



Curso Técnico Nível Médio Subsequente

Informática Para Internet

Princípios de *Design* e Projeto Gráfico

Aula 05

Construção de Website e Webwriting

Elizama das Chagas Lemos

Erick Bergamini da Silva Lima

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia
do Rio Grande do Norte

Natal-RN

2015

Presidência da República Federativa do Brasil

Ministério da Educação

Secretaria de Educação a Distância

Este Caderno foi elaborado em parceria entre o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia e o Sistema Escola Técnica Aberta do Brasil – e-Tec Brasil.

Equipe de Elaboração
Cognitum

Coordenação Institucional
COTED

Professor-autor
Elizama das Chagas Lemos
Erick Bergamini da Silva Lima

Projeto Gráfico
Eduardo Meneses e Fábio Brumana

Diagramação
Luã Santos

Ficha catalográfica

L555i Lemos, Elizama da Chagas.
Informática para internet : Princípios de design e projeto gráfico : Aula 05 : Construção de website e webwriting / Elizama das Chagas Lemos, Erick Bergamini da Silva Lima. – Natal : IFRN Editora, 2015.
17 f. : il. color.

Este Caderno foi elaborado em parceria entre o Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia e o Sistema Escola Técnica Aberta do Brasil – e-Tec Brasil.

1. Design Gráfico. 2. Website. 3. Webwriting. 4. Arquiteto da Informação. I. Lima, Erick Bergamini da Silva. II. Título.

RN/IFRN/EaD

CDU 74:655.2/3

Catálogo da publicação da fonte. Bibliotecária Edineide da Silva Marques, CRB 15/488

Apresentação da aula

Para começarmos a aula, vamos observar essa charge:

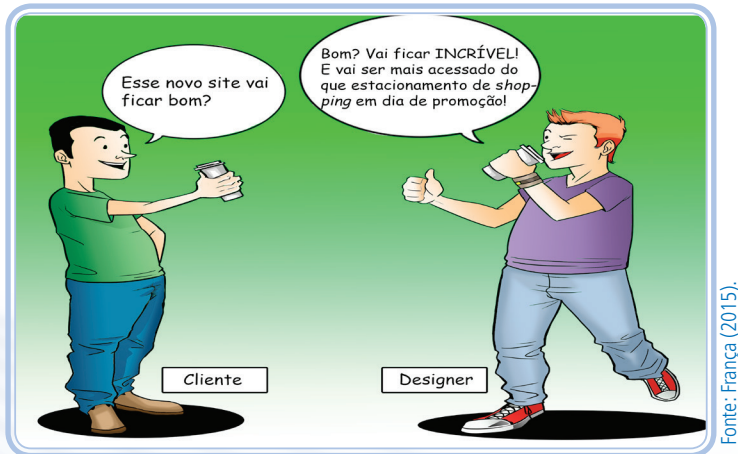


Figura 01: O cliente e o *designer*

Para criar nossos projetos para *web*, já vimos algumas orientações nas aulas passadas. Vimos, em algumas videoaulas, conceitos e orientações práticas de utilização dos conceitos abordados aplicados em *softwares*. Agora vamos destrinchar ainda mais esses conceitos no desenvolvimento de páginas *web*.

Aula 05 - Técnicas de *design* gráfico

Objetivos

Ao final desta aula, você será capaz de:

- compreender o processo de criação de um projeto *web*;
- entender a função dos profissionais que trabalham na criação de um *website*.
- saber a função de um arquiteto da informação e quais técnicas ele utiliza para a organização de um *website*.
- compreender o que é o *webwriting*, seus princípios e recomendações;
- aprender algumas técnicas para escrever textos para *web*.

Desenvolvendo o conteúdo

Construção de um *website*

A internet tem se tornado, nos últimos tempos, uma das mais importantes ferramentas de comunicação da sociedade moderna. Sendo assim, a valorização do profissional que trabalha nessa área tem crescido e evoluído nos últimos anos. Vários segmentos do mercado atual têm apostado no poder que a internet pode trazer, tanto na divulgação de uma marca como em novas maneiras de se obter renda e até mesmo para fazer uma pesquisa de mercado. Não podemos negar que, principalmente no nosso país, o uso da internet cresceu e se tornou, para muitos, o principal meio de divulgação de notícias, propaganda, local de comércio (*e-shop*), reuniões virtuais, troca de mensagens via *e-mail* e texto, dentre outros elementos que deixam a internet num patamar quase que essencial a nossa vida.

