



**CENTRO UNIVERSITÁRIO DE BRASÍLIA - UniCEUB**

**FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS –  
FATECS**

**CURSO DE COMUNICAÇÃO SOCIAL**

**HABILITAÇÃO EM PUBLICIDADE E PROPAGANDA**

**DISCIPLINA: MONOGRAFIA**

**PROFESSORA ORIENTADORA: GISELE MOTA RAMOS**

## **NAVEGABILIDADE NA WEB 2.0**

**Bruno Ribeiro Pereira**

**RA:2065544/4**

**Brasília, junho de 2010**

**Bruno Ribeiro Pereira**

## **NAVEGABILIDADE NA WEB 2.0**

Trabalho apresentado à Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas, apresentado como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Professora Gisele Ramos Matos

**Brasília, junho de 2010**

**Bruno Ribeiro Pereira**

## **NAVEGABILIDADE NA WEB 2.0**

Trabalho apresentado à Faculdade de Tecnologia e Ciências Sociais Aplicadas, apresentado como requisito parcial para a obtenção ao grau de Bacharel em Comunicação Social com habilitação em Publicidade e Propaganda do Centro Universitário de Brasília – UniCEUB.

Professora Gisele Ramos Matos

### **Banca Examinadora**

---

Professora Gisele Mota Ramos  
Orientadora

---

Professora Tatyanna Castro A. Silva  
Examinadora

---

Professor Bruno Nalon  
Examinador

**Brasília, junho de 2010**

## **Dedicatória**

Aos meus pais por terem me apoiado em toda essa caminhada e sempre acreditaram em mim, a minha noiva que esteve sempre comigo me ajudando e me dando forças e aos meus familiares.

## **Agradecimentos**

Agradeço primeiramente ao meu maravilhoso Deus, que sempre me deu graça para conquistar meus sonhos, agradeço a meus pais que me proporcionaram essa realização de me formar, a minha noiva que eu amo, que sempre esteve comigo, me ajudando, me auxiliando. E agradeço a meus familiares, tios e tias, que me ajudaram nessa conquista.

“Nem olhos viram, nem ouvidos ouviram, nem jamais penetrou o coração humano, o que Deus tem preparado para aqueles que O amam.”

1 Coríntios 2:9

## **Resumo**

A internet tem como foco proporcionar a comunicação entre as pessoas de forma rápida e prática. Seu surgimento revolucionou o mundo e se tornou uma ferramenta de entretenimento e trabalho, além de ser uma das maiores ferramentas de comunicação existentes. Ela surgiu como forma de levar informação para quem a acessava, posteriormente se desenvolveu dando possibilidade de o usuário também postar informação através de uma nova plataforma chamada de Web 2.0. Com essa nova plataforma, cresceu um novo conceito e necessidade, ou seja, a importância da navegabilidade nos sites de Web 2.0, onde se pode entrar em um site e navegar pelas diversas páginas de forma rápida e prática. Para se obter essa boa navegação, são necessários diversos fatores como um design bonito e atrativo, um conteúdo com informações relevantes, uma interatividade do site com o usuário, etc. Tudo para tornar o site navegável.

Palavras-chave: Internet, comunicação, sites, Web 2.0

## **Lista de Ilustrações**

Imagem 1 - Página principal do Youtube, p.29.

Imagem 2 - Página de cadastro do Youtube, p.30.

Imagem 3 - Página de visualização de vídeo, p.31.

Imagem 4 – Página de visualização da conta do usuário, p.32.

Imagem 5 - Página inicial do Orkut, p.34.

Imagem 6 - Página de cadastro do Orkut, p.34.

Imagem 7 – Página do perfil do usuário, p.35.

Imagem 8 - Página do álbum do usuário, p.36.

Imagem 9 - Página de recados do usuário, p.37.

Imagem 10 - Atualização do Orkut, conhecido como “Novo Orkut”, p.38.



## Sumário

1	Introdução.....	10
1.1	Contextualização do tema .....	11
1.2	Justificativa .....	11
1.3	Objetivo .....	11
1.3.1	Objetivo Geral .....	11
1.3.2	Objetivo Específico.....	11
1.4	Problema .....	12
1.5	Suposições .....	12
1.6	Metodologia .....	12
1.7	Estrutura do trabalho.....	12
2	Referencial Teórico.....	13
2.1	A Internet.....	13
2.1.1	Evolução Histórica.....	13
2.1.2	Internet como Produto .....	14
2.2	Avaliação de Sites .....	18
2.2.1	Navegabilidade (Facilidade de navegação) .....	18
2.2.2	Interatividade .....	19
2.2.3	Ferramentas de Atendimento ao Cliente .....	20
2.2.4	Conteúdo .....	21
2.2.5	Atratividade.....	23
2.3	Navegabilidade na Web 2.0 .....	24
3	Aplicações práticas da navegabilidade na Web 2.0 .....	27
3.1	YouTube - Broadcast Yourself.....	27
3.2	Orkut .....	34
3.3	Análise de campo .....	40
4	Conclusão.....	42
4.1	Análise de dados .....	42
4.2	Considerações finais .....	43

## 1 Introdução

O mundo a cada ano passa por mudanças, e muitas delas significativas a ponto de revolucionarem a vida das pessoas. Uma dessas foi a internet, que foi criada em meio a Guerra Fria com o intuito de trocar informações sigilosas de modo rápido e prático, após a guerra ela se tornou tão inútil que os militares não achavam tão importante protegê-la, por esse motivo que as faculdades foram tendo acesso para pesquisas acadêmicas, forma de se comunicar, e informação gratuita. Em alguns anos se transformou em uma das maiores redes de comunicação do mundo.

Em meio a toda essa interação da internet e as pessoas, surgiu o conceito de navegabilidade, onde o usuário consegue navegar ou passear pelas páginas do site de forma rápida e prática sem se perder e em poucos cliques chegar aonde deseja. A idéia de navegabilidade foi crescendo tanto que se tornou indispensável para qualquer site hoje, levando os criadores de sites a pensarem mais no usuário final. Por esse motivo, é de extrema importância que o site seja criado de modo que o visitante ao acessá-lo consiga obter as informações que se está procurando rapidamente ou caso o usuário, através de uma busca, caia no meio do site, ele tenha a opção de saber ir para onde quer sem se perder, o que pode levá-lo a procurar outro link que o leve para onde ele deseje, pois não adianta o site possuir milhares de páginas se o visitante fica perdido no meio delas por falta de informação. Contudo, uma navegabilidade bem sucedida faz com que o visitante se sinta tão bem no site que nem ao menos preste atenção nela. Por isso que o desenho do mesmo é essencial para esse sucesso, e o web designer ou criador de sites tem que levar em consideração não apenas uma boa navegação, mas um design que atraia o usuário, levando-o a se sentir bem nele.

Em virtude dessa evolução que a internet vem passando, surgiu o conceito de Web 2.0, ou seja, antes essa plataforma era chamada de Web 1.0, evoluiu para a Web 2.0 não deixando seu conceito, mas levando consigo algumas mudanças. Um jeito fácil de explicar essa mudança é entender que na Web 1.0 as pessoas adquiriam informação através dos portais na internet, era a publicação desses para quem acessava, mas isso ficou para trás, pois nasceu a era da Web 2.0, com uma nova estrutura que permitiu que as

informações fossem compartilhadas por qualquer pessoa, expandindo o campo da interatividade e possibilitando ao usuário gerar conteúdo também. E com toda essa interação, a navegabilidade não podia ficar para trás, ou seja, a navegabilidade e a Web 2.0 não são mais duas coisas distintas, e sim um único “pacote” de sucesso, onde o usuário e a informação interagem harmonicamente.

### **1.1 Contextualização do tema**

Essa monografia tem como tema a navegabilidade na web 2.0, ou seja, a importância de uma boa navegação nos sites hoje.

### **1.2 Justificativa**

A justificativa para a realização desse estudo baseia-se que a internet vem sofrendo mudanças de forma muito rápida, o usuário de hoje não possui mais o pensamento de antigamente, onde o fator navegabilidade não interessava muito, mas sim uma nova forma de pensar e interagir com o site, por esse motivo que existe a preocupação do criador do site desenvolvê-lo de forma que o visitante se sinta bem navegando pelas páginas, de modo prático e rápido.

### **1.3 Objetivo**

#### **1.3.1 Objetivo Geral**

Compreender como a navegabilidade na web 2.0 é essencial para o sucesso do site, proporcionando ao usuário segurança, praticidade e uma boa navegação.

#### **1.3.2 Objetivo Específico:**

- Descrever os passos necessários para uma boa navegabilidade no site.
- Descrever as vantagens de o site ter uma boa navegação e as desvantagens de não a possuir.
- Dar exemplos de dois sites que possuem boa navegabilidade e o mesmo nos que não possuem.

#### **1.4 Problema**

Qual a importância de uma boa navegabilidade na web 2.0?

#### **1.5 Suposições**

- A eficiência de um site na Web 2.0 se dá por uma navegabilidade imperceptível ao usuário.
- Um site que possua informações objetivas e claras são essenciais para uma boa navegação.

#### **1.6 Metodologia**

A metodologia desse trabalho é de caráter bibliográfico, pois é um tema que já possui vários autores que falam em geral sobre navegabilidade, em que serão abordadas as diversas idéias sobre o assunto, levando ao tema principal, em que vou fundamentar esse trabalho.

#### **1.7 Estrutura do trabalho**

Esse trabalho é composto por quatro capítulos, no primeiro faz uma breve explicação do assunto. No segundo capítulo encontra-se a fundamentação teórica, que apresentará assuntos relevantes ao tema, navegabilidade na web 2.0. No capítulo três, encontram-se todas as informações obtidas sobre o tema, os métodos utilizados e, por fim, no capítulo quatro, encontram-se os resultados encontrados e as considerações finais dessa monografia.

