

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE BELAS-ARTES
FACULDADE DE ARQUITETURA



FESTIVAL DE ALMADA:
desenvolvimento de uma aplicação móvel

Nicole dos Santos Alves

Trabalho de Projeto
Mestrado em Práticas Tipográficas e Editoriais Contemporâneas

Trabalho de Projeto orientado
pelo Prof. Doutor Jorge Manuel dos Reis Tavares Duarte

2022

DECLARAÇÃO DE AUTORIA

Eu Nicole dos Santos Alves, declaro que o presente trabalho de projeto de mestrado intitulada “Festival de Almada, desenvolvimento de uma aplicação móvel”, é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas na bibliografia ou outras listagens de fontes documentais, tal como todas as citações diretas ou indiretas têm devida indicação ao longo do trabalho segundo as normas académicas.

A Candidata

Lisboa, 16 de Novembro de 2022

RESUMO

O presente trabalho de projeto tem como objetivo o desenvolvimento de uma aplicação móvel a utilizar durante a 39ª edição do Festival de Almada, um evento organizado anualmente pela Companhia de Teatro de Almada, sediada no Teatro Municipal Joaquim Benite; a aplicação funcionará como elo de ligação com o público.

A criação da *app* implicará estudos relativos a edições anteriores do Festival de Almada, uma vez que é necessário compreender quais as informações essenciais e imprescindíveis, permitindo-nos ajustar a proposta às necessidades do evento. Considera-se a utilização desta aplicação na edição do presente ano, e será necessário adequar os conteúdos atuais ao nosso *software*. Será imperativo examinar trabalhos semelhantes com o propósito de desenvolver este projeto a partir dos conhecimentos previamente estudados, acompanhando os desenvolvimentos tecnológicos ao nosso dispor.

Palavras-Chave:

Aplicações móveis em contexto de Festival; Desenvolvimento de *user experience* e *user interface*; Sustentabilidade da tecnologia; Aplicação do Festival de Almada.

ABSTRACT

The main objective of this project is the development of a mobile application to use during the Festival de Almada 39th edition, an event organized every year by Companhia de Teatro de Almada, placed in Teatro Municipal Joaquim Benite; the application will work as a connection with its public.

The app development will require studies related to previous editions of Festival de Almada, since we need to understand which is the essential information, letting us adjust the project to its purpose. We consider using this application in the present edition, and it will be necessary to adapt the current contents to our software. It will be mandatory to examine similar works in order to develop this project from previous studies, following the technological developments at our disposal.

Keywords:

Mobile apps in Festival context; User experience and user interface development; Technology's sustainability; Festival de Almada mobile app.

AGRADECIMENTOS

Um obrigada especial aos meus pais, que sempre me apoiaram e ajudaram a tornar os meus sonhos realidade. Quando eu tive dúvidas sobre se seria capaz, mostraram-me que desistir não é uma opção.

Agradeço também ao meu orientador, o Professor Doutor Jorge dos Reis, que me apresentou a Companhia de Teatro de Almada, onde atualmente desenvolvo a minha atividade profissional. Todo o apoio do professor tem sido imprescindível para conseguir uma perspetiva mais ampla em relação a este projeto.

Estou grata a toda a equipa do Teatro Municipal Joaquim Benite, que sempre se mostrou disponível facultando dados, materiais e ferramentas, tornando assim possível a realização desta dissertação. Sempre conversaram comigo, realizámos *brainstormings* de ideias, e isso desencadeou uma espécie de desbloquear de pensamentos, o que me levou a progredir no projeto e a criar uma ramificação da ideia base, a qual inicialmente não era tão sólida e concebível.

E por fim, mas não menos importante, agradeço aos *Hacker School* do Instituto Superior Técnico por me ajudarem a tornar este projeto realidade.

Obrigada a todos os que me acompanharam neste processo.

Always deliver more than expected.

Larry Page, 2021

Most people make the mistake of thinking design is what it looks like, people think it's this veneer, that the designers are handed this box and told, 'Make it look good!'

That's not what we think design is. It's not just what it looks like and feels like.

Design is how it works.

Steve Jobs, 2003

ÍNDICE

DECLARAÇÃO DE AUTORIA	I
RESUMO	II
ABSTRACT	III
AGRADECIMENTOS	IV
1. INTRODUÇÃO	1
1.1. Objetivo e motivação	2
1.2. Áreas de concentração	4
1.3. Problematização / Questões de investigação	5
1.4. Metodologia	6
1.5. Estado da arte	7
1.6. Fatores críticos de sucesso	8
1.7. Organograma	9
1.8. Cronograma	10
2. O FESTIVAL DE ALMADA	11
2.1. Análise dos programas das edições de 2017 a 2021	13
2.1.1. Análise do programa da 34^a edição do Festival de Almada	14
2.1.2. Análise do programa da 35^a edição do Festival de Almada	19
2.1.3. Análise do programa da 36^a edição do Festival de Almada	23
2.1.4. Análise do programa da 37^a edição do Festival de Almada	26
2.1.5. Análise do programa da 38^a edição do Festival de Almada	28
3. ANÁLISE DE CASOS DE ESTUDO	31
3.1. Aplicação 1 – Whatsupintown	32
3.2. Aplicação 2 - Festival d'Avignon	36

4. PÚBLICO-ALVO	38
5. DECISÕES TÉCNICAS E ESTÉTICAS RELATIVAS À APLICAÇÃO	41
6. <i>FIGMA, BRAVO STUDIO E AIR TABLE</i>	43
7. HACKER SCHOOL – INSTITUTO SUPERIOR TÉCNICO	45
8. ESCOLHA DO NOME E DO ÍCONE	47
9. ESCOLHA DA PALETA DE CORES	48
10. DECISÕES TIPOGRÁFICAS	49
11. PRIMEIRA VERSÃO DA APLICAÇÃO	50
11.1. Símbolos que compõem o <i>bottom navigation</i>	51
11.2. Hierarquização de informação	53
11.3. <i>Layout</i> da primeira versão	55
11.4. Proposta apresentada aos elementos da Companhia de Teatro de Almada	57
12. RESULTADOS DO TESTE REALIZADO JUNTO DOS ELEMENTOS DA COMPANHIA DE TEATRO DE ALMADA	59
13. SEGUNDA VERSÃO DA APLICAÇÃO	62
13.1. Alterações aplicadas à <i>bottom navigation</i> da segunda versão	63
13.2. Hierarquização de informação: versão 2	64
13.3. <i>Layout</i> da segunda versão	65
13.4. Resultado final – versão apresenta ao público	68

14. DIVULGAÇÃO DO PROJETO	70
15. ADESÃO E <i>FEEDBACK</i>	72
16. PERSPETIVAS FUTURAS E CONCLUSÃO	74
17. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	76
18. BIBLIOGRAFIA	78

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 – Cartaz do 39º Festival de Almada	11
Figura 2 – Programa de 2017: capa	14
Figura 3 – Programa de 2017: índice	14
Figura 4 – Programa de 2017: textos introdutórios	14
Figura 5 – Programa de 2017: homenageado	15
Figura 6 – Programa de 2017: separador <i>Espectáculos</i>	15
Figura 7 – Programa de 2017: espetáculos	16
Figura 8 – Programa de 2017: planilha	16
Figura 9 – Programa de 2017: <i>espectáculos de rua e música na esplanada</i>	16
Figura 10 – Programa de 2017: exposição de homenagem	17
Figura 11 – Programa de 2018: capa	19
Figura 12 – Programa de 2018: homenagem	19
Figura 13 – Programa de 2018: separador <i>espectáculos</i>	20
Figura 14 – Programa de 2018: <i>espectáculos de rua e música na esplanada</i>	20
Figura 15 – Programa de 2018: 40 anos da CTA em Almada	21
Figura 16 – Programa de 2018: clube de amigos	21
Figura 17 – Programa de 2018: programação anual	22
Figura 18 – Programa de 2019: capa	23
Figura 19 – Programa de 2019: separador <i>espectáculos</i>	23
Figura 20 – Programa de 2019: <i>música na esplanada</i>	24
Figura 21 – Programa de 2019: anúncio relativo ao Almada Fórum	24
Figura 22 – Programa de 2019: <i>Noite das crianças</i>	24
Figura 23 – Programa de 2019: Clube de amigos	24
Figura 24 – Programa de 2019: contracapa	25
Figura 25 – Programa de 2020: capa	26
Figura 26 – Programa de 2020: separador <i>espectáculos</i>	26
Figura 27 – Programa de 2021: capa	28
Figura 28 – Programa de 2020: 50 anos da companhia	28
Figura 29 – <i>Whatsupintown</i> : primeiro ecrã	32
Figura 30 – <i>Whatsupintown</i> : segundo ecrã	32
Figura 31 – <i>Whatsupintown</i> : página inicial	33
Figura 32 – <i>Whatsupintown</i> : menu de filtragem	33
Figura 33 – <i>Whatsupintown</i> : evento	34
Figura 34 – <i>Festival d’Avignon</i> : home	36
Figura 35 – <i>Festival d’Avignon</i> : programa por data	36