Por essa importância fundamental, há uma necessidade cada vez maior por encontrarem profissionais que trabalhem na área de desenvolvimento *web*. Muitas empresas, e de qualquer segmento, acreditam que essa evolução na mídia não pode deixar passar despercebida e que, caso não se atualizem, poderão ficar para trás, o que não é nada bom.

Porém, desenvolver um *site* não é tão complicado, mas fazer um com qualidade e bom gosto é uma tarefa realmente difícil. Profissionais que trabalham na criação de *websites* precisam de ideias inovadoras e identidades visuais únicas para se destacarem nesse ambiente selvagem que vem se tornando ainda mais vasto. Para isso, é necessário mais de um único profissional para poder se criar e manter um *website* de qualidade, atualizado e inovador.



Figura 02: Trabalho em equipe

Os profissionais que trabalham no desenvolvimento *web* são classificados em níveis.

Web designer - Planeja e cria a identidade visual do *site*, trabalha com o *marketing*, divulgação, etc. Toda a parte de criação visual, estruturação e melhoria da usabilidade são designados a ele.

Analistas de sistemas - Criam a documentação necessária para o desenvolvimento do *site*. Definindo os caminhos e passos para o desenvolvimento de um sistema *web* (como uma loja virtual por exemplo).

Desenvolvedores - São os programadores que irão construir o *site*. Estes irão seguir a documentação definida pelos analistas e tentarão dar vida à identidade visual criada pelo *web designer*.

Administradores de bancos de dados - São responsáveis por gerir, configurar e manter um banco de dados contendo todas as informações existentes no sistema *web*, além da manutenção dos grandes volumes de dados.

Webwriters - São profissionais responsáveis por escrever o conteúdo do *site*, levando em consideração a associação entre o título e o texto, associação entre a notícia e o conteúdo, utilização de imagens e *tags*, dentre outras funções que veremos mais à frente neste material.

Analistas de informação - São responsáveis por efetuar buscas e pesquisas para saber sobre a evolução do mercado referente ao conteúdo do *site* para poder trazer novidades e atualizar o conteúdo para que o *site* não fique desatualizado ou parado no tempo.

Muitas vezes, o grupo de desenvolvimento *web* é muito restrito, contando apenas com 2 a 3 integrantes, fazendo com que cada integrante seja responsável por executar várias funções diferentes. Portanto, quanto mais completo o profissional *web* for, melhor. Então, conhecer ao menos o básico a respeito de todas as tarefas é importante para saber o que pedir e como lidar com o resultado oferecido por cada profissional.

Esperamos que, ao final do curso, você consiga se tornar um verdadeiro profissional da *Web*.

LEMBRE-SE

A produção de um *website* segue os mesmos princípios da produção de um trabalho gráfico; portanto, aqui, devemos aplicar todos os conceitos aprendidos, anteriormente, nesta disciplina.

Atividade de aprendizagem 1

Imagine que você é o dono de uma empresa de criação de *website*. Nessa empresa, determine quais os funcionários que trabalhariam e quais cargos eles iriam ocupar, além de quais tarefas cada um deveria ficar encarregado. Brinque variando a quantidade de funcionários e atribua mais de uma função a um funcionário, desde que esta seja próxima de uma função já ocupada por ele. Não esqueça de registrar todas as observações.



Técnicas para criação de um *website*

Antes de começarmos a construir um *website*, devemos, primeiramente, ter um projeto que será seguido. Este é dividido em partes que facilitarão a organização e a execução das tarefas. Um projeto deve seguir alguns passos, um exemplo de passos seria:

