

Nélia Pinheiro do Olival

O design digital na preservação da cultura imaterial:

Registo e divulgação da literatura oral algarvia



2018

Nélia Pinheiro do Olival

O design digital na preservação da cultura imaterial:

Registo e divulgação da literatura oral algarvia

Mestrado em Design de Comunicação
para o Turismo e Cultura

Trabalho efetuado sob a orientação da
Prof. Doutora Joana de Carvalho Folgado Lessa

Professora Adjunta

Escola Superior de Educação e Comunicação

Universidade do Algarve



O design digital na preservação da cultura imaterial:
Registo e divulgação da literatura oral algarvia

Declaração de autoria de trabalho

Declaro ser a autora deste trabalho, que é original e inédito. Autores e trabalhos consultados estão devidamente citados no texto e constam da listagem de referências incluída.

Nélia Pinheiro do Olival

© Copyright: Nélia Pinheiro do Olival

A Universidade do Algarve reserva para si o direito, em conformidade com o disposto no Código do Direito de Autor e dos Direitos Conexos, de arquivar, reproduzir e publicar a obra, independentemente do meio utilizado, bem como de a divulgar através de repositórios científicos e de admitir a sua cópia e distribuição para fins meramente educacionais ou de investigação e não comerciais, conquanto seja dado o devido crédito ao autor e editor respetivos.

Agradecimentos

Sem o apoio sincero e ajuda de algumas pessoas, não teria sido possível a realização deste trabalho.

Sendo assim, desejo expressar em primeiro lugar, o meu agradecimento à Professora Doutora Joana de Carvalho Folgado Lessa, da Escola Superior de Educação e Comunicação da Universidade do Algarve, pela sua orientação e apoio.

Ao meu companheiro e amigo, pelo apoio, carinho, infinita paciência e motivação incondicional, mesmo nos dias em que o cansaço falava mais alto.

À minha família, pelo apoio e compreensão das minhas ausências mais longas.

A todas as entidades a que tive de recorrer no desenvolvimento da investigação.

Aos meus amigos, pela paciência por todo este tempo em que recusei um café ou jantar.

Por último, mas não menos importante, aos meus amigos e colegas do mestrado, pela amizade, apoio e partilha de conhecimentos.

Obrigada a todos!

Resumo

A cultura é uma referência básica para a compreensão social e política e define a matriz e o suporte da identidade, tradição e memória de qualquer povo e sociedade.

A tradição oral de um povo faz parte da sua identidade cultural e é como que um testemunho transmitido oralmente de geração em geração. Por muitos séculos, a oralidade foi o principal meio de comunicação dos homens, assumindo um importante papel na socialização e educação das comunidades, quando a memória auditiva e visual era o único recurso de que dispunham, mas que, devido a diversos fatores, tem vindo a extinguir-se.

O design de comunicação tem um papel importante no acesso a esta tradição, divulgando-a e estimulando atitudes participativas, por parte dos cidadãos, para que a mantenham viva. O facto de os designers também trabalharem com a dimensão intangível contribui para integrar muitos dos aspetos envolvidos na tradição oral, nomeadamente, ideias, sensações, emoções e memórias, que são materializadas em diversos suportes com a finalidade de se tornarem acessíveis a todos.

Esta investigação teve como objetivo contribuir para preservação e divulgação do património cultural imaterial, mais concretamente a literatura oral do Algarve, com a criação do protótipo de uma plataforma digital que irá funcionar como um repositório de memória coletiva. Através de testes de usabilidade, foram identificadas as características demográficas do público-alvo, assim como foi avaliado o design de interface e a experiência do utilizador, através da perspectiva dos utilizadores. Os dados obtidos, através de questionários, ajudaram a identificar quais os problemas e melhorias necessárias, sendo que a maioria dos participantes valorizou a iniciativa e manifestou que a plataforma é um recurso útil para os interessados nas questões da oralidade. Desta forma, foi possível responder à questão de investigação e provar a hipótese, concluindo-se que um produto digital pode, de facto, contribuir para a divulgação e preservação da literatura oral algarvia.

Palavras-chave: design de comunicação; design de interação; tradição oral do Algarve; identidade cultural; literatura oral do Algarve; património cultural imaterial.

Abstract

Culture is a basic reference for social and political understanding and it defines the matrix and support of the identity, tradition and memory of any people and society.

The popular oral tradition is part of people's cultural identity and a testimony transmitted orally from generation to generation. For many centuries, orality was the primary means of communication of individuals, assuming an important role in the socialization and education of communities, when the auditory and visual memory was the only means available, but due to several factors, the oral tradition may perish.

Communication design can play an important role to the access of this tradition, promoting it and encouraging the participation of citizens to help in its preservation. The fact that designers also work with the intangible dimension contributes to integrate many of the aspects involved in oral tradition, such as ideas, feelings, emotions and memories, which are materialized in diverse supports in order to become accessible to all.

This research aimed to contribute for the preservation and dissemination of intangible cultural heritage, more specifically the oral literature of the Algarve, with the creation of a prototype for a digital platform that will work as a repository of collective memory. Through usability tests the demographic characteristics of the target audience were identified, as well as the interface design and user experience were evaluated from a user perspective. The data obtained through survey helped identify the problems and improvements needed, and most of the participants appreciated the initiative and pointed that it can be a useful resource for those interested in issues of orality. In this way, it was possible to answer the research question and prove the hypothesis, concluding that a digital product can, in fact, contribute to the dissemination and preservation of the Algarve oral literature.

Keywords: communication design; interaction design; oral tradição of the Algarve; cultural identity; oral literature of the Algarve; intangible cultural heritage.

Índice

Agradecimentos	iv
Resumo	v
Abstract	vi
Índice de figuras	x
Índice de gráficos	xii
Índice de tabelas.....	xii

I. Introdução

1.1. Âmbito, oportunidade e objeto de estudo	14
1.2. Relevância do problema e questão da investigação	15
1.3. Objetivos	16
1.4. Metodologias.....	17
1.5. Estrutura do relatório científico	17

II. Literatura oral algarvia

2.1. Património Cultural Imaterial (PCI)	19
2.2. Memória e identidade cultural	20
2.3. Literatura oral	22
2.4. Literatura oral algarvia	25

III. Design de Comunicação

3.1. Design de Comunicação	29
3.2. Design de Interação	31
3.2.1. <i>Personas</i>	36
3.2.2. Design da Experiência do Utilizador (UX)	37
3.2.3. Design da Interface do Utilizador (UI).....	39
3.2.4. Design para a <i>web</i>	41

3.3. Análise de plataformas digitais para o PCI	43
3.3.1. Estudo de casos	46

IV. Proposta – “Pla. Oralidade – Plataforma Literatura Oral do Algarve”

4.1. O projeto Pla. Oralidade	53
4.1.1. Nome	53
4.1.2. Logótipo	53
4.2. Caracterização de público-alvo	55
4.3. Objetivos da plataforma.....	57
4.4. Características conceptuais e semânticas	57
4.5. Estrutura	60
4.6. Características técnicas	62
4.6.1. Página inicial	64
4.6.2. Secção “Sobre literatura oral algarvia”	66
4.6.3. Secção “Explorar por Concelhos”	67
4.6.4. Secção “Explorar por Géneros”	70
4.6.5. Secção “Locais de interesse”	71
4.6.6. Secção “Educadores”	71
4.6.7. Secção “Ligações úteis”	72
4.6.8. Secção “Contactos”	73
4.7. Avaliação	74
4.7.1. Apresentação dos resultados.....	77
4.7.2. Análise dos resultados	91

V. Conclusão

5.1. Conclusões específicas.....	93
5.2. Conclusões gerais	96
5.3. Identificação das limitações	97
5.4. Recomendações para trabalho futuro.....	98

Bibliografia	99
Anexo A	103
Anexo B	105
Anexo C	107
Anexo D	111
Anexo E	114
Anexo F	114
Anexo G	115
Anexo H	122
Anexo I	123
Anexo J	125
Anexo K	131

Índice de figuras

Figura 2.1 – Classificação genológica para o modo narrativo	23
Figura 2.2 – Classificação genológica para o modo lírico	24
Figura 2.3 – Registos da vida rural na década de 60 do séc. XX.....	27
Figura 3.1. – As disciplinas circundantes do design de interação.....	32
Figura 3.2 – As quatro abordagens do design de interação.....	33
Figura 3.3 – As três áreas do design da experiência do utilizador	38
Figura 3.4 – Favo de mel da experiência do utilizador	39
Figura 3.5 – Página inicial do Memoriamedia	47
Figura 3.6 – Navegação principal	48
Figura 3.7 – Pormenor da página principal com ligações para outras secções	48
Figura 3.8 – Pormenor da página de uma recolha	49
Figura 3.9 – Página inicial da Balkan Heritage Field School	50
Figura 3.10 – Pormenor da navegação principal	51
Figura 3.11 – <i>Feedback</i> de uma ação realizada	51
Figura 3.12 – Ícones com função de navegação	52
Figura 4.1 – Logótipo Pla. Oralidade – Plataforma Literatura Oral do Algarve	54
Figura 4.2 – Cores.....	55
Figura 4.3 – <i>Persona</i> nº1 e nº2.....	56
Figura 4.4 – <i>Persona</i> nº3 e nº4.....	56
Figura 4.5 – <i>Persona</i> nº5.....	56
Figura 4.6 – Página inicial da plataforma	59
Figura 4.7 – Estrutura da plataforma	61
Figura 4.8 – Ícones.....	62
Figura 4.9 – Paleta de cores principais e secundárias	63
Figura 4.10 – Tipografia utilizada.....	64
Figura 4.11 – Página inicial	65
Figura 4.12 – Ícone <i>scroll</i>	65
Figura 4.13 – Ícone menu	65
Figura 4.14 – Página inicial quando se clica no ícone menu	65
Figura 4.15 – Secção “Sobre literatura oral algarvia”	66
Figura 4.16 – Pormenor da navegação principal com linhas de guia	66

Figura 4.17 – Submenu da ligação “Explorar”	67
Figura 4.18 – Secção “Explorar por Concelhos”	67
Figura 4.19 – Seleção por filtros	68
Figura 4.20 – Pormenor da seleção por mapa	68
Figura 4.21 – Secção dos resultados	69
Figura 4.22 – Conteúdo da literatura oral selecionada	69
Figura 4.23 – Secção “Explorar por Géneros”	70
Figura 4.24 – Secção “Locais de interesse”	71
Figura 4.25 – Secção “Educadores”	72
Figura 4.26 – Secção “Ligações úteis”	72
Figura 4.27 – Secção “Contactos”	73
Figura 4.28 – Locais em que cada participante utiliza o computador	81
Figura 4.29 – Principais razões para cada participante entrar no <i>website</i>	83

Índice de gráficos

Gráfico 4.1 – Género	79
Gráfico 4.2 – Idade	79
Gráfico 4.3 – Nível de escolaridade	79
Gráfico 4.4 – Tempo de utilização do computador	80
Gráfico 4.5 – Em que local utiliza o computador?	81
Gráfico 4.6 – Em média quantas horas por semana utiliza a <i>internet</i> ?	82
Gráfico 4.7 – Quais as suas principais razões para entrar no <i>website</i> ?	83
Gráfico 4.8 – Identificação dos conteúdos	84
Gráfico 4.9 – Identificação das funcionalidades	85
Gráfico 4.10 – Experiência do utilizador	86
Gráfico 4.11 – Avaliação da experiência de utilização da plataforma	87
Gráfico 4.12 – Avaliação da importância das características	87
Gráfico 4.13 – Contributo na divulgação da literatura oral algarvia.....	88
Gráfico 4.14 – Voltaria a usar este produto?	89
Gráfico 4.15 – Recomendação a um amigo	89
Gráfico 4.16 – Sugestões dos participantes.....	90

Índice de tabelas

Tabela 3.1 – Mapa de identificação sumária dos <i>websites</i>	44
Tabela 4.1 – Lista de tarefas por <i>persona</i>	58

Lista de acrónimos e abreviaturas

PCI	Património Cultural Imaterial
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (<i>United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization</i>)
HCI	<i>Human-Computer Interaction</i> (Interação humano-computador)
UX	<i>User Experience</i> (Design da Experiência do Utilizador)
UI	<i>User Interface</i> (Design da Interface do Utilizador)

I. Introdução

1.1. Âmbito, oportunidade e objeto de estudo

O património cultural imaterial, neste caso a literatura oral, é um elemento importante da identidade de um país, de uma região, e a sua conservação e divulgação são fundamentais para a diversidade cultural global. Um dos problemas atuais na preservação da literatura oral deve-se ao envelhecimento dos detentores destas memórias e conhecimento.

A tradição oral popular, ou literatura oral, é uma das formas mais puras e genuínas da identidade cultural de um povo, sendo um testemunho transmitido oralmente de geração em geração. Foi por muitos séculos o principal meio de comunicação dos indivíduos, quando a memória auditiva e visual era o único recurso de que dispunham para o armazenamento e transmissão do conhecimento às gerações futuras (Guerreiro & Mesquita, 2011). Mas devido à mudança do paradigma familiar, da deslocação de pessoas do campo para as cidades, desde a década de 60, e da emigração que tem vindo a acentuar-se na última década, a tradição oral tem vindo a extinguir-se.

Contudo, tem havido uma consciencialização crescente em relação à importância da conservação do património cultural imaterial, nomeadamente da oralidade, e a prova disso é a valorização do Fado e do Cante Alentejano, que já se encontram na Lista Representativa do Património Cultural Imaterial da Humanidade da Unesco (UNESCO, 2017).

Neste sentido, a sinergia entre o design de comunicação e o património cultural imaterial possibilita a criação de diversas abordagens culturais, criativas e dinâmicas, que vão ao encontro das motivações das comunidades, consolidando desta forma sentimentos de pertença, reforçando a sua identidade cultural e as suas memórias coletivas (Krucken, 2009).

O design, como fator importante no intercâmbio económico e cultural, deve utilizar essa tendência de valorização de identidades locais e culturais para criar soluções integradas na sociedade contemporânea (Rijo, 2013). Sendo assim, há evidências que sugerem que há necessidade da articulação do design de comunicação com o património cultural imaterial, para o salvaguardar, criando formas de preservação e divulgação.

Esta é uma investigação que se insere no âmbito do design de comunicação e que visa explorar a importância da sua vertente digital, enquanto dimensão fundamental para a divulgação e preservação de conteúdos, e no âmbito do património cultural imaterial, da identidade cultural de um povo. Tem, pois, como finalidade a criação de uma plataforma digital que irá servir de arquivo para a literatura oral do Algarve, de forma a contribuir para a divulgação e na preservação da mesma.

1.2. Relevância do problema e questão da investigação

A cultura e a identidade de uma região são marcadas pelo conjunto de elementos culturais e populares assentes na tradição e passados de geração em geração. A tradição oral popular, ou literatura oral, é uma das formas mais puras e genuínas da identidade cultural de um povo, que, devido ao facto da sua transmissão ser feita essencialmente pela oralidade e também pela idade dos detentores destas memórias, tem vindo a perder-se.

Começam a existir alguns estudos científicos sobre a literatura oral e preocupação na sua preservação, mas é fulcral o empenho das comunidades, no respetivo registo em diversos suportes, sejam em áudio e/ou em vídeo, uma vez que, das gerações mais antigas às mais recentes, a forma de transmissão de informação foi mudando.

De forma a promover a divulgação e na preservação da literatura oral do Algarve, este projeto de investigação propõe o desenvolvimento de uma plataforma digital que se apresenta como um espaço de arquivo deste Património Cultural Imaterial (PCI). Para o desenvolvimento desta investigação procurou-se, assim, dar resposta à seguinte questão:

Pode um produto digital contribuir para a preservação e divulgação da literatura oral do Algarve?

1.3. Objetivos

O objetivo geral, desta investigação, é contribuir para a preservação e divulgação da literatura oral do Algarve, através de um produto digital, em que o design de comunicação, mais propriamente o design de interação, é uma ferramenta essencial em todo o processo.

Decorrentes do objetivo geral, determina-se outros objetivos:

- Tomar conhecimento do material existente na literatura oral do Algarve;
- Promover o reconhecimento da importância do design de comunicação, nos processos de salvaguarda do PCI;
- Contribuir na divulgação e preservação da literatura oral do Algarve para que a comunidade tenha acesso e conhecimento desses registos;
- Identificar e analisar estudos de caso de plataformas semelhantes;
- Contribuir para a consciencialização da importância da preservação da literatura oral algarvia;
- Entender de que modo o design de comunicação pode definir uma estrutura que possa servir de repositório digital;
- Identificar de que forma se pode organizar a plataforma digital, para se maximizar a transmissão de informação;
- Aferir como disponibilizar registos orais numa plataforma digital, numa forma adequada.

1.4. Metodologias

Na presente investigação seguiu-se uma metodologia mista não intervencionista que inclui a dimensão qualitativa e quantitativa.

Deste modo, procedeu-se à recolha e crítica da literatura sobre o tema, onde foram abrangidas as áreas pertinentes para o desenvolvimento do projeto de investigação: no âmbito do design de comunicação, o design de interação e o design para *web*; no do património cultural imaterial, a memória, identidade cultural e a literatura oral do Algarve. Foi aplicado o método de estudo de caso, definindo e analisando dois casos de estudo: *websites* que se enquadram dentro das áreas de investigação.

No âmbito do design de interação recorreu-se ao modelo de *personas* para representação e compreensão de potenciais utilizadores do projeto.

Sistematizados os dados provenientes da metodologia qualitativa não intervencionista, procedeu-se ao desenvolvimento do protótipo. Sendo que, e com o objetivo de obter retorno da parte dos utilizadores para a sua melhoria ou validação, foram realizados questionários no âmbito do teste de usabilidade. Para ajudar na avaliação dos resultados destes questionários, foi utilizada a metodologia quantitativa no tratamento dos dados numéricos.

1.5. Estrutura do relatório científico

Este relatório encontra-se organizado em cinco capítulos principais, em que os três primeiros se referem ao enquadramento teórico e metodologia utilizada, o quarto capítulo apresenta as características inerentes ao desenvolvimento da plataforma, e o último, as conclusões e reflexões da investigação. Sendo assim:

Capítulo I – “Introdução”: apresenta o âmbito, oportunidade e objeto de estudo. Após contextualização da oportunidade, é feita referência à relevância do trabalho, da questão de investigação e dos objetivos do projeto. Neste capítulo também são mencionadas as metodologias utilizadas.

Capítulo II – “Literatura oral algarvia”: é dividido em duas áreas, Património Cultural Imaterial (PCI) e Literatura Oral. Na primeira, é abordada importância do PCI como parte significativa da identidade cultural de um povo e a importância da sua preservação, a questão das expressões orais nas comunidades rurais e a memória coletiva como parte da identidade. Na segunda, são apresentadas as características da literatura oral, o seu papel na sociedade e algumas recolhas e planos de atuação que têm sido feitos para o seu registo e a sua preservação no Algarve.

Capítulo III – “Design de Comunicação”: descreve conceitos de design de comunicação, design de interação, design da experiência do utilizador, design de interface do utilizador e design para *web*. Faz ainda referência a plataformas digitais existentes nas áreas de investigação e apresenta os dois estudo de casos selecionados: “Memoriamedia” e “Balkan Heritage Field School”.

Capítulo IV – “Proposta: Pla. Oralidade - Plataforma Literatura Oral do Algarve”: apresenta o público-alvo ao ser utilizado o modelo de *personas*, que tem em conta os objetivos e contextos dos utilizadores. Descreve as características conceptuais, semânticas e técnicas relativas ao desenvolvimento da plataforma, assim como o seu funcionamento, e inclui também a avaliação por parte dos utilizadores, com resultados e discussão dos mesmos.

Capítulo V – “Conclusões”: aqui são apresentadas as conclusões (gerais e específicas), assim como a identificação das limitações e recomendações para trabalho futuro.

A última parte do relatório integra a bibliografia e nove anexos que complementam a informação contida nos cinco capítulos, sendo estes: Anexo A, Imagens da página inicial dos *websites* do mapa de identificação sumária; Anexo B, Tabelas de análise dos *websites*; Anexo C, Estudo de casos (imagens dos *websites* em estudo); Anexo D, Perfil detalhado das *personas*; Anexo E, Imagens do protótipo; Anexo F, Imagens de como o protótipo aparece na plataforma *uxpin.com*; Anexo G, Documento enviado com as instruções para os testes com utilizadores; Anexo H, Questionário pós-teste e Anexo I, Resultados do questionário.

II. Literatura oral algarvia

2.1. Património Cultural Imaterial (PCI)

Desde 1972, que a UNESCO consciencializa para a importância da preservação de património imaterial, tendo sido percorrido, até ao presente, um longo caminho no sentido da proteção das tradições, memórias, expressões, que são parte significativa da cultura de um povo (Botelho, 2013). Dentro deste contexto, foi divulgada em 1989, a Recomendação sobre a Salvaguarda da Cultura Tradicional e Popular, durante a Conferência Geral da UNESCO, em Paris, a qual reconhece a cultura tradicional e popular como parte do património cultural e a importância da sua salvaguarda (UNESCO, 2016).

Segundo a UNESCO (2003), o património cultural imaterial define-se pelas práticas, representações, expressões, conhecimento e competências que as comunidades, grupos e indivíduos reconhecem como fazendo parte do seu património cultural, assim como os instrumentos, objetos, artefactos e espaços culturais que lhes estão associados. Este património cultural imaterial, que é transmitido de geração em geração, é constantemente recriado pelas comunidades e grupos em função do seu meio envolvente, da sua interação com a natureza e da sua história, conferindo-lhes um sentido de identidade e continuidade, contribuindo desta forma para a promoção do respeito pela diversidade cultural e da criatividade humana. Ainda segundo a mesma entidade, um dos domínios em que este património se manifesta é no das tradições e expressões orais, que inclui a língua como vetor do PCI.

Nas comunidades rurais, a oralidade é a forma privilegiada de formação e reprodução da vida coletiva, sendo desta forma criado e vivido o quotidiano (Rodrigues, 2012). Por essa razão, o património cultural “será, portanto, a manifestação exterior de uma memória e de uma identidade socialmente construídas” (Martins, 2011, p.9) em que salvaguardar, difundir e conservar são processos necessários para preservar histórias e identidades de modo a impedir a sua destruição ou descaracterização.

Em Portugal existem diversos planos de atuação sobre o PCI, pelo que o Fado, o Cante Alentejano, a Dieta Mediterrânica, a Falcoaria já se encontram na Lista Representativa do Património Cultural Imaterial da Humanidade da Unesco, a manufatura do Chocalho e o processo de manufatura da olaria preta de Bisalhães na Lista do Património Cultural Imaterial

da Humanidade que necessita de Salvaguarda Urgente, e a renda de bilros tem o seu processo de candidatura em análise (UNESCO, 2017).

2.2. Memória e identidade cultural

A memória corresponde à capacidade de armazenamento no cérebro, de factos ou experiências do passado, podendo ser transmitida com ou sem auxílio de diferentes suportes, sejam estes orais ou em forma de textos e imagens (Jorente, Silva & Pimenta, 2015). Para Rodrigues (2012), o oral e o escrito são dois domínios culturais que desempenham um papel marcante na transmissão do saber e na forma como é construída a memória coletiva em sociedade. Esta memória coletiva é uma viagem através do passado, que é modelada ao passar do tempo, mas revisitada e materializada no presente, reforçando o sentimento coletivo de identidade (Peralta da Silva, 2000).

Os historiadores Philippe Ariès e Pierre Nora defendem que a construção social da memória, tem como elementos importantes a história da vida familiar, a religiosidade e cultura popular (Rodrigues, 2012). Para a mesma autora, no que diz respeito à sociologia, a influência veio principalmente através do filósofo e sociólogo Maurice Halbwachs, ex-aluno e discípulo de E. Durkheim, sendo este considerado o expoente máximo da sociologia da memória coletiva.

Já segundo Halbwachs, a memória é coletivamente construída e reproduzida ao longo do tempo, sendo esta dinâmica, mutável e seletiva, ficando registada para as gerações futuras e estando na base da construção da identidade (citado em Rodrigues, 2012). Mas, uma vez que os suportes e mediações da memória crescem, e se diversificam, com o passar dos anos e com o desenvolvimento da tecnologia, este registo é um trabalho cada vez mais complexo (Jorente, Silva & Pimenta, 2015). Ainda para os mesmos autores, a popularização do formato digital influenciou a forma com que nos relacionamos no contexto político, social e económico, assim como a dinâmica sociocultural, produzindo uma mudança paradigmática do entendimento da sociedade, processos de construção e transmissão de uma memória social.

A sociedade atual é, no seu todo, uma teia acelerada de processos, em que a velocidade é a linguagem quotidiana, daí que o próprio estado de mudança social seja, por natureza acelerado, o que faz com haja influência no relacionamento com o passado. Desta forma, há uma quebra na continuidade dos símbolos ou modelos de identificação que foram estabelecidos no passado, sob a forma de tradição (Peralta da Silva, 2000). Ainda para a mesma autora, esta ameaça de rutura faz com que e história e os seus objetos ganhem um valor e um interesse nunca antes visto, sendo que a sociedade acaba por reclamar a recuperação do passado, da identidade cultural.

Para Rijo (2003), existe uma preocupação na preservação das memórias devido a diversos fatores, em que “a globalização e o desenvolvimento tecnológico impulsionam tanto o esquecimento como a consciência da necessidade de lembrar” (p.48). Esta preocupação pela recuperação do passado faz com que tenha sido decretada a *Lei de bases da política e do regime de protecção e valorização do Património Cultural - Lei 107/2001, de 8 de setembro*, que estabelece os princípios basilares para a proteção e valorização do património cultural, sendo este um aspeto de extrema importância na construção da identidade social. Segundo este diploma, é do interesse a salvaguarda e valorização do património cultural, assegurando “a transmissão de uma herança nacional cuja continuidade e enriquecimento unirá as gerações num percurso civilizacional singular” (Lei de Bases da Política e do regime de Protecção e Valorização do Património Cultural, Lei n.º 107/2001, Art. 3º, n.º 1), visto ser uma “realidade da maior relevância para a compreensão, permanência e construção da identidade nacional e para a democratização da cultura” (idem, Art. 1º, n.º 1).

Segundo Café (2007), a identidade cultural relaciona-se “com o sentimento de pertença de um grupo social ou cultural, ou de um sujeito/indivíduo” que “influencia (...) o indivíduo no seu grupo ou cultura” (p.36). Sendo assim, para o mesmo autor, o indivíduo estabelece uma ligação com a sua própria história e a sua memória, ao estar em contacto com as características e património do local onde vive, desenvolvendo desta forma um processo de identidade social e cultural.

2.3. Literatura oral

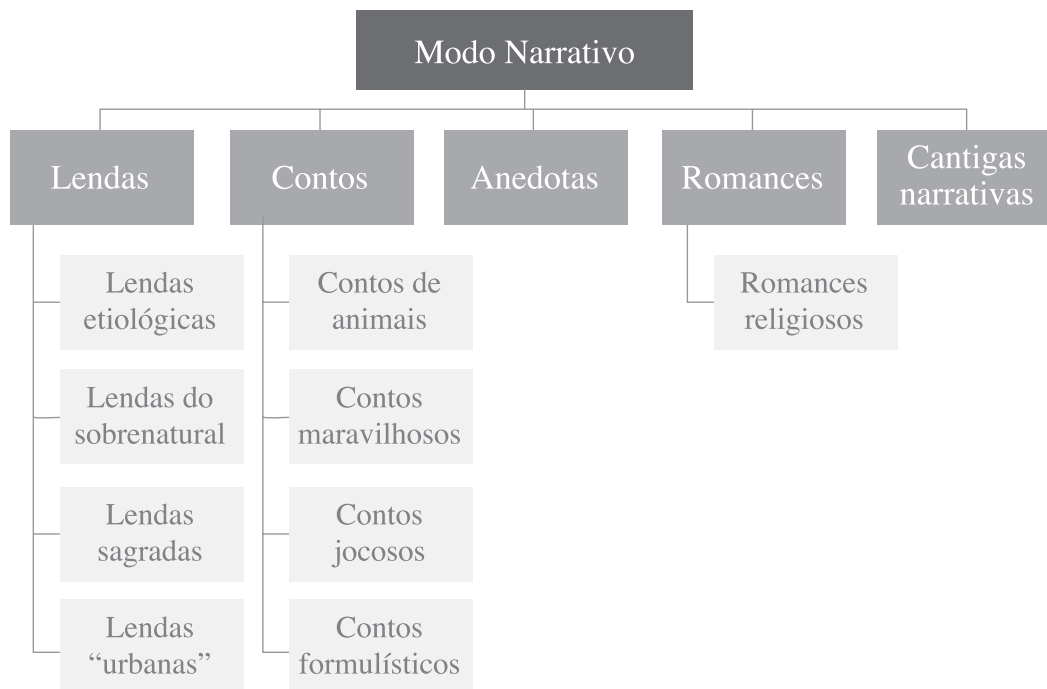
A literatura oral é uma expressão inventada em 1881 pelo folclorista francês Paul Sébillot, segundo Paul Zumthor, para representar a arte verbal do povo (Guerreiro, 1987), devido à oralidade que a caracteriza, mas são diversas as designações encontradas.

Para Alexandre Parafita, a literatura popular é designada de tradição oral, para se referir à grande variedade de textos produzidos pelo povo e que são por ele transmitidos oralmente. O autor inclui neste género: os contos, as lendas, os mitos, as quadras, os romances, os provérbios, as lengalengas, as orações, as fórmulas mágicas, etc. (citado por Guerreiro & Mesquita, 2011). Já segundo Correia (1993), a literatura oral é a que se produz continuamente como composição coletiva, beneficiando da sua transmissão, tornando-se presente nos diversos momentos da experiência histórica do seu verdadeiro detentor que é o povo, mas de forma anónima, por não se conhecer os seus autores. Portanto, uma das características específicas da literatura oral é “apresentar-se como prática de extracontexto complexo”(p.65), o que quer dizer que está sempre relacionada com diversos momentos da vida comunitária, sejam momentos de trabalho ou sejam de lazer.

A questão da classificação genológica não é consensual entre os autores que publicam textos da literatura oral tradicional e os estudiosos da mesma. Para Reis (2012), João David Pinto Correia foi o primeiro, em Portugal, a elaborar um esquema com todos os géneros da literatura oral, agrupando-os por modos que ele próprio criou. No entanto, a mesma autora, e por esta classificação parecer-lhe complexa e não ter sido adotada por outros autores, optou por uma classificação estrutural que, entendemos, se enquadra melhor no projeto desta investigação, dividindo o *corpus*¹ em duas partes: modo narrativo (Figura 2.1) e modo lírico (Figura 2.2).

