



INSTITUTO POLITÉCNICO DE SANTARÉM
ESCOLA SUPERIOR DE EDUCAÇÃO

***VOLUNTARIADO ON-LINE – estudo de caso no Lar de Santo António da
Cidade de Santarém***

**Relatório de Estágio apresentado à Escola Superior de Educação do
Instituto Politécnico de Santarém para obtenção do grau de Mestre em
Educação e Comunicação Multimédia**

Por

Marcelina Baptista Lourenço

Sob a orientação de

Prof. Doutora Maria da Costa Potes Franco Barros Santa-Clara Barbas

AGRADECIMENTOS

Apresento um especial agradecimento a todos os elementos que fazem parte da Direcção do Lar de Santo António das Cidades de Santarém, mais precisamente à Presidente da Direcção Dra. Maria Emília P. M. Coelho Rufino e ao Vogal da Direcção Dr. António Braz Pinto, cuja amabilidade e disponibilidade contribuíram para a concretização do Projecto.

Agradeço à Professora Maria Barbas, pelo apoio, motivação, orientação, paciência e disponibilidade que me concedeu durante a realização do Projecto.

Os meus sinceros agradecimentos aos restantes professores e colegas, por todo o conhecimento, apoio e ânimo que me transmitiram durante os dois anos de mestrado.

Por fim, quero demonstrar a minha mais profunda gratidão aos meus amigos e familiares pela compreensão demonstrada, pela desprovida disponibilidade e atenção concedida no decorrer deste trajecto.

A todos, muito obrigado!

INDICE

INTRODUÇÃO	1
I FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	4
1.1 Ano Europeu do Voluntariado.....	4
1.2 Medidas tomadas a nível nacional e internacional.....	5
1.3 Agenda Digital 2015	6
1.4. Websites	7
1.4.1 Fase de desenvolvimento de um Website.....	9
1.4.2 Indicadores de qualidade de um Website Institucional	10
1.4.3 Estudo de CMS	11
1.4.4 O Joomla.....	13
II CONSTRUÇÃO DO PROJECTO	19
2.1 Percurso de construção	19
2.2 Parcerias com o Lar	20
2.3 Construção do mapa de navegação e guião de interfaces.....	21
2.3.1 Decisões de Design e Mapa de navegação	22
2.4 Desenvolvimento do Website	26
2.4.1 Templates	26
2.4.2 Extensões.....	27
2.4.3 Utilizadores.....	29
2.5 Calendarização	30
III METODOLOGIA A ADOPTAR PARA O DESENVOLVIMENTO DO PROJECTO	31
3.1. Estudo de caso.....	31
3.2 Construção de elementos de avaliação.....	32
3.2.1 Instrumentos e técnicas de recolha de dados.....	33
3.2.1.1 Conversas informais	34
3.2.1.2 Análise documental	35
3.2.1.3 Questionários.....	35
3.3. Contextualização do estudo.....	37
3.3.1 A investigadora-professora-voluntária.....	37
3.3.2 Caracterização da instituição	37
3.3.3 Amostra do estudo.....	38

IV ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS	39
4.1 Fundamentos para discussão dos questionários	39
4.2 Fundamentos para discussão das entrevistas.....	45
4.3 Qual o numero de acessos ao Website?.....	45
CONCLUSÕES	46
BIBLIOGRAFIA	49
LIGAÇÕES À INTERNET POR ORDEM DO TEXTO ESCRITO	52

INDICE DE FIGURAS

Fig. 1 - Processo de desenvolvimento de <i>Website</i>	10
Fig. 2 . Ecrã de login.....	14
Fig. 3 – Organização de conteúdos dinâmicos	17
Fig. 4- Template original do Website	26
Fig. 5 - Template actual do Website	26
Fig. 6 - <i>Módulos</i> utilizados no Website	27
Fig. 7 - <i>Plugins</i> utilizados no Website.....	28
Fig. 8 - <i>Frontend</i> da plataforma (acesso a gestor)	29
Fig. 9 - <i>Backend</i> da plataforma.....	29

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Demonstração da evolução das várias fases Carvalho (2006).....	9
Tabela 2 - Parâmetros e Indicadores de qualidade de <i>Website</i> institucional ..	10
Tabela 3 - Componentes por defeito do Joomla	15
Tabela 4 - Alguns módulos por defeito no <i>Joomla</i>	16
Tabela 5 - Exemplos de plugins do Joomla	16
Tabela 6 - Grupo de utilizadores de <i>frontend</i>	17
Tabela 7 - Grupo de utilizadores de <i>backend</i>	18
Tabela 8 - Questões para determinar o tipo de site que vamos construir	21
Tabela 9 - Descrição de alguns módulos utilizados.....	27
Tabela 10 - Descrição dos <i>plugins</i>	28
Tabela 11 - Grupo de utilizadores de <i>frontend</i>	29
Tabela 12 - Grupo de utilizadores de <i>backend</i>	29
Tabela 13 - Calendarização das Actividade	30
Tabela 14. Fases da recolha de dados.....	34
Tabela 15 - Número de acessos ao <i>Website</i>	45

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Tipos de amigos	39
Gráfico 2 - Distribuição do "amigos" por sexo	40
Gráfico 3 - Distribuição dos "amigos" por intervalo de idades	40
Gráfico 4 - Como teve conhecimento do <i>Website</i> ?.....	41
Gráfico 5 - Onde costuma aceder ao Website	41
Gráfico 6 - Imagem do <i>Website</i>	42
Gráfico 7 - Conteúdo e serviços disponibilizados.....	43
Gráfico 8 - Navegação e orientação	44

INTRODUÇÃO

No âmbito da unidade curricular Seminário I e II desenvolvemos um projecto com o título “Voluntariado *on-line* – Estudo de caso do Lar de Santo António da Cidade de Santarém”, realizado no âmbito do Mestrado em Educação e Comunicação Multimédia da Escola Superior de Educação do Instituto Politécnico de Santarém.

Nos dias que correm, a evolução económica e social está dependente do desenvolvimento, implementação e uso das tecnologias de informação e comunicação, vulgarmente designadas por *TIC*.

Fazendo uso destas, o voluntariado *on-line* poderá percorrer caminhos e alcançar metas anteriormente inalcançáveis. O desejável passa pela contribuição do indivíduo, por mais pequena que seja, no universo do voluntariado *on-line*, o que poderá ser um grande passo na realização pessoal.

No contexto do voluntariado *on-line*, esta realidade é cada vez mais apelativa, podendo ser uma porta aberta para dar a conhecer e, ao mesmo tempo, divulgar necessidades inerentes. Por este motivo, entende-se que a apresentação de um *Website* organizacional é uma mais-valia e um factor a ter em conta.

Tendo vindo a verificar-se uma maior divulgação das organizações/instituições através de *Websites*, o Lar de Santo António da Cidade de Santarém (casa que acolhe crianças e jovens do sexo feminino dos 3 aos 18 anos de idade, privados da sua vida familiar) não é excepção.

Sendo a investigadora voluntária nesta instituição, foi neste sentido que surgiu a ideia de criar um espaço digital institucional, que tivesse como principal objectivo dar a conhecer todo o seu desenvolvimento, assim como angariar “Voluntários”, “Associados” e “Amigos”.

Fundamentalmente, pretende dar-se resposta à seguinte questão:

“De que forma o Website é capaz de dar a conhecer o trabalho desenvolvido na Instituição?”

De forma a obter resposta a esta questão, é necessário efectuar um estudo que possa contribuir para a consecução dos seguintes objectivos:

- 1) Proceder ao estudo dos requisitos do *Website* envolvendo a comunidade;
- 2) Desenvolver e implementar o *Website*;
- 3) Efectuar o estudo e análise do impacto do *Website*.

Para dar resposta à questão de investigação, bem como à concretização dos objectivos, iremos adoptar uma metodologia qualitativa de tipo “estudo de caso”.

O trabalho apresentado está organizado em quatro capítulos.

No primeiro capítulo, Enquadramento Teórico, apresentamos uma revista da literatura sobre os temas relacionados com o presente estudo.

Consequentemente, no primeiro ponto enquadra-se este estudo no “Ano Europeu do Voluntariado”. No segundo ponto, procedeu-se a uma focalização nas medidas previstas a nível nacional e internacional, destacando-se o âmbito nacional, descrevendo-se dados relativos ao Voluntariado em Portugal. No terceiro ponto, apresentamos uma revisão da leitura sobre o programa de acção inserido no âmbito do Plano Tecnológico, que traduz uma aposta determinada na melhoria dos serviços prestados às pessoas e aos agentes económicos (Agenda Digital 2015).

No segundo capítulo, efectuamos a descrição da implementação do projecto, passando pelos conteúdos e serviços a ter em conta no desenvolvimento do mesmo.

No terceiro capítulo, procedemos à justificação das opções de carácter metodológico da investigação, tendo em consideração os objectivos da questão de investigação, bem como a identificação dos instrumentos utilizados na recolha de dados.

No quarto capítulo, procedemos à análise e discussão dos dados relativos ao objecto em estudo, respondendo à questão principal da investigação, apresentada anteriormente.

Por último, apresentamos as principais conclusões do estudo realizado, assim como as referências bibliográficas e os *Websites* da internet a que recorreremos.

Em suma, as *fontes* que fundamentam e sustentam a nossa investigação.

I FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Apresenta-se uma revisão da literatura a partir de temas relacionados com o presente estudo.

No primeiro ponto, fazemos um enquadramento do tema em relação ao “Ano Europeu do Voluntariado”, salientando o objectivo geral bem como os objectivos específicos que a União Europeia estipulou.

No segundo ponto, fazemos referência a algumas medidas de nível nacional e internacional, bem como dados relativos ao voluntariado.

No terceiro ponto, relatamos de que forma o programa de acção inserido no âmbito do Plano Tecnológico (Agenda Digital 2015) influenciou o voluntariado *on-line*.

1.1 Ano Europeu do Voluntariado

A 27 de Novembro de 2009, o Conselho de Ministros da União Europeia (a seguir designada por U.E.) declarou oficialmente o ano de 2011 como o *Ano Europeu das Actividades Voluntárias que Promovam um Cidadania Activa*, ano europeu que tem como objectivo geral incentivar e apoiar os esforços desenvolvidos pela Comunidade, pelos Estados-Membros e pelas autoridades locais e regionais, tendo em vista criar condições na sociedade civil propícias ao voluntariado na U.E. e aumentar a visibilidade das actividades de voluntariado na mesma.

Este objectivo geral será operacionalizado através de quatro grandes objectivos específicos:

- 1) Criar um ambiente propício ao voluntariado na U.E;
- 2) Dar meios às organizações que promovem o voluntariado, para melhorar a qualidade das suas actividades;
- 3) Reconhecer o trabalho voluntário;
- 4) Sensibilizar as pessoas para o valor e a importância do Voluntariado.

Deve salientar-se, contudo, que os objectivos apresentados anteriormente, porque muito próximos no tempo, ainda não se revestem de aspectos conclusivos dignos de nota.

1.2 Medidas tomadas a nível nacional e internacional

As pesquisas efectuadas sobre este tema não revelam dados quantitativos, no entanto, dados relativos aos Voluntários em Portugal são disponibilizados pela ENTRAJUDA¹ - instituição particular de solidariedade social, que visa apoiar outras instituições ao nível da organização e gestão, com o objectivo de melhorar o seu desempenho e eficiência em benefício das pessoas carenciadas.

Assente na mobilização e envolvimento de pessoas e empresas de boa vontade, a ENTRAJUDA efectua um diagnóstico dos problemas e necessidades das instituições, propõe soluções, mobiliza parceiros e voluntários, implementa soluções e avalia impactos e desempenhos. Uma boa forma de recrutar voluntários é a bolsa do voluntariado lançada pela ENTRAJUDA com o apoio da Caixa Geral de Depósitos, no dia 5 Dezembro de 2005 - *Dia Internacional do Voluntariado*, com o objectivo principal de promover o encontro on-line entre a procura e a oferta de trabalho voluntário, permitindo articular a necessidade por área, com a disponibilidade para o prestar por parte de pessoas e entidades numa óptica dinâmica. Trata-se de um projecto inovador, de âmbito nacional, transversal a toda a sociedade e economia, que fomenta o exercício da Cidadania e da Responsabilidade Social.

A Bolsa do Voluntariado veio, assim, potenciar um "mercado" virtual de voluntariado, dinamizar o encontro de necessidades e vontades. Esta ferramenta *on-line* funciona em tempo real e aproveita as qualificações dos voluntários, promovendo a capacitação das organizações.

No novo site da Bolsa do Voluntariado é possível encontrar algumas novidades, tais como um *layout* mais funcional e atractivo, uma área de "Notícias e Eventos" para uma maior promoção das iniciativas da ENTRAJUDA

¹ <http://www.entrajuda.pt/>

e a integração com as redes sociais, nomeadamente com o “Facebook”, para dinamizar a consciencialização do voluntariado, sobretudo entre os jovens.

A Bolsa do Voluntariado regista, em Janeiro de 2011, mais de 16.500 pessoas dispostas a colaborar voluntariamente e 850 instituições de solidariedade social que contaram com a ajuda de muitos deles

Segundo definição das Nações Unidas², “o voluntário é o jovem ou o adulto que, devido ao seu interesse pessoal e ao seu espírito cívico, dedica parte do seu tempo, sem remuneração alguma, a diversas formas de actividades, organizadas ou não, de bem-estar social, ou outros campos.”

A Organização das Nações Unidas assume ideias fortes sustentadas pelas experiências das organizações que promovem a participação de voluntários no mundo em vários projectos e iniciativas e a ideia chave descreve-se como “a solidariedade que se expressa através do voluntariado é um forte instrumento para a construção da paz e da justiça no mundo”³. Esta ideia corresponde a uma dimensão universal da solidariedade presente no voluntariado.

As tecnologias e o voluntariado, nomeadamente através do voluntariado *on-line*, em conjunto, têm promovido cada vez mais a utilização das tecnologias e o acesso à informação nesses campos, criando-se múltiplas oportunidades e facilitando-se o processo.

1.3 Agenda Digital 2015

A Agenda Digital 2015 é um programa de acção inserido no âmbito do Plano Tecnológico, que traduz uma aposta determinada na melhoria dos serviços prestados às pessoas e aos agentes económicos com recurso ao potencial das Redes de Nova Geração e no apoio às empresas e aos consórcios empresariais para internacionalizarem e exportarem os bens e serviços desenvolvidos.

Esta aposta é focada em cinco áreas de intervenção prioritárias – Redes de Nova Geração, Melhor Governação, Educação de Excelência, Saúde de Proximidade e Mobilidade Inteligente e inclui 26 medidas cuja implementação se inicia desde já. Entre outras medidas e impactos detalhados no

² <http://www.onlinevolunteering.org>

³ UNDP (2003), *Volunteerism and Development – Essentials*, Evaluation Office, nº 12, October, p. 10

desenvolvimento da agenda, salientamos duas dessas medidas que poderão ser um contributo para o estudo em questão:

- 1) Disporá de uma rede de banda larga de nova geração de acesso universal.
- 2) Implementará um sistema simplificado de licenciamento comercial e de serviços – Licenciamento Zero – através dum sistema de registo electrónico integrado.

Estas medidas, contudo, não podem ainda ser analisadas no seu contributo, dado que apenas se encontram no plano das intenções.

Na perspectiva da agenda digital 2015, as Redes de Nova Geração constituem uma plataforma excepcional para o desenvolvimento de conteúdos e serviços diversificados.

Neste sentido, gostaríamos de elaborar um *Website*⁴ de cariz institucional, um ponto primordial a validar será transmitir, com maior ou menor tratamento gráfico, a imagem de marca da instituição e a gestão dos seus conteúdos, sem que para tal sejam necessários conhecimentos avançados no âmbito do conhecimento informático. Para tal, é necessário fazer um estudo de alguns conceitos, que vão de encontro à elaboração de conteúdos.

1.4. Websites

Um *Website* é um conjunto de páginas Web estruturadas e ligadas entre si que contêm informações sobre um determinado tema.

De acordo com estudos feitos por Carvalho (2006), os *Websites* tem sofrido uma evolução significativa, não só ao nível do *layout* e da estruturação dos conteúdos mas, também, na integração de novas ferramenta de comunicação e edição colaborativa. Esta evolução pode caracterizar-se em quatro fases distintas.

A primeira fase, designada por Informação corrida (o "*lençol*"), evidencia-se nas primeiras páginas Web. Estas apresentavam uma mancha de texto muito densa e longa, o que dificultava a leitura no ecrã e não tiravam partido das

⁴ Website – Normalmente composto por páginas residentes num mesmo alojamento e acedíveis pelo seu endereço URL

funcionalidades de hipertexto quês páginas Web proporcionam. A directrizes recomendadas por Nielsen (1999:101) para o texto Web, são as seguintes: 1) Ser sucinto; Facilitar a leitura diagonal; 3) Informação distribuída por páginas.

