

Design do website para a “Cooperativa para Conservação da Natureza”

Website Design for “Cooperative for Nature Conservation”

Anderson Francisco Floriani Voltolini¹

Universidade Federal de Santa Catarina, SC

Fernando Merisio Alixandre²

Universidade Federal de Santa Catarina, SC

Berenice Santos Gonçalves³

Universidade Federal de Santa Catarina, SC

Claudia Regina Batista⁴

Universidade Federal de Santa Catarina, SC

Resumo

Este artigo apresenta o processo de desenvolvimento do *website* para a Caipora - Cooperativa pela Conservação da Natureza, 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.

Palavras-chave: design, hiper mídia, metodologia.

Abstract

This paper shows the development process of website for the “Caipora” - Nature Conservation Cooperative 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.

Keywords: design, hypermedia, methodology.

¹ andersonffv@gmail.com

² ferdznando@hotmail.com

³ berenice.s.g@ufsc.br

⁴ claudia.batista@ufsc.br

1. Introdução

A Caipora – Cooperativa para Conservação da Natureza foi criada em Florianópolis, em outubro de 2002. É uma organização da sociedade civil sem fins lucrativos, caracterizada como uma cooperativa de trabalho, composta por profissionais com formação em diversas áreas do conhecimento que atuam no desenvolvimento e execução de planos, programas e projetos voltados à pesquisa e conservação da biodiversidade e ao uso sustentável dos recursos naturais. Ao longo de sua trajetória, a Caipora vem mantendo uma forte atuação junto a unidades de conservação (UC) de diferentes categorias de manejo e sob a gestão das esferas de governo federal, estadual e municipal, além de reservas privadas. Dentre suas principais áreas de atuação estão o planejamento e manejo de áreas protegidas, ações de educação ambiental e mobilização comunitária, trabalhos de levantamento e monitoramento de fauna e pesquisa científica. (CAIPORA, 2014)

De forma transversal às diversas frentes de atuação, a Caipora sempre buscou alternativas para conciliar a conservação da biodiversidade com o desenvolvimento social, cultural e econômico das regiões e territórios onde atua, mantendo uma postura ética e profissional junto aos seus diversos parceiros, organizações dos setores público, privado, terceiro setor e comunidades organizadas. Nos últimos anos a cooperativa vem agregando conhecimento e experiências no gerenciamento de projetos que envolvem o planejamento territorial, a partir do planejamento de unidades de conservação, bem como desenvolvendo habilidades no uso e adequação de metodologias e de ferramentas de apoio, como sistemas de informação geográfica (SIG). Além disso, o conjunto da experiência individual de seus cooperados amplia significativamente as áreas temáticas e regiões de abrangência de atuação profissional à disposição da Caipora, podendo os cooperados atuar em projetos e/ou consultorias de forma individual ou em equipes multidisciplinares com ampla experiência e competência técnica. (CAIPORA, 2014)

A Caipora possuía um *website*, contudo foi observado alguns problemas relacionados com a organização da informação, havia a necessidade em atualizar e inserir novos conteúdos e otimizar a apresentação visual. Diante do cenário apresentado, surgiu a demanda para o re-design do *website* para a Caipora, que é apresentado na sequência.

2. O processo de design do *website* para a Caipora – Cooperativa para Conservação da Natureza

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

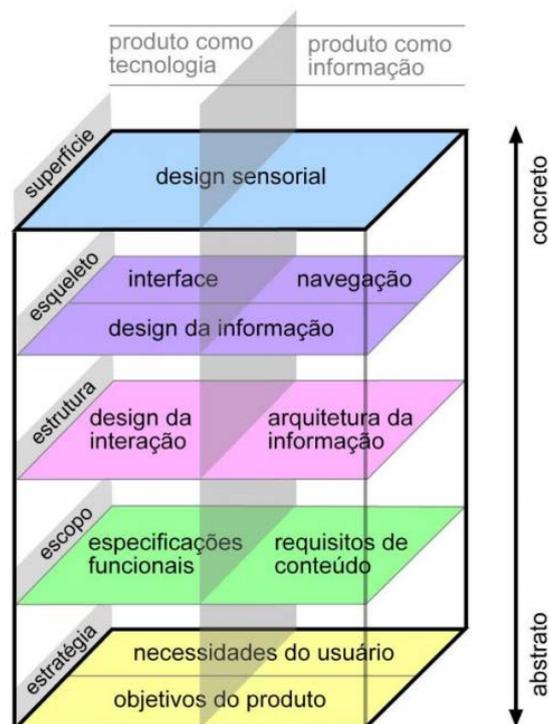


Figura 1 - Processo de design de sistemas.

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 funcionários da Caipora foi possível obter informações sobre o cliente, o serviço, o mercado, o público alvo, os objetivos da empresa e sua estratégia.

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 4 participantes, sendo 1 deles representante de uma ONG que já realizou serviços com a Caipora e outros 3 são empresários de setores relacionados ou que dependem de serviços de consultoria ambiental. O tempo médio de duração das entrevistas foi de 20 minutos.

A partir das respostas obtidas durante as entrevistas, foram definidas as seguintes variáveis de comportamento: idade, nível de escolaridade, dispositivo de acesso à internet, utilização da internet, atuação profissional relacionada com a área, como escolhe empresas parceiras, o que busca em sites semelhantes, frequência que utiliza serviços de consultoria ambiental. Na figura 2, pode-se observar as respostas dos entrevistados posicionadas nas variáveis.