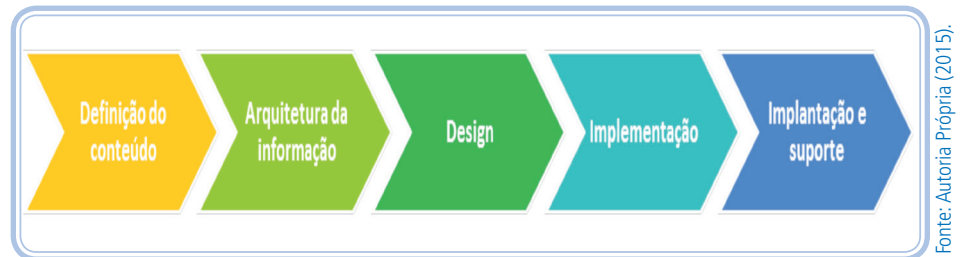


Figura 03: Passos para a criação de um *website*

Definição do conteúdo - A primeira etapa do projeto de um *site*. Normalmente, é feita uma reunião com o cliente que deseja criar o *website*, levantando-se o tipo de conteúdo que deve ser divulgado em um *website*. Nessa etapa, são definidas as ideias que serão utilizadas na produção, além da definição dos prazos e metas a serem cumpridas e do orçamento da criação do *site*. Aqui também devem obter a identidade visual da empresa alvo, recolhendo qualquer material impresso disponível como *folders*, cartilhas, manuais, material digitalizado, planilhas, documentos eletrônicos como *.doc* e *.pdf*, etc. Devemos também analisar qual conteúdo deve ser exposto e o contexto em que será inserido. Por fim, devemos definir qual o público alvo do *site* e quais tecnologias são necessárias para a criação desse *site*. *Sites* de vendas *web* necessitam de tecnologia de banco de dados, assim como agregadores de conteúdo, porém páginas estáticas precisam apenas de código em hipertexto. Por fim, é criado um protótipo visual que irá dar um norte ao cliente do que será criado.

Arquitetura da informação – Aqui, iremos definir como será estrutura do *site*. O que é crucial nesta fase é a organização do conteúdo, definição das páginas, estrutura da informação, agrupando informações em blocos de conteúdo e criação de árvores de navegação, que consiste em definir os caminhos dos *links* do *website* (navegabilidade), definir os recursos de interface e adaptar as diferentes mídias existentes ao conteúdo do *site*. Pensar em usabilidade é outro fator importante pois um *site* fácil de ser utilizado atrai mais a atenção do usuário que o está utilizando.

Design - Quando definimos a arquitetura, podemos criar uma proposta gráfica para o *site*, que deve levar em consideração a aparência e funcionalidade, deixando a interface fluida e adequada ao público-alvo. Os conceitos de *design* gráfico, aprendidos anteriormente, são aplicados nessa etapa do desenvolvimento. Conceitos como tipografia, alinhamento, contraste, repetição, proximidade, teoria das cores, grade, dentre outros, são cruciais para o desenvolvimento de um *design* adequado e de qualidade. A redação do texto e a criação das imagens devem ser criadas nesta etapa, além do tratamento de outras mídias como vídeos e áudio e a aplicação de novas tecnologias são importantes para deixar o *site* mais atualizado.

Implementação - Esta é a fase final do processo, quando o projeto *web* é implementado, ou seja, os programadores irão criar os códigos para gerar os elementos definidos no projeto e, por fim, instalar o website em um servidor *web* que irá fornecer o *site*. Nesta etapa final, o código é produzido e a interface é testada para saber se está de acordo com a definição do *web designer*.

Por fim, com o projeto completo, este será implantado em um servidor, onde será definido um endereço *web* (URL - Uniforme Resource Locator), lançando-se assim o *site* para ser disponibilizado na internet. O *Webmaster*, o profissional responsável por manter o *site* atualizado e funcionando, prestará suporte para que este esteja sempre pronto para ser utilizado pelo público-alvo.

Implementação de Arquitetura da Informação

A arquitetura da informação consiste basicamente na estruturação dos conteúdos no projeto do *website*. A maioria dos *websites* consiste em várias páginas que levam a *links* externos e conteúdos extras. Esse emaranhado de caminhos e estruturas deve ser organizado para que não se perca o controle mental da totalidade do *website*. Além disso, o arquiteto deve adaptar os conteúdos diversos a todos os possíveis usuários, mesmo os mais imprevisíveis. Deve projetar o fluxo de navegação e definir os caminhos possíveis para deixar a navegação mais fluida e objetiva, evitando que o usuário se perca nas infindáveis possibilidades de *links* existentes.

