



**JOÃO CARLOS
ALVES AFONSO
PIRES DA ARRUDA**

**PROPOSTA DE FRAMEWORK PARA GUIAS DE
ESTILO DE PRODUTOS DIGITAIS**



**JOÃO CARLOS
ALVES AFONSO
PIRES DA ARRUDA**

**PROPOSTA DE FRAMEWORK PARA GUIAS DE
ESTILO DE PRODUTOS DIGITAIS**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Comunicação Multimédia, realizada sob a orientação científica do Doutor Pedro Amado, Professor Auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro.

Obrigado pai (*in memoriam*).

o júri

presidente

Prof. Doutor Pedro Miguel dos Santos Beça Pereira
professor auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro

orientador

Prof. Doutor Pedro Manuel Reis Amado
professor auxiliar do Departamento de Comunicação e Arte da Universidade de Aveiro

arguente

Prof. Doutor José Miguel Santos Araújo Carvalhais Fonseca
professor auxiliar do Departamento de Design da Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

agradecimentos

Agradeço aos meus pais por todos os esforços que fizeram ao longo da minha vida acadêmica, à minha família e amigos pela boa-disposição, ao Hugo pela força, ao meu orientador pela paciência e excelente acompanhamento, e a todos aqueles que, de uma forma ou de outra, depositaram a sua confiança em mim.

palavras-chave

Front-End Style Guide, Design de interação, Branding, Fluxo de trabalho

resumo

O objetivo do presente estudo passa pela elaboração de uma framework para a criação de guias de estilo a aplicar pelas organizações no desenvolvimento de produtos digitais. As equipas responsáveis pela criação de produtos digitais são cada vez mais pluridisciplinares, podendo trabalhar assincronamente em espaço-tempos distintos. Desta forma, a ausência de um guia de estilos que identifique os principais elementos a considerar na génese de um produto digital poderá levar a perdas de tempo desnecessárias e ao surgimento de diferenças criativas que porão em causa o bom relacionamento da equipa, o desenvolvimento do projeto e a consistência dos vários componentes da marca. A utilização de um guia de estilos que dê apoio ao desenvolvimento de projetos desta natureza torna-se assim bastante relevante. Porém, a sua implementação requer o investimento de recursos por parte das organizações que geralmente não vêm esta ferramenta como uma necessidade prioritária. Com o auxílio da framework aqui apresentada espera-se que os recursos alocados à criação do guia diminuam consideravelmente, e que equipas a trabalhar em pequenas e médias organizações possam incluir um guia de estilos no seu fluxo de trabalho. Começou-se por identificar os principais elementos que deverão ser incluídos num guia de estilo de produtos digitais através da análise de Manuais de Identidade Corporativa e FESG de diversas áreas de atividade. Os elementos foram organizados numa tabela comparativa que foi posteriormente validada por profissionais nas áreas do design e programação através de entrevistas semi-estruturadas. Seguidamente, procedeu-se à transcrição e análise qualitativa das respostas obtidas com vista a recolher opiniões de melhoria. Finalmente, foi desenvolvido um website com a framework para a criação de guias de estilo de produtos digitais que foi posto em prática por um dos entrevistados, num projeto real. O feedback obtido a partir da implementação da framework realçou a versatilidade da ferramenta, as possibilidades de adaptação às necessidades de cada organização e a capacidade desta poder ser desenvolvida à medida da evolução do projeto, servindo como um repositório de informação e como um catalisador para o pensamento em equipa de decisões a tomar no desenvolvimento do produto digital.

keywords

Front-End Style Guide, Interaction design, Branding, Workflow

abstract

The aim of this study is to develop a framework for creating style guides to be applied by organizations in the development of digital products. The teams responsible for creating digital products are increasingly multidisciplinary and can work asynchronously in different space-times. Thus, the absence of a style guide that identifies the most important elements to consider in the genesis of a digital product can lead to unnecessary loss of time and the emergence of creative differences that bring into question the good relationship of the team, the development of the project and the consistency of the various components of the Brand. The use of a style guide that supports the development of projects of this nature thus becomes very relevant. However, its implementation requires the investment of resources by organizations that do not usually see this tool as a priority need. With the help of the framework presented here we believe that the resources allocated to the creation of the guide can decrease considerably, and that teams working in small and medium-sized organizations can make the style guide part of their workflow. The study started by identifying the major elements to be included in a style guide for digital products through the analysis of Corporate Identity Manuals and FESG from different areas of activity. These were then structured in a comparative table that was later validated by professionals in the areas of design and programming through semi-structured interviews. The researcher proceeded to the transcription and qualitative analysis of the responses received in order to collect ideas for improvements. Finally, he developed a website with the framework for creating style guides for digital products that was later tested by one of the interviewees in a real project. The feedback obtained from the implementation of the framework highlighted the tool's versatility, the possibilities of adaptation to the needs of each organization and the advantages of being developed as the project evolves, taking its place as an information repository and as a catalyst for generating team thinking during the digital product development.

Índice

Introdução	1
Enquadramento.....	2
Objetivos e motivação	3
Organização do documento.....	4
1 Enquadramento Teórico	7
1.1 A Marca.....	7
1.1.1 Branding e elementos da Marca	8
1.2 Guias de Estilo.....	9
1.2.1 Guias de Estilo Editoriais e de Conteúdos	9
1.2.2 Manuais de Design Gráfico.....	11
1.2.3 Guias de Estilo de Programação e Standardização de Código.....	12
1.2.4 Guias de Design de Interação.....	13
1.3 Desenvolvimento de Software.....	16
1.3.1 Abordagens de desenvolvimento.....	19
1.3.2 Padrões de Design.....	23
1.3.3 Prototipagem e Fidelidade no desenvolvimento.....	25
1.4 Proposta de Framework para Guias de Estilo de Produtos Digitais.....	26
1.4.1. Passos para implementar um FESG	27
1.4.2. Benefícios da utilização de FESG.....	27
1.5 Considerações finais do enquadramento teórico	28

2	Metodologia	29
2.1	Abordagem metodológica.....	29
2.2	Metodologia de investigação	30
2.3	Metodologias de pesquisa a aplicar.....	32
2.3.1	Análise Documental	32
2.3.2	Survey por entrevista presencial recorrendo a um guião semi-estruturado 32	
2.3.3	Resumo da metodologia a utilizar	33
2.4	Desenho do estudo e recolha de dados	34
2.4.1	Análise documental.....	35
2.4.2	Entrevistas	40
2.4.3	Participantes	44
2.4.4	FESG analisados	44
2.4.5	Questões colocadas e material recolhido	49
2.5	Síntese dos dados recolhidos.....	50
2.5.1	Participantes, Metodologias e Atividades profissionais.....	51
2.5.2	Análise dos FESG apresentados	57
2.5.3	Implicações do FESG no fluxo de trabalho	58
2.5.4	Análise das opiniões sobre a tabela comparativa e conclusões da entrevista 60	
3.	Resultados do estudo	63
3.1.	Processo de preenchimento.....	68
3.2.	Aplicação em contexto organizacional.....	69

Conclusão	73
Limitações e trabalho futuro	74
Referências	75
ANEXOS	79
ANEXO 1 - Guião de Entrevista.....	79
ANEXO 2 - Transcrição da entrevista [Dinis]	84
ANEXO 3 - Transcrição da entrevista [Ricardo].....	94
ANEXO 4 - Transcrição da entrevista [Lourenço].....	101
ANEXO 5 - Transcrição da entrevista [Pedro]	111
ANEXO 6 - Transcrição da entrevista [Simões]	122

Índice de figuras

Figura 1 – Pontos de contacto com o consumidor	8
Figura 2 – Guia de estilos editorial da Yale University Publications	10
Figura 3 - Livro de Estilo do Público.....	11
Figura 4 - Guia de Estilo para formatação de HTML	13
Figura 5 – Front-End Style Guide do MailChimp	15
Figura 6 – Evolução do processo de desenvolvimento de software	17
Figura 7 - Diagrama do modelo Incremental.....	20
Figura 8 - Diagrama do Modelo em Espiral	21
Figura 9 – Diagrama representativo do modelo Agile.....	22
Figura 10 - Primeira versão da tabela comparativa	36
Figura 11 - Segunda versão da tabela comparativa (pormenor)	37
Figura 12 - Terceira versão da tabela comparativa (vista global de secções).....	39
Figura 13 - Foco na sub-categoria “Text” da tabela comparativa (pormenor da tabela comparativa)	39
Figura 14 - Página inicial do Guia de Estilos do Starbucks.....	45
Figura 15 - Explicação da utilização de grelhas nos websites do Starbucks	46
Figura 16 - Exemplo de visualização de grelha no Guia de Estilos do Starbucks	46
Figura 17 - Página inicial do Guia de Estilos do Ubuntu	47
Figura 18 - Explicação da utilização de grelhas nos websites do Ubuntu	48
Figura 19 - Explicação da criação de botões no Guia de Estilos do Ubuntu	48
Figura 20 - Diagrama de nós no NVivo.....	51

Figura 21 – Versão final da tabela comparativa com a estrutura da framework	62
Figura 22 - Captura de ecrã da Framework uikit	64
Figura 23 - Captura de ecrã da Framework Bootstrap	64
Figura 24 - Mockup do guia para desenvolvimento de produtos digitais	65
Figura 25 – Mockup do guia em formato web.....	66
Figura 26 – Bloco “What to do?”	67
Figura 27 – Área “Brand Strategy” na barra de navegação	68
Figura 28 – Lourenço a consultar o GEPD aplicado ao Imprint+	69
Figura 29 – Aplicação do GEPD ao logotipo do Imprint+	70
Figura 30 – Aplicação do GEPD ao posicionamento do logo do Imprint+	70
Figura 31 – Aplicação do GEPD à iconografia do website do Imprint+	71
Figura 32 – Aplicação do GEPD à apresentação da hero image da área de parceiros	71
Figura 33 – Aplicação do GEPD à apresentação de um módulo do curso do Imprint+	72

Índice de tabelas

Tabela 1 - Sumário das duas tipologias de Development Research	30
Tabela 2 - Métodos de Investigação Empregados na Pesquisa de Desenvolvimento..	31
Tabela 3 - Procedimentos metodológicos	33
Tabela 4 – Desenho do estudo	34
Tabela 5 - Planificação da entrevista	41
Tabela 6 - Caraterização dos profissionais entrevistados	44
Tabela 7 - Questões efetuadas na entrevista aos profissionais	49

Lista de abreviaturas e siglas

API	Application Programming Interface
CSS	Cascading Style Sheet
DSDM	Dynamic Systems Development Method
FESG	Front-End Style Guide
GEPD	Guia de Estilo de Produto Digital
GUI	Graphical User Interface
HTML	HyperText Markup Language
SEO	Search Engine Optimization

Introdução

A presente investigação teve como objetivo criar uma framework para agilizar o desenvolvimento de Guias de Estilo a serem utilizados por equipas multidisciplinares ao longo da criação de um Produto Digital. Espera-se que esta framework possa tornar a realização de projetos mais eficiente, poupando tempo, e mantendo a consistência da comunicação e dos outputs. Considerou-se, no início do estudo, que os Front-End Style Guides (FESG) são a tipologia de Guias de Estilo cujas características e desafios de implementação mais se aproximam da ferramenta a desenvolver neste projeto, e sobre a qual se poderia obter informação mais relevante para apoiar o desenvolvimento da framework. Desta forma, as questões que orientaram este estudo, centraram-se na identificação do seguinte conjunto de condicionantes e fatores:

- 1) principais dificuldades encontradas na implementação de um FESG;
- 2) principais secções e elementos a incluir nos FESG;
- 3) áreas profissionais onde é comum encontrar a aplicação de FESG
- 4) boas práticas na criação e no desenvolvimento de FESG;
- 5) principais vantagens da utilização de FESG.

A metodologia inicial começou pela revisão da literatura e pela seleção e identificação de guias de estilos para analisar e enquadrar numa grelha de observação elaborada para o efeito. Numa segunda fase, foram realizadas entrevistas semi-estruturadas com profissionais das áreas do design e programação para a web nas quais foram analisados os resultados provenientes da grelha de observação. Na terceira fase foi criado um protótipo com vista a delinear a arquitetura da informação, definir o peso, relevância e relação dos elementos. Posteriormente deu-se início à criação da framework em HTML.

A criação desta framework vem dar resposta à necessidade de haver um maior fluxo de conhecimento multidisciplinar dentro das organizações. Atualmente, e especialmente em organizações de pequena e média dimensão, a informação já não se encontra contida em silos, nem é detida por departamentos específicos. É comum depararmo-nos com programadores a facultar informações geralmente detidas pelo

departamento de design para, por exemplo, aplicar uma cor específica no background de uma página web, um marketer que precisa saber como estilizar corretamente um botão a incluir numa e-newsletter, ou um designer que gostaria de obter mais informação sobre os objetivos e valores da organização para se inspirar na criação de uma peça de comunicação. Esta troca de informação pode levar ao desperdício de tempo, frustração, surgimento de erros e à interrupção do fluxo de trabalho enquanto se aguarda por uma informação simples que poderia estar segura e rapidamente disponível num Guia de Estilo para o Desenvolvimento de Produtos Digitais (GEPD) como o que poderá ser criado com o auxílio da framework desenvolvida ao longo do presente estudo.

Enquadramento

Os Guias Estilo têm vindo a agilizar a forma como profissionais de áreas criativas desenvolvem o seu trabalho e a impactar positivamente a coerência da comunicação. Estes guias refletem o pensamento por trás da estratégia de comunicação das marcas, quer a nível de design, valores e posicionamento, e regem a forma como os conteúdos são percecionados. O grau de rigidez dos Guias de Estilo varia de acordo com a natureza do público-alvo e com a liberdade criativa dada pela organização a quem comunica a sua imagem e valores.

Estes guias dividem-se geralmente em cinco tipologias, nomeadamente: (1) Guias de Estilo Editoriais e de Conteúdo; (2) Guias de Estilo de Marca e Identidade Corporativa; (3) Guias de Estilo de Programação e Estandarização de Código; (4) Guias de Estilo de Interação Humano-Computador; e (5) Guias de Estilo para a Web.

A nível de formatos, podem ser criados e distribuídos em papel ou online, de forma privada (utilizados apenas pelos colaboradores da respetiva organização) ou pública, caso em que o guia se encontra também acessível a elementos externos à organização.

Como forma de dar resposta à complexidade dos guias existentes e à multidisciplinidade das equipas, este trabalho tem como objetivo criar uma framework para o desenvolvimento de GEPD que deverá tornar o trabalho das equipas mais celebre e agilizar o acesso à informação necessária para o desenvolvimento do projeto.

Objetivos e motivação

As equipas responsáveis pela criação de websites são cada vez mais pluridisciplinares, podendo trabalhar assincronamente em espaços-tempos distintos. A ausência de um guia de estilo que identifique os principais aspetos a considerar na génese de um produto digital poderá levar a perdas de tempo desnecessárias e ao surgimento de diferenças criativas que porão em causa o bom relacionamento da equipa e a consistência da comunicação.

Existem atualmente diversas tipologias de guias de estilo, contudo, aqueles geralmente utilizados no desenvolvimento de produtos digitais são muitos específicos de cada uma das disciplinas de conhecimento para as quais dão resposta. Porém, em empresas de menor dimensão, verifica-se que cada colaborador poderá desempenhar múltiplos papéis e ter que aceder rapidamente a informações que estão tipicamente sobre a alçada de outros departamentos. O investigador deparou-se com esta situação ao longo do seu percurso profissional em pequenas e médias empresas. A importância da utilização de Guias de Estilo para manter a coerência da comunicação da marca surgiu aquando do estágio curricular na agência de marketing na qual viria a trabalhar. Aqui foi-lhe pedido que desenvolvesse um Manual de Identidade Corporativa para a organização, no qual figurassem as cores, família de fontes, variantes do logótipo e exemplos de aplicação, entre outros. Este manual foi fundamental para agilizar a criação de matérias publicitárias e transmitir rapidamente a terceiros informações relacionadas com as características da marca. Alguns anos depois, o investigador focou-se em construir uma ponte entre os departamentos de marketing, comunicação, design e programação. Nesta posição, apercebeu-se das necessidades, dúvidas e tempo investido pelos colegas na procura de informações dificilmente acessíveis, de rápida resposta e que influenciariam grandemente a qualidade do trabalho desenvolvido. Esta situação foi posteriormente confirmada pelos comentários recolhidos ao longo das entrevistas realizadas, nas quais os entrevistados demonstraram a necessidade de aceder a informação detida pelo departamento de design como, por exemplo, códigos de cor da marca, informação sobre a disposição do logótipo, ou simplesmente que família de fontes utilizar em determinada situação.

Assim, o estudo em questão visa criar uma framework para o desenvolvimento

guias de carácter mais genérico, capazes de ser lidos, compreendidos e utilizados por profissionais de várias disciplinas. Com o auxílio desta ferramenta, é esperado que a criação do manual seja mais célere, consistente e permita a uma equipa identificar a importância de cada um dos elementos e escolher quais os mais apropriados a incluir no desenvolvimento do GEPD pelo qual estão responsáveis.

Organização do documento

A dissertação é estruturada em capítulos que visam organizar a informação e explicar de forma detalhada os conceitos e processos associados ao seu desenvolvimento. O conteúdo de cada um dos capítulos é sintetizado da seguinte forma:

Capítulo 1 – Enquadramento teórico

Devido às variadas áreas disciplinares envolvidas na criação de um GEPD, foi recolhida, ao longo do enquadramento teórico, informação que abrange as áreas do branding, design e desenvolvimento de software. Neste capítulo é estudada a importância da coerência da comunicação da marca em todos os pontos de contacto com o consumidor, as diferentes tipologias de Guias de Estilo, algumas das mais importantes metodologias de desenvolvimento de software e as características dos padrões de design de interação.

Capítulo 2 - Metodologia

Neste capítulo são abordados os procedimentos metodológicos levados a cabo no desenvolvimento do projeto, os instrumentos utilizados e os procedimentos adotados para a seleção da amostra. Começou-se por criar uma tabela comparativa de análise dos diferentes manuais de identidade e FESG com vista a aferir quais os elementos mais relevantes a incluir na framework. Numa segunda fase foram realizadas entrevistas semi-estruturadas a profissionais de design e programação a residir em Aveiro e Lisboa, e a desempenhar funções nas áreas da imprensa, telecomunicações, visualização de dados e desenvolvimento de software. Estas

entrevistas tiveram como objetivo validar a organização da framework, baseada na tabela comparativa, e recolher sugestões para o seu desenvolvimento.

Capítulo 3 – Resultados do estudo

No terceiro capítulo é dado a conhecer o processo para a criação da framework, desde o protótipo inicial ao desenvolvimento da versão final da ferramenta. São também apresentados os resultados de aplicação da framework desenvolvida a um projeto real, em ambiente organizacional.

1 Enquadramento Teórico

Devido ao elevado número de disciplinas envolvidas na criação de um GEPD foi recolhida, ao longo do enquadramento teórico, informação que abrange as áreas do branding, design e desenvolvimento de software.

A primeira parte averigua a importância da coerência da comunicação da marca em todos os pontos de contacto com o consumidor. Seguidamente são analisadas as diferentes tipologias de Guias de Estilo existentes em várias áreas profissionais, desde o jornalismo ao desenvolvimento de software, com um enfoque particular nos guias utilizados ao longo do planeamento e desenvolvimento de Produtos Digitais.

Posteriormente foram estudadas algumas das mais importantes metodologias de desenvolvimento de software, utilizadas no desenvolvimento de Produtos Digitais, e como os GEPD se poderão encaixar e melhorar o fluxo de trabalho destas equipas. Finalmente serão abordadas as características dos padrões de design, nomeadamente os padrões de design de interação, com vista a compreender de que forma poderão estes contribuir para o desenvolvimento do guia.

1.1 A Marca

A Internet veio trazer uma maior concorrência entre produtos e organizações. O rápido acesso à informação, a capacidade de encontrar produtos ao mais baixo preço, a diminuição das barreiras à entrada de novas empresas e a fácil importação de bens dificultam a diferenciação pelas características do produto, tornando o papel da marca cada vez mais preponderante (Haucap & Heimeshoff, 2014). As marcas têm como fundamental objetivo criar uma ligação de cariz emocional com o público, com vista a gerar não só clientes, mas também fãs e embaixadores (Wheeler, 2006). Pretende-se que esta relação dure para toda a vida e seja capaz de tornar a marca insubstituível. A marca é assim a perceção que os clientes têm de um produto, serviço ou experiência (Neumeier, 2004) — uma forma de reputação comercial — como também a soma do valor extra que os consumidores irão pagar, ou a frequência com que optam pelas expectativas, memórias, estórias e relacionamentos de uma marca em detrimento de outras alternativas (Godin, 2009). A força da marca influencia o sucesso da organização, quer se esteja a falar de uma marca de produto, a marca de

uma organização sem fins lucrativos ou de uma startup (Wheeler, 2009).

1.1.1 Branding e elementos da Marca

A marca não é estática, mas sim um “organismo vivo” que se adapta ao meio, mantendo sempre os seus valores como a base dessa evolução. Tal como as marcas, as organizações devem-se transformar, mover e interagir de forma a se conseguirem adaptar à mutabilidade do mercado (Leitão, Lélis, & Mealha, 2014). A marca abraça todos os elementos que a constituem, transformando-os num sistema. Alguns desses elementos são: (a) o nome; (b) o logótipo; (c) tag line, true line, slogan ou mantra; (d) símbolo, ícone ou marca; (e) assinaturas ou trademarks; (f) cor; (g) tipografia; (h) iconografia; (i) som; (j) movimento; (k) sabor ou aroma; (l) formas de interação; (m) ou outras manifestações que possam ser registadas (Amado & Fonseca, 2014), encontradas na (figura 1).



Figura 1 – Pontos de contacto com o consumidor

Fonte: Wheeler (2009)

Consistência

A comunicação da marca deve ser feita de forma consistente e continuada para, ao longo do tempo, criar o seu espaço na mente do consumidor (Eisenberg & Eisenberg, 2006). Esta comunicação deve trazer consistência, visual, verbal, a nível de pensamento e intenção, aos elementos distintivos da marca para ajudar ao crescimento da empresa e tornar a venda de produtos mais eficaz (Wheeler, 2006).

1.2 Guias de Estilo

Os guias de estilo são utilizados nas áreas da educação, jornalismo, política, advocacia, marketing, design para a web, programação, design gráfico, sendo que a sua tipologia varia consoante a área de aplicação. Estas tipologias dividem-se em guias de estilo editoriais e de conteúdos (jornalismo, governo, advocacia, marketing), manuais de identidade corporativa (marketing, design gráfico), guias de estilo de programação e standardização de código (design para web, programação), guias de estilo de interface humano-computador (design para a web, programação) e os guias de estilo para a web (design para a web, programação).

Os guias de estilo visam manter a solidez visual e funcional dos elementos da marca e da forma como estes se relacionam entre si através da promoção de boas-práticas a nível de design, reforçando o branding de forma consistente (Gale, 1996), sendo que o seu conteúdo pode variar de projeto para projeto ou de organização para organização.

Estes guias poderão seguir uma linha mais estrita e ditar regras a ser impreterivelmente aplicadas por quem com eles trabalha, ou apresentar conselhos, isto é, regras gerais que poderão ser quebradas caso o designer/programador ache justificável fazê-lo (Debenham, 2013).

1.2.1 Guias de Estilo Editoriais e de Conteúdos

Os guias de estilo de conteúdo focam-se na forma como a empresa comunica com o público, especialmente no que refere à comunicação online, estabelecendo regras para garantir que o conteúdo apresentado é sempre coerente e respeita a

mensagem e o tom-de-voz da marca. Os conteúdos são variados e podem abranger os elementos visuais, *copy*, SEO, metadata e comunicação nas redes sociais.

Já os guias de estilo editoriais pretendem ser uma ponte entre os escritores/jornalistas e os editores permitindo uma comunicação consistente e clara quer em meios impressos ou eletrónicos. Enumeram e respondem a algumas das principais questões que podem surgir sobre títulos, significado de palavras ou imagens. O “Editorial Style Guide for Yale University Publications” (Yale University, 2011), encontrado na figura 2, é exemplo disso, apresentando imediatamente na sua capa alguns cuidados e regras a seguir pelos investigadores da Universidade de Yale aquando da formatação das suas publicações. O Livro de Estilos do jornal Público, por sua vez (figura 3), apresenta um conjunto de regras técnicas e deontológicas que se inspiram em critérios de bom senso, bom gosto e rigor profissional (Público, 1998).

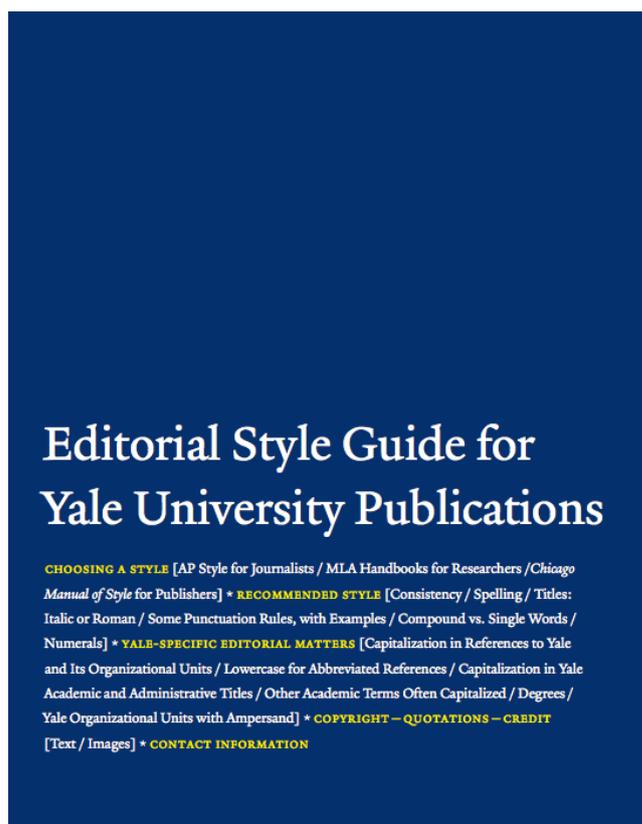


Figura 2 – Guia de estilos editorial da Yale University Publications

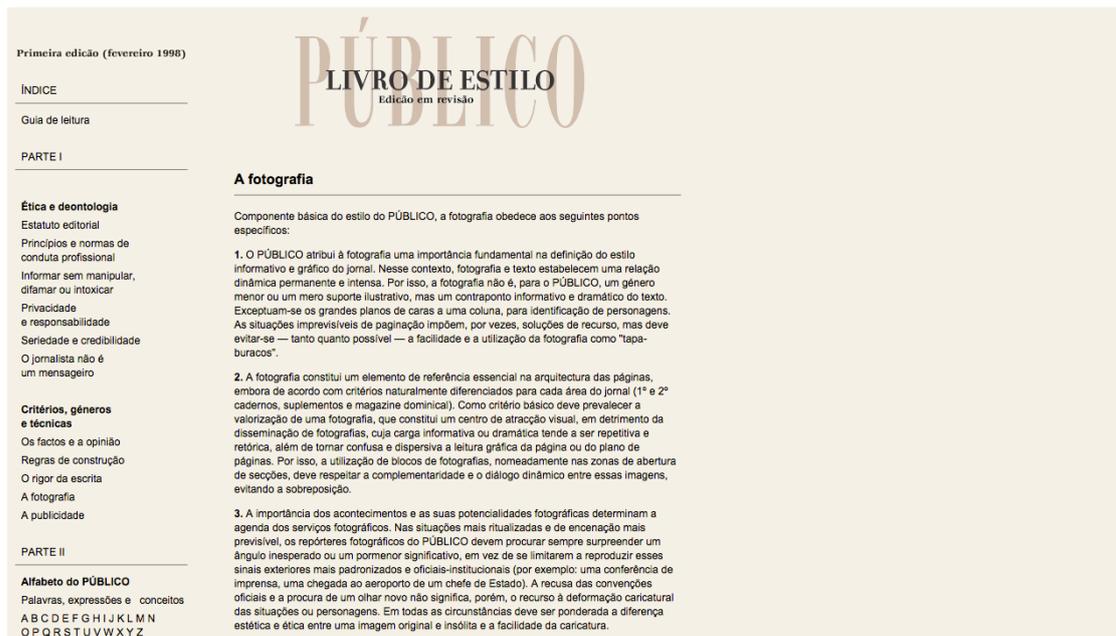


Figura 3 - Livro de Estilo do PÚBLICO

1.2.2 Manuais de Design Gráfico

Os manuais de design gráfico começaram por ser utilizados para aconselhar e definir regras de como comunicar a marca em materiais impressos (Gale, 1996). Geralmente denominados de “identity standards manuals”, os nomes variam bastante, encontrando-se outras denominações como “brand bible” e “brand guidelines”, por exemplo. A complexidade pode variar bastante entre manuais sendo que alguns são muito extensos e outros bastante sintéticos. Alguns dos principais temas abordados pelos manuais de identidade (Cousins, 2013) são:

1. resumo geral da marca, incluindo a sua história, visão e personalidade;
2. especificações quanto ao logótipo e exemplos de utilização;
3. tipografia;
4. paleta de cores;
5. especificação do uso da imagem, incluindo estilo de fotografia;
6. estacionário [Economato, ou aplicações de material de escritório];
7. layouts e grelhas para projetos web e impressos;
8. especificações para sinalética e publicidade em outdoors;
9. estilo de escrita e tom de voz;

10. indicações para comunicação nas redes sociais;
11. exemplos visuais que apoiem cada uma das regras.

Os temas abordados variam geralmente de manual para manual. Referência ainda para indicações alusivas ao tom-de-voz, encontradas em alguns dos manuais analisados que indicam como a marca deverá comunicar de forma escrita (principais palavras a utilizar, a sua ordem, ritmo e cadência), assim como os valores e características da personalidade a transmitir.

Contudo, os manuais de design gráfico não são adaptados para a web. Apesar de esta realidade ser considerada em alguns manuais, esta é apenas uma adaptação, quando deveria ser considerada de raiz. Um exemplo incorreto desta “adaptação forçada” é a utilização do sistema de cores CMYK para representar cores que deverão ser visualizadas no ecrã; ou a utilização de fontes visualmente ricas em papel, mas de difícil legibilidade em monitores de computador.

1.2.3 Guias de Estilo de Programação e Estandarização de Código

Estes guias são geralmente dirigidos a programadores e dão indicações no que respeita à organização do código desenvolvido para, especialmente em projetos colaborativos à distância, todos os participantes seguirem a mesma lógica de organização. Algumas das indicações dadas poderão passar pela utilização de espaços ou tabs na indentação, pela utilização de underscores versus camelCase para identificar variáveis, comentários, whitespace, naming, entre outros.

Um dos primeiros guias de estilo de programação e estandarização de código foi criado em 1992 pela W3C (figura 4) com vista a dar a conhecer as boas-práticas de utilização de código HTML (W3C, 1992). Estes apresentam uma série de indicações tais como regras de capitalização, utilização de abreviaturas, pontuação, gramática, formatação de citações e outras referências.

