



INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DO PORTO

**Concepção e Implementação de um Website de uma Associação Sindical**

**Carla Alexandra Cardoso Moreno**

**Dissertação apresentada ao Instituto Superior de Contabilidade para a obtenção do Grau  
de Mestre em Assessoria de Administração**

**Orientadora: Doutora Anabela Sarmento**

**Co-orientadora: Mestre Ana Azevedo**

**Porto, Março 2012**





INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DO PORTO

## **Concepção e Implementação de um Website de uma Associação Sindical**

**Carla Alexandra Cardoso Moreno**

**Orientadora: Doutora Anabela Sarmento**

**Co-orientadora: Mestre Ana Azevedo**

**Porto, Março 2012**

## Resumo

A Internet nasceu por razões relacionadas com a segurança em redes informáticas e, tornou-se actualmente numa febre que revolucionou completamente a comunicação global. Ao longo dos anos a Internet foi crescendo a um ritmo acelerado, sendo necessário criar estruturas de coordenação e cooperação entre o cada vez maior número de redes e operadores que a integravam. No dia-a-dia recorremos à internet para procurar uma simples receita de um bolo que queremos fazer, para saber as notícias de última hora ou mesmo para saber se vai chover. Na era digital em que vivemos criar um site faz toda a diferença, pois quando alguém procura informações de uma empresa, seja uma morada ou um produto, por mais insignificante que seja essa informação, recorremos à Internet. Irá chegar o tempo, em que as empresas que não têm um site na internet estarão fora do mercado.

Para a realização desta dissertação, que consistiu na Concepção e Implementação de um Website de uma Associação Sindical, procurou-se fazer uma ligação entre a revisão da literatura existente tendo em atenção as palavras-chave e combinações das mesmas em Português e Inglês e a análise das necessidades do sindicato e dos sócios. Desta forma, começou-se por fazer o levantamento dos requisitos, analisando sites e definindo uma possível estrutura. Partindo dessa estrutura efectuou-se uma entrevista ao Presidente do Sindicato e foram enviados questionários aos sócios, que puderam desta forma dar a sua opinião em relação aos conteúdos e funcionalidades que gostariam de ter acesso através do site.

De seguida escolheu-se o programa mais adequado para a construção do site, escolheu-se o domínio, o alojamento, procedeu-se à construção e implementação do site e foi feita uma avaliação do mesmo pela Direcção do Sindicato. Por último procedeu-se ao lançamento e divulgação pelos sócios.

**Palavras-chave:** Conceber sites, domínio Web, alojamento Web, software, implementar sites, investigação-acção, WWW, internet, questionários, entrevistas.

## **Abstract**

The Internet was born because of security reasons related to computer networks and, it became nowadays a fever that completely revolutionized global communication. Over the years, Internet has been growing at a fast rhythm, becoming necessary to build coordination and cooperation structures, among the increasing number of networks and operators that integrates it. Day-to-day, we go to the Internet to look for a simple cake recipe that we intend to do, to know update news or even to know if it will rain. In the digital time that we are now living, to build a website can make all the difference, since, people that look for information about an organization, such as an address or product, no matter how insignificant that information may be, people go and search for it in the Internet. It will become the time that companies, which don't have an internet website, will be out of the business market.

To the accomplishment of this dissertation, that consisted in the Conception and Implementation of a Website for an Union Association, it was looked for making a connection between the existing literature revision, paying attention to the key-words and their combination in Portuguese and English, and as well, analyzing the Union and its associate's needs. This way, it was started with elaborating the requisites search, analyzing websites and defining a possible structure. Starting from that structure, it was made an interview to the Union Chair Man and it was sent questionnaires to the Union associates, in which, they could give their own opinion, concerning the contents and functionalities that they would like to have access through the site.

Following, it was chosen the software to build the website, it was chosen the web domain, the webhost, it was built and implemented the website and it was made an evaluation from it by the Union Board. Finally, it was accomplished the website release and disclosure through the Union associates.

**Keywords:** Create Websites, Domain Web, Web Host, software Web, action-research, WWW, internet, survey, questionnaire, interview.

A sabedoria consiste em compreender que o tempo dedicado ao trabalho nunca é perdido.

(Ralph Waldo Emerson)

## **Agradecimentos**

A realização desta dissertação que possibilitou terminar o Mestrado em Assessoria de Administração, contou com a participação directa e indirecta de muitos e pela qual lhes agradeço profundamente.

O meu primeiro agradecimento é dedicado aos meus pais e irmão pelo carinho e apoio que sempre me deram.

Ao meu melhor amigo, dirijo uma palavra especial por ser uma pessoa que me transmite força quando sinto que não a possuo.

Agradeço à orientadora Anabela Sarmento e em especial à minha co-orientadora Mestre Ana Azevedo, pela disponibilidade, pelo apoio e sobretudo pela motivação que me deram durante a realização da dissertação.

No Sindicato, agradeço em especial ao Sr. Manuel Faria por me ter possibilitado a realização deste projecto, apoiando-me sempre que necessário e proporcionando as melhores condições de trabalho.

Agradeço também aos meus colegas de curso que sempre me apoiaram, assim como aos professores que me transmitiram saber, com a finalidade da obtenção do grau de Mestre em Assessoria de Administração.

O meu obrigado, a todas as pessoas que, de algum modo, me ajudaram a concluir o meu objectivo.

## **Glossário**

ARPAnet – Advanced research project agency network.

ccTLDs – Country code top level domains.

CERN – Conseil européen pour la recherche nucléaire.

CSS – Cascade Style Sheet.

EARN – European academic and research network.

FCCN – Fundação para a computação científica.

gTLDs – Generic top level domains.

HTTP – Hiper text transfer protocol.

HTML – Hyper text markup language.

Internet – Rede mundial de computadores.

IP – Internet Protocol.

ISP – Internet service providers.

TCP – Transport Control Protocol.

Milnet – Military network.

NSFnet – National science foundation network.

PHP – Hypertext Processor.

RCCN – Rede da comunidade científica nacional.

SEO – Search engine optimization.

SLD – Second level domain.

TLD – Top level domain.

WWW – World Wide Web.

W3C – World wide web consortium.

## Índice Geral

Resumo.....	iv
Abstract .....	v
Agradecimentos.....	vii
Glossário .....	viii
Índice Geral .....	ix
Índice de Figuras.....	xiii
Índice de Tabelas .....	xiv
Parte I – Introdução .....	1
1. Introdução.....	2
1.1. Enquadramento .....	2
1.2. Objetivos do Projeto .....	3
1.3. Paradigma da Investigação.....	4
1.4. Plano de Acção do Projecto .....	5
1.5. Estrutura da dissertação .....	6
Parte II – Enquadramento Teórico e Tecnológico .....	7
2. Enquadramento Teórico e Tecnológico.....	8
2.1. Evolução da Internet .....	8
2.1.1. Origem da Internet .....	8
2.1.2. Situação Mundial.....	9
2.1.3. Situação em Portugal.....	11
2.2. Concepção e Implementação de um Site.....	15
2.2.1. Planeamento .....	15
2.2.2. Levantamento dos Requisitos .....	15
2.2.3. Esquema de Navegação .....	16
2.2.4. Disposição das Páginas .....	17
2.2.5. Página Principal.....	17
2.2.6. Usabilidade.....	18
2.2.7. Acessibilidade .....	19
2.2.8. Escolha do Programa .....	21
2.2.8.1. Programa Proprietário .....	21
2.2.8.2. Programa Livre.....	21
2.2.9. Domínio .....	23
2.2.10. Alojamento .....	26

2.2.11. Divulgação dos sites .....	29
Parte III – Trabalho Desenvolvido .....	30
3. Sindicato Nacional dos Trabalhadores da Indústria e Comércio, Alimentação, Bebidas e Afins.....	31
3.1. O nascimento do Sindicato.....	31
3.2. Estrutura .....	32
3.2.1. Mesa da Assembleia Geral.....	33
3.2.2. Direcção .....	33
3.2.3. Conselho Fiscal .....	34
3.3. Valores .....	34
3.4. Localização .....	34
4. Metodologia de Investigação.....	35
5. Levantamento dos Requisitos .....	38
5.1. Entrevista.....	38
5.1.1. Objectivos da entrevista.....	39
5.1.2. Preparação da entrevista .....	39
5.1.3. Realização da entrevista .....	40
5.1.4. Resultados da Entrevista.....	40
5.2. Questionário.....	42
5.2.1. Objectivos do questionário .....	42
5.2.2. Amostra .....	42
5.2.3. Preparação do Questionário.....	43
5.2.3.1. Estudo Piloto do Questionário.....	44
5.2.4. A Recolha dos Dados.....	44
5.2.5. Análise dos Dados .....	45
5.2.5.1. Importância da existência de um site do sindicato .....	45
5.2.5.2. Características do site.....	46
5.2.5.3. Conteúdo do site.....	47
5.2.5.4. Funcionalidades do site.....	48
5.2.5.5. Estrutura do site.....	48
5.2.5.6. Design do site.....	49
5.2.6. Conclusões Prévias .....	50
5.3. Estrutura do site .....	50
6. Caracterização da Plataforma.....	52
6.1. Tecnologia utilizada .....	52

6.2.	Escolha do Domínio.....	54
6.2.1.	Registo do Domínio .....	54
6.3.	Escolha da empresa de alojamento.....	55
7.	Implementação do Modelo .....	58
7.1.	Página Principal .....	58
7.2.	Menus.....	60
7.2.1.	Menu de Topo.....	60
7.2.2.	Menu Sócios.....	61
7.2.3.	Menu Contratação Colectiva .....	61
7.2.4.	Menu Legislação.....	62
7.2.5.	Menu Códigos .....	63
7.3.	Funcionalidades do site .....	64
7.3.1.	Componentes.....	64
7.3.2.	Módulos.....	64
7.3.3.	Template.....	65
7.3.4.	Idioma.....	65
8.	Avaliação do Site.....	65
9.	Divulgação do site.....	67
	Parte IV – Conclusão .....	68
10.	Conclusão.....	69
10.1.	Considerações Finais .....	69
10.2.	Trabalho Futuro .....	70
	<b>Bibliografia</b> .....	71
	<b>Anexos</b> .....	75
	Anexo I - Inscrição do Sinticaba no Google Maps.....	76
	Anexo II - Guião da Entrevista .....	78
	Anexo III - Autorização de publicação da entrevista .....	81
	Anexo IV - Transcrição da entrevista .....	83
	Anexo V - Ficha de atualização de dados.....	87
	Anexo VI - E-mail enviado aos sócios .....	89
	Anexo VII - Questionário em papel .....	91
	Anexo VIII - Resultados do questionário .....	95
	Anexo IX - Parecer do Presidente do Sinticaba.....	99
	Anexo X - Questionário de avaliação do site.....	101
	Anexo XI - Respostas dos questionários da avaliação do site.....	103

Anexo XII - E-mail enviado aos sócios divulgação do site .....	109
Anexo XIII - Carta enviada aos sócios a divulgar o site .....	111
Anexo XIV - Relatório de acessos .....	113

## Índice de Figuras

Figura 1: Etapas da Investigação-Ação.....	5
Figura 2: Evolução da Taxa de Crescimento de utilizadores em Portugal (% da população).....	12
Figura 3: Evolução do nº de utilizadores de computador, Internet e ligação através de banda larga .....	12
Figura 4: Mapa localização do sindicato (Google maps).....	35
Figura 5: Possível estrutura do site.....	41
Figura 6: Importância da existência de um site do sindicato.....	46
Figura 7: Hábitos de consulta de sites de outros sindicatos .....	46
Figura 8: Características do site.....	47
Figura 9: Conteúdos do site.....	47
Figura 10: Funcionalidades do site .....	48
Figura 11: Estrutura do site .....	49
Figura 12: Design do site .....	49
Figura 13: Estrutura do site .....	51
Figura 14: Comparação entre o termo Joomla e Wordpress em Portugal .....	53
Figura 15: Página principal da Ping.....	56
Figura 16: Página principal da Bnet.....	56
Figura 17: Página Principal do site .....	59
Figura 18: Menu de Topo .....	60
Figura 19: Menu Sócios.....	61
Figura 20: Menu Contratação Coletiva .....	62
Figura 21: Menu Legislação .....	62
Figura 22: Menu Códigos.....	63
Figura 23: Itens de Menu dos componentes instalados .....	64
Figura 24: Novo cartão de sócio.....	67

## Índice de Tabelas

Tabela 1: Evolução da utilização da Internet.....	10
Tabela 2: Perfil dos utilizadores de computador e internet.....	13
Tabela 3: Actividades desenvolvidas na Internet.....	14
Tabela 4: Domínios Top-Level (TLD).....	25
Tabela 5: Perguntas de acordo com os objectivos propostos.....	39
Tabela 6: Características do Wordpress e Joomla.....	53
Tabela 7: Comparação de preços de Domínios.....	55
Tabela 8: Comparação Planos de Alojamento.....	58
Tabela 9: Itens da Página Principal.....	59
Tabela 10: Itens do Top Menu.....	60
Tabela 11: Itens do Menu Sócios.....	61
Tabela 12: Itens do Menu Contratação Colectiva.....	62
Tabela 13: Itens do Menu Legislação.....	63
Tabela 14: Itens do Menu Códigos.....	63

## **Parte I**

### **Introdução**

## **1. Introdução**

Esta parte da dissertação apresenta os principais aspectos do trabalho desenvolvido no âmbito da concepção e implementação de um site, tais como, enquadramento conceptual do tema, definição dos objectivos, plano de acção e a metodologia de investigação. Por último foi dada a conhecer a estrutura desta dissertação.

### **1.1. Enquadramento**

A internet encurtou as distâncias e tornou o mundo mais pequeno. Da mesma forma que o aparecimento das fábricas marcaram o advento da Revolução Industrial, a internet tornou-se um fenómeno da chamada “Era da Informação” (Lemos, 1998).

A internet é, ao mesmo tempo, um mecanismo mundial de disseminação e divulgação de informação e um meio de interacção entre pessoas, independentemente da sua localização. Não se chama “ampla rede mundial” (World Wide Web) por nada, pois um único clique pode levar-nos a um site de outro continente, ou um negócio pode atrair clientes de centenas de países a uma feira em Frankfurt (Nielsen, 2000). O que torna a internet diferente das outras invenções humanas é o insignificante período de tempo que foi necessário para ser usada por milhões de pessoas. A electricidade, por exemplo, atingiu 50 milhões de utilizadores após 46 anos de existência, o telefone levou 35 anos para atingir esta mesma marca, o rádio 22 anos, a televisão 26 anos e o telemóvel 13 anos. A internet, por sua vez, levou apenas 4 anos para atingir 50 milhões de utilizadores no mundo (AISA, s.d.).

A internet é um meio de comunicação diferente dos outros porque possibilita a interactividade e a informação e pode estar disponível 24 horas por dia, 365 dias por ano. Outro aspecto a realçar é a cobertura geográfica. Como a internet está presente a nível mundial, os sites são visualizados em todo o mundo, daí a criação de sites institucionais, ou mesmo comerciais, ser um dos maiores meios de divulgação das organizações a nível mundial (AISA, s.d.).

Entre as várias aplicações que existem na internet a WWW é o serviço mais popular. A simplicidade e o baixo custo são dois dos factores que levam a que o número de sites não pare de crescer. É também por estas razões que as instituições têm ao longo dos anos, começado a aproveitar as vantagens da utilização da WWW, criando um conjunto de aplicações, serviços e

disponibilizando informações. As Universidades e as instituições de investigação foram as primeiras a ter sites. As entidades governamentais utilizam, hoje em dia, de forma massiva a internet como veículo de informação e interacção com o cidadão. As organizações comerciais começaram por ter sites apenas de cariz informativo ou de natureza publicitária, passando posteriormente a ter vendas on-line (comércio electrónico) e quase todas as organizações, em geral, utilizam a internet para a difusão de informação (Almeida, 2005).

A WWW tem um considerável número de vantagens em relação aos outros meios de comunicação, porque a informação pode ser actualizada ao minuto e qualquer erro pode ser corrigido facilmente, pode conter elementos multimédia, a informação a ser difundida não está limitada a um suporte físico nem temporal, as pessoas seleccionam apenas o que lhes interessa e pode ser personalizada, isto é, desde os gostos pessoais até à informação localizada, pode ser adaptado ao gosto de cada um (Figueiredo, 2000).

Na concepção e implementação de um site é importante perceber a base técnica através da qual as páginas se tornam acessíveis às pessoas que utilizam um navegador da Web. Para as páginas da Web estarem acessíveis têm de ser colocadas num computador ligado à internet que utilize um programa que recebe os pedidos de informação dos navegadores Web e distribui os documentos solicitados (Pfaffenberger, 1997).

Para que um site tenha êxito, o primeiro factor a pensar é nas pessoas que o irão utilizar e no que fazer para as incitar a acederem-lhe. É necessário decidir quais os serviços que levarão as pessoas a procurá-lo e a querer consultá-lo novamente. Nesta fase de planeamento, a experiência de cibernauta pode contribuir para comparar o que já existe e o que faz falta (Pfaffenberger, 1997).

O processo de concepção e organização de um site envolve, fundamentalmente organização, criatividade e domínio tecnológico. A definição prévia dos objectivos, do público-alvo, dos conteúdos a disponibilizar e dos recursos exigidos, seguindo-se a estrutura visual e de navegação, são os primeiros passos na criação de um site (Coelho, 2007).

## **1.2. Objectivos do Projecto**

Vivemos numa sociedade em que a utilização e a aplicação de tecnologias da informação e comunicação são parte integrante do nosso quotidiano. O seu desenvolvimento tem sido tão

intenso, nas últimas décadas, que rapidamente se transformaram numa componente central nas mais diversas áreas de negócio e de gestão das organizações, constituindo um factor determinante para a competitividade de produtos, serviços e organizações (Castells, 2001).

Os sindicatos não são excepção, já podemos encontrar alguns sites de associações sindicais, provando que todos temos de acompanhar as novas tecnologias de informação e comunicação, pois a internet representa uma profunda mudança na economia idêntica à da Revolução Industrial.

Desta forma, com a realização deste projecto, “Concepção e Implementação de um Website de uma Associação Sindical”, é esperado conceber uma ferramenta de comunicação que acompanhe as tecnologias de informação e comunicação, indo de encontro às necessidades dos associados e do próprio sindicato, ou seja, criar um meio de comunicação que possibilite a interactividade e que permita que a informação a ser difundida pelo sindicato, não esteja limitada a um suporte físico nem temporal.

### 1.3. Paradigma da Investigação

O método de investigação utilizado foi o *Action Research* (investigação – acção), que tal como o nome indica, visa produzir compreensão (investigação) e mudanças (acção). A junção dessas duas dimensões, mudança e compreensão, podem dar uma importante contribuição para elaborar o projecto. Numa investigação, quando se coloca a possibilidade ou mesmo a necessidade de proceder a uma mudança, ou seja, intervir na reconstrução de uma realidade, a metodologia mais adequada é a *Action-Research* (Baskerville A. , 1997).

A escolha deste método de investigação deveu-se ao facto de existir um problema que é, a falta de uma ferramenta que facilite a comunicação entre o sindicato e os seus associados e, estando a autora desta investigação envolvida na organização em causa (sendo associada), tendo detectado o problema, procurou uma solução, tendo construído e implementado um site.

As principais etapas da investigação-acção são apresentadas na figura 1: o **diagnóstico**, ou seja, identificação e definição do problema; o **plano de acção**, que consiste em estabelecer as possibilidades para solucionar o problema; a **acção**, durante a qual, organizada a informação obtida na etapa anterior, se inicia a acção propriamente dita; a **avaliação** do processo e dos

resultados alcançados, na qual se analisa, se interpreta e se tiram conclusões da acção desenvolvida, que permitem avaliar o cumprimento dos objectivos formulados através das estratégias de acção e a **reflexão** que é o momento de se tornar público o apreendido (Baskerville, 1996).

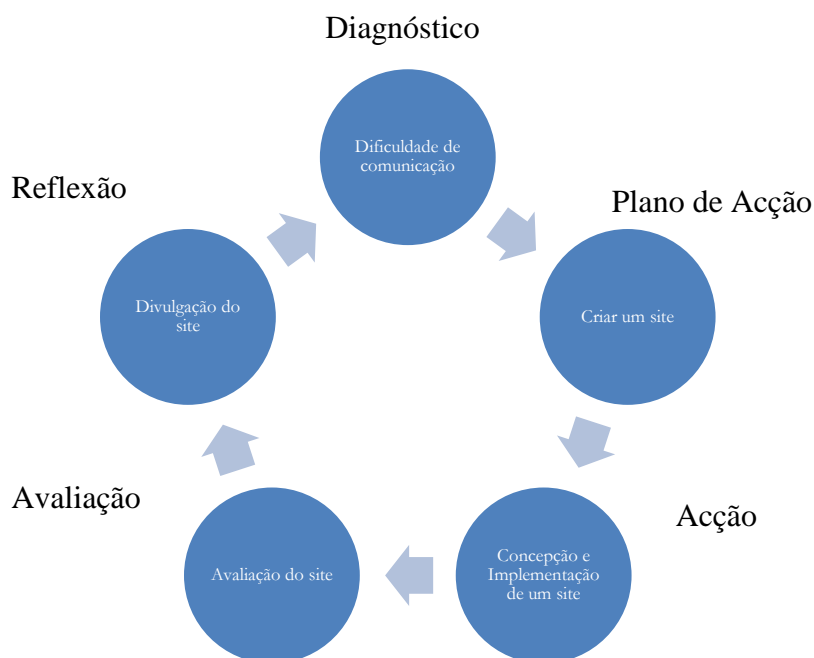


Figura 1: Etapas da Investigação-Acção

#### 1.4. Plano de Acção do Projecto

Para a realização deste Projecto de Mestrado recorreu-se à consulta de bibliografia incidindo sobre cinco grandes áreas: como elaborar uma dissertação de mestrado, metodologia de investigação *Action-Research*, como conceber e implementar websites, como estruturar uma entrevista e como fazer questionários.

Após a revisão da literatura, como trabalho empírico, passou-se à concepção e implementação do site da referida Associação Sindical.

A criação de um site, deve ser sempre iniciada pela escolha e registo do domínio, pois é através dele que os visitantes chegam ao site. Um bom domínio deve ser curto, fácil de decorar e transmitir e estar registado numa extensão de topo ou do país (Uol Host, s.d.).

Depois de registar o domínio, temos de escolher o alojamento, ou seja, o local onde serão guardados todos os ficheiros do site, de forma a estarem sempre disponíveis on-line (Truques e Dicas, 2010).

Para que o site não fosse apenas mais um e para definir os requisitos, efectuou-se uma entrevista ao Presidente do sindicato em causa e enviou-se aos associados, um questionário onde eles puderam dar a sua opinião em relação aos conteúdos que gostariam de ter acesso on-line. Tendo em mente os requisitos e os objectivos do site, escolheu-se o programa mais adequado para a construção do site, tendo em conta o custo e as características de funcionalidade.

Organizou-se o site por áreas (mapa do site) e escolheu-se um modelo onde foram efectuados os devidos ajustamentos do mesmo para que a navegação dos utilizadores fosse fácil, agradável e rápida. Depois do protótipo do site ser validado junto Presidente do sindicato, passou-se à preparação dos conteúdos (Criar meu Site, 2009).

