial no balcão Compra: R\$ 2,0230 Venda: R\$ 2,0240 Variação: +0,05% - Dólar Paralelo Compra: R\$ 2,06 Venda: R\$ 2,17 Variação: -0,46% - Dólar Ptax Compra: R\$ 2,0235 Venda: R\$ 2,0240 Variação: -0,11% - Dólar Turismo Compra: R\$ 1,9700 Venda: R\$ 2,1200 Variação: estável - Dólar Futuro (outubro)

Cotação: R\$ 2.026,00 Variação: +0,05% - Euro Compra: US\$ 1,2983 (às 17h37) Venda: US\$ 1,2985 (às 17h37) Variação: +0,17% - Euro comercial Compra: R\$ 2,6270 Venda: R\$ 2,6290 Variação: +0,27% - Euro turismo Compra: R\$ 2,5670 Venda: R\$ 2,7100 Variação: -0,73%.

JUROS

CDB prefixado de 30 dias, 7,33% ao ano. - Capital de giro, 10,17% ao ano. - Hot money, 1,04% ao mês. - CDI, 7,35% ao ano. - Over a 7,39%.

OURO

Ouro Cotação: 1.773,30 a onça-troy (1 onça-troy equivale a 31,1035 gramas) Variação: +0,28% - Ouro BM&F (à vista) Cotação: 116,500 Variação: +1,57%.

“Viver é enfrentar um problema atrás do outro. O modo como você o encara é que faz a diferença”.

Benjamin Franklin (1706/1790)
Inventor norte-americano

Saiba o que muda com o novo regulamento para lâmpadas a vapor de sódio de alta pressão

Ronald Leptich (*)

Desde que foi inventada, a lâmpada a vapor de sódio de alta pressão tem sido aprimorada para suprir as necessidades de um ambiente público que necessita de muita iluminação

Se no começo seu benefício era só a luz, hoje, suas principais características proporcionam ao consumidor mínima poluição luminosa, baixa agressão à biodiversidade e menor gasto energético, quando comparada com outras tecnologias também utilizadas em áreas públicas.

Com base nisso e, considerando a sua importância luminotécnica, entra em vigor o novo regulamento do Instituto Nacional de Metrologia, Qualidade e Tecnologia (Inmetro), que define níveis mínimos de eficiência energética (lm/W) e vida útil para a lâmpada, além de regulamentar potência e outros parâmetros elétricos com informações nas embalagens.

O objetivo da regulamentação é padronizar e estabelecer critério quanto à qualidade, somado ao zelo pela eficiência, desempenho e segurança dos produtos. Para tanto, todas as lâmpadas devem seguir o

sistema de avaliação da conformidade através do Programa Brasileiro de Etiquetagem (PBE) para utilização da Etiqueta Nacional de Conservação de Energia (Ence), visando à eficiência energética.

Novas perspectivas

Com o prazo para finalização das discussões e implantação no mercado nacional até o fim de 2012, as empresas deverão se adaptar às normas em curto e médio prazo. Isso porque, as novas lâmpadas de vapor de sódio de alta pressão deverão ser fabricadas e importadas somente em conformidade com os requisitos aprovados, que competem informar ao consumidor, por meio da etiquetagem, dados importantes relacionados às características do material, juntamente com suas variáveis como: aspectos ambientais e preço. Além disso, o selo exige uma garantia de 24 meses para o produto, informações de potência, fluxo luminoso e vida útil, pontos que influenciam o consumidor na decisão de compra.

(*) É gerente de Produto da OSRAM, empresa que atua há 17 anos. É formado em Engenharia Elétrica e possui MBA em Gestão Empresarial pela Fundação Getúlio Vargas (FGV). Hoje, atua no segmento de Iluminação Profissional.

Você sabe o que é impressão sublimática?

Como ganhar dinheiro com esta técnica?

Jorge Moreira Ferreira (*)

Nos últimos anos muitas pessoas têm investido na venda de produtos personalizados e obtido bons lucros com este serviço. Para criar canecas, camisetas, chinelos e outros materiais com um toque único, muitas pessoas se utilizam da técnica de impressão sublimática. Este é um negócio simples que não requer altos investimentos. Basta um computador, uma impressora e uma prensa térmica.

