



Criação de uma aplicação iOS:
divulgação multimédia de histórias do Porto



Criação de uma aplicação iOS: divulgação multimédia de histórias do Porto

Aluno Sílvia Maria Ferreira da Rocha Fernandes
Orientador Andrew Howard

Mestrado em Design de Comunicação
Escola Superior de Artes e Design, 2013

Aluno Sílvia Maria Ferreira da Rocha Fernandes
Orientador Andrew Howard



ESAD
2013

RESUMO

A aplicação Invicta! é o resultado proposto de uma exploração na divulgação pública de histórias da cidade do Porto. Estas são memórias de lugares, acontecimentos passados singulares que fazem parte de um património cultural disperso e inalcançável à generalidade dos habitantes.

Propõe-se traduzir e enriquecer a imagem coletiva e identidade da cidade através da difusão de histórias peculiares constituídas por uma multiplicidade de mídia: texto, imagem, vídeo, áudio, música e realidade aumentada.

No processo projetual, são investigadas as possibilidades dos meios digitais e analisado o modo em que estes podem adicionar significado ao contar de histórias. Aplicam-se os princípios encontrados aos smartphones, sendo propícios à deslocação urbana, e cuja mobilidade permite um contacto direto com a cidade. Consequentemente, é desenvolvida uma aplicação no sistema operativo iOS para iPhone. São seguidas e cumpridas metodologias nas áreas da experiência do utilizador e interface, desenhando o projeto de forma exploratória e com recurso a investigação visual e teórica.

Apresenta-se um objeto final coerente e intuitivo, dando-se ênfase gráfico ao seu conteúdo e cumprindo os parâmetros propostos de boa usabilidade, sendo este representado visualmente por todos os seus ecrãs e sistema de navegação.

PALAVRAS-CHAVE

Porto, memória, histórias, multimédia, aplicação iOS.

ABSTRACT

The application Invicta! is the proposed outcome of an exploration in the public disclosure of stories from the city of Porto. These are memories of places, singular past events, that are a part of a dispersed and unreachable cultural patrimony to most inhabitants.

It is proposed to translate and enrich the collective image and identity of the city through the divulgation of peculiar stories consisting of a multiple media: text, image, video, audio, music and augmented reality.

In the design process, the possibilities of digital media are investigated and analyzed to discover in what way may they add meaning to the storytelling method. These principles are then applied to smartphones, these being conducive to urban mobility, allowing direct contact with the city. Therefore, the project becomes the creation of an iOS 7 application, for the iPhone. Methodologies in the fields of user experience (UX) and user interface (UI) are followed, developing the project in an exploratory way, using visual and theoretical research.

The final product is cohesive and intuitive, with graphic emphasis given to its content and complying with the proposed parameters of good usability. It is presented visually by all its screens and navigation system.

KEYWORDS

Porto, memory, storytelling, multimedia, iOS application.

AGRADECIMENTOS

Ao Professor Andrew Howard, pela sua orientação, acompanhamento e paciência;

Ao Professor Tiago Pedras, pela sua disponibilidade e sugestões;

À minha irmã, pela sua indispensável motivação e auxílio;

Ao meu grupo de amigos, por todo o apoio e constante ânimo;

À minha restante família, pelo seu encorajamento.



Introdução

1.

A cidade como contadora de histórias

1.1.

Imagem e identidade
da cidade

1.2.

Património e memória
do lugar

1.3.

O caso do Porto

1.4.

Metodologia e investigação:
Recolha de material
e análise

2.

Os meios digitais

- 2.1. Storytelling digital e transmídia
- 2.2. As possibilidades mobile
- 2.3. Análise de aplicações e projectos existentes

3.

Considerações projectuais

- 3.1. iOS vs. Android
- 3.2. Metodologias UX: Recolha de dados e “personas”
- 3.3. Mapeamento, brainstorming e arquitetura de informação
- 3.4. Metodologias UI: wireframes e esboços
- 3.5. Interface do utilizador: Gestos e botões Layout e “look and feel” Patterns

4.

Design da aplicação

- 4.1. Tipografia
- 4.2. Ícones e botões
- 4.3. Cores
- 4.4. Nome da aplicação
- 4.5. Logótipo e ícone
- 4.6. Primeira versão da aplicação e consequentes alterações
- 4.7. Versão final da aplicação

5.

Conclusão

- Anexo 1: Personas
- Anexo 2: Análise de aplicações portuguesas
- Referências bibliográficas
- Lista de imagens

INTRODUÇÃO

O Porto, como cidade é, num primeiro olhar, um espaço físico e construído, geográfica e politicamente delimitado. No entanto, este não se esgota nestes aspetos. Pelo contrário, revela-se extremamente prolífera ao nível da sua história e participação por parte dos seus habitantes. A noção de memória coletiva, partilhada e enriquecida por todos aqueles que vivenciam este espaço da cidade é aquilo que traz realmente uma dimensão humana da mesma. É este o ponto de partida para o presente projeto.

A cidade desprende-se destes aspetos mais formais e até legais, dando lugar a uma dimensão imaterial, composta pelas memórias de cada um dos seus habitantes e, conseqüentemente para a consolidação de uma memória coletiva, que devemos preservar e divulgar.

Assumindo-se como um palimpsesto, o Porto que contemporaneamente habitamos é o resultado de camadas de histórias que foram sendo sobrepostas ao longo do tempo, sendo algumas destas ainda visíveis. No entanto, há todo um leque de vivências e edifícios que foram perdidas ou foram destruídos, pelas mais diversas razões, mas que muitas vezes fazem parte da memórias que os mais velhos ainda podem recordar. Este património cultural deve ser preservado e tornado acessível a todos aqueles que tenham interesse em conhecê-lo, pois contribui fortemente para solidificar uma noção de identidade do Porto. Daí surge a intenção de construir um registo digital do passado, presente e futuro da cidade, com o fim de tornar o património desconhecido do Porto disponível aos seus habitantes ou apenas curiosos que pretendam encontrar uma cidade escondida.

O suporte digital revela-se como o mais indicado para este fim, mediante a criação da aplicação apresentada. A sua premissa é a construção de um mapa visual da memória e património da cidade, permitindo redescobrir o Porto com novas perspetivas. Simultaneamente são colocadas ao longo deste trabalho duas questões fundamentais: “como mapear as vivências de uma cidade” e, por outro lado, “de que forma podem os meios digitais beneficiar o contar destas histórias e revelar um património agora inexistente”.

Para tal, será feita uma recolha de materiais que contarão estas histórias através das mais variadas formas e suportes. A multiplicidade de mídia encontrado, traduzir-se-á numa experiência imersiva que pretende dar a conhecer a cidade de uma nova perspectiva. A fotografia, ilustração, vídeo, música, áudio e realidade aumentada, servirão para colocar em contraste o pré-existente com o quotidiano dos nossos dias. Com a construção deste arquivo, serão reunidos materiais de difícil acesso ao público que serão tornados disponíveis através da aplicação.

As possibilidades na divulgação deste acervo serão exploradas digitalmente, abordando técnicas de storytelling digital, e analisando as vantagens de fazê-lo através de suportes mobile. Estes revelar-se-ão singulares na facilidade e viabilidade com que permitem um contacto próximo com a cidade, apresentando o conteúdo num cenário sempre móvel e em constante mutação, nas mãos do utilizador.

No processo de conceção e elaboração de uma aplicação móvel, serão seguidas metodologias de user experience (UX) e de desenvolvimento de user interface (UI). Estas permitirão um suporte essencial na construção de um produto coerente e funcional. A análise de aplicações e projetos existentes semelhantes, a análise e identificação de uma audiência, recolha de padrões fisionómicos, o mapeamento e a execução de um esquema de arquitetura de informação serão alguns dos passos seguidos.

Na fase projetual, realizar-se-ão esboços e conjunto de wireframes, materiais indispensáveis na fase inicial do desenvolvimento da aplicação. Servindo de base ao esqueleto visual, serão complementados com o estudo dos gestos mais usuais e de qual o comportamento do utilizador comum hoje em dia. Por fim, será desenhado o layout final, com especial relevância dada à aparência gráfica e apresentação do conteúdo. Serão tidas em consideração elementos tipográficos, a utilização ponderada de cores e a representação de ícones e botões. O projeto final assumirá um carácter experimental e prático, coerente com a identidade da cidade do Porto e representativo do seu património histórico-cultural.

A cada instante existe mais do que a vista alcança, mais do que o ouvido pode ouvir, uma composição ou um cenário à espera de ser analisado. Nada se conhece em si próprio, mas em relação ao seu meio ambiente, à cadeia precedente de acontecimentos, à recordação de experiências passadas. (...) Todo o cidadão possui numerosas relações com algumas partes da cidade e a cidade está impregnada de memórias e significações (Lynch, 1960, p. 11).



1.
**A CIDADE COMO
CONTADORA DE HISTÓRIAS**

1.1. Imagem e identidade da cidade

Pensar a cidade é, atualmente, tarefa ubíqua. Todos os seus ocupantes são participantes ativos na sua construção e constante mudança, sendo uma parte integrante da forma da cidade.

Não sendo apenas observador passivo, o habitante e as suas atividades, são tão importantes quanto a fisicalidade da cidade, pois a cidade traduz-se na consequência das mesmas. Apesar disso, a sua perceção não “é íntegra, mas sim bastante parcial, fragmentária, envolvida noutras referências” (Lynch, 2003, p. 12). É relevante, portanto, considerar a cidade não como um objeto em si mesmo, construído num espaço físico, mas como extensão e resultado do seu entendimento por parte dos seus ocupantes.

Deste modo, a imagem coletiva pública é re-criada pelo entrelaçar e sobreposição das imagens únicas e pessoais de cada indivíduo que a habita. Na origem de cada imagem individual estão as experiências e memórias construídas em momentos próprios. Segundo Lynch (2003), esta necessidade de conhecer e estruturar o meio vivido é tão importante e tão enraizada no passado que, por conseguinte, assume uma grande relevância prática e emocional no indivíduo.

Neste sentido, sendo a cidade construída não apenas para um habitante, mas para “grandes quantidades de pessoas, com antecedentes altamente variados, com temperamentos diversos, de diferentes classes, com diferentes ocupações” (Lynch, 2007, p. 123), será importante então pensar na identidade da cidade, não como fragmentada, mas como resultado de imagens diferenciadas, marcadas por um tempo e contexto específicos.

Bancada do Real Coliseu
Portuense, Aurélio da Paz dos Reis



As pessoas criaram uma forte ligação a tudo isto, a todas estas formas nítidas e diversificadas, ligações estas que se ligam a um passado histórico ou à sua própria experiência anterior. Todas as cenas são imediatamente reconhecidas e trazem à memória um conjunto de associações. As partes ajustam-se. O meio ambiente visual torna-se uma parte integrante da vida dos habitantes (Lynch, 2003, p. 104).

De acordo com Lynch (2007), a cidade “pode ser vista como uma história, um padrão de relação entre grupos humanos, um espaço de produção e de distribuição, um campo de força física, um conjunto de decisões interligadas ou uma arena de conflitos”. No entanto, afirma que grande parte daquilo que sentimos como “experiência real da cidade” perdeu-se, apesar da intensidade nela vivida.

Neste sentido, é importante considerar as “numerosas relações com algumas parte da cidade” que o cidadão possui. A cidade em si está “impregnada de memórias e significações” (Lynch, 2003, p.11).

Entende-se assim a cidade como fonte rica de histórias, partindo do princípio de que estas assumem um forte vínculo com o indivíduo, mas no entanto, são desconhecidas para os seus co-habitantes. Desta forma, encontramos na difusão destas histórias o potencial para o enriquecimento da imagem coletiva e identidade da cidade.

1.2. Património e memória do lugar

Explorada a temática da imagem da cidade como possível contexto para o desenvolvimento do projeto prático, foi necessário um estudo mais pormenorizado acerca da origem da memória do lugar, e sua conseqüente configuração física como património.

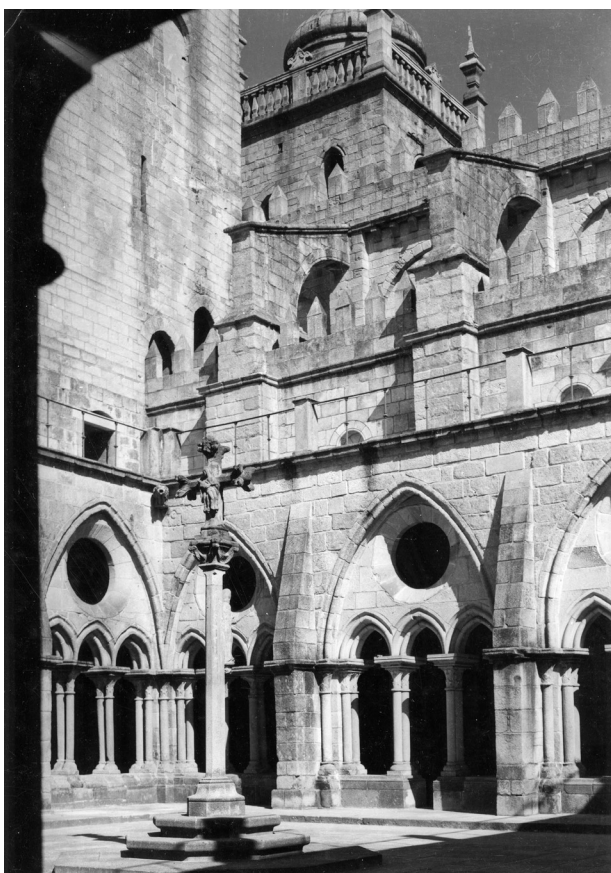
Segundo Choay (2006) a expressão “património histórico” designa “um fundo destinado ao usufruto de uma comunidade alargada a dimensões planetárias e constituído pela acumulação contínua de uma diversidade de objetos que congregam a sua pertença comum ao passado”. No entanto, remete para um novo entendimento da expressão, que a define mais como uma instituição e mentalidade.

O património histórico e os comportamentos que lhe estão associados encontram-se presos em estratos de significação cujas ambigüidades e contradições articulam e desarticulam dois mundos e duas visões do mundo (Choay, 2006, p. 12).

Hoje em dia, aponta para uma “inflação patrimonial”, resultado de uma multiplicação de bens inventariados como património. E, apesar do seu alto custo de manutenção e desfasamento da cidade atual, a sua conservação e proteção é um dos pontos mais importantes para a Sociedade, sendo defendido “em nome de valores científicos, estéticos, memoriais, sociais, urbanos” (Choay, 2006, p. 12). Isso não impediu, no entanto, a sua destruição em nome da inovação, como será demonstrado nos exemplos na cidade do Porto.

Choay (2006) menciona também a origem latina do termo monumento, monumentum, derivado de monere (advertir, recordar), que remete à memória. Assim sendo, monumento será qualquer objeto edificado no contexto de determinada sociedade para “recordar a outras gerações, pessoas, acontecimentos, sacrifícios, ritos ou crenças” (Choay, 2006, p. 12).

A especificidade do monumento prende-se então, precisamente, com o seu modo de ação sobre a memória. Não só ele trabalha, como também a mobiliza pela mediação da afetividade, de forma a recordar o passado, fazendo-o vibrar à maneira do presente. Mas, esse passado invocado e convocado, de certa forma encantado, não é um passado qualquer: foi localizado e selecionado para fins vitais, na medida em que pode, diretamente, contribuir para manter e preservar a identidade de uma comunidade, étnica ou religiosa, nacional, tribal ou familiar .(...) A sua relação com o tempo vivido e com a memória, noutras palavras, a sua função antropológica, constitui a essência do monumento (Choay, 2006, p. 12).



Esq.: Claustro da Sé do Porto, 1954
Dir.: Casa do Despacho da Ordem
Terceira de São Francisco, 1963

1.3. O caso do Porto

A exploração desta temática teve de ser, contudo, limitada a um caso de estudo, tendo sido a escolha deste fundamental enquanto contexto projetual. A preferência foi dada então, à cidade do Porto, inicialmente pela sua proximidade e possível facilidade no acesso à informação no decorrer do processo de pesquisa e recolha de material disponível.

Considerado Património Mundial da Unesco desde 1996, graças ao reconhecimento do valor do seu centro histórico, o Porto possui em si uma história diversa que remonta às épocas romanas e medievais (UNESCO, 2013). O seu tecido urbano, o património edificado milenário que aqui presenciamos ou que alguma vez existiu, e a importância da sua identidade não são, de todo, aspetos cujo valor devemos menosprezar.

A imagem turística da cidade, com os seus lugares de eleição instantâneos, reduzidos ao slogan e à frase feita, é a inimiga primeira da minúcia que o Porto nos exige. A outra ameaça é o excesso de familiaridade, a confiança desmedida que já tudo conhece e que postula entre nós e a cidade uma continuidade total onde se erradica o espanto e a surpresa. A terceira ameaça reside no amortecimento das emoções, na escuta flácida e desatenta dos gemidos da urbe, nessa atitude de indiferença deslizando e difusa que nos confunde com o tédio (Lopes, 2013).

Atualmente, têm tido lugar ações de reabilitação pontual, pautadas por intenções diversas, que não as da conservação patrimonial. De facto, a restante cidade é marcada por uma onda generalizada de degradação, com uma resposta estimada de 25 anos para a sua recuperação (Quelhas, 2010). Dos 1976 edifícios existentes no Centro Histórico do Porto, 1302 necessitam recuperação (Guinand, 2011).

Segundo Freitas (2006), “o Porto não é cidade tão rica de monumentos que possa continuar no caminho de destruição dos poucos padrões do passado que lhe restam”. Vários são os casos de património edificado reconhecido e qualificado cujo desgaste é patente. Exemplos disso são o Palácio dos Condes de Azevedo, o Antigo Governo Civil e a Avenida Gustavo Eiffel (Andrade & Araújo, 2011).

A escolha de trabalhar sobre a cidade do Porto, torna-se também paradigmática devido à crescente necessidade da conservação do património existente, bem como a intenção da sua divulgação pública.

A fantasmagoria urbana começa quando queremos ver num sítio outro sítio. Quando o nariz deixa de saber reconhecer o novo e encontra apenas os cheiros do passado. Quando sentimos mais fortemente a ausência de algo do que a presença de algo. Quando dificilmente nos adaptamos à mudança, resistindo à novidade com “provas” de que o passado era melhor, mesmo que nunca o tenhamos visto ou experimentado. Quando sentimos falta e a famosa “saudade” portuguesa aperta. Um fantasma de uma cidade é um pedaço de cidade antiga rodeado de novo, ou uma ruína indecisa entre o abandono ou a preservação arqueológica. Os fantasmas do Porto estão por todo o lado, inclusive na cabeça dos tripeiros. São cinemas desativados, projetos de arquitetura inacabados ou um centro histórico com desertificação. O charme de uma cidade reside muitas vezes nestas cápsulas de tempo, é nelas que o corpo se sobressalta (Natálio, 2012, pp. 170-171).

1.4. Metodologia e investigação: Recolha de material e análise

Descobrir o Porto nos meandros, encantos, sortilégios e segredos vividos no quotidiano ou guardados no tempo, visitar lugares e encontrar cidadãos, instituições e agires que marcaram épocas e afirmaram o espírito dos lugares, é amar a cidade nos aspetos mais profundos e essenciais de uma relação estruturada no saber e no sentimento (Pacheco, 2006).

Seguiu-se o definir de uma metodologia que permitisse um estudo vasto do património cultural e histórico da cidade. A pesquisa foi dividida entre suportes físicos, bibliografia escrita e registada disponível ao público e de acesso restrito, para além de material de acesso online. Foi importante considerar a maior abrangência possível no decorrer da investigação, de modo a possibilitar o levantamento de uma grande variedade de resultados. Por conseguinte, tornou-se clara qual a natureza da bibliografia disponível. A recolha resultou então, em diferentes meios, contando com fotografias, vídeos, áudio e texto.

A dificuldade na recolha destes materiais revelou-se maior do que inicialmente esperado, e inferiu-se uma disparidade na quantidade de material disponível e na facilidade do seu acesso. Pacheco (2006) confirma este facto, dizendo que a bibliografia da cidade “se encontra dispersa por múltiplas fontes, nem sempre acessíveis”, ou se encontra “ultrapassada relativamente à natural evolução da cidade e desatualizada” no contraste com os meios disponíveis atualmente. Menciona ainda que, apesar da quantidade significativa de material e estudos realizados que abordam de forma profunda a cultura e sociedade portuenses, “a sua dispersão e a dificuldade de consulta conduzem a que aspetos relevantes para a compreensão da história, do carácter e da personalidade do burgo (...) continuem a ser ignorados pelo público” (Pacheco, 2006).

Com o intuito de delimitar o objeto de estudo, foram definidos parâmetros para a compilação de conteúdo. Primeiramente, foi restringida a área de atuação na zona geográfica confinada ao centro da cidade do Porto, criando um foco de atenção circunscrito. Foi igualmente definido um intervalo temporal, o século XX, estabelecendo-se como pilar da pesquisa, uma vez que a sua proximidade facilitaria o decorrer deste processo. A temática a tratar assume-se como o parâmetro mais importante, determinando a natureza do conteúdo. Assim sendo, e conforme o mencionado anteriormente, a focagem foi concentrada no património cultural e histórico que, de forma geral, se encontra fora do alcance do cidadão comum. Procuraram-se temáticas que apelam a um sentimento de familiaridade e ligação aos habitantes, mas cuja existência fosse maioritariamente ignorada, discreta ou encoberta. Valorizaram-se histórias comuns, de aspetos e lugares já desaparecidos, com um possível interesse popular e coletivo. Deste modo, a espontaneidade e naturalidade destas narrativas tornar-se-iam num aspeto fulcral na divulgação da herança das vivências portuenses, e na contribuição para manter e preservar a identidade da cidade.



Todos queremos a certeza que as nossas vidas têm significado. E nada mais o afirma como quando nos relacionamos através de histórias. Estas atravessam as barreiras do tempo, passado, presente e futuro, e permitem-nos viver as semelhanças entre nós e os outros, reais ou imaginadas. É isso que as histórias têm de especial. Não são uma ferramenta, não são exatas. Se forem boas, as histórias são inevitáveis, mas não previsíveis (Stanton, 2012, tradução livre).

Escola primária de Frei Heitor Pinto, 1965

De seguida, determinou-se que a recolha abordaria a maior variedade possível de media, diversificando futuros resultados projetuais. Para tal, vários meios de comunicação foram abordados. Seguindo os parâmetros anteriormente enunciados, o conteúdo foi procurado através de livros, arquivos municipais, instituições culturais, programas televisivos, websites e e coleções pessoais¹.

¹Destacam-se a coleção “Porto” de Germano Silva, as coleções online do Sistema de Informação para o Património (SIPA), da Biblioteca de Arte-Fundação Calouste Gulbenkian, da Cinemateca Portuguesa e do blogue “Porto Antigo”; o programa televisivo “Caminhos da História” (Porto Canal) e a página do Facebook “Porto Desaparecido”.

Com especial incidência em dois dos mais celebrados autores portuenses, Germano Silva e Hélder Pacheco, a investigação textual foi sobretudo levada a cabo através das coleções publicadas e coordenadas por estes autores. O seu estilo marcado pela redação em capítulos curtos, com pequenas histórias desconhecidas à população geral, e a natureza curiosa das mesmas, acabaria por se revelar central na maneira como o projeto se desenvolveu. Contudo, os livros são, em grande parte, apenas produções redigidas, poucas vezes acompanhados de imagens ou ilustrações. Material fotográfico, de vídeo ou ilustração acabaria por ser encontrado maioritariamente online, em arquivos municipais e institucionais, ou incluídos em coleções privadas, como é o caso de blogues.

Desta proliferação online privada, quer individual quer coletiva, conclui-se um crescente e muito presente interesse no que é o estado atual da cidade, na preservação do seu património e vivências. Multiplicam-se os blogues que denunciam o estado atual da cidade. Capturam e divulgam as imagens do hoje em dia; o desgaste e a destruição do património histórico, a decadência a que se tem remetido a cidade nos últimos 50 anos. É a lenta degradação da cidade que os rodeia, que motiva os autores a combater a passividade que encontram e a debater sobre o futuro da herança deixada (Sociedade Secreta de Reabilitação Urbana [SSRU], 2009).

Contudo, a presença online mostra também o outro lado da cidade. Em páginas como “Porto Desaparecido”, a nostalgia de outros tempos causa a partilha de imagens, postais e descrições de antigos edifícios, muitas vezes já inexistentes. Como resposta, surgem comentários proferidos pela audiência, relembando experiências passadas, aventuras e vivências nesses espaços por vezes agora irreconhecíveis. Preserva-se o património da memória coletiva e singular, através de mais um “like” ou uma partilha. É uma celebração amarga da cidade, que olha para o passado com saudade, se compadece do presente, e não consegue imaginar um futuro.

No total, foram reunidas um total de 47 histórias escritas, 450 gravuras, ilustrações e fotografias, 45 vídeos, e 60 clips de áudio. Tornou-se necessário encurtar a compilação de material devido a restrições de tempo, bem como por ser uma tarefa exigente e difícil de concretizar nos parâmetros em que se enquadra este projeto. Será importante mencionar que num contexto real, a recolha e análise destes objetos estaria a cargo de especialistas. Não obstante, esta investigação permitiu dar a conhecer as possibilidades de material existente sobre a cidade que se mantém de difícil acesso ao público e numa total dispersão de meios e intervenientes.

Terminada a recolha de conteúdo, houve a necessidade de proceder à sua classificação por temas, de modo a fazer uma análise abreviada do material encontrado. Foram feitas associações geográficas, reunindo por lugar, os média disponíveis. Deste processo resultou a construção de um sistema de histórias, compostas por diferentes meios de comunicação e recursos.

Por esta altura, verificou-se que, devido à multiplicidade de narrativas e suportes, a utilização de meios digitais seria a resposta apropriada, englobando e apresentando todos os materiais propostos. Optando por um projeto de âmbito digital, tornar-se-ia possível também orientá-lo, posteriormente, para uma utilização móvel, promovendo um contacto direto com a cidade e as memórias dos lugares.



Fragmentos de filme de
M. R. Alexandre, inícios de século XX



2. OS MEIOS DIGITAIS

2.1. Storytelling digital e transmídia

A nossa tendência de ver e explicar o mundo através de narrativas comuns está tão profundamente enraizada que frequentemente não a notamos — mesmo quando fomos nós próprios a escrever as palavras. Na Idade Conceptual, no entanto, devemos acordar o poder da narrativa (Pink, 2005, p. 106, tradução livre).

Finalizada a pesquisa e análise de materiais, prosseguiu-se um estudo exploratório na área de *storytelling* (contar histórias) digital. Procurou-se averiguar quais as metodologias usadas, possibilidades reais, bem como quais os métodos e abordagens utilizadas em exemplos teóricos e reais.

Storytelling digital é o contar de histórias mediante tecnologias digitais. Na definição clássica, por meio da tradição oral, as histórias eram faladas e ouvidas. Tratava-se de um modelo pessoal, íntimo e analógico (Alexander, 2011), na busca de uma reação emocional do ouvinte. Segundo Carolyn Handler Miller (2004), muitos dirão que esta crescente abordagem digital pode, não só conseguir os mesmos resultados, mas também, fazê-lo de uma forma melhorada.

Interior da livraria Lello & Irmão, 1906.



Uma história é mais do que uma transferência de informação. É um mecanismo ativo para comunicar eventos, comunicar informação textual, e para desenvolver ligações entre pessoas. (...) As histórias acordam a imaginação do ouvinte, ajudam o ouvinte a dar saltos intuitivos que ultrapassam a lógica linear, e evocam novas ideias. Elas dependem dos ouvintes para criar imagens mentais, preencher os espaços em branco e completar as imagens para criar a história completa (Quesenbery & Brooks, 2010, p. 35, tradução livre).

O contar de histórias (*storytelling*) não tem sido um fenómeno estático. Desde a palavra falada, novas adições como o uso do teatro, da música, do som e das imagens filmadas tem afetado a forma de o fazer. A evolução digital criou uma nova ferramenta, e a interatividade passou a ser determinante nas novas narrativas (Miller, 2004).

Hoje em dia, o “*digital storytelling* é entretenimento narrativo que chega à sua audiência via tecnologia digital e mídia” (Miller, 2004, p. 13, tradução livre). Assim sendo, o digital permitiu uma mudança radical dos suportes analógicos, tornando possível uma comunicação de dois sentidos, entre o público e o material apresentado.

Miller (2004, p. 14, tradução livre) questiona, “como poderão estes novos recursos digitais ser usados para desenvolver experiências de entretenimento cativantes e contar histórias convincentes?”. Prossegue nessa linha de pensamento, afirmando que é necessário relembrar o que aprendemos com as variadas formas de entretenimento linear, como é o caso de livros, filmes e peças de teatro. Os conceitos de imprevisibilidade, da sobreposição de histórias e caminhos, são ferramentas já usadas com sucesso no passado e cujo potencial pode ser explorado com as novas tecnologias.

Qual o melhor uso da tecnologia da plataforma?;
 Que tipo de conteúdo melhor se adapta à tecnologia?;
 De que forma a apresentação do conteúdo difere de um projeto linear?;
 Que tipos de interatividade oferecia?;
 Como poderia o utilizador tornar-se ciente da interatividade e saber como usá-la?
 (Miller, 2004, p. 29, tradução livre).

Como mencionado anteriormente, a principal mudança paradigmática é a interatividade. Contrariamente ao modelo analógico, a interatividade digital requer uma resposta ativa da audiência, contrastante com a passividade dos suportes analógicos. Na experiência de uma forma de conteúdo interativa, o público torna-se participante, estando diretamente envolvido com o material, “podendo manipular, explorar ou influenciar-lo das mais variadas formas” (Miller, 2004, p.29, tradução livre). Esta relação transformou ainda os termos que usamos. A audiência transformou-se no “participante”, no “jogador”, no “utilizador”, pois já não existe a experiência coletiva, mas sim a individual. Controlo e escolha são as principais características inexistentes nos modelos antigos (Miller, 2004). O utilizador tem agora o poder de controlar o conteúdo através de decisões únicas. Graças a estes atributos, o *storytelling digital* acaba por “captar os diferentes sentidos e oferece múltiplas maneiras de adquirir informação e novas competências” (Miller, 2004, p. 137, tradução livre).

Até certa medida, todo o *storytelling digital* envolve remisturar conteúdos e meios
 (Alexander, 2011, p. 207, tradução livre).

Trata-se então de explorar o modo de contar uma história através da integração do conteúdo de forma transversal em diferentes mídia, e fazê-lo de forma convincente (Miller, 2004). Esta abordagem transformará a história numa experiência imersiva, contando-a num universo próprio e permitindo ao utilizador descobri-la segundo as suas preferências.

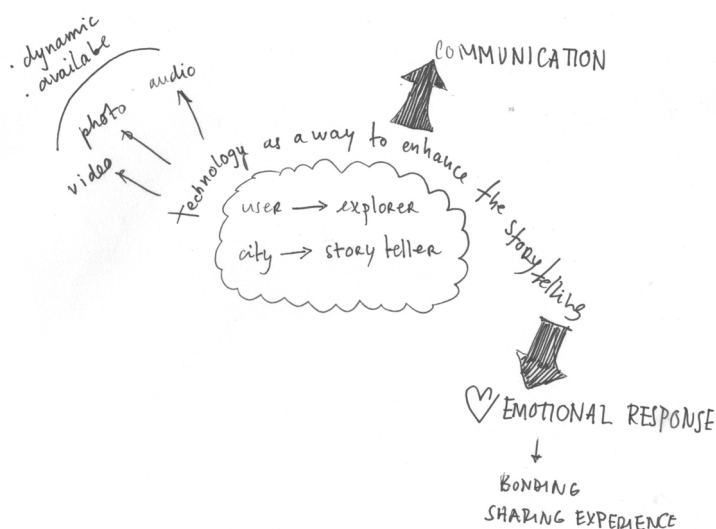
Os novos meios são interativos. A diferença entre os meios antigos, é onde a ordem de apresentação está fixada, agora o utilizador pode interagir com um objeto mediático. Nesse processo de interação, pode escolher que elementos aparecem ou que caminhos seguir, gerando assim uma obra única. Neste sentido, o usuário torna-se coautor da obra (Manovich, 2005, p. 103, tradução livre).

Um possível resultado deste fenómeno é o conceito de transmedia storytelling. Maioritariamente desenhado para fins de marketing ou entretenimento, pretende criar uma “experiência total, utilizando todas as plataformas disponíveis, construída para captar e envolver a audiência numa narrativa verdadeiramente interativa da qual faz parte” (Peters, 2010). Consequentemente, vai de encontro o com o presente modo de vida, no qual estamos de rodeados por conteúdo, entretenimento e oportunidades de lazer, mas no qual nos é permitida uma customização, personalização e capacidade de resposta quase ilimitadas (Pratten & Ossikine, 2013).