Com o site criado, colocaram-se os conteúdos, fez-se uma revisão final do mesmo e apresentou-se à Direcção do sindicato. Foi feita uma avaliação do mesmo, por parte de todos. Após esta avaliação procedeu-se ao lançamento do site e à sua divulgação pelos associados.

## **1.5. Estrutura da dissertação**

Esta dissertação está organizada em quatro partes: para além da introdução, na segunda parte é feito um enquadramento teórico e tecnológico de como conceber e implementar um site, é abordado a origem da internet, a sua situação actual no mundo e em Portugal. A terceira parte consiste na descrição do trabalho desenvolvido ao longo do projecto, começando por fazer uma pequena apresentação do sindicato, a metodologia de investigação utilizada, o domínio, a escolha do alojamento, a tecnologia usada, implementação e lançamento do site. Por último na quarta parte, seguem-se as considerações finais, bem como aspectos que não foram possíveis concluir servindo de sugestões para trabalhos futuros.

## **Parte II**

### **Enquadramento Teórico e Tecnológico**

## **2. Enquadramento Teórico e Tecnológico**

Nesta parte da dissertação procurou-se fazer um enquadramento teórico e tecnológico, partindo da revisão da literatura. Procurou-se expor de um modo sintético e estruturado, um conjunto de conceitos essenciais para conceber e implementar um site de sucesso.

### **2.1. Evolução da Internet**

Ao longo dos tempos, a internet como qualquer mecanismo criado pelo homem, sofreu muitas alterações, adaptando-se constantemente às novas realidades. Mudou o perfil dos utilizadores, mudaram as características dos computadores, a velocidade das redes, os programas aplicativos, ou seja, tudo tem sofrido mudanças.

#### **2.1.1. Origem da Internet**

A grande rede mundial de computadores, teve início em 1969 em plena “Guerra Fria”, devido à necessidade de criar uma rede que permitisse trocar informação entre instituições militares dos Estados Unidos da América, mesmo que o Pentágono fosse eliminado por um possível ataque nuclear. Foi assim que surgiu a ARPAnet (Advanced Research Projects Agency Network), que é a antecessora da internet (Almeida, 2005). A mais importante inovação da ARPAnet foi a adopção de um meio de transmitir dados em longas distâncias de uma forma que não exigia conexões dedicadas entre cada ponto de rede, viabilizando que vários utilizadores partilhassem um canal de transmissão de dados em alta velocidade (Lemos, 1998).

Quando a “Guerra Fria” terminou, foi permitido o acesso aos cientistas e universidades de outros países que lhe pudessem aceder. Em 1980, com a adopção do protocolo Transport Control Protocol/Internet Protocol (TCP/IP), a rede foi dividida em duas, a Military Network (MILNET), que possuía as localizações militares e a nova ARPAnet designada por National Science Foundation Network (NSFNET), orientada fundamentalmente para fins científicos, que possuía as localizações não militares. Foi no âmbito da NSFNET que começou a surgir a internet, a rede mundial de computadores (Almeida, 2005).

Se o primeiro grande salto para a evolução da internet foi a abertura da rede às Universidades a nível mundial, o segundo motor da sua expansão resultou do interesse dos seus serviços por parte de muitas organizações comerciais, que viram neste novo meio de comunicação um amplo mercado a explorar. O caminho ficou aberto para que a internet se transformasse no sucesso que é hoje (Almeida, 2005).

Das várias aplicações da Internet destacam-se o correio electrónico e a World Wide Web. Em 1991, Tim Berners-Lee do CERN (Conseil Européen pour la Recherche Nucléaire) criou o protocolo http (Hyper Text Transfer Protocol) bem como a linguagem HTML (Hyper Text Markup Language) que permite navegar com a ajuda de ligações hipertextuais, através de redes, criando desta forma a World Wide Web (WWW). O seu objectivo era a criação de uma rede global que fosse prática, rápida e económica e na qual fosse possível aceder a informações independentemente da sua origem (Kennedy, 1997; Leonardi, 2001; CERN, 2002). Com este novo sistema de informação torna-se possível criar servidores de informação que incluíssem texto, imagem e mesmo multimédia. A WWW provocou um aumento exponencial do tráfego na internet, com taxas de crescimento de 300% nos primeiros anos (Coelho, 2007).

O número de sites activos passou de 1 milhão em 1995 para largas dezenas de milhões que existem hoje. Actualmente para todas as empresas que querem sobreviver num mercado cada vez mais agressivo, ter um site na internet não é um luxo mas sim um requisito obrigatório, não é um custo mas sim um investimento. Com a criação de um site a divulgação da empresa é efectuada 24 horas do dia, está presente na maior lista telefónica do mundo (Google) e facilita a divulgação de informação e serviços a nível mundial.

Para se compreender a pertinência da criação do site para o sindicato, decidiu-se apresentar alguns dados estatísticos importantes na área da internet e WWW. Primeiramente vejamos o comportamento dos utilizadores a nível mundial e depois em Portugal.

### **2.1.2. Situação Mundial**

A internet regista um crescimento incomparável desde a sua criação. Hoje em dia é utilizada por milhões de pessoas e organizações a diferentes níveis e com diversos propósitos. A internet permite às empresas, desde as mais pequenas até às maiores, a entrada em novos mercados, conquista de novos clientes, estabelecer relações com novos fornecedores, celebrar novas alianças

e parcerias e explorar novos produtos e serviços sem as tradicionais barreiras temporais ou geográficas (Gonçalves, 2005). Na tabela 1 podemos ver a evolução da utilização da internet em todo o mundo. Verifica-se que o nível de utilização tem vindo a crescer, mas ainda assim apenas 30% da população mundial utilizava a internet em 2010.

Ano	Nº Utilizadores (em milhões)	% da população mundial
1996	36	0,9
1997	70	1,7
1998	147	3,6
1999	248	4,1
2000	361	5,8
2001	513	8,6
2002	587	9,4
2003	719	11,1
2004	817	12,7
2005	1 018	15,7
2006	1 093	16,7
2007	1 319	20
2008	1 574	23,5
2009	1 802	26,6
2010	1 971	28,8
2011 (Junho)	2 110	30,4

Tabela 1: Evolução da utilização da Internet  
 Fonte: (Internet World stats, 2011 a)

Analisando o gráfico da figura 1, podemos verificar que a taxa de penetração é muito pequena na Ásia e enorme na Austrália e América do Norte, ou seja, a percentagem de utilizadores, é superior nas regiões mais desenvolvidas (Internet World Stats, 2011 b).

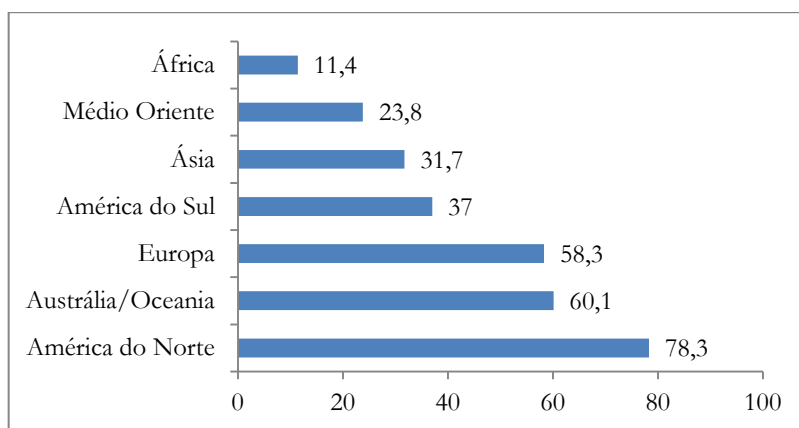


Figura 1: Taxa de Penetração (% da população)

Fonte: (Internet World Stats, 2011 b)

### 2.1.3. Situação em Portugal

Na década de 80 foi instalado o primeiro nó da European Academic and Research Network (EARN) em Portugal, mais precisamente em Lisboa. Mas foi a criação em 1986 da Fundação do Cálculo Científico Nacional (FCCN), hoje designada Fundação para a Computação Científica Nacional, que deu início à instalação da primeira rede de âmbito nacional, a Rede da Comunidade Científica Nacional (RCCN) (Ribeiro, 2009).

Durante os primeiros anos da década de 90 em Portugal, apenas algumas centenas de pessoas na comunidade académica e científica, faziam uso regular da internet. Durante o ano de 1995, o crescimento acelerado da internet em Portugal foi acompanhado por uma maior visibilidade social, com a criação de sites de alguns órgãos de comunicação social, nomeadamente: Público, Jornal de Notícias e TVI (Ribeiro, 2009). Apenas nos últimos anos se começou a alargar a utilização da internet em Portugal, primeiro através das Universidades e Centros de Investigação e Desenvolvimento, mais tarde com o aparecimento de diversos Internet Service Providers (ISP). Tem-se vindo a registar um aumento de utilizadores por parte de empresas, organismos públicos e utilizadores individuais (Coelho, 2007).

Segundo a Internet World Stats, em Portugal existem cerca de 5,168,800 de utilizadores da internet. A figura 2 mostra a taxa de crescimento do número dos utilizadores da Internet em Portugal, ou seja de 2007 para 2010 houve um crescimento de 48,1% de utilizadores (Internet World Stats, 2011 c).

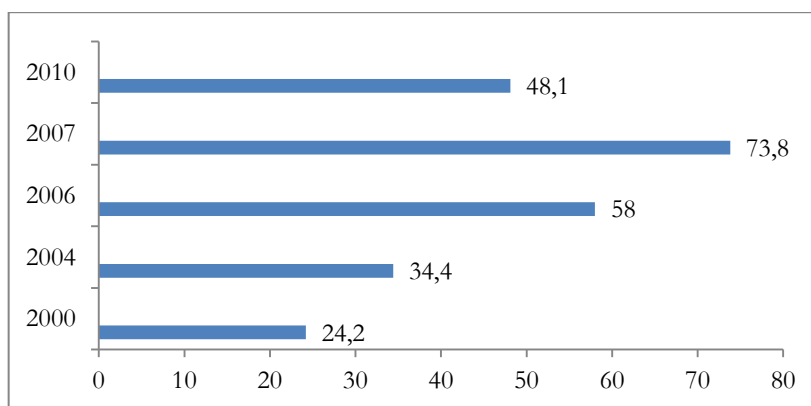


Figura 2: Evolução da Taxa de Crescimento de utilizadores em Portugal (% da população)  
 Fonte: (Internet World Stats, 2011 c)

Em 2010, o Instituto Nacional de Estatística com a colaboração da Agência para a Sociedade do Conhecimento realizou um inquérito à Utilização de Tecnologia da Informação e da Comunicação pelas Famílias. Este inquérito enquadra-se no desenvolvimento das estatísticas da Sociedade da Informação, realizado anualmente seguindo as recomendações metodológicas da Eurostat e apresenta dados entre 2006 e 2010.

Segundo este inquérito 59,5% dos agregados domésticos possuíam computadores em casa, 53,7% tinham acesso à internet e 50,3% dispunham de internet em banda larga. A figura 3 apresenta a evolução destes indicadores, sendo de salientar o crescimento médio anual de 21% no indicador de acesso à banda larga, isto é em 2006 apenas um quarto (24%) dos agregados domésticos tinha banda larga em casa, enquanto que, em 2010 este é o meio de acesso de cerca de metade (50,3%) dos agregados.

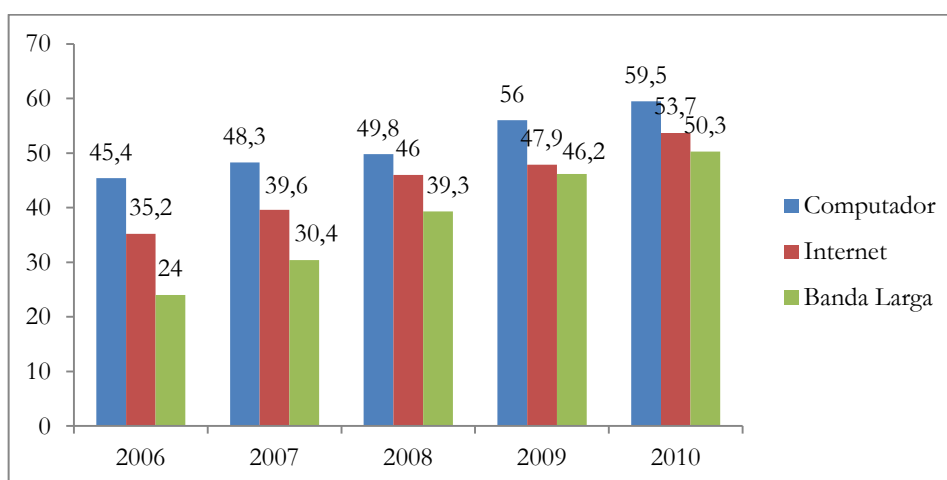


Figura 3: Evolução do nº de utilizadores de computador, Internet e ligação através de banda larga  
 Fonte: (INE, 2010)

Dos agregados familiares com acesso à internet por banda larga, destaca-se a ligação por cabo (37%), as tecnologias DSL (30%) e a ligação móvel através de modems USB ou placas de acesso à internet (27%) (INE, 2010). O mesmo estudo revela que em 2010 55,4% dos indivíduos com idades compreendidas entre os 16 e os 74 anos utilizavam computador e 51,1% acediam à internet. Na caracterização por sexo, 61% dos homens utilizavam o computador e 56,2% a internet, enquanto que, as mulheres se registava 50,1% e 45,2% respectivamente. Na tabela 2, podemos também ver que a utilização do computador e da internet varia na razão inversa da idade, ou seja, é no escalão etário dos 16 aos 24 anos que se verifica um maior nível de utilização de computador (94%) e de internet (89%). Relativamente ao nível de escolaridade, dos que concluíram o ensino superior 97% utilizavam o computador e 96% acediam à internet, enquanto, que dos que concluíram o 3º ciclo, apenas 39,7% utilizavam o computador e 34,3% a internet, verificando uma grande disparidade neste caso.

	Computador	Internet
<b>Total</b>	55,4	51,1
<b>Sexo</b>		
Homens	61,0	56,2
Mulheres	50,1	45,2
<b>Escalões Etários</b>		
16 a 24 anos	94,0	89,3
25 a 34 anos	82,1	79,2
35 a 44 anos	66,9	62,4
45 a 54 anos	46,7	40,6
55 a 64 anos	32,00	27,7
65 a 74 anos	12,7	10,4
<b>Nível de Escolaridade</b>		
Até ao 3º ciclo	39,7	34,3
Ensino secundário	94,3	92,2
Ensino superior	97,0	95,7
<b>Condição Perante o Trabalho</b>		
Empregado	66,4	61,3
Desempregado	52,6	48,0
Estudante	99,5	95,3

Tabela 2: Perfil dos utilizadores de computador e internet  
Fonte: (INE, 2010)

Com base neste estudo realizado pelo INE, todos os dias ou quase todos os dias, 76% dos indivíduos utilizavam o computador e 75% a internet, sendo a residência (91% computador e 89% internet) e o local de trabalho (44% computador e 40% internet) os principais locais de utilização (INE, 2010).

A actividade mais frequente no uso da internet consistia em enviar e receber e-mails, seguida da pesquisa de informação sobre bens e serviços. Na tabela 3, podemos ver as principais actividades referenciadas pelos utilizadores (INE, 2010).

<b>ACTIVIDADES</b>	
<b>Enviar/receber e-mails</b>	88,4
<b>Pesquisa de informação sobre bens e serviços</b>	85,8
<b>Jogar ou fazer downloads de jogos, imagens ou músicas</b>	79,2
<b>Pesquisar informação sobre saúde (lesões, doenças, nutrição)</b>	59,2
<b>Download de Software</b>	45,5
<b>Obter informação sobre sítios Web de organismos da Administração Pública</b>	40,1
<b>Efectuar serviços bancários através da Internet</b>	38,1
<b>Ler/download de jornais e revistas online</b>	36,3
<b>Preencher e enviar on-line impressos/formulários oficiais</b>	33,0
<b>Download de impressos/formulários oficiais</b>	28,4
<b>Utilizar serviços relativos a viagens e alojamentos</b>	26,9

Tabela 3: Actividades desenvolvidas na Internet  
Fonte: (INE, 2010)

Iremos ver de seguida os aspectos a ter em conta, por ordem de importância, para conceber e implementar um site com sucesso.

## **2.2. Concepção e Implementação de um Site**

### **2.2.1. Planeamento**

Antes mesmo de se ter uma ideia de como será o aspecto do site, é necessário conhecer determinados itens para desenvolver um projecto com coerência, ou seja, tem que se saber dar resposta às seguintes questões:

- Quais os objectivos do site?
- Qual o público-alvo?
- Qual a estrutura do site?
- Quais os conteúdos e funcionalidades do site?
- Qual o programa a utilizar?

Ao responder a estas questões, estamos a identificar as necessidades e a definir o plano de trabalho, definimos detalhadamente as funcionalidades do sistema (levantamento dos requisitos), a respectiva descrição (especificação do site), que conteúdos e onde serão colocados (Figueiredo, 2004). É cada uma destas partes que se irá abordar a seguir.

### **2.2.2. Levantamento dos Requisitos**

A identificação dos requisitos é um dos passos mais importantes na concepção de um site. Consiste em fazer um levantamento das necessidades que o site deve ter, a nível dos conteúdos e funcionalidades, para que seja uma poderosa ferramenta de informação e comunicação.

Habitualmente, começa-se por uma fase qualitativa, sob a forma de entrevistas e segue-se uma fase quantitativa atingível através de questionários. A utilização das entrevistas é uma das técnicas mais usadas para identificar e assimilar os requisitos do site, pois trata-se de uma técnica simples e directa. Uma entrevista é uma conversa com um interlocutor, tendo em vista um objectivo (Bingham e Moore, 1924). A entrevista é um meio eficaz para recolher informações sobre a estrutura e funcionamento de um grupo, instituição, dar a conhecer os pontos de vista dos entrevistados (Bell, 2004).

A entrevista é definida por Haguette (1997) como um processo de interacção social entre duas pessoas na qual o entrevistador tem por objectivo a obtenção de informações por parte do entrevistado. Nas entrevistas a forma como determinada resposta é dada, o tom de voz, os silêncios, a expressão facial, transmitem informações que numa resposta escrita nunca seria possível. É uma técnica subjectiva, existindo sempre o perigo de se ser parcial.

O questionário é um instrumento para recolha de dados constituído por um conjunto mais ou menos amplo de perguntas que se consideram relevantes de acordo com as características e dimensão do que se deseja observar (Hoz, 1985). Realizar um questionário é interrogar um determinado número de pessoas acerca de uma situação, tendo em vista uma generalização. Um questionário consiste, portanto, em suscitar um conjunto de discursos individuais, interpretá-los e generalizá-los. É o único método, que podemos aplicar em grande escala, escolhendo os indivíduos, economizando tempo, proporcionando relativa liberdade de respostas e grande facilidade no tratamento estatístico de dados. Garante o anonimato dos inquiridos e permite que as pessoas respondam no momento que julgarem mais conveniente. Um questionário é um instrumento estandardizado, tanto no texto das questões como na sua ordem. Para construir um questionário é necessário sabermos com exactidão quais os objectivos do mesmo e garantir que as questões tenham o mesmo significado para todos os inquiridos. A construção e a formulação das questões constituem uma fase crucial no desenvolvimento de um questionário. Para ser possível a comparabilidade das respostas é necessário que as questões sejam colocadas a todos da mesma forma, sem adaptações nem explicações suplementares (Bell, 2004).

### **2.2.3. Esquema de Navegação**

É importante desenvolver um site com um design apelativo para atrair utilizadores num primeiro momento, mas não é razão suficiente para mantê-lo ou fazê-lo retornar ao site. Os argumentos são os conteúdos, mas para lhes chegar é necessário um esquema de navegação funcional, óbvio e simples. A barra de navegação é o veículo que leva o utilizador a viajar pelo site (Seara, s.d.).

O modo como a informação é estruturada é crucial, as opções dos menus devem ser apresentadas por ordem de importância e por ordem de frequência de selecção. A estrutura do site deve ser determinada pelas tarefas que os utilizadores desejam realizar. O percurso do utilizador deve ser o menor possível, por exemplo, os utilizadores que tiverem de clicar mais de 4 níveis para

encontrar o que desejam, podem simplesmente desistir. A informação deve estar no máximo à distância de 3 cliques (Nielsen, 2000).

Num bom esquema de navegação é indispensável o mapa do site, pois aí estão disponíveis todas as páginas e as relações entre elas. O mapa do site é o índice que pode ser otimizado com um sistema de pesquisa. O mapa do site deve contextualizar o utilizador, permitindo-lhe saber onde está, de onde veio e para onde pode ir (Seara, s.d.).

#### **2.2.4. Disposição das Páginas**

A disposição das páginas deve transmitir a informação desejada com eficiência, deve ser um elo de comunicação com o utilizador, cada elemento inserido num site deve ter um objectivo. A perfeição de um site atinge-se quando não há nada a ser retirado ou a ser acrescentado (Webaim, 1999).

A distribuição dos elementos e as cores escolhidas são importantíssimas, normalmente os olhos movimentam-se da esquerda para a direita e de cima para baixo (em “Z”), logo o layout ideal será aquele em que leva o utilizador a ver primeiro os elementos superiores (logótipo) e a partir daí, descer em forma diagonal. Os olhos, normalmente, procuram primeiro os elementos maiores e só depois os mais pequenos, assim como primeiros olham para os mais escuros e só depois os mais claros (Seara, s.d.).

Numa página Web, a hierarquia visual deve ser preservada, seguindo o esquema da pirâmide invertida. A informação mais importante em cima, pois no ecrã não se lê com a mesma atenção que no papel, lê-se na diagonal procurando informação relevante (Seara, s.d.).

#### **2.2.5. Página Principal**

A página principal é a cara do site, por isso deve espelhar a filosofia subjacente ao site, pois é a página mais vista. Se o site for muito funcional está bem estruturado, mas se não for “acolhedor” os utilizadores sentir-se-ão pouco tentados a visitá-lo. No entanto, o processo de embelezamento não pode dificultar o acesso ao site (Santinho, 2002). O principal objectivo da página principal é responder às perguntas “Onde estou?” e “O que faz este site?”. O design deve deixar óbvio o

objectivo do site para o utilizador que o visita pela primeira vez. O elemento mais importante na página principal é o nome da empresa ou o logótipo, para além disso, deve ter acesso a todas as principais áreas de conteúdo do site, um resumo das notícias ou promoções mais importantes e um motor de pesquisa (Nielsen, 2000).

De acordo com um estudo realizado por Miguel Santinho (2002), sobre a inutilidade das páginas iniciais, analisando 35 páginas de entrada de sites portugueses concluiu que:

- As páginas de entrada consumiam, em média, 14 segundos para completar uma animação ou carregar as imagens e redireccionar para a página principal. O que, em mil utilizadores, significa quase 4 horas de tempo desperdiçado;
- 17% dos sites possibilitavam saltar a animação e entrar imediatamente no seu interior;
- De 20% dos sites que utilizavam som na página de entrada, nenhum possibilitava desligá-lo.

