

Saiba como ficou a gangorra de conceitos e tecnologias em 2005





Apesar de todas as suas inovações e vantagens, a internet é um campo de trabalho que experimenta também oscilações ocorridas em outras áreas. Principalmente quando falamos do uso de tecnologias e conceitos profissionais.

Talvez hoje você possa ter um amplo domínio sobre determinada área envolvendo a web. Porém, em um mercado onde tudo evolui (e desaparece) muito rápido, lembre-se que essa realidade poderá provavelmente se tornar obsoleta num piscar de olhos.

Chegamos ao último mês do ano e uma das principais dúvidas de quem atua na área é saber se seus conhecimentos (tanto em tecnologias, como nos conceitos) continuaram em alta ou se caíram em desuso. Para responder tal pergunta, nada melhor do que ouvirmos a opinião dos profissionais envolvidos diretamente com o mercado de internet.

### Criamos ou seguimos tendências?

É bem provável que você tenha ouvido e lido diversas vezes nesse ano termos como Web 2.0, AJAX, Wiki, Redes Sociais (Friendster, Gazzag, LinkedIn, Orkut etc), Web Standards (Padrões Web), entre outros. Diante de todas essas novidades, qual seria a realidade brasileira? Seguimos as tendências de fora ou já trilhamos um caminho próprio?

"Em termos de planejamento e funcionalidades, por exemplo, o internet banking do Brasil é o melhor do mundo"

Michel Lent Schwartzman (10'Minutos)

"Acho legal fazermos uma separação entre tecnologias e tendências. AJAX, por exemplo, é uma tecnologia fantástica que está permitindo transformar websites em verdadeiros aplicativos. O Gmail é um bom exemplo. Por outro lado, há a questão criativa e estratégica. Neste sentido, acho que os profissionais do Brasil já trilham e até

ditam caminhos próprios. Em termos de planejamento e funcionalidades, por exemplo, o internet banking do Brasil é o melhor do mundo", afirma Michel Lent Schwartzman, sócio-diretor da agência 10'Minutos e mestre em Telecomunicações Interativas pela New York University.

Para Carlos Bahiana, professor da PUC-Rio e coordenador do curso de pós-graduação em Design de Interfaces da Unicarioca, o país exerce um papel muito mais de ocupação (uso) do que de desenvolvimento. "Basta ver o que aconteceu com o Orkut. É verdade que estamos estabelecendo nosso jeito de fazer as coisas, uma competência na aplicação das tecnologias e de Web Standards. Exemplo disso é o pessoal da Tableless.com.br", cita.

E para quem acha demorada a adoção de novas tendências por aqui, a explicação envolveria o receio de se investir em projetos com expectativa de retorno incerto. "Aqui no Brasil, seja qual tecnologia a gente

### Web 2.0

X

Termo de referência sobre as recentes transformações que estão acontecendo na internet, envolvendo as principais técnicas e os conceitos para o desenvolvimento de sites e serviços na web.

Fonte: Google, Carreira Solo e Blog Canal Web

Saiba mais sobre Web 2.0, na edição de janeiro.

### AJAX (Asynchronous Javascript and XML)



A idéia é utilizar Javascript para transformar suas páginas em aplicações, de modo que não precise recarregar a tela cada vez que o usuário clicar em alguma coisa.

Fonte: Tableless (www.tableless.com.br/ajaxdemo)

### Wiki



É uma coleção de páginas interligadas. Cada uma delas pode ser visitada e editada por qualquer pessoa.

Fonte: www.tiosam.com/enciclopedia/enciclopedia.php



## "As ferramentas que estimulam a interação e a comunicação entre seres humanos estão em alta" Felipe Memória (Globo.com)

fale, as coisas sempre demoram um pouco a chegar. As desvantagens para o 'consumidor final' são meio óbvias, mas há também a vantagem de se proteger de tecnologias furadas, que desaparecem em alguns anos. O mercado brasileiro está esperando para ver no que essa tal de Web 2.0 vai gerar e se ela não é, na verdade, como uns dizem por aí, a Bolha 2.0. Mas quem pular na frente, bolha ou não bolha, vai se dar melhor do que quem esperar. Foi assim na Bolha 1.0", explica Cristiano Dias, empresário do Vilago.com.br.