A segunda fase, designada por Multimédia, caracteriza-se pela utilização desequilibrada de vários componentes multimédia (*gifs* animados, música de fundo) e cores fortes que dificultavam a concentração de leitura. O *Website* começa a disponibilizar o nome e contacto electrónico do autor e começa-se a valorizar a comunicação com a interacção de fóruns temáticos.

Na terceira fase, chamada de *Design* gráfico e interactividade, caracteriza-se pela simplicidade de apresentação de conteúdos. Os componentes multimédia são usados de forma coerente e a disposição de texto organizada convida à leitura. Perante a informação que nos *Websites* é disponibilizada, nesta fase, o utilizador é convidado a interagir, passando a ter um papel mais activo. As ferramentas de comunicação (fóruns temáticos, chat, e correio electrónico) intensificam-se e conduzem ao aparecimento de comunidades de aprendizagem.

Na última fase, Edição colaborativa *online*, utilizam-se novos formatos para apresentação de conteúdos e novas ferramentas de comunicação facilitando a edição *online*.

Em síntese, as quatro fases mostram uma evolução não só no design gráfico mas também na diversidade de recursos que vão sendo disponibilizados, na comunicação que se intensifica e no papel atribuído ao utilizador, como se verifica na tabela 1.

As organizações institucionais, tem aqui, a forma de clarificar junto do público as finalidades das Instituições.

Fases	Design	Informação	Comunicação	Utilizador
1	- [Inexistente]	-Texto ...o lençol	- [Inexistente]	- Leitor
2	- Mostuário de efeitos visuais e sonoros	- Texto com fundo, musical, <i>gifs</i> animados	- Correio Electrónico	- Distrai-se com animações
3	- Simplicidade e interactividade	- Informação bem estruturada - Actividades interactivas	- Correio Electrónico - Forum - Chat	- Interactivo - De consumidor crítico passa a produtor de textos (a autor)
4	- Simplicidade	- Informação especifica	- Correio Electrónico	- Edição colaborativa

- Sobriedade	para os diferentes	- Forum	online
- Interactividade	sectores do público-alvo	- Chat	- Com as tecnologias
- Fácil de usar e	- Podcasts	- Audioconferência	móveis a aprendizagem
de pesquisar	- Ferramentas	- Videoconferência	ubíqua começa a
	colaborativas		generalizar-se

Tabela 1 - Demonstração da evolução das várias fases Carvalho (2006)

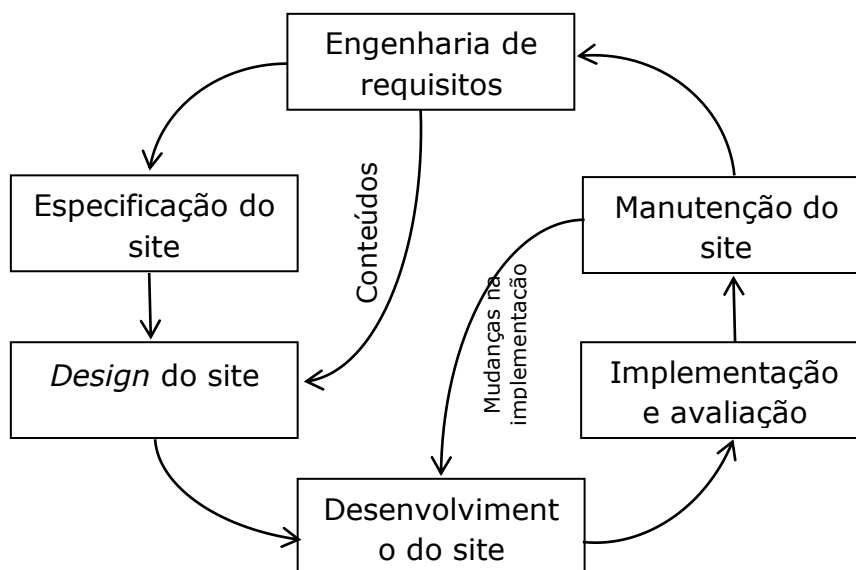
1.4.1 Fase de desenvolvimento de um Website

Um site é um produto de *software*, no processo do seu desenvolvimento tem que garantir que as características pretendidas pelo utilizador final sejam incorporadas no produto final desse processo, estando desta forma as fases do seu processo de desenvolvimento relacionadas com as do *software*.

No que diz respeito à sua actualização, no *Website* é instantânea, as fases de desenvolvimento de um *Website* diferem das fases de desenvolvimento do *software*.

Para *Scapin et al* (2001:299) o desenvolvimento de um *Website* compreende 6 fases organizadas de forma iterativa:

- 1) Engenharia de requisitos: identificação dos objectivos e contexto geral da aplicação Web;
- 2) Especificação do site: modelos da *interface* são construídos a partir de requisitos obtidos na fase anterior;
- 3) *Design* do site: os modelos são refinados e o *Website* é desenvolvido de acordo com o seu conteúdo;
- 4) Desenvolvimento do site: produção do site tendo em conta as ferramentas específicas para a visualização de conteúdos em diversos formatos;
- 5) Implementação e avaliação: é avaliado o *Website* tendo em conta os requisitos e o contexto para o qual foi desenvolvido;
- 6) Manutenção do site: esta fase pode ter uma longa duração, pois envolve a recolha de novas informações e o planeamento das modificações identificadas durante a fase de avaliação.

Fig. 1 - Processo de desenvolvimento de *Website* adaptado de (Scapin *et al*, 2001:300)

1.4.2 Indicadores de qualidade de um Website Institucional

Actualmente não existe uma norma internacional de qualidade específica para avaliar *Websites*. Existem sim, estudos individuais, que sugerem indicadores para garantir a qualidade de um *Website* tendo em conta a norma de qualidade ISSO/IEC 9126-1 (2001), que se tem reflectido em alguns instrumentos de avaliação de sites.

Abonando-se do estudo da qualidade dos *Websites* institucionais, Rocha (2003:653-657) identificou dez parâmetros essenciais, conforme tabela 2

Parâmetros	Indicadores
1) Actualização de conteúdos	[0-15] dias; [16-30] dias; [31-60] dias; [60-...] dias
2) Idiomas	Para além do Português
3) Elementos fundamentais da <i>Home page</i>	<i>Email/link</i> de contactos; data da última actualização; <i>copyright</i> e/ou desenvolver; endereço físico
4) Identificação/Meta-informação	Título; descrição; palavras-chave
5) Indexação em motores de busca	Sapo; Google; etc.
6) Interação	<i>Email/formulário</i> para pedidos de informação; Documentos para <i>download</i> ; impressos; regulamentos; etc.
7) Efectividade da interacção	Resposta a um pedido de informação? S/N Se “S”, quantos dias? [0-3]; [4-7]; [8-15]; [16-...];
8) Túnel/folha de rosto	Sim/Não
9) Facilidade de navegação	Motor de pesquisa interna; mapa de navegação; página de ajuda; página FAQs
10) Tempo de carregamento	[0-7] segundos; [8-14] segundos; [15-21] segundos; [22-...] segundos

Tabela 2 - Parâmetros e Indicadores de qualidade de um *Website* institucional (Rocha, 2003:661)

1) *Actualização de conteúdos*, na medida em que são eles a razão de ser de qualquer *Website*, e desta forma a frequência de renovação e actualização dos mesmos (com a respectiva data de actualização) mostra o dinamismo do *Website*; 2) *Idiomas*, divulgação de conteúdos em vários idiomas aumentará o número de potenciais utilizadores; 3) *Elementos fundamentais da Home page*, essencialmente, data da última actualização e direitos de autor; 4) *Identificação/Meta-informação* adequada, sendo o título, a descrição e as palavras-chave elementos importantes para sua divulgação; 5) *Indexação em motores de busca*, pois um *Website* que não seja referenciado nos mesmos é como se não existisse; 6) *Interação* com os utilizadores, de forma a fidelizá-los; 7) *Efectividade da interação*, testar os meios de iteração, contudo a sua presença não garante efectividade; 8) *Túnel/folha de rosto*, consiste numa página meramente decorativa (sem conteúdos) que permite a entrada efectiva num *Website*, para não fazer o utilizador perder tempo, é de evitar; 9) *Facilidade de navegação*, utilizando para tal um motor de pesquisa interna; 10) *Tempo de carregamento* da página Web.

1.4.3 Estudo de CMS

CMS – Sistema de Gestão de Conteúdos: é um sistema que permite a qualquer utilizador da Internet, mesmo aqueles com poucos conhecimentos informáticos, gerir um *Website* dinâmico.

O conceito estruturante do CMS é separar a gestão de conteúdos, do design gráfico das páginas – (Bax e Pereira, 2002, *cit in* Santos 2010:1).

O sistema de gestão de conteúdos faculta a gestão de acessos que permite criar áreas de informação abertas e áreas de informação restritas e possibilita, ainda, a realização de todas estas tarefas a partir de qualquer computador ligado à Internet.

Para além do exposto, e para muitos não menos importante, importa referir que existem bons sistemas de gestão de conteúdos disponibilizados gratuitamente (soluções freeware): “freeware ou software gratuito é qualquer programa de computador cuja utilização não implica pagamento de licenças de uso ou royalties” (FreeWare).

Estas áreas de informação dispõem de duas áreas distintas: uma pública para consulta de conteúdos (Frontend⁵); uma restrita aos gestores da informação para inserção/gestão de conteúdos e gestão da própria estrutura (Backend⁶).

Além disso, incluem um vasto conjunto de ferramentas que possibilitam, de uma forma estruturada e célere, a inserção de diversos tipos de conteúdos.

Os benefícios de um CMS na gestão de um portal ou página Web são vários (Gafanha, 2007:29):

- Permite que qualquer utilizador, sem especiais conhecimentos técnicos, possa manter e actualizar o portal;
- Torna a organização independente de técnicos especialistas para fazer actualizações ou a manutenção do portal;
- As alterações são feitas em tempo real;
- É uma plataforma de trabalho colaborativo, pois vários utilizadores podem contribuir para a sua gestão;
- Funciona como um arquivo de documentos ao qual se pode aceder a partir de qualquer computador. De fácil navegação e usabilidade no acesso aos seus conteúdos.

Para o efeito, analisámos como se adequam algumas características do *WordPress* e do *Joomla!* (que incluem diversas aplicações específicas, muitas delas gratuitas) aos requisitos de um portal a ser elaborado.

Assim, se pretendemos:

– Apenas publicar conteúdos, então o *WordPress* é o CMS indicado. O *WordPress* tem uma interface “leve” e “flexível” e dispõe de um vasto conjunto de templates e plugins.

– Publicar conteúdos, incluir aplicações WEB 2.0, proporcionar uma melhor facilidade de personalização e ambientes gráficos mais apelativos, então o *Joomla!* é a solução. Com esta opção, garantimos uma enormidade de templates, *plugins*, componentes e extensões. Para além das vantagens já referidas, saliente-se que um dos principais pontos fortes do *Joomla!* consiste

⁵ *Frontend* – Área de utilizadores

⁶ *Backend* – Área de administradores

na sua imensa comunidade, o que, por si só, justifica o elevado crédito e reputação de que este CMS usufrui.

1.4.4 O Joomla

O *Joomla* é um CMS de código aberto (licença GNU/GPL⁷) que permite criar e gerir todos os componentes de um *Websiste*. Foi desenvolvido no sentido de proporcionar aos utilizadores que pretendam gerir portais ou outro tipo de páginas Web, e que não possuem conhecimentos de programação, uma utilização e instalação fácil (Soares, 2006:9).

É uma plataforma desenvolvida na linguagem de programação PHP⁸ e que utiliza uma base de dados MySQL⁹, ambos *softwares* livres. Quando se pretende contratar o serviço de alojamento de um *Website* em *Joomla*, o servidor deverá cumprir destes dois requisitos.

Segundo o site da Comunidade Portuguesa¹⁰, as vantagens na utilização deste software são:

- Ser software livre;
- Existem milhares de módulos e componentes disponíveis;
- A popularidade do *Joomla* cresce rapidamente bem como a sua comunidade de utilizadores;
- A equipa responsável está disposta a modernizar o *software* continuamente;
- É um dos CMS com mais recursos disponíveis e de fácil utilização;
- Foi desenvolvido com PHP e MySQL, dois dos *softwares open source* mais populares da Internet.

Existem duas faces do seu *Website*. Uma apresenta aquilo que todos os visitantes podem ver *frontend* e a outra é a zona de administração *backend* onde só se acede, fornecendo uma palavra passe. Para aceder ao *frontend* basta digitar o endereço do nosso site.


⁷ Significa que é possível fazer alterações ao código fonte e desenvolver um novo produto, com essas modificações

⁸ Hipertext Preprocessor- é uma linguagem de script voltada para o desenvolvimento de páginas dinâmicas para a internet

⁹ Sistema de Gestão de Base de dados

¹⁰ [Http://www.joomlapt.com/](http://www.joomlapt.com/)

Para aceder ao *backend* acrescentamos ao endereço do *Website* /administrator. Sendo o *backend* uma zona “protegida” para entrar teremos que apresentar um username (nome de utilizador) e uma palavra passe, num formulário como o reproduzido na Fig. 2.



The image shows a Joomla! login interface. At the top, it says "Iniciar sessão para administração de Joomla!". Below this, there is a message: "Utilize um nome de utilizador e senha válidos para aceder à zona de administração do site." and a link "Voltar à página principal do site". To the left is a padlock icon. The main form has three input fields: "Nome de utilizador", "Senha", and "Idioma" (with a dropdown menu showing "Padrão"). A green "Autenticar" button is at the bottom right of the form.

Fig. 2 . Ecrã de login

Na altura da instalação do *Joomla* será criada uma conta para administração do *Website* com username “admin” e palavra passe escolhida pela pessoa que fez a instalação. Poderemos na zona de *backend* criar outras “contas” para outros utilizadores.

É no *backend* que se encontra um conjunto de ferramentas que permitem criar e gerir de uma forma intuitiva o conteúdo e aspecto de um *Website*.

Templates

Num *Website Joomla* os conteúdos são independentes do aspecto final do nosso *Website*. Todo o aspecto é controlado por um “molde” (template) que controlará todo o aspecto da informação. O template é constituído por dois ficheiros essenciais e várias imagens.

Um dos ficheiros define o aspecto geral da página e as zonas onde podemos colocar os módulos e os estilos de letra utilizados. Embora criar/alterar templates não seja muito complicado exige alguns conhecimentos de HTML e PHP. Existem na Internet sítios que disponibilizam templates para *Joomla* gratuitos. Existem ainda empresas que comercializam templates. Muitas vezes podemos obter resultados satisfatórios, escolhendo um template gratuito e, de seguida, fazendo algumas alterações nas imagens principais (por exemplo, os cabeçalhos).

Extensões

As extensões são compostas por componentes, módulos e *plugins*. Os componentes serão funcionalidades acrescentadas que se juntam ao nosso *Website*. Alguns componentes vêm instalados com o próprio *Joomla* como, por exemplo, um componente para gerir *banners* publicitários, weblinks ou ainda um componente para gerir questões de resposta múltipla. Podemos também encontrar na Internet locais onde obter componentes adicionais para juntar ao nosso *Website*, de modo a podermos resolver uma tarefa específica. Esses componentes vão desde sistemas para gerir bibliotecas de arquivos, livros de visitas, calendários de acontecimentos ou componentes para gestão de comércio electrónico.

A tabela 3 apresenta os componentes que já vêm instalados por defeito no *Joomla*.

Componentes	Descrição
Banners	Sistema de gestão de <i>banners</i> de publicidade
Contacts	Sistema de gestão dos contactos de pessoas registadas no site.
Mass Mail	Possibilita o e-mail automatizado aos utilizadores registados no site.
New Feeds	Sistema de gestão de links para “rss feeds”.
Polls	Sistema de votação em questões
Syndicate	Sistema que permite visualizar as notícias de uma página do site através de um “rss reader”.
Web Links	Sistema de gestão de links externos.

Tabela 3 - Componentes por defeito do Joomla

Por vezes os componentes vêm acompanhados de módulos ou *plugins* para serem instalados em conjunto. De uma maneira simplista módulos são “blocos” que colocamos na página do nosso *Website*. Um módulo poderá ser um menu, um banner, uma questão de resposta múltipla, etc... Permitem mostrar o seu conteúdo em qualquer posição que o template suporte. A tabela 4 apresenta alguns módulos que já vêm instalados por defeito com o *Joomla*.

Módulos	Descrição
Banners	Integra com o componente do mesmo nome para mostrar a publicidade
Main menu	Este módulo possui várias variantes ou instâncias: -Main menu: Menu principal do site e de acesso a todos os utilizadores. -User menu: Menu de acesso a utilizadores registados -Other Menu: Mais um menu
Login Form	Mostra um formulário para efectuar o <i>login</i> de utilizadores e permite o registo de novos membros.
Archive	Mostra uma lista com os arquivos de meses passados.
Syndicate	Integra com o componente do mesmo nome para mostrar os <i>feeds rss</i> .
Wrapper	Permite inserir conteúdo de outra página Web especificando o seu <i>url</i> . Esse conteúdo aparece no “ <i>mainbody</i> ”
Search	Apresenta uma caixa de texto onde podemos fazer procuras de conteúdo.