Conclui-se então que as funcionalidades das páginas de entrada quando inúteis ou se podem ser oferecidas de um modo mais simples e eficaz, devem ser eliminadas.

#### **2.2.6. Usabilidade**

“Usabilidade é uma característica daquilo que é utilizável, funcional, é tornar óbvio o que é óbvio, tendo em conta as necessidades do utilizador e o contexto em que está inserido. A usabilidade é um caminhar progressivo em direcção ao utilizador, está em todo o lado e existe sempre um pormenor que pode ser alterado para melhor” (Seara, s.d.).

Num site, os primeiros minutos são decisivos para convencer os utilizadores, por isso todos os elementos da página precisam de ser avaliados em termos de impacto. É preciso que as páginas se carreguem facilmente e todos os elementos gráficos precisam de ser optimizados (tamanho, qualidade, interesse). As preocupações do utilizador comum, quer esteja à procura de informação ou de entretenimento são no sentido de verificar se o site vai demorar a abrir, se vai mesmo abrir ou se o navegador vai funcionar naquele site (Seara, s.d.).

As regras básicas de usabilidade são (Seara, s.d.):

1. Clareza na arquitectura da informação;
2. Facilidade de navegação;

3. Simplicidade;
4. A relevância do conteúdo;
5. Coerência;
6. Rapidez;
7. Atenção nos utilizadores.

Segundo Jacob Nielsen (2000), o grande especialista da usabilidade, são sete os entraves à usabilidade:

- O primeiro entrave é a irrelevância no uso de termos como “website” e “homepage”, no título da página principal quando o utilizador sabe que está em todos estes contextos. O mesmo acontece com títulos de páginas “os nossos produtos”, “o carrinho de compras” e “as suas dúvidas” em vez de “produtos”, “carrinho de compras” e “dúvidas”;
- Redundância é o segundo entrave, ou seja, o mesmo elemento aparece em áreas diferentes principalmente opções de navegação e até links activos para a página principal na própria página principal. A informação sobre assuntos similares deve estar toda junta e os nomes nos menus não devem suscitar mal entendidos;
- O terceiro entrave é a ausência de conteúdos informativos válidos e importantes. Não se deve misturar a informação com o marketing sem regras;
- A inadequação discursiva é o quarto entrave, ou seja, cabeçalhos de notícias demasiados longos ou menus com termos demasiados técnicos para o grande público;
- O quinto entrave é a inconsistência, por exemplo, o uso aleatório de letras maiúsculas e minúsculas entre as opções de um mesmo menu de navegação;
- O mau posicionamento e a má organização de elementos chave, como a categorização e subcategorização de menus, é o sexto entrave da usabilidade;
- Por último, o sétimo erro é a violação de convenções da Web tacitamente aceites por todos, como por exemplo, a cor padrão dos links ou a ocultação do botão de retrocesso. Estes entraves fazem com que, por vezes, o utilizador fique confuso.

### **2.2.7. Acessibilidade**

Falar de acessibilidade Web é falar de acesso universal à Web, independente do tipo de software, hardware, infraestruturas de rede, idioma, cultura, localização geográfica e capacidade dos utilizadores (Webaim, 1999).

Segundo Tim Berners-Lee (1994), o poder da Web está na sua universalidade, o acesso feito por qualquer pessoa independentemente da sua incapacidade, é um aspecto essencial. Ou seja, a Web deve ser acessível a todos os utilizadores independentemente das circunstâncias e dos dispositivos utilizados. As páginas Web devem ser acessíveis tanto para uma pessoa com deficiência, como para uma pessoa que se encontre sob circunstâncias externas que dificultem o acesso à informação.

O Web Content Accessibility Guidelines fornece um conjunto de directrizes internacionais desenvolvidas pela World Wide Web Consortium (W3C), que são a base da maioria das leis de acessibilidade Web. Estas directivas visam permitir que todos possam ter acesso aos websites, independentemente de possuírem deficiências ou não. Abordam desde o tipo de fonte a ser usado, bem como o seu tamanho e cor, de acordo com as necessidades do utilizador, até às recomendações relativas ao código (HTML, CSS) (Webaim, 1999)..

O W3C define quatro princípios que devem ser aplicados na construção de um site (Ferraz, 2003):

- Perceptível - o conteúdo de um site deve ser apresentado de forma a ser compreendido por qualquer pessoa;
- Operável - os elementos de interface presentes num site devem ser fáceis de efectuar por qualquer pessoa, ou seja, o site deve facilitar a navegação e a orientação através do conteúdo do mesmo;
- Inteligível - o site deve ser auto-evidente e não colocar nenhum obstáculo a utilizadores menos experientes ou com dificuldades de acesso;
- Robusto - o site deve usar tecnologias que maximizem a compatibilidade da sua estrutura com navegadores actuais e futuros, tecnologias de acessibilidade e outros programas.

A Web oferece independência e liberdade para as pessoas com deficiências que não são possíveis com outros meios de comunicação. No entanto se um site não é desenvolvido tendo em mente a acessibilidade, uma parte dos utilizadores são excluídos. Para que isto não aconteça, devemos implementar a acessibilidade de forma a garantir que a Web esteja acessível a toda a população (Webaim, 1999).

### **2.2.8. Escolha do Programa**

Para criar um site, é preciso escolher um programa, existindo actualmente variadíssimos produtos com características e qualidades diferentes. A escolha do programa depende das necessidades do utilizador e fundamentalmente dos objectivos que se pretende alcançar com as páginas. Caso se pretenda produzir um site simples com pouco conteúdo, de cariz informativo e que não mude com muita frequência, utilizamos um programa mais básico; se o site a conceber for de média ou grande dimensão, cuja informação seja dinâmica ou mude com alguma frequência, tem de se recorrer a um programa mais complexo.

Podemos escolher entre um programa proprietário ou um programa livre. Isto é, existem programas que para os adquirir e utilizar temos de pagar uma licença e, outros em que estão disponíveis sem qualquer restrição.

#### **2.2.8.1. Programa Proprietário**

O programa proprietário é aquele em que o seu uso, redistribuição ou modificação é proibido, tem de se solicitar permissão ao proprietário, adquirindo uma licença (Wikipedia s.d. a). São programas que possuem o seu código-fonte fechado, onde só o seu criador tem controlo sobre o código e consequentemente sobre as suas funções, melhorias e correcções.

O programa proprietário mais usado para criação de sites, é o DreamWeaver. Foi produzido pela Macromedia, empresa que foi comprada pela Adobe Systems em 2005, trata-se da mais poderosa ferramenta para construção de sites, desde os mais simples até grandes portais do início ao fim. Destina-se quer a utilizadores iniciantes como programadores, permite visualizar o posicionamento dos elementos e fazer alterações directamente no código fonte (Coelho, 2007).

#### **2.2.8.2. Programa Livre**

Há uma crescente oferta de sistemas baseados na licença de programa livre que oferece ao utilizador a possibilidade de:

- Executar o programa sem qualquer encargo;
- Estudar como o programa funciona e adaptá-lo às suas necessidades;
- Aperfeiçoar o programa e divulgação de modo a que todas as pessoas interessadas possam beneficiar;

Iremos ver as características, das principais ferramentas livres da actualidade que são o Wordpress e o Joomla.

#### **2.2.8.2.1. Wordpress**

Wordpress, é um sistema de gestão de conteúdo na Web, escrito em linguagem PHP e executado em MySQL, especialmente para a criação de blogs, mas pode ser utilizado para criar sites simples. Pode ser actualizado facilmente sem que se tenha qualquer conhecimento de HTML, pelo que é um dos sistemas mais fáceis de utilização disponível na internet (Wordpress Portugal, s.d.).

Foi criado a partir do programa para criação de blogs b2/cafeelog e é hoje, junto com o Movable Type, o programa mais popular na criação de weblogs (Wikipedia, Software proprietário, s.d.). As causas do seu rápido crescimento são, entre outras, o tipo de licença (de código aberto), a facilidade de uso e as suas características como gestor de conteúdos. Criado por Ryan Boren e Matthew Mullenweg, é distribuído sob a GNU General Public License sendo gratuito.

Porque o WordPress é padrão da Web, um site criado com este programa pode ser listado no Google dentro de 2 dias, enquanto que um site desenvolvido com outro programa, pode demorar até 2 meses para que isso aconteça. Assim, do ponto de vista de marketing, o WordPress é difícil de resistir.

Em Junho de 2001 a rede Wordpress.org foi alvo de críticas e em Maio de 2007 um estudo revelou que 98% dos blogs eram vulneráveis porque estavam a usar versões ultrapassadas. No entanto, a Wordpress tem melhorado em termos de segurança e as ultimas versões têm relatos mínimos de vulnerabilidade (Wikipedia, s.d. c).

#### **2.2.8.2.2. Joomla**

Joomla, é um dos melhores sistemas de gestão de conteúdos para designers, programadores web e administradores. É um dos sistemas de gestão de conteúdo mais utilizados no mundo, devido à sua simplicidade de instalação, configuração, administração e uso, pois não é necessário ter conhecimentos de programação para desenvolver um bom site. O Joomla, oferece a melhor plataforma para se desenvolver os sites com todas as exigências de Search Engine Optimization (SEO).

Trata-se de um sistema de gestão de conteúdos criado a partir do gestor de conteúdo CMS Mambo, desenvolvido em PHP e pode ser executado no servidor Web Apache ou IIS e base de dados MySQL. É um programa livre (licença GPL), encontra-se disponível numa versão básica e gratuita, com todos os componentes essenciais para ter um site totalmente operacional logo de início. Porém, é possível acrescentar outros módulos e componentes, tornando a versão básica mais rica e funcional. Existem mais de 6 000 extensões livres (módulos, componentes, templates, traduções) que permitem que um site tenha inúmeras funcionalidades, ou seja, são as extensões que dão dinamismo e funcionalidades ao site.

O Joomla, tem uma comunidade activa com mais de 250.000 utilizadores validados, entre programadores e colaboradores de todo o mundo, que ajudam a tirar dúvidas, existem diversos modelos e componentes disponibilizados gratuitamente, a possibilidade de traduzir a interface para português, além de permitir o uso de recursos da Web 2.0, como a acessibilidade, validações W3C e muito mais (ComunidadePortuguesa, 2011).

#### **2.2.9. Domínio**

A criação de um site, deve ser sempre iniciada pela escolha e registo do domínio, pois é através do domínio que os visitantes chegam ao site, ou seja, o domínio é o nome e localização do site. Um bom domínio que seja fácil de memorizar trará benefícios a longo prazo e permitirá que o site seja encontrado facilmente, pois é o domínio que os utilizadores têm de recordar, para voltar ao site. Antes do logótipo, do design e do conteúdo, vem sempre o domínio. Na Web o domínio é a primeira imagem de marca do site (Criar meu Site, 2009).

### 2.2.9.1. Níveis do Domínio

Não pode haver domínios com o mesmo nome na Web. Terá de haver sempre um detalhe ou detalhes que diferenciam um domínio do outro. Esses detalhes são os níveis do domínio (Domínios, s.d.):

- **TLD** – Top Level Domain, domínio de nível superior ou domínio de primeiro nível. É a parte do nome do domínio que vem depois do ponto, ou seja a extensão;
- **SLD** – Second Level Domain, domínios de segundo nível. É a parte do nome do domínio que vem antes do ponto, ou seja o nome escolhido;

Exemplificando através do endereço [www.iscap.ipp.pt](http://www.iscap.ipp.pt):

TLD	.pt
SLD	iscap.ipp

Os TLD's podem ser de dois tipos:

- **gTLDs** – Generic Top Level Domains, domínios genéricos de nível superior. Não estão associados a nenhum país, por exemplo .org, .net, .com;
- **ccTLDs** – Country Code Top Level Domains, domínios de primeiro nível com código do país. São constituídos pelas iniciais do país, por exemplo, .pt, .es, .nl.

### 2.2.9.2. Nome do Domínio

Se queremos posicionar-nos bem nos motores de busca é importante que o nome do domínio inclua palavras-chave relacionadas com o negócio, pois, a maior parte dos visitantes chegará ao site através de um motor de busca, procurando por uma ou mais palavras-chave relacionadas.

Apresentam-se de seguida algumas dicas para escolher o melhor domínio (Truques e Dicas, 2010):

- Não registar domínios demasiado longos, apesar de se poder registar nomes até 63 caracteres, pois é mais difícil de lembrar, escrever e dizer sobretudo se está a dar informações por telefone;
- Evitar utilizar hífen e números;
- Evitar nomes com fonemas homófonos (falados da mesma forma mas escritos de forma diferente);

- Criar múltiplas extensões de forma a evitar que outras pessoas copiem o nome do nosso domínio;
- Utilizar palavras-chave que são procuradas nos motores de busca;
- Depois de escolher e registar o domínio, deve-se evitar mudá-lo.

### 2.2.9.3. Extensões do Domínio

O domínio é constituído por duas partes: o nome como já vimos, e a extensão que pode ser, .com, .net, .org, .pt, .info entre outras. Por um lado se o site se dirigir a utilizadores de vários países, é preferível escolher uma extensão do tipo .com, .net. No entanto estas extensões consideram-se hoje generalistas e são uma opção mais fácil e económica atendendo a que não é necessário cumprir quaisquer requisitos para registar um domínio deste tipo, bastando estar disponível. Por outro lado, se o público-alvo são apenas utilizadores de um país em particular, é preferível optar pela extensão do país (.pt, .es, .br) (Figueiredo, 2004). Na tabela 4 podemos ver uma lista das principais extensões utilizadas actualmente.

.com	Abreviatura de “comercial”, são os mais populares e podem ser registados por qualquer pessoa ou entidade.
.net	Abreviatura de “network”, foram criados para serem usados em sites técnicos.
.org	Abreviatura de “organization”, normalmente são usados por empresas dedicadas a servir o interesse público.
.info	Podem ser registados pelo público em geral.
.biz	Domínio dedicado exclusivamente aos negócios. Só podem ser utilizados por pessoas ou entidades associadas a actividades comerciais.
.pt	Extensão específica de Portugal.

Tabela 4: Domínios Top-Level (TLD)

Fonte: (Figueiredo, 2000)

### 2.2.9.4. Regras para Registo de Domínios .pt

Para registar um domínio .pt é necessário cumprir os requisitos impostos pela FCCN – Fundação para a Computação Científica Nacional, entidade reguladora de domínios .pt.

Existem regras restritivas, que visam proteger as firmas e as marcas das empresas portuguesas. Apenas poderão registar domínios .pt as pessoas colectivas, empresários em nome individual, profissionais liberais, entidades públicas com autonomia administrativa e quaisquer pessoas/entidades, desde que sejam titulares de marcas verbais/nominativas. Para registar um domínio .pt é preciso provar a posse da marca (registo no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPC)) ou do nome da empresa (Coelho, 2007).

Regras para a composição de nomes de domínios .pt (DNS.pt, 2008):

- No caso das pessoas colectivas, ou empresários em nome individual, o nome do domínio deverá coincidir com o nome, a firma ou denominação da mesma, devidamente registados;
- No caso de titulares de marcas registadas pela via do registo nacional, comunitário ou internacional, o nome do domínio deverá coincidir integralmente com o sinal da marca registada e apenas são admitidas como base de registo as marcas nominativas tal como constem do respectivo título de registo nacional, comunitário ou internacional desde que, nestes últimos casos, as marcas sejam extensivas a Portugal;
- No caso de profissionais liberais, o nome do domínio deverá coincidir integralmente com o respectivo nome profissional constante de documento comprovativo da referida qualidade;
- No caso das entidades públicas, o nome do domínio deverá coincidir com o constante da publicação no Diário da República.

#### **2.2.10. Alojamento**

O alojamento de sites diz respeito ao serviço que é contratado a uma empresa que possibilita a colocação do site on-line. Ou seja, alojar significa ocupar um espaço num servidor com páginas do cliente, de modo a permitir que qualquer utilizador através de um navegador e com acesso à internet aceda ao site. Pode ser efectuado por qualquer entidade que tenha condições técnicas para o efeito (Coelho, 2007).

As empresas de alojamento fornecem, entre outros, os seguintes serviços: espaço físico para alojar os ficheiros do site, endereços de correio electrónico com o domínio, ferramentas para criar sites, ferramentas de gestão do domínio e suporte técnico.

### **2.2.10.1. Alojamento em Portugal**

Em Portugal, o serviço de alojamento de páginas Web nos últimos 3 anos deu um grande salto, com servidores Web topo de gama, redes de fibra óptica e profissionais exigentes. A qualidade do serviço oferecido está cada vez mais perto das empresas de alojamento no estrangeiro. O alojamento pode ser contratado a um grande número de empresas, tais como os Internet Service Providers (ISP's), operadores de telecomunicações, fornecedores de conteúdos, empresas de serviços informáticos. Os endereços de algumas dessas empresas em Portugal são (Coelho, 2007):

- Amen <http://www.amen.pt/>
- Portugalmail <http://www.ping.pt/>
- PTservidor <https://www.ptservidor.pt/>
- PTwebSite <http://www.ptwebsite.com/>
- Trignosfera <https://www.trignosfera.pt/>
- Visual-Fusion <http://www.visual-fusion.com/>

### **2.2.10.2. Alojamento no Estrangeiro**

Algumas empresas localizadas especialmente nos Estados Unidos e em alguns países da Europa, construíram, ao longo dos últimos anos, enormes centros de processamento de dados, com capacidade para centenas ou milhares de máquinas. O fornecedor encarrega-se de criar e manter as condições necessárias à prestação do serviço, como sejam alimentação eléctrica socorrida (UPS's ou gerador), chão falso para passagem dos cabos, ar condicionado, ligação fiável à internet, suporte às máquinas instaladas, socorro em caso de emergência (por exemplo, em casos de serviço em baixo).

Com o grande volume de máquinas e clientes, estas entidades conseguem preços mais baixos, com um serviço de qualidade. Outra vantagem é que muitos dos centros de dados estão ligados

de forma directa aos pontos principais da internet mundial. Desta forma, o acesso à internet fica mais facilitado, mesmo em casos de grande número de acessos (Coelho, 2007).

### **2.2.10.3. Alojamento gratuito**

Há já alguns anos apareceram na internet comunidades que permitem publicar conteúdos Web a utilizadores individuais totalmente gratuito, sendo uma das mais famosas o Geocities. O modelo de negócios baseia-se na publicidade, patrocínios e na oferta de serviços adicionais pagos.

Neste tipo de serviços existem restrições aos utilizadores. O espaço é limitado, de forma a incentivar os utilizadores a adquirirem mais espaço (sendo o adicional pago); os utilizadores não podem colocar informações comerciais ou de alguma forma moral ou politicamente incorrecta, havendo uma certa limitação nos conteúdos a colocar; obrigatoriedade de ostentação nas páginas de uma área de publicidade à entidade que faz a hospedagem ou a um dos patrocinadores; não existe a possibilidade de dispor de domínio próprio.

O alojamento gratuito não é a melhor opção pois não inspiram muita confiança, podem falhar ou mesmo fechar a qualquer momento, não permitem fazer cópias de segurança dos dados entre muitas outras desvantagens (Coelho, 2007). No entanto actualmente já existem alguns alojamentos gratuitos que oferecem alguma confiança, por exemplo o Google sites, o sapo, o wix, entre outros.

### **2.2.10.4. Tipo de Alojamentos**

Actualmente na maioria das empresas existem 3 tipos de alojamentos, o serviço de alojamento partilhado, serviço de alojamento dedicado e alojamento de servidor no operador (Coelho, 2007).

O Alojamento partilhado é um espaço no servidor Web que é partilhado por outros clientes, todos os sites usam o mesmo programa e sistema operativo. É um serviço barato uma vez que os custos são divididos por todos os clientes. No entanto, existem limites nos recursos do servidor pois tudo é partilhado. É a solução mais utilizada pelas empresas com poucos recursos financeiros.

O Alojamento dedicado, consiste numa máquina física totalmente dedicada a um cliente, todos os recursos que a máquina tiver são alocados àquele cliente sem limitações. É a solução mais utilizada para sites empresariais em que a dimensão da empresa e os seus recursos financeiros o justifiquem.

No Alojamento de servidor no operador o cliente compra e instala uma máquina nas instalações do fornecedor do serviço, que funciona como servidor de WWW. Difere do anterior porque a máquina é do cliente que contrata o serviço.

### **2.2.11. Divulgação dos sites**

O principal objectivo de um site é atrair visitantes. Mas criar um site estético e com um bom conteúdo não garante o seu sucesso. É fundamental a sua divulgação pois só entre 20% a 25% de tudo o que existe na Web é publicado nos motores de busca (Hortinha, 2000).

Web marketing é o nome dado ao conjunto de instrumentos e modos de operação que realçam a presença ou a existência de uma empresa, profissional, pessoa, ou mesmo uma ideia de uma área específica ou em toda a rede mundial de computadores interligados com a utilização da internet (Wikipedia, s.d. b).

A forma de publicidade mais utilizada são os *banners*, sendo estes comercializados em termos de visualizações ou impressões. Os *banners* são mensagens publicitárias que aparecem nos sites em locais de destaque e que constituem uma hiperligação ao site que estão a promover (Coelho, 2007).

O envio de mensagens publicitárias através do correio electrónico é outra forma de promoção. A Newsletter é a forma correcta de se enviar por e-mail pois só recebem os utilizadores registados. No entanto por vezes são utilizadas listas de endereços de correio electrónico obtidos sem conhecimento dos próprios para enviar mensagens de publicidade, são os chamados spam.

Registar o site nos principais motores de busca é uma estratégia de marketing bastante eficiente, pois quando alguém pretende encontrar algo na internet, recorre por exemplo ao Google ou ao Yahoo. Segundo a Forrester Research, os motores de busca são os meios mais utilizados para a localização de páginas Web (Hortinha, 2000).

## **Parte III**

### **Trabalho Desenvolvido**

### **3. Sindicato Nacional dos Trabalhadores da Indústria e Comércio, Alimentação, Bebidas e Afins**

O Sindicato Nacional dos Trabalhadores da Indústria e Comércio de Alimentação, Bebidas e Afins, é uma associação sindical constituída pelos trabalhadores nela filiados que exerçam a sua actividade nos sectores que representa: vinhos, cervejas, águas, refrigerantes, adegas e tanoaria, em todo o território Nacional (Estatutos, 2003).

O Sindicato é financiado pelas quotas dos cerca de 650 trabalhadores sindicalizados (a quota é de 1% sobre o salário base).

As suas principais actividades são: apoio jurídico aos sócios, formação profissional, fiscalizar e reclamar a aplicação das leis do trabalho e das convenções colectivas de trabalho, negociação da contratação colectiva dos diversos sectores de actividade que representa, prestar assistência jurídica e judiciária aos associados nos conflitos resultantes de relações de trabalho e intervir nos processos disciplinares instaurados aos associados (Estatutos, 2003).

Todas as actividades são exercidas com total independência relativamente ao patronato, poder político, partidos políticos, igrejas ou quaisquer outros agrupamentos de carácter político ou confessional (Estatutos, 2003).