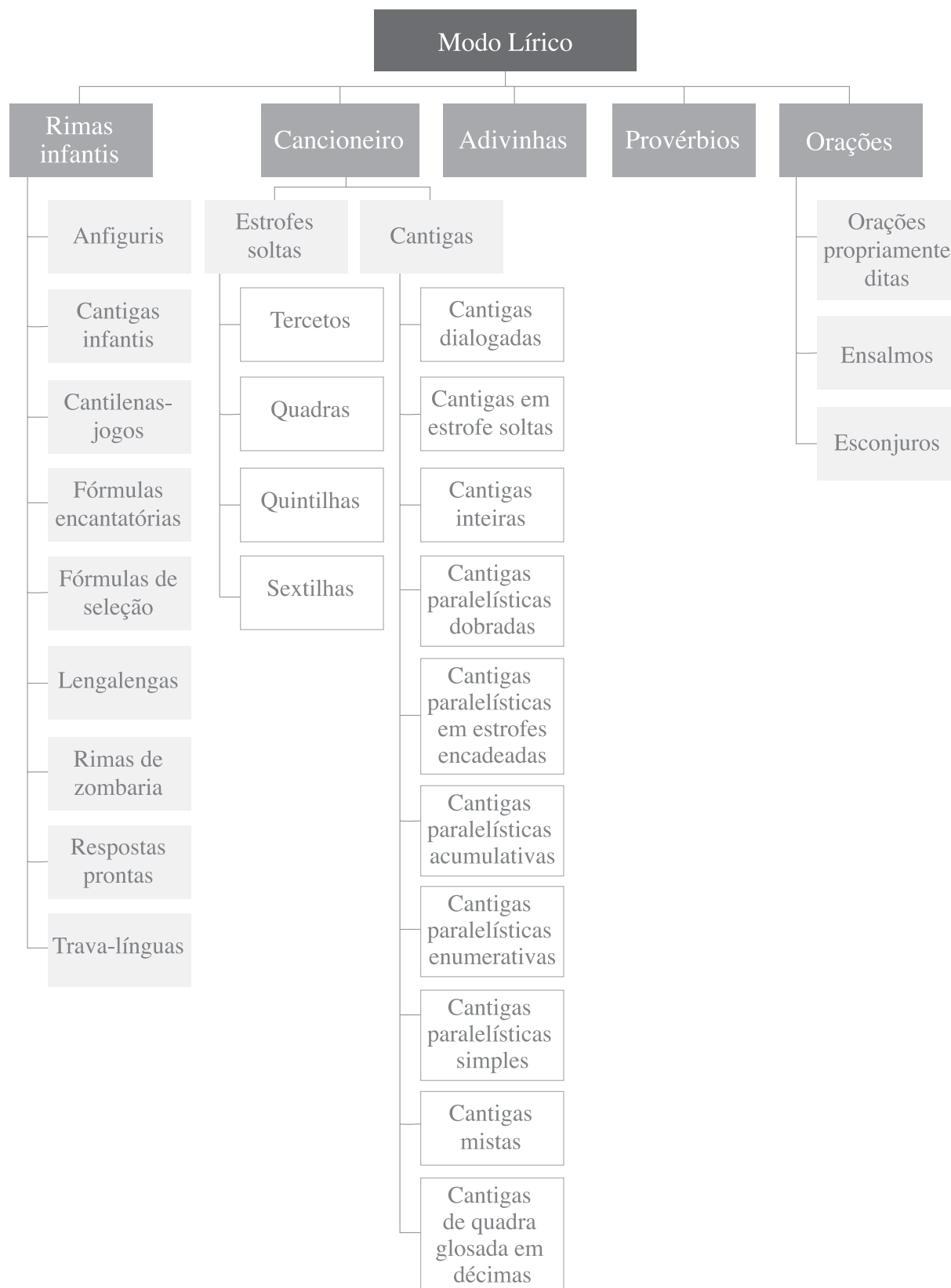
¹ *Corpus* – conjunto de textos escritos e/ou registos orais de uma determinada língua com determinadas características.

Figura 2.1 – Classificação genológica para o modo narrativo



Fonte: adaptado de Reis (2012)

Figura 2.2 – Classificação genológica para o modo lírico



Fonte: adaptado de Reis (2012)

A literatura oral assume um importante papel na socialização e educação das populações, ao partilhar, numa comunidade, um conjunto essencial de crenças religiosas, conhecimentos, valores morais e éticos, superstições entre os seus membros. Na maioria das vezes, “os autores da literatura oral tradicional são anónimos (letrados ou iletrados)” (Guerreiro & Mesquita, 2011, p.162), provenientes do povo, sendo que as suas obras se encontram dispersas, uma vez que estas se encontram nos seus transmissores e não em suportes físicos. Ainda para os mesmos autores, estas obras de arte verbal são, hoje em dia, alvo de intensas recolhas de forma a serem contextualizadas, pois são, sem dúvida, um dos grandes tesouros da memória coletiva das comunidades.

Segundo Cid (2013), em Portugal existiram diferentes planos de atuação sobre o património cultural imaterial, um deles, e dentro da tradição oral popular, foi o de Michel Giacometti, que fez uma recolha da música popular portuguesa e do cante do nosso país para os Arquivos Sonoros Portugueses em 1959 e para a série Povo que Canta em 1971. Michel Giacometti via a cultura popular como um todo identificativo de um povo e, como tal, sempre que lhe era possível recolhia todo o tipo de elementos que enquadrassem e contextualizassem o seu principal trabalho. Estes materiais recolhidos assumem uma dimensão de grande importância devido à sua diversidade (Gavela, 2011) e, ainda hoje, são uma referência em termos de recolha da tradição oral popular.

2.4. Literatura oral algarvia

Desde o século XIX que se verifica o interesse por parte de entidades, investigadores e associações na recolha, registo e preservação da literatura oral algarvia.

Reis (2012) elaborou uma cronologia da recolha da literatura oral no Algarve, na qual se verifica que se iniciou com Almeida Garrett, em 1851, e estende-se até aos nossos dias, apesar de ser a partir dos finais dos anos 80 do século XX, que a publicação de literatura oral tradicional se torna mais intensa. Ainda para a mesma autora, “a tradição oral é algo intimamente ligado à nossa terra, à nossa província, de que (como várias vezes se diz) exprime bem a essência, e daí o apelo muito frequente nestas obras à salvaguarda dessa literatura, que nos pertence e que nos identifica” (2012, p. 65).

O contributo de Ataíde Oliveira, no domínio da etnografia portuguesa no final do século XIX, centrou-se nos estudos pioneiros da literatura oral e tradições populares algarvias. Dentro da sua produção etnográfica destacam-se as *Mouras Encantadas e os Encantos do Algarve* (1898), considerado o seu primeiro ensaio sobre tradições populares, lendas e superstições. Publicou *Contos infantis* (1897) e *Contos tradicionais do Algarve* (2 vols., 1900 e 1905), *Romanceiro e Cancioneiro do Algarve – Lição de Loulé* (1905), estudos que resultaram da compilação da tradição oral regional, compreendendo contos, lendas, orações, superstições e ladainhas populares, entre outras formas de narrativas populares (CEAO, 2015).

O CEAO – Centro de Estudos Ataíde Oliveira, localizado na Universidade do Algarve, consolida o trabalho efetuado por Ataíde Oliveira no âmbito do Património Cultural Imaterial, através de recolhas (bibliográficas e no terreno), transcrições, classificações e arquivos de contos e outros géneros de literatura oral (lendas, romances, provérbios, orações) e também integra um espólio sonoro de recolhas feitas neste âmbito, desde os anos 80 até à atualidade.

Apesar de Michel Giacometti ter feito algumas recolhas no Algarve, sendo que data de 1960 o primeiro caso de valorização e registo do som de textos orais algarvio (Reis, 2012), este não era extensivo e, na década de 90, Raimundo & Vieira (1993) consideravam de extrema importância a elaboração de um inventário etnomusical do Algarve. Sendo que, desta forma, se contribuía para a constituição de um arquivo Sonoro de Música Tradicional Algarvia e para a organização do espólio de instrumentos musicais populares da região. Caso contrário, os fragmentos da nossa memória e identidade culturais poderiam perder-se.

Na década de 60, alguns registos em imagens da tradição algarvia, representativas do património imaterial da região, foram também efetuados por Hélder de Azevedo, fotógrafo fareense, cuja recolha fotográfica retrata o modo de vida de comunidades rurais (Figura 2.3).

Figura 2.3 – Registos da vida rural na década de 60 do séc. XX



Fonte: Câmara Municipal de Faro/Museu Regional do Algarve / Fotógrafo: Hélder de Azevedo

O projeto “A música portuguesa a gostar dela própria”, percorre o país desde 2011, recolhendo em vídeo (com a realização de Tiago Pereira), cantigas, rezas, trava-línguas, paisagens sonoras, entre outros, de forma a registar este “património vivo” (MPAGDP, 2017), tendo como referência o trabalho de Michel Giacometti.

Existem também no Algarve, associações com fortes ligações à tradição oral da região, a APEOralidade - Associação de Pesquisa e Estudo da Oralidade e a Teia de Impulsos - Associação Social, Cultural e Desportiva.

A APEOralidade, com sede em Albufeira, centra a sua atividade na investigação e publicação bibliográfica e fonográfica da Literatura Oral Popular Tradicional, promovendo também a sensibilização e a divulgação da mesma junto das instituições e da comunidade. Foi fundada por José Ruivinho Brazão, como resultado de um projeto de investigação iniciado em 1994, e na qual é presidente desde 2003 como também autor de diversas obras publicadas relacionadas com a oralidade. Nesta associação, encontra-se também integrado o grupo poesia e cantares populares tradicionais “Moças Nagragadas”, do qual fazem parte informantes da oralidade acompanhadas de instrumentos musicais (APEOralidade, 2017).

A segunda associação, Teia de Impulsos, organiza o FOrA - Festival da Oralidade do Algarve, desde 2014, que tem os seguintes objetivos: a preservação e divulgação de saberes e tradições, a sensibilização da população para a necessidade da valorização do património oral e identidade e a partilha de conhecimentos e experiências dos mais velhos, encorajando o diálogo entre gerações (Teia de Impulsos, 2017).

Desta forma, torna-se evidente a preocupação que começa a existir na salvaguarda das tradições orais, nomeadamente, da literatura oral.

III. Design de Comunicação

3.1. Design de Comunicação

Após o início do século XX, a percepção do designer de comunicação como sendo distinto do artista gráfico começou a desenvolver-se, principalmente nos meados da década de 50, quando áreas como psicologia, sociologia, linguística e *marketing* progrediram como disciplinas de referência. Desta forma, os designers alteram o seu objetivo de ter criações artísticas para terem produtos de comunicação eficiente (Frascara, 2004).

Segundo este autor, o designer de comunicação trabalha na interpretação, organização e apresentação visual das mensagens nas quais deve haver uma sensibilidade tanto para a forma como para o conteúdo. Para Frascara (2004), “Design é inventar, projetar, programar, coordenar uma longa lista de fatores humanos e técnicos, traduzir o invisível em visível, e comunicar” (p.2).

Para Rijo (2013), o designer é um agente ativo na construção cultural devido às escolhas que faz e às mensagens que transmite, pois estas são elementos essenciais de uma realidade cultural pública. O design desempenha um papel importante enquanto dinamizador e divulgador do património cultural, contribuindo para a sua preservação e valorização. O seu principal desafio, segundo Krucken (2009), “é desenvolver e/ou suportar o desenvolvimento de soluções a questões de alta complexidade, que exigem uma visão alargada do projeto, envolvendo produtos, serviços e comunicação, de forma conjunta e sustentável” (2009, p.1).

O designer deverá ter a capacidade de transmitir e destacar o sentimento de pertença da comunidade, comunicando-a para o exterior essa mais valia (Rijo, 2013). De forma a atingir esse objetivo, ele deverá analisar as características distintivas, de modo a conseguir representar visualmente a identidade do local e desenvolver uma relação emocional com o recetor. Neste sentido, o designer não deve esquecer a sua principal função: criar informação visual que se relaciona com o objeto a comunicar.

De forma a atingir o sucesso na elaboração destes produtos, Frascara (2004), estabeleceu quatro princípios de design de comunicação:

- 1) Percepção e conteúdo – Todos os projetos que competem com outros estímulos visuais devem atrair e reter a atenção do observador. A imagem deve ser forte o suficiente para se destacar do contexto em que está inserida através de elementos de forma e conteúdo, sendo este último relevante para captar interesse da parte de quem visualiza. O essencial é tornar a informação compreensível, interessante e, se possível, agradável;
- 2) Linguagem e significado – Devido à disposição da grande coleção de recursos visuais que tem sido gerada por uma longa tradição de arte e design, o designer tem de evitar escolhas caprichosas e desenvolver uma linguagem que atenda às necessidades do projeto;
- 3) Comunicação – A comunicação é o motivo da existência de design de comunicação e representa a origem e o objetivo de todo o trabalho no campo. O designer de comunicação tem de ter a capacidade de responder a uma variedade de níveis de diversos problemas, mas que estão inter-relacionados. Estes níveis podem estar relacionados com a forma, economia, tecnologia, gestão ou mesmo a própria comunicação. Toda a comunicação é afetada pelos diferentes contextos que a rodeiam, o que engloba também processos perceptivos, emocionais e cognitivos. Sendo assim, envolve uma fonte, um designer, um meio, um código, uma forma, um conteúdo, um contexto e um público;
- 4) Estética – Não se relaciona com a noção de bom gosto mas sim a importância em entender o público a que a comunicação se destina, havendo para isso um ajuste entre público, produto e mensagem. Há várias razões para a estética ser uma grande preocupação no design, pois cria atração ou rejeição à primeira vista; comunica; afeta a memorização da mensagem e a vida ativa do design; afeta o tempo perceptual que um observador dedica ao design e afeta num sentido amplo a qualidade do ambiente.

Com a evolução da tecnologia, o design de comunicação sofre duas influências, nomeadamente, dos diferentes modos de produção e das formas de acesso e interação com o público-alvo. Apesar de estar cada vez mais direcionado para as noções de interação entre o público e a informação, o design de comunicação continua a ter o mesmo objetivo, que é transformar mensagens visuais complexas em soluções de fácil compreensão e interpretação (Frascara, 2004).

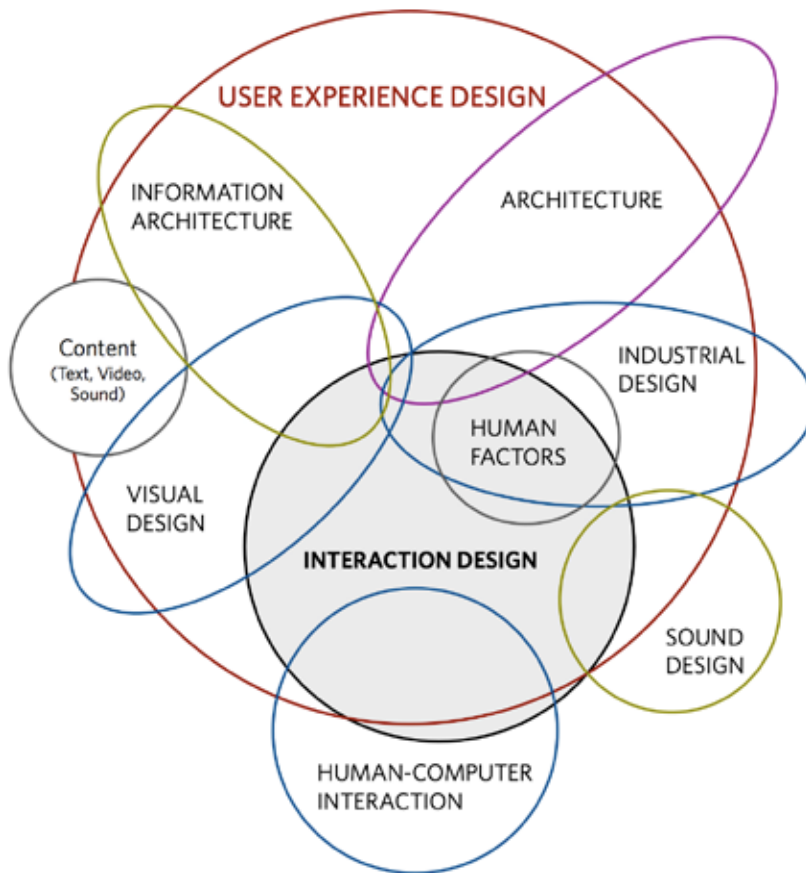
3.2. Design de Interação

O conceito de interação, para Norman (2013), está presente nos diversos objetos que nos rodeiam diariamente. Para Moreira (2015), a interação pode ser encontrada em diversos suportes de comunicação, em que “o formato, material ou técnica utilizada para comunicar, implicam que o utilizador interaja com o artefacto, de modo a perceber a mensagem na sua totalidade” (p.23).

Apesar de existir também interação em situações analógicas, esta é uma investigação inserida na área de atuação do design de interação digital. Sendo assim focar-nos-emos no design de interação no âmbito digital e interativo procurando soluções úteis, desejáveis e acessíveis. A visão ampla da vertente digital inclui profissionais de interação humano-computador (HCI), cientistas de informática, engenheiros de *software*, psicólogos cognitivos, sociólogos, antropólogos culturais e designers, os quais possuem o conhecimento, as ferramentas e são parte de uma equipa interdisciplinar (Moggridge, 2007).

Por sua vez, para Saffer (2010), o design de interação é ainda uma disciplina jovem que se está a definir e a descobrir o seu lugar entre disciplinas semelhantes tais como arquitetura de informação, design industrial, design visual (ou gráfico), design da experiência de utilizador e fatores humanos (Figura 3.1). A maior parte das disciplinas está incluída na zona do design da experiência de utilizador, o qual está focado nas necessidades do utilizador e no seu encontro com um produto, garantido harmonia entre os dois, “Os melhores produtos envolvem múltiplas disciplinas que trabalham em harmonia” (Saffer, 2010, p.22).

Figura 3.1. – As disciplinas circundantes do design de interação



Fonte: Saffer (2010, p.21)

No design de interação existem quatro abordagens principais para encontrar soluções de sucesso, e depende do designer escolher a que melhor se enquadra à sua forma de trabalhar e aos seus objetivos, sendo estas: Design Centrado no Utilizador, Design Centrado em Atividades, Design de Sistemas e Design de Génio (centrada na perspetiva do autor-designer) (Saffer, 2010).

Este projeto focar-se-á na do Design Centrado no Utilizador e na do Design Centrado em Atividades com a finalidade de criar uma solução que responda às necessidades do utilizador, tendo também como foco a criação de ferramentas para a realização das tarefas e atividades (Figura 3.2).

Figura 3.2 – As quatro abordagens do design de interação

Abordagem	Descrição	Utilizadores	Designer
Design Centrado no Utilizador	Foco nas necessidades e objetivos do utilizador	Guias do design	Traduz na solução as necessidades e objetivos do utilizador
Design Centrado em Atividades	Foco nas tarefas e atividades que precisam de ser completadas	Realiza as atividades	Cria as ferramentas para que os utilizadores realizem as ações
Design de Sistemas	Foca nos componentes do sistema	Determina os objetivos do sistema	Assegura que todas as partes do sistema estão no lugar
Design de Génio	Confia nas habilidades e sabedoria do design para fazer produtos	Fonte de validação	Fonte de inspiração

Fonte: adaptado de Saffer (2010)

Para o processo de design de interação é importante ter em consideração valores, princípios e padrões que são diretrizes ou regras que abordam questões de comportamento, forma e conteúdo. Tipicamente baseadas num conjunto de valores que os designers têm, bem como na sua experiência em tentar corresponder a esses valores, estas são aplicadas ao longo de todo o processo de design, ajudando a traduzir tarefas e requisitos de forma a que o produto final responda às necessidades e aos objetivos dos utilizadores (Cooper, Reimann, Cronin, & Noessel, 2014). Estes autores consideram que os valores de design são diretrizes para a prática bem sucedida e ética do design; os princípios de design são diretrizes para o design de produtos, sistemas e serviços úteis e desejáveis e os padrões de design são soluções exemplares e generalizadas para problemas específicos de design.

Para Cooper et al. (2014), os valores de design devem ser aplicados ao produto com a finalidade de atender às necessidades das pessoas e, como tal, os designers devem criar soluções que sejam:

- Éticas (ponderadas, úteis), que não prejudiquem e que melhorem as situações humanas;
- Intencionais (úteis, usáveis), que ajudem o utilizador a alcançar os seus objetivos e que acomodem o seu contexto e capacidades;
- Pragmáticas (viáveis, concretizáveis), que ajudem as empresas a alcançar os seus objetivos e que acomodem os requisitos técnicos e empresariais;

- Elegantes (eficientes, hábeis e afetivas), que representem a solução completa mais simples, possuam coerência interna e que sejam capazes de acomodar e estimular a cognição e a emoção.

Ainda para os mesmos autores, os princípios de design mencionados anteriormente são os seguintes:

- Princípios conceituais – ajudam na definição do produto digital e como ele se encaixa, estruturalmente, no contexto geral de uso por parte dos utilizadores;
- Princípios comportamentais – descrevem como um produto se deve comportar num modo geral e em contextos específicos.
- Princípios ao nível da interface – descrevem estratégias eficazes para a organização, navegação e comunicação do comportamento e da informação.

Estes dois últimos princípios reduzem a quantidade de trabalho a ser realizada pelo utilizador, uma vez que otimizam a experiência de uso do produto (Cooper et al., 2014).

Para Norman (2013) e Preece, Sharp & Rogers (2002), os princípios de design a serem aplicados são seis:

- 1) Visibilidade – As funções importantes devem estar visíveis, ao alcance do utilizador, caso contrário tornam-se mais difíceis de encontrar e, como consequência, o saber usá-las;
- 2) *Feedback* – Fornece ao utilizador informações sobre a ação realizada, permitindo que a pessoa continue com a tarefa. Vários tipos de *feedback* estão disponíveis no design de interação: áudio, tátil, visual, ou a combinações destes;
- 3) Restrições – Restringir as opções do utilizador, de acordo com o contexto, reduz a possibilidade de erro;
- 4) Mapeamento – É um termo técnico que significa o relacionamento entre duas coisas, neste caso, entre os controles e seus movimentos, e os resultados dessa relação no mundo. Quase todos os produtos precisam de algum tipo de mapeamento entre os seus controles e as ações que eles executam, como, por exemplo, as setas para cima e para baixo, usadas para representar o movimento ascendente e descendente do cursor num teclado de computador;

- 5) Consistência – refere-se a projetar interfaces de modo a que tenham operações semelhantes com elementos semelhantes para a realização de tarefas similares. Em particular, uma interface consistente é aquela que segue essa regra, como, por exemplo, o uso de um botão sempre na mesma cor, formato e posição para submeter um formulário;
- 6) *Affordance* – Refere-se ao atributo de um objeto que permite que as pessoas saibam como usá-lo, por tão óbvio que é, ou pelo seu visual sugerir que é fisicamente possível.

Os padrões de design são soluções úteis e generalizadas para responder a problemas específicos relacionados com o design. São específicos a um contexto e, desta forma, são definidos para serem considerados e aplicados apenas a situações de design comuns que partilhem contextos, limitações, tensões e forças similares, dividindo-se da seguinte forma (Cooper et al., 2014):

- Padrões de postura – podem ser aplicados a nível conceptual e ajudar a determinar a posição geral do produto em relação ao utilizador;
- Padrões estruturais – resolvem problemas relacionados com a disposição da informação e elementos funcionais no monitor. Estes padrões estão cada vez mais documentados devido ao aumento da popularidade de utilizadores de interfaces e plataformas móveis;
- Padrões de comportamento – resolvem problemas relacionados com interações específicas e elementos funcionais ou de dados.

Sendo assim, é importante assegurar que um produto final de design de interação atinja as seguintes metas: capacidade de ser utilizado com sucesso (utilidade, eficácia); facilidade em ser utilizado (objetividade, eficiência); capacidade de o utilizador aprender a usar o dispositivo de forma simples e rápida (fácil compreensão e de memorização) e capacidade para provocar satisfação visual ao utilizador (experiência) (Preece, Sharp & Rogers, 2002).

3.2.1. *Personas*

Após se ter passado algum tempo com pesquisa e investigação sobre a vida, motivações e ambiente dos utilizadores, uma forma de utilizar esses dados é na utilização da técnica de construção de *personas* (Cooper et al., 2014).

Personas são modelos descritivos de utilizadores, que fornecem uma forma de entender como o seu comportamento, a sua forma de pensar, os seus desejos e as suas razões. Estes modelos são fictícios, mas são baseados em comportamentos e motivações de pessoas reais e são ferramentas simples e poderosas para melhorar a visibilidade, compreensão e a comunicação de informações (Cooper et al., 2014; Saffer, 2010).

Desta forma, fornecem identidade a um conjunto de dados, ajudam a tornar a informação mais humana, criam empatia, reduzem as hipóteses sobre como os utilizadores irão interagir com o produto e, a longo prazo, mantêm o design centrado no utilizador (*idem*).

Para Saffer (2010), um designer, para criar *personas*, tem de encontrar um grupo comum de comportamentos ou motivações entre as pessoas pesquisadas, sendo que essas *personas* devem, segundo Usability.gov (2017),

- representar o grupo maioritário de utilizadores para o produto de interação;
- expressar-se e concentrar-se nas principais necessidades e expectativas dos grupos principais de utilizadores;
- dar uma imagem clara das expectativas dos utilizadores e como eles, provavelmente, gostariam de utilizar o produto de interação;
- ajudar na descoberta de recursos e funcionalidades universais;
- e por fim, descrever pessoas reais com origens, objetivos e valores.

Personas podem também resolver três questões de design que podem surgir durante o desenvolvimento do produto: o utilizador elástico – satisfazer os utilizadores dos produtos é a meta do designer, porém a imprecisão do termo “utilizador” pode ser prejudicial, quando aplicado a problemas e contextos específicos de design, isto porque cada pessoa na equipa de desenvolvimento tem os seus próprios conceitos de quem é o utilizador e quais as suas necessidades; o design auto-referenciado – este tipo de projetos ocorre quando os designers e programadores projetam as suas próprias metas, motivações, habilidades e modelos mentais no

desenvolvimento de um produto; e os casos extremos – quando o designer se foca em situações que raramente acontecem com a maioria dos utilizadores. Esses casos devem ser concebidos e programados, mas contudo não devem ser o foco do projeto (Cooper et al., 2014).

Para os mesmos autores e para Saffer (2010), ao serem utilizadas *personas*, pode-se desenvolver uma compreensão dos objetivos e motivações dos utilizadores em contextos específicos, sendo assim uma ferramenta crítica para criar e validar conceitos de design.

3.2.2. Design da Experiência do Utilizador (UX)

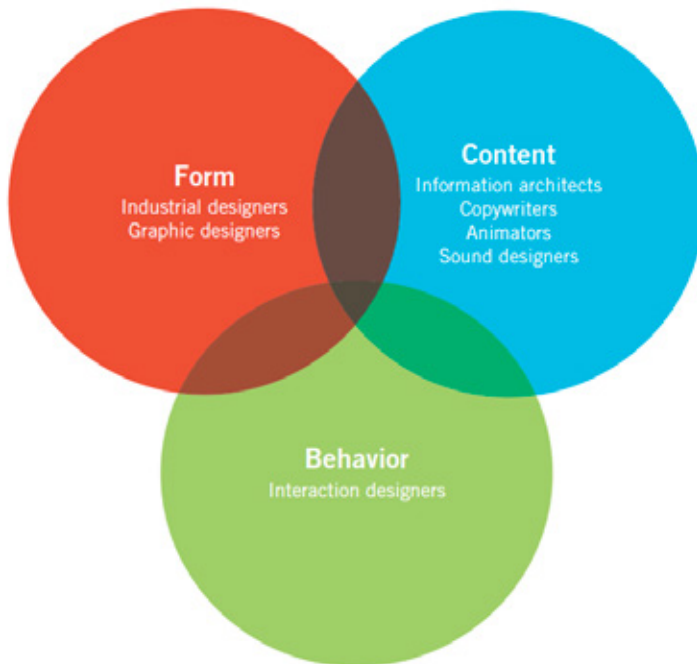
“A experiência do utilizador abrange todos os aspetos da interação do utilizador final com a empresa, seus serviços e seus produtos” (Norman & Nielsen, 2017).

A experiência do utilizador pode muitas vezes fazer a diferença entre um produto bem-sucedido e uma falha, sendo assim vital para todo o tipo de produtos e serviços. Ao ser utilizada a abordagem Design Centrado para o Utilizador, vão ser criadas experiências de utilizador envolventes e eficientes, nas quais se tem de ter em consideração o utilizador em cada passo que se dá para o desenvolvimento do produto (Garrett, 2010).

Para o mesmo autor, o processo de design da experiência do utilizador é garantir que nenhum aspeto da experiência do utilizador com o seu produto aconteça sem sua intenção consciente e explícita. Isto implica ter em conta todas as possibilidades de cada ação que o utilizador, provavelmente, irá optar por desenvolver e entender as expectativas deste em cada etapa do processo.

Sendo assim, o design da experiência do utilizador tem três áreas de interesse que se sobrepõem, são estas a forma, o comportamento e o conteúdo (Figura 3.3) (Cooper et al., 2014).

Figura 3.3 – As três áreas do design da experiência do utilizador



Fonte: Cooper et al. (2014)

Para Morville (2014), o design da experiência do utilizador concentra-se em ter um profundo conhecimento dos utilizadores, das suas necessidades, dos seus valores, das suas competências, e também das suas limitações.

Segundo o mesmo autor, de forma a garantir que haja uma experiência de utilizador significativa e valiosa, a informação deve ser (Figura 3.4):

- Útil – o seu conteúdo deve ser original e atender a necessidade;
- Utilizável – o *website* deve ser fácil de usar;
- Desejável – imagem, identidade, marca e outros elementos de design são usados para evocar emoção e apreciação;
- Fácil de encontrar – o conteúdo precisa de ser navegável e localizável interna e externamente;
- Acessível – o conteúdo precisa ser acessível para pessoas com deficiência;
- Credível – os utilizadores devem confiar e acreditar no conteúdo;
- Valioso – os produtos de design devem fornecer valor aos patrocinadores. Para organizações sem fins lucrativos, a experiência do utilizador deve fazê-lo avançar na missão. Com fins lucrativos, deve contribuir para o resultado final e melhorar a satisfação do cliente.

Figura 3.4 – Favo de mel da experiência do utilizador



Fonte: adaptado de Morville (2014)

“O favo de mel atinge o ponto doce servindo vários propósitos ao mesmo tempo” (Morville, 2014), sendo desta forma uma ótima ferramenta para ajudar as pessoas a entender a necessidade de definir prioridades, as quais irão depender do seu equilíbrio único de contexto, conteúdo e utilizadores (*idem*). Os produtos, com todas estas características, são muito mais propensos a ter sucesso no mercado.

3.2.3. Design da Interface do Utilizador (UI)

O design da interface visual está relacionado com o tratamento e disposição de elementos visuais para comunicar comportamentos e informações. Cada elemento numa composição visual tem uma série de propriedades, tais como a forma e a cor, as quais funcionam juntas para criar significado. O modo como essas propriedades são aplicadas a cada elemento (e a forma como eles mudam ao longo do tempo e interagindo entre si) permite que o conteúdo e a interface visual faça sentido aos utilizadores (Cooper et al., 2014).

O design da interface, basicamente, depende do tratamento e organização de elementos visuais de modo a comunicar comportamentos e informação e, por isso, só podemos desenvolver produtos digitais através de algum tipo de interface (Saffer, 2010).

Para Cooper et al. (2014) e Tidwell (2010), ao ser criada uma interface tem de se ter em consideração os seguintes elementos: contexto, forma, dimensão, cor (valor/matiz/saturação), orientação, textura, posição, texto e tipografia.

Ainda para Cooper et al. (2014), existem alguns princípios importantes que podem ajudar a tornar a interface visual mais convincente e mais fácil de usar, tais como:

- Transmitir um tom / comunicar a marca – Cada vez mais, sistemas interativos são a principal forma através da qual os clientes experimentam marcas, desde que estas não se sobreponham aos objetivos dos utilizadores;
- Conduzir os utilizadores através da hierarquia visual – são determinados quais controles e dados os utilizadores precisam de entender instantaneamente, quais os secundários e os que são necessários apenas por exceção, o que irá definir e informar a hierarquia visual;
- Fornecer estrutura visual e de fluxo em cada nível de organização – é fundamental haver uma estrutura visual clara para que o utilizador possa navegar de uma parte para a outra dentro da interface, conforme necessário;
- Assinalar o que os utilizadores podem fazer num determinado ecrã – um utilizador, ao encontrar um ecrã ou uma função pela primeira vez, olha para o *layout*² para o ajudar a determinar o que ele pode fazer. Por vezes o uso de ícones, desde que consistentes, podem ajudar nessa função;
- Responder a comandos – depois de executar um comando, seja um toque ou um clique, o utilizador precisa ver alguma resposta, para saber que o sistema os “ouviu”.

Em alguns casos, a saída é instantânea e imediata e, como tal, não precisa de uma informação visual extra;

- Chamar a atenção para eventos importantes – as ferramentas para chamar a atenção envolvem os fundamentos da perceção humana e são todos baseados em contraste: o contraste do tamanho, da cor, do movimento, entre outros;

² *Layout* é o modo de distribuição e arranjo dos elementos gráficos num determinado espaço ou superfície.