## 2 Referencial Teórico

### 2.1 A Internet

#### 2.1.1 Evolução Histórica

A internet surgiu em 1957, durante a Guerra Fria, mas o que significa “internet”?

O nome Internet é derivado da junção de duas palavras em inglês, *international network*, que significa rede internacional e designa a rede mundial pública de computadores interligados, por meio da qual são transmitidos dados e informações para qualquer usuário que esteja conectado a ela. (TANIA LIMEIRA 2003, p. 14)

A internet foi e é uma das maiores invenções do homem, e sua criação revolucionou o mundo, mudou de forma significativa a vida das pessoas. Ela ainda está em seu início, mas seu crescimento é maior que qualquer outra invenção já criada. Sua história é longa e será resumida trazendo os fatos mais relevantes:

Em 1957, em plena Guerra Fria entre Estados Unidos e União Soviética, o Departamento de Defesa (DoD) do Estados Unidos criou a *Advanced Research Projects Agency* (ARPA) com o intuito de estabelecer a liderança norte-americana em ciência e tecnologia na área militar. A ARPA apoiou diversos projetos na área de informática, principalmente em assuntos relacionados a redes de computadores e sistemas operacionais. (TANIA LIMEIRA, 2003, P. 16)

Dentre esses projetos que a ARPA apoiou, um era de criar uma rede que conectasse diferentes computadores distantes entre si, ao ponto de possibilitarem o envio de arquivos de maneira rápida, prática e segura, sem precisar mais de trafegar em pacotes com rotas como era de costume. A rede se iniciou em 1969 chamada de ARPANET, ou seja, um computador da Universidade da Califórnia em Los Angeles se interligou a outro computador da Universidade da Califórnia em Santa Bárbara e depois ao computador da Universidade de Utah, chamado de primeiro nó na rede. O tempo foi passando e a ARPANET evoluindo, até que em 1989 a ARPANET encerrou suas operações e a NSFNET ficou em seu lugar como provedor da rede principal por onde os dados de todos os clientes da internet passam. Seu crescimento não parava, a internet cada vez que evoluía, revolucionava o mundo das

comunicações e da informação, até que se criou a World Wide Web ou WWW ou Web, uma rede projetada para facilitar a troca de informações entre pesquisadores.

Para se ter idéia do crescimento da internet, segundo Tânia Limeira, (2003, p. 18), a eletricidade (1873), por exemplo, atingiu 50 milhões de usuários depois de 46 anos de existência. O telefone (1876) levou 35 anos para atingir essa mesma marca. O automóvel (1886), 55 anos, o rádio (1906), 22 anos. A televisão (1926), 26 anos. O microcomputador (1975), 16 anos. O celular (1983), 13 anos. A internet (1995), por sua vez, levou apenas quatro anos (de 1995 a 1998) para atingir 50 milhões de usuários no mundo.

No Brasil a internet levou alguns anos para ser acessível, mas como a internet ia avançando rapidamente e cada vez mais pessoas se conectavam a ela, o acesso foi se tornando fácil e as universidades brasileiras começaram a se conectarem com as redes internacionais, onde era uma rede de correio eletrônico. Um tempo depois o Ministério da Ciência e Tecnologia teve a iniciativa de implantar uma rede que interligasse as universidades, órgãos do governo, não-governamentais e instituições de pesquisa.

A partir de 1996 a RNP atualizou sua infra-estruturas com o intuito de obter melhorias como, o aumento de velocidade na sua linha. E desde esse ano os números de domínios registrados aumentam de forma acelerada. O que antes só as universidades, governo e centro de pesquisas tinham acesso a internet passou a ser liberado para qualquer pessoa, o que ocasionou num aumento expressivo em seu crescimento.

#### 2.1.2 Internet como Produto

Em meados de 1990 todo o tráfego da internet era acadêmico e foi a partir daquele ano que surgiram os primeiros provedores de acesso comercial, e hoje a maior parte das informações contidas na internet é de caráter comercial. Foi quando surgiu o termo “Comércio Eletrônico”, que segundo Efraim Turban e David King (2004, p. 3), “entende-se o processo de compra, venda e troca de produtos, serviços e informações por redes de computadores ou pela Internet”.

Don Tapscott foi um dos primeiros autores a refletir sobre o impacto das novas tecnologias da informação e da comunicação (TIC) sobre a atividade empresarial e os modelos de negócios. Em seu livro *The digital Economy*, publicado em 1996, Tapscott afirma que, desde o final do milênio, o mundo está presenciando o nascimento de uma nova era chamada “age of networked intelligence”, ou a “era da inteligência em rede”, na qual surgem uma nova economia, uma nova política e uma nova sociedade. (TANIA LIMEIRA, 2003, p. 31)

Com o crescimento da economia digital, ou seja, “uma tecnologia digital que inclui redes de comunicação digital, computadores, software e demais tecnologias da informação” (TURBAN E KING, 2004, p. 16), tornou mais fácil o acesso das pessoas às informações, pois foi sendo construídas plataformas digitais, nas quais as pessoas as acessam, se comunicam e se interagem entre si, trocando informações uma com as outras, o que leva os criadores dessas plataformas a buscarem a inovação.

Em seu livro Eliane Karsaklian (2001, p. 12) diz:

Há alguns anos, empresa eficiente era a que dispunha da melhor informação para tomar a melhor decisão. Hoje, é melhor ser rápido e a empresa vencedora não é mais a que dispõe de informações mais precisas, mas a que obtém a informação antes de seus concorrentes.

O mundo dos negócios muda a cada dia e essa mudança leva as empresas a se adequarem constantemente às novas tecnologias que surgem, pois um simples descuido pode ocasionar a perda de lucro e posições importantes no mercado, mas um acompanhamento rigoroso dessas mudanças pode levar a empresa a um lugar de privilégio no mercado competitivo.

Em uma era que o mercado busca informação rápida e que alcance o máximo de pessoas possíveis, a empresa não pode deixar de pensar em seu negócio na internet, e é claro, não pode fixar seu pensamento como antigamente, onde a estratégia de um bom marketing necessariamente precisava possuir os 4Ps: produto, preço, praça e promoção, para alcançar o consumidor e levá-lo a realizar a compra, mas com a chegada da internet, não é que ficou ultrapassado esse método, mas sim foi evoluído e apareceu outros métodos para complementá-lo.

Com a chegada do comércio eletrônico, a estratégia de marketing vai além dos 4Ps tradicionais, pois integra dois Ds: Diálogo e Data base. De fato, a interação é uma das palavras-chaves na net, e tal diálogo é estabelecido graças à utilização de bancos de dados (data bases), nos quais são armazenados vários tipos de informações sobre os

internautas. Por isso que não podemos mais falar de estratégia de marketing sem citar a Internet. (ELIANE KARSAKLIAN, 2001, p. 33)

No livro E-Marketing, Tania Limeira (2003, p. 32) diz que:

Essa nova economia é também chamada de economia do conhecimento, porque a inteligência é aplicada a tudo o que é produzido e na maneira como é produzido.

Nessa nova era da economia, as empresas não apenas precisam se reorganizar, mas sim necessitam de novas estratégias e de estruturas organizacionais capazes de atenderem a necessidade do mercado, em decorrência que as recentes tecnologias da informação estão proporcionando novos meios de relacionamentos com os clientes, empresas, organizações, etc. E nesse novo tempo da informação, não importa o quão grande é sua empresa, mas sim o quão inovador é seu produtor e/ou serviço.

Essa competição toda que surge através desse novo meio de comunicação, a internet, levam aos criadores de sites a pensarem melhor na hora de criar um site, pois além de uma boa navegabilidade ele precisa ser atrativo aos olhos, possuir um design inovador.

Segundo Conrado Vaz (2008, p. 184):

O usuário comum não entender de tecnologia, não sabe ler códigos HTML e geralmente tem uma péssima predisposição para inovações tecnológicas ou para “conversar” com uma máquina e fazê-la entender o que deseja de fato.

O designer precisa criar o site de modo que sua aparência tenha em comum com o produto e/ou serviço oferecido, é através desse design que o visitante vai entender onde clicar e o que irá acontecer após esse clique, mostrar onde o usuário está e para onde ele poderá ir e voltar com segurança, proporcionar a ele à credibilidade necessária para realizar a ação e transformar esse novo visitante em um consumidor em potencial.

O design de um site é um dos pontos chave para o sucesso do site e o usuário tem a consciência que beleza custa caro, por isso que uma empresa que investe na beleza do site ganha credibilidade com o cliente, pois não adianta encher o site de elementos, mas sim o simples sendo relevante para o visitante. Como Conrado Vaz (2008, p. 185) diz: “Via de regra, quanto menos elementos e mais relevantes eles forem, mais “bonito” o design lhe parecerá”.



Muitos criadores de sites confundem sites animados e Flash com site bonito, mas esquecem que muito exagero pode inverter essa situação de beleza, e transformar o site em algo muito pesado e sem funcionalidade. Como diz USWeb e Rick E. Bruner (1998, p. 74/5):

O desempenho do site – a rapidez com que as páginas podem ser carregadas nos navegadores dos usuários – deveria ser uma consideração importante em todos os aspectos do projeto do site. Os usuários estão cansados da “World Wide Wait(Espera).” Sites que são descuidados e não otimizam cuidadosamente seu desempenho para uma variedade de plataformas perceberão que muitos usuários não vão se dar ao trabalho de esperar até que eles carreguem.

