UNIVERSIDADE FEEVALE

INSTITUTO DE CIÊNCIAS EXATAS E TECNOLÓGICAS

CURSO DE DESIGN

MARCELO CASINHA DA COSTA SANTOS

**Desenvolvimento de um portal de gerenciamento e relacionamento de bandas**

 (título provisório)

**Plano de Trabalho de Conclusão**

Professor Orientador: Marshal Becon Lauzer

**Novo Hamburgo**

 **2011**

**SUMÁRIO**

1. Dados de Identificação 03
2. Resumo 04
3. Motivação 05
4. Objetivos 08
5. Metodologia 09
6. Cronograma 13
7. Bibliografia 14

**1 DADOS DE IDENTIFICAÇÃO**

**Título do Trabalho:**

Desenvolvimento de um portal de gerenciamento e relacionamento de bandas

**Área de Estudo:**

Design Gráfico – Ênfase em Mídias Eletrônicas

**Identificação do Aluno:**

Nome: Marcelo Casinha da Costa Santos

Telefone: (51) 3066-6556 / (51) 8148-0793

Endereço eletrônico: marcelocasinha@gmail.com

**Orientador:**

Nome: Marshal Becon Lauzer

Endereço eletrônico: marshal@feevale.br

**2 RESUMO**

Com a internet presente no cotidiano de muitas pessoas, dados do IBOPE Nielsen Online de 2012 afirmam que já são 47,5 milhões de usuários ativos no Brasil, cada vez mais elas usam deste recurso para os mais diversos fins. Seja para se expressar, através de redes sociais, para se informar, através de portais de conteúdo, ou até mesmo para organizar suas tarefas diárias, sejam elas profissionais ou pessoais. Jake Hird (2009), da Econsultancy, afirma que os *sites* de redes sociais são o quarto maior interesse dos usuários na *web*.

Sendo assim, no meio musical não é diferente, a maioria das bandas utilizam a *web* para divulgar seu trabalho das mais diversas formas. Seja através de canais de vídeo, álbum de fotos, redes sociais e *sites* próprios para centralizar todas essas informações.

Porém, todos esses recursos citados são meios de posicionar a banda perante o público. A proposta deste estudo é pesquisar especificamente o âmbito interno. Quais são as dificuldades cotidianas enfrentadas pelas bandas e se elas usam os recursos da *web* para se organizarem.

Sabe-se muito pouco sobre este ambiente, para isso será feito um estudo aprofundado, utilizando a metodologia científica para guiar a pesquisa. Posteriormente será desenvolvido o projeto de um produto para *web* focado nessas necessidades levantadas, seguindo a metodologia de projeto de Garret (2003) e respeitando diretrizes de usabilidade e acessibilidades pertinentes a esta área.

**3 MOTIVAÇÃO**

O acesso à internet já está presente no cotidiano de muitas pessoas. Segundo dados do IBOPE Nielsen Online, no Brasil, o número de usuários ativos em residências e no trabalho em janeiro de 2012 atingiu 47,5 milhões e o tempo médio de acesso neste mesmo período foi de 49,06 horas.

Hoje em dia, grande parte desses acessos acontece nos *sites* de redes sociais. Segundo Jake Hird (2009), da Econsultancy, no mundo, esse tipo de *site* é o quarto maior interesse dos usuários na *web*. Para Boyd & Ellison (apud RECUERO, 2009) os *sites* de redes sociais são ferramentas ou sistemas que possibilitam que as pessoas se comuniquem através de uma página pessoal, também conhecida como perfil, interagindo por meio de publicações e comentários. Esse perfil expõe a pessoa publicamente na *web*.

Cada vez mais surgem novos sites de redes sociais direcionados a públicos ou atividades especificas. O site *LinkedIn*[[1]](#footnote-1), por exemplo, é uma rede focada no mercado de trabalho, nele o usuário cadastrar seu currículo e informações sobre sua carreira, conseguindo então buscar por ofertas de emprego em empresas também cadastradas. Existe também no Brasil o site *Skoob*[[2]](#footnote-2), uma comunidade onde os usuários trocam informações sobre livros. Nele, os usuários podem avaliar livros que já leram ou estão lendo e ainda lista o que pretendem ler no futuro.