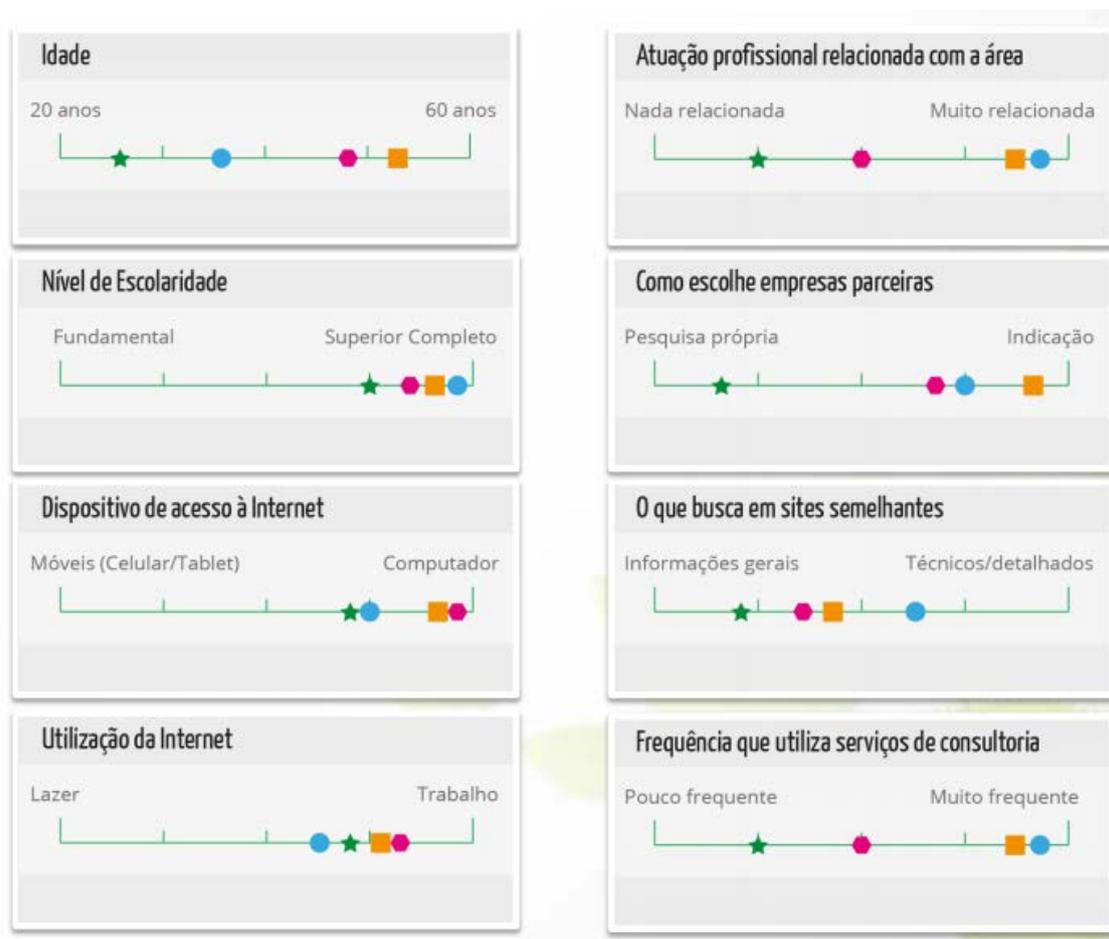


Figura 2 – Variáveis de Comportamento

Após a análise de cada comportamento buscou-se padrões de usuários que possuem comportamentos semelhantes em diferentes variáveis.

Neste estudo, foram identificados dois padrões 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: Priscila Soares, 38 anos

a.1) Objetivos:

- Conduzir a gestão de seus projetos de maneira segura.
- Encontrar empresas que possam realizar trabalhos associados a ONG que sejam competentes.
- Ampliar os projetos de proteção ambiental se relacionando com outras pessoas com os mesmos ideais.

a.2) Problemas e Frustrações: Não encontrar informações necessárias em *websites*. Não conseguir enxergar as mudanças que almeja na sociedade.

a.3) Cenário de contexto: Priscila recebeu do Governo Federal um edital para a elaboração de um projeto de manejo e restauração de uma área no interior da região de Florianópolis. Sua ONG está envolvida, pois já realiza trabalhos de conservação da área, porém precisa de uma empresa especializada que possa elaborar esse projeto nos moldes pedidos pelo governo. Pesquisa então por empresas da região que trabalhem na área de manejo e restauração de áreas ambientais e encontra o site da Caipora, onde conhece as áreas de atuação e as empresas que já trabalharam com a cooperativa. Na seção de cooperados encontra muitos nomes conhecidos e então se sente confortável e segura em enviar um e-mail de contato.

b) Persona Primária: Roberto Barros, 41 anos.

b.1) Objetivos:

- Conduzir sua empresa com segurança e responsabilidade.
- Contratar serviços eficazes.
- Conhecer os contratantes e parceiros das empresas que procura.
- Utilizar-se da internet para ter mais segurança e entendimento na hora de contratar, sendo rápido e preciso.
- Um sistema fácil de aprender e simples de navegar.

b.2) Problemas e Frustrações:

- Pouca afinidade com o mundo digita.
- Problemas com a falta de informação nas empresas com que tem interesse em trabalhar.
- Dificuldade de comprovação na qualidade nos serviços à contratar.

b.3) Cenário de contexto: Roberto está envolvido em um projeto de construção de um aviário em uma cidade vizinha e não conseguiu o contato com algumas empresas com que trabalhou para a consultoria do serviço. Um de seus associados sugere uma empresa da grande Florianópolis que lhe foi recomendada. Roberto então acessa a internet de seu escritório, e encontra o site da “Caipora – Cooperativa para Conservação da Natureza”, sente-se bem pela simplicidade de navegação e estrutura da página, primeiros sinais de seriedade e qualidade. Encontra o que deseja pela facilidade na arquitetura da informação, mas mesmo assim continua navegando pela página para conhecer mais a empresa. Assim descobre grandes empresas que já usufruíram da consultoria desta empresa e se certifica no bom trabalho da equipe. Já acessa a página de contatos e envia um e-mail com uma proposta de negócio.

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.