Existem muitos sites em HTML que são agradáveis aos olhos, por isso o recomendável é buscar sempre a simplicidade, pois tendo-a, a beleza vem como consequência.

O site precisa ser de responsabilidade de toda a empresa, como diz Hooley<sup>1</sup> no livro de Conrado Vaz (2008, p. 185), “o marketing digital é importante demais para ficar nas mãos de um departamento só”. Todos precisam fazer parte do processo não apenas de criação, mas principalmente do conteúdo, colocar suas idéias, tornando o site mais completo, enxuto e com informações relevantes para quem acessa.

Hoje a excelência de um bom web site não é um trabalho de um homem só, mas de uma equipe, ou seja, de obter as idéias de todos na empresa e coletar as informações essenciais para o mesmo, pois já não existem mais aquele Web designer que conseguia desenvolver um site que obtivesse a excelência completa para a empresa ou até mesmo o “sobrinho”<sup>2</sup> como diz Conrado Vaz (2008, p. 186) “era suficiente para gerar lucros para a empresa na internet”. Pois não importa mais você apenas possuir um site na internet, mas sim um site que levará as pessoas a acessarem ele, a usufruírem toda interatividade que ele proporciona, sentir-se bem navegando por ele, levá-lo a realizar a compra e incentivá-lo a voltar novamente ao site.

---

<sup>1</sup> “O marketing é uma coisa importante demais para ser deixado a cargo apenas do departamento de marketing.” HOOLEY, Graham J. et alii. Estratégia e marketing e posicionamento competitivo. São Paulo: Prentice-Hall, s.d.

<sup>2</sup> No jargão publicitário, amador que, com pouca ou nenhuma experiência, “canibaliza” o mercado e denigre a imagem dos profissionais experientes e comprometidos com o cliente.

## 2.2 Avaliação de Sites

### 2.2.1 Navegabilidade (Facilidade de navegação)

Para o usuário poder usufruir de toda a interatividade e praticidade do site são necessários alguns fatores que o criador do site precisa levar em conta. Como por exemplo, a sua navegabilidade, ou seja, o visitante necessita entrar no site e navegar pelas diversas páginas sem se perder e chegar ao seu destino em poucos cliques. Um site precisa fornecer ao seu visitante comodidade através de uma boa navegabilidade e levá-lo aonde ele deseje em poucos cliques.

Segundo definição da ISO 9241-11, Conrado Vaz (2008, p. 111) diz:

É a extensão na qual um produto pode ser usado por usuários específicos para alcançar objetivos com efetividade, eficiência e satisfação em um contexto de uso específico, dizendo isto com usabilidade: simplicidade que dá certo.

O usuário de hoje não tem tempo para ficar adivinhando qual o caminho para achar o que procura no site, por isso Conrado Vaz (2008, p. 110), mostra uma frase de Charles Mingus, um músico americano, que disse: “Tornar o simples complicado é fácil; tornar o complicado simples é criatividade”. Uma das empresas que entendeu bem esse conceito foi a empresa Google, que sua interface, ou seja, termo usado para definir o modo (texto ou gráfico) de comunicação entre o usuário e o computador, rendeu-lhe mais de 200 milhões de visitas diárias e se tornou uma das empresas mais valiosas do mundo.

Apesar de alguns autores citarem também o fator usabilidade como uma estrutura feita para e por causa do usuário, a relação com navegabilidade são parecidos e ligam a mesma coisa, ou seja, uma auxilia a outra, de modo que o tempo do usuário é muito curto para perder montando o quebra-cabeça do site. Se ele não achar rápido o que procura, ele vai procurar outro link que possua o que ele quer. Por isso que um site mesmo com toda tecnologia que possua precisa buscar a simplicidade, diferente da maioria dos sites em todo o mundo, que em se falando de complicar as coisas, se torna algo muito natural de acontecer.

Conrado Vaz (2008, p. 111) diz que “nem tudo que é bonito ou inovador é útil. Uma grande besteira continua sendo uma grande besteira, mesmo que

com um belo design”. Por isso não adianta o quão grande e tecnológico é o seu site, ele precisa ser prático e fácil para quem quiser acessá-lo.

### 2.2.2 Interatividade

Os sites de antigamente tinham como objetivo apenas passar informações para quem acessava, o que foi mudando muito até hoje, pois interatividade não é apenas você proporcionar um bom conteúdo para o visitante, mas levá-lo a interagir com o texto, com a página que ele está acessando.

Segundo Conrado Vaz (2008, p. 112):

Os sites devem ser centrados na experiência do usuário e não na mente do diretor de criação que o concebeu ou no dono da empresa. De nada adianta a empresa erigir monumentos em homenagem ao seu site se o mercado não o aplaude. O usuário é o verdadeiro juiz. Será ele quem dirá se o site da empresa está bom ou ruim.

A interatividade é tão importante que se o criador conseguir fazer com que o visitante interaja com o site, fica mais fácil de obter informações importantes do perfil do cliente, do que ele mais gosta, o que mais procura, como também ajuda a facilitar a próxima visita dele, encurta o caminho para uma compra, além de o site ganhar a credibilidade do usuário.

O que muitos desenvolvedores utilizam de estratégia para algo rápido e bonito, é a criação de sites totalmente em flash, mas que deixa a desejar na usabilidade, pois nem todos os computadores possuem banda larga para carregar as páginas do site e não possuem o plugin do flash, que leva um problema também de navegabilidade, pois o usuário não sabe como acessar o site e desiste do mesmo.

Conrado Vaz(2008, p. 114) diz que:

O ideal é criar o site no bom e velho HTML, linguagem lida por todos os buscadores, com algumas partes em Flash. Se tiver de criar botões do menu em Flash, procure gerar um menu alternativo em HTML para que os crawlers encontrem e indexem todas as páginas do site.

Um grande fator que pode atrapalhar, como pode ajudar e muito o site são os famosos banners, que surgiram em 1994 através de seu criador, a HotWire. Em que muitos observadores criticaram, prevendo que as pessoas não pagariam por eles, o que se tornou algo tão comum como um outdoor na

rua. Mas está aí um problema que é saber fazer o banner de modo atrativo ao visitante sem comprometer a navegabilidade e usabilidade do site. Muitos criadores não se importam com esses dois fatores, o que leva a uma baixa significativa de acessos e perda de lucro, mas alguns que entenderam o mundo dos negócios pela internet sabem criar banners que levam o visitante a se interessar pelo site até a realização da compra, proporcionando maior credibilidade e uma próxima visita do mesmo ao site mais rapidamente.

### 2.2.3 Ferramentas de Atendimento ao Cliente

O cliente não apenas busca uma boa navegação e interatividade no site, mas também que o produto e/ou serviço oferecido seja bom e responda às suas expectativas. Por isso é necessário que o Web designer coloque informações relevantes para o cliente não se perder quando for realizar alguma compra, enviar alguma dúvida, conhecer mais sobre o produto, algum telefone para contato, endereço, etc. Em um mundo onde a competitividade dos sites na internet se torna cada vez maior, é essencial desenvolver um site que possua tudo que o usuário necessita para não se cansar durante a navegação, consiga realizar a compra de forma rápida e segura e possa ter a possibilidade de acompanhar seu produto até a chegada em sua casa.

De acordo com a pesquisa da empresa Knowledge Systems Research, 58% dos usuários da Internet nos Estados Unidos estão muito satisfeitos com o serviço que recebem. Essa pesquisa entrevistou 1.149 internautas nos Estados Unidos em março de 2001 e constatou que 46% desses usuários achavam que comprar pela internet à época da pesquisa estava melhor do que no ano anterior. Por outro lado, 25% acreditavam ainda haver alguns problemas sérios na compra on-line, como falta de informação adequada, falta de um telefone para contato, lentidão de resposta e falta de coordenação entre diferentes partes da empresa. A referida pesquisa ainda descobriu que 72% dos entrevistados acreditavam que o fator mais importante do atendimento ao consumidor na internet é a capacidade de as empresas resolverem problemas rapidamente. E a maioria dos respondentes consideravam o e-mail a melhor maneira de comunicação entre o internauta e a empresa. (TANIA, LIMEIRA, 2003, p. 101).

O sucesso depende muito também do usuário ter uma boa impressão do site, levando-o a confiar no mesmo, conter informações necessárias para a compra e para toda a navegação do site, por isso a necessidade do site possuir uma boa estrutura para proporcionar um mercado eletrônico eficaz, trazendo consigo três fatores essenciais que Turban e King (2004, p. 34) dizem em seu livro:

1) colocar em contato compradores e vendedores; 2) facilitar a troca de informações, bens, serviços e pagamentos associados a transações de mercado e 3) proporcionar uma infra-estrutura institucional, tal como uma estrutura jurídica, que permita o funcionamento eficiente de tais transações.

E tem crescido bastante o comércio eletrônico, pois se torna muito mais cômodo para o usuário, entrar no site, achar o que deseja, realizar a compra e em poucos dias chegar a sua casa do jeito que ele pediu, do que se deslocar até uma loja para comprar. Por isso o site precisa detalhar as informações a respeito da compra, proporcionando confiabilidade ao cliente e até mesmo depois de realizada a compra, adequar ao usuário uma segurança do produto até a chegada do mesmo em sua casa.

Uma pesquisa do Georgia Institute of Technology, diz que 46% das pessoas entrevistadas falaram que tem dificuldade em encontrar informações necessárias na Web, principalmente aquelas que não tem muita experiência na internet, ou seja, iniciantes. E 38% dos entrevistados dizem que não compram pela internet porque acham que compras assim fica difícil obter uma confiabilidade e qualidade do produto. (TANIA, LIMEIRA. 2003, p. 102).