Contar histórias através de múltiplos média — storytelling transmédia — permite um conteúdo que tem o tamanho certo, o tempo certo e o local certo para formar uma maior, mais rentável, coesa e gratificante experiência (Pratten & Ossikine, 2013, tradução livre).

Assumindo a tecnologia dos transmedia o papel de “rapidamente se estar a tornar o novo standard para a comunicação do século XXI” (Rutledge, 2011), teve-se em conta a possibilidade de aplicar, em pequena escala, os seus princípios à investigação.

Todavia, não seria, em âmbito de tese, exequível realizar um projeto verdadeiramente transmedia devido à sua enorme complexidade. Optou-se assim por utilizar-se os múltiplos suportes de material recolhido, mas aplicá-los apenas numa única plataforma.



2.2. As possibilidades *mobile*

Graças à proliferação dos meios digitais nos últimos anos e sua rápida expansão, o entretenimento interativo já não é uma ocorrência invulgar. A escolha da interface a explorar neste projeto focou-se, portanto, no conteúdo, na eficácia da sua divulgação e na sua disponibilidade ao utilizador.

O conteúdo é afetado de formas diferentes pelo tipo de interatividade oferecida (Miller, 2004). Assim sendo, foi determinante pensar na relação pretendida entre o utilizador, a interface, os suportes definidos anteriormente e a cidade do Porto. Devido às suas crescentes capacidades interativas e de performance, à sua generalizada utilização e incomparável mobilidade, a decisão final recaiu sobre os dispositivos móveis.

Dada a combinação entre conectividade móvel, multimédia portátil, constante inovação, e uso popular, não é surpreendente que o storytelling digital esteja já a começar a sua migração para o universo dos smartphones (Alexander, 2004, p. 104, tradução livre).

A mobilidade do utilizador assume-se como um fator determinante, pois permitiria o contacto direto com a cidade. Considerando-se que estes suportes são intrinsecamente transportáveis torna-se propícia a deslocação urbana. Partindo deste princípio, foram ponderadas as características dos principais suportes móveis interativos: os “smartphones” e “tablets”.

Os principais fatores analisados foram a sua portabilidade, performance e capacidades de processamento, assim como a sua facilidade de acesso ao conteúdo online. Procurou-se escolher um suporte que melhor respondesse aos objetivos propostos. Partindo desta premissa, e apesar da superioridade de processamento e maiores dimensões de ecrã do “tablet”, foi escolhido o “smartphone”. Deveu-se esta opção, primeiramente, ao seu tamanho menor, que possibilita o seu transporte quotidianamente, revelando-se presente em qualquer contexto citadino. É também o suporte mais comum à audiência em questão (TEK Sapó, 2013). Por último, o acesso ao conteúdo online seria inerente às suas ferramentas de origem, estando este sempre disponível, não só através de rede wireless, mas também, redes de dados móveis.

Os smartphones, ou telemóveis inteligentes numa tradução livre, são na contemporaneidade, uma plataforma global de informação. A comunicação pessoal, consumo de mídia e notícias têm vindo, cada vez mais, a desdobrar-se entre os meios tradicionais e os suportes digitais móveis (Alexander, 2004). Esta mudança paradigmática veio acelerar e amplificar o modo de como consumimos informação, tornando-a disponível sem restrições.

A popularidade dos smartphones é, atualmente, indiscutível. Em Portugal, as suas vendas já superaram as dos telemóveis tradicionais (Portuguese News Network [PNN], 2013), num total de 3,53 milhões de utilizadores nacionais de smartphones (TEK Sapó, 2013). Mundialmente o número de iPhones vendidos por dia é maior que o número de crianças nascidas (Wroblewski, 2012). Estima-se que a navegação online

móvel ultrapasse a tradicional até 2015 (Somewhat Studio, 2012), sendo que, cada vez mais, se observará a importância do conceito “mobile-first”.

O mobile está instaurado como a maior e mais rica oportunidade para marcas. (...) O pensar mobile-first significa não fixar a tua marca. Mas fazê-la acessível de qualquer sítio, em qualquer contexto; fazê-la imediata, participativa e humana (Somewhat Studio, 2012, tradução livre).

O foco do mobile-first consiste em desenhar a experiência online pensando primeiro nos smartphones e tablets, adaptando depois para o browser comum de desktop (Wroblewski, 2011). Trata-se de construir um “responsive design”, onde o desenho da página se adapta de forma contínua e coerente aos vários suportes físicos.

Contrariamente a estas soluções web móveis, as aplicações nativas são desenhadas apenas para um único suporte. O debate acerca de qual a solução superior é mantém-se constante, com cada lado a apresentar pontos fortes e fracos.

Quanto à sua utilização recorrente, os recursos web superam as aplicações, já que as últimas implicam uma atenção focada a uma tarefa específica. No entanto, estudos estimam que no final de 2012, 1.2 biliões de pessoas estivessem a utilizar aplicações nativas, e que este número aumente para 4.4 biliões de utilizadores no final de 2017 (Portio Research, 2013). Mas o cerne desta questão encontra-se no acesso às ferramentas de origem do smartphone. Uma vez instaladas, as aplicações tornam-se parte intrínseca do smartphone, permitindo aceder às capacidades do hardware e às suas principais funcionalidades (Wroblewski, 2011). Exemplos são a câmara, a gravação de áudio e alguns sensores embutidos. O modelo de aplicação permite ainda um melhor funcionamento no tratamento de grandes quantidades de dados, e uma complexidade ainda não alcançada pela responsive web (Buettner & Simmons, 2011). Também a personalização é possível, ainda que, com menores restrições, criando mais oportunidades de desenhar uma experiência à medida do utilizador (Table XI, 2013). Por outro lado, o modelo web (HTML5) permite uma acessibilidade universal, adaptando o conteúdo conforme o suporte utilizado (Buettner & Simmons, 2011).

Devido às características do conteúdo, optou-se por desenhar uma aplicação nativa. Esta decisão permitiria a utilização livre do hardware, o que, conseqüentemente tornou possível o uso da realidade aumentada, aliada uma experiência de utilização sem interrupções. No sentido exploratório de tese, a aplicação possibilitava também uma abordagem mais gráfica, complexa e dinâmica.

2.3. Análise de aplicações e projetos existentes

Definido o suporte projetual, tornou-se fundamental averiguar que outras aplicações existentes se debruçam sobre a mesma temática a ser trabalhada. A análise e comparação com outros produtos ajuda a determinar pontos fortes e fracos, e os resultados obtidos com diferentes soluções (Tullis & Albert, 2008). Esta é uma das formas mais rápidas de apurar o padrão de design utilizado na área de estudo. No que diz respeito à usabilidade, procura-se perceber de que modo a interface foi construída, que categorias, ícones, processos ou funções são aplicadas (Brinck, Gergle & Wood, 2010).

Procedeu-se ao levantamento das aplicações existentes relacionadas com a cidade do Porto através da pesquisa online, na App Store e Google Play. Destacaram-se 10 aplicações nacionais², maioritariamente desenhadas para iPhone e Android (com a exceção da aplicação oficial da cidade do Porto “oPORTOnity City” desenvolvida apenas para Symbian e Windows 8), e o modelo da Loja Interativa de Turismo do Porto.

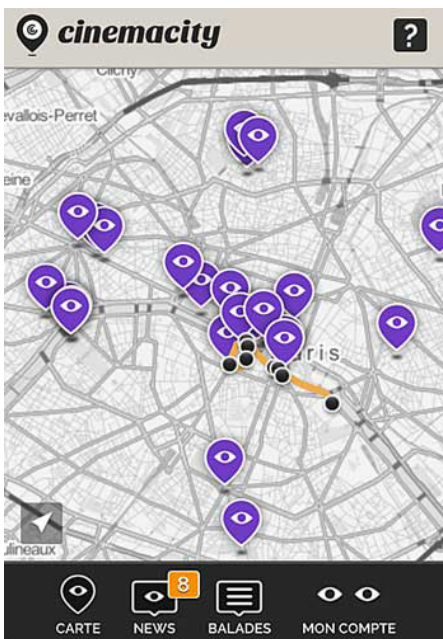
² Metro do Porto, moveOporto (android), iMetroPorto, TravelPlot Porto, Going Out Porto, VPorto (android), Move-me (android), OlissiPorto by Optimus (android), AroundPorto (android)

Na sua generalidade, destinam-se ao turismo, entretenimento e transportes. As principais características são o mapeamento de pontos de interesse, serviços e transportes públicos, para além da agenda cultural³. Distingue-se a aplicação TravelPlot Porto que utiliza conteúdo histórico, mas cujos objetivos propostos diferem, consistindo no estudo de mercado no âmbito do turismo.

³ Análise pormenorizada das dez aplicações portuguesas no Anexo 1

No contexto internacional, existe uma maior variedade de experimentações na divulgação do património cultural e histórico, e na exploração da relação habitante-cidade, nomeadamente:

- As aplicações desenvolvidas pelo Museum of London, t. Fazendo referência a períodos históricos diferentes, ambas utilizam a realidade aumentada com forma de sobrepôr a cidade atual com material fotográfico antigo, em conjunto com pequenas informações históricas;
- A aplicação “Cinemacity” relaciona a herança cinematográfica de Paris com a cidade. Através da geolocalização, disponibiliza pequenos extratos de filmes nos locais onde estes foram filmados;
- O website “The Roaring Twenties Interactive”, um quadro de sons da cidade de Nova Iorque nos anos 1920s;
- O projeto do museu Disseny Hub Barcelona, “Invisible Maps” que, com o uso de QR codes deixados pela cidade, permite aos habitantes descobrir informações históricas e contar as suas histórias por intermédio de hiperligações à web;
- “Hackney Hear: London Fields”, uma aplicação que associa a localização (via GPS) a clips de áudio de arquivo ou histórias gravadas por residentes e celebridades locais.
- A popular aplicação Foursquare, que permite fazer “check ins”, partilhar e guardar os lugares visitados.



Cima: “Streetmuseum” e “Street-museum: Londinium”, Museum of London
 Meio: “Invisible Maps”, Disseny HUB
 Baixo: “Cinemacity” e “Hackney Hear”

3. CONSIDERAÇÕES PROJETUAIS

The background image is a grayscale photograph of a coastal town built on a hillside. In the foreground, a thick rope is visible, likely part of a boat's mooring system. In the middle ground, a small boat with several people is on the water. The town in the background features a prominent large building with a dome and many smaller houses. The sky is overcast.

3.1. iOS vs. Android

Finalizada a análise das aplicações existentes, iniciou-se a fase prática do projeto. Para isso, foi necessário escolher qual a plataforma a trabalhar: iOS ou Android. A possibilidade de desenhar para ambas foi posta de parte devido à sua complexidade, podendo, no entanto, acontecer num desenvolvimento futuro.

A discussão entre iOS e Android é hoje em dia, todavia, pertinente. Cada vez mais, as aplicações são desenhadas para ambas as plataformas, mas esta é uma decisão que requer um conjunto de conhecimentos e tempo superiores. Na sua generalidade, a aplicação é desenvolvida inicialmente para uma plataforma, sendo adaptada para a outra após algum sucesso. No website direcionado à catalogação das aplicações portuguesas contam-se 717 aplicações Android e 610 aplicações iOS (Apps Portugal, 2013).

No âmbito desta tese foram tidos em consideração alguns fatores nesta escolha. Considerando o contexto projetual, o material disponível no suporte deste processo de aprendizagem e um nível de complexidade mais apropriado aos conhecimentos prévios da área, o iOS foi a plataforma adotada. Contudo, compreendem-se os aspetos negativos desta opção, como é o caso de um número inferior de utilizadores portugueses e a menor abrangência de suportes (Warren, 2013). Foi tido também em atenção o design visual de ambas as plataformas e diferenças entre menus de navegação e standards de interface. No decorrer do projeto, a atualização do iOS 7 foi também decisiva no processo de design, tendo este sofrido as alterações necessárias para uma adaptação coerente.

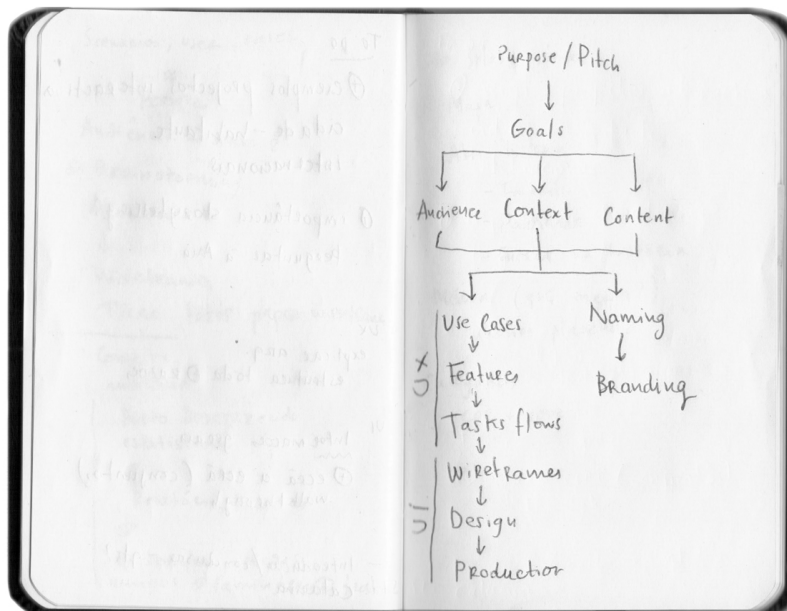
3.2. Metodologias UX

Na etapa projetual inicial, foi importante perceber quais as metodologias a seguir. Nesse sentido, foram consultados artigos e livros referentes à temática de “user experience”, “user interface” e livros direcionados especificamente ao desenho de apps para iOS.

Foram também realizados dois workshops de curta duração na Escola de Design Interativo e Tecnologia (EDIT.) em “Mobile UX/UI Design” e “UX for Digital Interfaces”. Partindo deste material, encontraram-se práticas comuns no processo de desenvolvimento de uma aplicação. Estas foram sintetizadas, tendo sido empregadas as mais adequadas aos constrangimentos deste projeto. Foi assim possível orientar o projeto de forma coerente e lógica.

Experiência do utilizador

A “user experience”, ou UX, refere-se a “todos os aspetos da interação de alguém com um produto, aplicação ou sistema (Albert & Tullis, 2008). É usualmente considerada uma visão geral da experiência do utilizador, sendo avaliada pela usabilidade do produto, mas também pelos pensamentos, emoções e perceções que resultam dessa interação (Albert & Tullis, 2008).



A emoção encaixa-se na tomada de decisões e pode tornar-se uma importante influência no nosso juízo. Entusiasmo, surpresa e prazer são as emoções positivas que estão estreitamente relacionadas com a fluidez e o design interativo (Sutcliffe, 2009, p. 19, tradução livre)

Uma boa experiência de interação é, portanto, aquela que vai de encontro com os objetivos do utilizador (Sutcliffe, 2009). Assim sendo, este valorizará diferentes características conforme as tarefas que procurar realizar. A aplicação deve ainda envolver o participante, estimular e seduzir, sem deixar de ser funcional.

É fundamental por isso, conhecer de forma profunda a audiência, quais os seus objetivos e expectativas. Uma vez caracterizado o perfil (ou perfis) de utilizador, será possível identificar problemas e medir qual o nível de satisfação na utilização do produto.

Algumas das metodologias de UX são a definição de cenários e análise de contexto de uso, construção de storyboards, realização de inquéritos de campo, recolha de dados pré-estabelecidos, caracterização de “personas”, testes de usabilidade e a comparação com produtos existentes. Tendo sido impraticável seguir todos os métodos mencionados, optou-se por seleccionar apenas os que melhor se adaptavam ao projeto. Consequentemente, foi feita a comparação com produtos existentes (descrita no capítulo anterior), a recolha de dados existentes, a criação de “personas” e foram seguidos alguns parâmetros de avaliação de usabilidade.

Recolha de dados disponíveis

Procurou-se averiguar como veem os portuenses a sua cidade. Para tal, recorreu-se às entrevistas e inquéritos realizados pelo projeto “Outros Portos” do festival Manobras 2001/2012.

O Porto é uma cidade com uma boa escala, onde existe um lugar para o tradicional e onde a vida é suportável. É possível parar para o almoço e comer sentado com amigos. A vida profissional está geralmente bem integrada com a esfera social.

Eu sou contra o Porto. Não compreendo a admiração beata que se tem pelo Porto. É uma cidade decadente. O Centro está completamente em ruína, vazio dos seus habitantes. Espanta-me que todos os anos se publiquem 20 ou 30 livros sobre o Porto.

A essência da cidade? As pessoas. As pessoas que vivem cá. O Património de qualquer cidade. Especialmente as pessoas que gostam da cidade, que amam a cidade. Mais as pessoas do que lugares, coisas ou temas. Há um grande sentir de pertença e, para além disso, um sentimento de partilha.

Uma cidade constrita: tem muitas regras e regulamentos que vêm do passado, da sua História. O comportamento das pessoas. Parece ser uma cidade muito aberta, mas se queres fazer alguma coisa encontras obstáculos e muitos preconceitos.

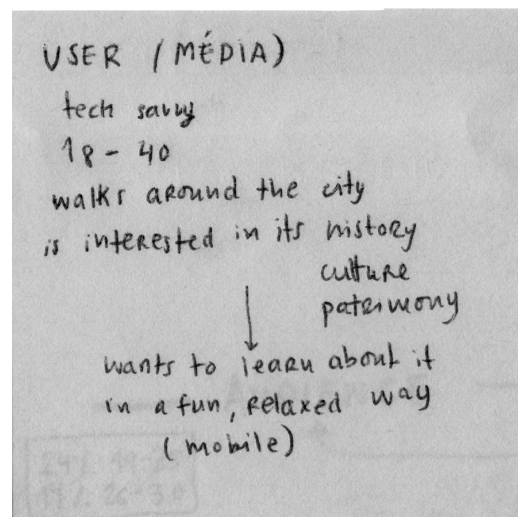
O Porto é uma cidade muito física. As pessoas são fechadas, resistentes. A cidade vive de circuitos fechados, diferentes e pouco inclusivos. As pessoas do Porto não procuram no relacionamento social, um entusiasmo por uma coisa leve. No geral, são pessoas dramáticas e emocionais (Outros Portos, 2011, p. 20-27).

Destacou-se este projeto pela sua abordagem abrangente da leitura da cidade por parte dos seus habitantes, no que consideram “uma aproximação poética da cidade” (Outros Portos, 2011). Através de entrevistas, os participantes (residentes e/ou visitantes) foram questionados acerca da essência da cidade, bem como da relação da cidade com os seus 5 sentidos. Que fantasmas identificam no Porto e que objeto simbólico guardariam numa cápsula do tempo, também foram perguntas feitas. As respostas foram muito variadas, mas identificou-se uma apreciação generalizada pela cidade que habitam, ou visitam. A leitura deste documento serviu para compreender de um modo mais introspetivo como sentem e vivem o Porto.

A página da rede Facebook “Porto Desaparecido” também foi abordada pela sua sobreposição de seguidores que têm conhecimentos de redes sociais e tecnologias interativas, e interesse pelo passado portuense. Por detrás dos mais de 36.000 seguidores, número muito significativo para uma página deste tipo, a variedade de pessoas encontradas é inesperada. Com uma proporção equilibrada entre 47% de mulheres e 52% de homens seguidores, a enorme maioria são residentes no Porto, com +12.500 fãs portuenses. As cidades consecutivas são Vila Nova de Gaia (2.600) e Lisboa (1.600). Portugal é o país mais representado (30.000), seguido pelo Brasil (3.400) e só depois

por países europeus (Reino Unido, França, Espanha) com centenas de seguidores.

Mais interessante ainda é o equilíbrio entre faixas etárias. Praticamente iguais estão o número de fãs das faixas 25-34 e 35-44 (com uma média de aproximadamente 26% cada). Segue-se o grupo 45-54 (18%), e igualdade entre os 18-24 (12%) e 55-64 (10%). Existe, portanto, um forte interesse na temática por parte de jovens adultos e de meia idade, sendo estes os mais ativos na partilha de imagens e comentários na página. Sublinha-se também uma participação evidente de idosos, cuja crescente presença online é cada vez mais notada.



Simultaneamente a estes resultados, colocou-se a questão de desenhar a aplicação apenas para habitantes nacionais ou incluir também visitantes estrangeiros. Após se estabelecer que as aplicações nativas poderiam existir em diferentes línguas, optou-se por desenhar uma aplicação não limitativa a habitantes portugueses.

Foi ainda necessário estabelecer o perfil dos turistas que visitam a cidade. Segundo um estudo realizado no Aeroporto Francisco Sá Carneiro (IPDT, 2001), 57% dos visitantes fazem-no por questões de lazer, enquanto nos restantes 43% visitam o Porto em negócios. Sublinha-se uma maioria de 25% da faixa etária 19-25. Como principais atividades a realizar mencionam experimentar a gastronomia, apreciar a paisagem, fazer compras, visitar monumentos e gozar a animação noturna, 27,5% dando o Património como principal razão para visitar a cidade (apenas precedido pelo alojamento).

Personas

Através dos dados recolhidos anteriormente, procedeu-se à criação de “personas”. Uma “persona” é um documento que descreve como diferentes tipos de pessoas usarão a aplicação. Por isso, costuma criar-se uma “persona” para cada tipo diferente de utilizador, num máximo aconselhado de 5 personas. Baseadas em pessoas reais e na pesquisa prévia,

servem para melhor entender as reações, comportamentos e atitudes na realização de tarefas (Caddick & Cable, 2011). São personagens criadas com base em dados recolhidos mas também em suposições, hipóteses ou palpites sustentados (Pruitt & Adlin, 2011). Providenciam assim uma “referência rápida para gerar ideias, tomar decisões acerca do design ou concretizar mudanças estratégicas” (Caddick & Cable, 2011, p. 11, tradução livre).

As personas devem ser “documentos vivos”, servindo para pensar na aplicação como um produto real para utilizadores reais. Caddick e Gable (2011) sugerem basear as “personas” em pessoais reais, utilizar citações que as definam e incorporar histórias e narrativas nas suas descrições. A sua metodologia para desenhar “personas” segue primeiro a definição de “esqueletos”: curtas descrições dos tipos de utilizador, normalmente feitas em formato de lista. Cada “esqueleto” deve depois ser enriquecido com informação, pormenores, personalidade e um contexto próprio.

É necessário recordar que estamos a tentar “contar a história” dos dados recolhidos com uma narrativa. Como é que estas “personas” soam e agem? O que podem ou não fazer? Os factos e detalhes específicos devem ser transformados numa história coerente; isto é, uma sequência de ações e eventos com interecção e até um enredo (Pruitt & Adlin, 2009, p. 199, tradução livre).

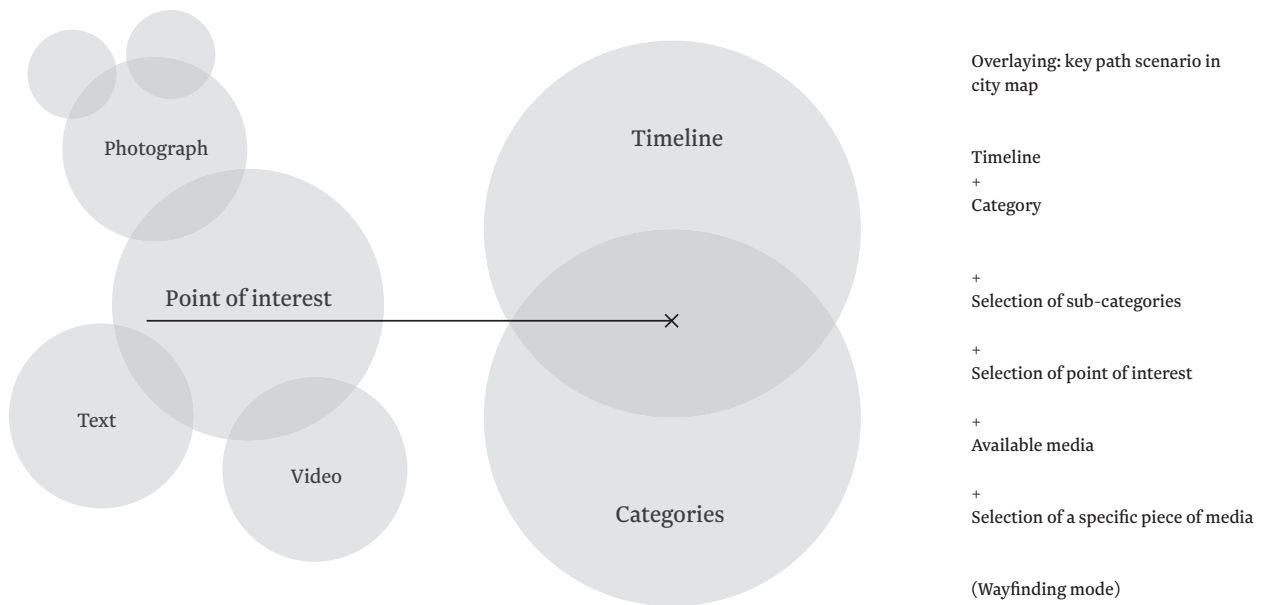
⁴ Esqueletos e perfis de personas completos no Anexo 2

Foram definidas 5 “personas” nas tipologias de utilizador, abrangendo as diferentes características presentes na pesquisa⁴. Uma vez construídas, foram cruciais na tomada de decisões, direcionando o design para um tom contemporâneo e atual, mas simples e funcional. A diversidade de tipos de utilizador encontrados também incentivou posteriormente à reflexão acerca da personalização do sistema. Por fim, foi também feita a validação das “personas” juntamente com contactos pessoais que se inserem no mesmo esqueleto de utilizador, corrigindo os padrões que não eram identificados como realistas.

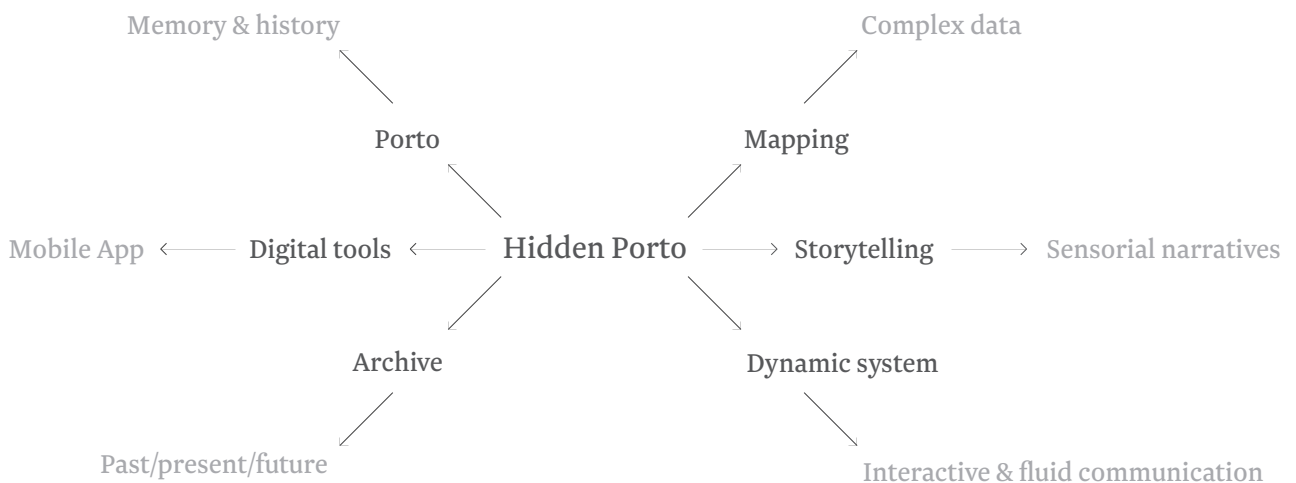
3.4. Mapeamento, brainstorming e arquitetura de informação

Uma vez estabelecidas as “personas”, foi necessário pensar quais as ferramentas procuradas por estes utilizadores e quais as expectativas para uma aplicação deste tipo. Seguindo a metodologia proposta pelo guia de “developers” da Apple (2012), foi realizado um brainstorming de ideias para possíveis “features”, que num passo seguinte seriam reduzidas às essenciais.

Algumas das features propostas seriam posteriormente postas em causa, através da realização de testes de usabilidade, da opinião dada por especialistas, ou num esforço de simplificar a aplicação. Foi o caso da “timeline” que permitiria a procura em períodos determinados de tempo, ou o caso dos avisos sonoros correspondente à categoria da história mais próxima. Estas alterações serão visíveis no decorrer do processo projetual, dos esboços até aos ecrãs finais.



Consequentemente, iniciou-se o desenvolvimento da arquitetura da aplicação. Este passo é fundamental pois inicia a elaboração da estrutura do conteúdo, e sua navegação (Kalbach, 2007). Nesta etapa, exploraram-se várias alternativas através da produção de esquemas e diagramas. Sublinhou-se a importância de uma hierarquia forte, dando-se ênfase ao mapa, onde se encontram visíveis as histórias através da sua localização geográfica. Foi estabelecida uma estrutura lógica, dividindo os aspetos personalizáveis dos restantes e criando categorias nos demais conjuntos de informação, como sugerido por Lawson e Dorst (2009). É importante notar que “a estrutura e a navegação não são a mesma coisa” (Kalbach, 2007, p. 4, tradução livre).



Primeiros esboços de arquitetura de informação da aplicação

Research questions

The city

- Como se vive a cidade do Porto?
- Que segredos tem o Porto escondido?
- Como contar as histórias da cidade?
- Quem constrói/faz a cidade?
- De que formas podemos mapear uma cidade?

Digital tools

- Qual o papel dos meios/ferramentas digitais hoje em dia?
- Como podem os meios digitais contar as histórias da cidade?
- Como podem os meios digitais suportar as experiências sensoriais da cidade?
- De que modo podem os meios digitais transmitir a complexidade da cidade?

Intentions and purposes

- Preservar a memória/património cultural e histórico do Porto
- Tornar o património “desconhecido” da cidade disponível aos habitantes da cidade
- Construir um registo/arquivo digital do passado, presente e futuro da cidade
- Construir um mapa visual da memória/património da cidade
- Re-descobrir a cidade com novas perspectivas

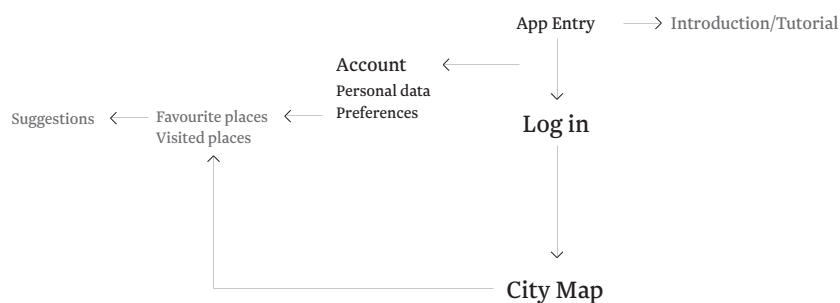
O foco foi assim dado a esquemas que auxiliassem na organização por tipo de utilizador, tópico, tarefa ou que permitissem preparar menus de navegação. Revelou-se também essencial considerar a *task flow*, ou a fluidez de tarefas numa tradução livre. Podemos definir a *task flow* como sendo a característica de manter o utilizador envolvido e absorvido numa experiência interativa, sem dificuldade nem transtorno (Sutcliffe, 2009). Para que tal aconteça é fundamental encontrar um equilíbrio entre uma experiência de utilização que seja natural e reconhecível, mas não o suficiente para ser tornar aborrecida ou monótona.



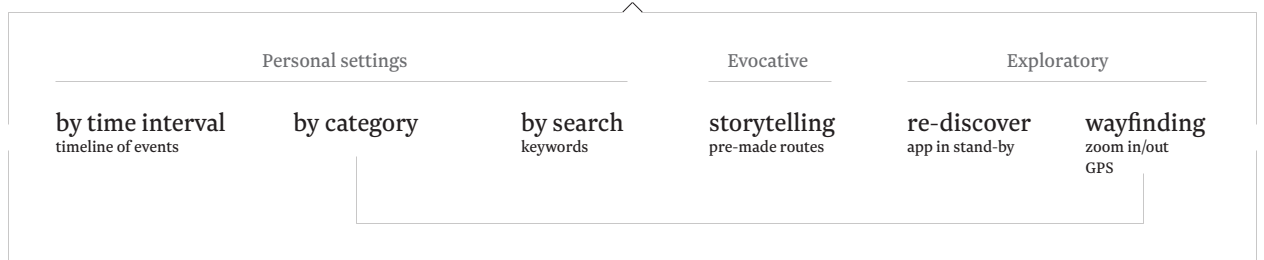
Neste caso, procuraram-se características com que o utilizador estivesse familiarizado, nomeadamente a galeria de imagens ou vídeo, no entanto, inserindo novos elementos pouco comuns nas aplicações anteriormente encontradas. A realidade aumentada, interfaces invulgares e a união de diferentes tipos de mídia foram alguns dos elementos utilizados para tornar a aplicação num produto singular. Após o desenvolvimento de alguns esquemas conceptuais, elaborou-se um diagrama mais abrangente, já tendo em conta transições e possíveis ecrãs.

