

Design de Hiperfídia: o caso do website para a “Traço Cia de Teatro”

Hypermedia Design: the case of website for “Traço Cia de Teatro”

Jônatas Leopardi de Sao Thiago¹

Universidade Federal de Santa Catarina, SC

Thiago da Silva Bogut²

Universidade Federal de Santa Catarina, SC

Berenice Santos Gonçalves³

Universidade Federal de Santa Catarina, SC

Claudia Regina Batista⁴

Universidade Federal de Santa Catarina, SC

Luciane Maria Fadel⁵

Universidade Federal de Santa Catarina, SC

Resumo

Este artigo apresenta o processo de desenvolvimento do *website* para a Traço Cia de Teatro – um grupo teatral de Florianópolis - SC. Adotou-se o processo de design de sistemas proposto por Garrett (2003). Partindo do abstrato ao concreto, são apresentados os resultados obtidos nos cinco planos previstos no processo de design: estratégica, escopo, estrutura, esqueleto e superfície. Foi desenvolvido um *website* em página única com menu de navegação fixo na área superior da tela, com fácil interação e navegação intuitiva. A proposta de *layout* para a interface gráfica buscou refletir o humor como uma poesia, algo leve, popular e expressar as qualidades das interações definidas como: amizade, sublime, inesperado e mágico.

Palavras-chave: design, hiperfídia, metodologia.

Abstract

This paper shows the development process of website for the “Traço Cia. de Teatro” – a theatrical group from Florianópolis – SC. It was adopted the design process proposed by Garrett (2003). The study starts from the abstract to the concrete and follows through the five stages as provided in the design process: strategic, scope, structure, skeleton and surface. The website was developed in single page and the navigation remains fixed in the top area of the screen, always

¹ jonatasleopardi@gmail.com

² thiagosbogut@gmail.com

³ berenice.s.g@ufsc.br

⁴ claudia.batista@ufsc.br

⁵ liefadel@gmail.com

visible to the user, with easy interaction and intuitive navigation. The layout proposal for the graphical interface expresses the mood like poetry, something light, popular, besides the qualities of interactions defined as: friendship, sublime, unexpected and magical.

Keywords: design, hypermedia, methodology.

1. Introdução

A Traço Cia. de Teatro é um grupo composto por quatro profissionais com formação acadêmica em artes cênicas, de Florianópolis - SC. O grupo foca o cômico do teatro de palhaços. Tem o objetivo de levar os espetáculos a todos os lugares, tornando a arte acessível inclusive aqueles que não podem pagar para assistir espetáculos teatrais. Eles consideram-se arrojados e fazem espetáculos em comunidades, nas ruas, hospitais, sendo poucas atuações em palcos teatrais. Apostam na qualidade e formação superior dos artistas, levando ao público o que há de melhor para quem não pode ter acesso aos espetáculos.

O grupo deseja estar em contato frequente com o seu público e necessita de uma boa comunicação e divulgação ampla de seus trabalhos, aulas e apresentações. Atualmente, o grupo possui um blog (*blogspot*) e reconhece que esse canal de comunicação apresenta alguns problemas relacionados com a falta de organização das informações e de unidade visual. O grupo pretende adquirir um domínio e hospedar um *website* que expresse visualmente o cômico, o humor como uma poesia, algo leve e popular; que cumpra a função de divulgar e promover o grupo, apresentando informações, agenda, meios para contatar o grupo, enfim, um canal direto do público. Os recursos que viabilizam os espetáculos do grupo vêm de projetos de lei do governo, por isso há a necessidade de estampar os patrocinadores, dentre outras informações. Diante do cenário apresentado, surgiu a demanda para o design do *website* para a “Traço Cia de Teatro”, que é apresentado na sequência.

2. O processo de design do website para a “Traço Cia de Teatro”

O desenvolvimento do *website* para Traço Cia de Teatro foi guiado pelo processo de design de sistemas proposto por Garrett (2003), apresentado na figura 1.