Em 2000 o Instituto Roper Starch Worldwide, realizou uma pesquisa com informações disponíveis na Internet, mostrando o que tem causado estresse nos usuários.

Eles reclamam que, em vez de conseguirem as informações que procuram, acabam recebendo links para uma série de sites inúteis, além de inúmeros banners e matérias promocionais desinteressantes. (TANIA, LIMEIRA. 2003, p. 102).

O que tem levado muitos usuários a desistirem do site e irem procurar outro mais informado ou algum conhecido que saiba como achar o que procura mais rapidamente.

#### 2.2.4 Conteúdo

“As palavras são a base da web e por muito tempo ainda permanecerá assim”. Diz Conrado Vaz (2008, p. 180), por isso que a falta de informação e até mesmo o excesso de informações desnecessárias dificultam o interesse do visitante. O conteúdo tem que ser o desenho do site, necessita conter informações essenciais para que o usuário ao acessá-lo, saiba ir para onde quiser sem se perder, e conseguir chegar ao objetivo principal que é o de comprar ou adquirir o produto e/ou serviço oferecido sem “quebrar a cabeça”

por falta de informação, que não levam a lugar nenhum e até mesmo que só falem sobre a empresa.

Um conteúdo eficiente não é um conteúdo extenso, mas sim um que possua todas as informações necessárias que o visitante busca, seja sempre atualizado, seja curto, pois muitos usuários não estão dispostos a ler textos muito grandes, tendo a necessidade de transmitir o maior número de informações no menor espaço possível, criativo a ponto de levar o visitante a se interessar no que está sendo lido e o informar de tudo que ele precisa para não perder seu tempo na busca do que procura. Como diz Conrado Vaz (2008, p. 179):

Os usuários não querem ouvir empresas falando delas mesmas. O que os usuários procuram é um site que os ajude a resolver seus problemas, que lhes mostre um caminho para satisfazer seus desejos ou uma necessidade.

Um bom exemplo é se você possui um site de venda de carros, mostre ao visitante o interior do carro, mostre detalhes da potência do motor, adicionais, etc. Isso leva o visitante a se interessar mais pelo site e aumentar a credibilidade do mesmo.

Em seu livro Eliane Karsaklian (2001, p. 12) diz que:

Há alguns anos, empresa eficiente era a que dispunha da melhor informação para tomar a melhor decisão. Hoje, é melhor ser rápido e a empresa vencedora não é mais a que dispõe de informações mais precisas, mas a que obtém a informação antes de seus concorrentes.

Por isso que o conteúdo tem que ser direto, claro e levar o usuário aonde ele deseja ir o mais rapidamente possível. Pois um site que tenha valor e confiança para o usuário, gera nele uma maior credibilidade e segurança de voltar outra vez ao mesmo. E Conrado Vaz (2008, p. 181) diz que:

O conteúdo originado pelo seu cliente ou usuário do seu site geralmente é o que mais atrai consumidores e o que mais aumenta o tempo de retenção deles em sua página.

Quanto mais os usuários e o dono do site se comunicam entre si para a melhoria do site, melhor fica, pois o site será feito de modo que todos vão gostar de navegar por ele, sem incômodos e do jeito que eles querem.

### 2.2.5 Atratividade

Outro ponto positivo para o site é ele ser atrativo para quem o acessa, ou seja, um site bonito aos olhos, confortável de navegação ganha a confiança do visitante e garante a próxima visita. Um dos fatores de sucesso do site é o seu design, que é a forma que o conteúdo é disponibilizado para o usuário, no qual hoje já existe possibilidade de colocação de fotos, músicas, jogos, tudo para o visitante se sentir atraído pelo site. Segundo USWeb e Rick E. Bruner (1998, p. 82), “o design na era on-line, com a nova dimensão da navegação de hiperlink da Web, é fundamentalmente o serviço de melhorar a interação do usuário com o conteúdo do site”. Uma pesquisa realizada pela Forrester Research (ap. Cunliffe, 2000), descobriu que um design pobre pode ocasionar na perda de cerca de 50% das vendas em potencial, quando o usuário não consegue encontrar o produto que deseja e perda de 40% da repetição da visita em função da experiência já vivida anteriormente.

Existem exceções, mas a maioria dos sites possui um conteúdo com textos e figuras ocasionais, por isso que um site com um visual bonito é bom e atrativo, mas se ele torna a navegação mais lenta, e não consegue levar o usuário aonde ele deseja, ele passa a ser ruim. A necessidade de um menu é essencial para qualquer site acima de uma página, onde o visitante poderá se encontrar e saber onde exatamente ele está e para onde quer ir. E para sites que possuem milhares de páginas não apenas é necessário um menu na parte superior, mas muitas vezes é necessário outros menus na estrutura do site para auxiliar a navegação do usuário, de forma que ele não caia em um “beco sem saída”.

Como diz USWeb e Rick E. Bruner (1998, p. 84):

Acima de tudo, as pistas de navegação devem ser consistentes e intuitivas. Cada site da Web inevitavelmente abrange uma hierarquia, onde os usuários progridem por profundidade de camadas dentro de uma árvore lógica de conteúdo. Os projetistas não somente devem planejar esta estrutura cuidadosamente, mas também deveriam sinalizar normalmente onde os usuários estão dentro da hierarquia de cada página.

### 2.3 Navegabilidade na Web 2.0

A internet cresce de modo impressionante, antes apenas o criador do site podia gerar informação e se preocupar com a navegabilidade. O usuário não tinha opção, pois ele nada podia fazer em relação ao conteúdo ou informações contidos no site. Mas na Web 2.0, o usuário adquiriu esse acesso. Onde as pessoas não precisam mais ter que ir atrás da informação, mas elas próprias podem gerá-la, através da internet como plataforma, ou seja, Web 2.0.

Tim O'Reilly, precursor do uso do termo web 2.0 diz no livro de Conrado Vaz (2008, p. 44):

Web 2.0 é a mudança para uma internet como plataforma, e um entendimento das regras para obter sucesso nesta nova plataforma. Entre outras, a regra mais importante é desenvolver aplicativos que aproveitem os efeitos de rede para se tornarem melhores quanto mais são usados pelas pessoas, aproveitando a inteligência coletiva.

A plataforma da Web 2.0 mudou a forma de se comunicar na internet, pois deu a oportunidade do usuário participar, gerando seu próprio conteúdo e espalhar informação para o mundo. Essa nova plataforma surgiu permitindo ao usuário poder personalizar sua página, ou melhor, seu perfil, editá-la conforme ele ache conveniente e filtrar as informações que considera relevante, ou seja, o usuário como foco principal e não o desenvolvedor.

A Web 2.0 foi apenas o nome dado para essa plataforma de comunicação na internet, e através dela surgem vários sites que proporcionam essa interação do usuário com o mundo. São sites de relacionamentos, blogs, sites de vídeos, ou seja, todo tipo de site que o usuário tem o “poder nas mãos”, melhor dizendo, pode gerar conteúdo, conhecer pessoas do mundo todo, postar vídeos a qualquer hora, assisti-los quando quiser, postar suas opiniões de algum assunto que lhe interesse. Resumindo, na Web 2.0 não existem mais limites para a comunicação na internet.

Conrado Vaz (2008, p. 100) diz em seu livro:

A proposta de valor mudou. Da entrega de um contexto físico comprado em bancas com notícias de ontem, em sua maioria, irrelevantes para o cotidiano de cada um em específico, agora dispomos de uma proposta muito mais rica e abrangente em termos de aprofundamento da notícia, atualização e relevância.



Na Web 2.0 qualquer pessoa pode interagir com o mundo, não importando onde estiver, atualizar, gerar informações e dar sua opinião. Com esse novo conceito de plataformas. A web transformou o mundo das comunicações e mal chegou e já tomou o lugar de topo dos sites mais acessados do mundo. As pessoas a cada dia interagem nesse novo mundo, pois a facilidade de poder gerar e obter informações de modo rápido e prático se torna natural. Milhões de pessoas acessam diariamente, produzindo conteúdos, sem a necessidade de um só ter que atualizar diária e semanalmente como era antigamente, pois a organização do conteúdo é feita também pelo usuário.

A facilidade de gerar conteúdo torna a plataforma essencial para a navegação, mas não quer dizer que apenas criar uma plataforma 2.0 vai tornar o site navegável. Uma plataforma Web 2.0 precisa ser bem rigorosa em relação à navegabilidade, pois não apenas o seu criador vai atualizá-lo, mas sim qualquer pessoa que se conectar à plataforma, por isso a necessidade de criar uma plataforma de fácil uso, acesso rápido, design inovador para a eficiência do mesmo. Essa plataforma precisa antes de tudo ser bem pensada, estruturada de forma que futuramente poderão ser feitas atualizações que não comprometam sua eficácia e é claro, ser algo novo, divertido e interessante de mexer. Algo que as pessoas irão querer passar horas surfando por ela e encontrando tudo o que precisem lá.

As empresas precisam saber como usufruir dos benefícios que essas plataformas trazem. São inúmeras e segundo Conrado Vaz (2008, p. 45) diz:

Para se aproximar do seu público, aprenderá a utilizar todo o potencial do mecanismo de busca do Google sem ter gastar um único tostão, verá como veicular a sua marca de maneira inovadora para milhares de consumidores por meio do YouTube, aprenderá a direcionar conteúdo para seus nichos de mercado e, seja a sua empresa grande ou pequena, aprenderá como usufruir das novas ferramentas que nascem na internet como cogumelos. Dentre a enorme variedade delas, existem várias que têm exatamente as funcionalidades de que você ou sua empresa precisam.