Inicialmente, considerou-se que seria necessário um login. Uma autenticação por uma conta de Facebook (através de um protocolo API), permitiria, por exemplo, não só uma partilha rápida de conteúdos, como também a criação de sugestões de histórias feitas à medida do perfil do utilizador. Foram consideradas também as ferramentas de tornar favoritas e guardar histórias. O login seria posteriormente excluído já que tornaria mais morosa a abertura da aplicação, porém mantiveram-se os protocolos de ligação às redes sociais externas e a possibilidade de guardar lugares favoritos. O facto do smartphone ser um dispositivo pessoal e particular (FI, 2012) elimina a necessidade de trocas de utilizadores e consequentes logins.

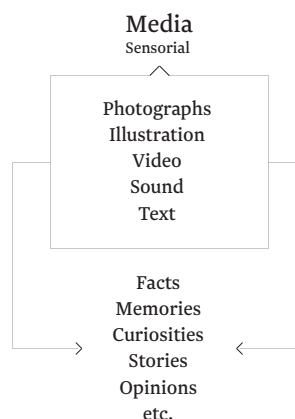
CUSTOMIZATION



EXPERIENCE



SENSORIAL OUTCOMES

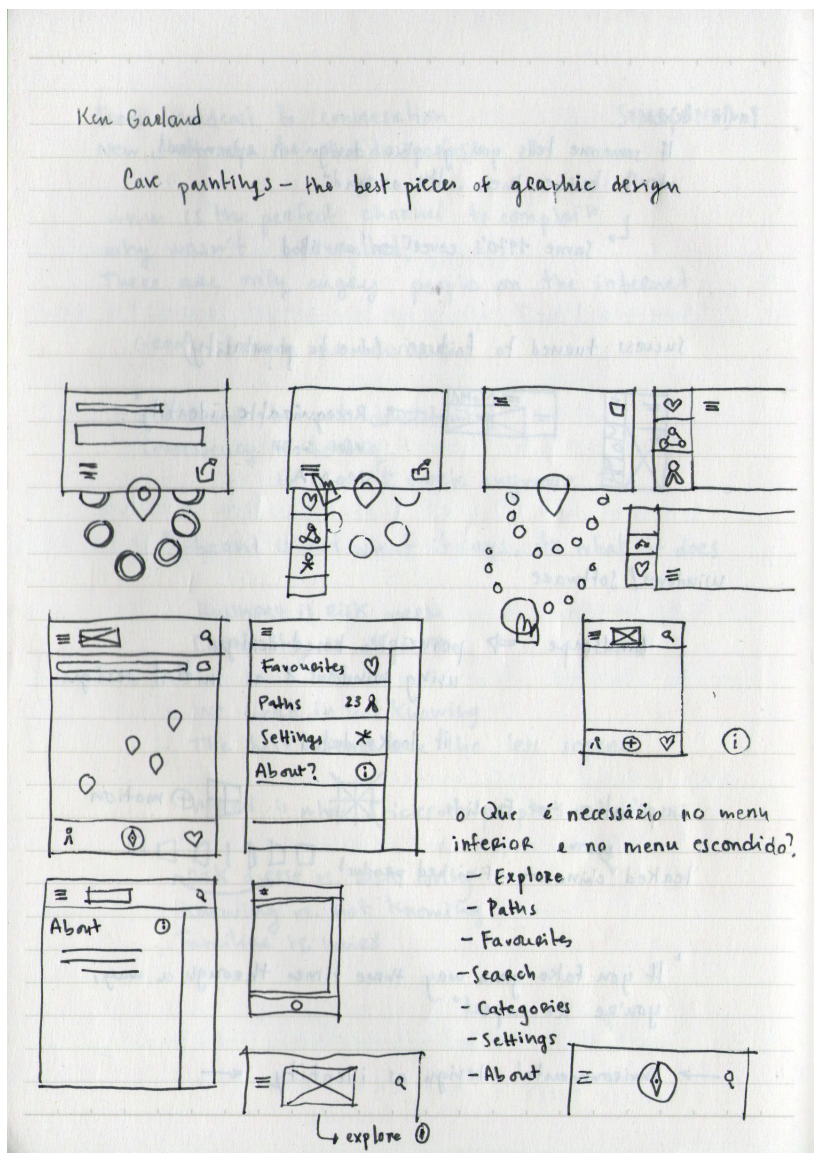


3.5. Metodologias UI

Wireframes

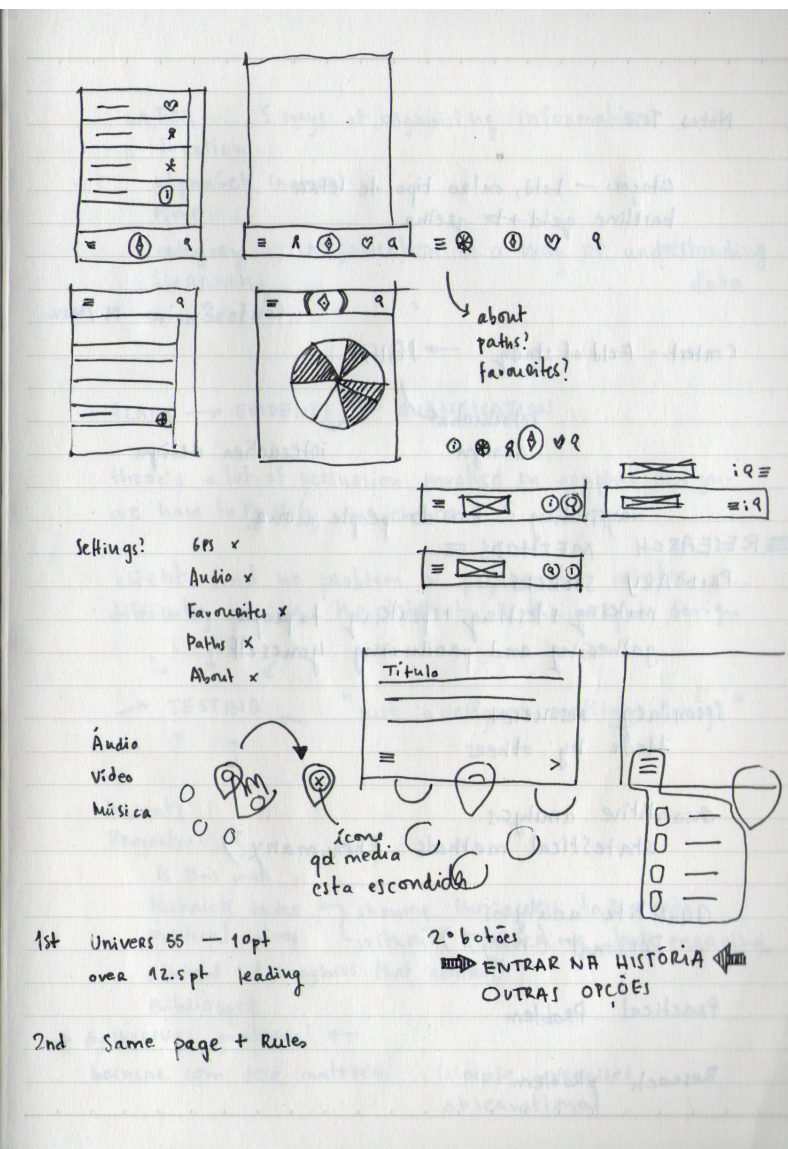
Uma vez definido, o esquema do sistema serve de base para a progressão para os esboços ou mapas mais detalhados. Estes são frequentemente referidos como wireframes, e consistem numa “orientação detalhada para o layout e funcionalidade dentro de uma peça de design de informação” (Baer, 2008, p. 70, tradução livre). Os wireframes são considerados “um passo essencial no processo de design, representando uma mudança significativa do abstrato para o concreto” (Kalbach, 2007, p. 257, tradução livre). Como ferramenta projetual, comunicam visualmente os requisitos e exigências do sistema, facilitando o desenho de modo coerente e lógico.

Podemos considerar se o produto ou serviço está a ser representado da maneira certa, como é que o conteúdo será estruturado, de onde virão os dados, como é que a usabilidade será desenvolvida, como é que a página será visualmente e onde é necessário dar ênfase (Caddick & Cable, 2011, p. 160, tradução livre).

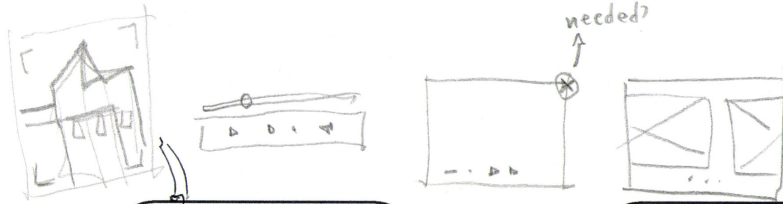


Esboços

Inicialmente foram desenvolvidos wireframes manualmente, sendo o seu suporte o papel. Estes permitiram uma maior experimentação e flexibilidade no testar de alternativas. Analisaram-se exemplos online que permitiram uma melhor compreensão do processo. Visualmente, e tratando-se de uma fase preliminar do mesmo, recorreu-se ao design nativo iOS do guia de programadores da Apple. Por esta razão, os primeiros esboços mostram uma estrutura rígida e uma complexidade que seria suprimida posteriormente. A utilização do papel como suporte permitiu simultaneamente um estudo mais abrangente de características e ferramentas a introduzir. Na passagem do conceito para o papel, rapidamente se constatou que seria fundamental simplificar a aplicação. Outras regras e sugestões de modelos interativos retirados de livros e artigos serviram igualmente para incorporar mudanças que tornassem o sistema mais claro, direto e acessível.

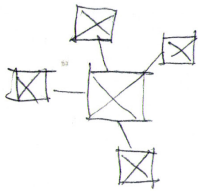
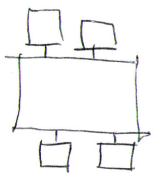
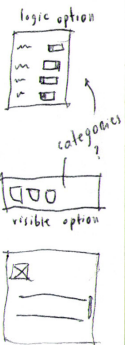
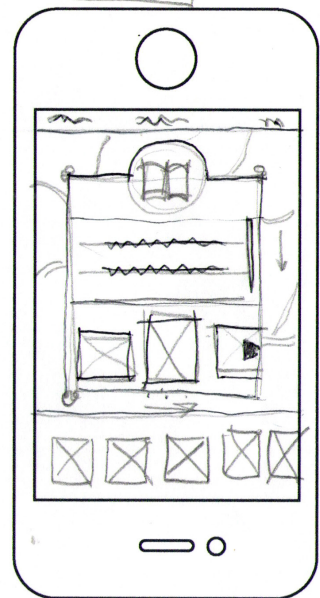
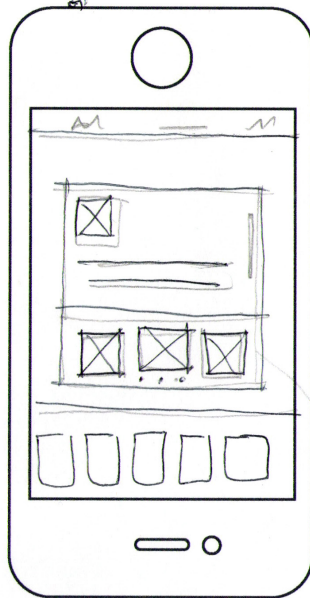
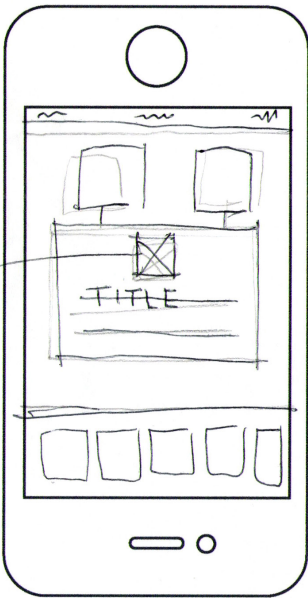


"secret" reading mode
 instructions → web "tutorial"
 exemple video
 of people using

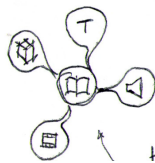
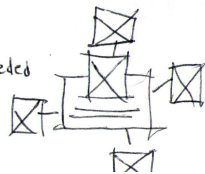


what's the
 smallest type
 size that's
 readable?

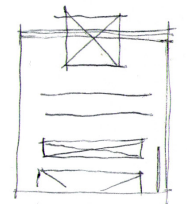
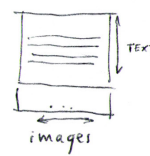
not
 tappable

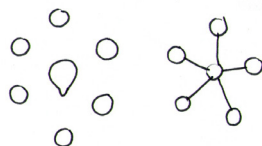
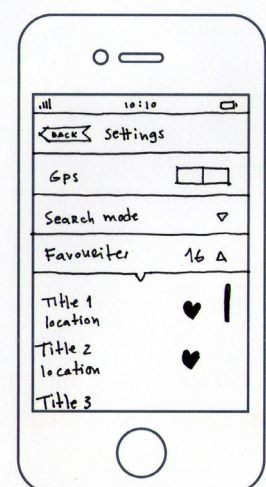
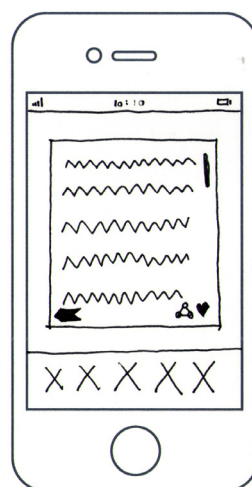
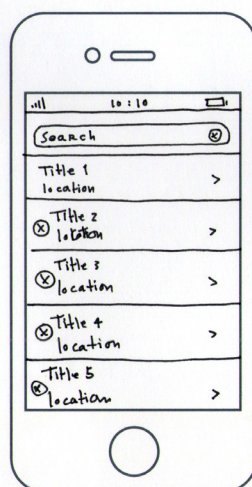
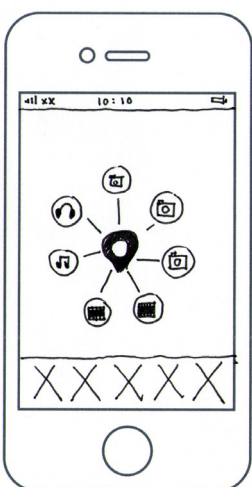
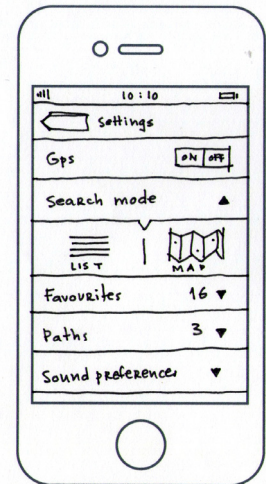
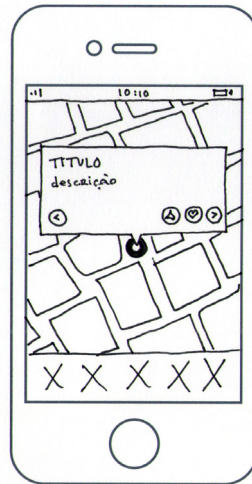
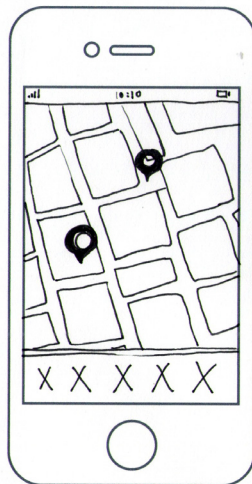
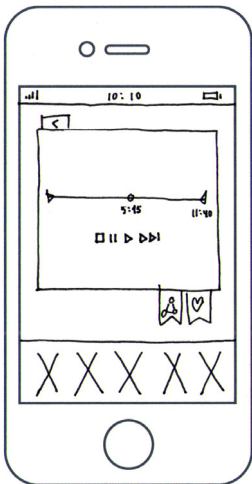
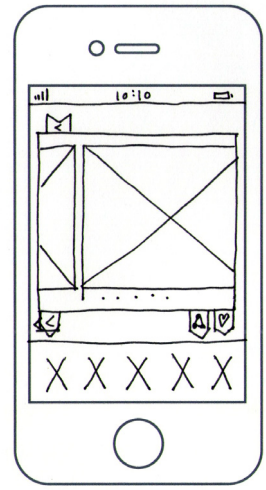
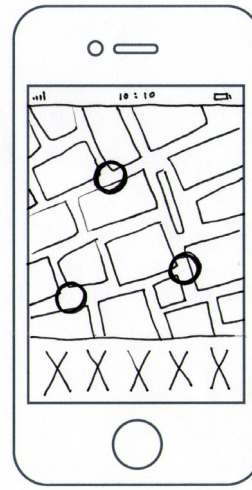
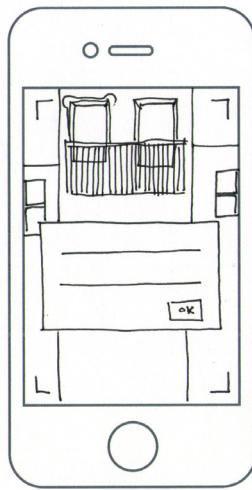
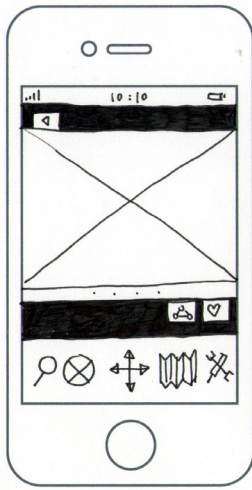
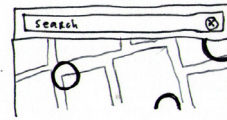


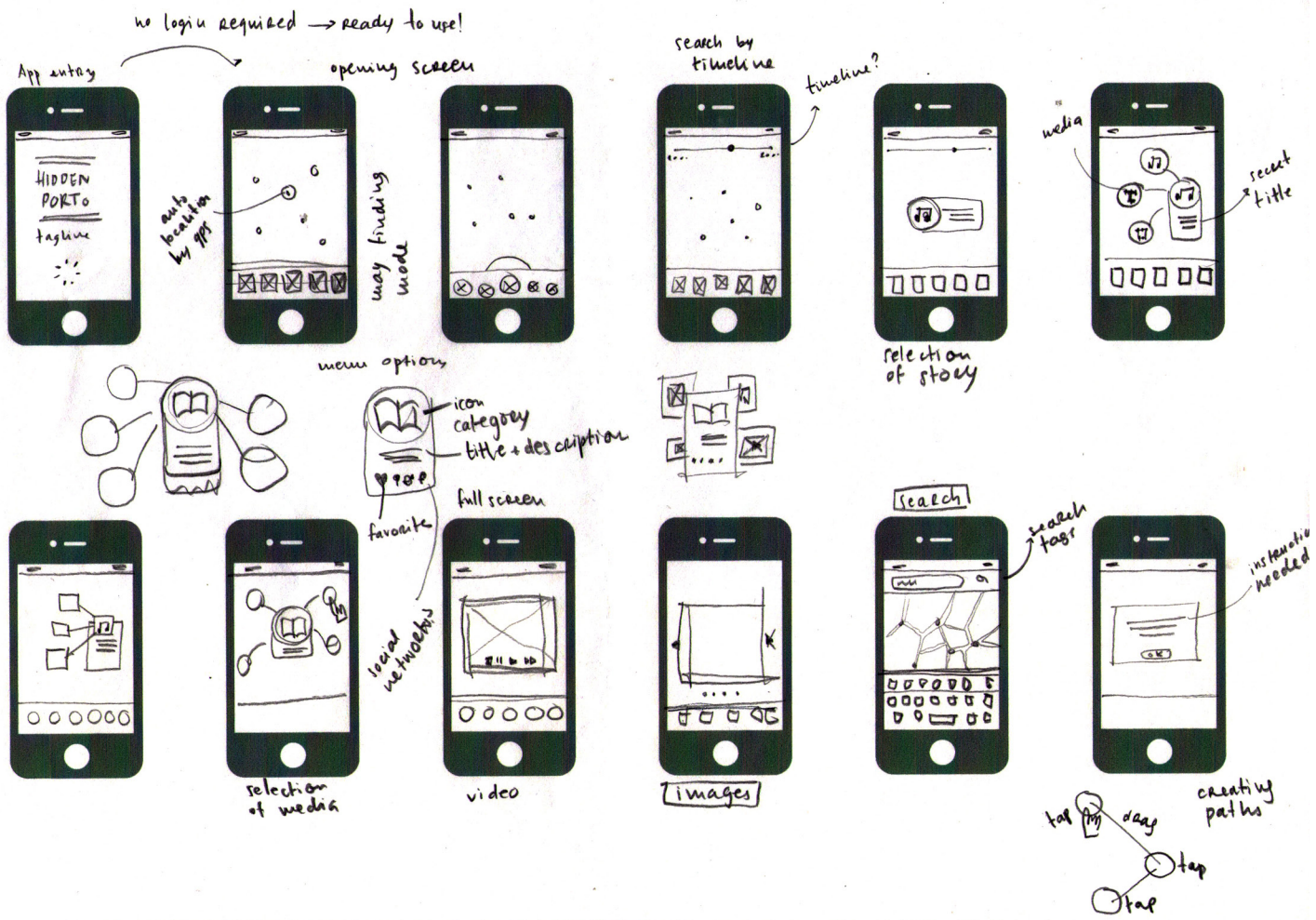
fitte needed
 or not?



pop-up
 windows
 possible?
 OR new screen
 needed?







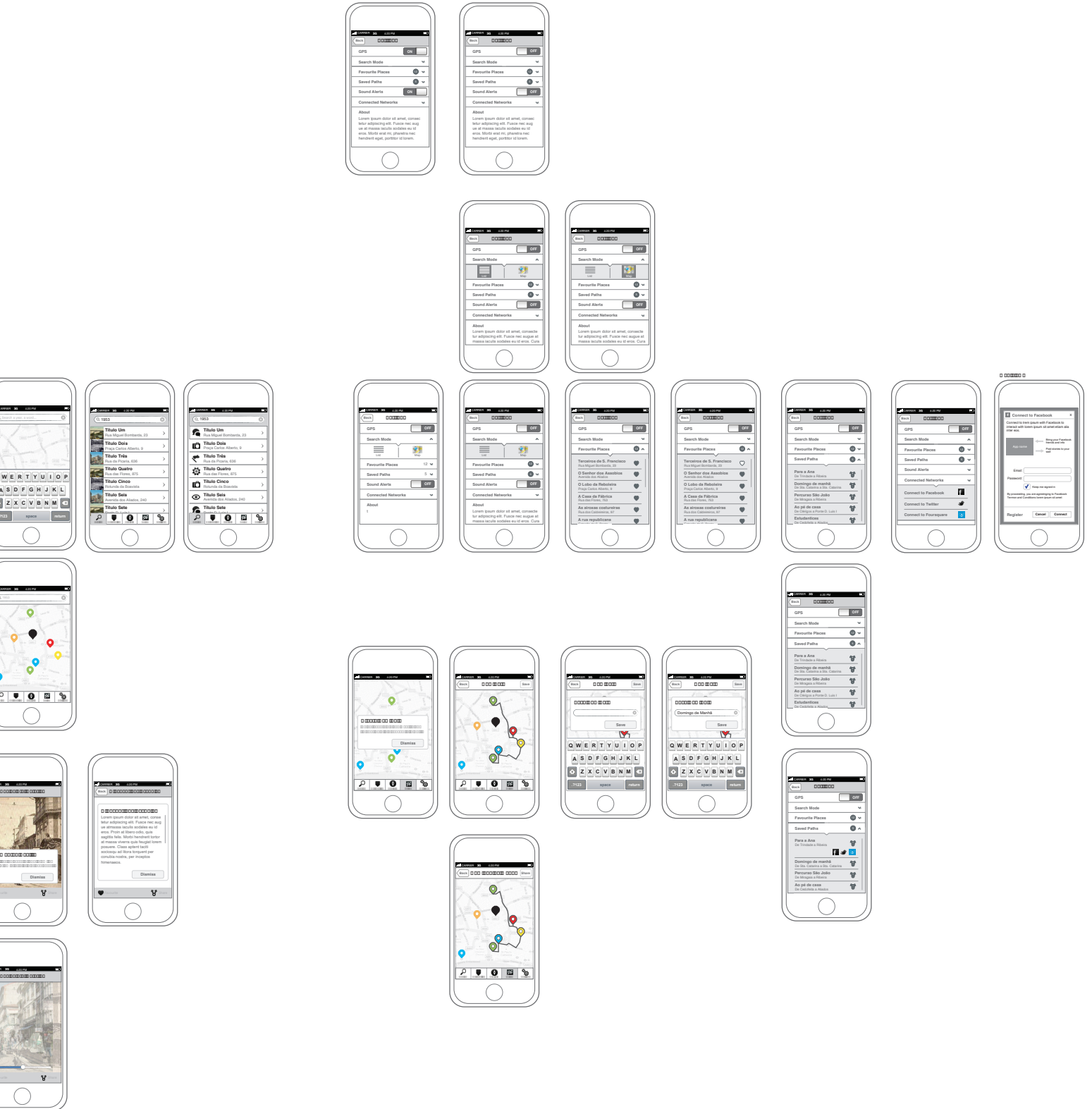
Wireframes low-fi

Tendo como ponto de partida os esquissos, os respetivos ecrãs foram traduzidos para o formato digital recorrendo aos templates de wireframes de Giorgio Venturi (2010). Mantiveram-se o layout e a estrutura padrão dos menus que seriam, num passo seguinte, postos em causa. Deste modo, a transição visual dos wireframes em papel para a versão digital revelou-se praticamente literal.

O conjunto de wireframes criado nesta fase apresenta todos os ecrãs definidos nesse momento do processo projetual. Como acima referido, o design foi baseado maioritariamente nos padrões iOS 6 e desenhado para o iPhone 4, modelo mais popular na altura desta etapa. Sendo wireframes low-fi, ou de baixa fidelidade, apresentam apenas preocupações relacionadas com a estrutura e arquitetura do sistema, permitindo o desenho de uma hierarquia mais clara. De seguida, seria consecutivamente trabalhada a nível visual. Constatam-se exceções a esta situação, nomeadamente os menus esboçados para a escolha de mídia da história e a seleção de categorias.

Seguindo a task flow previamente desenhada, as wireframes foram organizadas passo a passo, interligando os diferentes ecrãs por ordem de funcionamento. Numa fase seguinte, estes seriam tornados interativos utilizando a aplicação Invision.

Constata-se neste ponto que, visualmente, os ecrãs sofreriam enormes alterações com a transição do iOS 6 para o iOS 7, bem como com o resultado dos testes de usabilidade e opiniões de especialistas. Estas mudanças serão descritas em pormenor no próximo capítulo.



3.6. Interface do utilizador

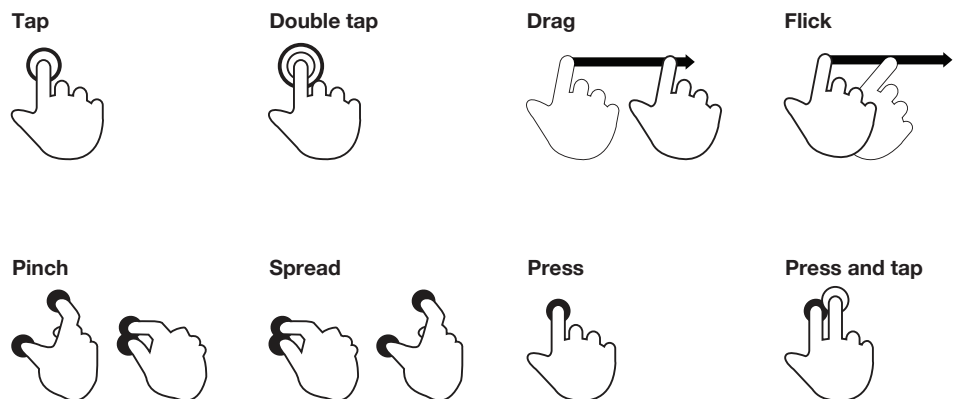
Gestos e botões: intuitividade e consistência

Qualidades do design como uma boa estética e usabilidade são mais suscetíveis de evocar emoções positivas, como o prazer e a alegria, criando memórias positivas (Sutcliffe, 2009, p.64, tradução livre).

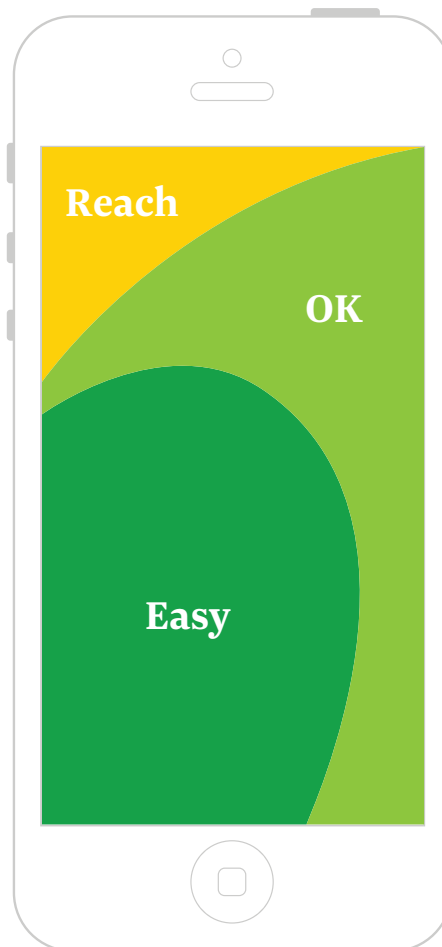
Paralelamente, foram aprofundados os conhecimentos acerca de usabilidade e intuitividade na experiência móvel. Estes seriam indispensáveis na concretização de uma aplicação adequada e projeto bem sucedido. Assim sendo, o desenvolver de uma melhor usabilidade permitiria obter a garantia de que qualquer pessoa com medianos conhecimentos e habilidade conseguiria utilizar a aplicação sem ficar frustrada (Krug, 2000).

Uma interface de utilizador desinteressante, complicada, ou pouco lógica pode tornar até o uso de uma ótima aplicação numa tarefa árdua. Mas uma interface agradável, intuitiva e convincente melhora a funcionalidade da aplicação e suscita uma ligação emocional positiva com os seus utilizadores (User Experience iOS Guide Book, 2012, tradução livre).

Segundo o estúdio FI e Anton Repponen (2012), devemos procurar reinventar o default, explorar e valorizar os gestos. Os gestos novos são difíceis de ensinar mas estamos a chegar finalmente a um ponto em que a curva de aprendizagem é menor pois o tap, slide ou pinch estão a tornar-se gestos comuns do dia a dia. Os utilizadores sentem-se confortáveis com os gestos standard pois as aplicações nativas usam-nas consistentemente. A interface multi-touch proporciona agora uma sensação de ligação imediata com os dispositivos e melhora a perceção de manipulação direta dos objetos no ecrã (User Experience Guide Book iOS, 2012).



Gestos retirados de *Touch Gesture Reference Guide* de Craig Villamor, Dan Willis e Luke Wroblewski



Esquema de usabilidade de Luke Wroblewski adaptado ao iPhone 5/5S

Esta consistência deve estar presente em todos os atributos visuais e de interação (Johnson, 2008). Assim sendo, a aplicação deve ter em consideração os modelos iOS, de acordo com os quais foram desenhados os menus e ícones.

A terminologia e estilo usados devem ser utilizados de modo coerente, tornando a aplicação familiar após um certo período de utilização (Tidwell, 2011). Deve ser sublinhada ainda a importância de uma navegação relevante e bem posicionada que permita ao utilizador explorar todos os possíveis caminhos da aplicação. No entanto, é também fulcral a redução das escolhas de navegação nas tarefas principais, mantendo o ecrã claro e a atenção focada na ação central (Wroblewski, 2012). A hierarquia dos elementos deverá ter em conta a sua posição, tamanho, forma, contraste, cor e forma.

Neste sentido, assumem especial relevância as dimensões usadas no design da interface. O tamanho é um rápido tradutor visual do que é importante, de qual é o próximo passo a tomar, para onde devemos olhar a seguir. Assumindo as dimensões mínimas de 44x44 pixels (ou 88x88 em *displays* retina) para botões, torna-se necessário encontrar um equilíbrio entre todos os componentes do ecrã que orientem o olhar da maneira mais fácil possível.