	Geosustentável Geosustentavel.com.br	Ambiens Ambiensconsultoria.com.br	Akos Akosconsultoria.com.br
Descrição da empresa	X	X	X
Áreas de atuação	X	X	X
Informações de contato	X	X	X
Projetos já realizados	X	X	-
Colaboradores/Equipe	X	X	X
Clientes/Parceiros	X	X	X
Mapa de localização	-	-	-
Fotos e vídeos	-	-	X
Mapa do site	-	-	-
Pesquisa	-	-	-
<i>Breadcrumb</i>	-	-	-

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 do usuário	Requisitos de conteúdo	Especificações funcionais	Origem
1	Criar confiança em contratar a empresa.	Informações sobre a empresa, seus funcionários e serviços prestados a outras entidades.	Navegar pela área de Quem somos e de Empresas parceiras.	<i>Benchmarking</i> , Pesquisas, Clientes.
2	Conhecer os serviços prestados.	Páginas descritivas com as áreas de atuação fotos, explicações e comentários.	Usuário familiariza-se com o menu principal e seus submenus.	Pesquisas, Cliente, <i>Benchmarking</i>
3	Entender sobre o serviço.	Publicações científicas dos membros da empresa, Definições de todas as áreas.	Visitar a área sobre antigos projetos e publicações.	Cliente.
4	Comunicar-se com a empresa.	Área de contatos, se possível acesso à redes sociais.	Acessar o <i>link</i> de Contatos no menu principal.	<i>Benchmarking</i> , Cliente.
5	Buscar informações.	Campo de busca.	Fazer pesquisas dentro do site.	<i>Benchmarking</i> .
6	Entender o Site.	<i>Breadcrumb</i> e arquitetura da informação eficaz.	Ver facilmente em que área está navegando e entender a totalidade do <i>website</i> .	Pesquisas.

2.3 Plano Estrutura

Neste estágio do projeto, voltou-se a atenção à organização da informação. Primeiramente, fez-se um inventário do conteúdo do *website*, pois antes de organizá-lo, era necessário conhecê-lo. Para fazer o inventário, utilizou-se como base as informações que já estavam disponíveis na primeira versão do *website* e nas suposições do que viria a ser adicionado futuramente. Como resultado, obteve-se um documento com uma listagem de itens, os quais foram úteis para realizar a rotulação, classificação e estruturação.

Com base no ‘Inventário de Conteúdo’, foram confeccionados vários rótulos curtos (pequenos cartões). Estes foram dispostos sobre a mesa. Após breve análise, formaram-se grupos de acordo com a afinidade dos temas dos rótulos. O resultado dessa formação de grupos afins gerou o ‘Diagrama de Afinidades’⁵. Executou-se essa técnica visando obter a taxonomia principal do *site*. “A taxonomia é o conjunto das categorias em que será classificado cada conteúdo do *website*. [...] A taxonomia é o cerne da arquitetura da informação”. (AMSTEL, 2004, p.45-47)

Para validar a taxonomia elaborada para a segunda versão do *website* recorreu-se a técnica de *Card Sorting*. Para Nielsen (2004) a técnica de *Card Sorting* é o principal método para pesquisar o modelo mental dos usuários, isto é, para verificar como estes veem a informação e onde cada item deve ser colocado. Foi adotado o *Card Sorting* fechado, tendo em vista que a taxonomia já estava esboçada e apresentava certo grau de consistência. 10 pessoas participaram desta atividade. Os cartões das categorias foram dispostos pelos participantes sobre uma mesa e, em cada categoria, foram agrupados os cartões de conteúdo segundo a classificação (modelo mental) de cada participante. A partir da análise do resultado do *Card Sorting* foi possível definir a estrutura apresentada na figura 3.

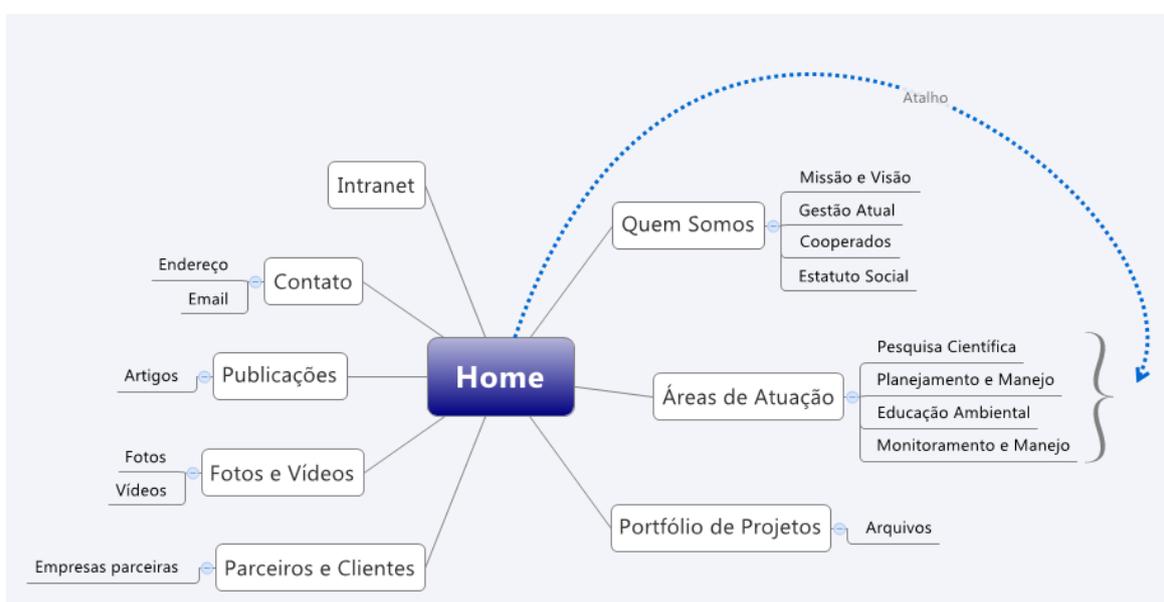


Figura 3 – Arquitetura da Informação

A figura 4 apresenta o mapa estrutural do *website*.