- Minimizar a quantidade de trabalho visual – o ruído visual numa interface é causada pelos elementos visuais supérfluos que prejudicam os objetivos primários de comunicar *affordances* e informações, como por exemplo adornos ornamentados, uso de muitas cores, aglomeração de elementos, entre outros;
- Mantenha-o simples – num modo geral, as interfaces devem ser minimalistas, com formas geométricas simples ou uma paleta de cores restrita, composta essencialmente por cores menos saturadas ou neutras balanceadas com algumas cores de maior contraste para destacar a informação importante. A tipografia não deve variar muito numa interface, sendo utilizado normalmente um ou dois tipos, usados em apenas alguns tamanhos. Cada elemento visual e cada diferença de cor, tamanho ou outra propriedade visual deve existir por alguma razão.

3.2.4. Design para a *web*

Em muitos aspetos, é difícil generalizar sobre design para a *web*, porque esta se tornou um lugar enorme, mas, mesmo que as pessoas claramente tenham expectativas diferentes para diferentes tipos de experiências na *web*, eles devem contar com uma convenção para se orientar para cada *website* ou cada aplicativo que abrem, principalmente se for pela primeira vez. Embora essas convenções estejam em constante evolução, é importante para o designer de interação tê-las em consideração, enquanto cria uma experiência para a *web* (Cooper et al., 2014). Essas convenções serão brevemente descritas nos pontos seguintes, segundo estes autores que as identificam como: Interações com base na página e *Web* móvel.

As primeiras identificam que o carácter fundamental para a *web*, é o facto de ser construída de uma forma ampla pelo conceito de página. Desde a sua criação, todo um conjunto de tecnologias foi criado ao redor das páginas:

a) Navegação e *wayfinding*³

- Navegação principal – forma como se chega à principais áreas ou secções de um *website* ou aplicativo.

³ *Wayfinding* refere-se ao processo cognitivo de resolução de problemas espaciais que as pessoas usam para navegar em todo o monitor do computador.

- Navegação secundária e restantes – muitas vezes, todo o espaço de informação de uma aplicação (ou conjunto de aplicativos), não pode ser significativamente navegado a partir de um conjunto de ligações de nível superior. Há que ter a atenção para tentar manter o espaço de navegação tão plano e compacto quanto possível, de modo a tornar mais fácil aos utilizadores a criação de um modelo mental útil de como o *website* ou aplicativo está organizado.
- Navegação de conteúdo – engloba fotos, artigos e, por vezes, são bastante numerosos e sujeitos a mudanças. As relações entre eles são geralmente associativas, em vez de estritamente lineares ou hierárquicas, o que cria uma série de desafios e padrões a nível da navegação.
- Pesquisa – um dos métodos de navegação mais importantes na *web* está na pesquisa, o que significa que um padrão de busca eficaz para o *website* ou aplicativo deve ajudar os utilizadores a ir de uma palavra, na pesquisa inicial, para uma página que contém o resultado da pesquisa.

b) *Scrolling*⁴ – uma das características mais óbvias, ainda que significativa, da experiência na interação com base na página é a prevalência do *scrolling*. Embora esteja sempre presente na opção em que o conteúdo necessita de *scrolling*, é quase sempre um bom design se numa aplicação nativa tiver funções importantes sempre disponíveis. Um dos aspetos mais importantes num webdesign de sucesso é conseguir envolver o utilizador para que este progrida através do conteúdo ou funcionalidade enquanto faz o *scroll down*, sendo isto também aplicável nos recursos com mais capacidade interativa. “Faça do *scrolling* uma experiência envolvente” (Cooper et al., 2014, p. 581)

- Cabeçalho e rodapé – a parte superior e inferior da página são lugares especiais com oportunidades únicas para melhorar o fluxo dos utilizadores. O topo, muitas vezes chamado de cabeçalho (*header*), pode ser a primeira coisa que o utilizador vê quando abre uma página e, por essa razão, quase sempre inclui um elemento de marca como um logótipo e alguns itens de navegação persistentes, incluindo a navegação principal.

⁴ *Scrolling* refere-se à ação de mover o texto ou os gráficos exibidos, para cima, para baixo ou em todo o monitor do computador de forma a se poder visualizar diferentes partes deles.

A segunda convenção identificada como *Web* móvel considera que se existe apenas uma versão do *website* que seja responsivo (uma única versão que se adapta dinamicamente ao ecrã na qual o *website* está a ser visualizado – por exemplo em *tablets* ou *smarthphones*).

Para Cooper et al. (2014), à medida que as tecnologias da *web* se tornam mais robustas e os navegadores de *internet* (*browsers*) continuam na sua trajetória para fornecer padrões de interação mais ricos, o navegador (*browser*) continuará a ser uma das mais importantes plataformas de interfaces para utilizadores.

3.3. Análise de plataformas digitais para o PCI

Com base na revisão da literatura efetuada, foram selecionados alguns *websites* (nacionais e internacionais) relevantes para esta investigação, por se enquadrarem dentro da temática do Património Cultural Imaterial e do Design de Interação. Esta seleção tem como finalidade a análise para, desta forma, compreender o que já existe realizado e se poder retirar algumas ilações.

Na tabela 3.1 encontra-se um quadro com identificação sumária dos *websites* selecionados, em que cada um foi numerado (ver Anexo A, para consulta das imagens de cada *website* em questão), com colunas para o nome, tema, conteúdo e observações (tendo em consideração o conteúdo do *website* e o contexto em que a investigação se insere).

Tabela 3.1 – Mapa de identificação sumária dos *websites*

Nº	WEBSITE	TEMA	CONTEÚDO	OBSERVAÇÕES
01	Casa do Cante (www.casadocante.pt)	Cante Alentejano	Relacionado só com a Casa do Cante em Serpa	Todo o <i>website</i> é disponibilizado numa só página em que cada secção é acedida através de âncoras
02	Arquivo Sonoro do Museu do Fado (arquivosonoro.museudofado.pt)	Um acervo de referência de fonogramas de Fado do país	Registos sonoros dos fados gravados desde o início do século XX	Praticamente todo o <i>website</i> é construído à volta de duas opções de pesquisa: interpretes e repertório.
03	Matriz PCI (www.matrizpci.dgpc.pt)	Portal para todo o PCI (Património Cultural Imaterial) existente	Inventário nacional do PCI existente em Portugal	O <i>website</i> permite pesquisa de conteúdo por: tipo de processo, domínio, local e data. No entanto não existe até ao momento conteúdo para as expressões orais.
04	AD-LOT (www.adlot.fl.ul.pt)	Arquivo digital da literatura oral tradicional	Literatura oral tradicional com conteúdo mais direcionado para especialistas	O <i>website</i> baseia-se todo na pesquisa, sendo esta difícil para quem não conhece termos científicos. Até ao momento existe pouco conteúdo da região do Algarve.
05	Caretos de Podence (www.caretosdepodence.pt)	Caretos de Podence	Relacionado só com os Caretos de Podence	Na página inicial a disposição do menu é diferente do normalmente utilizado. Na página dos trajas há interação com o utilizador (o utilizador tem de passar com o rato nas bolas verdes para ver a descrição).
06	Roots (www.roots.sg)	Plataforma sobre património e cultura de Singapura	Património material e imaterial de Singapura	<i>Website</i> com diferentes secções dentro do tema. Tem a possibilidade de se optar por dois tipos de utilizadores: educadores (<i>educators</i>) e exploradores (<i>explorers</i>).
07	Arquivo de memória (arquivodememoria.pt)	Arquivo com memórias e testemunhos de modos de vida de Vales do Coa e Douro	Registo de histórias, testemunho orais através de som e imagem, vídeo e gravação	<i>Website</i> com diferentes secções, com estrutura e organização intuitiva e de fácil utilização.
08	A Música Portuguesa a gostar dela própria (amusicaportuguesaagostar-delapropria.org)	Portal com recolhas e divulgação da tradição oral (mais direcionado para a música) portuguesa pelo realizador Tiago Pereira	Registo em vídeo de tradição oral, cantigas, romances, contos, práticas sacro-profanas, músicas, danças	<i>Website</i> organizado à volta de pesquisa por região com estrutura e organização intuitiva e de fácil utilização.
09	MemoriaMedia (www.memoriamedia.net)	E-museu do PCI	Vídeos, documentários e estudos sobre manifestações culturais do PCI – expressões orais, saberes, celebrações e práticas performativas	<i>Website</i> bastante completo a nível de informação sobre o PCI, com ligações diretas para cada secção na página inicial mas não tem informação sobre literatura oral da região do Algarve.
10	Balkan Heritage Field School (www.bhfieldschool.org)	<i>Website</i> de escola dos balcãs com cursos relacionados com conservação de património e arqueologia	Informação completa de projetos e <i>workshops</i> dentro da área do património material na zona dos balcãs	<i>Website</i> bastante completo a nível da informação, com uso de padrões a nível do design de interação (por exemplo, página dos projetos com divisão por <i>card system</i>), assim como a utilização de ícones na página com detalhes de cada projeto.

Após esta seleção e tendo em conta os autores Cooper et al. (2014), Saffer (2010), Tidwell (2010), Nielsen (2013), Padovani, Spinillo & de Araújo Gomes (2009) e Becker & Mottay (2001) foram elaboradas três tabelas com conceitos (ver Anexo B), em que, na primeira, se apresentam os aspetos relacionados com a estrutura (conteúdo, organização de elementos de acordo com objetivos dos utilizadores e da investigação), na segunda, com o design e na última tabela estão indicados aspetos relacionados com estratégias de navegação. Desta forma, é possível estabelecer uma comparação entre os *websites*, segundo os valores, princípios e padrões do design de interação, de modo a se tirar algumas ilações para a investigação.

Nesta seleção, e após análise, identificou-se características semelhantes que podem ser agrupadas em categorias, sendo estas:

1) Conteúdo

Os *websites* nº 04 (AD-LOT), nº 08 (A Música Portuguesa a Gostar dela Própria) e o nº 09 (MemoriaMedia) têm no seu conteúdo alguma informação sobre literatura oral do Algarve, sendo esta informação relevante para a investigação. A forma como o conteúdo do *website* nº 8 é apresentado é interessante, no entanto, falta informação específica sobre a literatura oral em questão.

2) Arquivo/portal

Nesta categoria estão englobados os *websites* nº 02 (Arquivo Sonoro do Museu do Fado), nº 03 (Matriz PCI), nº 04 (AD-LOT), nº 07 (Arquivo de memória), nº 08 (A Música Portuguesa a Gostar dela Própria) e nº 09 (MemoriaMedia). Cada um funciona como arquivo ou portal, sendo possível a procura de conteúdo pela ferramenta de procura. A disposição do conteúdo em forma de índice alfabético, no *website* nº02, é uma solução interessante, quando existe uma grande quantidade de informação. No *website* nº 08, a possibilidade de filtrar por região utilizando o mapa é uma forma de organizar o conteúdo de uma forma mais gráfica e interativa.

3) *Layout* e estratégias de navegação

Nestes são aplicados princípios de design de interação de forma a que os utilizadores tenham uma boa experiência. Estão incluídos nesta categoria os *websites* nº 01 (Casa do Cante), nº 02 (Arquivo Sonoro do Museu do Fado), nº 06 (Roots), nº 07 (Arquivo de memória), nº 08 (A Música Portuguesa a Gostar dela Própria) e o nº10 (Balkan Heritage Field School). O facto da navegação estar sempre visível ajuda a que o utilizador tenha uma melhor experiência, tendo acesso aos conteúdos de forma eficaz e eficiente.

4) Estrutura

Esta categoria está relacionada com a organização de conteúdo e elementos, e desta forma, os *websites* nº 07 (Arquivo de memória), nº 08 (A Música Portuguesa a Gostar dela Própria), nº 09 (MemoriaMedia) e o nº10 (Balkan Heritage Field School) são os que melhor se enquadram, pois a forma como estão estruturados tornam a sua utilização mais intuitiva.

3.3.1. Estudo de casos

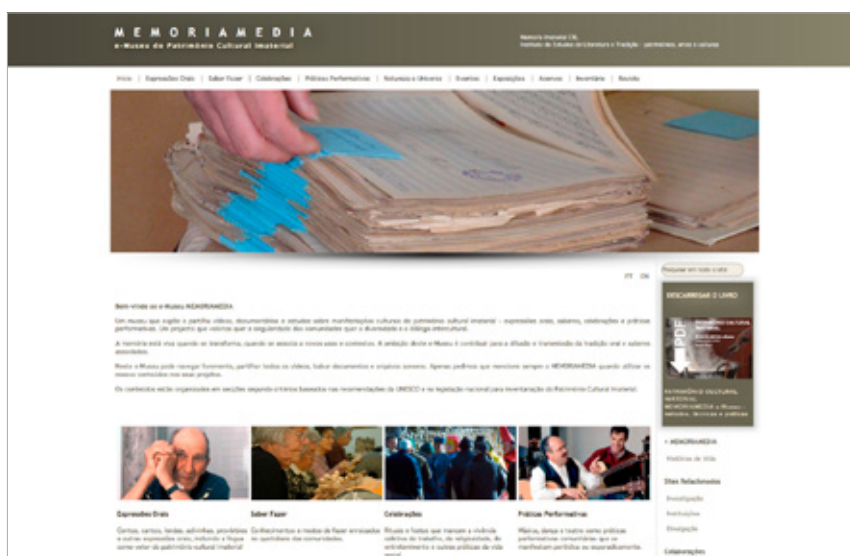
Para uma análise segundo o conteúdo, *layout* e interação, foram escolhidos para Estudo de Caso, os seguintes casos de estudo: “Memoriamedia” como caso de estudo 1 e “Balkan Heritage Field School” como o caso de estudo 2, por se diferenciarem dos restantes. Inicialmente, tinha sido prevista a análise como caso de estudo, do *website* “MatrizPCI”, mas durante o desenvolvimento da investigação achou-se mais adequado alterar este caso de estudo, uma vez que a “Memoriamedia” e o “MatrizPCI” são bastante semelhantes em alguns pontos.

A escolha do *website* “Memoriamedia” está mais relacionado com o seu conteúdo e organização: este é bastante completo no que diz respeito ao PCI e está estruturado de forma a tornar a sua utilização mais intuitiva. O caso de estudo 2, “Balkan Heritage Field School”, está relacionado com o *layout* e estratégias de navegação, devido à forte presença dos valores, princípios e padrões de design mencionados anteriormente.

3.3.1.1. Memoriamedia

A Memoriamedia é um *e-Museu* onde são expostos e partilhados vídeos, documentários e estudos sobre manifestações culturais do património cultural imaterial. É um projeto que teve início em 2006 e que valoriza, quer o genuíno, quer a diversidade e diálogo intercultural, contribuindo, assim, para a difusão e transmissão dos saberes dos associados (Figura 3.5) (consultar Anexo C).

Figura 3.5 – Página inicial do Memoriamedia



Fonte: www.memoriamedia.net

3.3.1.1.1. Conteúdo

O projeto Memoriamedia adota as diretrizes da Convenção da UNESCO, e organiza os conteúdos em secções, segundo os critérios deste organismo e os da legislação nacional para a inventariação do Património Cultural Imaterial (PCI). Estas secções são: Expressões Orais; Práticas Performativas; Celebrações; Natureza e Universo; Saber Fazer.

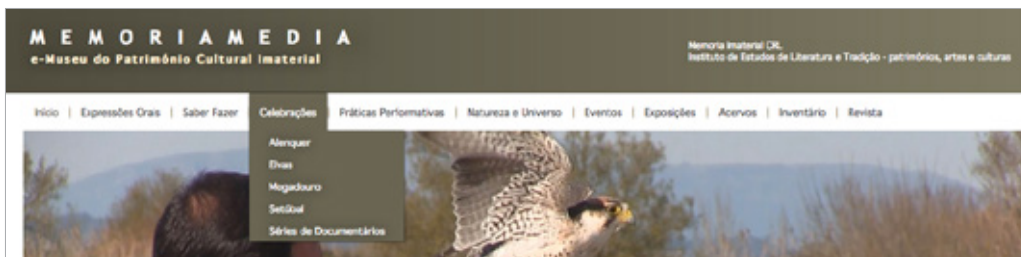
Também se pode encontrar uma secção para: Exposições, onde são destacados alguns trabalhos realizados; Eventos, onde podem ser consultados registos e informações sobre conferências, colóquios e encontros dedicados ao PCI; Acervos, repositório de acervos de entidades e particulares cedidos ao Memoriamedia por diversos autores; Inventário, bases de dados com informação sobre os elementos das várias secções, onde pode ser efetuada pesquisa por palavra, concelho ou domínio do PCI.

No entanto, apesar de ser um *website* bastante completo não se encontra nenhuma manifestação do PCI proveniente da zona do Algarve. Apenas algumas anedotas (que se enquadram na literatura oral), sendo que, para se ter acesso a elas, é necessário solicitar-se autorização por *e-mail*, devido ao seu conteúdo poder ser considerado menos próprio para consulta pública.

3.3.1.1.2. Análise do design da experiência e do design de interface do utilizador

Em termos de princípios de design, não existe uma aplicação correta dos mesmos, nomeadamente da visibilidade e do *feedback*. A navegação principal encontra-se presente em todas as páginas, no entanto, através desta, não se consegue perceber em qual página nos encontramos, pois não há alteração de cor - esta só ocorre quando o rato passa por cima (Figura 3.6). A ferramenta “pesquisa” é um elemento que também está sempre presente.

Figura 3.6 – Navegação principal



Fonte: www.memoriamedia.net

A organização do conteúdo de cada página encontra-se estruturado segundo a mesma grelha, o que ajuda o utilizador em termos de funcionalidade e experiência.

Apesar de ser uma estrutura simples e minimalista, a falta de contraste visual para chamada de atenção para eventos importantes, pode, por vezes, dificultar a execução de determinada ação por parte do utilizador. Como por exemplo, identificar quais as partes que têm ligações para outras páginas (Figura 3.7).

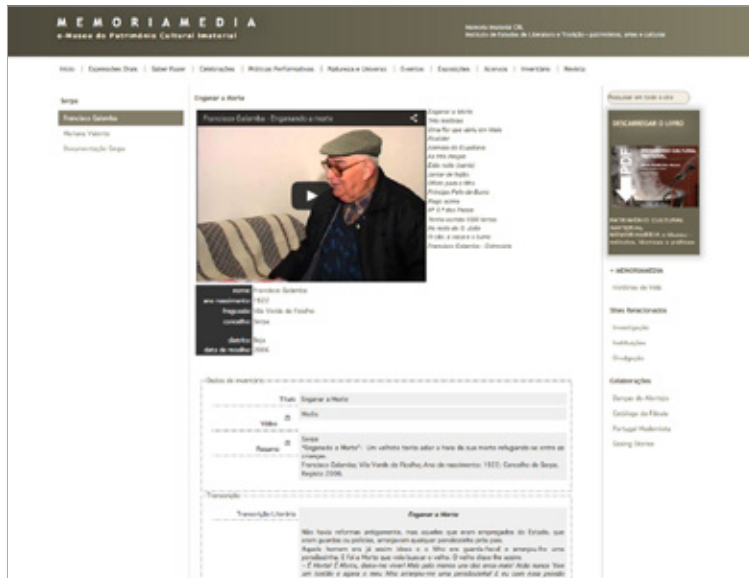
Figura 3.7 – Pormenor da página principal com ligações para outras secções



Fonte: www.memoriamedia.net

Devido ao facto de existir muita informação para cada recolha, estas páginas costumam ser bastante longas, obrigando o utilizador a fazer *scroll* para conseguir visualizar tudo ou para voltar à navegação (Figura 3.8) (consultar Anexo C).

Figura 3.8 – Pormenor da página de uma recolha



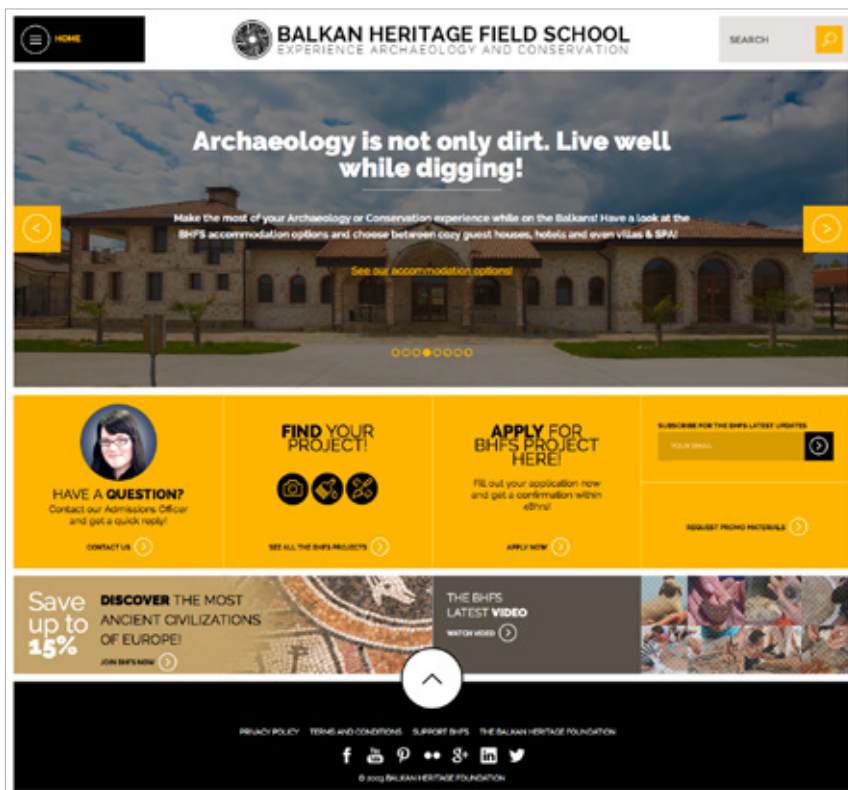
Fonte: www.memoriamedia.net

De um modo geral, a interface é simples mas estruturada, com bastante informação e com a utilização de uma tipografia apropriada, no entanto o uso de alguma cor complementar ao verde existente, poderia ajudar nas interações do utilizador.

3.3.1.2. Balkan Heritage Field School

A Balkan Heritage Field School (BHFS) é um programa da Balkan Heritage Foundation (BHF) – organização pública não governamental estabelecida em 2008 - destinada à educação no campo da arqueologia, preservação histórica e história da arte, sendo direcionado para estudantes, especialistas e pessoas interessadas no estudo e preservação da herança cultural desde 2013 (Figura 3.9) (consultar Anexo C). Estes incluem programas de campo, ensinados em inglês, em quatro países dos Balcãs, sendo que estes programas se encontram afiliados a projetos de pesquisa e/ou conservação em andamento: escavações arqueológicas, expedições artísticas históricas, conservação de artefatos e monumentos, contribuindo assim para o estudo e preservação do património cultural dos Balcãs.

Figura 3.9 – Página inicial da Balkan Heritage Field School



Fonte: www.bhfieldschool.org

3.3.1.2.1. Conteúdo

Como atrás foi mencionado, é destinado à educação e, como tal, o conteúdo apresentado é referente aos programas que a organização oferece. Cada projeto combina três módulos educacionais básicos: teórico (palestras, apresentações e treino de campo), prático (participação em escavações, laboratório, oficinas de conservação, viagens de campo) e excursões a locais arqueológicos e culturais.

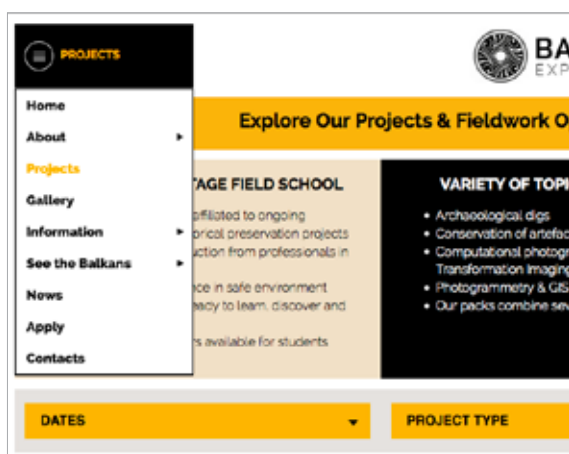
Apesar de o conteúdo não estar relacionado com a literatura oral, este refere-se ao património cultural, seja ele material ou imaterial, sendo que a informação está dividida pelas seguintes páginas: página principal, sobre, projetos, galeria, informação, visitar os Balcãs, notícias, candidatar e contactos.

3.3.1.2.2. Análise do design da experiência e do design de interface do utilizador

Esta plataforma apresenta grande parte das convenções que o designer de interação deve ter em consideração, pois são importantes para a criação de uma experiência positiva para a *web*, segundo Cooper et al. (2014) e Norman (2013).

A navegação principal está presente em todas as páginas, e o utilizador consegue sempre identificar o local onde se encontra e escolher o caminho que quer seguir (Figura 3.10).

Figura 3.10 – Pormenor da navegação principal



Fonte: www.bhfieldschool.org

Todas as funções principais estão visíveis e fornecem *feedback* ao utilizador em relação à ação realizada (Figura 3.11).

Figura 3.11 – *Feedback* de uma ação realizada

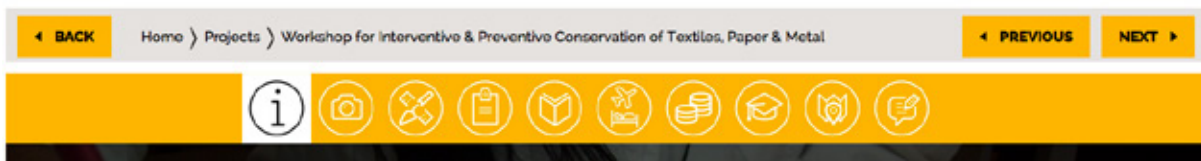


Fonte: www.bhfieldschool.org

Existe consistência na interface, as cores principais usadas têm contraste entre si (branco, preto e amarelo) e existe uma estrutura visual clara que ajuda o utilizador na navegação.

A utilização de ícones consistentes, na página que contém a informação de um determinado projeto, ajuda na organização desse conteúdo de forma a facilitar a tarefa ao utilizador.

Figura 3.12 – Ícones com função de navegação



Fonte: www.bhfieldschool.org

Esta navegação por ícones, que funciona como uma navegação fixa, direciona o utilizador para o conteúdo desejado, utilizando âncoras. Esta função, para além de ajudar na interatividade, faz com que o utilizador seja conduzido até ao conteúdo desejado.

De um modo geral, os princípios, valores e padrões do design de interação encontram-se presentes neste *website*, o que facilita a execução de tarefas por parte do utilizador, uma vez que a nível de conteúdo é bastante completo.

A sua estrutura e organização por grelhas ajuda na hierarquia visual e assegura que o produto final atinja as metas do design de interação.

Os casos de estudo apresentados anteriormente, assim como, algumas características presentes nos *websites* da análise prévia, juntamente com os princípios, valores e padrões que fazem um bom design de interação, serão utilizados como guia para o desenvolvimento da plataforma digital, com o objetivo de criar um produto de qualidade para os utilizadores.

IV. Proposta – “Pla. Oralidade – Plataforma Literatura Oral do Algarve”

4.1. O projeto Pla. Oralidade

4.1.1. Nome

O objetivo principal desta investigação é a criação de um produto digital para o registo da literatura oral algarvia, mas para tal também é necessária a criação de um nome e logótipo a identificar o projeto.

O nome remete diretamente para o tema da oralidade, já que o termo “Pla.”, associado à palavra “oralidade”, no contexto desta investigação, tem duplo sentido. Isto porque, as três primeiras letras são abreviatura da palavra “Plataforma”, mas também são a forma reduzida da palavra “pela” que é a “contração da preposição antiga per e da forma arcaica *la* do artigo definido: per + *la*” (Ciberdúvidas, 2012). Por outro, a contração das sílabas em “p’la” é uma marca distintiva do discurso oral.

Desta forma existe dupla leitura: “Pla. Oralidade” – plataforma de oralidade e “Pla. Oralidade” – será “pela oralidade”, a qual nos remete para um apelo, como a necessidade da preservação da literatura oral algarvia.

Outro fator positivo é a leitura de “Pla. Oralidade” por produzir uma sonorização que sugere “Pluralidade”, aspeto este que faz sentido no projeto, uma vez, que se pretende ajudar a angariar e reunir a pluralidade de artefactos e vivências.

O nome, para melhor identificação do tema a que se refere, deve ser acompanhado por “Plataforma Literatura Oral do Algarve”.

4.1.2. Logótipo

Para o logótipo a preocupação foi em criar algo que identificasse o projeto mas que não retirasse o destaque ao conteúdo e à plataforma em si.

Sendo assim, optou-se pelas aspas “, como símbolo, pois estas normalmente são utilizadas para isolar, num texto, uma citação ou uma expressão que se quer destacar, assim como identifica o discurso direto, pelo que cria uma ligação direta com o domínio da oralidade.

Em termos de tipografia, a escolha foi para uma que estivesse enquadrada na classificação humanista. Desta forma, e mesmo sem serifas, tem características que nos remetem para a caligrafia e ao movimento da mão (pena no papel) (Saad, 2017; Lupton, 2014), o que faz com que tenha uma atitude mais inclusiva e comunique conforto.

(Figura 4.1).

Figura 4.1 – Logótipo Pla. Oralidade – Plataforma Literatura Oral do Algarve



As cores utilizadas foram o azul turquesa e o castanho, pois, segundo Heller (2014), existe um conceito sobre a teoria das cores: as cores psicologicamente opostas. Segundo esta autora, “as cores psicológicas opostas são constituídas por pares de cores que, de acordo com as nossas sensações e com o nosso entendimento, dão a impressão de se oporem com máxima intensidade” (*idem*, p.35). Para o par azul – castanho, o contraste simbólico tem as seguintes combinações: mental – terreno / nobre – plebeu / ideal – real

Com esta combinação de cores (Figura 4.2) pretende-se fazer ligação entre a modernidade (tecnologia, jovens) e a tradição (literatura oral com diversas décadas, o envelhecimento dos detentores dessas memórias).

Figura 4.2 – Cores



Sendo assim, o azul turquesa é escolhido pelas características que herda do azul – cor predileta, cor da simpatia, da harmonia e da felicidade, mas também do verde – da esperança, da natureza, da vida. E o castanho, por ser a cor associada ao aconchego, ao rústico, à terra. (Heller, 2014).

4.2. Caracterização de público-alvo

A proposta desta investigação foca-se num público-alvo diversificado, o qual tem como comum e principal o interesse em encontrar mais informação, num só local, sobre a literatura oral algarvia. Para ajudar na tarefa de perceber melhor os objetivos destes utilizadores e o contexto em que se inserem, foi utilizada a metodologia das *personas*, para a criação de um produto digital.

As *personas* são uma ferramenta válida, pois são baseadas na investigação e focadas nos comportamentos, motivações e expectativas dos utilizadores (Saffer, 2010). Sendo esta a base para criação das mesmas, devem ter um nome, fotografia, informações demográficas relevantes, trabalho ou atividade, objetivos, contexto de utilização e domínio técnico (Barnum, 2011; Cooper et al., 2014; Saffer, 2010). O número de *personas* criadas deverá ser reduzido, ser mais de duas, mas menos de doze (Barnum, 2011).


Para esta investigação foram criadas cinco *personas* distintas, que representam o público-alvo da plataforma, em que foram consideradas pessoas com 50/60 anos, crianças do ensino básico, jovens adultos (30/40 anos), pai/mãe jovem com gosto pela cultura e professora do ensino básico. As *personas* que as caracterizam podem ser visualizadas nas figuras 4.3, 4.4 e 4.5 e o perfil detalhado de cada uma pode ser consultado no Anexo D.