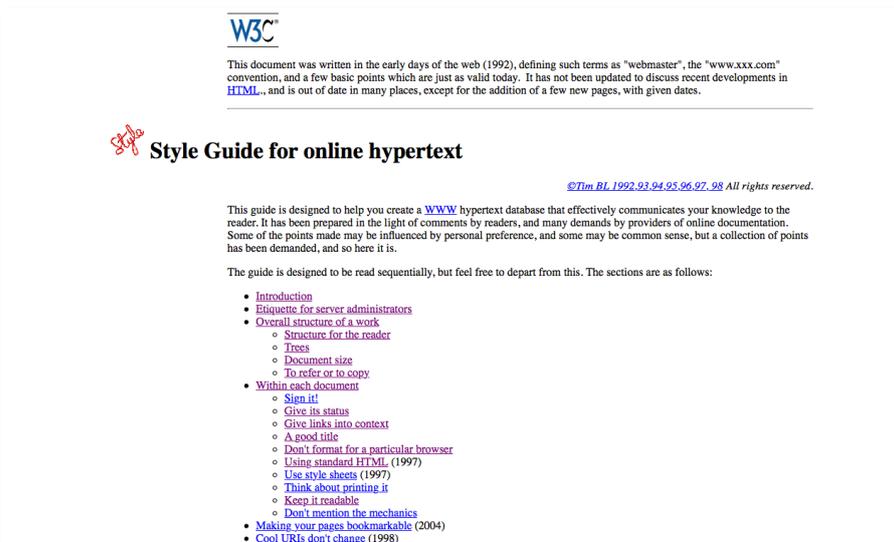


Figura 4 - Guia de Estilo para formatação de HTML

1.2.4 Guias de Design de Interação

Os Guias de Estilo de Design de Interação são: ferramentas que asseguram a consistência de um conjunto de produtos; um repositório de guias e padrões de design; uma forma de colocar grupos a trabalhar em conjunto; um auxiliar para novos membros de uma equipa (Wilson, 2001). Estes identificam algumas regras que devem ser respeitadas de forma a que a interface do produto final seja a mais coerente e intuitiva possível. Algumas destas regras deverão assegurar que determinados elementos, tais como botões e caixas de seleção têm o mesmo comportamento que aquele que os utilizadores já trazem de outras aplicações, podendo o conhecimento ser transferido de uma ferramenta para a outra com vista a diminuir o tempo de aprendizagem e aumentar a satisfação ao utilizar o produto (Simpson, 1999). Alguns dos benefícios dos guias de design de interação passam por (Reed et al., 1999):

Conseguir um visual e uma funcionalidade específica. A standardização do aspeto visual e da funcionalidade do software permite que os utilizadores transfiram o seu conhecimento de utilização de um produto de software para outro, facilitando a sua utilização e evitando que tenham que passar por um novo processo de aprendizagem, diminuindo potenciais custos associados à formação;

Melhorar a consistência. A standardização pode ocorrer em vários contextos, como por exemplo, a no que refere à utilização dos componentes de uma

aplicação em todo, ou partes, de um sistema operativo.

Investigação em Design de Interação. Os padrões utilizam o vasto conhecimento da pesquisa e práticas aceites no campo do design de interação. Os autores dos padrões assimilam e interpretam a pesquisa, transformando-a em boas-práticas a ser seguidas pelos designers.

Agilização do desenvolvimento. Os padrões facilitam a tomada de decisão a nível do design, fazendo com que estes possam investir o seu tempo em tomadas de decisão estratégicas que se revelem mais difíceis ou críticas.

Avaliar a usabilidade. Os padrões providenciam uma base para aferir a usabilidade dos produtos. Numa situação em que todas as variáveis sejam iguais, um produto que vá ao encontro dos padrões de design de interação deverá ser utilizado mais facilmente comparativamente a outro onde isso não se verifique.

Os guias de design de interação podem ajudar as equipas de programação e comerciais em vários aspetos: no que toca aos programadores, estes passam por manter o controlo sobre o aspeto visual e funcional; minimizar a reinvenção; proporcionar melhorias a nível da aprendizagem; permitir a produção de software reutilizável e reduzir o tempo necessário para o desenvolvimento e reduzir decisões de design arbitrárias. Já para a equipa comercial, as vantagens passam por criar sistemas que reduzam os custos com o apoio técnico e aumentar a satisfação do utilizador; melhorar o conhecimento do mercado; melhorar o conhecimento do produto e reduzir custos com a formação; diminuir a rotatividade da equipa e aumentar a aceitação de novos sistemas por parte dos utilizadores (Wilson, 2001).

Front-End Style Guides

São os FESG os que mais contribuem para a consistência dos elementos da Marca na web. A principal diferença entre os guias de estilo “tradicionais” e os FESG é o facto dos últimos serem gerados através de código informático e apresentados no browser, geralmente numa só página, atribuindo uma lógica modular no que refere ao desenvolvimento (Debenham, 2011).

Os FESG são compostos por elementos que operam de forma modular, como blocos que compõem o website, cujo código pode ser copiado e replicado em qualquer página (figura 5). Apesar de serem considerados como blocos isolados, estes

podem ser combinados como uma colagem para formar um sistema (Frost, 2014). Os módulos existentes são apresentados no pattern portfolio; uma página que reúne todos os módulos do website.

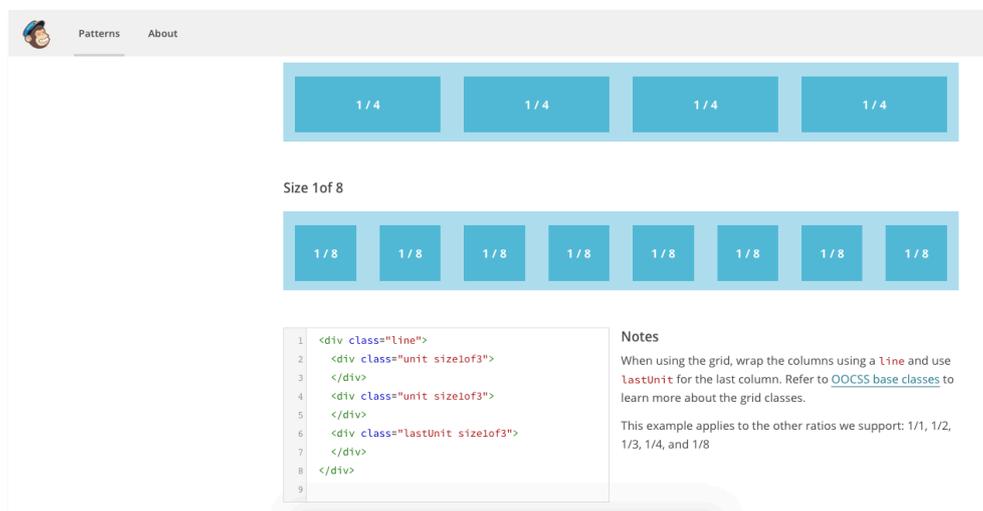


Figura 5 – Front-End Style Guide do MailChimp

Criados e mantidos por programadores front-end, os FESG são compostos por blocos de código HTML. A este código são atribuídas classes específicas que, estilizadas através de CSS e Javascript, irão editar visualmente cada componente do website. Isto permite que ao modificar uma porção do código, as alterações visuais/funcionais se propaguem instantaneamente por todo o website. Os FESG permitem ainda agilizar o fluxo de trabalho dos membros da equipa e definir standards, de forma a tornar o código mais fácil de reutilizar e consultar.

Anna Debenham identifica duas formas de abordar as guias de design. Estas podem ser pouco rígidas e dar ao designer a possibilidade de ser criativo — como é o caso do “Brand Toolkit” da Mozilla — ou bastante precisas, encorajando a uma maior consistência na forma como a marca é apresentada, como nas “Human Interface Guidelines” da Apple (Debenham, 2011).

Os FESG permitem, por um lado, detetar mais facilmente falhas a nível da aplicação de estilos tipográficos e, por outro, ter a certeza que estes serão sempre aplicados de forma consistente e se adaptam corretamente às características dos diferentes dispositivos e tamanhos de ecrã de forma a manter a legibilidade. Esta flexibilidade permite testar vários tamanhos de texto, fontes, cores e como estes

afetam os restantes elementos visuais presentes nas páginas de forma a tomar decisões que permitam criar um resultado final coeso, pensado de forma holística ao invés de página-a-página. Contudo, nem todas as organizações estão preparadas para investir os recursos necessários no desenvolvimento de um FESG.

1.3 Desenvolvimento de Software

O desenvolvimento de software diz respeito ao processo de programação de computadores, elaboração de documentação, realização de testes e correção de bugs.

Este processo tem vindo a evoluir ao longo dos anos (Cooper, Reimann, & Cronin, 2014). Numa fase inicial, o programador era responsável pela conceção, programação e realização dos testes ao produto digital até este estar pronto para distribuição comercial. Os programadores viram aqui a necessidade de começar a colaborar com gestores, capazes de aferir as necessidades de mercado para o qual o produto digital seria desenvolvido para aumentar a viabilidade do mesmo. Com o surgimento dos graphical user interfaces (GUI) os designers começaram também a fazer parte da equação e tornaram-se responsáveis por compreender as necessidades dos utilizadores e criar interfaces intuitivas e apelativas. A figura 6 ilustra a evolução e as várias fases do processo de desenvolvimento de software (Cooper et al., 2014).

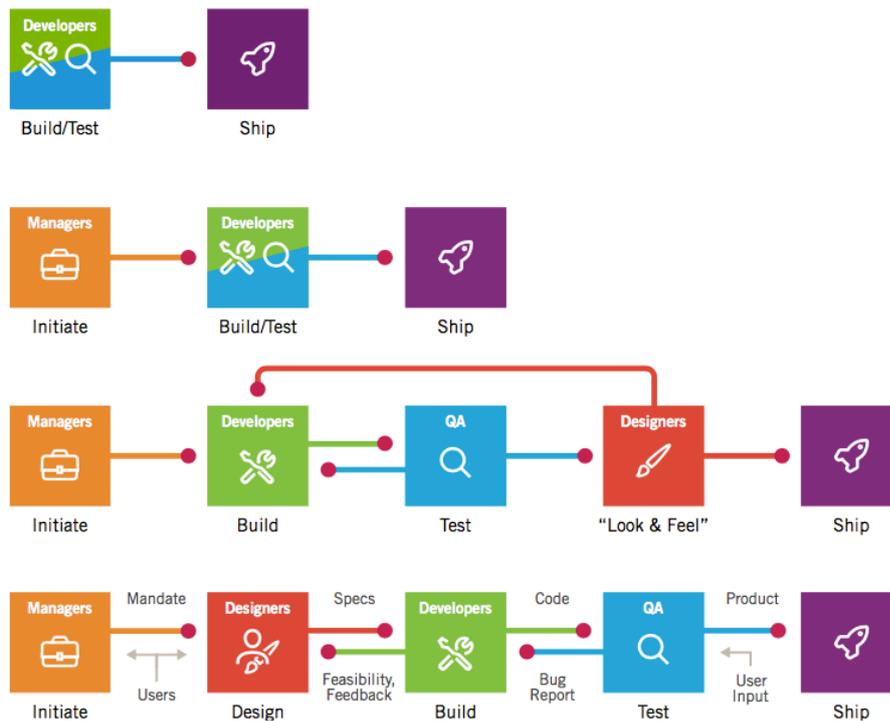


Figura 6 – Evolução do processo de desenvolvimento de software

Assim, o desenvolvimento de software, pode incluir a investigação, desenvolvimento, prototipagem, modificação, reutilização, re-engenharia, manutenção ou quaisquer outras atividades que resultem em produtos de software — tal como a produção/desenvolvimento de páginas da web. Estes podem ser desenvolvidos para uma variedade de propósitos, sendo que, os três mais comuns são o atender às necessidades específicas de um cliente (como é o caso do software personalizado), atender a uma necessidade percebida por um grupo de utilizadores potenciais (como no caso do software open-source ou comercial) ou para utilização pessoal (desenvolvimento de software para agilizar tarefas recorrentes).

Existem atualmente 10 categorias de desenvolvimento de software (Neef, 2015): desenvolvimento para a web, desenvolvimento mobile, data science, desenvolvimento de aplicações, desenvolvimento back-end, desenvolvimento de ferramentas de software, desenvolvimento de API, desenvolvimento de sistemas embebidos, desenvolvimento de software de segurança e computação na nuvem. Para o desenvolvimento de software para cada uma destas categorias, os responsáveis de projeto recorrem a metodologias de desenvolvimento (também conhecidas como modelos ou ciclo-de-vida de desenvolvimento de software), cada uma com um

propósito, pontos fortes e pontos fracos (Preece, Rogers, & Sharp, 2002). Existem várias abordagens diferentes para o desenvolvimento de software: algumas seguem uma abordagem mais estruturada, baseada em engenharia para o desenvolvimento de soluções de negócios, enquanto outras apresentam uma abordagem mais incremental, em que o software evolui enquanto é desenvolvido peça-a-peça. Algumas das abordagens mais reconhecidas são o modelo Waterfall, o modelo iterativo, o modelo espiral, o V-Model e o modelo Big Bang.

As fases de desenvolvimento podem ser do tipo linear (Waterfall), do tipo iterativo (prototipagem, RAD) ou uma combinação dos dois (Incremental, Espiral) (Department of Health & Human Services - USA, 2005). No tipo iterativo é investido menos tempo no planeamento e documentação, e mais tempo na criação de código e desenvolvimento de testes e apresentando um produto funcional (ou livre de bugs) em praticamente todas as fases do ciclo-de-vida.

A metodologia Waterfall foi a primeira abordagem a ser aplicada ao desenvolvimento de software. Aqui, os responsáveis pelo projeto tentam aferir a maioria dos riscos numa fase inicial e desenvolver um plano detalhado para o software antes da implementação (início do desenvolvimento de código), e evitar mudanças de projeto significativas e re-codificação em fases posteriores do ciclo-de-vida (Balaji, 2012). Existem vantagens e desvantagens visíveis para cada uma das abordagens, sendo que a melhor abordagem para a resolução de um desafio com base no desenvolvimento de software depende muitas vezes da natureza do próprio desafio. O modelo Waterfall deve ser utilizado em situações nas quais o projeto é grande, complicado e envolve muitos recursos, o projeto tem objetivos claros e uma solução definida, não existe pressão para uma implementação imediata; os requisitos do projeto são estáveis ao longo do ciclo-de-vida do desenvolvimento, a composição da equipa é instável e poderá flutuar (Department of Health & Human Services - USA, 2005). Se, por outro lado, o problema for único e a solução não poder ser visualizada à partida pela equipa de desenvolvimento, então uma abordagem mais extrema pode revelar-se a solução mais adequada.

1.3.1 Abordagens de desenvolvimento

Modelo Waterfall

O modelo Waterfall é um processo de desenvolvimento sequencial, utilizado na criação de software em que o processo é visto como se a fluir de forma constante para baixo (como uma cascata), passando pelas fases de concepção, iniciação, análise, projeto, construção, teste, produção/implementação e manutenção (Preece et al., 2002). Este modelo deverá ser utilizado quando os requisitos são conhecidos, claros e fixos; o produto está bem definido; a tecnologia é compreendida, não existem requisitos ambíguos; existem amplos recursos disponíveis e conhecimento necessário, o projeto é curto (Petersen, Wohlin, & Baca, 2009).

Este modelo teve origem nas industriais da manufatura e de construção, aplicado a ambientes físicos altamente estruturados, nos quais a realização de uma alteração posterior se tornaria proibitivamente cara ou impossível. Como não existem metodologias formais de criação de software, este processo de desenvolvimento de estruturas físicas foi adaptado a esta realidade.

No modelo em cascata original (Royce, 1970) as fases implicadas seguem a seguinte ordem:

- Levantamento de requisitos de sistema e software, registados num documento;
- Análise: que resulta na elaboração de modelos, esquemas e questões relacionadas com o negócio;
- Design: que dá origem à arquitetura de software;
- Teste: para a descoberta sistemática e correção de bugs;
- Operações: a instalação, migração, suporte e manutenção de sistemas completos.

Desta forma, a metodologia Waterfall realça que só se deverá avançar para a fase seguinte depois da fase anterior ter sido revista e verificada. Contudo, alguns dos modelos Waterfall, como o “Multi Waterfall” e o V-Model (Balaji, 2012), que seguem uma lógica incremental, apresentam adaptações relativamente ao original que podem incluir pequenas ou grandes modificações a este processo, como por exemplo, voltar a uma fase anterior após serem encontradas falhas a jusante, ou até mesmo

voltar à fase de Design caso o desenvolvimento das fases a jusante sejam consideradas insuficientes.

Modelo Incremental

No modelo Incremental todos os requisitos são divididos em vários módulos menores e mais facilmente geridos (figura 7). Cada módulo passa pelas fases de requisitos, projeto, implementação e testes. É produzida uma versão funcional do produto de software durante o primeiro módulo o que torna possível ter um software operacional nas primeiras fases do ciclo-de-vida. Cada versão posterior do módulo acrescenta funções à versão anterior. O processo continua até que todo o sistema é concluído. No modelo incremental trabalha-se gradualmente, peça-a-peça, esperando-se que cada uma dessas peças esteja totalmente concluída (Taneja, Sarpal, & Arora, 2013).

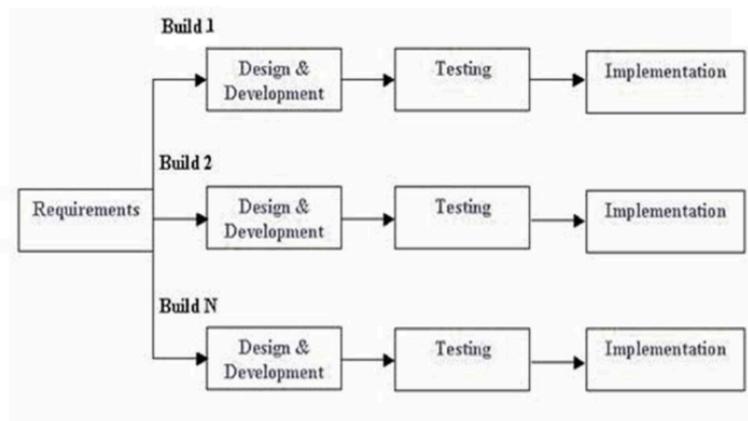


Figura 7 - Diagrama do modelo Incremental

Modelo em Espiral

O modelo em Espiral (figura 8) é semelhante ao modelo incremental, contudo, é dada mais ênfase à análise de risco e à prototipagem (Boehm et al., 1987). O modelo incorpora estes dois aspetos numa framework iterativa que permite que as ideias e o progresso sejam constantemente analisados e avaliados, tendo como principal

objetivo o controlo de riscos. Contrariamente ao que se verifica no modelo Waterfall, o modelo em Espiral encoraja a consideração de alternativas e a reavaliação das fases nas quais possam surgir problemas.

Os requisitos são recolhidos durante a fase de planeamento. Na fase de análise de risco é realizado um processo para identificar riscos e possíveis soluções, sendo criado um protótipo no final desta fase. Na fase de engenharia é desenvolvido o software, aliado à realização de testes no final da fase. A fase de avaliação permite que o cliente avalie o resultado do projeto antes de este transitar para a próxima espiral.

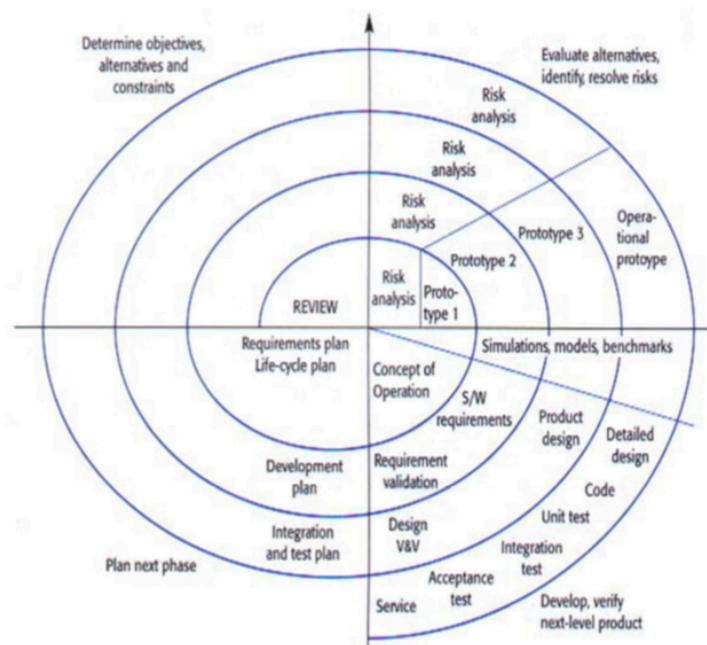


Figura 8 - Diagrama do Modelo em Espiral

Modelo Agile

A filosofia Agile teve origem em 2001 com a criação do “Agile Manifesto” cuja finalidade foi a de encontrar um terreno comum para a promoção das melhores práticas para o desenvolvimento de software. Este Manifesto foi criado por um grupo de profissionais representantes das áreas de Extreme Programming, SCRUM, DSDM, Adaptive Software Development, Crystal, Feature-Driven Development e Pragmatic Programming (Robinson, 2013). O modelo Agile (figura 9) baseia-se numa filosofia iterativa que permite a criação de um produto de forma incremental. Um dos

principais benefícios é a possibilidade de adaptar e mudar o produto em qualquer fase, com base no feedback, condições do mercado e obstáculos organizacionais, com vista a criar um produto que esteja o mais próximo possível das necessidades do mercado (Sirina, 2016).

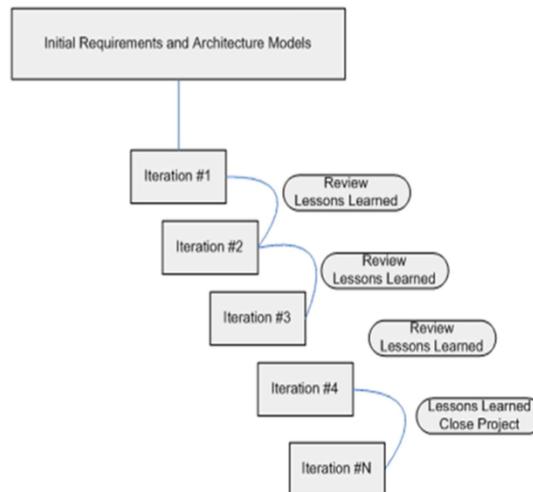


Figura 9 – Diagrama representativo do modelo Agile

Desde a criação do “Agile Manifesto” em 2001 surgiram vários métodos de desenvolvimento de software baseados no modelo Agile, tais como, DSDM, Extreme Programming, Feature Driven Development e SCRUM. Ao aplicar estes métodos o processo de desenvolvimento de software adapta-se mais facilmente ao ambiente em mudança, o software operacional torna-se mais relevante que a documentação extensa, os indivíduos e interações são considerados mais importantes que ferramentas e processos, e o valor da colaboração do cliente é superior ao do contrato realizado (Vlaanderen, Jansen, Brinkkemper, & Jaspers, 2011). O SCRUM adjudica que muitos dos processos existentes durante o desenvolvimento de um produto de software não podem ser previstos, sendo que as únicas duas partes bem definidas durante o processo de criação de software são a primeira e a última (planeamento e encerramento) (Vlaanderen et al., 2011). Entre essas duas fases a equipa trabalha na criação do produto final numa série de fases denominadas de sprints durante os quais não podem ser introduzidos novos requisitos. O primeiro sprint é geralmente denominado de sprint 0, durante o qual são definidos os aspetos centrais do projeto tais como questões relacionadas com formação, hardware e software a utilizar durante

o projeto. Existem ainda equipes nas quais se verifica a existência de um sprint -1, anterior ao sprint 0, composto por uma pequena equipe representativa do utilizador e da área de negócio para avaliação das necessidades e perceber as possibilidades do produto que será desenvolvido (Bowes, 2014).

1.3.2 Padrões de Design

Os padrões de design tratam-se da apresentação de melhores-práticas sistematizadas para dar resposta a problemas de design concretos e recorrentes (Tidwell, 2010). Tratam-se de soluções comprovadas para desafios a nível do design que consideram o problema em questão, e tentam balançar da melhor forma os pros e contras de cada abordagem, sugerindo a opção mais equilibrada. Os padrões podem ser de alto nível, descrevendo o contexto de aplicação, e padrões de baixo nível que podem ser utilizados no seguimento dos primeiros para refinar a solução (Borchers, 2001; Carvalhais, 2008). Segundo Carvalhais, os padrões de design “devem ser suficientemente abstratos para serem mais ou menos universais na sua utilidade, mas ao mesmo tempo, específicos o suficiente para terem alguma utilidade” (Carvalhais, 2008). Esta hierarquia estrutura uma coleção extensiva de padrões numa linguagem de padrões que por sua vez estão incluídas numa biblioteca de padrões (Camps, 2016).

Os padrões de design são encontrados em múltiplos domínios de conhecimento que podem ir da programação à arquitetura. Os primeiros e mais detalhados padrões de design surgiram com o livro “A Pattern Language” pelo autor Christopher Alexander. Aqui o autor define padrões de design como elementos de uma linguagem que relatam um problema que ocorre uma e outra vez na envolvente, descrevendo posteriormente o âmago da solução para esse problema (Alexander, Ishikawa, & Silverstein, 1977). Um problema de design encontrado no âmbito da arquitetura pode ser o facto de se desejar contruir uma habitação suficientemente iluminada, que possibilite uma boa iluminação durante todo o ano, mas que não se torne demasiado quente durante os meses quentes de verão. O padrão de design aqui aplicado não apresenta uma regra de como atuar, mas sim elementos que deverão ser considerados e adaptados de acordo com a localização, a experiência do arquiteto e os desejos do cliente. Essa solução pode depois ser aplicada milhões de vezes sem ser realizada duas vezes da mesma forma (Alexander et al., 1977). Efetivamente, documentar um padrão de design exige a explicação da situação em que um

determinado problema ocorre e como os componentes do padrão se relacionam entre si para chegar a uma solução (Maioriello, 2002).

Por sua vez, o primeiro livro relacionado com a aplicação de padrões de design a projetos de desenvolvimento de software e programação orientada a objetos surgiu em 1994 com a publicação do livro “Design Patterns: Elements of Reusable Object-Oriented Software”, por Erich Gamma, Richard Helm, Ralph Johnson e John Vlissides.

O livro apresenta 23 padrões de design identificados com base na experiência que os autores tinham na altura. Estes padrões foram selecionados por apresentar soluções de problemas comuns encontrados no processo de desenvolvimento de software. Neste caso em concreto, os padrões de design representam relações entre classes e objetos com responsabilidades definidas que atuam em concerto para chegar a uma solução. Um exemplo da aplicação dos padrões de design ao desenvolvimento de software é o padrão do Adaptador que apresenta uma solução num cenário em que o cliente e o servidor precisam interagir um com um outro, mas não podem porque as suas interfaces são incompatíveis.

A primeira coleção de padrões de design de interação surgiu com o livro “A Pattern Approach to Interaction Design”, publicado em 2001 por Jan Borchers. Este tema continuou a ser investigado com o livro “Common Ground”, publicado em 2005 por Jenifer Tidwell, que inspirou o surgimento de múltiplos padrões de design para o desenvolvimento de interfaces aplicadas a vários dispositivos com os quais interagimos no nosso dia-a-dia, desde o smartphone ao televisor, passando pelo computador. Em “Common Ground”, Tidwell afirma que cada padrão tenta equilibrar um conjunto de forças que apontam para diferentes direções. O padrão define então uma regra primária sobre como essas forças podem ser transformadas para encontrar a melhor solução para um problema de design (Tidwell, 2000).

Os padrões de design permitem que profissionais de diferentes áreas expressem o seu conhecimento na forma de linguagem de padrões. Assim, engenheiros de software, especialistas no desenvolvimento de aplicações e na área de interação humano-computador conseguem comunicar através de um vocabulário comum e mais explícito (Carvalhais, 2008). Outras das vantagens do uso de padrões de design passam por: facilitar a comunicação entre designers e engenheiros de software; melhorar a qualidade de soluções de design e reduzir o tempo e esforço em

novos projetos e facilitar a transmissão de conhecimento (Cooper et al., 2014).

1.3.3 Prototipagem e Fidelidade no desenvolvimento

No desenvolvimento de produtos digitais, os protótipos permitem criar uma representação visual da interface do sistema que poderá ser de menor complexidade e fidelidade ou representar de forma precisa a interface do produto final (Houde & Hill, 1997). Para criar um protótipo podem ser utilizadas várias ferramentas, como papel, ferramentas de design, software que permita simular fluxos de interação ou versões alfa do sistema final (Ribeiro, 2012). Os protótipos permitem consolidar ideias, fomentar a discussão saudável entre a equipa e apresentar um esboço a potenciais utilizadores para a realização de testes de usabilidade e identificar pontos de melhoria. Warfel identifica a sequência de fases que utiliza na sua organização para a criação de um protótipo: criação de esboços, apresentação e crítica em equipa dos esboços realizados, desenvolvimento do protótipo, realização de testes (Warfel, 2009). No que refere à aproximação ao produto final, ou o grau de fidelidade, os protótipos podem ser de baixa ou alta fidelidade, consoante o nível de detalhe, funcionalidade, similaridade de interação e aproximação estética (Ribeiro, 2012). Os protótipos de baixa fidelidade são representações simples, úteis nas primeiras fases do projeto pois permitem tangibilizar ideias a trocar com a equipa, experimentar e alterar com facilidade. Já os protótipos de alta fidelidade representam o aspeto final pretendido para a interface do sistema, servindo de base para a criação do mesmo. Não deve aqui haver uma preocupação com o nível de fidelidade durante o desenvolvimento do protótipo, sendo que o mais importante é que este cumpra os objetivos para com a audiência (Warfel, 2009).

1.4 Proposta de Framework para Guias de Estilo de Produtos Digitais

A framework para a criação de GEPD pretende identificar quais os elementos mais importantes a ser considerados por programadores, designers e marketers, aquando do desenvolvimento e manutenção de um produto digital. Este termo quer-se abrangente, para conseguir abraçar as diferentes disciplinas referidas, contudo, poderá revelar-se algo impreciso por o termo “produto digital” poder englobar diversos tipos de produto. Para além da identificação dos elementos mais relevantes, esta framework tem também uma função formativa, contextualizando cada um dos elementos e explicando o porquê da sua existência. Assim, considera-se que os principais objetivos desta ferramenta são:

- Criar uma ponte de comunicação entre departamentos;
- Identificar os elementos mais importantes a ser considerados na criação de um GEPD;
- Contextualizar cada um dos elementos identificados;
- Ser adaptável à realidade da organização;
- Ser uma ferramenta de código aberto.

Ao longo das reuniões de orientação, o investigador conclui que os FESG, são a tipologia de guias de estilo cujas características e desafios de implementação mais se aproximam da ferramenta a desenvolver neste projeto. A sua apresentação em forma de página web permite uma rápida atualização e adaptação dos conteúdos à necessidade de organização; apresenta de forma clara o comportamento dos elementos funcionais do website e possibilita a introdução de elementos multimédia que, caso necessário, poderão explicar mais claramente como preencher cada elemento identificado. Desta forma, procedeu-se à recolha de informação mais aprofundada sobre os FESG no que refere aos benefícios e forma de implementação, sendo esta apresentada nos pontos 1.4.1. e 1.4.2.

1.4.1. Passos para implementar um FESG

Para a criação da framework para o desenvolvimento de GEPD, o investigador irá inspirar-se no método delineado por Anna Debenham para a criação de FESG. Esta escolha prende-se com o facto de os FESG serem também Guias de Estilo preparados para a web que contemplam alguns dos elementos visuais e funcionais que deverão estar presentes no website.