Figura 36 – <i>Festival d’Avignon</i> : programa por artista	36
Figura 37 – <i>Festival d’Avignon</i> : programa por categoria	36
Figura 38 – <i>Festival d’Avignon</i> : <i>my shows</i>	37
Figura 39 – <i>Festival d’Avignon</i> : venues > <i>list</i>	37
Figura 40 – <i>Festival d’Avignon</i> : venues > <i>map</i>	37
Figura 41 – Logotipo do Festival de Almada completo	47
Figura 42 – Parte do logotipo do Festival de Almada	47
Figura 43 – Paleta de cores: tom do FA de 2022	48
Figura 44 – Paleta de cores: cinzento	48
Figura 45 – Versão 1: <i>bottom navigation</i>	52
Figura 46 – Versão 1: <i>splash screen</i>	55
Figura 47 – Versão 1: ecrãs com vários tópicos	55
Figura 48 – Versão 1: ecrãs com informações relativas a cada tópico	55
Figura 49 – Versão 1: página inicial	57
Figura 50 – Versão 1: página inicial	57
Figura 51 – Versão 1: informação sobre o espetáculo	57
Figura 52 – Versão 1: informação sobre o espetáculo	58
Figura 53 – Versão 1: actos complementares	58
Figura 54 – Versão 1: exemplo de acto complementar	58
Figura 55 – Versão 1: música na esplanada	58
Figura 56 – Versão 1: informação	58
Figura 57 – Versão 2: menu de <i>bottom navigation</i>	63
Figura 58 – Versão 2: <i>splash screen</i>	65
Figura 59 – Versão 2: Página inicial	65
Figura 60 – Versão 2: Lista em <i>actos complementares</i>	66
Figura 61 – Versão 2: Lista em <i>informações</i>	66
Figura 62 – Versão 2: Página informativa com fotografia	67
Figura 63 – Versão 2: Página informativa sem fotografia	67
Figura 64 – Versão 2: Lista dos espetáculos com <i>Taco a taco</i>	68
Figura 65 – Versão 2: Lista dos espetáculos com <i>A coragem da minha mãe</i>	68
Figura 66 – Versão 2: Informação sobre o espetáculo <i>Taco a taco</i>	68
Figura 67 – Versão 2: Informação sobre o espetáculo <i>A coragem da minha mãe</i>	68
Figura 68 – Versão 2: Informação sobre o <i>Almoço</i>	69
Figura 69 – Versão 2: Informação sobre o <i>Jantar</i>	69
Figura 70 – <i>QR Code</i> de divulgação da <i>app</i>	70
Figura 71 – <i>QR Code</i> que remete para o vídeo da <i>app</i> que se encontra publicado no <i>youtube</i>	71

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Assinantes Festival de Almada 2017	38
Gráfico 2 – Assinantes Festival de Almada 2018	38
Gráfico 3 – Assinantes Festival de Almada 2019	38
Gráfico 4 – Assinantes Festival de Almada 2020	38
Gráfico 5 – Assinantes Festival de Almada 2021	39
Gráfico 6 – Clube de amigos 2021: género	39
Gráfico 7 – Clube de amigos 2021: profissão	39
Gráfico 8 – Clube de amigos 2021: décadas de nascimento	40
Gráfico 9 – Possíveis ícones para a <i>bottom navigation</i>	51
Gráfico 10 – Versão 1: hierarquização da informação	54
Gráfico 11 – Versão 1: resultados do teste-piloto realizado junto da CTA	61
Gráfico 12 – Versão 2: hierarquização da informação	64

1. INTRODUÇÃO

O presente documento traduz-se num trabalho de cariz projetual fundamentando-se no desenvolvimento de uma aplicação móvel, *software* que se instala em *smartphones*, criada com o propósito de ser utilizada durante a 39ª edição do Festival de Almada. Como tal, para melhor reconhecimento por parte dos utilizadores, o nome da *app* será homónimo ao do evento, chamando-se assim *Festival de Almada*. O seu ícone – pequena figura através da qual reconhecemos uma *app* quando a mesma se encontra fechada – corresponderá ao logo em formato quadrado desenhado pelo artista Pedro Proença.

O Festival de Almada é um evento que decorre no mês de Julho em vários locais de Almada e Lisboa, contando já com trinta e oito edições. Trata-se de um acontecimento com muita informação a partilhar com o público. Assim sendo, através da *app* será possível aceder à informação a qualquer altura e em qualquer lugar; a Companhia poderá vincular informações de uma forma imediata, notificando o utilizador. Por acréscimo, acabará também por proteger o meio-ambiente, ao reduzir o volume de impressões necessárias para difundir a informação.

Há que salientar que inicialmente a ideia deste projeto consistia em criar uma alternativa digital da brochura que é distribuída anualmente a todos os assinantes do evento. Assim sendo, teríamos um objeto gráfico que passava a ser interativo e sustentável.

1.1. Objetivo e motivação

O objetivo deste projeto é o desenvolvimento de um novo meio de comunicação interativo e dinâmico, que liga a Companhia de Teatro de Almada (CTA) ao seu público. Chegou-se ainda a ponderar que houvesse um espaço dedicado à interação com as companhias por si acolhidas; no entanto esse plano implicaria que existisse alojamento de dados pessoais sobre os utilizadores, para que pudesse ser feito um *login* que identificasse a que grupo pertencia o usuário que estava a aceder. Ainda assim, trata-se de uma atualização a nível tecnológico, que permite que a Companhia evolua em conjunto com a sociedade, acompanhando-a.

O lançamento da aplicação será feito de uma forma faseada, dadas as limitações tecnológicas existentes e o curto espaço de tempo que temos para desenvolver o projeto, testá-lo e pô-lo em prática. Assim sendo, uma primeira versão a utilizar na 39ª edição (2022), será desenvolvida com a ajuda dos *softwares* de desenvolvimento de *apps* que dispensam qualquer conhecimento sobre programação. São eles o *Figma*, o *Bravo Studio* e o *Airtable*. Entretanto, para auxiliar no desenvolvimento da *app* juntou-se também a nós um grupo de alunos do Instituto Superior Técnico, os *Hacker School*, sobre quem iremos falar um pouco num capítulo adiante.

O segundo lançamento será feito em 2023, já sem relação com esta dissertação, e algumas das ideias que não teremos possibilidade de publicar na edição do presente ano serão utilizadas nessa altura. Para essa versão pretende-se desenvolver um novo software de raiz que será programado em *Flutter*. Através deste método, o público da CTA poderá organizar cronologicamente os espetáculos a que pretende assistir, obter informações e sinopses sobre os mesmos, e evitar sobreposições de horários. A aplicação permitirá também à Companhia criar uma ligação mais próxima e imediata com os públicos-alvo do projeto (o público do Festival de Almada e das companhias acolhidas). Havendo algo a comunicar, como uma emenda, um comunicado, uma recomendação, ou até mesmo uma curiosidade que a CTA queira partilhar, cada pessoa receberá no seu *smartphone* uma notificação com a devida informação.

Apesar de se tratar de um objetivo secundário, tal como referido anteriormente, pretende-se criar uma ferramenta de comunicação mais sustentável e económica do que as utilizadas atualmente, visto que uma *app* ajuda a diminuir a quantidade de produção impressa de objetos informativos.

Alguns dos principais benefícios deste projeto são uma maior interação com o público a que se destina, o apoio ao turismo local e o acompanhar da evolução dos meios de comunicação.

Enquanto designer gráfica da Companhia de Teatro de Almada, houve uma neces-

cidade de contribuir para a divulgação de forma inovadora e nunca antes realizada pela própria companhia, deste evento tão especial e prestigiado que é o Festival de Almada. A sugestão de criação de uma *app* foi muito bem acolhida por parte da Companhia que também contribuiu para a sua concretização.

1.2. Áreas de concentração

Existem várias áreas envolvidas neste projeto. As principais são o Design de Interface e o Design de Interação, respeitantes aos caminhos que a compõem e à sua aparência, respetivamente.

Na divulgação da aplicação serão utilizados materiais de cariz informativo que entram na área do Design de Comunicação, nomeadamente cartazes, panfletos e as próprias folhas de sala já produzidas pela Companhia. Será utilizado um *QR Code* (*Quick Response Code*) como atalho para a *Play Store*, local *online* onde se descarregam as aplicações.

1.3. Problematização / Questões de investigação

Com a criação desta nova *app* será possível levarmos o Festival de Almada conosco para qualquer recinto onde se vá assistir a um espetáculo ou até consultar em qualquer outro local. A CTA passará a ter a possibilidade de transmitir mensagens e atualizações com muito mais rapidez e eficiência, uma vez que as pessoas recebem notificações diretamente nos seus telemóveis. Por exemplo, se existir uma alteração no horário ou local de determinado espetáculo, ou caso a CTA pretenda fazer campanhas de *marketing* através da *app*, será possível fazê-lo por este meio. Um possível exemplo podia ser o de oferecer uma refeição no restaurante do Teatro Municipal Joaquim Benite à primeira pessoa a publicar uma fotografia do evento nas suas Redes Sociais.

Questão de partida:

- Pode uma aplicação servir como um dos meios de comunicação entre as várias partes durante um Festival, facilitando o dia-a-dia de todos os elementos do evento?

Questão complementar:

- Pode uma aplicação para o Festival de Almada reduzir a quantidade de papel utilizado?

1.4. Metodologia

A metodologia deste projeto é mista, não intervencionista, e intervencionista de base qualitativa, e rege-se por um conjunto de tarefas a executar, que compiladas e organizadas de forma lógica, nos ajudarão a desenvolver uma *app* que seja dinâmica, intuitiva, que conquiste o público-alvo e que dentro do tempo disponibilizado seja a sua melhor versão.

A primeira abordagem a ter será um levantamento de todas as características presentes nos programas das últimas cinco edições do Festival de Almada, para que seja possível entender os pontos-chave essenciais, indispensáveis, e se já existe uma linguagem padrão a utilizar no objeto de comunicação que iremos criar.

Posteriormente, será feita uma análise à base de dados relativa aos assinantes do Festival de Almada da última edição, para compreendermos quem são os possíveis utilizadores da *app* a nível do público, e quais as características que os definem.

De seguida faremos uma análise de casos de estudo a duas outras *apps* de funcionalidade semelhante. Será nesta fase que nos será possível identificar caminhos necessários para o bom funcionamento de um projeto deste cariz. As aplicações serão: *Whatsappintown* e *Festival d'Avignon*.

O passo seguinte será o de hierarquizar e organizar a informação recolhida até então para desenvolver o esquema de caminhos que farão parte da aplicação, o seu *layout*, e todos os detalhes envolvidos. Logo de seguida este esquema será posto em prática com a criação de um primeiro protótipo.

