
Estágio

Tecnologias de Comunicação Multimédia - Relatório de Estágio Multimédia

Vitor Marques - A041449



UNIVERSIDADE
DA MAIA **UMAIA**

2024-05-21

Conteúdo

1	Desenvolvimento do Projeto	2
1.1	Descrição do Projeto	2
1.1.1	Contexto	3
1.1.2	Objetivos	4
1.1.3	Âmbito	4
1.1.4	Cronograma	4
1.1.5	Metodologia	4
1.2	Desenvolvimento de Protótipos em Figma	4
1.2.1	Homepage	4
1.3	Solução em Wordpress	7
1.4	Refinamento	7
1.5	Final	7

Lista de Figuras

1	Carrossel Interativo da Homepage na Sua Versão Final	5
2	Carrossel Interativo da Homepage, Com Efeito, Hover Ativo num dos Elementos	6
3	Versão Antiga do Carrossel	6
4	Versão Antiga do Carrossel, Com Efeito, Hover Ativo num dos Elementos	6

1 Desenvolvimento do Projeto

1.1 Descrição do Projeto

A Kammel Österreichisches Filmservice e.U., uma empresa centrada em festivais de curtas-metragens documentais, reconheceu a necessidade de um novo website que comunicasse eficazmente a identidade da sua marca e proporcionasse um acesso rápido à informação. O antigo website estava desatualizado, com falta de conteúdos e não estava alinhado com a imagem visual da empresa.

Os principais objetivos deste projeto consistiam em desenvolver um website simples e estático que pudesse ser facilmente atualizado no futuro. Este objetivo estava alinhado com a estratégia da empresa de aumentar a credibilidade no mercado, fornecendo uma plataforma centralizada de informação. O novo website permitiria que os clientes acessem às informações necessárias de forma rápida e eficiente, levando a um aumento das inscrições nos festivais da empresa.

Outro fator-chave foi a equipa mais pequena da empresa e o foco na informação/conteúdo. A criação de um website simples permitiu uma utilização mais eficiente dos recursos e sublinhou a importância do conteúdo na condução dos objetivos comerciais.

O objetivo deste projeto era duplo: construir um website visualmente apelativo que transmitisse eficazmente a identidade da marca Kammel Österreichisches Filmservice e.U. e garantir que o website respondia a vários dados demográficos e preferências dos utilizadores.

Como entusiasta do design de meios digitais, fui atraído para este projeto devido à sua relevância no ambiente competitivo atual, em que plataformas online são essenciais para o sucesso. Também sempre quis aprender mais sobre desenvolvimento para a web e uma experiência de estágio como esta, não só iria enriquecer mais o meu conhecimento, como também, teria uma perspetiva verdadeira de como são feitas as coisas no mercado de trabalho.

Durante o meu estágio na empresa, realizei outros projetos multimédia, incluindo a criação de conteúdos para redes sociais e campanhas, o que me ajudou a melhorar as minhas competências em marketing digital e proporcionou-me uma compreensão mais ampla do processo.

TALVEZ APAGAR

Este projeto demonstra como um website bem concebido pode apoiar a estratégia global de uma empresa, fornecendo uma plataforma centralizada de informação, aumentando a credibilidade e impulsionando os objetivos comerciais. Ao aplicar os conselhos práticos e as melhores práticas deste projeto, os leitores podem aprender a criar sites eficazes que se alinham com os seus próprios objetivos organizacionais.

1.1.1 Contexto

O atual website da empresa está desatualizado e não comunica eficazmente a sua mensagem aos utilizadores. Ao analisar o website, torna-se claro que o design não está alinhado com a identidade gráfica da empresa, tornando difícil para os visitantes reconhecerem a marca.

Um dos principais problemas do website antigo é a sua fraca abordagem mobile-first. Quando visualizado num telemóvel, muitos elementos são destruídos ou aparecem distorcidos, o que resulta numa experiência de utilizador inferior. Por exemplo, o carrossel na página inicial apresenta os logos sobre os parceiros da empresa, mas os tamanhos dos dois últimos itens são maiores do que os três primeiros, o que dificulta a leitura e deixa tudo inconsistente.

Outro desafio é que o conteúdo do website está desatualizado e não reflete com precisão o estado atual da empresa. A informação apresentada é de 2019, o que significa que alguns aspetos mudaram desde então. Além disso, as informações estão escondidas atrás de botões, o que dificulta o acesso dos utilizadores a páginas importantes como os contactos. Esta falta de transparência cria uma má experiência para o utilizador.

Felizmente, quando comecei a trabalhar na empresa, toda a informação necessária foi fornecida num documento Word, separada em secções individuais. Ao organizar este conteúdo em páginas separadas, podemos apresentar cada informação sem restrições, evitando os longos scrolls pela página e assim, o design torna-se mais profissional e organizado.

É essencial criar mais páginas e reorganizar o conteúdo para melhor servir os utilizadores. O website deve também incluir elementos interativos para o tornar mais atraente e fácil de utilizar. Além disso, a empresa precisa de ter acesso a um editor de website que não exija conhecimentos de codificação, uma vez que ninguém na equipa tem os conhecimentos necessários ou tempo para aprender a desenvolver a Web.

Por último, o antigo website carecia de objetivos, não fornecendo aos visitantes informações essenciais como a página de contactos. Esta falta de transparência cria uma má experiência para o utilizador.

1.1.2 Objetivos

- Indicar claramente os objectivos do projeto, incluindo o que se esperava do seu trabalho e de que forma este beneficiaria a empresa.
 - A empresa queria atualizar o website como forma de o voltarem a utilizar
 - Eles queriam que fosse fácil mudar informações do website, portanto, era necessário utilizar algum tipo de CMS no conteúdo
 - A empresa já tinha experiência com o WordPress, portanto, eles acabaram por optar por uma solução que já conheciam
 - Antes de partir para o desenvolvimento do website em si, a empresa queria ter acesso a protótipos, para assim todos na empresa compreenderem o rumo que o site tomaria

1.1.3 Âmbito

- Descreva o âmbito do projeto, incluindo as características, as funcionalidades e os elementos de design que pretendia fornecer.

