

Manual de Redação e Estilo na Web

versão beta

Silvio Eberardo
silvio @ toaster.com.br



Introdução

É cada vez mais comum encontrar pessoas que precisam colocar algum tipo de conteúdo na web. As pessoas estão percebendo que na web, o mais importante é o conteúdo e precisam estar “ligadas” a este mundo de uma forma consistente, seja através de um blog pessoal ou ainda através de um site corporativo de sua empresa.

Ainda assim, existem muitas idéias erradas circulando sobre o que são os blogs e o que é conteúdo na web. As pessoas, de uma maneira geral, tem conhecimento apenas de parte do todo sobre este tema. Não entrando em consideração sobre o que será escrito, podemos encontrar pelo menos duas categorias de pessoas:

- Aquelas que não sabem o quanto é fácil colocar conteúdo na web – ou seja, pessoas que acham que o conteúdo precisa ser inserido através de comando secretos, reservados a uns poucos eleitos e que somente os “profissionais especializados” são capazes de fazê-lo. Este grupo se caracteriza pelo desconhecimento do método, ou seja, como fazer. Em outras palavras, essas pessoas tem o automóvel mas não sabem dirigir.
- Aquelas que sabem colocar o conteúdo na web, possuem o domínio das ferramentas, mas não tem a menor idéia das considerações que deveria fazer antes de publicar qualquer conteúdo. Este grupo se caracteriza por conhecer o método, mas é extremamente carente com a prática, ou seja, sabem dirigir o automóvel, mas não sabem por qual caminho devem seguir.

Para quem ainda não sabe colocar conteúdo na web, recomendo que dêem uma olhadinha no [Blogger](#) – que é uma das ferramentas para escrever blogs... Você verá que em poucos minutos será capaz de colocar alguma coisa na web, sem a ajuda de nenhum bambambã... Apesar dos blogs parecerem complicados, não o são.

Escrever para a web não se trata mais de dominar ferramentas de edição de código HTML, e nem de enviar arquivos para o servidor, etc. Escrever para a web se trata de escrever conteúdo usando um aplicativo similar a qualquer editor de texto tradicional e publicá-lo de forma coerente e organizada para que esteja acessível por todos.

Colocar o conteúdo na web é um tema bastante extenso. Temas como usabilidade, acessibilidade e conteúdo já foram discutidos várias vezes por aí. Um dos maiores especialistas é o [Jakob Nielsen](#), que tem escrito muito sobre o assunto no site [useit.com](#). Nosso objetivo, no entanto, é colocar as regras básicas para publicar conteúdo na web, e não escrever um tratado sobre o assunto.

Este manual quer ajudar aqueles que estão procurando considerações sobre como colocar corretamente conteúdo na web. E se você nunca escreveu conteúdo pra web: prepare-se – tenho certeza que mesmo que ainda não saiba disso – você está muito mais próximo de escrever para a web do que imagina. Então vamos lá:

Considerações sobre o conteúdo

Além das considerações sobre o que está escrito e das preocupações com a revisão ortográfica e gramatical, uma das nossas preocupações é como o conteúdo é organizado. Tipicamente, seja num site ou num blog, o conteúdo é organizado por seções de conteúdo ou por tags (marcadores). Todos os dois tipos de organização tem a mesma idéia de fundo, ou seja, permitir que o usuário saiba:

- Em que área do site (ou blog) ele está;
- Qual tipo de assunto ou área de conteúdo se refere aquela área;
- Como está organizado o conteúdo

Antigamente era comum encontrar nos sites um ícone do tipo “mapa do site”. O próprio Jakob Nielsen reconhece, que mesmo tendo um mapa, certas vezes o usuário não encontra o que procura. A falha é certamente da organização do conteúdo. E isso acontece tanto em sites pequenos quanto em sites grandes como por exemplo: portais. A meta na organização de conteúdo é deixar o usuário cada vez mais consciente de onde ele está e distante da sensação de “estou perdido”...

Seções ou Tags?

Dependendo do tipo de site, o conteúdo será organizado de uma ou de outra maneira específica, como já mencionado. Nos blogs é comum o uso de Tags (Marcadores), que são como “etiquetas” que classificam o conteúdo. Nos sites, o conteúdo é organizado por seções e subseções. Vejamos um exemplo:

Um artigo sobre “Cuidados com cães labradores” em um site ou blog de animais, poderia ser classificado assim:

TAGS -> Cães, Labrador, Artigos, Dicas

SEÇÕES -> Artigos ou Cães ou ainda Artigos > Cães (uma subseção de artigos sobre Cães, por exemplo)

Seja como for, esta estrutura precisa ser hierárquica e fazer sentido. Abaixo exemplo de Tags mal aplicadas ou seções mal organizadas:

TAGS -> Animais (é redundante, já que o site fala de animais), Campo, Fazenda (tudo bem, os cães labradores podem até ser mais comuns em campos e fazendas, mas isso não é claro).