Sublimação é a passagem de um material diretamente do estado sólido para o gasoso. Este processo acontece com a tinta usada na impressão para que a imagem fique permanente no produto personalizado. As imagens sublimadas podem ser lavadas, são resistentes a arranhões e, no caso de roupas, podem ser colocadas na máquina de lavar.

Para este tipo de impressão é necessário uma impressora jato de tinta com cartuchos de tinta sublimática. Os modelos da Epson são os mais indicados, pela tecnologia avançada da cabeça de impressão, densidade de impressão e baixo custo. Também é necessário o papel transfer sublimático ou até mesmo um papel sulfite de 90g.

A imagem impressa no papel especial é colocada em contato com o material para o qual a arte será transferida. Por isso, é necessária uma prensa térmica. A tinta é resistente porque sob a pressão e o calor da prensa térmica ela é transformada diretamente do estado sólido para o gasoso.

É preciso ter cuidado na hora de escolher os materiais para sublimação. Não é em qualquer superfície que é possível fazer a



transferência da imagem. O objeto a ser personalizado deve ser previamente preparado ou deve ser fabricado especificamente para esta finalidade. Estes produtos devem possuir em sua superfície uma resina especial que permite a transferência da tinta. Por exemplo, algumas canecas de porcelana aceitam a impressão sublimática graças a essa resina. Em contrapartida, as canecas de cerâmica vendidas em supermercados, por exemplo, não podem ser personalizadas.

Já a sublimação em tecido é muito utilizada e não é necessário usar resinas nem qualquer tipo de preparação prévia. Mas a qualidade é melhor em tecidos sintéticos, como as malhas esportivas. Em tecidos de algodão, por exemplo, a sublimação fica esbranquiçada. Por isso, muitas lojas que vendem artigos esportivos também utilizam esta técnica para personalizar camisetas de time com o nome do torcedor.

Para que todo este processo funcione com perfeição é necessário ter um material de qualidade, tanto os equipamentos para a impressão quanto os produtos nos quais as imagens serão sublimadas devem ter tais características. O ideal é ter um bom banco de imagens e contar com produtos diversificados, como camisetas, canecas, chinelos, porta-retratos, pad-mouses, porta-copos, aventais, body, entre outros.

(*) É diretor da D-Comp – empresa especializada em soluções de impressão, imagem e conectividade.

Cadê o Obama na internet? “Eleição nos EUA agora não usa a web como diferencial”



Muitos se lembram do sucesso de Barack Obama na eleição de 2008 para a Presidência dos Estados Unidos: seu case de uso da internet virou referência para todo o mundo, conseguindo arrecadações e apoios recordes. Mas e nestas eleições de 2012? “Destas vezes, a web não será mais o diferencial. No lado dos Democratas, o maior problema da campanha de Obama é que não está ocorrendo a mesma participação local dos eleitores. A militância dele nas redes não é mais a mesma. Mas com certeza o trabalho realizado é muito melhor que o dos Republicanos.”

Para Rossi, outro ponto é certo: “o maior adversário de Mitt Romney é o próprio Romney. Se Obama estivesse concorrendo com um candidato mais carismático, com personalidade e liderança críveis e com mais forte narrativa, levaria lavada nessas eleições”, destaca.

O estrategista também lembra que a conjuntura da época era um tanto diferente da encontrada neste ano. Aquela ocasião foi marcada por uma ruptura sócio-política e econômica. Foi um fato único na história norte-americana, marcada pela crise econômica e internacional. “O então candidato a presidente norte-americano, Barack Obama, teve grande vantagem nas eleições de 2008 graças à ruptura que o ano pedia. Obama mobilizou diversos setores da população, jovens entre 20 e 30 anos, mulheres e hispânicos”, afirma Rossi, destacando que Obama pôde,

principalmente, contar com um fator inovador - as redes sociais. “A atuação e expertise de grupos nas redes ocorreu em efeito cascata. As redes aumentaram a capilaridade dos democratas”, completa.

Hoje o quadro é outro. Os EUA não amargam a mesma crise econômica de quatro anos atrás. Obama e as redes sociais não são mais novidades. O atual presidente pode se reeleger. Esta somatória poderia ser um complicador para Obama se o seu adversário empolgasse mais os eleitores americanos, o que, segundo Rossi, não é o caso de Romney.