A autora começa por fazer referência à importância de imprimir e nomear representações dos elementos e componentes que serão necessários incluir no guia de estilos, fazendo uma nota do propósito de cada um dos componentes. Nesta fase, deverão ser atribuídas cores a diferentes elementos tais como links, headings e botões. Posteriormente são atribuídos estilos-base, associados a cada um dos elementos principais, tais como headings, links, tabelas, block quotes, listas ordenadas, listas desordenadas e formulários. Cada um destes elementos deverá ter um documento específico a ser reutilizado em cada projeto. Seguidamente deverão adicionados os componentes com prioridade sobre os estilos-base, tais como caixas de pesquisa, breadcrumbs, mensagens de feedback e comentários ao blogue. Deverão ser também incluídos estilos de interação, tais como o hover e o active nos botões. Finalmente, deverá ser criado o layout e incluir os componentes nos locais desejados. Cada layout pode ser apresentado em documentos separados ou todos no mesmo documento de forma organizada (Debenham, 2013).

1.4.2. Benefícios da utilização de FESG

No que refere aos benefícios de manter um FESG, verifica-se que estes são mais fáceis de testar pois um guia de estilos unificado simplifica a identificação de break-points, permitindo conhecer rapidamente como cada elemento se adapta a diferentes larguras de ecrã, testar bugs de browsers e criar uma folha de estilos impressa quando todos os elementos se encontram na mesma página. O FESG traz ainda melhorias a nível do fluxo de trabalho já que a criação de uma ferramenta deste género no início do desenvolvimento do website agiliza todo o processo comparativamente à criação de um guia para todas as páginas. O FESG permite ainda perceber como cada elemento se relaciona com todo o website e não apenas com a

página onde está inserido. Para além dos aspetos mencionados anteriormente, o FESG é ainda uma referência útil na medida em que se pode tornar numa checklist para designers e copywriters pois facilita a articulação dos elementos a incluir no website para que nenhum elemento importante seja esquecido.

1.5 Considerações finais do enquadramento teórico

O enquadramento teórico aqui realizado pretendeu dar resposta ao desafio deste projeto que passa pela criação de uma framework para o desenvolvimento de GEPD. Estes visam melhorar a comunicação entre equipas multidisciplinares, agilizar a criação de produtos digitais e possibilitar a comunicação dos elementos da marca de forma harmoniosa, em cada um dos pontos de contacto, para que possa ser percebida pelos clientes como se de uma pessoa real se tratasse.

Tendo como referência as tipologias de guias de estilo identificadas no enquadramento teórico, verifica-se que os GEPD irão combinar algumas das características dos manuais de design gráfico, dos guias de design de interação e dos guias de estilo para a web, mais concretamente dos FESG. Pretende-se assim identificar quais os elementos presentes nestes manuais que poderão ser úteis a indivíduos de áreas profissionais diferentes daquelas para as quais os manuais foram especificamente criados, e que deverão ser incluídos no GEPD.

Dada a multidisciplinariedade de perfis, será também importante recorrer à utilização de padrões de interação que sejam reconhecíveis pelos profissionais das várias áreas e que ajudem a tornar a ferramenta o mais intuitiva possível. Por a criação de um guia com estas particularidades envolver a análise de uma grande quantidade de informação, que terá que ser analisada e filtrada para chegar aos elementos mais relevantes, é importante que o desenvolvimento da framework seja realizado de forma iterativa, recorrendo a protótipos passíveis de serem analisados e validados pelos utilizadores com vista à sua contínua melhoria. O desenvolvimento da framework seguirá uma abordagem iterativa pois será necessário testar a ferramenta junto dos utilizadores e melhorá-la de acordo com o feedback obtido para possibilitar criar um produto o mais próximo possível das suas necessidades dos profissionais. Para tal será seguida uma abordagem Agile na qual serão definidas à partida metas por cada fase de iteração, geralmente definidas pelo orientador. Cada iteração terá uma duração de aproximadamente duas semanas, marcadas pelas reuniões de acompanhamento

onde serão apresentados os outputs criados na última fase de iteração e delineadas as metas a concretizar na próxima iteração. Espera-se que a framework para o desenvolvimento de GEPD seja aplicada par-a-par com o desenvolvimento dos projetos de forma a que os responsáveis possam recorrer à lista de elementos disponibilizada, ao longo do processo. Numa fase inicial da aplicação poderão não ser preenchidos todos os pontos, sendo estes completados à medida que o projeto avança, servindo simultaneamente como um guia e como um elemento que irá fomentar a reflexão entre os membros da equipa sobre a melhor forma de abordar o desenvolvimento do Produto Digital.

2 Metodologia

No presente capítulo será identificada e analisada a metodologia a levar a cabo para o desenvolvimento do projeto. Aqui serão abordados os procedimentos metodológicos a realizar na pesquisa, tais como a sua classificação em função da natureza, do problema, dos objetivos, da abordagem e dos procedimentos técnicos. Neste capítulo serão igualmente identificados os instrumentos utilizados e os procedimentos adotados para a seleção da amostra.

2.1 Abordagem metodológica

Esta investigação optará por uma abordagem metodológica qualitativa. Nesta abordagem, a nível conceptual, o objeto de estudo da investigação não são os comportamentos, mas as intenções e situações, ou seja, trata-se de investigar ideias, de descobrir significados nas ações individuais e nas interações sociais a partir da perspetiva dos atores intervenientes no processo (Coutinho, 2013).

Esta perspetiva enquadra-se no que é pretendido para a presente investigação que tem como um dos seus objetivos recolher opiniões e ideias de profissionais e compreender o porquê das suas respostas com vista a fundamentar corretamente cada um dos elementos elegidos para fazer parte da framework para a criação de GEPD.

A nível metodológico, a investigação qualitativa baseia-se no método indutivo

pois o investigador pretende desvendar a intenção, o propósito da ação, estudando-a na sua própria posição significativa sem impor expectativas prévias ao fenómeno estudado (Coutinho, 2013).

2.2 Metodologia de investigação

Neste trabalho será utilizada uma metodologia de investigação de desenvolvimento. Esta metodologia apresenta duas tipologias (Richey & Klein, 2005), sendo que, para este projeto concreto, será utilizada uma investigação de desenvolvimento do tipo 2 na qual é dada ênfase ao estudo do design, desenvolvimento, ou processos de avaliação, ferramentas ou modelos para a criação de um produto final, neste caso uma framework para a criação de GEPD. Contudo, esta metodologia de investigação não pode ser considerada pesquisa científica pois não pretende obter conclusões de natureza generalizável (Akker, 1999).

A tabela 1 apresenta as principais diferenças entre as duas tipologias de Investigação de Desenvolvimento (Richey & Klein, 2005).

Tabela 1 - Sumário das duas tipologias de Development Research

	Tipo 1	Tipo 2
Ênfase	Estudo do desenvolvimento de um produto ou programa específico e/ou projetos de avaliação.	Estudo do design, desenvolvimento, ou processos de avaliação, ferramentas ou modelos.
Produto	Conhecimento obtido a partir do desenvolvimento de produtos específicos e análise das condições que facilitam a sua utilização.	Novo design, desenvolvimento e avaliação de procedimentos e/ou modelos e condições que facilitem a sua utilização.
	Conclusões específicas do contexto	Conclusões generalizadas

A maioria dos projetos de investigação de desenvolvimento enquadram-se na primeira tipologia, sendo geralmente empregada na análise de estudos de caso (Richey & Klein, 2005). Esta é utilizada em situações em que o processo de desenvolvimento de um produto num contexto específico é descrito e analisado. No final da investigação são obtidas conclusões e avaliações sobre todo o processo. A segunda tipologia de investigação de desenvolvimento é orientada a uma análise mais geral do design, do desenvolvimento ou dos métodos de avaliação de um processo no seu todo ou a nível de um elemento em particular. Geralmente, nesta segunda abordagem, a pesquisa não se inicia com a criação de um produto ou programa, focando-se no desenvolvimento a um nível mais genérico. As conclusões obtidas na investigação de desenvolvimento identificam princípios gerais que poderão ser aplicáveis a um vasto leque de projetos de design e desenvolvimento, sendo que não é raro que a investigação de desenvolvimento do tipo 2 possa gerar mais do que um tipo de conclusão (Richey & Klein, 2005). A tabela 2 identifica algumas das metodologias de pesquisa aplicadas nas fases de desenvolvimento da framework para o desenvolvimento de GEPD.

Tabela 2 - Métodos de Investigação Empregados na Pesquisa de Desenvolvimento

Função / Fase	Metodologias de pesquisa aplicadas
Desenvolvimento do Modelo	Revisão da literatura, caso se estudo, inquérito, Delphi, protocolos think-aloud
Utilização do Modelo	Inquérito, entrevista em profundidade, caso de estudo, observação de campo, análise documental
Validação do Modelo	Experimental, entrevista em profundidade, análise por peritos, replicação

Independentemente da tipologia utilizada, esta metodologia pode incluir várias fases distintas, com cada uma a envolver o relato e a análise de um conjunto de dados. Na investigação de desenvolvimento o investigador pode recorrer a várias metodologias de pesquisa, podendo utilizar as ferramentas que encontre necessárias

para a realização da investigação (Richey & Klein, 2005).

2.3 Metodologias de pesquisa a aplicar

2.3.1 Análise Documental

A importância da análise documental é cada vez mais relevante graças à elevada quantidade de informação disponibilizada pelas tecnologias de informação e comunicação (TIC). Estas têm impulsionado o acesso à informação e à criação de redes de conhecimento, facilitando o acesso e tratamento de grandes volumes de informação. Apesar do acesso facilitado, ganha aqui importância a capacidade intelectual do investigador para identificar e recolher elementos que se possam revelar importantes para a pesquisa (Peña Vera & Pirela Morillo, 2007).

Neste caso em particular, a análise documental passará por duas etapas:

- (a) revisão da literatura, com vista a conhecer a investigação existente na área que possa servir de guia para a criação da framework para o desenvolvimento de GEPD. Para além da leitura de artigos científicos será conduzida ainda a segunda etapa;
- (b) recolha de guias de estilo para análise, com vista a criar uma tabela comparativa onde figurem os principais elementos a incluir na framework, ou seja, proceder à análise de vários documentos com vista a gerar um novo documento, diferente dos originais (Peña Vera & Pirela Morillo, 2007).

2.3.2 Survey por entrevista presencial recorrendo a um guião semi-estruturado

Na entrevista semi-estruturada, o investigador tem uma lista de questões ou tópicos a ser cobertos (guião de entrevista), mas a entrevista em si permite uma relativa flexibilidade. As questões podem não seguir exatamente a ordem prevista no guião e poderão, inclusive, ser colocadas questões que não se encontram no mesmo, em função do decorrer da entrevista. Segundo Coutinho a entrevista semi-estruturada é utilizada quando se pretende obter dados comparáveis dos vários participantes (Coutinho, 2013).

Entre as principais vantagens das entrevistas semi-estruturadas, contam-se as seguintes: possibilidade de acesso a uma grande riqueza informativa (contextualizada e através das palavras dos atores e das suas perspetivas); a possibilidade do investigador esclarecer alguns aspetos no seguimento da entrevista, contrariamente ao que se verifica na entrevista estruturada ou questionário; é geradora, na fase inicial de qualquer estudo, de pontos de vista, orientações e hipóteses para o aprofundamento da investigação, a definição de novas estratégias e a seleção de outros instrumentos (Given, 2008). Pretende-se utilizar este método para a recolher informação junto da amostra de forma a conhecer opiniões sobre a utilização de FESG e como esta poderá ser melhorada. Será ainda dado a conhecer a estrutura da framework, desenvolvida através da análise documental, para validação e sugestão de melhorias.

2.3.3 Resumo da metodologia a utilizar

A tabela 3 apresenta um quadro resumo do paradigma, perspetiva metodológica, método de investigação, técnicas e instrumentos que serão utilizados ao longo da investigação.

Tabela 3 - Procedimentos metodológicos

Paradigma	Qualitativo / Interpretativo
Perspetiva metodológica	Qualitativa
Natureza do processo de investigação	Descoberta indutiva
Método de investigação	Investigação de Desenvolvimento
Métodos de recolha de dados	Análise documental; Entrevistas estruturadas; Gravações áudio
Instrumentos	Entrevista semiestruturada, Análise de Conteúdo

2.4 Desenho do estudo e recolha de dados

Na tabela 4 são apresentadas fases da investigação e as metodologias de pesquisa aplicadas, a elas associadas.

Tabela 4 – Desenho do estudo

Identificação da fase	Identificação da etapa	Detalhes da etapa
1ª Fase – Levantamento e análise guias de estilo de marca e para a web	Levantamento de guias de estilo	Pesquisa de guias de estilo de diversos sectores e profissões
	Criação de tabela comparativa	Dissecção dos manuais e identificação dos elementos utilizados em cada um
	Identificação dos elementos a utilizar no modelo	Identificação dos elementos utilizados nos guias de estilo para de marca e para a web analisados
2ª Fase – Validação da tabela através da realização de entrevistas a profissionais	Criação do guião de entrevista	
	Identificação dos participantes	
	Contacto	Contactar os participantes e chegar a um acordo sobre a data e local das entrevistas
	Redação da autorização	Elaboração da autorização a preencher por cada um dos participantes
	Entrevistas	Realização das entrevistas
	Transcrição das entrevistas	
	Validação	Leitura e validação das entrevistas por parte dos entrevistados
	Codificação das entrevistas	Criação dos nós para análise e comparação das respostas dos entrevistados
Análise dos resultados obtidos		

Criação da Framework	Design do protótipo	Prototipagem da interface da framework com base na informação recolhida nas entrevistas
	Implementação da Framework	
	Validação da Framework em ambiente organizacional	

2.4.1 Análise documental

Na primeira etapa da investigação foi reunida informação acerca das áreas de estudo envolvidas na criação deste tipo de manual, nomeadamente, design, marketing e desenvolvimento de software através da recolha e leitura de artigos científicos, blogues da especialidade e artigos de líderes de opinião.

Posteriormente, foram identificados 32 FESG e 71 manuais de identidade corporativa sugeridos pelo orientador e encontrados em sites da especialidade. Os guias de estilo recolhidos pertencem a organizações de diversas atividades/profissões, tais como educação, turismo, marketing, entretenimento, entre outros, com vista a obter a maior diversidade possível.

Após a recolha, foi realizada a análise de 11 manuais de identidade corporativa e 6 FESG com vista a identificar os elementos presentes nos manuais mencionados com maior frequência e considerados na comunicação da marca em canais online e offline. A partir desta listagem foi criada a primeira versão da tabela de análise comparativa. Esta tabela passou por duas iterações, evoluindo de forma a simplificar o resultado final através do agrupamento dos vários elementos em categorias e subcategorias.

A primeira versão da tabela (figura 10) teve como objetivo identificar cada um dos elementos presentes no manual e experimentar formas de agrupamento lógico através de categorias que iriam permitir um rápido acesso a quem as desejasse consultar. As formas de agrupamento foram avaliadas com o orientador e alteradas ao longo da análise dos múltiplos guias. Um dos desafios encontrados nesta fase foi, por exemplo, perceber em que categoria enquadrar elementos que apresentam diferentes nomenclaturas de guia para guia, mas que não verdade são muito semelhantes entre eles.

A	B	C	D	E
Identificação do Manual	Intro	Swatches	Tipografia	Markup
Mail Chimp Patterns	-	-	Sim	Sim
			Heading	Grid sizes
			Paragraphs	Mixed grids
			Exemplos	Groups in nested grids
				Heading 1
				Heading 3
				Heading 4
				Paragraphs
				Buttons
				Anchor and input buttons
				Loading buttons
				Button groups
				Combo button
				Dijit selects
				Native selects
				Disclosure element
				Text input
				Text input with button attached
				Text input with field help
				Validation feedback
				Dijit Radio and checkboxes
				Radio & Checkbox Description
				Switch
				Small switch
				Local navigation
				Switcher
				Tabs
				Subscriber table
				Responsive tables
				Leaders list
				Linear dots
				Linear spaces

Figura 10 - Primeira versão da tabela comparativa

Após alguma ponderação, concluiu-se que a primeira versão da tabela apresentava categorias identificadas por conceitos técnicos que poderiam não ser rapidamente reconhecidos por utilizadores sem formação na área de programação web. Para tentar dar resposta a essa situação, foram criadas categorias “amigas do utilizador”, isto é, com nomes mais facilmente perceptíveis por potenciais utilizadores. Essas categorias foram:

1. Introdução
2. Valores
3. Tom-de-voz
4. Logótipo
5. Elementos gráficos
6. Cores
7. Grelhas e layouts
8. Tipografia
9. Copy
10. Aplicações
11. Fotografia
12. Relação com terceiros

13. Recursos adicionais

14. Legal

15. Sustentabilidade

16. Contactos

Nestas categorias foram posteriormente agrupados os elementos identificados na primeira tabela (figura 11), sendo colocado um “Sim” caso o manual analisado apresentasse efetivamente a área em questão.

Identificação do Manual	Intro	Swatches	Tipografia	Markup	Headings	Imagem
A List Apart		Sim	Sim	Sim	Sim	
		Text	Tipografia web	Slug	H1 "Classy"	
		Link	Estilo da tipografia	Lista vertical	H1 "Deadly"	
		Accent		Lista horizontal	h1	
		Accent2		Imagem de artigo com caption	h2	
		Fill		Headings dos artigos	h3	
				Sidebar dos artigos	h4	
				Título do post	h5	
				Resumo do post em link	h6	
				Resumo do post no blog		
				Bloco de código		
				Apresentação de código		
				Comentário		
				Signin para os comentários		
				Partilha do post		
				Copyright		
				Rodapé multi-autor		

Figura 11 - Segunda versão da tabela comparativa (pormenor)

A segunda versão da tabela era ainda muito difícil de consultar por alguém que não tivesse conhecimento da sua organização ou do âmbito do projeto. Desta forma, conclui-se que poderiam ser criadas macro-categorias nas quais se iriam inserir as categorias e elementos identificados previamente, mas apresentando um caráter mais genérico e, caso o manual abordasse informação mais detalhada, esta ficaria registada em forma de comentário em cada um dos elementos.

As quatro macro-categorias (figura 12), identificadas com cores diferentes são:

- Personalidade (a azul), identifica elementos relacionados com a personalidade da marca, como os valores e o tom-de-voz;
- Visual (a verde), com elementos como o logótipo, tamanhos, cores e grelhas;
- Funcional (a laranja) diz respeito aos elementos que serão geralmente utilizados por programadores, passíveis de serem modularizados;
- Conteúdo (a amarelo) apresenta informação sobre como os conteúdos do website deverão ser apresentados.

Cada uma das macro-categorias é composta por categorias onde foram

identificadas a presença dos vários elementos que cada guia de estilos refere (representados através de 0 e 1). Sempre que necessário inseriu-se notas na tabela para identificar aspetos relevantes (como as boas práticas, ou vicissitudes da organização de cada manual). Pretendeu-se assim identificar os elementos que se repetem na generalidade dos manuais — ou seja, aqueles que poderão ser considerados como mais relevantes.

A figura 12 apresenta as várias categorias de primeira e segunda linha da tabela comparativa e a figura 13 apresenta com maior detalhe os elementos incluídos numa das categorias de segunda linha.

2.4.2 Entrevistas

Para melhor conhecer a opinião dos profissionais no que refere à utilização de guias de estilo para o desenvolvimento do seu trabalho, foram realizadas entrevistas semiestruturadas a profissionais nas áreas do design e programação. As entrevistas tiveram como objetivo validar a informação recolhida através da revisão da literatura, os conteúdos presentes na tabela de análise, assim como a sua organização lógica. Na tabela 5 poderão ser consultados os objetivos, tópicos a discutir, respostas esperadas e observações, correspondentes a cada um dos blocos da entrevista.

Tabela 5 - Planificação da entrevista

Blocos da entrevista	Objetivos específicos	Tópicos a discutir	Respostas esperadas	Observações
Legitimação da entrevista e motivação	Legitimar a necessidade para a realização da entrevista e motivar os participantes para o mesmo explicando o porquê da escolha de cada um dos elementos presentes	Apresentar em linhas gerais o objetivo do estudo: que impacto poderá ter a introdução de um guia de estilos no fluxo de trabalho dos participantes a nível de produtividade e comunicação entre equipas/departamentos envolvidos.		Tempo médio: 10 minutos. - Explicar os objetivos da entrevista de um modo breve, preciso, claro e empático. - Dar resposta, seguindo os mesmos critérios, a todas as dúvidas colocadas pelos participantes.
		Explicar, de modo geral, quais serão as diversas fases da entrevista.		
		Deverá ser assegurada a confidencialidade dos dados e gravações recolhidas em entrevista		
Tarefas e fluxo de trabalho	Conhecer a metodologia de trabalho de cada participante. Recolher informação sobre como a utilização de um Guia de Estilos poderia melhorar a produtividade e comunicação, de acordo com a informação recolhida na revisão da literatura.	Os participantes gerem vários projetos simultaneamente?	A maioria das respostas deverá ser afirmativa. Explorar como o Guia de Estilo poderá ajudar a coordenar projetos.	Tempo médio: 20-25 minutos. Apesar da necessidade de cobrir os vários tópicos de um modo preciso e rigoroso, deixar a
		Trabalham com equipas diferentes?	Resposta afirmativa quanto maior o n.º de colaboradores da empresa onde trabalham.	

		Desenvolvem websites para várias organizações ou apenas para uma?	Resposta afirmativa dos participantes que trabalham em agências de comunicação, etc.	conversa fluir, evitando demasiadas questões diretas.
		Aspetos que poderiam ser melhorados a nível de fluxo de trabalho?	Aspetos especialmente relacionados com a comunicação entre equipas.	Apostar essencialmente em questões de follow-up para ir introduzindo os tópicos na discussão.
		Indicações e material facultado pelos clientes no início de cada projeto.	Briefing, relatórios de reuniões, manual de identidade corporativa, vídeos e fotos da organização, fotos de stock previamente adquiridas...	
		Comunicação entre membros de uma equipa e entre equipas.	Deverá depender da estratégia da organização assim como das características de cada projeto.	
Apresentação do conceito de FESG	Recolher a opinião dos participantes relativamente a esta ferramenta	Apresentação e discussão de dois/três FESG	A maioria dos participantes não deverá recorrer regularmente a um FESG.	Parâmetros iguais aos do bloco anterior
		Opinião relativamente aos FESG	Reações positivas, especialmente por parte dos participantes a trabalhar em organizações de maior dimensão.	

		Enquadramento dos FESG no fluxo de trabalho de cada participante	Alguma resistência à mudança e foco na dificuldade de implementação.	
		Vantagens e desvantagens	Aspetos positivos: Melhoria da comunicação entre equipas, maior eficiência na realização dos projetos. Aspetos negativos : Dificuldade de implementação, resistência à mudança por parte das chefias.	
		Processo de implementação na organização	Necessidade de formação e implementação faseada com pontos principais.	
Modelo de FESG	Recolher a opinião dos participantes relativamente ao modelo apresentado	Identificar quais os elementos que deverão ter mais destaque no manual.	À partida serão aqueles que os entrevistados utilizam com maior frequência.	Tempo médio: 30 minutos.
		Saber como facilitar o acesso à informação que possa ser mais relevante e se esta tenderá a variar entre projetos.	Fica em aberto...	
		Identificação de elementos importantes que possam estar em falta.	Fica em aberto...	

2.4.3 Participantes

Para identificar os designers e programadores a entrevistar foi realizada uma amostragem por conveniência; um método não probabilístico no qual se recorre a indivíduos que se encontrem disponíveis, neste caso em particular, amigos e colegas de trabalho do investigador. Esta tipologia de amostragem apresenta como vantagens ser um método prático por a investigação recair em unidades já disponíveis, porém, os resultados poderão não ser representativos e generalizáveis para o resto da população. Como dificuldade adicional encontra-se ainda a proximidade dos participantes relativamente ao investigador, fator que poderá influenciar as respostas dadas. A tabela 6 apresenta a caracterização dos entrevistados.

Tabela 6 - Caracterização dos profissionais entrevistados

Nome do entrevistado	Área profissional	Função desempenhada	Área geográfica
Dinis	Imprensa	Designer / Programador	Lisboa
Pedro	Telecomunicações	Programador	Aveiro
Lourenço	Desenvolvimento de software	CEO / Engenheiro de software	Aveiro
Ricardo	Visualização de dados	UI/UX	Lisboa
Simões	Desenvolvimento de software	Programador	Aveiro

2.4.4 FESG analisados

Ao longo da entrevista foi pedido aos participantes que analisassem durante 20 minutos dois FESG com vista a recolher opiniões acerca dos conteúdos presentes e à sua organização. Os FESG escolhidos foram a da cadeia de cafeterias Starbucks e a

do sistema operativo de código-aberto Ubuntu. Ambos servem o mesmo propósito, contudo a nível de navegação e design apresentam características distintas.

Da análise realizada previamente, verificou-se que o FESG da Starbucks apresenta os conteúdos de forma muito simples e pragmática, com uma introdução sintética a cada um dos elementos, seguida de um exemplo de utilização com blocos de código. A página apresenta algumas funcionalidades relevantes como, por exemplo, a opção de visualizar o background, a baseline, grid e boxes de cada uma das páginas através da seleção de cada um destes elementos numa checkbox. Contudo, a navegação é dificultada pela ausência de uma barra de navegação que permita ao utilizador explorar a biblioteca e dirigir-se rapidamente a áreas diferentes, sendo que esta seleção é sempre realizada a partir da página inicial. As figuras 14, 15 e 16 apresentam alguns exemplos de áreas deste guia de estilos.

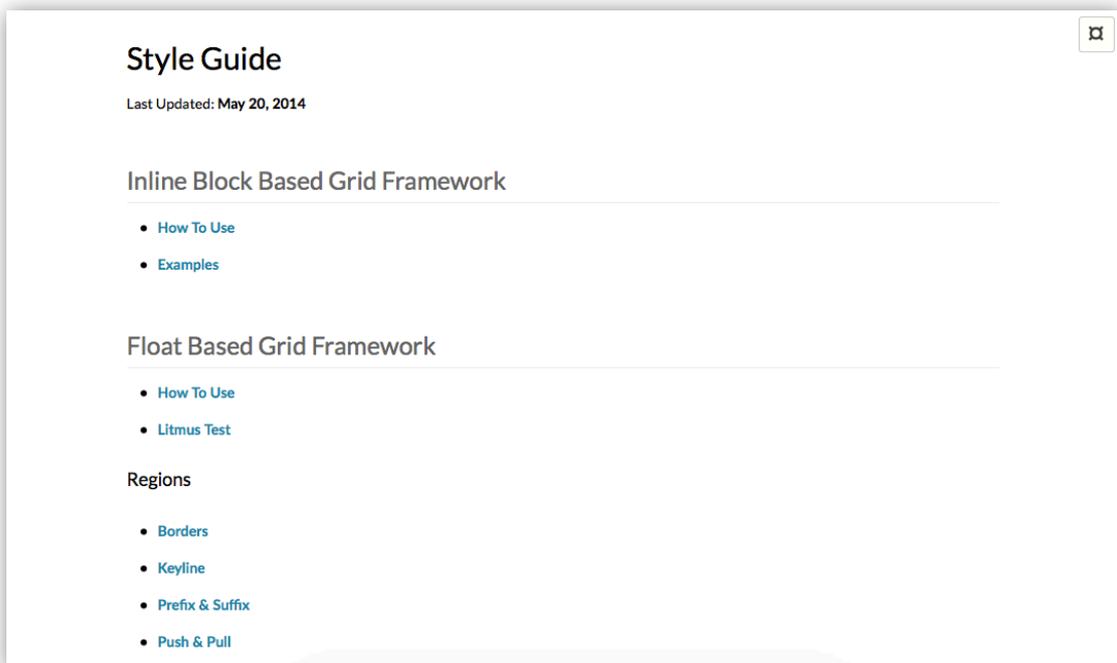


Figura 14 - Página inicial do Guia de Estilos do Starbucks

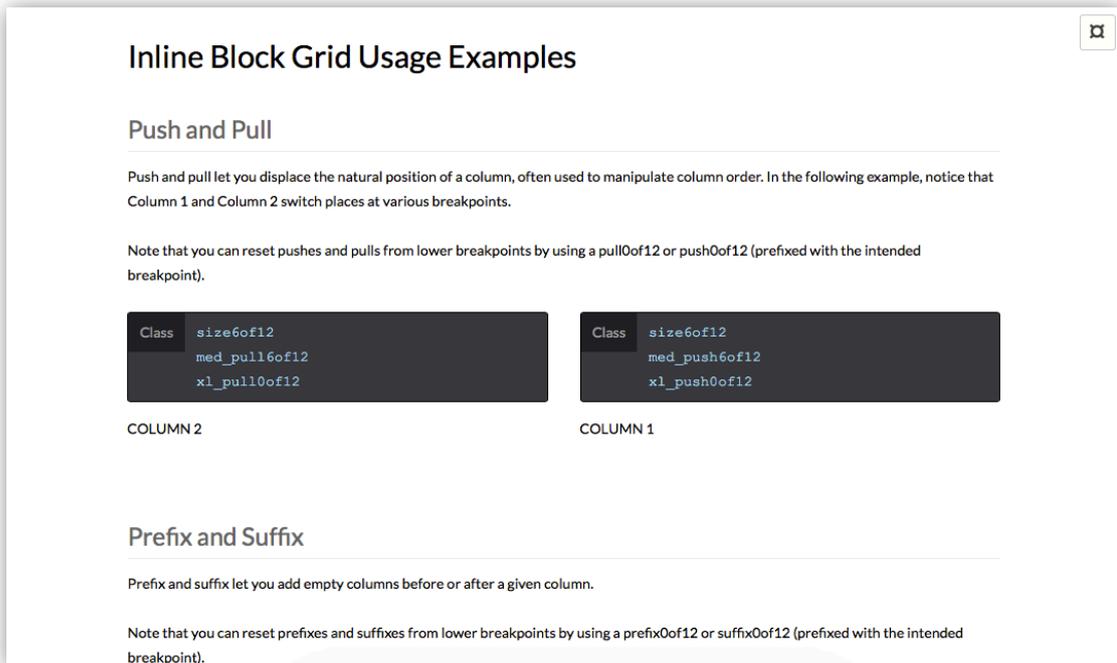


Figura 15 - Explicação da utilização de grelhas nos websites do Starbucks



Figura 16 - Exemplo de visualização de grelha no Guia de Estilos do Starbucks

O segundo FESG analisado correspondente ao sistema operativo open-source

Ubuntu apresenta também uma descrição sintética de cada um dos elementos presentes, com exemplos visuais elaborados e através de blocos de código. O design revela-se mais apelativo, trabalhando o branding da marca através da inclusão da paleta de cores, tipografia e informação sobre o surgimento da palavra “Ubuntu”. A navegação é aqui facilitada através da inclusão de uma barra de navegação no topo da página e de um botão para voltar ao topo em cada elemento explicado, que permite ao utilizador chegar a qualquer área do guia de estilos, como também explorar outros aspetos relativos ao desenvolvimento do sistema operativo. As figuras 17, 18 e 19 apresentam alguns exemplos de áreas desta biblioteca.