Figura 4.3 – *Persona nº1 e nº2*

	① José Oliveira
Perfil	55 anos Casado, 2 filhos adolescentes 12ºano Funcionário público
Necessidades e objetivos	<ul style="list-style-type: none">• Procurar informações mais completas sobre provérbios e contos• Partilhar com a família memórias da infância• Conhecer textos e frases semelhantes aos que já conhece

	② Inês Santos
Perfil	9 anos Estudante do 4º ano Tem um irmão mais novo
Necessidades e objetivos	<ul style="list-style-type: none">• Procurar mais sobre literatura oral, pois a professora deu alguns exemplos que despertou a sua curiosidade• Procurar trava-línguas, linquinhas e contos para ensinar ao irmão e mostrar aos pais o que sabe• Pesquisar mais sobre contos e lendas (principalmente estas por causa das mouras)

Figura 4.4 – *Persona nº3 e nº4*

	③ Sofia Matias
Perfil	33 anos Solteira Licenciatura Jornalista no Algarve
Necessidades e objetivos	<ul style="list-style-type: none">• Procurar informações sobre a oralidade no algarve e em que consiste• Procurar as memórias que tem dos dizeres da avó para guardar e poder partilhar mais tarde com a família


	④ Paulo Costa
Perfil	42 anos Casado Tem um filho com 8 anos Licenciatura Arquitecto
Necessidades e objetivos	<ul style="list-style-type: none">• Procurar mais informações sobre as histórias e músicas que os avós lhe transmitiam• Procurar informações sobre a oralidade no algarve e em que consiste para poder transmitir ao seu filho e partilhar nas redes sociais• Procurar informações sobre museus, ou outros, onde pode encontrar informação sobre a tradição oral mouras)

Figura 4.5 – *Persona nº5*

	⑤ Ana Mestre
Perfil	29 anos Solteira Licenciatura Professora de Português do Ensino Básico
Necessidades e objetivos	<ul style="list-style-type: none">• Procurar informações sobre a oralidade no algarve e em que consiste• Procurar exemplos de adivinhas e trava-línguas para mostrar aos seus alunos• Procurar atividades/ recursos sobre literatura oral algarvia• Procurar histórias curiosas sobre literatura oral para partilhar com os seus alunos

4.3. Objetivos da plataforma

O Algarve é bastante rico em literatura oral e toda a informação encontra-se bastante dispersa. Assim sendo, o objetivo principal deste protótipo, para além do contributo na preservação e divulgação, é tornar possível o acesso a essa informação num só suporte.

Essa informação será estruturada de acordo com os princípios, valores e padrões do design de interação para criar experiências que irão ajudar os utilizadores a atingirem os seus objetivos.

Pretende-se, assim, que a plataforma funcione como repositório digital e os seus objetivos específicos são:

- Facultar informação geral sobre a literatura oral algarvia, no que consiste e quais os seus géneros;
- Permitir acesso a conteúdo a partir do mapa do Algarve e filtros;
- Permitir acesso a conteúdo a partir da seleção de filtros para géneros;
- Disponibilizar ferramenta de pesquisa com opção de preenchimento automático;
- Disponibilizar informação completa dos exemplos, com texto, vídeo e/ou áudio;
- Permitir a partilha do exemplo de literatura oral através das redes sociais, e-mail, pdf;
- Disponibilizar formulário de contacto para envio de sugestões e recolhas;
- Disponibilizar ligações para outros *websites* com informação mais detalhada sobre o género em questão;
- Providenciar recursos para educadores (pais e professores);
- Fornecer informação sobre locais de interesse para visitar.

4.4. Características conceptuais e semânticas

Como foi mencionado anteriormente, esta plataforma pretende concentrar toda a informação da literatura oral algarvia num só local, de modo a que o conteúdo seja de fácil compreensão, e consiga proporcionar uma boa experiência, utilizando o design de interação.

A escolha das cores, da tipografia e de alguns elementos gráficos pretendem transmitir sobriedade, tradição, mas também modernidade e dinamismo de forma a trazer a tradição de séculos para os dias de hoje e manter a memória viva.

Com as funcionalidades disponíveis na plataforma pretende-se que os objetivos do utilizador sejam alcançados. Para isso, as *personas* foram fundamentais para, através das suas características e objetivos, se conseguir entender quais as tarefas que os utilizadores pretendiam alcançar (Tabela 4.1).

Tabela 4.1 – Lista de tarefas por *persona*

José Oliveira [P#1]	Inês Santos [P#2]	Sofia Matias [P#3]	Paulo Costa [P#4]	Ana Mestre [P#5]
Disponibilizar informação detalhada sobre provérbios e contos	Permitir pesquisa por por linquitinas, contos e trava-línguas	Disponibilizar informação geral sobre LOT	Permitir pesquisa por contos	Disponibilizar informação geral sobre LOT
Possibilitar impressão dos resultados	Possibilitar área de pesquisa com determinadas palavras	Disponibilizar exemplos de LOT em vídeo	Disponibilizar exemplos de LOT em vídeo	Disponibilizar informação por concelhos
Disponibilizar motor de pesquisa	Permitir envio dos resultados para email	Disponibilizar exemplos de LOT em áudio	Disponibilizar exemplos de LOT em áudio	Disponibilizar atividades/jogos/recursos para usar nas aulas
Possibilitar área de pesquisa com determinadas palavras	Possibilitar impressão dos resultados	Possibilitar impressão dos resultados	Permitir partilha nas redes sociais	Disponibilizar exemplos de LOT em áudio
Permitir partilha nas redes sociais	Disponibilizar exemplos de LOT em vídeo	Permitir envio dos resultados para email	Possibilitar impressão dos resultados	Possibilitar impressão dos resultados
Permitir envio dos resultados para email	Disponibilizar exemplos de LOT em áudio	Permitir partilha nas redes sociais	Disponibilizar informação geral sobre LOT	Disponibilizar a informação em pdf
Disponibilizar a informação em pdf	Disponibilizar motor de pesquisa	Disponibilizar a informação em pdf	Disponibilizar informação sobre espaços físicos (algarve) que tenham espólio sobre oralidade e que pode visitar	Disponibilizar exemplos de LOT em vídeo
Disponibilizar exemplos de LOT em vídeo	Disponibilizar informação geral sobre LOT	Disponibilizar links com informação mais detalhada	Disponibilizar atividades/jogos para crianças	Disponibilizar links com informação mais detalhada
Disponibilizar exemplos de LOT em áudio	Disponibilizar informação por categorias	Possibilitar área de pesquisa com determinadas palavras	Possibilitar área de pesquisa com determinadas palavras	Permitir pesquisa por por adivinhas e trava-línguas
Disponibilizar links com informação mais detalhada	Disponibilizar informação por géneros	Disponibilizar informação por géneros	Disponibilizar informação por géneros	Possibilitar área de pesquisa com determinadas palavras
Disponibilizar informação geral sobre LOT	Disponibilizar informação detalhada sobre linquitinas, contos e trava-línguas	Disponibilizar informação por concelhos	Disponibilizar informação por concelhos	Disponibilizar informação por géneros
Disponibilizar informação por géneros				
Disponibilizar informação por concelhos				

Com esta definição de tarefas conseguiu-se estabelecer uma organização do conteúdo, em que se estabeleceu duas áreas principais: consulta por concelhos e consulta por géneros. Estas têm acesso direto na página inicial, através de dois botões que se encontram centrados, por se considerar serem as áreas de interesse mais imediato para os utilizadores. De qualquer forma, existe acesso através do menu (ícone do lado direito) para o restante conteúdo (Figura 4.6).

Figura 4.6 – Página inicial da plataforma



Através do menu, os utilizadores são reencaminhados para todo o conteúdo que se encontra dividido nas seguintes áreas:

- Sobre – área onde o utilizador pode encontrar uma breve descrição sobre literatura oral algarvia, assim como os géneros em que ela se encontra classificada;
- Explorar – nesta secção, os utilizadores têm a possibilidade de fazer uma consulta por concelho ou por género através de filtros, que irão mostrar os resultados das escolhas selecionadas;
- Locais de interesse – aqui são disponibilizados nomes, *websites* e localização de espaços físicos de interesse, dentro do contexto da oralidade ou património cultural imaterial;
- Educadores – nesta secção podem ser encontrados recursos relacionados com a literatura oral para os educadores, desde fichas de atividades/ jogos para crianças a outro tipo de recursos (por exemplo, um kit de recolha de PCI);

- Contactos – aqui encontra-se um formulário de contacto para os utilizadores poderem deixar o seu *feedback* ou sugestões.

Na página “Explorar”, quando são seleccionadas diversas opções, que se encontram nos filtros disponíveis, e se chega a um resultado de um exemplo da literatura oral, este é apresentado como uma ficha em que se pode encontrar, mediante disponibilidade da informação, o seguinte: título; dados do informante; transcrição; ícones para partilhar, imprimir e descarregar como pdf; classificação (em qual género está inserido) e fontes da informação (toda a informação da plataforma tem como base recolhas identificadas ou fontes com base científica).

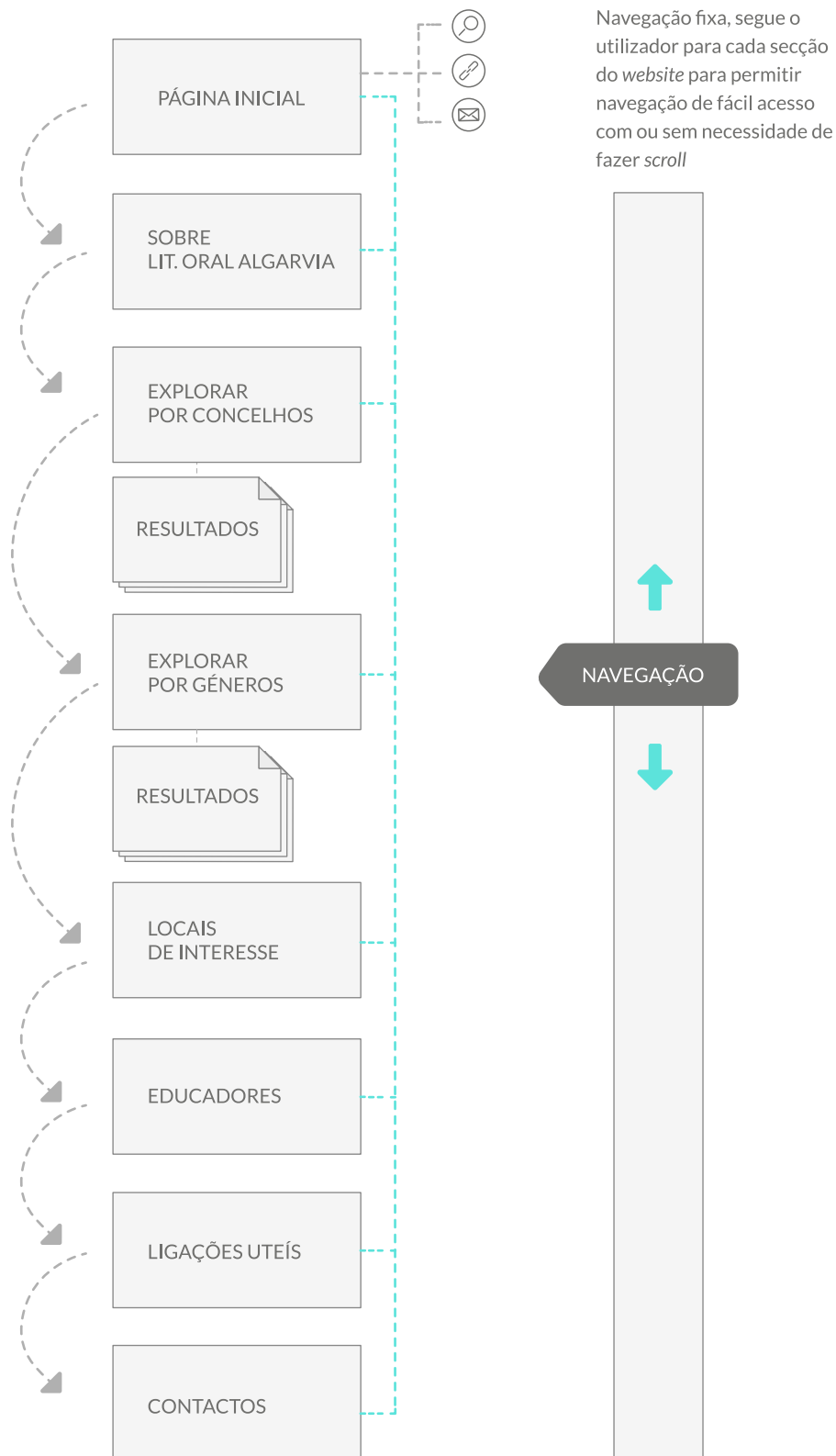
Pretende-se que esta plataforma seja uma ferramenta útil e de interesse para diversas faixas etárias, estimulando a curiosidade do querer saber mais e criando uma maior consciencialização sobre o tema, constituindo-se, de igual modo, como um utensílio para a divulgação e preservação da literatura oral algarvia.

4.5. Estrutura

A Figura 4.7 representa a estrutura da plataforma, que está construída na forma de *one-page website* (uma só página com todo o conteúdo), em que é possível a navegação através de *scrolling*, ou através de navegação que se encontra fixa durante este movimento. Este tipo de navegação diminui a carga cognitiva do utilizador para uma melhor experiência, pois está sempre visível (consultar Anexo E).

Para além do *scrolling*, o utilizador tem acesso aos diferentes conteúdos, através de âncoras, quando clica numa ligação na navegação que se encontra sempre no topo. Na secção do explorar por concelhos e explorar por géneros, o conteúdo dos resultados é visível após seleção de opções que se encontram nos filtros (consultar Anexo F).

Figura 4.7 – Estrutura da plataforma



4.6. Características técnicas

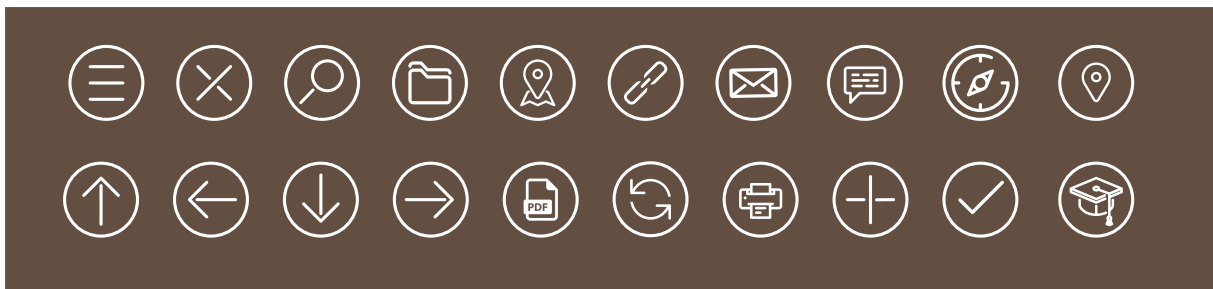
A integração de princípios, processos e padrões de design é a chave para o design eficaz de produtos interativos, sendo necessária a compreensão dos desejos, necessidades, motivações e contextos dos utilizadores (Cooper et al., 2014).

O design da interface, ao trabalhar o aspeto e disposição de elementos visuais, comunica comportamentos e informações. Cada elemento numa composição visual tem uma série de propriedades, como forma e cor, que funcionam juntas para criar significado. Sendo assim, elementos de design (tipografia, forma, grelha, tamanho, cor, posição e imagem) irão criar hierarquia visual, os *layouts*, componentes e padrões irão definir a organização da interface (Cooper et al., 2014).

A nível de organização e estrutura, a plataforma está construída na forma de *one-page website* (uma só página com todo o conteúdo), em que o conteúdo se adapta ao tamanho do monitor do utilizador.

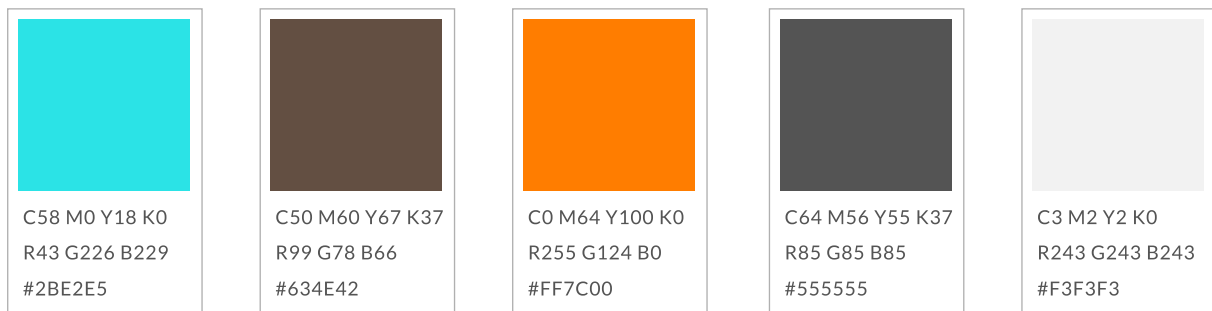
Em relação aos elementos visuais, foram criados ícones (Figura 4.8) que utilizam a mesma linguagem gráfica para ajudar na identificação das áreas.

Figura 4.8 – Ícones



A paleta de cores consiste em três cores principais: o azul turquesa, o castanho e o laranja, assim como em duas cores secundárias: o cinza claro e o cinza escuro, consideradas cores neutras e que são utilizadas em blocos de texto e caixas de cor (Figura 4.9). A justificação para a escolha do azul e do castanho encontra-se no ponto 4.1.2 desta investigação. A escolha do laranja deve-se ao facto de ser uma cor contrastante e complementar do azul (Heller, 2014) e, por essa razão, é utilizada quando se pretende chamar a atenção para eventos importantes (Cooper et al., 2014).

Figura 4.9 – Paleta de cores principais e secundárias



Por ser uma plataforma com bastante informação interativa (como por exemplo botões, filtros de seleção e ligações), e de forma a obter uma solução de design mais efetiva, optou-se por uma divisão por categorias no que se refere à aplicação das cores. Desta forma, o utilizador é ajudado na capacidade de memorização, uma vez que operações similares com elementos semelhantes terão a mesma cor e/ou formato.

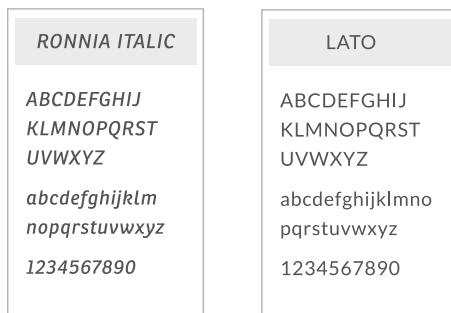
Sendo assim, a cor azul é utilizada em todas as ligações que têm ícones, à exceção de quando o fundo é na sua maioria azul e não existe contraste suficiente, sendo que neste caso a cor a utilizar é o branco (por exemplo, página de entrada). A aplicação do laranja encontra-se em ligações que se encontrem no texto, assim como em botões *clear entry points*⁵ (na página de entrada) e nos *call-to-action*⁶ (nos filtros de seleção e formulário de contacto), de forma se destacarem no *layout*.

A tipografia utilizada é a *Ronnia Italic* para títulos e a *Lato* para restante texto (Figura 4.10). Estas são consideradas humanistas e modernas, e conseguem ter uma atitude mais inclusiva, popular e comunicar conforto.

⁵ *Clear entry points* são como “portas de entrada” orientadas para as tarefas de modo a ajudar o utilizador a atingir os objetivos (Tidwell, 2010).

⁶ *Call-to-action* ou, traduzido para o português, “chamada para a ação” pode ser um botão, uma imagem ou um símbolo destacado, com cor contrastante, em que o seu objetivo é chamar a atenção do utilizador de forma a realizar ações.

Figura 4.10 – Tipografia utilizada



Para complementar o aspeto gráfico e tornar a plataforma mais apelativa, foi utilizado a técnica *duotone* nas fotografias que estão a ser utilizadas como fundo nalgumas secções. Desta forma, ao usar as duas cores (azul e castanho), as imagens tornam-se mais gráficas, o que cria uma conexão entre elas. Algumas destas imagens são complementadas com ilustrações só com linha, para fazerem, de certa forma, ligação com o passado e para serem coerentes com o aspeto dos ícones.

Para melhor compreensão do funcionamento da plataforma, os aspetos de design de experiência serão descritos por secções, sendo estas: página inicial; sobre literatura oral algarvia; explorar por concelhos; explorar por géneros; locais de interesse; educadores; ligações úteis e contactos (consulte Anexo G, para ver uma imagem em tamanho maior de cada secção).

4.6.1. Página inicial

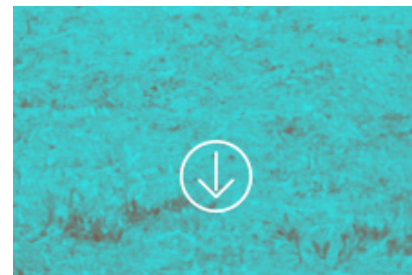
A página inicial é composta por uma imagem de fundo que ocupa todo o espaço visível, tendo como destaque, dois botões centrais a laranja (*clear entry points*) que irão reencaminhar para as áreas de maior interesse: explorar por concelhos e explorar por géneros (Figura 4.11 – para ver maior consulte o Anexo G). Caso o utilizador pretenda ver outro conteúdo, pode optar por seguir o ícone do *scroll* (Figura 4.12), ou aceder ao menu através do ícone *hamburger* no topo do lado direito.

Todas as ligações com ícones encontram-se a branco, para maior contraste com a imagem de fundo e, seguindo os princípios do design de interface de Cooper et al. (2014), minimizou-se a quantidade de trabalho visual, mantendo-a simples e só com a informação necessária.

Figura 4.11 – Página inicial



Figura 4.12 – Ícone *scroll*



Ao clicar no ícone menu (Figura 4.13), irá aparecer do lado direito um *slide content* – conteúdo que aparece após haver interação, neste caso ao clicar no ícone, o conteúdo do menu irá aparecer com uma animação da direita para a esquerda (Figura 4.14).

Figura 4.13 – Ícone menu

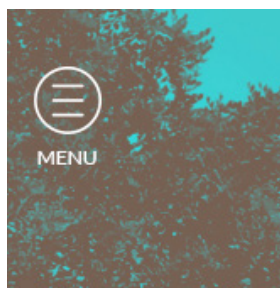


Figura 4.14 – Página inicial quando se clica no ícone menu



Após a abertura do menu, o utilizador tem como opção um ícone para o fechar.

4.6.2. Secção “Sobre literatura oral algarvia”

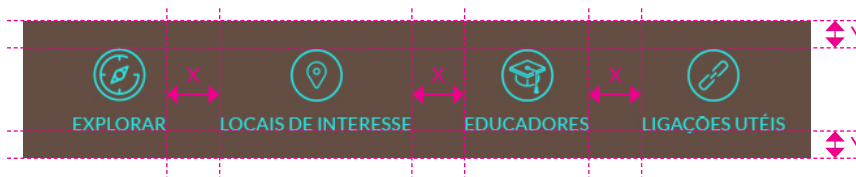
Nesta secção encontra-se uma breve descrição sobre a literatura oral algarvia, informação sobre a sua classificação e dois exemplos (Figura 4.15) (consultar Anexo G para ver maior).

Figura 4.15 – Secção “Sobre literatura oral algarvia”



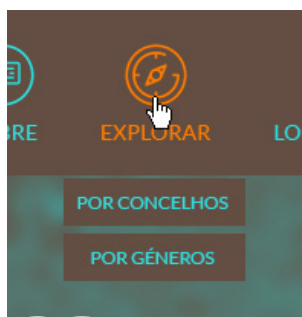
Em relação à navegação principal, esta encontra-se sempre visível, a partir do momento em que se deixa a página inicial, sendo composta por uma barra castanha com o logótipo e as ligações (texto e ícones) a azul (Figura 4.15). De forma a haver visualmente coerência entre as ligações, foi efetuado o seguinte: o texto encontra-se numa só linha; o texto e ícones estão alinhados ao centro verticalmente; a distância entre cada ligação é igual para todas; e as ligações (texto e ícone) encontram-se alinhadas ao centro em relação à barra (o espaço no topo e parte de baixo é o mesmo) (Figura 4.16).

Figura 4.16 – Pormenor da navegação principal com linhas de guia



Na ligação “explorar” existe um submenu para optar entre “explorar por concelhos” e “explorar por géneros” (Figura 4.17).

Figura 4.17 – Submenu da ligação “Explorar”



4.6.3. Secção “Explorar por Concelhos”

Nesta secção (Figura 4.18), o utilizador tem alguns filtros a partir dos quais pode seleccionar o que pretende ver (consultar Anexo G para ver maior). Estes encontram-se a laranja uma vez que têm a função de orientar o utilizador nas tarefas.

Figura 4.18 – Secção “Explorar por Concelhos”

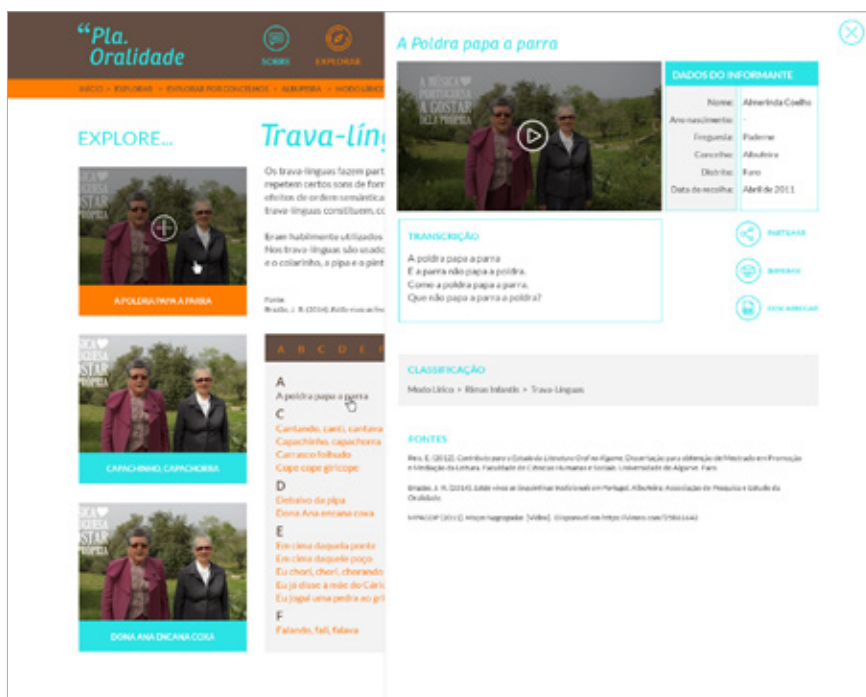


Figura 4.21 – Secção dos resultados



Quando o utilizador clica no texto desejado, aparece em forma de *slider* (com animação da direita para a esquerda, semelhante ao menu na página inicial), o conteúdo referente a esse texto (Figura 4.22).

Figura 4.22 – Conteúdo da literatura oral selecionada



O conteúdo desse texto é apresentado como uma ficha na qual se pode encontrar: título; dados do informante; transcrição; classificação (qual o género em que está inserido) e fontes da informação. O utilizador ainda tem a opção de partilhar nas redes sociais e *e-mail*, imprimir e descarregar como pdf.

4.6.4. Secção “Explorar por Géneros”

Esta secção funciona da mesma forma que a anterior, apenas não tem o mapa, nem aparece a primeira opção nos filtros que é a escolha do concelho. Aqui, a seleção é feita apenas com filtros relacionados com a classificação da literatura oral (modos, géneros e subgéneros) (Figura 4.23). Os resultados aparecem com a mesma estrutura que na secção anterior.

Figura 4.23 – Secção “Explorar por Géneros”



Figura 4.25 – Secção “Educadores”



4.6.7. Secção “Ligações úteis”

Funciona da mesma forma que a secção “Locais de interesse”. Neste caso, o utilizador encontra uma lista de *websites* de interesse (Figura 4.26).

Figura 4.26 – Secção “Ligações úteis”



4.6.8. Secção “Contactos”

Nesta secção o utilizador tem um formulário através do qual pode enviar a sua sugestão ou colocar alguma questão. Também pode optar fazer o contacto através de *e-mail* (Figura 4.27).

Figura 4.27 – Secção “Contactos”

The image shows a screenshot of the 'Contacte-nos' (Contact Us) page on the 'Pla. Oralidade' website. The page has a teal background with a white contact form. The form consists of three input fields: 'O seu nome' (Your name), 'Indique seu e-mail' (Indicate your email), and 'Mensagem' (Message). Below these fields is an orange button labeled 'ENVIAR' (SEND). At the bottom of the page, there is a link: 'Ou por e-mail para geral@placoralidade.pt'. A small 'TOP' button is visible in the bottom right corner. The top navigation bar includes the logo 'Pla. Oralidade' and several menu items: 'INÍCIO', 'EXPLORAR', 'LOCALS DE INTERESSE', 'EDUCAÇÕES', 'LIGAÇÕES EXTER', 'CONTACTOS', and 'PESQUISAR'.

4.7. Avaliação

O teste de usabilidade, também conhecido como teste com utilizadores, é uma ferramenta de pesquisa que tem como principal objetivo, a avaliação de produtos ou sistemas, através do método empírico. Esta avaliação é realizada através de testes, que são efetuados por participantes com o perfil do público-alvo (sendo por isso importante, nesta investigação, a identificação de *personas*) e, nos quais são executadas determinadas tarefas com a finalidade de validação do protótipo, e identificação de problemas que possam existir. (Rubin & Chisnell, 2008; Barnum, 2011).

Nesta investigação, seguiu-se a abordagem de Rubin & Chisnell (2008) ao se utilizar elementos básicos do teste de usabilidade, que identifica as suas deficiências específicas num produto ou sistema. Sendo assim, foram usados os seguintes:

- Utilização de uma amostra representativa de utilizadores finais que podem, ou não, ser escolhidos de forma aleatória;
- Representação do ambiente de trabalho realista;
- Recolha de desempenho qualitativo e quantitativo e medidas de preferência;
- Recomendação de melhorias no design do produto.

Ainda, segundo os mesmos autores, há que ter em consideração as limitações deste tipo de testes, pois, mesmo os mais rigorosos não garantem o sucesso, nem provam a 100% que o produto será utilizável. Mas, se for testado no momento apropriado do desenvolvimento do produto, e como parte da abordagem de projeto centrado no utilizador, pode indicar potenciais problemas e a forma de os resolver.

Dependendo da fase, em que o desenvolvimento do produto se encontra, existem diversos tipos de teste, sendo que, o que mais se enquadra nesta investigação, é o teste de avaliação. Neste, a finalidade é examinar e avaliar a eficácia do conceito, em que os utilizadores executam tarefas, em vez de explorarem o produto em si. Desta forma, não existe a necessidade de um moderador de teste, uma vez que o foco se concentra mais nos comportamentos realistas e menos nos processos de pensamento e, a partir do qual, também se faz recolhas de medições quantitativas (Rubin & Chisnell, 2008).

Segundo Barnum (2011), atualmente, o teste de usabilidade é mais fácil e acessível, pois pode ser efetuado em qualquer lado, em que já não é necessário um laboratório, nem ter um moderador presente. Resumindo, pode ser efetuado em qualquer local desde que estejam presentes: o produto a ser testado, o utilizador e, uma caneta e bloco ou outra forma de registo.

Assim sendo, e seguindo esta linha de pensamento, o teste de usabilidade foi efetuado de forma remota, não moderado, de modo a: abranger utilizadores fora da região do Algarve; existir poupança nos custos (não existe a necessidade de pagar por moderadores e/ou equipamento, ou de gastos com deslocações); o utilizador se sentir mais à vontade (em ambiente familiar) e mais próximo do contexto de uma utilização realista; e, ser fornecido o *feedback* através de resposta a um questionário (Barnum, 2001; Rubin & Chisnell, 2008).

Para o teste de usabilidade ser efetuado de forma remota, teve de se ter em consideração dois aspetos:

- O primeiro - o protótipo ser, em termos visuais, muito próximo do final, e ter algumas funções ativas, uma vez que, devido ao facto do tipo de conteúdo ser bastante extenso, algumas funcionalidades da plataforma e a própria estrutura só assim seriam perceptíveis.
- O segundo - as tarefas a serem realizadas pelos utilizadores serem diretas e fechadas. As tarefas diretas são simplesmente instruccionais, pois baseiam-se em indicações dadas aos utilizadores, para executarem determinadas tarefas de forma direta (Banks & Cao, 2005). Por exemplo, “Localize a página onde se encontra a informação referente às fichas de atividades do 1º ciclo”. Ainda para os mesmos autores, sendo uma tarefa fechada, ela define, à partida, se foi efetuada com sucesso ou fracasso.