1.1.4 Cronograma

1.1.5 Metodologia

1.2 Desenvolvimento de Protótipos em Figma

1.2.1 Homepage

1.2.1.1 Carrossel

Talvez Acrescentar alguma espécie de comparação com a versão antiga, ao invés de como está agora

Para implementar a filosofia principal que defini para a homepage, decidi desenvolver um elemento interativo utilizando o efeito hover. Esta escolha traz vários benefícios, tanto em termos de apresentação de informações quanto de experiência do utilizador.



Figura 1: Carrossel Interativo da Homepage na Sua Versão Final

O uso do hover permite apresentar uma grande quantidade de informação de forma discreta, aparecendo apenas quando o utilizador precisa. Sem essa abordagem, a página precisaria ser muito longa, semelhante a uma página da Wikipédia, o que não é adequado para a homepage de um site empresarial. Numa homepage, é essencial entregar informações de maneira rápida e bem elaborada, ao contrário da Wikipédia, que tem o propósito de apresentar uma vasta quantidade de informações. Até a própria Wikipédia utiliza uma homepage mais simples, aumentando a quantidade de informação conforme capta a atenção do utilizador.

O efeito hover aumenta a interatividade do site, o que pode resultar em maior retenção dos utilizadores. Quando os visitantes interagem mais com a página, eles tendem a passar mais tempo no site e a explorar mais conteúdo. Isso é crucial para manter os utilizadores engajados e interessados. Ou seja, isto acaba por aumentar o número de clientes, já que eles ficam mais familiarizados com a marca, acabando então por querer entrar nos festivais da Filmservice.

Com o efeito hover, é possível criar um design mais complexo, como um carrossel interativo. O elemento que desenvolvi, como forma de melhor explicar, pode ser considerado uma tabela com seis colunas e uma linha, que se adapta às mudanças de tela. Por exemplo, na versão para tablets, a tabela se transforma em três colunas e duas linhas. Este design responsivo garante uma boa experiência do utilizador em diferentes dispositivos, seguindo a mentalidade de desenvolver em mobile first.

Cada um dos seis elementos da tabela tem dois estados: inativo e hover. No estado inativo, cada elemento exibe o logótipo do parceiro do festival e um degradê animado único. No estado hover, o elemento se expande, diminuindo os outros elementos inativos, e apresenta informações adicionais. Isso permite mostrar apenas a informação que o utilizador procura, mantendo a homepage compacta, moderna e única.

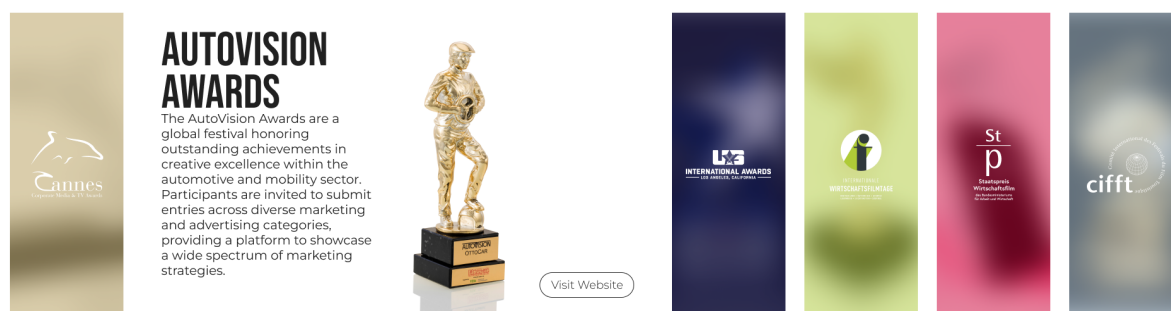


Figura 2: Carrossel Interativo da Homepage, Com Efeito, Hover Ativo num dos Elementos

Uma versão desse sistema já era utilizada na versão anterior do site, mas foi melhorada e adaptada à nova identidade da marca. Fiz alguns ajustes, como aumentar o espaço para apresentar informações, adotando um formato mais vertical. Isso permite organizar a informação em botões, textos, imagens e títulos, ao contrário da versão anterior que permitia apenas um bloco de texto grande.



Figura 3: Versão Antiga do Carrossel

Outra mudança importante foi a inclusão de uma imagem de fundo com o troféu do festival na infobox que aparece com o hover. Esta imagem atrai o utilizador a inscrever-se no festival, associando o troféu a prestígio. Além disso, incluí um botão com link para o festival, facilitando a navegação para utilizadores menos experientes com tecnologia. No design anterior, era necessário clicar em qualquer parte da infobox, o que não indicava claramente essa funcionalidade. Com o botão, essa função fica evidente, melhorando a acessibilidade e a usabilidade do site.



Figura 4: Versão Antiga do Carrossel, Com Efeito, Hover Ativo num dos Elementos

O desenvolvimento de elementos interativos, com efeito, hover para a homepage proporciona uma maneira eficiente e elegante de apresentar informações. Esta abordagem não só melhora a experiência do utilizador, como também permite um design mais dinâmico e adaptável. Implementar essas

melhorias aumenta a retenção dos utilizadores e garante que a informação seja entregue de forma eficaz e atrativa.

1.2.1.2 Call to Action Par Subscrição da Newsletter

1.2.1.2.1 Modal

1.3 Solução em Wordpress

1.4 Refinamento

1.5 Final