De modo a conseguir conciliar os modelos anteriormente mencionados, a criação de templates é essencial. Contudo, antes de serem desenvolvidos os layouts finais, procedeu-se a testes de usabilidade bem como à recolha de patterns.

Testes de usabilidade

Na seguinte etapa, elaboraram-se testes de usabilidade com o objetivo identificar problemas na construção do sistema e sua interface preliminar. Os testes foram realizados presencialmente com contactos pessoais: amigos, família, participantes em workshops e designers de interação. Procuraram-se pessoas de idades variadas e diferentes níveis de familiaridade com sistemas interativos e iOS. Esta última característica seria fundamental para avaliar novos tipos de menus.

Tendo sido elaborados inicialmente algumas avaliações curtas com protótipos em papel, a adaptação das wireframes de baixa fidelidade para a aplicação online Invision⁵ permitiu a realização de testes feitos interativamente, através da criação de hiperligações entre as imagens dos ecrãs. Assim foi possível testar este protótipo no computador e em smartphones com ligação à internet.

⁵ <http://invis.io/WY7CZQZ5>



A metodologia empregue foi o protocolo think aloud. Este permite identificar de forma fácil e rápida os maiores problemas de usabilidade. É considerada uma técnica popular pela sua abordagem direta e capacidade de obter dados convincentes e adequados (Caddick & Cable, 2011). Consiste em pedir ao participante que verbalize as suas reações à medida de que lhe é solicitada a execução de diferentes tarefas.

Neste sentido, a todos os participantes foram atribuídas três tarefas, as quais deveriam realizar vocalizando os problemas com que se deparavam, o porquê dos passos que seguiam ou opiniões livres. Foi-lhes pedido que:

1. Encontrassem uma história na sua rua;
2. Criassem um caminho e o enviassem para o seu e-mail;
3. Encontrassem um vídeo filmado no seu ano de nascimento.

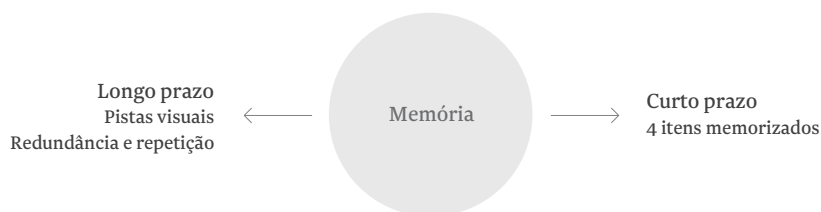
As tarefas foram escolhidas de modo a ser simples e acessíveis, e simultaneamente, a abordarem as principais features da aplicação. As maiores discrepâncias notar-se-iam entre os utilizadores experientes e os inexperientes.

Na primeira tarefa, os primeiros recorreriam à pesquisa para rapidamente encontrar o seu endereço, enquanto que os segundos demorariam um pouco mais através da pesquisa no mapa, arrastando a sua localização, mas sem recorrer a zoom in/out. Não foram notados problemas nesta primeira tarefa.

Na segunda tarefa, encontraríamos problemas no entendimento do ícone de partilha por grande parte dos participantes. Mais uma vez, os utilizados experientes concretizariam a tarefa sem dificuldades. Nos utilizadores inexperientes sugeriram percalços a seleção de histórias na criação de caminho, sendo que 2 participantes não conseguiram concretizar o envio para o e-mail.

A terceira tarefa prosseguiu de forma positiva, com todos os participantes a utilizarem a pesquisa para encontrar uma história correspondente ao seu ano de nascimento. Foram vocalizados problemas com alguns dos ícones de mídia mostrados, mas todos selecionariam o ícon de vídeo.

Os testes serviram igualmente para conversar de forma espontânea com os participantes. Deste modo, foram identificados mais dúvidas nos ecrãs apresentados. Um caso específico foi o menu das categorias, considerado pela maioria como complexo ou como confuso. Também apontado por alguns utilizadores foi o menu das definições por ter demasiada informação num só lugar, e os ícones da partilha, do texto e das categorias. Já os avisos sonoros foram tidos como dispensáveis por muitos utilizadores que afirmaram que não usariam essa opção. Como aspetos positivos foi demonstrado um interesse geral em ver as histórias que seriam mostradas pela aplicação, assim como curiosidade em testar a



Layout e look and feel

As pessoas gostam de informação com contextos ricos. Como encontramos, organizamos, ou até entendemos informação é influenciado como esta é exibida. Conteúdo que é apresentado com cor, textura e estilo, torna-se relevante no nosso trabalho e nas nossas vidas. O tratamento visual da navegação não é meramente “bom de se ter”, é crucial na sua perceção e uso. Pode ser a diferença entre ser utilizável ou não, entre ser credível ou não, entre ser encontrado ou não (Designing Web Navigation, James Kalbach, 2007, tradução livre).

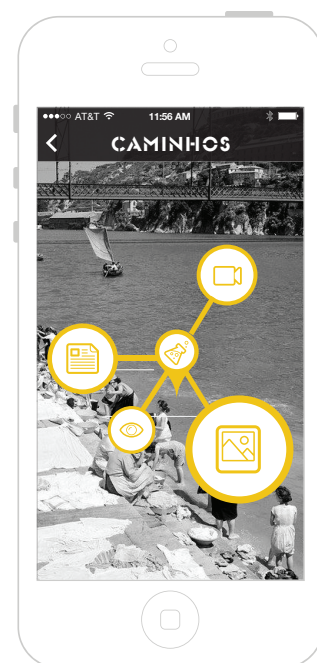
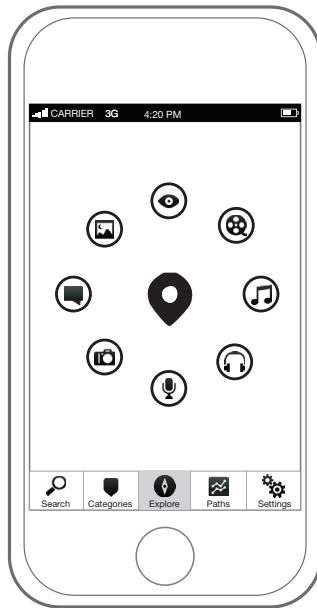
Na etapa seguinte tornou-se fundamental refletir sobre a aparência e fisionomia da aplicação. Visualmente, esta deveria ser adequada ao conteúdo, conciliando o look and feel com os objetivos propostos, bem como com a usabilidade correta. Sendo este um projeto de carácter exploratório, o grafismo utilizado foi sofrendo mudanças no decorrer do processo. Por outro lado, o lançamento do sistema iOS 7, provocou muitas das adaptações que foram efetuadas. Teria sido impensável ignorar a mudança paradigmática que ocorreu entre o iOS 6 e o novo iOS 7. O mesmo se pode afirmar sobre a oscilação e posterior substituição que temos vindo a presenciar entre o design skeumórfico ou tridimensional, e o chamado flat ou minimal design. A crescente popularidade do último tem sido um fenómeno, ou até mesmo moda, web no passado ano (Pratas, 2013).

Popularizado por Allan Grinshtein, o termo flat design representa o conceito em que “as interfaces elegantes são as que têm mais impacto com menos elementos” (2012). É a procura de interfaces minimalistas que melhor possam servir o seu conteúdo, contrariamente àquelas ornamentadas e complexas. Assim sendo, são removidos todos os elementos extra: sombras, bevels, texturas e gradientes que imitem os look 3D (Rocheleau, 2013). É também uma forma de disciplina, de criar um design minimal e honesto (Grinshtein, 2012), que ganha em funcionalidade e em clareza.

Desenhar honestamente significa reconhecer que as possibilidades dos ecrãs e de dispositivos com input, não são as mesmas que as dos objetos físicos — é por isso mais importante ainda que não os tentemos imitar (Allan Grinshtein, 2013, *The Flat Design Era*, tradução livre).

Os seus defensores, por sua vez, contrariam o chamado design skeumórfico por ser ultrapassado e desnecessário. Nas suas origens, as metáforas visuais criavam uma experiência mais realista, mais próxima do analógico. Serviram também para estabelecer uma relação entre o físico e o digital, tornando a aprendizagem de novos sistemas interativos mais fácil (Campbell-Dollaghan, 2013). Hoje em dia, já não é indispensável que um botão digital se pareça a um botão físico.

O flat design serve-se então de outras ferramentas para tornar as interfaces inteligíveis. A cor, a tipografia, a grelha e as formas minimalistas substituíram as metáforas como novo paradigma visual. A simplificação da forma pode, por conseguinte, dar foco ao conteúdo (Taylor, 2013). O iOS 7 leva estes padrões mais longe, definindo que o sistema deve ser claro não se sobrepondo ao conteúdo, porém mantendo o sentido de profundidade para facilitar a leitura (iOS Human Interface Guidelines, 2013). Para tal, utilizam todo o ecrã, tornando elementos translúcidos e sem bordas, dando ênfase ao espaço negativo, à cor e ao contraste. Propõe-se um tom informal e amigável a nível textual, mas não descurando a navegação e nunca deixando o utilizador sem saber onde se encontra e como poderá chegar ao seu objetivo.



Pelas razões mencionadas anteriormente, optou-se por seguir os princípios do flat design no desenvolver da aplicação. As suas semelhanças e afinidades com o design gráfico seriam também importantes sobrepondo-se com conhecimentos prévios. Esta abordagem permitiu também criar um suporte de carácter claro e acessível para um material de cariz complexo, desenhando uma interface eficiente mas memorável.

De modo semelhante, foi fundamental manter-se o layout de acordo com as tendências atuais e novos padrões da Apple. Consequentemente, o layout desenhado nos primeiros esboços sofreu alterações profundas. Inicialmente desenhado para 640x960 pixels, resolução de ecrã do iPhone 4, seria posteriormente adaptado para os 640x1136 pixels do iPhone 5. Desta forma foi aproveitada a última resolução para uma melhor mostra do conteúdo, dispondo de mais espaço para a visualização de imagens, vídeos e texto.

Quanto aos elementos da interface, foram efetuadas adaptações face ao novo iOS. A status bar tornou-se uma parte integrante da navigation bar permitindo uma maior coerência visual. Esta ganhou também destaque com a exclusão da tab bar, e tornou-se mais clara com a exclusão dos títulos de navegação e do botão “anterior” (Giachetti, 2013). Os elementos na tab bar foram escondidos num menu side bar, não perdendo facilidade ou rapidez no seu acesso, mas libertando o ecrã em todas as tarefas. Manteve-se ainda uma versão modificada da toolbar para menus de controlo de áudio, vídeo e realidade aumentada. O layout final assume duas colunas verticais laterais de maior ênfase com a presença do menu side bar e do modo pesquisa. Horizontalmente, é marcado na parte superior pela navigation bar e na parte inferior pelo indicador da história a ser consultada. A generalidade dos restantes ecrãs são pautados por menus em formato lista, prevalecendo o conteúdo e escondendo sub-menus semi-transparentes quando possível.

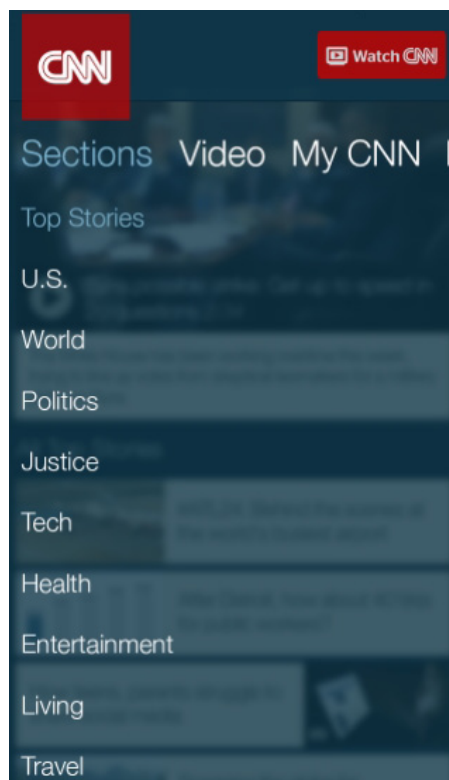
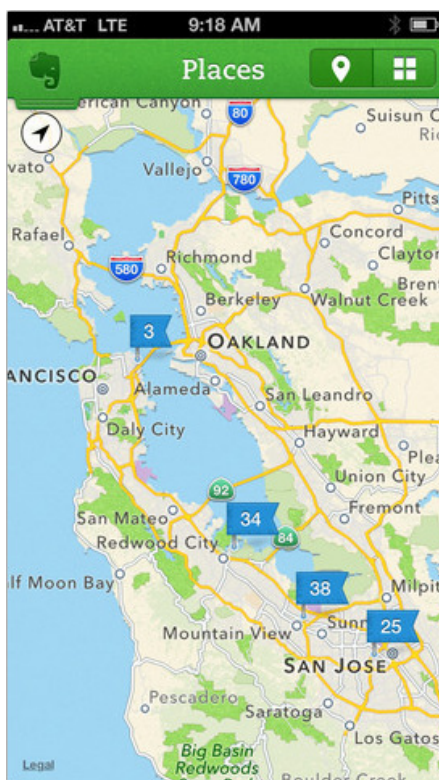
Em conclusão, optou-se por um tom de voz contemporâneo, que evitasse as metáforas visuais, especialmente aquelas que se entendessem como um objeto antigo ou antiquado. Procurou-se um layout simples que não dominasse o conteúdo. Desta forma, explorou-se o design de uma aplicação prática e funcional, partindo de experiência imersiva visualmente. Valorizaram-se assim os diferentes média das histórias apresentadas, de modo a serem facilmente acessíveis e disfrutadas na envolvimento da cidade.

Patterns

De modo simultâneo à definição da expressão visual da aplicação, exploraram-se os padrões de design móvel. Definem-se por padrões, ou patterns, as características estruturais e comportamentais que melhoram a forma inerente de como interagimos com algo. De tal forma que são considerados uma “descrição das melhores práticas dentro de um domínio de design” (Tidwell, 2011). São portanto documentações de soluções comuns já estabelecidas através de uma repetição de bons resultados. Baseados no conceito de

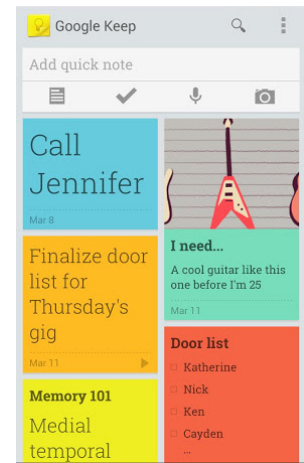
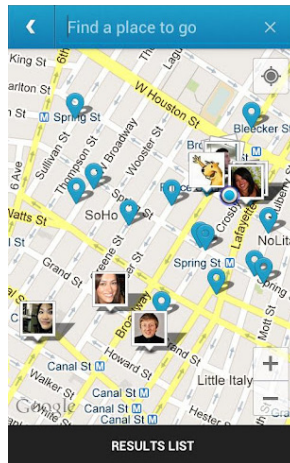
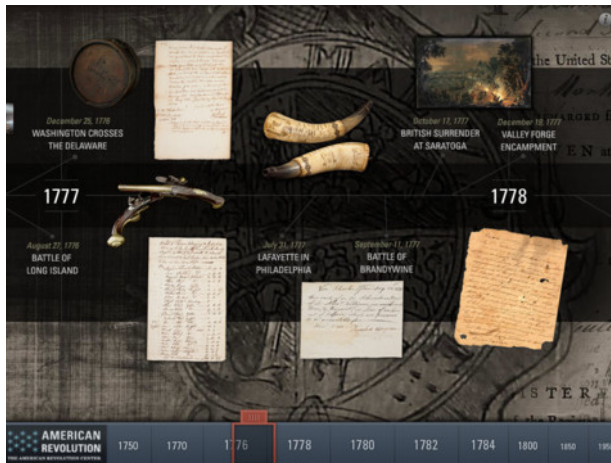
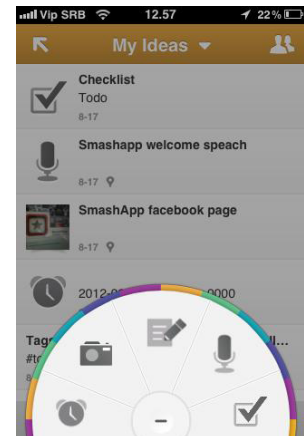
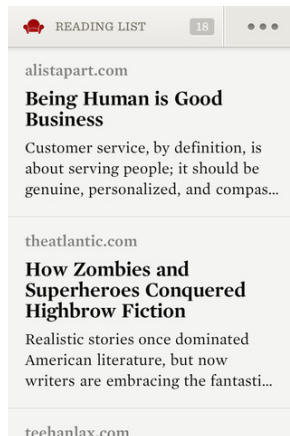
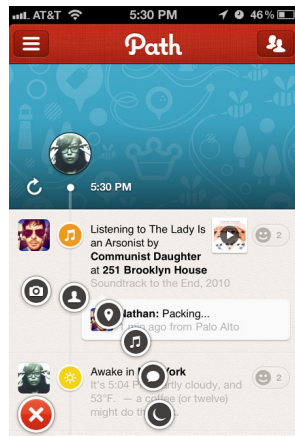
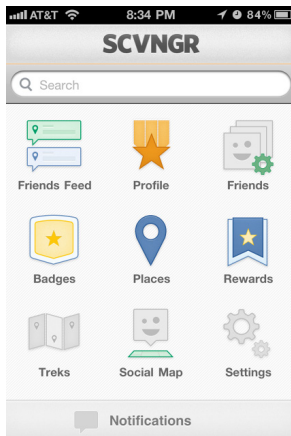
Christopher Alexander (Alexander, Ishikawa e Silverstein, 1977) e identificados por expertos, os padrões podem “ser usados por designers menos experientes ou designers que procurem consistência na sua experiência de utilizador” (Ballard, 2007). Servem então de guias para resolver um problema específico de interação, não sendo regras rígidas, mas antes orientando para uma linguagem comum para designers e utilizadores. Segundo Theresa Neil (2012) os padrões são ainda fulcrais na resolução de 2 das 4 críticas mais repetidas em avaliações online de aplicações: uma navegação inadequada (“não consegue voltar atrás, encontrar o que procura”) e design de interface confuso.

O estudo de padrões no âmbito do design de interfaces móveis é ainda bastante recente. No entanto, existem já plataformas online como a Mobile Patterns (2013), Pptrns (2013) e Inspired UI (2013) onde foi possível recolher exemplos relevantes aos menus usados na aplicação. Por conseguinte foi feito um levantamento de menus correspondentes à utilização de mapas, formulários de pesquisa, ecrãs splash, definições, menus em lista, tutoriais ou walk-throughs, e navegações personalizadas.



Esq.: Evernote
Dir.: CNN para iOS 7

Criação de uma aplicação iOS: divulgação multimédia de histórias do Porto



Cima: SCVNGR, Path, Readability, Catch Notes

Baixo: The Alaska App, Foursquare, Google Keep



4.
DESIGN
DA APLICAÇÃO

4.1. Tipografia

É a “natureza restritiva” dos ecrãs de pequenas dimensões que tornam a tipografia um fator determinante na interface de uma aplicação (Borowska, 2013). Por esta razão, consideram-se decisivos três componentes na sua deliberação: o tamanho, contraste e espaçamento. Regra geral, recomenda-se o uso de tamanhos e espaçamentos grandes, e um contraste de ecrã considerável. Hoje em dia, é no entanto comum encontrar diversas abordagens, nem sempre seguindo os padrões recomendados. Deve-se ter em conta que estes suportes são utilizados em contextos diversos, muitas vezes em movimento ou condições de luz menos favoráveis.

Quanto à sua legibilidade em ecrãs, Glaser (2013) recomenda o uso de tipos de letras com formas convencionais e amplos no espaçamento. Consideraram-se as sugestões de Angus (2011), procurando tipos de letras com formas “abertas” e de contraste visual suficiente, com um design reconhecível. Procurou-se um equilíbrio entre um espaçamento que permita uma leitura fácil, cujo espaçamento não limite o conteúdo. Deste modo, a tipografia escolhida deve:

- Ser espacialmente eficiente (...);
 - Não ter um aspeto “comprimido”;
 - Ter um bom *kerning*. (...);
 - Ter a mesma largura, ou semelhante, em todos os pesos e estilos;
 - Usar serifas subtis quando beneficiem a forma (...)
- (Hooper & Berkman, 2011, tradução livre).

Tendo estas considerações em conta, testaram-se diferentes tipos de letra ao longo do processo projetual. Inicialmente nos wireframes foram utilizados os tipos de letra padrão dos sistemas iOS 6 e iOS 7, Helvetica e Helvetica Neue Light. No entanto, estes não traduziam o tom procurado, sendo tipos rígidos e algo austeros.

Posteriormente foram testados diferentes fontes: FF Meta de Erik Spiekermann, Flama de Feliciano Type Foundry, Averia Libre de Dan Sayers, Aleo de Alessio Laiso, e Roboto de Christian Robertson. O processo experimental iniciou-se com tipos de letra já familiares em projetos editoriais, tendo depois evoluído com a procura de tipos desenhados com tons diferentes ou desenhados para a *web*. Deste modo, os últimos 3 tipos de letra mencionados foram descarregados da página Google Web Fonts.

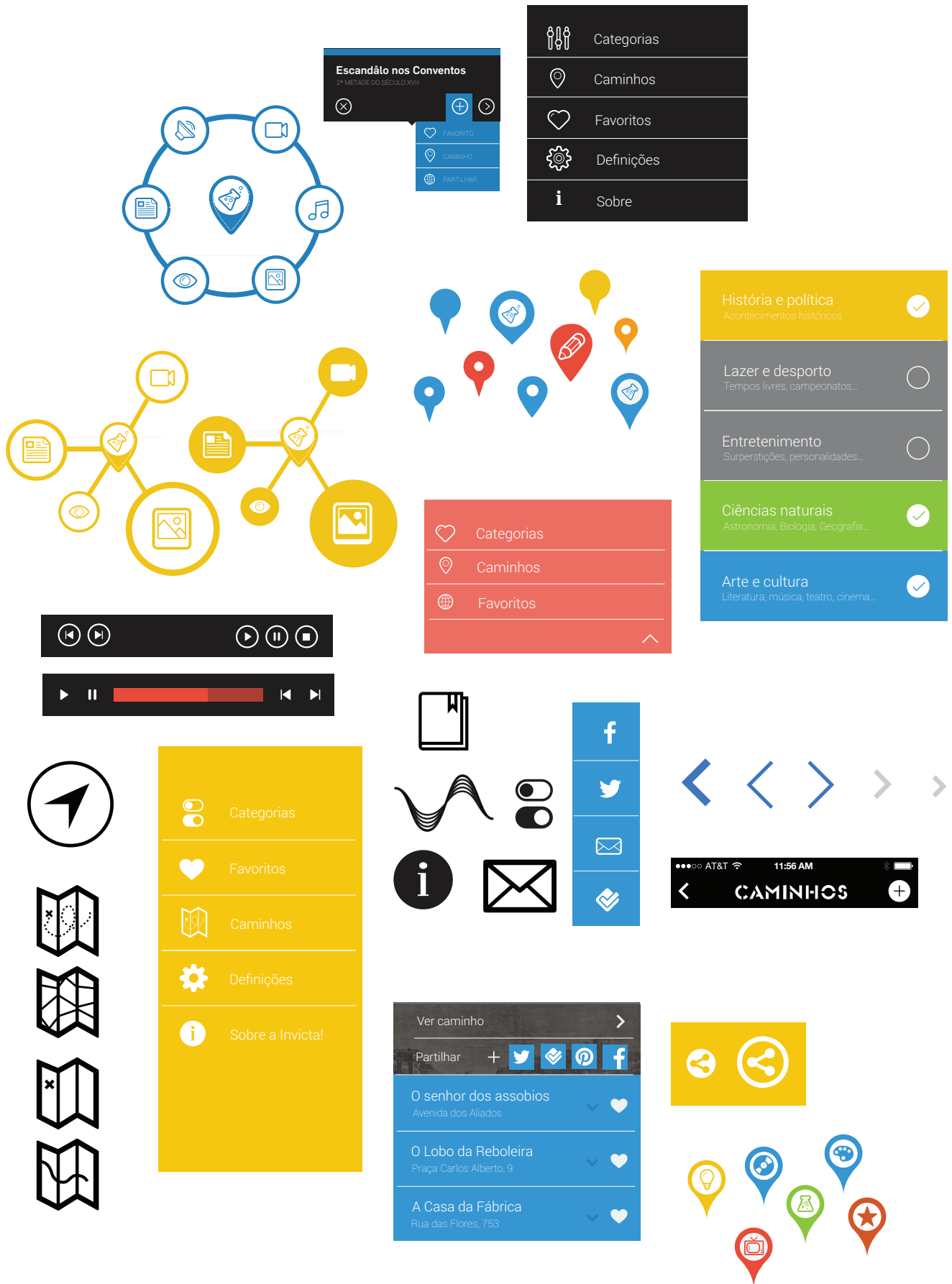
O desenvolvimento de experiências decorreu de forma espontânea, devido ao menor conhecimento na área a ser trabalhada. Os tipos de letra foram testados em tamanho real, à medida que o resto do layout e aparência tomava forma. Assim sendo, em algumas etapas, experimentou-se com tipos serifados, evocando a natureza antiquada do conteúdo. A maior aproximação a esse tom de voz foi testado com o tipo Averia. Concluiu-se que a sua legibilidade era inferior e a sua disparidade com um design minimal demasiado grande.

Num primeiro momento foi feita a escolha entre as fontes Flama e Roboto. O kerning mais “fechado” de Flama dificultou a sua legibilidade em pequenos tamanhos, pelo que seria escolhida a família Roboto para a primeira versão da aplicação.

Desenhada especificamente para displays de alta densidade, Roboto é a fonte concebida para o sistema Android 4.0 Ice-Cream Sandwich. Foi descrita pela Google como tendo “uma natureza dupla” pois tem “um esqueleto mecânico e as suas formas são amplamente geométricas” (Mills, 2011, tradução livre). Sendo baseada famílias grotescas e humanistas (Coles, 2011), a família Roboto apresenta as proporções certas para uma leitura clara e fácil em pequenos ecrãs de alta resolução. O seu aspeto e desenho também fazem com que seja uma fonte agradável e intemporal, estando de acordo com o conteúdo da aplicação, bem como com a sua aparência *flat*.

Com as consequentes e finais alterações visuais, a família Roboto seria substituída pelo tipo National, desenhada por Kris Sowersby. Não sendo serifada, a família National mantém ainda assim um desenho clássico, consequência do seu design inspirado em material histórico. De carácter humilde e feminino, e tom agradável, contrasta de forma dinâmica com a Glaser Stencil, de Milton Glaser, fonte fortemente utilizada na última versão da aplicação. Ambos tipos representam mais significativamente o conteúdo histórico disponibilizado pela aplicação, mantendo a sua usabilidade e leitura fácil.





4.2. Ícones e botões

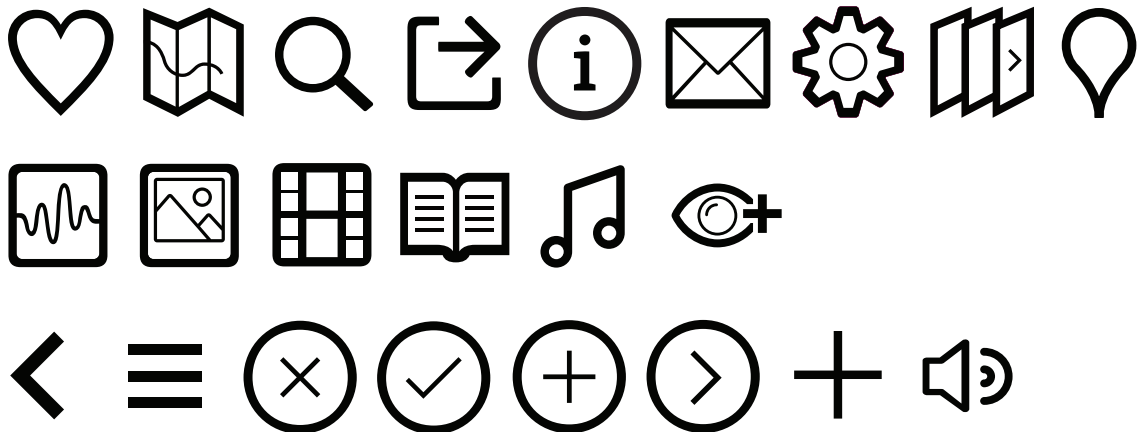
Dado a grande quantidade de informação a transmitir ao utilizador, os ícones auxiliam através de uma leitura visual mais rápida e com uma curva de aprendizagem mais curta (Galitz, 2007). Deste modo, e devido ao complexo conteúdo da aplicação, recorreram-se aos ícones, aliados à tipografia, para tornar a navegação mais clara. Numa primeira versão seriam definidos 3 conjuntos de ícones a serem desenhados: “Categorias”, “Mídia” e “Sistema”. O conjunto “Categorias” seria posteriormente excluído, sendo substituído pela navegação de histórias através das várias freguesias.

Inicialmente, considerou-se também a possibilidade de desenhar ícones personalizados. No entanto, esta ideia foi abandonada devido a constrangimentos de tempo. Optou-se por procurar ícones existentes que fossem de encontro aos objetivos propostos, adaptando-os posteriormente para criar conjuntos visualmente coesos. Procuram-se ícones familiares e legíveis, cuja simplicidade fosse facilmente entendida em pequenas dimensões (Galitz, 2007). Deste modo, foram sido feitas alterações ao longo do projeto no sentido de criar ícones eficientes e de contraste apropriado.

Relativamente ao seu design, as adaptações foram mais uma vez, feitas no sentido de adaptabilidade ao iOS 7, preferindo o simplificar de formas, a omissão de bordas e o aumento de contraste entre espessuras. Selecionaram-se ícones com curvas suaves, de aspeto atual e formas marcantes. Para os ícones correspondentes à navegação do sistema, recorreram-se aos ícones padrão do iOS 7, uma vez que são facilmente reconhecíveis pelo utilizador.

Para os ícones referentes aos diferentes tipos de mídia e às categorias das histórias foi necessário ter em conta uma tradução visual mais literal dos objetos para facilitar a sua legibilidade. Assim sendo, exploraram-se as propostas apresentadas por vários designers no The Noun Project, selecionando-se as mais apropriadas. Foi tido também em conta a possibilidade de aproximar o mapa, e conseqüentemente os ícones, permitindo uma leitura em tamanho maior e sem dificuldades. Apesar da sua maior complexidade, considera-se que, aliados às suas cores estabelecidas, estes ícones não possuirão uma maior dificuldade na sua interpretação.

No caso do conjunto representativo dos diversos mídia, preferiu-se uma representação próxima dos suportes originais do material. As exceções feitas a esta regra foram o ícon para o áudio, música e realidade aumentada, onde foram desenhados ícones com formatos visuais mais intuitivos e abrangentes. Processo mais complexo foi o encontrar de uma coesão na família de ícones correspondentes às várias categorias de histórias. Através de testes feitos a contactos pessoais sobre os significados de diferentes ícones, foram sido limitadas as opções a serem trabalhadas. Após a sua seleção, foram preferidos ícones mais detalhados e de maior pormenor, características seriam essenciais na sua compreensão.



Conjunto de ícones finais

4.3. Cores

Como mencionado anteriormente, a cor é um dos elementos estruturantes das aplicações atuais. A tendência para a sua utilização tem vindo a crescer, estando a tornar-se uma componente elementar do design mobile, e contrastando com sua anterior aplicação monótona (Borowska, 2013). É ainda um elemento crucial para captar a atenção do utilizador num sempre mutável contexto. Pode ainda indicar em que categoria pertence certo tipo de informação, criando significado para o utilizador (Galitz, 2007), acentuar informação e servir de guia de navegação (Borowska, 2013). Desta forma, melhora a usabilidade e a experiência de utilização em geral (Ginsburg, 2011).

Na escolha de cores, Johnson (2010) sugere evitar diferenças subtis de tonalidade, procurar altos contrastes, usar matizes distintas e não depender unicamente delas para transmitir informação relevante, mas sim utilizá-las aliadas a símbolos ou texto.