⁵ “Método utilizado para converter conceitos vagos em específicos, por meio do uso de linguagens e diagramas apropriados” (SALES, 2005). Diagrama de Afinidades serve para criar agrupamentos, não envolve o usuário, mas pode ser ferramenta de colaboração entre a equipe. Costuma-se usar o Diagrama de Afinidades e validar os agrupamentos no *card sorting*. (AMSTEL, 2004)

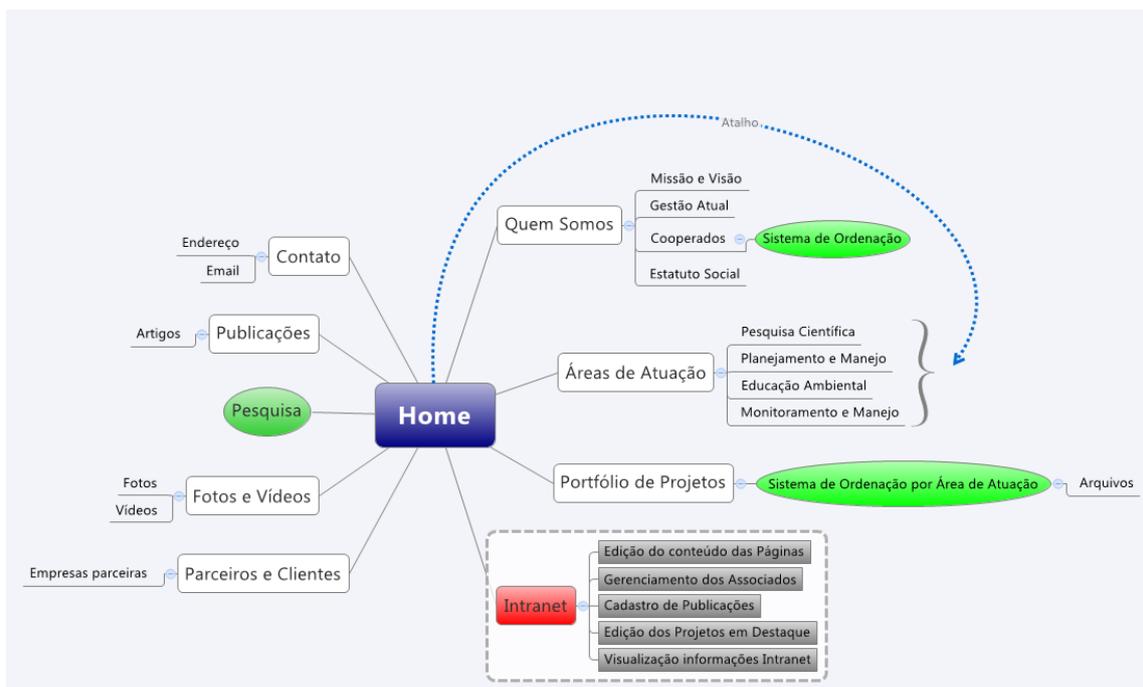


Figura 4 – Mapa Estrutural

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 *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.

As figuras 5 a 8 apresentam os diagramas *wireframe* definidos para o *website* da Caipora.

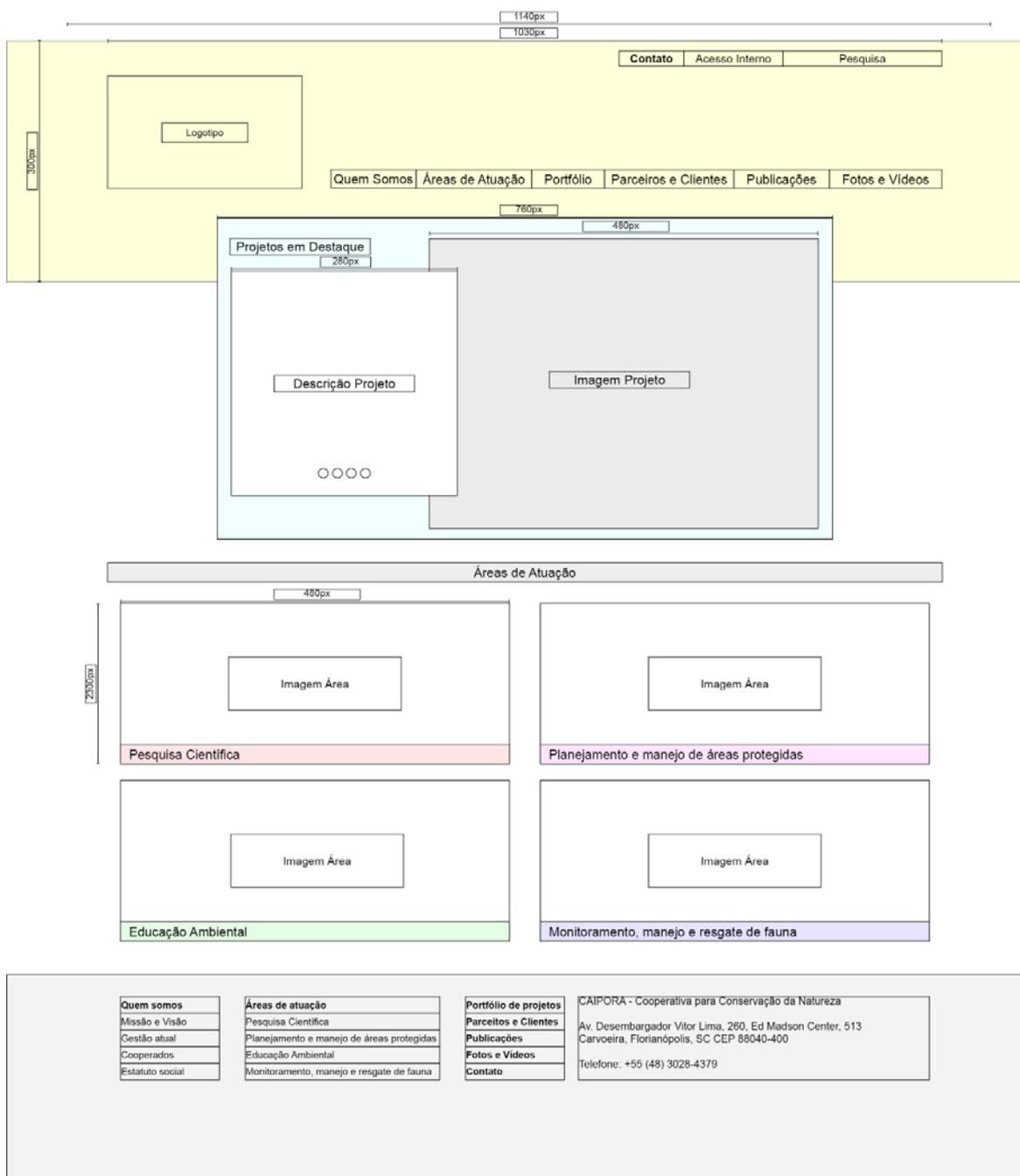


Figura 5 – Wireframe / Página Inicial.