#### A visão dos clientes

Apesar de não ser um fator ligado diretamente ao uso e a aplicação de conceitos e tecnologias na web, entender como anda a visão de quem contrata os serviços de agências e profissionais autônomos serve para descobrirmos o porquê de algumas mudanças. Será que a maturidade dos clientes sobre o que é o meio e suas particularidades foi o primeiro ponto que deu certo em 2005? "Diria que já temos um bom grupo de clientes que chegou neste estágio. Mas não considero isso uma situação consolidada. Em muitos casos ainda há desconhecimento e, em outros, há dentro das empresas aquelas pessoas que entendem do assunto, mas muitas vezes ainda não são as tomadoras de decisão", alerta Michel Lent.

Segundo Cezar Calligaris, coordenador de criação online da agência DPTO, a heterogeneidade no perfil dos usuários de internet se aplica também ao universo de clientes. "Ao mesmo tempo em que há aqueles que sabem exatamente o que buscam (esses são ótimos para trabalhar), existem os que necessitam de aprendizado, mas acreditam no meio e, nos piores casos, àqueles que não acreditam na web. Um cliente com pouco conhecimento em internet geralmente implica em um projeto mais simples, com mais 'refações' e necessidade de mais horas de atendimento, ou seja, o nível de conhecimento tem impacto direto sobre o custo de um projeto", complementa.

### RSS, a estrela de 2005

Dentre os principais destaques, os especialistas apontam que a tecnologia RSS foi a que mais ficou em evidência nesse ano. "O RSS é a grande vedete do ano, na minha opinião. Uma tecnologia que já está aí há muito tempo, mas agora começa a ser usada em grande escala. Em todos os lados a vemos o "bloquinho laranja", aponta Michel.

### Bloquinho laranja



RSS Imagem [RSS ou XML] que indica que determinada página está disponível para distribuição. Basta clicar sobre ela com o botão direito do mouse para capturar o endereço que deverá ser adicionado ao seu agregador de RSS.

Fonte: www.uol.com.br/rss

Tanto é verdade que os grandes portais brasileiros (UOL e Terra, por exemplo) foram alguns dos maiores incentivadores da tecnologia. "Acho que o grande medo dos tais grandes portais era que as pessoas se 'apropriassem' do conteúdo sem os devidos créditos, que a audiência dos sites caísse. Mas eles acabaram descobrindo que quem lê RSS visita mais sites do que o resto dos usuários, porque tem acesso mais direto a informação que lhe é relevante. Além do mais, essas empresas também têm hackers e tecnófilos que incentivam essas tecnologias lá dentro", lembra Cristiano Dias.

### A gangorra dos conhecimentos e tecnologias

Mas nem só de RSS viveu a internet em 2005. Outras tecnologias e conceitos para quem cria, desenvolve e administra sites se consolidaram, sendo que outras começaram a cair em desuso. O primeiro exemplo dessa gangorra aparece quando falamos de Padrões Web. "Utilizar tabelas do HTML para formatação do layout da página vêm perdendo seu espaço para os sites baseados em CSS e que respeitam os padrões da W3C (World Wide Web Consortium)", diz Felipe Memória, designer de



"Hoje, são tanto modelos de mídia, muito mais criativos e impactantes, que já **não faz mais sentido utilizar os velhos pop-ups"** Adriana Menescal (Sirius Interativa)

interfaces da Globo.com.

Já as ferramentas ligadas à interação se tornaram assunto principal na pauta dos profissionais. "Falamos muito em AJAX e em ferramentas Wiki, que são conceitos relacionados à revolução que está sendo chamada de Web 2.0. É o amadurecimento dos projetos para a web que passa pela participação de pessoas. As ferramentas que estimulam a interação e a comunicação entre seres humanos estão em alta", destaca Memória.

Tudo isso estimulado pela visão de que a web é um dos canais ideais para a aproximação com o público-alvo. "Considero que o grande avanço da internet nesse ano foi consolidar-se como uma ferramenta de relacionamento. Não só pessoal, mas principalmente no ambiente corporativo. As empresas investiram muito na criação de sites e campanhas, onde a comunicação com seu usuário é bastante intensa", relata Paulo Roberto Kendzerski, diretor da agência WBI Brasil.

