CENTRO UNIVERSITÁRIO FEEVALE

FABIANA ALMEIDA MENINE

ANÁLISE DE FUNCIONALIDADES PARA CUSTOMIZAÇÃO DE INTERFACE PARA UM SISTEMA GERENCIADOR DE CONTEUDO

NOVO HAMBURGO
2010

FABIANA ALMEIDA MENINE

ANÁLISE DE FUNCIONALIDADES PARA CUSTOMIZAÇÃO DE INTERFACE PARA UM SISTEMA GERENCIADOR DE CONTEÚDO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Design pelo Centro Universitário Feevale.

Orientador: Marshal Becon Lauzer

NOVO HAMBURGO
2010

Agradecimentos

Agradeço à Feevale pelo aprendizado, pelas amizades e experiências de vida; especialmente a meu pai pelo apoio incondicional.

RESUMO

De páginas onde só havia links passando por diários virtuais, páginas pessoais, revistas eletrônicas, portfólios e meios de comunicação entre empresa e cliente, os blogs passaram por muitas modificações desde sua criação até os dias de hoje. Juntamente com as modificações ocorridas com seus usuários seus leitores acompanharam estas mudanças e cada vez mais pessoas leem blogs. Algumas plataformas para blogs evoluíram mais do que outras, por sua facilidade de uso ou por ferramentas que agregam valor as publicações. Esta pesquisa fornece material suficiente para o conhecimento dos blogs, suas plataformas, formas de uso e para a escolha de qual plataforma mais se adapta as necessidades de cada usuário.

Palavras-chave: blogs, diários virtuais, usuários, plataformas blog.

ABSTRACT

From pages which only had links, going through virtual diary, personal web pages, electronic magazines, portfolios and means of communication between company and client, blogs have gone through many changes since its creation until the present day. Along with the changes that occurred with its users, readers accompanied these changes and more and more people read blogs. Some blogging platforms have evolved more than others, for its ease of use, or for tools that add value to the publications. This research provides enough material for the knowledge of blogs, their platforms, forms of use and the choice of which platform best fits the needs of each user.

Keywords: blogs, virtual diary, user, blogging platforms**.**

LISTA DE FIGURAS

Figura 1.1 – O primeiro Blog..... 22

Figura 1.2 – Weblog Robot Wisdom..... 25

Figura 2.1 – Aspecto da página inicial do Blogger..... 27

Figura 2.2- Aspecto da página inicial do Blogger em 2010..... 28

Figura 2.3 – Blog do Blogger..... 29

Figura 3.1 – WordPress.com..... 32

Figura 3.2 – WordPress.org..... 32

Figura 3.2.1 – Grid de temas de uma coluna..... 35

Figura 3.2.2 – Exemplo de tema de uma coluna..... 36

Figura 3.2.3 – Grid de temas de duas colunas..... 37

Figura 3.2.4 – Exemplo de temas de duas colunas..... 38

Figura 3.2.5 – Grid de temas de três colunas..... 39

Figura 3.2.6 – Exemplo de temas de três colunas..... 40

Figura 3.2.6 – Exemplo de temas magazine..... 41

Figura 3.2.7 – Exemplo de uso de plugins..... 44

Figura 4.1.1 – Primeira Página do blog da Professora Regina..... 46

Figura 5.1 – Página de sucesso de uma das interatividades do site do Jornal Nacional: quer participar de outras interatividades?..... 52

Figura 6.1 – Hierarquia Visual..... 55

Figura 6.1.1 – Homepage..... 57

Figura 7.1 – Cinco Planos de Decisões..... 61

Figura 7.2 – Elementos da Experiência do Usuário..... 62

Figura 7.3 – Desenvolvimento das Etapas..... 64

Figura 8.1.1 - Blog da Professora Regina …….. 66

Figura 8.1.2 - Páginas de Rolagem…….. 67

Figura 8.1.3 - Recorte da home do blog…….. 68

Figura 8.1.4 - Recorte da home do blog…….. 68

Figura 8.1.5 - Formulário de contato do blog…….. 69

Figura 8.3.1 – Proposta de Menu…….. 72

Figura 8.4.1 – Proposta de esqueleto para a home……... 74

Figura 8.4.2 – Proposta de esqueleto para página de postagem individual.. 75

Figura 8.4.3 – Proposta de esqueleto para página de pesquisa……. 76

Figura 8.5.1 – Fotografia da Samantha Vieira cedida pela AACD…….. 77

Figura 8.5.2 – Fotografia da Ingrid Jacqueline cedida pela AACD…….. 78

Figura 8.5.3 – Fotografia do Otávio Sampaio cedida pela AACD …….. 78

LISTA DE QUADROS

Quadro 1.3- Ranking das plataformas blogs mais utilizadas em 2007..... 22

Quadro 1.4.1 – Comparativo entre Blogger, WordPress.com, WordPress.org..... 25

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO 11

1. CONCEITO DE BLOG 14

1.1 TIPOS DE BLOGS 15

1.2 HISTÓRIA DOS *BLOGS* 16

1.3 PRINCIPAIS PLATAFORMAS DE *BLOGS* 20

1.4 BLOGGER X WORDPRESS 21

2. BLOGGER 27

3. WORDPRESS 30

3.1 WORDPRESS.COM E WORDPRESS.ORG NÃO SÃO A MESMA COISA 31

3.2 TEMAS *WORDPRESS* 34

3.2.1 HIERARQUIA DOS TEMAS *WORDPRESS* 40

3.3 PLUGINS WORDPRESS 40

4. O BLOG DA PROFESSORA REGINA HEIDRICH 43

4.1 ANÁLISE DO BLOG DA PROFESORA REGINA 44

5. USABILIDADE 46

6. PROJETANDO UM WEBSITE 53

6.1 A HOMEPAGE 55

6.2 A NAVEGAÇÃO 57

6.3 O BREADCRUMB TRAIL 58

6.4 OS LINKS 58

6.5 SISTEMA DE BUSCA 58

6.6 TIPOGRAFIA 59

7. METODOLOGIA DE PROJETO 60

8. PROJETANDO O BLOG DA PROFESSORA REGINA HEIDRICH 64

8.1. ESTRATÉGIA 64

8.2 ESCOPO 68

8.3 ESTRUTURA 71

8.4 ESQUELETO 72

8.5 SUPERFÍCIE 77

CONSIDERAÇÕES FINAIS 79

REFERÊNCIAS 81

ANEXO A – ENTREVISTA COM BLOGUEIROS 86

ANEXO B – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM A PROFESSORA REGINA HEIDRICH 91

ANEXO C – WIREFRAMES 92

ANEXO D – LAYOUTS 96

INTRODUÇÃO

A Internet passa por uma transformação profunda - a maior desde sua disseminação há cerca de uma década. Formas de comunicação inovadoras, mobilidade total e colaboração são as palavras que definem este novo momento. (TERRA, 2006).

O *blog*[1] surgiu como um sistema de disponibilização de textos e fotos na web menos complexo e mais rápido, o que facilitou a fabricação de páginas por indivíduos com pouco conhecimento técnico. (SCHITTINE, 2004).

Os *blogs* não são mais usados unicamente como diários virtuais. Empresas, jornalistas, ONGS e universidades utilizam-se desta plataforma como forma de divulgação de seus trabalhos e como um canal de relacionamento direto com seus clientes, sites de e-commerce e portfólios.

O mercado de *Blogs* cresce no Brasil e no mundo. A cada dia que passa mais *blogs* são criados.

Em 10 de maio de 2010 às 23h, segundo o site *BlogPulse* (2010), o número total de *blogs* identificados era de 126, 861,574 e o número de *blogs* criados nas últimas 24h era de 42,234.

Segundo o Portal de Notícias G1 (2007), em dois anos o número de *blogs* na internet passou de oito milhões para 72 milhões (2005-2007).

---

[1] *Blog* é uma corruptela de *weblog*, expressão que pode ser traduzida como “arquivo na rede”. Os *blogs* surgiram em agosto de 1999 com a utilização do *software* Blogger, da empresa do norte- americano Evan Williams. O *software* fora concebido como uma alternativa popular para publicação de textos *on-line*, uma vez que a ferramenta dispensava o conhecimento especializado em computação. (KOMESU, 2004)

Orihuela (2007, p. 2) ressalta, “Por ser a publicação *on-line* centralizada no usuário e nos conteúdos, e não na programação ou no design gráfico, os *blogs* multiplicaram o leque de opções dos internautas de levar para a rede conteúdos próprios sem intermediários”.

> A Internet passa por uma transformação profunda - a maior desde sua disseminação há cerca de uma década. Formas de comunicação inovadoras, mobilidade total e colaboração são as palavras que definem este novo momento. (TERRA, 2006).

A partir destes dados, esta pesquisa tem por objetivo aprofundar o conhecimento desta ferramenta que cresce tanto nos dias de hoje.

Foram analisadas as principais plataformas *blog* (*Blogger e Wordpress*), seus conceitos, estruturas e história.

A principal dificuldade encontrada durante a pesquisa foi a falta de bibliografia especializada sobre as plataformas, estas dificuldades foram sanadas com pesquisas feitas aos sites dos desenvolvedores destas plataformas.

O primeiro capítulo, *Conceito de Blog*, apresenta os conceitos, estrutura e história dos *blogs*, uma pesquisa com usuários espanhóis, os tipos de *blogs*, uma listagem das principais plataformas e um comparativo entre as plataformas mais utilizadas pelos blogueiros.

No segundo capítulo, *Blogger*, o objeto de pesquisa é a plataforma *Blogger* sua história e alguns detalhes técnicos.

O terceiro capítulo*, Wordpress*, apresenta o estudo desta plataforma que foi a escolhida para um estudo mais aprofundado.

No quarto capítulo é apresentado o *blog* da professora Regina Heidrich através de uma entrevista e uma breve analise.

O quinto capítulo é um estudo sobre usabilidade e itens que devem ser observados na criação do projeto.

No sexto capítulo estão listados alguns aspectos importantes na concepção de um projeto para web como: a homepage, a navegação, o breadcrumb trail, os links e os sistemas de busca.

No sétimo capítulo é apresentada a metodologia de projeto web criada por Jesse James Garrett, que foi utilizada na criação do *blog* da Professora Regina Heidrich.

No oitavo capítulo estão explicadas todas as etapas e a aplicação da metodologia citada no capítulo anterior.

1. CONCEITO DE BLOG

Weblog ou *blog* são páginas pessoais da *web* que, à semelhança de diários *on-line*, tornaram possíveis a todos publicar na rede. (ORIHUELA, 2007)

Conforme o mesmo autor, o principal elemento de um *blog* são os *posts*[2]*,* que podem ser arquivados cronológica ou tematicamente. Os *blogs* podem ter ou não um buscador interno para localização dos *posts.*

> Há nos *posts*, além do endereço permanente, data e, às vezes, a hora em que foram publicados, um título (normalmente curto e significativo), o corpo do texto (que costuma incluir *links* para *posts* próprios ou alheios e referências a outros *blogs* e sites) e, na maioria dos casos, uma seção de comentários, a qual permite que os leitores participem dando sugestões e opiniões. Nos *blogs* coletivos, a assinatura de cada *post* é a referência básica que identifica o autor e, nos *blogs* pessoais, ela costuma trazer o pseudônimo (*Nick*) que permite que o autor seja identificado quando ele faz algum comentário em outros sites ou responde os comentários em seu site (ORIHUELAS, 2007, p.05).

Ainda segundo Orihuela (2007), a maior parte dos *blogs* apresenta uma lista denominada *blogroll* que contém sites lidos ou recomendados pelo autor e uma referência pessoal chamada *about* que juntamente com o título e a descrição do *blog* situam o leitor com relação às características de ambos (*blog* e autor).

O *blog* é um meio a ‘princípio pessoal (embora haja *blogs* em grupos), que funciona sem editores e sem prazos, sem fins lucrativos, e que é escrito, em geral, pelo prazer de compartilhar informações ou como veículo de expressão. (ORIHUELAS, 2007, p.06).

---

[2] Mensagens constituídas por imagens e/ou textos normalmente de pequenas dimensões (muitas vezes incluindo links para sites de interesse e/ou comentários e pensamentos pessoais do autor) e apresentadas de forma cronológica, sendo as mensagens mais recentes normalmente apresentadas em primeiro lugar (GOMES, 2005)

Orihuelas (2007) cita uma pesquisa desenvolvida por Gemma Ferreres realizada com blogueiros através de formulário *on-line* respondidos entre maio e junho de 2004. Responderam a este questionário 1125 blogueiros[3] e 537 leitores de *blogs*. Nesta entrevista foram esclarecidos alguns dos principais questionamentos sobre os usuários das plataformas *blog.*

O resultado desta pesquisa pode ser visto no ANEXO A.

1.1 TIPOS DE BLOGS

Ribeiro (2009) classificou os *blogs* em três categorias: Os *blogs* pessoais, os *blogs* de conteúdo e os *blogs* empresariais.

***Blogs* pessoais:** São *blogs* utilizados como diário pessoal onde seus *posts* tratam de sua vida pessoal e de seu cotidiano, os leitores deste tipo de *blog* têm interesse direto na vida pessoal do blogueiro.

> [...] O visitante do *blog* pode ser um amigo do blogueiro, um parente, um colega de trabalho, um fã ou até mesmo, simplesmente, alguém que se identifica com o modo de vida do blogueiro e o conteúdo que ele posta em seu *blog*. (RIBEIRO, 2009)

***Blogs* de conteúdo:** São *blogs* em que o assunto principal não é a vida pessoal do blogueiro. Este *blog* normalmente trata de algum formato de conteúdo específico que não da vida privada do autor.

> [...] O público que acompanha este tipo de *blog* está interessado não apenas em conhecer opiniões e fatos, mas em discuti-los. Uma das diferenças entre a mídia tradicional e os *blogs* é justamente esta: Não é possível esta interação em um jornal, ou uma revista etc. (RIBEIRO, 2009).

---

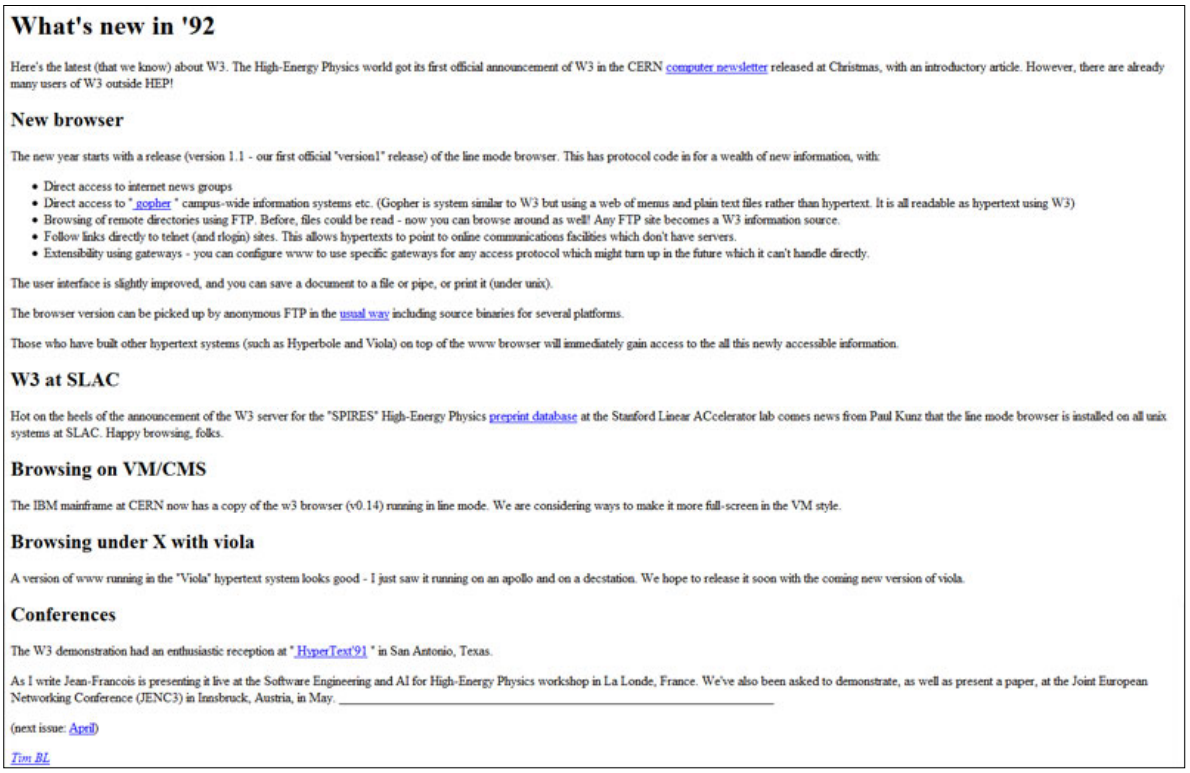
[3] Blogueiro (*blogue* + *-eiro*) *adj.*1. Relativo a blogue. *s. m.* 2. O mesmo que *bloguista*. Bloguista (*blogue* + *-ista*) *s. 2 gén.* Autor de blogue (Dicionário Priberam da Língua Portuguesa. Disponível em: < http://www.priberam.pt/>).

***Blogs* Empresariais:** São *blogs* criados por empresas que tem como finalidade estabelecer um meio de comunicação com seu público.

> O *blog* tornou-se uma boa ferramenta para estas finalidades, pois é extremamente fácil de ser instalado e mantido. Os custos que envolvem a criação e manutenção de um *blog* são muito baixos e mantê-lo atualizado é fácil e rápido...
>
> ... Já os públicos dos *blogs* empresariais buscam basicamente duas coisas: Informação e/ou um meio de comunicação direta com a empresa. No primeiro caso, o público quer saber o que a empresa está fazendo e quais são as novidades que ela vai apresentar no mercado. No segundo caso, as pessoas buscam um meio de contato mais direto com a empresa. (RIBEIRO, 2009)

1.2 HISTÓRIA DOS *BLOGS*

De fato, considera-se que o primeiro *blog* tenha sido a página *What´s new in 92*, publicada por Tim-Berners Lee a partir de janeiro de 1992 para divulgar as novidades do projeto *World Wide Web*. (ORIHUELA, 2007, p.2)



What's new in '92

Here's the latest (that we know) about W3. The High-Energy Physics world got its first official announcement of W3 in the CERN computer newsletter released at Christmas, with an introductory article. However, there are already many users of W3 outside HEP!

New browser

The new year starts with a release (version 1.1 - our first official "version1" release) of the line mode browser. This has protocol code in for a wealth of new information, with:

- Direct access to internet news groups
- Direct access to " gopher " campus-wide information systems etc. (Gopher is system similar to W3 but using a web of menus and plain text files rather than hypertext. It is all readable as hypertext using W3)
- Browsing of remote directories using FTP. Before, files could be read - now you can browse around as well! Any FTP site becomes a W3 information source.
- Follow links directly to telnet (and rlogin) sites. This allows hypertexts to point to online communications facilities which don't have servers.
- Extensibility using gateways - you can configure www to use specific gateways for any access protocol which might turn up in the future which it can't handle directly.

The user interface is slightly improved, and you can save a document to a file or pipe, or print it (under unix).

The browser version can be picked up by anonymous FTP in the usual way including source binaries for several platforms.

Those who have built other hypertext systems (such as Hyperbole and Viola) on top of the www browser will immediately gain access to the all this newly accessible information.

W3 at SLAC

Hot on the heels of the announcement of the W3 server for the "SPIRES" High-Energy Physics preprint database at the Stanford Linear ACcelerator lab comes news from Paul Kunz that the line mode browser is installed on all unix systems at SLAC. Happy browsing, folks.

Browsing on VM/CMS

The IBM mainframe at CERN now has a copy of the w3 browser (v0.14) running in line mode. We are considering ways to make it more full-screen in the VM style.

Browsing under X with viola

A version of www running in the "Viola" hypertext system looks good - I just saw it running on an apollo and on a decstation. We hope to release it soon with the coming new version of viola.

Conferences

The W3 demonstration had an enthusiastic reception at " HyperText'91 " in San Antonio, Texas.

As I write Jean-Francois is presenting it live at the Software Engineering and AI for High-Energy Physics workshop in La Londe, France. We've also been asked to demonstrate, as well as present a paper, at the Joint European Networking Conference (JENC3) in Innsbruck, Austria, in May. _____

(next issue: April)

Tim BL

Figura 1. 1- O primeiro blog: What´s new in 92.

Fonte: W3.org. Disponível em: <http://www.w3.org/History/19921103-hypertext/hypertext/WWW/News/9201.html/>.

Ainda sobre os primeiros *blogs* Orihuela (2007) ressalta:

> “Inicialmente os *blogs* eram constituídos por *links* com um breve comentário, um registro (*log*) destes *links*. Somente mais tarde estes *blogs* ficaram parecidos com diários pessoais. Jorn Barger, que cunhou o termo “*weblog*” em 1997, mantém até hoje o estilo original do meio em seu famoso blog *Robot Wisdom*.” (ORIHUELA, 2007, p. 2).

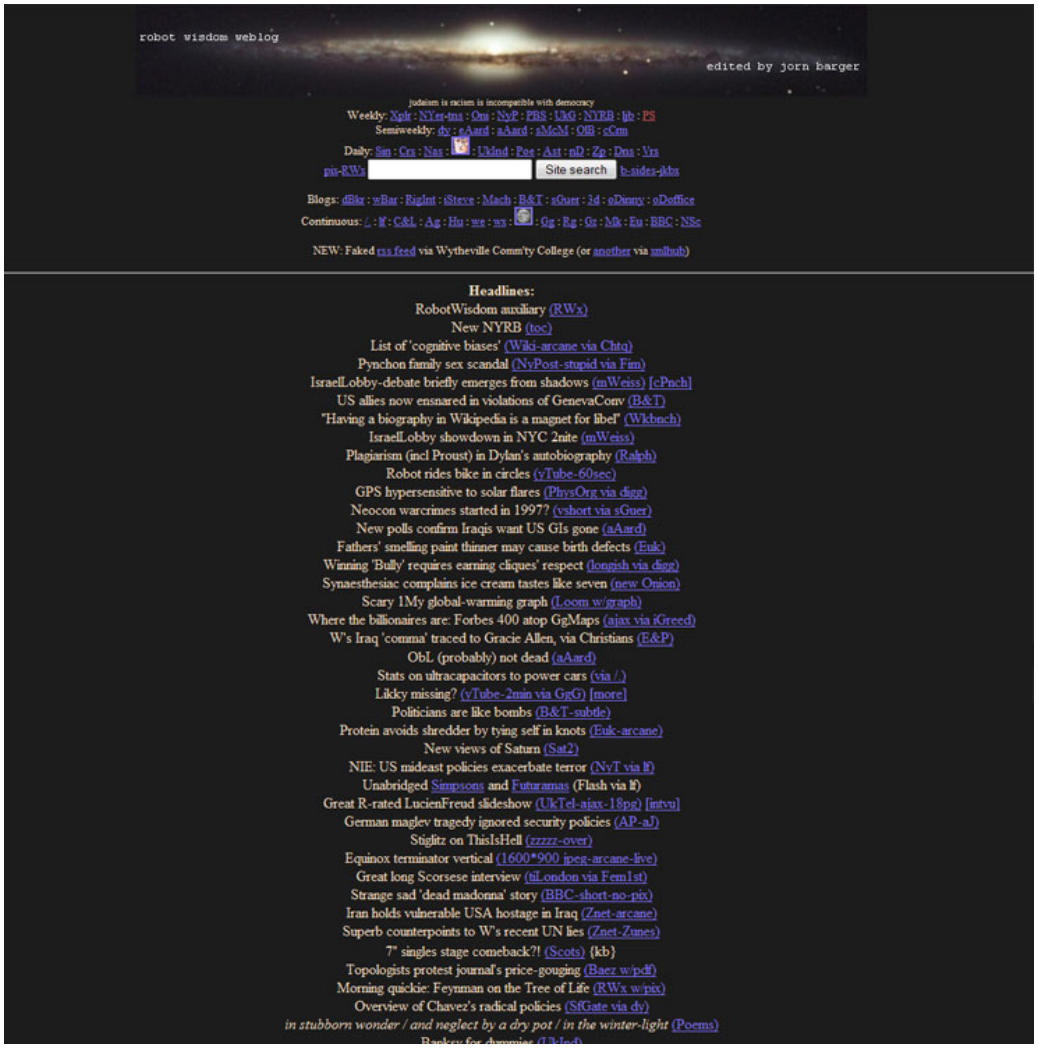


Figura 1. 2 – *Weblog Robot Wisdom*

Fonte: *Robot Wisdom*. Disponível em: < http://www.robotwisdom.com/>.