Tabela 4 - Alguns módulos por defeito no Joomla

Por sua vez, os *plugins* são funções que desempenham tarefas de baixo nível como inserir imagens, tabelas, parágrafos, entre outros. A tabela 5 identifica alguns deste *plugins*:

Plugins	Descrição
Mos Image	Permite inserir imagens em artigos
Search Content	Permite fazer pesquisas ao conteúdo.

Tabela 5 - Exemplos de plugins do Joomla

Conteúdos

No Joomla existem dois tipos de conteúdo, o estático e o dinâmico. O conteúdo estático não obedece a nenhuma hierarquia e só pode ser visualizado directamente através de um *link* no menu, no entanto, o conteúdo dinâmico pode ser organizado por ordem de grandeza em secções e categorias e é possível visualiza-lo em *blogs* e páginas de secções ou categorias.

Esta hierarquia não é flexível pelo que qualquer conteúdo tem que obrigatoriamente pertencer a uma categoria que, por sua vez, pertence a uma secção.

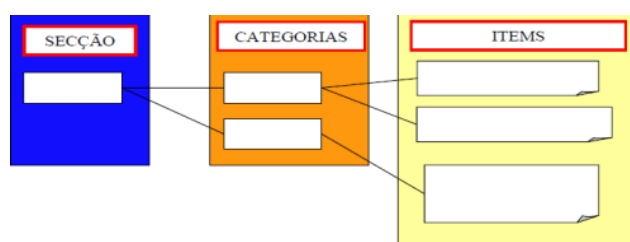


Fig. 3 – Organização de conteúdos dinâmicos

Utilizadores

Existem dois grandes grupos de utilizadores: *frontend* só tem acesso à plataforma através desta área; *backend* têm acesso às duas áreas do *Website*.

Estes grupos estão subdivididos em varias categorias de utilizadores, as quais têm as suas permissões e limitações como apresenta as tabelas 6 e 7.

Tipo	Permissões	Limitações	Especial
Anonimous	Pode ver a informação do tipo <i>public</i> . Pode registar-se.	Só tem acesso as áreas que não são para utilizadores registados.	NÃO
Registered	Tem acesso à informação do tipo <i>registered</i> e <i>publi</i>	Não tem acesso a informação do tipo <i>special</i> . Não pode adicionar nem editar conteúdo.	NÃO
Author	Tem acesso à informação <i>registered</i> , <i>special</i> e <i>public</i> . Pode criar e editar conteúdo.	Só pode editar os registos criados pelo próprio. Novo conteúdo sujeito a aprovação e publicação por alguém da área de administração.	SIM
Editor	É basicamente um Author com permissões para editar todos os registos.		SIM
Publisher	É um Editor com a possibilidade de fazer publicação de registos		SIM

Tabela 6 – Grupo de utilizadores de *frontend*

Tipo	Permissões	Limitações
Manager	Pode criar, editar, apagar conteúdo e secções/categorias.	Apenas tem acesso a gestão de conteúdo e media.
Administrator	Tudo	Não pode instalar templates nem ficheiros de linguagem. Não pode eliminar nem configurar a conta do super administrador. Não tem acesso a configuração global nem as informações de sistema. Não tem acesso ao componente mass mail
Super Administrator	Tudo	Nenhuma

Tabela 7 - Grupo de utilizadores de backend

Os grupos de *backend*, ao fazerem *login* no *frontend* serão considerados do tipo *Publisher*. Só existe um super administrador, no entanto é possível criar vários administradores e *managers*.

II CONSTRUÇÃO DO PROJECTO

2.1 Percurso de construção

Numa fase embrionária, realizou-se um levantamento no que diz respeito à informação através de conversas informais com os representantes da instituição. Era importante a recolha de informação e reter dados que permitissem perceber que tipos de conteúdos podiam ser aplicados, atendendo à especificidade da instituição.

Igualmente pertinente, saber que tipo de informação mais específica ao nível técnico permitiria localizar, com mais exactidão, a resposta a questões desta investigação e ainda levar participantes a colaborarem activamente no desenho da aplicação, ajudando a perceber a melhor maneira de integrar os conteúdos necessários e estruturar, da melhor forma, a aplicação.

Sem perder de vista estes aspectos, os primeiros passos para o desenvolvimento do *Website* tiveram lugar, abrangendo 5 etapas:

1ª Etapa: definiram-se os objectivos para o *Website* e recolheu-se a informação relevante a constar no mesmo, tendo em consideração o público-alvo;

2ª Etapa: definiu-se a arquitectura de informação e estabeleceram-se áreas diferentes de acesso para cada utilizador;

3ª Etapa: consistiu na construção do *Website* tendo em conta os requisitos adequados, com vista à obtenção de um *Website* com qualidade.

4ª Etapa: procedeu-se nesta fase a um acompanhamento funcional do *Website*, resolvendo eventuais problemas e melhoria de alguns aspectos específicos;

5ª Etapa: manutenção.

Salientamos as seguintes situações: a Instituição, conforme lhe compete, teve sempre em consideração a salvaguarda da identidade das jovens aí residentes o que, de alguma forma, inibiu o desenvolvimento do projecto.

Também por essa razão, na fase de implementação levámos a cabo diversas reuniões com os responsáveis da Instituição, para melhor adequar a informação contida no *Website* com as exigências dos mesmos.

Mais tarde, foi solicitado a implementação da localização, para a qual foram utilizados *Google Maps*.

A fase da manutenção será da responsabilidade da investigadora no seu trabalho de voluntariado (a ter lugar no futuro).

Desta forma, atingiu-se o segundo objectivo proposto neste trabalho:

Desenvolver e implementar o portal (cf. Ponto 3.2):

2.2 Parcerias com o Lar

Sendo desde sempre vontade da investigadora fazer qualquer acção ligada ao voluntariado, inscreveu-se no Programa de Voluntariado no Lar de Santo António da cidade de Santarém, com o propósito de prestar qualquer tipo de serviço na sua área de formação, a Informática.

Foi-lhe proposta, então, a elaboração de um *Website*, para dar a conhecer a Instituição e o trabalho por eles desenvolvido.

Esse *Website* deveria também contemplar a possibilidade de captar voluntários, assim como *famílias de amizade*, ou aqueles que simplesmente são conhecidos como *amigos*.

Foi esta perspectiva, que considerámos interessante desenvolver o projecto que agora se apresenta, no âmbito do mestrado.

Qualidades e valores que contribuíram para o sucesso das parcerias

- A participação da comunidade em toda fase do projecto.
- Transparência na gestão do projecto.
- Partilha de ideias e experiências.
- A visão integrada dos problemas e soluções.

2.3 Construção do mapa de navegação e guião de interfaces

A opção pelo *Joomla* justifica-se, para além das vantagens mencionadas (cf. Ponto 1.4.4), porque se trata de um “CMS” de código aberto (licença GNU/GPL), desenvolvido na linguagem de programação “PHP”, que utiliza uma base de dados MySQL (ambos softwares livres), situação a ter em conta quando se pretende contratar o serviço de alojamento, ou seja, o servidor deverá cumprir estes dois requisitos.

Antes de iniciarmos a estrutura do site tivemos que analisar vários aspectos para determinar o site que vamos construir, como apresenta a tabela. 8

Perguntas	Esclarecemos...	Definimos...
Para quem ?	Estudar as audiências, utilizadores e publico alvo	Publico alvo
O que ?	Que tipo de conteúdos e informação iremos colocar (texto, imagens, ...)	Conteúdos
Como vamos desenvolver?	Definir um plano em função das tarefas, verificar se o plano está a ser cumprido	Processo
Onde iremos colocar a informação?	Questões de software, qual o mais adequado	Plataforma e Tecnologia
Porquê esta ideia?	Surgimento da ideia	Estratégia

Tabela 8 - Questões para determinar o tipo de site que vamos construir

Estas questões foram de sobremaneira importantes, factor que despoletou na criação do site.

As secções que se seguem, por seu turno, procuram apresentar a natureza das recomendações e preocupações definidas neste documento, organizadas em 3 grupos: conteúdos, acessibilidade e navegabilidade.

A função principal de qualquer *Website* é a de publicar informação para que esta possa ser acedida a partir do exterior pela comunidade de indivíduos interessados em tais conteúdos.

No contexto deste trabalho, “acessibilidade” foi definido e deverá ser fácil para qualquer cidadão encontrar com rapidez o edifício digital. As questões de compatibilidade de browsers e rapidez de carregamento são também aqui

tratadas, dado que podem constituir obstáculos colocados ao visitante, no seu acesso à *homepage* do *Website*.

A navegabilidade que aqui foi utilizada, ou seja, as facilidades e características do *Website* que tivemos em vista, permitem que um qualquer visitante se movimente facilmente e que identifique os conteúdos ou serviços que pretende.

2.3.1 Decisões de Design e Mapa de navegação

O design visual não é evidenciado apenas na estética da interface, mas tem influência, também, na funcionalidade, na estratégia de posicionamento e na legibilidade de textos e imagens.

A definição da identidade visual garante personalidade ao sistema e forma um conceito visual, sendo a base para o que ainda se deve ao tratamento gráfico da página, Garret (2003).

O design da interface é aqui definido através da forma construtiva, estrutural e finalizado com o design de navegação.

O sistema de navegação especifica as maneiras de navegar, de se mover pelo espaço informacional e hipertextual.

Em qualquer sistema de navegação, antes de podermos planear o nosso percurso, temos que primeiro localizar-nos, descobrir a nossa posição.

Segundo Pressman (2001) as etapas da fase engenharia de um produto são descritas da seguinte forma:

- a) Design de Arquitectura: definição da estrutura global hipermédia e das configurações de design e templates construtivos (que possibilitam a reutilização); o design de arquitectura exhibe o conteúdo e a filosofia de navegação;
- b) Design de Navegação: define as rotas que permitem ao utilizador navegar pelo conteúdo (que podem ser diferente para diferentes utilizadores) e os links (que podem ser de texto, ícones, botões ou metáforas gráficas);
- c) Design de Interface: tratamento gráfico dos elementos; design da interface entre o utilizador e o computador. Independentemente do valor do conteúdo e

da sofisticação, processamento e benefícios globais da aplicação, um design de interface pobre pode decepcionar o utilizador e fazer com que ele abandone o site.

2.3.1.1 Design

Inicialmente, construiu-se o layout da *Home page* segundo a filosofia da simplicidade e boa navegabilidade (cf. Anexo I).

Dando seguimento às etapas (cf. Ponto 2.3.1), a *interface* do *Website* em estudo foi trabalhada em termos de equilíbrio e composição visual, com o objectivo de proporcionar ao utilizador uma experiência esteticamente agradável. Referimos, a propósito, Nielsen (1993), para quem *beleza é um conceito associado a credibilidade*.

Neste sentido, estabelecer credibilidade seria um dos nossos objectivos primeiros do design do objecto em estudo. Assim, uma boa aparência seria um factor importante para conferir credibilidade ao site, já que o primeiro contacto do utilizador com o sistema é visual (cf. Anexo II).

Dando, assim, seguimento aos factores apresentados foi projectada a interface do Website do Lar de Santo António da Cidade de Santarém.

A escolha de um background cinza-claro, sem texturas ou imagens, segue os conceitos estabelecidos pelo projecto de simplicidade, objectividade e clareza.

Os espaços em branco conduzem o olhar do utilizador aos assuntos importantes da página, o que contribui para a funcionalidade.

Um tom azul-escuro foi usado para destacar o cabeçalho e rodapé em relação ao fundo. Essa é uma cor neutra, que não causa desconforto visual.

Um outro aspecto importante no design de um site, e que igualmente foi objecto da nossa atenção, prende-se com a identidade visual, que permite ao utilizador saber, em qualquer momento que se mude o título do Website, que está dentro do produto, para evitar causar a sensação de que ele abriu outro programa, ou até mesmo, deixou o Website em questão.

Esta identidade visual consegue-se através da colocação de elementos chave. No caso em concreto, colocou-se o cabeçalho em todas as páginas.

Os elementos presentes resumem-se ao essencial: identificação e links de acesso ao sistema.

2.3.1.2 O Mapa de Navegação

Guilhermo Reis (2004) refere que "*Estar perdido em um grande site da web causa a mesma sensação de confusão e frustração*". Assim, o que contribui, na nossa opinião e no seguimento da ideia do autor, para que os utilizadores não se sintam perdidos é um esquema de organização da informação bem desenhado e um sistema de navegação do site bem elaborado.

Em qualquer sistema de navegação, antes de podermos planear o nosso percurso temos que, primeiro, nos localizar e descobrir a nossa posição.

Apontamos, então, algumas soluções, tais como: incluir o nome da organização em todas as páginas; carregar uma identidade gráfica ao longo do site; apresentar a estrutura da hierarquia da informação de uma maneira clara e consistente e indicar, sempre, a localização dentro da hierarquia.

Foi criado um sistema de navegação hierárquico, porque têm diferentes níveis de ideias e acessos. O movimento do utilizador é feito do geral para o particular, sendo mais flexível em relação à arrumação dos conteúdos e fornecendo mais liberdade de movimentos ao utilizador (pretende-se mais controlo da acção por parte do utilizador, e não do criador).

A desvantagem é que pode ser complicado estruturar e relacionar os conteúdos, de acordo com os acessos e interesses da audiência.

Seguindo estas perspectivas, foi criado o sistema de navegação do nosso Website, que passamos a caracterizar seguindo a legenda (*cf.* Anexo II).

- 1) Menu Principal - O Menu Principal é o ponto de partida para acesso às informações do site institucional, uma vez que está visível no lado esquerdo de todas as páginas, apresentando opções relativas aos principais temas encontrados.
- 2) Rasto de Navegação - O Rasto de Navegação oferece um registo hierárquico dos endereços das páginas intermediárias a que teve acesso, permitindo que volte para um dos níveis de selecção superiores com um simples click; oferece uma orientação quanto ao

posicionamento da presente página frente às demais. Está posicionada no canto superior esquerdo de todas as páginas do site e é actualizada sempre que mudar de página.

- 3) Sistema de Busca - O Sistema de Busca por palavra-chave, colocado no canto superior direito de todas as páginas do site, permite a localização de informações mesmo quando não nos lembramos do endereço exacto onde se encontra. Para utilizá-lo, basta preencher com palavras-chave o respectivo campo e accionar *enter*, após o que receberá uma lista de páginas web do site que contém as palavras-chave fornecidas.
- 4) Menu Autenticação - O Menu Autenticação onde existe a possibilidade de registo de utilizadores no site.

É pertinente que no **Menu Autenticação** fosse pensada e definida a gestão de utilizadores. Estes estão organizados hierarquicamente e podem ser divididos em dois subgrupos:

- Utilizadores do *frontend* - têm apenas permissão de autenticação no *frontend* e podem ter o seguinte perfil:

1. Registado

- Utilizadores da área de administração - têm permissão de autenticação quer no *frontend*, quer no *backend* e podem ter um dos seguintes perfis:

1. Gestor
2. Administrador
3. Super administrador

Foram definidas permissões para os utilizados. Os gestores e os administradores podem apenas gerir utilizadores que tenham um perfil até ao seu nível hierárquico.

Os utilizadores registados podem apenas gerir a sua própria conta, não podendo, contudo, alterar o seu perfil.

Um administrador do site pode obrigar um utilizador a terminar a sua sessão. Para tal, basta seleccionar o (s) utilizador (es) em questão e clicar no botão "Terminar sessão".

De salientar, que o *Website* foi pensado e criado segundo as directrizes e regras Ergonómicas definidas para a criação deste tipo de produtos.

2.4 Desenvolvimento do Website

O desenvolvimento do *Website* implicou um estudo sobre o software (cf. Ponto 1.4) que vai servir de base para a criação do produto.

Começou-se por decidir (em reunião com os responsáveis do Lar) onde alojar o *Website*. Tratando-se de uma instituição, tentámos encontrar uma empresa que fizesse o alojamento gratuito, contudo, estas tentativas foram em vão, tendo-se optado pela compra de um domínio.

2.4.1 Templates

Efectuou-se uma pesquisa e recolha de *templates* gratuitos para a versão 1.5.14 do *Joomla*. Entre vários, optou-se pelo *template siteground-j15-93*, que obrigou à sua adaptação, de forma a adequar-se ao contexto da instituição em questão.

As alterações efectuadas foram as seguintes: Mudaram-se as posições de alguns módulos; recorremos à linguagem *html* para eliminar alguns elementos do *template*; criou-se um novo cabeçalho através do *software* de tratamento de imagem *Photoshop CS4*.

A Fig. 4 apresenta o *template* original do Website e a Fig. 5 o mesmo *template*, após as alterações.



