

# O grátis que deu certo

## Modelo nacional de armazenamento gratuito já ultrapassa meio milhão de endereços

Por Alexandre Barbosa

**H**á muito tempo atrás, quando a World Wide Web abriu as portas, os filhos das BBS encontraram um terreno fértil para a troca de idéias, dando um alcance muito maior as suas comunida-

des. Em pouco tempo, a rede tornou-se a Meca do conteúdo livre e gratuito. Hoje, muitos bytes depois, quando a palavra grátis causa calafrios nos investidores, a idéia das comunidades e os interesses dos usuários mostram que

ainda há terreno a ser explorado.

Prova disso é a iniciativa da hpG, que pertence à brasileira Webforce, e tem sido bem-sucedida oferecendo espaço ilimitado para os internautas hospedarem seus websites.



Edson Gomes, Rodrigo Martinez e Mauricio Meismith (em pé), Caio Andrade e Mauro Bertaglia: experiência dos pioneiros da Web garante o sucesso da hospedagem gratuita

Fotos: Márcio Kato

O conceito, que norteia outras empresas do gênero, é de que o internauta se cadastra, ganha um endereço virtual e passa a controlar o conteúdo a partir de qualquer browser, montando páginas pessoais, sites de pequenas empresas ou endereços em homenagem a ídolos do esporte, filmes ou séries de TV, entre outras.

A idéia não é nova. Foi assim que o Geocities se tornou mundialmente conhecido. A diferença está apenas na facilidade de acesso ao site: enquanto no Geocities ou no Órbita da Starmedia – onde o site não pode ser usado para fins comerciais – o endereço era longo e de difícil memorização, no hpG há a vantagem do subdomínio.

Cada site [www.seunome.hpg.com.br](http://www.seunome.hpg.com.br) fica embutido no domínio principal [hpg.com.br](http://hpg.com.br). O crescimento disparado desses serviços acabou forçando mudanças e hoje até mesmo o Geocities criou uma forma fácil de localização para seus endereços (ver box **Presença na rede**).

“Tivemos grande felicidade ao escolher o nome hpG, que lembra o conceito de home-page em qualquer língua”, comenta Caio Paes de Andrade, diretor comercial do serviço. “Espelhamos nosso modelo no Geocities – comprado pela Yahoo em 1999 – e que era o caso conhecido até então em hospedagem gratuita”, explica.

## Experiência

A empresa foi montada por ex-funcionários do STI e da PSINet, ou seja, pelos pioneiros da rede no Brasil. Com o know-how de quem sabe montar um provedor de Internet do zero, a equipe, que conta com profissionais como Maurício Meismith e Rodrigo Martinez, construiu um modelo de negócio com custos mínimos. Lançado em março de 2000, o serviço já conta com mais de um milhão de membros cadastrados e ocupa o sexto lugar no ranking da Internet brasileira de acordo com o Ibope-Netratings. Outra métrica é o número de visitantes únicos, mais de dois



hpG: espaço ilimitado e facilidade de uso para o internauta

milhões mensais em março, de acordo com o Media Metrix e que levou o endereço a ultrapassar a Geocities em fevereiro.

Como são experientes, os profissionais da empresa conhecem a infraestrutura de hardware e software necessária para montar o serviço. Fazendo tudo internamente, mantém baixo o custo de manutenção e desenvolvimento. “Para começar, nossos servidores são baseados em Linux e sabemos como trazer escalabilidade ao serviço”, acrescenta Rodrigo Martinez, diretor técnico do hpG. Com tanto tráfego pelos sites, o portal de hospedagem gratuita quer obter ganhos através de publicidade e serviços segmentados.

Publicidade e serviços? É isso aí. Já que tem custos baixos, e a empresa não precisa se preocupar em gerar conteúdo – os usuários se encarregam disso – sobra tempo e recursos para fechar parcerias e conquistar clientes. São anunciantes do hpG empresas como o Banco do Brasil, Bradesco, Xerox, Americanas.com, IBM e Shoptime, apenas para citar alguns. Todo esse conjunto levou a empresa a atingir o break-even, ponto em que passa a ser lucrativo.

## Comunidades

E que vantagem uma página gratuita tem sobre o espaço dado por provedores como Terra e Uol para seus usuários montarem as páginas? O conceito de comunidade, no qual os internautas se agrupam de acordo com seus interesses criando fóruns de discussão, listas e outras atividades.

“Desde o tempo das BBS, sabemos que o internauta tem fortes interesses em estar próximo a pessoas de gostos semelhantes. Ele quer fazer e-commerce, quer entretenimento, mas também deseja marcar presença na Web de acordo com a sua personalidade”, afirma Andrade.