Merholz (1999) abreviou a expressão *weblog* para *blog* ao se referir a ela como "*we blog*".

Segundo Blood (2000), em 1999 a página Jesse James Garret "*The Page of only weblogs*" registrava somente 23 *blogs*.

> [...] com o surgimento dos primeiros serviços de edição e publicação de *blogs Pitas*, em julho, e *Blogger* em agosto, fez o panorama do meio mudar, o que contribuiu para sua popularização. Os *blogs* do tipo "filtro" tornaram-se minoria diante dos "diários pessoais", e a pequena família de blogueiros, pioneiros e idealistas, converteu-se aos poucos em uma gigantesca comunidade. (ORIHUELA, 2007)

Antúnez (2007) relata que em 1999 equipes de designers, programadores e arquitetos de informação norte-americanos reuniram-se para dar fim aos *blogs* administrados artesanalmente com editores como o *Dreamweaver* e *Front Page*. Foi neste ano que surgiram os primeiros serviços específicos para *blogs* baseados na fórmula dois em um: *CMS*[4] e hospedagem gratuita.

> Desde esse instante, qualquer pessoa que saiba ligar um computador, escrever um texto e navegar pela internet pode criar um *blog*. Ou seja, administrar um site a partir de um painel de controle *on-line* que gerencie processos automatizados sem a tediosa dependência de enviar atualizações da equipe local para o servidor. (ANTÚNEZ, 2007)

Segundo Antúnez (2007) os três primeiros sistemas para *blogs* (cms+hospedagem gratuita) foram o *LiveJorurnal, Pitas* e *Blogger*, seguidos pelos *Movable Type*, *Typepad* e *Wordpress*.

Antúnez (2007) reforça que a gratuidade destes serviços de hospedagem de blogs foi um dos fatores determinantes para a rápida difusão dos *blogs*, multiplicando em apenas alguns meses o número de *blogs* existentes.

Sobre o número de *blogs* existentes, Oliveira (2002 apud KOMESU, 2004) No Brasil, estimativa divulgada pela grande imprensa em agosto de 2002 apontava para a cifra de 170.000 escreventes de *blogs*, considerando-se apenas os usuários que têm seus arquivos hospedados em dois *sites* brasileiros que oferecem o serviço.

Cashel (2002 apud KOMESU, 2004) afirma que em entrevista veiculada pela internet, Williams, um dos criadores do *Blogger*, afirmou que a cada dia há a inscrição média de dois mil novos usuários. No mundo todo, acredita-se que já exista um milhão de escreventes de *blogs*.

---

[4] Um *Content Management System* (sistema de gerenciamento de conteúdo), popularmente conhecido pela sigla *CMS*, é a ferramenta que permite ao usuário gerar de maneira dinâmica os elementos que fazem parte de um site, desde a criação de paginas, a redação, o design e os arquivos até as licenças. (ANTÚNEZ, 2007 p. 22)

1.3 PRINCIPAIS PLATAFORMAS DE *BLOGS*

Em 2007 o site CNN Fortune divulgou um ranking das plataformas *blogs* mais utilizadas naquele ano. O critério utilizado para o ranking foi apenas *blogs* hospedados em serviços americanos gratuitos, como *Blogger*, *Wordpress.org*, *Joomla*, *Drupal*, etc.

O resultado obtido foi:

Site	Oct-06	Oct-07	Percent Change
Blogger	21,572	34,104	58%
WordPress.com	2,104	11,440	444%
Six Apart TypePad	8,813	10,601	20%
tmz.com	7,107	7,805	10%
LiveJournal	3,366	4,260	27%
Xanga.com	4,760	2,741	-42%
Thatsfit	534*	2,613	389%
Gizmodo	941*	2,135	127%
Autoblog	920	1,949	112%
StyleDash	1,319	1,947	48%

Tabela 1.3 - Ranking das plataformas blogs mais utilizadas em 2007

Fonte: CNN Fortune. Disponível em: < http://tech.fortune.cnn.com/2007/11/15/nielsen-facebook-growth-outpaces-myspace/>

Optou-se pesquisar o *Blogger* e o *WordPress* por se tratar das plataformas mais comuns no mundo e também fazer um estudo mais aprofundado da plataforma *Wordpress* por ser a que mais cresce em número de usuários.

1.4 BLOGGER X WORDPRESS

Júnior (2009) afirma que o *Blogger* e o *WordPress* são as duas principais potências mundiais quando o assunto é disponibilizar plataformas *blog.* São plataformas feitas para blogueiros com perfis distintos.

Conforme o mesmo autor, o *Blogger* (extensão blogspot.com) é ligado ao *Google* e por isso tem crescido rapidamente. Algumas funções adicionadas ao painel do *Blogger* fazem com que ele se destaque frente a seus concorrentes como:

> Recurso AdSense: permite a inserção de anúncios publicitários de maneira fácil e rápida.
>
> Eficiente sistema de *cache*[5]*que otimiza a performance.*
>
> Os temas padrões são facilmente editáveis com um conhecimento mínimo de *HTML*.
>
> Facilidade de manutenção

Ainda segundo Júnior (2009), os *blogs* do *WordPress* possuem vantagens como:

> Anti-spam
>
> Sistema próprio de estatísticas
>
> Blogs mais elegantes
>
> Usuários são, normalmente, mais qualificados
>
> Maior variedade de ferramentas

---

[5] Cache refere-se a um espaço para o armazenamento de dados que têm boa probabilidade de serem utilizados futuramente. Ele está presente em softwares diversos, placas-mãe, discos rígidos e vários outros dispositivos que necessitem dessa função. (Baixaki. Disponível em: < http://www.baixaki.com.br/info/201-o-que-e-cache-.htm/>)

Baroni (2010), em seu conceituado *blog Infomacross*, faz uma abordagem dos prós e contras de cada uma dessas plataformas:

> ***Blogger***
>
> Os Prós
>
> Grátis: pode em 5 minutos já ter um blog no ar, sem pagar nada;
>
> Configurações rápidas: não há muito que configurar o que torna essa etapa muito rápida;
>
> Fácil de usar: basta preencher os campos e publicar;
>
> Atualizações automáticas: uma preocupação a menos;
>
> Mecanismos de buscas: pelo fato de ser uma plataforma fornecida pelo Google, a indexação é mais rápida;
>
> Templates: fáceis de trocar;
>
> Os Contras
>
> Poucas configurações: apenas as que podem ser feitas online, e muitas vezes não são suficientes;
>
> Design: não tem total liberdade para adaptar templates;
>
> Não é seu: nem o *blog*, nem o domínio;
>
> Corre o risco de o serviço acabar: quem disse que o Google não pode acabar com o *Blogger* ou torná-lo pago de uma hora para outra?
>
> Comentários: às vezes é complicado para os leitores comentarem não só por utilizar Captcha[6], mas também por que muitos *bloggers* não disponibilizam a opção Nome/URL para os comentadores;

[6] CAPTCHA, acrônimo de "Completely Automated Public Turing test to tell Computers and Humans Apart", ou, traduzido, "Teste de Turing Público completamente automatizado para diferenciar entre computadores e humanos". Sua finalidade, como o nome sugere, é gerar imagens distorcidas, com

Domínio: você não escolhe, será sempre. blogspot.com, (a não ser que já tenha um domínio próprio) nada profissional;

WordPress

Os Prós

Controle total: entendendo um pouco da parte técnica e *web design*, tem controle total sobre todos os aspectos de seu *blog*;

Milhares de templates: existem muitos templates *free* e também pagos para todos os gostos de tipos de *blogs*, basta tirar um tempo para escolher. A instalação é muito simples e também é possível adaptar cada template da maneira que corresponda a suas necessidades e gostos;

Muito flexível: com milhares de *plugins* grátis para baixar é possível fazer tudo o que imaginar, a instalação dos *plugins* é extremamente fácil;

Posts e comentários: fácil de criar novos *posts*, agendamento de artigos, fácil de responder aos comentários. Para os leitores é simples comentar;

É seu: o banco de dados, e o *blog* em si são seus, de mais ninguém;

Domínio: você escolhe o seu;

Os Contras

Instalação: é necessário instalar a plataforma em seu servidor, se não tem muito conhecimento pode ser um pouco complicado;

Configurações: necessita algumas configurações que requerem um pouco mais de conhecimento;

---

base em um algoritmo previamente estabelecido, de forma que só o ser humano seja capaz de entender.

Com o uso de CAPTCHA, busca-se garantir que as finalizações dos processos sejam efetuadas por seres humanos. Sejam conclusões de compras, preenchimentos de cadastros ou envios de comentários. (Atheniense, 2008. Disponível em: <http://www.dnt.adv.br/noticias/informatica-juridica/voce-sabe-o-que-e-captcha/>)

Custos: é preciso um domínio próprio e hospedagem;

Atualizações: precisam ser feitas manualmente, apesar de o WP avisar quando tem novas atualizações e se você quiser elas podem ser feitas automaticamente; (BARONI, 2010).

O site Dicas *Blogger* (2010) possui um quadro comparativo entre *WordPress.com, WordPress.org* e *Blogger* onde são listadas as principais ferramentas das plataformas.

Algumas opções:	**WordPress.org**	**WordPress.com**	**Blogger**
Instalação de novas ferramentas (ou plugins[7])	**X**	**-**	**-**
Instalação de templates[8] e personalização.	**X**	**-**	**X**
Personalização dos links das postagens, tags[9] e categorias.	**X**	**-**	**-**
Moderação e edição de comentários	**X**	**X**	**-**
Utilização de domínio próprio (sem pagar hospedagem)	**-**	**X**	**X**
Criação de páginas estáticas	**X**	**X**	**X**

[7] *Plugins* são pequenas aplicações que se instalam com o objetivo de fornecer determinadas funcionalidades específicas a uma aplicação existente. (Dicas para Blogs. Disponível em: <http://www.dicasparablogs.com/plugins-wordpress-passos-instalar/>).

[8] Templates são designs pré-definidos de apresentação do seu *blog*. Podem ter imagens ou não, diferem no tipo de estrutura (duas colunas, três colunas, etc) a na distribuição dos vários campos, embora todos tenham as mesmas funcionalidades. São ampla e facilmente personalizáveis, pelo que podem servir como base para um *blog* único e original. (Sapo.pt. Disponível em: < http://ajuda.sapo.pt/faq.html?faq_id=5293/>)

[9] *Tag* é uma palavra-chave ou termo relevante que associa o seu conteúdo a uma informação qualquer. Elas podem ser usadas em vídeos, fotos, textos ou qualquer outro conteúdo que possa ser agrupado através dos termos usados. (Rostev, 2010. Disponível em: < http://blog.rostev.com/2010/04/tag.html/>)

Possibilidade de publicar por e-mail	**X**	**X**	**X**
Exibição de avatar nos comentários	**X**	**X**	**X**
Adicionar novos usuários como leitores, administradores, etc...	**X**	**X**	**X**
Bloqueando acesso dos buscadores por um clique	**X**	**X**	**X**
Fazer backups facilmente	**X**	**X**	**X**

Quadro 1.4.1 – Comparativo entre Blogger, WordPress.com, WordPress.org

Fonte: Dicas Blogger. Disponível em:< http://www.dicasblogger.com.br/2010/02/diferencas-entre-blogger-e-wordpress.html/>

Segundo Aka (2009), o *Wordpress* possui algumas vantagens como:

Open Source - Sendo *Open Source*, pessoas do mundo inteiro podem contribuir para melhorar o software.

Extremamente flexível - Ele se adapta às necessidades do cliente facilmente, existe um *plugin* pra praticamente qualquer coisa que você precise.

Possui documentação completa – É incrível o quão completa é a documentação do WordPress que você encontra no site oficial da ferramenta.

Frequentes atualizações e correção de bugs – A equipe que o desenvolveu promete atualizações pelo menos 3-4 vezes por ano.

Forte em SEO - Já vem com várias funcionalidades focadas em SEO.

Gerenciador de *Pings*[10] e *Trackbacks*[11] no seu site - Integrar isso ao seu *site* não deve ser nada fácil.

---

[10] *Pingback :* Método que permite ao blogueiro de ser informado, automaticamente, quando um link é feito direcionado para seu blog. Cabral. Disponível em: <http://www.leocabral.com/wordpress/diferencas-entre-trackback-e-pingback/>

Milhares de temas - Possui tema gratuito pra tudo: blogs, *sites* corporativos, *sites de e-commerce*, galerias de melhores *sites*, *youtube-like, twitter-like* etc.

Milhares de *Plugins* - Quase tudo que você pode vir a precisar, alguém já desenvolveu antes e disponibiliza gratuitamente em forma de *plugin.*

Comunidade super ativa - O que reflete em metade das vantagens que citei acima.

---

[11] *Trackback* - Faz basicamente a mesma coisa que o *trackback*, porém as informações enviadas são mais limitadas (geralmente é enviado somente endereço do blog e do post onde se encontra o link) e não é enviado o resumo do post em forma de comentários. Cabral. Disponível em: <http://www.leocabral.com/wordpress/diferencas-entre-trackback-e-pingback/>

2. BLOGGER

Segundo Antúnez (2007) em 1999 a empresa de software *Pyra Labs* criou um *blog* interno para gerenciar as atividades do dia-a-dia da empresa. O código seria a base para a criação do *Blogger,* disponibilizado ao público em agosto do mesmo ano.

Conforme o mesmo autor são considerados os criadores do *Blogger*: Evan Williams, Mega Hourihan, Paul Baush (fundadores do Pyra Labs) e Matthew Haughey.

Figura 2.1- Aspecto da página inicial do *Blogger* em 12 de outubro de 1999

Fonte: Archive.com. Disponível em:<http://web.archive.org/web/19991012022531/http://blogger.com/>.

A simplicidade das telas iniciais também foi fundamental para a popularização, já que estas apresentavam um aspecto muito característico que contribuiu de maneira significativa para a rápida difusão dos *blogs*. (ANTÚNEZ, 2007 p.27)

O desenvolvimento bem-sucedido do *Blogger* causava interrupções frequentes no servidor, que só foram resolvidas quando o Google contribuiu com sua infraestrutura. (ANTÚNEZ, 2007 p.27)

Dentre as várias inovações que o blogger trouxe para os *blogs* em 2004, Antúnez (2007) enfatiza a implantação do requisitado sistema de comentários, o perfil público de cada autor e páginas individuais para os *posts*.

Figura 2.2- Aspecto da página inicial do *Blogger* em 2010.

Fonte: Blogger.com. Disponível em: <https://www.blogger.com/>.

Figura 2.3 – Blog do *Blogger*

Fonte: Correndo Mundo. Disponível em: <www.correndomundo.blogspot.com/>

3. WORDPRESS

Em 2003, surgiu o *WordPress*, como um *fork*[12] do *b2/cafelog*, outro sistema para criação de *blogs* existente na época (hoje extinto). (RIBEIRO, 2009 p. 12).

Segundo Antúnez (2007) o *WordPress* foi criado pelos texanos Matthew Mullenweg e Ryan Boren e o nome *WordPress* foi idealizado por Cristine Selleck, amiga de Mullenger.

> O *WordPress* é uma plataforma semântica de vanguarda para publicação pessoal, com foco na estética, nos Padrões *Web* e na usabilidade. O *WordPress* é ao mesmo tempo um software livre e gratuito. Em outras palavras, o *WordPress* é o que você usa quando você quer trabalhar e não lutar com seu *software* de publicação de *blogs* (WORDPRESS.ORG).

Conforme a mesma fonte, o *Wordpress* é licenciado sob GPL[13] e para sua plataforma são requeridos PHP[14] e MYSQL[15].

---

[12] Em desenvolvimento de software, um *fork* é uma adaptação feita a um software que já existe a partir de seu código-fonte original, gerando, assim, um novo sistema. O código-fonte precisa estar disponível e sua licença de uso deve permitir a criação de trabalhos derivados.(RIBEIRO, 2009)

[13] Segundo a *Free Software Foundation*, GPL, significa *General Public License* ou Licença Pública Geral. Esta licença serve para proteger o seu código quando ele for lançado para o público. A licença GPL permite que o autor do código distribua livremente seu código, sendo assim outras pessoas podem pegar este código modificá-lo conforme as suas necessidades tendo apenas como exigência que o código modificado seja lançado também sob licença GPL e que mantenha o código aberto. (*Free Software Foundation*. Disponível em:
< http://www.gnu.org/licenses/gpl-faq.pt-br.html#WhatDoesGPLStandFor/>)

[14] PHP, que significa "*PHP: Hypertext Preprocessor*", é uma linguagem de programação de ampla utilização, interpretada, que é especialmente interessante para desenvolvimento para a *Web* e pode ser mesclada dentro do código HTML. A sintaxe da linguagem lembra C, Java e Perl, e é fácil de

Segundo Ribeiro (2009) até 2004 o *WordPress* era a segunda plataforma de blogs em número de usuários, perdendo somente para o *Movable Type*. A partir de 2004 o *WordPress* ganhou adeptos pelo mundo todo, com muitos usuários e muitos desenvolvedores contribuindo para a melhoria do sistema e rapidamente passou para o primeiro lugar em número de usuários.

> Hoje em dia existem muitos sistemas como esses, mas os mais usados ainda são *WordPress* e *Movable Type* (nesta ordem). Ambos oferecem versões hospedadas, ou seja, que são hospedadas nos próprios servidores do *WordPress* ou *Movable Type*, assim como funcionam outros sistemas como o *Blogger*. Esses dois sistemas se tornaram os mais conhecidos pela sua facilidade de uso e alta possibilidade de customização. (RIBEIRO, 2009 p. 12).

3.1 WORDPRESS.COM E WORDPRESS.ORG NÃO SÃO A MESMA COISA

Conforme o Suporte do *WordPress.org*:

> ***WordPress.org*** é o site de desenvolvimento do *WordPress* (a ferramenta para criar *blogs*), onde você pode fazer o *download* do *software* para hospedar no seu próprio ISP/hospedagem[16], e no qual pode utilizar todos os

---

aprender. O objetivo principal da linguagem é permitir a desenvolvedores escreverem páginas que serão geradas dinamicamente rapidamente, mas você pode fazer muito mais do que isso com PHP. (Manual do PHP. Disponível em: <http://www.php.net/manual/pt_BR/preface.php/>)

[15] O MySQL é um sistema de gerenciamento de banco de dados (SGBD), que utiliza a linguagem SQL (Linguagem de Consulta Estruturada, do inglês Structured Query Language) como interface. É atualmente um dos bancos de dados mais populares, com mais de 10 milhões de instalações pelo mundo.(Oficina da Net. Disponível em:<http://www.oficinadanet.com.br/artigo/2227/mysql_-_o_que_e >)

[16] Um ISP é uma empresa que fornece acesso à Internet, em geral, mediante o pagamento de uma taxa. As maneiras mais comuns de conectar-se com um ISP são usando uma linha telefônica (dial-up)

temas que quiser as extensões que quiser personalizar, alterar idiomas, modificar o código fonte e por aí a fora.

WordPress.com é bastante diferente. De propriedade da *Automattic*, oferece um serviço gratuito de hospedagem de *blogs* usando o mesmo *software*. Um usuário cria um endereço do tipo *omeublog.wordpress.com*, mas que inclui certas limitações como a de poder escolher apenas alguns temas, ou de incluir no rodapé o texto "Hospede seu blog com WordPress.com", e ainda de restringir a utilização de JavaScript[17], CSS[18] e FTP[19].

---

ou uma conexão de banda larga (cabo ou DSL). Muitos ISPs prestam serviços adicionais, por exemplo, contas de email, navegadores da Web e espaço para criar um site. (Microsoft.com. Disponível em: <http://windows.microsoft.com/pt-BR/windows-vista/What-is-an-Internet-Service-Provider-ISP/>)

[17] Linguagem de Script desenvolvida pela Netscape que complementa a linguagem HTML. (Glossário de termos usados na internet. Disponível em: <http://www.torque.com.br/internet/glossario.htm/>).

[18] As *folhas de estilos em cascata (CSS)* são um conjunto de regras de formatação que controlam a aparência do conteúdo em uma página da Web.[...] A CSS oferece excelente flexibilidade e controle sobre a aparência exata da página. Com a CSS, você pode controlar várias propriedades de texto, como fontes e tamanhos de fonte específicos; negrito, itálico, sublinhado e sombras de texto; cor de texto e cor de fundo; cor e sublinhado de link; e muito mais. Usando a CSS para controlar as fontes, você também pode garantir um tratamento mais consistente do layout e da aparência da página em vários navegadores. (Adobe. Disponível em: <http://help.adobe.com/pt_BR/Dreamweaver/10.0_Using/WScbb6b82af5544594822510a94ae8d65-7e30a.html/>)

[19] FTP (File Transfer Protocol) Protocolo para transferência de arquivos. O FTP pode ser utilizado para copiar arquivos da rede para o computador do usuário e vice versa. Os navegadores de www podem fazer transferências de FTP, mas existem clientes específicos para a tarefa. Os usuários devem informar no cliente de FTP o endereço do servidor. É preciso ter uma conta no servidor e informar nome de usuário (*username* ou apelido) e senha, a menos que se trate um servidor de FTP anônimo. (Glossário de termos usados na internet. Disponível em: <http://www.torque.com.br/internet/glossario.htm/>).