A nível projetual, optou-se por utilizar a cor como elemento distintivo de categorias de histórias na primeira versão da aplicação. Para tal, foram testadas e encontradas cinco cores que serviriam também de sistema de navegação. Facilitou-se deste modo, a leitura do posicionamento na aplicação na consulta de uma história, criando uma estrutura e

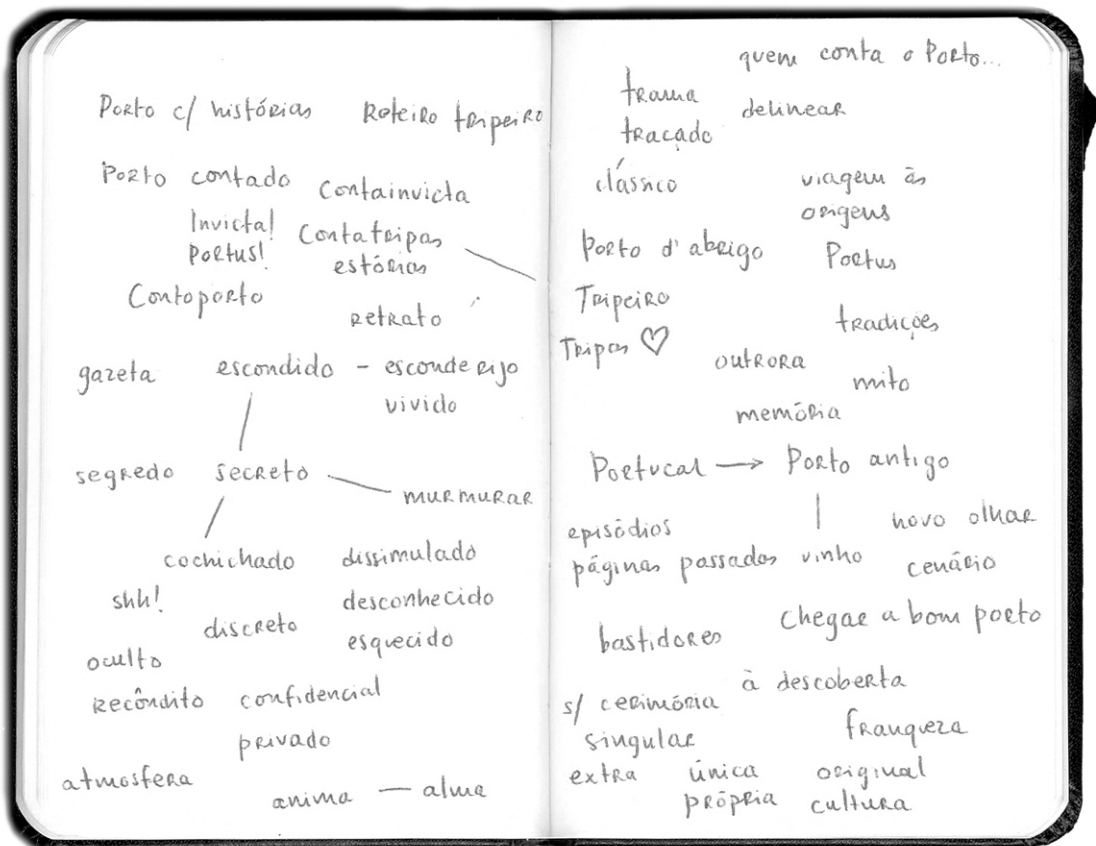
caminhos visuais. Inicialmente pouco saturadas, as cores finais escolhidas foram cores vibrantes e claras, de alta saturação. Permitiram comunicar uma aparência jovem, quebrando com clichés na divulgação de material antigo. As cores foram definidas de modo a traduzir o conteúdo da sua categoria (Chapman, 2010).

Deste modo, a categoria “História e política” é representada pelo amarelo vivo, uma reforma do tom desaturado de amarelo normalmente encontrado em folhas e papel desusado. Ambas as categorias “Lazer e desporto” e “Entretenimento” são definidas por cores quentes, o laranja e o vermelho, correspondendo a movimento e energia, e entusiasmo e emoção, respetivamente. A categoria “Ciências Sociais” é apresentada a verde vivo, numa tradução visual generalizada e familiar. Por último, a categoria “Arte e cultura” é representada a azul, cor usualmente institucional, associada à instrução e de carácter contemplativo.

Posteriormente na exibição do conjunto de mídia recolhido, optou-se por, na versão final, utilizar o preto e branco como cores neutras preponderantes. Eficaz na coesão com o conteúdo apresentado, o preto transmite uma aparência clássica e adequada aos objetivos da aplicação. As cores assumem então, a função de guia subtil, dando ênfase ao conteúdo. Por esta razão, utilizou-se também a transparência nesses ecrãs, mantendo sempre visível o material exibido. O contraste permite deste modo, atrair a atenção do utilizador na escolha das histórias e respetivas categorias, mas expôr todo o material recolhido com o mínimo de interrupções visuais.



Fotografia de Carlos Goulão e cores utilizadas na primeira versão



4.4. Nome da aplicação

Paralelamente ao design, foi fundamental definir o nome da aplicação. Este deve ser reconhecível e original, de uso fácil e natural. Para isso, deve ser autêntico, fugindo às imitações, e pronúncia fácil e carácter memorável (Creative Bloq, 2011). Sutton (2009) aconselha a não ultrapassar os onze caracteres devido a limites no home screen, afirmando ser preferencial manter o nome com poucas sílabas. É fundamental que o nome represente de forma clara o seu propósito, sendo relevante e expressivo.

Após a consulta das recomendações acima referidas, foi realizado um brainstorming através de um mapa mental de ideias. Neste, sublinhou-se a importância do nome referir-se ao passado e à cidade do Porto. Foram tidas em conta outras características, como o formato em histórias, o conteúdo de um património cultural pouco divulgado e desconhecido, e o contar multifacetado destas vivências.

Os resultados foram sintetizados a quatro nomes. Nem todos seguiram as regras mencionadas, servindo para testar as preferências de forma imparcial. Deste modo, foram inquiridos 15 colegas sobre qual das quatro opções preferiam. Dez escolheram “Invicta!”, sendo os restantes 3 nomes divididos pelos votos sobrantes. Sendo o nome preferencial a ser testado, pois cumpre todas as recomendações, foi também aprovado por um grupo representativo de utilizadores.

“Invicta!” representa de forma imediata a cidade do Porto, sendo um título reconhecível pela generalidade da população. É um nome de aplicação memorável, descomplicado e familiar. Expressa de forma clara o seu conteúdo, sem ter um tom monótono. O ponto de exclamação serve para diferenciar de outra aplicação existente (Invicta Watch for iPhone), mas também manifesta uma determinação e peculiaridade que associamos à identidade da cidade.

4.5. Logótipo e ícone

Definido o nome da aplicação, procedeu-se ao design de um logótipo e ícone da aplicação. Dado o seu contexto de utilização, foi fundamental ter em atenção a sua utilização em tamanhos pequenos, favorecendo-se um design contrastante e de fácil leitura. Por esta razão, optou-se por apenas utilizar o nome “Invicta!” e explorá-lo tipograficamente, já que a inclusão de mais ícones ou símbolos gráficos seria excessiva frente aos ícones presentes na aplicação.

Seguidamente, recorreu-se ao projeto “Um Porto Gráfico” de João Mota (2013) de modo a analisar visualmente quais as marcas tipográficas de estabelecimentos comerciais do Porto. A variedade encontrada permitiu um melhor entendimento da identidade tipográfica da cidade. No entanto, os exemplos encontrados eram na maioria, demasiado ornamentados ou de proporções inadequadas para os parâme-

tros propostos. A pesquisa foi entretanto redirecionada para os artigos portuenses tradicionais, mais propriamente, o vinho do Porto.

Exponente da internacionalização da cidade, o vinho do Porto é já parte inerente da paisagem visual portuense. Tendo sido posto de parte o carácter ornamentado dos antigos rótulos e suportes publicitários pelas razões acima mencionadas, deu-se destaque ao formato stencil utilizado inicialmente como identificação de barris (Afonso, 2009). A sua configuração remete portanto, a formas familiares de carácter reconhecível e distinto. É também uma representação incompleta do padrão de um tipo de letra. A aparência pausada por vazios permitiu uma representação visual relevante e metafórica dos objetivos propostos pelo projeto. Entendem-se assim as omissões de forma como o conteúdo de carácter desconhecido que é divulgado na aplicação.

Na exploração deste tipos de letra stencil, procurou-se famílias semelhantes às usadas nas identificações do Vinho do Porto. Selecionaram-se tipos de letra homogéneos e equilibrados, evitando formas excessivamente geométricas ou adornadas. Realizaram-se experiências aplicando o nome em maiúsculas e minúsculas, testando o seu contraste no fundo de cor preta.

Após a realização de alguns estudos, o tipo de letra definido foi Glaser Stencil, desenhado por Milton Glaser. De carácter moderno e cosmopolita, a fonte sugere um tom revivalista que facilmente se adapta ao conteúdo apresentado. Foram ainda feitas alterações para melhorar a sua legibilidade, tendo sido aumentado o seu contraste, espaçamento e kerning. Estas mudanças permitiram um resultado singular, adaptado à sua aplicação nos ecrãs.

invicta! invicta!
invicta! invicta!
INVICTA! invicta!

Esq.: Estudos iniciais: Stardos Stencil, Arston Stencil, Cargo (caixa alta e baixa), Jigsaw Medium e Regular

Dir.: Logótipo final e imagens de referência

INVICTA!

INVICTA!

INVICTA!



INVICTA!

INVICTA!

INVICTA!

Quanto ao ícone da aplicação, foram testadas diferentes abordagens gráficas. Sendo um dos primeiros elementos encontrados pelo futuro usuário, o ícone deve ser uma representação correta e precisa do seu conteúdo. Deste modo, corresponderá às expectativas assumidas e tornar-se-á facilmente reconhecível após as primeiras utilizações. Leblanc (2013) determina que um bom ícone será o que consegue aliar o equilíbrio da estética ao visualmente memorável. Aconselha a que este seja simples mas que consiga destacar-se da multidão. Para isso, propõe a utilização de uma forma única, o uso de apenas uma ou duas cores e o evitar do uso de texto.

Nas experiências realizadas, tiveram-se em conta estas sugestões. Como tal, procurou-se estabelecer uma ligação óbvia e clara ao *look* da aplicação. A semi-transparência e a utilização de uma gravura assumem esse papel, sendo sobrepostos pelo marcador de histórias, referência evidente ao mapa. Apesar da tentativa em evitar o uso de texto, concluiu-se que, sendo o logótipo e o tipo de letra um fator visualmente marcante, este torna-se o aspeto mais reconhecível da aplicação. Por esta razão, optou-se por manter o logótipo no interior do ícone, já que outras opções não provocariam uma tão fácil leitura.

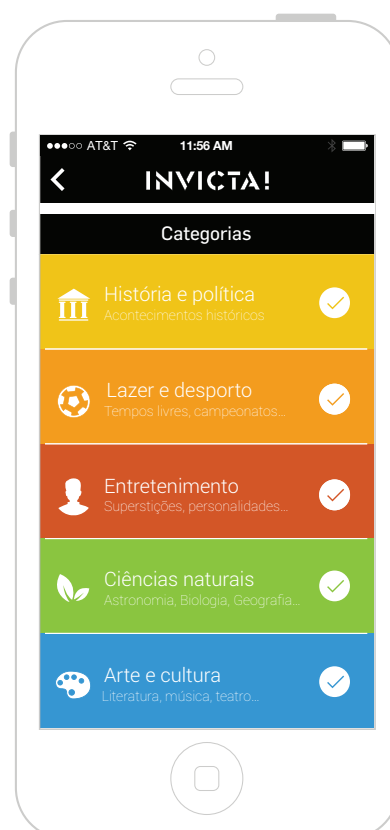


Cima: Versão final do ícone
Baixo: Testes visuais

Categorias

Tratando-se este de um processo projetual maioritariamente experimental, pelo carácter de aprendizagem e inovação que assume, muitas foram as alterações realizadas durante o decurso do mesmo. A mais paradigmática tendo sido a reforma e reorganização de uma primeira versão completa da aplicação, para a versão final apresentada mais à frente.

Numa primeira instância, a lógica seguida foi a da funcionalidade e racionalidade de conteúdos. O média recolhido foi organizado não só por tipo de documento, mas foi-lhe também atribuída uma categorização em termos temáticos. “História e política”, “Lazer e desporto”, “Entretenimento”, “Ciências naturais” e “Arte e cultura”, foram os temas definidos nesta versão inicial. A definição destas categorias foi por si, um processo difícil, já que muitas histórias abordam as diversas temáticas simultaneamente. A suposição que uma história estivesse representada com vários temas, aumentaria a complexidade da utilização. Pelo contrário, a eliminação de temáticas na caracterização da mesma, limitaria o seu alcance.



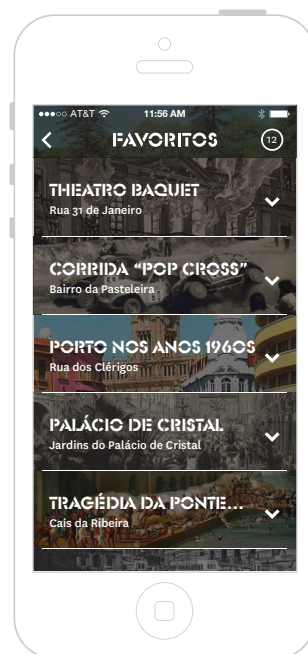
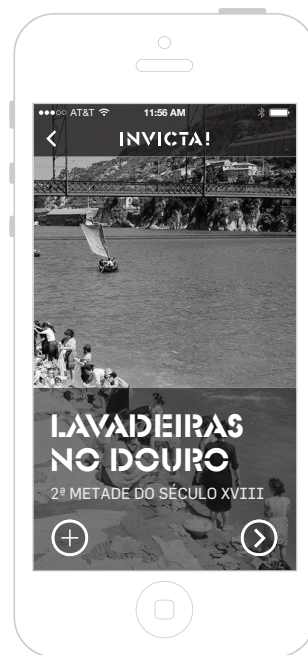
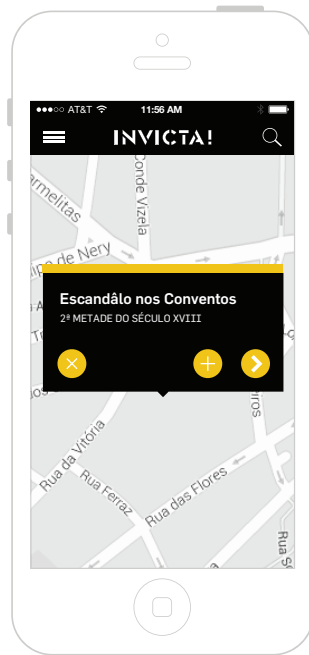
O método de categorização, construído com o intuito de organizar a multiplicidade de histórias existentes, acabaria também por as restringir a um só tema, tornando-se mesmo numa falsa representação do seu conteúdo. O carácter de padronização das categorias delimitava também a natureza diversa do material apresentado, assemelhando-se mais a uma aplicação de lazer e turismo⁶.

⁶ Ver anexo 2: Análise de aplicações portuguesas

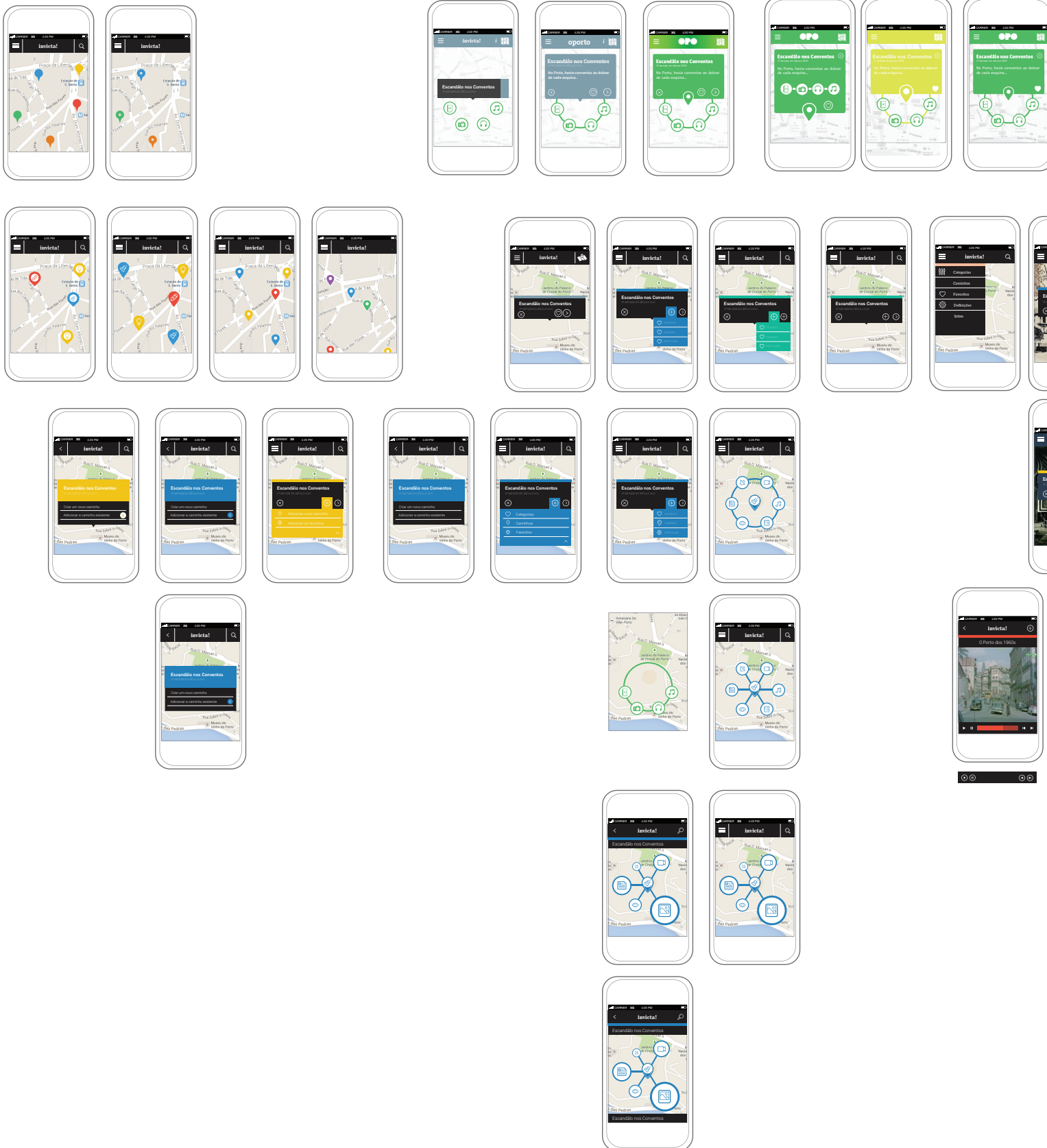
Por esta mesma razão, a representação gráfica desta versão traduziu-se num sistema de navegação funcional e utilitário, mas cuja identidade visual seria omitida em prol da organização esquemática. A fisionomia desta primeira versão poderia então servir para apresentar qualquer tipo de conteúdo semelhante, deixando de se tratar de uma aplicação desenhada para a cidade do Porto e representativa das suas vivências e memórias.

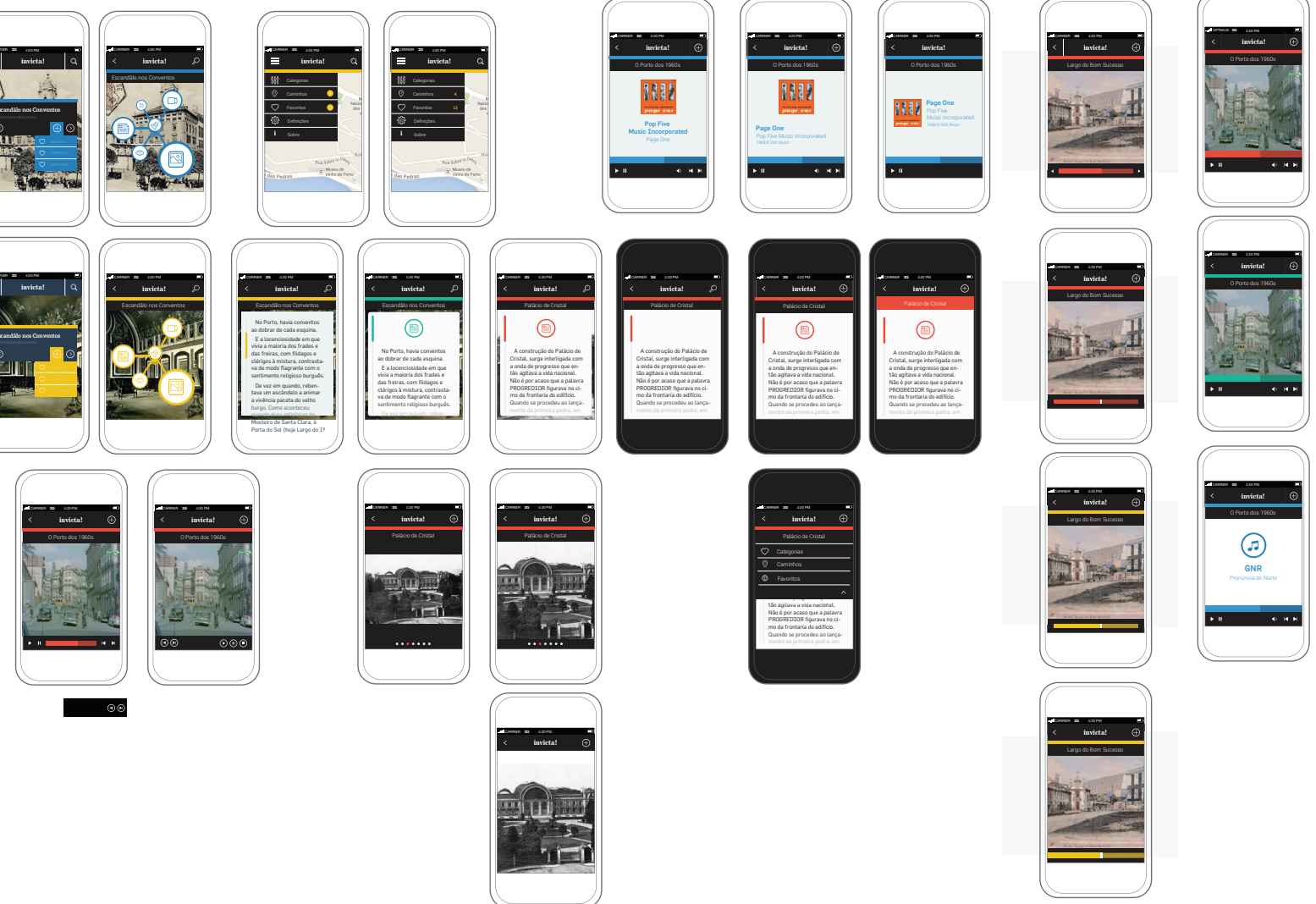
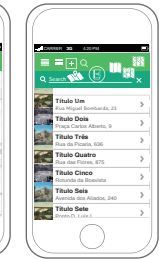
Também as cores sofreriam uma mudança drástica. As cinco existentes, associadas a cada categoria, seriam suprimidas a favor de um esquema a preto e branco, com maior ênfase na semi-transparência característica do sistema iOS 7. Estas alterações transformariam a cor num guia condutor, retirando-lhe o papel de elemento visual marcante, sendo este substituído pelo conteúdo. Neste sentido, é o material apresentado que altera a tonalidade do ecrã, definindo o tom visual da aplicação.

A versão final revela uma marca mais gráfica, evidenciando o conteúdo e tornando-o decisivo na composição. É também sublinhado o uso da tipografia, com a utilização da fonte Glaser Stencil na nomenclatura de histórias e no sistema de navegação, auxiliando na associação visual com a identidade da cidade do Porto.

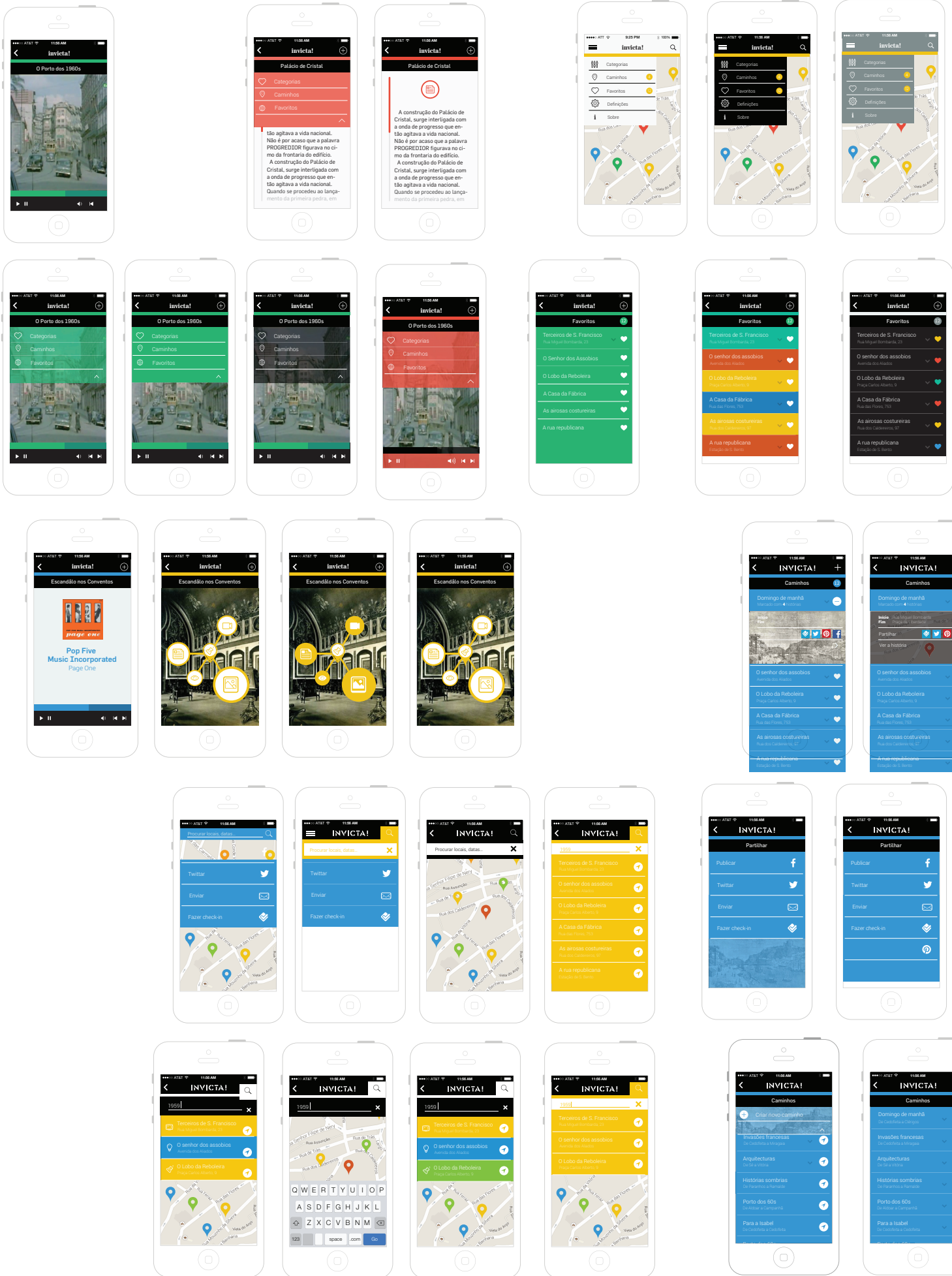


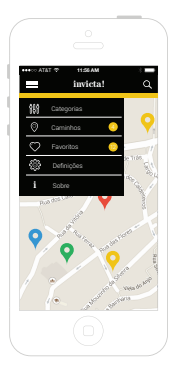
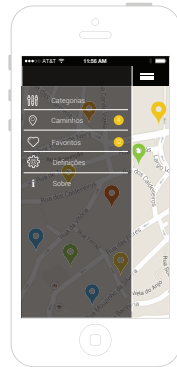
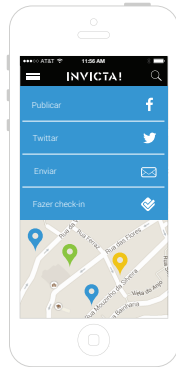
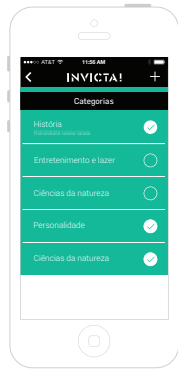
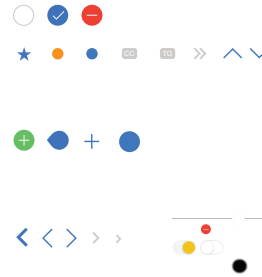
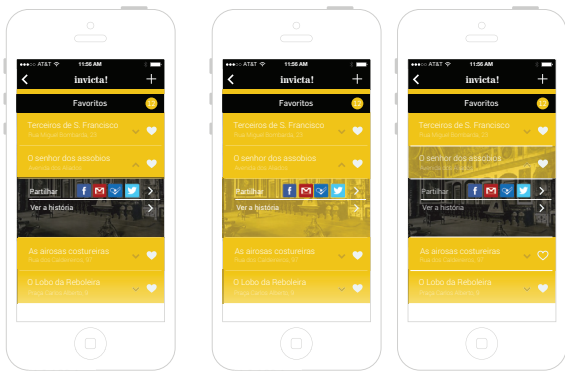
Criação de uma aplicação iOS: divulgação multimédia de histórias do Porto



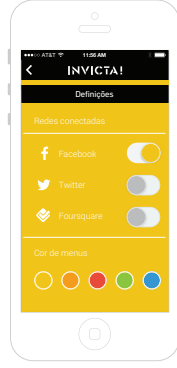
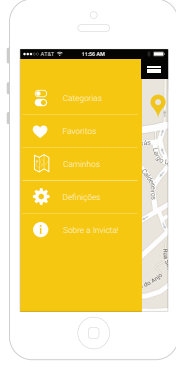
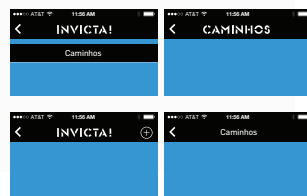


Criação de uma aplicação iOS: divulgação multimédia de histórias do Porto

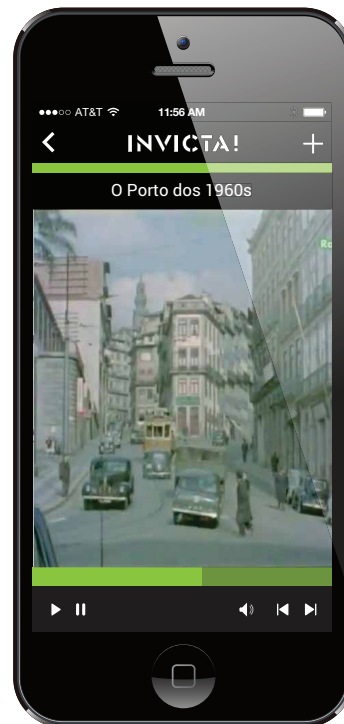
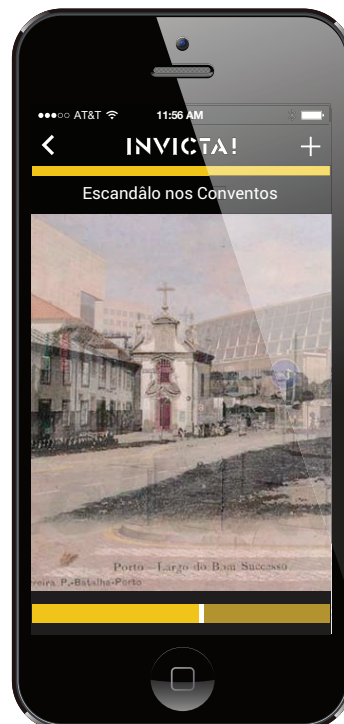
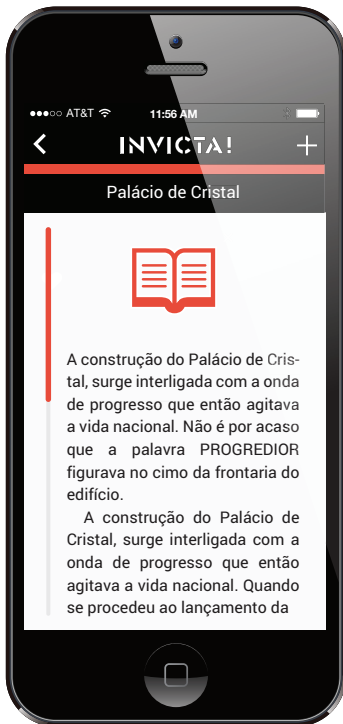




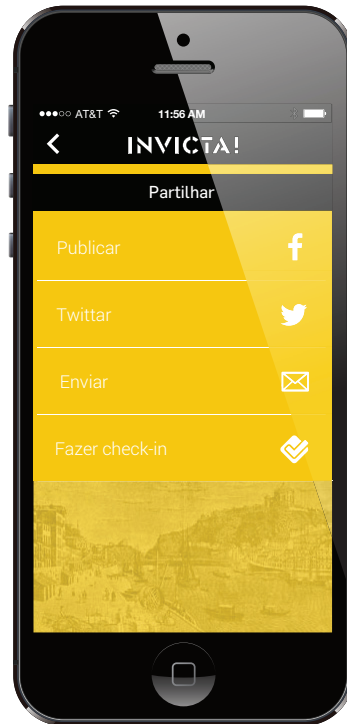
navegação principal













4.7. Versão final da aplicação

Devido aos problemas mencionados anteriormente, foi repensado por completo o aspeto visual da aplicação. Esta mudança paradigmática é necessária na validação de um produto desenhado unicamente para a cidade do Porto, que valorizasse o arquivo recolhido e construído nas primeiras fases da investigação. Ao contrário da anterior cujo layout seria facilmente adaptado a qualquer outro tipo de conteúdo com os mesmos suportes, a versão final foi pensada de modo a tornar-se distinguível e exclusiva ao património portuense.