Fig. 4- Template original do Website

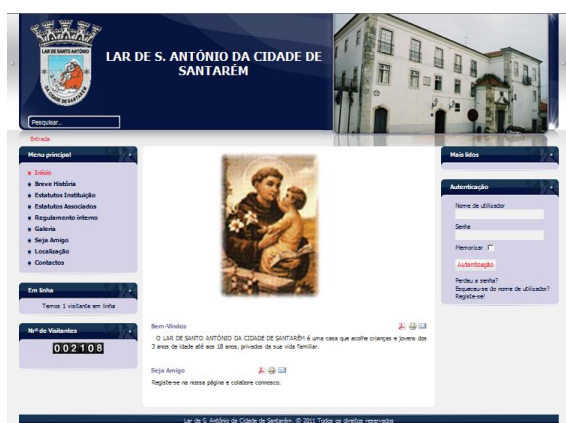


Fig. 5 - Template actual do Website

2.4.2 Extensões

As extensões são compostas por componentes, *módulos* e *plugins*.

Na Fig. 6 estão listados todos os *módulos* que foram utilizados no Website.

ID	Nome do módulo	Activado	Ordem	Nível de acesso	Posição	Páginas	Tipo	ID
1	Exportar Amigos	✓	0	Registado	exportar	Todos	mod_file	48
2	QUBER	✓	0	Público	user10	Todos	mod_coder	50
3	ImageSlideShow	✓	0	Público	topcompo	Diversos	mod_briasktSS	55
4	Mais fotos	✓	0	Público	right	Diversos	mod_masthead	58
5	Menu principal	✓	1	Público	left	Todos	mod_mainmenu	1
6	Pesquisar	✓	1	Público	user4	Todos	mod_search	27
7	Caminho de navegação	✓	1	Público	breadcrumb	Todos	mod_breadcrumb	35
8	Menu de Utilizador	✓	3	Registado	right	Diversos	mod_mainmenu	17
9	Syndicar sinais	✓	3	Público	syndicate	Todos	mod_syndicate	36
10	Autenticação	✓	8	Público	right	Diversos	mod_login	16
11	Em linha	✓	13	Público	left	Todos	mod_useronline	21
12	Nº de Visitantes	✓	14	Público	left	Todos	mod_visit_counter	43

Fig. 6 - *Módulos* utilizados no Website

A tabela 9 apresenta a descrição dos *módulos* utilizados no Website.

Módulos	Descrição
Exportar amigos	Envia os amigos registados para um ficheiro Excel para poderem ser tratados.
QUBER	Este módulo irá apresentar iFrame remoto. Basta usar o Módulo de Configuração
Sindicar sinais	Módulo Smart Syndication que cria um sinal web para difusão da página em que o módulo é mostrado.
Rotação de Imagem	Um módulo de rotação de imagem slideshow. Nota para ImageSlideShow para redimensionar e siaply imagens que criar um sub-diretório chamado briaskthumbs. Excluir este directório se forem feitas alterações afectam as miniaturas.
Pesquisar	Este módulo mostra uma caixa de pesquisa para procurar conteúdos no Website através de palavras-chave.
Caminho de navegação	Este módulo mostra o rasto de navegação do utilizador no site
Autenticação	Este módulo mostra um formulário a solicitar o Nome de Utilizador e Senha para autenticação. Também mostra um endereço para quando for necessário recuperar uma senha esquecida.
Em linha	Este módulo apresenta o número de utilizadores anónimos (visitantes) e os registados (autenticados como membros) que estejam actualmente a utilizar o site.
Nº de Visitantes Contador	Este módulo contabiliza e mostra o numero de acesso ao Website.

Tabela 9 - Descrição de alguns *módulos* utilizados

Na Fig. 7 estão listados todos os *plugins* que foram utilizados no Website.

ID	Nome do plugin	Activado	Ordem	Nível de acesso	Tipo	Ficheiro	ID
1	Utilizador - Joomla!	✓	0	Público	user	joomla	5
2	Editor - Sem editor	✓	0	Público	editors	none	18
3	Editor - TinyMCE	✓	0	Público	editors	tinymce	19
4	Botão Editor - Imagem	✓	0	Público	editors-td	image	21
5	Botão Editor - Quebra de página	✓	0	Público	editors-td	pagenbreak	22
6	Botão Editor - Continuar...	✓	0	Público	editors-td	readmore	23
7	Editor - CKEditor	✓	0	Público	editors	ckeditor	34
8	Editor - JCE 154	✓	0	Público	editors	jce	36
9	Very Simple Image Gallery Plugin	✓	0	Público	content	vsig	37
10	Autenticação - Joomla!	✓	1	Público	authentication	joomla	1
11	Pesquisa - Artigos	✓	1	Público	search	content	6
12	Sistema - SEF	✓	1	Público	system	sef	27
13	Pesquisa - Favoritos	✓	2	Público	search	websites	11
14	Artigo - Navegação de página	✓	2	Público	content	pagenavigation	17

Fig. 7 - *Plugins* utilizados no Website

A tabela 10 apresenta a descrição dos *Plugins* que foram no Website.

Plugins	Descrição
Utilizador – Joomla	Gere a sincronização padrão dos utilizadores Joomla
Editor TinyMCE v3.0	Um editor HTML WYSIWYG, executável em páginas web por Javascript e independente de plataformas.
Botão editor imagens	Cria um botão que permitirá inserir imagens em artigos. Surgirá um <i>pop-up</i> para configurar as propriedades da imagem e carregar os ficheiros das novas imagens.
Botão editor quebra de páginas	Cria um botão para criar <i>quebras de página</i> num artigo. Um <i>pop-up</i> permite definir as configurações a utilizar.
Very Simple Image Gallery Plugin	Galeria de Imagens, Imagem grande, com miniaturas.
Autenticação – Joomla	Gere a autenticação padrão dos utilizadores Joomla!
Artigo - Navegação de página	Permite adicionar a um artigo a funcionalidade <i>Seguinte & Anterior</i>
Sistema Compatibilidade	Permite compatibilidade com versões antigas Joomla!
Editor – CKEditor -	É uma rede independente de plataforma, JavaScript HTML WYSIWYG Editor de controle

Tabela 10 - Descrição dos *plugins*

2.4.3 Utilizadores

Seguindo a filosofia de utilizadores do *Joomla*, existem dois grandes grupos:

- (Os) de *frontend*, que só têm acesso à plataforma através desta área;
- (Os) de *backend*, que têm acesso às duas áreas do *Website*.

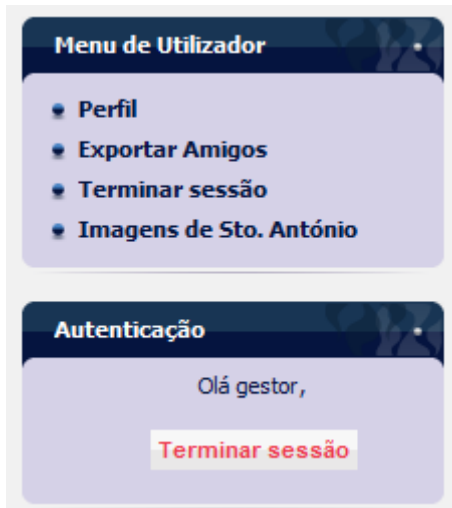


Fig. 8 - *Frontend* da plataforma (acesso a gestor)

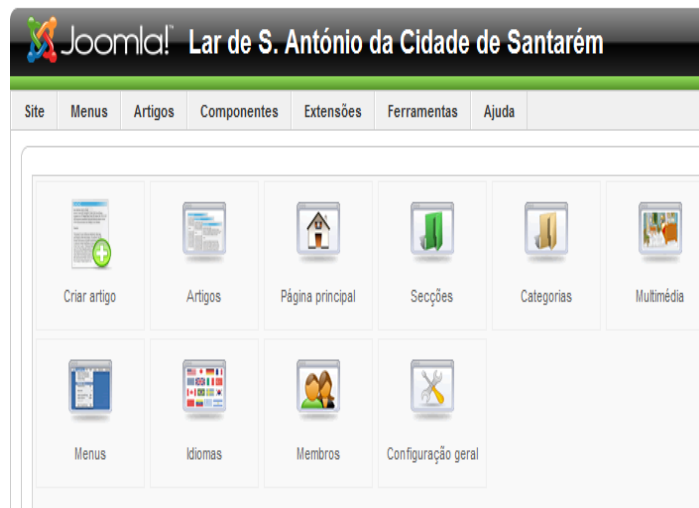


Fig. 9 - *Backend* da plataforma

Os grupos de utilizadores do *Website* estão divididos nas seguintes categorias de acesso:

Tipo	Permissões	Utilizadores	Especial
Visitante	Só tem acesso as áreas que não são para utilizadores registados.	Todos os visitantes	NÃO
Registado	Tem acesso à informação do tipo registado e público	Amigos	NÃO
Autor	Tem acesso à informação do tipo registado, especial e público. Pode criar e editar conteúdo.	Gestor	SIM

Tabela 11 - Grupo de utilizadores de *frontend*

Tipo	Permissões	Utilizadores
Super Administrador	Tudo.	Investigadora/Voluntaria

Tabela 12 - Grupo de utilizadores de *backend*

2.5 Calendarização

A tabela 13 apresenta etapas das diferentes actividades realizadas durante a realização do projecto, bem como a sua duração.

Actividade	Métodos	Duração
Objectivo 1		
Levantar informação da instituição.	Estudo de campo	Setembro a Dezembro/ 2010
Caracterizar a instituição.	Estudo de campo	
Objectivo 2		
Auscultar a instituição relativamente aos conteúdos a constar no Website.	Estudo de campo	Dezembro/ 2010 a Fevereiro/ 2011
Adquirir e desenvolver conhecimentos do sistema de gestão de conteúdos.	Revisão da literatura	
Planear o desenvolvimento do Website.	Revisão da literatura Concepção	
Objectivo 3		
Analisar com que frequência a comunidade utiliza o Website.	Estudo de campo	Abril a 23 de Maio/ 2011
Averiguar o grau de satisfação da comunidade, enquanto recurso de divulgação.	Estudo de campo	
Medir o número de acessos ao Website.	Estudo de campo	
Contabilizar o número de registos no Website.	Estudo de campo	

Tabela 13 - Calendarização das Actividade

III METODOLOGIA A ADOPTAR PARA O DESENVOLVIMENTO DO PROJECTO

Neste capítulo procedemos à justificação das opções de carácter metodológico da investigação efectuada, tendo em consideração os objectivos e questões de investigação.

De seguida, identificamos os instrumentos de avaliação da recolha de dados, descrevendo as suas finalidades.

3.1. Estudo de caso

No sentido de dar resposta à questão de investigação deste estudo, analisadas várias opções metodológicas, optámos pela metodologia que, no nosso ponto de vista, mais se enquadra neste estudo: metodologia qualitativa de tipo estudo de caso.

Segundo Thomas e Nelson (2002:64), *"não existe estudo perfeito"*. O pesquisador deverá ter a capacidade de contornar as diversas situações que, invariavelmente, ocorrem no decorrer de um estudo deste género e com estas características, fazendo com que sua pesquisa se torne a mais autêntica possível. Neste sentido, vamos tentar que a mesma se torne o mais autêntica possível e, para isso, pesquisámos, e posteriormente analisámos, várias opiniões, de forma a viabilizar da melhor forma esse mesmo estudo.

O estudo de caso tem como intenção a análise em profundidade de uma realidade, sem que seja pretensão do investigador a generalização dos resultados. É uma abordagem predominantemente qualitativa e, como tal, só é possível a generalização na medida em que os outros se revejam na imagem que os resultados da investigação sugerem. Aqui, todas as técnicas disponíveis podem ser utilizadas, incluindo o inquérito por questionário. Na verdade, como considera Virgínia Ferreira (1986:190):

"Quanto mais diversificadas forem as técnicas, mais finos serão os resultados obtidos e todos representam diferentes dimensões das práticas sociais e todos têm a sua validade própria"

Vários autores, entre eles Lee, Yarger, Lincoln, Guba, Gravemeijer e Shulman (citados por Vale, 2000) recomendam como metodologia de investigação para este tipo de investigação o estudo de caso.

Ludke e André (1986) referem sete características para este tipo de investigação qualitativa:

- (1) Visam a descoberta, na medida em que podem surgir, em qualquer altura, novos elementos e aspectos importantes para a investigação, além dos pressupostos do enquadramento teórico inicial;
- (2) Enfatizam a interpretação em contexto, pois todo o estudo desta natureza tem que ter em conta as características da escola, o meio social em que está inserida e os recursos materiais e humanos, entre outros aspectos;
- (3) Retratam a realidade de forma completa e profunda;
- (4) Usam uma variedade de fontes de informação;
- (5) Permitem generalizações naturalistas;
- (6) Procuram representar as diferentes perspectivas presentes numa situação social;
- (7) Utilizam uma linguagem e uma forma mais acessível do que outros métodos de investigação.

Dessa forma, a metodologia adoptada é de natureza qualitativa, nomeadamente estudo de caso, pela conjugação de técnicas de natureza predominantemente qualitativa ou quantitativa, dado que por princípio não são antagónicas, sendo possível efectuar a triangulação da informação conduzindo a uma maior profundidade e compreensão dos resultados, de forma a dar resposta aos nossos objectivos.

3.2 Construção de elementos de avaliação

A investigadora, no exercício das suas funções como voluntária, verificou as dificuldades existentes na divulgação do trabalho desenvolvido pela instituição, assim como no recrutamento de novos voluntários.

Seguindo estas perspectivas, a questão principal que se levanta para este estudo é: De que forma o Website é capaz de dar a conhecer o trabalho desenvolvido na Instituição?

Este estudo pretende contribuir para a obtenção dos seguintes objectivos:

- 1) Proceder ao estudo dos requisitos do *Website* Web envolvendo a comunidade. As actividades implícitas são:
 - Levantar informação da instituição;
 - Caracterizar a instituição;
 - Auscultar a instituição relativamente aos conteúdos a constar no *Website*.

- 2) Desenvolver e implementar o *Website*. As actividades implícitas são:
 - Adquirir e desenvolver conhecimentos do sistema de gestão de conteúdos;
 - Planear o desenvolvimento do *Website*.

- 3) Efectuar o estudo e análise do impacto do *Website*. As actividades implícitas são:
 - Analisar com que frequência a comunidade utiliza o *Website*;
 - Averiguar o grau de satisfação da comunidade, enquanto recurso de divulgação.
 - Medir o número de acessos ao *Website*;
 - Contabilizar o número de registos no *Website*.

3.2.1 Instrumentos e técnicas de recolha de dados

Os instrumentos que serão utilizados ao longo do estudo para recolher todos os dados necessários são:

- Conversas Informais: pretendeu-se, ao longo do desenvolvimento do *Website*, diagnosticar e reflectir sobre a informação a constar no objecto de estudo.
- Análise Documental: na fase inicial constitui, neste estudo, uma forma complementar de recolha de dados.

- Entrevista semi-estruturada: na fase posterior à realização do *Website* realizaram-se uma série de questões acerca da utilização do mesmo e em que medida os objectivos e expectativas foram alcançadas; caso contrário, identificar os pontos fracos.
- Quanto aos Questionários: será possível a realização de questionários que possam avaliar até que ponto o produto final deu a conhecer a Instituição, bem como o trabalho desenvolvido, através dos “amigos” registados?

No caso dos questionários que poderão vir a ser realizados após o desenvolvimento estar terminado, a análise dos dados recolhidos será do tipo quantitativo. Isto facilitará a análise dos dados, que será tratada de forma quantitativa e objectiva.

A tabela 14 apresenta a operacionalização das duas fases de recolha de dados no presente estudo.

Fases	Objectivos	Instrumentos e Técnicas	Recolha e Análise de Dados
1ª Fase	1) Proceder ao estudo dos requisitos do <i>Website</i> Web envolvendo a comunidade; 2) Desenvolver e implementar o <i>Website</i> .	<ul style="list-style-type: none"> • Conversas informais • Análise documental. 	
2ª Fase		<ul style="list-style-type: none"> • Entrevista semi-estruturada; • Inquérito por questionário. 	<ul style="list-style-type: none"> • Análise de conteúdo; • Análise estatística

Tabela 14. Fases da recolha de dados

3.2.1.1 Conversas informais

Através das conversas informais pretendeu-se, ao longo do desenvolvimento do *Website*, diagnosticar e reflectir sobre a informação a constar no objecto de estudo.

As várias reuniões efectuadas com os responsáveis do lar tiveram lugar em horários acordados pelas partes envolvidas, mediante a disponibilidade das mesmas. Serviram, essencialmente, para que a recolha de dados necessários ao desenvolvimento do *Website* pudesse ser feita.

3.2.1.2 Análise documental

A análise documental constitui, no presente estudo, uma forma adicional de recolha de dados.

Segundo Quivy e Champenhoudt (1992:200), o investigador opta pelo recurso a documentos por duas razões: *"ou tenciona estudá-las por si próprios, (...) ou espera encontrar neles informações úteis para estudar outro objecto"*.

