

## O QUE HÁ POR TRÁS DO SEU *SITE*?

por Alex Nunes\*

Acessibilidade, usabilidade, navegabilidade e arquitetura da informação são tópicos fundamentais que devem ser avaliados quando se pensa em manter um *website*. Muitos nem sabiam que a preocupação com estas questões técnicas era importante. Geralmente, quando se contrata uma empresa ou um *webdesigner* para desenvolver um *site*, a preocupação maior é com a parte estética, com as animações, imagens, etc. Porém existe todo um universo por trás da parte visual de um *website* que, mesmo que você o visualize em seu computador e consiga navegar nele sem problemas, não quer dizer que a página tenha sido feita do modo certo.

O processo que determina, por exemplo, se o seu *site* vai ser visualizado da mesma maneira nos diversos navegadores que existem para sistemas operacionais da Apple (Macintosh), Microsoft (Windows) ou Linux definirá se ele foi feito do modo correto. Mas como na maioria das vezes o proprietário do *site* utiliza a plataforma Microsoft, vê tudo funcionando e esquece dos outros usuários que utilizam os outros sistemas e navegadores. Aí você me pergunta: “Quando eu contratei o serviço isso já não deveria ter sido feito?” Sim, deveria ter sido pelo menos detectado. Mas você não sabe se foi feito ou não, a menos que tenha problemas, e neste caso reclamar com o profissional que desenvolveu sua página. Este foi um exemplo simples de como a parte que está por trás do seu *website* na *Internet* pode influenciar na maneira como o seu usuário ou cliente vê efetivamente o seu *site*.

Outras situações percebidas depois do *site* estar já há algum tempo no ar (*online*), não estavam no orçamento original, mas depois de alguma insatisfação, percebe que são de extrema importância. O processo de implementar essas novas necessidades muitas vezes acarreta em ter que refazer toda a estrutura interna do *site*. *Isso não muda em nada* a parte visual, mas pode chegar a custar mais que o valor total do orçamento inicial.

O caso mais comum desta situação é a simples necessidade do cliente de melhorar o desempenho e a posição de aparecimento do seu *site* nos mecanismos de busca (como no Google, por exemplo). E agora você pergunta: “Isto não deveria estar incluso no orçamento?” É aí que mora o perigo, porque se o cliente já solicitar que o *site* tenha um código estruturado de maneira que seja mais fácil para que as ferramentas de busca o encontrem, o valor do orçamento com certeza vai aumentar. Como raramente o cliente sabe que, dependendo de como os bastidores do *site* são feitos, isso vai melhorar ou não sua posição nas buscas, então, para ganhar o cliente, o orçamento sai barato. E aí, como diz o ditado, o barato sai caro.

Hoje em dia, saber qual o público que se pretende atingir com o *site* e quais são as melhores maneiras para isso, pode economizar dinheiro no marketing e divulgação e trazer resultados mais rápidos para o seu negócio. Muitas empresas estão refazendo *sites* por não saberem a importância de como a estrutura dele deve ser além do visual bonito, pois é muito mais fácil fazer um *site* preparado para esses desafios do que reestruturar um já existente.

Esses desafios são perguntas que devemos nos fazer a respeito do nosso *site*.

- As informações no meu *site* são fáceis de encontrar?
- O meu *site* segue as regras básicas sugeridas pelo órgão regulador da Internet (a W3C)?
- Meu *site* é bem visualizado na resolução 800x600?
- Porque eu preciso de um *site* em *flash*?
- É possível navegar com tranquilidade sem *mouse* no meu *site*?
- É possível navegar por todo o *site* caso o usuário desabilite os recursos gráficos do navegador (apenas modo texto) por algum motivo? Talvez conexão muito lenta ou talvez porque ele utilize software de leitura em voz alta.
- O meu *site* possui sistema de aumento das letras e/ou aumento de contraste para pessoas com visão comprometida?
- Os cegos conseguem navegar no meu *site*?
- É possível navegar no meu *site* por um aparelho de telefone celular ou por um computador de mão, cujas telas são menores?

Acredite, é muito mais comum do que parece encontrar sites com visual de encher os olhos e não passar por nenhuma dessas perguntas. A lista de perguntas é muito grande e para cada necessidade um possível orçamento diferente, então é muito importante saber o que você tem e o que você quer nos bastidores do seu *site*.

Se você já tem ou quer desenvolver um *site mais* acessível para todos os usuários, converse com o seu *webdesigner* a respeito da estrutura por trás da parte visual, questione, saiba o que está e o que não está incluso no orçamento. Desconfie se oferecer muita coisa e o preço não mudar, peça orçamentos do *site* com e sem as técnicas específicas, peça para ver as telas em outras plataformas, peça para ver a validação do código do *site*, este procedimento pode economizar dinheiro no futuro.

Alex Nunes é Consultor Web, trabalha com criação de sites desde 1999, participou de inúmeros projetos na plataforma web, de sites institucionais a sistemas financeiros.  
Contato: alex@ememo.com.br