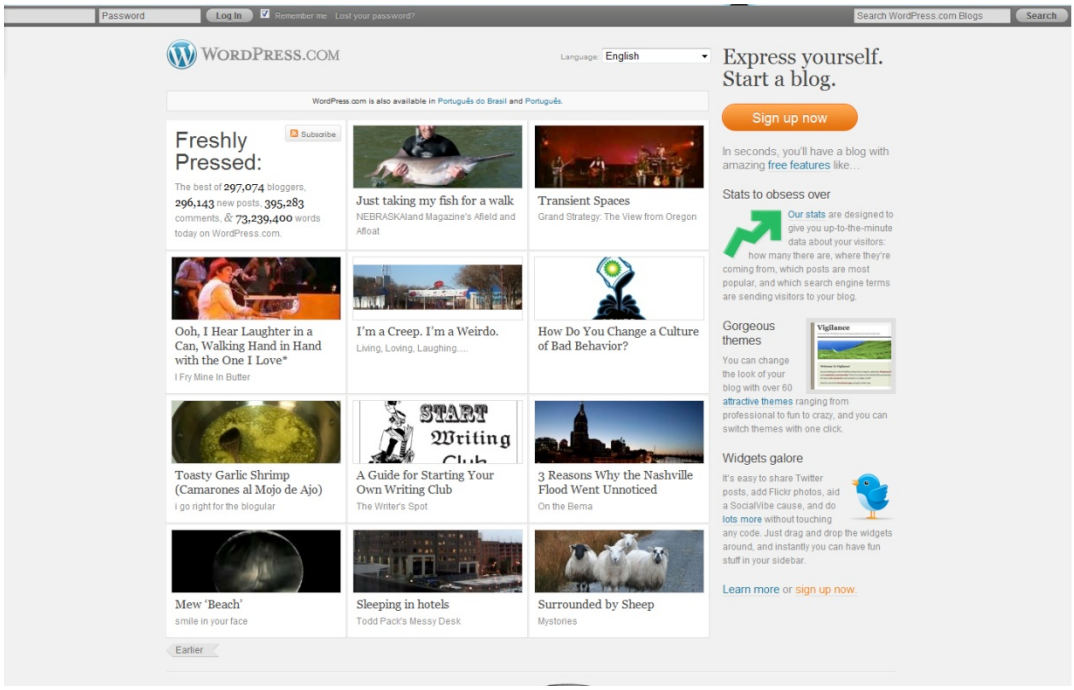


Figura 3.1 – WordPress.com

Fonte: WordPress.com Disponível em: <www.wordpress.com/>

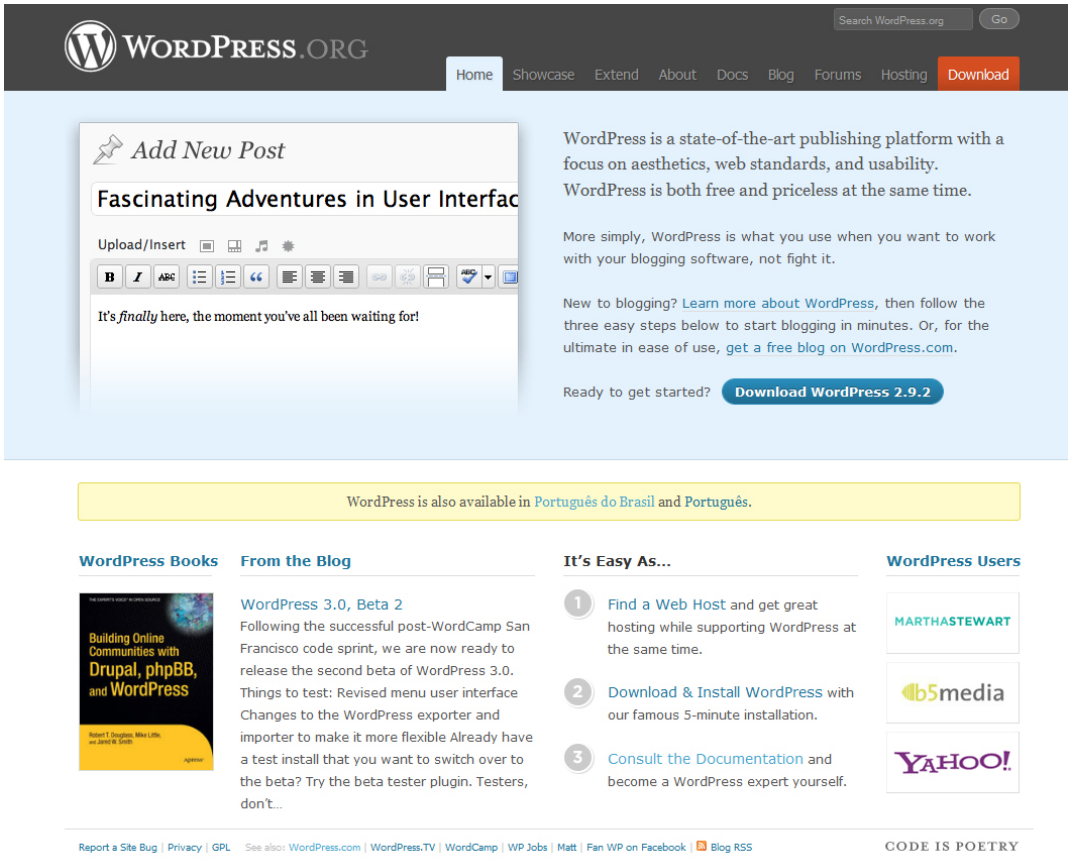


Figura 3.2 – Wordpress.org

Fonte: Wordpress.org Disponível em: <www.wordpress.org/>

3.2 TEMAS *WORDPRESS*

Segundo site *WordPress.org* (2010), os temas *WordPress* são, basicamente, a pele (*skin*) do seu *blog*, trocando os temas a superfície do seu *blog* é alterada sem modificar o software subjacente e nem o conteúdo do site.

O site WordPress.org (2010) cita que os temas são compostos por arquivos, chamados **arquivos de modelo**, que trabalham em conjunto para produzir a interface gráfica do *blog*.

Os temas podem incluir arquivos de modelos personalizados, arquivos de imagem (*.jpg, *.gif), folhas de estilos (*.css), páginas personalizadas, bem como de quaisquer arquivos de código necessários (*.php). (WORDPRESS.ORG, 2010)

> Os temas são um jogo totalmente novo. Vamos dizer que você escreve muito sobre o futebol e música. Através do uso inovador do *Loop WordPress* e arquivos de modelo, você pode personalizar suas postagens de forma diferente, de acordo com a categoria de tais postagens. Assim, suas postagens sobre futebol podem aparecer num fundo verde, e as postagens sobre música num fundo branco, por exemplo. Com este poderoso controle sobre como diferentes páginas e categorias aparecem em seu site, você só esta limitado pela sua imaginação. (WORDPRESS.ORG, 2010)

Sobre a história dos temas *WordPress* o site de desenvolvimento do *WordPress*, o *WordPress.org* (2010), cita que antes do advento dos temas o *WordPress* utilizava somente um arquivo, index.php,arquivos para exibir e submeter comentários e uma única folha de estilo para controlar a apresentação dos *posts*. As outras páginas como as categorias e a apresentação eram geradas passando parâmetros para a página index.php.

Hoje em dia o sistema de temas oferece duas características muito úteis.

> **Componentes Separados fisicamente**
>
> O novo modelo de sistema de arquivos modulares *WordPress* fornece um método para definir arquivos PHP separados para os diferentes componentes do seu site *WordPress*. Isso permite a criação de designs exclusivos e funcionalidade para muitas páginas especiais, tais como arquivos da categoria, os arquivos mensais, e as páginas de entrada individual.
>
> **Mudar *Layout* e Design rapidamente**
>
> Ela permite que os usuários (com permissões apropriadas) mudem rapidamente o *layout* de todo o site fazendo o upload de um novo tema e, simplesmente, ativando o tema no painel de administração.
>
> O antigo método de geração de páginas continuará a funcionar. Se você estiver atualizando a partir v1.2 ou v1.2.1 ou v1.2.2, você pode continuar usando seu projeto existente. Mantendo a sua concepção mais antiga não vai impedi-lo de adicionar temas adicionais e facilmente alternar entre esses projetos. (WORDPRESS.ORG, 2010)

Segundo o site especializado em temas para *WordPress Themes Preview* (2010), os temas são divididos em: temas de uma coluna, duas colunas, três colunas e magazine.

Temas de **uma coluna** são temas onde os posts, menu, rodapé e topo estão localizados na mesma coluna.

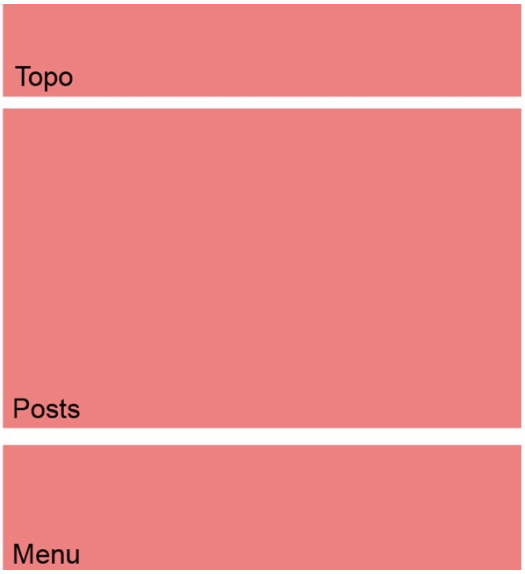


Figura 3.2.1 – Grid de temas de uma coluna

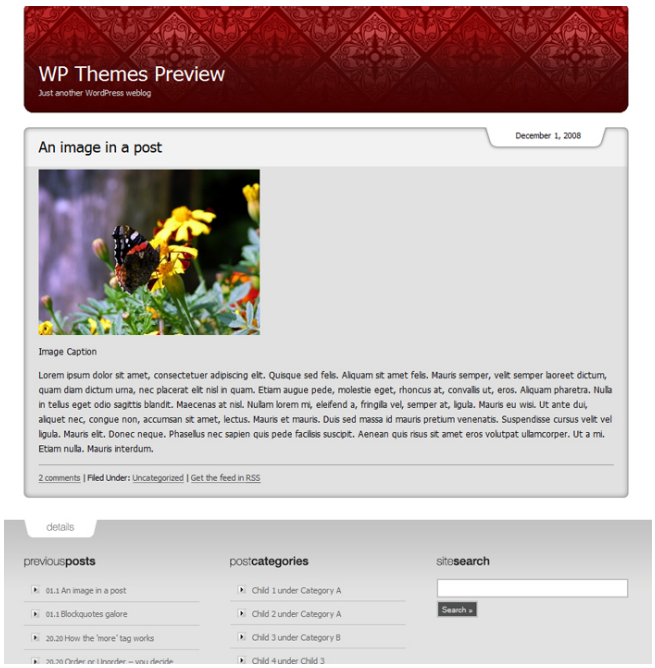


Figura 3.2.2 – Exemplo de tema de uma coluna

Fonte: Themes Preview. Disponível em: < http://www.themespreview.com/>

Temas de **duas colunas** são temas onde os *posts*, menu, rodapé e topo estão localizados em duas colunas.

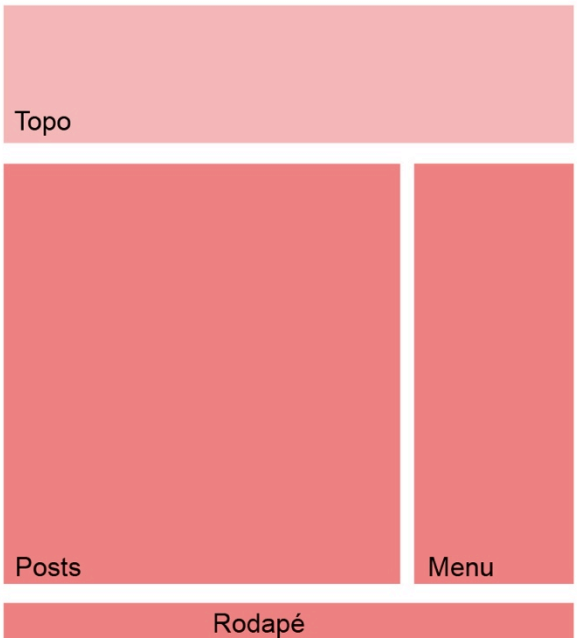


Figura 3.2.3 – Grid de temas de duas colunas

Figura 3.2.4 – Exemplo de temas de duas colunas

Fonte: Design Feevale Weblog. Disponível em: < http://designfeevale.wordpress.com/>

Temas de **três colunas** são temas onde os *posts*, menu, rodapé e topo estão localizados em três colunas.

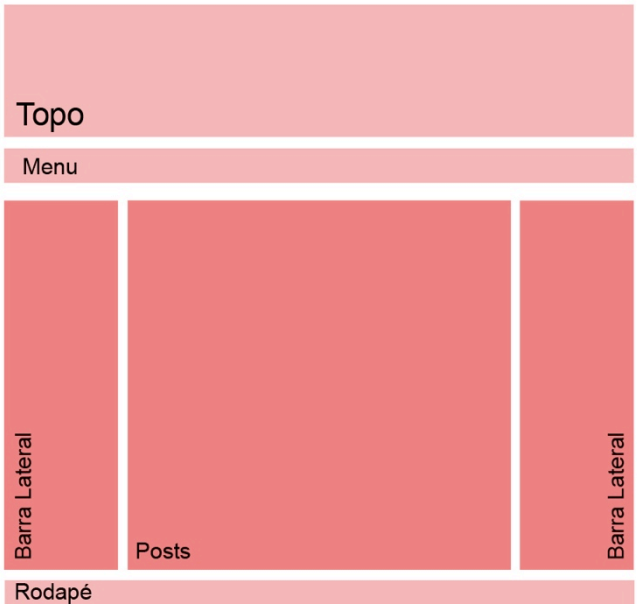


Figura 3.2.5 – Grid de temas de três colunas

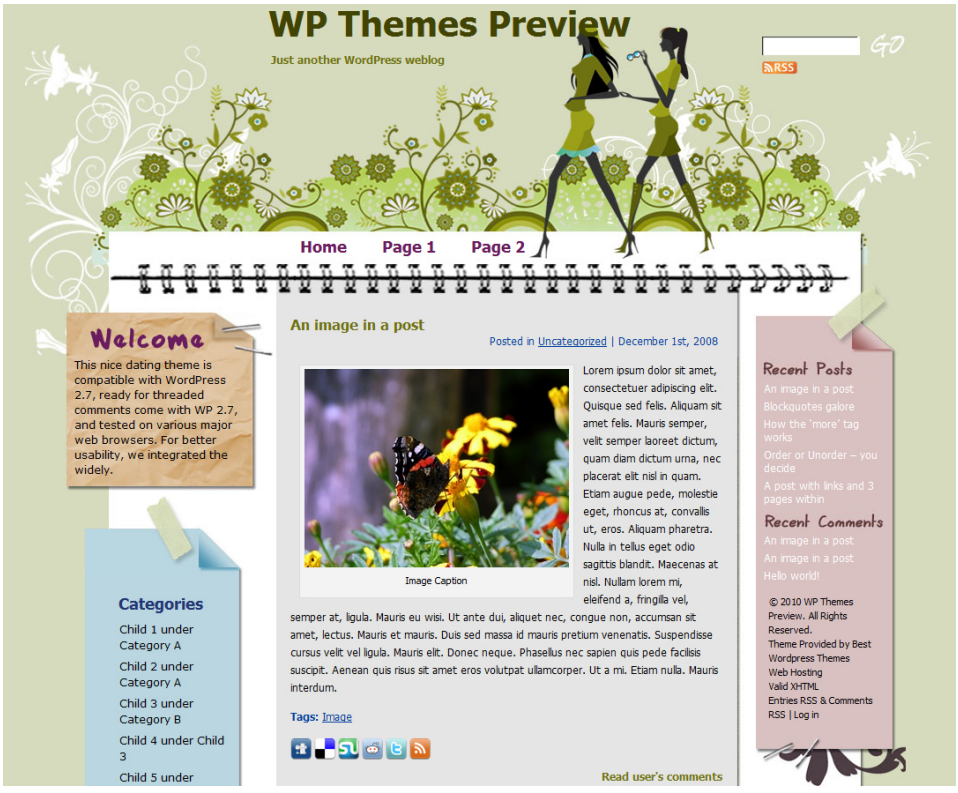


Figura 3.2.6 – Exemplo de temas de três colunas

Fonte: Themes Preview. Disponível em: < http://www.themespreview.com/>

Temas estilo **Magazine** são temas onde se podem usar fotos e chamadas para os posts na página inicial. Este tema é amplamente utilizado por blogs mais profissionais.

Figura 3.2.6 – Exemplo de temas magazine

Fonte: Poa Show. Disponível em: < http://www.poashow.com.br/>

3.2.1 HIERARQUIA DOS TEMAS *WORDPRESS*

De acordo com o site *Wordpress.org*, os arquivos de modelo se encaixam para gerar as páginas de um site. Alguns modelos são utilizados em todas as páginas da *web*, como cabeçalho e rodapé, outros somente em condições específicas.

> O *WordPress* utiliza o *Query String* - Informações contidas no interior de cada *link* em seu site - para decidir qual o modelo ou conjunto de modelos serão utilizados para exibir a página.
>
> Primeiro, o *WordPress* parti da cadeia de consulta para todos os tipos de consulta - ou seja, ele decide que tipo de página (uma página de busca, uma página da categoria, a *home page*, etc) está sendo solicitado.
>
> Os modelos são então escolhidos - e o conteúdo da página *web* é gerada - na ordem sugerida pela hierarquia Template *WordPress*, dependendo do que modelos estão disponíveis num determinado Tema *WordPress.* (WORDPRESS.ORG, 2010)

3.3 PLUGINS WORDPRESS

Plugins são ferramentas para estender a funcionalidade do *WordPress. Plugins* oferecem funções personalizadas e funcionalidades para que cada usuário possa personalizar seu site segundo suas necessidades específicas. (WORDPRESS.ORG, 2010)

> *Plugins* estendem a funcionalidade do *WordPress*. A maioria dos usuários do *WordPress* não necessitam de *plugins*, ou necessitam de apenas alguns, como lidar com spam. *Plugins* de comentários ou postagens, de anúncios personalizados e outros. Outros usuários desfrutam das variadas opções de *Plugins* disponíveis, como previsões meteorológicas, afixar contagens das palavras, sistemas de classificação, e muito mais. A escolha de *Plugins* é

> vasta, e escolhida com base nas necessidades do usuário, eles não são incorporados ao núcleo do *WordPress. Plugins WordPress* são projetados por voluntários e são geralmente gratuitos para o público. (WORDPRESS.ORG, 2010)

No diretório do *WordPress.org* existem mais de nove mil *plugins* para as mais variadas necessidades. Alguns exemplos de *plugins* deste diretório são:

***Theme Test Drive* -** Este permite testar/experimentar determinado tema no *blog*, enquanto os visitantes continuam a navegar perfeitamente no tema atual.

***Cforms* -** *Plugin* para criar e gerenciar formulários.

Social Vibe - *Plugin* que permite, com um *widget*[20] na barra lateral, que os visitantes colaborem com uma causa social escolhida por você, realizando tarefas e assistindo a propagandas de determinado patrocinador, também de sua escolha. Quem paga, efetivamente, é o patrocinador, colaborando com a entidade ou causa escolhida por você.

***Global Translator* -** Traduz automaticamente o *blog* para até 41 idiomas – você pode escolher em quais idiomas deseja a tradução. O mecanismo de tradução pode ser escolhido entre: *Google Translator, Babel Fish* e outros.

***Twitter Widget Pro* -** Um *widget* que mostra mensagens do *twitter*, com filtros por @*username* e #*hashtag*.

---

[20] *WordPress Widgets (WPW)* é como um *plugin,* mas concebido para proporcionar uma maneira simples de organizar os vários elementos do seu conteúdo da barra lateral (conhecido como "*widgets*") sem ter que mudar todo o código. (WORDPRESS.ORG. Disponível em: <www.wordpress.org/>)

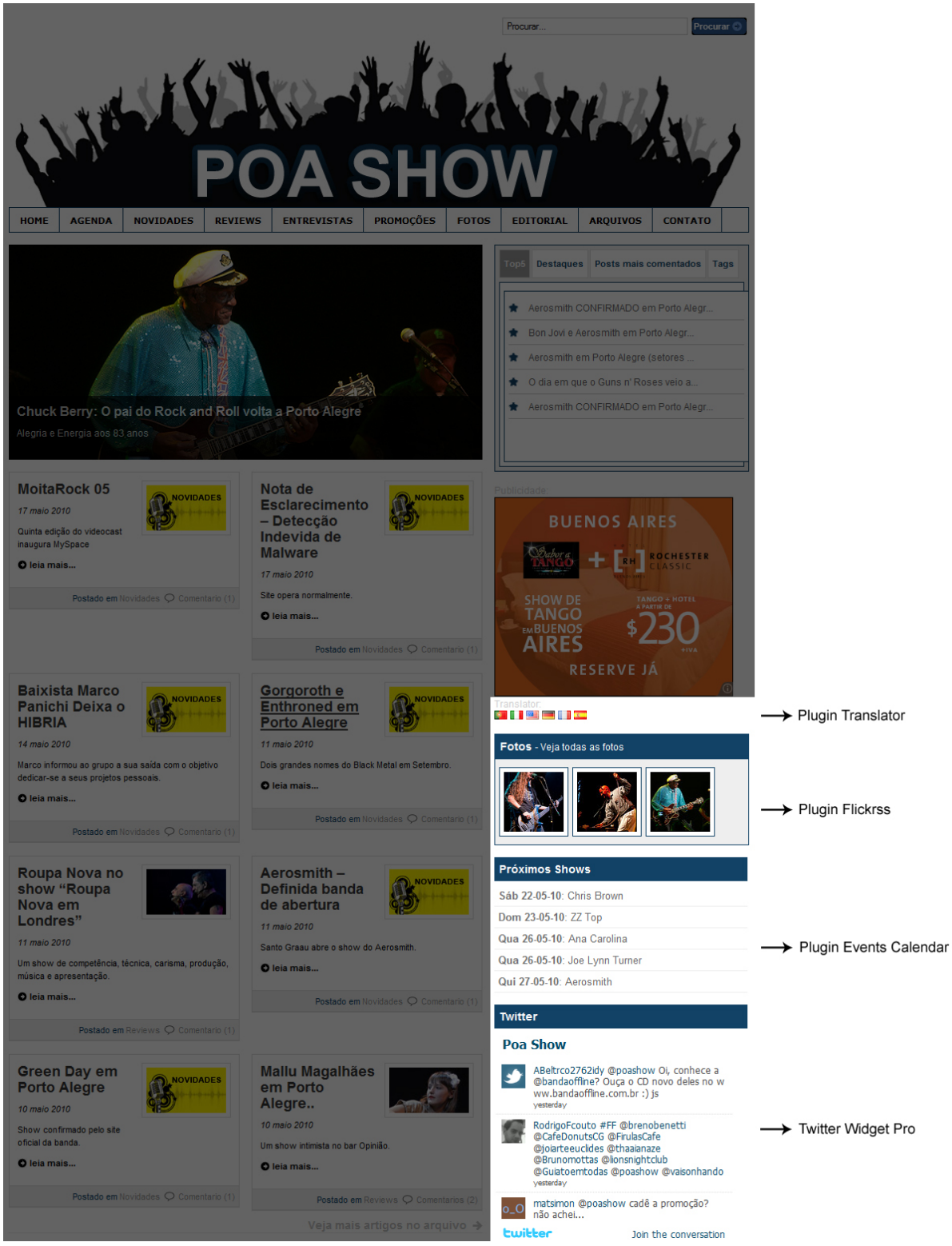


Figura 3.2.7 – Exemplo de uso de plugins

Fonte: Poa Show. Disponível em: < http://www.poashow.com.br/>

4. O BLOG DA PROFESSORA REGINA HEIDRICH

O passo inicial do projeto foi conversar com a professora Regina Heidrich. Esta conversa teve como objetivo esclarecer os motivos da criação do blog, identificar as necessidades, público alvo e conhecer como ela administra as informações que são postadas. Para esta entrevista foi criado um roteiro que pode ser visto no ANEXO D.

A professora Regina tem um projeto de pesquisa intitulado Design Inclusivo Utilizando as TIC´S (Tecnologias de Informação e Comunicação) Aplicadas à Educação. O projeto estuda e desenvolve tecnologias assistivas[21], softwares e hardwares voltados a pessoas com deficiência.

Segundo a professora Regina o blog foi criado a partir da necessidade de responder perguntas de professores e pais que chegavam até ela através do Orkut e e-mail.

O blog da professora Regina Heidrich "Inclusão Utilizando as Tecnologias de Informação e Comunicação - TIC´s", como ela mesma descreve, é um blog que discute experiências sobre inclusão, tecnologias, design, ergonomia, ergonomia cognitiva, comunicação alternativa, objetos de aprendizagens e ensino a distância.

Com o crescimento da popularidade do *twitter*[22] as atualizações do blog não são tão frequentes.

---

[21] Tecnologia Assistiva é um termo ainda novo, utilizado para identificar todo o arsenal de recursos e serviços que contribuem para proporcionar ou ampliar habilidades funcionais de pessoas com deficiência e consequentemente promover vida Independente e Inclusão. (ASSISTIVA. Disponível em: < http://www.assistiva.com.br/>)

[22] Rede social baseada em mensagens instantâneas curtas, de até 140 letras, foi o primeiro site a popularizar o conceito de 'microblogging'. A idéia inicial do Twitter era permitir que os usuários informassem, de maneira rápida, o que estavam fazendo no momento em que navegavam pela internet. Atualmente, a ferramenta é usada também para coberturas jornalísticas em tempo real. Disponível em: < http://g1.globo.com/Noticias/0,,MUL394846-15524,00-O+QUE+E+TWITTER.html>

Quando questionada sobre o números de acessos diários do blog a autora, desconhece estes dados por não utilizar nenhum tipo de ferramenta de controle de tráfego em seu blog.