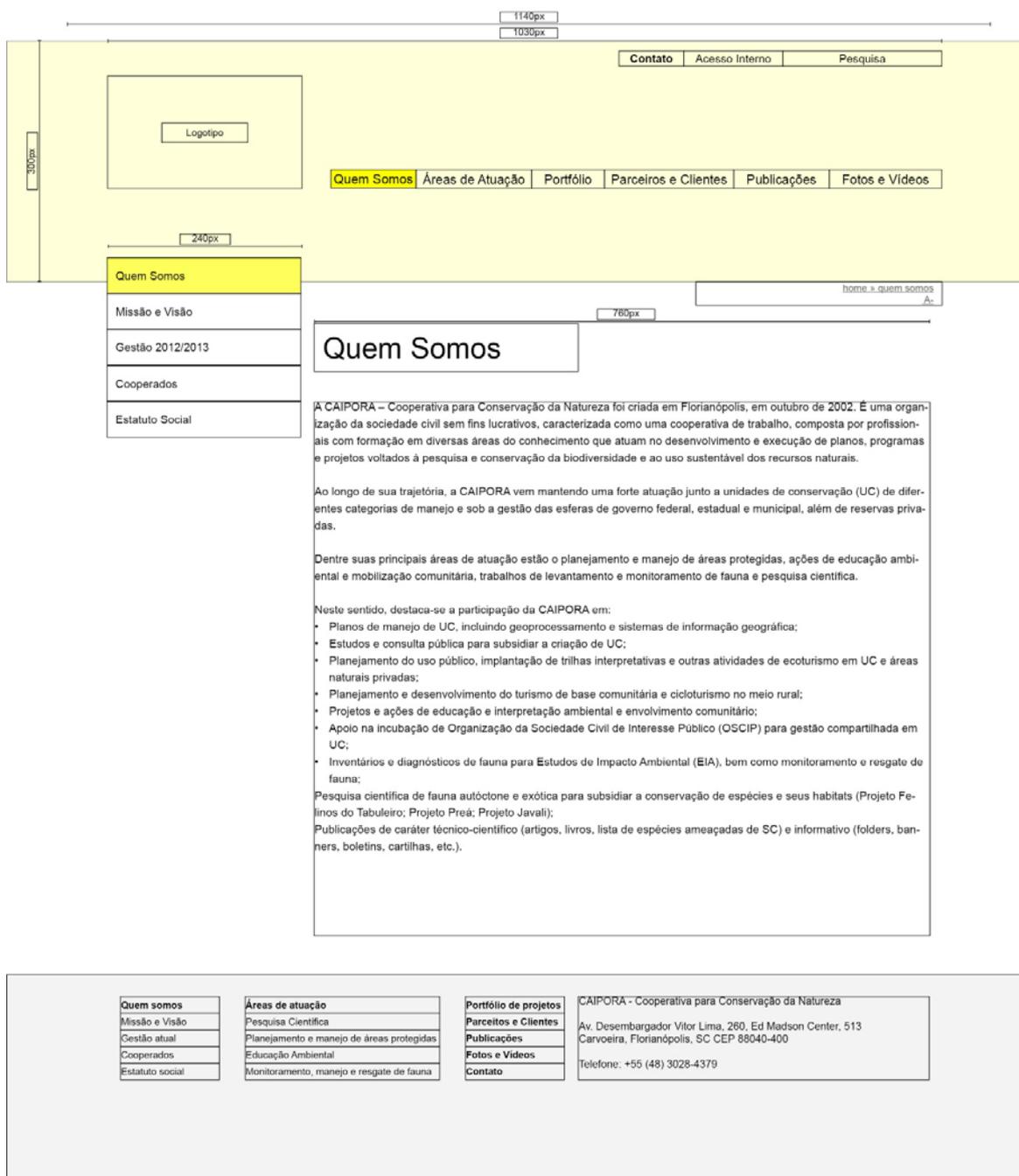


Figura 6 – Wireframe / Página “Quem Somos”.