Definir qual a estrutura da árvore de caminhos não é uma tarefa simples. Autores como Krung definem que, para uma boa usabilidade, a quantidade de *links* a ser clicada para a execução de uma tarefa em um *website* não

deveria passar de três e que é de responsabilidade do arquiteto da informação organizar os caminhos de maneira adequada para que esse número não fosse excedido. Além do mais, não podemos criar um único *menu* com todos os *links* disponíveis na página inicial, isso seria muito ruim para se procurar algo que se queira, não é? Então, um bom arquiteto deve organizar muito bem a estrutura do *site* para extinguir o labirinto de caminhos, evitando que o usuário se perca nos *clicks*.

Uma forma bem prática de se definir uma arquitetura é criando uma árvore de navegação, onde serão listados todos os caminhos existentes no *website*. Outra dica seria a organização do conteúdo em áreas, zonas ou camadas que facilitaria ainda mais a localização do usuário no *site*.

Ferramenta para criação de um website

Existem várias ferramentas no mercado para criação e produção de *websites*. Abaixo, iremos citar algumas das ferramentas mais utilizadas para a produção de um *site*:

Dreamweaver - o Adobe Dreamweaver é uma ferramenta profissional para implementação de *websites*, facilitando, e muito, ao programador o desenvolvimento de *sites*, por possuir várias ferramentas que criam conteúdo automático, além da possibilidade de um desenvolvimento mais visual e menos codificado. Possui uma integração e suporte com várias tecnologias como o Javascript, ASP, ASP.NET, PHP, JSP, CSS3, Coldfusion, dentre outras.



Figura 04: Logo do Dreamweaver

Sublime – é uma ferramenta para edição de hipertexto, sendo utilizada para a elaboração de código fonte, sem haver ferramentas para produção visual. É

uma ótima ferramenta para o desenvolvimento em, praticamente, qualquer linguagem de programação. Possui vários recursos de autocompletar e de edição em várias linhas ao mesmo tempo que auxiliam os programadores.



Fonte: https://pbs.twimg.com/profile_images/1845211191/SublimeText_Master_012312_icon_400x400.png

Figura 05: Logo do Sublime

Notepad++ - é um programa com código aberto e grátis, podendo ser utilizado para edição de qualquer texto ou código em várias linguagens de programação, como C, C++, Java, PHP, HTML, etc.



Fonte: http://img3.wikia.nocookie.net/_cb20101004234127/htmlcss/images/2/23/Notepad_Plus_Plus_Logo.png

Figura 06: Logo do Notepad ++

Há ainda outras ferramentas *web* como o **Google sites** (presente em <http://sites.google.com>), que possui toda uma interface de criação visual de *sites*, dispensando o conhecimento em linguagens de programação. Ou como o **WordPress** (presente em <http://www.wordpress.org>), um sistema de publicação de conteúdo em forma de *blog*. Este deve ser baixado e instalado em algum servidor *web*, além da necessidade de um banco de dados para armazenar o conteúdo gerado. Uma outra ferramenta seria a **Weebly** (em <http://www.weebly.com>) que, assim como o **Google sites**, possui uma

ferramenta de criação totalmente gráfica, dispensando a necessidade de conhecimento em programação. Existem ainda várias outras ferramentas no mercado, basta procurarem, ok?

LEMBRE-SE

Ao escolher uma ferramenta, dê preferência sempre a que você tem mais afinidade. Ferramentas muito complexas podem não ser sempre a melhor opção, pois elas podem “sujar” o código inserindo blocos com instruções desnecessárias que não seriam utilizadas por você, o que prejudicaria o desempenho final do *website*.

Webwriting

Quando trabalhamos com textos para a internet, é importante que sigamos algumas técnicas para desenvolvimento dos textos de forma que eles sejam atraentes para quem irá ler, que o indivíduo consiga se sentir motivado a ler/interagir com aquela informação que está sendo passada. Para isso, quando criamos os nossos textos, devemos levar em consideração sua extensão, a forma como as informações estão disponibilizadas, o tempo de leitura desse material necessário, o público-alvo a quem está destinado essa página, entre outras coisas.

Um conceito interessante que trata de construção de textos para *web* é o *webwriting* que mistura um pouco de linguagem jornalística e publicitária. Pode ser entendida como um conjunto de técnicas que auxiliam na distribuição de conteúdo informativo em ambientes digitais. Entretanto, o termo não pode ser traduzido como redação *online*, pois em *webwriting* a preocupação é com a informação como um todo, incluindo aí os ícones, as fotos, som e, claro, o texto.