Segundo o executivo, isso motiva a empresa a concentrar esforços em internautas mais experientes. “Em um levantamento informal, descobrimos que 50% dos usuários só usam a rede para ver notícias, fazer e-banking e acessar e-mail. Então vamos atacar os outros 50%, que já participam de grupos online de discussão e que gostariam de montar suas páginas”, explica o diretor da hpG. Para Andrade, a idéia era concentrar usuários, migrando comunidades digitais já estabelecidas em outros domínios. “Além das vanta-

gens do espaço ilimitado e do idioma em português, oferecemos também uma alta performance em velocidade de acesso.”

A empresa já dedica 44 servidores para a operação e agrega entre 2 e 3 novos servidores ao sistema todo mês. A infra-estrutura de armazenamento estava antes distribuída em quatro IDCs (Internet Data Centers): Impsat, Embratel, AT&T e PSINet. Hoje o serviço está centralizado na OptiGlobe, em função dos níveis de serviço, velocidade de acesso e capacidade de expansão.

Resultado final não deve em nada a páginas mais elaboradas que podem ser encontradas na rede

Com essa fórmula, o hpG já conta com mais de 450 mil páginas cadastradas, cifra superior ao número de endereços .com.br registrados na Fapesp. O curioso é que o hpG alcançou esse sucesso indo na contramão de outros serviços pontocom: não investiu quase nada em marketing offline. “Nada de outdoors ou anúncios caros. Nosso êxito prova que a divulgação na Web funciona. Todos os nossos investimentos em marketing foram feitos na rede. Com um anúncio no CuteFTP, por exemplo, conseguimos captar em massa a atenção dos webmasters que usavam o serviço para transferir arquivos”, garante Andrade.

## Oportunidades

Outra empresa que aposta nas comunidades para a geração de negócios é a Cidade Internet, empresa que pertence ao grupo argentino Clarín, com faturamento anual de US\$ 2,5 bilhões e que conta com uma participação de 18% do Goldman Sachs.

A companhia anunciou em maio o serviço Ubbi Home Pages que, a exemplo do hpG, usa os subdomínios para atrair o usuário. Voltado a pequenas empresas e usuários finais, o serviço também oferece funcionalidades para facilitar a montagem de um site na Internet a partir de uma interface Browser.

O endereço fica sendo **www.nomedousuário.ubbi.com.br**.

A Cidade Internet capricha nos recursos para incrementar o site, com vários modelos de layout de página, galeria de fundos, músicas e mecanismos para avisar amigos e clientes sobre o novo endereço e um sistema de busca avançada, entre outros.

“Nosso objetivo é incentivar os internautas e empresários a produzirem suas páginas na Internet e estamos enfatizando na facilidade de utilização do Ubbi Home Pages”, diz Vivien Rosso, diretora da Cidade Internet.

Para ela, a idéia é criar um canal que ofereça tutoriais amigáveis, sem descuidar da versatilidade. “Embora seja muito fácil elaborar um site com nossas ferramentas, o resultado final não deve em nada a páginas mais elaboradas que podem ser encontradas na rede”, explica a diretora.

Vivien Rosso também acredita que o uso das páginas através do Ubbi pode ser a porta de entrada para uma série de novos serviços, prestados pelo portal. “Podemos oferecer, por exemplo, uma série de serviços pagos como hosting dedicado para pequenas e médias empresas”, afirma.

De acordo com a executiva, a empresa está atingindo uma média de 200 novos usuários cadastrados por dia desde a abertura do serviço. Para atender a esse público, a Cidade



Vivien Rosso - “Queremos incentivar empresários a produzirem suas páginas”

Internet disponibilizou três servidores dedicados na AT&T, com recursos de redundância. Mas a veiculação de propaganda online ainda é a primeira alternativa de retorno financeiro do serviço.

Alternativas para tornar o serviço lucrativo além de banners com anúncios também estão na pauta do hpG. “Tivemos uma experiência muito bem sucedida oferecendo pacotes de viagens para webdesigners por ocasião de uma convenção que aconteceu no Rio de Janeiro, fechado em parceria com uma agência de viagens”, exemplifica Andrade.

## Armazenamento pirata

Mas há algo que os usuários sempre fazem e que todos os provedores de hospedagem grátis combatem

ferozmente: o armazenamento pirata. É quando um usuário monta seu site com um endereço .com.br, e cria uma página num provedor gratuito para armazenar arquivos que ocupam muito espaço, como fotos em alta resolução, arquivos de música ou clipes de vídeo para streaming. "Nós conhecemos essa prática e ela é proibida pelos termos de uso em nosso serviço. E ainda fazemos varreduras com

freqüência para coibir o uso indevido do nosso espaço de armazenamento", comenta Andrade, da hpG.