Assim, para além da Revisão da Literatura efectuada sobre os temas que suportam o desenvolvimento do estudo, foi ainda realizado um levantamento dos documentos internos da instituição que constam no *Website* e que abrangeram aspectos tão diversos tais como, conhecermos na medida do possível, a história da mesma, no sentido de melhor conhecermos a sua génese; conhecer os seus Estatutos, os Estatutos dos Associados, o seu Regulamento Interno e ainda ter acesso às Fotos da instituição.

3.2.1.3 Questionários

Um inquérito por questionário é elaborado a partir de um conjunto de questões sobre um problema, previamente pensadas para serem respondidas por um interlocutor através de um suporte escrito, ou de forma oral.

A um questionário coloca-se o problema da validade e da fiabilidade. Com a validade, questiona-se se o instrumento mede, ou descreve, o que se pretende. A fiabilidade prende-se com a capacidade de fornecer resultados semelhantes, sob condições constantes e em qualquer momento. Assim:

"A construção do questionário e a formulação das questões constituem, portanto, uma fase crucial do desenvolvimento de um inquérito. [...] Qualquer erro, qualquer inépcia, qualquer ambiguidade, repercutir-se-á na totalidade das operações ulteriores, até às conclusões finais"
(Ghiglione & Matalon, 1992: 119).

Para a elaboração do questionário recorreremos a questões fechadas (as questões de hipótese são impostas), semi-abertas (são envolvidas tipo de questões fechadas e abertas) e abertas (resposta livre).

A escala utilizada é *Likert*¹¹. Estabelece uma escala numérica para a mensuração de dados intangíveis, onde a resposta mais favorável recebe o valor mais alto da escala e a mais desfavorável recebe o valor mais baixo.

Os participantes deste estudo são os “amigos” registados no *Website*, que se dividem nas seguintes categorias: Voluntários, Antigas Educandas, Famílias de Amizade e Associado.

No questionário (*cf Anexo IV*) inseriu-se um cabeçalho que explica o âmbito e o objectivo desta investigação, e esclarece o modo de preenchimento do mesmo. Optou-se, também, por uma divisão tripartida: A – Caracterização do pessoal; B – Utilização do *Website*; C – Grau de satisfação.

Em relação à primeira parte do questionário, pretendia-se caracterizar os utilizadores através dos seus dados pessoais. Na segunda parte, pretendia-se saber como tomaram conhecimento da existência do *Website* da instituição. A terceira, e última parte, permitiu confrontar acerca do grau de satisfação dos utilizadores em relação aos elementos que constam no *Website*.

A recolha de dados, através do inquérito por questionário, decorreu entre os dias 16 e 22 de Maio de 2011

Este inquérito, destinado aos “amigos” registados, foi enviado com recurso ao suporte electrónico após ter sido facultado o *link respectivo* via *e-mail*, e respondido, via *online*, disponibilizado no *Google Docs*.

Todos os dados quantificáveis foram trabalhados no *Microsoft Excel 2007*.

3.2.1.4 Entrevistas

A entrevista é um instrumento metodológico muito relevante numa investigação de pendor qualitativo. Trata-se de um conjunto de questões apresentadas oralmente a um sujeito, sendo para o efeito elaborado um guião. Cada resposta, ou conjunto de respostas, permite atingir um objectivo.

Patton (2002) refere que “*entrevistamos pessoas para descobrir aquilo que não conseguimos observar directamente por outro meio*”.

¹¹ Escala de Likert – Tipo de escala usada em questionários que permite medir a opinião do inquérito, a qual é dada pela média do seu posicionamento face ao conjunto de preposições propostas (média ponderada)

As entrevistas qualitativas, como refere Bogdan e Biklen (2000: 135), variam quanto ao grau de estruturação, desde as entrevistas estruturadas até às entrevistas não estruturadas. No entanto, este autor refere ainda que as entrevistas semi-estruturadas têm a vantagem de se ficar com a certeza de obter dados comparáveis entre os vários sujeitos.

Neste sentido, as entrevistas utilizadas foram semi-estruturadas por parecem mais adequadas neste contexto e por permitirem maior segurança à investigadora.

Esta entrevista (*cf* Anexo V) tem como principal objectivo recolher as principais impressões e opiniões no que diz respeito ao *Website*, tendo sido realizada a dois elementos que integram a Direcção da Instituição, no dia 12 de Maio de 2011.

3.3. Contextualização do estudo

3.3.1 A investigadora-professora-voluntária

A investigadora é licenciada em Informática de Gestão no Instituto Superior de Línguas e Administração de Santarém.

Há quinze anos que exerce funções docentes e há três que se dedica ao voluntariado.

3.3.2 Caracterização da instituição

O Lar de Santo António da Cidade de Santarém é uma casa que acolhe crianças e jovens do sexo feminino, dos 3 aos 18 anos de idade, privadas da sua vida familiar, vítimas de negligência, maus tratos ou abandono.

Com uma equipa técnica multidisciplinar e uma Direcção Institucional Voluntária proporciona um ambiente familiar, procurando que todos os seus direitos sejam salvaguardados, no âmbito da educação, da saúde e na construção dos seus projectos de vida futura.

O papel da comunidade, em geral, é tão importante como o papel das suas Instituições. Quando se faz referência à importância do envolvimento da comunidade neste Lar fala-se, sobretudo, do apoio que todos podem dar não

só a nível financeiro, como técnico, através de bens e serviços, e também o não menos importante factor afectivo.

Somente com a conjugação de esforços materiais e humanos da comunidade envolvente é possível delinear e concretizar um trabalho desta natureza, que visa a melhoria do nível de vida das crianças e jovens em todas as suas vertentes.

3.3.3 Amostra do estudo

Este estudo envolve elementos da Direcção, bem como “amigos” registados no *Website*.

Na primeira fase, pretendemos recolher, com rigor, dados relativos aos conteúdos relevantes a constar no *Website* e os participantes foram os elementos da já referida Direcção da instituição.

Na segunda fase da recolha de dados, procuramos medir o grau de satisfação, através de questionários por inquérito aos “amigos” registados na plataforma e ainda através de entrevistas a dois elementos directivos.

IV ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Neste capítulo procedemos à análise dos dados após a recolha dos mesmos, provenientes dos questionários de satisfação aos “amigos” registados no *Website* (cf. Anexo III), da entrevista aos dois elementos da Direcção da instituição, à Presidente da Direcção (cf. Anexo IV) e ao Vogal da Direcção (cf. Anexo V). Analisamos ainda, duas ferramentas da plataforma *Joomla*, nomeadamente o “contador”. Contabilizado o número de registos no *Website*, ficaram reunidas as condições necessárias para atingir o terceiro objectivo deste trabalho: efectuar o estudo e conseqüente análise do impacto do *Website* e responder à questão principal da investigação.

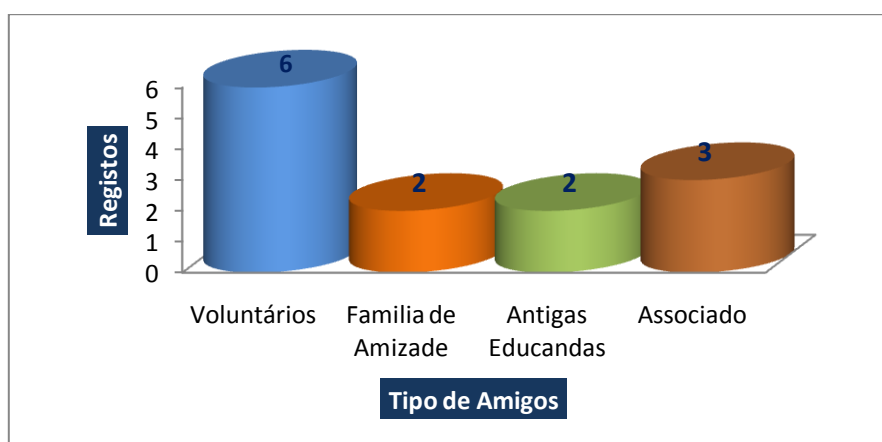
A resposta à questão principal da investigação “De que forma o *Website* é capaz de dar a conhecer o trabalho desenvolvido pela instituição?” é dada através das questões que figuram nos questionários e nas entrevistas.

4.1 Fundamentos para discussão dos questionários

A amostra de estudo através dos questionários envolveu os “amigos” registados na plataforma.

Existem 13 amigos registados, que se distribuem por vários tipos: os Voluntários (6), as Famílias de Amizade (2), as Antigas Educandas (2) e os Associados (3).

Gráfico 1 - Tipos de amigos



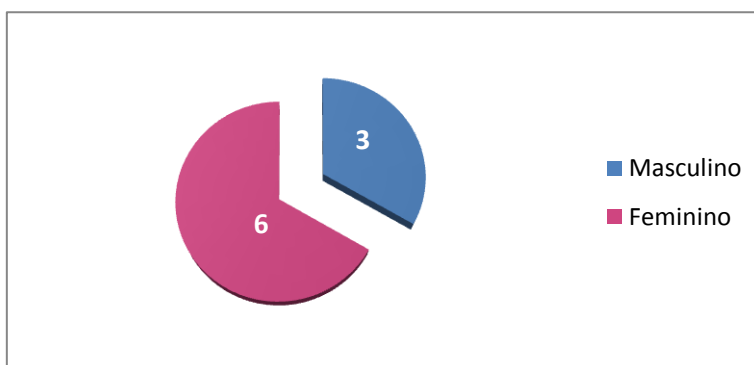
A - Caracterização pessoal

Amostra

Dos 13 “amigos” registados só 9 deram resposta ao questionário.

Dos amigos que responderam, 6 são do sexo feminino e 3 do sexo masculino.

Gráfico 2 - Distribuição do “amigos” por sexo

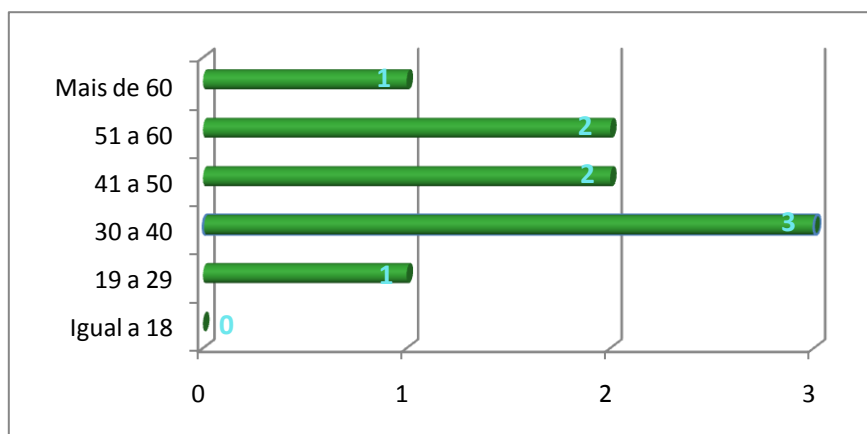


Em relação à idade dos “amigos” respondentes, o intervalo mais significativo situa-se entre os 30 e 40 anos, nível etário onde se registou 3 “amigos”, seguido do terceiro e quarto intervalo de idades com 2 “amigos”.

O terceiro grupo, com idades compreendidas entre 41 a 50 e 51 a 60 anos, contou com apenas 1 “Amigo”.

Nenhum “amigos” com idade de 18 anos respondeu.

Gráfico 3 - Distribuição dos “amigos” por intervalo de idades



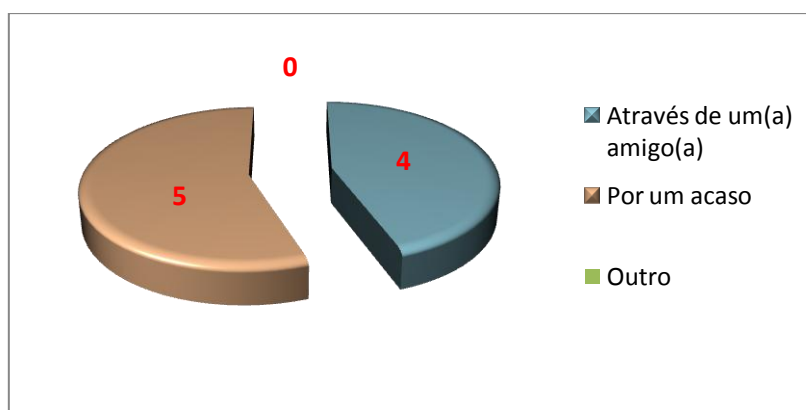
B – Utilização do Website

Cinco dos “amigos” respondentes tiveram conhecimento do *Website* através de um amigo(a).

Dos “amigos” respondentes, 4 tiveram conhecimento do *website* por um acaso.

Nenhum respondente referiu uma outra forma possível.

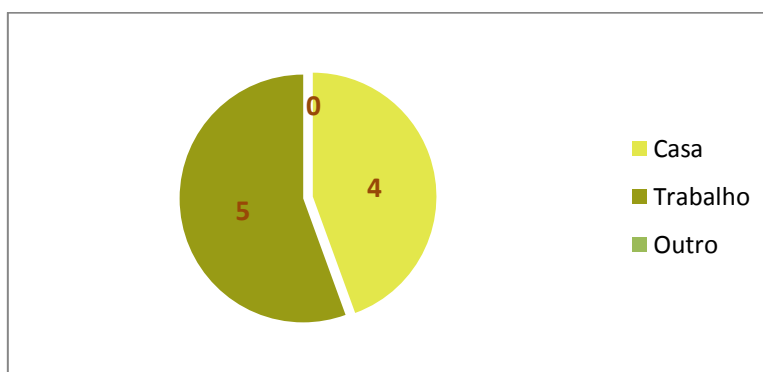
Gráfico 4 - Como teve conhecimento do Website?



Cinco dos “amigos” respondentes acedem ao *Website* no trabalho, 4 dos “amigos” acedem a partir de casa.

Nenhum respondente referiu outra forma.

Gráfico 5 - Onde costuma aceder ao Website



C – Grau de satisfação

Interface Gráfica

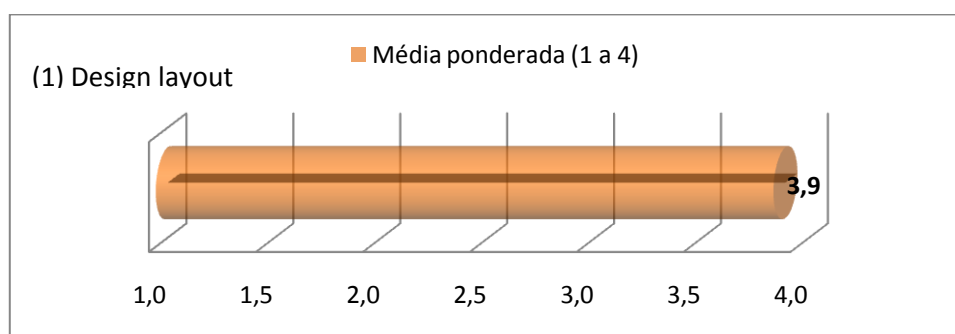
Os gráficos seguintes mostram as médias das ponderações dadas pelos alunos em relação ao grau de satisfação (de 1 a 4) relativamente ao *Website* do Lar de Santo António da Cidade de Santarém.

[1 – Muito Insatisfeito 2 – Insatisfeito 3 – Satisfeito 4 – Muito Satisfeito]

Imagem do Website:	1	2	3	4	Média Ponderada	Rank Médio
Design e layout (apresentação gráfica, cores...)			1	8	33	3,9

Os “amigos” revelam estar satisfeitos com a imagem do *Website*.

Gráfico 6 - Imagem do Website



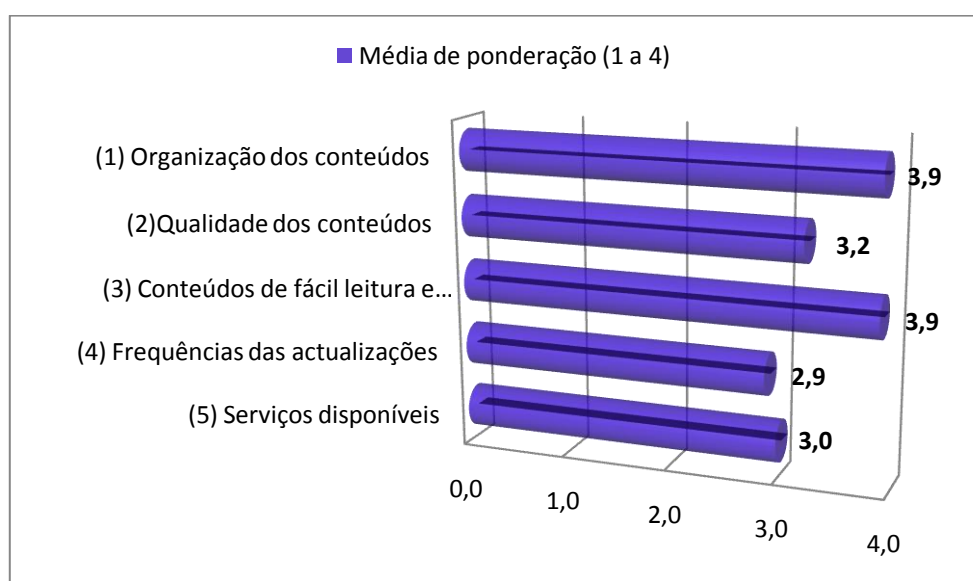
Conteúdos e Serviços

Quanto aos conteúdos e serviço disponibilizados, os “amigos” manifestaram satisfação com os serviços à sua disposição e ainda os consideraram de fácil leitura. Igualmente, no que diz respeito à Qualidade dos conteúdos e à organização dos mesmos. No entanto, encontram-se insatisfeitos com a frequência das actualizações.