#### **3.1. O nascimento do Sindicato**

Em Agosto de 1981, com vista à reestruturação sindical do sector de bebidas, a CGTP-IN Confederação Geral dos Trabalhadores Portugueses – Intersindical Nacional, convocou as seguintes estruturas sindicais:

- Federação dos Sindicatos das Industrias de Alimentação, Bebidas e Tabacos;
- Sindicato Nacional dos Trabalhadores da Industria de Bebidas;
- Sindicato Livre do Norte dos Trabalhadores de Armazém;
- Sindicato dos Tanoeiros de Portugal.

Em resultado de reorganização definida foram criados dois sindicatos:

- **Sindicato Bebidas Norte e Centro**, ficando este sindicato com representatividade nos distritos do Porto, Braga, Viana do Castelo, Vila Real, Bragança, Aveiro, Coimbra, Viseu e Guarda.
- **Sindicato de Bebidas Sul e Ilhas**, com representatividade nos distritos de Leiria, Santarém, Castelo Branco, Portalegre, Lisboa, Setúbal, Évora, Beja, Faro, Regiões autónomas da Madeira e dos Açores.

A criação destes dois sindicatos teve como pressuposto fazer-se a verticalização nas empresas dos vinhos, cervejas e águas das diversas categorias profissionais. Para tal foi solicitada às comissões de trabalhadores das diversas empresas, a sensibilização junto dos trabalhadores para a verticalização.

Na referida reunião, foi deliberado o desencadeamento do processo de integração do Sindicato dos Tanoeiros de Portugal no Sindicato Livre do Norte dos Trabalhadores de Armazém o que não chegou a acontecer. Com a dinâmica da verticalização, estes dois sindicatos (o dos armazéns e dos tanoeiros) decidem fazer a sua integração no Sindicato de Bebidas da Região Norte e Centro o que veio a acontecer em Outubro de 1981.

Por divergências com a União dos Sindicatos do Porto, em 1984, a direcção em exercício (do Norte e Centro) decide suspender a sua filiação formal com a CGTP-IN, levando o sindicato a partir de então a ter uma relação informal com a referida estrutura, o que ainda hoje se mantém.

Com o propósito de ter abrangência a nível nacional em **2000**, são alterados os estatutos e o sindicato passa a denominar-se **Sindicato Nacional dos Trabalhadores da Industria e Comércio de Alimentação, Bebidas e Afins “SINTICABA”**, designação que ainda hoje se mantém apesar de já ter havido algumas alterações nos estatutos. É este SINTICABA que vai ser alvo do nosso estudo.

### **3.2. Estrutura**

As pessoas que constituem os corpos gerentes do sindicato são a Mesa da Assembleia Geral, a Direcção e o Conselho Fiscal, todos eles exercem os seus cargos gratuitamente, sendo eleitos por

um triénio, em Assembleia Geral eleitoral. A estrutura actual dos Corpos Gerentes, desde Novembro de 2009, é a seguinte:

### **3.2.1. Mesa da Assembleia Geral**

A Mesa da Assembleia Geral é um órgão deliberativo, é responsável pela condução dos trabalhos e pela sua secretaria, sendo composta por um presidente, dois vice-presidentes e dois suplentes (Estatutos, 2003)

Presidente: José Manuel Coelho

Vice Presidente: Francisco Guerra Magalhães Loureiro

Vice Presidente: Isáias Emanuel de Andrade Correia

1º Suplente: Joaquim Jorge Baptista Parchão

2º Suplente: Isabel Margarida G.M. Tavares

### **3.2.2. Direcção**

A Direcção é o órgão executivo do sindicato, compete-lhe entre outros deveres, executar as deliberações tomadas em Assembleia Geral, administrar os fundos do sindicato, apresentar anualmente à Assembleia Geral o relatório de contas, bem como o orçamento para o ano seguinte e representar o sindicato em juízo e fora dele, activa e passivamente. É composta por um Presidente, um Secretário, um Tesoureiro, um Vice-Presidente para as delegações, três vogais e dois suplentes.

Presidente: Manuel Silva Faria

Secretário: Albino Joaquim Pinto Marques

Tesoureiro: Baltazar José Ribeiro Oliveira

Vice-presidente para delegações: Agostinho Jesus Paredes

Vogais:

José Manuel Vilaça da Silva

Avelino Oliveira Barbosa

Nuno Ricardo Ramos Alves

Suplentes:

1º Suplente: José Manuel Sousa Nogueira Barbosa

2º Suplente: José Eduardo Pereira Andrade

### **3.2.3. Conselho Fiscal**

O Conselho Fiscal é um órgão fiscalizador, compete-lhe examinar documentos e contas e apresentar o seu parecer sobre o relatório e contas do sindicato, sendo composto pelo Presidente, Secretário e Relator (Estatutos, 2003).

Presidente: Alexandre João P. Almeida Pinto

Secretário: Rui Pedro dos Santos

Relator: Sílvio Manuel Neiva Almeida

### **3.3. Valores**

O Sinsicaba orienta as suas acções dentro dos princípios do sindicalismo de classe e da mais ampla democraticidade interna e na solidariedade entre os trabalhadores, na sua luta por uma unidade Sindical. Os valores do sindicato são: Liberdade, Democracia, Solidariedade e Justiça Social. O movimento sindical luta pela melhoria das condições de vida e de trabalho, contra as discriminações e pela diminuição das desigualdades e contra a pobreza e a exclusão.

### **3.4. Localização**

O Sinsicaba foi inscrito no Google Maps (Anexo I). Desta forma é possível digitar Sinsicaba Porto e é visualizada a imagem apresentada na figura 4.

Podem-se também traçar trajectos de um local para chegar ao sindicato a pé, de carro ou de transporte público.

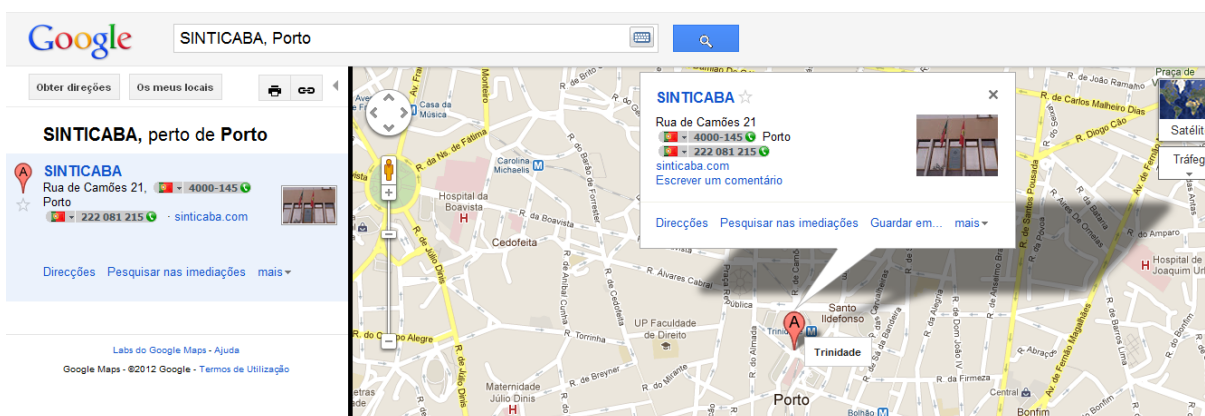


Figura 4: Mapa localização do sindicato (Google maps)

#### 4. Metodologia de Investigação

O método de investigação utilizado foi o *Action Research*. As suas principais etapas são o diagnóstico, o plano de acção, a acção, a avaliação e por último a reflexão, como já foi referido na primeira parte desta dissertação.

No diagnóstico, foi identificado e definido o problema por parte da autora desta investigação, do Presidente do Sinticaba e por alguns associados. Em virtude de todos os corpos gerentes do sindicato exercerem a actividade sindical em regime de voluntariado, nem sempre lhes é possível conciliá-la com a actividade laboral, ou seja, por vezes existiam dificuldades em obter esclarecimentos ou mesmo simples informações. A sede do sindicato localiza-se no Porto, no entanto, existem sócios espalhados por todo o país, o que dificulta a deslocação dos mesmos à sede, quer em termos monetários quer em termos de tempo. Em suma, o problema detectado é a dificuldade de comunicação entre sindicato e associados.

Seguindo as etapas do *Action Research*, passou-se ao plano de acção, definindo quais as possibilidades que existiam para colmatar este problema. O primeiro passo consistiu na criação de um endereço de correio electrónico ([sinticaba@sapo.pt](mailto:sinticaba@sapo.pt)). Desta forma já foi possível responder a algumas dúvidas dos associados ainda que não no tempo útil desejado. De seguida, como hoje em dia poucas pessoas têm telefone de rede fixa e fazer chamadas de um telemóvel para um telefone fixo torna-se dispendioso, foram comprados dois cartões um da rede Optimus e outra da rede Vodafone (as redes da maioria dos associados), para baixar os custos telefónicos de

ambas as partes. Apesar destas soluções implementadas a informação continuava a não chegar a todos em tempo útil e a disponibilidade dos corpos gerentes não sofreu grande alteração. Desta forma e atendendo às inúmeras vantagens das novas tecnologias de informação e comunicação, tais como rapidez e disponibilidade 24 horas por dia, a criação de um site para o Sinticaba, foi a solução encontrada.

A acção propriamente dita iniciou-se definindo quais os objectivos, qual o público-alvo, qual a estrutura, conteúdos e funcionalidades do site. Para responder a estas questões efectuou-se o levantamento dos requisitos, através da análise de outros sites e revisão da literatura, resultando desta análise uma possível estrutura, que serviu de base para a entrevista realizada ao Presidente do Sinticaba. Optou-se por fazer apenas uma entrevista ao Presidente, pois será a pessoa que ficará responsável pela actualização e manutenção do site. Através desta entrevista foi definido qual a finalidade do site, qual o público-alvo e quais as funcionalidades e conteúdos que o site deveria conter de acordo com as necessidades do Sinticaba. De acordo com o entrevistado o principal objectivo do site é tentar colmatar a dificuldade de comunicação, aderindo às novas tecnologias de informação e comunicação. O público-alvo são os associados e como estes têm algumas dificuldades na utilização das novas tecnologias a estrutura deve ser simples e bastante apelativa. Desta entrevista pode-se também concluir que os principais conteúdos do site são os contactos, legislação laboral nomeadamente os instrumentos de regulação colectiva do trabalho. Em termos de funcionalidades é importante os associados colocarem perguntas de carácter jurídico de forma confidencial e ser possível captar novos associados efectuando a inscrição on-line.

Partindo das conclusões da entrevista, realizou-se um questionário aos associados para saber a opinião dos mesmos, sobre as características, estrutura, conteúdos e funcionalidades do site indo de encontro às suas necessidades. Como os associados são cerca de 650 e estão espalhados por todo o país, teve-se de definir uma amostra representativa. A amostra considerada foi de 250. Foi efectuado um questionário electrónico construído com o Limesurvey e outro em papel distribuído pelos delegados sindicais, de forma a atingir todos os associados, ou seja, quer os que supostamente tinham mais facilidades com as novas tecnologias de informação e comunicação pois já tinham endereço de correio electrónico, quer os restantes.

Da análise da entrevista e dos questionários podemos concluir que realmente a criação de um site é a solução para a resolução do problema existente, que é a dificuldade de comunicação entre sindicato e associados. Deve conter conteúdos actualizados principalmente legislação laboral e

contratação colectiva de trabalho. Em termos de funcionalidades a mais importante é poder colocar perguntas de carácter jurídico de forma confidencial sem haver necessidade de se deslocarem às instalações do Sinticaba. Em suma, para que o site seja útil, os conteúdos devem estar actualizados, deve ser acessível, fácil de usar e navegar.

Ainda dentro da etapa acção e, com a estrutura definida, foi escolhido e registado o domínio, o alojamento e o programa para construir o site. O domínio é o nome do site é o que os utilizadores têm de recordar para voltar ao site, é composto pelo nome e pela extensão. Como o nome que todos os associados têm em mente quando pensam no sindicato é SINTICABA, foi este o nome escolhido. A extensão foi .com pois é menos burocrático e mais barato o seu registo, desta forma ficou **sinticaba.com**. De seguida foi escolhida uma empresa a Ping, para alugar um espaço num servidor, onde todos os ficheiros do site estão guardados de forma a estarem sempre disponíveis on-line.

Para a construção do site existem inúmeros programas quer livre ou de proprietário, devido às possibilidades financeiras do Sinticaba optou-se por um programa livre o Joomla. Foi escolhido este programa pois para além de ser simples e não ser necessário ter conhecimentos de programação é um dos melhores gestores de conteúdos

Após a concepção e implementação do site, o mesmo foi apresentado aos membros da Direcção do Sinticaba de modo a proceder à sua avaliação. Foi-lhes explicado que da estrutura inicialmente proposta, havia funcionalidades que não tinham sido implementadas, tais como, efectuar pagamentos on-line e a existência de um fórum. Possibilitar efectuar pagamentos on-line requer alguma programação e custos, o que neste momento não se justificava, dado que a cotização de mais de 90% dos associados é feita por transferência bancária pelas empresas, em cumprimento, das convenções colectivas que os abrange. Relativamente ao fórum, como a intenção dos associados é colocar questões mas de forma confidencial, com a criação de um fórum isto não é possível, pois todos têm acesso às perguntas e respostas de quem estiver registado. Esta funcionalidade foi substituída pela Fale Connosco, onde os associados colocam questões e depois lhes é respondido via correio electrónico. Com esta apresentação e explicações, foi possível os membros da Direcção avaliarem o cumprimento dos objectivos definidos no plano de acção.

Por último o site foi colocado on-line e divulgado por correio electrónico e carta a todos os associados, convidando-os a visitarem o site do Sinticaba e a darem a sua opinião através de um

inquérito colocado na página principal ou através da funcionalidade Fale Connosco, concluindo-se desta forma um ciclo do *Action Research*.

## **5. Levantamento dos Requisitos**

Para efectuar o levantamento dos requisitos do site foi efectuada uma entrevista e elaborado um questionário. Ou seja, foi efectuada uma entrevista ao Presidente do Senticaba com o objectivo de perceber qual a necessidade de ter um site, qual o público-alvo, conteúdos, funcionalidades, estrutura e design. Foi efectuada uma entrevista estruturada (que é muito próxima de um questionário) na qual foram colocadas questões abertas, pois a intenção é saber a opinião do entrevistado.

Com base nas respostas abertas da entrevista, foi elaborado um questionário dirigido aos associados, com o objectivo de saber quais os conteúdos, funcionalidades, estrutura e design do site, de acordo com as necessidades dos associados. A opção pelo questionário deve-se à dimensão do universo a inquirir, pois pode-se aplicar em grande escala. Foi elaborado um questionário com perguntas fechadas introduzindo algumas perguntas abertas, para dar a entender às pessoas que estavam a ser ouvidas e que a sua opinião era importante. Um questionário fechado é constituído por questões de facto, ou seja informações objectivas, cuja ordem e formulação foram fixadas antecipadamente e às quais as pessoas inquiridas devem responder, escolhendo numa lista também construída previamente, a resposta ou respostas que melhor lhes convém (Matalon, 2001).

### **5.1. Entrevista**

Para saber quais as funcionalidades e conteúdos que o site deve conter para ir de encontro às necessidades do sindicato, foi efectuada apenas uma entrevista ao Presidente da Direcção do Senticaba, pois é a pessoa que ficará responsável pela actualização e manutenção do site.

### 5.1.1. Objectivos da entrevista

O principal objectivo da entrevista foi fazer o levantamento dos requisitos do site, indo de encontro às necessidades do Sinticaba. As perguntas destinam-se a saber qual a finalidade de ter um site, qual o público-alvo, conteúdos, funcionalidades, estrutura e design do site, de acordo com o que se pode observar na tabela 5.

Objectivos	Perguntas
<b>Finalidade do site e Retorno Esperado</b>	Quais os principais objectivos do sindicato em ter uma página Web? Qual o retorno que espera com o site, como pretendem avaliar o sucesso do site? Para o sucesso do site acha importante ter um manual técnico e um manual de utilização do site? Quem ficará responsável pela manutenção do site?
<b>Público-alvo</b>	Qual o público-alvo e suas características? Atendendo a que é através do domínio que os visitantes chegam ao sindicato, qual o domínio que pretendem?
<b>Conteúdos</b>	Que conteúdos pretendem disponibilizar no site?
<b>Funcionalidades</b>	Quais as funcionalidades que acha importantes disponibilizar no site?
<b>Estrutura</b>	Concorda com esta estrutura para o site?
<b>Design</b>	Destes 4 modelos, qual o que considera mais agradável e apelativo?

Tabela 5: Perguntas de acordo com os objectivos propostos

### 5.1.2. Preparação da entrevista

A preparação da entrevista requer tempo e exige alguns cuidados, entre eles destacam-se: o seu planeamento, a escolha dos entrevistados, a disponibilidade do entrevistado em fornecer a entrevista que deverá ser marcada com antecedência, e por último a preparação específica que consiste em organizar o guião da entrevista (Lakatos, 1996).

É necessário ter um plano da entrevista para que não haja dispersão no assunto, levando a que a entrevista demore mais tempo do que seria suposto. Se a entrevista se tornar demasiado longa as pessoas podem cair na tentação de “querer despachar” sendo os últimos pontos abordados de

forma superficial. Desta forma, foi elaborado um guião da entrevista (Anexo II) que é um documento para a recolha de informações na forma de texto, que serve de base à realização da entrevista, constituído por um conjunto das questões abertas, indicação da data, local e um texto inicial com os objectivos da entrevista, lido no início ao entrevistado.

Quanto às questões, houve o cuidado de não elaborar perguntas absurdas, ambíguas ou tendenciosas. As perguntas foram feitas tendo em conta a sequência do pensamento do entrevistado, ou seja, procurando dar continuidade na conversação, conduzindo a entrevista com um certo sentido lógico para o entrevistado.

### **5.1.3. Realização da entrevista**

Tendo em conta que a escolha do local da entrevista é importante e que se deve conciliar o objectivo do estudo e o local da entrevista, esta foi efectuada na sede do Sinticaba, no dia 24 de Abril de 2011 pelas 18h00.

No início da entrevista deu-se a conhecer o objectivo da mesma e o porquê de entrevistar o Presidente do Sinticaba, qual a duração prevista e que a mesma iria ser gravada, salvaguardando que a entrevista só iria ser publicada mediante autorização do mesmo (Anexo III). A gravação permite o registo completo da entrevista, o desenvolvimento torna-se mais rápido e como o entrevistado era uma pessoa conhecida, não existia o problema de o mesmo estar pouco à vontade. A linguagem utilizada foi acessível, para que as questões colocadas não apresentassem obstáculos ao nível da compreensão. Como o entrevistado, ao longo da entrevista, deve notar que o entrevistador está atento à sua narrativa foram emitidos alguns sinais de entendimento tais como gestos, acenos de cabeça, olhares e também sinais verbais de agradecimento e incentivo, procurando no entanto intervir o mínimo possível, para não quebrar a sequência do pensamento do entrevistado.

### **5.1.4. Resultados da Entrevista**

Da entrevista efectuada ao Presidente do Sinticaba, transcrita no anexo IV, podemos concluir que o principal objectivo do sindicato ter um site, deve-se ao facto de achar essencial, nos dias de

hoje, aderir às novas tecnologias de informação e comunicação para dar a conhecer o Sinticaba, satisfazendo as necessidades dos actuais sócios, fidelizando-os e tentando captar novos.

Na opinião do entrevistado, o público-alvo são os associados e tendo estes algumas dificuldades com as tecnologias de informação e comunicação, o site deve ter uma estrutura simples mas apelativa na sua consulta, deve ter informações sobre a história do Sinticaba, contactos, contratação colectiva de cada sector de actividade, legislação, formação e situação dos sócios.

De acordo com o Presidente do Sinticaba é importante, que os associados tenham acesso a uma área restrita onde possam colocar questões de carácter jurídico e de carácter geral, possam alterar os seus dados pessoais e efectuar, mesmo, pagamentos. Assim, para qualquer trabalhador que quisesse ser sócio, seria útil e mais rápido fazê-lo on-line.

O retorno esperado é conseguir que os associado visitem o site, coloquem perguntas e utilizem com regularidade as suas funcionalidades, de modo que a comunicação entre o sindicato e os associados seja mais fácil, rápida e não tenham de se deslocar à sede para resolver pequenos problemas.

Foi apresentada pela autora desta investigação a possível estrutura do site como podemos ver na figura 5, com a qual o Presidente do Sinticaba concordou.

<b>SINTICABA</b>	<b>SÓCIOS</b>	<b>LEGISLAÇÃO</b>	<b>CONTRATAÇÃO</b>
História	Ficha de Inscrição	Boletim trabalho	<b>COLECTIVA</b>
Estatutos	Declaração desconto	Diários da república	C.C.T. Vinhos do Porto
Sede	Pagamentos		C.C.T. Vinhos Consumo
Direcção	Alterar dados		A.C.T. Unicer
			C.C.T. Águas
<b>NOTÍCIAS</b>	<b>FORUM</b>	<b>CONTACTOS</b>	
	Contencioso Jurídico		
	Perguntas carácter geral		

Figura 5: Possível estrutura do site

Quem irá ficar responsável pela manutenção e actualização do site é o Presidente do Sinticaba, mas para que isso seja possível é necessário que seja elaborado pela autora desta investigação um relatório de acessos e um manual de utilização do site.

## **5.2. Questionário**

Para poder recolher a opinião do maior número de associados possível, foi efectuado um questionário, tendo como base a revisão da literatura e o resultado da entrevista.

### **5.2.1. Objectivos do questionário**

O principal objectivo do questionário é fazer o levantamento dos requisitos do site, indo de encontro às necessidades dos associados. As perguntas destinavam-se a recolher a opinião dos associados sobre as características, conteúdos, funcionalidades, estrutura e design que o site deveria possuir.

### **5.2.2. Amostra**

Uma vez definido o problema e equacionadas as hipóteses, visto o questionário ser o método mais adequado em complemento da entrevista, e depois de definidos os objectivos, temos de saber quem inquirir.

É necessário definir a natureza e a dimensão do universo. O universo alvo seria igual ao universo a inquirir, ou seja, os inquiridos seriam a totalidade dos associados (cerca de 650), mas isso seria praticamente impossível, pois existem sócios em vários locais do país e, em alguns casos, nem a morada estava actualizada na base de dados. De acordo com o objectivo da investigação, a amostra são os associados que tenham correio electrónico e os que, nas empresas, têm delegados sindicais (Hill, 2000).

Para seleccionar uma amostra representativa dos associados inquiridos que têm mais facilidade com as tecnologias de informação e comunicação, em especial com a internet, e aproveitando o facto de a sede do Sinticaba ter mudado de instalações, quando a Direcção enviou uma carta a

informar a sua nova morada, foi anexado um impresso (Anexo V) a solicitar a actualização dos dados pessoais, onde era solicitado o endereço de correio electrónico. Desta forma, a base de dados foi actualizada e foi possível saber quem tinha correio electrónico, o que significou que tinham acesso à internet.

O tamanho da amostra representativa foi de 250 associados, dos quais 150 receberam um questionário electrónico construído com o Limesurvey. Procurou-se também atingir os associados que não tinham à partida a mesma facilidade de utilização das tecnologias de informação e comunicação. Para isso elaborou-se um questionário em papel, sendo distribuído cerca de 100, através dos delegados sindicais e pela própria autora desta investigação.