Antes de publicar oficialmente o projeto na *Play Store*, será feito um teste com os elementos da Companhia de Teatro de Almada para detetar derradeiras falhas e corrigi-las de imediato. A aplicação será publicada, prevê-se, com três semanas de antecedência em relação à data de inauguração do Festival de Almada, para que exista divulgação do projeto. O *download* será feito autonomamente pelos utilizadores, e o *feedback* obtido será recolhido por meio de uma caixa de comentários que estará disponível na *app*. Os resultados serão analisados e recolhidos à medida que vão sendo publicados.

Depois de a edição deste ano do Festival de Almada acabar, serão feitas melhorias e um novo protótipo com base nas opiniões partilhadas, prevendo-se que seja utilizado e publicado na edição de 2023, a quadragésima.

1.5. Estado da arte

O Festival de Almada já conta com uma tese feita a seu respeito, da autoria de Rita Henriques, em 2018. Esta dissertação de mestrado intitula-se “O Festival Internacional de Teatro de Almada. Um Estudo de Caso.” e trata-se, tal como o nome indica, de um estudo de caso feito sobre o Festival de Almada. De acordo com o resumo da respetiva dissertação, constatamos que o projeto tem por base a análise da programação e da evolução espacial e temporal do Festival de Almada.

Existe também uma grande compilação de artigos de imprensa nacional, internacional, regional e *on-line* reunida pela Companhia de Teatro de Almada, onde o Festival é mencionado. A esse acervo dá-se o nome de *Dossier de Imprensa*. Algumas das publicações onde podemos encontrar notícias relativas ao Festival são muito conhecidas por todos, como é o caso do *Jornal Público* ou do *El País*, ou de cariz regional como é o caso do *Jornal Setubalense*. Mas esta compilação não se cinge apenas a jornais, sendo composta também por revistas como é o caso da *Lux*, da *Visão* e da *Caras*, ou a nível internacional, da *Revista Artez* ou da *Tempos Novos*.

O dossier de imprensa trata-se de um objeto de consulta essencial, uma vez que nele encontramos reunidas opiniões muito diversas, quer em relação ao Festival de Almada, quer em relação à Companhia.

Para o desenvolvimento deste projeto foram-nos também facultados dados quantitativos reunidos previamente relativamente aos membros do Clube de Amigos e ao número de assinaturas dos Festivais dos últimos cinco anos.

Por fim, existe uma coleção de livros desenvolvida pela Companhia de Teatro de Almada, em que um dos volumes, intitulado *A Festa*, é integralmente sobre o Festival de Almada. O livro foi publicado em 2018, e nele encontramos um texto de Joaquim Benite, escrito em 2010, onde uma frase dita pelo mesmo se tornou numa das principais engrenagens deste projeto: “Produzem-se dezenas de milhares de exemplares de materiais de promoção – programa, um jornal, uma folha informativa diária, prospectos e panfletos diversos, mais de 20.000 folhas de sala, distribuídas em todos os espaços.” (Companhia de Teatro de Almada, 2018, p. 6)

Ainda nos dias de hoje esta produção é massiva, e com o desenvolvimento da *app* prevemos que seja possível reduzir essa quantidade de materiais gráficos.

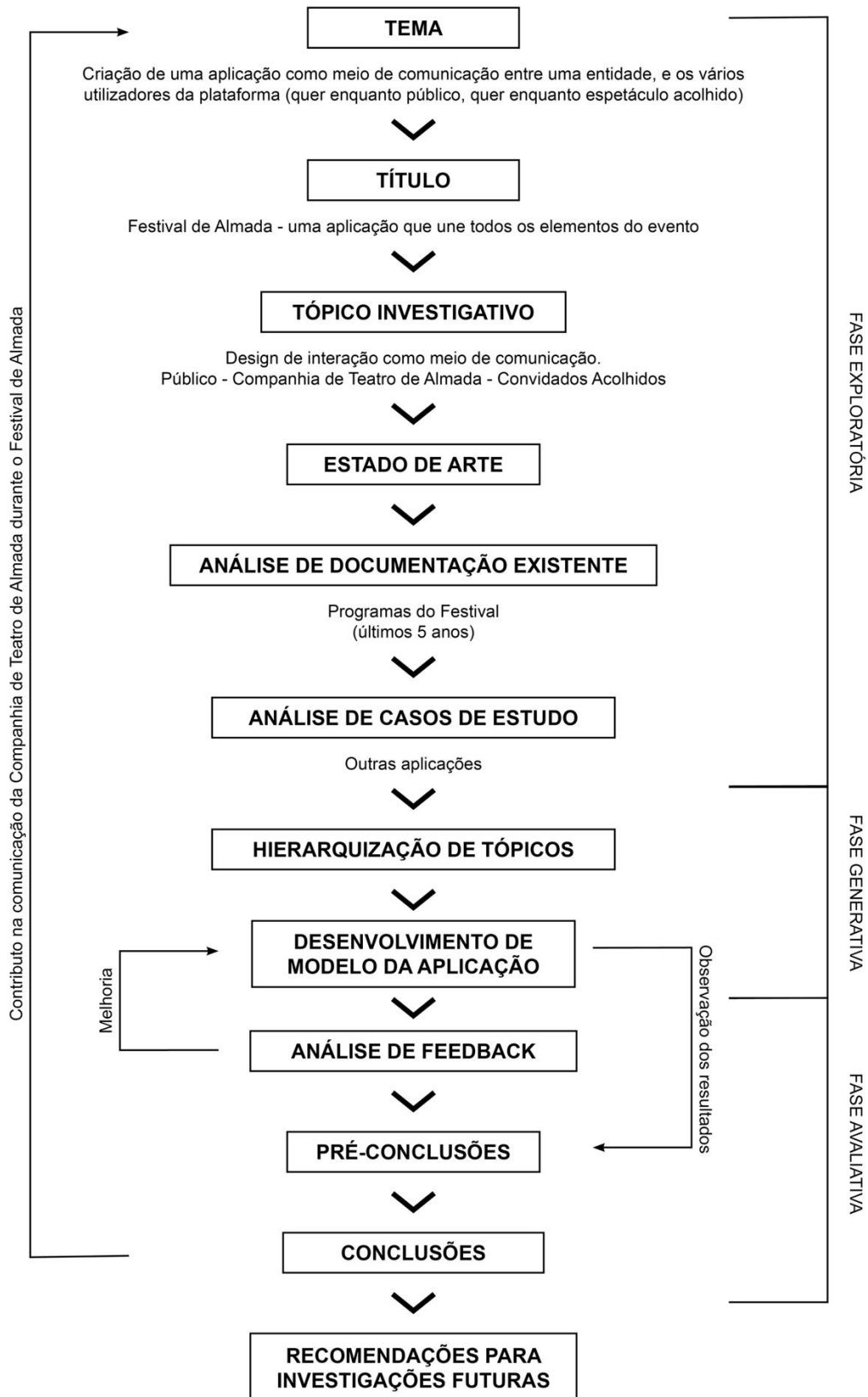
1.6. Fatores críticos de sucesso

A aplicação encontra-se apenas disponível para telemóveis com sistema *Android*, na *Play Store*, uma vez que os custos exigidos para publicar no sistema iOS são muito superiores. Tendo em conta a fase inicial e experimental em que o projeto se encontra, esse investimento é incomportável. Por acréscimo, junto do Serviço ao Público da Companhia, foi-nos possível saber que a quantidade de telemóveis *iOS* que o público possui se trata de uma minoria, levando-nos a ter mais um motivo para não publicar na *App Store*.

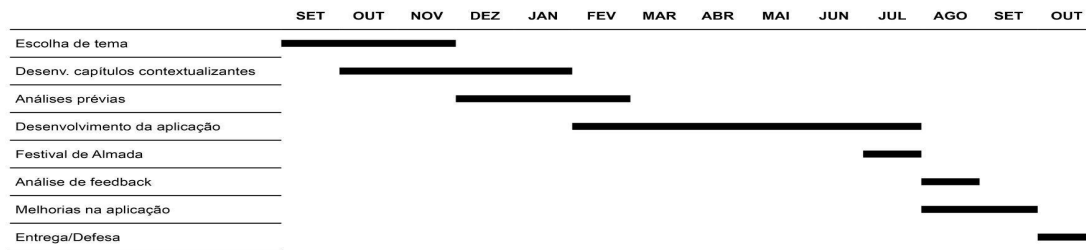
Outro dos fatores críticos de sucesso é o facto de o Festival de Almada ter a duração de apenas duas semanas, levando a que não seja possível fazer melhorias significativas no *software* durante o evento. Com isto, haverá apenas uma versão piloto da aplicação que é experimentada e avaliada pelo público, sendo todas as melhorias pensadas numa aplicação a desenvolver em futuras edições do Festival.

Ponderou-se também que a aplicação fosse desenvolvida de modo a que o utilizador, aquando da abertura do *software* pela primeira vez, tivesse oportunidade de optar entre navegar em português ou inglês. No entanto, isso implicaria que houvesse alguém a traduzir todos os conteúdos do projeto. Contudo, há que salientar que, junto a cada texto relativo a cada espetáculo, já existe um pequeno resumo traduzido para inglês pela própria organização. Apesar de não se tratar de uma aplicação mundial (uma vez que não será do interesse de uma pessoa que, por exemplo, vive noutro país e não terá possibilidade de assistir a nenhum dos espetáculos que viu divulgados), existem muitos estrangeiros a vir a Portugal na altura do Festival de Almada, e que assistem a grande parte dos espetáculos – segundo elementos da Companhia que fizeram parte da organização de edições anteriores do evento.