“Vale lembrar que boa parte dos componentes da crise de 2008 ainda perduram. E as propostas que Barack Obama apresentou em sua primeira candidatura estão agora sendo questionadas por alguns setores da sociedade norte-americana. E, justamente, o fato de os Estados Unidos ainda não terem recuperado totalmente seu potencial existente antes de 2008 é que fortaleceria Mitt Romney caso ele fosse mais carismático e, principalmente, se tivesse um perfil mais forte de liderança”, avalia o estrategista.

“Faltam apenas dois meses para a eleição nos Estados Unidos. Pode parecer pouco, mas a maior participação da militância, um escândalo, uma gafe de um dos lados ou um fato muito importante poderá, aí sim, esquentar as redes sociais e definir o próximo ocupante da Casa Branca”, finaliza Rossi.

Chamada coletiva

Compras pela internet já entraram de vez na rotina do consumidor em São Paulo. Segundo pesquisa da FecomercioSP divulgada em agosto, 63% dos paulistanos fazem compras pela internet, crescimento de 11 pontos percentuais em relação ao ano passado.

Por vantagens e significativos descontos oferecidos, os sites de compras coletivas estão se transformando em canais favoritos para o consumidor. Mas o “boom” dos negócios também trouxe aumento em mais de 400% nas reclamações ao Procon-SP no primeiro semestre de 2012, se comparadas ao ano passado, e aplicação de 250 mil reais em multas a empresas do setor.

Diante desse cenário, o órgão estadual de defesa do consumidor vinculado à Secretaria da Justiça e da Defesa da Cidadania, convocou os grandes sites de compras coletivas: Caldeirão de Ofertas, Clickon, Clube do Desconto, Groupon, Peixe Urbano,

Pesca Coletiva e Privália, para assumirem compromisso com o consumidor de reduzir as queixas e aumentar o índice de solução daquelas registradas no órgão.

Peixe Urbano, Clickon e Groupon já se comprometeram em reduzir a demanda ao Procon-SP:

| Site | Redução de Reclamações | Aumento de Índice de Solução |
|--------------|------------------------|------------------------------|
| Clickon | 67% | 89% |
| Groupon | 15% | 80% |
| Peixe Urbano | 52% | 90% |

O consumidor que tiver dúvidas ou quiser fazer uma reclamação, pode procurar o Procon de sua cidade ou um dos canais de atendimento da Fundação:

Orientações: 151 (Só para a capital) (www.procon.sp.gov.br).

Just Dance 4

Começou a pré-venda de Just Dance 4, nova edição da franquia de jogos de dança número 1 do mundo. Just Dance 4 será lançado dia 20 de outubro no Brasil para as plataformas Nintendo Wii, Xbox 360 com Kinect e PlayStation 3 com PlayStation Move, por R\$ 129,90. A pré-venda está sendo feita pelas principais redes varejistas.

Just Dance é um fenômeno mundial, com mais de 29 milhões de cópias vendidas. Apenas Just Dance 3, mais recente título da franquia, vendeu mais de 9 milhões de unidades em menos de 8 meses. Na versão para Wii, Just Dance vendeu mais de 600 mil unidades exclusivamente na Coreia e Japão, fazendo da marca um raro caso de sucesso simultâneo em países do ocidente e oriente. Em nível global, o gênero de jogos de dança foi o sexto maior em 2011, aumentando 66% com relação a 2010, e Just Dance figurou com dois títulos na lista dos 10 games mais vendidos do ano.

“Just Dance é o jogo perfeito para quem quer coreografias divertidas e músicas de sucesso para se divertir com os amigos e com a família”, diz Bertrand Chaverot, diretor da Ubisoft Brasil.

Just Dance 4 apresenta mais de 40 novas músicas, com hits que vão desde os principais títulos da lista da Billboard até clássicos das discotecas. Os ritmos passam por POP, Hip-Hop, rock, R&B, country e funk.