### **5.2.3. Preparação do Questionário**

As questões foram desenvolvidas de forma clara e concisa, utilizando um vocabulário simples, ou seja, em linguagem adequada às prováveis habilitações literárias dos inquiridos. Foram evitados termos vagos como “frequentemente” ou “muitos”, aos quais cada um pode atribuir um significado diferente em função do seu quadro de referência. Na escolha das várias respostas procurou-se que a lista contemplasse todas as posições possíveis, colocando, por isso, em algumas perguntas a opção “Outra”.

Paralelamente ao texto, a definição da ordem pela qual as questões foram colocadas também foi tida em atenção, pois chegando-se a um certo ponto do questionário, as questões anteriores já deram aos inquiridos uma ideia do que se pretende com o questionário. Um questionário deve parecer uma troca de palavras tão natural quanto possível e as questões encadearem-se umas nas outras sem repetições nem despropósitos. As primeiras questões são muito importantes, são elas que indicam o estilo geral do questionário, o género de respostas que se esperam e o tema que vai ser abordado (Hill, 2000).

O texto introdutório do questionário foi redigido de forma bastante apelativa, pois é a primeira parte que os inquiridos lêem e as primeiras impressões são muito importantes e determinantes na decisão de uma boa cooperação. Foi pedida a colaboração no preenchimento do questionário, foi dado a conhecer os objectivos e a razão do mesmo e o número de questões.

### **5.2.3.1. Estudo Piloto do Questionário**

Uma vez começado o trabalho de campo, não se devem efectuar modificações nas questões, mesmo que sejam, na nossa opinião, melhoramentos importantes ou tenhamos dado conta de erros, pois para os resultados serem válidos o mesmo questionário deve ser igual para todas as pessoas.

Para evitar ter de começar tudo de novo, foi efectuada um estudo piloto, que é um ensaio do questionário em pequena escala, permitindo avaliar o desempenho do questionário e analisar rigorosamente os dados para detectar erros de lógica e de raciocínio. Foi submetido um questionário em papel a 5 pessoas, cada um respondeu presencialmente e por escrito, no final foram-lhes colocadas as seguintes questões (Bell, 2004):

- Quanto tempo levou a completar o questionário?
- As instruções eram claras?
- Achou alguma questão pouco clara ou ambígua? Se sim, qual (ais) e porquê?
- Opôs-se a responder a alguma questão?
- Na sua opinião foi omitido algum tópico importante?
- Considerou o formato do questionário claro/atrativo?
- Tem algum comentário a fazer?

As opiniões do grupo que participou no estudo piloto, foram utilizadas para reformular algumas questões de modo a que a sua compreensão se tornasse mais imediata, ou seja, foi possível saber como as questões são compreendidas e o tempo gasto para responder.

### **5.2.4. A Recolha dos Dados**

A versão final do questionário foi adaptada à utilização on-line, através do Limesurvey, sendo enviado a hiperligação <http://ceise.iscap.ipp.pt/limesurvey/index.php?sid=96263&lang=pt> para todos os sócios que tinham endereço de correio electrónico (anexo VI).

Paralelamente à versão on-line, também foram distribuídos, pelos delegados sindicais e pela autora desta investigação questionários em papel (anexo VII) e em alguns casos foram enviados

por correio, com envelopes já selados para que os mesmos fossem preenchidos e devolvidos sem qualquer custo para os associados inquiridos.

Todos os questionários foram preenchidos entre o dia 9 de Maio e 9 de Junho de 2011, de forma não presencial, de maneira a não influenciar as respostas e a obter dados tão verídicos quanto possível.

No início houve uma grande aceitação, mas depois as respostas chegaram com menor regularidade. Como os questionários são anónimos não era possível saber quem já tinha respondido, por isso foi pedido aos delegados sindicais para falarem com os associados dizendo-lhes que se ainda não tivessem respondido o deveriam fazer, pois a opinião deles era importante. Sempre que algum sócio se deslocava às instalações do Sinticaba também lhe era solicitado que preenchessem o questionário na versão em papel.

#### **5.2.5. Análise dos Dados**

Foram obtidas 142 respostas das quais 60 foram em papel e 82 on-line, podemos ver o resumo no anexo VIII. As respostas on-line ficavam automaticamente registadas no Limesurvey e as dos questionários em papel foram colocadas pela autora desta investigação, para posterior tratamento. Foram calculados os valores absolutos e as percentagens relativas de cada resposta, para cada opção, ou conjunto de opções, nos casos em que existiam respostas múltiplas. Vamos de seguida ver e analisar os resultados obtidos para cada uma das questões.

##### **5.2.5.1. Importância da existência de um site do sindicato**

Relativamente à questão colocada para saber se os associados acham importante o sindicato ter um site, 100% dos inquiridos disseram que sim, como se pode observar na figura 6.

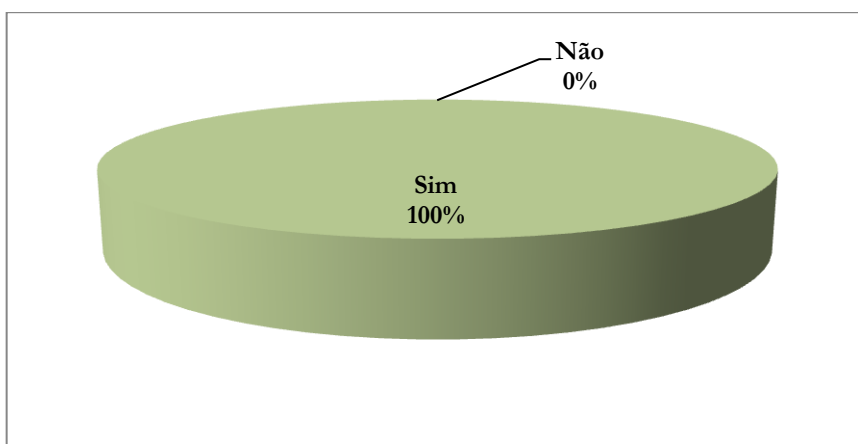


Figura 6: Importância da existência de um site do sindicato

No entanto, de acordo com a figura 7, apenas 24% já consultaram sites de outros sindicatos, enquanto que 76% nunca o fez. Os sites já consultados foram os seguintes: CGTP, SISTEC, SIFOMATE, SINDEP, SITAVA, SETAA.

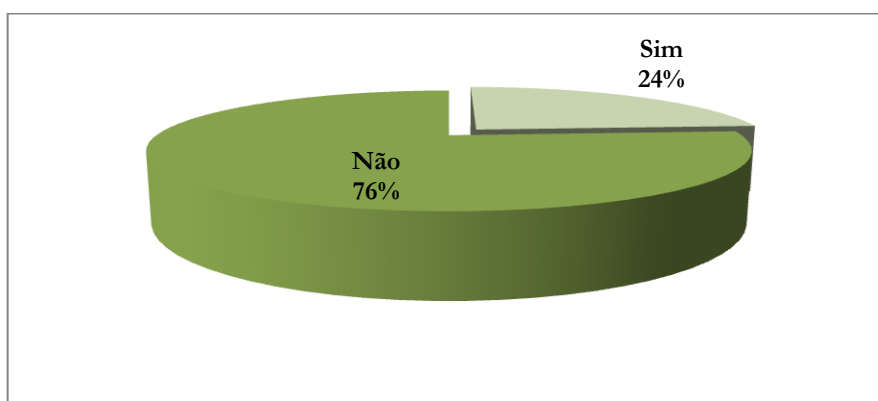


Figura 7: Hábitos de consulta de sites de outros sindicatos

#### 5.2.5.2. Características do site

Na terceira questão, eram apresentadas diversas características que um site deve ter, sendo pedido aos inquiridos que dissessem quais as que acham mais importantes. Como podemos constatar (figura 8) 92,96% acha que o mais importante é ser fácil de usar, 76,76% diz que é actualização dos conteúdos, 75,35% diz que é a facilidade de navegar; 64,79% considera a confidencialidade, 26,76% realça a visibilidade, 24,65% a aparência e apenas 16,20% valoriza a velocidade.

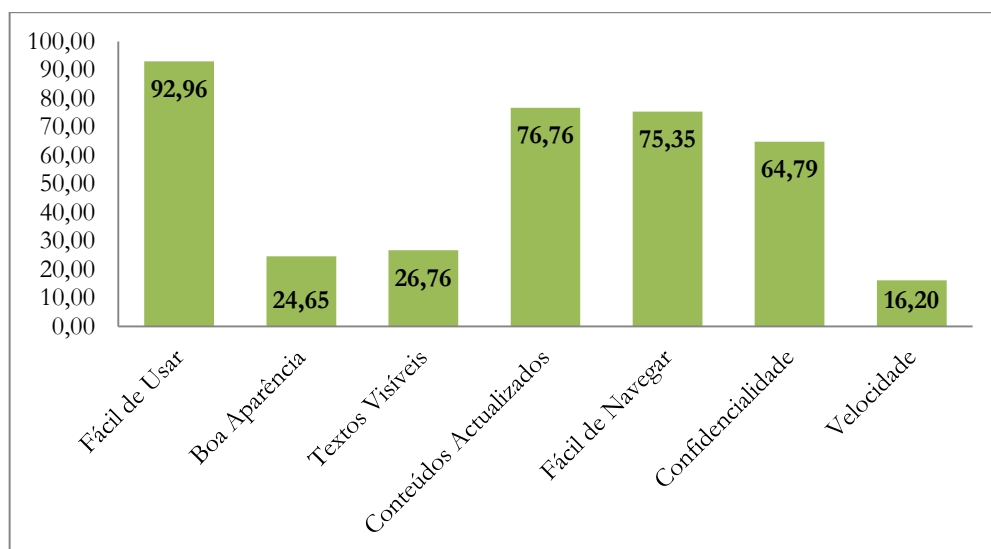


Figura 8: Características do site

### 5.2.5.3. Conteúdo do site

Para saber quais os conteúdos que os sócios acham importantes, foi pedido que indicassem numa lista, quais os que gostariam de ver no site. Os conteúdos mais importantes para os sócios são a contratação colectiva (80,28%); o contencioso jurídico (78,17%); depois informação e história do sindicato (73,94%); de seguida os contactos (72,54%), a legislação (57,75%); as notícias (46,48%) e finalmente informações relacionadas com os sócios (22,54%), como podemos observar na figura 9.

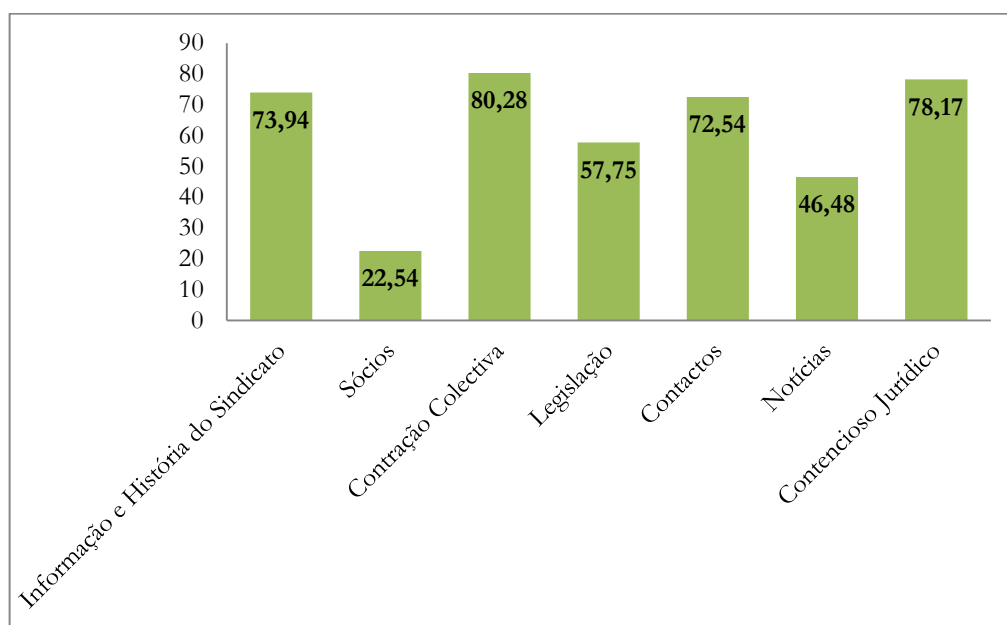


Figura 9: Conteúdos do site

#### 5.2.5.4. Funcionalidades do site

À semelhança das últimas duas perguntas, foi apresentada uma listagem com possíveis funcionalidades do site e foi perguntado quais as que gostariam que estivessem aí disponíveis. Noventa virgula oitenta e cinco por cento dos inquiridos consideraram importante existir uma área restrita para colocar perguntas de carácter jurídico, 81,69% valorizaram ser possível fazer inscrição de novos sócios, 66,90% deram mais importância a ter acesso a uma área restrita para colocar perguntas de carácter geral, 63,38% privilegiaram poder efectuar pagamentos e 35,92% poderem alterar os dados pessoais (figura 10).

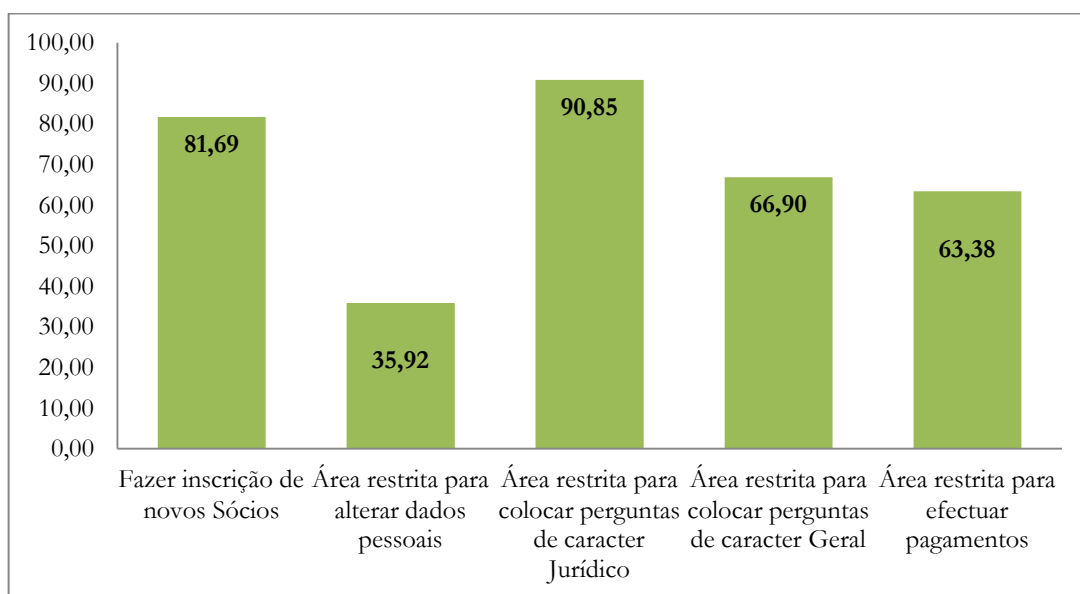


Figura 10: Funcionalidades do site

#### 5.2.5.5. Estrutura do site

Na sexta pergunta, foi apresentada uma possível estrutura do site onde apenas dois inquiridos (figura 11) disseram que não concordavam, mas apenas um disse que a razão era que também deveria existir informação sobre a contratação colectiva de trabalho respeitante às Adegas.

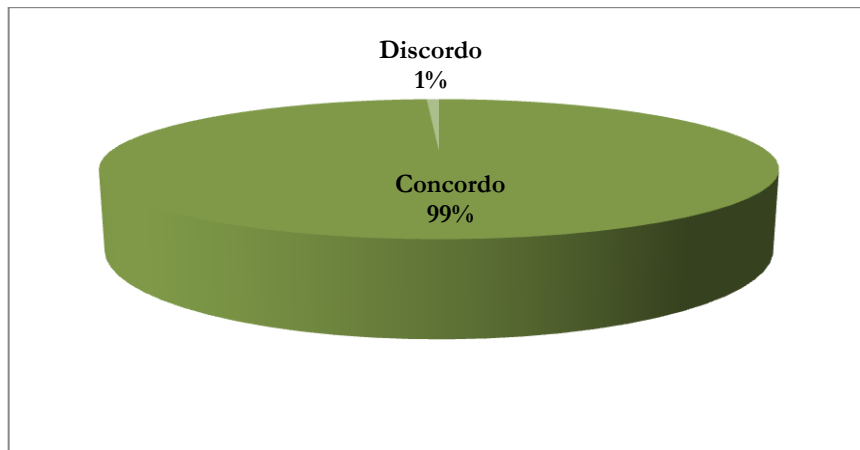


Figura 11: Estrutura do site

### 5.2.5.6. Design do site

A última pergunta apresentava quatro modelos e era perguntado qual o mais agradável e apelativo. De acordo com a figura 12, o modelo 3 foi o mais escolhido (54,93%), depois o segundo (28,87%), de seguida o primeiro (10,56%) e finalmente o quarto (5,63%).



Figura 12: Design do site

### **5.2.6. Conclusões Prévias**

Da análise da entrevista e dos questionários podemos concluir que é importante para a Direcção do Senticaba e seus associados ter um site, de forma a se estabelecer uma comunicação mais fluida entre ambos, mais rápida e com menos custos (deslocações, telefone, correio).

Através do site, os sócios pretendem ter informações on-line sobre a contratação colectiva, contencioso jurídico, legislação e contactos do Senticaba. Actualmente para terem acesso a estas informações têm de o solicitar por telefone, fax, através de um delegado sindical ou se deslocarem mesmo à sede.

Relativamente às funcionalidades, poder colocar questões de carácter jurídico, ou mesmo de carácter geral, sem ter de se deslocar ao Senticaba para falar com o advogado (que nem sempre está disponível às horas que são possíveis aos associados), seriam óptimas vantagens. Mas para que tudo corra bem e o site tenha utilidade, o mesmo tem de estar actualizado, ser acessível, fácil de usar e navegar.

### **5.3. Estrutura do site**

A estrutura é a parte mais importante de um site, tudo deve estar devidamente organizado, separado por assuntos, assim como os menus de navegação inseridos onde possam ser vistos, sem necessidade de perder tempo à sua procura.

O conteúdo é o principal objectivo dos utilizadores, ou seja, estes acedem a um site para procurar informação, logo o conteúdo deve ser claro e conciso, oferecer repostas rápidas e ser útil aos utilizadores. Os conteúdos eficazes devem responder às seguintes perguntas dos utilizadores “O que tenho a ganhar?” e “Como é que isso ajuda a resolver o meu problema?”. (Nielsen, 2000).

Desta forma o site deve ser estruturado e desenhado de forma a facilitar o acesso a todas as áreas de primeiro nível bem como secundárias, deve ter um visual e navegação fácil, coerente e persistente (Costa, 2007).

A partir do resultado da entrevista, dos questionários e da própria experiência da autora desta investigação, foi definida a estrutura do site de acordo com a figura 13.

- Início
  - Quem Somos
  - Órgãos
  - Estatutos
  - Sede
  - Contactos
  - Localização
- Sócios
  - Como ser sócio
  - Ficha de Inscrição
  - Direitos e Deveres
  - Fale Connosco
  - Actualização de Dados
- Contratação Colectiva
  - A.C.T. Unicer
  - C.C.T. Adegas
  - C.C.T. Águas
  - C.C.T. Vinhos de Consumo
    - Administrativos
    - Armazéns
  - C.C.T. Vinhos do Porto
    - Administrativos
    - Armazéns
- Legislação
  - Diários da República
  - Boletins de Trabalho
- Códigos
  - Código do Trabalho
  - Código Civil
  - Código Penal
  - Código da Estrada

Figura 13: Estrutura do site

Foram também definidas as seguintes funcionalidades:

- Fazer inscrição de sócios;
- Actualização de dados pessoais;
- Colocar perguntas de carácter jurídico;
- Colocar perguntas de carácter geral;
- Dar sugestões ou fazer comentários.

## **6. Caracterização da Plataforma**

Iremos ver de seguida, qual o programa utilizado para a criação do site, a escolha e registo do domínio e a empresa que ficou responsável pelo alojamento das páginas.

### **6.1. Tecnologia utilizada**

Em virtude do Sinticaba não ter possibilidades financeiras para adquirir um programa, optou-se logo à partida por um programa livre. A escolha recaiu entre o Wordpress e o Joomla, visto serem soluções Open Source (o código é gratuito e aberto). A escolha entre o Wordpress e o Joomla depende da finalidade do site e no conhecimento sobre o desenvolvimento web e design. Quando se compara a simplicidade de ambos os sistemas, trabalhar com Wordpress é muito mais fácil, daí haver muitos iniciantes a escolhê-lo em vez do Joomla. A diferença básica entre ambos (tabela 6) é que Joomla é um site tipo portal ou comunidade enquanto WordPress é um blog.

Ambos se sobrepõem em várias áreas e podem ser estendidos para além do seu propósito original, graças ao uso de várias extensões disponibilizadas gratuitamente na internet. Ambos têm uma comunidade com muitos utilizadores, onde se podem partilhar dicas, truques e até tirar dúvidas. Enquanto o Wordpress tem uma grande comunidade de programadores voluntários, o Joomla tem profissionais especializados. No Wordpress, a estrutura de navegação é determinada pelo modelo escolhido, mudar essa estrutura requer o conhecimento da linguagem de script e CSS, no Joomla, não existe este problema, porque os menus são controlados através do painel de controlo.



		
<b>Desenvolvedor</b>	M. Mullenweg, R. Boren, D. Caoimh	OSM Development Team
<b>Plataforma</b>	Software Livre	Software Livre
<b>Início do Projecto</b>	2003	2005
<b>Escrito em</b>	PHP	GNU/GPL
<b>Sistema Op.</b>	Multiplataforma	Web, independente de SO
<b>Licença</b>	GPL versão 2	GNU/GPL
<b>Página Oficial</b>	<a href="http://wordpress.org/">http://wordpress.org/</a>	<a href="http://Joomla.org/">http://Joomla.org/</a>
<b>Aplicação</b>	Blog	Websites

Tabela 6: Características do Wordpress e Joomla  
 Fonte: (Wikipédia, s.d. c)

Numa pesquisa realizada no Google Trends (ferramenta que mostra os termos mais procurados no site Google) quer o Joomla quer o Wordpress são programas que têm muita aceitação em Portugal e a diferença entre ambos é pouco significativa (figura 14). Aliás em 2011, ambos estão sobrepostos pois, por exemplo, a nova plataforma para redes sociais BuddyPress foi desenvolvida em Wordpress (Needleman, 2008) e as redes sociais, cada vez mais são utilizadas por todos.