1.7. Organograma



1.8. Cronograma



2. O FESTIVAL DE ALMADA

O Festival de Almada surgiu em 1984, e a partir de 1988, o evento passou a ser sempre no mesmo período do ano, de 4 a 18 de Julho, tendo oscilado apenas um pouco em 1990. Desde então as datas mantiveram-se estáveis, até que em 2020 despontou a pandemia em que vivemos atualmente, que obrigou a uma mudança de estratégia. Segundo a edição de 1 de Julho de 2021 da revista *Sábado*: “À custa da Covid-19, o Festival de Almada reinventou-se em 2020: mais dias, menos gente por sessão, quase só produções portuguesas” (Bertrand, 2021, p. 100).

O evento já conta com trinta e nove edições e decorre em vários palcos, com espetáculos distribuídos por Almada e Lisboa. Existe sempre um artista convidado para o desenvolvimento do cartaz (Figura 1) e uma figura homenageada, que em 2022, foram respetivamente Tamara Alves, e José Manuel Castanheira, um “Cenógrafo, Arquitecto, doutorado pela Faculdade de Arquitectura da Universidade de Lisboa, onde é professor desde 1982” (Programa 39º Festival de Almada, 2022, p. 61). Na 35ª edição, foi lançada uma coleção de quatro livros, cujos títulos são: *Sonhar*, *Plantar*, *A festa* e *Viagem*. Segundo um texto que Joaquim Benite escreveu em 2010, e que está inserido no livro *A festa* (*Companhia de Teatro de Almada*, 2018, pp. 6 e 7), editado e produzido posteriormente ao seu falecimento, podemos entender o que é

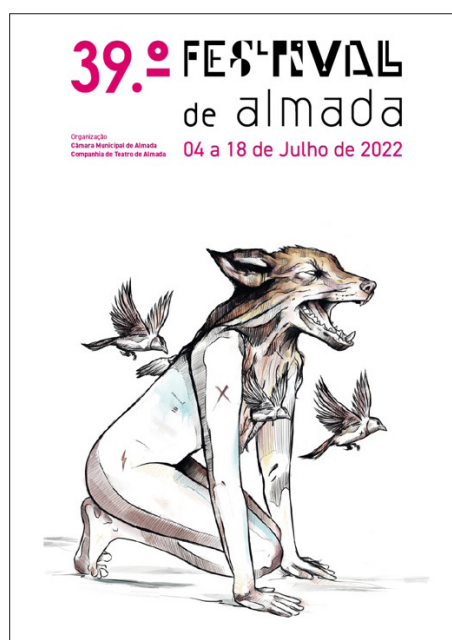


Figura 1 – Cartaz do 39º Festival de Almada

o Festival de Almada, e a evolução que foi existindo ao longo dos anos. Parafraseando e citando este texto juntamente com uma entrevista que Benite deu ao Jornal *Sem Mais* («*O teatro é uma prática moral*», 1996, pp. 36, 37 e 38), concebemos uma conclusão mais rica relativamente à essência do evento:

Inicialmente, chamava-se *A Festa de Teatro de Almada* e “nasceu [...] no Beco dos Tanoeiros, ao ar livre, com um pequeno palco montado de encontro à empena de um prédio, uma centena de cadeiras de verbena emprestadas e as casas dos moradores do Beco a servirem de camarins aos actores participantes” (Companhia de Teatro de Almada, 2018, p. 6). Com o passar das edições foi-se profissionalizando e internacionalizando, permitindo um crescimento exponencial quer a nível de público, quer a nível de espaços e um “enorme prestígio nacional e internacionalmente” (Companhia de Teatro de Almada, 2018, p. 6), altura em que o nome do evento evoluiu para *Festival Internacional de*

Teatro de Almada, mas uns anos mais tarde houve necessidade de abreviar para *Festival de Almada*, denominação que se mantém até então.

A organização do Festival de Almada é feita pela Companhia de Teatro de Almada, que se encontra sediada atualmente no Teatro Municipal Joaquim Benite, antigo Teatro Municipal de Almada. Benite foi o diretor do Festival de Almada, e a certa altura passou a ser acompanhado pelo diretor-adjunto Rodrigo Francisco, que o viria a substituir após a sua morte.

2.1. Análise dos programas das edições de 2017 a 2021

Visto que o programa do Festival de Almada é o principal elemento de divulgação relativamente a espetáculos e acontecimentos que têm lugar no evento, neste capítulo iremos fazer uma análise dos últimos cinco anos. Há que salientar que este material gráfico é distribuído gratuitamente junto do público do teatro e surge também como encarte no jornal *Expresso*.

De cariz editorial, existem também as folhas informativas, que diariamente são concebidas e distribuídas, as *newsletters* que são enviadas por e-mail, as folhas de sala que são entregues ao público aquando do início de cada espetáculo e os anúncios publicados em jornais nacionais como é o caso do *Público* ou do *Expresso*. Esta pesquisa prende-se com o facto de ser necessário compreender quais os tópicos indispensáveis a incluir e a abordar na aplicação móvel, quais os *layouts* e cores que predominam (no caso de isso acontecer), quais as fontes e a hierarquia de informações.

2.1.1. Análise do programa da 34ª edição do Festival de Almada

O presente programa corresponde à 34ª edição do Festival de Almada, que decorreu de 4 a 18 de Julho de 2017, organizado pela Câmara Municipal de Almada e pela Companhia de Teatro de Almada. Todas estas informações constam na capa, acompanhadas de uma figura concebida vectorialmente por Jorge dos Reis, assim como a fonte onde se lê *34º Festival de Almada*, denominada *Benite*. (Figura 2)



Figura 2 – Programa de 2017: capa

No verso da capa encontramos um anúncio ao Clube de Amigos, onde podemos consultar os valores que a assinatura comporta e as vantagens da adesão. Este objeto editorial conta com 80 páginas de miolo e está dividido em três capítulos: *Espectáculos*, *Actos Complementares e Informações*, precedidos de uma introdução. Conseguimos consultar esta informação na página 1, no índice, onde existe um jogo de caixa alta/caixa baixa e de negro/regular. A informação de destaque encontra-se a vermelho e a informação textual a preto. (Figura 3)

Nas páginas 2 e 3 encontramos dois artigos, um escrito pelo presidente da Câmara Municipal de Almada e outro da autoria de Rodrigo Francisco, o diretor artístico da Companhia de Teatro e do Festival de Almada (Figura 4). O destaque vai para a dimensão da primeira capitular, que se estende pelas três primeiras linhas de cada argumento. Todo o texto presente nestas páginas é escrito a preto, e o negro é utilizado para destacar os nomes dos autores. Para os títulos a fonte foi aumentada.

03	O rumo do desenvolvimento a cada nova edição
04	Os actores
05	António Lago: Inventor de Escultura no Espaço
06	ESPECTÁCULOS
07	Ape – melodrama burlesco
08	Hedda Gabler
09	História do Cerco de Lisboa
10	Macbeth
11	Bohème
12	Magnificença
13	A pedra esculpida de Tchekov
14	Bumer e athenades
15	Sambódia
16	Graceland
17	Ami Moinet Kabalet
18	Requiem III em si menor
19	Macbeth
20	Tempestade
21	Prímera Insegna
22	PLANÍLIA
23	Colón
24	Neerlandês
25	Por mover uma pedra não acaba a Primavera
26	Cartão de barbaque
27	A noite do príncipe
28	Evangelho
29	Diário de um amante de sala
30	Uma vida humana
31	Conte com
32	Somno de uma noite de Verão
33	ESPECTÁCULOS DE RUA
34	MOBILIA NA ESPANHA
35	ACTOS COMPLEMENTARES
36	O sentido dos Mentes
37	Exposição de homenagem António Lago: Cenografias e Figurinos
38	Exposição de homenagem Term Pinho: Homenagem e Formalismo
39	Exposição de homenagem Jorge dos Reis: A arte plástica e o teatro
40	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
41	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
42	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
43	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
44	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
45	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
46	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
47	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
48	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
49	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
50	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
51	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
52	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
53	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
54	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
55	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
56	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
57	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
58	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
59	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
60	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
61	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
62	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
63	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
64	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
65	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
66	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
67	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
68	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
69	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
70	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
71	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
72	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
73	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
74	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
75	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
76	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
77	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
78	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
79	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
80	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
81	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
82	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
83	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
84	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
85	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
86	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
87	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
88	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
89	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
90	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
91	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
92	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
93	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
94	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
95	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
96	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
97	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
98	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
99	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro
100	Exposição de homenagem António Lago: A arte plástica e o teatro