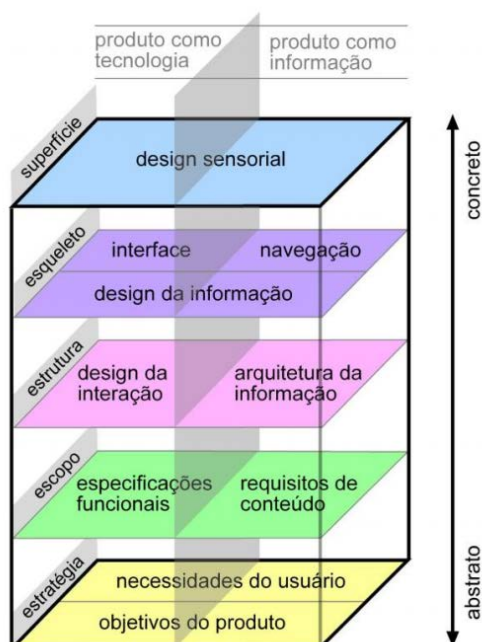


Figura 1 - Processo de design de sistemas.

Fonte: Garrett (2003).

Este processo está sintetizado no diagrama “Os Elementos da Experiência do Usuário”, é composto de cinco fases/planos de desenvolvimento ordenados de acordo com seu nível de abstração. O estágio inicial é mais abstrato, parte-se do plano estratégia que foca delimitação dos objetivos do produto e necessidades do público alvo.

No plano escopo são identificadas as funções que serão necessárias para realizar as tarefas e os conteúdos a serem consultados pelo usuário durante sua interação com o sistema.

No plano estrutura trabalha-se o design da interação e a arquitetura da informação. No design da interação define-se o estilo de interação que será utilizado, ou seja, as formas de diálogo entre usuário e sistema. Durante a elaboração da arquitetura da informação, faz-se as ligações entre os nós de informação, resultando uma árvore ou outro tipo de estrutura de base para o sistema.

O plano esqueleto foca o design da informação, da interface e da navegação. O design da informação envolve a definição da hierarquia entre informações dentro de cada página, assim como uma malha de diagramação para nortear a organização dos elementos informacionais. O design da interface lida com a especificação das ferramentas da interface enquanto que o design de navegação consiste em definir todos os elementos que permitirão ao usuário se deslocar/orientar no sistema.

No plano da superfície trabalha-se o design sensorial para definir como o produto será visto, percebido, sentido, ouvido, tocado pelo usuário. Neste estágio desenvolve-se a apresentação de cada um dos elementos informacionais, assim como todos os atributos gráficos associados.

2.1 Plano Estratégia

Inicialmente, focou-se identificar os objetivos do produto, para tanto os designers elaboraram um *briefing* e numa reunião realizada com os integrantes do grupo teatral foi possível obter informações sobre o cliente, o serviço, o mercado, o público consumidor/apreciador deste serviço, os objetivos, a estratégia do grupo, enfim, um conjunto de informações que propiciaram definir os seguintes objetivos do *website*:

- Divulgar: oficinas, espetáculos, projetos;
- Informar: notícias, agenda, sobre os integrantes, história do grupo, etc.
- Encontrar: parceiros, publicações, mídias (fotos, vídeos), contato, redes sociais.

Na sequência, partiu-se para identificar as necessidades do usuário. Buscou-se conhecer o público alvo do sistema, suas tarefas e contextos de uso. Tais informações foram obtidas através de entrevistas com 8 pessoas, sendo 4 delas integrantes do grupo, uma funcionária, um parceiro e duas pessoas interessadas pela área. As entrevistas foram realizadas na sede do grupo teatral e duraram em média 30 minutos.

A partir das respostas obtidas durante as entrevistas, foram definidas as seguintes variáveis de comportamento: idade, escolaridade, renda, envolvimento (com a Cia. de Teatro), tempo de envolvimento, dispositivos de acesso, frequência de uso de *websites* similares, objetivo de acesso. Na figura 2, pode-se observar as respostas dos entrevistados posicionadas nas variáveis.