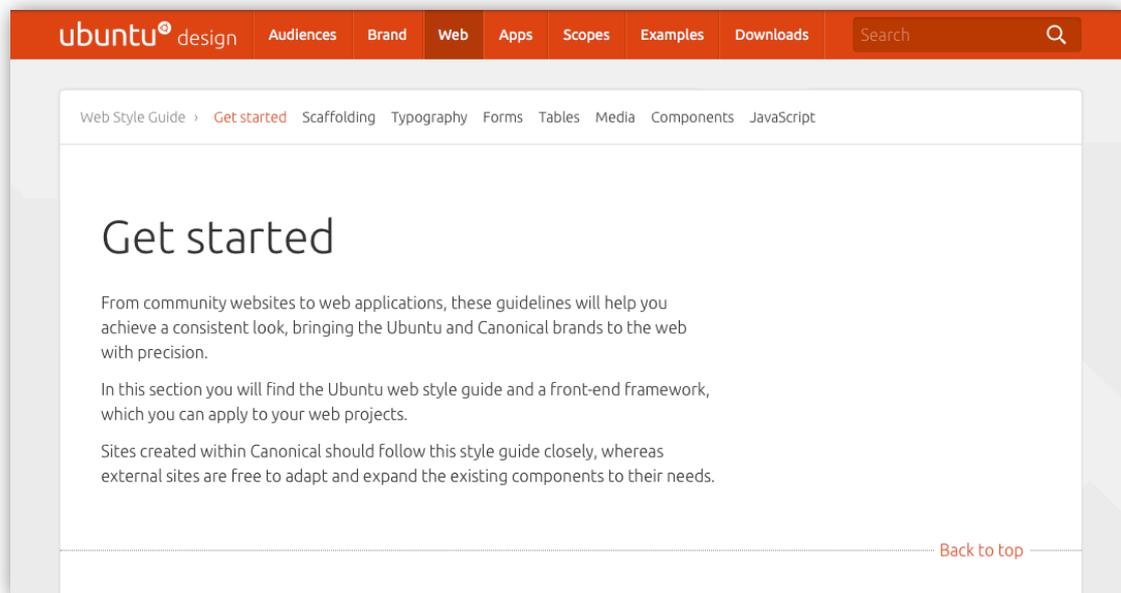


Figura 17 - Página inicial do Guia de Estilos do Ubuntu

Back to top

Rows

All content must be inside a `.row` container so that it correctly aligns to the grid.

The `.row` class will create a full-width wrapper around row contents with padding and a bottom border. You can have columns and boxes within rows.

The `.row` class can be expanded by the `.row-hero`, `.row-quote`, `.row-enterprise`, and `.row-image-centered` classes.

Figura 18 - Explicação da utilização de grelhas nos websites do Ubuntu

Buttons

The main button style can be used in form submission buttons and other important call to actions. Apply using the class `.link-cta-ubuntu`.

Example:

Main button

Code:

```
<a href="#" class="link-cta-ubuntu">Main button</a>
```

Note: Avoid using more than one call to action button per page.

Inverted button

On full-orange and full-aubergine rows, you can use the class `.link-cta-inverted` to invert the colours of the button and give it a white background.

Example:

Inverted button

Code:

```
<a href="#" class="link-cta-inverted">Inverted button</a>
```

Figura 19 - Explicação da criação de botões no Guia de Estilos do Ubuntu

2.4.5 Questões colocadas e material recolhido

Ao longo das entrevistas foi efetuada a gravação áudio dos diálogos para posterior transcrição. As questões realizadas podem ser consultadas na tabela 7 e o guião completo da entrevista no anexo 1.

Tabela 7 - Questões efetuadas na entrevista aos profissionais

QUESTÕES REALIZADAS	
1	Que tipo de projetos realiza na organização onde trabalha? Quais as suas principais responsabilidades?
2	No início de cada projeto, que género de indicações e material é geralmente disponibilizado pelos clientes/pela sua empresa?
3	Trabalha com uma equipa multidisciplinar?
4	Como se organiza a equipa para gerir as várias tarefas?
5	Como mantém a organização do código desenvolvido?
6	Conhece o conceito de Front-End Style Guide? Se sim, a organização onde trabalha utiliza alguma ferramenta semelhante?
7	Com que opinião ficou dos FESG analisados
8	Acha que a utilização de um FESG poderia impactar o seu fluxo de trabalho? De que forma?
9	Crê que a utilização de um FESG poderia, por exemplo, impactar a aplicação da tipografia ao longo do desenvolvimento de um website? De que forma?
10	Como acha que uma ferramenta deste género seria recebida pela sua organização?

-
- 11 Concorda com as categorias criadas? Poderiam ser apresentadas de outra forma?
-
- 12 Existe algum elemento que, na sua opinião, seja importante e que esteja em falta? Qual/quais e porquê?
-
- 13 Para terminar, tem algum conselho ou sugestão para o desenvolvimento do modelo de FESG a realizar?
-

2.5 Síntese dos dados recolhidos

Após a transcrição das entrevistas, procedeu-se à sua análise através do software NVIVO para criar categorias de forma a melhor conseguir comparar as respostas dadas pelos entrevistados. Foram criadas ao todo onze categorias que contemplam as perguntas realizadas na entrevista. Na figura 20 podem ser consultadas as categorias criadas para o efeito. Vamos seguidamente analisar as respostas a cada uma das questões mais relevantes.

Nodes			
Name	Sources	References	
1. Info pessoal	0	0	
2. Responsabilidades	5	8	
3. Material disponibilizado	5	10	
4. Equipa	4	8	
5. Organização de tarefas	5	11	
Ferramentas utilizadas	5	12	
6. Organização do código	3	8	
7. Nível de conhecimento do conceito de FE	5	8	
8. Opinião quanto aos FESG analisados	2	6	
Starbucks	1	1	
Comentários negativos	4	6	
Comentários positivos	1	1	
Ubuntu	0	0	
Comentários negativos	0	0	
Comentários positivos	5	6	
9. Impacto do FESG no fluxo de trabalho	1	3	
Na aplicação de tipografia	5	13	
No geral	1	1	
Comentários a favor	4	6	
Comentários contra	4	8	
Análise da tabela	1	1	
Dúvidas	2	6	
Elementos em falta	4	6	
Organização	2	4	
Sugestões	5	17	
Introdução de um FESG no local de trabalho	1	1	
Acesso	2	2	
Transição para FESG	3	4	

Figura 20 - Diagrama de nós no NVivo

2.5.1 Participantes, Metodologias e Atividades profissionais

Profissão

Todos os entrevistados desempenham a função de programador. O Lourenço (TeamEffort) exerce ainda um cargo de chefia na sua organização e o Ricardo (Development Seed) realiza funções de designer com foco na na experiência do

utilizador. Três dos entrevistados (Dinis, Pedro, Lourenço) trabalham em empresas nacionais, nomeadamente, Público, PT Comunicações e TeamEffort, respetivamente. Por sua vez, dois dos entrevistados (Ricardo e Simões) trabalham remotamente para empresas internacionais, nomeadamente a Development Seed e a D-Zone.

Período de trabalho na organização

No que refere ao período de tempo no qual trabalham na organização, verifica-se que três dos entrevistados — o Dinis, o Lourenço, e o Pedro — trabalham na mesma organização há quatro, sete e nove anos, respetivamente. Dois dos entrevistados (Simões e Ricardo) encontram-se a trabalhar nas respetivas organizações há menos de um ano.

Responsabilidades

A maior parte dos entrevistados trabalha simultaneamente em vários projetos dentro da mesma organização, que se prolongam ao longo de diferentes espaços de tempo. Nenhum dos entrevistados trabalha de forma individual, sendo que todos têm que sincronizar constantemente o seu trabalho com o dos restantes membros da equipa. O Dinis trabalha em múltiplos projetos que vão desde o redesign do site do Público à criação de projetos editoriais mais simples e de curta duração, desempenhando ainda funções de coordenação da sua equipa; o Pedro trabalha principalmente com a plataforma de e-Learning da PT, tendo trabalhado também, ocasionalmente, numa ferramenta de telemedicina; o Simões encontra-se a trabalhar principalmente no projeto Answer Hub, uma ferramenta semelhante ao Stack Overflow que pretende criar um espaço onde a comunidade pode dar resposta a questões relacionadas com a área da programação, mas dirigido especificamente a empresas; o Lourenço desempenha funções de gestão na TeamEffort e participa ainda no desenvolvimento de soluções de software à medida para as empresas-cliente; já o Ricardo encarrega-se da estratégia de interface e utilização por trás de aplicações baseadas na visualização de mapas e recolha de dados, traduzindo as suas ideias para wireframes, storyboards ou diretamente para o browser, no caso de projetos mais simples.

Material disponibilizado

O Dinis considera que os jornalistas são, em parte, os seus clientes. Estes abordam a equipa de desenvolvimento com um esboço da ideia, geralmente impresso, para uma peça jornalística que pretendam desenvolver. Com base neste esboço, a equipa do Dinis trabalha a especificação de requisitos de forma a aferir a viabilidade da abordagem sugerida.

O Pedro, por sua vez, obtém do gestor de equipa a especificação de requisitos a partir da qual irá conceber a arquitetura da plataforma e definir quais as tecnologias a usar. Na generalidade dos casos é-lhe apresentado um esboço da interface que deverá ser seguida, contudo, são raras as situações em que esta é bem definida e estruturada, sendo que na maior parte dos casos a interface “vai-se fazendo” à medida que o projeto avança.

O Renny indica que a informação que recebe não vem diretamente do cliente, mas sim do gestor de equipa, que já tratou e trabalhou a informação transmitida pelo cliente.

O Lourenço indica que a informação proveniente do cliente é muito parca, sendo que, na maior parte dos casos, trata-se apenas de uma ideia geral transmitida por escrito. A partir daqui a TeamEffort trabalha diretamente com o cliente para, em conjunto, encontrarem a melhor solução.

No caso do Ricardo, a informação obtida varia de projeto para projeto, sendo que alguns clientes fornecem um briefing com o resultado pretendido. No caso de trabalhos que recorrem a uma maior quantidade de dados, é partilhada com a Development Seed uma folha de Excel/CSV com todos os dados a trabalhar ou, em alternativa, um ficheiro PDF a partir do qual terão que recolher os dados.

Equipa de trabalho

Um dos objetivos das entrevistas foi o de conhecer a composição das equipas nas quais trabalham os entrevistados, com vista a perceber se estas apresentam um carácter multidisciplinas ou se, por outro lado, são compostas por profissionais a desempenhar funções relativamente semelhantes.

A equipa do Dinis era considerada pelo Público como equipa “web” ou

“digital”. Contudo, as necessidades evoluíram e a equipa trabalha hoje numa vertente afirmadamente digital que vai para além da web e engloba as aplicações para dispositivos móveis do jornal. Esta equipa é composta por três elementos: dois programadores front-end, com um deles a desempenhar funções de designer, e outro elemento que desempenha exclusivamente funções de designer. A equipa digital trabalha muito proximamente com os profissionais encarregues pela integração com o backoffice e bases de dados, com a equipa de infografia e multimédia e com a equipa de jornalismo e comunicação.

Por sua vez, o Pedro (PT) indica que a equipa com a qual trabalha diariamente é composta exclusivamente por programadores, relacionando-se com alguma frequência com uma outra equipa focada exclusivamente na usabilidade do produto desenvolvido. O Pedro vê esta segunda equipa como se de um cliente se tratasse, sendo os trabalhos feitos para estes elementos por pedido ou à tarefa.

O Simões, trabalha diariamente e à distância com uma equipa internacional, reportando diretamente a um gestor de projeto e a um gestor de tarefas. A equipa com a qual trabalha diretamente varia diariamente, podendo os seus elementos desempenhar cargos que vão desde o design a bases de dados, passando por programadores diretamente ligados ao desenvolvimento de software.

O Lourenço indica que a sua equipa de desenvolvimento é hoje uma pequena equipa especializada, com uma elevada facilidade de comunicação entre os elementos.

Conclui-se assim que a generalidade dos entrevistados trabalha em equipas que lidam diariamente com profissionais de diferentes áreas de conhecimento que podem passar pela programação, gestão, design e multimédia.

Metodologias e ferramentas para gerir tarefas

Ao questionar os entrevistados sobre as metodologias e ferramentas utilizadas para a gestão de tarefas diárias, pretende-se conhecer quais os aspetos considerados mais relevantes com vista a perceber se poderão ser na framework.

O Dinis indica que a comunicação entre a equipa digital, por se tratar de uma equipa pequena a trabalhar no mesmo espaço, é realizada através de um quadro branco onde são apresentados os projetos que se encontram a ser desenvolvidos ou

que serão concretizados proximamente. Para a realização de tarefas que exijam a participação de elementos de outras equipas, é usada a ferramenta BitBucket para criar tarefas pessoais ou atribuí-las a outros elementos e para guardar outro tipo de materiais, como por exemplo materiais gráficos, designs e layouts a equipa do Dinis usa geralmente o Dropbox.

Para a gestão de tarefas, o Pedro recorre ao Confluence, que tem um sistema de gestão de requisitos chamado GIRA que permite atribuir tarefas, definir o tempo alocado e o prazo de entrega, o seu estado, saber se a tarefa foi ou não aceite, gerir requisitos, versionar tarefas, associar requisitos a versões, entre outras funcionalidades. A equipa recorre ainda a uma wiki para ler e gerir documentação e o FishEye para fazer o versionamento de código.

As tarefas do Simões, por sua vez, são atribuídas em reuniões realizadas às segundas, quartas e sextas, através de videoconferência, nas quais são definidas as tarefas a realizar no próprio dia e no dia seguinte, ficando registadas no GIRA. As tarefas atribuídas são relativamente pequenas e deverão durar entre uma a duas horas, no máximo. Caso surja uma tarefa de duração mais longa, por exemplo de três dias, o Simões ficará responsável apenas por essa tarefa, sendo as tarefas para pequenas delegadas a outras pessoas.

O Loureço utiliza diariamente o RedMine, uma plataforma open-source onde é feita a descrição do projeto, a descrição das tarefas, permite averiguar qual é o estado das tarefas e a quem é que estão afetadas, permite fazer a gestão. Para o versionamento de código a equipa do Loureço recorre ao Subversion.

O Ricardo, utiliza diariamente o Github para fazer o versionamento do código desenvolvido e gerir todos os processos internos e externos, até mesmo a comunicação com o cliente através da criação de “issues” na plataforma. A equipa da Development Seed recorre ainda ao Slack para manter a comunicação entre os escritórios de Lisboa e Washington.

Após analisar as respostas dadas pelos entrevistados conclui-se que não seria útil incluir as funcionalidades de algumas das ferramentas identificadas na framework, pois iriam tirar o foco da ferramenta que se pretende ser o de agilizar o acesso à informação relevante para o desempenho de determinadas tarefas e não o de organizar e gerir essas mesmas tarefas.

Conhecimento do conceito de FESG

Nesta questão pretende-se saber se os entrevistados têm conhecimento do conceito de FESG, antes de lhes serem apresentados os dois destes guias escolhidos para serem análise.

O Dinis conhece o conceito de FESG, mas indica que não utilizam esta ferramenta no Público, apesar de já ter sido levantada várias vezes a necessidade da sua criação. O entrevistado indica existirem blocos de código que são geralmente utilizados de projeto para projeto e que faria sentido colocar num FESG, contudo o que acontece geralmente é recorrer a blocos de código presentes em trabalhos realizados anteriormente, copiando-os a partir daí para o novo projeto.

Por sua vez, o Lourenço demonstra conhecer o conceito e que, em parte, já existe um repositório com alguns blocos de código utilizados regularmente que permitem manter um estilo consistente ao longo dos vários trabalhos de um mesmo cliente. Contudo, a ferramenta utilizada não se encontra estruturada e corretamente documentada.

O Ricardo indica que já se encontram a utilizar um FESG para o desenvolvimento de projetos da Development Seed. Este FESG chama-se Project Seed e funciona como uma framework com as bases necessárias para o desenvolvimento de novos projetos. Para além deste repositório mais virado para o código, a Development Seed tem ainda outro repositório onde são abordadas questões de iconografia, fontes a usar, técnicas para se usar a tipografia, CSS, entre outros aspetos, estando neste momento a ser desenvolvido um guia interno para agilizar e otimizar as folhas de estilo de todos os projetos.

Quando questionados sobre o seu conhecimento de FESG, tanto o Pedro como o Simões indicaram não conhecer o termo, contudo esta questão peca pelo facto de não terem sido apresentados outras tipologias, praticamente sinónimas de FESG como Pattern Libraries, um nome que se encontra hoje mais generalizado e que talvez ajudasse os entrevistados a revelar o seu conhecimento.

2.5.2 Análise dos FESG apresentados

Após a conclusão do tempo para análise dos dois FESG foi pedido aos entrevistados que apresentassem a sua opinião relativamente a cada um dos guias de estilo.

Starbucks

O Pedro e o Lourenço referem que o guia da Starbucks é muito completo pois apresenta informação sobre as várias áreas que podem ser criadas para dar resposta às necessidades específicas da marca, como por exemplo a criação de um layout para uma campanha promocional.

Contudo, para o Lourenço, o guia da Starbucks peca a nível de design, por ter um aspeto muito antiquado e, para o Pedro, a navegação poderia também ser melhorada pois aponta ser muito difícil encontrar rapidamente informação sobre como proceder em determinada situação.

Para o Dinis e para o Ricardo, o manual da Starbucks é pouco humanista e falha no que respeita à usabilidade, pois limita-se a mostrar uma lista crua de elementos que servem como referência para quem geralmente trabalha no desenvolvimento de páginas para a marca, quando deveria também apresentar exemplos do resultado final esperado, tornando-se assim um pouco limitador.

Ubuntu

A generalidade dos entrevistados é da opinião que o guia de estilos do Ubuntu é mais fácil de utilizar no dia-a-dia, ganhando também no que refere à apresentação da framework a quem esteja a consultar o guia pela primeira vez (Dinis).

Para o Pedro, o guia do Ubuntu é bastante completo, é fácil de entender, bem categorizado e fácil de consultar. Na opinião do Simões, este guia consegue apresentar informação de carácter técnico, fazendo-o de forma apelativa e agradável a nível de navegação e design.

“...tem tudo aquilo que precisas ali à mão e pareceu-me mais fácil de transpor para a vida real do que o da Starbucks.” Pedro

Para o Lourenço, o guia do Ubuntu apresenta uma abordagem mais aberta, com um linha de comunicação e filosofia cuidada. O Ricardo indica ainda que este se revela bastante humanista, pois dá informação sobre o público-alvo, cores, a apresentação do próprio manual, dá exemplos de utilização e contextualiza esses mesmos exemplos.

Pode dizer-se que os resultados estavam de acordo com o esperado, tendo sido levantados pelo Ricardo alguns aspetos relevantes a considerar na criação da framework, nomeadamente, no que toca ao humanismo e usabilidade que poderão tornar o guião numa ferramenta que consiga não só transmitir informação técnica, como também aspetos relacionados com a filosofia e o pensamento por trás da estratégia da marca.

2.5.3 Implicações do FESG no fluxo de trabalho

O Dinis faz referência à importância do guia para manter a consistência do trabalho realizado, no entanto, refere também que uma ferramenta deste género pode demorar algum tempo a ser concluída e exigir bastantes recursos por parte da equipa, especialmente quando esta é pequena e a maior parte da informação pode ser transmitida oralmente. O entrevistado refere que, na sua opinião, o mais aliciante de utilizar um FESG é o rápido acesso a blocos de código com estilos utilizados previamente.

Para o Pedro, um FESG poderia ajudá-lo bastante na redução do pensamento necessário sempre que cria uma página ou secção nova, pois já teria um template sobre o qual trabalhar que lhe iria indicar onde colocar a informação e qual a melhor abordagem a seguir, o que iria evitar algum retrabalho em fases mais avançadas do projeto. O entrevistado realça ainda uma situação que ocorre com frequência e poderia ser evitada com a utilização de FESG que se prende com o facto de, com alguma frequência, pedir aos colegas de outros departamento informações básicas que acabam por quebrar o foco e interromper o ritmo de trabalho, como por exemplo, que estilo dar ao alerta que surge quando acontece determinada situação.

Na opinião do Simões, a existência de uma ferramenta deste género na

organização indica que já houve um estudo e planeamento por trás da sua criação o que só por si já lhe transmitiria mais confiança no início de cada projeto. Para além disso evitaria ter que tomar decisões de design no que toca à utilização e cores e/ou tipografia, por exemplo. Simões indica ainda que a curva de aprendizagem poderia ser inicialmente acentuada, mas que, com o tempo, isso seria ultrapassado.

O Lourenço indica que uma ferramenta deste género seria útil para entregar ao cliente, juntamente com o produto final, especialmente no caso de desenvolvimento de Content Management Systems (CMS), uma ferramenta que permite ao cliente inserir conteúdos texto e multimédia no seu website. O FESG poderia informar o cliente sobre as regras de design a seguir com vista a manter o aspeto visual inicialmente definido para o site, evitando que este se torne numa “manta de retalhos”. O entrevistado levanta a preocupação de os guias entregues poderem apresentar um design semelhante de cliente para cliente, o que poderia ser um problema, já que a generalidade os clientes têm preferência por um tratamento diferenciado e exclusivo. O Lourenço relembra ainda, ao longo da entrevista, uma situação que ocorreu na organização onde trabalhava antes de fazer parte da TeamEffort. Aqui, o entrevistado integrava uma equipa multidisciplinar responsável pela realização de um projeto de larga escala no qual não existia uma linha condutora a nível de design e organização da informação que levou à criação de uma “aplicação Frankenstein”. O Lourenço refere que, nesta situação, o FESG se teria revelado uma ferramenta extremamente útil, pois teria definido uma linha condutora que teria evitado uma grande carga de retrabalho em fases mais avançadas do desenvolvimento.

O Ricardo indica que uma ferramenta deste género tem um impacto enorme no fluxo de trabalho, uma vez que disciplina como devem ser aplicados os diversos elementos presentes no site como, por exemplo, listas, parágrafos, assim como outros elementos tipográficos e outros materiais de comunicação. O entrevistado é da opinião que quanto maior o número de materiais de comunicação criados pela empresa, maior será também o impacto do guia de estilos no fluxo de trabalho da organização.

2.5.4 Análise das opiniões sobre a tabela comparativa e conclusões da entrevista

Após examinar a tabela comparativa apresentada durante a entrevista os entrevistados indicaram que, à primeira vista, esta se encontra bastante completa, quer a nível da presença de elementos que poderiam consultar no seu dia-a-dia no decorrer da sua atividade profissional, como também no que refere à organização dos mesmos em macrocategorias e subcategorias.

Contudo, após à análise inicial, os entrevistados trocaram algumas ideias com o entrevistador e foram aprofundando a sua opinião, tendo aqui surgido algumas dúvidas relevantes às quais será dada resposta aquando da criação do website da ferramenta.

Uma dessas dúvidas prendeu-se com a utilização do termo “Personality” para definir a primeira macro categoria, algo que na opinião do Dinis se poderá revelar confuso para quem se encontra a consultar o guia pela primeira vez, por não ser um termo suficientemente esclarecedor. O entrevistado sugeriu a utilização do termo “Brand Values” para designar esta macrocategoria, contudo o investigador é da opinião que este termo é demasiado específico, tendo optado por substituir o termo “Personality” por “Brand Strategy”. O Ricardo realçou a importância desta primeira macrocategoria, especialmente no que toca ao “Tom-de-voz”, elemento que considera de extrema importância, especialmente para a redação de publicações em blogues ou tweets a título pessoal ou da marca que representam. O entrevistado indica que na “Development Seed” o tom-de-voz está como que acordado entre os colaboradores, mas não se encontra oficialmente definido num manual, fator que este considera bastante relevante. Ainda no que toca a esta categoria, o Pedro referiu poder tratar-se de um termo algo confuso para quem não possui formação na área da comunicação, contudo, espera-se que esta questão possa ser colmatada com uma introdução explicativa a este elemento na categoria correspondente, aquando da criação da ferramenta.

No que refere à macrocategorias denominada de “Functional” que pretende dar resposta à apresentação de elementos funcionais presentes no produto digital, o Dinis realçou a sua dúvida quanto à encapsulação deste tema numa macrocategoria, já que se pode estender a elementos da categoria “Content”, por exemplo, no caso do

utilizador quiser atribuir um determinado estilo de animação a uma imagem. O Dinis sugeriu assim, que alguns dos elementos funcionais poderiam estar presentes em todas as macrocategorias, à exceção da “Personality”. O investigador considerou esta dúvida como de extrema importância e irá dar resposta à mesma na criação da ferramenta. Ainda na macrocategoria “Functional” o Pedro referiu que o elemento botão deveria estar contemplado na categoria “Forms” ao invés de em “Navigation”. O investigador concordou é da mesma opinião e irá refletir esta alteração na ferramenta.

A semelhança entre as categorias “Images” e “Photography” causou também alguma confusão devido à semelhança entre os dois termos, mas não foi dada uma sugestão concreta sobre como melhorar esta abordagem. Por o termo “Images” dizer respeito ao posicionamento das imagens numa página e o termo “Photography” contemplar as emoções que deverão estar refletidas nas fotografias da marca, o investigador decidiu alterar o termo “Images” para “Image positioning” com vista a clarificar o conteúdo presente na categoria.

O Lourenço levantou algumas dúvidas quando à apresentação de determinados elementos, como por exemplo o select, que pode tomar várias formas que vão desde o select mais simples, em puro HTML, ao select com pesquisa integrada e com auto-complete. Para além disso, o Pedro sugeriu ainda a introdução de área indicativa sobre como apresentar um gráfico de barras ou um gráfico de tarte. e o Ricardo levantou a possibilidade de se introduzir um ranger nos forms para ajudar a definir o intervalo entre dois valores.

O Lourenço levantou ainda uma questão importante a considerar no desenvolvimento da ferramenta relativamente à criação de um FESG, aplicável a qualquer situação, realçando que se fosse demasiado genérico acabaria por não ser suficientemente claro e útil.

Desta forma, após um período de análise das entrevistas e de discussão com o orientador, formulou-se a versão final da tabela comparativa com a estrutura da framework (figura 21).

3. Resultados do estudo

Após a análise da informação extraída das entrevistas procedeu-se à criação da 4ª versão da tabela comparativa (anexo 7), cuja estrutura serviu de base para dar início à criação da framework para o desenvolvimento de GEPD. Esta deverá pautar-se por um rápido acesso à informação e por uma apresentação dos conteúdos de forma clara. Pretende-se ainda que possua uma interface familiar para todos os utilizadores, independentemente do seu background profissional.

Após a análise de algumas ferramentas similares, concluiu-se que a generalidade destas opta por um formato wiki, com uma barra de navegação fixa no topo da página, e uma barra de navegação lateral fixa, na qual são apresentados os conteúdos do website. Exemplo dessa abordagem são os websites das frameworks uikit (figura 22) e Bootstrap (figura 23), utilizados no desenvolvimento de páginas web.

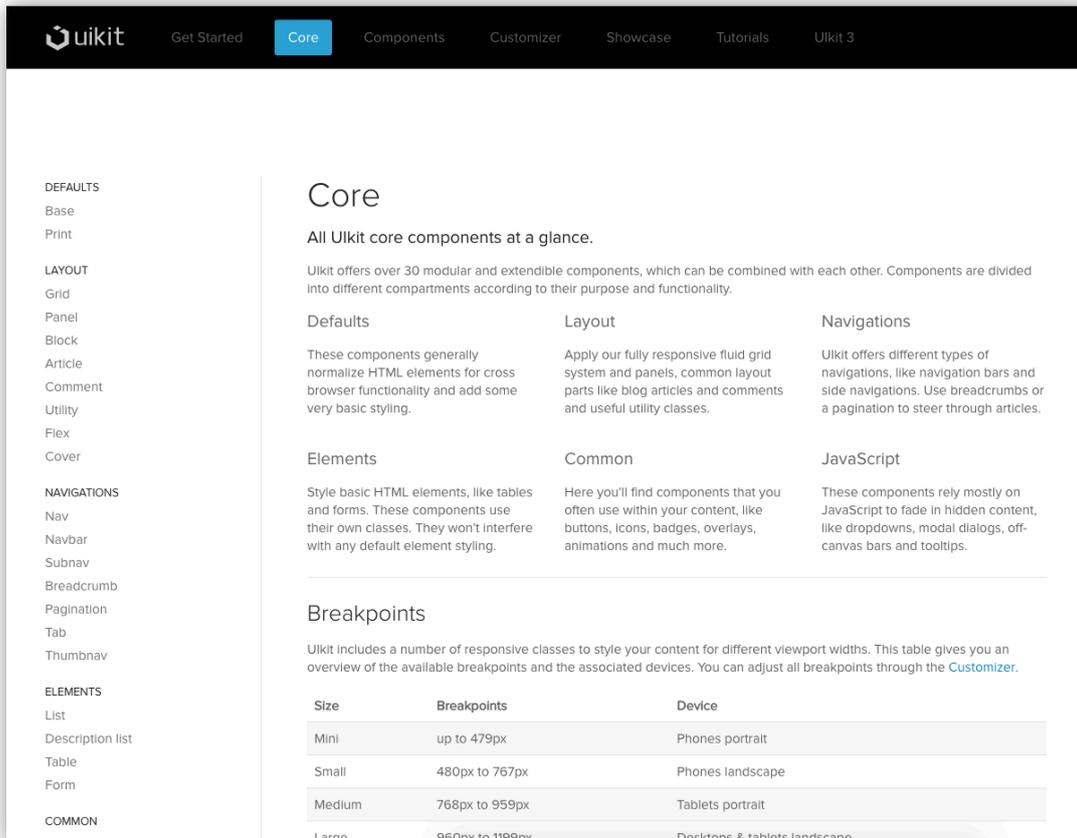


Figura 22 - Captura de ecrã da Framework ulkit

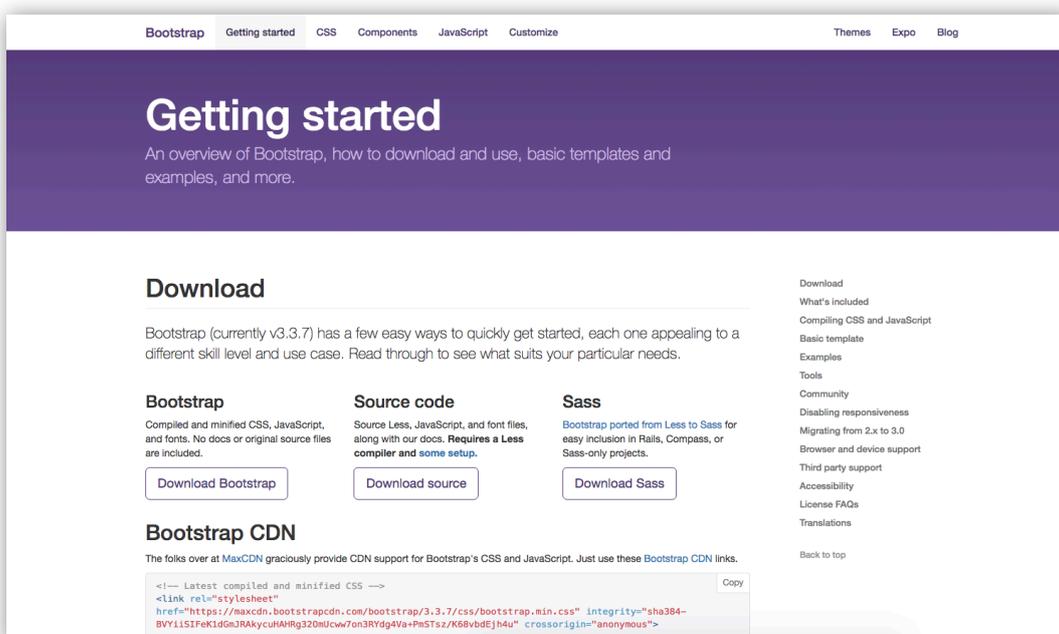


Figura 23 - Captura de ecrã da Framework Bootstrap

Numa primeira fase do desenvolvimento, procedeu-se à criação de um mockup de baixa-fidelidade com recurso a papel e caneta. Posteriormente, foi desenvolvido um mockup da interface para melhor ilustrar a organização dos conteúdos (figura 24).