Para Schade (2013), existem alguns pontos a ter em consideração num teste realizado de forma remota e sem moderador:

- Praticar a tecnologia – mesmo que a tecnologia já tenha sido utilizada anteriormente, esta deve ser testada com alguém que não tenha tido essa experiência;
- Reescrever tudo – escrever as tarefas com antecedência para poderem ser testadas, pois sem moderador elas precisam de ser claras. Todas as instruções, tarefas e perguntas precisam ser ajustadas para eliminar possíveis mal-entendidos;
- Estar disponível – mesmo para testes não moderados é importante haver disponibilidade, por *e-mail*, da parte do investigador.

A fim de se proceder à avaliação, foi construído um protótipo clicável (ou utilizável), em que segundo Rubin & Chisnell (2008) significa que está mais próximo do final, mas é ainda descartável (no sentido em que consoante os resultados dos testes de utilizadores o protótipo será reajustado, não sendo por isso um produto final), tendo pelo menos algumas partes clicáveis ou interativas, enquanto outras irão parecer funcionais, mas em que nada acontece se forem clicadas.

De forma a que os utilizadores tivessem acesso ao protótipo, através da *internet*, foi utilizada a plataforma *uxpin.com*, para a construção do mesmo (consultar Anexo H).

Segundo Interaction Design Foundation (2018) e Nielsen (2003), existem diversas formas de recrutar utilizadores para testes de usabilidade remotos não moderados, desde agências de recrutamento *online* a grupos em redes sociais, estes últimos por normalmente já estarem divididos por interesses em comum.

Sendo assim, foi enviado para um grupo de pessoas, através de grupos de redes sociais que tinham interesses em comum com as *personas* criadas para esta investigação, um pedido de participação nos testes e um documento com as instruções para terem acesso ao protótipo, às tarefas a serem executadas e ao questionário pós-teste para um *feedback* da experiência.

De modo a providenciar instruções precisas aos utilizadores, para a realização do teste de usabilidade, o documento (consultar Anexo I) contemplava o seguinte:

- Identificação da investigadora, breve descrição do projeto e os objetivos do teste;
- Tempo máximo de execução do teste e do questionário pós-teste;
- Pontos a considerar pelo utilizador antes da realização do teste;
- Ligação para ter acesso ao protótipo *online*;
- Tarefas a realizar;
- Ligação para ter acesso ao questionário *online*, de modo a ser providenciado *feedback* sobre a experiência e recomendações de melhoramento;
- Agradecimento pelo tempo dispensado.

Uma vez que todo o processo para avaliação do protótipo consistia na realização de diversos passos, em que o utilizador teria de seguir determinadas instruções, obteve-se, numa primeira fase, por não incluir menores de 18 anos no grupo de utilizadores. Segundo Rubin & Chisnell (2008), existem diversos fatores a ter em consideração nos testes de usabilidade em que os

utilizadores são crianças, desde leis de proteção de dados (apesar dos questionários serem anónimos), às leis de proteção da privacidade das crianças e também à disponibilidade por parte dos pais ou tutores legais.

4.7.1. Apresentação dos resultados

De forma a se obter dados para a avaliação da plataforma, em relação ao design da experiência e ao design da interface, foi solicitado aos participantes a execução de cinco tarefas (consultar Anexo I), sendo estas as seguintes:

Tarefa 1 - Procure a informação sobre a literatura oral algarvia e a sua classificação (modos, géneros e sub-géneros).

Tarefa 2 - Utilizando a página principal (homepage) vá até ao conteúdo da página “Explorar por Concelhos”

Tarefa 3 - Encontra-se na página “Explorar por Concelhos”.

- a) Selecione os trava-línguas do concelho de Albufeira utilizando os filtros.
- b) Já na página dos resultados encontre um trava-línguas que comece pela letra “A”, e visualize a informação correspondente.

Tarefa 4 - Localize a página onde se encontra a informação referente às fichas de atividades do 1º ciclo.

Tarefa 5 - Por último, pretende entrar em contacto com alguém responsável pela plataforma, procure a página em questão.

Após a realização das mesmas, os participantes acediam ao questionário de avaliação da plataforma (consultar Anexo J), sendo o objetivo deste, a obtenção de dados para análise num contexto de validação da questão de investigação no âmbito do projeto.

O questionário pós-teste consistia em 18 pequenas perguntas divididas em dois grupos: identificação e avaliação da plataforma (consultar Anexo J). Com o intuito de simplificar, e garantir o interesse dos participantes, o questionário continha, na sua maioria, perguntas com: escala ordinal (1 a 5), de forma a avaliar um só item; escala nominal (por exemplo na escolha do género masculino ou feminino); perguntas abertas (a resposta é dada pela própria pessoa que responde) e perguntas fechadas (o participante escolhe entre as respostas alternativas fornecidas) (Hill & Hill, 2012). Ainda para os mesmos autores, um questionário com que contenha perguntas abertas e fechadas é útil, quando se pretende obter informação qualitativa de forma a complementar e contextualizar a informação quantitativa.

Foi solicitado a 45 utilizadores a sua participação na investigação através do envio do documento, em pdf (consultar Anexo J), com as instruções para a execução das tarefas e *feedback* da experiência, em que 31 utilizadores visualizaram o questionário *online*, mas apenas 24 concluíram as tarefas e responderam às questões. A recolha dos 24 questionários foi efetuada entre 16 e 28 de outubro de 2017, com um tempo médio de resposta de 15:52min e em que todos os participantes tinham mais de 18 anos.

Segundo Nielsen (2006), a usabilidade pode ser definida em termos de métrica de qualidade, como o tempo de aprendizagem, eficiência de uso, memorabilidade, erros do utilizador e satisfação subjetiva, em que muitos utilizadores são necessários devido às diferenças individuais no desempenho. Para o mesmo autor, 20 utilizadores são o suficiente para a recolha das métricas de usabilidade quantitativas, mas por vezes testar com apenas cinco pessoas é o suficiente para encontrar a maior parte dos problemas.

Sendo assim, os resultados dos 24 utilizadores que concluíram as tarefas e responderam ao questionário, de forma anónima, serão o suficiente para a análise dos dados, embora estejamos conscientes que o rigor da avaliação seria superior caso o número respostas fosse mais elevado (como era nossa intenção).

No questionário pós-teste, as variáveis referentes aos aspetos demográficos foram estabelecidas, tendo em consideração, o público-alvo desta investigação. Desta forma, estes foram identificados através da nacionalidade, género, idade, nível de escolaridade, profissão, experiência a nível de informática como: tempo de utilização do computador, local em que é utilizado (para saber em qual ambiente o computador é mais utilizado) e número de horas de utilização da *internet* por semana, assim como as principais razões para entrar na plataforma.

Todos os respondentes residem em Portugal, em que 22 são de nacionalidade portuguesa (91,7%), um é esloveno (4,15%) e outro é catalão (4,15%) (consultar Anexo K).

O género dos participantes foi de 58,33% (14) para o sexo feminino, e 41,67% (10), para o sexo masculino (Gráfico 4.1). A maioria dos respondentes (14) tinha entre 36 e 55 anos (70,83%) e 29,17% tinham entre 18 e 35 anos (7) (Gráfico 4.2).

Gráfico 4.1 – Gênero

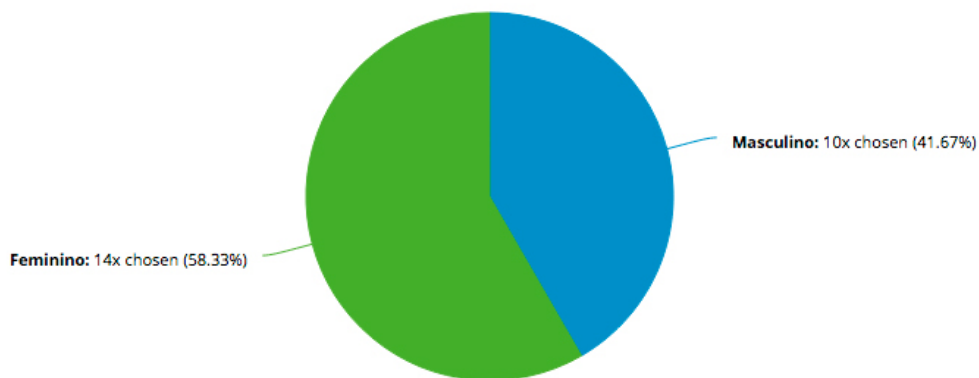
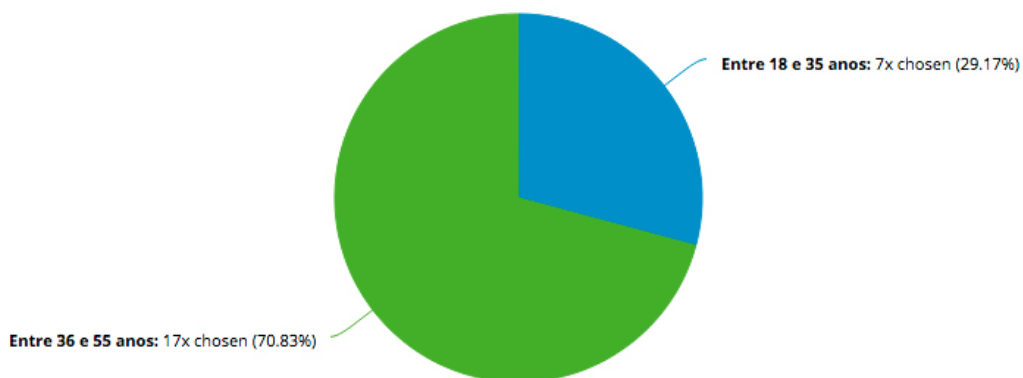
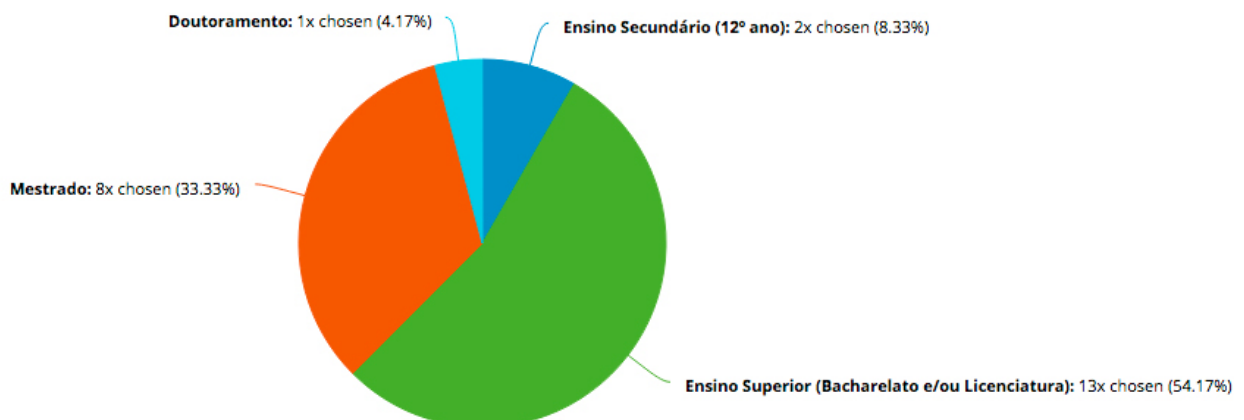


Gráfico 4.2 – Idade



O nível de escolaridade é mais variado, em que, os respondentes na sua maioria (13) têm Bacharelato e/ou Licenciatura, o que representa 54,17% do total, 8 têm Mestrado (33,32%), 1 tem Doutorado (4,17%) e 8,34% corresponde a 2 participantes que têm 12º ano (Ensino Secundário) (Gráfico 4.3).

Gráfico 4.3 – Nível de escolaridade

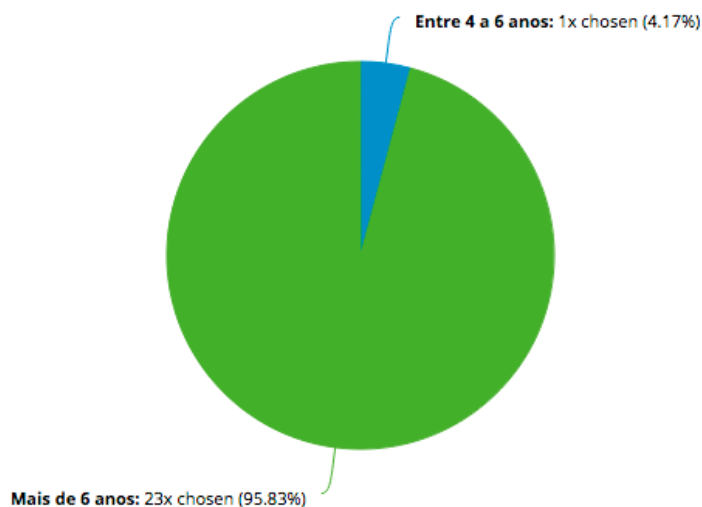


A questão seguinte, da profissão era aberta, o que significa que os participantes podiam escrever a resposta, como tal, verificou-se uma diversidade neste campo (consultar Anexo K).

Sendo assim, 20,79%(5) são professores; 16,66% (4) são designers; 8,34% (2) são investigadores; 4,17% (1) gestor de empresas; 4,17% (1) engenheiro de *software*; 4,17% (1) eletricista; 4,17% (1) técnico de ambiente; 4,17% (1) técnico de diagnóstico e terapêutica; 4,17% (1) pertence ao quadro intermédio; 4,17% (1) programador; 4,17% (1) engenheiro informático; 4,17% (1) conservadora de museu; 4,17% (1) tradutora; 4,17% (1) arquiteta; 4,17% (1) é funcionário público e 4,17% (1) está desempregada;

Em relação à experiência a nível de informática, pôde-se constatar que a maioria dos respondentes (23), com 95,83%, utiliza o computador há mais de 6 anos e em que apenas 1 (4,17%) o faz entre 4 a 6 anos (Gráfico 4.4).

Gráfico 4.4 – Tempo de utilização do computador



Para a questão “Em que local utiliza o computador?”, os participantes tinham a possibilidade de escolher mais do que uma opção (Gráfico 4.5 e Figura 4.26). Sendo assim, verificou-se que a maioria, 17 respondentes (70,81%), utiliza o computador em casa e no trabalho; 12,51% (3) em casa; 4,17% (1) utiliza o computador no trabalho; 4,17% (1) em casa, no trabalho e outro; 4,17% (1) em casa e outro; e 4,17% (1) nas quatro opções (casa, trabalho, escola e outro).

Gráfico 4.5 – Em que local utiliza o computador?

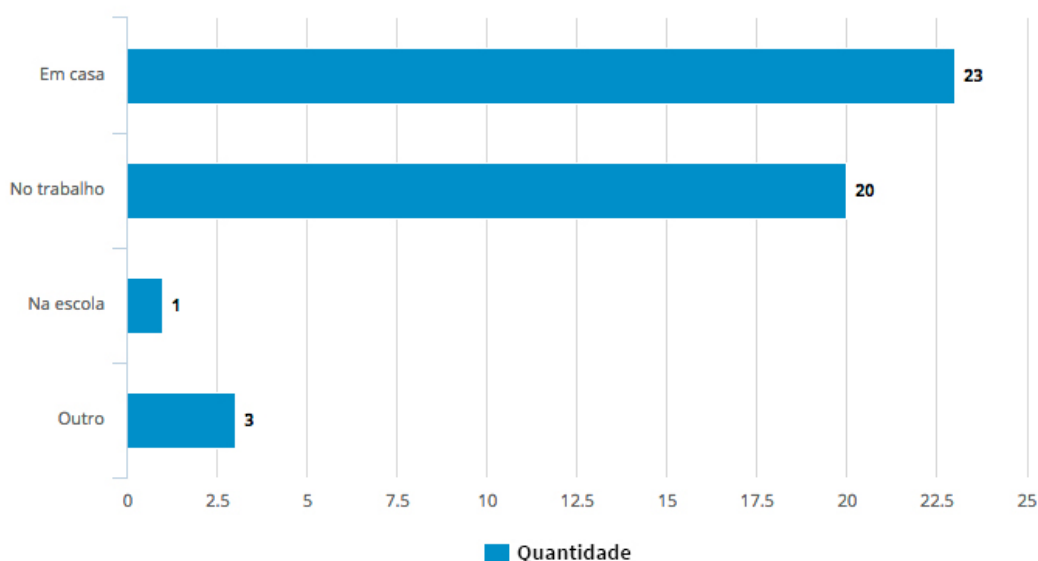
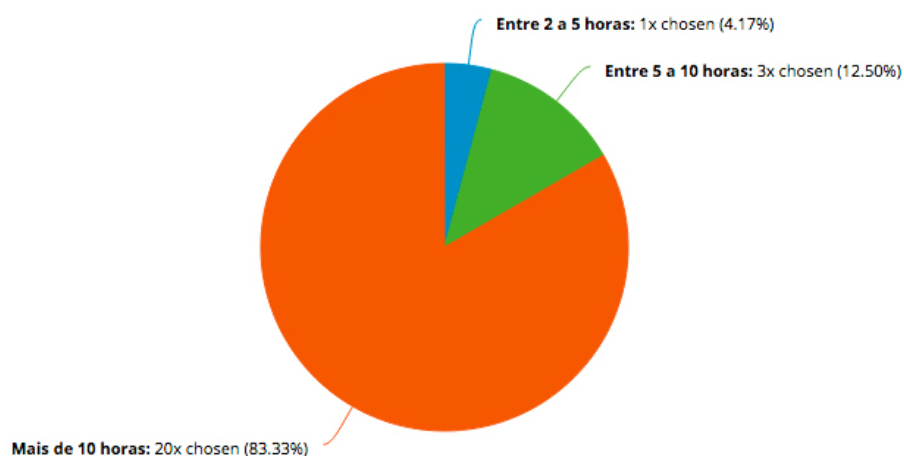


Figura 4.28 – Locais em que cada participante utiliza o computador



Em média, a maioria dos participantes 20 (83,33%), utiliza, por semana, a *internet* por mais de 10 horas, enquanto 3 (12,50%) gastam entre 5 a 10 horas e apenas 1 (4,17%) navega entre 2 a 5 horas (Gráfico 4.6).

Gráfico 4.6 – Em média quantas horas por semana utiliza a *internet*?



Ao serem questionados sobre as principais razões para entrarem no *website* (Gráfico 4.7 e Figura 4.27), e tendo em consideração que a resposta era de escolha múltipla, 24,98% (6) escolheram como principal razão, a “Curiosidade”, assim como, também 24,98% (6) optaram por “Outra”. 12,51% (3) têm como principais razões “Professional” e “Curiosidade”; 8,34% (2), “Professional”; 8,34% (2), “Professional”, “Escolar” e “Curiosidade”; 8,34% (2), “Curiosidade” e “Outra”; 4,17% (1) optaram por “Professional” “Familiar” e “Curiosidade”; 4,17% (1) por “Escolar”, “Curiosidade” e “Outra”; e 4,17% (1) escolheram como principais razões: “Professional” e “Outra”.

Gráfico 4.7 – Quais as suas principais razões para entrar no *website*?

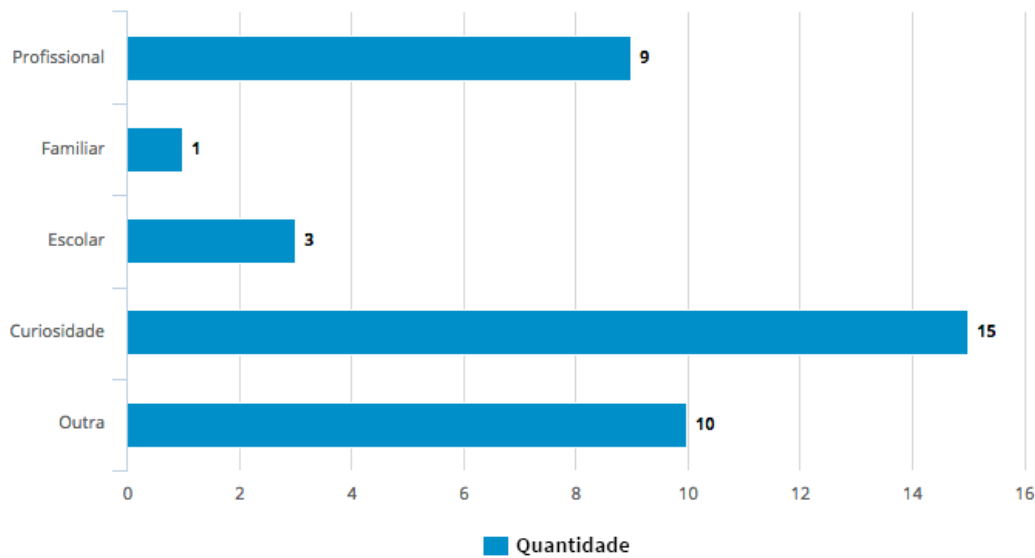
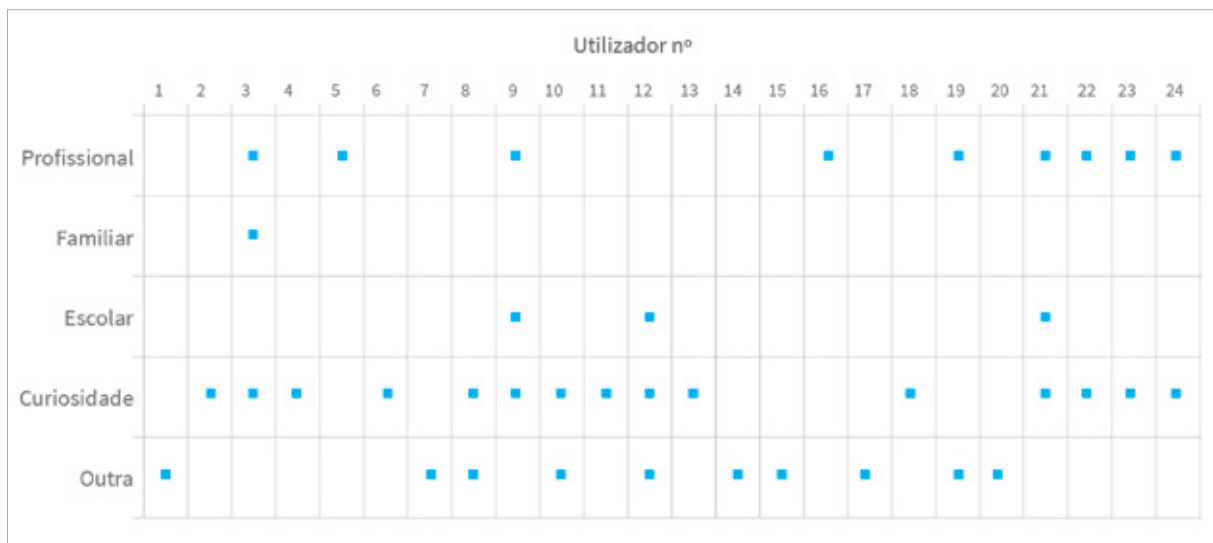


Figura 4.29 – Principais razões para cada participante entrar no *website*



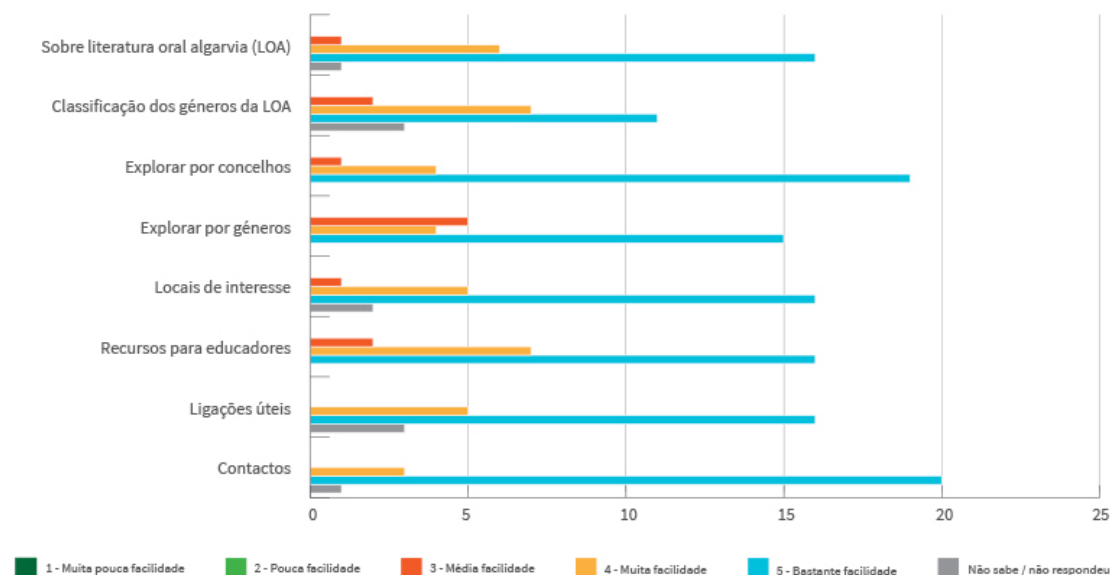
Em relação ao design da experiência e ao design da interface, os participantes responderam a cinco questões de escala ordinal (1-5), três perguntas fechadas e uma pergunta aberta.

Na primeira questão, de escala ordinal (1-5), solicitou-se aos participantes que respondessem com que facilidade identificaram os principais conteúdos: Sobre literatura oral algarvia (LOA); Classificação do géneros da LOA; Explorar por concelhos; Explorar por géneros; Locais de interesse; Recursos para educadores; Ligações úteis e Contactos (Gráfico 4.8).

Gráfico 4.8 – Identificação dos conteúdos

Com que facilidade identificou os seguintes conteúdos:

Número de respostas: 24



Sendo assim, para o conteúdo “Sobre a literatura oral algarvia (LOA)”, 16 dos participantes (66,68%) responderam “Bastante facilidade”; 6 (24,98%), “Muita facilidade”; 1 (4,17%), “Média facilidade” e 1 (4,17%), “Não sabe/não respondeu”. Na identificação da “Classificação dos géneros da LOA”, 12 dos respondentes (50%) tiveram bastante facilidade; 7 (29,15%), “Muita facilidade”; 3 (12,51%) “Não sabe/não respondeu” e 2 participantes (8,34%), “Média facilidade”.

“Explorar por concelhos” foi identificado por 19 participantes (79,15%) com “Bastante facilidade”; 4 (16,68%), “Muita facilidade” e e 1 (4,17%) com “Média facilidade”. Enquanto que, no conteúdo “ Explorar por géneros”, 15 (62,51%) responderam “Bastante facilidade”; 5 (20,81%) “Muita facilidade” e e 4 (16,68%) “Média facilidade”. Já que se refere aos, “Locais de interesse”, 16 (66,68%) com “Bastante facilidade”; 5 (20,81%), “Muita facilidade”; 1 (4,17%), “Média facilidade” e 2 (8,34%), “Não sabe/não respondeu”.

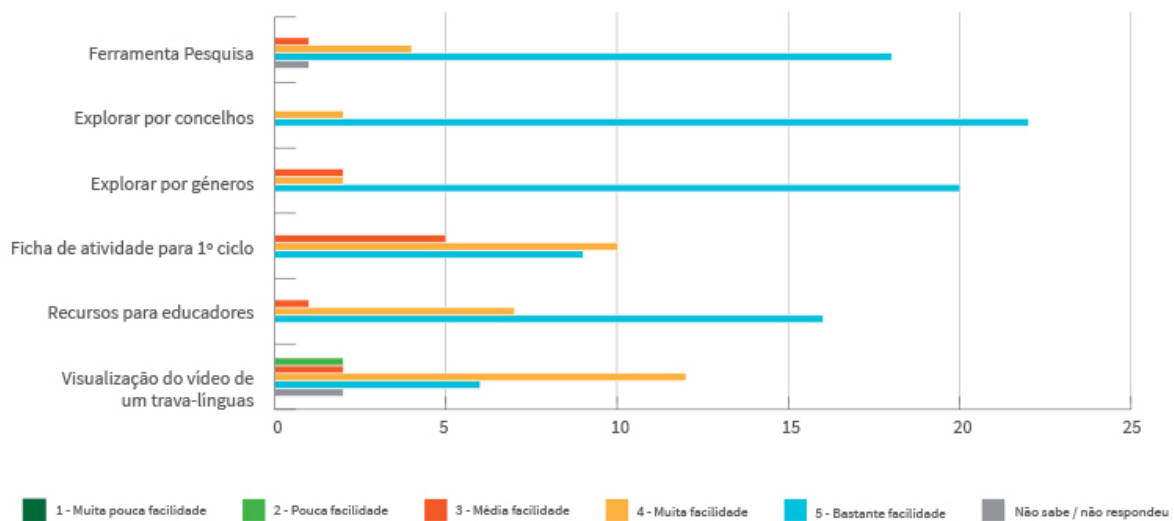
Para “Recursos para educadores”, 16 (66,68%) identificaram com “Bastante facilidade”; 6 (24,98%), “Muita facilidade” e 2 (8,34%) com “Média facilidade”. Nas “Ligações úteis”, 16 (66,68%) com “Bastante facilidade”; 5 (20,81%), “Muita facilidade” e 3 (12,51%), “Não sabe/não respondeu”. Para terminar, os “Contactos” foram o conteúdo com mais participantes (20) a identificarem com “Bastante facilidade”, 83,32%; 3 (12,51%) com “Muita facilidade” e e 1 (4,17%), “Não sabe/não respondeu”.

Na questão seguinte, os respondentes tinham de identificar as funcionalidades presentes no gráfico 4.9.

Gráfico 4.9 – Identificação das funcionalidades

Com que facilidade identificou as seguintes funcionalidades:

Número de respostas: 24



Na ferramenta “Pesquisa”, 18 (74,98%) dos participantes identificaram com “Bastante facilidade”; 4 (16,68%), com “Muita facilidade”; 1 (4,17%) com “Média facilidade” e 1 (4,17%), “Não sabe/ não respondeu”. A funcionalidade “Explorar por concelhos”, foi a que teve bastante facilidade em ser identificada, com 22 (91,66%) e 2 (8,34%) com “Muita facilidade”. Em “Explorar por géneros”, 20 (83,32%) identificaram com “Bastante facilidade”; 2 (8,34%) com “Muita facilidade” e 2 (8,34%) com “Média facilidade”. Enquanto que, na funcionalidade “Ficha de atividade para 1º ciclo”, registou-se 10 (41,7%) “Bastante facilidade”; 9 (37,49%) com “Muita facilidade” e 5 (20,81%) com “Média facilidade”. Já nos “Recursos para educadores”, 16 (66,68%) tiveram “Bastante facilidade”, 7 (29,15%) “Muita facilidade” e 1 (4,17%) com “Média facilidade”.

