

## 2.5 Fases na construção do *site*

A construção de um *site* requer, por parte de sua equipe de desenvolvimento, uma série de fases e procedimentos que devem ser seguidos para que ele seja construído no tempo hábil, de acordo com as solicitações do cliente. Pode-se resumir a construção de um *site* em quatro fases, descritas a seguir:

**1ª fase – Organização da informação:** é a fase de organizar as informações que irão compor o *site* e adequar documentos e material para serem disponibilizados na *web* no formato de hipertexto. Os dados precisam ser acessados e atualizados com facilidade. As imagens de alta qualidade não são recomendadas nessa fase.

**2ª fase – Modelo do *site*:** é a fase de criação do *site*, quando acontecem as reuniões com toda a equipe de desenvolvimento. Nessa fase é definida e criada a estrutura de navegação e o projeto gráfico do *site*.

**3ª fase – Montagem:** durante a montagem do *site*, cada membro da equipe de desenvolvimento trabalhará em sua área específica, ou seja, irá montar sua parte.

**4ª fase – Testes:** são responsáveis pelos últimos ajustes do *site*; é quando se testa a navegação de toda a aplicação *web*, verificando os *links* dos textos e das imagens. Testes são feitos em diferentes plataformas e conexões, em diferentes navegadores.

Com o *site* devidamente construído e aprovado pelo cliente, será colocado no ar em seu próprio domínio.

## 2.6 Administração do *site*

Um *site* funcionando a pleno vapor, ou seja, disponível na *web* com vários acessos diários, precisa de uma administração. Essa função de administrador cabe ao *webmaster*; são suas atribuições verificar com frequência o funcionamento do *site*, a manutenção, o gerenciamento da infraestrutura necessária para viabilizar os acessos a ele, a divulgação, estatística, checagem dos *links*; portanto, ele é o responsável absoluto pelo *site*. Seu contato via endereço eletrônico deve estar disponível na *homepage* e em outras páginas do *site*, para que se possa contatá-lo sempre que for necessário.

É na administração do *site* que se faz a sua divulgação. Porque não adianta ter um *site* bem elaborado e disponível na *web*, se não for feita a sua divul-

gação. O *webmaster* deve utilizar todos os recursos disponíveis na *web* para conseguir alcançar um número significativo de acessos. As principais formas de divulgação *on-line* são:

- Incluir o *site* no cadastro dos motores de buscas mais populares da internet, sejam eles nacionais ou internacionais (Google, Cadê, Yahoo e outros). Dessa forma, qualquer usuário poderá encontrar as informações sobre ele sem dificuldade.
- Utilizar *banners* (tarja com informações promocionais sobre um *site*) estrategicamente localizados em páginas de *sites* que vendem espaço publicitário.

O envio de *e-mail* com divulgação do *site* deve ser evitado, pois é uma prática não recomendada na *web*.



O *webmaster* deve dispor de ferramentas para recolher informações estatísticas, para que assim possa definir o perfil do usuário e atualizar o *site* visando ao aumento do número de acesso. Ele pode, por exemplo, procurar saber quais as páginas mais acessadas, as menos acessadas, o número de visitas diárias, horários mais e menos acessados, dentre outras informações.

Na administração do *site*, a checagem de *links* ocupa um importante papel; portanto, é importante estabelecer uma rotina periódica para checagem de *links* internos e externos. Já existe software específico para essa tarefa. O *webmaster* deve diferenciar os *links* e torná-los fáceis de visualizar; não devendo usar instruções como “**Clique aqui**”, como um nome de *link*; *links* coloridos devem ser usados para indicar os que já foram visitados e não visitados; a palavra “*link*” não deve ser usada para indicar um *link* existente na página; indicar a presença do *link* com fontes com sublinhado e cor azul. Quando um *link* estiver vinculado a um arquivo PDF, acionar um equipamento de áudio ou vídeo, acionar um aplicativo de mensagens de *e-mail* ou acionar um outro aplicativo qualquer, ele deve explicar sucintamente o que acontecerá quando for clicado.

A organização de arquivos e diretórios também é uma atribuição do administrador do *site*. A estruturação da informação do *site* pode seguir o formato de módulos e submódulos e, conseqüentemente, irá gerar uma estrutura de diretórios e subdiretórios a serem administrados pelo *webmaster*.

## 2.7 W3C

O *World Wide Web Consortium* ou Consórcio *World Wide Web* (W3C), comunidade internacional que desenvolve padrões com o objetivo de garantir o crescimento da *web*, foi fundado por Tim Berners-Lee em 1994.

O W3C atualmente conta com a participação ativa de cerca de 500 membros e desenvolve tecnologias que irão se tornar padrões da *web* para a criação e a interpretação dos conteúdos, ou seja, faz uma padronização de tecnologias para a *web*. Apresentações *web* desenvolvidas seguindo os padrões W3C podem ser acessadas e visualizadas por qualquer pessoa ou tecnologia, independentemente de *hardware*, *software* ou plataforma utilizada, isso tudo de forma rápida e compatível com os novos padrões e tecnologias que possam surgir com a evolução da internet.

Seguindo as recomendações do W3C, o *site* passa a ter um código limpo e bem estruturado. Portanto, toda equipe de desenvolvimento *web* deve respeitar e seguir os padrões de acessibilidade do W3C, pois de outro modo poderá impor barreiras tecnológicas a diversas pessoas, desestimulando e até mesmo impedindo o acesso a suas páginas. O W3C defende o uso de tecnologias abertas, criando dessa forma aplicações intercomunicáveis e interoperáveis.

O W3C iniciou suas operações no Brasil em 1º de novembro de 2007. Antes de chegar ao país, a entidade já possuía escritórios na Austrália, China, Alemanha, Áustria, Finlândia, Grécia, Hungria, Índia, Israel, Itália, Coreia, Marrocos, África do Sul, Espanha, Suécia, Reino Unido e Irlanda. A presença do W3C no Brasil visa estimular o mercado brasileiro a adotar padrões internacionais e abertos no desenvolvimento de aplicações voltadas para a *web*. A publicação em português das principais recomendações do W3C e a criação de um fórum amplo para a discussão de padrões para *web* estão entre as atividades do consórcio no Brasil.

## Resumo

Ao final desta aula, aprendemos muito sobre *site*, desde sua elaboração, surgimento da ideia, até a sua administração. Conhecemos as instruções sobre como dispor as informações no *site*, como montar seus conteúdos. Detalhamos seu desenvolvimento, chegando à sua construção. Aprendemos ainda alguns detalhes sobre o W3C, o consórcio internacional que desenvolve os padrões para *web*. Conhecemos o HTML (*Hipertext Markup Language*), que significa Linguagem de Marcação de Hipertexto, linguagem escolhida para construção de páginas *web*, o qual será visto nas próximas aulas.

## Atividades de aprendizagem

1. O que é um *site*?
2. O que é *homepage*?
3. Cite três recomendações seguidas pelos *sites* mais comumente visitados, no que se refere ao modo de exibição de seus conteúdos.
4. O que é um *blog*?
5. Quais as modalidades de navegação de *site* disponíveis para *web*?
6. Qual a finalidade de um *storyboard*?
7. O que significa diagramar um *site*?
8. Quais profissionais englobam a equipe de desenvolvimento para *web*?
9. Qual membro da equipe de desenvolvimento *web* é o responsável pela administração do *site*?
10. O que é o W3C?