Figura 3 – Programa de 2017: índice

<p>O rumo do desenvolvimento a cada nova edição</p> <p>Em 2017 a parceria celebrada há mais de três décadas entre a Câmara Municipal de Almada e a Companhia de Teatro de Almada vai proporcionar-nos a oportunidade de celebrar daquele que é considerado por todos – e com razão – um dos maiores festivais europeus de teatro: o Festival de Almada, na sua 34ª edição consecutiva.</p> <p>De novo, o Festejo do Teatro vai apoiar-se do quotidiano de muitos milhares de almadenses e não almadenses. Dos seus criadores da vontade de saber, conhecimento e cultura que jora das produções artísticas que integram o programa do Festival, espectadores sempre presentes a cada nova edição; mas também de muitos novos apreciadores e entusiastas da arte de representar, que responderão positivamente a chamada para o convívio com a arte que coloca a vida do cidadão e de cada um de nós em múltiplos palcos e espaços do nosso Concelho, e para além das suas fronteiras. Entre as múltiplas realizações de cultura que Almada hoje oferece a todos e em todos os domínios da criação e criatividade artística humana, o Festival de Almada revela-se como aquela que atrai particular atenção e prestígio em Portugal e no Mundo.</p> <p>O Festival de Almada contribui para a afirmação do rumo estratégico que com os Almadenses defendemos, construímos passo a passo e colocamos em prática ao nível da gestão municipal desde há quatro décadas, buscando intencionalmente a promoção do desenvolvimento integral das Cidades, de todos nós e do nosso Concelho, enquanto alíquotas essenciais à construção de uma sociedade mais justa e mais humana, onde o acesso e usufruto do saber e do conhecimento sejam realidades universais.</p> <p>Um programa que integra 26 produções teatrais, a maioria delas portuguesas, calcando diferentes e diversos caberes e olhares sobre o Mundo e sobre os Homens, transformados as esta do Festival em novos momentos de amizade, vida, alegria e entusiasmo, sentido e sentimento.</p> <p>Sendo vivamente, por todos estas razões, o trabalho desenvolvido pela Companhia de Teatro de Almada, no âmbito da parceria que mantêm com o Município, um trabalho que tem sido competente e capaz de resistir com determinação e transacidade às condições fortemente desfavoráveis com que a atividade cultural em geral, e o teatro em particular, se tem confrontado em Portugal, principalmente nos últimos anos, afirmando-se a cada ano como firme contraponto às políticas que objetivamente vêm contribuindo para afetar os portugueses a possibilidade de usufruto das artes e bens culturais.</p> <p>Em 2017, o Festival homenageia António Lago, autor de múltiplas cenografias, figurinos para encenações e coreografias, apresentados nos Teatros Nacionais de São Carlos, D. Maria II e S. João, Companhia Nacional de Bailado e Ballet Gulbenkian, e no estrangeiro, em França, Itália, Reino Unido, Suíça, Espanha, Brasil e Tailândia, que sendo igualmente pelo importante trabalho criativo desenvolvido.</p> <p>A todo o elenco que integra a Companhia de Teatro de Almada, ao Rodrigo Francisco, aos Diretores e restantes membros dos corpos dirigentes, aos atores, encenadores, técnicos e todos os outros trabalhadores de apoio, registo um ímimo e sincero agradecimento institucional e pessoal pelo trabalho de extraordinária qualidade e exemplar que vêm realizando.</p> <p>Sigam, por isso, todos muito bem-vindos a Almada! Viva o Teatro!</p> <p>António Eduardo Miguel Justa Presidente da Câmara Municipal de Almada</p>	<p>Os actores</p> <p>Por muito que o teatro abraze novas linguagens, formatos ou conteúdos estéticos, por muito que alguns cidadãos não cessem de surpreender-nos com a ousadia e mais equívoca transparência, há por muito que se arranja que o drama a coisa do passado – criou que há um ponto que não podemos menospreciar quando falamos desta Arte que os gregos inventaram há quase 2.500 anos. Então a fazer dos actores. A nós, os que não sabemos representar, os actores fazem-nos atores e coreógrafos e generosamente nos partilham os seus sentimentos mais íntimos, para os nossos prazeres e delícias. Ainda que o espectador e que convivemos com ele, criou que nunca poderemos categorizar rigorosamente esse momento no qual um ser humano se ergue acima da sua condição para se tornar actor – “um espírito que renuncia de um subalterno”, como o definiu Herberto Helder. Nos espetáculos, assombrados, tocarmos-nos como os actores são capazes de se despersonalizar para assumir os personagens mais variados, hoje um príncipe gordo e enfeitado, daqui a um par de meses um vilão irresistivelmente sedutor; no ano seguinte a esposa que mata os filhos por ciúmes do marido.</p> <p>Ora, a programação que este ano tivemos, no Festival de Almada permitirá, nalguns momentos, aproximarmo-nos (literalmente) desse momento insólito no qual os actores são capazes de nos impor a sua “visão”. Falo do estado que atingem, diante de nós, que é capaz de transportar-nos para essa dimensão em que todos somos mais ou menos vilões; o território da imaginação e do pensamento. Quando, no ano passado, o público do Festival decidiu que tivemos este ano um Espectáculo da Hora “Vilão” numa Hedda Gabler para apenas 70 espectadores, houve um tempo que começou a desabar-se no programa de 2017. E esse traço é o da proximidade (em física, entre os intérpretes e os espectadores, acostumados nesta edição nos pequenos formatos (sem pôr de lado, claro, as grandes produções), que devolvem o teatro à sua mais simples e bela expressão – a dos personagens e a dos seus países. Foi aqui nos nossos vides, por vezes tabe bem detemo-nos para recuperar certos prazeres inteligentes que devolvem algum sentido a nossa existência.</p> <p>E, naturalmente, num ano em que a programação se centra no virtuoso discurso dos actores, homenageamos um criador das artes plásticas: António Lago, um cenógrafo e figurinista que sugere na cena caminhos para que os intérpretes “construam”. Também a arte do teatro desta edição, Jorge dos Reis, criou um tipo de letra original a que chamamos “Benite”, para tal, preencheu os seus caracteres com traços dos rostos dos actores com que o fundador do Festival de Almada construiu a sua carreira.</p> <p>E complexa e rica em significados, este mundo do teatro – esta arte da cidade de Almada, Ora, a medida que foi acompanhando o homem ao longo dos anos, nos seus avanços e retrocessos, o teatro nunca deixou de evoluir e transformar-se – e constatar-se também, sem renunciar aos actores. Esgotamos que estes 15 dias vivam para nos recordar que vivamos, bem pior se tivéssemos de existir num mundo sem pensamento – sem teatro. E sem actores, claro.</p> <p>Rodrigo Francisco</p>
---	---

Figura 4 – Programa de 2017: textos introdutórios

De seguida, nas páginas 4 e 5, encontramos-nos perante a homenagem do ano, no caso a António Lagarto (Figura 5). A página da esquerda é preenchida por uma fotografia sua e na página da direita consta um artigo redigido por Eugénia Vasques, professora aposentada da Escola Superior de Teatro e de Cinema. No topo lemos *Homenagem 2017*, ladeado por elementos gráficos da fonte Benite em azul.

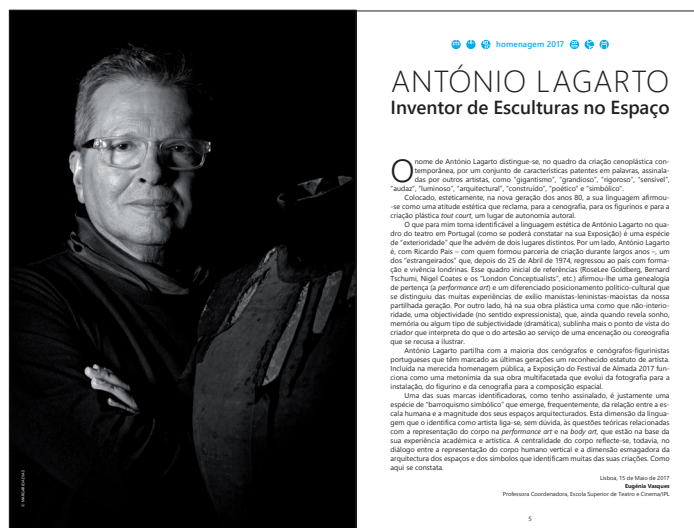


Figura 5 – Programa de 2017: homenageado

Logo abaixo encontra-se o nome do homenageado em caixa alta e, como subtítulo, a negro, mas num tamanho inferior – *Inventor de Esculturas no Espaço*. Tal como nas páginas anteriores, deparamo-nos novamente com uma capitular destacada no início do texto.

As páginas 6 e 7, são o separador que introduz o capítulo *Espectáculos*, palavra que se encontra escrita na fonte *Benite* (Figura 6). O fundo é de um tom cinzento claro e temos novamente a figura vetorial da capa, sendo que desta vez num tom completamente azul sobre um retângulo vermelho. Na página da esquerda surge outro elemento desenvolvido por Jorge dos Reis, uma composição visual onde nos é possível ler a palavra *Teatro*. No topo da página existem vários pontos equidistantes a negro, semelhantes a um tracejado.

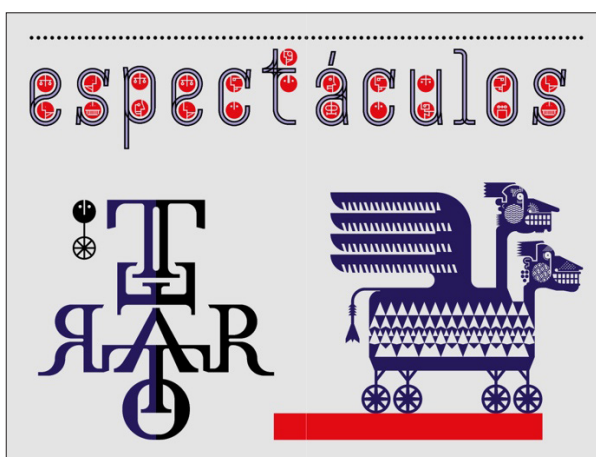


Figura 6 – Programa de 2017: separador *Espectáculos*

Da página 8 à 61, a divulgação dos espetáculos em exibição. Cada um abrange duas páginas adjacentes, (Figura 7). Existe uma interrupção a 40-41 (Figura 8), coincidente com o meio do objeto editorial, que tem um acabamento de dois agrafes. Nesta interrupção está uma planilha com os horários e locais de cada sessão. Trata-se de uma tabela em tons de cinzento e vermelho.

Para a divulgação de cada espetáculo existe uma imagem/fotografia na página da esquerda e a informação relativa à exibição passa toda para a página contígua. No topo temos a companhia produtora do espetáculo em caixa alta e negro, seguidos do local de

COMPAGNIE LE FILS DU GRAND RÉSEAU
 Ines Branqui
 Ines Branqui, Ines Branqui, Ines Branqui

Bigre – mélo burlesque
Après – melodrama burlesco
 Co-escrito por Agathe L'Huillier e Olivier Martin-Salvan

PRESENTE
 Ines Branqui
 Ines Branqui, Ines Branqui, Ines Branqui

ENCENAÇÃO
 Ines Branqui

LOCAL
 ESCOLA D. ANTONIO DA COSTA

CLASSIFICAÇÃO
 16+

ALVARÁ
 ESCOLA D. ANTONIO DA COSTA
 22:00

TER 04
 22:00

Three odd neighbours in the protagonist of a show in their tiny apartment. Their three characters seem unable to do anything but talk from the simplest actions to their most essential problems. Bigre presented in 2014 and its highly praised tour will return to the road.