4.1 ANÁLISE DO *BLOG* DA PROFESORA REGINA

Título do *blog*: Inclusão Utilizando as Tecnologias de Informação e Comunicação - TIC´s

Descrição: "Este é um *blog* que pretende discutir e trocar experiências sobre inclusão, tecnologias assistivas, design, ergonomia, ergonomia cognitiva, comunicação alternativa, objetos de aprendizagens, ensino a distância... enfim questões relativas a educação em todos os níveis."

Endereço: http://www.inclusodepneesnaescola.blogspot.com/

Plataforma: Blogger

Tipo de *blog*: *blog* de conteúdo

Tema: Janela de Imagem (fornecido pelo Blogger)

Figura 4.1.1 Primeira página do blog da Professora Regina Heidrich

Fonte: Inclusão Utilizando as Tecnologias de Informação e Comunicação - TIC´s

Disponível em <http://www.inclusodepneesnaescola.blogspot.com/>

5. USABILIDADE

Ao se referir à importância da usabilidade na web Nielsen (2000), um dos consultores mais conhecidos no mundo se tratando de usabilidade, diz que:

“Na web a concorrência não se limita às outras empresas do seu setor. Com todos os outros milhões de sites existentes, você concorre pelo tempo e pela atenção do usuário.” (NIELSEN, 2000, p.11)

Ainda segundo Nielsen (2010), devido à grande quantidade de sites existentes e a facilidade com que se vai de um site para outro, os usuários tornaram-se impacientes. Se em aproximadamente um minuto não conseguirem utilizar um site concluem que este site não vale à pena e saem.

Para Cristofoli e Pereira (2005) a usabilidade começou a ser usada na década de 1980 pelas áreas de psicologia e ergonomia como substituto da expressão *userfriendly* (amigável).

Segundo o mesmo autor, a norma ISO[23] 9241 define usabilidade como:

> A medida pela qual um produto pode ser usado por usuários específicos para alcançar objetivos específicos com efetividade, eficiência e satisfação em um contexto de uso específico. (ISO 9241-11, 1998).

De acordo com Picard (citado por Cybis, 2003):

> Sistemas com boa usabilidade visam especificamente, impactar a tarefa no sentido da eficiência, eficácia, produtividade da

[23] A ISO é uma rede de organismos nacionais de normalização de 157 países* e a sua secretaria central é baseada em Genebra, na Suíça. O nome ISO, para evitar problemas de abreviações em diferentes línguas, vem da palavra “iso” em grego, que quer dizer igual. O nome oficial da organização é, na língua inglesa, "*International Organization for Standardization*". (ISO. Disponível em: < http://www.iso.org/iso/about.htm/>)

> interação. O usuário irá atingir plenamente seus objetivos com menos esforço e mais satisfação. (Picard, 2002)

A usabilidade para Dias (2003) é:

> [...] um fator também importante em Web Sites, uma vez que um sistema interativo é considerado eficaz quando possibilita que os usuários atinjam seus objetivos. A eficácia é a principal motivação que leva um usuário a utilizar um produto ou sistema. Se um sistema é fácil de usar, fácil de aprender e mesmo agradável ao usuário, mas não consegue atender a objetivos específicos de usuários específicos, ele não será usado, mesmo que seja oferecido gratuitamente. (DIAS, 2003, p. 28).

Nielsen (1993) destaca que a usabilidade é tradicionalmente associada a cinco atributos:

> **Ser fácil de aprender:** o sistema deve ter simples aprendizado para que o usuário possa rapidamente começar a trabalhar;
>
> **Ser eficiente na utilização:** o sistema deve ser eficiente para que assim que o usuário aprenda como utilizá-lo, possa alcançar altos níveis de produtividade.
>
> **Ser fácil de ser recordado:** o sistema deve ser fácil de ser lembrado, para que o usuário possa voltar a utilizá-lo depois de algum período inativo, sem ter que aprender tudo novamente.
>
> **Ter poucos erros:** a taxa de erros do sistema deve ser baixa, para que os usuários cometam poucas falhas durante a utilização e, mesmo que cometam erros, consigam facilmente recuperar o que foi perdido. Erros incorrigíveis não devem ocorrer.
>
> **Ser subjetivamente agradável:** o sistema deve ser agradável de ser usado, para que os usuários fiquem satisfeitos ao utilizá-lo. Eles devem gostar dele. (NIELSEN, apud MEMÓRIA, 2005, p. 6-7)

Para Dias (2007) a usabilidade depende de quem está usando este sistema, podendo ser considerado excelente para alguns e inaceitável para outros. Depende também das tarefas que estes usuários realizam com o sistema e do ambiente físico onde este sistema é utilizado.

> Portanto, a usabilidade é uma qualidade de uso de um sistema, diretamente associada ao seu contexto operacional e aos diferentes tipos de usuários, tarefas, ambientes físicos e organizacionais. Pode-se dizer, então, que qualquer alteração em um aspecto relevante do contexto de uso é capaz de alterar a usabilidade de um sistema. (DIAS, 2007, p. 28)

"Ter uma má usabilidade é como ter uma loja que fica no décimo - sétimo andar de um prédio (e, portanto, ninguém consegue achá-la)" (NIELSEN, 2000, p.14)

> As metas de usabilidade estão preocupadas com preencher critérios específicos de usabilidade (p. ex: eficiência), e as metas decorrentes da experiência do usuário, com explicar a qualidade da experiência desta (p.ex: ser esteticamente agradável) (PREECE; ROGERS; SHARP, 2005: 35).
>
> Com o objetivo atingir estas metas e, consequentemente, evitar os problemas de usabilidade, muitos autores criaram um conjunto de diretrizes e orientações baseado em boas práticas de *design*, mais conhecidos pelo termo " Heurística" (REIS, 2007).

Jakob Nielsen define 10 princípios gerais para o *design* de interfaces para usuários, conhecido como "As 10 Heurísticas de Nielsen":

1) Diálogos simples e naturais

• Deve-se apresentar exatamente a informação que o usuário precisa no momento, nem mais nem menos.

• A sequência da interação e o acesso aos objetos e operações devem ser compatíveis com o modo pelo qual o usuário realiza suas tarefas.

2) Falar a linguagem do usuário

• A terminologia deve ser baseada na linguagem do usuário e não

orientada ao sistema. As informações devem ser organizadas conforme o modelo mental do usuário.

3) Minimizar a sobrecarga de memória do usuário

• O sistema deve mostrar os elementos de diálogo e permitir que o usuário faça suas escolhas, sem a necessidade de lembrar um comando específico.

4) Consistência

• Um mesmo comando ou ação deve ter sempre o mesmo efeito.

• A mesma operação deve ser apresentada na mesma localização e deve ser formatada/apresentada da mesma maneira para facilitar o reconhecimento.

5) Feedback

• O sistema deve informar continuamente ao usuário sobre o que ele está fazendo.

• 10 segundos é o limite para manter a atenção do usuário focalizada no diálogo.

6) Saídas claramente marcadas

• O usuário controla o sistema, ele pode, a qualquer momento, abortar uma tarefa, ou desfazer uma operação e retornar ao estado anterior.

7) Atalhos

• Para usuários experientes executarem as operações mais rapidamente.

• Abreviações, teclas de função, duplo clique no mouse, função de volta em sistemas hipertexto.

• Atalhos também servem para recuperar informações que estão numa profundidade na árvore navegacional a partir da interface principal.

8) Boas mensagens de erro

• Linguagem clara e sem códigos.

• Devem ajudar o usuário a entender e resolver o problema.

• Não devem culpar ou intimidar o usuário.

9) Prevenir erros

• Evitar situações de erro.

• Conhecer as situações que mais provocam erros e modificar a interface para que estes erros não ocorram.

10) Ajuda e documentação

• O ideal é que um *software* seja tão fácil de usar (intuitivo) que não necessite de ajuda ou documentação.

Fleming (citado por MEMÓRIA, 2005) afirma que uma navegação que funciona possui as seguintes dez qualidades:

> 1) **Ser facilmente aprendido**: Se o usuário for obrigado a gastar tempo aprendendo como o website funciona, não terá energia para absorver o conteúdo do site. [...]
>
> **2) Ter consistência:** Quando se desenvolve um sistema de navegação que funciona, os usuários passam a se guiar por ele, orientando-se por elementos que se repetem. [...] Na prática, os menus e elementos de navegação devem ser os mesmos em todas as páginas, como o número de itens do menu e a ordem em que aparecem etc. [...]
>
> **3) Dar retorno:** Estamos condicionados a esperar reações as nossas ações. Quando apertamos um botão ou giramos o volume do som, obtemos sempre uma resposta. Na navegação web, a mesma coisa deve acontecer. [...]
>
> **4) Estar contextualizado:** A navegação deve estar aparente, com todos os links aparecendo, para que não seja preciso usar recursos do navegado ou tentativa e erro. Outra preocupação que se deve ter ao projetar a navegação é saber onde a tarefa termina, para que outras opções sejam oferecidas.

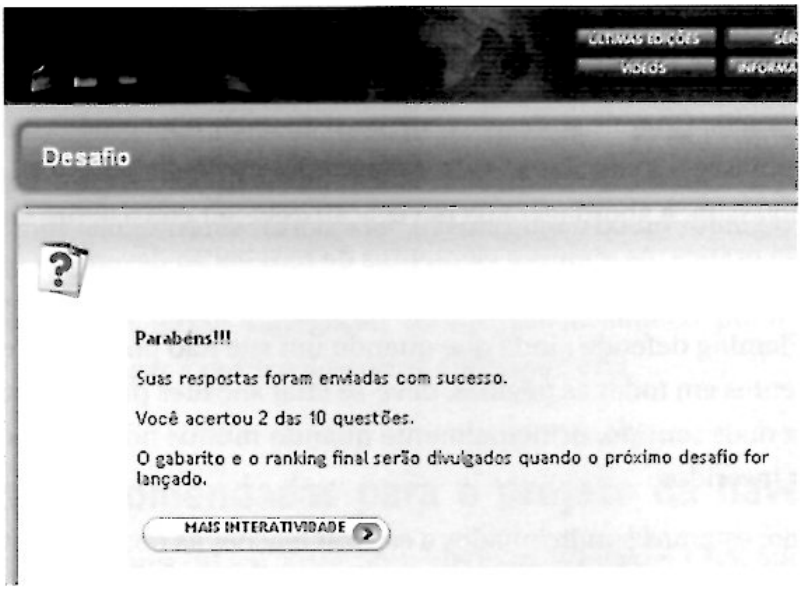


Figura: 5.1 Página de sucesso de uma das interatividades do site do Jornal Nacional: quer participar de outras interatividades?

Fonte: Design para Internet (Memória, 2005, p.54)

5) Oferecer alternativas: Assim como os usuários são diferentes, os hábitos de utilização da *web*, a qualidade e a configuração de seu computador também são. Tão importante quanto atender às necessidades de um usuário cego, é atender as necessidades de um usuário que não tem determinados plug-ins instalados ou tecnologia suficiente para visualizar suas páginas.

6) Garantir economia de tempo e de ações:

[...] devemos evitar longas viagens, ou seja, caminhos desnecessariamente longos e que causam frustrações aos usuários. As pessoas não podem demorar muito até chegarem ao conteúdo que estão procurando.

7) Prover mensagens visuais claras.

O processo de layout de uma página não é somente um processo embelezador das páginas. É comunicação visual, sinalização. O *design* deve guiar o usuário, comunicar corretamente a mensagem, facilitando o processo de navegação e aumentando a usabilidade. Isso inclui cores, formato de botões, *links* e posicionamento de informações que funcionem com o auxílio visual para as pessoas.

8) Criar nomenclaturas claras.

Uma comunicação mal elaborada pode levar a interpretações ambíguas dificultando a navegação. [...] os ícones utilizados na web devem vir acompanhados de um texto com seu significado, de uma legenda.

9) Seguir o propósito do site.

[...] a navegação deve ser projetada de acordo com os objetivos da empresa e dos usuários.

10) Apoiar e ajudar os objetivos do usuário.

[...] perguntas como “o que as pessoas vão querer fazer?” e “como elas vão se comportar?” são fundamentais. Entender o comportamento do usuário é o passo mais importante para projetar uma navegação eficiente. (MEMÓRIA, 2005)

6. PROJETANDO UM WEBSITE

De acordo com Krug (2006), usuários passam por um website em alta velocidade de forma que cinco coisas importantes podem ser feitas para assegurar a visualização e compreensão de um website o máximo possível.

- Criar uma hierarquia visual em cada página
- Tirar proveito das convenções
- Dividir as páginas em áreas claramente definidas
- Deixar óbvio o que pode ser clicado
- Minimizar a confusão

Sobre “páginas com hierarquia visual clara”, Krug (2006) enfatiza:

- Quanto mais importante algo é, mais proeminente está.
- Coisas que estejam relacionadas logicamente também estão relacionadas visualmente
- Coisas são aninhadas visualmente para mostrar quais fazem parte de quais.

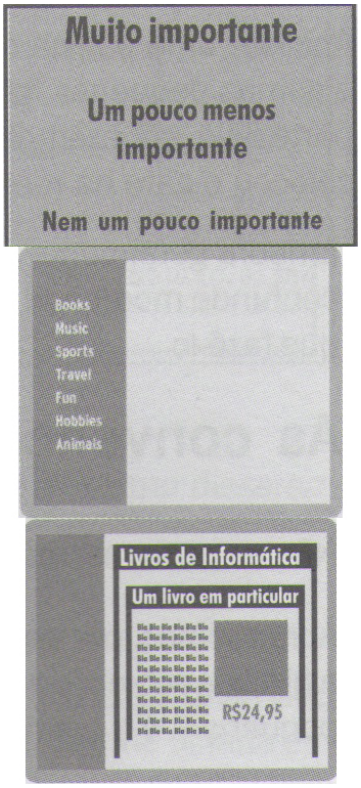


Figura: 6.1 – Hierarquia Visual

Fonte: Não Me Faça Pensar (KRUG, 2006, p.15)

Sobre as “convenções”, o mesmo autor destaca:

> Todas as convenções nascem como uma brilhante ideia de alguém. Se essa ideia funcionar suficientemente bem, outros sites a imitam e acaba que um número suficiente e pessoas a veem em um número suficiente de lugares para que não seja necessária explicação sobre ela. (KRUG, 2006, p.17)

Sobre “ dividir as páginas em áreas claramente definidas”, Krug (2006) ressalta:

Dividir a página em áreas claramente definidas é importante porque permite aos usuários decidirem rapidamente quais áreas da página focar e quais podem ser ignoradas sem perda. (KRUG, 2006, p.17)

6.1 A HOMEPAGE

NIELSEN (2000) enfatiza:

> O elemento de design mais proeminente na homepage deve ser o nome da empresa ou do site. O nome não precisa ser necessariamente o maior elemento de design, mas pelo menos deve estar no canto esquerdo superior da tela.” (NIELSEN, 2000, p.178)

Para Krug (2006), a homepage deve conter:

- A identificação e missão do site – que site é este e para que serve.
- Hierarquia do site – visão geral do que o site possui
- Pesquisa – caixa de busca
- Atrações – Dicas do “bom material” do site
- Conteúdo Oportuno – conteúdo atualizado com frequência
- Negócios – propagandas, promoções ou negócios
- Atalhos – O conteúdo mais frequentemente procurado deverá ter um atalho direto na página inicial

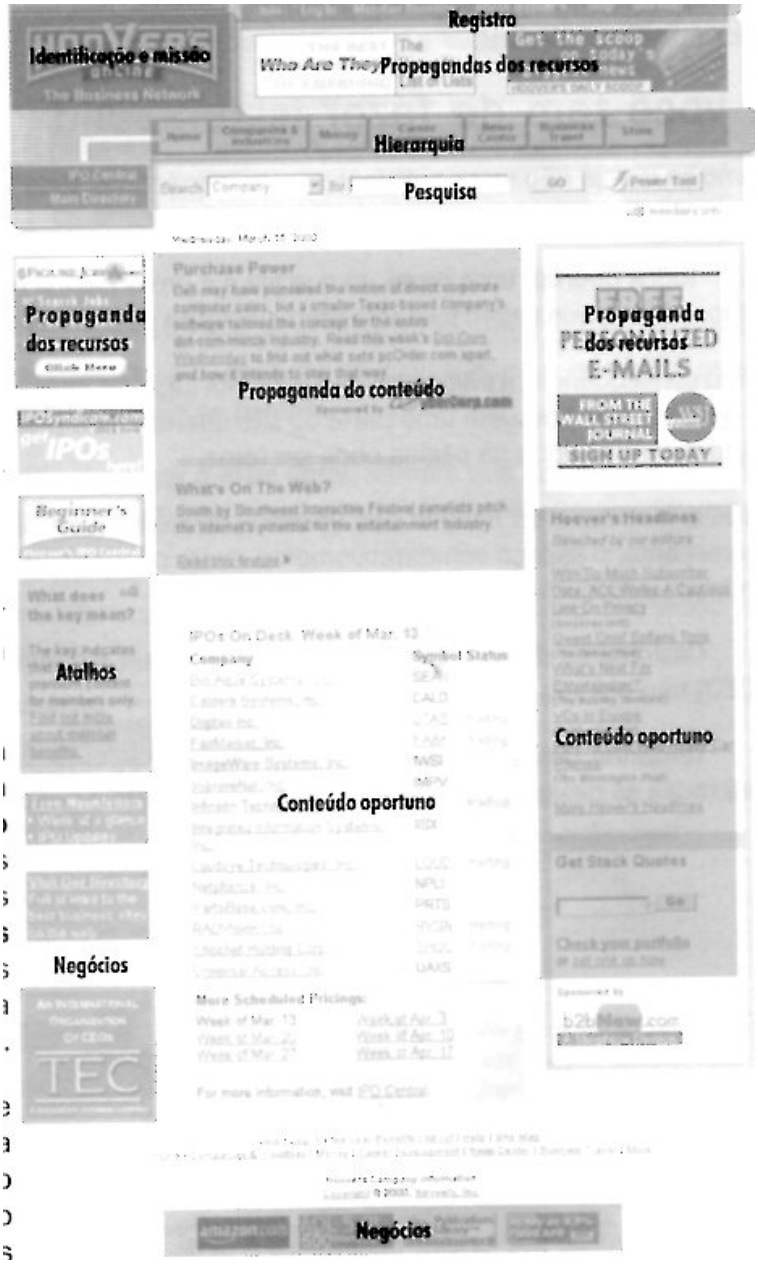


Figura 6.1.1 Homepage

Fonte: Não Me Faça Pensar (KRUG, 2006, p. 59)

Segundo Nielsen (2000), a homepage é responsável pela mensagem de boas vindas ou a visão geral do site, sendo as páginas internas responsáveis pelo conteúdo mais específico do website.

“A maioria das homepages precisa de um recurso de busca proeminente, pois muitos usuários fazem basicamente buscas e não querem se dar o trabalho de navegar ao destino link-a-link.” (NIELSEN, 2000, p. 168)

Segundo o mesmo autor, na homepage as coisas mais importantes a serem comunicadas aos novos usuários são:

- O site a que eles chegaram
- Os benefícios que a empresa oferece
- Algo sobre a empresa e seus produtos mais recentes ou novos desenvolvimentos
- As opções para os usuários e como chegar à seção mais relevante para eles.

6.2 A NAVEGAÇÃO

“Quanto mais eficiente a navegação, maior a probabilidade de as pessoas continuarem interessadas.” (NIELSEN; LORANGER, 2007, p. 184)

As interfaces de navegação precisam ajudar os usuários a responder às três perguntas fundamentais da navegação:

- Onde estou?
- Onde estive?
- Aonde posso ir?

(NIELSEN, 2000, p. 188)

6.3 O BREADCRUMB TRAIL

Breadcrumb trail ou caminho de migalhas de pão, informa onde o usuário se encontra na estrutura do site e fornece *links* para os níveis hierárquicos superiores (REIS, 2007).

Resultados de pesquisas feitas pelo *Software Usability Research Laboratory* da Universidade de Maryland, apontam que as pessoas usam mais o *breadcrumb* quando se encontra posicionado abaixo da marca da empresa (MEMÓRIA, 2005).

Segundo KRUG, 2006 [...] as migalhas são autoexplicativas, não ocupam muito espaço e fornecem uma forma conveniente e consistente de fazer duas coisas que você precisa fazer com maior frequência: voltar um nível ou ir para o início. (KRUG, 2006, p. 47)

6.4 OS LINKS

“Certifique-se de que os usuários possam facilmente dizer o que é clicável e o que não é. Não façam com que eles precisem clicar em tudo na tela para descobrir onde os links estão.” (NIELSEN; LORANGER, p. 205)

6.5 SISTEMA DE BUSCA

Para NIELSEN e LORANGER (2007, p. 140) os usuários esperam que os sistemas de buscas tenham uma caixa onde ele possam digitar palavras, um botão rotulado pesquisar para executar a busca e uma lista com os principais resultados que seja linear, priorizada e que apareça em uma nova página.

Ainda segundo os mesmos autores, a caixa de pesquisa normalmente deverá estar em todas as páginas do site, no canto superior esquerdo ou, preferencialmente, no canto superior direito.

6.6 TIPOGRAFIA

Segundo NIELSEN (2000), a legibilidade ainda é um problema nos websites. Se as pessoas não conseguirem ler o texto com facilidade seu website será um fracasso. Para um bom design visual é essencial fazermos uma boa escolha da tipografia.

Ainda segundo o mesmo autor, escolher uma tipografia que comunique algo, seja legível e reflita a personalidade e o tom do site é essencial para que as informações necessárias sejam transmitidas.

Para NIELSEN (2000), o tamanho de texto recomendável para o público geral é de 10 a 12 pontos e a fonte on-line mais legível, mesmo em textos pequenos, é a Verdana que tem como características ser uma fonte profissional, simples e moderna. A Verdana é recomendada para textos em que a legibilidade é fundamental e altamente cotada na preferencia dos usuários.