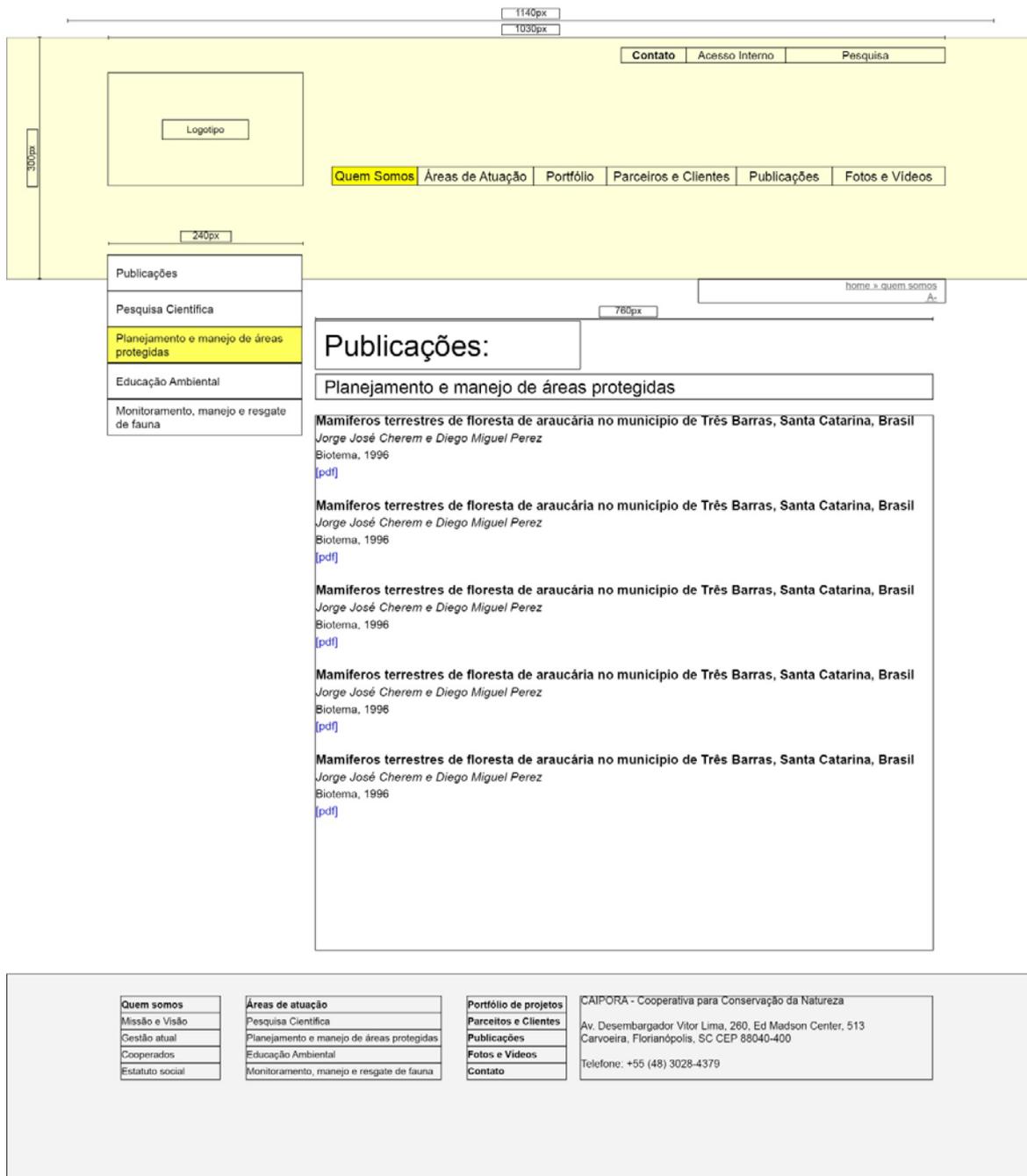


Figura 7 – Wireframe / Página “Publicações”

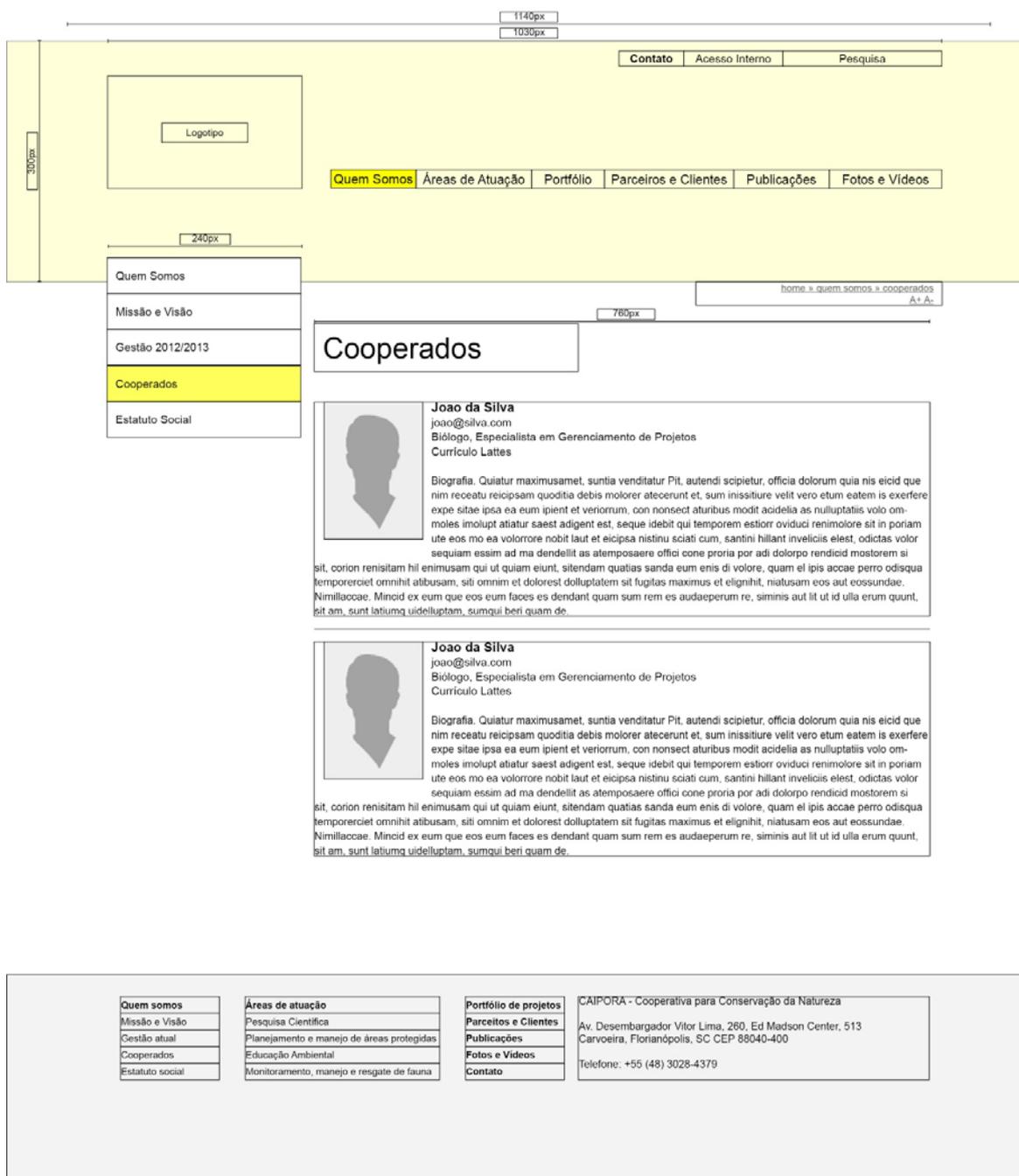


Figura 8 – Wireframe / Página “Cooperados”