Figura 7 – Programa de 2017: espetáculos

LOCAL	ESPECTÁCULO	dia	04	05	06	07	08	09	10	11	12	13	14	15	16	17	18
ESCOLA D. ANTONIO DA COSTA	Apote Companhia Le Fils du Grand Réseau	21	22:00														
	Mocambique Tula Vitorino	21	22:00														
	Ruínas e alamedas Raquel Calçada	21															
	Além da fronteira Teatro do Século	21															
	Neurosis Tereza Maria Gomes	21															
TEATRO MUNICIPAL JOAQUIM BENITE	Clássico de Barbante Flametalvado-AC	21															
	Contos de uma mãe de Verdade Vitorino	21															
	Historia do Cero... ACTA, CTA, CTR e Teatro das Almas	21	20:00														
	A parca esquerda de Fidalândia CTR	21															
	Grãfia CTR	21															
FORUM ROMEU CORSEIA	Uma ilha flutuante Teatro Base e Teatro Vidy Lourenço	21															
	Record III está proibido Teatro Nacional Clap Netter	21															
	Al seguro de cinema... documentário de Cláudia Vazquez	21															
	Tropopop Teatro do Colado	21															
	Por razões que não são as de Princesa	21															
TEATRO ESTUDIO ANTONIO ASSIS	Opentopia Uruçu - Associação Cultural	21	21:00	19:00	21:00	19:00	21:00										
	Tempestade Companhia João Garcia Miguel	21															
	Diário de uma existência de sete	21															
	Arbitrário	21															
	Arbitrário	21															
TEATRO NACIONAL D. MARIA II	Evangelho Companhia Pigeo Delgado	21															
	Princípio Imagens Escola Superior de Teatro e Cinema	21															
	CCR / Grande Auditório	21															
	Mão Freixing Tom	21															
	Teatro Talorda	21	20:00	21:00	20:00	21:00											

Figura 8 – Programa de 2017: planilha

onde provém e de possíveis co-produções, em estilo regular e deixando de ser caixa alta. Em alguns casos deparamo-nos com pequenas distinções no canto superior direito, acompanhadas de elementos da fonte *Benite*, a azul. Um pouco abaixo temos o título a vermelho, seguido de informações chave como a conceção, a direção, a autoria, a encenação, entre outras. A função encontra-se em estilo regular e o nome da pessoa a negro, criando um contraste de destaque. Relativamente à informação da ficha técnica e sinopse, estes dois tópicos encontram-se lado a lado, em duas colunas. A coluna da ficha artística é mais estreita e a função encontra-se a negro e caixa alta. O nome é em caixa baixa, e dispensa o negro. Um pouco a baixo, mas na mesma linha da ficha artística, é-nos possível encontrar informação relativamente à duração do espetáculo e à sua classificação etária. Novamente, na sinopse, existe um destaque feito à capitular, com a particularidade de nestes textos a letra assumir a cor vermelha que interage com o título. Sob a sinopse existe um resumo em inglês. Ao fundo da página, em caixa alta, encontramos do lado esquerdo o local da atuação e do lado direito os horários das várias sessões.

Nas páginas 62 e 63, surgem anúncios respetivos aos *Espectáculos de rua* e à *Música na esplanada* (Figura 9). Os títulos encontram-se dentro de uma faixa azul que acompanha a borda superior das páginas, escritos em caixa baixa e num registo que alterna entre o estilo negro e o regular. Relativamente aos espetáculos de rua encontramos uma imagem do lado direito, e do lado esquerdo, em caixa alta, o nome da companhia produtora, o nome do espetáculo e dos horários e locais. Existe um jogo de vermelho e negro. Na página da *Música na Esplanada* existem

espectáculos de rua ENTRADA LIVRE

música na esplanada ENTRADA LIVRE

PROJETO EZ
EZ AVIADOR
 QUARTA 08 às 21:00
 PRAÇA DA PORTELA (PRUÇALARANHEIRO)
 SEXTA 09 às 20:00 e às 22:00
 RUA CÂNDIDO DOS REIS (SACUJARD)

IL CATALDO
HAUTE CUISINE
 SÁBADO 08 às 20:00 e às 22:00
 RUA CÂNDIDO DOS REIS (SACUJARD)

LAFISO PRODUCCIONES
PROYECTO VOLTAIRE
 SEXTA 14 às 20:00
 RUA CÂNDIDO DOS REIS (SACUJARD)
 SÁBADO 15 às 21:00
 PRAÇA DA PORTELA (PRUÇALARANHEIRO)

CRASSH
CRASSH DUO CIRCUS
 SÁBADO 15 às 20:00
 RUA CÂNDIDO DOS REIS (SACUJARD)

WALDEMAR BASTOS
 MÚSICA ANDALUZA
 TERÇA 04 às 20:30

FLAMENNET
 MÚSICA FLAMENCA
 QUARTA 06 às 20:30

ALDINA DUARTE
 SEXTA 09 às 20:00

ANDANDO CAMINOS
 SÁBADO 08 às 20:30

IRMÃOS CATITA
 SÁBADO 08 às 20:00
 RUA CÂNDIDO DOS REIS (SACUJARD)

SAMUEL ÚRIA
 SÁBADO 15 às 20:00

TCHERKHOV TRIO
 MÚSICA CLÁSSICA
 DOMINGO 18 às 20:30

GERAJAZZ
 JAZZ COM A ORQUESTRA ESCOLA
 TERÇA 18 às 20:30

FLODOR LÁCIO
 MÚSICA POP/ROCK
 SÁBADO 15 às 20:30

OPUS 22
 RESERVAÇÃO LIVRE
 TERÇA 18 às 20:00

OPUS 22
 MÚSICA POP/ROCK
 QUARTA 12 às 20:30

ESPLANADA DA ESCOLA D. ANTONIO DA COSTA

Figura 9 – Programa de 2017: espetáculos de rua e música na esplanada

fotografias de alguns dos artistas, os seus nomes e os horários dos eventos, sempre em caixa alta, inseridos numa tabela sem linhas que alterna entre o vermelho sobre branco e o branco sobre vermelho. Nestas páginas voltamos a deparar-nos com divisões feitas pelo tracejado de pontos que já tínhamos observado anteriormente, contudo desta vez encontra-se a uma escala reduzida.

Em seguida existe o separador do capítulo *Actos complementares*, igual ao anterior, alterando apenas o título. Neste capítulo encontramos informações de divulgação, nomeadamente de um curso, de exposições, do homenageado, de design gráfico, de artes plásticas, do encontro na Casa da Cerca, de um documentário e de uma instalação. O design destas páginas é muito semelhante ao de apresentação dos espetáculos (Figura 10), em que existe um elemento azul com símbolos da fonte *Benite*, onde se lê a categoria. Abaixo está o título em vermelho, novamente em correspondência com a capitular, que antecede um texto a negro. Ao fundo das páginas encontra-se a informação relativa ao espaço e ao local onde podemos assistir aos eventos mencionados.

Na página 73, contrariamente aos anteriores, o capítulo é introduzido por um separador de apenas uma página, mantendo os mesmos elementos gráficos, dispostos de forma semelhante. Aqui são disponibilizadas informações sobre como chegar aos vários locais dos espetáculos assim como os transportes públicos que melhor permitirão servir cada evento. Observamos detalhes sobre os horários e um mapa de auxílio. A página 76 tem informação sobre o custo das Assinaturas do Festival e do valor dos bilhetes avulso.

A página 77 tem todos os nomes da equipa da Companhia e os apoios ao Festival. No topo é-nos possível ler *34º Festival de Almada* na fonte *Benite*. A fonte é-nos mostrada na página seguinte, onde se podem ver todos os caracteres que a compõem. Na página adjacente existe publicidade ao restaurante do Teatro, onde novamente se joga com o vermelho, o preto e o branco. Na última página encontramos detalhes técnicos relativos à produção destes exemplares.

O interior da contracapa contém anúncios de alguns dos espetáculos que acontecem no Teatro Municipal Joaquim Benite no período pós-Festival. A contracapa é azul e tem elementos gráficos da fonte *Benite*, dos separadores, repetindo-se a informação sobre o custo das assinaturas do evento. Estas informações estão a branco, vermelho, azul e preto.

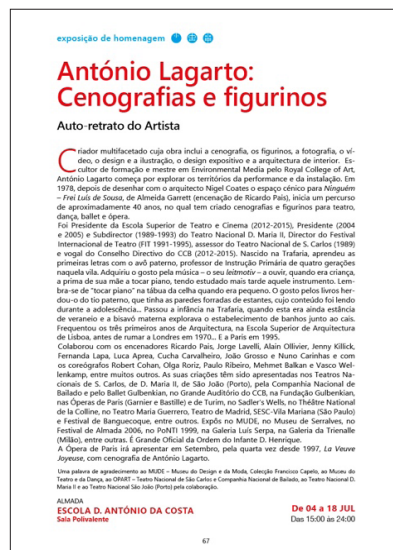


Figura 10 – Programa de 2017: exposição de homenagem

As fontes presentes no programa de 2017 são: *Benite*, *Helvetica*, *Segoe* e *Myriad*.
Todas elas são utilizadas nos diferentes estilos que existem disponíveis.