Fonte: https://pixabay.com/p-602616/?no_redirect

Figura 07: Escrever para a web

De acordo com Rodrigues (2006), o *webwriter* que todas as produtoras de *design* gostariam de ter nas suas equipes é aquele profissional que já possui a experiência da escrita, para que ele produza textos coesos e fáceis de ler, com títulos sugestivos e parágrafos concisos e resumidos, sempre trabalhando com outros formatos de mídia como vídeos, som, imagens, entre outros. Portanto, caro aluno, escrever bem deve ser uma premissa para o profissional dessa área. Só assim ele poderá “brincar” com o texto, ou seja, ser criativo ao redigi-lo, fazendo o casamento entre o texto e a imagem e utilizando as palavras-chaves de forma eficaz, seja para uma página institucional de uma pequena empresa, ou uma grande multinacional.

Técnicas ao escrever textos para a web

Imagine o seguinte: quando o pescador vai para o mar pescar, ele coloca a isca no anzol e espera que o peixe morda a isca, não é mesmo? Na *web*, fisgar o usuário é uma tarefa mais complexa e exige um pouco mais de cuidado. Existem alguns cuidados para serem observados, vamos ver cada um deles?

Quadro 1: Cuidados do *webwriter*

Cuidados	Descrição
1 – Dê atenção ao que é produzido	Trate com importância o que você está escrevendo, disponibilizando os dados de forma completa, esgotando a fonte de dados.
2 – Passe informações com credibilidade	Antes de publicar um texto, tenha a certeza de que todos os dados foram devidamente apurados, cheque as informações e revise o texto de maneira minuciosa.
3 – Valorize a emoção	O <i>webwriter</i> precisa entender quais são as emoções e expectativas do usuário e utilizar isto a seu favor.
4 – Explícite os benefícios	O usuário precisa ser constantemente lembrado das vantagens em utilizar os ambientes virtuais disponibilizados, seja pela rapidez, praticidade, atualização das informações, entre outros benefícios.
5 – Tenha mecanismos de <i>feedback</i>	Ferramentas de contato com o “Fale conosco” para que o usuário possa enviar dúvidas, críticas e/ou sugestões ou até mesmo questionários que possam auxiliar a empresa ou organização a melhorar os seus serviços é um importante recurso estratégico para a empresa. Com essa linha direta com o seu público, é possível ter acesso a informações privilegiadas e auxiliar até mesmo a tomada de ações.

Fonte: Adaptado de Rodrigues (2006).

LEMBRE-SE

Existem inúmeras empresas que trabalham somente com *webwriting*. Faça uma busca na internet para encontrar algumas das empresas, sua visão e objetivos e alguns de seus clientes.



Atividade de aprendizagem 2

Com base na leitura da nossa aula, elenque as principais preocupações que o *webwriter* deve ter ao desenvolver conteúdos para web e justifique por que o profissional deve ter todos esses cuidados ao produzir informações para um público-alvo. Se necessário, busque mais informações em outras leituras para embasar sua resposta.

Quando trabalhamos com *webwriting*, existem três princípios para serem entendidos: objetividade, navegabilidade e visibilidade. Para a objetividade, é importante que o *webwriter* escreva os conteúdos em camadas e lide com uma ideia a cada parágrafo. Pense em uma cebola. Ela possui várias camadas, não é mesmo? Imagine a primeira camada da cebola como a primeira página do seu *site* que serve como uma apresentação, deve conter os aspectos mais chamativos da informação que virá a seguir. Nas camadas seguintes, devem ser exibidas outras informações, mas que sejam agregadas às informações da(s) camada(s) anterior(es).

Não podemos esquecer que o texto tem de ser bem disposto, organizado, para que a leitura seja facilitada. Para ajudar o usuário nessa leitura, é interessante que cada aspecto da informação seja desenvolvido em um parágrafo, pois facilita a compreensão como um todo. Se o texto estiver muito extenso, ele pode ser dividido em dois ou mais parágrafos, deixando a leitura mais agradável.