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 subsistema 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 Os objetivos da Interface Gráfica

Através do *briefing* e das necessidades levantadas pelo cliente, criou-se *layouts* baseados nos seguintes aspectos:

- *Layout* simples, objetivo, claro;
- Aparência mais formal (pedido do cliente);
- Não parecer um site de ONG;
- Manutenção pelo próprio cliente;
- Foco na informação;
- Um espaço como repositório de dados para a própria empresa.

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)

Após a fase de geração de alternativas para *layout* da interface, optou-se pela proposta apresentada nas figuras 9 e 10.

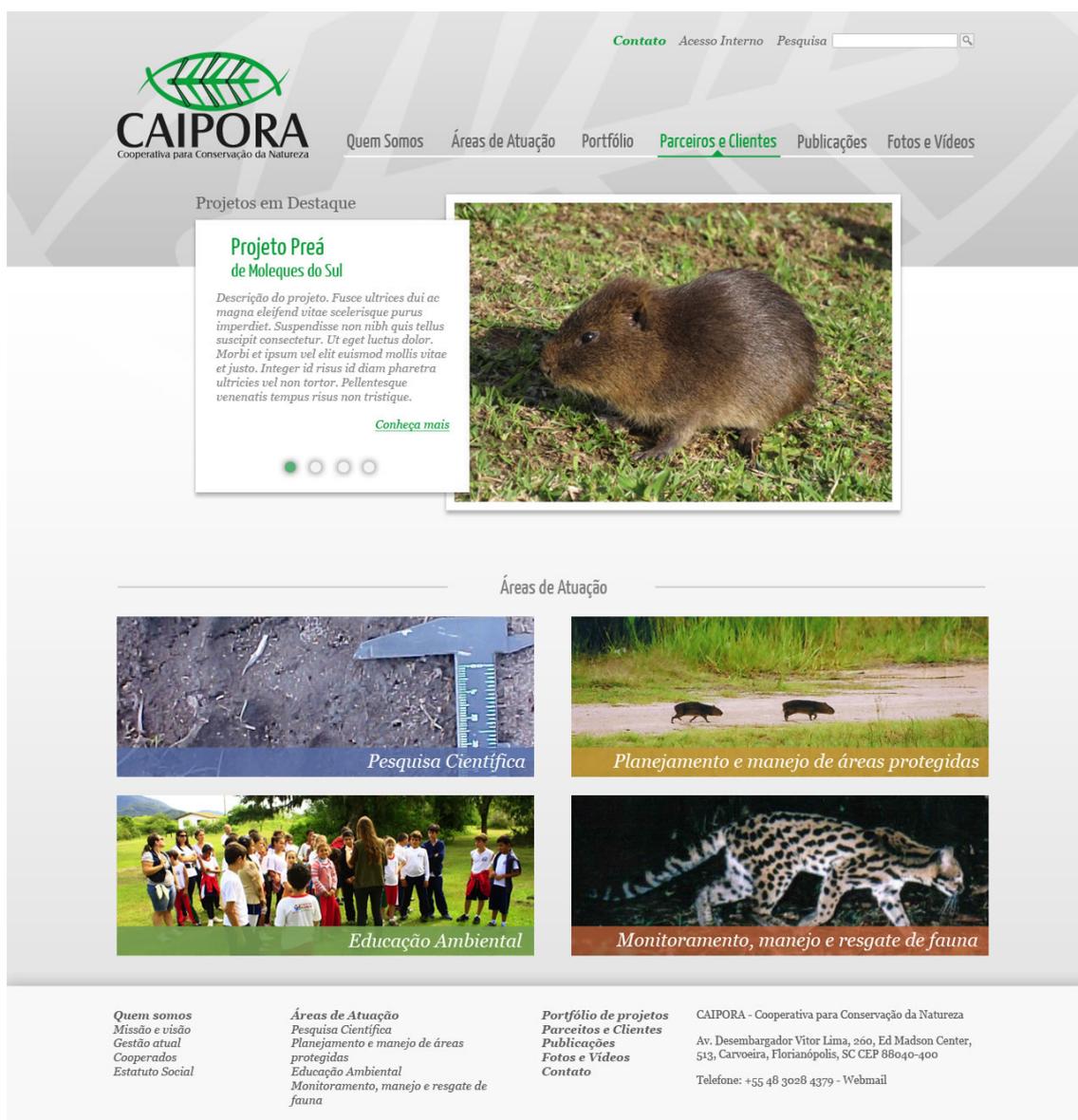


Figura 9 – Design visual da interface – página inicial.