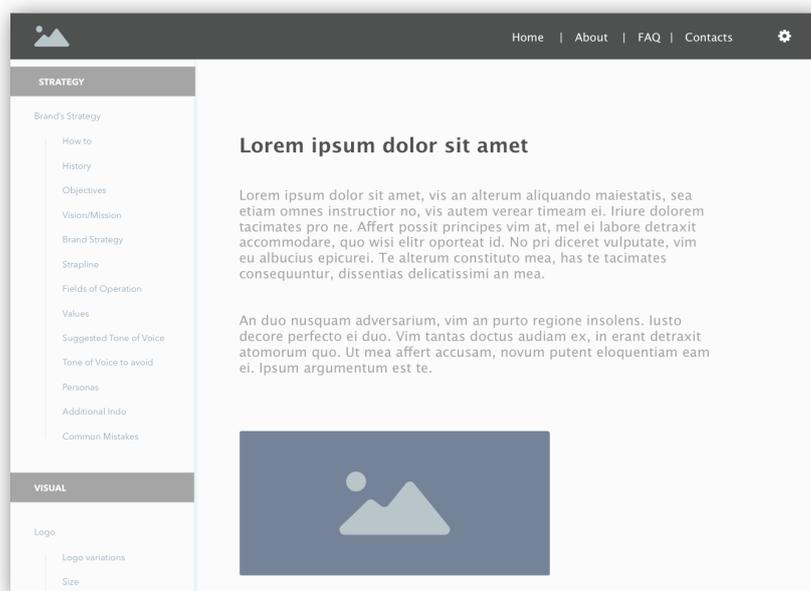


Figura 24 - Mockup do guia para desenvolvimento de produtos digitais

A barra de navegação localizada no topo da página é composta por uma imagem à esquerda que deverá ser modificada pelo gestor do guia para refletir o logo da organização para a qual este será utilizado. À direita, foi colocado um link em “Home” que reencaminhará o utilizador para a página inicial do website. A opção “About”, levará o utilizador para uma página na qual será apresentada informação sobre o âmbito do projeto. Segue-se a opção “FAQ” que reencaminhará o utilizador para uma página a ser editada pelos gestores do guia que visa esclarecer eventuais dúvidas que possam surgir aquando da utilização da ferramenta por parte dos colaboradores. A opção “Contacts” levará o utilizador para uma página onde figurarão os contactos dos responsáveis do projeto, assim como os contactos dos responsáveis de cada um dos departamentos da organização que poderão ser diretamente contatos pelos colaboradores em caso de dúvida. A opção mais à direita do menu, um ícone representativo de uma roda dentada, geralmente associado às definições da página, será visualizado apenas pelo gestor do guia e permitirá editar as áreas presentes no manual, criando áreas que possam estar em falta ou eliminado

aquelas que não se encontrem a ser utilizadas. Mais uma vez, pretende-se que este guia seja completamente adaptado à empresa que o utiliza, sendo que a estrutura inicial é apenas uma sugestão, justificada pela investigação realizada no presente estudo. Cada uma destas macrocategorias será populada com as classes de segundo nível, nas quais serão incluídos os elementos da página. Finalmente, na área de conteúdo, haverá espaço para um título identificativo do elemento selecionado, assim como um espaço onde será redigida toda a informação correspondente ao elemento. Seguidamente procedeu-se ao desenvolvimento da ferramenta para a web (figura 25)¹. Esta versão traduz o que foi previamente delineado no mockup de média fidelidade, com a inclusão da barra de navegação de topo e a barra de navegação lateral.

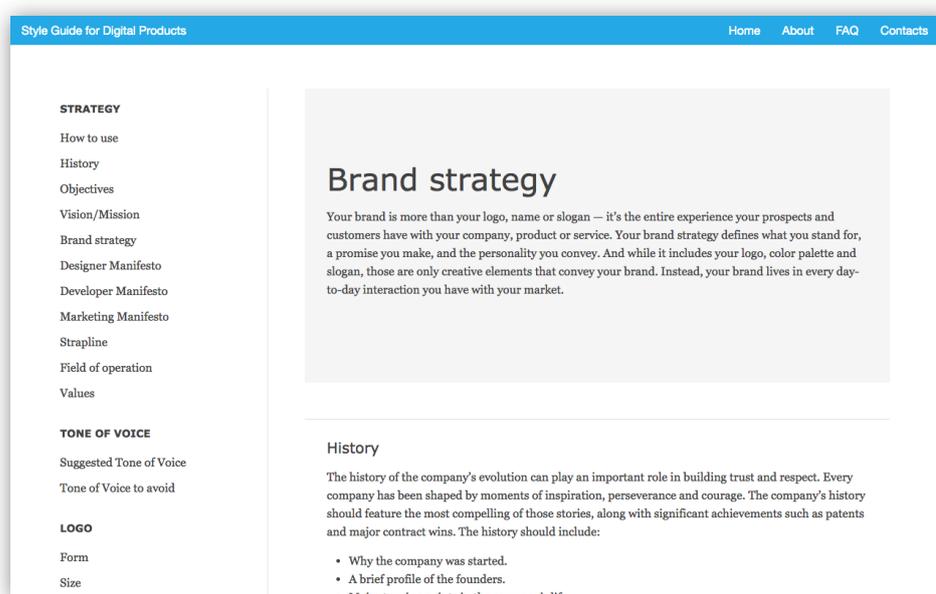


Figura 25 – Mockup do guia em formato web

Na área destinada ao conteúdo é apresentado um texto contextualizador de cada uma das categorias e elementos que evidência a importância dos mesmos, seguida de uma área denominada “What to do?” na qual figurará um texto informativo com os passos a seguir para preencher corretamente cada secção.

Nesta fase foram realizadas algumas alterações, como por exemplo, retirar o título das macrocategorias da barra de navegação lateral. Esta decisão prendeu-se com

¹ <http://joaoarruda.com/gepd/> - acedido a 15/10/2016.

o facto de, apesar de ser uma identificação importante, na prática, o investigador concluiu que esta não ajudaria necessariamente à navegação no menu, ocupando espaço precioso que poderia ser utilizado para melhor apresentar as categorias e elementos. Em alternativa, a identificação da macrocategoria passou para a caixa de “What to do?” como forma de contextualizar o gestor do guia, aquando da criação de conteúdos (figura 26).

The image shows a screenshot of a document section titled "What to do?". At the top, there is a sub-section "Vision/Mission" with a paragraph explaining that an organization's vision is a long-term change it ideally would like to see if its work is successful, and that the mission statement should clearly define the organization's purpose. Below this, there is a blue box with the title "What to do?" and a "Strategy" label. The text in this box instructs the reader to tell their audience what their Mission and Vision are.

Vision/Mission

An organization's vision is the long-term change it ideally would like to see if its work is successful. A vision should motivate and enable individuals to see how their effort contributes to an overall inspirational purpose. One of the fundamental questions for any group or organization is, "what is our purpose?" The mission statement should clearly define your purpose. It is a short, formal statement about what the organization aims to do.

What to do? Strategy

Tell your audience what's your Mission (what your business actually does for its clients) and your Vision (a motivational paragraph about where your company wants to be in the future).

Figura 26 – Bloco “What to do?”

Outra das alterações realizadas foi a inclusão, na área de “Brand Strategy”, de um manifesto destinado a cada uma das áreas profissionais que vão utilizar o manual. Pretende-se aqui que o responsável por cada departamento apresente um texto inspirador que enquadre a estratégia do departamento na estratégia da organização, mencionando a importância de cada colaborador para que se consigam atingir os objetivos delineados (figura 27).

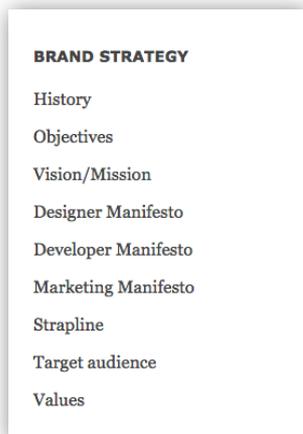


Figura 27 – Área “Brand Strategy” na barra de navegação

3.1. Processo de preenchimento

A ferramenta desenvolvida ao longo do presente estudo trata-se de uma framework para o desenvolvimento de GEPD, ou seja, um template que identifica, contextualiza e explica como deverão ser preenchidos os principais elementos que irão figurar no guia de estilos. Assim, a framework pode ser encarada como um tutorial com informações sobre os elementos que, após o preenchimento, irá dar origem ao GEPD.

Os elementos presentes na framework abrangem várias áreas da organização que passam pela estratégia, design, programação e criação de conteúdos em formato digital. Por serem apresentados em formato de página web, os elementos em questão podem ser acessados e analisados por qualquer membro da equipa, mesmo por quem não possua conhecimentos técnicos.

Por a criação do manual envolver a participação de profissionais de diversas áreas, é conveniente que seja identificado previamente um responsável, com conhecimentos de edição a nível de HTML, que ficará a cargo da inserção dos conteúdos enviados pelos restantes membros da equipa na framework e edição do GEPD com base nas sugestões recebidas dos restantes membros da organização, aquando da utilização do guia.

3.2. Aplicação em contexto organizacional

Para validar a aplicabilidade da ferramenta em contexto organizacional pediu-se ao Lourenço, um dos profissionais entrevistados anteriormente a trabalhar na TeamEffort, para utilizar a framework no desenvolvimento de um GEPD para um projeto real realizado na sua organização (figura 28). Foi primeiramente inserido na framework algum do conteúdo disponibilizado relativamente ao projeto, nomeadamente no que toca à aplicação do logótipo e alguns blocos de código. As figuras 29, 30, 31, 32 e 33 apresentam algumas das áreas nas quais a framework foi aplicada para a criação do GEPD.



Figura 28 – Lourenço a consultar o GEPD aplicado ao Imprint+

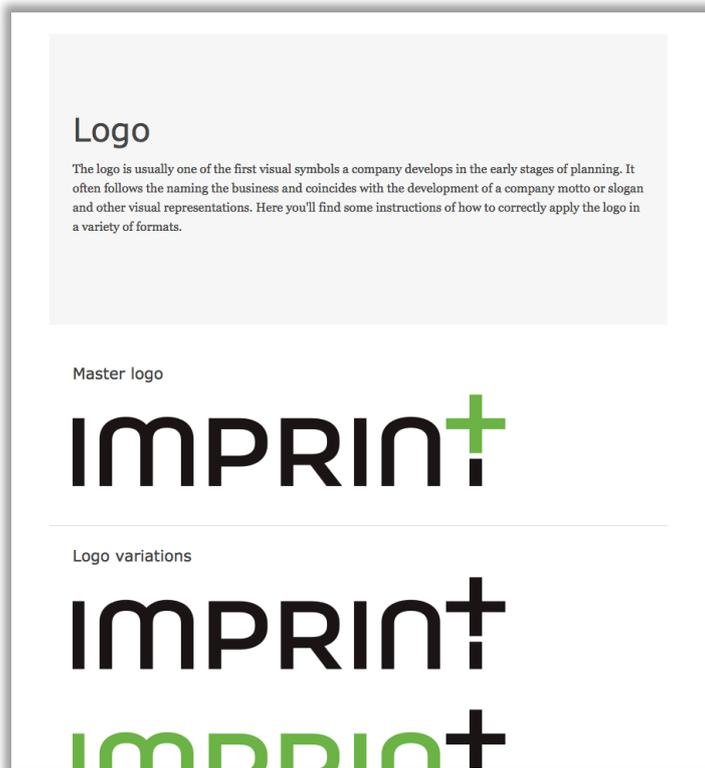


Figura 29 – Aplicação do GEPD ao logotipo do Imprint+

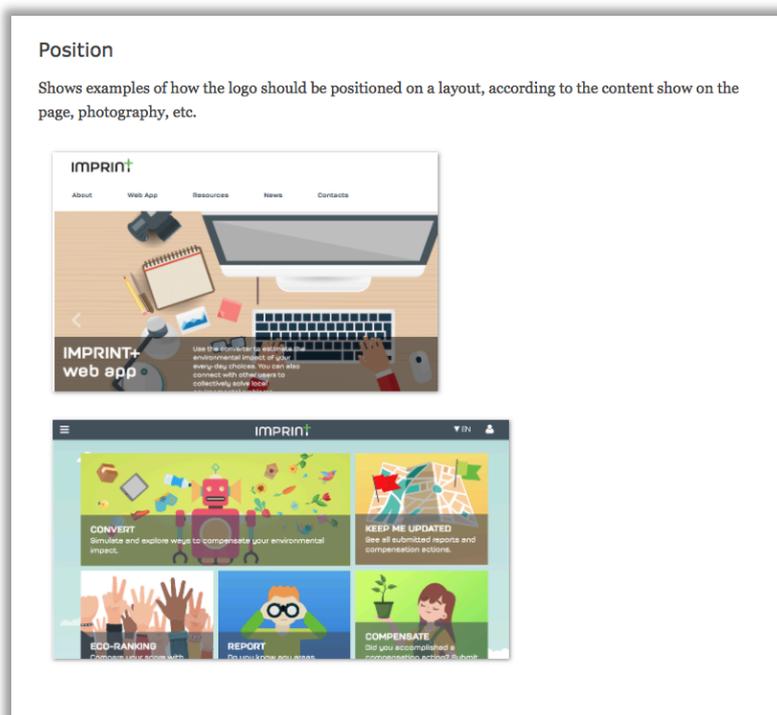


Figura 30 – Aplicação do GEPD ao posicionamento do logo do Imprint+

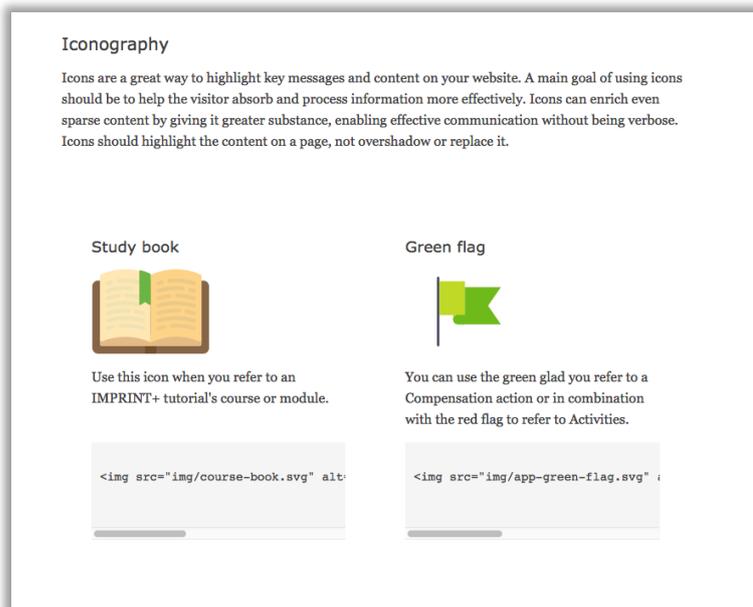


Figura 31 – Aplicação do GEPD à iconografia do website do Imprint+

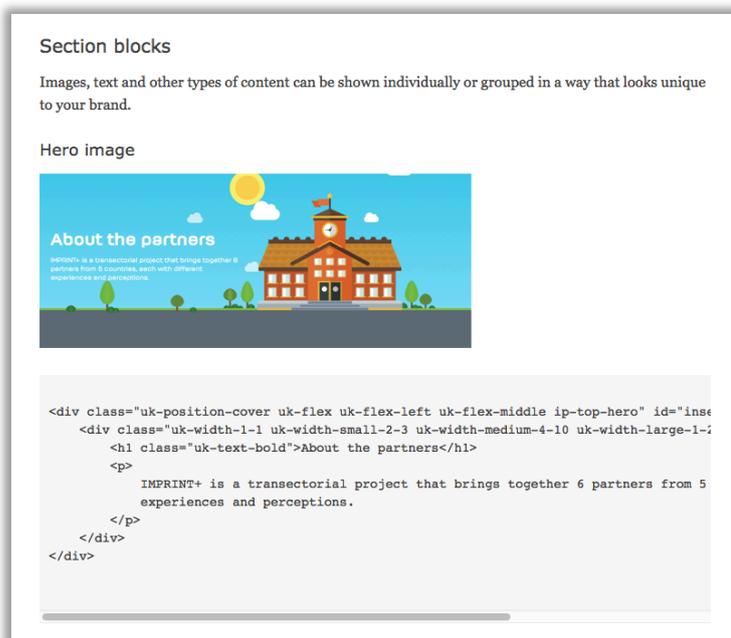


Figura 32 – Aplicação do GEPD à apresentação da hero image da área de parceiros

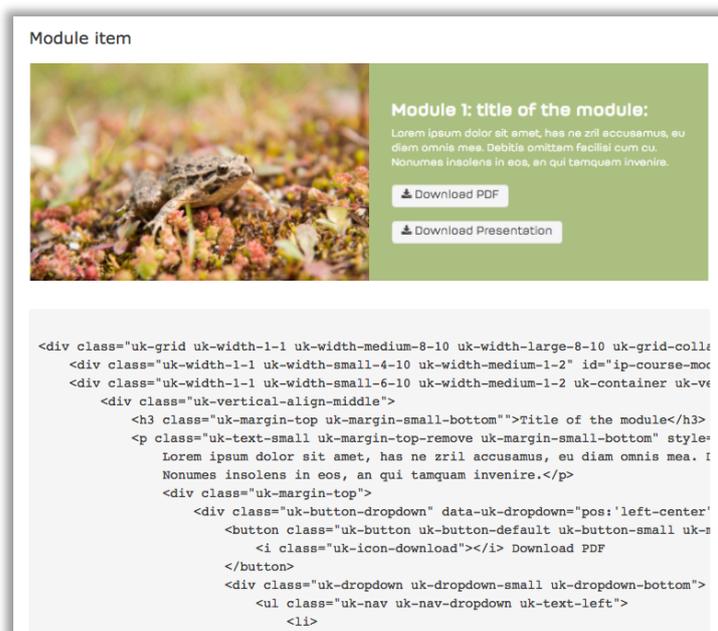


Figura 33 – Aplicação do GEPD à apresentação de um módulo do curso do Imprint+

O entrevistado testou a ferramenta durante três dias após os quais foi realizada uma entrevista informal. O Lourenço mostrou-se muito entusiasmado com o resultado final do projeto afirmando que esta é uma framework que se pode revelar muito útil para auxiliar no desenvolvimento de futuros projetos e que pode ser apresentada ao cliente juntamente com o produto final. Ainda, o Lourenço refere que esta ferramenta dá resposta a uma das necessidades referidas por ele durante a entrevista no que toca à necessidade da adaptação de uma ferramenta deste género de cliente para cliente pois, por ter acesso ao código da mesma, pode editá-la à medida das suas necessidades e das do cliente. O entrevistado mencionou a importância das indicações encontradas nos blocos “What do do” e referiu que estas deveriam poder continuar a ser acedidas pelo gestor do guia, mesmo após a conclusão da edição do mesmo, para referência futura. Foi ainda questionada a relevância dos blocos de código na área “section blocks”, referindo que poderia ser interessante apresentar um esboço do design de cada um destes blocos, fazendo referência ao tamanho dos elementos nele presente. Fez-se ainda referência à importância de explicitar o nível de rigidez da framework aquando do preenchimento dos elementos do GEPD e até onde se poderia ou não ir, questão que será posteriormente enquadrada na área de FAQ da framework.

Conclusão

O presente trabalho teve como objetivo desenvolver uma framework para a criação de Guias de Estilo de Produtos Digitais. Estes guias deverão agilizar a comunicação inter-departamental, facilitar o acesso a informação útil relevante, diminuir o tempo despendido na tomada de decisão rotineira assim como o surgimento de erros associados à falta de clarificação sobre como determinados elementos encontrados em Produtos Digitais deverão ser apresentados. A aplicação dos GEPD poderá assim melhorar a coerência da comunicação da Marca, respeitando de forma consistente a estratégia para ela delineada. Para além dos aspetos mencionados, o guia apresenta conteúdos de carácter formativo relativos a cada um dos elementos identificados como mais relevantes para fazer parte da framework, explicando o motivo da sua relevância e como poderão ser corretamente apresentados no GEPD. Após a recolha de informação das disciplinas de design, marketing e desenvolvimento de software, foram recolhidos e analisados FESG e Manuais de Identidade Corporativa de diversos sectores de atividade a partir dos quais se procedeu à criação de uma tabela comparativa que passou por duas iterações e permitiu identificar quais os elementos mais relevantes a incluir na framework. A estrutura da framework foi depois analisada por profissionais da área através de entrevistas semi-estruturas que possibilitaram conhecer quais os elementos mais relevantes a incluir na ferramenta e como esta poderia ser organizada da melhor forma, com vista a dar resposta às suas necessidades. Estas passaram por um acesso rápido à informação procurada através de uma interface clara e descomplicada. Com base nos resultados das entrevistas, foi criada a versão final tabela comparativa com a estrutura da framework. Finalmente foi criado um protótipo da mesma, de acesso público, disponibilizado gratuitamente². Esta é uma ferramenta de código aberto que poderá ser modificado pelos responsáveis pela criação do GEPD para adaptação às necessidades da organização. A framework foi, numa última fase, testada em ambiente organizacional, tendo sido recebida de forma positiva. Contudo, esta ferramenta apresenta várias oportunidades de melhoria e, à semelhança do que tem

² <http://joaoarruda.com/gepd/> - acedido a 15/10/2016

acontecido até agora, poderá continuar a ser testada e validada em maior profundidade a nível de experiência do utilizador, interface e qualidade dos conteúdos formativos.

Limitações e trabalho futuro

O projeto encontra como limitações o reduzido número de testes de validação especialmente no que refere ao protótipo final da framework sendo que, idealmente esta deveria ser aplicada a um número mais alargado de casos reais com vista a obter mais feedback de forma a solidificar a ferramenta. Infelizmente não foi possível continuar o teste da mesma devido a limitações a nível de tempo. Contudo, espera-se que futuramente a framework para o desenvolvimento de GEPD possa continuar a ser testada em situações reais que contribuam para a sua melhoria quer a nível de interface, experiência de utilização, estrutura e qualidade dos conteúdos, possível integração com um CMS, assim como o teste da sua utilização aplicado a diferentes contextos organizacionais.

Referências

- Akker, J. Van Den. (1999). Principles and Methods of Development Research. In *Design approaches and tools in education and training* (pp. 1–14). http://doi.org/10.1007/978-94-011-4255-7_1
- Alexander, C., Ishikawa, S., & Silverstein, M. (1977). A Pattern Language. *Ch. Alexander*. <http://doi.org/10.2307/1574526>
- Amado, P., & Fonseca, I. (2014). Sistema visual: a identidade e a interação na comunidade miOne. *SEDUCE: Utilização Da Comunicação E Da Informação Em Ecologias Web Pelo Cidadão Sénior*. Manuscrito submetido para publicação.
- Balaji, S. (2012). Waterfall vs v-model vs agile : A comparative study on SDLC. *WATEERFALL Vs V-MODEL Vs AGILE : A COMPARATIVE STUDY ON SDLC*, 2(1), 26–30.
- Boehm, B. W., Defense, T. R. W., Group, S., Boehm, H. W., Defense, T. R. W., & Group, S. (1987). A Spiral Model of Software Development and Enhancement. *Computer*, 21(May), 61–72. <http://doi.org/10.1109/2.59>
- Borchers, J. O. (2001). A pattern approach to interaction design. *AI & Society*, 15(4), 359–376. <http://doi.org/10.1007/BF01206115>
- Bowes, J. (2014). Scrum in practice: sprint zero. Retrieved May 5, 2016, from <https://manifesto.co.uk/scrum-practice-sprint-zero/>
- Camps, M. (2016). *ESTRATÉGIAS DE DESIGN RESPONSIVO - Caso de Estudo: EPR Multiplataforma da Glintt GlobalCare*. Universidade do Porto.
- Carvalhais, M. (2008). Learning and studying interaction design through design patterns. *Proceedings of the 15th Conference on Pattern Languages of Programs - PLoP '08*, 1. <http://doi.org/10.1145/1753196.1753210>
- Cassidy, T. (2011). The Mood Board Process Modeled and Understood as a Qualitative Design Research Tool. *Fashion Practice The Journal of Design Creative Process & the Fashion Industr.* <http://doi.org/10.2752/175693811X13080607764854>
- Cooper, A., Reimann, R., & Cronin, D. (2014). *About Face: The essentials of interaction design*. (WILEY, Ed.), *Information Visualization* (4th ed., Vol. 3). Indianapolis: John Wiley & Sons, Inc.
- Cousins, C. (2013). How to Build a Brand Bible & Visual Style Guide. Retrieved November 14, 2015, from <https://codemyviews.com/blog/how-to-build-a-brand-bible-visual-style-guide>
- Coutinho, C. P. (2013). *Metodologia de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática*. Coimbra: Edições Almedina.

- Debenham, A. (2011). Front-End Style Guides. Retrieved January 26, 2015, from <http://24ways.org/2011/front-end-style-guides/>
- Debenham, A. (2013). *A Pocket Guide to Front-end Style Guides-end style guides*. (O. Gregory, Ed.). Penarth: Five Simple Steps.
- Department of Health & Human Services - USA. (2005). Selecting a Development Approach. *Centers for Medicare & Medicaid Services*, 10. Retrieved from <https://www.cms.gov/Research-Statistics-Data-and-Systems/CMS-Information-Technology/XLC/Downloads/SelectingDevelopmentApproach.pdf>
- Eisenberg, B., & Eisenberg, J. (2006). *Waiting for your cat to bark? : persuading customers when they ignore marketing*. Nashville, Tennessee: Thomas Nelson, Inc.
- Frost, B. (2014). Atomic Design. Retrieved May 10, 2016, from <http://bradfrost.com/blog/post/atomic-web-design/>
- Gale, S. (1996). A collaborative approach to developing style guides. In *Proceedings of the SIGCHI conference on Human factors in computing systems common ground - CHI '96* (pp. 362–367). New York, New York, USA: ACM Press. <http://doi.org/10.1145/238386.238572>
- Given, L. M. (2008). The Sage Encyclopedia of Qualitative Research Methods. *The MIT Press*, 1043. <http://doi.org/10.4135/9781412963909>
- Godin, S. (2009). define: Brand. Retrieved September 15, 2015, from http://sethgodin.typepad.com/seths_blog/2009/12/define-brand.html
- Haucap, J., & Heimeshoff, U. (2014). Google, Facebook, Amazon, eBay: Is the Internet driving competition or market monopolization? *International Economics and Economic Policy*, 11(1–2), 49–61. <http://doi.org/10.1007/s10368-013-0247-6>
- Houde, S., & Hill, C. (1997). What do prototypes prototype? *Handbook of Human Computer Interaction*, 1–16. <http://doi.org/10.1016/B978-044481862-1.50082-0>
- Leitão, S., Lélis, C., & Mealha, Ó. (2014). MARCAS QUE SE QUEREM MUTANTES : Princípios estruturantes e orientadores. *II Congresso Mundial de Comunicação Ibero-Americana, At Braga-Portugal*, 486–487.
- Maioriello, J. (2002). What Are Design Patterns and Do I Need Them?
- Mall, D. (2015). Element Collages. Retrieved September 2, 2015, from <http://styleguides.io/podcast/dan-mall/>
- Neef, M. de. (2015). 10 Different Types of Software Development. Retrieved August 12, 2016, from <https://hyperiondev.com/hub/software-development/10-different-types-software-development/>
- Neumeier, M. (2004). *The Dictionary of Brand*.

- Peña Vera, T., & Pirela Morillo, J. (2007). La complejidad del análisis documental. *Información, Cultura Y Sociedad*, 16, 55–81.
- Petersen, K., Wohlin, C., & Baca, D. (2009). The waterfall model in large-scale development. In *Lecture Notes in Business Information Processing* (Vol. 32 LNBIIP, pp. 386–400). http://doi.org/10.1007/978-3-642-02152-7_29
- Preece, J., Rogers, Y., & Sharp, H. (2002). Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction. *Design*, 18(1), 68–68. [http://doi.org/10.1016/S0010-4485\(86\)80021-5](http://doi.org/10.1016/S0010-4485(86)80021-5)
- Público. (1998). Livro de Estilo do jornal Público. Retrieved December 12, 2015, from http://static.publico.pt/nos/livro_estilo/
- Reed, P., Holdaway, K., Isensee, S., Buie, E., Fox, J., Williams, J., & Lund, A. (1999). User interface guidelines and standards: Progress, issues, and prospects. *Interacting with Computers*, 12, 119–142. [http://doi.org/10.1016/S0953-5438\(99\)00008-9](http://doi.org/10.1016/S0953-5438(99)00008-9)
- Ribeiro, H. (2012). *USABILIDADE ACESSÍVEL: Metodologias para a Avaliação Qualitativa da Usabilidade no Design para a Web*. Universidade do Porto. Retrieved from https://www.google.pt/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0ahUKEwjigs_zvZXQAhXEcRQKHdRGD78QFggcMAA&url=https%3A%2F%2Fprepositorio-aberto.up.pt%2Fbitstream%2F10216%2F67711%2F2%2F5879.pdf&usq=AFQjCNGUX0VxPyaLk_mPbwc3KpkoafLXUA
- Richey, R. C., & Klein, J. D. (2005). Developmental research methods: Creating knowledge from instructional design and development practice. *Journal of Computing in Higher Education*. <http://doi.org/10.1007/BF02961473>
- Robinson, M. (2013). What is Agile? Retrieved May 5, 2016, from <https://agileinsights.wordpress.com/2013/08/26/what-is-agile/>
- Royce, W. W. (1970). Managing the development of large software systems. *Electronics*, 26(August), 1–9. [http://doi.org/10.1016/0378-4754\(91\)90107-E](http://doi.org/10.1016/0378-4754(91)90107-E)
- Simpson, N. (1999). Managing the use of style guides in an organizational setting: Practical lessons in ensuring UI consistency. *Interacting with Computers*, 11(3), 323–351. [http://doi.org/10.1016/S0953-5438\(98\)00069-1](http://doi.org/10.1016/S0953-5438(98)00069-1)
- Sirina, N. (2016). How to choose between Agile and Lean, Scrum and Kanban — which methodology is the best? Retrieved May 5, 2016, from <https://realtimeboard.com/blog/choose-between-agile-lean-scrum-kanban/#.WB96fCKtEy6>
- Taneja, R., Sarpal, S., & Arora, P. (2013). Analysis of Different Types of Process Models – Software. *International Journal of Research in Information Technology (IJRIT)*, 1(11), 64–72.