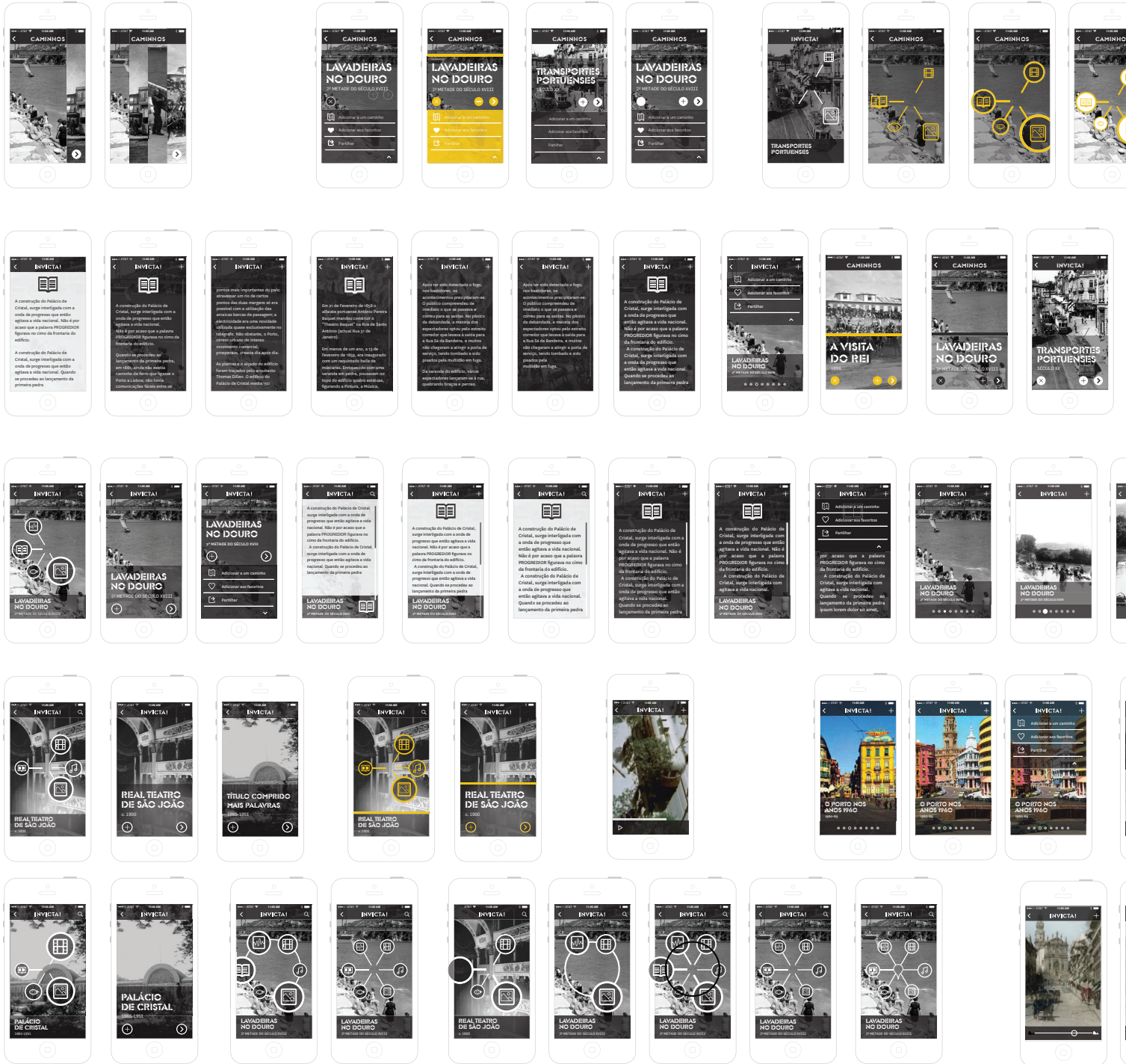
O assumir de um carácter mais sóbrio, contido e gráfico, revela no conteúdo o tom da aplicação. Fugindo ao layout regrado dos testes anteriores, os novos ecrãs surgem de experiências visuais mais livres, dando maior atenção à possível animação de objetos e ao seu entendimento como um todo. A semi-transparência assume um papel preponderante, apoiando-se no novo estilo lançado pelo iOS 7 e nas capacidades de performance do iPhone 5. Esta permite que o conteúdo nunca fique oculto do utilizador, o oposto do que acontecia anteriormente.

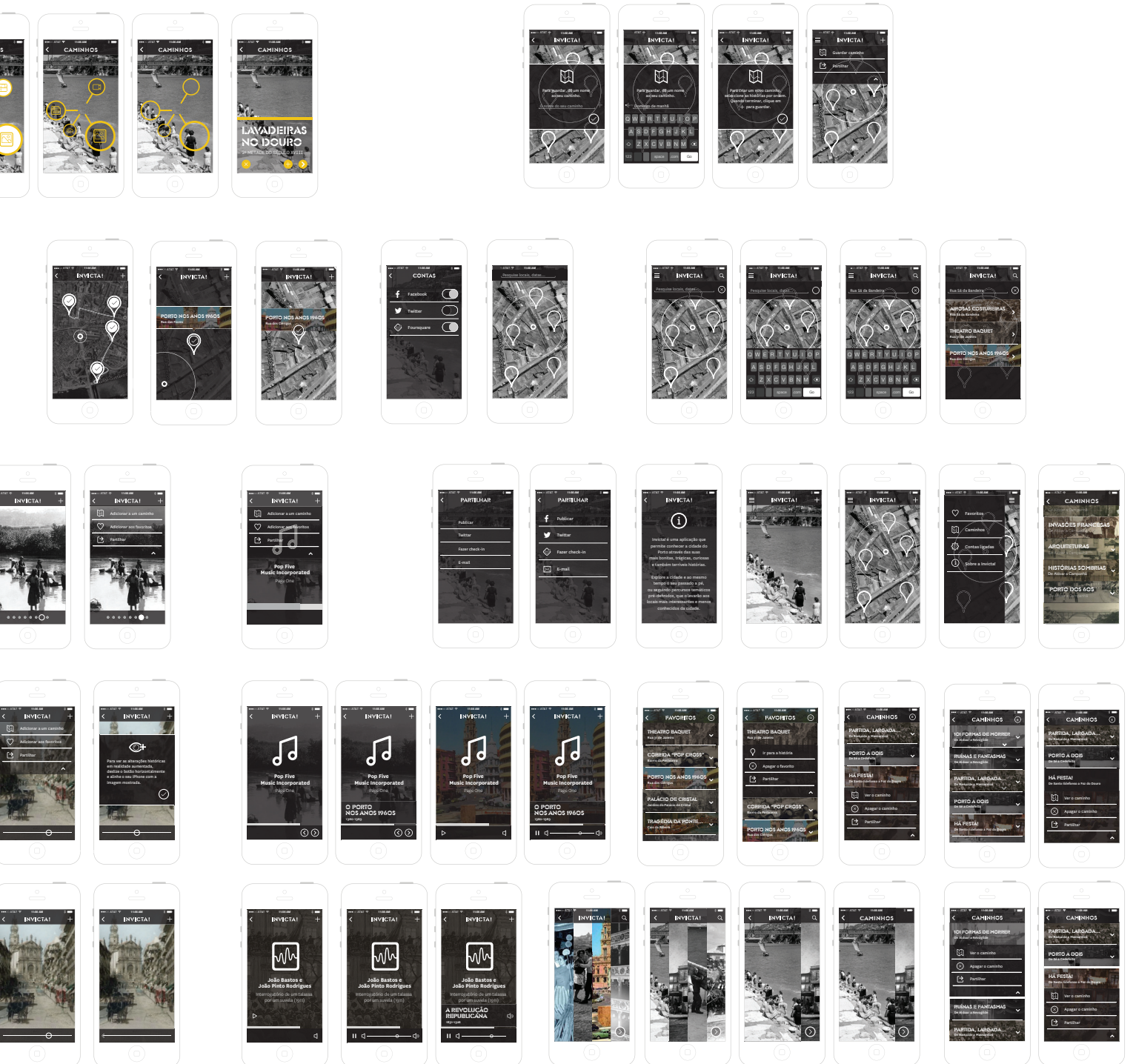
Deste modo, a imagem estabelece-se como elemento primordial de cada história, representando-a em diferentes menus e por toda a restante navegação. Esta escolha resulta num tratamento visual sempre mutável mas que mantém a coerência necessária para o facilitar da leitura rápida e localização na aplicação.

Por esta razão, procurou-se também o simplificar de gestos e botões. Reconhecendo a transparência como elemento visual, readaptam-se também os ícones a esta realidade. Assim sendo, estes ficam representados apenas por linhas, contrastando adequadamente com as possíveis imagens de fundo, servindo-se apenas de transparências quando necessário.

A eliminação de categorias provoca o repensar de modos de organização do conteúdo, resultando numa nova feature. A possibilidade de entrever rapidamente todas as histórias de cada uma das 15 freguesias portuenses é a proposta apresentada. Esta permite uma sistematização geográfica lógica à natureza da aplicação, revelando-se na vista afastada do mapa. Esta opção divide assim as duas formas de percorrer histórias: na proximidade da cidade, descobrindo cada segredo no contraste do local existente hoje em dia, e numa visão geral das memórias da cidade, repartidas e agrupadas pelos diferentes espaços geográficos.

Criação de uma aplicação iOS: divulgação multimédia de histórias do Porto

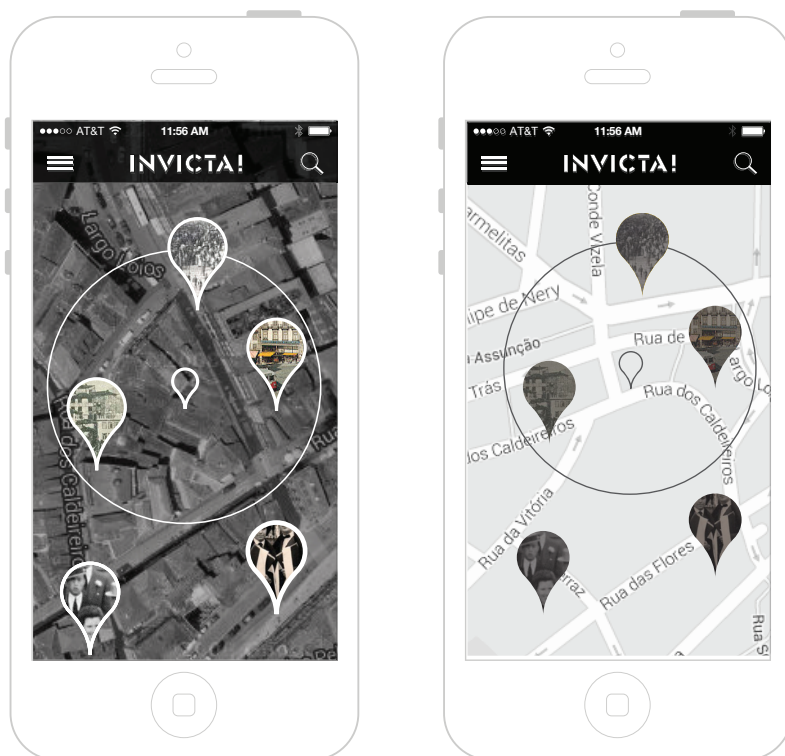




Ecrã *splash* e modo mapa

Como o primeiro ecrã mostrado, o ecrã *splash* faz uma apresentação da aplicação enquanto permite ao sistema o carregamento de dados. Neste caso, torna-se necessária a sua existência de modo a carregar o mapa a ser apresentado. Utilizando uma ilustração de baixa resolução e o logótipo introduz de forma imediata ao utilizador o conteúdo da aplicação.

O ecrã que lhe sucede é o mapa com os marcadores de histórias. Caso o utilizador o permita, a sua geolocalização é mostrada, bem como uma área correspondente a ser realizada em 5-10 minutos a pé. Caso contrário, o mapa geral da cidade será mostrado. Nesta vista, as histórias são apresentadas com marcadores indistinguíveis, possibilitando ao utilizador que explore livremente, sugerindo as que lhe são mais próximas.

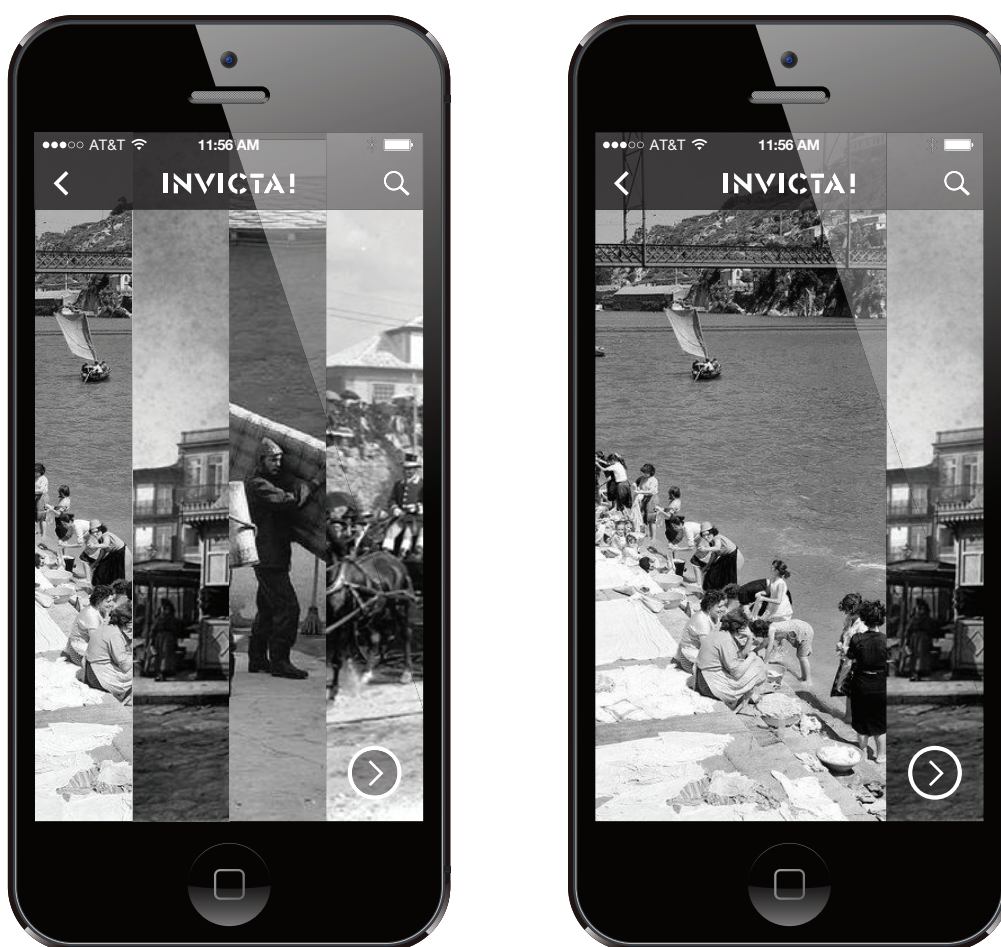






Modo Freguesias

Partindo do modo mapa, é possível aceder à consulta de histórias por freguesia. Para tal, basta diminuir a vista de mapa para um panorama geral da cidade do Porto, aparecendo por *fade in* este modo. É mostrado um tutorial referindo o uso do toque de duração prolongada para aceder a cada freguesia.



Consequentemente, o utilizador é levado para os ecrãs apresentados em cima. Neles poderá consultar todas as histórias agrupadas em determinada freguesia, de forma rápida e fácil, deslizando os dedos na horizontal. Animado conforme a velocidade de passagem de histórias, uma destas pode ser seleccionada através de um único toque, abrindo-a no modo geral.

Modo História

O modo história apresenta um primeiro ecrã mostrando o nome e data, e dando a possibilidade de entrar na história, consultar mais opções (adicionar a um caminho, marcar como favorita ou partilhar) ou voltar atrás. Procurou-se desenhar com simplicidade, descomplicando as opções disponíveis mas mostrando claramente a história tratada.





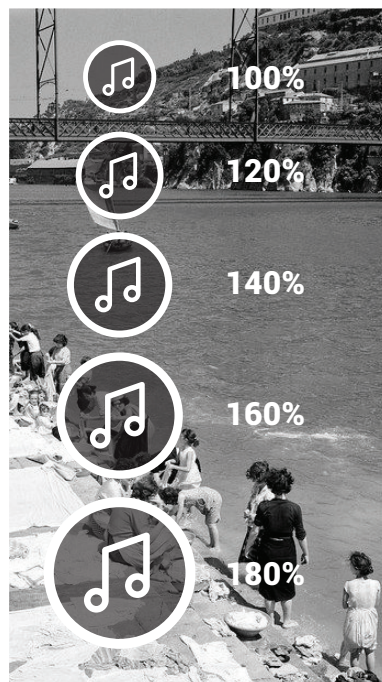
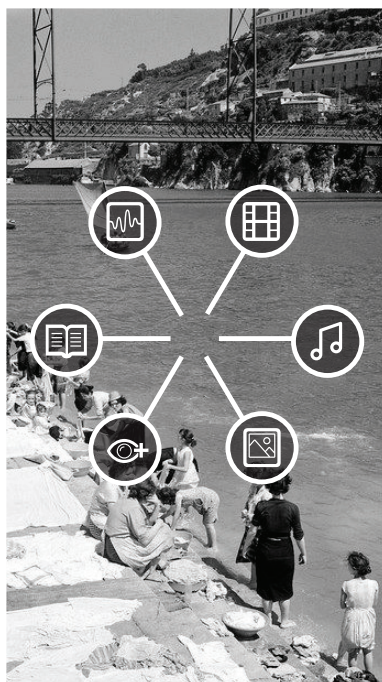




Mídia disponível

Após a entrada na história, é apresentado ao utilizador o mídia disponível, podendo existir num de seis suportes: imagem, vídeo, texto, áudio, música e/ou realidade aumentada. Estes são mostrados num menu de formato circular animado, respeitando uma lógica de proporções. Assim sendo, quanto maior o símbolo, maior a quantidade de mídia disponível.

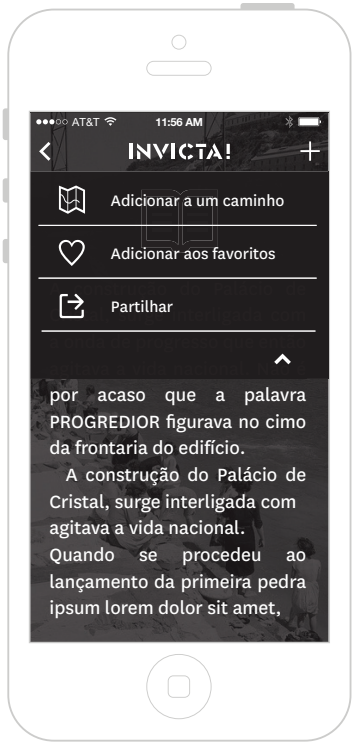
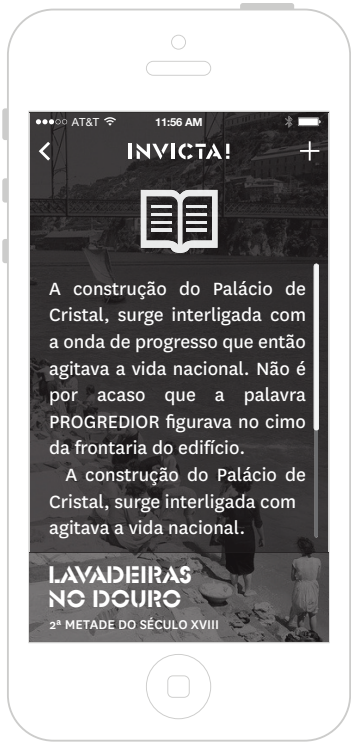
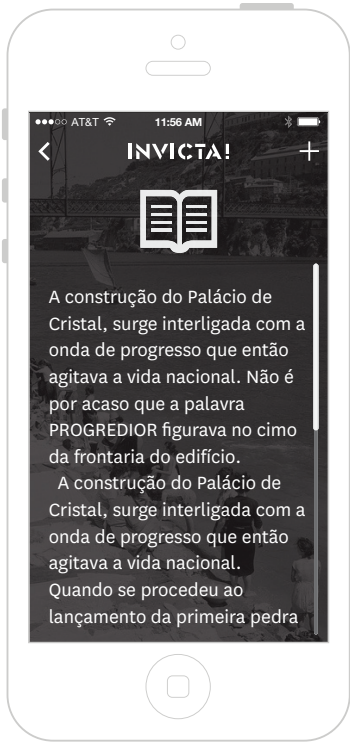
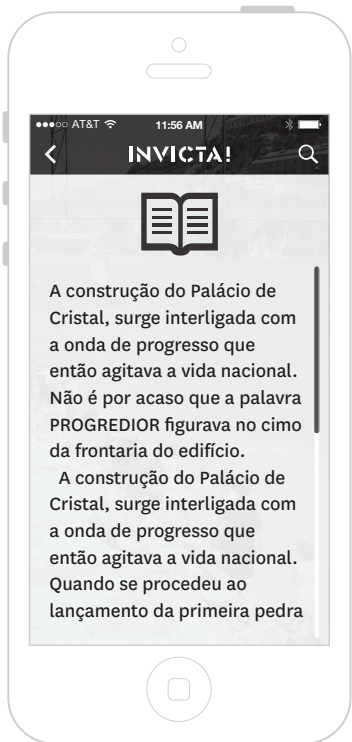
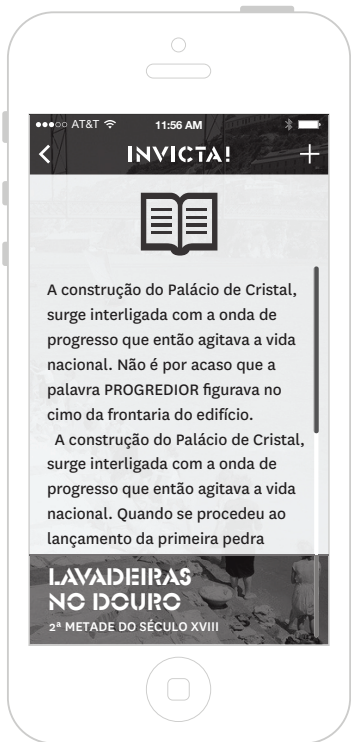
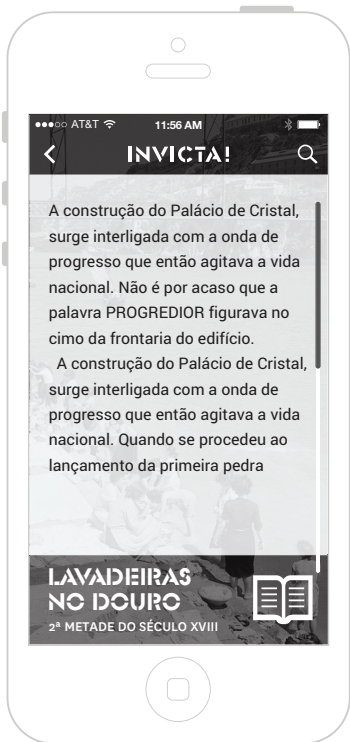
Esta é correspondida pelo gráfico exibido em baixo, adaptado aos diferentes formatos. Deste modo, as imagens são contabilizadas por par (até um máximo de 10), os vídeos, áudio e música, por períodos de 30 segundos (até um máximo de 2 minutos e meio), o texto por número de palavras (até um máximo de 200 palavras), e a realidade aumentada por número de experiências disponíveis (até um máximo de 5).

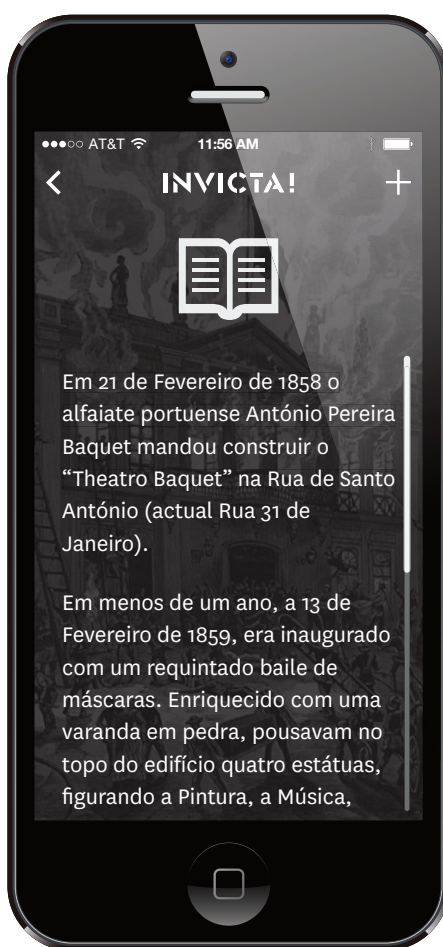


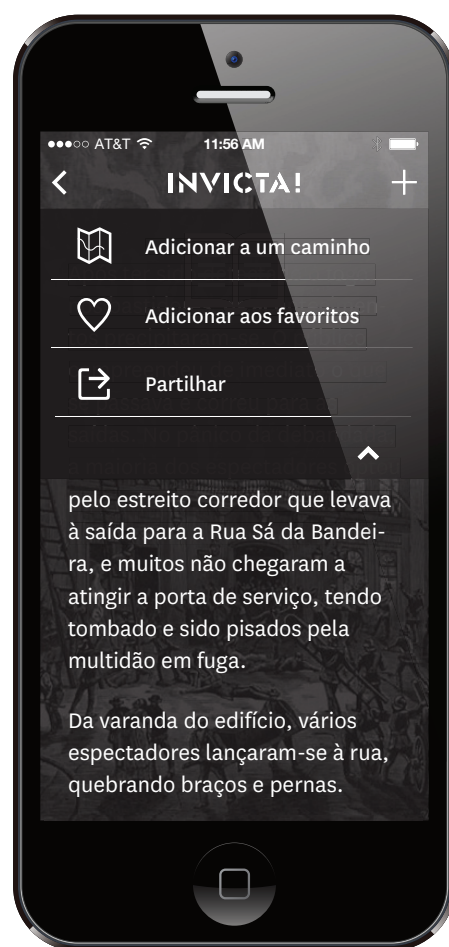
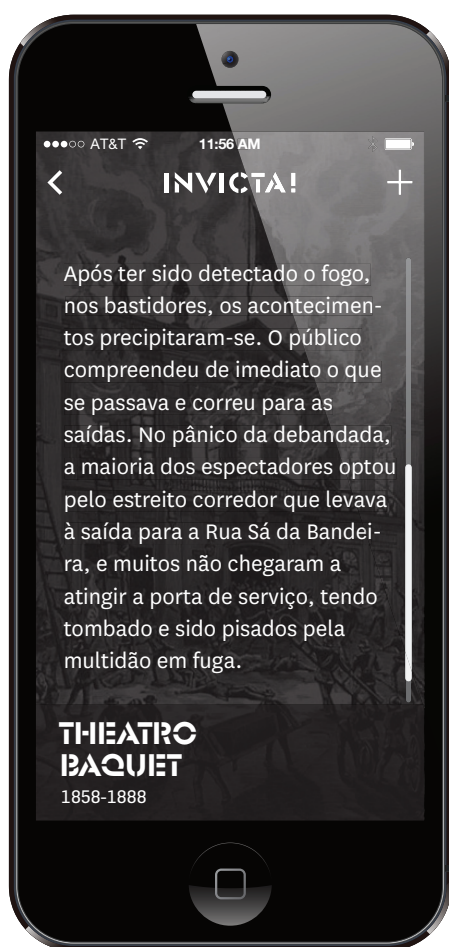


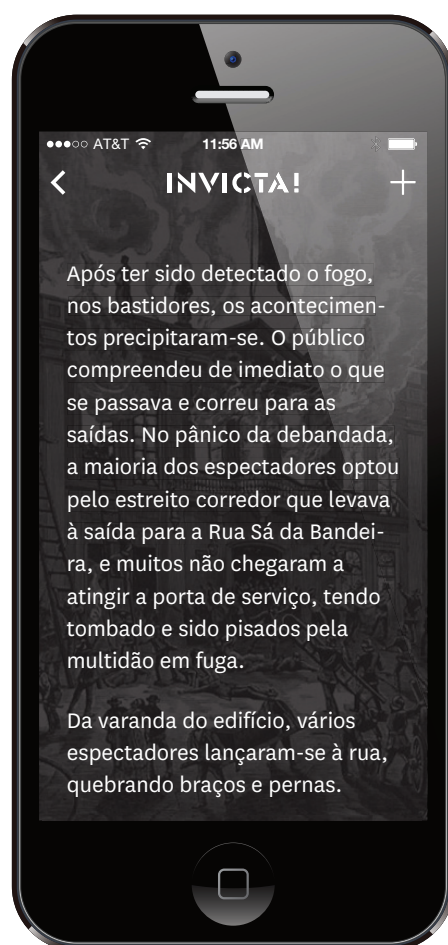
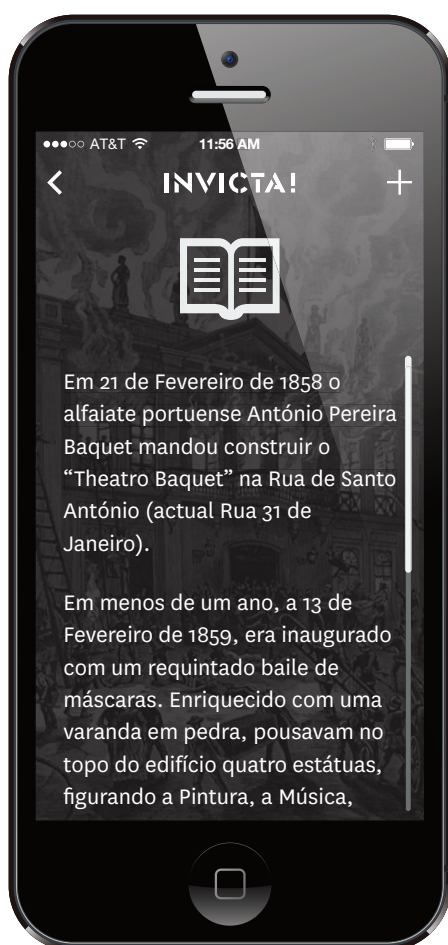


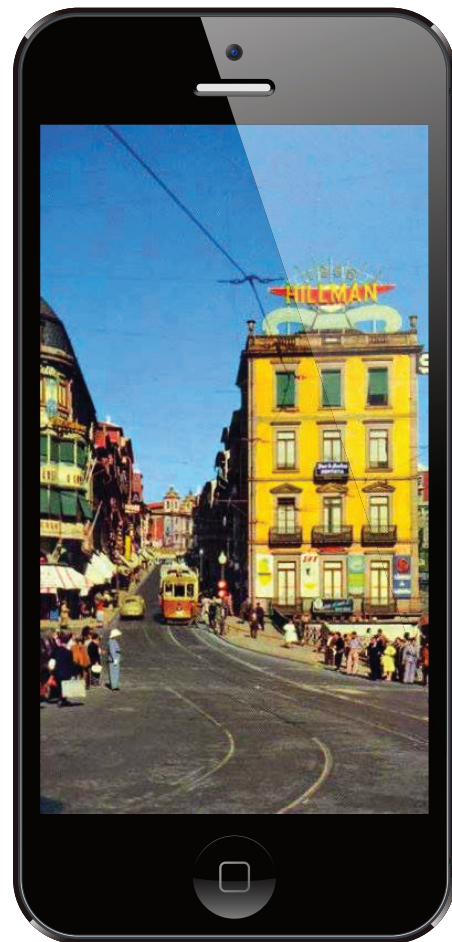
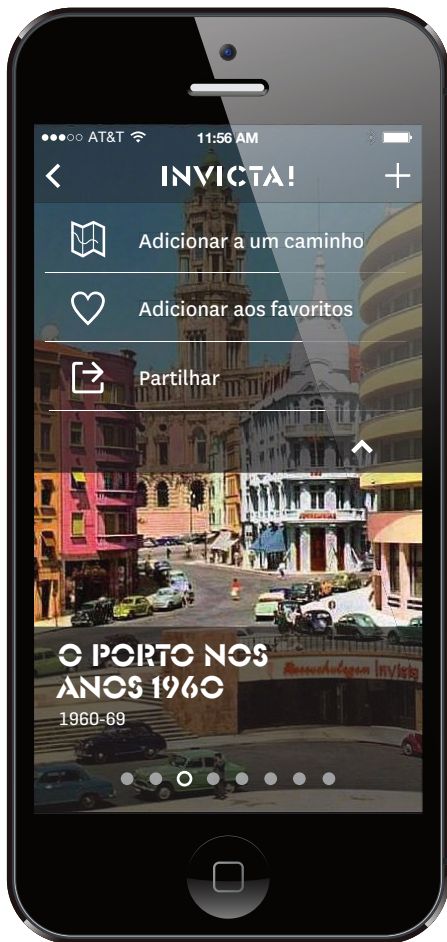