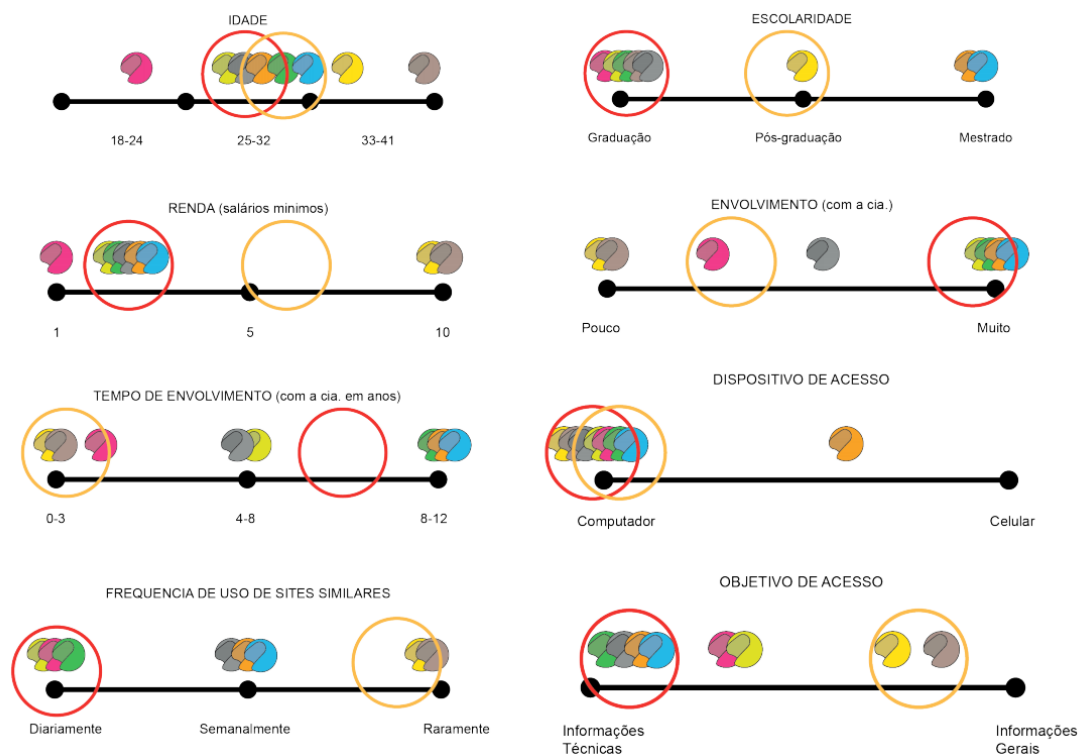


Figura 2 – Variáveis de Comportamento

Após a análise de cada comportamento buscou-se padrões de usuários que possuem comportamentos semelhantes em diferentes variáveis (são as áreas destacadas com círculos na figura 2).

Neste estudo, foram identificados dois padrões (círculo vermelho e laranja, fig. 2) que deram origem as duas *personas*. Em marketing e no design centrado no usuário, *Personas* são personagens fictícios criados para representar os diferentes tipos de usuários dentro de um alvo demográfico. As *personas* são modelos que expressam os dados levantados junto ao público, tais como, comportamentos, objetivos e as necessidades; estão dentro do *target Market*; enfim, as *personas* definem o comportamento que o produto deve ter. (UNGER e CHANDLER, 2009; LIDWELL, 2010)

As *personas* de usuários descritas na sequência são a representação das metas e comportamentos de um grupo hipótese de usuários.

a) **Persona Primária:** Paola Pereira, 31 anos

a.1) **Objetivos:**

- Quer ter acesso à informações que contribuam para o desenvolvimento da sua companhia e seu crescimento profissional.
- Quer saber o que outras Cias. estão fazendo para criar parcerias, pois acredita que o teatro deve ser algo colaborativo.

a.2) **Problemas e Frustrações:** Os sites que visita dificultam seu acesso à informação, levando muito tempo de seu acesso aos sites.

a.3) **Cenário de contexto:** Paola e seus sócios têm um projeto idealizado para levar a técnica do palhaço para tribos indígenas, mas, para isso precisariam fazer parcerias com outros grupos de teatro, além de ter um embasamento teórico para estruturar o projeto. Após seu ensaio, Paola e seus sócios sentaram-se para buscar as referências para seu projeto, mas a maioria dos sites disponibilizava pouco conteúdo e os mesmos se encontravam desorganizados, até que encontraram o *website* da Traço Cia. de Teatro, onde tiveram fácil acesso às publicações de seus integrantes, além de informações para contato para parcerias.

b) Persona Secundária: Fernando de Souza Martins, 32 anos.

b.1) Objetivos:

- Está a procura das formas de arte e cultura para introduzir ao seu estudo da pós graduação em arte terapia.
- Por meio do teatro, espera achar as mais diversas formas de expressão corporal, formas bem humoradas de se obter objetivos com seus pacientes na interpretação de papéis, como no teatro.

b.2) Problemas e Frustrações: Sempre que busca informações relacionadas a cultura e arte, tem dificuldades, pois poucos *websites* na internet são completos, com informação de fácil e ágil acesso, agendas muito bem atualizadas de seus espetáculos e uma síntese sobre quem são.

b.3) Cenário de contexto: Fernando desde que começou sua pós graduação de psicologia em arte terapia, tem procurado todas as formas de arte e expressão para usar em seus estudos e profissão. Aos poucos tentava introduzir isso em suas consultas e usar dessa nova ferramenta em seus pacientes. Como habitual, Fernando foi trabalhar cedo em seu consultório. Naquele dia ele atenderia quase o dia inteiro. Estava um dia nublado de chuva e um de seus pacientes faltou o atendimento. Com isso Fernando aproveitou para pesquisar sobre teatro em Florianópolis nesse horário entre as sessões. Assim, ele achou por meio do projeto Agentes do Riso, palhaços muito bem humorados que alegam o Hospital Infantil. Aprofundou um pouco mais a pesquisa e observou que aqueles artistas do riso eram na verdade da Traço Cia. de Teatro. Conseguiu com agilidade toda a agenda de espetáculos da Cia, bem como um apanhado de informações sobre a Traço de forma direta e ágil.

2.2 Plano Escopo

O ponto de partida para levantar as especificações funcionais e o conteúdo do sistema deu-se através do *Benchmarking* em três *websites* de grupos teatrais similares.

Quadro 1 – *Benchmarking* em *websites* de grupos teatrais similares.

	Cia. Pé de Vento	Grupo Galpão	Cia. dos Palhaços
Estruturação de <i>blog</i>	x		
Integração com redes sociais	x	x	
Comentários	x		
Agenda	x	x	x
Vídeos	x		
<i>Newsletter</i>		x	
<i>Website</i> traduzido		x	
Notícias	x	x	
Busca	x	x	
Contato	x	x	x
Marca de patrocinadores	x	x	
Histórico	x	x	x
Integrantes	x	x	x
Galeria de fotos			x
Espetáculos	x	x	x

O quadro a seguir apresenta as especificações funcionais e os requisitos de conteúdo do sistema.

Quadro 2 – Especificações funcionais e os requisitos de conteúdo do sistema

	Objetivos	Requisitos de conteúdo	Especificações funcionais	Requisitos de experiência	Grau de prioridade e fonte de identificação
1	Encontrar facilmente informações sobre a Cia.	Publicações e artigos acadêmicos dos membros da Cia.	Organização por tema, autor e data.	Os usuários podem se aprofundar mais nas linhas de pesquisa dos integrantes do grupo.	Alta; Identificado no <i>Briefing</i> e nas Entrevistas.
2	Informar sobre datas e locais das apresentações.	A agenda do grupo estará disponível para consulta do público.	Separação por data.	As informações estarão disponíveis com fácil acesso.	Alta; Identificado nas <i>Personas</i> .
3	Divulgação de <i>teasers</i> (vídeos) e fotos das apresentações	Fotos e vídeos	Fotos e vídeos com boa resolução e que permitam a ampliação pelo usuário.	O usuário cria mais intimidade com o grupo.	Média; Identificado no <i>Briefing</i> , <i>Benchmarking</i> <i>Personas</i> .
4	<i>Newsletter</i>	Notícias sobre a Cia. para manter os usuários do site atualizados.	E-mails são enviados para os usuários cadastrados com notícias.	O usuário fica sabendo da situação do grupo de forma rápida e cômoda.	Baixa; Identificado no <i>Benchmarking</i> .
5	Comentários e <i>feedback</i> das peças.	Espaço para que o público possa se expressar e avaliar.	O usuário poderá comentar estando logado em uma rede social de sua preferência.	Ao ter o espaço para opinar o usuário se sente importante para a Cia.	Baixa; Identificado no <i>Benchmarking</i> .
6	Comunicar-se com o público.	Endereço de e-mail e telefones, além de <i>links</i> para redes sociais.	Aba de contato com todas as informações.	A Cia. tem contato direto com seu público e possíveis parceiros.	Alta; Identificado no <i>Briefing</i> e no <i>Benchmarking</i> .
7	Estar disponível em outros idiomas.	Todos os textos devem estar traduzidos.	Botões para fazer a mudança para cada idioma.	O público se expande, uma vez que pessoas de outros países podem ter acesso às informações.	Média; Identificado no <i>Benchmarking</i> .