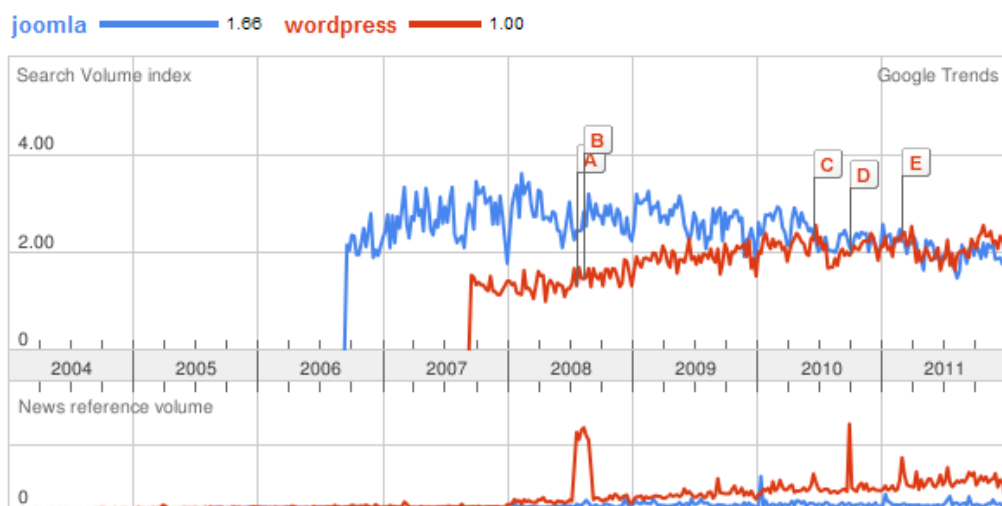


Figura 14: Comparação entre o termo Joomla e Wordpress em Portugal

Atendendo às características dos dois programas e aos objectivos do site a implementar, o Joomla foi o programa escolhido, pois é um sistema CMS open Source, pode ser gerido por pessoas que não tenham conhecimentos de HTML ou outra programação, multi-idiomas, sistema de

templates simples e expansível e, pode ser actualizado em qualquer computador sem necessidade de aplicações especiais. É um gestor de conteúdos, permite a criação desde sites mais simples a mais complexos, permite criar áreas de acesso restrito e a autora desta investigação, tem algumas noções básicas de como funciona o programa.

## **6.2. Escolha do Domínio**

O sindicato é vulgarmente conhecido pela sigla SINTICABA. Como a sua designação completa Sindicato Nacional dos Trabalhadores da Indústria e Comércio de Alimentação, Bebidas e Afins, é muito extensa e difícil de decorar, o nome escolhido para o domínio foi **SINTICABA**.

Em virtude do público-alvo do Senticaba serem apenas utilizadores de Portugal, a extensão deveria ser .pt. No entanto, como o registo deste tipo de domínio obriga ao cumprimento de alguns requisitos impostos pela FCCN tornando-se mais burocrático e dispendioso do que no caso dos domínios .com, que se pode registar qualquer nome de domínio desde que esse nome esteja livre, não existem regras específicas, sendo necessário apenas alguns segundos. Daí se ter optado pela extensão **.com**, sendo o resultado final: [www.senticaba.com](http://www.senticaba.com)

Faltava, então proceder ao registo deste domínio logicamente encontrado, que é o que vamos ver a seguir.

### **6.2.1. Registo do Domínio**

Depois de escolher o domínio é preciso ver se está disponível, pois não existem dois domínios iguais em toda a internet. Quando registamos um domínio, estamos a adquirir o direito de o utilizar por um período mínimo de um ano que, se não for renovado, ficará novamente disponível para que qualquer pessoa o possa registar (Domínios, s.d.).

Todos os sites para se proceder ao registo oferecem mais ou menos os mesmos serviços, não existindo questões de qualidade, pois a empresa apenas serve de intermediária. Como a pessoa que irá ficar responsável pelo site, do Senticaba, não sabe falar inglês foram seleccionadas duas empresas portuguesas a Ping e a Bnet, para escolher onde registar o domínio (tabela 7).

Empresas	.com	.pt
Ping	€ 7,99/ano	€ 12,00/ano
Bnet	€ 12,00/ano	€ 22,00/ano

Tabela 7: Comparação de preços de Domínios

Fonte: (Ping, 2010; Bnet 2009)

A empresa escolhida para registo do domínio do Sinticaba foi a **Ping**, porque presta um serviço mais barato, pertence à Portugalmail que é uma empresa conhecida e acreditada e providencia assistência por telefone e e-mail.

### 6.3. Escolha da empresa de alojamento

A escolha de uma empresa de alojamento de sites é um processo bastante importante, pois é um dos factores que contribui para o sucesso dos sites. Para além do preço, reputação e qualidade, devemos ter em conta os seguintes aspectos (Alojamento Web, 2009):

- Up time – up time é o tempo que o servidor está on-line, desta forma o ideal é escolher uma empresa que garanta um Up time de 99%;
- Recursos Disponíveis – devemos escolher uma empresa que não tenha muitas restrições, que tenha um plano com bastante espaço em disco, que tipo de base de dados nos proporciona e domínios adicionais;
- Cópias de segurança – a empresa deve dispor de um painel de controlo que permita realizar cópias de segurança à conta;
- Painel de Controlo – para gerir a conta de alojamento é importante escolher uma empresa que possua um bom painel de controlo;
- Apoio ao Cliente – o apoio ao cliente é muito importante, pois sempre que acontecer algum problema com o site ou com o servidor Web, estes serão resolvidos rapidamente.

Entre as muitas empresas de alojamento existentes, foram escolhidas duas nacionais a Ping e a Bnet, pois se fosse uma empresa estrangeira quando surgisse algum problema, seria difícil resolvê-lo pois como já foi dito ninguém na Direcção do Sinticaba domina a língua inglesa.

Ping (figura 15) é a marca da Portugalmail para a área de Serviços Web. A Portugalmail está no mercado desde o início da internet Portuguesa, é uma empresa acreditada pela Fundação para a Computação Científica Nacional (organismo nacional responsável pela gestão dos domínios portugueses .pt), da EURid (organismo mandatado pela Comissão Europeia para a gestão dos domínios europeus .eu) e de inúmeros outros organismos nacionais e supranacionais de tutela e atribuição de domínios.



Figura 15: Página principal da Ping

Fonte: (Ping, 2010)

Bnet (figura 16) é a marca da Bcom - Comércio Electrónico Lda, iniciou a sua actividade em 2008, tem apenas um funcionário e localiza-se em Lisboa e sua actividade é na área das Tecnologias de Informação e Informática (alojamento, domínios, criação e manutenção de websites entre outras).

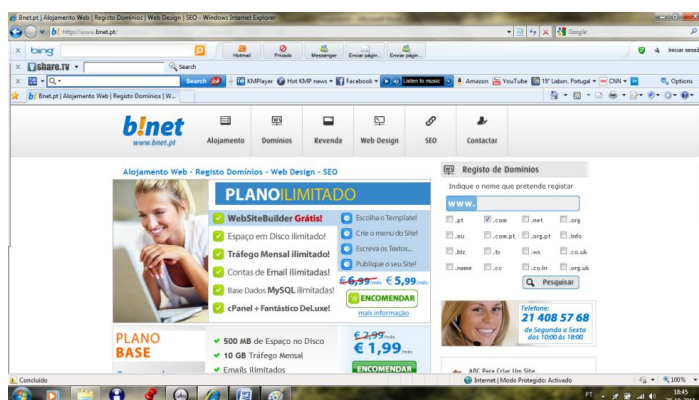


Figura 16: Página principal da Bnet

Fonte: (Bnet, 2009)

Comparando os serviços que as duas empresas oferecem (tabela 8), os critérios de escolha para o Sinticaba foram: o suporte, o custo, o tráfego mensal, base de dados, acesso FTP, contas de

correio electrónico e acesso à instalação do software (Joomla e/ou Wordpress). **Ping** foi a empresa escolhida, pois para além de ser uma empresa conhecida e recomendada por vários utilizadores, tem suporte por e-mail ou telefone, oferece o domínio e possibilita a instalação do software através do painel de controlo.

Alojamento	Bnet	Ping
<b>Características</b>		
Espaço no disco	Ilimitado	1.000 GB
Tráfego Mensal	Ilimitado	Ilimitado
Painel de Controlo	cPanel	Plesk
Uptime	99,9%	Não diz
Valor mensal	€ 5,99	€ 6,99
<b>Domínio</b>		
Pode alojar	1 Domínio	5 Domínios
Valor domínio	€ 12,00	Oferta de 1 domínio
Subdomínios	Ilimitado	Ilimitado
<b>Correio Electrónico</b>		
Contas POP3	Ilimitadas	500
Webmail	√	√
Espaço correio electrónico	Não diz	3 GB
Redireccionamento/Resposta Automática	√	√
Antivírus/Antispam	√	√
Contas FTP	√	1
PHP 5	√	√
Perl 2	√	√
CGI	√	√
Phyton	√	√
HTML, CSS e Javascript	√	Não diz
Tarefas Cron	√	√
Páginas de erro personalizadas	√	√

Alojamento	Bnet	Ping
<b>Base de Dados</b>		
MySQL	Ilimitadas	50
Gestor MySQL	√	√.
phpyAdmin	√	√
<b>Aplicações</b>		
Wordpress / Joomla	Não diz	√
Outras aplicações	Não diz	√
<b>Segurança</b>		
Cópia de Segurança locais	√	√
Cópia de Segurança Remotas	Não diz	√
<b>Suporte</b>		
Por correio electrónico	√	Ilimitado
Por telefone	Não diz	Ilimitado

Tabela 8: Comparação Planos de Alojamento  
Fonte: (Ping, 2010; Bnet, 2009)

## 7. Implementação do Modelo

Depois de definir qual a estrutura do site, instalar o Joomla 1.5 e definir o idioma Português como padrão, foi escolhido e instalado um template grátis chamado “sucess\_vz\_o\_15”.

O template é a parte visual do site, além das cores, tamanho da fonte, fundo, espaçamento, divisão do conteúdo, menus, ou seja tudo o que está relacionado com o aspecto visual. De forma a personalizar o template, foi colocada uma imagem trabalhada com o logótipo do sindicato.

### 7.1. Página Principal

A página principal (figura 17) é a porta de entrada do site, a partir daqui os visitantes terão a primeira impressão, positiva ou negativa, do que o Senticaba poderá oferecer. Na tabela 9, apresenta-se um resumo da informação da página principal e qual o objectivo de cada item.



Figura 17: Página Principal do site

Item do menu	Tipo de item	Função
Bem Vindo ao SINTICABA	Gestor de Artigos/Artigo	Mensagem da Direcção aos visitantes.
Pesquisar	Extensões/Gestor de Módulos	Permite aos utilizadores a possibilidade de pesquisar inserindo na caixa de texto, o termo a pesquisar.
Visitantes on-line	Extensões/Gestor de Módulos	Indica o número de visitantes on-line.
Inquérito	Extensões/Gestor de Módulos	Permite aos utilizadores darem opinião acerca do site.
Registo	Extensões/Gestor de Módulos	Permite aos utilizadores efectuarem registo para terem acesso a áreas restritas.
Facebook	Social Media Page Peel v1.0.0	Hiperligação para aceder à página do facebook do Sinticaba.

Tabela 9: Itens da Página Principal

## 7.2. Menus

Os menus são elementos essenciais para navegar no site. Temos o menu de topo situado no cabeçalho do site que é o mais importante, pois permite a navegação através de todas as páginas. Para além do menu do topo, temos mais quatro, nomeadamente, Sócios, Contratação Colectiva, Legislação e Códigos.

### 7.2.1. Menu de Topo

No menu de topo situado no cabeçalho do site temos, conforme apresentado na figura 18, os itens Quem Somos, Órgãos, Estatutos, Sede, Contactos e Localização (tabela 10), que estão sempre visíveis em todas as páginas.



Figura 18: Menu de Topo

Item do menu	Tipo de item	Função
Quem Somos	Gestor de Artigos/Artigos	Permite aos utilizadores terem acesso a informação sobre o Sinticaba.
Órgãos	Gestor de Artigos/Artigos	Permite aos utilizadores saberem quem são as pessoas que actualmente fazem parte dos órgãos do Sinticaba.
Estatutos	Embrulho Web	Disponibiliza aos utilizadores os estatutos do Sinticaba.
Sede	Ozio Gallery2/ 02flashgallery	Permite visualizar algumas fotografias da sede do Sinticaba.
Contactos	Gestor de Artigos/Artigos	Disponibiliza aos utilizadores os contactos, horário de atendimento e coordenadas do GPS do Sinticaba.
Localização	Gestor de Artigos/Artigos	Permite visualizar o mapa do Google Maps.

Tabela 10: Itens do Top Menu

### 7.2.2. Menu Sócios

No menu Sócios (figura 19), situado à esquerda e que aparece em todas as páginas, temos os itens Como ser Sócio, Ficha de Inscrição, Direitos e Deveres e Fale connosco, como podemos ver com mais pormenor na tabela 11.

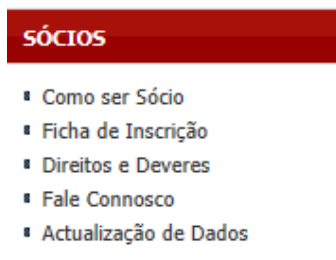


Figura 19: Menu Sócios

Item do menu	Tipo de item	Função
Como ser Sócio	Gestor de Artigos/Artigo	Informação sobre como proceder para ser sócio do Sinsicaba.
Ficha de Inscrição	CK Forms	Possibilidade de fazer a inscrição de novos sócios on-line.
Direitos e Deveres	Gestor de Artigos/Artigo	Informação sobre os deveres e direitos que os sócios têm.
Fale Connosco	CK Forms	Permite aos sócios fazer perguntas de natureza jurídica, de carácter geral ou simplesmente dar sugestões.
Actualização de Dados	CK Forms	Possibilidade de enviar actualização dos dados on-line.

Tabela 11: Itens do Menu Sócios

### 7.2.3. Menu Contratação Colectiva

O menu Contratação Colectiva, encontra-se localizado à esquerda e aparece em todas as páginas. Temos todos os instrumentos de contratação colectiva de trabalho dos sectores de actividade que o sindicato representa, como podemos ver na figura 20.

## CONTRATAÇÃO COLECTIVA

- ACT Unicer
- CCT Adegas
- C.C.T. Águas
- C.C.T. Vinhos
  - Consumo Administrativos
  - Consumo Armazéns
  - Porto Armazéns
  - Porto Administrativos

Figura 20: Menu Contratação Colectiva

Item do menu	Tipo de item	Função
ACT Unicer	Embrulho Web	Acordo colectivo de trabalho da Unicer.
CCT Adegas	Embrulho Web	Contratação colectiva do trabalho do sector das adegas.
CCT Águas	Embrulho Web	Contratação colectiva do trabalho do sector das águas.
CCT Vinhos	Embrulho Web	Contratação colectiva do trabalho do sector dos vinhos de consumo e vinhos do Porto, na área dos armazéns e administrativos.

Tabela 12: Itens do Menu Contratação Colectiva

### 7.2.4. Menu Legislação

No menu Legislação (figura 21) temos os itens Diários da Republica e Boletins de Trabalho, como podemos observar na tabela 13. Encontra-se localizado à esquerda e aparece em todas as páginas como os anteriores menus.

## LEGISLAÇÃO

- Diários da República
- Boletins de Trabalho

Figura 21: Menu Legislação

Item do menu	Tipo de item	Função
Diários da República	Gestor de Artigos/Artigo	Permite visualizar diários da República de interesse para áreas que o Sinticaba representa.
Boletins de Trabalho	Gestor de Artigos/Artigo	Permite visualizar a publicação em BTE dos Acordos e Contratação Colectiva de Trabalho.

Tabela 13: Itens do Menu Legislação

### 7.2.5. Menu Códigos

De acordo com a figura 22, no menu códigos temos acesso a ligações a sites externos, que contêm alguns códigos de interesse a nível geral para os sócios (tabela 14).



Figura 22: Menu Códigos

Item do menu	Tipo de item	Função
Código Trabalho	Ligação externa	Acesso ao código de trabalho na íntegra.
Código Civil	Ligação externa	Acesso ao código civil na íntegra.
Código Penal	Ligação externa	Acesso ao código penal na íntegra.
Código da Estrada	Ligação externa	Acesso ao código da estrada na íntegra.

Tabela 14: Itens do Menu Códigos

### 7.3. Funcionalidades do site

Ao fazer a instalação padrão do Joomla encontramos diversos recursos base, tais como, gestão de artigos, administração de utilizadores entre outros. Para adicionarmos novas funcionalidades é apenas necessário instalar novas extensões que estão divididas em 5 tipos: componentes, módulos, plugins, templates e idiomas.

Vamos ver as extensões que foram instaladas no site do Sinticaba.

#### 7.3.1. Componentes

Os Componentes são as extensões mais importantes do Joomla pois acrescentam funcionalidades e possuem o seu próprio item de menu, funcionando quase como aplicações independentes com características específicas.

As componentes instaladas foram o Ozio Gallery2 e o CK Forms (figura 23).



Figura 23: Itens de Menu dos componentes instalados

O Ozio Gallery2 permite a introdução de galerias de fotografias, foi instalado para nos permitir visualizar as imagens da sede do Sinticaba.

Foi através do CK Forms que foram criados os formulários Ficha de Inscrição, Fale Connosco e Actualização de Dados. Este componente permite criar formulários sem nenhum conhecimento de programação. Os campos podem ser validados como texto, número, data e e-mail e pode-se fazer upload de ficheiros.

#### 7.3.2. Módulos

Os Módulos são pequenos blocos de códigos que podem ser colocados em qualquer lugar do template e não dependem de nenhuma acção do utilizador para serem mostrados. Os módulos

do Joomla padrão utilizados foram: campo de pesquisa, número de visitantes on-line, inquérito e registo dos utilizadores. Para além destes para ser possível criar um acesso para a página do Facebook do Sinticaba, foi instalado o módulo Social Media Page Peel v1.0.0, pois este módulo permitir que os utilizadores acedam directamente a todas as páginas de perfis das redes sociais.

### **7.3.3. Template**

O template é a parte visual do site, com a instalação padrão do Joomla temos três temas a escolher, mas como já foi dito no ponto 7, para o Sinticaba foi escolhido um template chamado “sucess\_vz\_o\_15”.

### **7.3.4. Idioma**

No Joomla existem duas áreas distintas o Front End que é o próprio site, ou seja, o que os utilizadores visualizam e o Back End, que é a área administrativa, o painel controlo, onde todas as configurações são efectuadas. Com a instalação de pacotes de idiomas podemos traduzir todo o sistema (Front End e Back End). No site do Sinticaba foi instalado o pacote do idioma Português.

## **8. Avaliação do Site**

Do ponto de vista da autora desta investigação, o site satisfaz quase todos os requisitos e funcionalidade definidos inicialmente a nível da estrutura. Apenas não foram realizadas duas funcionalidades (pagamentos on-line e fórum).

A funcionalidade que não foi possível realizar, foi efectuar pagamentos on-line, pois trata-se de uma funcionalidade que requer alguma programação e custos para o Sinticaba, o que neste momento não se justificava dado que a cotização de mais de 90% dos associados é feita por transferência bancária pelas empresas, em cumprimento, das convenções colectivas que os abrange. Logo será um trabalho a realizar futuramente caso se considere fundamental para o sucesso do site. Por decisão da autora desta investigação, também não foi criada a funcionalidade Fórum, porque um Fórum é um espaço de discussão pública, onde se podem colocar questões ou

simplesmente opiniões, que podem ser lidas e comentadas por quem se interessar, ou seja, todos os associados teriam acesso desde que registados no site. De acordo com a análise do levantamento dos requisitos o que os associados pretendem é ter um local onde se possam colocar, questões ou mesmo opiniões, mas de carácter confidencial. Daí ter-se criado a funcionalidade Fale Conosco para esse efeito. Nesse local podem colocar questões quer de carácter jurídico quer de carácter geral, ou simplesmente dar uma opinião ou mesmo sugestão, sendo estas mensagens remetidas a quem de direito que lhes irá responder o mais breve possível por correio electrónico ou telefonicamente.

A funcionalidade de ser possível fazer a inscrição de novos sócios, foi criada. Desta forma quem pretender se inscrever no sindicato pode fazê-lo on-line no item Ficha de Inscrição, ou fazer um download da proposta de sócio no item Como ser Sócio. Os associados podem também enviar actualização de dados no item Actualização de Dados. Em todas estas funcionalidades os utilizadores recebem uma mensagem de retorno dizendo que serão contactados o mais breve possível por alguém do Sinticaba.

Em termos de conteúdos foram todos colocados no site, o esquema de navegação, a disposição das páginas e a página principal do site foram feitos tendo em conta as regras de usabilidade e acessibilidade. Ou seja, a página principal no topo tem o logótipo do Sinticaba e toda a informação sobre o sindicato, desde valores, missão, visão, objectivos, nome dos actuais corpos gerentes, estatutos, contactos, localização e algumas fotografias da sede. No lado esquerdo temos os seguintes menus por ordem decrescente de importância: Sócios, Contratação Colectiva, Legislação, Códigos e ligação directa ao Facebook. Na parte central temos neste momento uma mensagem de boas vindas ao site, mas futuramente será para colocar notícias relacionadas com as actividades do Sinticaba, como por exemplo os editoriais. No lado direito do site temos informação sobre o número de visitantes on-line, registo no site e neste momento um questionário sobre a opinião do site.

Efectuadas estas alterações à estrutura inicial, foi feita uma apresentação ao Presidente da Direcção, que como podemos constatar pelo seu parecer (anexo IX), o site superou as expectativas atingindo todos os objectivos inicialmente definidos. De seguida, na primeira reunião de Direcção do Sinticaba do ano de 2012, efectuada no passado dia 3 de Fevereiro, foi feita uma apresentação e explicação do site aos presentes, pela autora desta investigação.

No final responderam a um pequeno questionário (anexo X). A partir das respostas a esse questionário (anexo XI) podemos concluir que na opinião da Direcção o site está atractivo, tem uma linguagem simples e de fácil compreensão. Consideram o site útil pois por vezes o acesso aos delegados sindicais ou mesmo deslocarem-se ao sindicato é difícil e desta forma torna-se mais rápido comunicar e expor as mais diversas situações a qualquer hora e em qualquer lugar.

Acham importante que a informação esteja sempre actualizada referente à legislação laboral e outras que sejam do interesse dos associados.

Após a avaliação do site pelos membros da Direcção passou-se à colocação do mesmo on-line no endereço [www.sinticaba.com](http://www.sinticaba.com) e divulgação pelos sócios.

## 9. Divulgação do site

Após colocar o site on-line, procedeu-se à divulgação do site pelos sócios, através do envio de um e-mail (anexo XII) e por carta (anexo XIII).

Por sugestão da autora desta investigação, foram feitos novos cartões de sócios, à semelhança da imagem do site, como podemos observar na figura 24. Os mesmos foram enviados por carta após a divulgação do site.



Figura 24: Novo cartão de sócio

## **Parte IV**

## **Conclusão**

## 10. Conclusão

### 10.1. Considerações Finais

A produção de informação cresceu massivamente nos últimos anos, desencadeando a “Era da Informação”. Também é notável que a informação adquiriu mais valor no mundo actual devido em parte à emergência da internet: uma tecnologia que permite disponibilizar e recuperar informações actualizadas num curto espaço de tempo.

Porém a informação não existe por si só, exige dedicação dos seus criadores e que seja acedida pelos utilizadores. Desta forma a informação só tem valor quando o seu público pode aceder, entender e utilizá-la de acordo com os seus objectivos.