Por fim, foi na funcionalidade “Visualização do vídeo de um trava-línguas”, que os participantes demonstraram terem tido mais dificuldade na identificação. O facto do protótipo não estar totalmente funcional, apesar de estar explícito no documento inicial fornecido aos participantes, pode ter induzido em erro alguns dos respondentes. Mesmo assim, 6 (24,98%) identificaram

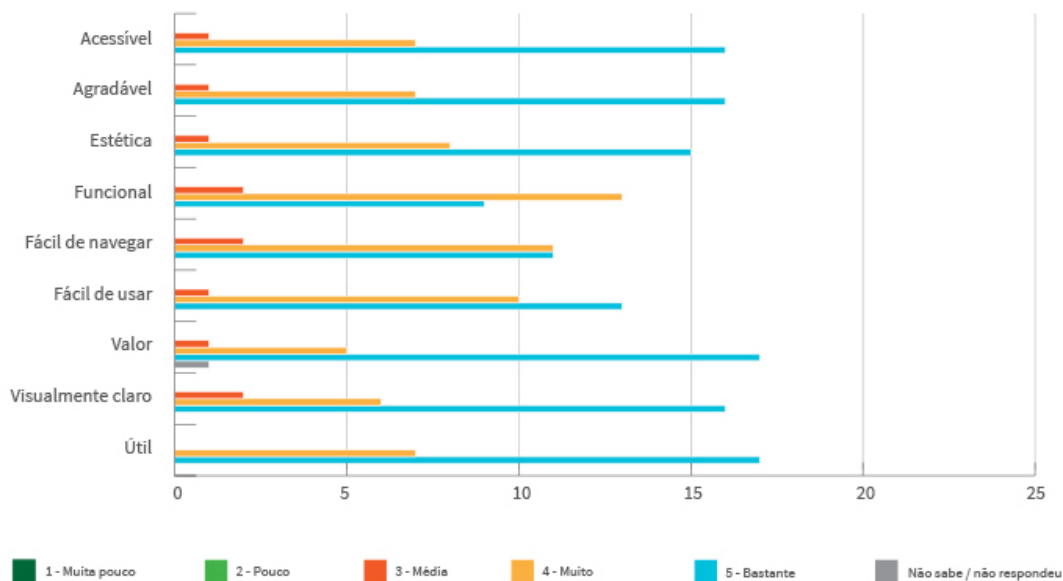
com “Bastante facilidade”; 12 (50%) com “Muita facilidade”; 2 (8,34%) com “Média facilidade”; 2 (8,34%) com “Pouca facilidade” e 2 (8,34%), “Não sabe/não respondeu”.

Com a questão seguinte, de escala ordinal (1-5), pretendeu-se reunir os resultados sobre a experiência do utilizador (Gráfico 4.10). Em que, em relação às respostas com maior marcação (5 - Bastante), 17 (70,85%) participantes acreditam que a plataforma é bastante útil e tem valor; 16 (66,68%) consideram que é acessível, agradável e visualmente clara; 15 (62,51%) que tem bastante estética; para 13 (54,17%) o *website* é fácil de usar; 11 (45,83%) acham que é bastante fácil de navegar e por fim 9 (37,49%) consideram-na funcional.

Gráfico 4.10 – Experiência do utilizador

Para si a plataforma é/tem:

Número de respostas: 24

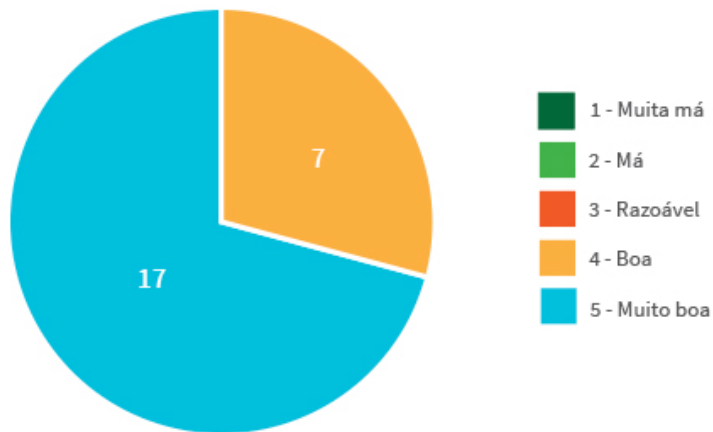


No entanto, todos os participantes avaliaram a experiência da utilização da plataforma de forma bastante positiva (Gráfico 4.11), em que, 17 (70,85%), consideraram a experiência bastante boa e, para, 7 (29,15%) respondentes foi boa.

Gráfico 4.11 – Avaliação da experiência de utilização da plataforma

Como avalia toda a experiência de utilização da plataforma?

Número de respostas: 24

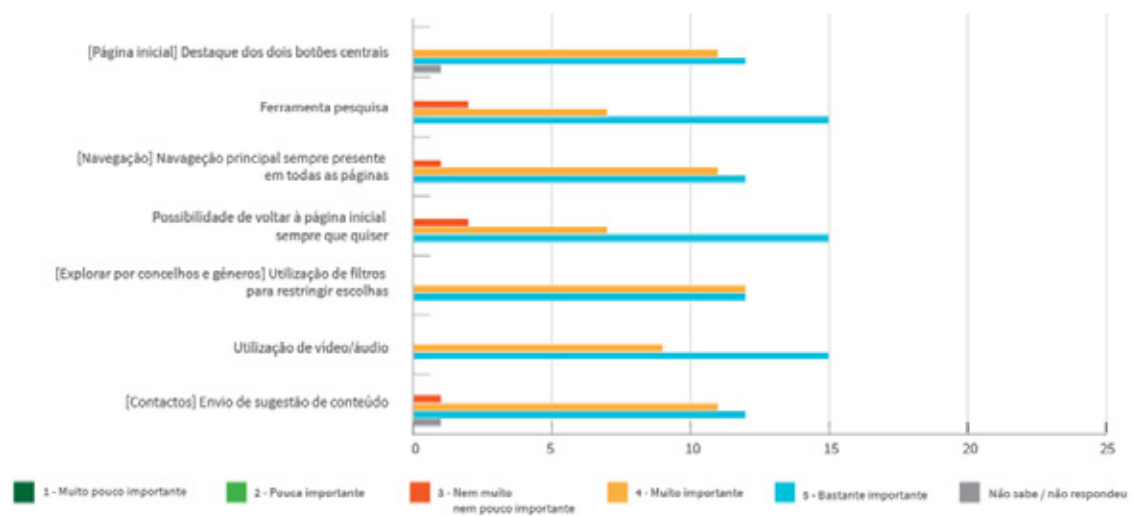


Na última questão, de escala ordinal (1-5, em que 1 é muito pouco importante e 5 é bastante importante), foi pedido aos participantes, para avaliarem a importância das características presentes na plataforma, de forma a se poder tirar conclusões sobre o que está projetado (Gráfico 4.12).

Gráfico 4.12 – Avaliação da importância das características

Avalie a importância das características numa escala 1 a 5:

Número de respostas: 24



Sendo assim, o destaque dos botões centrais, na página inicial, é bastante importante para 12 (50%); muito importante para 11 (45,83%) e 1 (4,17%), “Não sabe/não respondeu”. Para a ferramenta “Pesquisa”, 15 (62,51%) dos participantes consideram bastante importante; 7 (29,15%), “Muito importante” e 2 (8,34%), “Nem muito nem pouco importante”.

A navegação principal estar sempre presente, em todas as páginas, é bastante importante para 12 (50%); para 11 (45,83%) é muito importante e para 1 (4,17%), “Nem muito nem pouco importante”. A possibilidade de voltar à página inicial, sempre que quiser, é considerado para 15 (62,51%) bastante importante; 7 (29,15%), “Muito importante” e para 2 (8,34%), “Nem muito nem pouco importante”. A utilização de filtros, para restrição de escolhas, é considerado por 12 (50%) bastante importante, enquanto os restantes 12 (50%), acham que é muito importante. A utilização de vídeo/áudio é para 15 (62,51%), bastante importante e para 9 (37,47%) muito importante, enquanto que para 12 respondentes (50%), o envio de sugestão de conteúdo é bastante importante; para 11 (45,83%) é muito importante; para 1 (4,17%) “Nem muito nem pouco importante” e 1 (4,17%) não sabe/respondeu esta questão.

As três questões seguintes pretendiam obter *feedback*, por parte do participante, sobre a plataforma, se ele acredita que desta forma se pode ajudar na divulgação da literatura oral algarvia (Gráfico 4.13), para saber se voltaria a usar este produto (Gráfico 4.14) e, por fim, se a recomendava a um amigo (Gráfico 4.15). Nos três gráficos, 23 (95,83%) deram resposta positiva e 1 (4,17%), não sabe/respondeu à questão.

Gráfico 4.13 – Contributo na divulgação da literatura oral algarvia

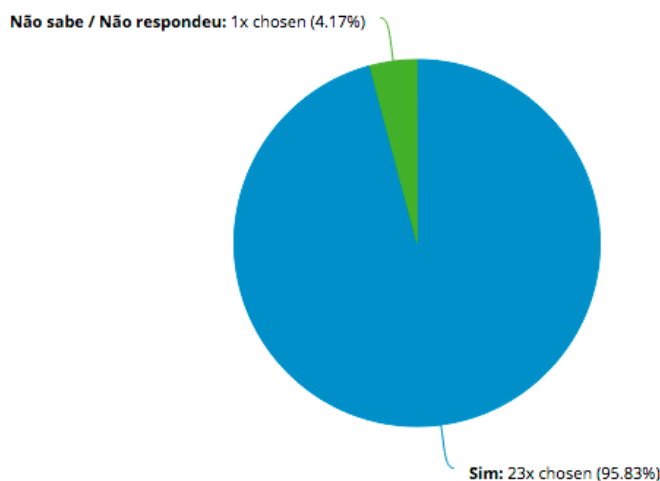


Gráfico 4.14 – Voltaria a usar este produto?

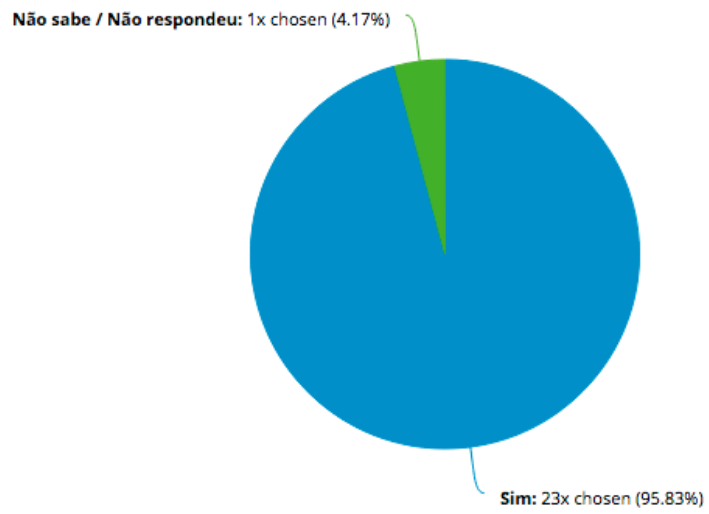
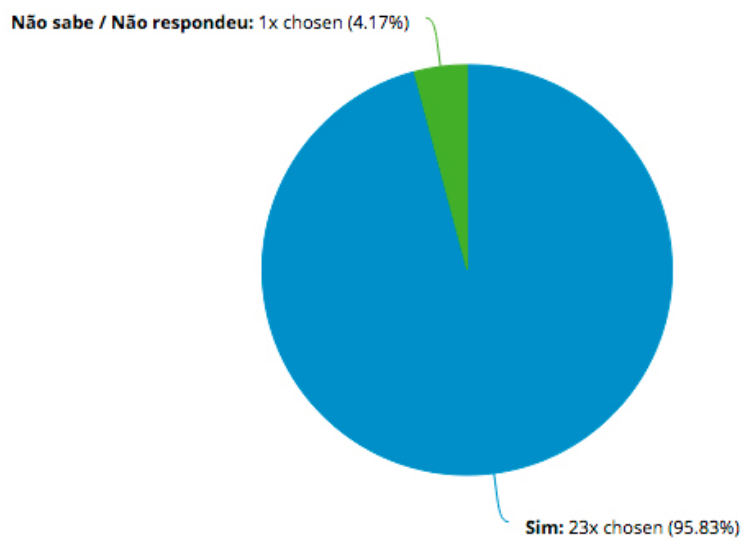


Gráfico 4.15 – Recomendação a um amigo

Recomendá-lo-ia a um amigo?

Número de respostas: 24

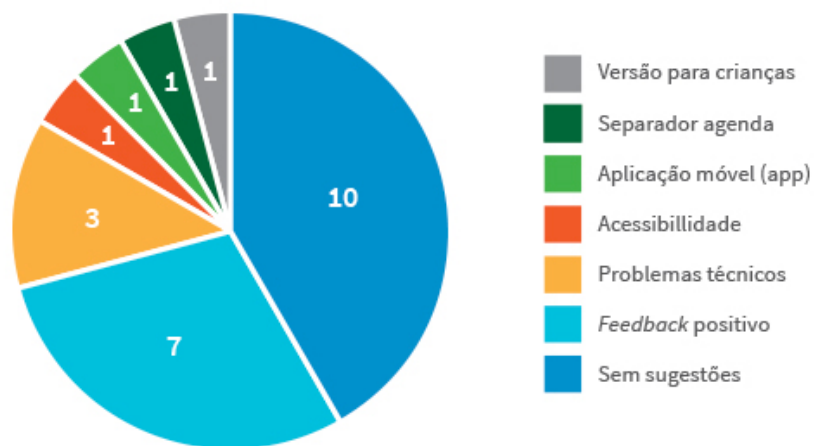


Na última questão, foi proposto aos participantes que dessem sugestões para a plataforma (Gráfico 4.16).

Gráfico 4.16 – Sugestões dos participantes

Tem outras sugestões para a plataforma?

Número de respostas: 24



Em que 10 (41,7%) não tinha nada a sugerir; 7 (29,15%) aproveitaram o facto, de terem a possibilidade de escrever, para darem *feedback* positivo sobre o projeto; 3 (12,51%) tiveram pequenos problemas técnicos; 1 (4,17%) sugeriu um separador “Agenda” para divulgação de eventos que estejam a decorrer; a criação de uma aplicação móvel foi a sugestão de 1 participante (4,17%); 1 (4,17%) mencionou a criação de uma versão para crianças com contos e músicas e, por fim, 1 respondente (4,17%), falou na possibilidade do aumento de letra e mais contraste para garantir acessibilidade a pessoas com baixa visão. Todas as respostas completas estão disponíveis no Anexo K.

4.7.2. Análise dos resultados

Todos os respondentes residem em Portugal, e a sua maioria (91,7%), é de nacionalidade portuguesa, sendo 4,17% eslovena e 4,17% catalã (consultar Anexo K). No género dos participantes, 58,33% representam o sexo feminino, e 41,67% o sexo masculino (Gráfico 4.1).

70,83% dos respondentes tinham entre 36 e 55 anos, enquanto que 29,17% encontravam-se entre os 18 e 35 anos (Gráfico 4.2). No nível de escolaridade, participantes com Bacharelato e/ou Licenciatura representam 54,17% do total, 33,32% com Mestrado, 4,17% com Doutoramento e 8,34% com o equivalente ao 12º ano (Ensino Secundário) (Gráfico 4.3).

Em relação às profissões, existe uma diversidade (consultar Anexo K), em que 20,79% são professores; 16,66% são designers; 12,51% são da área da informática; 8,34% são investigadores; 8,34% da área do ambiente e saúde; 4,17% gestor de empresas; 4,17% eletricista; 4,17% pertence ao quadro intermédio; 4,17% conservadora de museu; 4,17% tradutora; 4,17% arquiteta; 4,17% é funcionário público e 4,17% está desempregada.

Verifica-se que 95,83% participantes usam o computador há mais de 6 anos, enquanto apenas 4,17% o faz entre 4 a 6 anos (Gráfico 4.4), sendo vários os locais em que é utilizado: em casa e no trabalho, 70,81%; em casa, 12,51%; no trabalho, 4,17%; em casa no trabalho e outro, 4,17%; em casa e outro, 4,17%; e 4,17% em casa, no trabalho, na escola e outro (Gráfico 4.5). No entanto, a utilização em média da *internet*, por semana, é de mais de 10 horas para 83,33%; 5 a 10 horas para 12,50% e 2 a 5 horas para 4,17% (Gráfico 4.6).

De diversas razões para entrarem num *website* com este tipo de conteúdo, as principais são a “Curiosidade” com 24,98%, a “Outra” com outros 24,98% e 12,51% escolheram duas, a “Curiosidade” e “Professional” (Gráfico 4.7).

Na secção do questionário, referente design da experiência do utilizador e ao design da interface, a questão sobre a identificação de conteúdos, foi, num modo geral, efetuada com sucesso pela maioria dos participantes, em que, apenas se verifica, uma maior dificuldade na classificação dos géneros da literatura oral, uma vez que apenas 50% dos respondentes a identificaram com bastante facilidade (Gráfico 4.8). O facto de muitas das funcionalidades da plataforma não estarem ainda ativas, pode ter criado algumas dificuldades aos participantes.

Em relação às funcionalidades da plataforma, 91,66% teve bastante facilidade em identificar “Explorar por concelhos”, enquanto que para a “Visualização do vídeo de um trava-línguas”, apenas 24,98% teve bastante facilidade (Gráfico 4.9). O vídeo não estava a funcionar, devido a questões técnicas, o que pode ter induzido em erro os participantes. Também para a “Ficha de atividade para 1º ciclo”, apenas 41,7% teve bastante facilidade na sua identificação.

Apesar disso, em relação ao design de experiência do utilizador, 70,85% acham a plataforma bastante útil e com valor; 66,88% consideram que é acessível, agradável e visualmente clara; 62,51% acham que tem estética; para 54,17% é fácil de usar; 45,83% acham que é fácil de navegar e, para terminar, 37,49% consideram-na funcional. Este último valor pode estar relacionado com o facto do protótipo, não estar na sua totalidade a funcionar (Gráfico 4.10).

No entanto, todos os respondentes avaliaram a experiência de utilização da plataforma de forma positiva, sendo que 70,85% consideraram-na bastante boa e para 29,15% foi boa (Gráfico 4.11).

Os participantes consideraram que as características com maior importância são: a ferramenta “pesquisa”, a possibilidade de voltar à página inicial sempre que quiser e a utilização de vídeo/áudio (62,51%); o destaque dos dois botões centrais, navegação principal presente em todas as páginas, utilização dos filtros para restrição de escolhas e envio de sugestão de conteúdo (50%). Nenhum respondente considerou qualquer das características presentes na questão, muito pouco importante ou pouco importante (Gráfico 4.12).

Para terminar, 95,83% dos respondentes acredita que esta plataforma contribui para a divulgação da literatura oral algarvia, em que consideram voltar a usá-la e recomendá-la aos amigos (Gráficos 4.13, 4.14 e 4.15).

V. Conclusão

5.1. Conclusões específicas

Para os testes com utilizadores, seguiu-se a abordagem de Rubin & Chisnell (2008) e, uma vez que, o público-alvo era bastante abrangente, utilizou-se uma amostra representativa. Desta forma, o questionário demonstrou que, em termos demográficos, o público-alvo não é, exclusivamente, apesar da sua maioria, de nacionalidade portuguesa (91,66%), o que demonstra haver interesse, na Património Cultural Imaterial do Algarve, por parte de pessoas de outras nacionalidades.

Os principais motivos para acederem à plataforma são a curiosidade, razões profissionais, assim como outras não especificadas.

A criação de um protótipo, com alguma interatividade, foi importante para ajudar a compreender os problemas que podem surgir durante o teste de usabilidade, de forma a se chegar a uma solução para os resolver e melhorar a experiência dos utilizadores.

Uma vez que o protótipo iria ser testado de forma remota, houve particular atenção para que, em termos visuais, estivesse muito próximo do resultado final, apesar de não estar a funcionar a 100%.

A nível de design de interface, os participantes identificaram com bastante sucesso os conteúdos da plataforma. Mas o facto de só algumas funções estarem ativas, pode ter induzido em erro alguns participantes, que encontraram dificuldade na visualização do vídeo, na identificação da ficha de atividade para o 1º ciclo, assim como na classificação dos géneros. Sendo que, esta última, encontra-se presente em diversos pontos da plataforma, tais como na página “Sobre a literatura oral algarvia”, na página “Explorar por concelhos” e na de “Explorar por géneros”. A visualização do vídeo apesar de estar presente nos resultados, nesta fase, não se encontrava em funcionamento.

Este questionário também indica que a plataforma é considerada, pela maioria dos participantes, como: bastante útil, acessível, agradável, fácil de navegar, visualmente clara e com valor, sendo que menos de 50% consideram-na funcional, mas que em parte pode ser devido ao facto dela não ser ainda um produto final. De qualquer das formas, e tendo em consideração a avaliação por parte dos utilizadores, é necessário verificar onde podem ser feitas melhorias, e caso seja possível, fazer um novo teste de usabilidade com um produto mais perto do final. Apesar de tudo, a maioria dos respondentes considera que a experiência de utilização da plataforma foi bastante positiva.

A participação dos respondentes foi um contributo essencial para se perceber a importância das características presentes na plataforma, de forma a reajustar o que for necessário. Sendo estas, e por ordem de importância: a ferramenta “pesquisa”; a possibilidade de voltar à página inicial sempre que se quiser; a utilização de vídeo/áudio; o destaque dos dois botões centrais; a navegação principal presente em todas as páginas; a utilização dos filtros para restrição de escolhas e o envio de sugestão de conteúdo.

Após a plataforma estar funcional na sua totalidade, a ferramenta “pesquisa” irá resolver muitos dos problemas identificados por estes participantes pois, através de palavras-chave, o conteúdo será encontrado de uma forma mais direta.

Num modo geral, os respondentes acreditam que esta plataforma contribui para a divulgação da literatura oral algarvia, consideram voltar a utilizá-la, assim como recomendá-la aos amigos. Os resultados da avaliação, por parte dos utilizadores, permitiram assim identificar quais os problemas e melhorias necessárias, de forma a se chegar a um produto final que contribua para a divulgação e preservação da literatura oral algarvia. Verificou-se assim, que os problemas na sua maioria deveram-se a problemas de ordem técnica, sendo de extrema importância a execução de novos testes com utilizadores já com a plataforma a funcionar a 100%, mesmo que o conteúdo não esteja inserido na sua totalidade.

Tendo em conta que os resultados baseiam-se nos testes a um protótipo, a ser testado pela primeira vez com utilizadores, considera-se bastante positivo o facto da maioria dos participantes ter expressado o seu contentamento por esta iniciativa, e por acreditarem ser um recurso útil, para os interessados nas questões da oralidade e uma forma de contribuir para a preservação do património.

5.2. Conclusões gerais

O património cultural imaterial é definido pelas práticas, representações, expressões, conhecimento e competências que são reconhecidas por comunidades, em que a literatura oral tem tido, ao longo dos tempos, um papel importante como forma de partilha.

Através da memória, individual e coletiva, preservam-se um conjunto de saberes, conhecimentos e tradições que são parte da identidade cultural de um grupo. É necessário o registo destas memórias como forma de preservação.

O design de comunicação pode, desta forma, e devido ao seu papel interventivo, atuar em diferentes direções que partilham o mesmo objetivo, que é a preservação e divulgação da literatura oral algarvia, sendo esta parte da identidade de uma comunidade.

Esta investigação, teve como finalidade a criação de uma plataforma digital, de forma a servir de repositório, para a literatura oral do Algarve, em que foram incluídos os aspetos mais importantes para uma boa solução de design de interação, na qual os utilizadores podem usufruir de uma experiência funcional, adequada aos conteúdos, cativante, recompensadora através de uma interface. Nesta plataforma, os utilizadores podem ter acesso a algumas funcionalidades tais como, pesquisar por palavras-chave, visualização de vídeos, possibilidade de restringir resultados através da seleção de filtros ou recursos para educadores.

Os testes de usabilidade sugerem que esta plataforma pode contribuir para a divulgação da literatura oral algarvia, validando deste modo o protótipo, respondendo positivamente à nossa questão de investigação e sustentando a nossa hipótese: que um produto digital pode, de facto, contribuir para a divulgação e preservação da literatura oral algarvia.

5.3. Identificação das limitações

A principal limitação no desenvolvimento desta investigação esteve relacionada com toda a informação associada à literatura oral algarvia. Existe um grande espólio de recolhas, mas este encontra-se disperso por todo o Algarve o que torna o seu acesso mais difícil. O facto de existirem poucos registos em fotografia, áudio e/ou vídeo para colocação no plataforma, foi também outra limitação encontrada durante o decorrer desta investigação.

De salientar também algumas limitações no que diz respeito aos testes de utilizadores, uma vez que, tendo sido estes remotos e sem moderação, o número de participantes foi mais reduzido em relação às nossas expetativas.

5.4. Recomendações para trabalho futuro

Para a implementação desta plataforma, é crucial a cooperação, entre diversos especialistas, das diferentes áreas que este projeto engloba. Desde investigadores, instituições e especialistas na área da literatura oral algarvia, passando pelo trabalho do designer e o desenvolvimento do *website* por parte de programadores.

Apesar de ter sido, inicialmente, considerada uma plataforma, em que as crianças também teriam acesso, era interessante seguir a sugestão de um utilizador e ser criada uma versão direcionada só para as crianças, com um design mais infantil, e com apenas algum material da literatura oral algarvia, como por exemplo, contos, trava-línguas e músicas.

Com os resultados do teste com utilizadores, surgiram outras sugestões também válidas e que merecem atenção no desenvolver do projeto, tais como: um separador “agenda”, com eventos dentro da temática, que estejam a decorrer; e ter também em consideração a acessibilidade, tanto a nível visual como da programação, com a possibilidade de aumento do tamanho de letra e maior contraste, principalmente na página de entrada.

É de extrema importância fazer uma nova avaliação junto de utilizadores, após o reajuste do protótipo que integrará sugestões e colmatará as situações encontradas durante o teste de usabilidade, já que essas foram verificadas, em parte, devido à falta de funcionalidade de algumas zonas da plataforma. E, num futuro próximo, após a implementação deste projeto, o trabalho passar pelo desenvolvimento do website responsivo (ou seja, a versão *desktop* é adaptada aos dispositivos móveis).

Bibliografia

- APEOralidade (2017). *Entrevista a J. Ruivinho Brazão*. Disponível em <http://apeoralidade.blogspot.com/2009/02/entrevista-j-ruivinho-brazao.html> (acedido a 10 de setembro de 2017)
- Bank, C., & Cao, J. (2015). *The Guide to Usability Testing*. Mountain View, CA: UXPin.
- Barnum, C. M. (2011). *Usability testing essentials: ready, set... test!*. Burlington, MA: Elsevier. ISBN: 978-0-12-375092-1
- Becker, S. A., & Mottay, F. E. (2001). A global perspective on web site usability. *IEEE software*, 18(1), 54-61.
- Botelho, S. (2013). O Material e o Imaterial na Coleção Etnográfica de Cozinha do Museu Carlos Machado. In *Revista Vox Musei – arte e património*. Vol. 1 (2), 376-388. ISSN 2182-9489.
- Café, D. C. (2007). *Património, Identidade e Memória: Proposta para a criação do Museu do Território de Alcanena*. (Dissertação para obtenção de grau de Mestre não publicada). Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias, Lisboa.
- CEAO (2015). *Centro de Estudos Ataíde Oliveira*. Disponível em www.ceao.info (acedido a 20 de Dezembro de 2015).
- Ciberdúvidas (2012). *Pla., Pel'A ou Pela?*. Disponível em <https://ciberduvidas.iscte-iul.pt/consultorio/perguntas/pla-pela-ou-pela/31019> (acedido a 20 de abril de 2017)
- Cid, C. (2013). *O contributo de um museu de design para a preservação da cultura popular - O MUDE – Museu do Design e da Moda, Coleção Francisco Capelo e a exposição Museu Rural do Século XX*. (Dissertação para obtenção de grau de Mestre não publicada). Faculdade de Belas-Artes. Universidade de Lisboa, Lisboa.
- Cooper, A., Reimann, R., Cronin, D., & Noessel, C. (2014). *About face: the essentials of interaction design*. John Wiley & Sons.
- Correia, J. (1993). Os Géneros da Literatura Oral Tradicional: Contributo para a sua classificação. In *Revista Internacional da Língua Portuguesa*, 9, 63-69.
- Costa, M. L. (2013). *Design para a inteligibilidade e fruição do património intangível: itinerários poéticos na cidade de Lisboa*. (Tese de doutoramento não publicada). Universidade de Lisboa, Lisboa.
- Dias, A. M. D. S. (2016). *Dinamizar e preservar a memória: proposta de quiosque multimédia*. (Dissertação para obtenção de grau de Mestre não publicada). ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa.
- Frascara, J. (2004). *Communication Design - Principles, Methods and Practice*. New York: Allworth Press. ISBN: 1-58115-365-1

Garrett, J. J. (2010). *Elements of user experience, the: user-centered design for the web and beyond*. Pearson Education.

Gavela, A. (2001). Michel Giacometti - Uma vida dedicada a recolher e a divulgar a música tradicional. In Aritmateia, R. (Ed), *Oralidades - Ao encontro de Giacometti*, 29-35. Lisboa: Edições Colibri. ISBN: 978-989-689-102-2.

Guerreiro, C. & Mesquita, A. (2011). Bendito e Louvado, meu conto acabado: A literatura tradicional como património cultural da Humanidade. In *Revista de Letras*, II (10), 153-164.

Guerreiro, M. (1987). Littérature populaire: autour d' un concept. In *Littérature orale traditionnelle populaire*. Actes du Colloque, Fondation Calouste Gulbenkian, Paris, 11-19.

Heller, E. (2013). *A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão*. São Paulo: Gustavo Gili.

Hill, M., & Hill, M. A. (2012) *Investigação por Questionário*, 2ª edição. Lisboa: Edições Sílabo. ISBN: 978-972-618-273-3.

Interaction Design Foundation (2018). *How to Recruit Users for Usability Studies*. Disponível em <https://www.interaction-design.org/literature/article/how-to-recruit-users-for-usability-studies>.

Jorente, M. J. V., Silva, A. R., & Pimenta, R. M. (2015). Cultura, memória e curadoria digital na plataforma SNIIC Culture, memory and digital curation in SNIIC platform. In *Liinc em Revista*, 11(1). DOI: <http://dx.doi.org/10.18225/liinc.v11i1.800>

Krucken, L. (2009). Design e território: uma abordagem integrada para valorizar identidades e produtos. *2º simpósio brasileiro de design sustentável*. São Paulo.

Leal, J. (2000). *Etnografias Portuguesas (1870-1970): cultura popular e identidade nacional*. Lisboa: Dom Quixote.

Lei de Bases da Política e do Regime de Protecção e Valorização do Património Cultural, Lei n.º 107/2001 de 8 de Setembro. *Diário da República*. I Série – A.

Lupton, E. (2014). *Thinking with type: A critical guide for designers, writers, editors, & students*. Chronicle Books.

Martins, S. D. T. (2011). *A memória de um lugar: discursos e práticas identitárias na freguesia do Castelo em Lisboa*. (Dissertação para obtenção de grau de Mestre não publicada), Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Lisboa.

Moggridge, B. (2007). *Designing interactions*. Cambridge, MA: MIT press.

Moreira, A. (2015). *Interação na comunicação visual: o exercício do design de comunicação em suportes físicos interativos*. (Dissertação para obtenção de grau de Mestre não publicada). ESAD - Escola Superior de Artes e Design, Matosinhos.

- Morville, P. (2014). *User Experience Design*. Disponível em http://semanticstudios.com/user_experience_design
- MPAGDP (2017). *A música portuguesa a gostar dela própria*. Disponível em <http://amusicaportuguesaagostardelapropria.org>
- Nielsen, J. (2000). *Why You Only Need to Test with 5 Users*. Disponível em <https://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/>
- Nielsen, J. (2003). *Recruiting Test Participants for Usability Studies*. Disponível em <https://www.nngroup.com/articles/recruiting-test-participants-for-usability-studies/>
- Nielsen, J. (2006). *Quantitative Studies: How Many Users to Test?* Disponível em <https://www.nngroup.com/articles/quantitative-studies-how-many-users/>
- Norman, D. (2013). *The design of everyday things: Revised and expanded edition*. Basic Books (AZ).
- Norman, D. & Nielsen, J. (2017). *The Definition of User Experience (UX)*. Disponível em <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>
- Oliveira, A. (2011). Cultura e identidade cultural no campo do design. In *Anais do 1º Congresso Nacional de Design P&D Design: Habitat, cultura e design*. Caxias do Sul: EducS.
- Padovani, S., Spinillo, C. G., & de Araújo Gomes, Í. M. (2009). Desenvolvimento e aplicação de modelo descritivo-normativo para análise de websites. *Production*, 19(3), 514-528.
- Peralta da Silva, E. (2000). Património e Identidade. Os Desafios do Turismo Cultural. In *Antropológicas*, 4, 217-224.
- Peralta, E., & Anico, M. (2006). *Patrimónios e identidades: ficções contemporâneas*. Oeiras: Celta.
- Preece, J., Sharp, H., & Rogers, Y. (2002). *Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction*, 1nd Ed. John Wiley & Sons Inc. London, UK.
- Raimundo, H. F. & Vieira, D. (1993). A música, a dança e o traje tradicionais: práticas significantes no concelho de Loulé. In *Al-Úlyá – Revista do Arquivo Histórico Municipal de Loulé* (2), 191-197.
- Reis, E. (2012). *Contributo para o Estudo da Literatura Oral no Algarve*. (Dissertação para obtenção de grau de Mestre não publicada), Faculdade de Ciências Humanas e Sociais. Universidade do Algarve, Faro.
- Rijo, C. (2013). *O Design e a Cultura Visual Urbana*. In *Convergências - Revista de Investigação e Ensino das Artes*, nº 12. Disponível em <http://convergencias.esart.ipcb.pt/artigo.php?id=173> (acedido a 20 de dezembro de 2015).