### "O consumidor unido - com blogs e fotoblogs - jamais será vencido"

Alessandro Barbosa (E-life Comunicação)

Outro fator que contribuiu para o aumento de investimentos na área foi o conceito de "consumergenerated media" (mídia gerada pelo consumidor). "As organizações descobriram que o consumidor pode ser um aliado ou o inimigo número um no quesito reputação. Observamos isso em alguns fenômenos ocorridos neste ano (veja o Box da próxima página). Este poder vai crescer cada vez mais e as empresas terão que redimensionar suas estratégias para se incluírem neste novo mundo. O consumidor unido - com blogs e fotoblogs - jamais será vencido. Por mais estúpida que pareça esta afirmação", diz na indicação dos profissionais: os pop-ups. "Algumas Alessandro Barbosa Lima, diretor da E-life Comunicação.

### "Uma tecnologia, dita Web 1.0, ainda tem bastante fôlego para crescer: os gerenciadores de conteúdo"

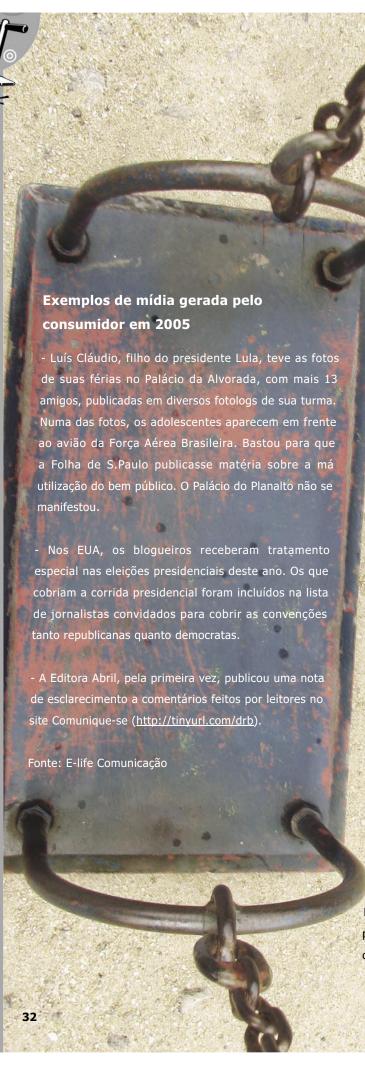
Carlos Bahiana (PUC-Rio)

Lembrando ainda que esse cenário foi beneficiado pelo fato de os blogs e suas variantes atingirem seu auge como ferramentas de publicação. "Por outro lado, eles começam a mostrar suas limitações em termos de personalização, serviços agregados, espaço em disco etc. Por isso, curiosamente uma tecnologia dita Web 1.0 ainda tem bastante fôlego para crescer, na medida em que se torna cada vez mais fácil adotá-la: os gerenciadores de conteúdo", revela Carlos Bahiana.

No entanto, o professor ressalta que são poucos os que se aproveitam das vantagens dessa tecnologia. "É impressionante a quantidade de pessoas, inclusive já com bagagem web, que desconhecem os CMS (Content Management System - gerenciador de conteúdo), sejam pagos ou gratuitos. Vemos inclusive muito site ser criado de modo artesanal, página a página, com alimentação por FTP e necessidade de alterar dezenas (eventualmente centenas) de arquivos HTML a cada atualização de design. Isso é absurdo! Ainda se se tratassem de hotsites pequenos e efêmeros, tudo bem, mas acontecem mesmo com sites institucionais permanentes", critica.

A consequência disso é que passamos a conhecer outra tendência que começa a cair: a de associar cada tela de conteúdo a um novo arquivo a ser carregado. "Muitos desenvolvedores ainda estão atrelados à idéia de 'uma tela, um arquivo', o que também é um tiro no pé em termos de administração do sistema", completa Bahiana.

Ainda no quesito desuso, um parece ser unânime



empresas insistem em usar pop-ups, mas é cada vez mais fácil ao internauta bloqueá-los", aponta Alessandro Barbosa. "Eles foram recursos amplamente utilizados no início da internet e, junto com os banners, eram os principais formatos de mídia online. Hoje, são tanto modelos de mídia, muito mais criativos e impactantes, que já não faz mais sentido utilizar os velhos pop-ups", acrescenta Adriana Menescal, sócia-diretora da Sirius Interativa.

## Usabilidade e Acessibilidade: bem falados, mas não utilizados?

Dos principais conceitos debatidos sobre a internet nesse ano, talvez Usabilidade, Arquitetura da Informação e Acessibilidade foram alguns dos que receberam mais atenção da mídia especializada e dos eventos focados em web.