SEÇÕES -> Quem somos ou Nossos animais (Quem somos não se aplica e Nossos Animais pressupõe que o leitor saiba que o autor tem um labrador, o que não é óbvio.)

Se organizarmos o nosso conteúdo de maneira clara, o nosso leitor irá encontrar o conteúdo com mais facilidade, e não se sentirá perdido. Então, o contexto passa a ser uma das figuras mais importantes deste processo, mas o conteúdo é rei.

Que conteúdo?

Quando estamos escrevendo um conteúdo, devemos ter em mente o leitor a que este conteúdo se destina, ou seja QUEM é o leitor e quais as suas expectativas sobre o nosso site ou blog. Tanto no sentido do usuário (quem) quanto no conteúdo em si (o que) o contexto é relevante. Ou seja, que site estamos nos propondo a criar e como fazemos disso algo que faça sentido?

O próximo passo, então, é colocar a mão na massa e escrever. O conteúdo então deverá ser escrito levando em conta:

- Relevância - O que estamos escrevendo atende as necessidades do meu público alvo?
- Linguagem - De que maneira vamos falar e ser ouvidos? Linguagem formal ou coloquial? Com senso de humor ou seriedade ao extremo?
- Forma - Textos curtos ou textos longos? Links para outros conteúdos ou apenas conteúdo próprio? Parágrafos longos ou curtos?
- Frequência de atualização - De quanto em quanto tempo meu site será atualizado e quem se encarregará disto?

Enfim, estes são pequenos aspectos sobre o conteúdo em si, mas além destes é preciso se preocupar também com a *forma* de colocar este conteúdo online, ou seja que coisas fazer ou não na hora de inserir conteúdo na web.

Considerações sobre a forma

Houve um tempo em que as máquinas de escrever só tinham uma fonte e a única variação possível além das maiúsculas e minúsculas era o sublinhado (que normalmente era aplicado ao documento passando novamente pela mesma área e teclando o caracter correspondente. Conforme as máquinas foram evoluindo, apareceram recursos como o itálico, o negrito (que antes também era possível, bastava dar uma paulada mais forte nas teclas que precisavam dele), e em seguida, as máquinas começaram a suportar o uso de fontes diferentes e tamanhos diferentes também. Entretanto, mesmo neste universo de possibilidades, todas elas eram limitadas ao bom senso do fabricante, que não deixava de colocar, por exemplo, fonte incoerentes entre si.

Quando vieram os computadores e os processadores de texto, com novos e poderosos recursos, começou a "festa". Cada vez se usavam mais e mais recursos no texto até que chegássemos a um bom senso que não é necessário usar mais de 2 ou 3 tipos de fonte num documento para deixarmos clara a nossa mensagem.

Na web, no entanto, além de termos praticamente as mesmas possibilidades que um usuário tem no papel, temos ainda possibilidades interessantes de multimídia, como animações, cores e sons. E como se trata de uma mídia diferente do papel, devemos ter então uma maneira de colocar as coisas também de maneira diferente. Mas é justamente aí que o caos se instaurou.

Antes de mais nada, visite o [World Worst Web](#), um site que mostra uma dezena de erros comuns quando as pessoas fazem um site web. Este é um exemplo de um dos principais erros das pessoas que montam seu site ou colocam conteúdo na web. Elas são orientadas a recursos versus conteúdo. Elas acreditam, errôneamente, que quanto mais recursos o site tiver (leia-se por recursos: animações inúteis, flash usado desnecessariamente, calendários, previsão do tempo, chat, etc, etc) mais visitaçãõ terá. Mas a realidade é ao contrário, como já dito: o conteúdo é rei e reina soberano neste mundo da web.

Fontes (o carnaval dos tipos, cores e tamanhos)

Uma das preocupações que você deve ter são as fontes do seu texto. Em geral, todo o sistema de publicação de textos na web já trata estes aspectos para você. Cabe a nós, então, apenas escrever o texto.

Mas, a tentação é grande, eu sei. Basta ver uma barrinha de formatação de fontes e de tamanho que nós começamos a fazer as maiores barbaridades nos textos. E quando existem as opções de cores, então? É aí mesmo que o carnaval começa. Mas siga o meu conselho: resista a tentação e use somente negrito e itálico para grifar as partes importantes do seu conteúdo na web.

Um outro detalhes diz respeito a textos copiados da internet ou ainda, pior, do Microsoft Word. Por alguma razão desconhecida, o Word insere no seu conteúdo códigos de formatação obtusos que acabam comprometendo o layout pré-definido do site.