2.3 Plano Estrutura

No plano estrutura foram realizadas as seguintes ações para organizar a informação a ser disponibilizada no *website*: criação do mapa conceitual, *card sorting* e mapa do *website*. Este estágio do projeto é crucial para organizar os conteúdos de forma que o usuário as encontre de maneira fácil e intuitiva, uma vez que isto estará diretamente ligado a experiência do usuário com o site.

2.3.1 Mapas conceituais e processos cognitivos

O mapa conceitual, nesta fase do projeto, foi utilizado para organizar as possíveis tarefas dos usuários dentro do *website* e como elas estão ligadas ao conteúdo disponível. Após definido que o *website* possui três objetivos principais – divulgar, informar e encontrar – os conteúdos foram distribuídos nas categorias em que melhor se encaixavam, conforme mostra a figura 3.

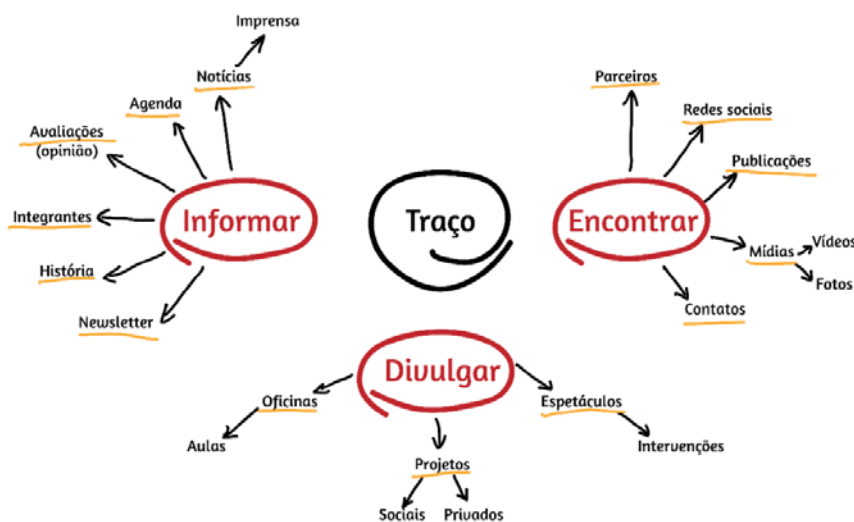


Figura 3 – Mapa Conceitual

2.3.2 Card Sorting

Foi aplicado o *card sorting* fechado, onde 10 participantes receberam *cards* com as categorias definidas: a companhia, apresentações, pesquisa, agenda, notícias e galerias. Após a análise dos resultados dos *card sorting* definiu-se a taxonomia que originou o mapa do *website* apresentado na sequência.

2.3.3 Mapa do website

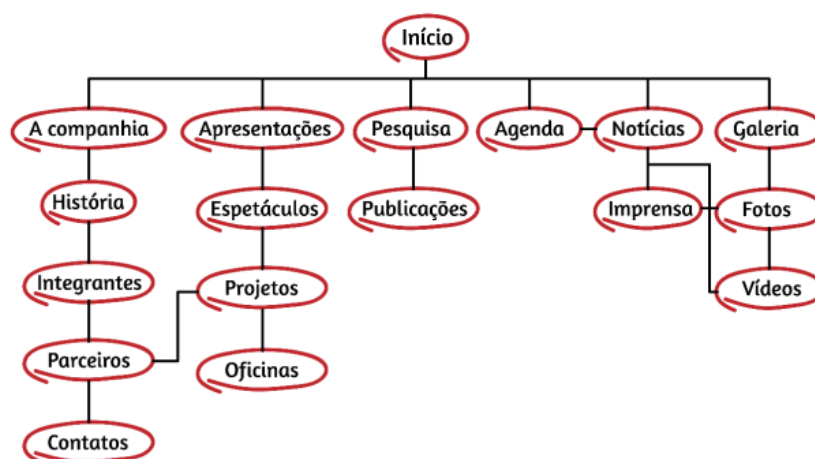


Figura 4 – Mapa do website

2.4 Plano Esqueleto

Enquanto o plano da Estrutura envolve as questões mais amplas de Arquitetura de Informação e Design de Interação, no plano Esqueleto as preocupações são exclusivamente ao nível de páginas individuais e seus componentes. Isso envolve a definição dos diagramas de cada modelo de página do *website* (geralmente *wireframes*) e, para Garrett (2003), abrange três