- Tidwell, J. (2010). *Designing Interfaces: Patterns for Effective Interaction Design*. O'Reilly Media Inc. <http://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Vlaanderen, K., Jansen, S., Brinkkemper, S., & Jaspers, E. (2011). The agile requirements refinery: Applying SCRUM principles to software product management. *Information and Software Technology*, 53(1), 58–70. <http://doi.org/10.1016/j.infsof.2010.08.004>
- W3C. (1992). Style Guide for online hypertext. Retrieved December 12, 2015, from <https://www.w3.org/Provider/Style/>
- Warfel, T. Z. (2009). *Prototyping: A Practitioner's Guide*. New York.
- Warren, S. (2012). Style Tiles and How They Work. Retrieved March 3, 2016, from <http://alistapart.com/article/style-tiles-and-how-they-work>
- Wheeler, A. (2006). *Designing brand identity: A complete guide to creating, building and maintaining strong brands* (Vol. 1542). Hoboken, N.J: John Wiley.
- Wheeler, A. (2009). *Designing brand identity*. *Journal of the Electrochemical Society* (Vol. 129). Retrieved from <http://scholar.google.com/scholar?hl=en&btnG=Search&q=intitle:No+title#0>
- Wilson, C. E. (2001). What is a Style Guide ? Consistency is Not a Simple Concept ! Benefits of a Style Guide. *Usability Interface*, 7(4).
- Yale University. (2011). Editorial Style Guide for Yale University Publications. Retrieved December 12, 2015, from http://bulletin.printer.yale.edu/style/Editorial_guide.pdf

ANEXOS

ANEXO 1 – Guião de Entrevista

GUIÃO DE ENTREVISTA

“Proposta de framework de desenvolvimento de Front-End Style Guides a partir das principais componentes presentes em guias atuais”

João Carlos Arruda

PREPARAÇÃO

- Equipamento para gravação vídeo e áudio da entrevista (iPhone e tripé);
- Software Quicktime para gravação vídeo e áudio do ecrã de computador no qual o entrevistado irá analisar os FESG.

INTRODUÇÃO

- Cumprimentar o entrevistado;
- Identificar o entrevistado (nome, área em que trabalha, experiência);
- Apresentar o tema do projeto e objetivos gerais da entrevista;
- Mencionar a garantia de confidencialidade dos dados recolhidos.

Olá _____, bem-vindo!

Agradeço desde já a disponibilidade para participar nesta entrevista.

O <primeiro nome> <último nome> encontra-se a desempenhar funções de _____ na empresa _____ na qual trabalha há _____ meses/anos.

Esta entrevista é realizada no âmbito da dissertação “Proposta de framework de desenvolvimento de Front-End Style Guides a partir das principais componentes presentes em guias atuais” do Mestrado de Comunicação Multimédia da Universidade de Aveiro.

O _____ já preencheu o acordo de não-divulgação manifestando a sua disponibilidade para participar no estudo, sendo que todo o conteúdo vídeo e áudio recolhido ao longo da entrevista será utilizado apenas para fins do projeto em questão.

QUESTÕES INTRODUTÓRIAS

1. Que tipo de projetos realiza na organização onde trabalha? Quais as suas principais responsabilidades?
2. No início de cada projeto, que género de indicações e material é geralmente disponibilizado pelos clientes/pela sua empresa?
3. Trabalha com uma equipa multidisciplinar?
4. Como se organiza a equipa para gerir as várias tarefas?
5. Como mantém a organização do código desenvolvido?
6. Conhece o conceito de Front-End Style Guide? Se sim, a organização onde trabalha utiliza alguma ferramenta semelhante?

ANÁLISE DE FESG

Agora vou-lhe pedir para navegar por dois FESG, um do Starbucks e outro do Ubuntu. Vou-lhe dar 10 minutos para navegar por cada um deles e, para complementar o estudo, vou gravar a tua navegação ao longo de cada um dos sites, ok?

Preparação

Apresentar os FESG do Ubuntu e do Starbucks. Deixar o entrevistado navegar livremente durante 10 minutos (cada). Neste intervalo de tempo não haverá contacto com o entrevistado.

7. Com que opinião ficou dos FESG analisados?
8. Acha que a utilização de um FESG poderia impactar o seu fluxo de trabalho?
De que forma?
9. Crê que a utilização de um FESG poderia, por exemplo, impactar a aplicação da tipografia ao longo do desenvolvimento de um website? De que forma?
10. Como acha que uma ferramenta deste género seria recebida pela sua organização?

Momento para apresentação e explanação da tabela de análise de Style Guides desenvolvida.

Esta tabela foi criada com base na análise dos FESG e Manuais de Identidade Corporativa encontrados na coluna A. Começou-se por fazer uma análise dos vários elementos presentes nesses manuais —entre eles os do Ubuntu e do Starbucks. Esses elementos estão representados na tabela pelos tons mais claros: desde os headings, aos botões, layout da grelha, barra de navegação, entre outros. Posteriormente esses elementos foram agrupados em quatro categorias principais, aqui identificadas com cores diferentes: “Personalidade” a azul, que identifica elementos relacionados com a personalidade da marca, desde os valores, tom de voz, entre outros. “Visual” a verde, com elementos como o logótipo, tamanhos, cores e grelhas. “Funcional” a laranja, diz respeito aos elementos que serão geralmente utilizados por programadores e que são normalmente acompanhados por um snippet de código HTML já com classes designadas que pode ser copiado e colado onde for necessário para criar o elemento pretendido, mantendo sempre um styling coerente com o dos restantes elementos. “Conteúdo” a amarelo apresenta informação sobre como os conteúdos do website deverão ser apresentados. Cada uma dessas categorias é composta por sub-categorias onde foram inseridos os vários elementos que cada style guide refere — elementos representados pelo 1 — ou não — elementos representados pelo 0. A ideia aqui é identificar os elementos que se repetem na maioria dos manuais — ou seja, aqueles

que poderão ser geralmente mais relevantes — e, a partir daí, desenvolver um website semelhante aos FESG que analisaste, que ficará livremente disponível e que poderá ser utilizado por organizações ou qualquer outro interessado como base e inspiração para dar início ao seu próprio FESG.

11. Concorda com as categorias criadas? Poderiam ser apresentadas de outra forma?
12. Existe algum elemento que, na sua opinião, seja importante e que esteja em falta? Qual/quais e porquê?
13. Para terminar, tem algum conselho ou sugestão para o desenvolvimento do modelo de FESG a realizar?

Concluimos assim esta entrevista. Agradeço a sua participação e espero que tenha sido do seu agrado!

ANEXO 2 – Transcrição da entrevista [Dinis]

J: Olá Dinis, bem-vindo! Agradeço desde já a disponibilidade para participares nesta entrevista. O Dinis Correia encontra-se a desempenhar funções de web designer e web developer no Público, no qual trabalhas há...

DC: Quatro anos, quatro anos e meio.

J: Esta entrevista é realizada no âmbito da dissertação "Proposta de Framework de desenvolvimento de Front-End Style Guides a partir das principais componentes presentes em guias actuais" do Mestrado de Comunicação Multimédia da Universidade de Aveiro. O Dinis já preencheu o acordo de não-divulgação manifestando a sua disponibilidade para participar no estudo, sendo que todo o conteúdo vídeo e áudio recolhido ao longo da entrevista, neste caso áudio, será utilizado apenas para fins do projeto em questão.

J: Gostava de começar por te perguntar que tipo de projetos realizas na organização onde trabalhas e quais são as tuas principais responsabilidades.

DC: Para além de ser designer e developer sou coordenador da pequena equipa de web que são três pessoas, incluindo eu. O tipo de projetos varia bastante, desde projetos grandes que demoram alguns meses, como o redesign do site do Público ou tudo o que sejam sites grandes com vários templates ou coisas mais pequenas, projetos editoriais, coisas com uma duração mais pequena e que normalmente são uma página especial com uma reportagem ou um dossier especial com um tema com vários artigos e com várias páginas.

J: E no início de cada projeto que fazes, que género de indicações e material é geralmente disponibilizado? Neste caso não será pelo cliente, mas que tipo de informação?

DC: Às vezes é como se os próprios jornalistas ou os editores propõem um tema ou um trabalho, é que são quase os clientes. E às vezes acabam por ter uma ideia não muito acabada sobre o que querem tratar e têm já o material recolhido, podem vir com uma ideia não muito concreta e aí somos nós que desenvolvemos toda a ideia a partir só dos dados que têm ou do conteúdo que têm ou, noutros casos, podem vir já com

uma ideia mais detalhada sobre o que é que querem ou como é que querem que a coisa funcione e aí às vezes podem trazer já uma espécie de especificação, entre muitas outras, porque não é uma coisa técnica mas mais uma descrição da ideia ou de como podia funcionar mas nunca é assim uma especificação muito exacta; essa parte somos sempre nós que fazemos.

J:Essa equipa com que trabalhas... disseste-me que trabalhavas com uma equipa de três pessoas, contando contigo, mas consideras que é uma equipa multidisciplinar, mesmo fora do âmbito dessas três pessoas.

DC: Sim, ou seja, três pessoas é a nossa equipa que chamamos de "web" ou "digital"... Não é bem web porque já fazemos coisas que não são só web e, portanto, sou eu, é a outra pessoa que é também front-end developer e também designer e uma pessoa que é mesmo só designer. Depois, para além disso, há também uma equipa de desenvolvimento que faz a integração, normalmente, com backoffice e tudo o que é integração com base de dados e depois, em termos editoriais ou de conteúdo, trabalhamos muito próximo da equipa de infografia, com a equipa de multimédia que produz vídeos e também fotografias. Mesmo os outros projetos com os próprios jornalistas também é um trabalho muito de equipa e de comunicação de um lado para o outro... por isso sim, diria que é uma equipa multidisciplinar.

J: E como é que se organizam para gerir as várias tarefas que tem cada um dos projetos?

DC: Assim, em termos de quê, mais concretamente?

J: No geral, tipo de ferramentas que utilizam...

D: Lá está, como a equipa é muito pequena usamos assim algumas coisas um bocadinho old-school, tipo, ter um quadro branco onde temos escrito que projetos é que... ou seja, normalmente são os projetos que temos pela frente e costumamos ter uma indicação de se já estamos a trabalhar, se estamos à espera de coisas ou se ainda não temos informação e se sequer vai acontecer. Mas pronto, isto portanto, descrito num quadro ao pé da nossa mesa porque somos três pessoas e estamos assim os três numa ilha...

J: Ou seja, há ali comunicação constante...

DC: Sim, há comunicação constante. De comunicação mais digital só usamos email normalmente e depois para projetos também que durem mais tempo e que normalmente envolvam mais pessoas para além de nós os três, ou seja, nós programadores, aí normalmente usamos o BitBucket e o sistema de tickets e de issues para abrir tarefas para cada um de nós (mesmo para nós) e para a equipa de programação. Ou seja, se houver mais pessoas para além de nós os três, normalmente a programação, já usamos uma coisa mais...

J: Ou seja, essa ferramenta, é uma ferramenta interna?

DC: Não, usamos o BitBucket que é tipo o GitHub para fazer controlo de versões e como é o que usamos para ter o código e tem um sistema de issues assim muito simples acabamos por usar porque está tudo integrado.

J: Relativamente ao código, como é que mantém a organização do código que desenvolvem?

DC: Pronto, lá está, usamos precisamente o BitBucket com controlo de versões. Temos repositórios em Git — para cada projeto que fazemos criamos um repositório. Portanto, isso é mesmo para o código; para os templates, para o HTML, para o CSS... tudo o que é código está no BitBucket e tem controlo de versões e para outros materiais, tipo materiais gráficos, designs e layouts, usamos uma conta partilhada de Dropbox, portanto, dessas não fazemos controlo de versões.

J: Agora gostava de saber se conheces o conceito de FESG e, se sim, se a tua organização usa algo do género.

DC: Conheço, não usamos, mas por acaso é uma coisa que já falámos várias vezes de tentar implementar ou de criar alguma mas ainda não o fizemos. Temos algumas coisas interiorizadas que depois acabamos por reutilizar e que, lá está, faria sentido estarem registadas numa espécie de guia de estilos, mas ainda não o fizemos.

J: Está terminada a primeira parte. Agora, tenho aqui dois FESG que gostava que analisasses. Vou-te dar 10 minutos para analisar cada um deles, simplesmente para

navegar livremente, ver... cusca-los! *risos* Um deles é o da Starbucks e o outro é do Ubuntu.

DC: O do Starbucks já conheço! *risos*

J: Mas conheces bem?

DC: Não, conheço porque vi na altura e guardei nos favoritos porque era um dos que eu queria usar... estava a guardar como referência para quando criássemos um... que ainda não aconteceu, mas, lá está, não conheço bem mas vi na altura.

J: Ok, então fazemos assim... Se calhar podemos começar pelo da Starbucks, porque conheces melhor, se vires que não precisas de tanto tempo dizes-me e passamos para o do Ubuntu, ok?

DC: Ok.

INTERVALO PARA ANÁLISE DOS FRONT-END STYLE GUIDES

J: Ora, bem-vindo de volta! Gostava de saber, basicamente, com que opinião ficaste quanto aos Style Guides que analisaste, quer o do Starbucks quer o do Ubuntu e, no geral, sequiseres.

DC: Dos dois, acho que o do Ubuntu está muito bem estruturado. O outro parece uma lista mais crua das coisas que, se calhar, é capaz de ser uma referência para quem já usa aqueles estilos e quando alguém precisa de rever para ir lá ver aquilo, o do Ubuntu parece que cumpre melhor a função de apresentar a framework deles a quem vai usá-la pela primeira vez.

J: E achas que a utilização de um FESG poderia trazer algum impacto ao teu fluxo de trabalho? E se sim, de que forma?

DC: Sim e não. O não só porque, lá está, como somos uma equipa muito pequena parte disso acaba por ser transmitido oralmente. Mas sim, mais que não seja quando

entra um elemento novo para a equipa é muito mais fácil apresentá-lo a uma série de coisas assim porque normalmente o que acaba por acontecer porque já temos uma série de estilos reutilizáveis na nossa framework que usamos, portanto, sem um guião o que acontece é que, sempre que alguém tem que fazer uma coisa pela primeira vez é preciso dizer: "Olha, já temos um estilo para isso vê, não sei onde, como é que está feito". Portanto, nesse aspeto sim, lá está, a única coisa é que o próprio guia de estilo demora algum tempo a fazer e uma vez que a equipa é pequena não há essa necessidade tão grande de passar o guia de estilo e está um bocado na nossa cabeça; na das pessoas que estão lá há mais tempo, pelo menos.

J: Se considerarmos o caso prático da aplicação de estilos tipográficos às várias áreas do site, achas que o FESG poderia ajudar nesse aspeto e se sim, de que forma?

DC: Sim, esse é um dos casos que temos bastante presente na nossa cabeça, pelo menos eu e a outra pessoa da nossa equipa que está lá há mais tempo também porque fizemos aquilo um bocado em conjunto e já sabemos, hierarquicamente, quais são os tamanhos que usamos, qual é o tamanho maior que usamos, quais é que são os entrelinhamentos mas não temos isso escrito nalgum sítio portanto seria um bocado quase de cabeça porque são coisas que estamos sempre a usar mas não, pronto, tirando o próprio ficheiro da framework que é preciso ir ver para nos orientarmos mas sim, ajudaria a ter isso registado.

J: Mas são coisas que vocês já conhecem, ou seja, são coisas que vocês já conhecem. Seria mais interessante caso um elemento entrasse na equipa...

DC: Um elemento ou até para nós, pronto, lembramo-nos, sei lá, título, página principal; ou quando temos um subtítulo a hierarquia que gostamos de fazer mas escapam-nos algumas coisas por isso às vezes a forma de ir ver é ir ver como fizemos no último projeto, por exemplo, e mesmo para nós, lá está, seria bom ter esta referência para poder ver isto.

J: Como é que achas que uma ferramenta desse género seria recebida no Público? Imagina mais se fosse uma ferramenta interdepartamental, se não se focasse só no departamento onde vocês trabalham.

DC: Acho que seria útil na mesma; não sei se seria tão bem recebida porque algumas equipas que são mais resistentes...

J: À mudança...

DC: Sim, sim. Acho que seria positivo para todos mas ia haver resistência de algumas partes com algumas das coisas. Se calhar o que seria mais útil nessa parte inter-equipa seria a parte da tipografia, por exemplo, e acho que seria o que poderia levantar alguns problemas com outras equipas... problemas ou...

J: Fricções...

DC: Algumas fricções, sim.

J: Deixa-me pôr aí uma tabela... Pronto, podes ligar livremente.

Essa tabela que estás a ver foi criada com base na análise dos vários elementos presentes nesses manuais —entre eles os do Ubuntu e do Starbucks. Esses elementos estão representados na tabela pelos tons mais claros; como podes ver tens aqui o How to Use, History, Form do logótipo, color, exclusion zone, por aí afora. Posteriormente esses elementos foram agrupados em quatro categorias principais, aqui identificadas com cores diferentes. São as que estão em maiúsculas. Essas categorias foram personalidade, a azul, que identifica elementos relacionados com a personalidade da marca, desde os valores, tom de voz, à história da organização, entre outros. A verde temos a parte mais visual, com elementos como o logótipo, tamanhos, cores, grelhas. A área a laranja, é a área ao qual foi dado o nome de área mais funcional. Porquê? Porque diz respeito aos elementos que são geralmente mais utilizados por programadores e que são normalmente acompanhados por um snippet de código HTML já com classes designadas que pode ser copiado e colado onde for necessário para criar o elemento pretendido e mantém sempre um styling coerente com o dos restantes elementos. Relativamente à quarta última zona, do conteúdo, que está a amarelo, ela apresenta informação sobre como os conteúdos do website deverão ser

apresentados, desde tabelas, a artigos de blogs, fotografias, a zona do FAQ, brand assets, por aí afora. Cada uma dessas categorias é composta por sub-categorias que são, como disse há bocadinho, estas aqui, estas intermédias onde foram inseridos os vários elementos que cada style guide refere — elementos representados pelo 1 — ou não — elementos representados pelo 0.

A ideia aqui é identificar os elementos que se repetem na maioria dos manuais — ou seja, aqueles que poderão ser geralmente mais relevantes — e, a partir daí, desenvolver um website semelhante aos FESG que analisaste, que ficaria livremente disponível e que poderá ser utilizado por organizações ou qualquer outro interessado como base e inspiração para dar início ao seu próprio FESG.

A minha próxima pergunta é se concordas com essas macro-categorias que foram criadas ou se achas que poderiam ser organizadas de outra forma?

DC: Não sei o nome do "Personalidade" é logo muito claro, pelo menos foi coisa que eu... Ou seja, tem mais a ver com a marca mas não sei se só vendo pelo nome... Acho que está bem assim porque são coisas que eu juntaria mas não sei se em vez de personalidade remetesse logo para "Valores da marca", ou uma coisa qualquer, seria mais claro, mas os outros sim, parece-me bem, a nível visual, funcional e de conteúdo.

J: E relativamente à organização dos elementos; trocavas algum de sítio?

D: O "Funcional" também acho que outro problema pode ser... Que por exemplo algumas coisas que estão no conteúdo possam ter exemplos funcionais.

J: Como assim?

D: As tabelas, por exemplo, imagino que do ponto de vista de quem está a fazer o desenvolvimento também possa ser... Ou seja, não é funcional na medida em que não é um widget de JavaScript, uma coisa que se usa, mas se calhar copiar também copiar o código daquela tabela como exemplo para fazer qualquer coisa também possa ser mais simples do que ter só uma indicação de como se deve fazer aquilo... Exato, talvez passar as tabelas para o "Funcional".

Ou então... não estou a dizer nenhuma destas coisas com muita certeza... Ou então o "Funcional" quase que poderia ser uma opção de quase todos os outros grupos, se calhar à exceção da marca, porque a marca é mesmo só daquelas coisas mais... Mas vejo tanto o "Visual" como o "Conteúdo" como ambos podendo ter um aspeto funcional em que possas... Porque acho que qualquer uma destas coisas são uma coisa mais tipo framework, por exemplo, mesmo aqui nas landing pages ou dos layouts, se calhar não tens um widget para copiar mas tens a classe para aplicar para aquilo funcionar com aquela coisa — que acho que é o que, por exemplo, o do Starbucks não faz assim tão bem — tens essa parte funcional em que aquilo te explica como é que geras aquele código mas noutros exemplos só tens o resultado final e falta-te aquela parte. Por tanto, se calhar era mais era... Então vá, sugestão final. Se calhar organizar isto mais como: o "Personalidade" ser "Marca" e depois... mas isto é só o meu nit-picky com estas coisas... aproveitando que tens conteúdo, tipo ao "Visual" chamar "Forma", ou seja, "Forma" e "Conteúdo", só para dividir, mas depois imagino que cada unidade destas mais pequenas possa ter um... lá está, esta janela ou qualquer coisa funcional que depois vai depender da complexidade do que é fazer isto. Se for um tamanho de fonte se calhar tens só a classe que se aplica para aquilo ficar com aquele tamanho, se for um widget JavaScript tens o HTML e o código JavaScript, se for preciso. Ou seja, o "Funcional" ser uma opção destas coisas do "Visual" e do "Conteúdo".

J: E agora, elementos que possam estar em falta? Para já, dentro de cada uma dessas macro-categorias, como elas estão criadas agora, vê's aí algum elemento que poderia estar ou que te daria jeito utilizar e que não esteja incluído em nenhuma delas?

D: Não... Aqui nas imagens... Não sei se a ideia eram só imagens, imagens ou listas e galerias de imagens... Aquela coisa tipo lista de thumbnails, mas lá está, isso calhar poderia ser facilmente integrado ou nas imagens ou...

J: Sim, isso aí estaria na parte do "Funcional" ali em "Media images". Ficaria aí.

D: Sim, então assim se já está aí...

J: Mas essa questão é interessante... Porque lá está, as imagens é um ponto importante porque acho que é o único que se repete em duas áreas — tens as imagens na parte

funcional e tens as imagens na parte do conteúdo — na parte do conteúdo tem mesmo a ver com a imagem em si...

D: Sim, mas eu aqui estava mais a fazer a distinção...

J: Sim, estou-te a perceber. Ou seja, imagina, se tivesses indicações que te levassem a desenvolver um FESG achas que esse elemento seria importante, foco nas imagens, em como elas são apresentadas. Lembro-me que o Starbucks aborda isso... as imagens em thumbnail...

D: Pois, exato, acho que essa coisa das imagens em thumbnail, não sei, porque pessoalmente, é uma coisa que acabo por usar muitas vezes e que acho que se vê assim... Mas sim, sei lá, não diria que está aqui em falta, acho que está bastante completo, acho que era mais só tentar perceber em que ponto é que isso poderia entrar mas de resto a organização parece-me boa.

J: Isso é fixe... Mas lá está ficaria incluído mais na parte funcional, com um snippetzinho de código ao lado... seria só copiar, está a andar... vários tamanhos, quer dizer, depende dos tamanhos que forem utilizados no website da organização.

Agora para terminar, simplesmente queria saber se tens algum conselho ou sugestão para o desenvolvimento do modelo de FESG. Como te disse, uma base... Imagina, querias implementar um modelo de FESG no Público, achas que existe algum conselho ou algo que te levaria a sentir mais atraído por esse tipo de...

D: Bem, conselho não tenho porque nós ainda não temos Style Guide. *risos*

J: Mas não é isso, do teu ponto-de-vista, como programador, algo que utilizes regularmente...

D: Exacto, eu estava a dizer do "Funcional" há bocado porque o caso que eu mais vejo é um bocado isso... A quantidade de coisas que eu reutilizo de projeto para projeto e que já tenho... pronto, algum desse código que seja JavaScript ou mesmo só coisas de CSS já estão na nossa framework. Outro não está e tenho que o implementar projeto a projeto mas seja qual for o caso, tenho que pensar: "Qual foi a última vez que eu usei isto?" e vou lá ver. Por isso, acho que a coisa de rapidamente chegar a um snippet de código que eu reutilizo várias vezes, diria que é assim o mais aliciante

disto. Pronto, porque aí lá está, não tem aquele aspecto de ser só útil quando há uma pessoa nova que chega à equipa, mas mesmo quem já lá está e trabalha. Temos por exemplo um caso prático uma das pessoas da equipa, a que faz principalmente design, já acaba por mexer em algum HTML e parte do trabalho que temos que fazer num projeto específico que é atualizado todas as semanas e nalgumas semanas pedem-nos para fazer um bloco específico de HTML com uma galeria ou uma grelha de imagens ou uma coisa qualquer, então o que nós temos, que é um bocado triste, é um documento HTML com o código todo destas coisas que nos podem pedir e que vamos lá copiar para reutilizar quando é preciso, portanto, nesse aspecto acho que isso seria o mais atraente.

J: E achas que deveria ser algo que fosse constantemente atualizado por vocês — teria flexibilidade total, chegavam lá, alteravam...

D: Sim, pelo menos do ponto de vista do que temos na framwork... até mesmo a própria framework, volta e meia acrescentamos coisas que às vezes começam por estar num projeto e só nesse projeto e depois percebemos: "Ah, isto se calhar isto encontra-se nos outros projetos. Vamos passar para a framework." e então, percebemos que se calhar faz sentido ter disponível com código reutilizável para todos os projetos e acabamos por mover isso para a framework, portanto, teria que ser uma coisa atualizável para permitir essas atualizações.

J: Concluímos assim esta entrevista, agradeço a tua participação, espero que tenha sido do teu agrado e que te tenhas divertido.

D: Sim, foi muito útil.

J: Quando tiver mais informação relativamente ao projeto depois partilho contigo e esperemos que venham em breve a implementar um FESG no Público *risos*. Ok?

D: Espero que sim! Haja tempo!

J: Obrigado.

ANEXO 3 – Transcrição da entrevista [Ricardo]

J: Olá, boa tarde Ricardo, bem-vindo! Agradeço desde já a tua disponibilidade para participares nesta entrevista. O Ricardo Mestre encontra-se a desempenhar funções de UI e UX designer na empresa Development Seed na qual trabalhas há...

RM: Oficialmente desde fevereiro.

J: Esta entrevista é realizada no âmbito da dissertação "Proposta de Framework de Desenvolvimento de Front-End Style Guides a partir das principais componentes presentes em guias actuais" do Mestrado de Comunicação Multimédia da Universidade de Aveiro. O Ricardo já preencheu o acordo de não-divulgação manifestando a sua disponibilidade para participar no estudo, sendo que todo o conteúdo áudio, neste caso, recolhido ao longo da entrevista será utilizado apenas para fins do projeto em questão.

Primeira pergunta. Gostava de saber que tipo de projetos realizas na organização onde trabalhas e quais são as tuas principais responsabilidades.

RM: Portanto, desde aplicações com mapas, visualização de mapas, visualizações de dados, recolha de dados... Por exemplo, uma aplicação para os refugiados do Líbano reportarem problemas da sua área. Portanto, essa ferramenta tem um componente de back-end, para a recolha de dados, e depois tem uma componente de front-facing que mostra esses dados tratados em mapa ou visualizados em gráfico, por exemplo. Eu faço o pensamento por trás destas aplicações, traduzo esse pensamento, obviamente com a parte dos meus colegas, dos outros programadores e dos outros designers. Traduzo as ideias iniciais para wireframes, storyboards. Dependendo do projeto posso saltar para mockups ou, se for um projeto mais simples, ou algo que peça experimentação diretamente no browser salto diretamente para o browser. No fundo, isto resume as minhas competências.

J: No início de cada projeto que tipo de material ou que tipo de informação é normalmente fornecido pelo cliente? Se algum.

RM: Depende um bocadinho de projeto para projeto. Há clientes que, por exemplo, fornecem após o briefing, tendo toda essa informação daquilo que é o scope do

projeto... Se estivermos a falar de uma aplicação com dados muito pesados, normalmente temos acesso direto aos dados, ou seja, folhas de Excel ou ficheiros CSV, às vezes PDFs, tendo que fazer scraping dos mesmos para obter informação. Há clientes que têm uma ideia muito estruturada, nomeadamente a Carnegie normalmente fornece-nos já uma wireframe preparada por eles que serve sobretudo como guia. Mais ou menos são estes tipo de materiais que nós temos.

J: Trabalhas com uma equipa multidisciplinar ou são todos da mesma área?

RM: Sim, multidisciplinar por um lado, ou seja, nós temos cartógrafos, temos pessoas que estão relacionadas com remote sensing, temos matemáticos, designers/ilustradores e de um modo geral, developers de back-end e front-end.

J: E como é que se gerem todos a nível de organização de tarefas?

RM: Normalmente há um team-leader para cada projeto, ou project-leader neste caso, que irá escolher as pessoas certas para cada projeto. Vamos imaginar uma situação de visualização em mapa, se calhar temos que ter por perto um cartógrafo, um designer e um programador.

J: Mas depois a nível de organização de tarefas, concretamente, utilizam alguma ferramenta ou algum processo...

RM: GitHub. Nós gerimos todos os processos internos no GitHub. Na verdade os externos também, mesmo a comunicação com o cliente é muitas vezes feita através de issues no GitHub.

J: A minha próxima pergunta é como mantém a organização do código desenvolvido... será também por aí.

RM: GitHub *risos*. Eu acho que posso acrescentar que utilizamos também uma ferramenta de comunicação mais ligeira, por assim dizer, que é o Slack. Sobretudo para ligar os dois escritórios porque um escritório está em Washington e o outro está em Lisboa. Também como se privilegia algum espaço pessoal evita-se incomodar as pessoas regularmente, portanto, sempre que alguém quer dizer alguma coisa escreve diretamente num dos canais que nós temos no Slack.

J: Conheces o conceito de Front-End Style Guide? E, se sim, a tua organização usa algum, ou não?

RM: Conheço, em parte, e nós estamos neste momento... Nós temos uma coisa chamada Project Seed que é como se fosse uma framework. No fundo é um start kit para qualquer projeto que passa por... se quiseres começar um projeto em Angular vais buscar esta parte, se queres trabalhar em React vais buscar outra e no fundo isto já vem com gulps para pré-processar CSS, pré-processar HTML. Isto é sobretudo para desenvolvimento mas temos um outro repositório onde tratamos questões de iconografia, fontes a usar, técnicas para se usar a tipografia, CSS em si... Estamos neste momento a desenvolver um guia interno para agilizar e otimizar as folhas de estilo de todos os projetos. De resto, sim, temos Style Guides do nosso próprio site, por exemplo, em formato wiki; no fundo explica o que é possível fazer dentro do site e como fazer, desde call-outs a tabelas, títulos, etc. e o código necessário para isso acontecer.

J: Agora, vamos fazer aquilo que te disse. Tenho aqui dois Front-End Style Guides. Tenho o da Starbucks e o do Ubuntu, ok? Gostava que tirasses aí 10 minutos, mais ou menos... se vires que precisas de mais tempo ou de menos tempo, é contigo...

J: Bem-vindo de volta. Gostava de saber agora com que opinião ficaste relativamente aos FESG que analisaste, tanto o da Starbucks como o do Ubuntu ou uma visão geral dois dois, se preferires.

RM: Não fiquei muito impressionado com o do Starbucks; talvez por não ter uma componente muito humanista, é muito técnico... O Ubuntu sim, é bastante humanista desde a clareza com que fala com a audiência, fala de cores, a apresentação dos manuais, dá exemplos de como se deve utilizar e em que contexto. Eu não sei muito bem como desenvolver...