A música no meio digital já vem sendo usada amplamente desde 1992, quando o formato digital MP3 se tornou popular. De acordo com Santini e Lima (2005), os formatos digitais de música surgiram na década de 80. Nessa época a tecnologia começava a ficar mais acessível e dessa forma os estúdios passaram a gravar as músicas em computadores. Em relação ao formato MP3, os autores explicam que este foi criado a partir da compressão dos formatos digitais já existentes, para que as musicas pudessem ser transmitidas pela internet. Santini e Lima (2005, p. 7) explicam que “[...] as vantagens desse protocolo estão a qualidade sonora ligeiramente inferior a um CD e o fato de não possui dispositivo de proteção contra cópia”.

No cenário atual, com a internet acessível a grande parte da população e músicas em formato digital amplamente distribuídas, todo o mercado musical e especificamente as bandas voltam os olhares para este mundo, participando ativamente de diversas formas e em diversos ambientes digitais. Desses, alguns dos mais populares, onde se concentram a maioria das bandas, tanto profissionais quanto amadoras, pode-se citar serviços como *Facebook*[[3]](#footnote-3), *YouTube*[[4]](#footnote-4), *iTunes*[[5]](#footnote-5), *MySpace*[[6]](#footnote-6) e até mesmo os *sites* próprios. Dessa forma elas se fragmentam especificamente nesses serviços, pois cada um deles oferece recursos e públicos distintos, proporcionando assim uma maior visibilidade e abrangência para as bandas.

Sabe-se muito pouco sobre como as bandas usam os recursos da *web* no âmbito interno. Se elas usam ferramentas para resolver e articular questões como agenda, comunicação a distância, controle de arquivos digitais, documentos, dentre outros. Trabalhar nesta vertente é a principal proposta deste trabalho. Pesquisar como as bandas e seus músicos usam a *web* e as redes sociais para lidar com o cotidiano e ao final propor um novo produto voltado a estas necessidades específicas.

**4 OBJETIVOS**

**Objetivo Geral**

Elaborar um portal direcionado à músicos de bandas, amadoras ou profissionais, com objetivo de facilitar a organização e a comunicação entre os integrantes de forma dinâmica e prática.

**Objetivos Específicos**

* Levantar dados sobre os problemas cotidianos encontrados pelas bandas na sua organização
* Pesquisar como as bandas utilizam a *web* para se comunicar e se organizar
* Pesquisar recursos tecnológicos e diretrizes visuais pertinentes à *web* para sanar os problemas detectados nesta pesquisa
* Criar protótipos e uma interface gráfica que atenda as necessidades levantadas nas etapas anteriores.

**5 METODOLOGIA**

A Metodologia Científica possui uma série de regras que garantem a confiabilidade e padronização do conhecimento e a produção do conteúdo obtido. (PRODANOV, 2009). Sendo assim, o presente trabalho utilizará os métodos e técnicas científicas descritas a seguir.

A pesquisa será de natureza aplicada, que de acordo com Prodanov (2009) se trata da produção do conhecimento para solucionar problemas específicos através da aplicação prática. O objetivo do estudo será de classificação exploratória, pois “visa proporcionar maior familiaridade com o problema, tornando-o explícito ou construindo hipóteses sobre ele” (PRODANOV, 2009, p. 140). Ainda sobre a pesquisa exploratória, o autor ainda afirma que ela proporciona mais informações sobre o assunto estudado e possui maior flexibilidade, o que ajuda na delimitação do tema da pesquisa.

No que diz respeito ao procedimento técnico, será feita uma pesquisa bibliográfica e documental, para levantamento e análise dos mais diversos tipos de materiais a respeito do problema levantado. Para uma maior proximidade com o público em foco, também serão utilizados recursos como, entrevista e questionário. Posteriormente, será feita uma análise qualitativa dos resultados obtidos. Segundo Prodanov (2009, p. 141) esta análise é caracterizada quando “O ambiente natural é fonte direta para coleta de dados, interpretação de fenômenos e atribuição de significados”.

Para o desenvolvimento do projeto, será usada a metodologia de Garret (2003), composta por cinco planos em sequencia. Segundo o autor, cada experiência de interação realizada por um usuário em um site, é resultado de uma estratégia previamente definida para que esta ação aconteça de forma adequada.

Sendo assim, a metodologia, resumidamente, se inicia no plano estratégico, passando pelo escopo, definindo a estrutura e por fim o esqueleto e a superfície. De acordo com o autor, conforme o andamento dos planos, o produto vai se tornando gradativamente menos abstrato e cada vez mais concreto, como ilustra a imagem a seguir.