subáreas do design: o design de interfaces (domínio dos componentes da interface propriamente ditos, que trata de "proporcionar aos usuários a capacidade de fazer coisas"); o design de navegação (que se ocupa do modo como os usuários percorrem as informações nas várias unidades do site) e o design de informação (voltado para a comunicação com o usuário). (GARRETT, 2003)

O *website* foi construído a partir da proposta *One Page (single page)*, ou seja, todo o conteúdo do *website* está contido numa única página e separado em seções. O *website* inteiro pode ser visto apenas pela rolagem do *mouse* ou com movimento dos dedos no caso do usuário usar dispositivos com *touchscreen*. Nesta proposta, evidencia-se que o menu de navegação será situado na área superior e ficará fixo e sempre visível para o usuário.

O *wireframe* tem a função de estruturar o conteúdo de cada página, indicando o peso e relevância de cada elemento do *layout* e sua relação com os demais elementos formadores do todo. Na elaboração do *wireframe* cabe ao designer indicar as áreas em que estarão situados elementos que comporão a interface tais como textos, posição e tamanho das imagens, formulários, mecanismos de busca, largura e altura das páginas, regiões definidas como cabeçalho, navegação, conteúdo, rodapé, entre outros.

A figura 5 apresenta o diagrama *wireframe* definido para a navegação inicial no *website* da Traço Cia. de Teatro.