J: Mas sim, é basicamente isso, essa aí foi a principal diferença que notaste relativamente aos dois style guides e sim, no fundo, pelo menos do meu ponto de vista, também é isso que acontece.

Achas que se a tua organização usasse um FESG do género, o do Ubuntu, por exemplo, que foi aquele que preferiste, teria algum impacto no teu fluxo de trabalho?

RM: Sim, seguramente, e ajudaria a disciplinar a forma como os materiais de comunicação da própria empresa são criados. Estou a pensar no caso do Ubuntu. O Ubuntu não trata apenas da componente da web. Qualquer material sobre a marca Ubuntu está previamente disciplinado por este guia de estilos. Claro que a minha empresa não é... Nós no fundo produzimos materiais para outros, se calhar não beneficiaríamos tanto como uma marca grande que teria diferentes materiais de comunicação.

J: Marca comunicar uma marca de produto...

RM: Exacto.

J: E relativamente à aplicação de estilos tipográficos num website, que é uma questão um bocado mais prática, como é que achas que o FESG poderia ajudar, ou não, nesse aspecto? Que impacto poderia ter?

RM: Tem uma implicação enorme. Uma vez mais disciplina como deve ser aplicado um título, como é que... listas, parágrafos e outros elementos tipográficos devem acontecer. Aliás, nós praticamos isso na nossa empresa.

J: E como é que achas que uma ferramenta destas seria recebida na Development Seed? Já estivemos a falar que no vosso caso talvez não fosse muito relevante mas achas que a equipa iria reagir de forma positiva?

RM: Sim, seguramente.

J: Agora, deixa-me mostrar-te uma tabela... podes continuar aí. Força, podes mexer à vontade.

Começou-se por fazer uma análise dos vários elementos presentes nesses manuais — entre eles os do Ubuntu e do Starbucks. Esses elementos estão representados na tabela pelos tons mais claros; como podes ver tens aqui o How to Use, History, Form do logótipo, color, exclusion zone, por aí afora. Posteriormente esses elementos foram agrupados em quatro categorias principais, aqui identificadas com cores diferentes.

são as que estão em maiúsculas. Essas categorias foram personalidade, a azul, que identifica elementos relacionados com a personalidade da marca, desde os valores, tom de voz, à história da organização, entre outros. A verde temos a parte mais visual, com elementos como o logótipo, tamanhos, cores, grelhas. A área a laranja, é a área ao qual foi dado o nome de área mais funcional. Porquê? Porque diz respeito aos elementos que são geralmente mais utilizados por programadores e que são normalmente acompanhados por um snippet de código HTML já com classes designadas que pode ser copiado e colado onde for necessário para criar o elemento pretendido e mantém sempre um styling coerente com o dos restantes elementos. Relativamente à quarta última zona, do conteúdo, que está a amarelo, ela apresenta informação sobre como os conteúdos do website deverão ser apresentados, desde tabelas, a artigos de blogs, fotografias, a zona do FAQ, brand assets, por aí afora. Cada uma dessas categorias é composta por sub-categorias que são, como disse há bocadinho, estas aqui, estas intermédias onde foram inseridos os vários elementos que cada style guide refere — elementos representados pelo 1 — ou não — elementos representados pelo 0.

A ideia aqui é identificar os elementos que se repetem na maioria dos manuais — ou seja, aqueles que poderão ser geralmente mais relevantes — e, a partir daí, desenvolver um website semelhante aos FESG que analisaste, que ficaria livremente disponível e que poderá ser utilizado por organizações ou qualquer outro interessado como base e inspiração para dar início ao seu próprio FESG.

Já tiveste um bocadinho para dar uma vista de olhos aí na tabela?

RM: Mhmm.

J: Gostava de saber se concordas com as macro-categorias criadas, com as sub-categorias e com a organização da tabela no geral ou se achas que poderiam ser apresentadas de outra forma?

RM: Parece-me bastante completo e bem arrumado.

J: Vê se encontras algum elemento que te suscite alguma dúvida. Imagina que te passavam um FESG para a mão com essa organização e que precisavas de um determinado elemento de buttons ou selects... achas que...

RM: Há coisas que, por exemplo, dão jeito muitas vezes... Aqui nos forms um ranger, um elemento que no fundo define o intervalo entre dois valores. É algo que podia estar aqui contemplado nos forms, por exemplo.

J: Mas à partida, a nível de organização...

RM: A nível de organização parece-me muito bem. Gosto particular-me do bloco sobre personalidade, com o tom-de-voz, etc.

J: Vi logo que ias gostas porque quando falaste do FESG do Ubuntu foi logo das primeiras coisas que mencionaste. *risos*

RM: É muito importante! Nós, por exemplo, não temos nada que descreva internamente o tom-de-voz com que deves escrever um blog post, com que deves twittar... enfim. Está acordado entre nós, entendemo-nos, mas de facto não há nada que defina isso, ou não temos por escrito.

J: Ou seja, se vocês tiverem que passar essa informação a um elemento novo... Porque vocês próprios vivem a organização e conhecem o tipo de comunicação, conhecem o tom-de-voz mas uma pessoa nova pode não ter esse conhecimento. Ou seja, a nível de elementos... para além daquele que já falaste...

RM: Sim, de um modo geral...

J: E agora, para terminar, gostava de saber se tens algum conselho ou sugestão para o desenvolvimento desse momento de FESG. Na tua opinião, como designer e developer o que é que seria útil?

R: Mas em termos de iconologia? Ou em que termos, exactamente?

J: Imagina que tens um FESG para agilizar o teu trabalho do dia-a-dia. Tendo em conta as categorias que estão aí criadas, e os elementos que estão aí apresentados, se podes dar alguma sugestão no geral, tendo como base a tua experiência obviamente, a nível de acessibilidade ou mesmo a nível de acesso ao próprio conteúdo do guia... Como é que te poderia ajudar de alguma forma a utilização?

RM: Eu acho que não tenho nenhuma sugestão propriamente. Estou a imaginar isto como um site mais tradicional, talvez com um formato mais de wiki onde diretamente

saltas para os conteúdos em árvore como, mais ou menos, são apresentados aqui nesta tabela. Desde que a navegação seja clara...

J: É o mais importante...

RM: É o mais importante.

J: Ou seja, para ti o mais importante é chegares à página e veres longo onde está o elemento que precisas.

RM: Sim, quanto menos obstáculos melhor. Chegar ao objecto, tirar a informação e trabalhar com ela.

J: E pronto, certíssimo, concluímos aqui a entrevista. Agradeço desde já a tua participação e espero que tenhas gostado, que te tenhas divertido.

RM: Nem por isso, mas... *risos*

J: Oh-oh-oh-oh!

RM: Estou a brincar!

J: Foi um prazer. Obrigado!

ANEXO 4 – Transcrição da entrevista [Lourenço]

J: Olá Ricardo, bem-vindo.

RL: Olá João, obrigado.

J: Agradeço desde já a disponibilidade para participares nesta entrevista. O Ricardo Lourenço encontra-se a desempenhar funções de CEO na TeamEffort...

RL: Sim, de certa forma... de gerente.

J: Na qual trabalhas há...? Quantos anos?

RL: Como gerente?

J: Ou não.

RL: Então diria que por volta de sete anos que estou a trabalhar na engenharia de software e a parte de gerente ao fim-ao-cabo começou mais tarde porque quando começamos a empresa estivemos sempre a trabalhar como prestadores de serviços na PT Inovação e a parte de gerente veio só há coisa de um ano, sensivelmente.

J: Ok. Esta entrevista é realizada no âmbito da dissertação "Proposta de framework de desenvolvimento de front-end style guides a partir das principais componentes presentes em guias actuais" do Mestrado de Comunicação Multimédia da Universidade de Aveiro.

O Ricardo já preencheu o acordo de não-divulgação, manifestando a sua disponibilidade para participar no estudo, sendo que todo o conteúdo áudio, neste caso, recolhido ao longo da entrevista será utilizado para fins do projeto em questão.

A minha primeira questão é a seguinte: que tipo de projetos realizas na organização onde trabalhas e quais são as tuas principais responsabilidades?

RL: Neste momento fazemos projetos de desenvolvimento web, desde a construção de websites, a portais web, a aplicações online, apesar de já não programar muito tenho desempenhado mais funções a nível de gestão do projeto mas ainda gosto de desenvolver e de criar pequenas coisas quando tenho oportunidade.

J: Geralmente, no início de cada projeto, que género de indicações e material é disponibilizado pelos clientes?

RL: Normalmente a informação é muito parca. A que os clientes dão, nos fornecem. Se conseguirmos obter um briefing de jeito já é muito bom, de resto, tirando alguma informação de texto ou imagem, algum esquema de um cliente que tenha uma ideia mais elaborada do que pretende fazer... mas normalmente não transcende esse tipo de informação.

J: Trabalham com uma equipa multi-disciplinar, ou mais programadores?

RL: Neste momento a equipa é bastante reduzida. Mesmo nos tempos em que foi maior, a equipa que tínhamos de desenvolvimento de software ainda era uma equipa pequena e era uma equipa de programadores, desde engenheiros a técnicos de desenvolvimento de software.

J: Agora gostava de saber como é que se organiza a equipa para gerir as tarefas relacionadas com o trabalho do dia-a-dia?

RL: Para fazer a gestão de tarefas usamos uma plataforma open-source que é o RedMine onde é feita a descrição do projeto, a descrição das tarefas, permite averiguar qual é o estado das tarefas e a quem é que estão afectas, permite fazer a gestão documental e também permite integrar com algumas pequenas capacidades de versionamento do código produzido.

J: Pois, era essa a minha próxima questão: como é que mantêm a organização do código que desenvolvem? O RedMine permite fazer isso?

RL: O RedMine permite-nos... Não nos permite gerir o código mas permite-nos perceber em cada submissão de código que é feita para o Subversion, que é a ferramenta que nós usamos, ou sempre que há uma milestone, sempre que há uma meta atingida, permite-nos saber o que é que foi feito, e portanto... Tudo aquilo que o código não diz, qual a foi a razão que motivou aquele desenvolvimento, como é que foi desenvolvido, porque é que foi desenvolvido, por quem, quanto tempo durou... Portanto, essa informação está no RedMine, é a informação que não está no código mas acrescenta-nos mais dados para tentar perceber porque é que evoluímos daquela

maneira e não de outra, porque é que um determinado problema se criou; também ajuda a despistar problemas e a perceber todo o processo, todo o envolvimento que houve no desenvolvimento daquele software assim como o tempo — até para tarefas de custeio — perceber quanto tempo demorou a terminar, não só o projeto em si, mas também um conjunto de tarefas mais específicas.

J: Agora, gostava de saber se conhece o conceito de Front-End Style Guide e, se sim, a organização onde trabalhas utiliza alguma ferramenta semelhante?

RL: Sim, conheço... Sinto-me tentado a dizer que não utilizamos mas se calhar utilizamos um pouquinho algumas regras, de algumas ferramentas que já usamos, que nos permitem manter a um nível muito básico, uma aparência ou um estilo... um estilo de layout consistente nas coisas que produzimos. Portanto, não é nada de muito alto nível, uma coisa muito baixo nível, mas ajuda-nos aí.

J: Agora vou pedir, vamos fazer um intervalo, e vou-te pedir que faças uma análise de dois style guides. Vou-te dar a oportunidade de escolher aquele pelo qual queres começar *risos*... temos o do Starbucks e o do Ubuntu. Vou-te dar 10 minutos para analisar cada um deles e depois voltamos à conversa.

INTERVALO PARA ANÁLISE DOS FRONT-END STYLE GUIDES

J: Olá de novo! Agora que tiveste estes 20 minutos para analisar os FESG, gostava de saber qual foi a tua opinião relativamente ao do Starbucks, ao do Ubuntu e no geral, obviamente.

RL: Não é fácil comprar dois FESG porque são os dois tão focados para dois fins muito específicos — tentam resolver dois problemas específicos — acho-os adequados para a sua realidade, não os trocarias, não iria funcionar, lá está. O do Starbucks tem muito ar de Starbucks, a meu ver acho-o já um pouco old-school, comparado com o do Ubuntu, que tem um ar mais moderno, também é mais recente, pelo menos em termos de FESG e de FE web, que foi o que eu explorei mais, porque o Ubuntu tem também a parte da aplicação móvel, tem de aplicações para o sistema operativo, tem outras regras... um style guide maior. Em termos de funcionalidades base, do que vi, estão lá. O scaffolding está presente, algumas funções, alguns componentes Javascript estão presentes, fontes... como é que se diz... tipografia... não

me recordo... no da Starbucks, se estava presente ou não. Mas pronto, há ali questões base que já são resolvidas com aqueles dados e já permitem ter alguns code snippets que permite arrancar facilmente e, para quem não conhece, e para quem não está dentro de cada uma das realidades, permite arrancar e começar a fazer qualquer coisa que tem o aspecto e as regras que se espera que cada uma delas venha a ter.

J: Passando para o caso da sua organização e do seu fluxo de trabalho, achas que a utilização de um FESG iria impactar de alguma forma o teu fluxo de trabalho?

RL: Neste momento, como fazemos aplicações muito variadas e para clientes diferentes, um FESG, a este nível, não seria muito útil. Não seria muito útil porque teríamos aplicações de clientes distintos, todas com a mesma apresentação e o cliente pretende ser único, pretende estar personalizado, por isso não faz muito sentido. Numa das aplicações que nós desenvolvemos, uma aplicação interna, que é o back office de um serviço que desenvolvemos, do serviço que nós temos, o HUB.RT, nós usamos uma dessas plataformas mais genéricas que nos permitem manter o desenvolvimento dessa aplicação e uma consistência do layout. Apesar de não termos um FESG específico, portanto, não temos documentação de como é que isso deve ser implementado, apenas temos componentes de código CSS e de javascript que vamos atualizando regularmente à medida que utilizamos no site e nos permitem manter a consistência e a aparência — porque a equipa é sempre a mesma. Se, em caso em que são várias equipas, ou equipas maiores que tivessem que trabalhar nessa aplicação seria mais útil ter o FESG porque facilita a comunicação e facilita a distribuição de trabalho.

J: Relativamente à aplicação da tipografia ao longo do desenvolvimento do website. Que impacto é que o FESG poderia ter nesse caso?

RL: Isso aí é bastante relevante, porque algumas das aplicações que nós desenvolvemos são portais de gestão de conteúdos e dão ao utilizador a possibilidade dele próprio gerir os conteúdos, adicionar e alterar conteúdos já existentes... sem esse FESG ou sem essas regras pelo menos para tipografia, o cliente vai... ou vai usar aquilo que for a pre-definição no momento em que ele está a editar o texto, ou então vai inventar e não vai procurar seguir nenhuma regra, vai seguir as suas próprias regras... não está preparado para isso, o seu mindset não está virado para aí e depois o

que vão fazer por vezes é "destruir" o site, vão usar fontes diferentes, com tamanhos diferentes, em sítios similares, o que não faz sentido, não é? E vão "destruir" um pouco o layout e a aparência do site. Portanto, sim, faria sentido pelo menos nesse cenário ter um estilo que dissesse quais as regras de tipografia a usar.

J: Achas que uma ferramenta deste género seria bem recebida na tua organização, por parte dos colaboradores, mesmo se não considerarmos a situação atual?

RL: É assim, esta ferramenta é necessária, é imprescindível em alguns cenários, não para todos. Por exemplo, quando estava a trabalhar na PT Inovação nós trabalhávamos num portal, uma coisa enorme, com muitas pessoas a desenvolver, pessoas da parte mais de backend, outras de frontend, outras pessoas a fazer camadas de integração... Portanto, havia ali vários perfis a trabalhar... havia pessoas só na parte da apresentação, outras na construção de relatórios que nem sempre tinham grandes conhecimentos de programação mas mais de ferramentas de configuração. Aí faz todo o sentido, por está toda a gente a trabalhar numa aplicação, e várias pessoas dispersas, a trabalhar em módulos dispersos e que têm que saber que aquilo vai tudo casar como um todo... ter tudo um aspecto coerente, coisa que nós notávamos, antes de termos o tal FESG é que parecia uma aplicação frankenstein, porque um desenvolvia um módulo, usava uma framework com um certo tipo de ícones, como um certa tipografia, com um estilo de apresentação, ou de componentes completamente diferente de outro feito na mesma altura. E nós começámo-nos a aperceber disso, que aquele portal, até do ponto de vista do cliente, parecia uma manta de retalhos. O cliente clicava de um lado, depois passava para outro e tinha apresentações diferentes dentro da mesma aplicação. Aí é óbvio que faz muito sentido, ou faz todo o sentido, e implementou-se... aliás, na PT Inovação implementou-se até a um nível mais transversal que era para todas as aplicações desenvolvidas, ou pelo menos todas dentro de cada âmbito, terem o mesmo aspecto e seguirem as mesmas regras, porque não só eram diferentes pessoas da mesma equipa como eram equipas a produzir trabalho, a criar layouts e a criar designs. Portanto, e aí faz e fez todo o sentido em criar um FESG.

J: Ou seja, aí nesse caso, a nível de recepção de um FESG por parte da equipa, nem foi uma questão de ser bem recebido ou mal recebido mas sim mesmo uma necessidade.

RL: Foi uma necessidade, foi uma dor que nós sentimos e que teve que ser colmatada. E a única maneira era realmente criar regras bem estruturadas que nos facilitassem produzir trabalho mais rápido porque estávamos sempre a rever-nos com tarefas repetitivas, era constante. Um perdia tempo a fazer um select box, outro perdia a mesma quantidade de tempo, ou outro quantidade de tempo análoga a fazer uma drop box igual, ou diferente, também acontecia... E não faz sentido quando com um pequeno snippet de código, com as ferramentas que há hoje em dia, conseguirmos replicar código com um copy-paste, um processo básico, e replicar código de diferentes situações, mantendo a mesma funcionalidade, mantendo a mesma estrutura da parte da vista de código, não só de apresentação. Porque assim quando só usar só uma select box, por exemplo, para tudo, eu se mudar para o projeto X eu continuo a saber trabalhar com aquela select box e a ser proficiente com aquela select box e consigo manipular a saber os truques todos de apresentação e de carregamento... Se usar três ou quatro tipo o meu trabalho já fica mais difícil; tenho que aprender cada uma delas, as suas manhas, os seus comportamentos... Não só me está a dificultar a vida como também em termos de produção de trabalho para uma camada superior, para o gestor de projeto, é muito pior, porque é diferente uma coisa demorar um dia de demorar três, porque houve ali todas umas novas aprendizagens que tiveram que ser feitas.

APRESENTAÇÃO DA TABELA DE ANÁLISE

J: Esta tabela foi criada com base na análise dos vários elementos presentes nesses manuais —entre eles os do Ubuntu e do Starbucks. Esses elementos estão representados na tabela pelos tons mais claros; como podes ver tens aqui o How to Use, History, Form do logótipo, color, exclusion zone, por aí afora. Posteriormente esses elementos foram agrupados em quatro categorias principais, aqui identificadas com cores diferentes. são as que estão em maiúsculas. Essas categorias foram personalidade, a azul, que identifica elementos relacionados com a personalidade da marca, desde os valores, tom de voz, à história da organização, entre outros. A verde temos a parte mais visual, com elementos como o logótipo, tamanhos, cores, grelhas. A área a laranja, é a área ao qual foi dado o nome de área mais funcional. Porquê? Porque diz respeito aos elementos que são geralmente mais utilizados por programadores e que são normalmente acompanhados por um snippet de código

HTML já com classes designadas que pode ser copiado e colado onde for necessário para criar o elemento pretendido e mantém sempre um styling coerente com o dos restantes elementos. Relativamente à quarta última zona, do conteúdo, que está a amarelo, ela apresenta informação sobre como os conteúdos do website deverão ser apresentados, desde tabelas, a artigos de blogs, fotografias, a zona do FAQ, brand assets, por aí afora. Cada uma dessas categorias é composta por sub-categorias que são, como disse há bocadinho, estas aqui, estas intermédias onde foram inseridos os vários elementos que cada style guide refere — elementos representados pelo 1 — ou não — elementos representados pelo 0.

A ideia aqui é identificar os elementos que se repetem na maioria dos manuais — ou seja, aqueles que poderão ser geralmente mais relevantes — e, a partir daí, desenvolver um website semelhante aos FESG que analisaste, que ficaria livremente disponível e que poderá ser utilizado por organizações ou qualquer outro interessado como base e inspiração para dar início ao seu próprio FESG.

J: Queria agora que, com base naquilo que já tiveste oportunidade de ver, se concordas com as macro-categorias que foram criadas com base nos elementos, ou se achas que poderiam ser apresentadas de outra forma? Porque lá está, pegou-se nos elementos dos FESG e dos MIC, que eram imensos, e foram todos agrupados de uma forma mais ou menos lógica...

RL: Exacto.

J: Mas do teu ponto de vista, como programador, como potencial utilizador de uma ferramenta desse género, achas que conseguias aceder facilmente a um elemento que te pudesse interessar de forma rápida, estando elas organizadas dessa forma?

L: Acho que em termos de organização para organização, não valeria a pena procurar pela organização perfeita porque todos pensamos de maneira diferente, todos estabelecemos ligações diferentes às vezes para chegar ao mesmo sítio, por tanto acho que não se conseguiria alcançar uma que fosse consensual para toda e gente dizer: "Esta estrutura é perfeita!", mas parece-me bem, está bem organizada, tem os pontos mais comuns e basilares, outros menos comuns e importantes. Parece-me bem.

J: E achas que existe algum elemento importante que possa estar em falta?

L: Assim de repente não. Também depende do que é considerado mais ou menos importante não é? E há muitas variantes... Estou a ver por exemplo aqui os selects... O select é um componente muito interessante porque pode assumir várias formas, desde o select mais simples, aquele em puro HTML, um select que tem pesquisa integrada, tem um auto-complete, tem... não é? Depois a pesquisa pode ser estática, pode ser por Ajax, dinâmica, vai ao servidor... Se fossemos batalhar sobre este elemento tínhamos pano para mangas. Agora de um aspecto geral, se conseguirmos definir estes pontos e trabalhar o que às vezes faltava noutras que é esta parte da personalidade, que é explicar o que é se pretende com o FESG, qual é o nosso público-alvo, quais são os valores, qual é a visão... Isso acho que também ajuda. Apesar de não ser uma ferramenta que faça copy-paste e coloque no código mas, em termos de mindset, coloca as pessoas todas no mesmo nível, no mesmo patamar, todos sabem o que é expectavel e o que se pretende atingir com o que vamos construir a partir deste FESG, e isso aí acho que é fundamental. Porque só ter as peças... ajuda, é prático, mas não quer dizer que depois o resultado final vá de encontro ao objetivo.

J: Ou seja, achas que a nível de envolvimento de toda a equipa para conseguir atingir um determinado objectivo, ajudaria.

RL: Sim, sem dúvida. Depois tem muito a ver também com a forma como a informação está estrutura e é apresentada também vai ditar o sucesso da ferramenta, ou não. Ao fim ao cabo isto é uma ferramenta. O Ubuntu aí acho que é mais apelativo... comparando as duas que tivemos a ver, é mais apelativo em termos de apresentação, mas se calhar para o efeito que a Starbucks quer, o deles está muito conciso e muito estruturado já com exemplos muitos práticos com coisas que eles efectivamente fazem... layouts promocionais, portanto, eles fizeram um FESG mais virado para aí, por ser uma coisa muito mais prática, e no Ubuntu já se deram se calhar ao trabalho de trabalhar um bocadinho o mindset, mostrar a filosofia deles... é um bocadinho mais aberto, talvez...

J: Ou seja, serve também para comunicar a própria organização e a marca, e não só para uso interno.

RL: Exactamente, exactamente.

J: E isso é positivo.

RL: Isso é positivo, sem dúvida.

J: Ok. Para ter minar, terminar, tens algum conselho ou sugestão para o desenvolvimento do modelo de FESG?

RL: Posso dizer aquilo que já te disse em tempos, que acho que é interessante uma ferramenta deste género. Eu acho que um FESG faz sentido quando se trabalha numa coisa em específico, como falei há pouco. Estamos a trabalhar num portal, estamos a trabalhar numa aplicação, estamos a trabalhar na imagem de um cliente em específico que pode ter vários sites e várias campanhas, e queremos que toda a gente trabalhe da mesma forma e que o resultado final seja sempre coerente... Portanto, para criar um FESG que seja genérico, eu acho que é utópico, uma coisa que não sei vai conseguir atingir. Mas a verdade é que há muita gente a fazer FESG e ferramentas deste género e como vimos, vimos duas abordagens e mais haverão, e se compararmos todas vamos ver que elas não abordam os mesmos temas, houve coisas se calhar importantes que se deixaram de fora, se calhar não seguiram a estrutura ou uma regra... têm qualquer coisa o que é bom, é melhor que não ter nada... Mas se calhar se tivessem uma ferramenta que lhes permitisse servir de guia para desenhar ou para construir o seu front-end style guide, eu acho que seria útil e aí seria útil a mais do que uma aplicação ou a mais do que um portal, ou a mais que uma organização. Isso aí seria útil para toda a gente e seria uma coisa que, se todos pudessem contribuir para ela, com alguma moderação obviamente, mas que pudesse crescer com o contributo de vários pontos-de-vista e de várias pessoas, os problemas, por mais variados que sejam acabam sempre por cair num certo conjunto de categorias que este tipo de ferramentas resolve. Portanto, ter um FESG, que ao fim-ao-cabo não seria um FESG mas um conjunto de regras às quais um FESG deveria ser capaz de dar resposta, eu acho que era útil. E eu, quando a minha organização quisesse implementar um, em vez de estar a pensar do zero: "Agora vou definir botões. Tenho que definir botões, tenho que definir o menu, tenho que me lembrar de falar dos valores, tenho que me lembrar da tipografia, tenho que me lembrar aqui de uma série de coisas... se calhar vou-me esquecer de alguma coisa...", se eu tivesse um guia que eu pudesse dizer: "Epa, deve-se falar disto"...

J: Tipo uma check-list?

RL: Mais do que uma check-list! Mas mesmo a explicar a importância de cada passo, se calhar ter exemplos... que pode ser como me mostraste aqui, exemplos de outras empresas, como é que eles fizeram, como é que eles resolveram aquele problema, que pode não ser necessariamente a forma como eu vou resolver mas serve-me de inspiração... E eu penso que seria útil, seria uma coisa abrangente, uma coisa que eu não sei se existirá. Pelo menos não tenho conhecimento que exista e que acho que era útil. E que se eu quisesse criar um FESG para a minha organização, se houvesse um guia eu ía usá-lo.

J: E pronto, concluímos assim a entrevista, agradeço a tua participação e espero tenha sido interessante e espero que te tenhas divertido *risos*.

RL: Obrigado. Obrigado também pela oportunidade João. Foi. Ok. Foi uma loucura! *risos*.

J: E pronto, quando o projeto estiver despachado vais ser dos primeiros a saber.

RL: Sim senhor, looking forward!

J: Está combinado!

RL: That's a wrap!

ANEXO 5 – Transcrição da entrevista [Pedro]

J: Olá Pedro, bem-vindo. P: Olá João.

J: Agradeço desde já a disponibilidade para participares nesta entrevista. O Pedro Antunes encontra-se a desempenhar funções de programador na PT. Trabalhas lá há quanto tempo? Mais ou menos?

P: Nove anos e qualquer coisa!

J: Ok. Esta entrevista é realizada no âmbito da dissertação "Proposta de Framework de Desenvolvimento de Front-End Style Guides a partir das principais componentes presentes em guias actuais" do Mestrado de Comunicação Multimédia da Universidade de Aveiro. O Pedro já preencheu o acordo de não-divulgação manifestando a sua disponibilidade para participar no estudo, sendo que todo o conteúdo vídeo e áudio recolhido ao longo da entrevista será utilizado apenas para fins do projeto em questão.

J: Que tipo de projetos... esta é a minha primeira questão... realizas na organização onde trabalhas — quais são as tuas principais responsabilidades?

P: Trabalho principalmente com a plataforma de e-Learning da PT, ocasionalmente também tenho trabalhado numa plataforma de tele-medicina e... já não faço isso mas também participei em conteúdos formativos multimédia... FLASH, HTML e afins, sendo que sempre mais do lado da programação. A nível de responsabilidades, faço um bocadinho de gestão de requisitos, gestão de projetos... nunca a nível da gestão da equipa mas a nível do projeto em si e programação, principalmente.

J: E diz-me uma coisa, no início de cada projeto que género de indicações e material é geralmente disponibilizado pela empresa?

P: Depende um bocadinho do ponto em que entras no projeto. Por exemplo, se entras no projeto já a meio muitas coisas já estão decididas, mas quando a coisa é feita com cabeça, tronco e membros, em primeiro lugar é a definição de requisitos, quer enviados pelo cliente quer por nós; depois é feita a concepção a nível de arquitetura... a nível de camadas, se forem tecnologias o que é que vamos usar ou não vamos usar e

finalmente, já depois disso tudo, é feita a parte do... não é vou chamar guia porque não é uma coisa assim tão "pipi" normalmente, mas a indicação do interface, pelo menos um mock-up geral, a criação das coisas, onde é que vai estar no menu de navegação, a parte de conteúdo, os botões de

log-in e log-out se for caso disso, por aí fora. Mas até agora, apesar da empresa ter uma equipa de usabilidade que desenha os interfaces e faz alguma documentação mesmo, até agora, nos projetos onde eu estive, só naqueles de conteúdos formativos é que já trabalhei com a parte de interface bem definida e bem estruturada, nos outros é que tem sido um bocadinho... vai-se fazendo.

J: E a nível de equipa? Trabalhas com uma equipa multidisciplinar? Como por exemplo programadores, designers... ou não?

P: Normalmente a equipa com quem estou todos os dias somos todos developers... são só programadores. Há pessoas de outra equipa que tratam de usabilidade mas é quase como se fôssemos um cliente, não estão connosco todos os dias mas trabalham para nós um bocado a pedido ou à tarefa, vá, não estamos a conviver com eles diariamente. Temos tarefas que lhes são entregues e pronto, eles vão comunicando connosco, vão entregando as coisas. Normalmente, a equipa do dia-a-dia somos só programadores e o gestor de projeto.

J: E como é que se organizam para gerir as vossas tarefas?

P: Temos um sistema interno a nível de gestão de requisitos... um conjunto de aplicações chamado... Confluence que tem um sistema de gestão de requisitos, que é o GIRA, que permite colocar tarefas, definir tempo, definir a quem é que está atribuída, qual é o estado, se foi aceite, se não foi aceite, se foi rejeitado, etcetera e tal. Temos uma wiki, mais para documentação, e temos o... uma coisa chamada FishEye que é mais a nível de repositórios de código que permite ver quem fez o código de quê, quando fez o código de quê e se houver algum problema permite ver quem é que enviou, quem é que alterou aquela linha, por aí fora. Mas a nível de gestão de trabalho é mais o GIRA que é de gestão mesmo de requisitos, permite versionar tarefas, criar versões, associar requisitos a versões... por aí agora. Portanto, é principalmente aí. À partida será o gestor de projeto que alimenta isso, cria as tarefas

para toda gente e depois distribui e cada um fica com o seu grupinho de tarefas para ir desenvolvendo, para ir reportando na plataforma o estado da tarefa.

J: Falaste um bocadinho disso mas queria que aprofundasses... Como é que mantém a organização do código desenvolvido?

P: A organização do código... a nível do código mesmo ou dos ficheiros? J: Do código.