Caso seja necessário utilizar de textos destas origens, a recomendação é usar algum programa para limpar estes códigos de formatação, ou ainda, na falta deles, colar o texto primeiro no Bloco de Notas (Notepad) e em seguida colar na ferramenta de edição de textos web. Inclusive, este tipo de situação leva a outra mais interessante ainda: pode ser que o texto com estas formatações do Word ou do Internet Explorer apareçam bem quando vistas pelo próprio Internet Explorer, mas podem parecer totalmente obtusas se o seu usuário estiver usando um outro navegador, tal como o Mozilla Firefox.

Tamanho de parágrafos

Pode não parecer tão óbvio, mas muita gente esquece de usar os parágrafos, criando textos de um parágrafo só ou ainda textos com parágrafos muito longos. É importante evitar este tipo de erro para não criar um material muito cansativo para o seu leitor.

Observações gerais

- Faça uso de links em seu texto, tomando o cuidado de não deixar o visitante meio que sem saber pra onde ele está indo. Quando possível, configure para que o link abra em uma nova janela;
- Se o texto for muito grande, faça o seguinte: divida-o em tópicos. Fica muito mais fácil a leitura e agradável. Seja claro e objetivo no que for escrever. Evite repetições, pleonasmos e etc..
- Uma coisa que deve ser evitada são algumas expressões da internet como Qq, tc, vc. Muito cuidado na hora de usarem essas expressões. Apesar de seu uso ser comum na internet, elas não ficam bem no seu site. Evite também o uso de gírias.

Considerações sobre o uso de imagens

As imagens servem para identificar e distinguir elementos na página. Em todo o site existem dois tipos de imagens:

- as imagens que fazem parte do conteúdo – ou seja, que estão associadas a uma página ou matéria específica;
- as imagens que fazem parte do layout – ou seja, as imagens que foram colocadas compondo o site como um todo;

Nos dois tipos de imagem, algumas considerações são importantes:

Como usar corretamente as imagens

É sempre interessante usar recursos visuais (nada piscando, por favor) associados ao seu texto. As imagens colaboram com a percepção da sua idéia ou na apresentação do seu produto. Neste caso, precisamos levar em conta algumas coisas:

- Tamanho das imagens – Sempre procure redimensionar as imagens usadas no seu site. Imagens grandes ficam inacessíveis através de conexão discada e também demonstram amadorismo na edição do conteúdo do seu site. Não tente colocar imagens do tamanho de um papel de parede num ícone ou numa imagem de índice, por exemplo. Uma boa dica de software simples e gratuito para editar imagens é o IrfanView – www.irfanview.com (disponível em vários idiomas);

- Peso das imagens - Um tamanho de arquivo (peso) adequado para imagens na internet é de 15 a 25k - para conseguir imagens deste tamanho é necessário que um profissional use os filtros de compressão e redução corretos, obtendo o resultado desejado sem perder a qualidade;
- Qualidade das imagens - As imagens originais devem permitir reduções. Se elas já forem pequenas demais, como poderão ser reduzidas? Além disso, imagens de má qualidade, fotografias amadoras, depõe contra a sua empresa. As imagens que estão na internet normalmente possuem baixa qualidade. Nós recomendamos que você procure fotos nos sites de fotos profissionais como por exemplo o GettyImages - www.gettyimages.com ou no semi-profissional Fotolia - www.fotolia.com - este último fornece fotos para internet a partir de USD 1,00.
- Direitos - A maioria das imagens usadas na internet possuem direitos. Não é uma boa dica, então, sair usando imagens não licenciadas. Procure nos sites indicados, licencie corretamente as suas imagens e evite problemas posteriores.

Quando não usar imagens no seu conteúdo

Não é obrigatório o uso de imagens em todas as matérias, e nós acreditamos que elas só fazem sentido quando realmente agregam valor aquele conteúdo. Evite também usar muitas imagens num só texto, por que ele poderá ficar parecendo uma galeria de imagens.

Leituras Recomendadas

Useit.com - Site do Jakob Nielsen, o papa da usabilidade na web - O site possui uma série de artigos interessantes sobre usabilidade;

Tableless.com.br - Site do Diego e do Elcio sobre implementações Tableless (sem tabelas) - Tableless é um método de construir sites, usando os Padrões Web (Web Standards) como guia. Usamos CSS para a formatação das informações apresentadas nos arquivos de marcação de texto, se preferir, arquivos HTML ou XHTML.

[Don't Make me Think - A Common Sense Approach to Web Usability](#), de Steve Krug - Referência indispensável para entender como estruturar conteúdo e layout;

[Design para quem não é designer](#) - Robin Willians - O livro introduz ao design e a diagramação, através dos 4 princípios básicos do design: proximidade, alinhamento, repetição e contraste. Usando exemplos de "antes" e "depois", estimula o leitor a fazer suas próprias experiências. Traz também o básico sobre: tipologia, serifa, estilo, peso, tamanho.