7. METODOLOGIA DE PROJETO

Segundo Garrett, a experiência do usuário resulta de um conjunto de decisões sobre como o site deve se parecer, comportar e o que deve permitir que o usuário faça. (GARRETT 2003, apud FROZZA, 2009)

> O autor estabeleceu estas decisões em cinco planos: estratégia, escopo, estrutura, esqueleto e superfície. Em cada plano, as questões são lidadas de um âmbito mais abstrato para um mais concreto. Plano a plano, as decisões tornam-se mais específicas até chegar aos níveis de detalhes finos, como a superfície (GARRETT 2003, apud FROZZA, 2009)

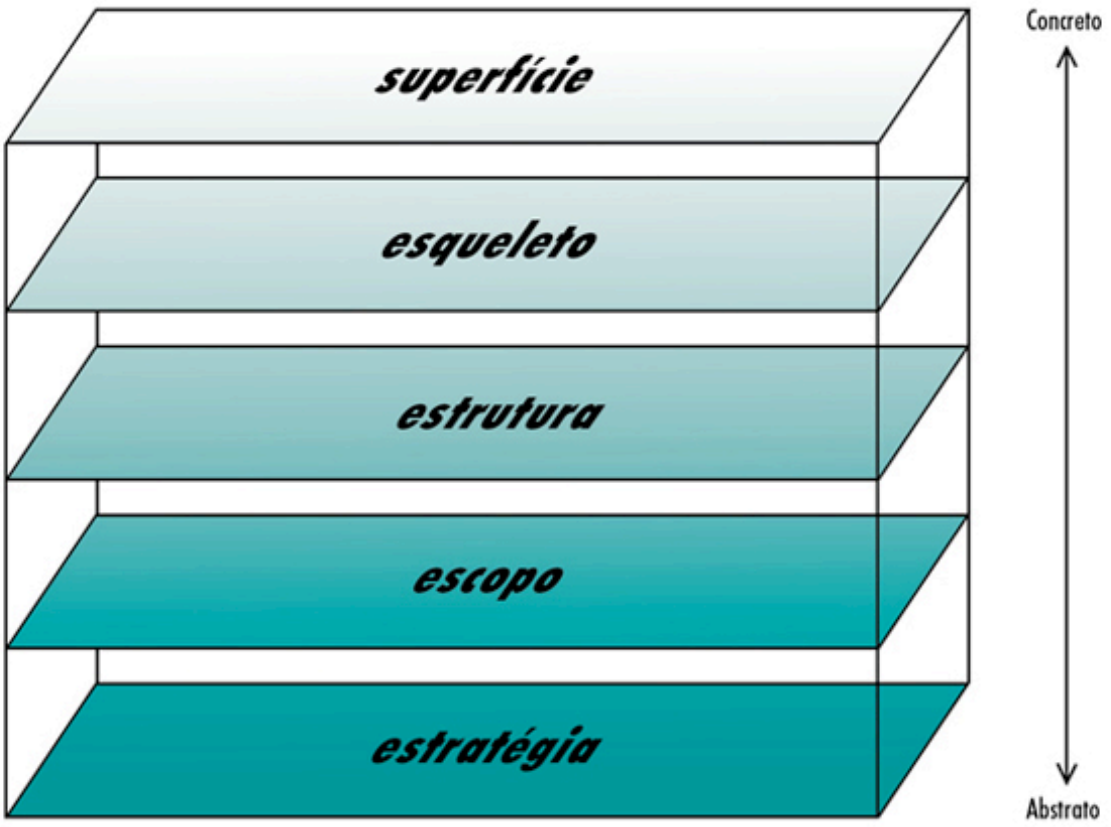


Figura 7.1 Cinco Planos de decisões

Fonte: (CASTEDO, 2009)

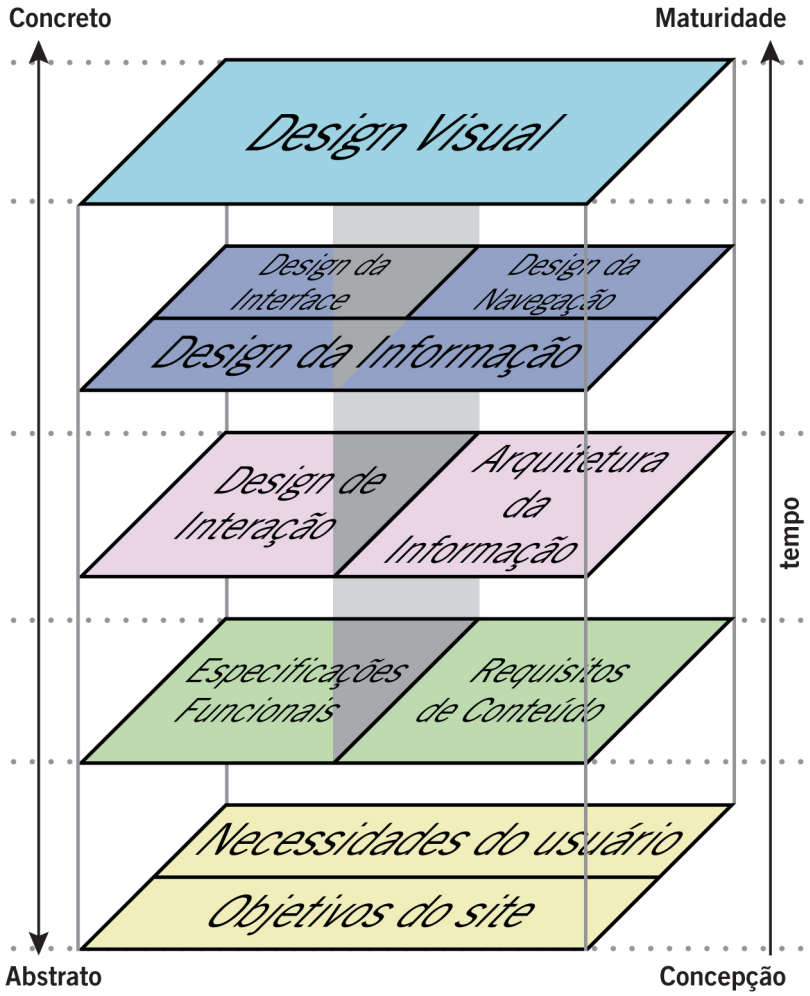


Figura 7.2 Elementos da Experiência do Usuário

Fonte: JJG.net

Garrett nos esclarece o significado de cada um dos planos e respectivos elementos:

- Estratégia: Definir o que o site deve trazer de resultados para a organização e para seus usuários. O sucesso da criação da experiência do usuário está em uma estratégia claramente articulada.

  - Necessidades do usuário: Objetivos do site de origem externa, identificados por meio de pesquisa com o usuário, pesquisas etno/tecno/psicográficas, etc.

  - Objetivos do site: Metas de negócio, criativas ou outras metas de origem interna para o site.

- **Escopo**: Definir os requisitos de conteúdo e funcionalidades que o site oferecerá, atendendo os objetivos e necessidades definidos na Estratégia.

- Especificações Funcionais: 'conjunto de funcionalidades': descrições detalhadas de funcionalidades que o site deve incluir para ir ao encontro das necessidades do usuário

- Requisitos de Conteúdo: Definição dos elementos do conteúdo necessários ao site para ir ao encontro das necessidades do usuário

• **Estrutura:** Definir como os requisitos se articulam formando uma estrutura coesa.

- Design de Interação: desenvolvimento de fluxos de aplicação para facilitar as tarefas do usuário, definindo como o este interage com as funcionalidades do site

- Arquitetura da Informação: Design estrutural do espaço da informação para facilitar o acesso intuitivo ao conteúdo

• **Esqueleto:** Definir os aspectos específicos da interface, navegação e da informação. A estrutura começa a tomar a forma da estratégia.

- Design da Interface: como na IHC tradicional: design dos elementos da interface para facilitar a interação do usuário com as funcionalidades

- Design da Navegação: design dos elementos da interface para facilitar a movimentação do usuário meio a arquitetura da informação

- Design da Informação: No sentido Tufteano: design da apresentação da informação para facilitar a compreensão

• **Superfície:** Definir o visual, aspecto que os usuários notarão em primeiro lugar. Aqui, conteúdo, funcionalidade e estética se reúnem para concluir o projeto da interface que cumpre a meta das outras quatro etapas.(GARRETT 2003, apud FROZZA, 2009)

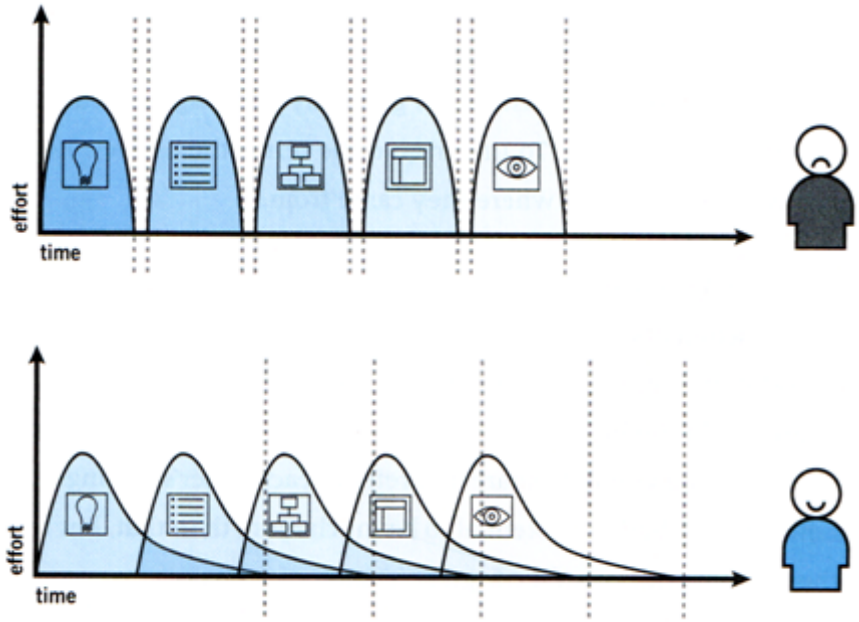


Figura 7.3 Desenvolvimento das etapas

Fonte: (GARRETT 2003, apud FROZZA, 2009).

Conforme representado na figura anterior, determinar que o trabalho de cada plano deva terminar antes de começar o próximo plano, pode vir a gerar resultados insatisfatórios para quem trabalha no projeto e para os usuários. Sendo assim, uma melhor forma de trabalhar é concluir um plano, já tendo iniciado um próximo plano (GARRETT 2003, apud FROZZA, 2009).

8. PROJETANDO O *BLOG* DA PROFESSORA REGINA HEIDRICH

Após o estudo da história dos *blogs*, plataformas, *plugins*, temas, usabilidade, metodologia de projeto e da observação do *blog*, neste capítulo estes conhecimentos serão aplicados no redesenho do *blog* da professora Regina Heidrich.

8.1. ESTRATÉGIA

Como visto anteriormente segundo Garrett (2003) é na estratégia que devemos entender o que os usuários desejam encontrar e o que podemos oferecer com este site.

Através de uma conversa com a professora Regina, apresentada anteriormente no capítulo 4, foram respondidas questões como público alvo, objetivo do *blog*, motivos de sua criação e tipo de conteúdo.

O público alvo é composto de pais e professores de crianças com deficientes (DEF = Distúrbios de Eficiência Física) [24] que ainda tem muitas dúvidas relacionadas a educação destas crianças, legislação, inclusão e tecnologias assistivas.

O *blog* foi criado com o intuito de responder essas questões que chegavam a autora através de e-mails e das comunidades do Orkut em que ela frequentava.

[24] Termo criado pelo Dr Jorge Márcio Pereira de Andrade, responsável pelo Defnet. Disponível em: <http://www.defnet.org.br/>

Nestas comunidades a autora observou que as perguntas dos pais eram muito semelhantes e que através de somente uma postagem estaria respondendo a várias pessoas ao mesmo tempo.

O *blog* tem problemas de navegabilidade que dificultam o encontro das questões esclarecidas pela autora como:

1- Não existe uma divisão de páginas por tipo de conteúdo. Somente uma página onde encontram–se todas as descrições do *blog*, postagens, perfil da autora e dicas de filmes e livros sobre o assunto, o que gera confusão na leitura dos posts.

Figura 8.1.1 Blog da Professora Regina

Fonte: Inclusão Utilizando as Tecnologias de Informação e Comunicação - TIC´s Disponível em <http://www.inclusodepneesnaescola.blogspot.com/>

2- Rolagem**:** Na página inicial do *blog* rolamos 48 telas de conteúdo.

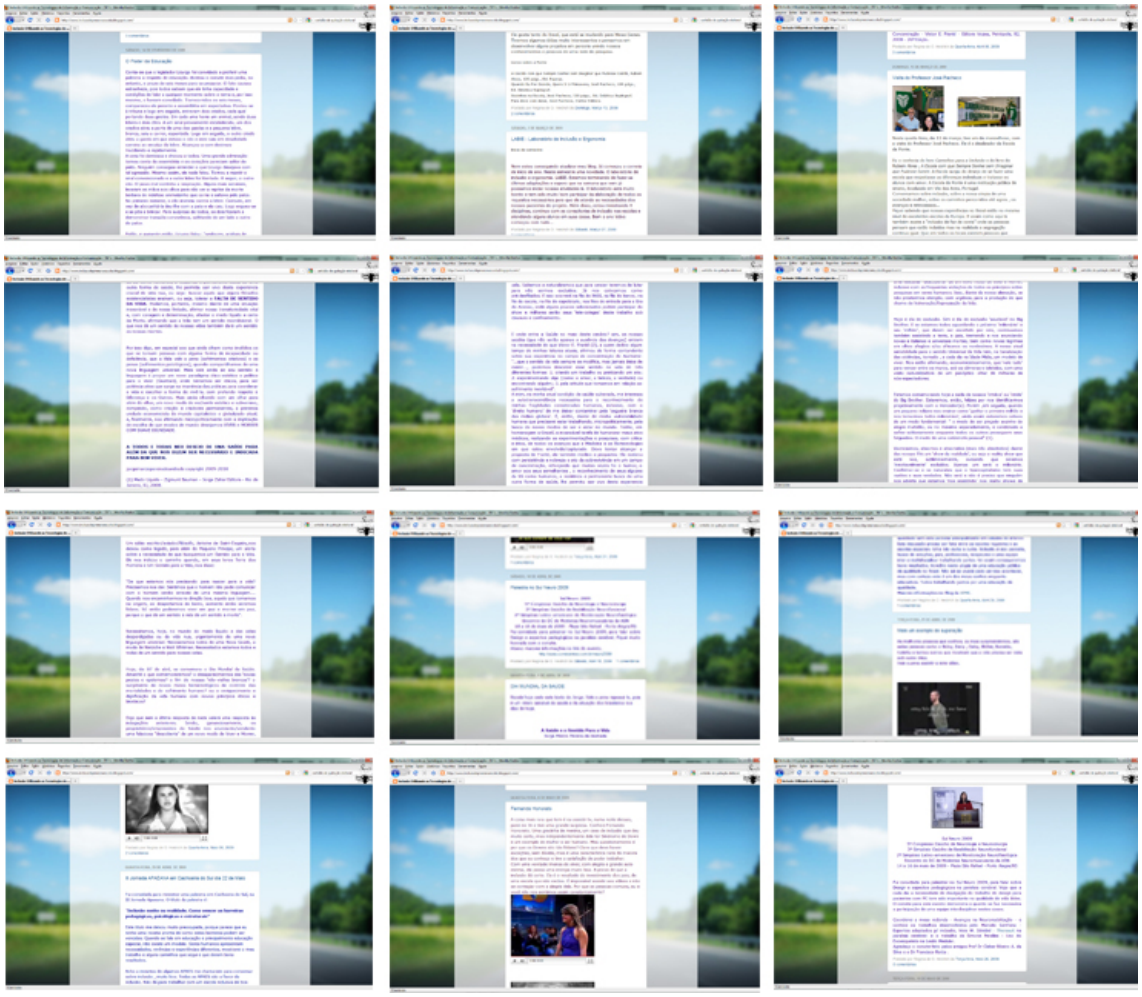


Figura 8.1.2 Páginas de rolagem do blog

Fonte: Inclusão Utilizando as Tecnologias de Informação e Comunicação - TIC´s Disponível em <http://www.inclusodepneesnaescola.blogspot.com/>

3- Ausência de formulário de contato e de informações sobre como contatar com o responsável pelo *blog*.

4- As postagens não estão relacionadas a palavras chave

5- Textos que não seguem nenhum padrão de formatação.

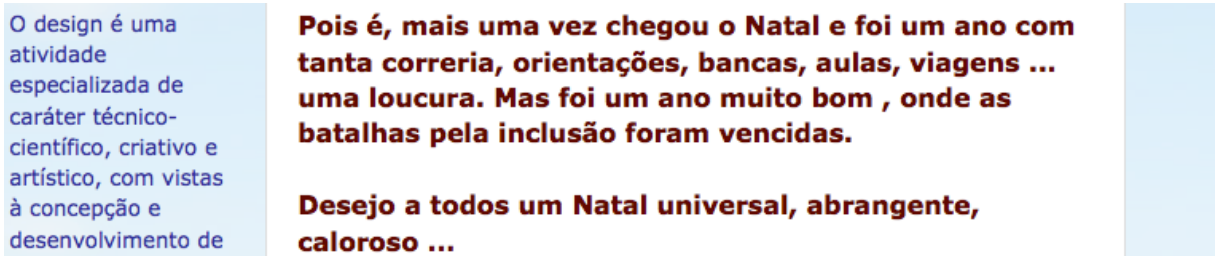


Figura 8.1.3 Recorte da home do blog

Fonte: Inclusão Utilizando as Tecnologias de Informação e Comunicação - TIC´s Disponível em <http://www.inclusodepneesnaescola.blogspot.com/>

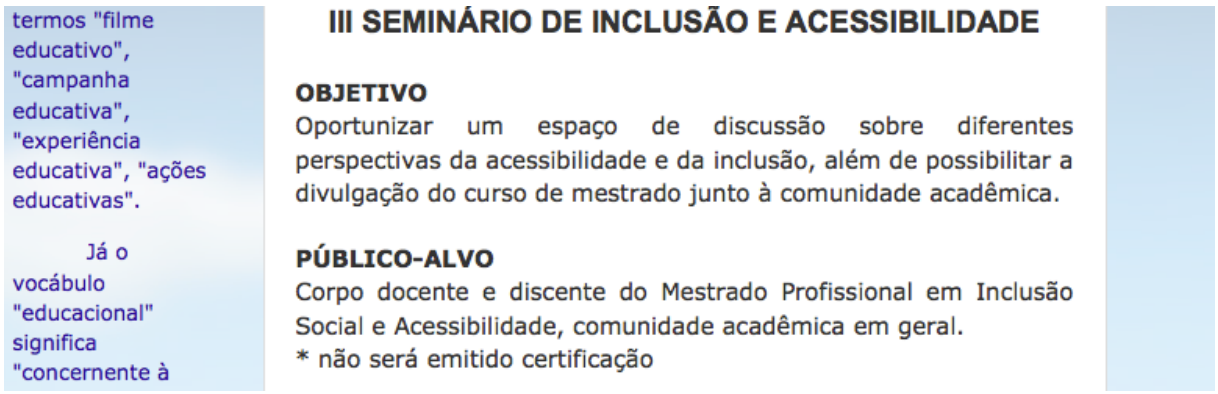


Figura 8.4 Recorte da home do blog

Fonte: Inclusão Utilizando as Tecnologias de Informação e Comunicação - TIC´s Disponível em <http://www.inclusodepneesnaescola.blogspot.com/>

6- O formulário de comentários oferecidos pelo Blogger não segue a mesma identidade visual do blog.

Figura 8.5 Formulário de comentários do blog

Fonte: Inclusão Utilizando as Tecnologias de Informação e Comunicação - TIC´s (2010)

8.2 ESCOPO

Segundo Garrett (2000), é no escopo que devemos definir os requisitos de conteúdo e funcionalidades que o site oferecerá.

Neste projeto usaremos o gerenciador de conteúdo *Wordpress,* que deverá ser instalado em um servidor que ofereça um Sistema Gerenciador de Banco de Dados MySQL[25].

Serão utilizadas CSS[26] para formatação, o *blog* deverá funcionar no mínimo nos browsers mais utilizados e nas mais variadas resoluções.

Listaremos aqui alguns *plugins* e ferramentas disponíveis pra wordpress que irão ajudar a satisfazer as necessidades dos usuários e objetivos do *blog*.

- Para que os assuntos fiquem claramente agrupados relacionaremos as postagens a *tags* (palavras-chave). Disponibilizaremos essas *tags* na primeira página do *blog* para que os leitores tenham acesso direto as postagens que atendam as suas necessidades.

  Ainda para que os assuntos fiquem agrupados utilizaremos a criação de categorias de postagens, dividindo o conteúdo do *blog* em assuntos. Ex.: legislação, inclusão, mercado de trabalho e tecnologias assistivas

- Utilizando da possibilidade que o *wordpress* proporciona para a criação de páginas estáticas, retiraremos todas as informações sobre a autora, dicas de livros, filmes e links da página inicial do *blog.*

- Utilizaremos o *plugin Google Analyticator*, segundo o Wordpress.com (2010), este *plugin* integra o serviço de análise de tráfego ao painel de administração do *Wordpress*.

---

[25] O MySQL é um dos sistemas de gerenciamento de banco de dados mais populares que existe e, por ser otimizado para aplicações Web, é amplamente utilizado na internet. Disponível em: < http://www.infowester.com/postgremysql.php>

[26] São as siglas de Cascading Style Sheets - Folhas de Esilos, é uma tecnologia que nos permite criar páginas web separando o conteúdo da forma. Actuando sobre o CSS podemos alterar o grafismo de todo o site sem termos de realizar essas alterações em cada página. Disponível em: <http://moodle0708.esmonserrate.org/>

Permite também a visualização das informações mais básicas do Google Analytics como:

- Números de visitantes
- Fontes de tráfegos (de onde os acessos vem)
- Principais referências (palavras buscadas nos serviços de busca que levaram ao *blog*)

- Será inserido um campo de busca dentro do *blog* para pesquisas por palavras, termos ou assuntos, facilitando aos leitores o acesso direto aos posts de seu interesse.

- Para melhorar a comunicação dos leitores com a autora do *blog* disponibilizaremos um formulário de contato que será inserido em uma página estática através do *plugin* Wp-Contact Form.

- Para que a navegação seja contínua, após cada postagem ofereceremos links de outras postagens relacionadas ao assunto, para isso utilizaremos o *plugin* WordPress Related Posts.

- Através do *plugin BreadCrumb*, será adicionado ao blog o caminho de migalhas de pão.

- Como a autora disponibiliza links de assuntos relacionados ao *blog* em seu *twitter* pessoal usaremos o *widget* do *twitter* na página inicial do blog, proporcionando a todos que tem e que não tem *twitter* o acesso a estes links.

- Para a completa integração do blog com o *twitter*, usaremos *o plugin Post to Twitter*, este *plugin* posta automaticamente todas as atualizações do *blog* no *twitter*.

8.3 ESTRUTURA

Como já foi citado no capítulo 7, é na estrutura que devemos definir como os requisitos se articulam formando uma estrutura coesa.

Para selecionar as categorias em que o conteúdo será dividido utilizaremos como base a descrição do *blog*, feita pela própria blogueira, por ser uma estrutura já conhecida pelos leitores. A partir destas categorias criaremos um menu de apoio para navegação direta aos assuntos

A descrição do *blog* apresenta a seguinte divisão:

- inclusão,
- tecnologias assistivas,
- legislação,
- mercado de trabalho.

Para a criação do menu principal utilizaremos as informações que estão nas colunas laterais da página principal do *blog*.

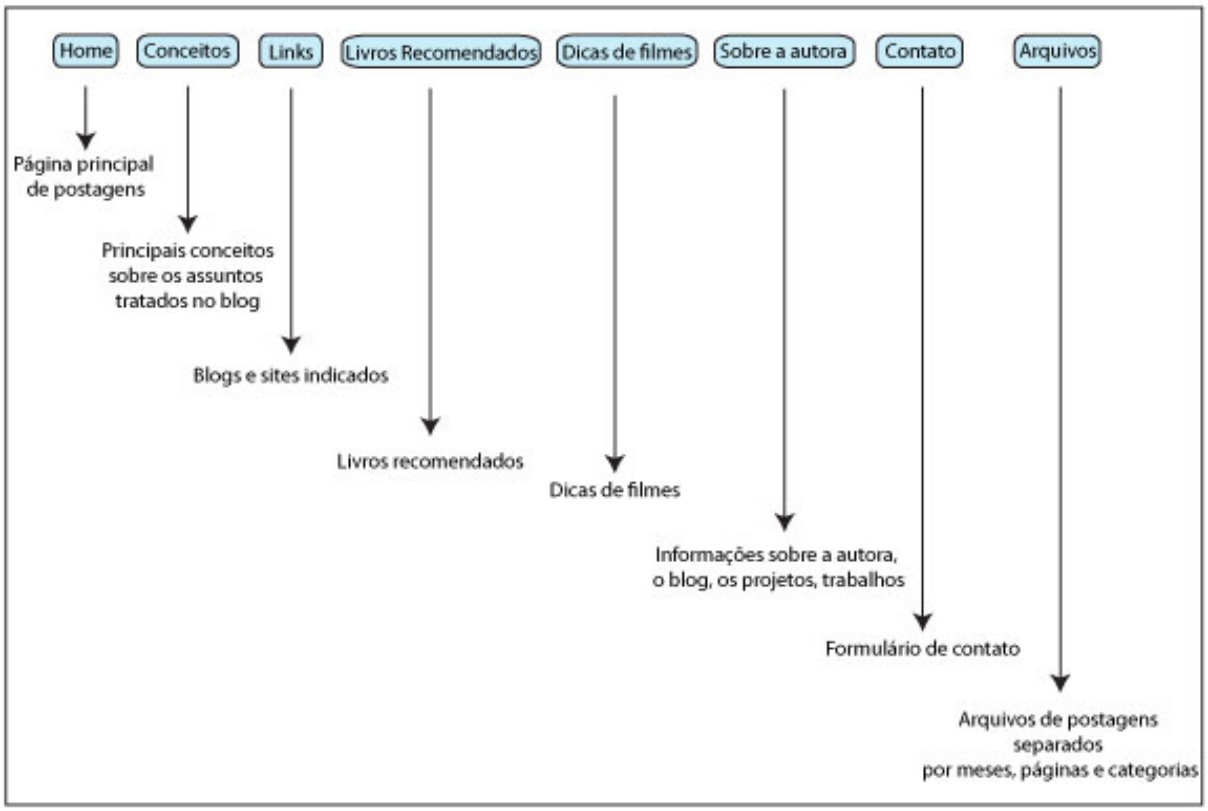


Figura 8.3.1 Proposta de menu

8.4 ESQUELETO

Nesta etapa a estrutura é ainda mais refinada e os elementos começam a criar forma.