Nesta dissertação, propusemos a concepção e implementação de um site, de forma a eliminar uma lacuna existente na comunicação entre o Sinticaba e os seus associados. Foram definidos os requisitos do site recorrendo a uma entrevista e questionários de forma a ir de encontro às necessidades de ambas as partes. Na concepção e implementação do site foi também levado em conta os aspectos estéticos mas procurando sempre cumprir os princípios da usabilidade e acessibilidade. Relativamente aos conteúdos, por norma a tendência é tentar incluir toda a informação que podemos, mas isso resultaria em páginas com excesso de informação, que se tornam maçadoras para quem as consulta. Para que isso não aconteça, foi utilizada uma linguagem simples, textos objectivos e parágrafos curtos.

Foi efectuado um ciclo do *Action Research*, ou seja, foram efectuadas todas as etapas desde o diagnóstico, passando pelo plano de acção, acção, avaliação e reflexão.

Até ao lançamento do site, procurou-se sempre evoluir, pois um site bem estruturado e que possua informação de qualidade, tem os principais ingredientes para que se torne num caso de sucesso. Apesar das limitações a nível informático e às condições financeiras do Sinticaba, o objectivo geral foi plenamente atingido.

## 10.2. Trabalho Futuro

A conclusão deste projecto não apresenta o fim, mas sim o ponto de partida na construção de uma ferramenta que se pretende que seja cada vez mais funcional e apelativa. Um site para ter sucesso não pode ser estático, tem de ter informação sempre actualizada e responder às necessidades neste caso dos associados e do Sinticaba.

Visto o site estar on-line à relativamente pouco tempo, e a avaliação dos sócios ainda não ter sido efectuada, como principal trabalho futuro a autora desta investigação irá realizar mais um ciclo do *Action Research*. Este ciclo consiste em através das sugestões e questões colocadas pelos associados, tornar cada vez mais funcional o site. Isto é, através da constatação de um problema, encontrar uma solução, implementá-la, avaliá-la e colocá-la on-line.

Em virtude de que, quem irá ficar responsável pela manutenção e actualização do site ser o Presidente do Sinticaba, irá ser necessário elaborar um manual técnico a explicar como funcionam todas as funcionalidades, como por exemplo Fale Connosco, Inscrição de Sócios, entre outras. Este manual irá servir de base para a formação que irá ser dada pela autora desta investigação, para ajudar a compreender o Back End do site. Entretanto já foi entregue um relatório de acessos (anexo XIV) e um CD com todos os ficheiros e extensões instaladas para a criação do site.

Verificar se a funcionalidade de efectuar pagamentos on-line é mesmo fundamental, pois de acordo com o questionário efectuado aquando do levantamento dos requisitos, 63% dos inquiridos disse que seria importante.

Por último como as tecnologias de informação e comunicação estão sempre em constante mudança, sempre que surgirem novas versões do Joomla ou mesmo as extensões, o site deve ser actualizado, de forma a estar sempre actualizado também a nível tecnológico.

## **Bibliografia**

AISA (s.d.). O que é html. URL://www.aisa.com.br/oquee.html; acedido em 1 de Novembro de 2011;

Almeida, J. (2005). Breve História da Internet. Universidade do Minho. Departamento de Sistemas de Informação;

Baskerville. (1996). A Critical Perspective on Action Research as a Method for Information Systems Research. In *Journal of Information Technology*, (11) 3 (pp. 235-246);

Baskerville, A. (1997). Distinguishing Action Research from Participative Case Studies. *Journal of Systems and Information Technology*, (1) 1 , 25-45.

Bell, J. (2004). Como Realizar um Projecto de Investigação. Um Guia para a Pesquisa em Ciências Sociais e da Educação. Lisboa. Gradiva.

Bingham, e. B. (1924). How to Interview. Nova Iorque. Harper and Row;

Bnet. (2009). Registo Domínios. URL:http://www.bnet.pt/dominios.php , acedido em 15 de Maio de 2011;

Castells, M. (2001). *Internet Galaxy*. Oxford. University Press;

CERN (2002). History of the WWW. URL:http://public.web.cern.ch/public/about/achievements/www/history/history.html , acedido em 20 de Outubro de 2011,

Coelho, P. (2007). Como Criar Páginas Web Depressa e Bem. Lisboa. FCA-Editora de Informática;

ComunidadePortuguesa (2011). O que é Joomla? URL:http://www.joomlapt.com/o-que-e-joomla.html, acedido em 29 de Setembro de 2011;

Alojamento Web (2009). Conceitos básicos de alojamento Web. URL:<http://www.maisalojamentoweb.com/conceitos-basicos-de-alojamento-web/> , acedido em 24 de Outubro de 2011;

Costa, I. (2007). Webdesign - Planear e estruturar um site. URL:<http://thegeekside.blogs.sapo.pt/20098.html>, acedido em 11 de Novembro de 2011;

Criar meu Site. (2009). Criação de sites a importância do resunho. URL:<http://www.criarmeusite.com/2010/05/criacao-de-sites-a-importancia-do-resunho/>, acedido em 15 de Novembro de 2010;

DNS.pt. (2008). O domínio dos Portugueses. Regras. URL:[https://online.dns.pt/dns\\_2008/do?com=DS;1432766808;111;+PAGE\(4000060\)+K-C](https://online.dns.pt/dns_2008/do?com=DS;1432766808;111;+PAGE(4000060)+K-C) , acedido em 24 de Fevereiro de 2011;

Domínios (s.d.). Níveis de Domínios - Domínio Host. URL:<http://www.dominios.com.br/niveis-de-dominio.html> , acedido em 20 de Fevereiro de 2011;

Estatutos (2003). Estatutos do Sinticaba. Porto. Bol. Trabalho Emprego 1ª Série Nº 24;

Ferraz, R. (2003). Construindo Sites com Padrões Web. URL:<http://kb.reflectivesurface.com/br/artigos/sitesComPadroesWeb/estruturandoUmDocumento> , acedido em 10 de Novembro de 2011;

Figueiredo, B. (2004). Estrutura, Concepção e Produção de sites Web. Lisboa. FCA;

Gonçalves, R. (2005). Modelo Explicativo das Iniciativas de Comércio Electrónico. Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro. Tese de Doutoramento;

Haguette, T. (1997). Metodologias Qualitativas na Sociologia 5ª edição. Petrópolis. Vozes;

Hill, M. M. (2000). Investigação por questionário. Lisboa. Edições Sílabo;

Hortinha, J. (2000). 10 dicas para promover o seu website. URL: [http://e-marketinglab.com/10\\_promover\\_site\\_jnegocios.html](http://e-marketinglab.com/10_promover_site_jnegocios.html) , acedido 14 de Novembro de 2011;

- Hoz, A. (1985). *Investigacion Educativa: Dicionário Ciências da Educação*. Madrid. Ediciones Anaya;
- INE. (2010). *Inquérito à Utilização de Tecnologias da Informática e da Comunicação pelas Famílias em 2010*. URL: [www.ine.pt](http://www.ine.pt) , acessido em 20 de Novembro de 2011;
- Internet World Stats (2011 a). *World Internet Usage Statistics News and World Population Stats*. URL: [www.internetworldstats.com/stats.html](http://www.internetworldstats.com/stats.html) , acessido em 20 de Outubro de 2011;
- Internet World Stats (2011 b). *Internet Growth Statistics - Global Village*. URL: [www.internetworldstats.com/emarketing.html](http://www.internetworldstats.com/emarketing.html) , acessido em 20 de Outubro de 2011;
- Internet World Stats (2011 c). *Portugal Internet Usage, Population and Telecommunication, Report*. URL: [www.internetworldstats.com/eu/pt.html](http://www.internetworldstats.com/eu/pt.html) , acessido em 27 de Julho de 2011;
- Kennedy, A. (1997). *Internet e a World Wide Web: Guia de Navegação 2.0*. Lisboa. Texto Editora;
- Lemos, M. (1998). *Estar na Internet. Tudo o que Precisa de Saber sobre a Internet*. Amadora. Editora McGraw-Hill.
- Leonardi, A. (2001). *O Mundo dos Computadores Enciclopédia Pedagógica Universal*. Matosinhos. Hiperlivro;
- Matalon, R. G. (2001). *O Inquérito Teoria e Prática*. Oeiras: Celta Editora.
- Needleman, R. (2008). *Movable Type, Wordpress becoming social platforms*. URL: [http://news.cnet.com/8301-17939\\_109-10015089-2.html](http://news.cnet.com/8301-17939_109-10015089-2.html) , acessido em 19 de Janeiro de 2012;
- Nielsen, J. (2000). *Projectando Websites*. Rio de Janeiro. Elsevier;
- Pfaffenberger, B. (1997). *Como criar uma página Web em poucos dias*. Men Martins. Cetop;
- Ping (2010). *Domínios*. URL: <http://www.ping.pt/dominios> , acessido em 15 de Maio de 2011;
- Ribeiro, S. (2009). *Os Pioneiros da Internet em Portugal*. URL: [http://www.publico.pt/Tecnologia/os-pioneiros-da-internet-em-portugal\\_1407629?all=1](http://www.publico.pt/Tecnologia/os-pioneiros-da-internet-em-portugal_1407629?all=1) , acessido em 20 de Fevereiro de 2011;

Seara. (s.d.). Usabilidade e Comunicação na Internet. URL: <http://www.seara.com/fotos/editor2/usabilidade.pdf> , acedido em 10 de Novembro de 2011;

Truques e Dicas (2010). Escolher alojamento. URL:<http://truques-dicas.com/temas/planear/escolher-alojamento/>, acedido em 15 de Novembro de 2010;

Uol Host (s.d.). Contrutor de sites. URL: [www.uolhost.com.br/construtor-de-sites.html](http://www.uolhost.com.br/construtor-de-sites.html) , acedido em 15 de Novembro de 2010;

Webaim (1999). Introduction to Web Accessibility. URL: <http://webaim.org/intro/#intro> , acedido em 11 de Outubro de 2011;

Wikipedia. (s.d. a). Software Proprietário. URL:[http://pt.wikipedia.org/wiki/Software\\_propriet%C3%A1rio](http://pt.wikipedia.org/wiki/Software_propriet%C3%A1rio) , acedido em 20 de Fevereiro de 2012;

Wikipedia. (s.d. b). Webmarketing. URL: <http://pt.wikipedia.org/wiki/Webmarketing> , acedido em 20 de Janeiro de 2012;

Wikipedia (s.d. c). Wordpress. URL: <http://pt.wikipedia.org/wiki/wordpress> , acedido em 22 de Setembro de 2011;

Wordpress Portugal (s.d.). Wordpress. URL: <http://pt.wordpress.org/>, acedido em 22 de Setembro de 2011.

# **Anexos**

# **Anexo I**

Inscrição do Sinticaba no Google Maps

## Saudações do Google Maps!

Todos os dias existem pessoas que pesquisam no Google Maps negócios em vizinhanças específicas. Agora que já subscreveu a listagem do Google Maps, estes potenciais clientes podem localizá-lo também a si.

### Eis a forma de activação da sua listagem:

SINTICABA  
Att.: Att.: sinticaba sinticaba  
Rua de Camões, 21 S/loja  
4000-145 Porto  
Portugal

Passo 1: Vá para <http://www.google.pt/local/add>

Passo 2: Insira o seu ID de conta e a palavra-passe do Google.  
ID de conta do Google: [sinticaba@gmail.com](mailto:sinticaba@gmail.com).

Passo 3: Clique em Iniciar sessão para aceder ao Centro de negócios local.

Passo 4: Insira o seu PIN junto da listagem adequada e clique em Ir.  
PIN:

Apresentaremos a sua listagem no Google Maps dentro de cerca de uma hora; poderá verificar o respectivo estado retornando ao Centro de negócios local. Se recebeu esta mensagem por erro e/ou este endereço de e-mail não lhe pertence, elimine a mensagem. Sem este PIN, não poderão ser realizadas quaisquer alterações a esta listagem. Se pretende controlar o seu negócio nesta localização, visite <http://www.google.pt/local/add> para obter mais informações e instruções.

Bem-vindo ao Google Maps!

Atenciosamente,

a Equipa do Google Maps

# **Anexo II**

Guião da Entrevista

## Guião da Entrevista

Data: 24 de Maio de 2011

Hora: 18h00

Local: Sede do Sindicato – Porto

Entrevistador: Carla Moreno

Entrevistado: Manuel Faria

Agradecer a disponibilidade

Duração: aproximadamente 30 minutos e será gravada

Objectivo: Levantamento dos requisitos do site indo de encontro às necessidades do sindicato

1. O sindicato já tem actualmente alguma presença na Web?
2. Quais os principais objectivos do sindicato em ter uma página Web?
3. Qual o público-alvo e suas características?
4. Que conteúdos pretendem disponibilizar no site?
5. Concorda com esta estrutura para o site do sindicato?

### SINTICABA

História  
Estatutos  
Sede  
Direcção

### SÓCIOS

Ficha de Inscrição  
Declaração desconto  
Pagamentos  
Alterar dados

### LEGISLAÇÃO

Boletim trabalho  
Diários da república

### CONTRATAÇÃO

#### COLECTIVA

C.C.T. Vinhos do Porto  
C.C.T. Vinhos Consumo  
A.C.T. Unicer  
C.C.T. Águas

### NOTÍCIAS

### FORUM

Contencioso Jurídico  
Perguntas carácter geral

### CONTACTOS

6. Quais as funcionalidades que acha importante disponibilizar no site?
7. Atendendo que é através do domínio que os visitantes chegam ao site do sindicato, qual o domínio que pretendem?
8. Destes 4 modelos, qual o que considera mais agradável e atractivo?



9. Qual o retorno que espera com o site, como pretendem avaliar o sucesso do site?
10. Quem ficará responsável pela manutenção do site?
11. Para o sucesso do site acha importante ter um manual técnico e um manual do utilizador do site?

Pedir autorização para publicar a entrevista.

## **Anexo III**

Autorização de publicação da entrevista

## **DECLARAÇÃO**

Autorizo que a entrevista efectuada no passado dia 24 de Maio de 2011, pelas 18h00, na sede do Sinticaba seja publicada na íntegra.

Porto, 30 de Maio de 2011

Manuel Faria

## **Anexo IV**

Transcrição da entrevista

## Entrevista ao Presidente do Sinticaba

Data: 24 de Maio de 2011

Hora: 18h00

Local: Sede do Sindicato – Porto

Entrevistador: Carla Moreno

Entrevistado: Manuel Faria

Obrigada pela sua disponibilidade. A entrevista terá duração aproximada de cerca de 30 minutos e será gravada.

O principal objectivo desta entrevista é fazer o levantamento dos requisitos do site, indo de encontro às necessidades do sindicato. As perguntas destinam-se a saber qual a finalidade de ter um site, qual o público-alvo, conteúdos, funcionalidades, estrutura e design do site.

**1. O sindicato já tem actualmente alguma presença na Web?**

Apenas e-mail.

**2. Quais os principais objectivos do sindicato em ter uma página Web?**

A adesão às novas tecnologias é essencial no âmbito da informação e comunicação. Dar a conhecer o sindicato fidelizando novos sócios e satisfazer as necessidades das actuais.

**3. Qual o público-alvo e suas características?**

Principalmente os associados, mas todos os trabalhadores, que laboram no âmbito da nossa representatividade.

**4. Que conteúdos pretendem disponibilizar no site?**

Estatutos do sindicato, historial do sindicato, informação no âmbito da contratação colectiva, informação disponível sobre formação profissional, legislação referente à constituição das comissões de trabalhadores e comissões de higiene e segurança no trabalho, informações jurídicas de carácter geral, inscrição de sócios, etc.

**5. Concorda com esta estrutura para o site do sindicato?**

Concordo com a possível estrutura apresentada.

## **SINTICABA**

História  
Estatutos  
Sede  
Direcção

## **SÓCIOS**

Ficha de Inscrição  
Declaração desconto  
Pagamentos  
Alterar dados

## **LEGISLAÇÃO**

Boletim trabalho  
Diários da república

## **CONTRATAÇÃO**

**COLECTIVA**  
C.C.T. Vinhos do Porto  
C.C.T. Vinhos Consumo  
A.C.T. Unicer  
C.C.T. Águas

## **NOTÍCIAS**

## **FORUM**

Contencioso Jurídico  
Perguntas carácter geral

## **CONTACTOS**

### **6. Quais as funcionalidades que acha importante disponibilizar no site?**

Como atrás referi é importante ser possível qualquer trabalhador fazer-se sócio via net, ser possível qualquer sócio formular perguntas de carácter geral ou contencioso, ser possível aos sócios saberem on-line qual o ponto de situação da contratação colectiva, do seu sector de actividade.

### **7. Atendendo que é através do domínio que os visitantes chegam ao site do sindicato, qual o domínio que pretendem?**

[www.sinticaba.pt](http://www.sinticaba.pt) ou [www.sinticaba.com](http://www.sinticaba.com) com o que for mais barato e rápido de registar.

### **8. Destes 4 modelos, qual o que considera mais agradável e atractivo?**

O modelo que tem o desenho de uma pessoa de braços abertos, pois transmite liberdade.



### **9. Qual o retorno que espera com o site, como pretendem avaliar o sucesso do site?**

Mais comunicação e esclarecimento dos associados.

### **10. Quem ficará responsável pela manutenção do site?**

A Direcção.

**11. Para o sucesso do site acha importante ter um manual técnico e um manual do utilizador do site?**

Sim claro.

Obrigada pela entrevista.

# **Anexo V**

Ficha de actualização de dados



SINDICATO NACIONAL DOS TRABALHADORES DA INDÚSTRIA  
COMÉRCIO, ALIMENTAÇÃO, BEBIDAS E AFINS

## Atualização de Dados

SÓCIO Nº \_\_\_\_\_

NOME _____
DATA DE NASCIMENTO _____ ESTADO CIVIL _____
MORADA/RUA/LUGAR _____
DISTRITO _____ CONCELHO _____
C. POSTAL _____ TELEFONE RESID. _____ TELEMÓVEL _____
E-MAIL _____
B.I./C.C. _____ DE ____ / ____ / ____ ARQUIVO _____
CONTRIBUINTE _____ HAB. LITERÁRIAS _____
NOME DA EMPRESA _____
CATEGORIA PROFISSIONAL _____
SECTOR DE ACTIVIDADE _____
DATA DE ADMISSÃO NA EMPRESA _____
FORMA PAGAMENTO _____
ASSINATURA
_____

Pode devolver a actualização dos dados por:

E-mail: [sinticaba@sapo.pt](mailto:sinticaba@sapo.pt)

Fax: 222 089 036

Por correio ou entregar a um delegado sindical

SINDICATO NACIONAL DOS TRABALHADORES DA INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE ALIMENTAÇÃO, BEBIDAS E AFINS  
Rua de Camões, 21 S/Loja 4000 - 145 Porto Telefone: 222 081 215 - Fax: 222 089 036 Email: [sinticaba@sapo.pt](mailto:sinticaba@sapo.pt) Web: [www.sinticaba.com](http://www.sinticaba.com)

## **Anexo VI**

E-mail enviado aos sócios

---

From: [sinticaba@sapo.pt](mailto:sinticaba@sapo.pt)

Sent: segunda-feira, 9 de Maio de 2011 9:57

Subject: Questionário

Caros Associados,

Estando na fase de concepção e implementação do site deste sindicato e com vista a que o mesmo venha a corresponder às expectativas de todos, solicitamos que se disponham a responder ao questionário que se encontra no link.

Para responder ao questionário clique no link:

<http://ceise.iscap.ipp.pt/limesurvey/index.php?sid=96263&lang=pt>

Para que o site tenha êxito e seja uma poderosa ferramenta de comunicação, a primeira coisa a pensar é nas pessoas que irão utilizar, desta forma a sua opinião é muito importante.

Desde já o nosso obrigado pela sua participação.

Cumprimentos,

A Direcção

Nota: em caso de impossibilidade de responder online, poderá fazê-lo em papel, dirigindo-se a um delegado ou dirigente sindical.

## **Anexo VII**

Questionário em papel



## Questionário

Caro Associado,

Estando em fase de construção da página Web do Sindicato, gostaríamos de saber a sua opinião quanto aos diversos aspectos a ter em consideração no desenvolvimento do site. Este questionário insere-se no âmbito de uma dissertação de mestrado onde a sua opinião é fundamental, contamos com a sua colaboração.

**Acha importante a existência de um Site do Sindicato**

Não

Sim

**Já consultou algum site de outro sindicato:**

Não

Sim

Qual \_\_\_\_\_

**Quais as características que acha importantes num site:**

Ser fácil de usar

Ter boa aparência

Textos bem visíveis

Conteúdos actualizados

Ser fácil de navegar

Confidencialidade

Velocidade

Outras \_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_



Que tipo de conteúdos gostaria de ver no site?

- Informação e História do sindicato
- Sócios
- Contratação Colectiva
- Legislação
- Contactos
- Notícias
- Contencioso jurídico

Outros \_\_\_\_\_

Assinale as funcionalidades que gostaria que estivessem disponíveis no site:

- Poder efectuar pagamentos
- Fazer inscrição de novos sócios
- Ter acesso a uma área restrita onde poderia:
- Alterar dados pessoais
- Colocar perguntas de carácter jurídico
- Colocar perguntas de carácter geral

Outras \_\_\_\_\_

Qual a sua opinião relativamente a esta estrutura:

<b>SINTICABA</b>	<b>SÓCIOS</b>	<b>LEGISLAÇÃO</b>	<b>CONTRATAÇÃO COLECTIVA</b>	<b>NOTÍCIAS</b>
História	Ficha de Inscrição	Boletim trabalho	C.C.T. Vinhos do Porto	
Estatutos	Declaração desconto	Diários da república	C.C.T. Vinhos Consumo	
Sede	Pagamentos		A.C.T. Unicer	
Direcção	Alterar dados		A.C.T. Águas	

**FORUM**                      **CONTACTOS**

Contencioso Jurídico

Perguntas carácter geral

Concorda       Discorda

O que alterava \_\_\_\_\_

Qual o design que considera mais agradável e apelativo



Entregue o questionário a um delegado sindical

Caso não seja possível, agradecemos a devolução deste questionário por fax para o número: 222 089 036

Obrigada por colaborar connosco neste estudo.