A evolução trazida pela internet já é sentida por muitos países, pois uma pesquisa realizada pela European Interactive Advertising Association, diz que os jovens europeus estão usando mais a web do que a televisão, cerca de 82% dos que possuem entre 16 e 24 anos, usam a internet de cinco a sete dias por

semana, enquanto os que assistem televisão com a mesma regularidade estão na faixa dos 77%.

Um site Web 2.0 é feito não apenas pelo criador, mas por todos que nele participam, pois o papel do criador é de criar a estrutura do site. O design, conteúdo e aplicativos, tem-se a ajuda dos usuários, como exemplo o Orkut, em que se criou a estrutura de um site de relacionamentos, onde qualquer pessoa poderia encontrar qualquer pessoa pelo mundo e deixar recados, depoimentos, etc. E os usuários têm o poder de opinar, dando sugestões de mudanças, podem mandar aplicativos, onde tudo que é relevante é guardado no banco de dados do Orkut.

Por tudo isso é necessário o fator navegabilidade que seja eficaz em um site Web 2.0, pois além de uma estrutura que facilite tal fator, existem as opiniões e palpites dos usuários, que podem levar o site ao sucesso ou ao fracasso.

### 3 Aplicações práticas da navegabilidade na Web 2.0

Para uma análise mais clara da navegabilidade em sites Web 2.0, essa monografia irá expor dois exemplos práticos de sites de Web 2.0 que são acessados diariamente no mundo todo e que estão na lista de mais acessados no Brasil e no mundo. Pois a plataforma 2.0 tem conquistado um grande espaço na internet. Dentre os sites será citado um que possui uma navegabilidade boa e outro que apesar de estar também na lista de mais acessados possui alguns problemas em relação à navegação.

#### 3.1 YouTube - Broadcast Yourself

O YouTube é uma plataforma de Web 2.0, onde os usuários podem carregar e compartilhar vídeos de forma digital. Foi fundado nos Estados Unidos, mais precisamente em San Francisco, Califórnia em fevereiro de 2005 por dois funcionários de uma empresa de tecnologia, Chad Hurley e Steve Chen, com o intuito de enviar vídeos para seus amigos, que posteriormente foi vendida para a Google por cerca de US\$ 1,65 bilhão de dólares.

Em entrevista para a revista Fortune, Hurley afirma:

Estávamos em um jantar em janeiro de 2005, onde fizemos arquivos digitais. No dia seguinte, não conseguíamos enviá-los por e-mail e demoramos muito para colocá-los na internet. Pensamos que deveria haver uma forma mais fácil de fazer isso.

Atualmente, além de serem multimilionários, os dois trabalham na empresa PayPal, uma empresa de pagamento e transferência via internet, a qual foi comprada em 2002 pelo site de comércio eletrônico eBay.

Mas antes do Youtube, Hurley e Chen tinham outros planos segundo o site BLOGSPOT EXTREME DIGITAL<sup>3</sup>:

Hurley cresceu nos subúrbios da Filadélfia (EUA) e estudou design na Universidade da Pensilvânia. Ele chegou ao PayPal depois de ler uma reportagem sobre a empresa na revista "Wired" e enviar um e-mail para a companhia pedindo emprego. Na entrevista, desenhou um logotipo para o PayPal que, de tão bem aceito, continua sendo usado até hoje. Depois da aquisição do eBay, Hurley saiu da empresa e passou a

---

<sup>3</sup> BLOGSPOT EXTREME DIGITAL. Conheça a história do site de vídeos Youtube. Alexandro Curvello, 2006. Disponível em: <<http://www.extremedigital.blogspot.com>>. Acesso em: 17 maio 2010.

trabalhar como consultor em design até iniciar o projeto do YouTube. Chen, por sua vez, nasceu em Taiwan e sempre foi um aficionado por matemática. Ele se mudou para os Estados Unidos e estudou programação na Academia de Matemática e Ciência de Illinois. Na Universidade de Illinois cursou ciência da computação e, no último semestre, foi contratado para trabalhar no PayPal por Max Levchin, cofundador da empresa e seu colega de classe. Segundo a revista "Business Week", Chen permaneceu na companhia até o início de 2005, ajudando no processo de expansão para a China.

O Youtube se tornou tão popular que tomou os primeiros lugares nos sites mais acessados do mundo, e que atualmente ocupa o terceiro lugar de sites mais acessados segundo fonte do site ROCK PLANET<sup>4</sup>. E para se ter idéia de tal crescimento, diariamente são exibidos cerca de 100(cem) milhões de arquivos por dia, além de os usuários postarem cerca de 65(sessenta e cinco) mil novos vídeos por dia.

Todo esse sucesso é devido à sua plataforma, que permite rápido acesso aos vídeos, um cadastro simples e prático, que lhe permitirá salvar vídeos em sua conta no favoritos, my vlog ou criar sua própria lista de reprodução. Além de poder postar quantos vídeos quiser e poder restringir o acesso apenas para quem possui uma conta no Youtube.

O usuário tem acesso para deixar comentários sobre vídeos, além de deixar sua opinião se gostou ou não do vídeo. Podendo também compartilhar o vídeo com o Twitter, Facebook ou mandar por e-mail.

Ao criar sua conta no YouTube, o visitante terá acesso a todos os vídeos que existem no banco de dados do site, e cada vez que o usuário acessa os vídeos através de sua conta, o Youtube, oferece vídeos relacionados com o assunto que é de mais interesse do usuário, ou seja, o mais pesquisado pelo o mesmo, pois através dos acessos recentes que o visitante realiza, o Youtube busca vídeos que possuam o mesmo perfil do usuário.

Por ser um site unicamente para visualização de vídeos, o Youtube cumpre seu papel na questão da navegabilidade. Com um mecanismo simples de busca e um acesso fácil aos diversos vídeos, tornam o site confortável para

---

<sup>4</sup> ROCKPLANET. Sites mais acessados do mundo e do Brasil. Brasil, 2010. Disponível em: <<http://www.rockplanet.com.br>>. Acesso em: 1 junho 2010.

navegar, pois não se encontram problemas para se acessar os vídeos, além de a busca lhe oferecer vídeos relacionados com o que está procurando.

Imagem 1 - Página principal do Youtube, onde você tem a opção de procurar um vídeo, assistir os vídeos que estão sendo vistos naquele momento, os vídeos em destaque, os mais populares, além de poder se cadastrar.

The image shows the YouTube homepage interface in Portuguese. At the top, there is a search bar with the text "Pesquisar aqui" and a search button. To the right of the search bar are links for "Pesquisar", "Enviar vídeos", "Criar conta", and "Fazer login". Below the search bar, there are several sections:

- Vídeos sendo assistidos agora**: A section showing videos currently being watched. It includes a large video thumbnail for "Corinthians 6x2 Santos - Gols & Lances - Brasil..." with 16495 views, and smaller thumbnails for "HIGHLIGHTS - New Zealand v Serbia 1-0 (FRIENDLY)", "Rodrigo Faro Dançando de Lady Gaga no Melhor do Brasil 2...", and "MOSAICO TRICOLOR - BAHIA 2 x 0 SPORT".
- Vídeos em destaque**: A section showing featured videos. It includes four small video thumbnails with titles like "1 Bêta A Fm", "Homenagem 'Foco'", "The 2 amigos K'Nard", and "Estreia: Mado 'Hado'".
- Mais populares**: A section showing popular videos. It is divided into categories:
  - Entretenimento**: "Antonio Nunes em Calças Rogosas" (140217 views).
  - Música**: "(EXCLUSIVE) Beyoncé - The Mrs. Carter Project" (42022 views).
  - Notícias e política**: "EL BEBE FORMADOR (Criança de 2 anos fa..." (18770 views).
  - Filmes e desenhos**: "CRAZY EMO CHICK!!!" (100000 views).
  - Esportes**: "Jogadores aproveitam fuga em Shopping Vivo" (22185 views).
  - Guias e Estilo**: "5 Fatos Que Não Sabem Sobre Mim" (17679 views).
  - Ciência e tecnologia**: "Gaming on the iPad (v.3)" (10252 views).
  - Jogos**: "Pokémon Sunday - Pokémon Black and WH..." (2217 views).

On the right side of the page, there are several promotional banners and a sidebar. The top banner is for "Polpito e Brasil" with a play button icon. Below it is another banner for "Polpito e Brasil" with a play button icon. Further down is a banner for "Polpito Brasil - Claudia Leite inventa a seleção" with a play button icon. At the bottom of the sidebar, there is a question: "Deseja personalizar esta página inicial? Faça login na internet ou agora!".

At the bottom of the page, there is a footer with links for "Ajuda", "Sobre", "Segurança", "Privacidade", "Termos", "Direitos Autorais", "Uploaders e parceiros", "Desenvolvedores", and "Publicidade".

Imagem 2 - Página de cadastro do Youtube. Um cadastro simples e rápido.

**You Tube**  [Pesquisar](#) | [Pesquisar](#) | [Enviar vídeos](#) [Criar conta](#) | [Fazer login](#)

### Comece a usar sua conta

Participe da maior comunidade mundial de compartilhamento de vídeos!

- Pesquise e navegue em milhões de vídeos da comunidade e de parceiros
- Comente, classifique e forneça respostas em vídeo para os seus vídeos favoritos
- Envie e compartilhe seus vídeos com milhões de outros usuários
- Salve seus vídeos favoritos para assistir e compartilhar mais tarde

**Nome de usuário**

Seu nome de usuário pode conter somente letras de A a Z ou números de 0 a 9

[Verificar disponibilidade](#)

**Local**

**Data de nascimento**

**Gênero**  Masculino  Feminino

Permitir que outros encontrem meu canal no YouTube caso eles tenham meu endereço de e-mail

Gostaria de receber comunicados ocasionais por e-mail relacionados aos produtos pelos quais o YouTube acredita que eu me interessaria

**Termos de Uso** Analise os [Termos de Serviço do Google](#) e os [Termos de Uso do YouTube](#), disponíveis abaixo:

Termos de Uso

A. Ao clicar em "Aceitar" este website (coletivamente,

Enviar vídeos ou materiais que não sejam seus é uma violação dos direitos autorais e é contra a lei. Se você enviar materiais que não sejam seus, sua conta será excluída.