Rodrigues, D. (2012). Património cultural, memória social e identidade: uma abordagem antropológica. In *Ubimuseum- Revista online do Museu de Lanifícios da Universidade da Beira Interior*,1, Lisboa. ISSN 2182-6560.

Rubin, J., & Chisnell, D. (2008). *Handbook of Usability Testing: How to Plan, Design, and Conduct Effective Tests*. John Wiley & Sons.

Saad, J. (2017). *Sobre as classificações tipográficas*. Disponível em <https://medium.com/@julliasaad/tipografia-91f5957b50f7>

Saffer, D. (2010). *Designing for interaction: creating innovative applications and devices*. New Riders.

Schade, A. (2013). *Remote Usability Tests: Moderated and Unmoderated*. Disponível em <https://www.nngroup.com/articles/remote-usability-tests/>

Teia de Impulso (2017). *FOrA – Festival da Oralidade do Algarve*. Disponível em <http://teiadimpulsos.pt/projectos/fora-festival/> (acedido a 22 de junho de 2017).

Tidwell, J. (2010). *Designing interfaces: Patterns for effective interaction design*. Reilly Media, Inc.

UNESCO (2003). *Convenção para a salvaguarda do Património Cultural Imaterial*. Paris, 17 de outubro de 2003. Disponível em www.unesco.org/culture/ich/doc/src/00009-PT-Portugal-PDF.pdf

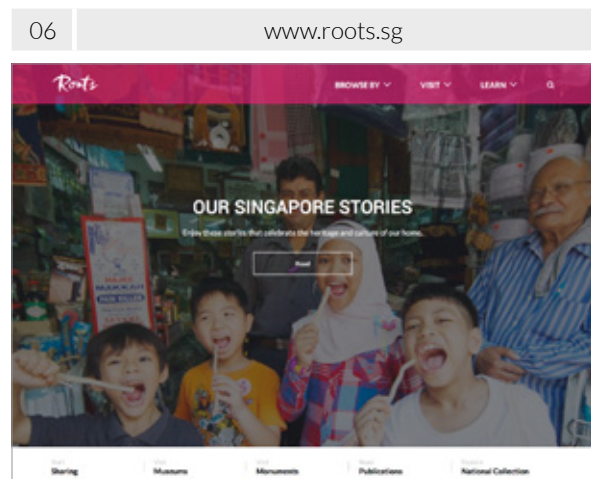
UNESCO (2016). *Recommendation on the Safeguarding of Traditional Culture and Folklore*. Disponível em <http://en.unesco.org/> (acedido a 3 de janeiro de 2016).

UNESCO (2017). *Lists of Intangible Cultural Heritage and the Register of good safeguarding practices*. Disponível em <https://ich.unesco.org/en/lists> (acedido a 3 de abril de 2017).

Usability.gov (2017). *Personas*. Disponível em <https://www.usability.gov/how-to-and-tools/methods/personas.html> (acedido a 20 de junho de 2017).

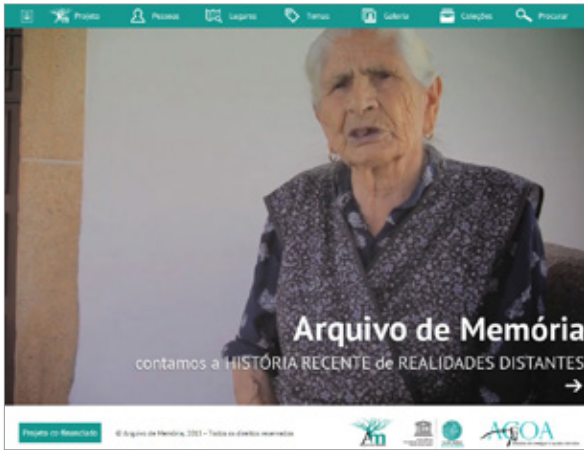
Anexo A

Imagens da página inicial dos *websites* do mapa de identificação sumária



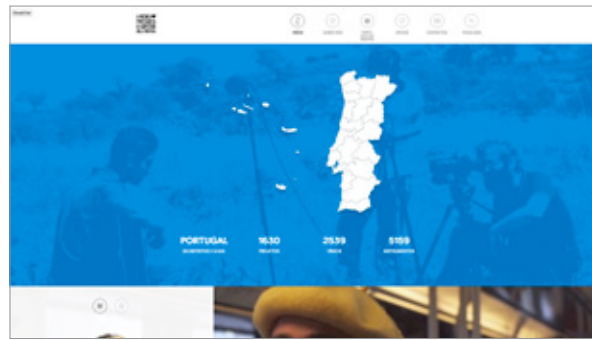
07

arquivodememoria.pt



08

amusicaportuguesaagostardelapropria.org



09

www.memoriamedia.net



10

www.bhfieldschool.org



Anexo B

Tabelas de análise dos *websites*

Os *websites* estão numerados de 01 a 10, conforme Anexo A, e para cada pergunta a resposta pode ser afirmativa (sim), negativa (não) ou N.A. (não se aplica).

	WEBSITES									
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
ESTRUTURA (conteúdo, organização de elementos)										
Apresenta informação relevante para os objetivos da investigação?	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Todos os elementos de cada página são úteis, não havendo informação desnecessária ou repetida?	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Utiliza a linguagem do utilizador evitando termos ambíguos e técnicos?	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
É rápido na quantidade de ações e tempo para concluir as tarefas?	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
A informação é atualizada?	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
O conteúdo está organizado de forma lógica e coerente?	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
O conteúdo está isento de erros factuais, de ortografia e gramática?	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
A informação é encontrada facilmente?	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Os textos são sucintos?	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
O conteúdo providencia ligações úteis?	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

DESIGN										
A identidade visual é mantida em todas as páginas?	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
É utilizada um sistema de grelha para a organização dos elementos nas páginas?	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Os ícones oferecem simplicidade, clareza e coerência?	○	○	○	○	●	○	●	●	○	●
O alinhamento do texto é na sua maioria à esquerda?	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
A família tipográfica escolhida é comum, familiar?	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Foram destacadas palavras importantes para chamar à atenção o utilizador?	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
Utilizam-se, sempre que possível, imagens de suporte à informação apresentada?	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
A cor do texto tem contraste suficiente com a do fundo?	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
A paleta de cores é limitada ao máximo de 3 ou 4 cores, sem considerar as neutras?	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
As cores auxiliam nas dicas de interação?	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
No geral o <i>layout</i> é atrativo, coerente e claro?	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

● Sim ● Não ○ N.A. (não se aplica)

	WEBSITES									
	01	02	03	04	05	06	07	08	09	10
ESTRATÉGIAS DE NAVEGAÇÃO										
A estrutura de navegação é intuitiva e fácil?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existe a ferramenta de pesquisa?	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os conteúdos mais importantes estão nas áreas visíveis do ecrã?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Todos os <i>links</i> funcionam?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O <i>website</i> apresenta o caminho feito pelo utilizador até à página atual?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>
Após clicar no <i>link</i> a página é rápida a carregar?	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O <i>website</i> previne a ocorrência de erros?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Os nomes dos <i>links</i> são concisos e explicam o conteúdo da página a que remetem?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
O sistema de navegação é constante em todas as páginas?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
É compatível com todos os navegadores (<i>browsers</i>)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Foi desenhado de modo responsivo de forma a abrir em outros dispositivos?	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Existe <i>feedback</i> entre utilizador e <i>website</i> (por exemplo email de contacto)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Sim
 Não
 N.A. (não se aplica)

Anexo C

Estudo de casos

Memoriamedia - www.memoriamedia.net

Página inicial

MEMORIAMEDIA
e-Museu do Património Cultural Imaterial

Memória Patrimonial O.E.
Instituto de Estudos de Literatura e Tradição - património, artes e cultura

[Início](#) | [Expressões Oraís](#) | [Saber-Fazer](#) | [Celebrações](#) | [Práticas Performativas](#) | [Natura e Universo](#) | [Eventos](#) | [Exposições](#) | [Ativias](#) | [Inventário](#) | [Revista](#)

PT EN

Pesquisar em todo o site

DESCARREGAR O LIVRO

PATRIMÓNIO CULTURAL IMATERIAL DO NOROCCIDENTE DE ALGARVE - práticas, rituais e histórias

MEMORIAMEDIA

[Histórias de Vida](#)

Sites Relacionados

[Investigação](#)

[Instruções](#)

[Divulgação](#)

[Colaborações](#)

Expressões Oraís
Cantos, cantos, lendas, adufeiras, provérbios e outras expressões orais, incluindo a língua como vetor do património cultural imaterial.

Saber-Fazer
Conhecimentos e modos de fazer enraizados no quotidiano das comunidades.

Celebrações
Rituais e festas que marcam a vivência coletiva do trabalho, da religiosidade, do entretenimento e outras práticas de vida social.

Práticas Performativas
Música, dança e teatro como práticas performativas comunitárias que se manifestam periodicamente ou esporadicamente.

The screenshot shows the homepage of the Balkan Heritage Field School. At the top, there is a navigation bar with a 'HOME' button, the school's logo and name 'BALKAN HERITAGE FIELD SCHOOL EXPERIENCE ARCHAEOLOGY AND CONSERVATION', and a search bar. The main banner features a large image of a stone building with the headline 'Archaeology is not only dirt. Live well while digging!'. Below the headline, text encourages visitors to explore accommodation options. The middle section contains four yellow boxes: 'HAVE A QUESTION?' with a contact link, 'FIND YOUR PROJECT!' with a link to projects, 'APPLY FOR BHFS PROJECT HERE!' with an 'APPLY NOW' link, and a 'SUBSCRIBE FOR THE BHFS LATEST UPDATES' form. The bottom section includes a 'Save up to 15%' offer, a 'DISCOVER THE MOST ANCIENT CIVILIZATIONS OF EUROPE!' link, and a 'THE BHFS LATEST VIDEO' link. The footer contains links for 'PRIVACY POLICY', 'TERMS AND CONDITIONS', 'SUPPORT BHFS', and 'THE BALKAN HERITAGE FOUNDATION', along with social media icons and a copyright notice for 2009.

Página “Projetos”

BALKAN HERITAGE FIELD SCHOOL
EXPERIENCE ARCHAEOLOGY AND CONSERVATION

SEARCH

DATES PROJECT TYPE PROJECT TOPIC HISTORICAL PERIOD

IFR
Ancient Greeks in the Land of Dionysos - Excavation of Emperion Pisliras, Thrace
Bulgaria
Courses on Reflectance Transformation Imaging (Photogrammetry and 3D) archaeological recording and modeling of artifacts, followed by an optional tour of Istanbul (Turkey).
Season dates: 26 July - 21 August, 2016
Super Early Bird Special starting from 1147 EUR (app. 1209 USD)

Archaeology of Communism - Expedition to Communist Monuments of Bulgaria
Bulgaria
Season dates: 17 June - 1 July, 2017
Early Bird Special starting from 1349 EUR (app. 1484 USD)

Apollonia Pontica Excavation Project
Bulgaria
Courses on pottery conservation and anthropology analysis of human bones found in the necropolis of Apollonia Pontica followed by an optional tour of Istanbul (Turkey).
Season dates: 26 June - 24 July, 2016
Super Early Bird Special starting from 1119 EUR (app. 1249 USD)

Bona Mansio - Roman Road Station on Via Diagonalis
Bulgaria
Season dates: 27 August - 17 September, 2016
starting from 899 EUR (app. 949 USD)

IFR
Brestro: Digging in the Time of Troy
Bulgaria
Course on artifact biographies and cultural encounters in the past and optional tours of Philippi and Kavala (Greece) and Istanbul (Turkey).
Season dates: 26 July - 23 August, 2016
Super Early Bird Special starting from 1147 EUR (app. 1209 USD)

"Fresco-Hunting" Photo Research Expedition to Medieval Balkan Churches
Bulgaria and Serbia
Season dates: 14 May - 4 June, 2016

Página “Projetos” – informação de um projeto

BALKAN HERITAGE FIELD SCHOOL
EXPERIENCE ARCHAEOLOGY AND CONSERVATION

SEARCH

Home > Projects > Apollonia Pontica Excavation Project

PREVIOUS NEXT

Apollonia Pontica Excavation Project

Bulgaria

Period: Archaic Greek, Hellenistic and Early Byzantine
Code: AREXC 16
Session 1: 26 June - 10 July 2016
Session 2: 10 - 24 July 2016
Session 3: 26 June - 17 July 2016
Session 4: 26 June - 24 July 2016
Academic credits available: up to 12
Admission fee starting from: 1189 EUR (app. 1249 USD)

LIKE SHARE PRINT

Anexo D

Perfil detalhado das *personas*

Persona nº1

	① José Oliveira
	Perfil <ul style="list-style-type: none">• 55 anos• Casado, 2 filhos adolescentes• 12ºano• Funcionário público
Características <ul style="list-style-type: none">• Tem curiosidade pelas novas tecnologias, o que faz com que navegue pela internet algumas vezes por semana (ao final do dia / noite)• Tem uma forte ligação com o passado, pois vem de uma aldeia do interior algarvio• Desde novo que se recorda de ouvir, da sua mãe e das pessoas da aldeia, provérbios e contos.	Necessidades e objetivos <ul style="list-style-type: none">• Procurar informações mais completas sobre provérbios e contos• Partilhar com a família memórias da infância• Conhecer textos e frases semelhantes aos que já conhece


Persona nº2

	② Inês Santos
	Perfil <ul style="list-style-type: none">• 9 anos• Estudante do 4º ano• Tem um irmão mais novo
Características <ul style="list-style-type: none">• Tem curiosidade pelas novas tecnologias• Não tem telemóvel e tem limite de tempo de navegação na internet por semana• É boa aluna e quer sempre aprender mais• Costuma passar férias na casa dos avós, numa aldeia algarvia, e a avó conta-lhe lendas e contos antes de dormir	Necessidades e objetivos <ul style="list-style-type: none">• Procurar mais sobre literatura oral, pois a professora deu alguns exemplos que despertou a sua curiosidade.• Procurar trava-linguas, linquitinas e contos para ensinar ao irmão e mostrar aos pais o que sabe.• Pesquisar mais sobre contos e lendas (principalmente estas por causa das mouras).


Persona nº3

	③ Sofia Matias
Características	Perfil
<ul style="list-style-type: none">• Utiliza bastante a internet, seja no telemóvel seja no computador• Tem recordações do tempo que passava com os avós na aldeia e ouvia as suas histórias• Tem curiosidade sobre as tradições populares, sobretudo na oralidade• Interesse profissional sobre literatura oral• Responsável pela secção da cultura num jornal do Algarve	<ul style="list-style-type: none">• 33 anos• Solteira• Licenciatura• Jornalista no Algarve
Características	Necessidades e objetivos
	<ul style="list-style-type: none">• Procurar informações sobre a oralidade no algarve e em que consiste• Procurar as memórias que tem dos dizeres da avó para guardar e poder partilhar mais tarde com a família

Persona nº4

	④ Paulo Costa
Características	Perfil
<ul style="list-style-type: none">• Utiliza bastante a internet, seja no telemóvel seja no computador• Gosta de cultura (erudita e popular), o que faz com que as idas aos museus sejam uma constante• Tem recordações das cantigas que a avó cantava e das histórias que o avô contava	<ul style="list-style-type: none">• 42 anos• Casado• Tem um filho com 8 anos• Licenciatura• Arquitecto
Características	Necessidades e objetivos
	<ul style="list-style-type: none">• Procurar mais informações sobre as histórias e músicas que os avós lhe transmitiam• Procurar informações sobre a oralidade no algarve e em que consiste para poder transmitir ao seu filho e partilhar nas redes sociais• Procurar informações sobre museus, ou outros, onde pode encontrar informação sobre a tradição oral

Persona nº5

	⑤ Ana Mestre
Características	Perfil
<ul style="list-style-type: none">• Utiliza bastante a internet, seja no telemóvel seja no computador• Gosta bastante de literatura, especialmente a oral• É professora com ligação muito forte aos seus alunos, sempre pronta para os ajudar• O gosto pela literatura oral vem do tempo da universidade	<ul style="list-style-type: none">• 29 anos• Solteira• Licenciatura• Professora de Português do Ensino Básico
	Necessidades e objetivos
	<ul style="list-style-type: none">• Procurar informações sobre a oralidade no algarve e em que consiste• Procurar exemplos de adivinhas e trava-línguas para mostrar aos seus alunos• Procurar atividades/ recursos sobre literatura oral algarvia• Procurar histórias curiosas sobre literatura oral para partilhar com os seus alunos

Anexo E

Vídeo “01-video_estruturaplataforma.mp4”

+

Anexo F

Vídeo “02-video-explorarconcelho.mp4”

Anexo G

Página inicial



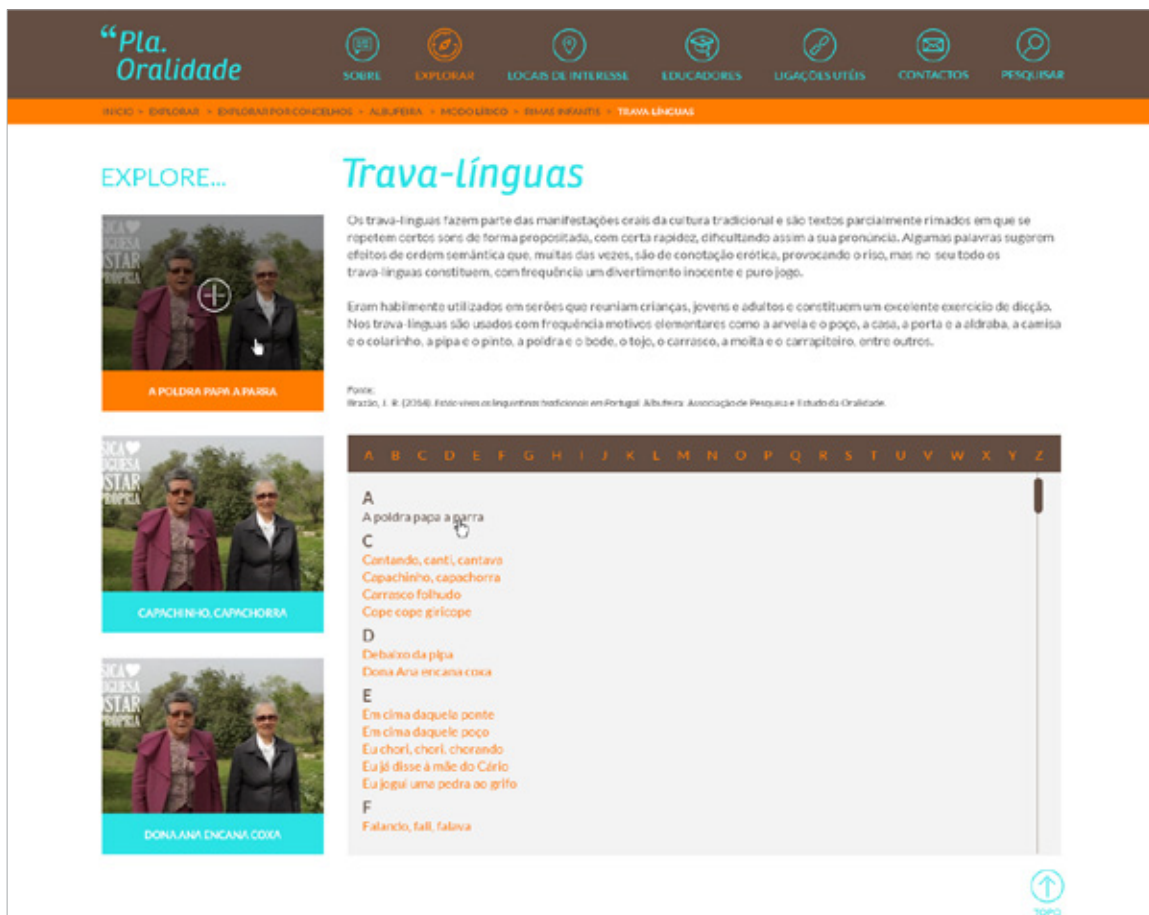
Página inicial com menu ativo



Secção “Explorar por Concelhos” - filtros



Secção “Resultados”



Exemplo com toda a informação de um conteúdo selecionado

Aqui neste caso é um trava-línguas com o título “A poldra papa a parra”

“Pla. Oralidade”

INÍCIO > EXPLORAR > EXPLORAR POR CONCEITOS > ALBUFEIRA > MODO LÍRICO

EXPLORE...

A POLDRA PAPA A PARRA

CAPACHINHO, CAPACHORRA

DONA ANA ENCANA COCA

Trava-Líng

Os trava-línguas fazem parte de jogos verbais que consistem em repetir certos sons de forma rápida e sucessiva. Os efeitos de ordem semântica e fonética dos trava-línguas constituem, em si mesmos, uma verdadeira obra de arte.

Eram habitualmente utilizados nas festas populares. Nos trava-línguas são usados o colarinho, a pipa e o pintal.

Fonte: Brazão, J. R. (2016). *Estado vivo*. In: *Estado vivo*.

A B C D E F

A
A poldra papa a parra

C
Cantando, cant!, cantando
Capachinho, capachorra
Carrasco falhado
Cope cope girlocope

D
Debaixo da pipa
Dona Ana encana coca

E
Em cima daquela ponte
Em cima daquele poço
Eu chori, chori, chorando
Eu já disse à mãe do Ciriaco
Eu jogué uma pedra ao grilo

F
Falando, fall, faleva

A Poldra papa a parra

DADOS DO INFORMANTE

Nome:	Almerinda Coelho
Ano nascimento:	-
Freguesia:	Padome
Concelho:	Albufeira
Distrito:	Faro
Data de recolha:	Abril de 2011

TRANSCRIÇÃO

A poldra papa a parra
E a parra não papa a poldra,
Como a poldra papa a parra,
Que não papa a parra a poldra?

PARTILHAR

IMPRIMIR

DESCARRILGAR

CLASSIFICAÇÃO

Modo Lítico > Rimas Infantis > Trava-Línguas

FONTES

Reis, C. (2012). Contributo para o Estudo da Literatura Oral no Algarve. Dissertação para a obtenção do Mestrado em Promoção e Mediação da Lettura. Faculdade de Ciências Humanas e Sociais, Universidade do Algarve, Faro.

Brazão, J. R. (2016). *Estado vivo*. In: *Estado vivo*. In: *Estado vivo*. Associação de Pesquisa e Estudo da Oralidade.

MPAGDF (2011). *Mojos Negralgas* [Vídeo]. Disponível em <https://vimeo.com/25845442>

Secção “Explorar por Géneros”



Secção “Locais de interesse”



Secção “Educadores”

The screenshot shows the 'Educadores' section of the 'Pla. Oralidade' website. The header includes the logo and navigation icons for 'SOBRE', 'EXPLORAR', 'LOCAS DE INTERESSE', 'EDUCADORES', 'LIGAÇÕES ÚTEIS', 'CONTACTOS', and 'PESQUISAR'. The main heading is 'RECURSOS para Educadores'. Below this, a sub-heading reads 'Encontre aqui ferramentas para despertar a curiosidade sobre a literatura oral, aos seus alunos e/ou filhos.' The content is organized into two main areas: 'Fichas de atividades para o 1º ciclo' and 'Kit de recolha de PCI'. The 'Fichas de atividades' section is divided into three sub-sections: 'PARA COLORIR', 'PARA COMPLETAR', and 'PARA LEITURA'. Each sub-section lists 'Lengalengas' and 'Adivinhas' (or 'Anedotas' and 'Lendas' in the 'PARA LEITURA' section) with a 'DESCARREGAR' button. The 'Kit de recolha de PCI' section features a book cover and a 'DESCARREGAR' button. A 'TOPO' button is located in the bottom right corner.

Secção “Ligações úteis”

The screenshot shows the 'Ligações úteis' section of the 'Pla. Oralidade' website. The header is identical to the previous section. The main heading is 'Ligações úteis'. The content lists several useful links in two columns. The left column includes: 'Universidade do Algarve' (www.uaig.pt), 'CEAO - Lendarium' (www.lendarium.org), 'Arquivo do Romaneiro Português da Tradição Oral Moderna' (www.romaneiro.pt), 'Arquivo Digital de Literatura Oral Tradicional (ADLOT)' (www.adlot.fl.ul.pt), and 'Memóriamedia (e-museu do PCI)' (www.memoriamedia.net). The right column includes: 'Matriz PCI' (www.matrizpci.dgpc.pt), 'Património.pt' (www.patrimonio.pt), 'MPAGDP' (municipioportuguesaalgarvelapropria.org), 'Teia D'Impulsos' (www.teiadimpulsos.pt), and 'UNESCO' (https://ich.unesco.org/en/). A 'TOPO' button is located in the bottom right corner.

Secção “Contactos”

“Pla. Oralidade”

SOBRE EXPLORAR LOCAS DE INTERESSE EDUCADORES LIGAÇÕES ÚTEIS **CONTACTOS** PESQUISAR

Contacte-nos

Sinta-se à vontade para trocar umas palavras connosco!

O seu nome

Indicação(s) e-mail

Mensagem

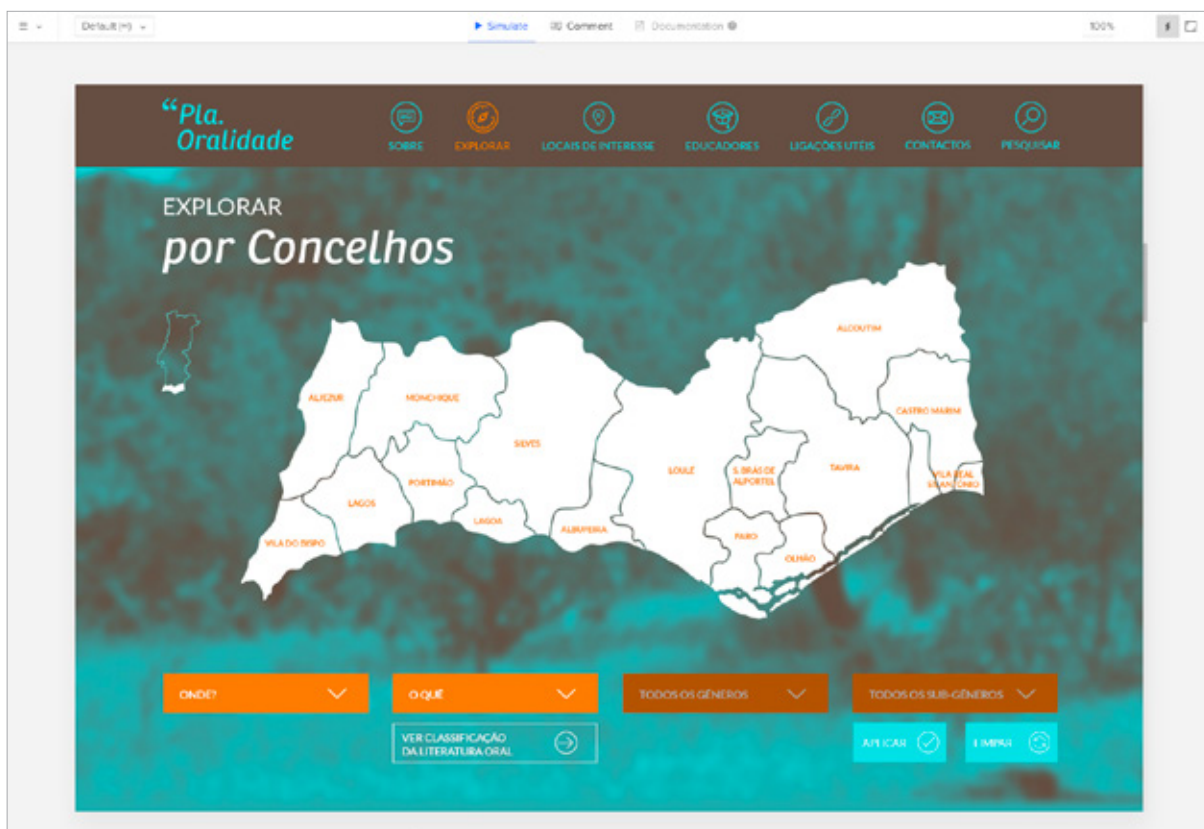
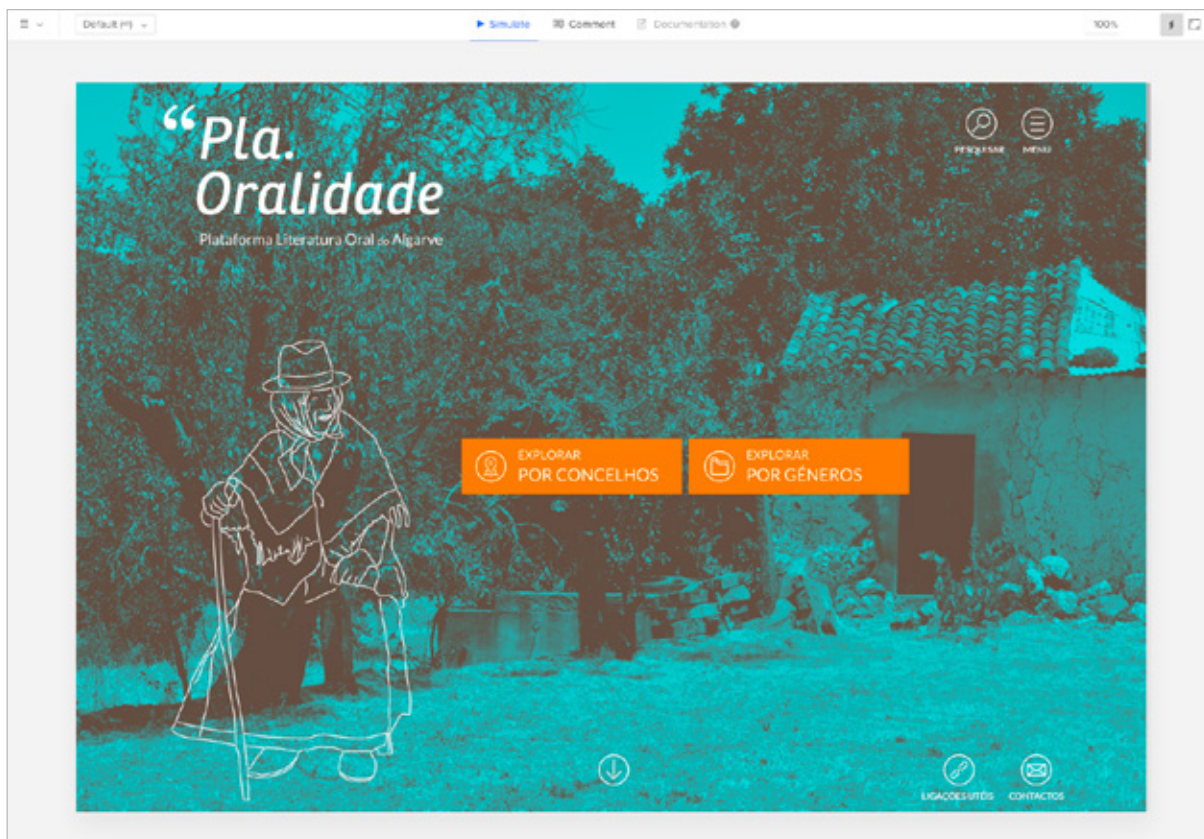
ENVIAR

Ou por e-mail para geral@plaoralidade.pt

↑
TOPO

Anexo H

Dois exemplos do protótipo na plataforma uxpín.com



Anexo I

Documento enviado com as instruções para os testes com utilizadores

**“Pla.
Oralidade**
Plataforma Literatura Oral do Algarve

Plataforma digital para divulgação
da literatura oral do Algarve

AVALIAÇÃO DO PROTÓTIPO

Antes de mais queria agradecer a sua participação nesta investigação.
O meu nome é Nélia do Olival e a plataforma é parte integrante do relatório científico final “O design digital na preservação da cultura imaterial: Registo e divulgação da literatura oral algarvia” do Mestrado de Design de Comunicação para Turismo e Cultura da Universidade do Algarve.