O primeiro passo para a construção do esqueleto foi analisar os esqueletos dos tipos de temas mencionados no capítulo 3.2 e decidir qual o melhor tipo de tema a ser aplicado.

Por se tratar de um *blog* de conteúdo usaremos um tema *magazine* adaptado para o conteúdo do *blog*.

Temas *magazine* são temas que não apresentam a estrutura dos *blogs* tradicionais onde as postagens aparecem listadas na página inicial.

A proposta é organizar a navegação de forma que os leitores possam escolher as postagens pelas categorias e não sejam obrigados a passar por todas as postagens do *blog*.

Utilizando como base um tema magazine as últimas postagens aparecerão na página inicial enquanto que as postagens mais antigas podem ser acessadas pelos menus de apoio através das categorias, pelas tags de conteúdo ou através do arquivo de postagens.

Na página inicial encontramos os menu principal, a área destinada as últimas postagens, uma barra superior , uma barra lateral e o rodapé.

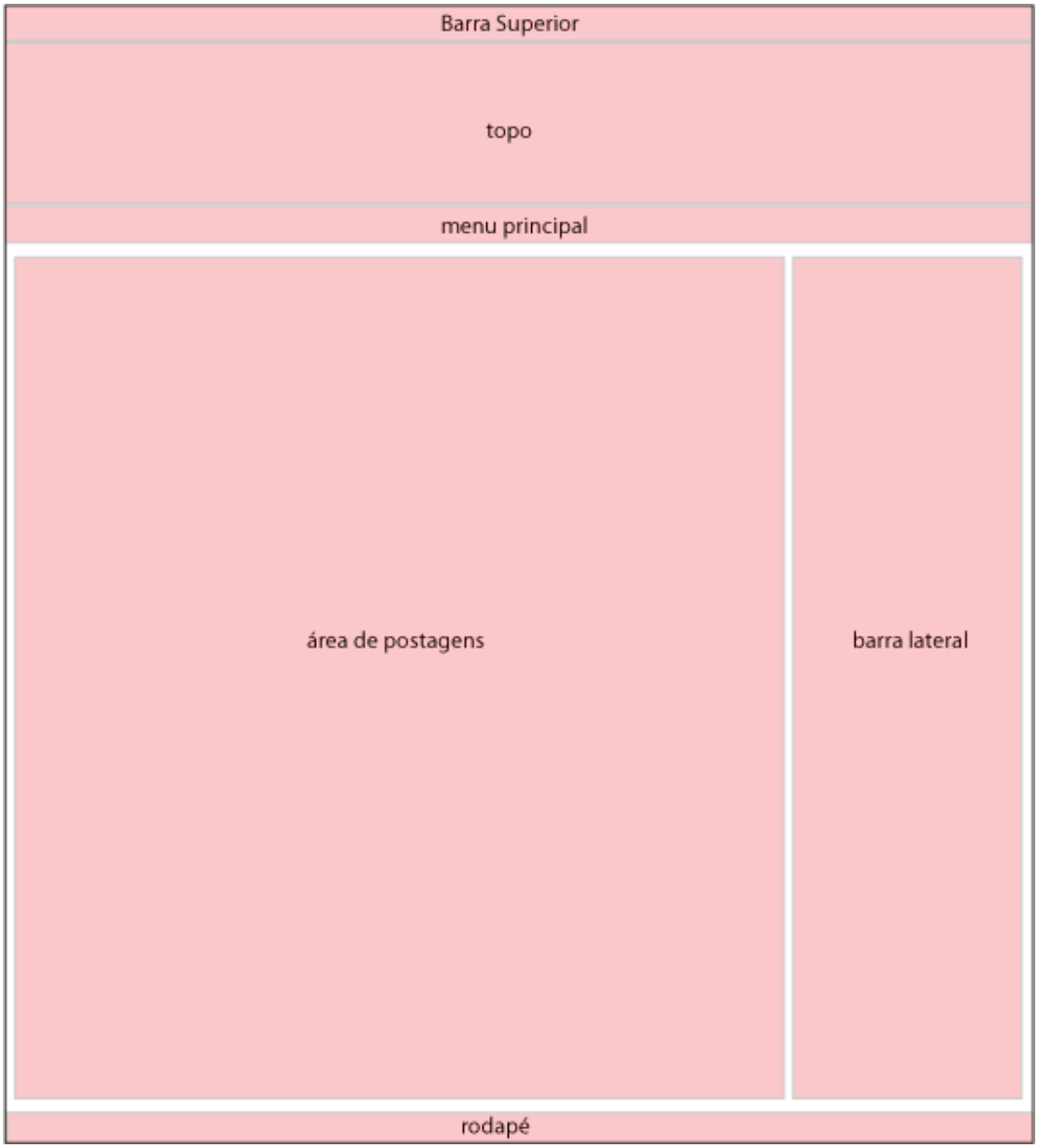


Figura 8.4.1 Proposta de esqueleto para home

Na página de postagem individual o topo e a barra lateral direita se mantém como na home do blog, o que diferencia esta página da home são a área de postagem individual que virá acompanhada da área de comentário, a área para o *breadcrumb trail* e a área para os posts relacionados.

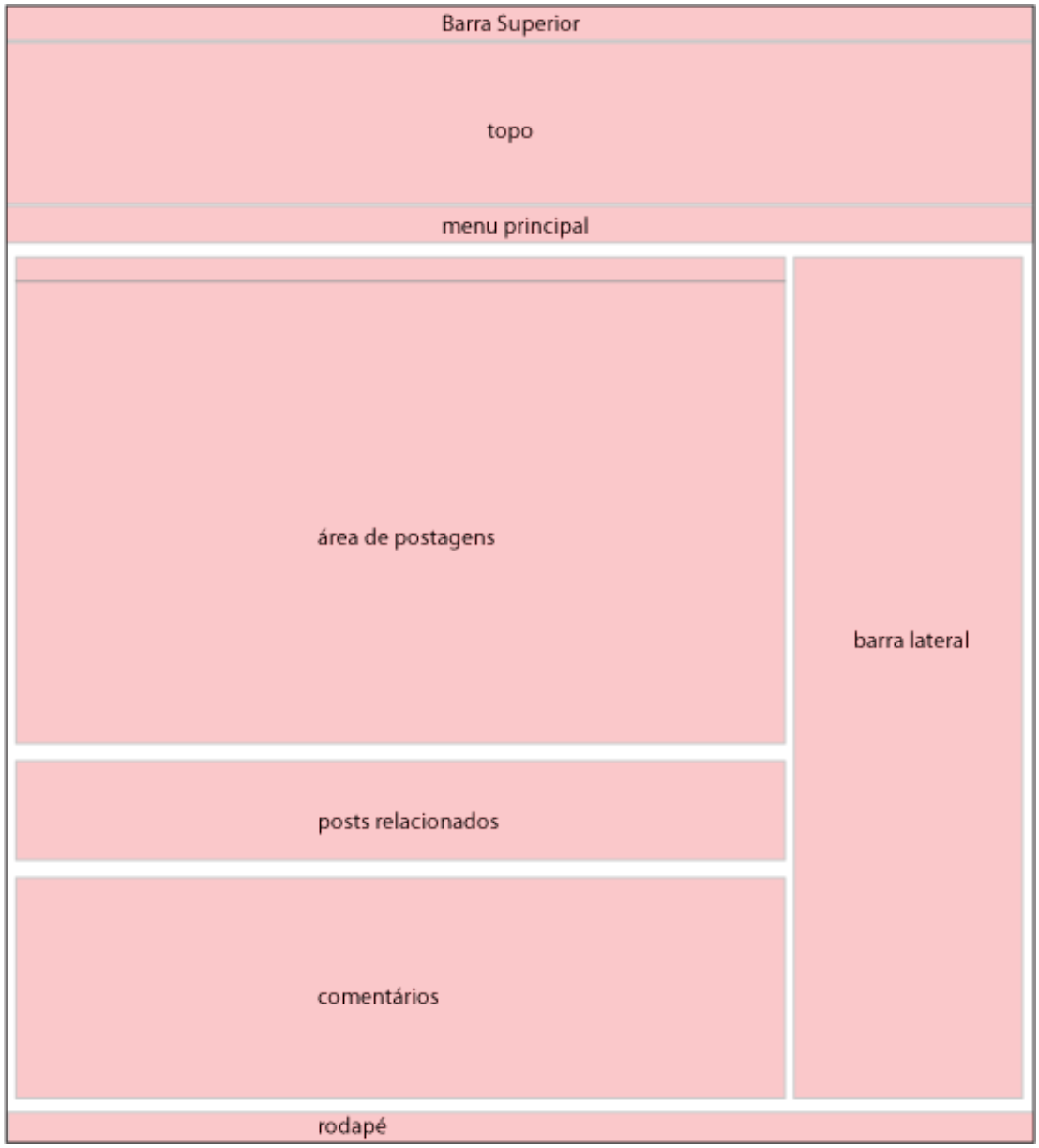


Figura 8.4.2 Proposta de esqueleto para postagem individual

Na página de pesquisa as barras laterais e superiores, assim como o menu, o rodapé e o breadcrumb trail se repetem.

Os resultados da busca aparece na área das postagens.

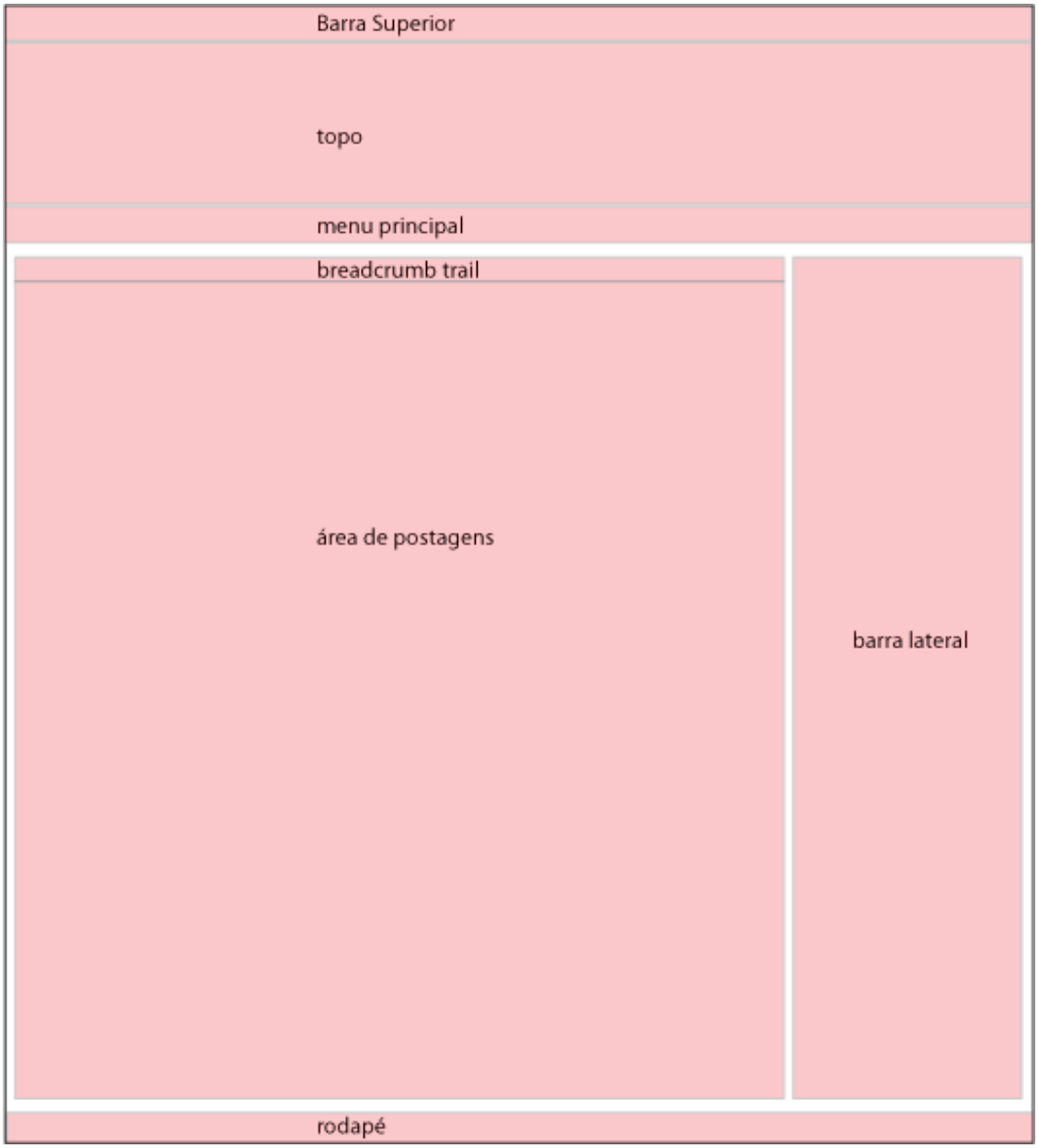


Figura 8.4.3 Proposta de esqueleto para página de pesquisa

No esqueletos das páginas conceitos, links, livros recomendados, dicas de filmes e sobre a autora o esqueleto será o mesmo utilizado na figura 8.3.

Após termos feito o esqueleto das páginas foram feitos *wireframes*[27] (ANEXO C) das mesmas para uma melhor visualização e organização do conteúdo.

[27] Wireframe é um desenho básico, como um esqueleto, que demonstra de forma direta a arquitetura de como o objeto (interface, página da internet, modelo, etc.) final será de acordo com as

8.5 SUPERFÍCIE

É nesta etapa que devemos cumprir com as metas estabelecidas na estratégia, no escopo, na estrutura e no esqueleto.

Tendo como ponto de partida as propostas apresentadas anteriormente no esqueleto criamos a superfície do blog que está disponível[28] no ANEXO D deste relatório.

Para o topo do blog foram utilizadas fotografias de crianças portadoras de alguma deficiência física cedidas pela AACD, estas fotografias não poderão ser usadas no blog final, deverão trocadas por imagens a escolha da autora do blog. A cada novo acesso ao blog ou cada vez que uma página/postagem é acessada a imagem do topo muda mostrando uma nova imagem.

Figura 8.5.1 Fotografia da Samantha Vieira cedida pela AACD

especificações relatadas. Disponível em: < http://www.baixaki.com.br/info/976-o-que-e-wireframe-.htm>

[28] Também disponível em www.menine.com/regina

Figura 8.5.2 Fotografia da Ingrid Jacqueline cedida pela AACD

Figura 8.5.3 Fotografia do Otávio Sampaio cedida pela AACD

Foi utilizada a fonte Verdana e como fonte secundária (na falta da primeira o sistema automaticamente reconhece a segunda) a Arial.

Os textos utilizados são reproduções de textos do blog da professora Regina. Quando o projeto for executado num servidor próprio as postagens do blog poderão ser importadas através da funcionalidade “exportar conteúdo” proporcionada pelo *Blogger.*

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A intenção deste trabalho foi apresentar os conceitos envolvidos nas ferramentas *web* de publicação de conteúdo, sua história, estrutura, evolução e cenários, atual e passado.

Foi aplicada a metodologia de projetos web desenvolvida por Jesse James Garrett do plano de estratégia ao plano de superfície e os principais conceitos de usabilidade que devem ser observados na concepção de um projeto web. Através desta metodologia foi possível identificar as necessidades dos leitores e objetivos da autora do blog, fazendo com que estas necessidades e objetivos fossem atendidos.

Para a realização do projeto foi escolhida a plataforma *Wordpress* por ser uma plataforma em constante atualização, de 3 em 3 meses é lançado uma nova versão que corrige possíveis falhas de segurança e erros, por possuir documentação completa e acessível, por possibilitar a criação de páginas com hierarquia e pela vasta variedade de *plugins.*

Para tal foi feita pesquisa bibliográfica, que além de proporcionar conhecimento destas ferramentas, metodologia de projeto web e conceitos de usabilidade, também procurou esclarecer os principais termos utilizados pelos usuários e leitores destas publicações.

Durante a pesquisa identificou-se a falta de uma bibliografia completa sobre blogs, sendo necessário pesquisar na web, onde o assunto é abordado com maior frequência e onde encontramos os sites dos desenvolvedores das principais plataformas.

Ao conhecermos melhor este universo nos deparamos com duas plataformas de publicação de blogs que estão em evidência no mercado, *Blogger* e

Wordpress. Estas plataformas também foram pesquisadas e comparadas para que posteriormente pudéssemos definir qual plataforma seria a utilizada para a realização da customização do blog da Professora Regina Heidrich.

É necessário ressaltar que esta pesquisa não se deteve somente em analisar as ferramentas disponíveis para a customização do tema do blog da professora Regina, houve também uma preocupação com a organização do conteúdo do blog para uma melhor leitura.

O novo tema criado pode ser adaptado pela autora do blog com a inclusão ou exclusão de categorias e páginas, proporcionando ao autor muita flexibilidade em relação ao conteúdo sem que a usabilidade e organização sejam prejudicadas.

Conclui-se que é extremamente importante conhecer as metodologias de projeto disponíveis e suas etapas, as ferramentas e história da plataforma para o qual desejamos projetar e, principalmente, levarmos em consideração os principais itens de usabilidade.

REFERÊNCIAS

ADOBE. **Sobre as folhas de estico em cascata**. Disponível em: <http://help.adobe.com/pt_BR/Dreamweaver/10.0_Using/WScbb6b82af5544594822510a94ae8d65-7e30a.html> Acesso em: 12 mai. 2010.

ALECRIM, Emerson. **Banco de dados MySQL e PostgreSQL.** Abril 2008. Disponível em < http://www.infowester.com/postgremysql.php> Acesso em: 05 set. 2010

AMORIN, Ricardo; VIEIRA, Eduardo. **Blogs - Os Novos Campeões de Audiência**. Revista Época, São Paulo, ago. 2006. Disponível em: <http://revistaepoca.globo.com/Revista/Epoca/1,,EDG74912-5990,00.html/>. Acesso em: 23 mar. 2010.

BARONI, Sandra. **Blogger X Wordpress – Qual é melhor?** maio 2010. Disponível em: <http://info.macross.com.br/wordpress/blogger-x-wordpress-qual-e-melhor/ >. Acesso em: 25 mar. 2010

BLOGGER, Dicas. **Diferenças entre Blogger e Wordpress** 2010. Disponível em: <http://www.dicasblogger.com.br/2010/02/diferencas-entre-blogger-e-wordpress.html>. Acesso em: 27 mar. 2010

BLOGPULSE. **Blogpulse Stats**. 2010. Disponível em: < http://www.blogpulse.com/>. Acesso em: 10 mai. 2010

BLOOD, Rebeca. **Weblogs: a history and perspective.** 2000. Disponível em: < http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html> Acesso em: 19 abr. 2010

CASTEDO, Raquel da Silva**. Revistas Científicas On-line de Comunicação no Brasil: a produção editorial sob o impacto da tecnologia digital.** 2009 Disponível em: < http://www.raquelcastedo.com/dissertacao/> Acesso em: 14 jul. 2010

CYBIS, Walter de Abreu. **Engenharia de Usabilidade**: Uma abordagem Ergonômica. 2003. Laboratório de Utilizabilidade de Informática, Florianópolis. Disponível em: <http://www.labiutil.inf.ufsc.br/hiperdocumento/conteudo.html> Acesso em: 04 mai. 2008.

DEFNET. **dEficiências.** Disponível em: <http://www.defnet.org.br/> Acesso em: 02 out. 2010

FEEVALE. **Blog do Curso de Design Feevale**. Disponível em: <http://www.designfeevale.wordpress.com/> Acesso em: 20 mai. 2010

FORTUNE, CNN. **Nielsen: Facebook growth outpaces MySpace.** 2007. Disponível em: < http://tech.fortune.cnn.com/2007/11/15/nielsen-facebook-growth-outpaces-myspace/> Acesso em: 13 abr. 2010

FROZZA, Renata. **Projetando a experiência dos alunos: desenho da interface dos Ambientes Virtuais de Aprendizagem.** 2009. Disponível em: <

GARRETT, Jesse James. **The Elements of User Experience.** Disponível em <http://www.jjg.net> Acesso em: 23 ago. 2010

GLOBO. **Número de blogs é grande, mas ritmo de criação de páginas já não é tão.** 2007. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/Mundo/0,,AA1510372-5602,00.html>. Acesso em: 15 abr 2010

_____. **O que é: Twitter.** 2008. Disponível em: <http://g1.globo.com/Noticias/0,,MUL394846-15524,00-O+QUE+E+TWITTER.html > Acesso em: 10 set 2010

INEP. **Thesaurus Brasileiro da Educação**. Disponível em: <http://www.inep.gov.br/pesquisa/thesaurus/thesaurus.asp?te1=31674&te2=120378&te3=146275&te4=31903&te5=146296&te6=31892>. Acesso em: 02 mai 2010.

ISO. **ISO About.** Disponível em: <http://www.iso.org/iso/about.htm/> Acesso em: 05 mai 2010

KOMESU, F.C. **Blogs e as práticas de escrita sobre si na internet** 2004. Disponível em: < http://www.ufpe.br/nehte/artigos/blogs.pdf/>. Acesso em: 15 abr. 2010

KRUG, Steve. **Não me faça pensar.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2006. 127p.

MATTOSO, Guilherme de Queirós. **Internet, jornalismo e weblogs: uma nova alternativa de informação.** Disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/mattoso-guilherme-webjornalismo.pdf>. Acesso em: 23 mar. 2010.

MEMÓRIA, Felipe. **Design para internet: projetando a experiência perfeita.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2005. 171p.

NIELSEN, Jakob; LORANGER, Hoa. **Usabilidade na Web: projetando Websites com qualidade.** Rio de Janeiro: Elsevier, 2007. 406p.

NIELSEN, Jakob. **Projetando Websites.** Rio de Janeiro: Campus, 2000.
OLIVEIRA, Rodrigo. **Você sabe o que é capcha?.** Disponível em: </http://www.dnt.adv.br/noticias/informatica-juridica/voce-sabe-o-que-e-captcha/>

ORDUÑA, Octavio I. Rojas. **BLOGS: Revolucionando os Meios de Comunicação.** São Paulo: Thomson Learning, 2007.

OFICINA DA NET. **O que é MYSQL?** Disponível em: <http://www.oficinadanet.com.br/artigo/2227/mysql_-_o_que_e/> Acesso em: 01 de abr. 2010

PEREIRA, Ana Paula. **O que é wireframe?** 2008. Disponível em < http://www.baixaki.com.br/info/976-o-que-e-wireframe-.htm> Acesso em: 18 out. 2010

POASHOW. Tema Magazine. Disponível em: <HTTP://www.poashow.com.br/> Acesso em: 20 mai. 2010

PREECE, Jenifer; ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen. **Design de Interação: além da interação homem-computador.** Porto Alegre: Bookman, 2005. 548p.

PRODANOV, Cleber Cristiano. **Manual de metodologia científica**. Novo Hamburgo: Feevale, 2006. 77p.