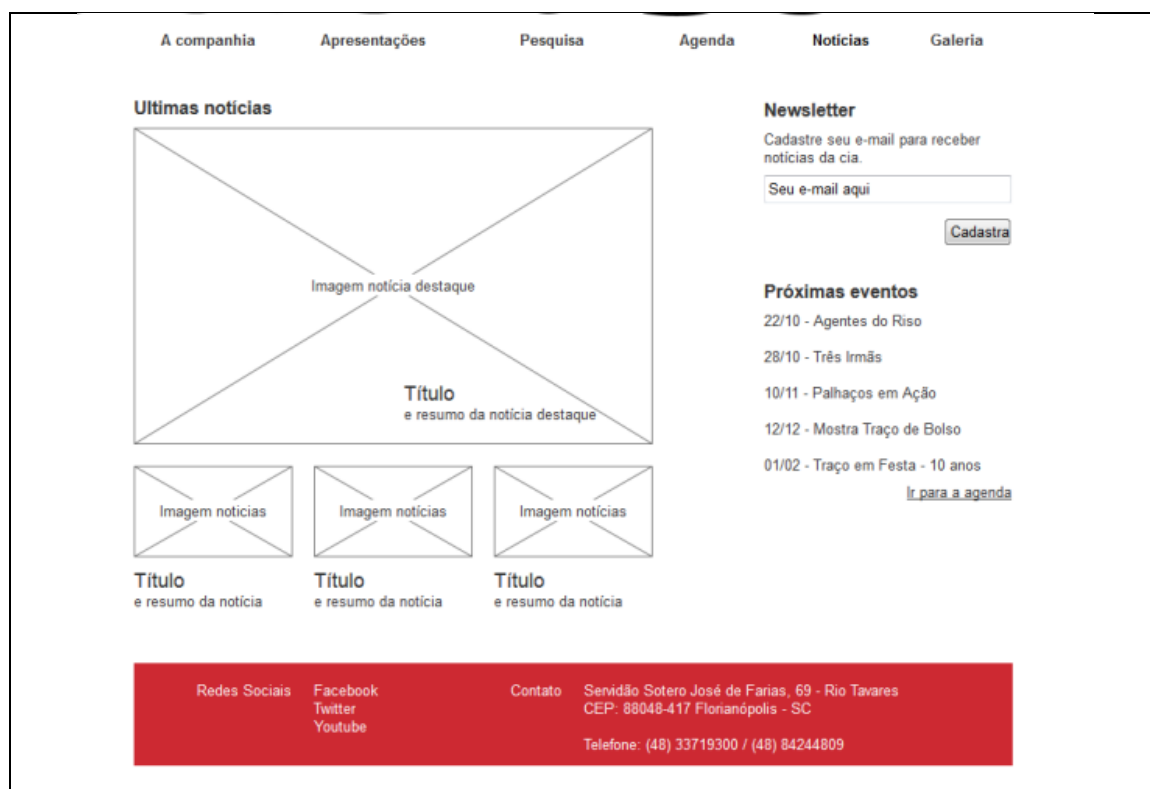


Figura 5 – *Wireframe / Single Page / Navegação Inicial*

2.5 Plano Superfície

No plano da Superfície, "conteúdo, funcionalidades e estética convergem para produzir um design bem acabado que atinja todos os objetivos dos outros quatro planos". (GARRETT, 2003)

O design sensorial estabelece as características gráficas de cada sub-sistema de navegação. Neste estágio do projeto definiu-se o conceito da interface e, a partir dos *wireframes*, fez-se a geração de alternativas explorando possibilidades para o tratamento cromático, tipográfico, de diagramação, buscando efeitos perceptivos que expressassem o conceito da interface.

2.5.1 O Conceito da Interface Gráfica

As qualidades de interação “amizade, sublime, mágico e inesperado” (definidas no estágio anterior) devem ser traduzidas visualmente no *website* através de formas, tipografias ou cores. Para melhor expressar esses conceitos elaborou-se um painel semântico (ver fig. 6).

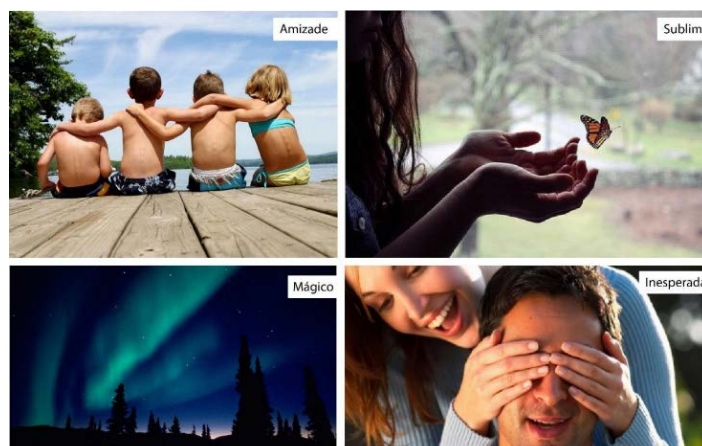


Figura 6 – Painel semântico do conceito da interface gráfica

O painel representa a amizade nos momentos de descontração e de parceria, o sublime da delicadeza e da beleza de uma borboleta, o encontro de algo inesperado e o momento perfeito, mágico que algo pode acontecer e a maneira que ela acontece.

2.5.2 O *layout* escolhido para a interface gráfica

A interface é uma das partes mais importantes de um *website*, pois concentra a relação visitante-sistema. É o que apresenta informações e estímulos e recebe respostas, colocando a manipulação nas mãos do usuário. [...] O ideal é que ela seja transparente, invisível, natural, sintética, intuitiva, prática. (RADFAHRER, 2000, p. 106)

No *website* da Traço Cia. de Teatro, o início da navegação dá-se pelas “últimas notícias” (ver fig. 7) e para acessar os demais conteúdos basta rolar para baixo ou clicar no menu.

Através das figuras 7 e 8 torna-se possível visualizar todo o conteúdo contido na única página.



Figura 7 – Detalhe da interface - a navegação inicial dá-se pelas notícias











Figura 8 – Interface Gráfica

2.5.3 A paleta Cromática

A paleta cromática foi definida para traduzir os conceitos de interação e experiência pretendidos para o *website*, principalmente, o perfil amigável. Os tons escolhidos exprimem alegria e não deixam a leitura monótona. O vermelho é um tom quente e marcante presente em pequenos detalhes em todo o *website*; está contido na logomarca, nas fotografias dos palhaços traduzindo um sentimento de paixão e entusiasmo. O preto foi aplicado nos títulos e no texto devido ao bom contraste entre as letras e o fundo da página.