[1 – Muito Insatisfeito 2 – Insatisfeito 3 – Satisfeito 4 – Muito Satisfeito]

Conteúdos e Serviços:	1	2	3	4	Média Ponderada	Rank Médio
(1) Organização dos conteúdos			1	8	33	3,9
(2) Qualidade dos conteúdos			7	2	23	3,2
(3) Conteúdos de fácil leitura e compreensão			1	8	33	3,9
(4) Frequências das actualizações		1	8		25	2,9
(5) Serviços disponíveis			9		27	3,0

Gráfico 7 - Conteúdo e serviços disponibilizados



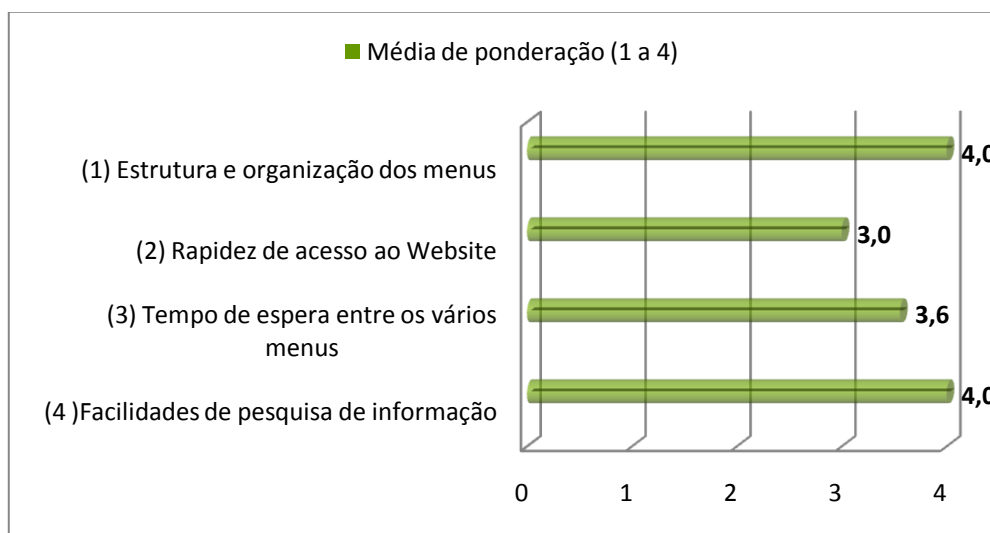
Navegação e orientação

Quanto à navegação e orientação, os “amigos” manifestaram-se muito satisfeitos em relação à facilidade e pesquisa de informação, estrutura e organização dos menus. Mostraram-se satisfeitos no tempo de espera entre os vários menus e na rapidez de acesso ao *Website*.

[1 – Muito Insatisfeito 2 – Insatisfeito 3 – Satisfeito 4 – Muito Satisfeito]

Navegação e orientação:	1	2	3	4	Média Ponderada	Rank Médio
(1) Estrutura e organização dos menus				9	36	4,0
(2) Rapidez de acesso ao Website			9		27	3,0
(3) Tempo de espera entre os vários menus			4	5	32	3,6
(4) Facilidades de pesquisa de informação				9	36	4,0

Gráfico 8 - Navegação e orientação



Relativamente a comentários/sugestões não foram feitos nenhum comentário nem sugerida nenhuma sugestão.

4.2 Fundamentos para discussão das entrevistas

Após a implementação do *Website*, desenvolvido no *software Joomla*, ambos os entrevistados concordaram que os objectivos não foram completamente atingidos. Mas, por outro lado, tal revelou-se muito positivo, na medida em que desencadeou um processo interno para investir tanto nos equipamentos, como nos utilizadores desses mesmos equipamentos.

Numa outra perspectiva, é com satisfação que constata-se o facto de se verificar que o *Website* tem contribuído para reatar laços afectivos, principalmente por facilitar a comunicação entre as que se encontram afastadas no espaço geográfico. Inclusive, fomenta a aproximação entre as que permanecem em território nacional com aquelas que, actualmente, se encontram a viver no estrangeiro.

4.3 Qual o numero de acessos ao Website?

De acordo com o módulo “Nº de Visitantes”, que se encontra no *Website*, foi passível contabilizar o número de acessos ao Website Lar de Santo António da Cidade de Santarém. A tabela 16 apresenta o número de acessos, por mês, até ao dia 28 de Maio (data final do estudo).







	Janeiro	Fevereiro	Março	Abril	Maio	Total
Nº de Acessos	 234	 489	 535	 606	 418	 2282

Tabela 15 - Número de acessos ao *Website*

Constata-se que o número de acessos mensais ao *Website*, tem sido gradual desde a sua implementação, contabilizando-se 2282 acessos até ao dia 28 de Maio.

CONCLUSÕES

Apresentamos, de seguida, as principais conclusões consequentes do estudo anteriormente exposto e das suas limitações. Por último, propomos sugestões para futuras investigações relacionadas com o projecto.

O presente estudo quis saber de que forma o Website é capaz de dar a conhecer o trabalho desenvolvido na Instituição. Neste percurso, adoptamos uma metodologia qualitativa de tipo estudo de caso.

Através de conversas informais com os responsáveis da Instituição procedeu-se à análise, e tomaram-se decisões, sobre os conteúdos a constar no *Website*.

Com base na revisão da literatura efectuada, identificámos o *software* mais adequado para o desenvolvimento do *Website* (*cf.* Ponto 1.4), adquirimos conhecimentos acerca do mesmo (*cf.* Ponto 1.4.1), orientámos e desenvolvemos o *Website* com base nos indicadores de qualidade de um *Website* Institucional (*cf.* Ponto 1.4.2).

A actualização do *Website* não apresenta qualquer tipo de dificuldades, dado que a sua concretização vai sendo possível pela própria investigadora, que permanecerá na Instituição dando continuidade ao seu trabalho de voluntariado, como tem feito até ao presente.

Relativamente ao grau de satisfação do *Website*, ponderado a partir da área "amigos" registados, podemos concluir que o mesmo foi avaliado pelos mesmos de forma bastante satisfatória.

Constatou-se um maior número de registos para a área "Voluntários", com 6 (seis), seguido das áreas "Associados", com 3 (três), "Famílias de Amizade" com 2 (dois) e "Antigas Educandas, igualmente com 2 (dois).

Os "amigos" revelam, de uma maneira geral, estar satisfeitos com a imagem do *Website*. Manifestaram-se muito satisfeitos na navegação e orientação, na facilidade e pesquisa de informação e ainda na estrutura e organização dos menus. Revelaram-se ainda satisfeitos com os serviços à sua disposição, na

facilidade da leitura, no tempo de espera entre os vários menus, na rapidez de acesso ao *Website*, na qualidade dos conteúdos e na organização dos mesmos. Manifestaram-se, porém, negativamente, relativamente à frequência das actualizações. A maioria dos respondentes teve conhecimento do *Website* por mero acaso e acedem a este no trabalho.

Para os responsáveis da Instituição, os objectivos foram, poderemos dizer apenas, parcialmente atingidos. Mas, por outro lado, tal revelou-se positivo, na medida em que desencadeou um processo interno no sentido do investimento no que diz respeito a equipamentos, tendo ainda em linha de conta os utilizadores dos mesmos. Não poderia ser diferente: o processo só produz efeitos tendo em linha de conta a circularidade inerente à causa-efeito, ou seja, sem equipamentos não há utilizadores e vice-versa.

No que diz respeito aos acessos do *Website*, o mesmo teve aumentos que se podem analisar numa perspectiva gradualmente positiva durante os meses de Janeiro a Abril de 2011, constatando-se uma quebra no mês de Maio de 2011.

Finalmente, consideramos que o *Website* foi benéfico para a Instituição. Nesse aspecto em particular, consideramos que os objectivos foram atingidos. Contudo, temos igualmente consciência que se por um lado há ainda um trabalho a desenvolver, por outro, estão preparadas as condições necessárias para a concretização de novos objectivos, a médio e a longo prazo.

O presente estudo não ficou isento de limitações, algumas das quais foram sendo referidas. Outras, como o factor tempo, por que escasso, influencia um trabalho desta natureza, que exige uma investigação séria, abrangente (mas ao mesmo tempo selectiva) e aprofundada sobre a (s) temática (s) que lhe servem de base.

Associada a esta situação, há que ter igualmente em conta outros factores exteriores que condicionaram a vontade da investigadora, como estar sujeita à disponibilidade de outros para a concretização de fases intermédias da investigação e, não menos importante, do esforço associado à necessidade em conciliar investigação e docência.

É ainda nossa intenção continuar a trabalhar no sentido de criar condições que permitam melhorar a ligação com os associados, tornar mais eficiente os

domínios das cobranças de quotas e de donativos materiais e ainda promover a criação de um espaço, com a colaboração das jovens residentes.

Quando confrontados com eventuais cenários, pretendemos não abandonar o projecto e continuar a melhorá-lo, através da consecução de alguns objectivos que nos permitimos, desde já, delinear.

BIBLIOGRAFIA

BOGDAN, Robert & BIKLEN, Sari (1994). *Investigação Qualitativa em Educação*. Coleção Ciências da Educação. Porto: Porto Editora.

Boni, V.; Quaresma, S.J. "Aprendendo a entrevistar: como fazer entrevistas em Ciências Sociais", disponível em http://www.emtese.ufsc.br/3_art5.pdf

CARVALHO, Ana (2006) *Indicadores de qualidade de Sites Educativos: Guia para a auto-aprendizagem*. Universidade Aberta. Lisboa.

COUTINHO, Clara P. (2005). *Percursos da Investigação em Tecnologia Educativa em Portugal: uma abordagem temática e metodológica a publicações científicas (1985-2000)*. Braga: Universidade do Minho, Série "Monografias em Educação", CIED.

COUTINHO, Clara "Estudo de Caso". Consultado em 14 de Maio de 2011 através de: <http://claracoutinho.wikispaces.com/Estudo+de+Caso>

DELICADO, Ana, ALMEIDA, Ana Nunes, FERRÃO, João (2002), *Caracterização do Voluntariado em Portugal*, ICS, Universidade Nova de Lisboa, Ed. da Comissão para o Ano Internacional do Voluntariado.

Documentação sobre Breve História do Lar de Santo António das Cidades de Santarém 2009-2010 (2009).

Documentação sobre Estatutos Instituição do Lar de Santo António das Cidades de Santarém 2009-2010 (2009).

Documentação sobre Estatutos Associado do Lar de Santo António das Cidades de Santarém 2009-2010 (2009).

Documentação sobre Regulamento Interno do Lar de Santo António das Cidades de Santarém 2009-2010 (2009).

DUARTE, Francisco (2002), Engenharia de *Software* Orientado a processo
Dissertação de Mestrado em Sistemas de Informação. Universidade do Minho.
Consultado em 4 de Maio de 2011 através de:

<http://repositorium.sdum.uminho.pt/retrieve/Disserta%C3%A7%C3%A3o+de+Mestrado+-+Francisco+Durte.pdf>

Guia de boas práticas na construção de Web sites da administração directa e indirecta do Estado: Consultado em 10 de Dezembro de 2010 através de
<http://www.unic.pt/imagens/stories/publicacoes/GuiaBoasPraticas.pdf>

ISO/IEC 9126-1 (2001) *Software Engineering – Product Quality – Part1: Quality Model*. Geneva: International Organization for Standardization (ISO) and International Electrotechnical (IEC).

MONTEIRO, Alcides (2008) Quando a ajuda chega por mail: o voluntariado online como oportunidade e realidade. VI Congresso Português de Sociologia. Universidade da Beira Interior (UBI).: Consultado em 12 de Dezembro de 2010 de: <http://www.aps.pt/vicongresso/pdfs/587.pdf>

NIELSEN (1993) “Importância estratégica da tecnologia e da gestão da produção” in Silva e tal Pós-Graduação Lato Sensu - Tecnologia e Gestão da Produção de Edifícios – MBA-UP/TGP Consultado em 9 de Maio de 2011 através de: <http://tgp-mba.pcc.usp.br/TG-001/Apostila%20Planejamento%20Empresarial%20Tenca.pdf>

ONU (2002), Relatório sobre Avaliação Global do Ano Internacional do Voluntariado (2002), Institut for Volunteering Research): Consultado em 12 de Dezembro de 2010.

PINHEIRO, Ana e SILVA, Bento A estruturação do processo de recolha de dados on-line. Escola Superior de Educação de Paula Frassinetti, Universidade do Minho. Consultado em 14 de Maio de 2011 através de: <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/7147/1/A%20Estrutura%C3%A7%C3%A3o%20do%20processo%20de%20recolha%20de%20dados%20on-line.pdf>

QUIVY, Raymond e CHAMPENHOUDT, Luc Van (1992). Manual de Investigação em Ciências Sociais. Lisboa: Gravita ISBN 9789726622758.

SANTOS, José (2010) Joomla! CMS – Sistema de Gestão de Conteúdos. Consultado em 3 de Abril de 2011 através de: http://www.cfaesmatosinhos.eu/CMS_SGConteudos.pdf

SCAPIN, Dominique, *et al* (2000) Transferring Knowledge of User Interfaces Guidelines to the Web. In Proc. Of Tool for Working With Guidelines. London: Springer; pp. 293-304. Acedido em 5 de Maio de 2011 através de: <http://www.isys.ucl.ac.be/bchi/publications/2000/Scapin-TFWWG2000.pdf>.

SOARES, Hugo (2009) Joomla – Visão Geral para tótos. Consultado em 20 de Dezembro de 2009 através de: http://www.joomlap.com/extensões/doc_details/53_____joomla-visao-geral-para.totos.html

VIEGAS, José Manuel Leite (2004:33-50), Implicações democráticas das associações voluntárias –o caso português numa perspectiva comparativa europeia, Sociologia – Problemas e Práticas.