PREVIEW, Themes. **Best Wordpress Themes With Free Downloads**. Disponível em: <http://www.themespreview.com/> Acesso em: 01 mai. 2010

PRIBERAM. **Dicionário Priberam da Língua Portuguesa.** Disponível em: < http://www.priberam.pt/DLPO/default.aspx?pal=bloguista/> Acesso em: 01 abr. 2010

RIBEIRO, David da Rocha Mendes. **As avaliações pagas em blogs e o papel do blogueiro no processo de decisão de compra.** São Paulo, 2009. Disponível em: <http://www.slideshare.net/phiuss/monografia-as-avaliaes-pagas-em-blogs-e-o-papel-do-blogueiro-no-processo-de-deciso-de-compra>. Acesso em: 10 abr. 2010.

TORQUE. **Glossário.** Disponível em: <http://www.torque.com.br/internet/glossario.htm/> Acesso em: 22 abr. 2010.

WORDPRESS.ORG. **O que é o wordpress.** Disponível em: <http://codex.wordpress.org/pt-br:O_que_%C3%A9_o_Wordpres>. Acesso em: 15 mar. 2010.

_____. **Características do wordpress.** Disponível em: <http://codex.wordpress.org/pt-br:Caracter%C3%ADticas_do_Wordpress>. Acesso em: 15 mar. 2010.

_____. **O que são temas wordpress.** Disponível em: <http://codex.wordpress.org/pt-br:O_que_s%C3%A3o_Temas_WordPress>. Acesso em: 19 mar. 2010

_____. **O que são plugins wordpress.** Disponível em: <http://codex.wordpress.org/pt-br:O_que_s%C3%A3o_Plugins_WordPress>. Acesso em: 29 mar. 2010

_____. **Gerenciando plugins.** Disponível em: <http://codex.wordpress.org/pt-br:Gerenciando_Plugins>. Acesso em: 29 mar. 2010

SHITTINE, Denise. **Blog: Comunicação e escrita íntima na Internet.** Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004

TERRA, Carolina Frazon**. Blogs Corporativos como estratégia de comunicação,** RP em Revista, Salvador/BA , ano 4, n.15, jul. 2006

WORDPRESS.COM. **A Diferença Entre Wordpress.com e Wordpress.org**. Disponível em: http://pt-br.forums.wordpress.com/topic/a-diferenca-entre-wordpresscom-e-wordpressorg/ Acesso em: 02 mai. 2010

ANEXO A – ENTREVISTA COM BLOGUEIROS

Descobrimento dos *Blogs*

Chega-se a um *blog* por acaso, transforma-se em leitor e talvez algum dia esse leitor evolua e crie seu próprio *blog*. Dessa maneira, são resumidas as descobertas do grupo de perguntas sobre o descobrimento dos *blogs*.

Tipologia dos *blogs* mais lidos

Os *blogs* pessoais são os mais lidos, seguidos pelos tecnológicos. Entre os blogueiros essa tendência é a mais recorrente, enquanto os leitores não blogueiros prestam tanta atenção aos *blogs* temáticos sobre internet e tecnologia quanto aos *blogs* pessoais.

Leitura de *blogs* por idioma

Leem-se poucos *blogs.* Deixe-me explicar. A maioria dos entrevistados lê no máximo dez *blogs* em espanhol. Trinta e nove por cento dos leitores prestam atenção em menos de cinco *blogs*. Entre os blogueiros costuma-se ler de 20 a 50 *blogs*, provavelmente mais pela necessidade de estar em dia com o que acontece na blogosfera e por sua maior identificação com esse pequeno universo.

Hábitos de leitura

Tanto os blogueiros quanto os leitores buscam suas pequenas doses de informação “boca a boca” todos os dias ou até mesmo várias vezes por dia. A qualquer hora e de preferência em casa.

Costumes e preferências

Os blogueiros e os leitores têm hábitos e costumes bastante semelhantes, mas na hora de comentar os *posts* eles se demonstram mais ativos.

O *link* é um elemento básico em um *post*. Foi dessa maneira que surgiram os primeiros *blogs.* Os leitores de *blogs* seguem os *links* com cuidado e, por isso, os *blogs* desempenham importante papel como distribuidores de trafego e informação.

Um terço dos entrevistados prefere *posts* curtos, mas, para a maioria, o tamanho das postagens não é importante.

O que é um *blog*?

Um *blog* é, antes de qualquer coisa, uma forma livre de expressão, criação e partilha de conhecimento. Coincidem nisso blogueiros e leitores sem *blog*. As respostas dos leitores são, inclusive, mais taxativas do que as dos blogueiros.

É curioso constatar que, para 45% dos leitores, escrever um *blog* é uma forma de diversão, enquanto apenas 25% dos responsáveis por sua atualização pensam desta maneira.

Ser blogueiro

Cinquenta e oito por cento dos blogueiros inauguraram seu *blog* a menos de um ano. Trinta e cinco por cento decidiram se tornar blogueiros graças à leitura de um blog real.

Quarenta e oito por cento dos blogueiros abandonaram por um tempo seu *blog* em algum momento.

Hábitos do blogueiro

Qualquer momento é bom para postar. Vinte e dois por cento dos blogueiros atualizam seus *blogs* à noite, mas 60% pensam nisso quando chega a inspiração ou a notícia.

O tempo dedicado ao *blog* é de meia hora por dia, embora seja significativo o número de blogueiros que levam suficientemente a sério o seu

blog, a ponto de reservar uma ou duas horas para sua manutenção.

A blogosfera como comunidade

Metade dos blogueiros chegou a conhecer outros blogueiros. No entanto, isso ocorreu em encontros particulares, já que 84% não compareceram a nenhuma “reunião”.

Por enquanto, a relação com outros blogueiros é praticamente virtual, por meio de mensagens instantâneas. São criadas pequenas redes com até 10 contatos, embora cinco entrevistados reconheçam ter entre 51 e 100 blogueiros em sua lista de amigos e quatro afirmem ter mais de 100 contatos.

Vinte e três por cento dos blogueiros pertencem a alguma rede social. A grande vencedora é o *Orkut*, do *Google*, embora o acesso a esse site só seja permitido mediante um convite.

A lista de *blogs* recomendado a amigos, o *blogroll*, é uma seção muito forte nos *blogs*. Sessenta e oito por cento tem uma. É bastante útil para se descobrir *blogs* semelhantes aos que você visita, além de conhecer o universo ao qual o blogueiro se filia. É um trabalho criterioso e seletivo que ajuda a movimentar-se pela blogosfera.

Perguntas Técnicas

Os *blogs* eram a democratização da internet, ou seja, tornaram possível a publicação de conteúdos sem a necessidade de conhecimentos técnicos. No entanto, o perfil do blogueiro mostra que ele é um usuário com conhecimentos avançados de internet.

Nada menos de 9% (de um universo de aproximadamente 100 respostas) programaram seu próprio administrador de conteúdo. O *Movable Type*, apesar de requerer certas habilidades para ser instalado em um servidor, é a segunda ferramenta mais utilizada. O pioneiro e facílimo de usar é o *Blogger,* sem dúvida o líder.

Cinco por cento dos blogueiros já postaram usando o celular. É provável que se trate mais de uma experiência do que de um hábito.

Quarenta e um por cento dos blogueiros se registraram em um domínio. É um sinal de maturidade. É comum começar com hospedagem gratuita e depois dar um salto para um tipo de presença na *web* mais profissional, quando o *blog* se consolida.

Dados sociodemograficos

O bloguerio é um internauta veterano, com mais de cinco anos de experiência como usuário.

As conexões de banda larga se impõem entre os blogueiros e os leitores de *blogs*. Ouvir o ruído do modem em que você publica seu *post* pode ser um bom motivo para se contratar uma linha ADSL.

Os blogueiros e os leitores de *blogs* adoram novidades tecnológicas. Essa pergunta é praticamente o único indicador de seu nível econômico. Sem contar o celular, a rainha das novidades é a câmera digital, muito mais entre os blogueiros que podem publicar fotos em seus *blogs.* É portátil e é muito difundida, assim como a *webcam* e o reprodutor de MP3 (*MP3 player*).

Um terço dos entrevistados dedica-se profissionalmente as novas tecnologias. É surpreendente que essa circunstância seja ainda mais comum entre os leitores sem *blog*. Outro terço são estudantes e o restante trabalha em outros setores.

Os blogueiros são muito jovens. São praticamente do sexo masculino. Sessenta e quatro por cento dos que responderam a pesquisa moram na Espanha.

A maioria dos blogueiros nasceu no final da década de 1970 ou no início

dos anos 1980: ou seja, tem entre 20 e 26 anos.

Os leitores pertencem à mesma geração dos leitores dos *blogs*.

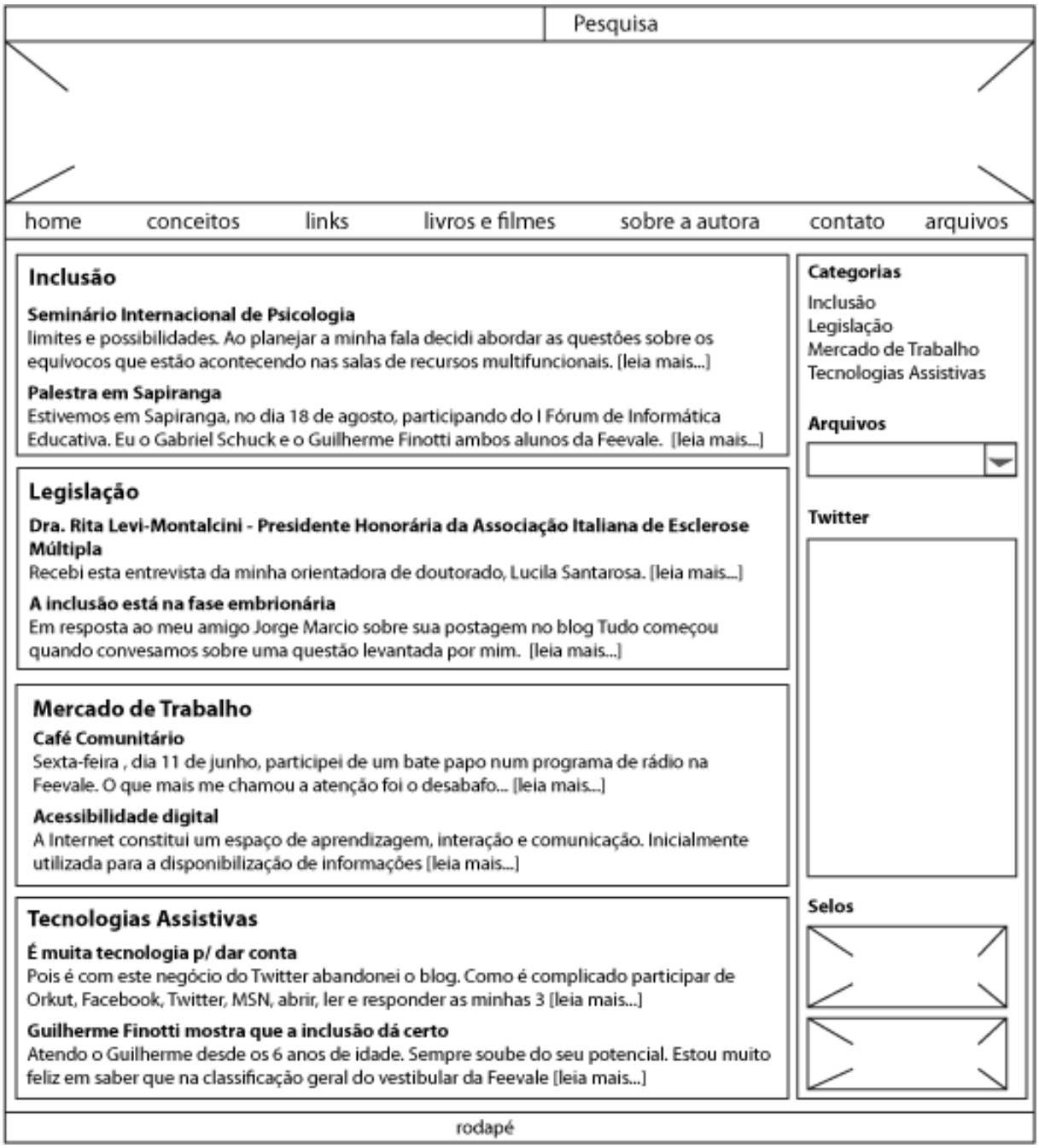
Embora as mulheres já representem 44% dos internautas da Espanha*, os homens predominam na *blogsfera,* na qual apenas 23% são do sexo feminino.

*No Brasil, as mulheres representam 48,26% dos internautas com acesso domiciliar à internet, segundo dados do Ibope *Net/Ratings* relativos a setembro de 2006. (NRT).

ANEXO B – ROTEIRO DE ENTREVISTA COM A PROFESSORA REGINA HEIDRICH

1. Quando surgiu a necessidade de criar um blog?
2. Quais os objetivos do blog?
3. Qual o perfil dos leitores do blog?
4. Com qual frequência são feitas as atualizações do blog?
5. Quantos acessos diários o blog tem?

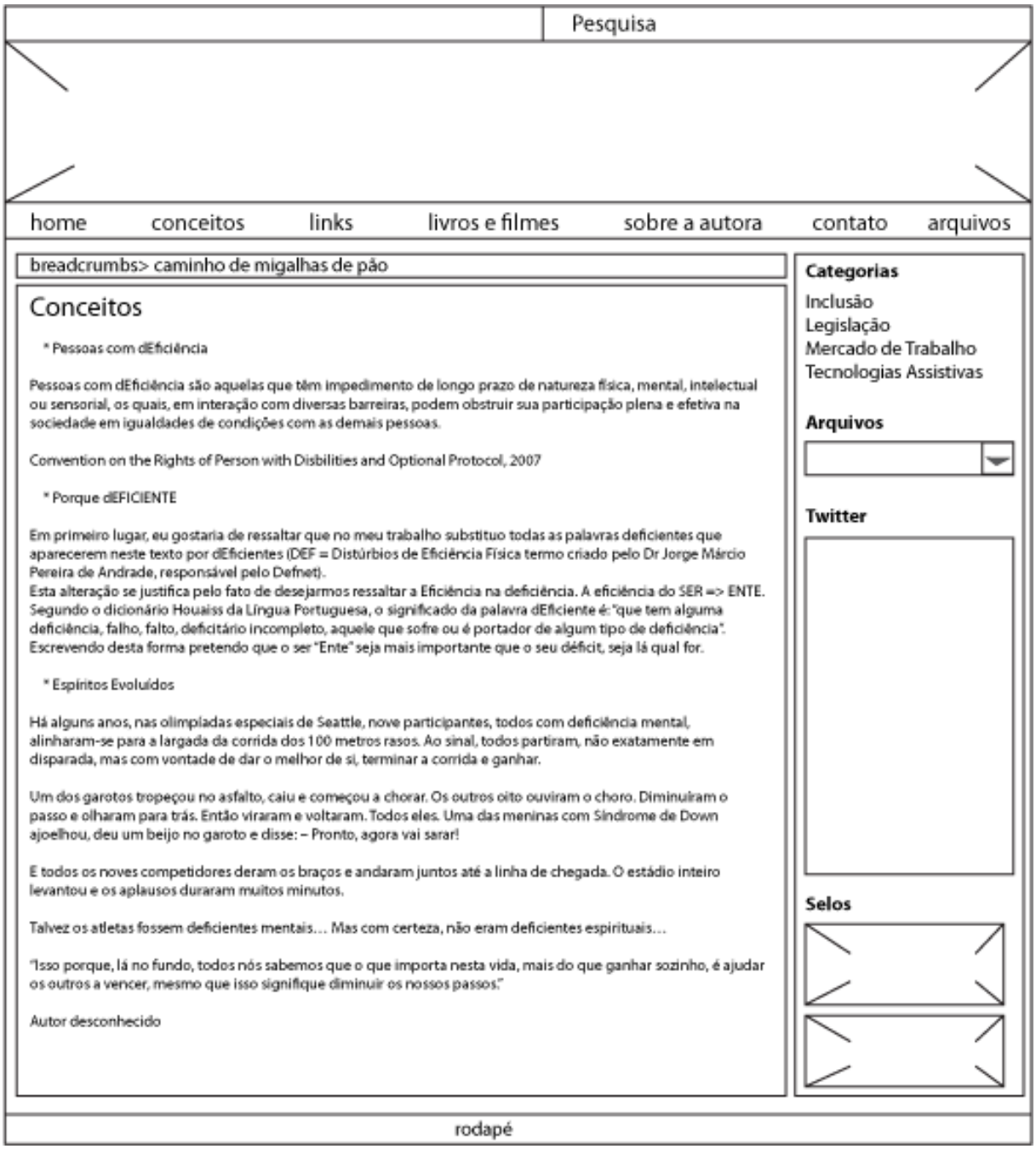
ANEXO C – WIREFRAMES



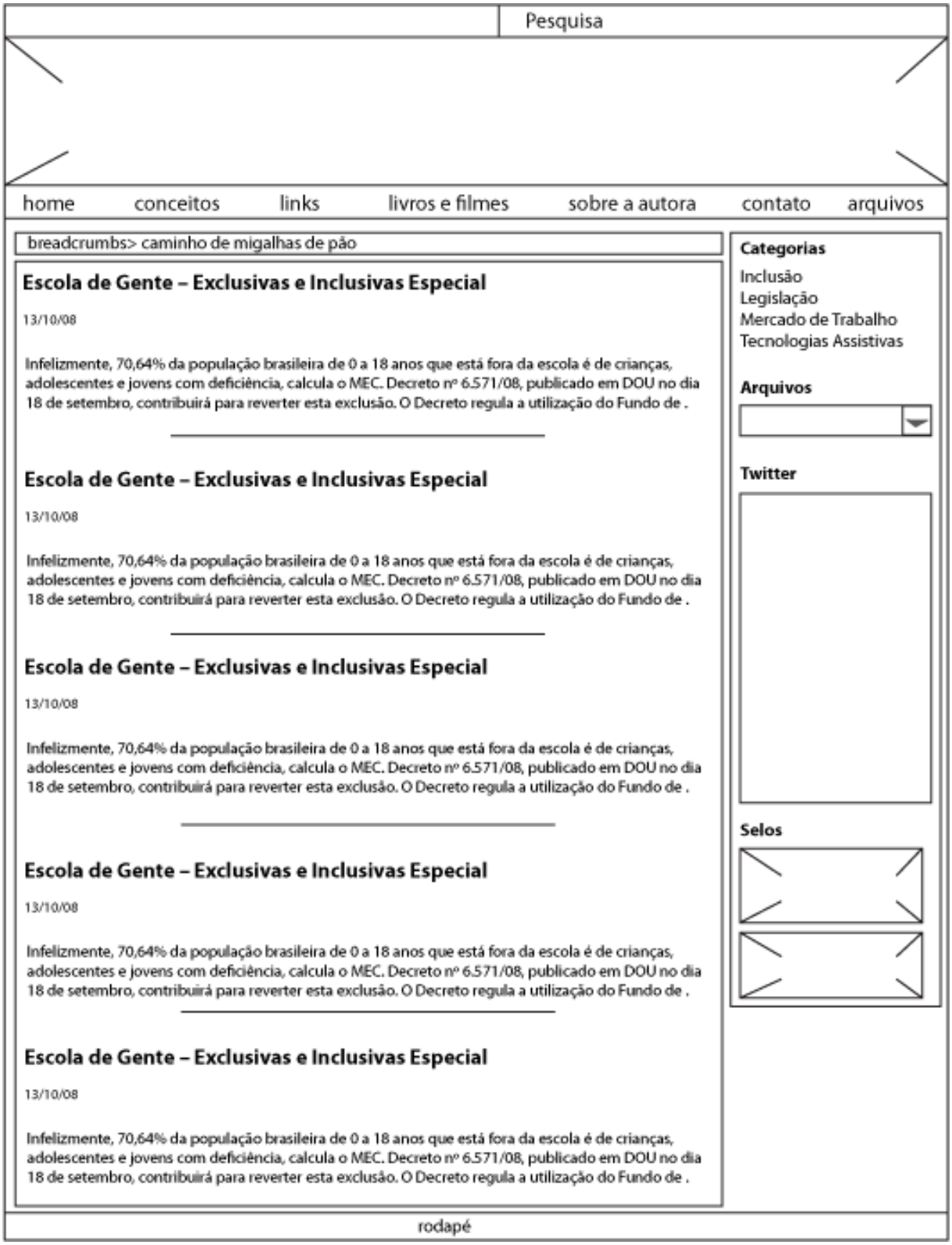
Wireframe da página inicial

Pesquisa
home
conceitos
links
livros e filmes
sobre a autora
contato
arquivos
breadcrumbs> caminho de migalhas de pão
Escola de Gente – Exclusivas e Inclusivas Especial
13/10/08
Infelizmente, 70,64% da população brasileira de 0 a 18 anos que está fora da escola é de crianças, adolescentes e jovens com deficiência, calcula o MEC. Decreto nº 6.571/08, publicado em DOU no dia 18 de setembro, contribuirá para reverter esta exclusão. O Decreto regula a utilização do Fundo de Manutenção e Desenvolvimento da Educação Básica (Fundeb) para estudantes com deficiência matriculados(as) na rede para estudantes com deficiência matriculados(as) na rede pública do ensino regular, incide sobre o perfil de orçamentos e investimentos na área de educação e possibilita à mídia uma releitura na abordagem do tema educação inclusiva. A convite do MEC, a Escola de Gente esteve representada no evento de apresentação do Decreto por Claudia Werneck e Claudia Maia, superintendente e coordenadora técnica, respectivamente, e pelos(as) conselheiros(as) Eugênia Augusta Fávero, José Ferreira Belisário, Rosane Lowenthal, Stella Lutterbach de Orleans e Bragança e Maria Teresa Eglér Mantoan.Não há dois lados. A escola brasileira é uma só.
Leia também:
. Inclusão Digital
. Inclusão Digital
. Inclusão Digital
Comentários
Paula disse:
Muito bom, parabéns!!
Deixe seu comentário
Nome
E-mail
Website
Enviar comentário
Categorias
Inclusão
Legislação
Mercado de Trabalho
Tecnologias Assistivas
Arquivos
Twitter
Selos
rodapé