Ao clicar em "Aceitar" você concorda com os [Termos de Uso do YouTube](#), com os [Termos de Serviço do Google](#) e com a [Política de Privacidade](#).

[Ajuda](#) [Sobre](#) [Segurança](#) [Privacidade](#) [Termos](#) [Direitos Autorais](#) [Uploaders e parceiros](#) [Desenvolvedores](#) [Publicidade](#)

Idioma: Português Local: Brasil Modo de segurança: Desativado

Imagem 3 - Página de visualização de vídeo, onde se tem a opção de deixar um comentário do vídeo, adicioná-lo em seus favoritos, my vlog e até criar sua própria lista de reprodução, ao lado o Youtube lhe dispõe vídeos relacionados com o assistido, tem-se a opção de acessar sua conta.

The image shows a YouTube video player interface. At the top, the YouTube logo and search bar are visible. The video title is "BBOY CASPER SOLO BREAK CHILD DVD TRAILER" by "therealsoundwave". The video player shows a black screen with a play button. Below the player, there are engagement metrics: 328 likes, 13 não gosta (dislikes), and 141636 visualizações (views). There are buttons for "Gostar" (Like), "Compartilhar" (Share), and "Inscrever-se" (Subscribe). A red box highlights the "Gostar" button. Below the engagement metrics, there are options for "Favoritos" (Favorites), "My Vlog (0 vídeos)", and "Criar uma nova lista de reprodução" (Create a new playlist). A red box highlights these three options. On the right side, there is a "Próxima música na seleção de" (Next music in the selection of) section with a list of related videos. A red box highlights the user's account menu in the top right corner, which includes "Meu canal" (My channel), "Inscrições" (Subscriptions), "Canal de entrada" (Home), "Meus vídeos" (My videos), "Contas" (Accounts), and "Favoritos" (Favorites).



Imagem 4 - Na página de sua conta, tem-se a opção de postar vídeos, editá-los, ver seus favoritos, lista de reprodução, etc..

The screenshot shows the YouTube 'Meu canal' (My channel) page. At the top, there is the YouTube logo, a search bar, and navigation links for 'Pesquisar', 'Procurar', and 'Enviar vídeos'. Below this, the 'Minha conta' (My account) section is visible, with tabs for 'Vídeos', 'Insight', 'Mensagens', and 'Configurações'. The main content area is titled 'Vídeos enviados' (Videos uploaded) and shows a list of two videos. The first video is 'Floor Rides e Van Lee Arena Jôv(sede)', uploaded on Jul 07, 2008, with 74 views, 0 comments, and 0 responses. The second video is 'Clipe Link Park - Numb', uploaded on Feb 25, 2008, with 305 views, 1 comment, and 0 responses. Both videos have options to 'Reproduzir', 'Editar', 'Anotações', 'Legendas ocultas', 'Autodownload', 'Insight', and 'Excluir'. A sidebar on the left contains navigation links for 'Vídeos enviados', 'Correspondências de ID do conteúdo', 'Favoritos', 'Listas de reprodução', 'Watch Queue', 'Histórico', 'Compras', 'Vídeos populares', and 'Insights'. The footer contains various links like 'Ajuda', 'Sobre', 'Segurança', 'Privacidade', 'Termos', 'Direitos Autorais', 'Uploaders e parceiros', 'Desenvolvedores', 'Publicidade', and 'Idioma Português - Local Brasil - Modo de segurança Desativado'.

### 3.2 Orkut

O Orkut é uma rede social filiada ao Google, criada em 19 de janeiro de 2004, com o intuito de ajudar os seus membros a criar novas amizades. Seu nome é derivado de seu criador, Orkut Büyükkökten, engenheiro turco da Google.

Apesar de seu alvo principal ser os Estados Unidos, é no Brasil que se concentra a maioria de seus seguidores. Por conseqüência, sua sede mudou da Califórnia para o Brasil.

No começo de sua criação, o Orkut era acessível apenas para quem recebia um convite, hoje qualquer pessoa pode entrar e se cadastrar. O Orkut possui um caderno de recados, conhecido como scrapbook, onde se podem mandar e receber recados de amigos, possui um álbum de fotos, permitindo postar uma grande quantidade de fotos, pode-se mandar e receber depoimentos, tem-se a opção de alterar o seu perfil a qualquer hora, além de ter a possibilidade de bloquear a visualização de informações do seu perfil para desconhecidos, ou seja, pessoas que não são seus amigos. Existe uma gama de aplicativos que os usuários dispõem para se divertir.

No Orkut, apesar de todo o seu sucesso e diversidade de entretenimento, existem alguns fatores que prejudicam a sua navegabilidade. Ainda mais no “novo Orkut”, nome dado a nova atualização feita na plataforma, que apesar de ter trazido uma beleza a mais ao perfil, uma maior variedade de opções de aplicativos e visualizações de perfis, ficou mais lento e que só bem utilizado com uma boa banda larga.

O Orkut com toda essa estrutura, não possui uma navegabilidade que deveria ter, ou seja, muitas vezes a lentidão para carregar uma foto, um problema em abrir um aplicativo, publicidades localizadas em pontos desagradáveis, falta de segurança nos recados recebidos e enviados, recorrência da grande quantidade de vírus encontrados, dificultam a navegação do site.

Imagem 5 - Página inicial do Orkut

Imagem 6 - Página de cadastro do Orkut. Um cadastro simples e rápido.

Imagem 7 - Após o cadastro, você faz seu perfil, postando fotos, vídeos e adicionando amigos.

The image shows a screenshot of the Orkut social network profile page for a user named 'FoRmIGa'. The page is in Portuguese and features a blue header with the Orkut logo and navigation links like 'Início', 'Perfil', 'Página de visitas', 'Amigos', and 'Comunidades'. A search bar is located in the top right corner.

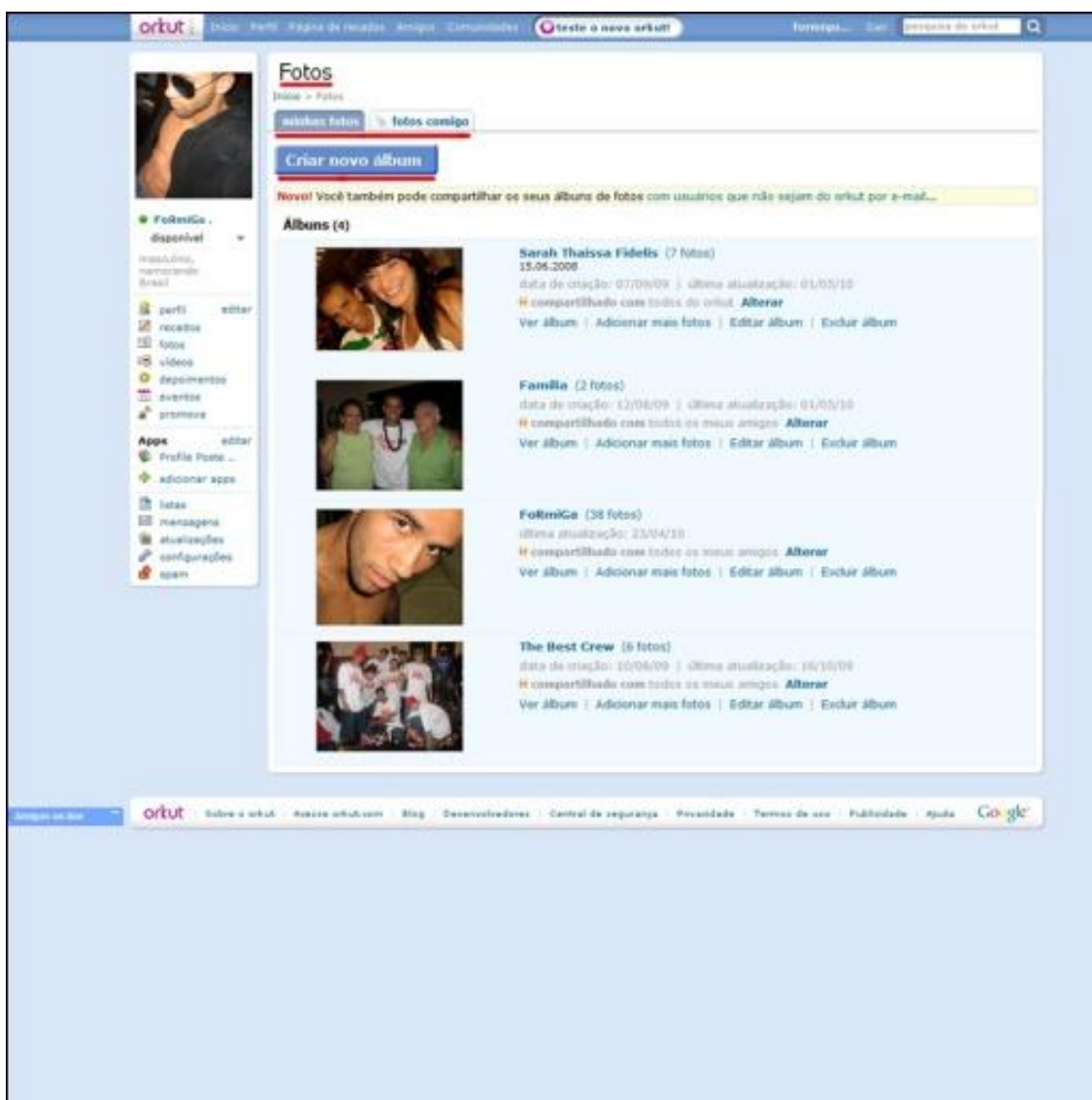
The main profile area includes a profile picture of a man, the name 'Bem-vindo, FoRmIGa', and a status update field. Below this, there are statistics for profile views and recent visitors. A 'Sorte de hoje' section indicates a daily poll about testing opinions. The 'próximos aniversários' section lists upcoming birthdays for friends like Bruno, Franco, and others. A 'convidar amigos' section is also visible.