**Figura 1 - Estrutura dos planos definidos pela metodologia de Garret (2003).**

**Disponível em** [**http://www.jjg.net/elements/translations/elements\_pt.pdf**](http://www.jjg.net/elements/translations/elements_pt.pdf)

**Plano estratégico:** este plano busca definir quais os objetivos estratégicos que o projeto deve atingir, como por exemplo, metas de audiência (acessos/visitas), vendas, informação ou qualquer outro objetivo que a empresa julgar necessário alcançar através de sua presença na *web*. Garret (2003) deixa claro que também é neste plano que devem ser buscadas informações a cerca das reais necessidades dos usuários que irão navegar no *site*. “Devemos entender o que a audiência quer de nós e como isso se encaixa com os outros objetivos” (GARRET, 2003, p. 32). O autor também frisa que essas informações devem vir de fora, ou seja, obtidas através de pesquisas com o público-alvo determinado.

**Plano de escopo:** as estratégias e objetivos estudados na etapa anterior devem, neste plano, ser transformadas em especificações funcionais, ou seja, uma lista com cada funcionalidade que o site virá a ter. Segundo Garret (2003), cada uma dessas funcionalidades deve ser detalhada com seus específicos requisitos.

**Plano de estrutura:** usando o plano de escopo como insumo, de acordo com Garret (2003) na estrutura deve ser definida a hierarquia das interações, isto é, o fluxo que o usuário poderá percorrer e como o site responde ao comportamento do mesmo. “[...] a estrutura definiria como os usuários chegaram àquela página e para onde eles poderiam ir quando eles chegassem ao final” (GARRET, 2003, p.22).

**Plano de esqueleto:** nesta etapa Garret (2003) destaca que o esqueleto deve conter todos os elementos da interface de uma página, tais como, botões, abas, *links*, fotos e blocos de texto. Porém, o autor deixa claro que estes itens devem ser organizados de maneira a facilitar a eficiência do *site*, para que o usuário rapidamente se localize nele e também para que ele memorize isso para uma futura visita.

**Plano de superfície:** finalmente, neste plano deve conter toda a parte gráfica do projeto, como fotos tratadas, ilustrações, textos com tipografias adequadas e o que mais for pertinente. O autor descreve que “Algumas dessas imagens você pode clicar [...]. Algumas dessas imagens são apenas ilustrações, como uma fotografia da capa de um livro[...]” (GARRET, 2003, p. 22).

**6 CRONOGRAMA**

O trabalho será realizado de acordo com o cronograma abaixo:

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **ATIVIDADES** | fev | mar | abr | mai | jun | jul | ago | set | out | nov | dez |
| **Trabalho de Conclusão I** |
| Definição do Tema |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Elaboração do Plano de Trabalho |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Entrega do Plano de Trabalho  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Pesquisa Bibliográfica |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Levantamento de Dados |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Plano estratégico |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Entrega do Relatório de TCC |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Trabalho de Conclusão II** |
| Plano de Escopo |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Plano de Estrutura |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Plano de Esqueleto |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Plano de Superfície |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Conclusão |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

**7 BIBLIOGRAFIA**

HIRD, Jake. 20+ more mind-blowing social media statistics. **Econsultancy**, New York, ago. 2009. Disponível em: <[http://econsultancy.com/us/blog/4402-20+-more-mind-blowing-social-media-statistics](http://econsultancy.com/us/blog/4402-20%2B-more-mind-blowing-social-media-statistics)>. Acesso em: 10 mar 2012.

RECUERO, Raquel. **Redes Sociais na Internet**. Porto Alegre, RS: Sulina, 2009. 191 p. (Coleção Cibercultura).

SANTINI, Rose Marie; MONTENEGRO, Clovis Ricardo M. de Lima. **Difusão de Música na Era da Internet**. Portal de RP do Estado da Bahia, 2005. Disponível em: <<http://www.rp-bahia.com.br/biblioteca/comunicacoes-enlepicc.htm>>. Acesso em: 11 mar. 2012.

PRODANOV, Cleber Cristiano; FREITAS, Ernani Cesar de. **Metodologia do trabalho científico:** métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico. Novo Hamburgo, RS: Feevale, 2009. 288 p.

GARRET, Jesse James. **The Elements of User Experience:** User-Centered Design for the Web. Berkeley, CA: New Riders, 2003. 208 p.

1. Disponível em <http://www.linkedin.com.br> [↑](#footnote-ref-1)
2. Disponível em <http://www.skoob.com.br> [↑](#footnote-ref-2)
3. Disponível em <http://www.facebook.com> [↑](#footnote-ref-3)
4. Disponível em <http://www.youtube.com.br> [↑](#footnote-ref-4)
5. Disponível em <http://www.itunes.com.br> [↑](#footnote-ref-5)
6. Disponível em <http://www.myspace.com> [↑](#footnote-ref-6)