2.1.2. Análise do programa da 35ª edição do Festival de Almada

O programa de 2018 corresponde ao 35º Festival de Almada que, tal como em 2017, decorreu de 4 a 18 de Julho e foi organizado pela Câmara Municipal de Almada e pela Companhia de Teatro de Almada. Na capa está o cartaz concebido por Paulo Brighenti (Figura 11). Existe uma predominância do negro, com ocre e branco. No verso da capa encontramos em grande plano o logotipo da Companhia de Teatro de Almada, na sua versão relativa aos 40 anos da presença em Almada, em vermelho e preto sobre fundo branco.

Na página 1 deparamo-nos com um índice com os mesmos destaques que no programa de 2017: *Espectáculos, Actos Complementares e Informações*, precedidos de uma introdução. No entanto, desta vez, a cor que joga com o preto é o ocre. Existe novamente uma relação entre caixa alta/caixa baixa e entre negro e estilo regular. As duas páginas seguintes são o texto da presidente da Câmara Municipal de Almada e de Rodrigo Francisco. O *layout* é idêntico ao utilizado no ano anterior, alterando-se apenas o conteúdo.

Nas páginas 4 e 5 temos a homenagem do ano, desta vez a Yvette K. Centeno (Figura 12). A fotografia ocupa na totalidade a página esquerda, característica que se mantém relativamente à edição anterior, e na página anexa surge um texto de Carla Ferreira de Castro, Professora Auxiliar da Faculdade de Évora. No entanto, desta vez *homenagem 2018* encontra-se inscrito numa oval ocre com letras em branco e a capitular de destaque é também no tom-chave desta edição do Festival, o ocre. O texto encontra-se disposto em duas colunas, ao invés do bloco de texto contínuo do programa da edição anterior.

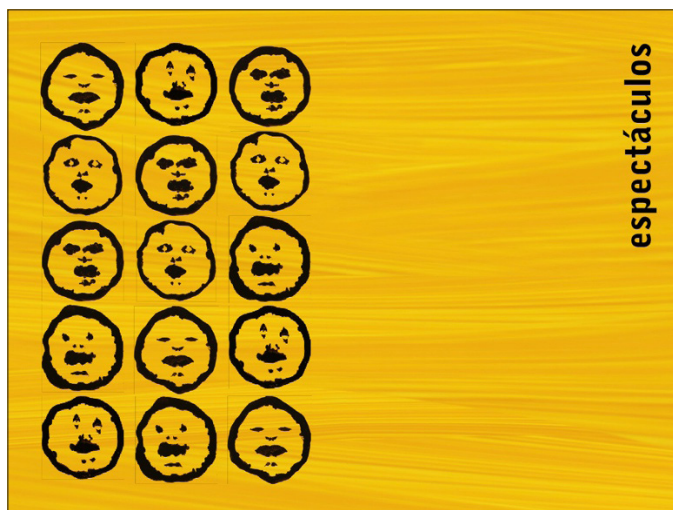


Figura 11 – Programa de 2018: capa



Figura 12 – Programa de 2018: homenagem

O separador do capítulo *Espectáculos* é desta vez de fundo ocre, com pinceladas evidentes (Figura 13). Na página da esquerda encontramos quinze rostos semelhantes aos da capa, dispostos equidistantemente, em três colunas e cinco filas. Na página adjacente está o título do separador, escrito paralelamente à borda maior da página. Este capítulo



estende-se da página 8 à 57, e a disposição da informação é igual à da edição anterior. O vermelho de 2017, passa mais uma vez ao tom deste ano, tal como na planilha, que se mantém inserida entre os espetáculos.

Contrariamente ao constatado até então, nas páginas 58 e 59, relativas aos *Espectáculos de rua* e à *Música na esplanada*, o design sofre pequenas alterações. Desta vez, a página par assume um fundo colorido e as molduras das fotografias adoptam um arredondar dos cantos superiores. Quanto à página 59, passou-se a arredondar também a tabela (que passa a laranja e preto), assim como as imagens (Figura 14).



Figura 14 – Programa de 2018: *espectáculos de rua* e *música na esplanada*

Os restantes separadores são iguais ao primeiro que analisámos, sendo alterado apenas o título. Quanto ao interior deste capítulo, o *layout* da edição anterior mantém-se, existindo apenas alteração no que toca aos elementos da fonte *Benite* que se encontram junto aos cabeçalhos, e que desta vez foram substituídos por uma oval semelhante à que existia em *Homenagem 2018*.

Desta vez as páginas 74 e 75 (Figura 15) são dedicadas à divulgação de uma exposição realizada no *foyer* do Teatro, sobre a celebração dos 40 anos da Companhia em Almada. As fotografias encontram-se inscritas numa moldura de cantos arredondados. Numa delas observa-se que a exposição tem instalações de fundo branco com traçados em

preto. Esse elemento é transferido para a página de divulgação da exposição do programa do Festival, tendo sido feita uma faixa vertical com esse padrão. É usada novamente a fonte Benite, mas desta vez numa versão simplificada, onde os rostos se tornam pontos.

Na página 76 (Figura 16) divulgam-se as vantagens e condições de pertencer ao Clube de Amigos. O título a negro encontra-se entre duas faixas horizontais de pontos azuis, semelhantes aos do traçado do programa da edição passada. As vantagens de adesão estão dispostas numa tabela sem limites verticais, com a informação a negro. Existe um pequeno texto introdutório numa coluna, sob a qual se encontra uma réplica do cartão de membro. Estas duas informações encontram-se ladeadas por uma tabela com as diferentes categorias e os valores cobrados a cada uma delas. A tabela é novamente arredondada, de tons negros e azuis-escuros, com texto a branco. De seguida, existe outra faixa de tracejado pontilhado, sobre o logotipo do Teatro.

Na página 77 é feita a divulgação dos espetáculos disponíveis durante a programação normal que retorna em Setembro, findo o Festival. No topo da página encontram-se os logótipos da Companhia e do Teatro, a vermelho e negro. São divulgados seis espetáculos. A informação é inserida em retângulos com os cantos arredondados nas cores azul e vermelho. No entanto, as escolhas tipográficas são iguais para ambos os casos. O título encontra-se escrito na versão simplificada da fonte *Benite* e existe um jogo de regular/negro em texto preto, onde consta a informação relativa à autoria e encenação, e aos horários. As datas são escritas a branco e encontram-se em caixa alta. Junto à margem inferior são disponibilizados os contactos para reservas e surgem os logótipos da República Portuguesa, da DG Artes e da Câmara Municipal de Almada. O fundo desta página é cinzento. (Figura 17)

A última página é igual à do programa de 2017, tendo sido alterado apenas o conteúdo. A contracapa de 2018 é ocre, tem informações sobre o custo das assinaturas e



Figura 15 – Programa de 2018: 40 anos da CTA em Almada

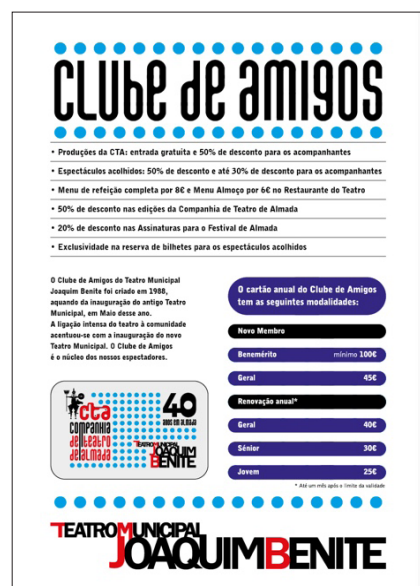


Figura 16 – Programa de 2018: clube de amigos

dos bilhetes do Festival. Esta informação encontra-se inscrita num retângulo negro.

As fontes presentes no programa de 2018 são: *Benite*, *Bell Gothic* e *Segoe*. Todas elas são utilizadas nos diferentes estilos que existem disponíveis.

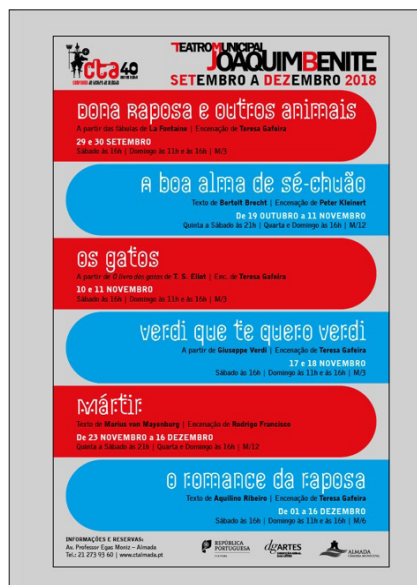


Figura 17 – Programa de 2018:
programação anual

2.1.3. Análise do programa da 36ª edição do Festival de Almada

O Festival de Almada de 2019 decorreu de 4 a 18 de Julho e correspondeu à 36ª edição. A capa é de fundo branco com letras manuscritas em preto com sombreado amarelo. Assume-se que se pretende retratar caligrafia, visto que o mesmo caractere assume nuances distintas em diversas partes do texto. O Festival é mais uma vez organizado pela Câmara Municipal de Almada e pela Companhia de Teatro de Almada. Ao centro existe uma ilustração de Luís Lázaro Matos (Figura 18). No interior da capa não existe qualquer informação, tendo sido deixada a página em branco.

Na folha de rosto deparamo-nos novamente com o índice, onde observamos a mesma estrutura que encontramos nos exemplares anteriores. Desta vez a cor que interage com o preto é o cor-de-rosa.

Nas páginas 2 e 3 estão os textos escritos pela Presidente da Câmara e por Rodrigo Francisco, onde o *layout* se repete. Desta vez a homenagem das páginas 4 e 5 é de *layout* igual ao da versão do programa de 2018. O homenageado é Carlos Avilez e o cor-de-rosa vem substituir o ocre.

Neste programa o fundo do separador é de cor sólida, novamente cor-de-rosa. Nesta altura já nos é possível compreender que cada programa assume uma cor diferente. Na página da esquerda encontramos a figura da mão que constava na capa, tal como o pé incluído na página da direita, numa escala mais reduzida (Figura 19). A partir da página 8 e até à 57 são anunciados os espetáculos com o mesmo *layout* que constatámos nas versões dos programas anteriores.