Fonte: <http://nihes.nl/wp-content/uploads/2015/03/Website-300x208.jpg>

Figura 08: Website

Quando o conteúdo é trabalhado pensando em navegabilidade, o *webwriter* sugere páginas que podem complementá-lo, apontando assuntos correlatos ou recomendando outros *sites* para que o usuário possa expandi-los. Logo, é indicado que utilize *links* do próprio *site* no decorrer do texto apenas para complementar a própria informação, não outra informação. De preferência,

deve conter também um botão de retorno além do existente no próprio navegador *web*. Ao sugerir páginas externas ao *site*, é preciso explicar também quais informações o usuário irá encontrar, para que fique claro o motivo que levou o *webwriter* a indicar esse acesso.

Pensando que o seu *site* é um produto e o usuário um cliente, faz com que o *webwriter* pense nos conteúdos do *site* como algo vendável. O profissional vai dispor os conteúdos como uma vitrine por exemplo. Com esse gancho, podemos refletir sobre a navegabilidade dos conteúdos. Devemos pensar que todo conteúdo tem um ciclo de vida, assim como um produto. Se uma informação mais recente for postada, ela deve ser lançada de forma destacada na estrutura do *site* e, depois que não for mais tão recente, tomará uma posição de menos destaque.

Entretanto, outro cuidado importante é destacar o que não é mais novidade. Como as famosas liquidações que, normalmente, contêm produtos que já não são mais novidade, mas que ganham um novo destaque em uma loja para que sejam, novamente, apreciados pelo público. Existem situações em que, após um tempo fora da zona de destaque, é interessante que uma comunicação torne a ser relevante para uma página. A arquitetura da informação também tem um papel importante como já vimos nesta aula, até para ter uma preocupação em tornar os conteúdos organizados hierarquicamente e deixando as informações mais visíveis, mesmo que não estejam em uma posição de destaque.

RESUMINDO

Hoje, vimos que a criação de *websites* é muito complexa, exigindo um conhecimento amplo em diferentes áreas. Para facilitar essa produção, são necessários vários profissionais que atuem em áreas específicas, para que o time, em conjunto, possa atingir a meta definida. Os profissionais, como o analista de informação, analista de *software*, programador, administrador de banco de dados, *web designers* e *webwriters* devem cumprir uma série de tarefas determinadas na concepção do projeto em uma entrevista com o cliente. Estas vão desde a concepção visual e lógica do *site* até a produção técnica utilizando código fonte e implementação do *site* em um servidor *web*.

Também compreendemos o que é *webwriting* e a importância dessa atividade para que um *site* seja atrativo e de fácil compreensão. Com isso, vimos

alguns cuidados que devemos ter quando desenvolvemos textos para *web* como valorizar a emoção, fornecer mecanismos de *feedback* e dar atenção ao que é produzido. Também refletimos sobre os princípios do *webwriting*: objetividade, navegabilidade e visibilidade.

Até a próxima aula!

Leituras complementares

Recomendamos a leitura do texto “Afinal, o que é o Webwriting” do autor Bruno Rodrigues no endereço: <http://books.google.com.br/books?id=2jwK0Dey_0oC&pg=PA1&hl=pt-BR&source=gbs_toc_r&cad=4#v=onepage&q&f=false>. Acesso em: 22 maio 2015. p. 11 a 20. Nessa leitura, você aprofundará mais os conteúdos relacionados a esta aula. Boa leitura!

Avaliando seus conhecimentos

Utilizando a empresa fictícia criada na atividade anterior, considere que um cliente pede para criar um *site* para um grande evento festivo na cidade. Tente definir quais ferramentas seriam utilizadas e quais passos cada funcionário dessa empresa ficaria encarregado. Registre as observações organizando-as em uma pasta de trabalho para uso posterior.

Referências

JOBSTRAIBIZER, Flávia. **Web para profissionais**. São Paulo: Digerati Books, 2008.

KRUG, Steve. **Não me faça pensar**: uma abordagem de bom senso à usabilidade na web. São Paulo: Alta Books, 2008.

RODRIGUES, Bruno. **Webwriting**: Redação & Informação para a Web. Rio de Janeiro: Brasport, 2006.

SILVA, Everaldo Luis; BARCELLOS, Magali. **Arquitetura de Websites**. [20--]. Disponível em: <http://www.unicamp.br/~everaldo/websites/arquitetura_websites.html>. Acesso em: 7 mar. 2015.