"O profissional que conhece acessibilidade digital e procura se informar sobre esse assunto está, certamente, se valorizando. Não saberia falar em quantidades, mas é certo que assuntos como Acessibilidade e Usabilidade não deverão sair mais das pranchetas dos designers e das exigências de contratação de profissionais, além de ser requisito para concursos públicos", revela Aracy Gonçalves, analista de sistemas da PRODAM/SP.

Segundo a especialista, uma prova dessa movimentação está no surgimento de cursos sobre Usabilidade em diferentes regiões do país. "Temos no Rio de Janeiro (PUC), Santa Catarina (LabUtil-UFSC) e Minas Gerais (curso ligado à Engenharia de Software - DCC/UFMG). Em São Paulo, além do SENAC, temos a Faculdade de Saúde Pública da USP, com os cursos ATIID (Acessibilidade, Tecnologia da Informação e Inclusão Digital). E já existem cursos de Usabilidade que também possuem a Acessibilidade como assunto relacionado na disciplina", diz.

Mas, se por um lado o cenário é positivo e o



# "Quantos sites você conhece que usam tamanhos de fonte em pixels?"

Carlos Bahiana

### "Como é fácil desenvolver em PHP, também é fácil fazer besteira"

Cristiano Dias

crescimento foi evidente, a sensação é que tais conceitos ainda precisam evoluir na cabeça de quem produz na internet brasileira. "Acho que naturalmente as empresas que produzem websites têm se preocupado mais com a questão da facilidade de uso. Mas ainda temos muito que evoluir. Ainda não chegamos lá", analisa Felipe Memória.

A opinião é compartilhada pelo professor Bahiana, que cita alguns obstáculos para o progresso dos temas. "Estamos vivendo tempos interessantes. Avançamos em algumas áreas de ponta, em experimentação, mas temos um enorme atraso em fundamentos básicos de Usabilidade, por exemplo. Quantos sites você conhece que usam tamanhos de fonte em pixels? Se algo banal assim ainda acontece, imagine o resto", aponta.

A realidade também se aplica quando falamos em Acessibilidade e Arquitetura da Informação (AI). "É muito comum confundir 'validar no Bobby (atual WebXACT)' ou 'validar no daSilva' com 'ser acessível'. Acessibilidade é uma possibilidade e uma orientação, mas está longe de ser realidade. AI é outra área em que se publica e se discute muito, mas é pouco utilizada na prática. Regras básicas, como criar estruturas de conteúdo largas e baixas (mais abrangência do que profundidade) e o melhor desempenho da memória de curto prazo nos famosos '7+/-2 itens' são recomendações simples e conhecidas há anos, mas quem as usa?", questiona Bahiana.

### 7+/-2 itens

Confira o artigo "Implications of Memory, Structure and Scent for Information Retrieval"

X

(research.microsoft.com/users/marycz/chi981.htm)

### Programação: sobe PHP, desce Java?

Na área de programação web, os especialistas observaram que a tecnologia Java começa a apresentar sinais de desaceleração em seu uso, ficando restrito às grandes empresas. "Cada um com seu cada um e, no ambiente rápido 'pra ontem' da web, desenvolver um site ou portal usando Java acabou ficando inviável. Ele vai continuar com seu lugar mais do que consolidado no mundo corporativo, mas ninguém hoje tem condições de gastar R\$ 1 milhão e 12 meses de projeto em um portal. Quando ele entrar no ar já estará ultrapassado e qualquer ciclo de atualização será um novo projeto. Numa grande empresa, demorar 12 meses para lançar um novo sistema, não é nenhuma novidade. Certo ou errado é assim que elas operam desde sempre", relata Cristiano Dias.

Mas se a complexidade no desenvol-vimento em Java represente uma boa oportunidade para outras linguagens, a precariedade na hora da programação ainda representa um obstáculo para sua plena adoção. "O contraponto é que na web muita gente ainda acha que 'fazer site' é sentar na frente do teclado e sair codificando. Nem tanto, é preciso aprender um pouco com a metodologia corporativa. É necessário planejar, modelar e (principalmente) documentar. É por isso que as linguagens 'só da web', como PHP e ColdFusion, sofrem para conquistar mercado nas grandes empresas: muita gente faz muita porcaria com elas. Como é fácil desenvolver em PHP, também é fácil fazer besteira. Você pode deixar para lá algum passo importante do desenvolvimento, que vai voltar mais tarde para puxar seu pé", alerta.