Foi definida uma cor para cada categoria (itens do menu de navegação). No quadro abaixo, apresenta-se a tonalidade aplicada como cor de fundo, o código hexadecimal e a respectiva categoria.

Quadro 3 – Especificações da Paleta Cromática

Cor	Código Hexadecimal	Categoria
	EE7D7D	A Companhia
	FFCC66	Apresentações
	49B4EA	Pesquisa
	DD8E31	Agenda
	02B076	Notícias
	A877D9	Galeria
	000000	Textos
	A51919	Textos e detalhes

2.5.4 Tipografia

Após análise tipográfica, optou-se pela fonte Ubuntu para o conteúdo textual do *website* em virtude das seguintes características: propicia boa legibilidade, possui uma grande variedade em sua família, é gratuita.

2.5.5 Tratamento das imagens

As imagens foram recortadas e tratadas para integrarem ao fundo da página e ao conteúdo informativo; teve-se a intenção de evitar trabalhar com formas fechadas, ou seja, fotografias com contorno evidente. Para integrar as imagens ao fundo do *website*, algumas fotografias apresentam um gradiente com transparência, efeito que sugere leveza ao *layout*, tais como os exemplos apresentados na figura 9.



Figura 9 – Tratamento das imagens

2.5.6 Especificações para implementação

O *website* deve ser implementado em HTML5 e CSS, em conformidade com os padrões web da W3C. O *website* é constituído em uma única página, desta forma a navegação se dá através de *hiperlinks* em âncoras vinculando os itens do menu aos títulos dos conteúdos. Nestes *hiperlinks* com âncoras foi aplicado o efeito que permite rolagem suave através do jQuery. O efeito paralaxe foi aplicado nas fotos através de JavaScript.

3 Considerações Finais

Este artigo apresentou, sinteticamente, o processo de desenvolvimento do *website* para a Traço Cia. de Teatro. Este projeto foi guiado pelo “processo de design de sistemas” proposto por Garrett (2003). Este método de projeto permitiu aos designers uma visão clara das tarefas que deveriam ser realizadas e tornou o processo organizado. Observou-se que as etapas iniciais estratégia e escopo foram cruciais para identificar as necessidades e preferências do público alvo, as especificações funcionais e os requisitos de conteúdo para o *website*.

Outro ponto que merece destaque foi a aplicação do *card sorting* para a definição da taxonomia do *website*. Neste estágio, pode-se perceber como as pessoas elaboram diferentes mapas mentais sobre um mesmo tema. Ficou claro que a organização da informação não pode ser definida somente a partir do ponto de vista do designer; o envolvimento e a participação do usuário neste processo é necessária não somente neste estágio, mas em todas as etapas do desenvolvimento.

Em relação ao design visual, acredita-se que o apelo estético proposto para a interface gráfica expressa o conceito estabelecido: amigável, sublime, mágico e inesperado. A navegação é simples, fácil e intuitiva, desta forma mesmo usuários com pouca experiência e habilidade em navegar pela web não terão dificuldades em encontrar as informações no *website*. Quanto a implementação, este produto digital atende aos padrões web definidos pelo W3C, com código válido e acessível (por humanos e diferentes dispositivos), e uso de CSS para separar o conteúdo da apresentação.

Referências Bibliográficas

GARRETT, J. J. *The elements of user experience*. New York: AIGA | New Riders, 2003.

Padovani, S. Usabilidade de sistemas de navegação em hipermídia. **Anais do 3º CONAHPA** – Congresso Nacional de Ambientes Hipermídia para a Aprendizagem. São Paulo, 2008.

LIDWELL, W.; HOLDEN, K.; BUTLER, J. Universal *Principles of Design*. Rockport Publishers, 2010.

RADFAHRER, Luli. *Design web design: 2*. São Paulo: Market Press, 2000.

UNGER, R.; CHANDLER, C. O Guia para projetar UX. Rio de Janeiro: Alta Books, 2009.

W3C. **Web Design e Aplicações**. Disponível em:
<http://www.w3c.br/Padroes/WebDesignAplicacoes>, acesso em 20/11/2012.