## **Anexo VIII**

Resultados do questionário

**LimeSurvey**

Estadísticas rápidas

Opções do Filtro

---

**Resultados**

**Número de registos neste inquérito: 142**  
 Total de registos no inquérito: 142  
 Percentagem do total: 100.00%

---

**Campo Resumido para 1:**

**Acha importante a existência de um site do Sindicato**

Resposta	Contagem	Percentagem
Sem resposta	0	0
Sim (Y)	142	100.00%
Não (N)	0	0

---

**Campo Resumido para 2:**

**Já consultou algum site de outro sindicato**

Resposta	Contagem	Percentagem
Sem resposta	0	0
Sim (Y)	34	23.94%
Não (N)	108	76.06%

---

**Campo Resumido para 9:**

**Quais os sites que já consultou**

Resposta	Contagem	Percentagem
Resposta <input type="button" value="Navegador"/>	30	21.13%
Sem resposta	112	78.87%

---

**Campo Resumido para 3:**

**Quais as características que acha importante num site**

Resposta	Contagem	Percentagem
Ser fácil de usar (1)	132	92.96%
Ter boa aparência (2)	35	24.65%
Textos bem visíveis (3)	38	26.76%
Conteúdos actualizados (4)	109	76.76%
Ser fácil de navegar (5)	107	75.35%
Confidencialidade (6)	92	64.79%
Velocidade (7)	23	16.20%
Outro <input type="button" value="Navegador"/>	0	0





---

**Campo Resumido para 4:**

**Que tipo de conteúdos gostaria de ver no site**

Resposta	Contagem	Percentagem
----------	----------	-------------

Informação e história do sindicato (1)	105	73.94%
Sócios (2)	32	22.54%
Contratação Colectiva (3)	114	80.28%
Legislação (4)	82	57.75%
Contactos (5)	103	72.54%
Notícias (6)	66	46.48%
Contencioso Jurídico (7)	111	78.17%
Outro <input type="text" value="Navegador"/>	0	0
<b>Campo Resumido para 5:</b>		
<b>Assinale as funcionalidades que gostaria que estivessem disponíveis no site</b>		
<b>Resposta</b>	<b>Contagem</b>	<b>Percentagem</b>
Fazer inscrição de novos sócios (2)	116	81.69%
Ter acesso a uma área restrita para alterar dados pessoais (3)	51	35.92%
Ter acesso a uma área restrita para colocar perguntas de carácter jurídico (4)	129	90.85%
Ter acesso a uma área restrita para colocar perguntas de carácter geral (5)	95	66.90%
Ter acesso a uma área restrita para poder efectuar pagamentos (6)	90	63.38%
Outro <input type="text" value="Navegador"/>	0	0
<b>Campo Resumido para 6:</b>		
<b>Qual a sua opinião sobre a estrutura de páginas apresentada de seguida para o sítio Web do sindicato SINDICATO História Estatutos Sede Direcção SÓCIOS Ficha de Inscrição Declaração desconto Pagamentos Alterar dados LEGISLAÇÃO Boletim trabalho Diários da República CONTRATAÇÃO COLECTIVA C.C.T. Vinhos do Porto C.C.T. Vinhos Consumo A.C.T. Unicer A.C.T. Águas FORUM Contencioso Jurídico Perguntas carácter geral CONTACTOS Contactos NOTÍCIAS Notícias</b>		
<b>Resposta</b>	<b>Contagem</b>	<b>Percentagem</b>
Sem resposta	0	0
Concorda (1)	140	98.59%
Discorda (2)	2	1.41%
<b>Campo Resumido para 7:</b>		
<b>O que alterava na estrutura apresentada</b>		
<b>Resposta</b>	<b>Contagem</b>	<b>Percentagem</b>
Resposta <input type="text" value="Navegador"/>	1	0.70%
Sem resposta	141	99.30%
<b>Campo Resumido para 8:</b>		
<b>Qual o design que considera mais agradável e apelativo</b>		
<b>Resposta</b>	<b>Contagem</b>	<b>Percentagem</b>
Sem resposta	0	0
	15	10.56%

 <p>(1)</p>		
 <p>(2)</p>	<p>41</p>	<p>28.87%</p>
 <p>(3)</p>	<p>78</p>	<p>54.93%</p>
 <p>(4)</p>	<p>8</p>	<p>5.63%</p>



## **Anexo IX**

Parecer do Presidente do Sinticaba



Porto, 17 de Fevereiro, de 2012

Quando nos foi apresentado o resultado final do site do SINTICABA, pessoalmente penso que o mesmo excedeu largamente as minhas expectativas iniciais.

O mesmo apresenta-se escalonado de forma apelativa e, com quase todas as funcionalidades implementadas que inicialmente, foram tidas como objectivo a atingir. Tendo em conta que os meios técnicos e financeiros disponíveis, não foram os mais abrangentes, é meu entendimento, ter sido conseguido um trabalho de classificação excelente.

Não posso, nem podem os restantes membros da Direcção deixar de salientar, a dedicação, o empenho e principalmente a alegria e até o carinho com que a Dr.<sup>a</sup> Carla Moreno se dedicou na concretização deste trabalho, cujo resultado final, só podia ser um excelente trabalho, como atrás referi.

Quer em meu nome pessoal e principalmente em nome desta Associação Sindical, um nosso muito obrigado.

O Presidente da Direcção  
Manuel da Silva Faria

# **Anexo X**

Questionário de avaliação do site



1. Considera que o site pode aproximar os sócios ao sindicato? De que forma?

---

---

2. O tipo de linguagem está adequado aos sócios?

---

---

---

3. O aspecto geral do site é atractivo?

---

---

4. Que informações acha que deveriam estar disponíveis para além das existentes?

---

---

---

---

## **Anexo XI**

Respostas dos questionários da avaliação do site



1. Considera que o site pode aproximar os sócios ao sindicato? De que forma?

SIM, JA' DEVERIA TER SIDO HA MAIS TEMPO.  
CONSIDERO SER ESTA UMA DAS FORMAS PARA ALÉM  
DA INTERVENÇÃO NAS EMPRESAS AQUELA QUE MAIS  
RESULTADOS SE PODERÁ OBTER. TAMBEM ACHO A POSSIBILIDADE  
DE PODER DAR A OPINIÃO E OBTER RESPOSTAS FUNDAMENTAL.

2. O tipo de linguagem está adequado aos sócios?

SIM

3. O aspecto geral do site é atractivo?

SIM

4. Que informações acha que deveriam estar disponíveis para além das existentes?

DEVERIA REFERIR TODAS AS AÇÕES QUE O  
SINDICATO INTERVEN. TER TODA A INFORMAÇÃO  
ACTUALIZADA REFERENTE À LEGISLAÇÃO LABORAL  
E OUTRAS QUE SEJAM DO INTERESSE DOS TRABALHADORES



1. Considera que o site pode aproximar os sócios ao sindicato? De que forma?

Sim, por vezes o acesso aos dirigentes sindicais é difícil e desta maneira torna-se melhor e mais rápido comunicar e expor as diversas situações com os membros do sindicato.

2. O tipo de linguagem está adequado aos sócios?

Sim

3. O aspecto geral do site é atractivo?

Sim, com boas facilidades de acesso.

4. Que informações acha que deveriam estar disponíveis para além das existentes?

De momento não me ocorre nenhuma, mas caso houver algum tipo de informação, deveria ser comunicado...



1. Considera que o site pode aproximar os sócios ao sindicato? De que forma?

SEM DÚVIDA, JÁ DO A CONSULTA SER FÁCIL  
E A INFORMAÇÃO CHEGAR EM TEMPO ÚTIL.

2. O tipo de linguagem está adequado aos sócios?

Sim

3. O aspecto geral do site é atractivo?

ESTÁ OPTIMO

4. Que informações acha que deveriam estar disponíveis para além das existentes?

DESSE QUE A INFORMAÇÃO CHEGUE  
EM TEMPO ÚTIL; É O MAIS IMPORTANTE



1. Considera que o site pode aproximar os sócios ao sindicato? De que forma?

Sim, acho que aproxima os sócios do sindicato porque por vezes os sócios não têm disponibilidade de se deslocarem ao sindicato e assim podem contactar de tudo através do site

2. O tipo de linguagem está adequado aos sócios?

Sim, tem uma linguagem simples e de boa acessibilidade para qualquer tipo de Habilitação Literária.

3. O aspecto geral do site é atractivo?

Sim, está atractivo e bastante intuitivo.

4. Que informações acha que deveriam estar disponíveis para além das existentes?

De momento acho que está bastante completo e não carece de mais informação



1. Considera que o site pode aproximar os sócios ao sindicato? De que forma?

Sim - Pela forma de que as novas Tecnologias tem cada vez mais preponderância nas relações entre os sindicatos e Trabalhadores

2. O tipo de linguagem está adequado aos sócios?

Sim - Está adequado devido também aos conhecimentos dos Trabalhadores

3. O aspecto geral do site é atractivo?

Sim este com um aspecto agradável.

4. Que informações acha que deveriam estar disponíveis para além das existentes?

Ter mais informação a nível de informação/legislação laboral.

## **Anexo XII**

E-mail enviado aos sócios divulgação do site

---

From: [sinticaba@sapo.pt](mailto:sinticaba@sapo.pt)

Sent: segunda-feira, 20 de Fevereiro de 2012 9:57

Subject: Site Sinticaba

Caros Associados,

Vimos convidá-lo a conhecer o site do Sinticaba. Este site é apenas o ponto de partida na construção de uma ferramenta que se pretende que seja cada vez mais funcional e apelativa.

O endereço de acesso ao site é:

[WWW.sinticaba.com](http://WWW.sinticaba.com)

Para que o site tenha êxito e seja uma poderosa ferramenta de informação e comunicação, solicitamos que nos enviem as vossas sugestões, no sentido de o melhorarmos.

Cumprimentos,

A Direcção

## **Anexo XIII**

Carta enviada aos sócios a divulgar o site

Caros Associados,

Vimos convidá-lo a conhecer o site do Sinticaba. Para que o site tenha êxito e seja uma poderosa ferramenta de informação e comunicação, solicitamos que nos enviem as vossas sugestões, no sentido de o melhorarmos, indo de encontro às necessidades do sindicato e dos associados

[WWW.sinticaba.com](http://WWW.sinticaba.com)

A Direção



SINTICABA

## **Anexo XIV**

Relatório de acessos

# SERVIÇOS WEB DO SINDICATO NACIONAL DOS TRABALHADORES DA INDÚSTRIA E COMÉRCIO, ALIMENTAÇÃO, BEBIDAS E AFINS



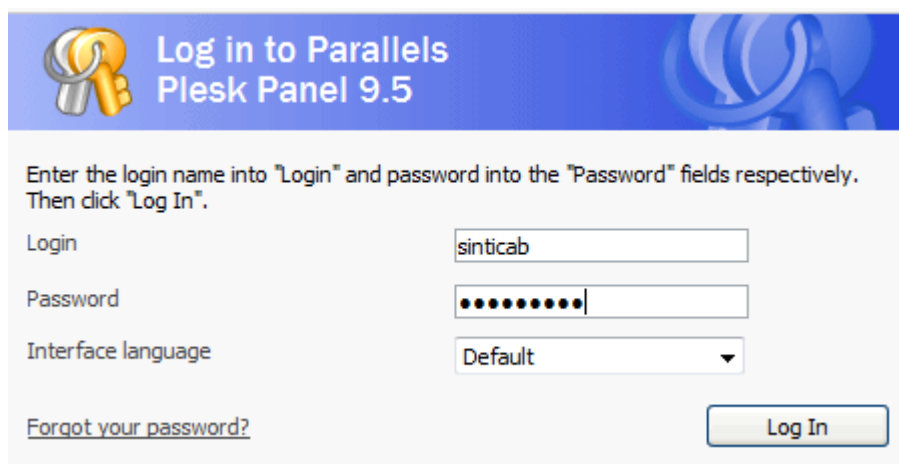
## Relatório de acessos

Este relatório contém a descrição dos acessos aos serviços Web do Sinticaba, nomeadamente:

- Domínio
- Servidor
- Correio electrónico

## DOMÍNIO

O domínio foi registado na empresa Ping, a partir do <http://billing.ping.pt/cart.php?a=add&domain=register> . O acesso à área privada do Sinticaba, que permite realizar a actualização dos dados é feita através do *login sinticab* e a *palavra-passe XXXXXXXXX*.



Log in to Parallels Plesk Panel 9.5

Enter the login name into "Login" and password into the "Password" fields respectively. Then click "Log In".

Login

Password

Interface language

[Forgot your password?](#)

O domínio do Sinticaba é *Sinticaba.com* e está activo desde 06/08/2011, por um período de 1 ano. Findo 1 ano terá de ser reactivado, sendo que a Ping contactará o responsável antes de o prazo acabar.

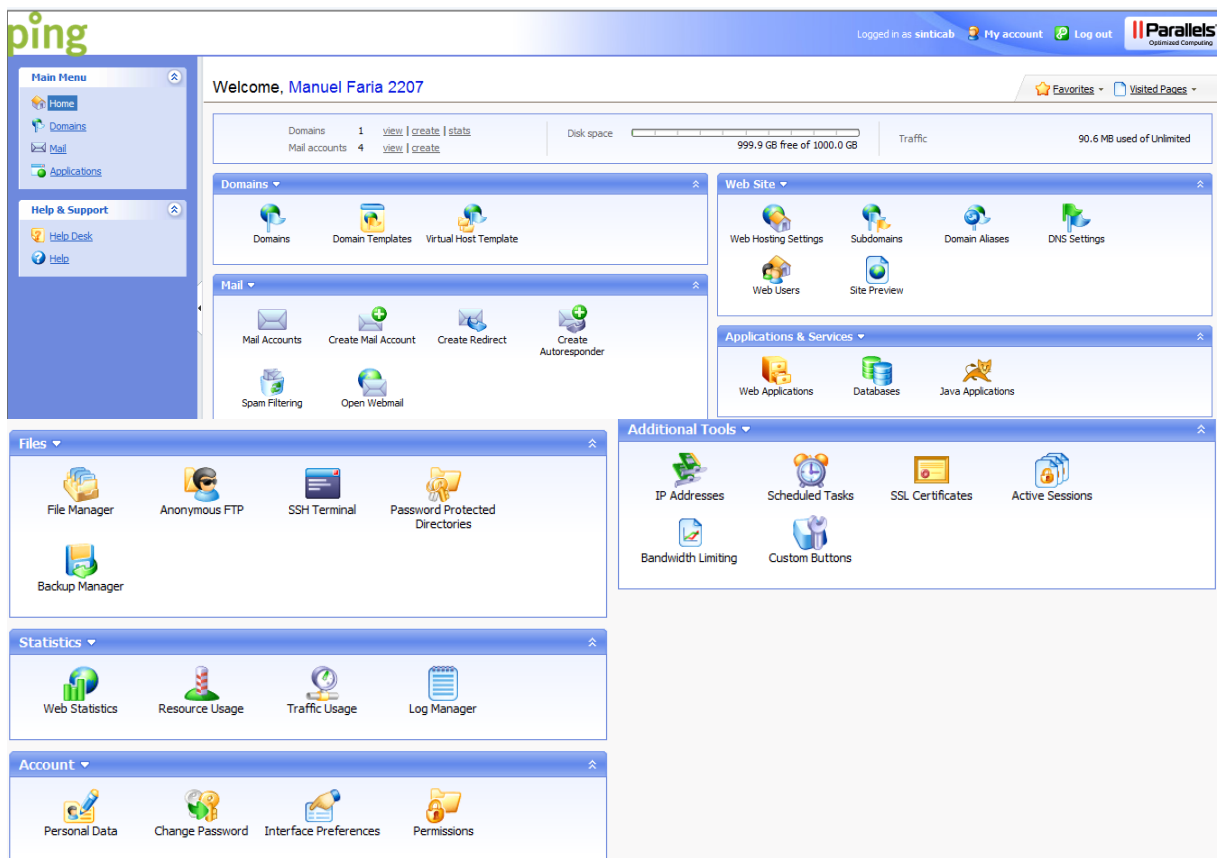
## ALOJAMENTO

O acesso à área de administrador do servidor onde estão alojados os serviços Web do Sinticaba é feito através do endereço:

<https://www.ping.pt:8443/>

O alojamento do Sinticaba está activo desde 06/08/2011, por um período de 1 ano. Findo 1 ano terá de ser reactivado, sendo que a Ping contactará o responsável antes de o prazo acabar.

Ao introduzir os dados de acesso (que são os mesmos do domínio), é disponibilizada a gestão da conta do servidor através da aplicação Plesk.



As características técnicas do servidor, incluindo as credenciais de acesso são:

Domínio: sinticaba.com

IP: 195.170.168.243

Utilizador: sinticab

Palavra-passe XXXXXXXXXX

Servidor 1: ns.ping.pt (195.170.168.243)

Servidor 2: ns2.ping.pt (195.170.168.64)

E-mail contacto: [sinticaba@gmail.com](mailto:sinticaba@gmail.com)

## ACESSO FTP

Para aceder ao servidor por FTP, os dados são os seguintes:

FTP Hostname:sinticaba.com

Site: <http://sinticaba.com>

## CONTAS DE CORREIO INTERNO

O serviço permite a criação de 500 contas de correio electrónico. Inicialmente foram criadas 3 contas de correio electrónico, com cotas de 3 GB cada. Os endereços são:

[sinticaba@sinticaba.com](mailto:sinticaba@sinticaba.com)

[juridico@sinticaba.com](mailto:juridico@sinticaba.com)

[Manuel.Faria@sinticaba.com](mailto:Manuel.Faria@sinticaba.com)

As credenciais de acesso a cada uma das contas de correio electrónico são do conhecimento de cada um dos seus utilizadores.

O acesso às caixas de correio pode ser efectuado via Web através do endereço:

<http://webmail.sinticaba.com/>



O utilizador pode:

- Ler correio electrónico;
- Responder ou reencaminhar o correio;
- Alterar a palavra-chave;
- Criar lista de contactos;
- Notas;
- Utilizar calendário como agenda.

## SITIO WEB

O site do Senticaba foi criado utilizando o CMS Joomla. Esta aplicação disponibiliza dois ambientes:

- Front-end, corresponde ao que as pessoas têm acesso, ou seja, o site propriamente dito;
- Back-end, corresponde à área de administração do site.

O Front-end do site pode ser acedido através do endereço:

<http://www.senticaba.com>

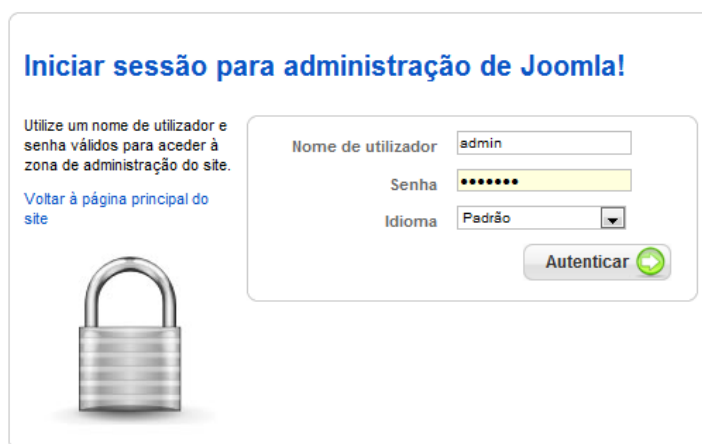
o Back-end do site pode ser acedido através do endereço:

<http://www.senticaba.com/administrador/>

O administrador do site, que é criado por defeito aquando da instalação do CMS Joomla, foi associado ao endereço de correio electrónico [senticaba@gmail.com](mailto:senticaba@gmail.com) e as credencias de acesso são:

Utilizador: admin

Palavra-chave: XXXXXX



**Iniciar sessão para administração de Joomla!**


Utilize um nome de utilizador e senha válidos para aceder à zona de administração do site.

[Voltar à página principal do site](#)

Nome de utilizador

Senha

Idioma



Para além desta utilizador, foram inicialmente criados dois utilizadores, cujas credenciais de acesso são do conhecimento dos respetivos utilizadores:

Manuel Faria

Secretaria Sindicato

As características do site são descritas no Relatório do site.

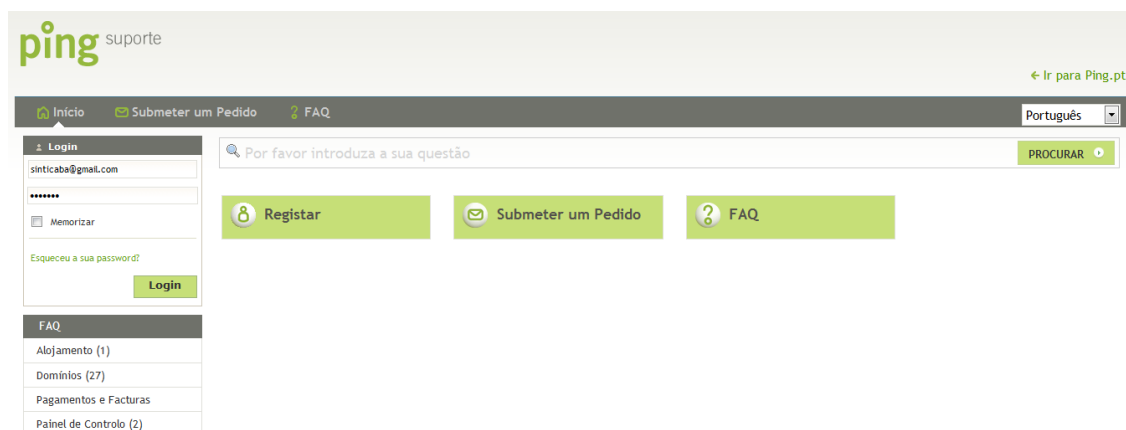
## SUPORTE

Sempre que surgir alguma dúvida ou problema com o domínio ou o serviço de alojamento, pode-se contactar a Ping, das seguintes formas:

- Por telefone através do número 226 075 61. A pessoa de contacto é a D. Ana Moreira;
- Enviar para o endereço de correio eletrónico [ajuda@ping.pt](mailto:ajuda@ping.pt) ;
- Registar o pedido no Suporte Ping, através do endereço <http://ajuda.ping.pt/> , inserindo as credenciais de acesso:

Utilizador: [sinticaba@gmail.com](mailto:sinticaba@gmail.com)

Palavra-chave: XXXXXXX



The screenshot shows the 'ping suporte' website interface. At the top left is the 'ping suporte' logo. To the right is a link '← Ir para Ping.pt'. Below the logo is a navigation bar with 'Início', 'Submeter um Pedido', and 'FAQ'. On the right of the navigation bar is a language dropdown set to 'Português'. The main content area is divided into two columns. The left column contains a 'Login' form with fields for email (filled with 'sinticaba@gmail.com') and password (masked with '\*\*\*\*\*'), a 'Memorizar' checkbox, a link 'Esqueceu a sua password?', and a 'Login' button. Below the login form is a 'FAQ' section with a list of topics: 'Alojamento (1)', 'Domínios (27)', 'Pagamentos e Facturas', and 'Painel de Controlo (2)'. The right column features a search bar with the placeholder text 'Por favor introduza a sua questão' and a 'PROCURAR' button. Below the search bar are three green buttons: 'Registar', 'Submeter um Pedido', and 'FAQ'.

## ÁREA DE CLIENTE

Existe uma área de cliente que pode ser acedida através do endereço <http://billing.ping.pt> , inserindo as credenciais:

Correio eletrónico: [sinticaba@gmail.com](mailto:sinticaba@gmail.com)

Palavra-chave: XXXXXXX

## Área do Cliente

Você tem que fazer o login para aceder a esta página. Os dados deste login são diferentes dos dados de login do painel de controle de sua conta de Alojamento.

E-mail:

Palavra-passe:

Lembrar

Esqueceu-se da sua Palavra-passe? [Peca novamente a sua palavra-passe clicando aqui](#)

Na Área de Cliente poderá ver e atualizar os dados, ver detalhes do plano de Alojamento e domínios, enviar tickets de suporte e solicitar produtos ou serviços adicionais.