Apesar disso, Cristiano acredita que esse cenário pode mudar quando as organizações apostarem nas vantagens em se trabalhar com tais tecnologias. "Devagarzinho, o PHP, e agora o Ruby on Rails, está ganhando seu espaço em empresas sérias que investem no corpo profissional. Na verdade, não é o Java em si que está caindo na web. É o conceito de que para desenvolver um portal você precisa de uma equipe de centenas de pessoas. Na web, você precisa de meia-dúzia de escovadores de bits, uma tropa de choque que vai entrar, dar o recado e partir para a próxima", explica.

### **Ruby on Rails**



Tipo de plataforma aberta para desenvolvimento web. Fonte: www.rubyonrails.com.br/

### Flash: entre o céu e o inferno?

Em 2005, boa parte dos sites lançados e reformulados utilizou o Flash como tecnologia principal de navegação. Podemos citar como exemplos os sites da Kaiser, Coca-Cola, Lojas Renner, C&A, dentre outros.

Como sempre polêmico, Jakob Nielsen, em artigo divulgado em outubro (veja o Box ao lado), apontou os dez erros principais em webdesign nesse ano (segundo ele, escolhidos pelos leitores de sua newsletter "AlertBox"). Na lista, o especialista incluiu o uso abusivo do Flash e apontou que ele não deve ser o guia principal de navegação.

Afinal, o Flash subiu ou desceu na "bolsa de valores" da web? "Temos sempre que ter em mente que muitas das pesquisas usadas cegamente no Brasil vêm de fora (e, em particular, dos EUA). Por definição, não é automática a utilização de resultados de pesquisas em países diferentes. Provavelmente, até 2004, responderia que o Flash ainda deveria ser usado com muita cautela. Com o avanço da web, dos internautas (inclusive brasileiros) e do próprio Flash, eu já diria o contrário: ele pode, sim, ser uma boa opção", afirma Nino Carvalho, gerente nacional de Web e

Serviços Online do British Council Brazil.

# "A propaganda online hoje, por exemplo, não existiria sem o Flash"

Cezar Calligaris (DPTO)

Segundo Cezar Calligaris, da agência DPTO, a tecnologia se tornou uma ferramenta indispensável para quem trabalha com publicidade online. "O Flash evoluiu bastante e permite a criação de animações mais elaboradas, assim como a integração com som e vídeo. Ele também permite muito mais interatividade, chegando a ser uma ferramenta para a criação de jogos simples. Por isso, seu uso tem crescido, seja em sites ou em campanhas online. A propaganda online hoje, por exemplo, não existiria sem o Flash", afirma.

### Dez erros em Webdesign de 2005 -Jakob Nielsen

- 1) Problemas de legibilidade de textos
- 2) Links não-padronizados
- 3) Uso abusivo do Flash
- 4) Conteúdo escrito de forma inadequada para a web
- 5) Função ineficiente de busca no site
- 6) Incompatibilidade entre navegadores
- 7) Formulários longos e confusos
- 8) Falta de informações sobre contato (endereço físico, email e telefone)
- Layouts "congelados", com larguras fixas de página
- 10) Redimensionamento inadequado de fotos

Fonte: Jakob Nielsen

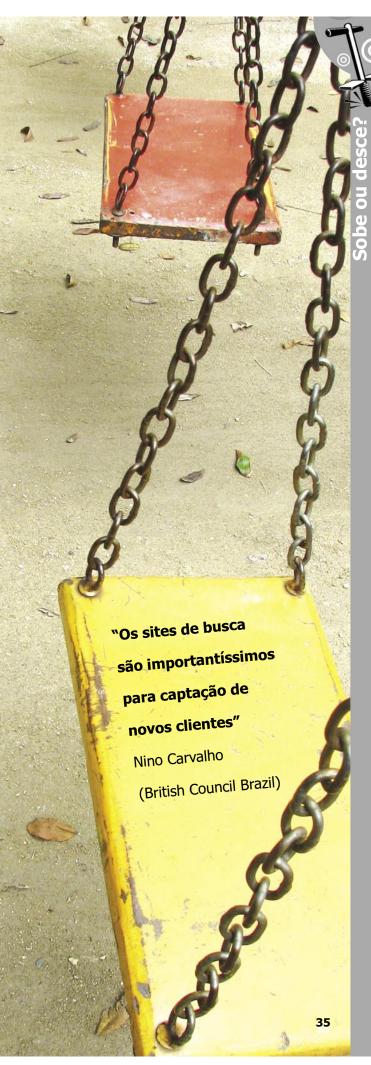
(http://www.useit.com/alertboxdesignmistakes.html)