On the right side, there are several promotional and community sections:
 

- publicidade:** An advertisement for a wedding quiz titled 'quando será seu casamento? Você é mulher ou homem?'.
- meus amigos (243):** A grid of profile pictures for the user's friends, including Bruno, SIMONE/PERNA, and BOY SOCÍO.
- minhas comunidades (29):** A grid of community icons, such as 'encontro de Meios Brasileiros (918)', 'Filmes e Séries - DOWNLOAD (111.920)', and 'São Paulo FC - Trocar - SPFC (1.140.811)'.

The bottom of the page shows a 'Atualizações dos seus amigos' section with recent activity from friends like 'DÁAYON' and 'Seta Wanted'.

Imagem 8 - Página do álbum, onde pode-se postar milhares de fotos e montar seu próprio álbum, separando cada foto.



The screenshot displays the 'Fotos' (Photos) section of the Orkut social network. At the top, there is a navigation bar with the Orkut logo and various menu items like 'Início', 'Perfil', 'Página de notícias', 'Atividades', 'Comunidades', and a search bar. Below the navigation bar, the page title 'Fotos' is prominently displayed. A sidebar on the left contains a user profile picture and a list of navigation options such as 'Perfil', 'Recursos', 'Fotos', 'Vídeos', 'Depoimentos', 'Eventos', 'Promoções', 'Apps', 'Mensagens', 'Atualizações', 'Configurações', and 'Spam'. The main content area features a 'Criar novo álbum' (Create new album) button and a notification: 'Novo! Você também pode compartilhar os seus álbuns de fotos com usuários que não sejam do orkut por e-mail...'. Below this, a list of photo albums is shown, each with a thumbnail image, a title, a date, and a description. The albums listed are: 'Sarah Thaisa Fidéis (7 fotos)', 'Família (2 fotos)', 'FolmiGa (38 fotos)', and 'The Best Crew (8 fotos)'. Each album entry includes a 'Ver álbum' (View album) link and options to 'Adicionar mais fotos' (Add more photos), 'Editar álbum' (Edit album), and 'Excluir álbum' (Delete album). The footer of the page contains the Orkut logo, a 'Sobre o orkut' link, the website URL 'http://www.orkut.com', a 'Blog' link, and various legal and support links like 'Desenvolvedores', 'Central de segurança', 'Privacidade', 'Termos de uso', 'Publicidade', and 'Ajuda', along with a Google search bar.

Imagem 9 - Página de recados, onde pode-se mandar e receber recados de seus amigos.

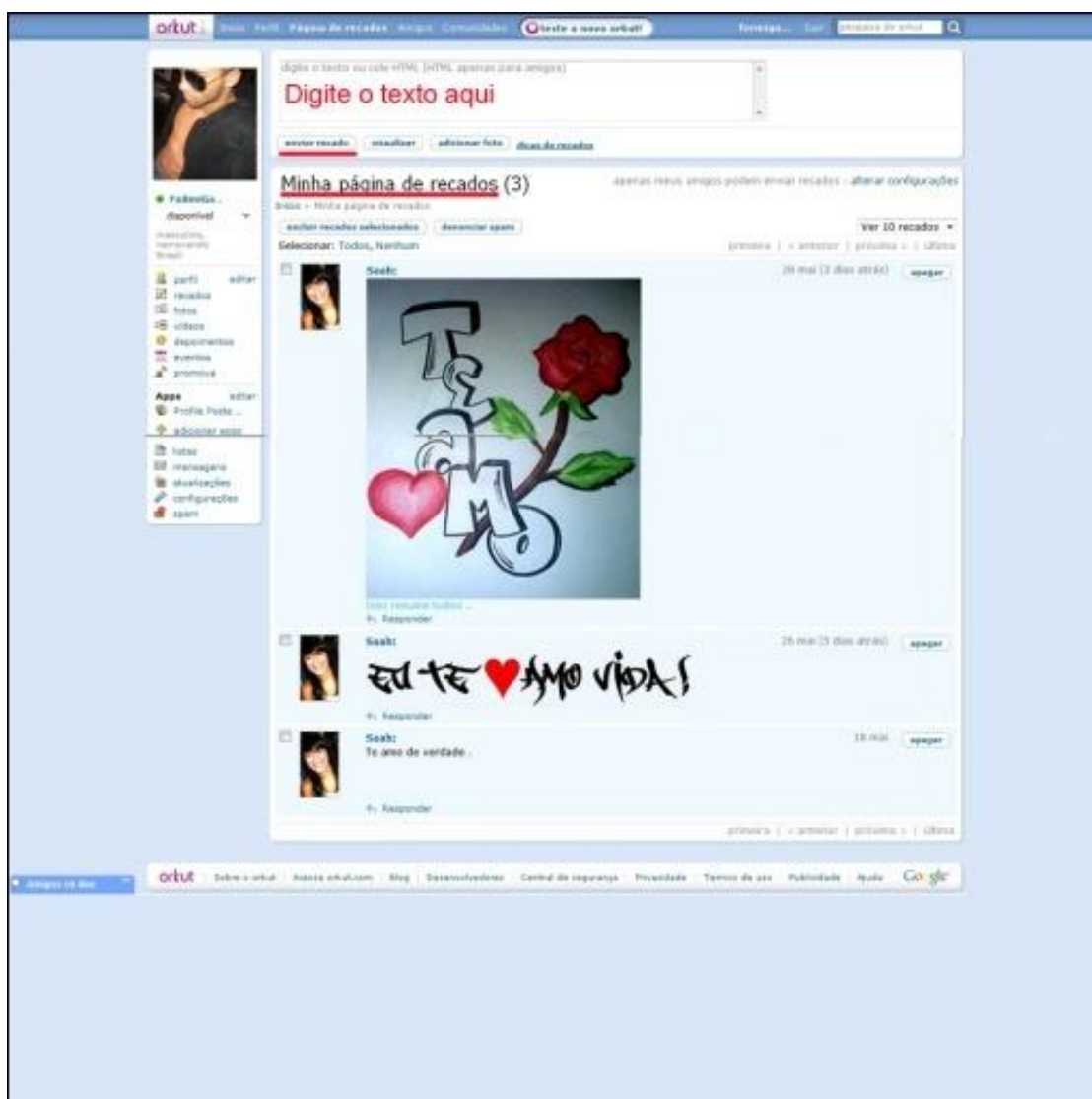
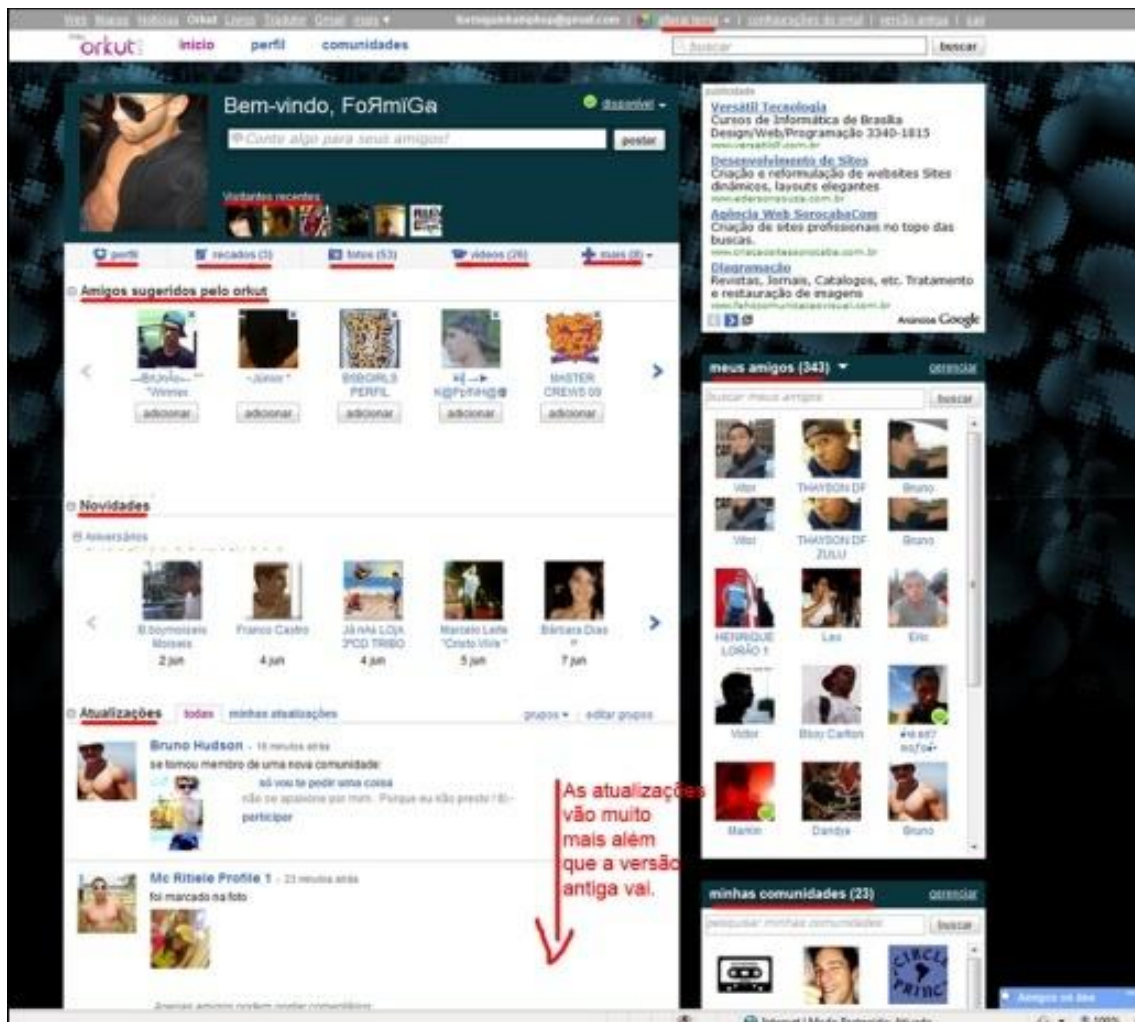


Imagem 10 - Atualização do Orkut, conhecido como “Novo Orkut”, onde possui novos temas de perfil, a escolha do usuário, sugestões de amigos, aniversários próximos e uma lista imensa de atualizações de amigos.