TORRES, Hugo (2006) Gestão de Conteúdos com *Joomla*. Centro de Competências CRIE. Escola Superior de Setúbal. Consultado em 10 de Dezembro de 2010 através de: <http://pt.scribd.com/doc/19308380/Gestao-Conteudos-Com-JoomlaJoao-Torres>

LIGAÇÕES À INTERNET POR ORDEM DO TEXTO ESCRITO

Entrajuda. Consultado em 16 de Janeiro de 2011 através de: <http://www.entrajuda.pt/>

UNV Online Volunteering service. Consultado em 12 de Dezembro de 2010 através de: <http://www.onlinevolunteering.org>

Universia. Consultado em 12 de Dezembro de 2010 através de: <http://www.universitarios.universia.pt/voluntariado/associacoes-voluntariado/>

Universidade Católica Portuguesa. Consultado em 12 de Dezembro de 2010 através de: <http://www.porto.ucp.pt/site/custom/template/ucptplminisite.asp?sspageID=2508&lang=1>

Instituto Politécnico de Viana do Castelo. Consultado em 12 de Dezembro de 2010 através de: http://www.esse.ipvc.pt/geed/paginas/conteudo_voluntariado.html

Organização das Nações Unidas. Consultado em 14 de Dezembro de 2010 através de: <http://www.onlinevolunteering.org>

Agenda Digital 2015 – PORTUGAL A INOVAR. Consultado a 5 de Dezembro de 2010 através de: <http://agendadigital.gov.pt/InnerPage.aspx?idCat=712&idMasterCat=334&idLang=1&site=agenda-digital>

Agenda digital 2015 – Novas tecnologias melhor economia - PLANO TECNOLÓGICO PORTUGAL A INOVAR. Consultado 6 de Dezembro de 2010 através de: http://www.unic.pt/images/stories/noticias/PWP_AgendaDigital2015.pdf

Comunidade Portuguesa do Joomla. Consultado a 4 de Dezembro de 2011 através de: <Http://www.joomlapt.com/>

Joomla 24. Consultado a 16 de Dezembro de 2011 através de: <http://joomla24.com/>

Wordpress. Consultado a 16 de Dezembro de 2011 através de: <http://wordpress.org/>

Joomla Templates. Consultado a 20 de Dezembro de 2010 através de: http://www.joomla-templt.es.com/index.php?p=joomlas_templat

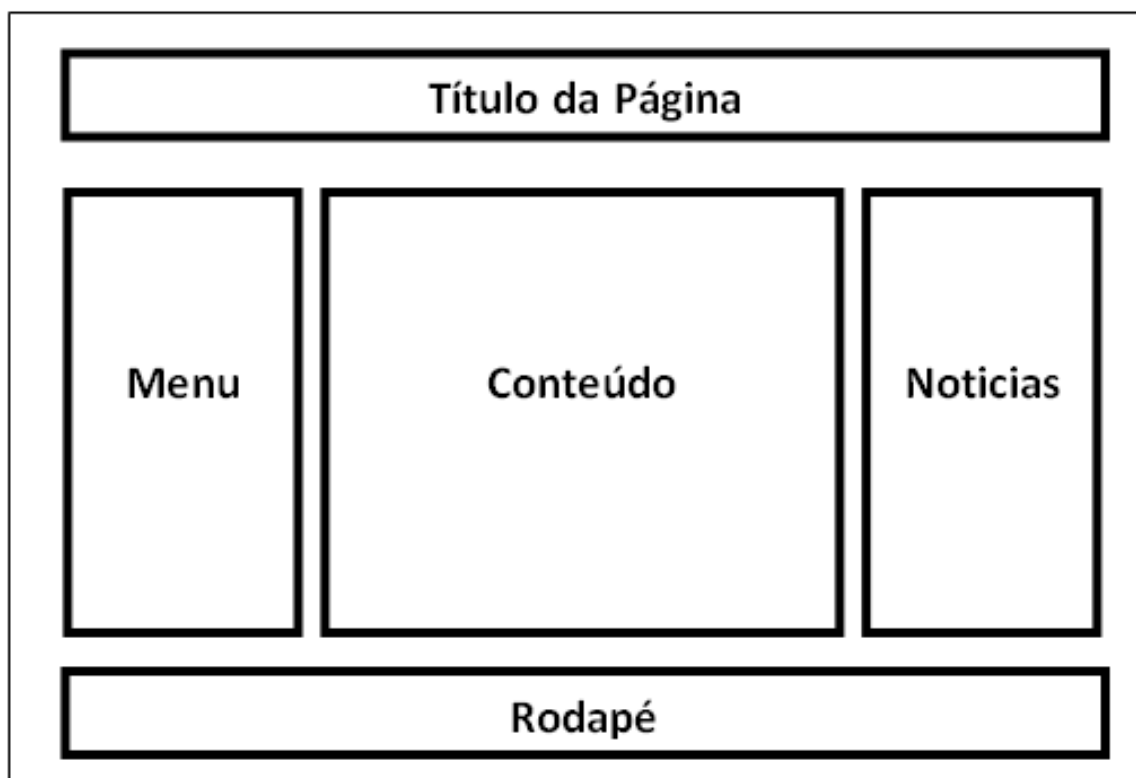
Joomla. Consultado a 20 de Dezembro de 2010 através de: <http://extensions.joomla.org/>

Sistema de Navegação - Guilherme Reis (2004). Consultado a 2 de Maio de 2011 através de: www.guilhermo.com

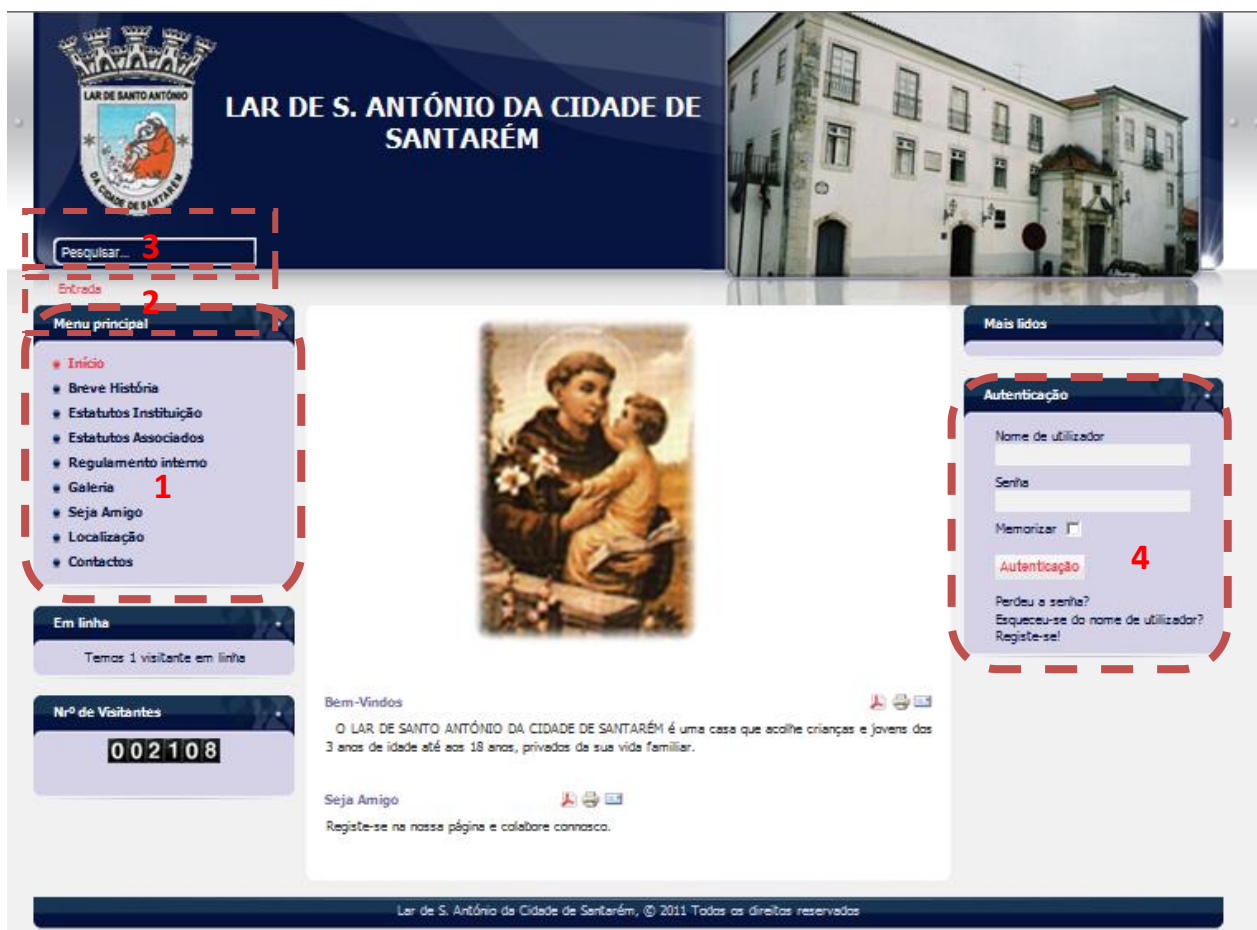
ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO I – Layout da Home Page.....	54
ANEXOS II – Esquema de Navegação do <i>Website</i>	55
ANEXO III – Questionário de Satisfação	56
ANEXO IV – Transcrição da entrevista realizada à Presidente da Direcção do Lar de Santo António da Cidade de Santarém	58
ANEXO V – Transcrição da entrevista realizada ao Vogal da Direcção do Lar de Santo António da Cidade de Santarém.....	60
ANAEXO VI – Guiões de suporte a futuros gestores do Website.....	62

ANEXO I – Layout da Home Page



ANEXOS II – Esquema de Navegação do Website

**Legenda:**

- 1) Menu Principal
- 2) Rasto de Navegação
- 3) Sistema de Busca
- 4) Menu Autenticação

ANEXO III – Questionário de Satisfação

Instituto Politécnico de Santarém
Escola Superior de Educação
Mestrado em Educação e Comunicação Multimédia

Questionário de Satisfação – Amigos

Este inquérito por questionário realiza-se no âmbito de um Projecto de Investigação e tem como objectivo auscultar a opinião dos "Amigos" sobre o seu grau de satisfação, relativamente ao **Website Lar de Santo António da Cidade de Santarém**.

A sua opinião é fundamental para que possamos melhorar a qualidade do mesmo.

Agradecemos a sua colaboração!

Por favor, assinale a resposta que melhor se adequa à sua situação ou escreva a informação solicitada. Todas as questões assinalada com asterisco (*) são de resposta obrigatória.

A – CARACTERIZAÇÃO PESSOAL

1) Sexo*:

Masculino

Feminino

2) Idades *

Igual a 18

19 a 29

30 a 40

41 a 50

51 a 60

Mais de 60

B) UTILIZAÇÃO WEBSITE:

3) Como teve conhecimento do *Website*? *

Através de um(a) amigo(a)

Por um acaso

Outro:

4) Onde costuma aceder ao *Website*? *

Casa

Trabalho

Outro:

C) GRAU DE SATISFAÇÃO:

Avalie os elementos que constam no *Website* de acordo com o seu grau de satisfação (de 1 a 4 pontos):

5) Imagem do *Website* *

	1 – Muito Insatisfeito	2 - Insatisfeito	3 - Satisfeito	4 – Muito Satisfeito
(1) Design e layout (apresentação gráfica, cores...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6) Conteúdos e serviços disponibilizados *

	1	2	3	4
(1) Organização dos conteúdos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(2) Qualidade dos conteúdos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(3) Conteúdos de fácil leitura e compreensão	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(4) Frequências das actualizações	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(5) Serviços disponíveis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7) Navegação e orientação *

	1	2	3	4
(1) Estrutura e organização dos menus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(2) Rapidez de acesso ao <i>Website</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(3) Tempo de espera entre os vários menus	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
(4) Facilidades de pesquisa de informação	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

8) Comentários/Sugestões:

Caso queira expressar a sua opinião sobre qualquer outro aspecto não referido anteriormente:

Muito Obrigado!

ANEXO IV – Transcrição da entrevista realizada à Presidente da Direcção do Lar de Santo António da Cidade de Santarém

Entrevistadora: Marcelina Lourenço (ML)

Data: 12 de Maio de 2011

A – Caracterização pessoal

Nome: Maria Emília P. M. Coelho Rufino (ER)

Sexo: Feminino

Idade: 62 anos

Cargo: Presidente da Direcção do Lar de Santo António da Cidade de Santarém

B – Website da Instituição

ML: Como tem reagido, a comunidade da instituição a esta iniciativa de criação de um Website institucional?

ER: Pessoalmente considero que de modo geral veio reforçar a convicção de que, apesar de trabalharmos numa Obra com mais de 140 anos, é necessário investir na divulgação das nossas finalidades e da nossa filosofia.

Tem servido ainda para clarificar junto do público as finalidades da Instituição e tem gerado alguma colaboração interna e externa, tanto no sentido de enriquecer o website como no apoio à Instituição, nomeadamente no que respeita ao voluntariado.

É com satisfação que constatamos o facto de se verificar que tem servido de elo de ligação com antigas alunas e também entre elas, sendo que algumas estão bastante afastadas ou mesmo no estrangeiro.

ML: Os objectivos a que se propunham com a criação do Website foram cumpridos?

ER: Embora os objectivos que nos propusemos inicialmente ainda não tenham sido totalmente cumpridos já sentimos a necessidade de criar outros.

O website revelou-se muito positivo, na medida em que desencadeou um processo interno para investir, tanto nos equipamentos como nos utilizadores dos equipamentos. Está em curso a definição de uma rede interna que possa servir não só as educandas, preparando-as para a utilização responsável destes meios e apoiando-as nas suas actividades escolares, mas também os serviços administrativos e contabilísticos da gestão, tornando-os ainda mais transparentes.

Esperamos ainda que estes equipamentos venham a permitir uma melhor ligação com os sócios e que através do website, se possa melhorar e tornar mais eficiente a cobrança de quotas e de donativos em dinheiro. Este objectivo tem sido articulado com o Montepio e ainda não está finalizado.

ML: Quais os conteúdos que futuramente gostaria de ver colocados no Website?

ER: Um dos projectos que privilegiamos é o de procurar reforçar a comunicação com e entre as antigas educandas deste Lar.

Considero importante reforçar a base de dados dos associados a quem pretendemos fazer chegar regularmente a informação sobre os projectos e realizações e a sua concretização financeira.

Com a tua colaboração Marcelina, gostaríamos de criar um espaço de troca de experiências com outras instituições e gostaríamos ainda de reforçar o gosto pela utilização das novas tecnologias de informação por parte das crianças/jovens, que nos estão confiadas.

Obrigado pela colaboração!

ANEXO V – Transcrição da entrevista realizada ao Vogal da Direcção do Lar de Santo António da Cidade de Santarém

Entrevistadora: Marcelina Lourenço **(ML)**

Data: 12 de Maio de 2011

A – Caracterização pessoal

Nome: António Braz Pinto **(BP)**

Sexo: Masculino

Idade: 67 anos

Cargo: Vogal da Direcção do Lar de Santo António da Cidade de Santarém

B – Website da Instituição

ML: Como tem reagido a comunidade da instituição a esta iniciativa de criação de um Website institucional?

BP: O website colocou o Lar de Santo António no espaço das comunicações electrónicas com alguns resultados inesperados. Por um lado, tem servido de elo de ligação com antigas alunas e também entre elas, sendo que algumas estão bastante afastadas ou mesmo no estrangeiro.

Por outro lado, tem motivado alguma colaboração interna e externa, tanto no sentido de enriquecer o website como no apoio a iniciativas da Instituição, nomeadamente no que respeita ao voluntariado.

De uma maneira geral, tem servido para clarificar junto do público utilizador destes meios as finalidades da Instituição e para a Direcção veio afirmar uma evidência de que, apesar de trabalharmos numa Obra com mais de 180 anos, é necessário reforçar a divulgação das nossas finalidades e da nossa filosofia.

ML: Os objectivos a que se propunham com a criação do Website foram cumpridos?

BP: Os objectivos que nos propusemos inicialmente ainda não foram cumpridos e já criámos outros.

O website foi muito positivo, na medida em que desencadeou o processo interno para investir, tanto nos equipamentos como nos utilizadores dos equipamentos. Está em curso a definição de uma rede interna que possa servir as educandas, preparando-as para a utilização responsável destes meios e as apoie no desenvolvimento escolar e que permita, também, o uso seguro dos controlos administrativos e contabilísticos da gestão com melhoria da transparência.

Estes equipamentos vão permitir melhorar a ligação com os associados e, através do website, melhorar e tornar mais eficiente a cobrança de quotas e de donativos em dinheiro. Este objectivo tem sido articulado com o Montepio e ainda não está finalizado.

ML: Quais os conteúdos que futuramente gostaria de ver colocados no Website?

BP: Reforçar a comunicação com e entre as antigas alunas é um dos projectos que privilegiamos.

Considero importante reforçar a base de dados dos associados a quem queremos fazer chegar regularmente a informação sobre os projectos e realizações e a sua concretização financeira.

Gostaríamos de criar um espaço de troca de experiências com outras instituições e gostaríamos de reforçar o gosto pela utilização das nossas educandas.

Obrigado pela colaboração!

ANAEXO VI – Guiões de suporte a futuros gestores do Website



<http://larsantoantoniodesantarem.org>

A - REGISTOS NO WEBSITE

Para se registar no *Website* Lar de Santo António da Cidade de Santarém deverá seguir as seguintes instruções:

Criar uma conta de utilizador no Website do Lar

Como fazer:

1º Passo – Entrar no seguinte endereço:

<http://larsantoantoniodesantarem.org>

2º Passo – procurar o menu **Autenticação** e “clique” em **Registe-se** → **Figura. 1**



Figura 1

3º Passo – Preencher todos os campos de registo e “clique” **Criar Conta** → **Figura 2**



Figura 2

4º Passo – Acabou de criar a sua conta de utilizador. Verifique o seu e-mail e active a conta através do *link* que lhe enviaram.

Registo para “amigo”

1º Passo - Vá ao Menu Principal → “clicar” Seja Amigo → **Figura 3**



Figura 3

2º Passo – Preencha os campos com os seus dados pessoais, e seleccione o Tipo de Amigo para o qual se regista.

3º Passo – Valide o seu registo escrevendo os caracteres que lhe são mostrados.

4º Passo – Envie os seus dados.