E um dos principais segredos para que o sucesso no uso de Flash seja alcançado envolve o estudo do perfil de usuário. "O Flash usado no Vibezone da Coca-Cola (www.cocacolavibezone.com.br) faz muito sentido: casa direitinho com o tema do evento, com o público-alvo e potencializa a influência junto aos clientes. Por outro lado, quando gerenciava um portal de terceira idade, durante um teste de usabilidade vi um senhor arrancar o plug que ligava o PC à tomada quando viu o pop-up para instalação do Flash subir à tela. Quando perguntei, surpreso, o porquê de ele ter feito isso, o senhor me respondeu: 'Você não viu? Era um vírus!", conta Nino Carvalho.

Dessa forma, sua aplicação deve respeitar os conceitos da boa utilização dos meios online. "O grande erro cometido em relação ao Flash foi tratá-lo como uma exceção e não aplicar a ele todas as regras que se aplicam nas outras tecnologias. Arquitetura da Informação, por exemplo, também precisa ser aplicada no Flash", diz Calligaris. "O Flash continua em alta, mas no caso da adoção de regras de usabilidade em geral, tenho visto ainda muito uso inapropriado, às vezes provocado por pressão de cliente que insistem em 'animar' seus sites a qualquer custo", acrescenta Carlos Bahiana.

### Como andam o marketing e a publicidade na web

Esse ano parece ter confirmado o papel da internet como meio estratégico para divulgação e fortalecimento de marcas. Para que tal objetivo fosse alcançado, um dos recursos de marketing online mais explorados foi o Search Engine Marketing (SEM - Marketing em Sites de Busca). "Cresceu muito este ano e ainda irá fazer barulho por um tempo. No entanto, depois de reportagens sobre o 'vício' dos principais mecanismos de busca, acho que o crescimento poderá desacelerar. Além disso, os sites de busca são importantíssimos para captação de novos clientes, mas o que é mais lucrativo em longo prazo é manter e fidelizar seus clientes", explica Nino.





Outras campanhas muito utilizadas foram as que envolveram o marketing viral. "Considero uma das mais eficazes e que maior retorno trouxe às empresas que investiram nesta estratégia. Isso porque o internauta participa da ação. Quando ele indica para alguém um produto, serviço, ele, na verdade, está avalizando essa marca, está sendo ativo no relacionamento. E isso é fundamental para uma empresa avaliar o perfil do seu público e como ele 'enxerga' determinada empresa", relata Paulo Roberto Kendzerski.

Em termos de publicidade online, o entendimento é que a principal mudança envolveu os modelos estratégicos. "Os anunciantes estão pulverizando cada vez mais as suas verbas e migrando-as da publicidade tradicional para a internet, marketing direto e outros meios que possibilitem obter medidas mais confiáveis de retorno. As agências estão fazendo todo tipo de tentativa para não perder sua parte da verba e por isso estão mudando seus modelos de atendimento. Basta ver a quantidade de agências que está investindo em departamentos de internet. Uma das palavras-chave nesse aspecto é a integração. O que algumas delas não entenderam é que integração não é apenas ter o mesmo visual para uma campanha, mas

sim aproveitar o melhor de cada meio de acordo com um objetivo em comum", constata Cezar Calligaris.

### Desenvolvendo a experiência no uso

O sobe e desce de tecnologias e conceitos em 2005 acabou por fortalecer uma tendência para se atingir a plenitude envolvendo a criação e o desenvolvimento na internet. "Antropologia, sociologia, psicologia e etnologia vão nos ajudar a entender como se compõem e se comportam grupos de pessoas, quais seus valores e motivações, como lidar com as emoções e os desejos. Não envolve só Usabilidade, mas uma completa experiência, na qual o website tem seu papel que só se completa através de outras mídias e outros dispositivos", explica Carlos Bahiana.

Ou seja, caminhamos para um ambiente de total convergência. "A idéia, então, não é de que um dispositivo ou uma mídia vingue, eliminando as outras, mas do entendimento do papel de cada dispositivo e mídia no processo de experiência do usuário, cada um oferecendo aquilo o que é melhor e se completando através dos outros. Não vamos mais falar de webdesign, design gráfico ou design de interface, mas de Experience Design: o projeto de uma experiência completa de uso", orienta.