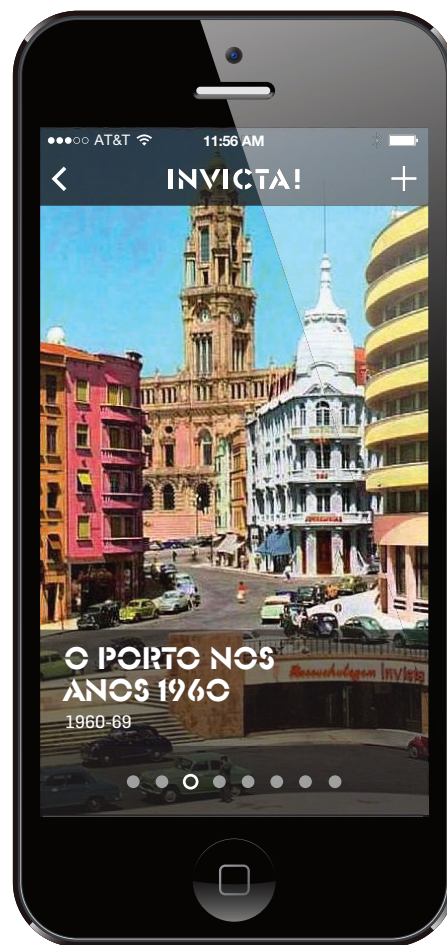




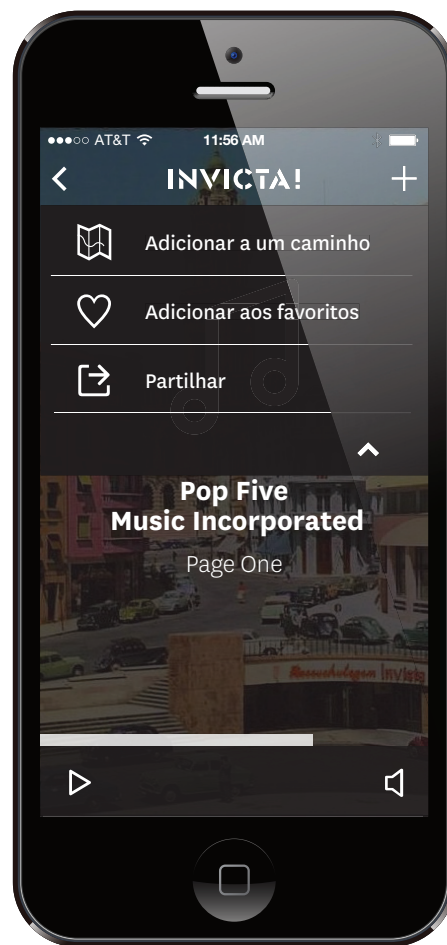






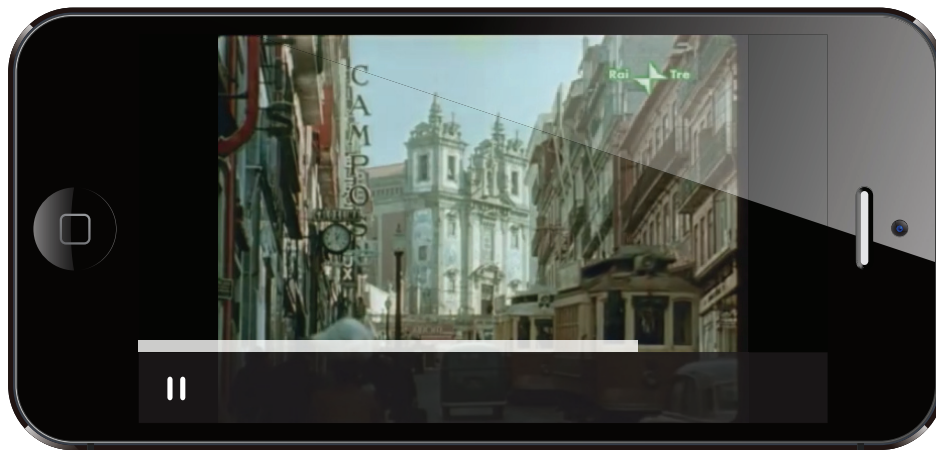


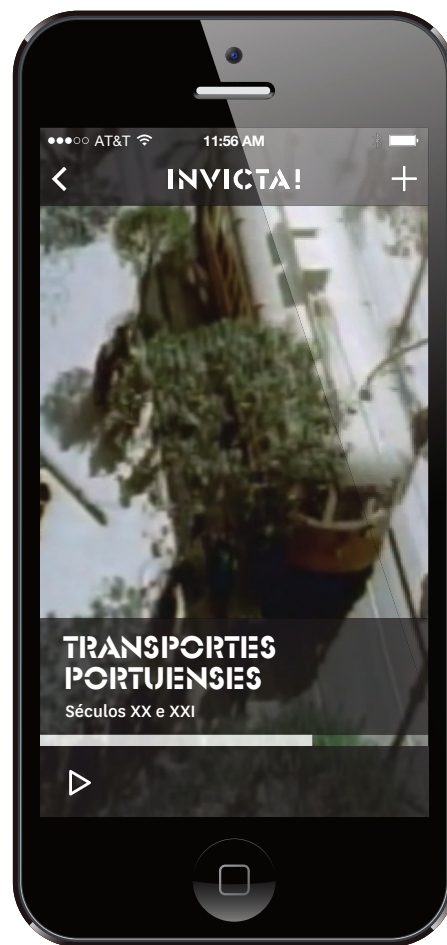


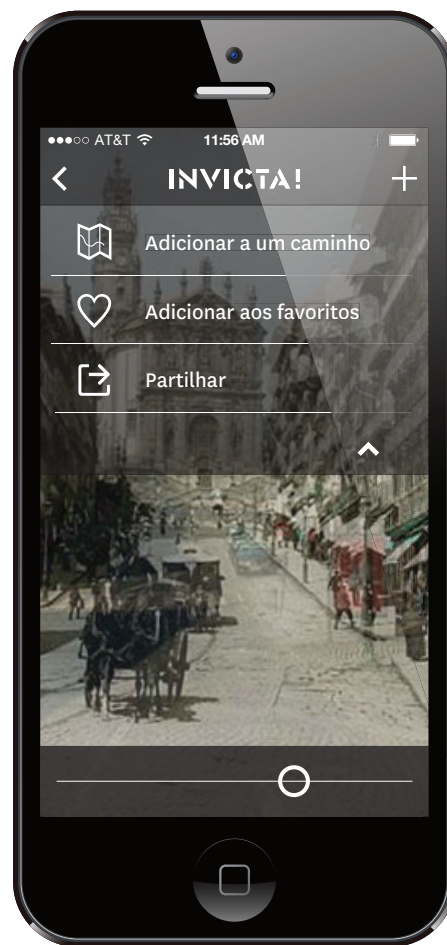










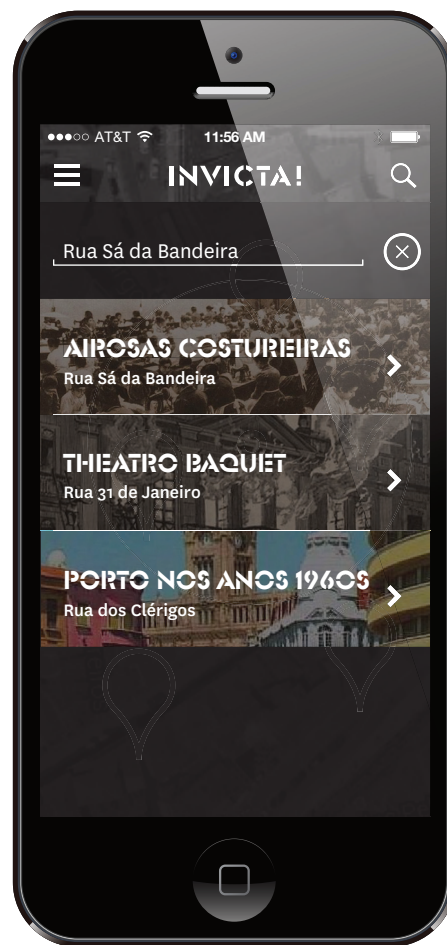




Pesquisa

Partindo do menu inicial, o acesso à pesquisa é fácil e rápido. No início do processo, sugere-se a procura de “locais, datas...”, funcionando também palavras-chave ou outras existentes nos textos e títulos das histórias. Uma vez ativada a pesquisa (carregando no formulário de input), surge o teclado.

A pesquisa é em tempo real, sugerindo resultados durante a inserção de palavras. Os resultados são dados em lista, identificando a história pelo nome e endereço, podendo esta ser consultada com um toque.



Caminhos

No menu “Caminhos” é possível criar percursos pessoais através da seleção de histórias. Estas são selecionadas por ordem sequencial através de um toque e aprovação da história. Consequentemente, vai sendo criado de forma automática um caminho pedonal que atravessa os pontos escolhidos. Este pode ser guardado e partilhado através de redes sociais ou e-mail, e ser depois consultado no menu próprio.

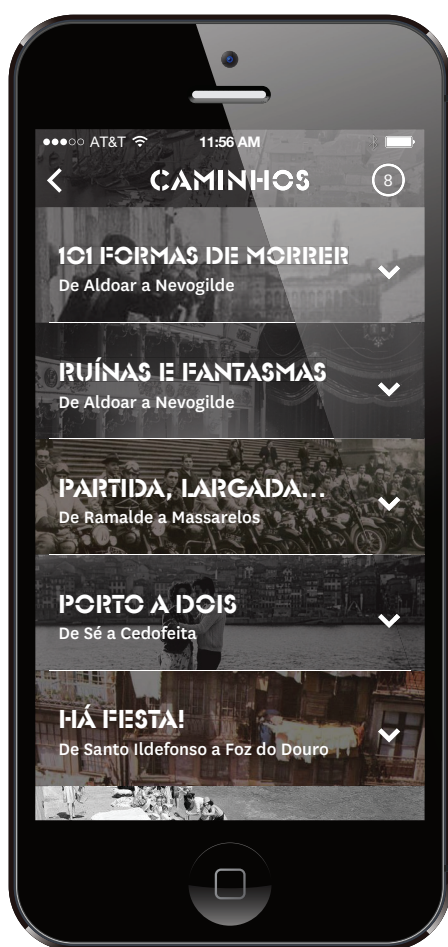






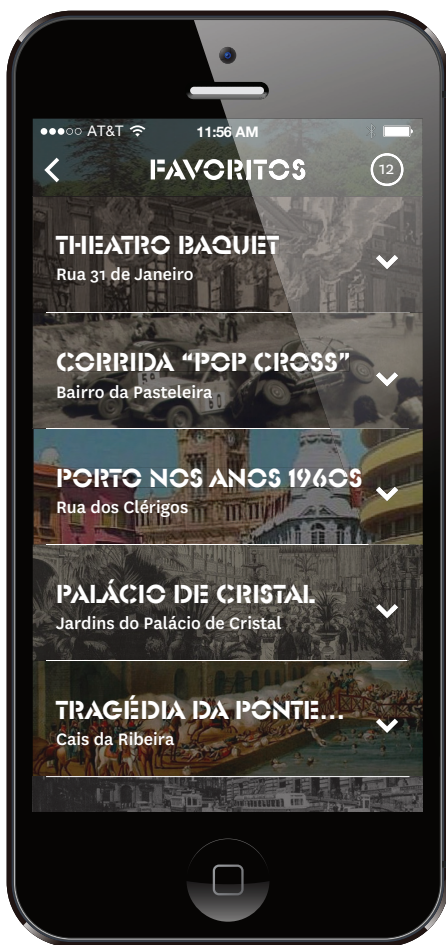
Também estão disponíveis percursos de origem na aplicação, com temáticas variadas. Procurou-se criar caminhos que fossem de encontro aos interesses de diferentes utilizadores. Estes são nesta altura do desenvolvimento do projeto meramente representativos da abrangência de histórias recolhidas.

No menu dos caminhos guardados, estes são dispostos em modo lista, com a indicação da freguesia inicial e final do percurso. Existe também um indicador do número de caminhos guardados até ao momento. Através de sub-menus escondidos é possível aceder ao caminho, apagá-lo ou partilhá-lo.



Favoritos

No menu “Favoritos”, podem ser consultadas todas as histórias preferidas pelo utilizador e marcadas como tal nos diferentes modos já apresentados. Estas são dispostas em modo lista, indicando o seu endereço, à semelhança no que acontece no menu “Caminhos”. Desta modo, também existe um indicador numérico de histórias favoritadas, estando estas acessíveis de consulta através de sub-menus.





Menu sidebar

Através de um menu *sidebar*, são escondidos de forma eficaz vários submenus importantes, mantendo o seu acesso fácil e rápido. Este é acessível através de *sweep* horizontal ou toque no botão de menu.



Partilhar e Contas

O menu das redes conectadas facilita a ligação e login às 3 principais redes: Facebook, Twitter e Foursquare. Este será feita noutra janela, pedindo autorização à respetiva aplicação. Uma vez ligada, cada conta é também facilmente desligada com um toque no botão de “interruptor”. Feito o login nas contas, o utilizador apenas precisará de tocar na opção “partilhar” em determinada história ou mídia e na rede escolhida, para rapidamente partilhar o conteúdo.

CONCLUSÃO

O fascínio pelo que nos antecede foi o ponto de partida para uma análise crítica do estado da cidade atual. Os costumes e vivências passados, as memórias que guardamos de lugares, são determinantes na maneira como lemos e vivemos um espaço. Desta forma, o Porto é assinalado por momentos, histórias, factos e ocorrências que delimitam períodos de tempo e que deixam marcas físicas e imateriais.

São estas marcas que foram procuradas. Registos únicos, curiosos, que guardam em si novas formas de ver a cidade do Porto. A investigação consequente originou um pequeno arquivo destes registos, numa multiplicidade de formatos que apenas poderiam ser divulgados com recurso aos novos meios digitais.

A complexidade e quantidade de material encontrado revelou-se uma tarefa árdua de organizar. O formato de “história” surgiu como resposta a este problema. Em versão resumida da organização utilizada nos textos encontrados, o material foi agrupado em momentos e ocasiões. A seleção de histórias cativantes, curiosas e significativas foi essencial para a construção de um arquivo de interesse público. Foram preferidas as temáticas da vida comum, das mudanças e ocorrências marcantes, ao invés de um assentamento histórico meramente factual e cartorial.

A inexistência de divulgação de tais registos de forma estruturada e sistemática, originou a aplicação “Invicta!”. A quase omnipresença de smartphones e a sua alta portabilidade, tornaram no iPhone o suporte selecionado para o seu desenvolvimento. Deste resulta a proposta da exploração da cidade a pé, em contacto direto com os lugares, apenas possível no formato de divulgação escolhido. Facilita também, de forma singular, a partilha de conteúdos com outros habitantes das mais variadas faixas etárias, através de redes sociais, num importante passo da sua difusão.

A escolha do desenhar de uma aplicação iOS trouxe contudo desafios. Por se tratar de um suporte único e nunca antes trabalhado, a investigação realizada sobre metodologias, procedimentos e critérios a utilizar, foi extensa e amplamente abordada. Apesar de morosa, esta tarefa permitiu um desenvolver projetual sustentado e justificado. Desta forma, a utilização de metodologias existentes na área revelou-se substancial na criação de um produto coerente.

Como mencionado anteriormente, assumindo-se este projeto como sendo um de carácter experimental e prático, foi acentuado o uso constante de testes, esboços e provas visuais. Enfatizou-se o processo projetual e o estudo de alternativas gráficas. Sucederam-se assim as diferentes versões da aplicação, marcadas por pontos positivos e negativos únicos. Estas foram a manifestação de uma continuada aprendizagem acerca do objeto de estudo.

Reconhece-se o resultado final como um produto maioritariamente gráfico, que quebra com alguns parâmetros e convenções comuns dos sistemas de navegação de aplicações móveis. Considera-se que a concretização final é um objeto distinto e único na sua relação com a cidade do Porto. Quanto ao seu conteúdo, este ainda se encontra incompleto. Apesar da recolha intensiva de material, este é apenas representativo de uma pequena parte de registos existentes. Seria importante o desenvolver de uma pesquisa mais ampla, crítica e melhor suportada, de modo a conseguir criar um arquivo significativo e uma maior definição de histórias. Os exemplos recolhidos e apresentados nas maquetas finais são no entanto um primeiro passo nesse sentido.

Como considerações futuras, julga-se que um próximo passo a tomar seria a realização de uma possível adaptação para o sistema Android ou para o formato web, tornando-se mais abrangente no seu alcance ao público. A concretização real da aplicação seria o objectivo ideal, no entanto, revela-se de uma extrema complexidade ao nível da sua execução sendo apenas possível no empreendimento e construção de uma equipa de trabalho nesse sentido.

ANEXO 1

Personas: esqueletos e perfis

Rapaz, 18-25

Estudante, habitante do Porto

Relação com o Porto

- Vive há pouco tempo na cidade
- Conhece de forma geral a cidade, com particular interesse em espaços públicos e locais de lazer
- Circula na cidade diariamente
- Utiliza transportes públicos/Anda a pé
- Aproveita os tempos livres ao ar livre/praias/praças
- Sai à noite na cidade

Relação com smartphones/aplicações

- Possui smartphone Android
- Utiliza diariamente aplicações de redes sociais (twitter, instagram, facebook)
- Possui pacote de dados de pequena dimensão (2GBs)
- Anda sempre com o smartphone
- Utiliza o smartphone para jogos
- Utilizador de elevada experiência

Interesses/atividades

- Novas tecnologias
- Entretenimento e lazer
- Redes sociais
- Desporto
- Ciências



Pedro, o Universitário

21 anos

Quero conhecer a cidade através de uma experiência fora do comum

O Pedro tem 21 anos e mudou-se de Viseu para o Porto há 3 anos. Estuda no 2º ano do curso de Bioengenharia na UP. Gosta bastante de estudar no Porto, conheceu uma data de pessoal novo, e há muito mais coisas para fazer do que em Viseu. É uma cidade maior, muito maior. Ainda não conhece tudo o que há para conhecer, e às vezes perde-se, mas a aplicação do Maps safa-o sempre.

Pelo facebook, costuma combinar com os amigos ir passear para algum jardim, ou ir beber um copo às Galerias nos fins de semana em que fica na cidade. Quando está numa de ficar saudável, faz uma corrida pela cidade, que também serve para apreciar as vistas e descobrir novos lugares. Guarda esses momentos para a posterioridade através das fotos no instagram ou de tidbits enviados para o twitter.

Está atento a novas aplicações e gosta de experimentar as que lhe parecem interessantes. Desde que sejam gratuitas, claro. E também não convém abusar nos downloads.

Motivações, aspirações, objetivos na utilização da aplicação:

- Experimentar uma nova aplicação com novas features
- Conhecer melhor o Porto através de passeios não-programados
- Aprofundar o conhecimento sobre áreas de interesse

Hobbies/Interesses:

- Interessa-se por novas tecnologias e redes sociais
- Gosta de experimentar novos jogos
- Gosta de estar com amigos
- Utiliza a internet como principal meio de comunicação
- Jogging, futebol
- Estuda nas área científicas.

Mulher, 25-30

Arquiteta, habitante do Porto

Relação com o Porto

- Nasceu e vive no Porto
- Conhece bem a cidade, com particular interesse em locais de lazer e espaços culturais
- Circula na cidade diariamente
- Utiliza transportes públicos/ Anda a pé
- Aproveita os tempos livres ao ar livre/praias/praças
- Sai à noite na cidade

Relação com smartphones/aplicações

- Possui smartphone Android
- Utiliza semanalmente aplicações de redes sociais (instagram, facebook)
- Possui pacote de dados de pequena dimensão (2GBs)
- Anda sempre com o smartphone
- Utiliza o smartphone para meios profissionais
- Utilizador de média experiência

Interesses/atividades

- Interesse por cultura e lazer
- Participa regularmente em eventos culturais
- Património histórico-cultural
- Utiliza a internet todos os dias



Isabel, a Arquiteta

28 anos

Fascina-me o património da cidade do Porto

A Isabel nasceu no Porto. Depois de acabar o curso, estagiou durante uns anos em Barcelona, mas recentemente regressou ao Porto, onde agora trabalha.

Conhece-lhe os cantos à casa, por assim dizer. Já morou na Batalha, na Cedofeita, na Boavista e agora mora no Bolhão. Não tem sítios preferidos da cidade, pois quando acha que encontrou o lugar perfeito, aparece um novo café, uma nova galeria ou um novo jardim que troca pelo sítio de eleição anterior.

Apesar de gostar desta constante renovação da cidade, entristece-lhe ver o estado em que a maioria que encontra. Interessa-lhe a reabilitação, mas aquando trabalhando para a preservação entre o antigo e o novo, preservando a memória do lugar.

Não é a pessoa mais atenta às novas tecnologias. Tem vindo a aprender a utilizar o novo smartphone Android aos poucos, esclarecendo uma ou outra dúvida com quem sabe mais.

Não tem muitas aplicações instaladas, pois só causariam mais confusão, mas gosta do Instagram para captar os pequenos pormenores.

Motivações, aspirações, objetivos na utilização da aplicação:

- Experimentar uma nova aplicação com novas features
- Conhecer melhor o Porto através de passeios não-programados
- Aprofundar o conhecimento sobre áreas de interesse

Hobbies/Interesses:

- Visitar exposições, ir a concertos
- Literatura contemporânea
- Frequenta assiduamente tertúlias ou debates sobre Arquitetura e sobre a cidade
- Interessa-se sobre Reabilitação.

Homem/Mulher, 30-35

Trabalhadora, habitante do Porto

Relação com o Porto

- Nasceu e vive no Porto
- Conhece bem a cidade, com particular interesse em locais de lazer
- Utiliza o carro como principal transporte/Anda a pé
- É frequentador assíduo de restaurantes, bares, e outros espaços de lazer
- Sai à noite na cidade

Relação com smartphones/aplicações

- Possui smartphone iOS
- Utiliza regularmente aplicações de redes sociais (instagram, linkedin, facebook)
- Possui pacote de dados de grande dimensão (pacote empresas)
- Anda sempre com o smartphone
- Utiliza o smartphone para meios profissionais
- Utilizador de elevada experiência

Interesses/atividades

- Interesse por cultura e lazer
- Gastronomia e culinária
- Novas tecnologias
- Moda e beleza



Sofia, a Empresária

33 anos

Quero ver a cidade onde vivo de uma nova perspetiva

A Sofia é tripeira de coração. Adepta portista, conhecedora de todas as pequenas ruas de Miragaia, não trocava o Porto por cidade nenhuma.

Trabalha na Trindade, o que lhe permite aproveitar um pouco da cidade durante as pausas de almoço ou de ir beber um copo com os colegas no final do dia. Os fins de semana, costuma passá-los na Foz, quer a ir lanchar com amigos ou para passear ao lado do mar. De vez em quando, num dia de particular bom tempo, aproveita com o namorado tirar a bicicleta da garagem e fazer a volta toda de Matosinhos à Ribeira. Quando chove, optam por ir experimentar aquele restaurante novo que toda a gente fala.

As novas tecnologias fascinam-na. O seu iPhone é mais do que uma ferramenta de trabalho, é a sua vida em formato portátil. Partilha fotografias no Instagram, faz contactos pelo LinkedIn, publica novidades no Facebook. É adepta de novas aplicações. Cada vez que espreita a Apple Store, acaba sempre por instalar várias e descobrir uma ou duas que a surpreendem.

Motivações, aspirações, objetivos na utilização da aplicação:

- Experimentar uma nova aplicação com novas features
- Conhecer melhor o Porto através de passeios não-programados
- Observar a cidade através de uma nova perspetiva

Hobbies/Interesses:

- Visitar exposições, ir a concertos
- Experimentar novos restaurantes e bares
- Moda e novas tendências
- Futebol.

Homem, 60-70

Reformado, habitante do Porto

Relação com o Porto

- Nasceu e vive no Porto
- Conhece bem a cidade, com particular interesse em locais de lazer
- Circula na cidade diariamente
- Utiliza transportes públicos/ Anda a pé
- Aproveita os tempos livres ao ar livre/praias/praças

Relação com smartphones/aplicações

- Não possui smartphone (possui telemóvel com acesso à internet)
- Já teve contacto com redes sociais através de membros de família
- Utilizador básico de computador
- Utilizador de baixa experiência/curva de aprendizagem lenta

Interesses/atividades

- Interesse por cultura e lazer: história, literatura, gastronomia
- Participa em jogos em espaços públicos (praças, etc.)
- Interessa-se pelo património histórico-cultural
- Utiliza esporadicamente a internet mas interessa-se por novas tecnologias



José, o Reformado

68 anos

Quero recordar e reviver o passado

O José viveu no Porto a sua vida inteira. Reformou-se há um par de anos e trocou os negócios pelos tardes com os netos. As suas tardes são bem passadas na companhia de amigos à conversa no café.

O Porto continua a surpreendê-lo. Andam sempre a mudar tudo, a fazer obras em todo o lado. Mas José não considera que sejam sempre boas mudanças. Ora destroem tudo, ora deixam chegar a um tal estado de degradação que dá vergonha. Não quer ser um daqueles que o dizem por dizer, mas a verdade é que antigamente era tudo melhor.

De telemóveis não percebe muito. A filha ensinou-o a trabalhar com ele e ao fim de uns tempos já dava conta do recado. Mas é um daqueles simples, não é como o do neto onde já viu fotografias e vídeos, como o neto lhe ensinou. Qualquer dia já são todos assim, disse-lhe, é melhor que o avô se fosse habituando.

Motivações, aspirações, objetivos na utilização da aplicação:

- Conhecer uma nova cidade sem cair em clichés turísticos
- Conhecer melhor o Porto através de passeios não-programados
- Observar a cidade através de uma nova perspetiva

Hobbies/Interesses:

- Ler
- Ir ao cinema/teatro.

Homem, 25-30

Turista, não habitante do Porto

Relação com o Porto

- Acabou de chegar à cidade
- Conhece de forma vaga a cidade, com particular interesse em espaços públicos e locais de lazer
- Terá uma estadia de 3-7 dias
- Utilizará transportes públicos/Anda a pé
- Aproveitará os tempos livres ao ar livre/praias/espços culturais
- Sairá à noite na cidade

Relação com smartphones/aplicações

- Possui smartphone iOS
- Utiliza diariamente aplicações de redes sociais (instagram, facebook)
- Apenas utilizará Wi-Fi aberta ao público
- Anda sempre com o smartphone
- Utilizador de elevada experiência

Interesses/atividades

- Interesse por cultura e lazer: música, cinema, fotografia
- Viaja sozinho
- Interessa-se pelo património histórico-cultural
- Utiliza a internet todos os dias no país de origem



Thomas, o Turista

25 anos

Quero conhecer a cidade fora do circuito turístico

Thomas é holandês e está de viagem pela Europa. Aproveitou o final do curso para ir visitar alguns dos países que já queria conhecer há anos.

Nessa lista estava Portugal, e mais propriamente o Porto. Conhece a cidade através das histórias e desaventuras de amigos que aqui fizeram Erasmus. Ouviu falar nas ruas inclinadas, na noite de S. João, na História que se agarra à cidade e não pretende soltar tão cedo. Chegaram-lhe aos ouvidos recontos de cafés centenários, igrejas cobertas de azulejos, livrarias que parecem cenários do Harry Potter.

Mas tem a certeza que ver com os seus próprios olhos será diferente. De resto, há a vontade de se perder no meio da história e das pessoas, ver afinal do que se trata em primeira mão. E aproveitar o bom tempo, claro.

Com ele, traz o iPhone para capturar a viagem, e manter-se em contacto com a família e amigos. Espera contar com o Wi-Fi do Hostel e com sorte, com o da cidade em parques ou em bibliotecas.

Motivações, aspirações, objetivos na utilização da aplicação:

- Conhecer uma nova cidade sem cair em clichés turísticos
- Conhecer melhor o Porto através de passeios não-programados
- Observar a cidade através de uma nova perspetiva

Hobbies/Interesses:

- Viajar no estrangeiro
- Ir a concertos, ir ao cinema
- Fotografia digital

ANEXO 2

Análise de aplicações portuguesas

Travelplot Porto

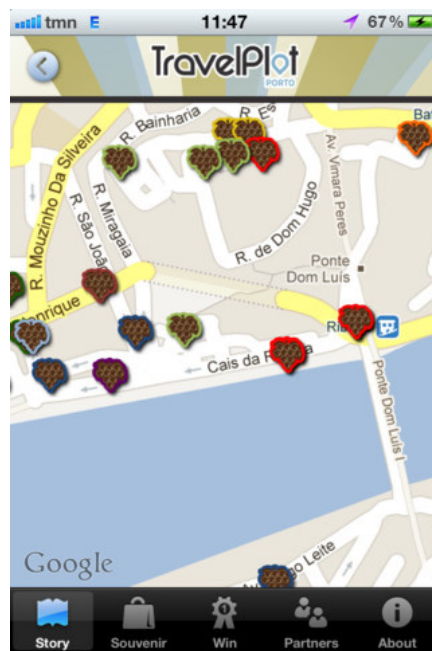
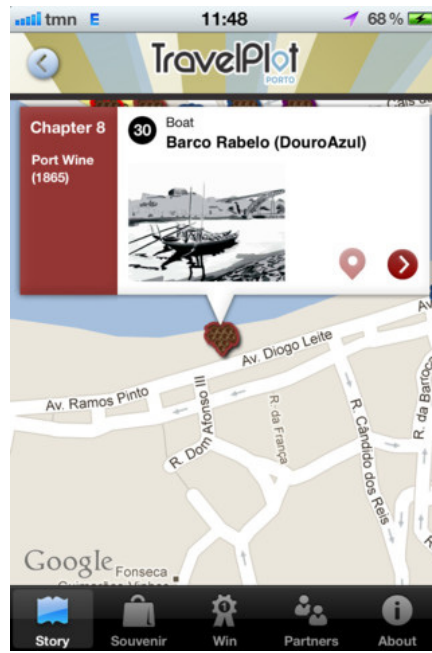
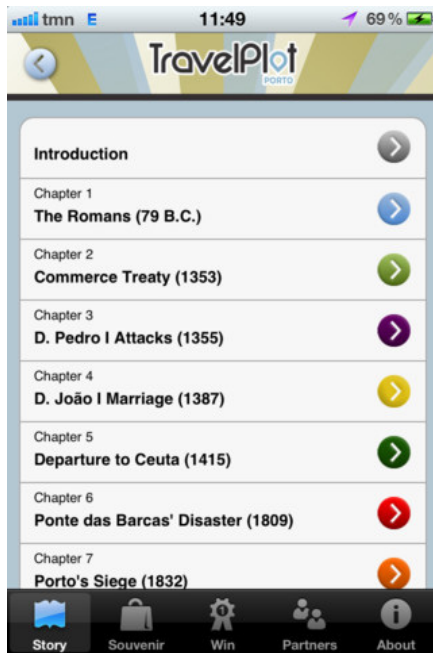
Inserida no projeto criado por Soraia Ferreira no contexto da sua Tese de Doutoramento na Universidade do Porto intitulada “Location Based Transmedia storytelling: Enhancing the Tourism Experience”, a aplicação móvel TravelPlot Porto foi lançada a 16 de junho de 2012.

Sob a forma de aplicação móvel gratuita, website, mapa, experiências ao vivo e presença em redes sociais, o produto pretende ser um meio divertido e interessante de conhecer o Porto. Tendo envolvido os visitantes numa caça ao tesouro levada a cabo do dia 17 de junho a 9 de setembro de 2012, o projeto é direcionado a turistas estrangeiros, servindo de indicador de alguns marcos turísticos da cidade, e relacionando a história contada com diferentes pontos de interesse, personagens e locais históricos.