Wireframe da página de postagem

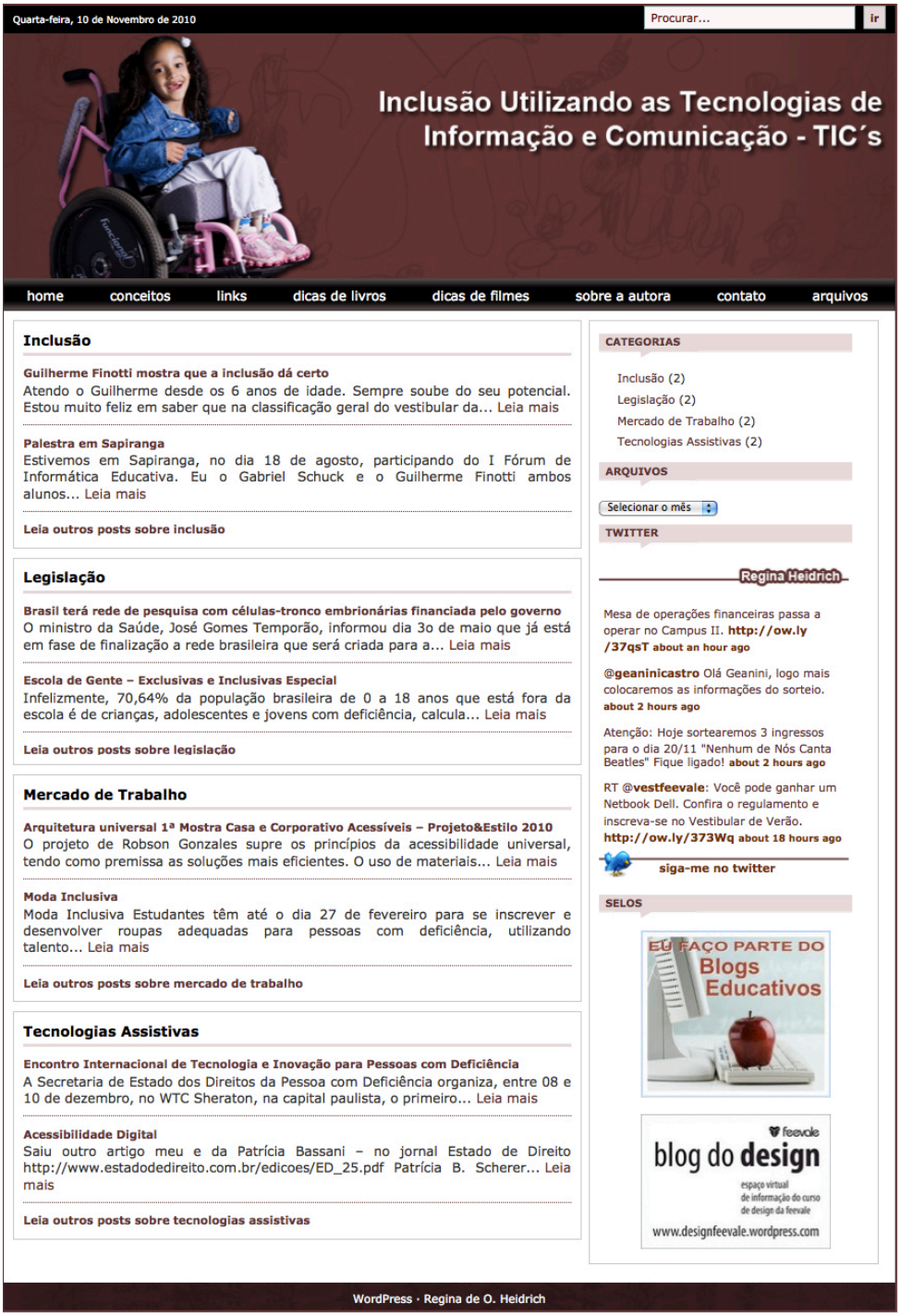


Wireframe das páginas (conceitos, links, dicas de livros, dicas de filmes, sobre a autora, contato e arquivo)



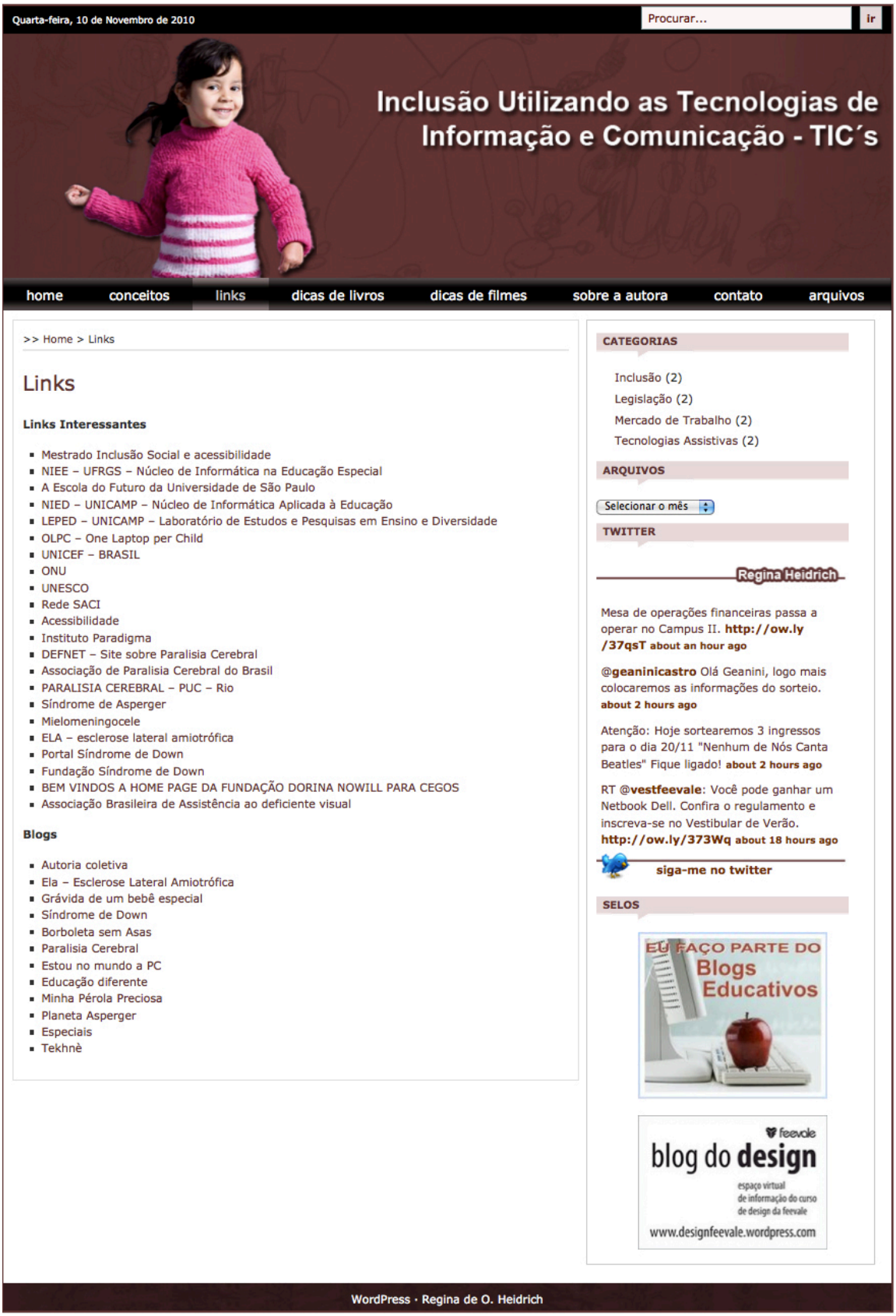
Wireframe da página de resultado de busca

ANEXO D – LAYOUTS



Layout da home

Layou da página conceitos



Layout da página de links

Layout página de dicas de livros (continua)

14.Inclusão e avaliação na escola de alunos com necessidade educacionais especiais

Hugo Otto Beyer – (Mediação, 128 pág.)

Reflexões sobre uma escola capaz de atender a todos, que atenda a diversidade a partir de uma nova forma de pensar.

15.Inclusão escolar: o que é? por quê? como fazer?

Maria Teresa Eglér Mantoan – (Moderna, 65 pág.)

De forma didática, a autora define inclusão escolar, discute as razões pelas quais esse tema tem sido proposto, quem são seus beneficiários e conclui debatendo sobre os possíveis caminhos para concretizar a inclusão em todas as salas de aula de todos os níveis de ensino.

16.Visão subnormal – orientações ao professor do ensino regular

Newton Kara José, Keila M. de Carvalho, Nilze B. Venturini, Maria Elisabete Gasparetto – (UNICAMP, 56 pág.)

A obra fornece orientações práticas, e simples, para o dia-a-dia do professor em relação ao aluno com visão subnormal, visando sua melhor integração à vida escolar. O trabalho é resultado de anos de experiência diária na Clínica de Visão Subnormal do Departamento de Oftalmologia da Faculdade de Ciências Médicas da Universidade Estadual de Campinas (Unicamp).

17.Os Deficientes e Seus Pais

Leo Buscaglia – (Record, 415 pág.)

Uma abordagem revolucionária, e multidisciplinar, de reabilitação do indivíduo deficiente, incluindo aquele que acabou adquirindo uma deficiência ao longo de sua vida.

18. UM ANTROPÓLOGO EM MARTE

O livro conta a história de um grupo de pacientes com letargia encefálica, que retornam subitamente ao mundo após décadas de "sono".Um antropólogo em Marte, é um exemplo da incrível capacidade de adaptação humana a condições adversas. Esse pintor torna-se completamente daltônico devido a um acidente de carro, deixa de viver no mundo colorido conhecido para olhar a vida nas tonalidades cinza, preta e branca. Sacks consegue transmitir as emoções causadas por essa transformação na vida de um artista que tinha na cor sua inspiração, e relata o lento processo de adaptação, nada fácil, à nova realidade.Cienc. Cult. vol.56 no.1 São Paulo Jan./Mar. 2004

19. O Homem Que Confundiu Sua Mulher Com um Chapéu

Oliver SacksO autor relata alguns casos curiosos e outros realmente interessantes – como no capítulo "A Mulher Desencarnada", por exemplo. Cia das Letras

20. Os atrasados não existem

ANNY CORDIE – O livro trata de psicanálise de crianças com fracasso escolar. Artmed 2004

21.Educação Inclusiva: O que o professor tem a ver com isso?

Marta Gil – Organizadora pela Rede SACIEditora: Imprensa Oficial do Estado de São Paulo

22.A Doce Sinfonia de seu Silêncio

Luciana ScottiEditora: O Nome da Rosa Editora Ltda

23.A Proteção da Lei aos Portadores de Deficiência no Mercado de Trabalho

Lutiana Nacur LorentzEditora: LTR / Revista do Ministério Público do Trabalho – 1999

24.A Saga de um Campeão

Lars GraelEditora: Editora Gente

25.Descobrindo a Surdocegueira: Educação e Comunicação.

Fátima Ali A. A. Cader Nascimento e Maria da Piedade Resende da Costa Editora: EdUFSCar

26.DIREITOS DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA: Garantia na Diversidade.

Eugenia Augusta Gonzaga FáveroEditora: WVA

27.DIREITOS HUMAMOS E PROTEÇÃO JURIDICA DA PESSOA PORTADORA DE DEFICIÊNCIA:

Normas Constitucionais de Acesso e Efetivação da Cidadania à Luz da Constituição Federal de 1988.

Alexsandro Rahbani Aragão FeijóEditora: Ministério da Justiça, 2002.

Layout página de dicas de livros (continua)

29.ESTATUTO DAS PESSOAS COM DEFICIÊNCIA

Maria Aparecida GugelEditora: Revista Nacional de ReabilitaAÇÃO, Nº39 / 2004

30.FELIZ ANO VELHO

Marcelo Rubens PaivaEditora: Editora ARX

31.JULIA E SEUS AMIGOS

Lia CrespoEditora: Editora Nova Alexandria

32.O DIREITO AO TRABALHO DA PESSOA PORTADORA DE DEFICIÊNCIA: O Princípio Constitucional da Igualdade – Ação Afirmativa

Sandro Nahmias MeloEditora: LTR

33.O OUTRO LADO DO ARCO-ÍRIS

Maria Amélia Vampré XavierEditora: Editora Diniz

34.O PORTADOR DE DEFICIÊNCIA E O DIREITO DO TRABALHO

Rosanne de Oliveira MaranhãoEditora: LTR

35.O TRABALHO DO PORTADOR DEDEFICIÊNCIA: Comentários ao Decreto nº 3.298/99

Maria Aparecida Gugel

Editora: Gênesis. Gênesis. Revista de Direito do Trabalho. Nº 88 / 2000

36.O TRABALHO DA PESSOA COM DEFICIÊNCIA E A LAPUDAÇÃO DOS DIREITOS HUMANOS: o direito do trabalho, uma ação afirmativa.

Ricardo Tadeu Marques da FonsecaEditora: LTR

37.PESSOAS COM DEFICIÊNCIA E O DIREITO AO CONCURSO PÚBLICO: Reserva de Cargos e Empregos Públicos, Administração Pública Direta e Indireta.

Maria Aparecida GugelEditora: UCG / Goiás

38.PORTADORES DE DEFICIENCIA – Sujeitos de Direitos.

Denise Lapolla de Paula Aguiar AndradeEditora: Revista do Ministério Público do Trabalho. Ano X. 03/2000.

39.RODRIGO ENXERGA TUDO

Markiano Charan FilhoEditora: Nova Alexandria

40.SEM ASAS AO AMANHECER

Luciana ScottiEditora: O Nome da Rosa Editora Ltda

41. SEXUALIDADE E DEFICIÊNCIA: ROMPENDO O SILÊNCIO

Ana Rita de Paula, Mina Regen e Maria da Penha LopesEditora: Expressão & Arte.

42. SONHANDO COM O AMANHÃ

Alexandre ConejeroEditora: Lemos Editorial

43.SOPRO NO CORPO – VIVE-SE DE SONHOS

Marco Antonio de QueirozEditora: Rima Editora

44.SUPERAR O IMPOSSÍVEL

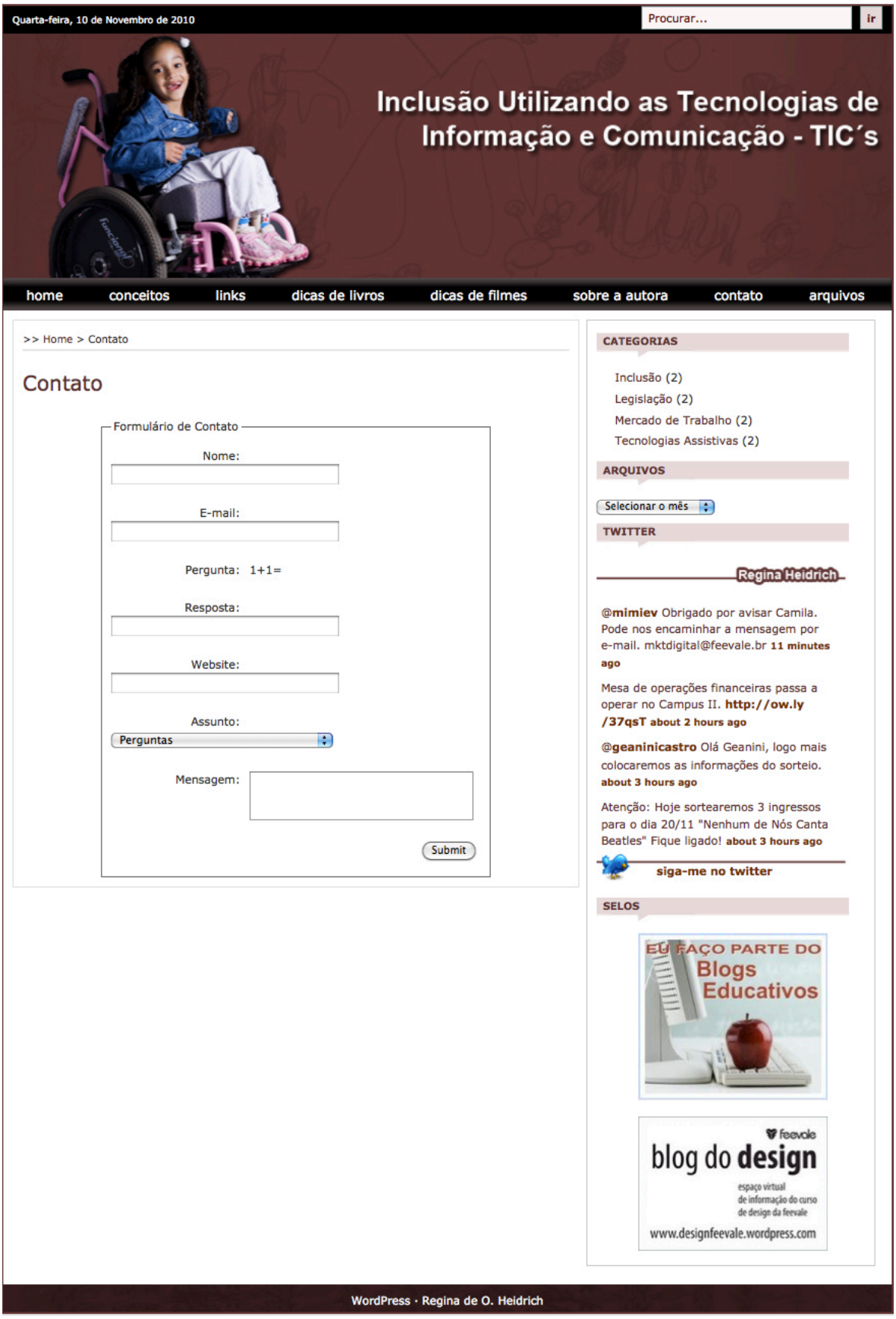
Christopher ReeveEditora: Alegro

45. VISÃO E REVISÃO, CONCEITO E PRECONCEITO

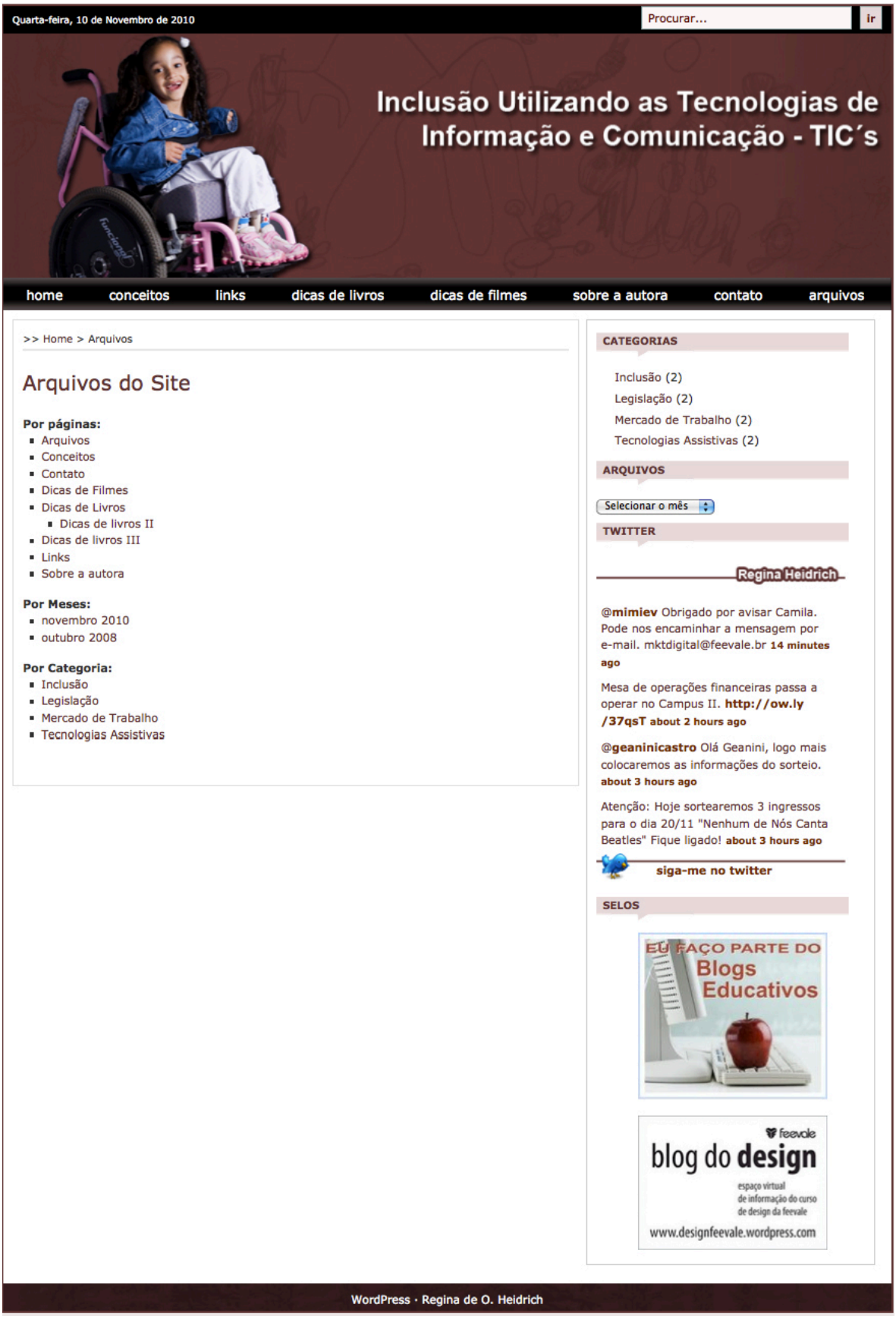
Ricardo Ferraz Editora: Bangraf

Layout página de dicas de livros

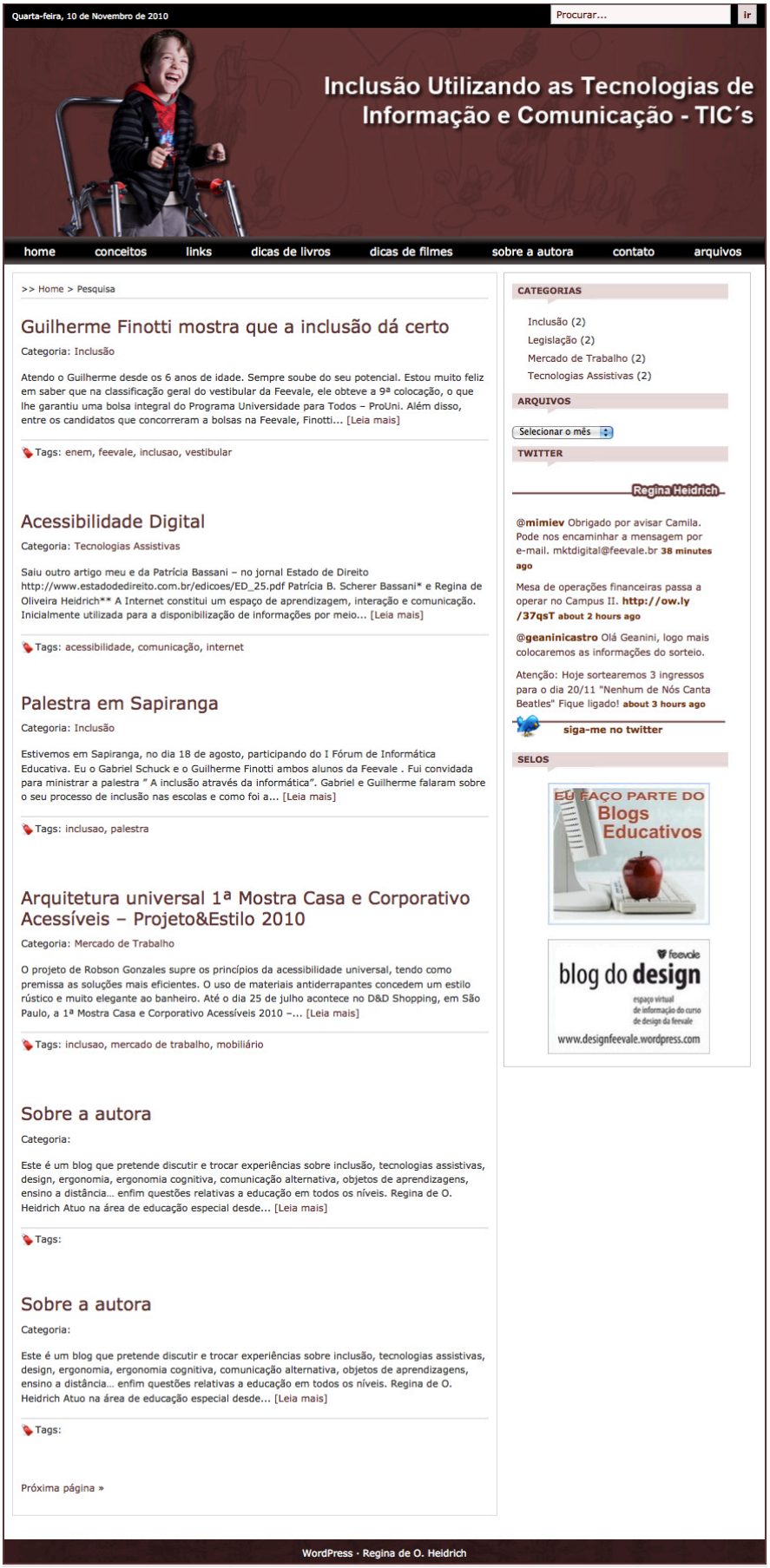
Layout da página sobre a autora



Layout da página de contato



Layout da página de arquivos



Layout da página de pesquisa