Outra prática condenada é a de espelhamento, na qual o usuário cria uma cópia virtual de um endereço existente para fins de backup ou segurança. Todos os portais que disponibilizam a hospedagem grátis coíbem esse tipo de uso. Há ainda o problema da limitação de banda. Arqui-

vos pesados, como clipes de vídeo, consomem espaço em disco e banda de transmissão. No hpG, por exemplo, o tamanho máximo de cada arquivo é de 2MB e a banda máxima disponibilizada por endereço é de 4,5 Kb/segundo. Regras semelhantes são usadas pelas outras empresas, afinal, o custo de conexão pode corresponder a até 40% dos custos totais de armazenamento. ■

## Presença na rede

As regras para o uso das páginas gratuitas são claras. É livre a utilização do espaço para veicular qualquer conteúdo, desde que em obediência à lei, ou seja, nada de incentivo à pirataria de software, músicas em MP3 não autorizadas, nazismo ou pornografia infantil. O mesmo se aplica a materiais que infrinjam direitos de privacidade ou de publicidade, incluindo a divulgação de informação privada sobre qualquer indivíduo ou organização.

Também não é permitido o emprego de materiais que incitem ao racismo, assédio, páginas que promovam atividades ilegais, instigações ou divulgação de instruções para atividades ilegais – receitas de bombas caseiras, por exemplo.

Fora isso, o uso é limitado apenas pela imaginação e talento do internauta. Listamos a seguir alguns endereços que oferecem espaço para a sua página.

**hpG** – No [www.hpg.com.br](http://www.hpg.com.br), o assistente digital Pierre ajuda você a montar o seu site em poucos passos. Interativo, ele facilita a montagem de uma página interessante mesmo para quem não tem prática em lidar com HTML e outras tecnologias nativas. Modelos auxiliam na elaboração de um site bonito e fácil de operar. Fora isso, a empresa ainda provê ao usuário um serviço de e-mail gratuito do tipo usuário@ieg.com.br. Uma equipe de editores monitora as novidades de divisão de assunto no portal e sempre os coloca em destaque, com comentários, na página de abertura do site. O hpG limita a criação de endereços a um por usuário.

**O Site** – O usuário encontra no endereço [www.osite.com.br](http://www.osite.com.br), portal que faz parte do também argentino El Sitio, 15 MB de espaço para a montagem de uma página. O portal também coloca em destaque os endereços mais interessantes e oferece instruções para a montagem das páginas.

**Órbita** – A partir do endereço [www.starmedia.com.br/orbita](http://www.starmedia.com.br/orbita), o usuário cria um endereço próprio, com limite de 25MB. Entre as opções oferecidas estão criação de livro de visitas, metatags, gerenciador de arquivos online, tudo sem propaganda no site do usuário. A companhia ainda disponibiliza dicas e macetes de efeitos especiais como marca d'água, página em tela cheia ou a imagem que segue o mouse no endereço [homepages.starmedia.com/por/superdicas](http://homepages.starmedia.com/por/superdicas).

**Cidade Internet** – Em [www.ubbi.com.br](http://www.ubbi.com.br), é possível acessar as ferramentas e tutoriais que ajudam o usuário a construir sua home-page. Com limite de 100MB por usuário, o portal promete um website em apenas 10 passos - tudo com muita rapidez e praticidade; as home-pages podem ser desenvolvidas utilizando-se de recursos como banners, fotos, música, texto, contador de page views e livro de visitas.

**Geocities** – O pioneiro na hospedagem gratuita ainda oferece espaço a partir do endereço [www.geocities.com](http://www.geocities.com). Os usuários saíram ganhando com a aquisição pelo Yahoo. A facilidade aumentou pois hoje é possível fazer o cadastro no portal em português. Também com 15MB de espaço, o endereço fica sendo [www.geocities.com/nomedousuário](http://www.geocities.com/nomedousuário).

**7Mares** – Quer atingir a comunidade lusófona d'álem mar? O portal lusitano Terravista oferece 12MB a partir do endereço [7mares.terravista.pt](http://7mares.terravista.pt). Tudo o que o internauta tem a fazer, para garantir uma boa divulgação, é cadastrar o endereço em diretórios brasileiros de busca, como o Cadê e aí é só abrir um bom vinho do porto e comemorar.

**Cjb.net** – Ninguém encontra aquele site que você escondeu em algum lugar nos servidores de seu provedor de acesso? Vai hospedar sua página num dos serviços gratuitos sem subdomínios? Apele para os serviços de redirecionamento como o Cjb.net. Nele, é possível criar um endereço [www.seunome.cjb.net](http://www.seunome.cjb.net) que roteia os visitantes para a sua página, gratuitamente.