Dividida em 9 capítulos que se estendem ao longo de uma linha temporal começando nos tempos romanos e terminando no ano presente e 42 locais da baixa portuense, a história contada dá um breve entendimento da história da cidade (TravelPlot Porto, 2012). Seguindo a personagem “Peter”, um turista inglês que tem como missão descobrir a “Bacchus’ cup” assim salvando o Vinho do Porto, o utilizador faz check-in nos lugares apontados, podendo encontrar o tesouro em qualquer uma das localizações. A faceta educativa é perdida, no entanto, com a conjugação da história criada pela aplicação com factos históricos, envolvendo personagens e eventos fictícios em acontecimentos históricos. O resultado final é algo confuso, deixando ao utilizador a tarefa de separar o real do imaginário, podendo nisso resultar uma perspetiva histórica final da cidade alterada e errada.

A nível comunicativo, denota-se inconsistência a nível visual, tendo sido desenvolvidas ilustrações de ícones, locais e património que não correspondem visualmente aos ícones do menu. A linguagem visual da aplicação divide-se portanto em 3 estilos diferentes de ilustração: o vetorizado estilizado do logótipo e ícones dentro do mapa, o vetorizado esboçado dos locais apresentados e o pictográfico dos ícones usados em menus.

Embora o projeto se divida por diferentes redes sociais (Twitter, YouTube e Pinterest), a interligação entre todos estes meios é escasso, sendo difícil o acesso aos vídeos da conta de Youtube “PeterinPorto”, ou dos tweets da conta @PeterinPorto, onde a personagem conta a sua história e faz uma breve descrição de cada capítulo. A experiência transmedia fica assim restrita ao facto da aplicação ser dirigida a turistas cujo acesso online é limitado pela existência de redes abertas de wireless públicas (caso que também acontece com a opção de ‘check-in’ para verificar se o utilizador encontrou o tesouro)(Ferreira, 2012). Conclui-se assim que existem problemas a nível da experiência interativa e do design da interface, aspetos que carecem de um maior cuidado a nível de leitura e sentido estético.



Loja de Turismo Interativa do Porto e do Norte de Portugal: Caso Aeroporto Sá Carneiro

Inaugurada a 20 de junho de 2012, a Loja Interativa de Turismo do Aeroporto Francisco Sá Carneiro é o produto de parcerias entre a Entidade Regional do Porto e Norte de Portugal e os municípios da região envolvidos, sendo a primeira de 55 já previstas. Destinada maioritariamente a turistas, o projeto tem como objetivos a criação de e-comércio, e-marketing e de uma base de dados que integre todas as atrações turísticas do Norte, providenciando informação com uma maior qualidade e eficiência e promovendo de forma dinâmica os produtos de relevância da região. Com um horário de funcionamento alargado, a loja apresenta um conjunto de equipamentos de última geração como mesas interativas multi-touch, ecrãs de projeção temática, ambientes tridimensionais e um conjunto de ferramentas interativas de apoio aos produtos estratégicos e eventos culturais do Norte de Portugal. Destaca-se o TOMI (Total Outdoor Media Interactive) da autoria dos ateliers Celeuma e GEMA, um ecrã tátil que informa em português, inglês e espanhol sobre transportes, hotéis, restaurantes, agenda cultural, notícias, meteorologia, etc., possuindo ainda a faceta interativa de tirar uma fotografia ao utilizador para enviar por e-mail (Carneiro, 2012).

Visualmente, a mesa de software interativo touch (em orientação horizontal) divide-se em 3 colunas de informação. Na primeira, à esquerda, encontra-se uma pequena parte do sistema de navegação, indicando em que secção está o utilizador, bem como botão para voltar atrás, informações gerais (data e hora), e imagens da região. Na coluna central encontra-se o conteúdo, podendo este ser um mapa com pontos de interesse (usando API Google Maps) ou lista de resultados da procura realizada. Do lado direito, encontra-se o sistema de navegação central, que funcionando em orientação vertical com ícones de larga escala, possui 5 modos de uso (Notícias, Turismo, Explorar, Agenda, Transportes) e seleção de língua (Português, Inglês ou Espanhol).

De aspeto agradável e chamativo, o layout do sistema é bastante explícito e não se encontram dificuldades maiores na sua utilização excetuando, talvez, o tamanho excessivo de alguns dos ecrãs. Nesse sentido, também os ícones sobressaem em escala, retirando espaço ao conteúdo mostrado na coluna do meio.

A linguagem gráfica é jovem e a utilização de cores atrai a atenção do visitante, cumprindo assim o objetivo do produto. Denotam-se ainda alguns erros na sua interação e muito pouco conteúdo apresentado, situações que serão corrigidas futuramente já que em funcionamento está ainda uma versão beta, como assegurado pela responsável da Loja do Aeroporto Sá Carneiro. Trata-se no entanto, de um projeto interessante, coerente e que se distingue pela consolidação de regiões e oferta dos produtos das mesmas.



moveOporto

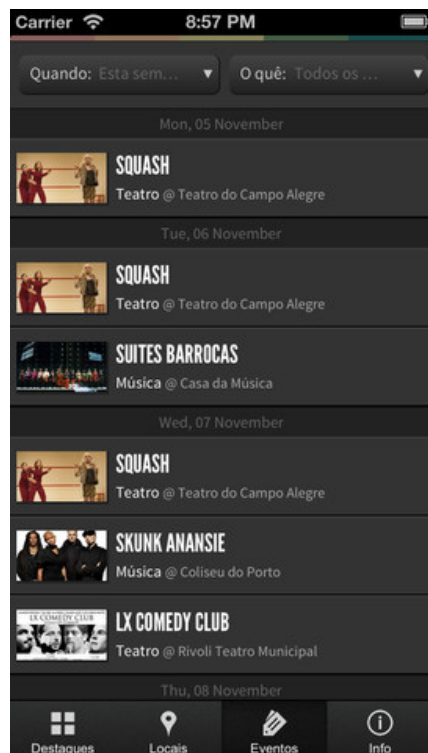
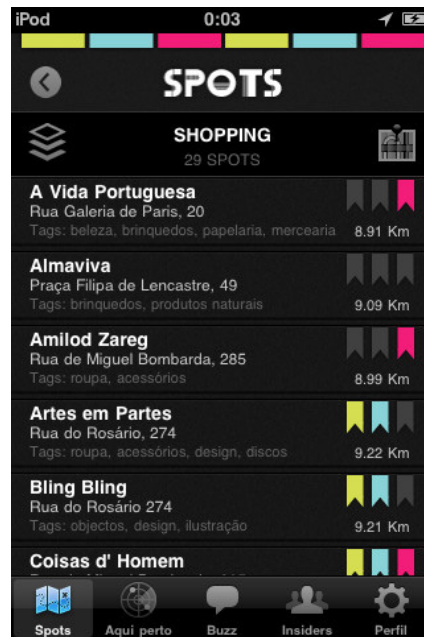
O moveOporto é uma aplicação para a cidade do Porto que indica locais considerados interessantes pelos Insiders, o grupo de criadores da aplicação, tendo sido a primeira aplicação móvel iOS desenvolvida para a cidade do Porto em abril de 2011. Segundo a página da aplicação, os Insiders procuram e experimentam “os melhores espaços da cidade, compilando toda a informação num guia único e gratuito”, tendo como objetivos a dinamização e a divulgação do que melhor há na cidade. O moveOporto tem como criador e programador Sérgio Oliveira, contando com conteúdos fornecidos pela restante equipa composta por Diana Vinha, Marlene Vinha e Rita Roque.

Tendo esta aplicação sido renovada em novembro de 2012 para a versão 2.0, altura em que a análise da versão anterior (v1.0) já fora realizada, seguir-se-á um estudo comparativo de ambas as versões e quais os aspetos redesenhados, bem como as características que as distinguem. A versão anterior (v1.0) tratava-se de um guia de locais, apelidados de “Spots”, divididos por diversas sub-categorias, como “Shopping”, “Noite”, “Café & Co.”, etc., escolhidos pelos Insiders, quer a partir de experiências próprias ou de candidaturas dos locais para a aplicação. A distância a cada spot era dada através da localização do iPhone, sendo que a descoberta dos spots era feita mediante lista de conteúdos ou através do mapa e da opção “Aqui perto”, permitindo a identificação de locais a curta distância. Nos spots era possível ler também uma pequena descrição do local, ver fotografias, fazer like, favorito ou check-in, havendo através destes a possibilidade de juntar pontos e assumir o papel de Insider. Com um layout simples, a aplicação era predominantemente escura, com a conjugação de 3 cores utilizadas no topo dos ecrãs, pequenos destaques das interações com o Spot e no logótipo. A navegação fazia-se através de um menu na barra inferior com ícones fornecidos pelo iOS, acontecendo o mesmo no mapa, e por botões direcionais.

Na versão atual (V2.0), procedeu-se a simplificação da versão anterior. Diminui-se a importância da faceta social (comentários e ‘gostos’) mas manteve-se o foco na divulgação dos locais. Acrescentada foi uma agenda de eventos selecionada, faceta que passa a ser a grande valia na nova versão e na qual o utilizador pode realizar uma inscrição gratuita. Simplificado foi também o novo layout e navegação. O uso de diferentes tipos de letra, o aumento do espaço branco e a reestruturação das informações, melhoram a leitura e facilitam a utilização. Desaparecem também as 3 cores utilizadas anteriormente, sendo substituídas por cores suaves e pouco saturadas, retirando um pouco da aparência chamativa da versão anterior, mas estando em coerência com o novo aspeto mais minimal. No menu, os 5 botões são substituídos por 4, mudando bastante o conteúdo que agora se foca igualmente nos locais e eventos, e com novos ícones redesenhados adaptados ao restante layout. Também foi lançada a versão Android na Google Play, alterando apenas a localização do menu para o topo do ecrã.

Conclui-se que a aplicação surge como uma boa alternativa à catalogação de locais do circuito alternativo do Porto. Apesar de algo restrita quanto aos locais e eventos que oferece, escolhidos apenas pelos Insiders e assim limitados a gostos pessoais, a nova versão apresenta-se como uma versão mais abrangente dos acontecimentos da cidade

no seu todo. Sendo também a aplicação deste tipo com o maior número de downloads e maior projeção mediática nacional, acabou por se estabelecer com um público alvo jovem e definindo, de certo modo, o sentido das restantes aplicações que foram desenvolvidas posteriormente.



AroundPorto

A aplicação iOS e Android AroundPorto, desenvolvida por pelo grupo Around Knowledge, tem como objetivo a divulgação de eventos e espaços da “movida do Porto”. Com o slogan “A noite do Porto na palma da tua mão”, a aplicação foca-se sobretudo em espaços de divertimento noturno como bares e discotecas. Na versão completa paga (“Plus”) pode-se ainda encontrar um calendário de eventos, lista e localização de bares e respetiva ligação a páginas oficiais, partilha de locais nas redes sociais e a utilização de realidade aumentada para descobrir bares próximos da localização do utilizador, característica que se destaca entre outras aplicações concorrentes.

A Around Knowledge, criadora da aplicação, é a empresa resultante da união de três investigadores universitários portugueses, sendo uma start-up do MIT Portugal Program, bem como estando inserida na incubadora da Fundação Serralves, INSERRALVES. A sua equipa multidisciplinar composta por engenheiros de software e hardware, bem como por brand designers e especialistas em marketing, traduz-se no projeto do AroundPorto numa aplicação com um forte cunho visual e inovadora no layout. Fugindo aos parâmetros tradicionais de menus em aplicações, o AroundPorto tem o seu formato estabelecido por botões quadrados no seu menu principal. Apesar de deixar a desejar no aproveitamento do espaço do ecrã, o menu facilita as escolhas rápidas do utilizador apresentando ligações diretas a todas as secções do seu sistema. Utilizando cores visualmente apelativas, mas de saturação semelhante, dificulta-se a distinção das opções de escolha. A leitura é também dificultada pela escolha da utilização de uma família tipográfica condensada, num ecrã de pequenas dimensões, como é o caso. Sente-se, portanto, uma lacuna quanto ao design gráfico da aplicação, que poderá ser justificada pela própria composição da equipa criadora.

GIRLS HAVE FUN
Túnel Bar - 22:30

+ INFO |

Consultar
Eventos do Mês
.....
AGENDA

Julho 2012

dom	seg	ter	qua	qui	sex	sáb
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30	31				

AP
AROUND
PORTO

01
.....
HOJE

02
.....
AGENDA

03
.....
BARES

04
.....
FAVORITOS

05
.....
RADAR

6 Lugares
Encontrados
.....
BARES

bar

Baixa Bar +
Baixa

Bar 17 +
Baixa

Bar Amigos SA +
Baixa

Taboo Bar +
Baixa

oPORTOnity City – Porto Official City Guide App

Promovida pelo Turismo do Porto, aplicação oficial da ação “oPORTOnity City” é, curiosamente das poucas, senão única neste contexto, desenhada e programada para dois formatos ainda pouco convencionais, Nokia e Windows 8. Direcionada maioritariamente a turistas, a aplicação permite “ajudar a encontrar os melhores locais e eventos na cidade do Porto”. Apesar de apresentar categorias que se inserem dentro dos modelos tradicionais de informação turística (“Pontos de interesse”, “Agenda”, “Alojamento”, etc.), a aplicação permite ainda fazer a procura de locais de acordo com diferentes públicos e utilizadores. Assim sendo, é possível consultar a lista de locais aconselhados para famílias, jovens, idosos ou casais nas 3 línguas disponíveis (Português, Inglês, Espanhol).

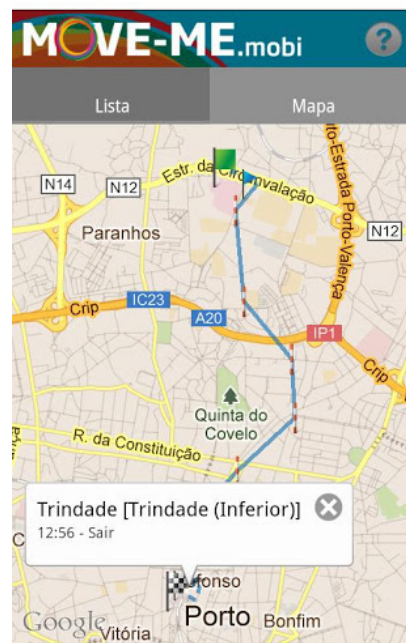
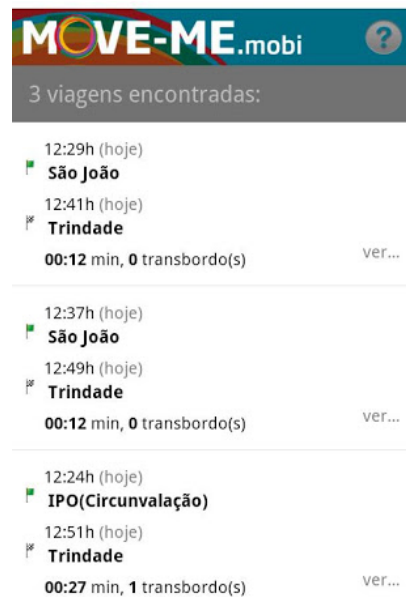
As interfaces são, no entanto, bastante definidas pelo sistema operativo a que pertencem. Ambas as versões da aplicação foram desenhadas numa lógica de menus que funcionam através da imagem fotográfica adjunta ou sobreposta ao texto. É de salientar também o facto que na versão para Windows 8, a aplicação pode ser utilizada em todos dispositivos móveis com esse mesmo software: telemóveis, computadores portáteis ou pessoais, e tablets.

MOVE-ME

Desenvolvida pela empresa OPT para o programa CIVITAS Porto, o MOVE-ME é o protótipo de uma aplicação que permite o acesso móvel à informação diversificada dos transportes públicos existentes na cidade do Porto. Através do programa CIVITAS e com o financiamento apoiado pela Comissão Europeia, a Câmara Municipal do Porto e as várias empresas e instituições envolvidas, entre as quais a OPT e as operadoras de transporte público locais, têm vindo a desenvolver vários projetos de âmbito local. A missão comum dos vários parceiros centra-se em “mobilizar os cidadãos para, associado à sua participação, desenvolver soluções de mobilidade eficientes energeticamente” investindo na inovação e desenvolvimento local.

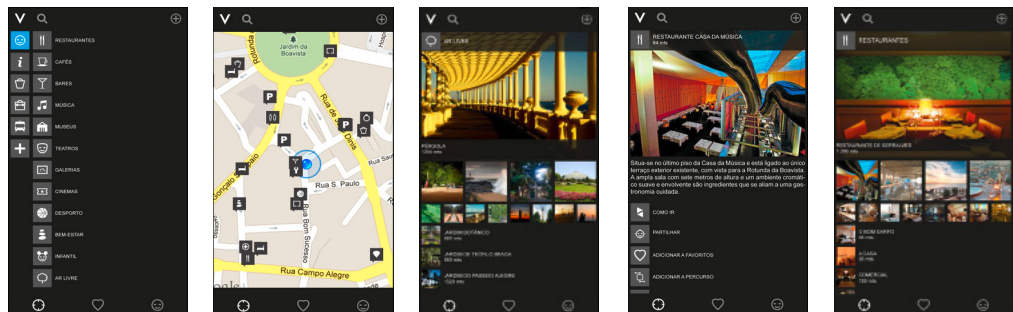
O MOVE-ME surge neste contexto da parceria entre a OPT e as operadoras STCP, Metro do Porto, CP e outras operadoras privadas da associação ANTROP, com “o intuito principal de melhorar a qualidade e o acesso à informação de transportes públicos no Porto”. Providencia assim, com dados base fornecidos por estas operadoras, informações sobre rotas e rede utilizada, horários, paragens e destinos. Segundo críticas de utilizadores, é a precisão acerca dos tempos de espera dos transportes o seu ponto mais forte, já que os roteamentos e partidas das operadoras Metro do Porto e STCP poderão ser fornecidos em tempo real. A impossibilidade de guardar rotas ou paragens é apontada como o ponto fraco. Com o MOVE-ME é ainda possível visualizar pontos de interesse da cidade próximos da localização do utilizador, e cuja informação foi cedida pelo Município do Porto. Dado o carácter prático e diário da aplicação, e as críticas dos atuais utilizadores, o público alvo desta aplicação será o habitante do Porto que utiliza assiduamente os transportes intermodais da cidade. Deste modo, considera-se dispensável a sugestão de pontos de interesse neste contexto de aplicação, sendo que já existem alternativas para tal, fornecidas pelo mesmo cliente (a aplicação oPORTOnity City, também desenvolvida pela Câmara Municipal do Porto).

Quanto à sua interface, apesar de fácil leitura no seu menu principal, o design é de certa forma desinspirado. Existem também problemas a nível de escala, como é o caso da utilização de tamanhos de letra de pequena dimensão ou pouco contraste visual em botões.



Vporto

“Abrangente, detalhada, intuitiva e estimulante”, assim se apresenta a aplicação VPorto. Criada pelo estúdio Control S e desenvolvida em parceria com os estúdios Rolling Mill Interactive e Spiritus Digital Work, a VPorto possibilita o acesso a itinerários desenhados e personalizados de acordo com os diferentes interesses e necessidades do utilizador, desvendando a cidade “através de múltiplas facetas”. Realizada em parceria com a Câmara Municipal do Porto, os programas oPORTOnity City, Porto Digital, Porto Lazer e operadores de transporte, a aplicação serve de ferramenta de apoio na visita à cidade do Porto, oferecendo serviços como a reserva em restaurantes ou hotéis, o acesso a informações quanto aos meios de transporte e ofertas de espaços culturais, comerciais e de lazer da cidade. Extremamente forte a nível de conteúdo, a VPorto é uma adaptação ambiciosa de um guia citadino a aplicação móvel. Talvez por isso a sua interface sofra de problemas de leitura, provocados maioritariamente por problemas de escala e contraste. A pequena dimensão dos ícones e texto, e a pronunciada inclusão de imagens demonstram ser uma solução fraca para essa adaptação. A VPorto distingue-se no entanto, a nível gráfico, pela sua abordagem minimalista, que acaba por colmatar, de certa forma, as falhas mencionadas anteriormente.



Outras aplicações portuguesas

É necessário mencionar ainda outras aplicações móveis portuguesas que, atuando dentro do mesmo contexto, não se destacaram devido à fraca aderência de utilizadores, aos sistemas habituais ou comuns, ou ainda por serem de menor interesse para o estudo realizado.

Deste modo, destacam-se as aplicações OlissiPorto by Optimus desenvolvida por Sérgio Oliveira para a Optimus, e o iMetroPorto desenvolvida pelo estúdio EdgeLabs para o Metro do Porto, como fortes exemplos de um design claro, simples e intuitivo. No caso da aplicação OlissiPorto, a facilidade de leitura reside na forte estruturação do sistema, conseguida através de pequenos contrastes e bom espaçamento. Na aplicação iMetroPorto é a simplicidade o ponto forte, sendo que a utilização de uma linguagem gráfica clara e um sistema intuitivo tornam esta aplicação apelativa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Andrade, J. & Araújo, J. (2011). *Centro histórico do porto - património mundial*. Retirado em junho 2012, de <http://www.portopatrimoniomundial.com/ola.html>.

Apple (2013). *iOS human interface guidelines*. Retirado em outubro 22, 2013 de <https://developer.apple.com/library/ios/documentation/userexperience/conceptual/mobilehig>.

Baer, K. (2008). *Information design workbook: graphic approaches, solutions, and inspiration + 30 case studies*. Beverly: Rockport.

Ballard, B. (2007). *Designing the mobile user experience*. Hoboken: Wiley.

Borowska, P. (2013). *The new mobile design trend: colour*. Retirado em abril 3, 2013 de www.designmodo.com/mobile-design-colours.

Borowska, P. (2013). *Typography in mobile design: important aspects and examples*. Retirado em agosto 17, 2013 de www.designmodo.com/mobile-design-typography.

Caddick, R. & Cable, S. (2011). *Communicating the user experience: a practical guide for creating useful ux documentation*. West Sussex: John Wiley & Sons.

Campbell-Dollaghan, K. (2013). *What is flat design?*. Retirado em julho 7, 2013 de <http://gizmodo.com/what-is-flat-design-508963228>.

Chapman, C. (2010). *Color theory for designers: part 1*. Retirado em abril 2, 2013 de <http://www.smashingmagazine.com/2010/01/28/color-theory-for-designers-part-1-the-meaning-of-color>.

Choay, F. (2006). *A alegoria do património*. Lisboa: Edições 70.

Clark, J. (2010). *Tapworthy: designing great iphone apps*. Sebastapol: O'Reilly Media.

Coles, S. (2011). *Roboto typeface is a four headed frankenstein*. Retirado em setembro 28, 2013 de <http://typographica.org/on-typography/roboto-typeface-is-a-four-headed-frankenstein>.

Creative Bloq (2011). *Top 10 tips for naming your app*. Retirado em setembro 9, 2013 de www.creativebloq.com/top-10-tips-naming-your-app-9112818.

Dorst, K. & Lawson, B. (2009). *Design expertise*. Oxford: Architectural Press.

Galitz, W. (2007). *The essential guide to user interface design, an introduction to GUI design principles and techniques*. Indianapolis: Wiley Publishing.

Giachetti, L. (2013). *The essential ios 7 design guide*. Retirado em setembro 30, 2013 de <http://www.doubleencore.com/2013/09/the-essential-ios-7-design-guide>.

Grinshtein, A. (2012). *Flat interface design*. Retirado em agosto 22, 2013 de <http://layervault.tumblr.com/post/32267022219/flat-interface-design>.

Guinand, S. (2011). *Valorisation du tissu bâti et procustion symbolique de l'espace – projectio et réception: le cas de ribeira à porto*. Paris: UNIL.

Johnson, J. (2013). *Android vs. iphone: differences in ui patterns and design*. Retirado em abril 4, 2013 de <http://www.slideshare.net/jeremy/android-vs-iphone-differences-in-ui-patterns-and-design>.

Kalbach, J. (2007). *Designing web navigation*. Sebastopol: O'Reilly Media.

Krug, S. (2006). *Don't make me think! a common sense approach to web usability*. Berkeley: New Riders.

Leblanc, M. (2013). *Six tips from Apple on how to create better app icons*. Retirado em agosto 27, 2013 de <http://thenextweb.com/dd/2013/08/21/six-tips-from-apple-on-how-to-create-better-app-icons>.

Lopes, J. (2012). *A cidade: para onde fores ela irá - viagem alucinada na freguesia da vitória*. Retirado em junho 12, 2012 de <http://p3.publico.pt/actualidade/sociedade/2691/cidade-para-onde-fores-ela-ira-viagem-alucinada-na-freguesia-da-vitoria>.

Lynch, K. (2003). *A imagem da cidade*. Lisboa: Edições 70.

Lynch, K. (2007). *A boa forma da cidade*. Lisboa: Edições 70.

Manovich, L. (2005). *El lenguaje de los nuevos medios de comunicación: la imagen en la era digital*. Barcelona: Paidós Comunicación.

Mills, A. (2011). *Android 4.0 ice cream sandwich fully detailed*. Retirado em setembro 13, 2013 de <http://www.gottabemobile.com/2011/10/18/android-4-0-ice-cream-sandwich-fully-detailed>.

Mota, J. (2013). *Um porto gráfico*. Retirado em agosto 4, 2013 de <http://www.behance.net/gallery/Um-Porto-Grafico/9989345>.

Natálio, R. (2012). *Guia outros portos*. Porto: Manobras.

Neil, T. (2012). *Mobile design pattern gallery*. Sebastapol: O'Reilly Media.

Pacheco, H. (coord.)(2006). *Descobrir o porto, livro 11: notícias do velho porto*. Porto: Campo das Letras.

Peters, S. (2010). *Shattering the fourth wall with social media: how the future will tell stories*. Retirado em novembro 15, 2012 de <http://www.slideshare.net/tishna/steve-peters-of-no-mimes-media-shattering-the-fourth-wall-with-social-media-how-the-future-will-tell-stories-5058701>.

Pink, D. (2005). *A whole new mind: why right-brainers will rule the future*. Nova Iorque: Riverhead.

Portio Research (2013). *Fast growth of apps user base in booming asia pacific market*. Retirado em junho 1, 2013 de <http://www.portioresearch.com/en/blog/2013/fast-growth-of-apps-user-base-in-booming-asia-pacific-market.aspx>.

Pratas, A. (2013). *Flat design: an in depth look*. Retirado em Agosto 14, 2013 de <http://www.awwwards.com/flat-design-an-in-depth-look.html>.

Pratten, R. & Ossikine, A. (2013). *Transmedia storytelling*. Retirando em outubro 24, 2012 de <http://www.tstoryteller.com/transmedia-storytelling>.

Pruitt, J. & Adlin, T. (2009). *Persona conception and gestation*. In Wilson, C. (ed.). *Re-mastered, your guide to getting the right design* (pp. 155-219). Burlington: Elsevier.

Quelhas, R. (2010). *Necessários 25 anos para responder à degradação no Porto*. Retirado em junho 12, 2012 de http://www.tsf.pt/PaginaInicial/Vida/Interior.aspx?content_id=1519493.

Quesenbery, W. & Brooks, K. (2010). *Storytelling for user experience*. Brooklyn: Rosenfeld Media.

Repponen, A. (2012, maio). *Fantasy interactive*. OFFF, let's feed the future. Barcelona, Espanha.

Rutledge, P. (2011). *Story power: 5 keys for social media marketing using storytelling*. Retirado em novembro 15, 2012 de <http://athinklab.com/2011/01/23/story-power-5-keys-for-social-media-marketing-using-storytelling>.

Sociedade Secreta de Reabilitação Urbana (2009). *Os blogues e a cidade*. Retirado em mês dia, 2013 de <http://ssru.wordpress.com/2009/10/03/os-blogues-e-a-cidade-por-ssru>.

Stanton, A. (2012). *The clues to a great story*. Retirado em agosto 25, 2012 de www.ted.com/talks/andrew_stanton_the_clues_to_a_great_story.html.

Sutcliffe, A. (2009). *Designing for user engagement*. Pennsylvania: Morgan & Claypool Publishers.

Sutton, L. (2009). *11 characters or less: naming apps for the iphone*. Retirado em setembro 9, 2013 de <http://catchwordbranding.com/catchthis/fun-stuff/11-characters-or-less-naming-apps-for-the-iphone>.

Table XI (2013). *Here's a chart to decide whether to build a native or web mobile app*. Retirado em mês dia, 2012 de <http://venturebeat.com/2013/07/29/native-v-web-chart>.

Taylor, A. (2013). *Flat and thin are in*. Retirado em setembro 9, 2013 de <http://www.smashingmagazine.com/2013/09/03/flat-and-thin-are-in>.

Tullis, T. & Albert, W. (2008). *Measuring the user experience: collecting, analyzing, and presenting usability metrics*. Burlington: Morgan Kaufmann.

Unesco (s.d.). *Historic centre of oporto*. Retirado em setembro 3, 2013 de <http://whc.unesco.org/en/list/755>.

Venturi, G. (2010). *Illustrator template for iphone design*. Retirado em agosto 29, 2012 de <http://www.usercentred.net/2010/06/28/illustrator-template-for-iphone-design>.

Warren, C. (2013). *iOs vs. android: what app platform should I choose?*. Retirado em fevereiro 17, 2013 de <http://mashable.com/2013/08/16/ios-android-development>.

Wroblewski, L. (2011). *Mobile first*. Nova Iorque: A Book Apart.

Wroblewski, L. (2012). L. (2012). *Why mobile matters*. Retirado em março 6, 2013 de <http://www.lukew.com/ff/entry.asp?1506>.

LISTA DE IMAGENS

P. 15

Lavadeiras. Ribeira, Porto. Estúdio Horácio Novais. Fotografia sem data.

Retirada de <http://www.flickr.com/photos/biblarte/4962987865/>

P. 16

Bancada do Real Coliseu Portuense. Aurélio da Paz dos Reis. Fotografia sem data.

Retirada de <https://www.facebook.com/PortoDesaparecido>

P. 18

Sé do Porto, Portugal. Mário Novais. Data aproximada 1954.

Retirada de <http://www.flickr.com/photos/biblarte/3208794635/>

Casa do Despacho da Ordem Terceira de São Francisco. Robert Chester Smith. 1962-1964.

Retirada de <http://www.flickr.com/photos/biblarte/2682520506/>

P. 21

Escola primária de Frei Heitor Pinto. Teófilo Rego. 1965.

Retirada do Arquivo Histórico Municipal da Câmara Municipal do Porto.

P. 23

Fragmentos de filme de M. R. Alexandre. Inícios de século XX.

Retirado de <http://www.youtube.com/watch?v=V2xti3RoMfU>

P. 25

Ponte Dom Luís, Porto Portugal. Estúdio Horácio Novais. Fotografia sem data.

Retirada de <http://www.flickr.com/photos/biblarte/4963592198/>

P. 26

Interior da livraria Lello & Irmão. Sem autor. 1906.

Retirada de <https://www.facebook.com/PortoDesaparecido>

P. 31

Know your town (like the palm of your hand). John French. 2009.

Retirado de www.flickr.com/photos/johnefrench/4100284348/

P. 33

“Streetmuseum”, “Streetmuseum:Londinium”. Museum of London. 2013.

Retirado de <http://www.museumoflondon.org.uk/Resources/app/you-are-here-app/home.html>

Invisible Maps. Disseny Hub Barcelona. 2013.

Retirado de <http://invisiblemaps.info/>

Cinemacity. 2012.

Retirado de www.cinemacity.arte.tv

Hackney Hear. 2012.

Retirado de itunes.apple.com/gb/app/hackney-hear-london-fields/id497510075?mt=8

P. 35

Rio Douro, Porto, Portugal. Estúdio Horácio Novais. Fotografia sem data.

Retirada de <http://www.flickr.com/photos/biblarte/4962989389/>

P. 52/53

Touch Gesture Reference Guide. Craig Villamor, Dan Willis, Luke Wroblewski. 2010.

Retirado de <http://www.lukew.com/ff/entry.asp?1071>

P. 59

Evernote. 2012.

Retirado de <https://itunes.apple.com/pt/app/evernote/id281796108>

CNN App. 2013.

Retirado de <https://itunes.apple.com/us/app/cnn-app-for-iphone/id331786748>

P. 60

SCVNGR. 2010.

Retirado de www.scvngr.com

Path. 2013.

Retirado de <https://path.com>

Readability. 2012.

Retirado de www.readability.com/ios

Catch Notes. 2012.

Retirado de blog.catch.com

The Alaska App. 2012.

Retirado de www.thealaskaapp.com

Foursquare. 2013.

Retirado de <https://itunes.apple.com/pt/app/foursquare/id306934924>

Google Keep. 2012.

Retirado de <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.google.android.keep>

P. 61

Rio Douro, Porto, Portugal. Estúdio Horácio Novais. Fotografia sem data.

Retirado de <http://www.flickr.com/photos/biblarte/4962989389/>