Just Dance 4 ainda apresenta uma série de novíssimas funções e modos de jogo, como Modo de Batalha (Battle Mode), em que



os amigos disputarão ponto a ponto seis rounds de dança; Coreografias Alternadas (Alternate Choreographies), que permite destravar sequências de dança alternativas para as suas músicas preferidas e optar por um modo mais desafiador, com movimentos mais rápidos ou coreografias malucas, dependendo do modo escolhido; e Modo Just Sweat expandido (Expanded Just Sweat Mode), com novas sessões de exercícios, programas personalizados e contador de calorias de acordo com seu nível. Com o Just Sweat, jogadores ficam em forma enquanto se divertem – é um treino disfarçado! Just Dance 4 terá uma versão para o Wii U, que será lançada juntamente com o novo console da Nintendo (www.justdance.com).



NEWS @TI

Segurança de livros contra furtos e desvios em bibliotecas

@A RFID Brasil apresenta ao mercado um dispositivo “invisível”, inédito no Brasil, que garante a segurança das publicações e outros materiais em bibliotecas contra desvios e furtos. A etiqueta eletrônica RFID Cabelo de Anjo é inserida no material a ser rastreado e, por meio de leitores controlados por software, garante a segurança, identificação, inventário, rastreamento, organização de estantes, automação de processos por máquinas de triagem automática e terminais de autoatendimento destinados a empréstimos e devoluções de obras e controle de acesso dos leitores (www.rfidbrasil.com).

Internet no painel do carro

@ANAVBRAS, marca especializada na comercialização de acessórios para automóveis, é a primeira empresa brasileira a apresentar um GPS com a função Google, que pode ser instalado em veículos de luxo, com tela no painel original de fábrica. O GPS quando utilizado em conjunto com o NAVBRAS Access, capta o sinal de internet de celulares com tecnologia Wi-Fi e 3G e permite que o usuário realize buscas de Pontos de Interesse (POIs) utilizando a internet no painel do automóvel (www.navbras.com.br).

Fábrica de Ideias

@A Indigo criou um processo estruturado para a criação de aplicativos móveis e estratégias em mobilidade e o batizou de Fábrica de Ideias, onde atua como parceiros efetivos no processo de planejamento e desenvolvimento de estratégias de comunicação móvel e na concepção de aplicativos. O processo é composto por imersões sistemáticas no negócio do cliente, entrevistas, brainstormings, pesquisas de mercado e de tendências, que estimulam a co-criação e desenvolvem conceitos que se destacam do trivial e utilizam caminhos ainda não explorados pela concorrência (i.indigo.com.br/).

Nova linha de Televisores

@A AOC apresenta novo lançamento da marca: a Série 5520 de TVs com tecnologia SMART. Os aparelhos têm painel LED e estão disponíveis nos tamanhos 32" (LE32D5520) e 42" (LE42D5520). Além disso, possuem conexão de vídeo e som para computadores, contam com entradas de vídeo composto, vídeo componente, HDMI (3 x) e USB Multimídia (2 x). Esta última permite conectar-se diretamente à TV pen drives ou discos rígidos e acessar fotos, vídeos e músicas, através do controle remoto. A Série 5520 possui também receptor de TV digital integrado, altíssimo contraste (2.000.000:1), inovador Menu OSD dinâmico e alta definição, com resoluções HD (1366 x 768) para a 32" e Full HD (1920 x 1080) para a 42" (www.aoc.com.br/serie5520).

jHola, Opera Mini!

@A Opera Software anunciou o lançamento de uma versão customizada do navegador Opera Mini para clientes da operadora mexicana Telcel, proporcionando a esses usuários uma internet mais rápida e barata. Essa parceria faz parte de um acordo maior com a América Móvil, anunciado no começo deste ano, que levará o Opera Mini para 18 países da América Latina, onde há subsidiárias da empresa. Juntas, elas somam 246 milhões de assinantes (www.opera.com).

Interactive Intelligence anuncia aliança com a Phonoway

@A Interactive Intelligence Group Inc., fornecedora global de soluções de comunicações empresariais unificadas IP, amplia presença no mercado brasileiro por meio da parceria com a Phonoway Sistemas. Para Eric Lieb, country manager da Interactive Intelligence, esta empresa tem uma estrutura comercial e técnica qualificada e capacitada para implementação de soluções de voz, dados, vídeo, além de oferecer suporte de pré e pós-vendas das soluções da Interactive Intelligence (www.inin.com).