### 3.3 Análise de campo

Foi possível observar que o site Youtube utiliza muito bem a navegabilidade, por ser um site exclusivamente para se postar e assistir vídeos. O seu design não tem cores pesadas que dificultem a visibilidade do conteúdo, assim como as informações fornecidas, ou seja, é mostrado para o visitante apenas o que irá interessá-lo, como:

- Um campo de busca no topo do site para a pesquisa de vídeos;
- Link para poder se cadastrar e postar vídeos;
- Vídeos que estão sendo assistidos no momento;
- Vídeos que estão em destaque;
- Vídeos mais populares divididos por categoria.

Sua plataforma foi desenvolvida com a única intenção de poder postar e ver vídeos, por tal motivo que sua aceitação no mundo se tornou tão intensa que a colocou em terceiro lugar no ranking de sites mais acessados no mundo segundo o site ROCK PLANET<sup>5</sup>. Sua estrutura foi criada para o usuário final, com um conteúdo bem elaborado, informações de interesse do público que o acessa, uma interatividade que possibilita o total acesso aos vídeos de maneira rápida e prática, além de o site ser atrativo, ou seja, possui cores leves que não cansam a vista do visitante, não é lotado de informações e o usuário em poucos cliques consegue chegar em seu destino final.

Já o site Orkut, apesar de estar na lista de mais acessados no mundo, ocupando o quadragésimo quinto lugar no ranking segundo fonte do site GOOGLE<sup>6</sup>. Não possui uma navegabilidade que precisava ter, pois muitas vezes ocorrem erros ao carregar uma foto, problemas na execução de aplicativos. Mas o principal é sua atualização, chamado de “Novo Orkut”, que apesar de trazer consigo várias outras opções de perfil, como tema para a tela principal, uma nova estrutura para os recados, álbuns e vídeos, ele ficou mais lento e com uma maior dificuldade de navegação. Decorrência disso os

---

<sup>5</sup> ROCKPLANET. Sites mais acessados do mundo e do Brasil. Brasil, 2010. Disponível em: <<http://www.rockplanet.com.br>>. Acesso em: 1 junho 2010.

<sup>6</sup> GOOGLE. Top1000. Califórnia, 2010. Disponível em: <<http://www.google.com>>. Acesso em: 1 junho 2010.



usuários do Orkut antigo, ao acessarem o Novo Orkut e voltarem para a antiga versão, recebem um recado perguntando o porquê deles preferirem a versão antiga.

As atualizações de amigos que vem desde da versão antiga, aparece em maior quantidade, tornando mais lenta a visualização da página, além do Novo Orkut disponibilizar na tela de seu perfil, amigos que talvez você conheça, o que não tem no antigo. Nos aniversariantes houve uma mudança que melhorou, ou seja, no antigo apareciam todos os aniversariantes até certo mês que enchia um pouco a tela do perfil, agora surgiu uma estrutura que permite que eles apareçam apenas em linha reta, apenas clicando na seta para ver mais aniversariantes. De certa forma tudo aumentou no Novo Orkut, os amigos, as comunidades que o usuário possui, agora aparecem mais no perfil que na versão antiga. Tudo isso causando uma maior lentidão ao abrir as páginas do site, conseqüentemente dificultado sua navegabilidade.

Outro ponto do Novo Orkut é seu menu, que traz consigo alguns links interessantes como, o tradutor da Google, possibilidade de acessar sua conta do Gmail, visualizar mapas e notícias, tudo através de seu perfil do Orkut. Diferente da versão antiga que só disponibiliza a visualização de seus álbuns de fotos, vídeos, amigos e comunidades. E sua estrutura mudou, pois o Novo Orkut trouxe uma versão mais quadrada, diferente da anterior que traz uma versão mais arredondada.

## **4 Conclusão**

### **4.1 Análise de dados**

O mundo passa por mudanças constantemente, suas evoluções se tornam mais presentes na vida das pessoas. A internet surgiu e conquistou um espaço privilegiado no cotidiano de cada pessoa, com um novo meio de comunicação. Sua plataforma se tornou presente não apenas como forma de entretenimento e trabalho, mas virou essencial para a vida. E essa nova plataforma traz consigo novos meios de comunicação, ou seja, antes o criador do site fornecia a informação e agora o usuário também pode gerar conteúdo.

Essa nova era da informação é também chamada de era da economia, ou seja, é onde as empresas precisam se reestruturar de forma que consigam atender a demanda do novo mercado que surge, como diz Tânia Limeira (2003). E quanto mais surgem sites, mais a competição entre eles aumenta, e o diferencial envolve diversos fatores. Como o design que o mesmo possui, pois quanto mais as informações forem relevantes para o usuário, mais bonito o site se torna, além de a aparência ter relação com o conteúdo, como diz Conrado Vaz (2008). Outro fator é a velocidade com que as páginas são carregadas, segundo Rick E. Bruner (1998), pois o usuário não tem tempo para esperar todas as informações carregarem, ele irá preferir ir para outro site. O criador do site precisa proporcionar ao visitante toda a interatividade necessária entre o usuário e o site, para ter acesso ao perfil do visitante e a partir disso conseguir informações relevantes sobre o usuário.

O que se percebe é que o site Youtube, por possuir um design simples, atende toda a demanda que o mercado exige, proporcionando uma interação do usuário com o site, velocidade de carregamento das páginas, conteúdo relevante para o usuário, uma única opção de pesquisa de vídeos, o que torna o site de fácil uso.

Outro site que possui os dois lados da moeda é o Orkut, que em sua versão antiga possui um design simples também, mas que atende a demanda do mercado, uma boa interatividade do usuário com o site, possui uma boa velocidade de carregamento das páginas, apesar de ocorrer alguns problemas

nas exibições das páginas, conteúdo relevante para o usuário, ou seja, não enche a tela do perfil. Mas por outro lado sua atualização, o “novo Orkut”, traz consigo uma estrutura mais lenta, muito mais conteúdo, tornando desagradável tanta informação, mas surgem também novas opções de cores e temas pré definidos para o perfil, diminuição do espaço em relação aos aniversariantes e um aumento significativo em relação as atualização de seus amigos.

## **4.2 Considerações finais**

Após todas as análises realizadas, pode-se perceber que um site para sobreviver nesse competitivo mercado eletrônico, necessita ser bem pensado e possuir uma estrutura que atenda a grande demanda que a internet possui. Além disso, o que se percebe é que dos sites analisados e o que está nos primeiros lugares do ranking de mais acessados do mundo, possui uma estrutura simples, mas que consegue atender toda demanda, além de possuir conteúdo relevante, design simples e moderno e uma velocidade de navegação competente para o site. E o site que está um pouco mais abaixo no ranking, possui detalhes que ou tornam o site mais lento, ou informações desnecessárias ou até mesmo um design não muito atrativo.

E por tudo isso que a navegabilidade em sites web 2.0 é de extrema importância, como o tema levantado anteriormente e que um site bom é um site com design simples, conteúdo relevante, ou seja, apenas o que realmente interessa para o usuário, uma total interatividade do usuário com o site e uma boa navegação entre as diversas páginas do site, proporcionando conforto para quem navega.

## Referências Bibliográficas

BLOGSPOT EXTREME DIGITAL. *Conheça a história do site de vídeos Youtube*. Alexandro Curvello, 2006. Disponível em: <<http://www.extremedigital.blogspot.com>>. Acesso em: 17 maio 2010.

BRUNER, Rick E; USWeb. *Net Results – O Marketing eficaz na Web*  
Editora: Quark Books, 1998.

GOOGLE. *Top1000*. Califórnia, 2010. Disponível em: <<http://www.google.com>>. Acesso em: 1 junho 2010.

KARSAKLIAN, Eliane. *Cyber Marketing*  
Editora: Atlas, 2001.

LIMEIRA, Tânia M. Vidigal. *E-Marketing*  
Editora: Saraiva, 2003.

ROCKPLANET. *Sites mais acessados do mundo e do Brasil*. Brasil, 2010.  
Disponível em: <<http://www.rockplanet.com.br>>. Acesso em: 1 junho 2010.

TURBAN, Efraim; KING, David. *Comércio Eletrônico*  
Editora: Prentice Hall, 2004.

VAZ, Conrado Adolpho. *Google Marketing*  
Editora: Novatec, 2008.