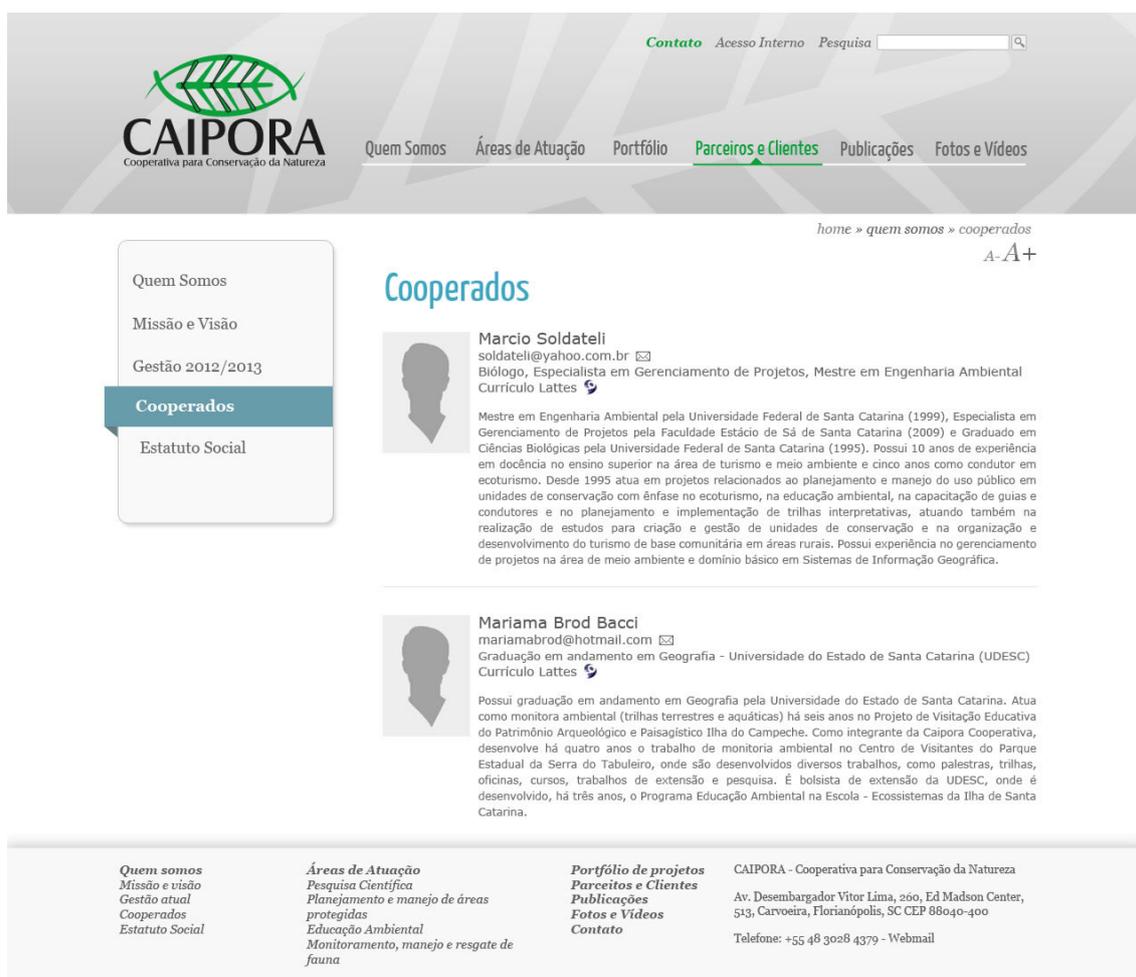


Figura 10 – Design visual da interface – página cooperados

2.5.3 A Paleta Cromática

A paleta cromática para o *website* foi definida a partir das cores do logotipo da Caipora e foram adicionadas cores análogas. A figura 1 apresenta os tons definidos e seus respectivos códigos hexadecimais.

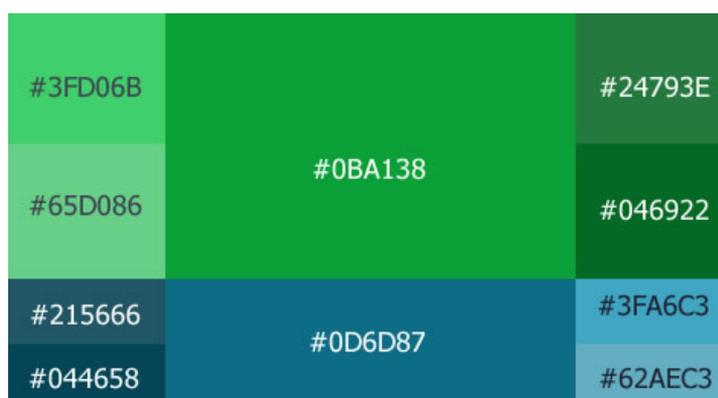


Figura 11 – Paleta cromática

2.5.4 Tipografia

Após análise tipográfica, optou-se pelas fontes abaixo descritas por serem claras e porque propiciam boa legibilidade:

- Para menu principal e títulos de páginas: fonte Yanone Kaffeesatz.
- Para submenus, áreas de destaque e detalhes específicos: fonte Georgia Normal e Itálico.

– Para blocos de texto: fonte Verdana.

2.5.5 Especificações para Implementação

O *website* foi implementado em HTML5 e CSS, em conformidade com os padrões web da W3C. O *slideshow* da página inicial foi implementado com JavaScript.

3 Considerações Finais

Este artigo apresentou, sinteticamente, o processo de desenvolvimento do *website* para a Caipora – Cooperativa para Conservação da Natureza. 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; é necessário o envolvimento e a participação do usuário neste processo, não somente neste estágio, mas em todas as etapas do desenvolvimento.

A apresentação visual foi resultado de uma fusão entre as necessidades apresentadas pelo cliente (item 2.5.1), somadas a diversas conversas que tivemos com os representantes da cooperativa. Obteve-se uma proposta visual com estilo contemporâneo, onde se privilegiou um *layout* claro e informativo, com navegação simples, fácil e intuitiva. 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. O *website* já está hospedado na internet e pode ser acessado neste domínio: <http://www.caipora.org.br>.

Referências Bibliográficas

- AMSTEL, Frederick van. *Design Centrado no Usuário para o Website da Universidade Federal do Paraná*. Curitiba, 2004.
- CAIPORA. Disponível em <http://www.caipora.org.br>, acesso em 20/11/2014.
- 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.
- NIELSEN, Jakob. *Card Sorting*: How many users to test. 19 jul. 2004. Disponível em: www.useit.com/alertbox/20040719.html. Acesso em: 22 set. 2005.
- RADFAHRER, Luli. *Design web design*: 2. São Paulo: Market Press, 2000.
- SALES, Marily Tavares. *Glossário da Qualidade*. 1ª Ed. São Paulo: Netra, 2000. Disponível *on-line* em www.unibero.edu.br/download/glossarios/glossario_qualidade.doc, acesso em 30/09/2005.

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.