P: A organização do código... Temos um SVN, que é um sistema de gestão de código ao fim ao cabo, de versionamento de código. Cada envio de código que se faz para esse sistema tem associado sempre uma tarefa no GIRA. Então sabemos que cada, cada vez que eu envio um ficheiro tenho uma tarefa associada a esse ficheiro e sei que aquelas linhas que foram alteradas correspondem àquela tarefa. Depois a nível do código, das linhas em si, temos guias de programação, guias de estilo, vá, para o código, que nem sempre são muito respeitadas mas estão lá e existem. A empresa tem mesmo guias da empresa mesmo para código mas só tem para coisas open-source... JAVAs, C++ e afins, nós trabalhamos em .NET, não temos guias oficiais. Eu trabalhei em dois... três deles, que são os que nós usamos que são para T-SQL, C#, .NET e para Javascript que, pronto, fui eu que fiz, uma coisa não oficial e como tal não tem que ser respeitada mas pronto, existe e está lá e deveria ser usada.

J: E agora, queria-te perguntar se conheces o conceito de Front-End Style Guide e, se sim, a organização onde trabalhas utiliza alguma ferramenta semelhante?

P: Não...Pelo nome não estou a chegar lá... J: Front-End Style Guide acaba por ser em parte um guia de estilo.

P: Mas para o código em si ou para o modo como as coisas aparecem no monitor? Para organizar aquilo que tu vês ou para organizar a maneira como vai ser visto?

J: Pronto, isso aí... já vamos ver... *risos*. Esta pergunta fica por aqui.

Agora vamos passar precisamente a isso, aos FESG. Tenho aqui dois FESG. Tenho o do Ubuntu e do Starbucks e gostava agora que navegasses por eles... 10 minutos cada um. Se entretanto sentires que já compreendeste como é aquilo tudo funciona chama-me e eu... (eu vou sair daqui)... e pronto, depois faço-te mais algumas questões ok?

P: Mhmmm.

INTERVALO PARA ANÁLISE DOS FRONT-END STYLE GUIDES

J: A minha próxima pergunta é a seguinte: gostava de saber qual foi a tua opinião relativamente aos FESG que foram analisados.

P: Gostei *risos*. Gostei quer de um quer de outro. Achei de o do Ubuntu está mais fácil de navegar e entender, honestamente. É super completo, está bem categorizado, estás à procura de um estilo qualquer ou de qualquer coisa em particular e facilmente chegas lá. É muito exaustivo. O da Starbucks tem muita, muita coisa mas primeiro que encontres aquilo que precisas, e primeiro que consigas entender como é que vou aplicar isto àquilo que estou a construir... como é que vou utilizar esta informação toda para fazer um layout decente para o meu site ou para a minha aplicação... tu demoras um bocado mais, apesar de ter, mesmo a nível de posicionamento de blocos, tem imensas opções... muita coisa mesmo. Tendo que escolher um, preferi o do Ubuntu porque vai para além do posicionamento, muito além de listas e grelhas, é mesmo, pah, tem cores, rebordos, etc., tem tudo aquilo que precisas ali à mão e pareceu-me mais fácil de transpor para a vida real do que o da Starbucks.

J: Imagina, se utilizasses um FESG deste género, imagina o do Ubuntu que foi o que mais gostaste, achas que iria impactar o teu fluxo de trabalho de alguma forma?

P: Aaaaaaah, sim! Sim, sim, sim. J: Como assim?

P: Tira muito do sobre-trabalho que é para o programador... Não é que o programador não tenha que ter noções básicas de usabilidade, básicas, e de layout... não tem que ter mas deve ter. Mas a questão é, se tu chegas a uma páginas e não tenhas algo que te diga: nesta secção deves fazer assim, nesta secção deves fazer assim e assado e para dividires o texto fazer aquilo e aqueloutro, perdes muito tempo de cada vez vez que crias uma secção ou uma página nova, a tentar perceber, primeiro, onde é que hás-de incluir as coisas, onde é que vai a informação que tu precisas que lá esteja e depois é tentar implementar essa ideia que tens: "É preciso que isto fique deste tamanho neste ponto da página, como é que eu faço para isto?" e depois acabas por ter uma trabalhada de classes inline para aquilo ajustar àquele ponto porque houve um gajo qualquer antes de ti que fez parte daquela página te deixou aquilo num estilo qualquer

que depois não se aplica àquilo que tu estás a tentar fazer... é uma trapalhada desgraçada. E mesmo tendo, como numa aplicação onde trabalhei, que é de tele-medicina, em que eles têm as folhas de estilo (folhas de estilo de CSS) todas mais ou menos arrumadinhas e têm também estilos para dividir as coisas por colunas, e têm estilos para avisos, para botões, têm uma série de coisas já com

alguma consistência... mesmo assim se não tens uma folha, um documento que te guie no que tu estás a fazer acabas por, primeiro, a perder muito tempo à procura do estilo certo e não evita que não haja lá martelanços à força toda para aquilo bater certo.

Portanto, ajudava, ajudava muito, mesmo.

J: Imagina por exemplo, o caso da tipografia, na aplicação de estilos tipográficos ao website. Como é que isto poderia ajudar nessa situação mais prática?

P: Ajudava a nível de categorização da informação, a nível de tu saberes... Primeiro, o facto de tu teres estilos para... tipografia para cada título e sub-título e sub-sub-título e título de secção e por aí fora — primeiro, ajuda-te a ti próprio a categorizar a informação — tu sabes que aquilo que tens escrito e que queres que apareça vai ter que seguir aquelas regras e ajuda-te a hierarquizar as coisas, e faz-te o oposto, que é tu já sabendo que hierarquia é que queres, ajuda-te a transpor isso para a página. Não tendo algo que te ajude a isso, ficas ou com uma coisa que é, tens um título enorme e depois um monte de texto cá em baixo porque não tens um intermédio e não tens maneira de hierarquizar as coisas, ou então o contrário que tens liberdade completa e tens uma página com quatro títulos, quatro categorias de títulos, vá, uma página a seguir só com três e... ajuda à consistência entre as páginas. Ajuda-te a saber que este tipo de letra neste tamanho e nesta cor significa o mesmo onde quer que eu esteja na minha aplicação ou no meu site.

J: Especialmente se estiveres a fazer um trabalho em equipa.

P: Sim, claro, porque aí toda a gente sabe que esta informação deve estar com este tipo de letra e com esta tamanho e com tudo. Se for eu sozinho sem mais ninguém faço eu, agora com mais pessoas, qualquer coisa que implique decisões e cada um faz a sua... pronto, é salgalhada!

J: No geral, como é que achas que uma ferramenta deste género seria recebida na tua organização? Imagina, amanhã chegava lá alguém a PT: "Olhem, vamos ter um FESG e é bom por isto, por isto e por isto...", como é que achas que a maior parte das pessoas iria reagir?

P: Acho que iam reagir bem porque já há, não só equipas, mas projetos que já usam uma espécie de style guides. Não é a equipa que desenvolve o programa que tem os estilos, é uma equipa de usabilidade que desenvolve a parte de interface para esses projetos e eles têm uma framework criada para eles. Agora, se era positivo que toda a gente tivesse acesso, toda a gente que desenvolve — mesmo a parte de backoffice — tivesse acesso a

um guia desses e que não fosse só para quem está a criar os interfaces, acho que a ideia seria bem recebida. Até porque muitas vezes estamos a pedir minhoquices às pessoas que fazem os interfaces porque nós não temos algo que nos diga: "Deves fazer isto assim" ou "Se acontecer isto, usa este estilo" e isso ia tirar muito trabalho da parte a nível dos interfaces, ia-nos dar mais rapidez a nós nas coisas que estamos a fazer — não temos que estar à espera que outros nos digam: "Usa este estilo, usa aquele estilo". Seria bem recebido, sim, de certeza.

APRESENTAÇÃO DA TABELA DE ANÁLISE

J: Agora vou-te apresentar uma tabela que fiz. E sta tabela foi criada com base na análise de diversos FESG...

P: O SAPO tem um, a sério? *risos*

J: O do SAPO é mais um manual de identidade corporativa, não é tanto um front-end style guide mas também tem partes mais viradas para a web.

P: Eu não fazia ideia e isso é mau sinal.

J: E é muito bom, por acaso, é dos mais completos — se não for o mais completo — que está aqui na lista. É mesmo muito bom. Bem, e esses Style Guides estão na coluna A.

Começou-se por fazer uma análise dos vários elementos presentes nesses manuais — entre eles os do Ubuntu e do Starbucks. Esses elementos estão representados na tabela pelos tons mais claros; como podes ver tens aqui o How to Use, History, Form do logótipo, color, exclusion zone, por aí afora. Posteriormente esses elementos foram agrupados em quatro categorias principais, aqui identificadas com cores diferentes. São as que estão em maiúsculas. Essas categorias foram personalidade, a azul, que identifica elementos relacionados com a personalidade da marca, desde os valores, tom de voz, à história da organização, entre outros. A verde temos a parte mais visual, com elementos como o logótipo, tamanhos, cores, grelhas. A área a laranja, é a área ao qual foi dado o nome de área mais funcional. Porquê? Porque diz respeito aos elementos que são geralmente mais utilizados por programadores e que são normalmente acompanhados por um snippet de código HTML já com classes designadas que pode ser copiado e colado onde for necessário para criar o elemento pretendido e mantem sempre um styling coerente com o dos restantes elementos. Relativamente à quarta última zona, do conteúdo, que está a amarelo, ela apresenta informação sobre como os conteúdos do website deverão ser

apresentados, desde tabelas, a artigos de blogs, fotografias, a zona do FAQ, brand assets, por aí afora. Cada uma dessas categorias é composta por sub-categorias que são, como disse há bocadinho, estas aqui, estas intermédias onde foram inseridos os vários elementos que cada style guide refere — elementos representados pelo 1 — ou não — elementos representados pelo 0.

A ideia aqui é identificar os elementos que se repetem na maioria dos manuais — ou seja, aqueles que poderão ser geralmente mais relevantes — e, a partir daí, desenvolver um website semelhante aos FESG que analisaste, que ficaria livremente disponível e que poderá ser utilizado por organizações ou qualquer outro interessado como base e inspiração para dar início ao seu próprio FESG.

Se calhar podias vir para aqui um bocadinho para analisar com mais detalhe...

P: Isto aqui é a soma parcial, certo?

J: Exactamente. Esta é a soma destes e este é a soma dos outros, dos intermédios.

P: ToV?

J: Isso é Tone of Voice da marca.

P: Ah, ok.

J: Que tipo de abordagem é que deve ter, se por exemplo, um tom-de-voz mais culto ou mais simpático, mais dirigido para os jovens ou que tom-de-voz é que se deve evitar.

A minha próxima pergunta é se concordas com as categorias criadas, ou seja, as macro categorias, ou se poderiam ser organizadas de outra forma. Esses elementos nos FESG, como deves calcular, estavam todos espalhados, como tiveste oportunidade de ver no do Starbucks, e aí tentou-se dar uma organização que parecesse lógica e coerente. Mas isso é do meu ponto de vista, gostava de saber se tu como programador concordas com isso.

P: Em que é que distingues aqui a fotografia do images?

J: Certo. Aí as fotografias, na parte do conteúdo têm a ver, por exemplo, com fotografias que são apresentadas no site — com a fotografia mesmo — que tipo de emoção a imagem

deve transmitir e a que está na parte funcional tem a ver com o posicionamento da imagem no próprio website.

P: Tipo o posicionamento?

J: Exatamente, ou seja, se fica alinhada à esquerda, à direita, no centro, como aparece a

imagem quando é criado um artigo...

P: Entendi.

P: Ah, estão aqui os Forms...

P: Onde é que está a parte do texto?

J: A parte do texto está no visual... Tens ali, "text". P: Ah, esquece.

P: Pah, à primeira vista não encontro nada que esteja a faltar, honestamente...

J: Mas a nível de organização dos elementos? Por exemplo, imagina que te davam um FESG para trabalhar, achas que seria fácil navegar pelo FESG se ele fosse dividido dessa forma?

P: De maneira geral sim, a única dúvida que eu teria aqui dúvidas era colocar os buttons na navegação... colocaria os buttons dentro dos formulários. O button é o final do formulário, ao fim-ao-cabo, tens o formulário com mil campos a preencher e no final tens um button para reset, para cancelar ou para enviar o formulário. Eu colocaria mais como parte do form e não como parte da navigation.

J: Ok. Pronto, também já me deste a resposta a esta pergunta mas diz-me só se existe algum elemento que na tua opinião seja importante e que esteja aí em falta, e, se sim, qual e porquê?

P: Onde é que está o links?

J: Os links estão...

P: Por exemplo aqui, ia procurar por exemplo no navigation...

J: Certo... os links estão incluídos aqui... No text-level semantics.

P: Ok... entendo.

J: Tudo o que tem a ver com texto, ênfase, links, por aí afora, foram colocados ali. Mas achas que deveriam ser incluídos na navigation?

P: Não sei, tenho dúvidas. Se eu tivesse à procura de um guia, se tivesse à procura da secção dos links, não sei se procuraria primeiro na parte do text, porque são texto para todos efeitos, ou se procuraria na parte da navigation porque é um elemento de navegação.

J: Exacto.

P: Daí que... não é necessariamente navegação. Tu podes ter um link que te abre um pop-up mas não te tira da mesma página. Se calhar até faz mais sentido estar na parte

do texto... Sim, tem lógica, um link não é necessariamente para sair de onde estás. Daí que não... acho que ficaria bem ali.

J: Se te lembrares de outra coisa, de outro elemento...

P: À primeira vista... à primeira, e à segunda e à terceira não me ocorre nada que eu pudesse precisar e que procurasse que não esteja incluído. Mesmo, não, acho que está super completo.

J: Tendo em conta aquilo que falei há bocado, e para terminar, tens algum conselho ou sugestão para o desenvolvimento do modelo de FESG? Compreendeste o conceito, achas que é útil ou, se não, se tens alguma dúvida...

P: Não, útil é, sem dúvida. A nível de conselho... quer dizer o trabalho é teu, portanto, não sou eu... Pah, a única coisa que te posso dizer é a nível de potencial utilizador.

J: Mas tu, tu tens experiência de programador, é algo completamente diferente.

P: Eu, enquanto potencial consumidor, vá, de um guia de estilos, a única coisa que eu estou à espera é de, epah, que eu consiga abrir aquilo e encontrar aquilo que procuro, ou seja, que eu tenha uma página ou o que for, para desenvolver e que consiga facilmente chegar à

primeira página e ter: "layout", e dizer, três colunas assim, quatro colunas assim, cinco colunas assado. Cabeçalhos, rodapés, como é que devo fazer para cada um deles. E depois chega a uma parte de um formulário e tenho este estilo para radio buttons, este estilo para checkboxes, por aí fora... portanto, a minha questão nem é tanto a quantidade de coisas que tenha o guia de estilos mas da maneira como está organizado, sendo que o do Starbucks era terrível em termos de organização de informação, e que no do Ubuntu é ótimo, que é ter tudo... acaba por ser um bocado como tu tens aqui, que é a parte da... *faz sinal com a mão para as áreas de PERSONALIDADE E VISUAL* enfim, o logótipo e de imagens e da marca não me diz tanto a nível profissional mas a partir daqui sim *faz sinal com a mão para as áreas de FUNCIONALIDADE e CONTEÚDO* , acho que está... se isto me fosse apresentado como um guia de estilo e isto fossem as várias categorias de navegação da página, à exceção da parte dos botões e dos formulários acho que está ótimo e

que torna fácil de encontrar. Por exemplo, se quiser saber que cores é que hei-de usar, tem nesta categoria as várias cores, se eu quiser saber como é que hei-de tratar do texto tenho a tipografia, tenho o tipo aliás, tenho os pesos, o tamanho, o alinhamento, etc. Por isso, honestamente não tenho nada a acrescentar, parece-me óptimo... Tem aqui uma parte para estatísticas e informação. Aliás, há aqui uma coisa que agora estou a ver que é para... não sei se está aqui incluída algures, para gráficos. Que tipo de gráficos utilizar, em que situação é que devo utilizar aquele tipo de gráfico, em que situação devo usar um gráfico de tarte, em que situação um gráfico de barras ou um gráfico de linhas e, para o gráfico, a nível de cores ou tipografia ou de tipos de linhas, se será linhas tracejadas, ou quando é que devo pôr linhas tracejadas, qual é o limite de divisões que devo ter num gráfico de tarte, por exemplo, se devo ter um limite, a partir de quando é que devo ter uma coisa chamada outros... desse tipo.

J: Ok, fixe.

P: Por acaso agora lembrei-me, a ver aqui o stats and data. Isso, pah, não é bem essencial, nem pouco mais ou menos, é completamente acessório, mas não faria mal em estar.

J: Ok... E pronto, foi a última questão. Concluimos assim a entrevista e agradeço mais uma vez a tua participação e espero que tenha sido do teu agrado.

ANEXO 6 – Transcrição da entrevista [Simões]

J: Olá, bem-vindo. Agradeço desde já a tua disponibilidade para participares nesta entrevista. O Renny Simões encontra-se atualmente a desempenhar funções de programador na empresa D-Zone, na qual trabalhas há relativamente pouco tempo...

R: Sim, há 5 meses , mais ou menos.

J: Esta entrevista é realizada no âmbito da dissertação "Proposta de framework de desenvolvimento de Front-End Style Guides a partir das principais componentes presentes em guias atuais" do Mestrado de Comunicação Multimédia da Universidade de Aveiro.

O Renny já preencheu o acordo de não-divulgação, manifestando a sua disponibilidade para participar no estudo, sendo que todo o conteúdo vídeo e áudio recolhido ao longo da entrevista será utilizado para fins do projeto em questão.

Primeira pergunta, gostaria de saber que tipo de projetos realizas na organização onde trabalhas e nas organizações onde já trabalhas também, e quais foram até agora as tuas principais responsabilidades?

R: Neste momento participo num projeto, aliás, em vários projetos mas com mais ênfase num projeto de suporte, perguntas e respostas para empresas. É um género de Stack Overflow e que se chama Answer Hub; é uma espécie de Stack Overflow mas específico para empresas. E é nisso que eu trabalho atualmente.

J: Gostava de saber, no início dos projetos, que género de indicações e material é geralmente disponibilizado pelos clientes... material base para dar início ao projeto.

R: No meu caso, atualmente, não recebo diretamente de clientes visto que a empresa é relativamente grande e eu recebo a informação por parte do gestor de projeto e normalmente não é aquilo que vem do cliente, é algo que já foi tratado e trabalhado.

J: Mas tens algum manual ou assim?

R: Não existe manual, existe uma descrição de tarefas para fazer e é...

J: E orientações de design?

R: Não há nada de design neste momento.

J: Ok, ok... Trabalhas com uma equipa multidisciplinar ou as pessoas com quem estás em contacto são geralmente programadores?

R: São sempre... É uma equipa grande e estou em contacto com os mesmos... Tenho um gestor de projetos e tenho... digamos que é um gestor de tarefas. São sempre os mesmos e

depois trabalho com uma equipa grande, ou seja, hoje posso estar a desempenhar uma tarefa em que falo com A e B e amanhã já falo com C e D.

J: Mas pessoas de áreas de diferentes?

R: Uns estão mais ligados a bases de dados, outros estão mais ligados a design, outros estão mais ligados a software.

J: E não trabalhas especificamente com eles todos os dias mas quando é preciso entras em contacto com eles.

R: Ou eles comigo!

J: Exacto. *risos*

Agora gostava de saber como é que se organiza a equipa para gerir as várias tarefas do dia-a-dia.

R: Normalmente... estamos a falar das minhas atuais funções?

J: Sim, mas podes falar da tua experiência geral.

R: Atualmente é geralmente diferente, visto que é um trabalho remoto. Existem reuniões segundas, quartas e sextas e nessas reuniões definem-se as tarefas, basicamente, para o dia e para o dia seguinte... ou pelo menos para o dia. São tarefas relativamente pequenas que devem durar digamos 1 hora, 2 horas, no máximo.

Quando são tarefas maiores são orientados os trabalhos de forma a, por exemplo, imaginemos que vou demorar cerca de três dias a desempenhar uma tarefa. Como é muito complicado dizer se são 3 dias, pode durar menos ou pode durar mais e

normalmente, se é uma tarefa que vai durar 3 dias, eu fico responsável por essa tarefa mais longa e as tarefas mais pequeninas ou são atribuídas a outras pessoas ou se não existir um prazo muito apertado ficam para desempenhar depois e... e se calhar agora desviei-me um bocadinho da questão...

J: Não, era como é que se organizam para gerir as tarefas.

R: Pronto, nessa altura falo mais com o gestor de projeto e com a equipa do que propriamente com a gestora de tarefas.

J: E usam algum tipo de ferramenta para se orientarem?

R: Utilizamos o GIRA.

J: E relativamente à criação e organização do código, como é que fazem essa gestão?

R: O projeto tem um módulo base e depois existem as coisas específicas para cada cliente. Mas segue sempre mais ou menos a mesma estrutura. Aquando da minha entrada na empresa foi-me dado um manual e mais uns documentos com especificações, com as guias... não são propriamente aquilo que eu sou obrigado a fazer mas é aquilo que eu devo fazer, no entanto, se achar que devo fazer de outra forma... desde que as coisas batam certo também estou à vontade. Mas pronto, existe o módulo principal e existem as alterações que vão ser colocadas por cima disso. Se existir ali um módulo principal que diz que é para dizer A, B, C e se o cliente X quiser só quer A e B, eu faço um módulo à parte em que ele vai ignorar o C. Isto com uma estrutura e tal... Mas neste momento eu estou mais na programação, não há design... praticamente eu não faço design de nada.

J: Conheces o conceito de FESG e, se sim, a organização onde trabalhas utiliza alguma ferramenta semelhante?

R: Pelo nome se calhar não... J: FESG são guias de estilo geralmente mais virados para a parte front-end. R: Tem a ver com bootstrap ou não?

J: Já lá vamos... vai ser a próxima fase. Agora vou-te mostrar dois FESG. Tenho aqui o do Starbucks e o do Ubuntu e ía-te pedir que navegasses por eles, 10 minutos para

cada um para ter mais ou menos uma ideia de como funcionam e depois voltamos à conversa, ok?

R: Ok.

J: Gostava de saber qual foi a tua opinião relativamente aos FESG que viste, apesar do do Starbucks não estar a funcionar muito bem...

R: Pronto, o do Starbucks não estava a funcionar bem mas deu para perceber o início. O que eu achei foi que o Starbucks é quase o bootstrap só que organizado de uma forma diferente mas que é quase a mesma coisa... pelo menos daquilo que consegui ver pareceu-me mesmo um bootstrap mas dito organizado de outra forma. O Ubuntu já tem mais coisas, tinha cores, tinha exemplos, tinha de certa forma também as coisas um pouco mais técnicas mas pareceu-me bem mais completo e mais agradável de ler do que o outro. E pronto, foi o que eu achei mas de qualquer forma acho que qualquer um dos dois dá para seguir.

J: Imagina que se utilizasses um FESG, achas que poderia impactar o teu fluxo de trabalho e de que forma?

R: Poderia, como assim? J: Facilitar... ou não. Como é que poderia ajudar?

R: Vou dar o exemplo do Ubuntu. A partir do Style Guide do Ubuntu, se calhar, não conhecendo, ira perder mais tempo no início mas depois de... É assim, eu estou a falar porque não me lembro de ver lá nenhum... Desculpa, estou enganado, vi. Tem lá ficheiros estilo e tem CSS, etc, tem lá tudo. Portanto, cálculo que descarregando um desses iria ter logo tudo à partida, portanto depois só teria que estudar um bocadinho para saber onde é que eu tenho que colocar, por exemplo, o laranja, ou o laranja mais claro, ou o laranja ainda mais claro. Talvez perdesse algum tempo de início a perceber isso mas depois seria muito mais rápido a fazer o resto do trabalho, a organizar as coisas, pronto... para ter uma plataforma também mobile...

J: E por exemplo, imagina que precisas de cores quando estás a desenvolver um website e que precisas saber qual é o HEX de uma cor... Normalmente, se neste momento precisares de isso e não souberes, como é que fazes?

R: Atualmente se não tiver é complicado. Também não sou propriamente que trabalho com isso. As cores já me são especificadas. Como disse, de início, eu já recebo, não assim tão detalhadamente porque talvez se calhar não preciso de tudo, mas para aquilo que preciso de fazer já me é dito "É para colocar isto desta cor, esta cor tem este HEX", é-me dito dessa forma.

J: Essa informação está toda detalhada.

R: Exactamente. Por tarefa! Este guia talvez exista mais para a pessoa ou para a equipa de design e depois quem trata de distribuir as tarefas se calhar já sabe "Ele vai precisar disto, vou-lhe dar só este bocadinho para ele não ter que ler aquilo tudo e perder um dia só para perceber aquilo".

J: Ok, ok, estou a perceber. E por exemplo, no caso prático da aplicação de estilo tipográficos a um website... como é que achas que um FESG deste género poderia ajudar?

R: Poderia ajudar logo à partida porque se existe... é porque já foi estudado, planeado, delineado, já está tudo orientado, só basta construir, certo? Se falta só construir, se já está tudo pensado, a pessoa ou pessoas que estiverem a fazer não têm que andar a pensar que tipo de letra vou usar aqui, que fica melhor ou que cor — "Se calhar a negrito? Ou não?" — pronto, não precisa de andar a adivinhar, já sabe. É um título, é um sub-título... é este. Se calhar logo aí ajuda. Claro que de início se calhar demora só um bocadinho mais tempo a perceber onde é que está, onde é que vai buscar, de resto... depois é mais rápido.

J: Já me respondeste em parte a esta pergunta mas como é que achas que uma ferramenta deste género seria recebida na empresa onde trabalhas?

R: Na empresa onde trabalho se calhar já existe, e se calhar é elaborada por alguém da equipa, ou seja, existe uma pessoa que faz um contacto com o cliente e o cliente diz: "Quero isto, assim, assim, assim" ou "mais ou menos assim", ou "gostava disto!" ... Porque normalmente o cliente nem sabe bem o que quer. Se calhar é feita uma proposta e com base nessa proposta é elaborado um guia deste género. Agora, eu nunca recebi nenhum tão completo. Tenho guias mais orientados para a programação mas decerto que existem guias destes também orientados para a equipa de design.

Agora, vou-te só mostrar aqui uma tabela para dares uma vista de olhos.

J: Esta tabela foi criada com base na análise dos vários elementos presentes nesses manuais —entre eles os do Ubuntu e do Starbucks. Esses elementos estão representados na tabela pelos tons mais claros; como podes ver tens aqui o How to Use, History, Form do logótipo, color, exclusion zone, por aí afora. Posteriormente esses elementos foram agrupados em quatro categorias principais, aqui identificadas com cores diferentes. São as que estão em maiúsculas. Essas categorias foram personalidade, a azul, que identifica elementos relacionados com a personalidade da marca, desde os valores, tom de voz, à história da organização, entre outros. A verde temos a parte mais visual, com elementos como o logótipo, tamanhos, cores, grelhas. A área a laranja, é a área ao qual foi dado o nome de área mais funcional. Porquê? Porque diz respeito aos elementos que são geralmente mais utilizados por programadores e que são normalmente acompanhados por um snippet de código HTML já com classes designadas que pode ser copiado e colado onde for necessário para criar o elemento pretendido e mantem sempre um styling coerente com o dos restantes elementos. Relativamente à quarta última zona, do conteúdo, que está a amarelo, ela apresenta informação sobre como os conteúdos do website deverão ser apresentados, desde tabelas, a artigos de blogs, fotografias, a zona do FAQ, brand assets, por aí afora. Cada uma dessas categorias é composta por sub-categorias que são, como disse há bocadinho, estas aqui, estas intermédias onde foram inseridos os vários elementos que cada style guide refere — elementos representados pelo 1 — ou não — elementos representados pelo 0.

A ideia aqui é identificar os elementos que se repetem na maioria dos manuais — ou seja, aqueles que poderão ser geralmente mais relevantes — e, a partir daí, desenvolver um website semelhante aos FESG que analisaste, que ficaria livremente disponível e que poderá ser utilizado por organizações ou qualquer outro interessado como base e inspiração para dar início ao seu próprio FESG.

A minha próxima questão é se concordas com as macro-categorias que estão aí criadas ou se poderiam ser apresentadas de outra forma?

R: Sim, faz sentido. Não sei se poderiam ser apresentadas de outra forma mas esta forma parece-me correcta, aliás, quando comecei a ver agora tem razão. Por exemplo, aqui o Ubuntu é muito menos funcional do que o Starbucks, acho que já te tinha dito mas mais ou menos, no entanto em termos visuais, no que toca às componentes visuais de cores e etc. o Ubuntu tinha muito mais informação que o Starbucks, que não tinha quase nada. Bate certo, pronto. O resto, acho que está mais ou menos. O Ubuntu tinha uma grande componente também que falava sobre a personalidade, o que cria dizer, aliás, até fiquei a perceber o que queria dizer "Ubuntu" que eu não sabia e do Starbucks não falava praticamente nada, era mais técnico... Por isso acho que as categorias fazem sentido.

J: Imagina que te davam um FESG com essa divisão, achas que haveria algumas áreas que podias usar mais e outras que irias usar menos?

R: Se calhar sim, dependendo um pouco do projeto e do cliente. Digamos que às vezes, se calhar, a parte da funcionalidade é importante para quem está a fazer mas pode haver projetos em que a parte da personalidade se calhar tem de ser muito mais trabalhada, se for uma coisa muito simples, muito fácil de fazer, ou pequena, se for mesmo simples, se calhar existe um maior foco ou uma maior necessidade no marketing, por exemplo, se calhar aquela primeira parte da personalidade e do visual são mais importantes, se calhar devia-se investir um bocadinho mais nesse do que no Conteúdo visto que se calhar é a parte mais simples.

J: E elementos que estejam em falta? Existe aí algum que devesse estar e não está?

R: É assim, se calhar, isto serve para sites mais simples ou um pouco mais complexos mas se calhar se for um projecto um pouco maior... Lá está... isto é um Front-End Style Guide, portanto se calhar está bem, agora, visto que tem aqui a parte do conteúdo, se calhar poderia não ser mau de todo incluir uma parte de organização do conteúdo. Mas isso se calhar já seria outra coisa não é?

J: Quando dizes organização do conteúdo...

R: Digamos, por exemplo, as pastas com ficheiros JavaScript são estas, as pastas com ficheiros CSS são estas, as pastas que têm documentos partilhados ou não partilhados são estas. Pronto, se for um projeto maior se calhar poderia haver também referência a

isso. Não sendo, ou não estando aqui.... se calhar isso também depende do critério que cada um utiliza, mas se fosse um projeto grande com uma equipa grande a trabalhar se calhar não seria má ideia incluir também aqui.

J: Ok, e para terminar, tens algum conselho ou sugestão para o desenvolvimento do modelo de FESG?

R: Se calhar uma mistura entre o Ubuntu e o Starbucks, ou seja, o Starbucks estava muito simples para quem fosse pegar naquilo e construir logo de seguida, ou seja, a parte técnica estava lá toda, estava muito simples... O Ubuntu, a parte técnica já não estava tão bem

explicada, tão simples, mas falava muito nas outras questões, portanto se desse para fazer ali um meio termo, se calhar seria o ideal.

J: E pronto, concluímos assim a entrevista. Agradeço a vossa participação *risos* e espero que tenha sido do teu agrado e obrigado.

R: Obrigado eu!