Gerir e guardar “amigos”

1º Passo – No Menu Autenticação introduzir o Nome de Utilizador (gestor) e a respectiva palavra passe, clicar em “Autenticação” → **Figura 4**

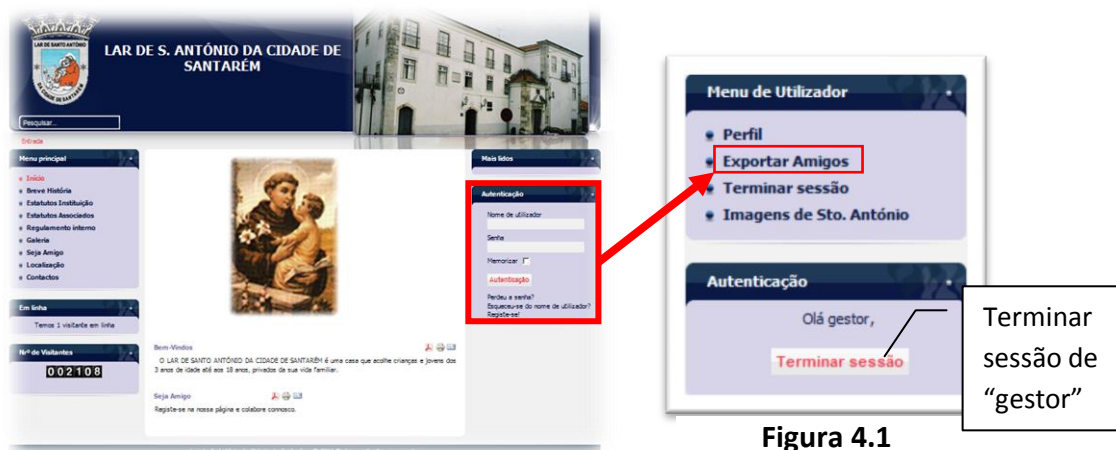


Figura 4.1

Figura 4

2º Passo – No menu Utilizador “clicar” em Exportar Amigos → **Figura 4.1**

3º Passo – Guardar ou Abrir o ficheiro da Folha de Calculo Excel → **Figura 5**

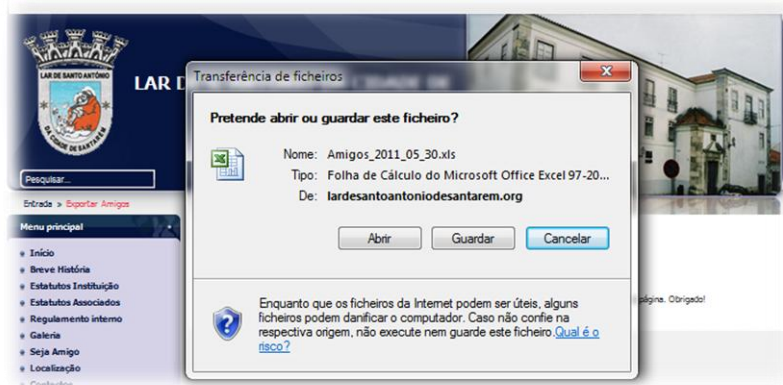


Figura 5

4º Passo – Sair da área de “gestor” → fazer Terminar sessão → **Figura 4.1**

Nota: Neste ficheiro estão armazenadas os dados pessoais dos “amigos”. Poderá entrar em contacto através do e-mail ou telefone.

B – CRIAR UM NOVO ARTIGO

1. Deverá escrever o título do artigo e o texto do mesmo → **Figura 6**

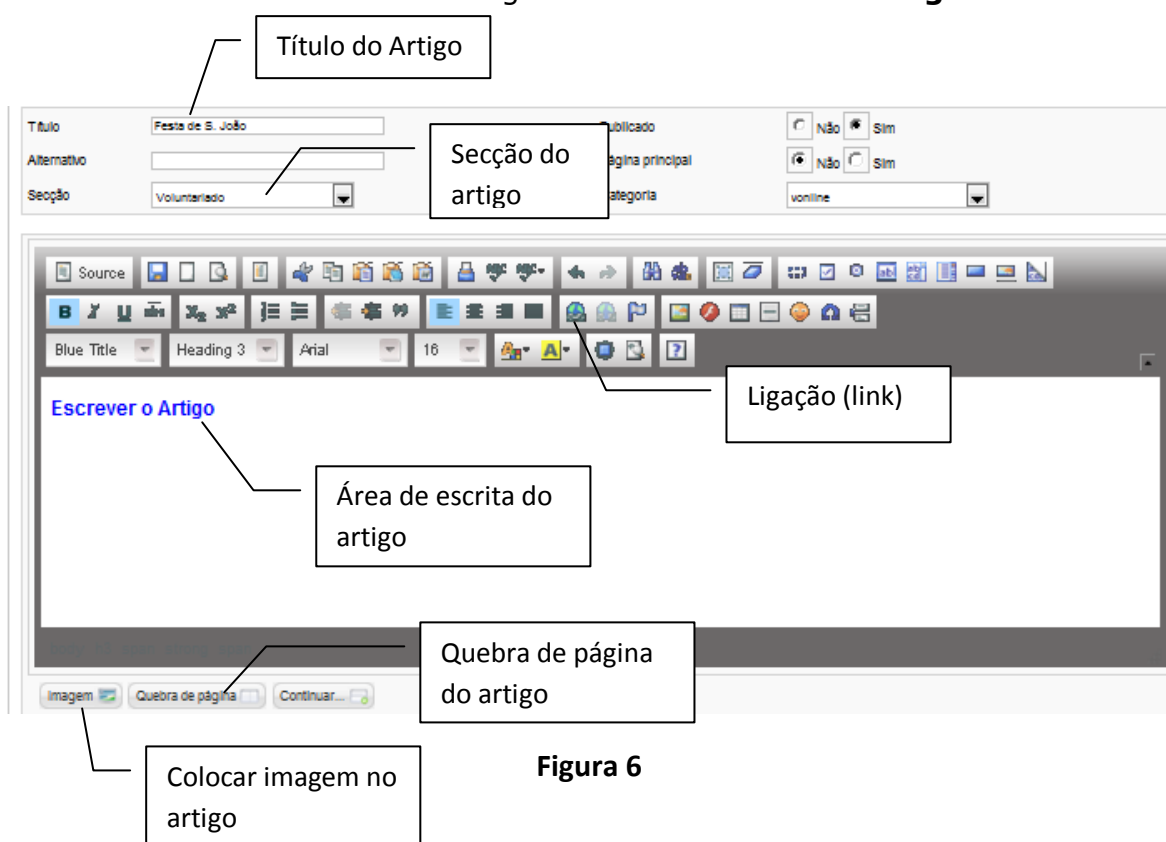


Figura 6

1.1 Como colocar uma imagem no artigo?

1º Passo – Quando seleccionar o botão , surgirá o seguinte ecrã:

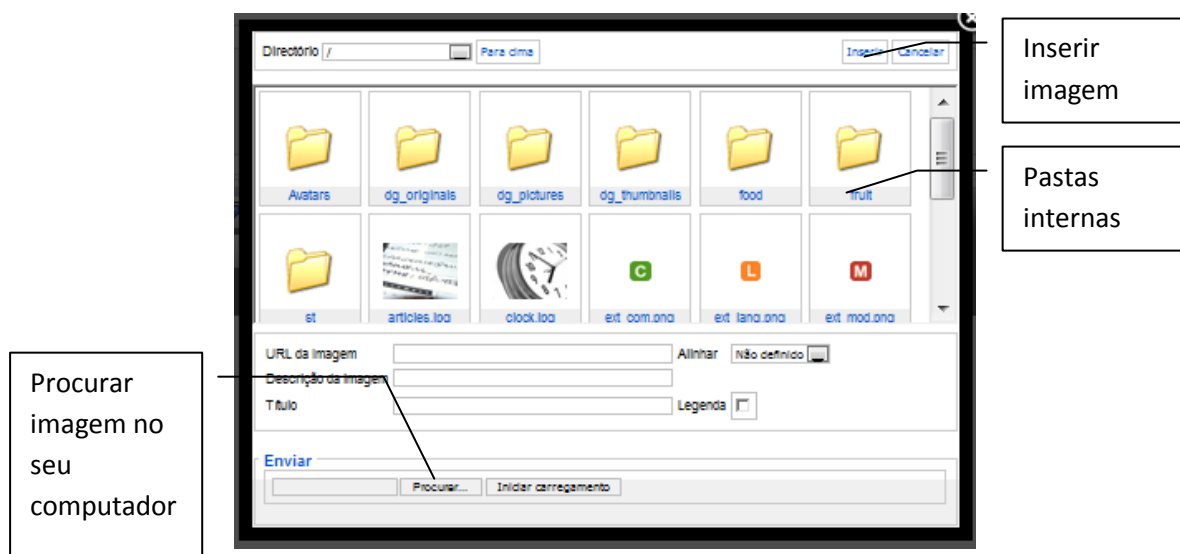


Figura 7

2º Passo – Seleccionar a pasta/ficheiro ou procurar uma imagem externa.

1.2 Como colocar uma hiperligação no artigo?

Poderá efectuar dois tipos de ligações:

a) Hiperligação para uma página Web exterior

1º Passo – Seleccionar a palavra onde se pretende a ligação;

2º Passo – Seleccionar o botão ;

3º Passo – Colocar o respectivo endereço em Link URL

(ex: <http://www.notapositiva.com/superior/gestaoempresarial/gestaorechumanos/voluntariado.htm>) → **Figura 8**

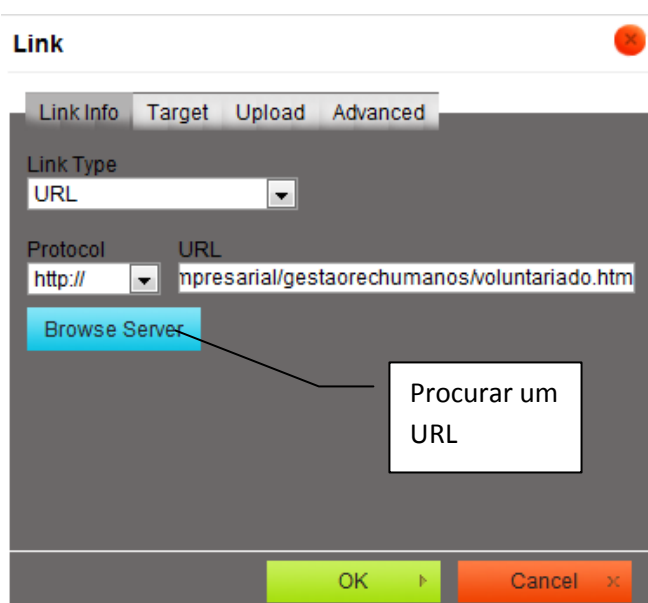


Figura 8

b) Hiperligação para um documento interno

1º Passo – Importar o documento do seu computador para uma pasta;

2º Passo – Seleccionar a palavra onde se pretende a ligação;

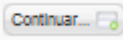
3º Passo – Seleccionar o botão ;

4º Passo – Seleccionar o tipo de ligação em Link Type;

5º Passo - Colocar manualmente o respectivo endereço em URR:

(ex: images/stories/js/... e seleccionar o botão **OK**).

1.3 Como colocar uma quebra de página no artigo?

No caso de artigos muito extensos e que se pretendam publicar igualmente na página inicial do Website, aconselha-se a utilizar o botão  para delimitar a informação aparecer na mesma página.

Deverá **colocar o rato onde pretende a quebra** do texto e seleccionar o respectivo botão.

Surgirá uma linha em picotado a delimitar o texto conforme a **Figura 9**

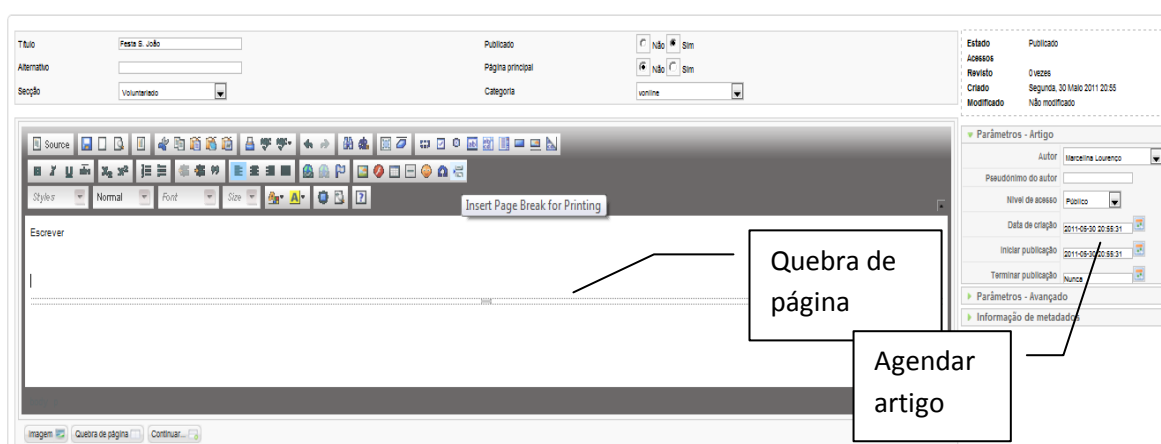


Figura 9

Deverá escolher as opções de publicação do artigo.

Ao criar um artigo poderá:

- Seleccionar a opção "yes" em Pagina Principal, se pretender publicá-lo na página inicial do Website;
- Colocar o seu nome (opcional);
- Agendar a publicação do artigo;
- Estabelecer o tipo de acesso ao artigo: *público* (toda a comunidade pode visualizar), *registado* (só as pessoas registadas podem visualizar), *especial* (ex: só o gestor e administrador podem visualizar).

C – COLOCAR IMAGENS

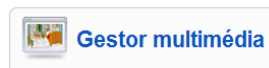
1. Como colocar uma imagem no SlideShow da página principal?

Conforme **Figura 10**



Figura 10

1º Passo – Seleccionar o gestor Multimédia →



2º Passo – Seleccionar a pasta correspondente → Figura 11;

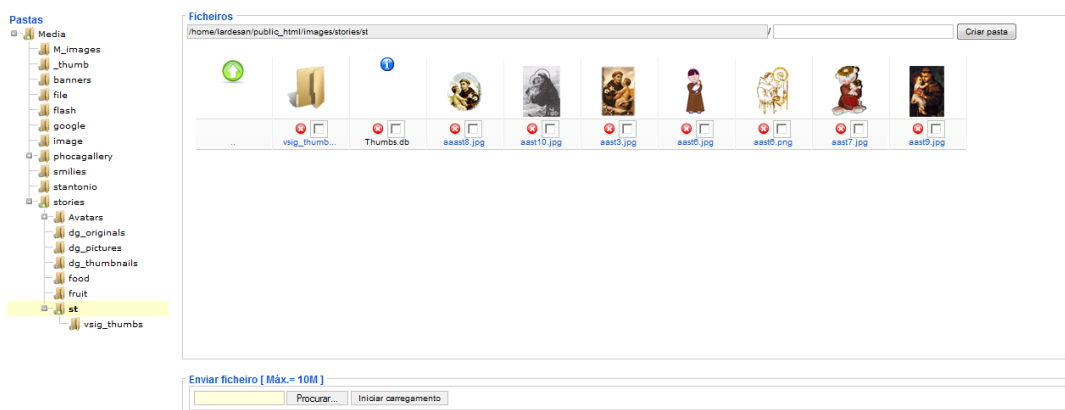


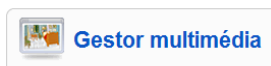
Figura 11

3º Passo – Seleccionar o botão **Procurar...** para procurar a imagem no seu computador;

4º Passo – Seleccionar o botão **Iniciar carregamento** para importar a imagem pretendida.

2. Como colocar imagens na phocagallery?

1º Passo – Seleccionar o gestor Multimédia →



2º Passo – Seleccionar a pasta correspondente → Figura 12;

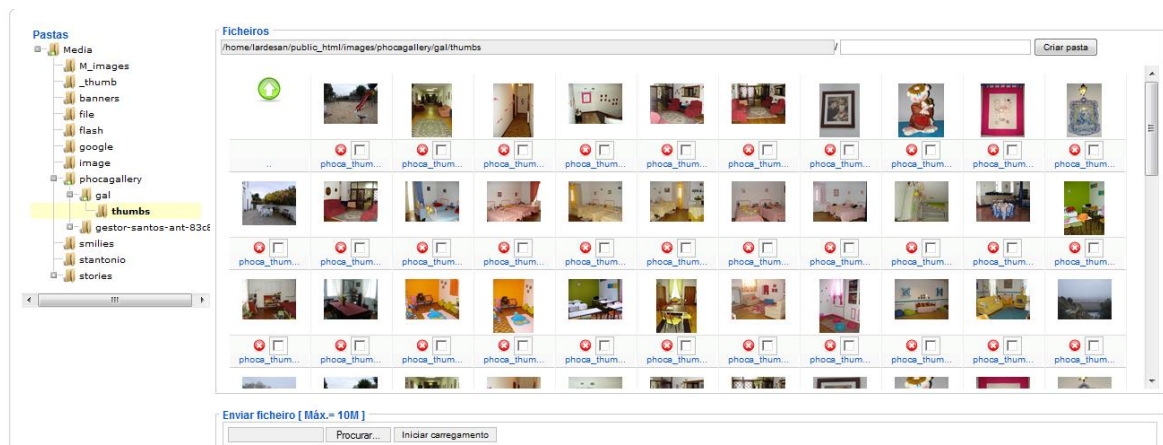


Figura 12

3º Passo – Seleccionar o botão **Procurar...** para procurar a imagem no seu computador;

4º Passo – Seleccionar o botão **Iniciar carregamento** para importar a imagem pretendida.