O objetivo da plataforma “Pla. Oralidade” é tornar acessível toda a informação sobre a literatura oral do Algarve, contribuindo assim para a preservação e divulgação da mesma.

De forma a podermos avaliar o design e a estrutura do conteúdo desta plataforma, gostaríamos que executasse algumas tarefas que se encontram na página seguinte, num processo que poderá ter a duração máxima de 20 minutos, incluindo o preenchimento de um questionário no final.

Antes de avançar existem alguns pontos a considerar:

- 1 - Não estamos a testar a si portanto não existem respostas erradas. O que está a fazer irá ajudar a compreender o que funciona e não funciona na plataforma.
- 2 - **A plataforma apresentada é só um protótipo, como tal, existem funcionalidades que não se encontram ainda ativas** (como por exemplo algumas ligações, campo de pesquisa, ícones de impressão e de partilha nas redes sociais, entre outros), sendo assim importante que siga a ordem da lista de tarefas apresentadas.
- 3 - Durante a execução das tarefas não poderá utilizar o teclado uma vez que a opção de escrita não está ativo.
- 4 - Sendo um protótipo, a plataforma poderá demorar um pouco a carregar. Esta também não se encontra ajustada para dispositivos móveis nem para os diferentes tamanhos de monitores, por isso a avaliação deverá ser efetuada num computador de secretária ou portátil. Pedimos a sua compreensão em relação a estes aspetos.

página 1 de 2

TAREFAS

Para ter acesso ao protótipo da plataforma e poder executar as tarefas utilize esta ligação:
<https://goo.gl/N9gdPc>

TAREFA 1

Procure a informação sobre a literatura oral algarvia e a sua classificação (modos, géneros e sub-géneros).

TAREFA 2

Utilizando a página principal (*homepage*) vá até ao conteúdo da página “EXPLORAR POR CONCELHOS”

TAREFA 3

Encontra-se na página “EXPLORAR POR CONCELHOS”:

- a) Selecione os trava-línguas do concelho de Albufeira utilizando os filtros.
- b) Já na página dos resultados encontre um trava-línguas que comece pela letra “A”, e visualize a informação correspondente.

TAREFA 4

Localize a página onde se encontra a informação referente às fichas de atividades do 1º ciclo.

TAREFA 5

Por último, pretende entrar em contacto com alguém responsável pela plataforma, procure a página em questão.

Após a execução das tarefas pedimos-lhe que responda a um breve questionário que levará apenas 5 minutos do seu tempo.

Link para o inquérito: <https://surveyhero.com/c/80f6cce>

Muito obrigada pelo seu tempo e disponibilidade!

Nélia do Olival

Anexo J

Questionário pós-teste

PLA. Oralidade - Plataforma digital para divulgação da literatura oral do Algarve

Este inquérito é parte integrante do relatório científico final do Mestrado de Design de Comunicação para Turismo e Cultura da Universidade do Algarve. É importante perceber quais as necessidades dos utilizadores que irão usufruir desta plataforma e a sua satisfação em relação à estrutura dos conteúdos apresentados.

Este inquérito levará apenas 5 minutos do seu tempo, sendo a sua opinião muito importante para nós. As suas respostas são confidenciais e serão utilizadas apenas para fins científicos.

Obrigada pela sua atenção e tempo dispensados!

Identificação

Por favor insira as seguintes informações: *

Nacionalidade

País de residência

Distrito

Género *

Masculino

Feminino

Idade *

Menos de 18 anos

Entre 18 e 35 anos

Entre 36 e 55 anos

Mais de 55 anos

Nível de escolaridade *

Profissão *

Há quanto tempo utiliza o computador? *

- Entre 1 a 3 anos
- Entre 4 a 6 anos
- Mais de 6 anos

Em que local utiliza o computador? *

- Em casa
- No trabalho
- Na escola
- Outro

Em média quantas horas por semana utiliza a internet? *

- Menos de 2 horas
- Entre 2 a 5 horas
- Entre 5 a 10 horas
- Mais de 10 horas

Quais as suas principais razões para entrar neste site? *

<input type="checkbox"/> Profissional
<input type="checkbox"/> Familiar
<input type="checkbox"/> Escolar
<input type="checkbox"/> Curiosidade
<input type="checkbox"/> Outra

Avaliação da plataforma

Com que facilidade identificou os seguintes conteúdos: *

	1 Muita pouca facilidade	2 Pouca facilidade	3 Média facilidade	4 Muita facilidade	5 Bastante facilidade	Não sabe / não respondeu
Sobre Literatura oral algarvia (LOA)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Classificação dos géneros da LOA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Explorar por concelhos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Explorar por géneros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Locais de interesse	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recursos para educadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ligações úteis	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Contactos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Com que facilidade identificou as seguintes funcionalidades: *

	1 Muita pouca facilidade	2 Pouca facilidade	3 Média facilidade	4 Muita facilidade	5 Bastante facilidade	Não sabe / não respondeu
Ferramenta "Pesquisa"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Explorar por concelhos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Explorar por géneros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ficha de atividade para 1º ciclo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Recursos para educadores	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visualização do vídeo de um trava-línguas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Para si a plataforma é/tem: *

	1 Muito pouco	2 Pouco	3 Médio	4 Muito	5 Bastante	Não sabe / não respondeu
Acessível	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agradável	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Estética	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Funcional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fácil de navegar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Fácil de usar	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Valor	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Visualmente claro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Útil	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Como avalia toda a experiência de utilização da plataforma? *

	1 Muito má	2 Má	3 Razoável	4 Boa	5 Muito boa	Não sabe / não respondeu
Experiência	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Avalie a importância das características numa escala 1 a 5: *

	1 Muito pouco importante	2 Pouco importante	3 Nem muito nem pouco importante	4 Muito importante	5 Bastante importante	Não sabe / não respondeu
[Página inicial] Destaque dos dois botões centrais	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ferramenta "pesquisa"	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
[Navegação] Navegação principal sempre presente em todas as páginas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Possibilidade de voltar à página inicial sempre que quiser	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
[Explorar por concelhos e géneros] Utilização de filtros para restringir escolhas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Utilização de video/áudio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
[Contactos] Envio de sugestão de conteúdo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Acredita que esta plataforma ajuda na divulgação da literatura oral algarvia? *

 Sim Não Não sabe / Não respondeu

Voltaria a usar este produto? *

 Sim Não Não sabe / Não respondeu

Recomendá-lo-ia a um amigo? *

 Sim Não Não sabe / Não respondeu

Tem outras sugestões para a plataforma? *

Anexo K

Resultados do questionário

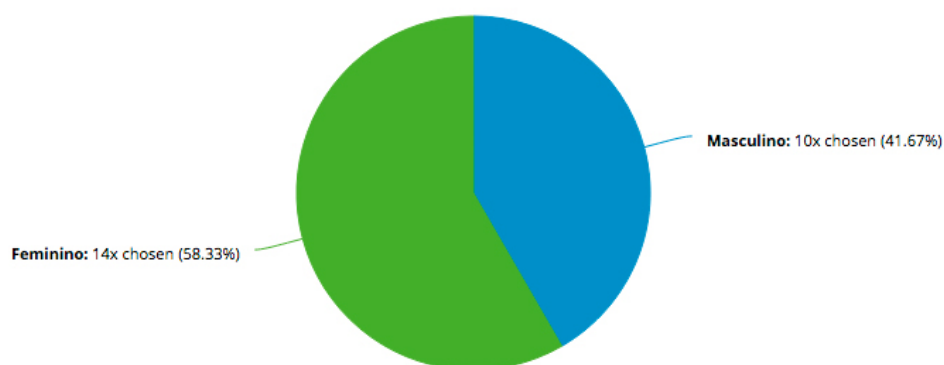
Por favor insira as seguintes informações:

Número de respostas: 24

Nacionalidade	País de residência	Distrito
Portuguesa	Portugal	Lisboa
Portuguesa	Portugal	Faro
Portuguesa	Portugal	Faro
Portuguesa	Portugal	Faro
Portuguesa	Portugal	Lisboa
Portuguesa	Portugal	Leiria
Portuguesa	Portugal	Faro
Portugues	Portugal	Leiria
Portuguesa	Portugal	Braga
portuguesa	Portugal	Faro
Portuguesa	Portugal	Faro
Portuguesa	Portugal	Faro
Catalana	Portugal	Faro
Portuguesa	Portugal	Faro
Portuguesa	Portugal	Faro
portuguesa	Portugal	Leiria
portuguesa	Portugal	Leiria
Portuguesa	Portugal	Porto
portuguesa	Portugal	Braga
Portuguesa	Portugal	Faro
Eslovena	Portugal	Faro
Portuguesa	Portugal	Faro
portuguesa	portugal	faro
Portuguesa	Portugal	Faro

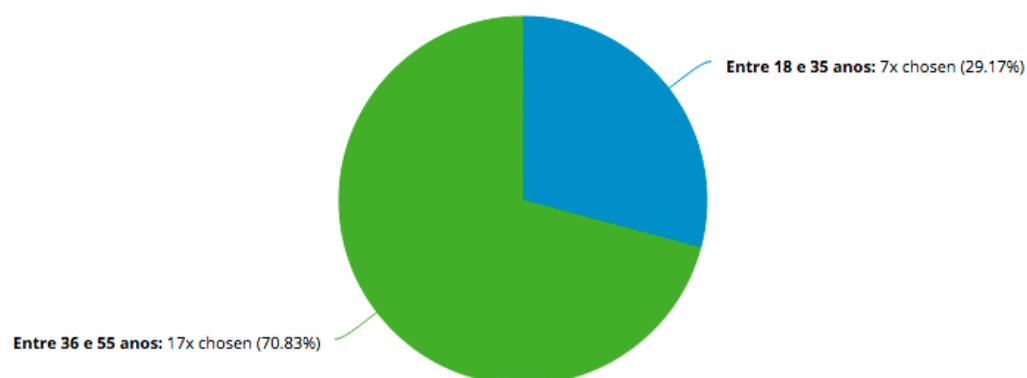
Género

Número de respostas: 24



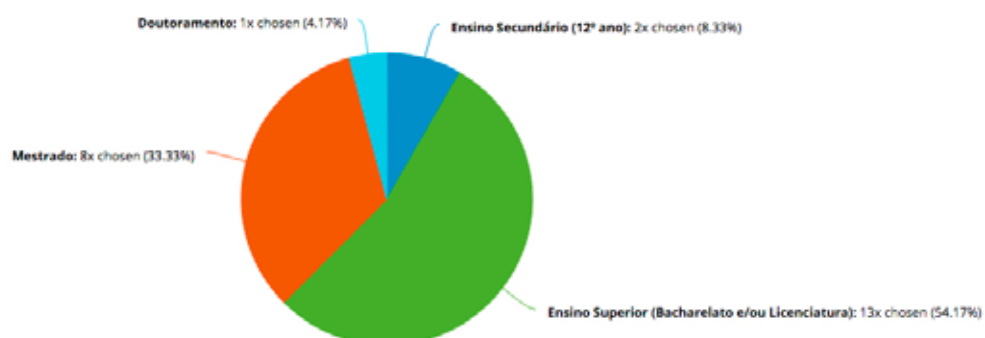
Idade

Número de respostas: 24



Nível de escolaridade

Número de respostas: 24



Profissão

Número de respostas: 24

Respostas de texto:

Investigadora

Gestor de empresas

Investigador na área de história/Agente de actividade cultural e turística

Engenheiro de Software

Professor

Eletricista

Técnico Ambiente

Artista Plástica / Professora

Professora

técnico de diagnóstico e terapêutica

designer

Quadro Intermédio

Programador

Designer

Eng. Informático

conservadora de museu

Tradutora

Arquiteta

Professora

Desempregada

Design comunicacao e Belas Artes

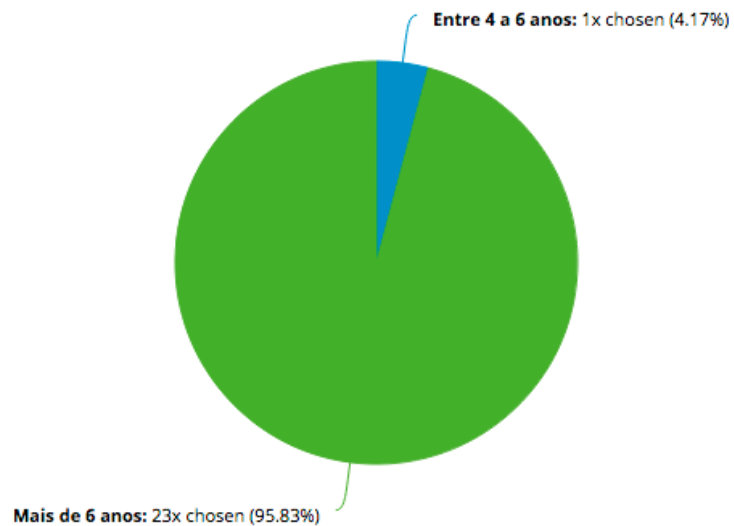
Área do ensino e comunicação

designer

Funcionário público

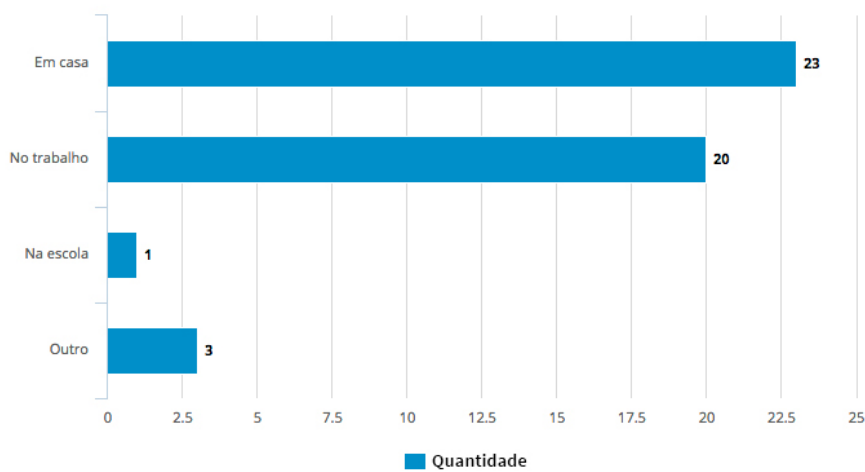
Há quanto tempo utiliza o computador?

Número de respostas: 24



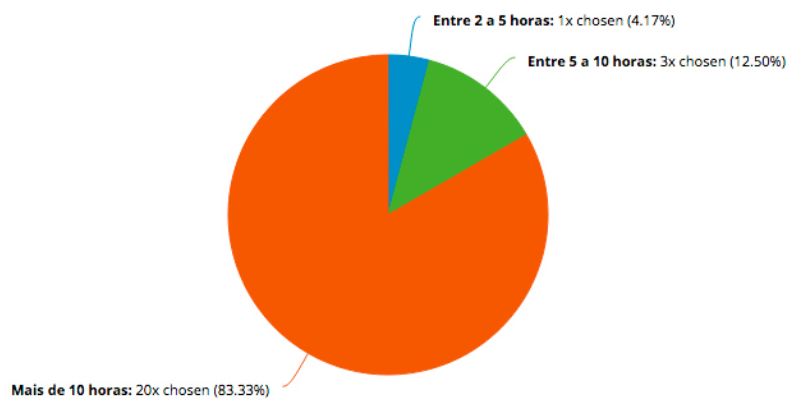
Em que local utiliza o computador?

Número de respostas: 24



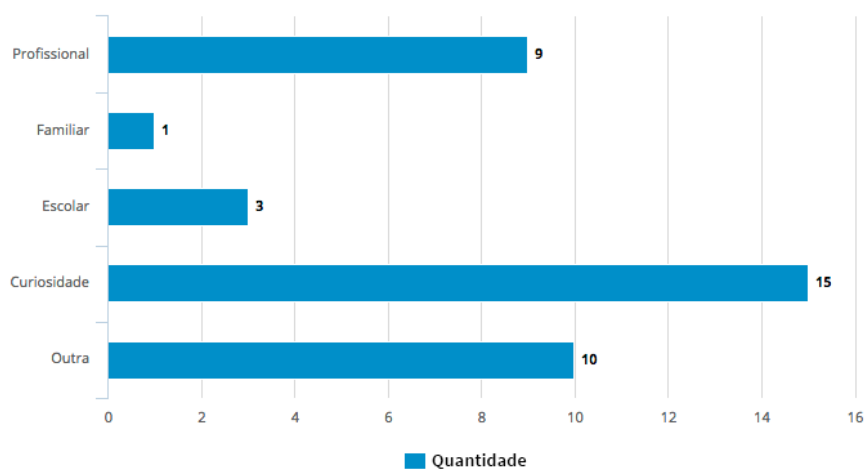
Em média quantas horas por semana utiliza a internet?

Número de respostas: 24



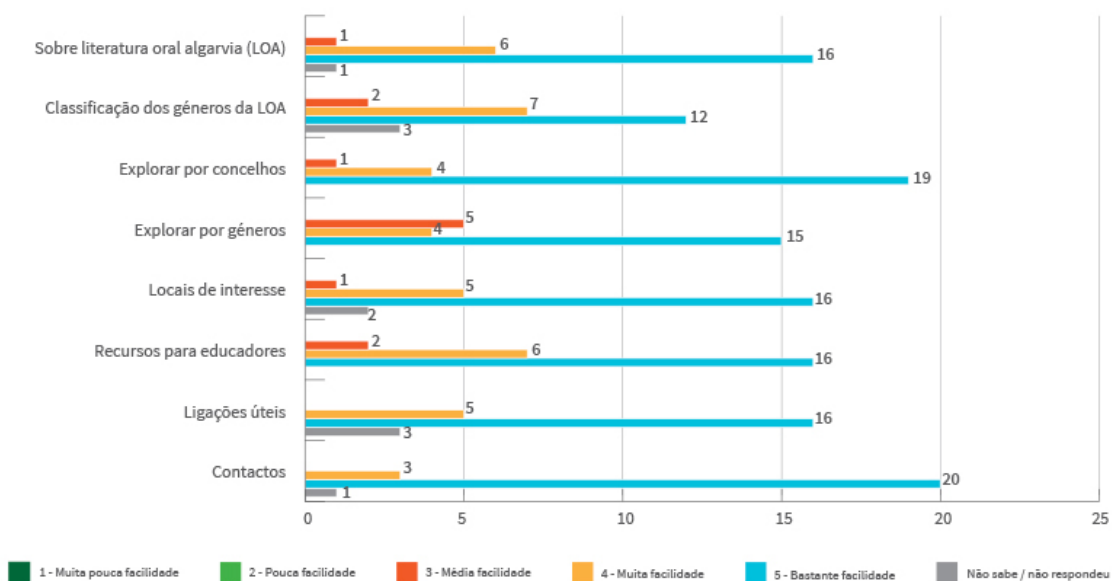
Quais as suas principais razões para entrar neste site?

Número de respostas: 24



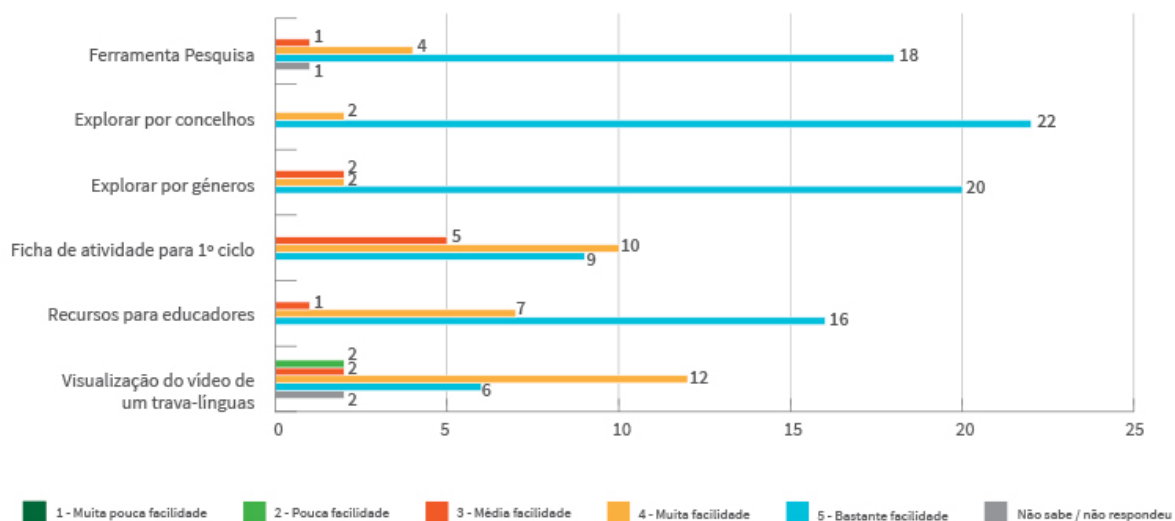
Com que facilidade identificou os seguintes conteúdos:

Número de respostas: 24



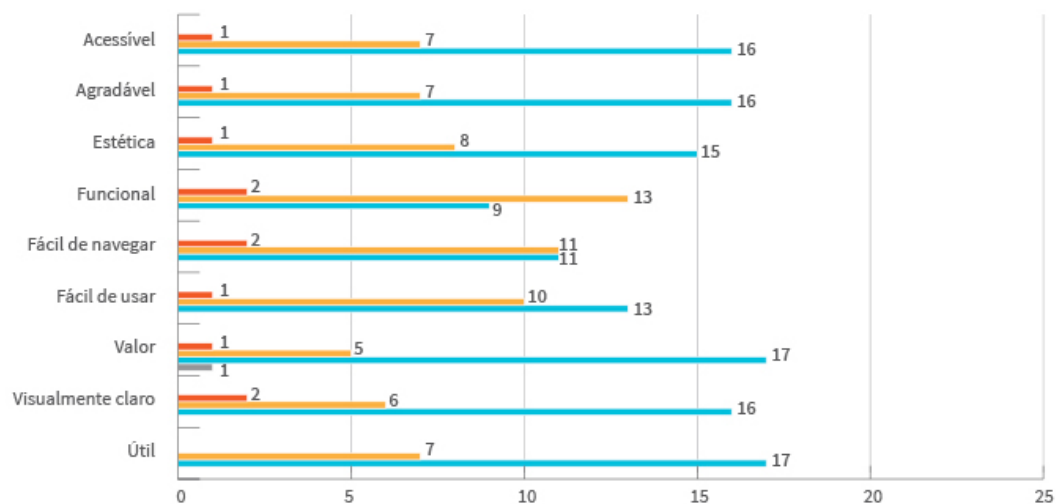
Com que facilidade identificou as seguintes funcionalidades:

Número de respostas: 24



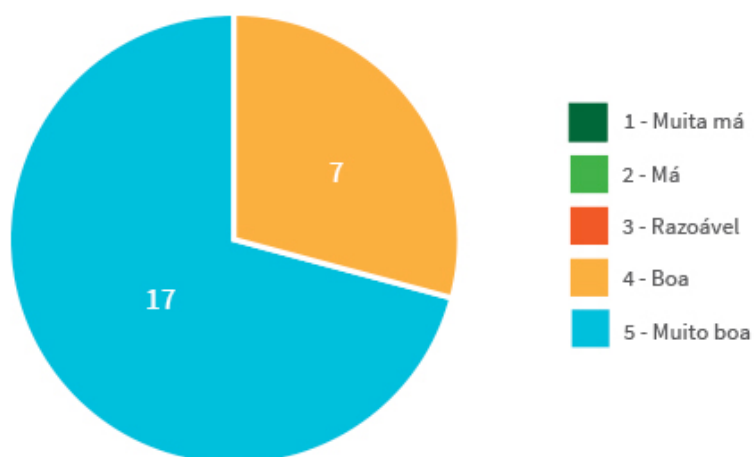
Para si a plataforma é/tem:

Número de respostas: 24



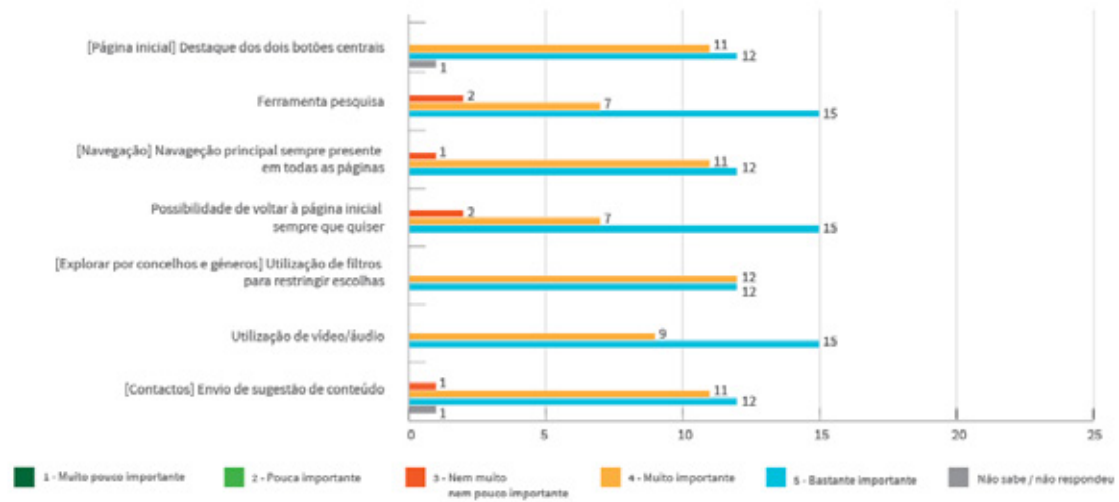
Como avalia toda a experiência de utilização da plataforma?

Número de respostas: 24



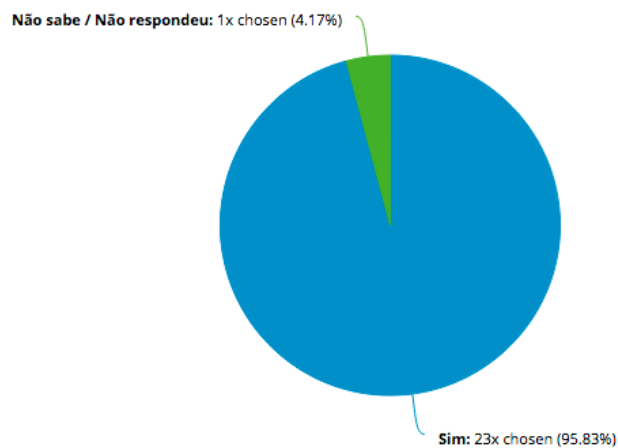
Avalie a importância das características numa escala 1 a 5:

Número de respostas: 24



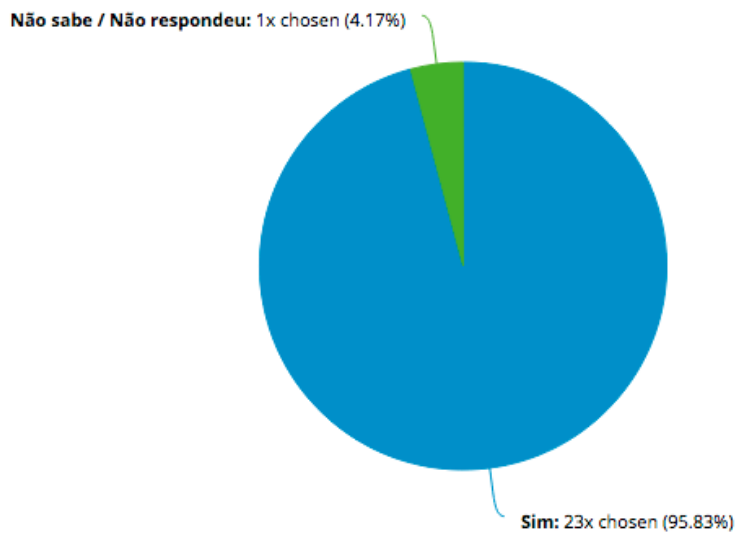
Acredita que esta plataforma ajuda na divulgação da literatura oral algarvia?

Número de respostas: 24



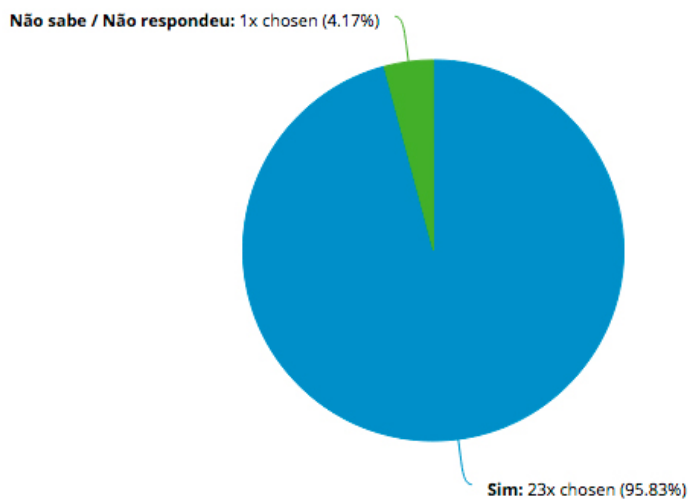
Voltaria a usar este produto?

Número de respostas: 24



Recomendá-lo-ia a um amigo?

Número de respostas: 24



Tem outras sugestões para a plataforma?

Número de respostas: 24

Respostas de texto:

Seria interessante acrescentar um separador de "Agenda" para divulgar eventos sobre o tema que se encontram a decorrer.

No geral está muito boa. Em termos de usabilidade e por se tratar de um protótipo, gostaria de ver a versão final. Acho que acrescenta bastante valor. Bom trabalho

A plataforma parece bem conseguida e pode vir a ser um recurso útil para os interessados nas questões da oralidade.

Excelente iniciativa para preservar o património que habitualmente era transmitido de geração em geração, e desta forma é possível preservar e divulgar esta riqueza cultural. Muitos parabéns pelo projecto.

Colocar tudo a funcionar direitinho e boa sorte!
Está um pré projeto muito interessante e útil.

Boa sorte para o projecto

Nada a sugerir.

Ser um pouco mais rápido a responder ao "click"

De momento não me ocorre nenhuma sugestão.
Obrigada.

Não tenho sugestões.

Criação de uma App Mobile.

não

versão para crianças para que eles possam procurar contos e músicas

Não

Parabéns! Está muito bem conseguida. Bom trabalho Nélia!

possibilidade de aumentar o tamanho de letra e mais contraste (para garantir acessibilidade a pessoas com baixa visão)

Desconheço se o nível de satisfação com a utilização da página tem a ver com o facto de ser algo ainda em fase embrionária... Não ficou claro para mim que os resultados estavam a ser apresentados logo abaixo (eu estava à espera que carregasse outra página).

Ainda assim, enquanto tradutora, considero esta uma excelente iniciativa que, com certeza, partilharei pelos meus contactos profissionais - nunca se sabe quando precisamos de traduzir algum regionalismo da zona do Algarve!

Não me ocorre nenhuma, parece-me muito bem feita.

Talvez por falha minha, ou porque no computador não se visualiza, depois de abrir o trava-línguas e ele aparecer, não o soube fechar.

Não.

gosto muito, bom projeto!

.

Não e Parabéns!

Não