Na página 58 é divulgada a informação relativa à *música na esplanada*, desta vez com um fundo branco e sem qualquer imagem. Existem caixas coloridas com o nome



Figura 18 – Programa de 2019: capa

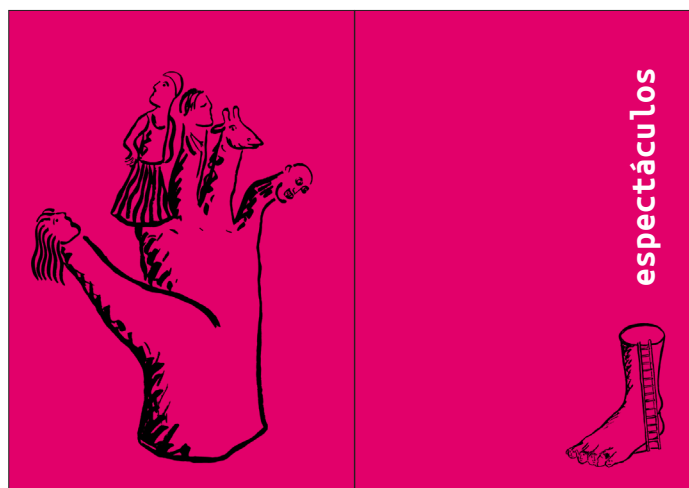


Figura 19 – Programa de 2019: separador *espectáculos*

de cada artista em caixa alta e o estilo musical em caixa baixa entre parênteses (Figura 20). É ainda veiculada a informação relativa ao horário dos seus concertos. Na página adjacente a esta encontramos um anúncio ao Almada Fórum em tons azuis, amarelos e vermelhos (Figura 21).



Figura 20 – Programa de 2019: música na esplanada



Figura 21 – Programa de 2019: anúncio relativo ao Almada Fórum

De seguida é divulgado um evento que não consta em nenhum dos outros programas – *a noite das crianças* (Figura 22). O fundo da página é amarelo e o título em caixa alta é acompanhado por um texto informativo. Esta informação é ilustrada por Pedro Proença e, dentro de um círculo azul, encontramos a expressão *Eu também vou ao Festival!*. Na página ao lado, ainda em fundo amarelo, é divulgado o evento para os mais novos que teve lugar na esplanada da Escola D. António da Costa, seguindo o mesmo *layout* da divulgação dos espetáculos. No entanto, desta vez, a imagem ocupa o espaço disponível sobre o título.

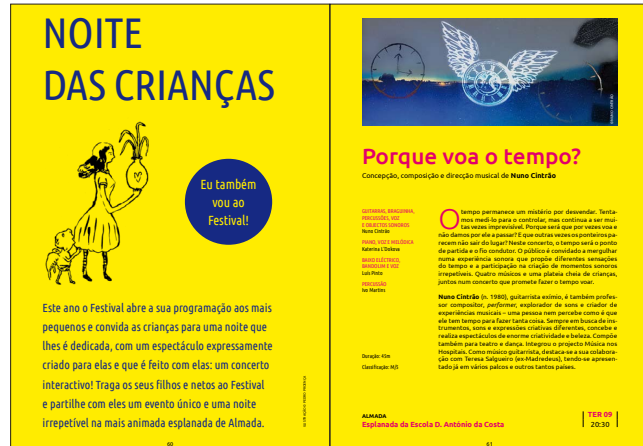


Figura 22 – Programa de 2019: Noite das crianças

O separador *actos complementares* está de acordo com o estilo já usado anteriormente e o seu conteúdo segue o *layout* da edição anterior. No capítulo *informações* existe o mesmo que nos restantes programas. A página referente à exposição comemorativa dos 40 anos da Companhia de Teatro em Almada mantém-se com a faixa branca com elementos a negro. Contudo, a página seguinte passa a ter informação relativa ao Clube de Amigos (Figura 23), onde observamos uma fotografia da plateia que serve como fundo para o texto *Clube de Amigos*. Por baixo estão retângulos com a parte direita arredondada e dentro desses retângulos existe informação sobre as vantagens da adesão.



Figura 23 – Programa de 2019: Clube de Amigos

Um pouco abaixo está um texto que incita o público à inscrição e de seguida encontra-se uma simulação do cartão e respetivos custos. A última página tem novamente informações relativas à equipa que produziu e realizou este programa.

O interior da contracapa é também ausente de informação; encontra-se a branco e na contracapa existe um *layout* diferente do habitual (Figura 24). O cor-de-rosa assume destaque enquanto fundo, sobre o qual existe informação relativa aos espetáculos que terão lugar de setembro a dezembro. No cabeçalho da página, a branco, está o logotipo da Companhia de Teatro de Almada e o do Teatro Municipal Joaquim Benite. Existe uma faixa preta vertical onde se lê, em caixa alta, *setembro a dezembro de 2019*. Há também seis retângulos brancos com o lado direito arredondado dentro dos quais está escrita a informação relativamente ao título, autoria, data, horário e classificação etária de cada espetáculo. Os dados para reserva e os logótipos da República Portuguesa, DG Artes e Câmara Municipal de Almada encontram-se desta vez inseridos na contracapa.

As fontes presentes no programa de 2019 são: *Clear Sans* e *Ubuntu*. Ambas são utilizadas nos diferentes estilos existentes disponíveis.



Figura 24 – Programa de 2019: contracapa

2.1.4. Análise do programa da 37ª edição do Festival de Almada

No ano de 2020 decorreu a 37ª edição do Festival de Almada, sob a mesma organização dos restantes anos. Neste ano, o evento decorreu de 3 a 26 de julho. Uma versão mais alargada, justificada pela pandemia da COVID-19, que obrigou à necessidade de mais sessões, servindo estas para suprimir o menor número de lugares disponíveis nas plateias.

A imagem da capa é da autoria de Pedro Proença (Figura 25). Pela primeira vez, a produção do programa foi feita pelo *Jornal Expresso*, permitindo assim a sua publicação como suplemento. O interior da capa dispensa qualquer informação e o índice segue a mesma lógica dos demais programas. Em 2020, a cor-chave foi o cor de laranja. Voltando a página, surgem os textos da Presidente da Câmara Municipal de Almada e de Rodrigo Francisco.

Pela primeira vez desde o início desta análise a homenagem tem fotografia a cores – páginas 6 e 7. Na página ímpar, o ano da homenagem surgia na cor base, mas nesta edição está em azul. A presença de subtítulo foi anulada, mas todas as outras características foram mantidas.

De seguida, no separador dos *espectáculos*, contrariamente ao que é costume, não são utilizados elementos da capa, mas sim figuras semelhantes. Os espetáculos são anunciados da mesma forma que nos anteriores programas. Continuamos a ter acesso à planilha de horários no centro da programação.

Findo este separador, passamos ao dos *actos complementares*, cujos anúncios se assemelham aos dos *espectáculos*, onde em rodapé se encontra o local, a data e o horário. No topo o título (na cor-chave), com a capitular a preencher três linhas, e uma imagem representativa na página da esquerda. Há também que salientar



Figura 25 – Programa de 2020: capa



Figura 26 – Programa de 2020: separador *espectáculos*

o local, a data e o horário. No topo o título (na cor-chave), com a capitular a preencher três linhas, e uma imagem representativa na página da esquerda. Há também que salientar

que numa das páginas deste capítulo o anúncio do Almada Fórum se repete e na sua complementar estão os *colóquios na esplanada*.

O capítulo das informações tem conteúdo igual ao dos demais programas. Na última página do miolo encontramos um anúncio à Caetano Fórmula, um concessionário automóvel. A página alusiva ao Clube de Amigos repete-se, tendo sido alterada a simulação do cartão, visto que todos os anos a imagem que o identifica se altera. Desta vez, a última página do miolo encontra-se em branco e toda a informação relativa à ficha técnica foi transposta para o interior da contracapa do objeto. Neste ano, consta o logótipo criado para o Festival de Almada.

A contracapa de 2020 é igual à de 2019, no entanto a cor do fundo passa a azul, o negro da faixa do lado esquerdo é substituído pelo vermelho e o laranja é utilizado como referência às datas dos espetáculos. A esta informação é também acrescentado o logótipo da Share Foundation.

As fontes presentes no programa de 2020 são: *Clear Sans* e *Montserrat*. Ambas são utilizadas nos diferentes estilos existentes disponíveis.

2.1.5. Análise do programa da 38ª edição do Festival de Almada

Relativamente à análise do programa de 2021, o logotipo desenvolvido para o Festival de Almada repete-se tal como no ano anterior. Nesse ano, o evento decorreu de 2 a 25 de julho, novamente uma edição prolongada. O título do programa encontra-se a cor de laranja e as restantes informações a azul. O fundo da capa é branco e a sua ilustração foi concebida por Thomas Langley (Figura 27).

Pelo terceiro ano consecutivo o verso da capa não tem qualquer informação, o índice segue o mesmo padrão dos anos anteriores. Nas páginas 4 e 5, estão os textos escritos pela Presidente da Câmara Municipal de Almada e pelo diretor artístico da CTA, Rodrigo Francisco.

De seguida, substituindo a homenagem que costumamos encontrar, deparamo-nos com um par de páginas alusivo à exposição comemorativa dos 50 anos da Companhia de Teatro de Almada (Figura 28). Na página da esquerda uma ilustração de José Manuel Castanheira, legendada, na página do lado, por um texto do mesmo autor. O título deste texto é escrito a cor de laranja e está em negro, seguida de uma pequena biografia, que se estende por duas colunas. No rodapé da página encontramos informações relativas ao local e à data da exposição.

Tal como em todos os outros programas, as páginas seguintes dizem respeito ao separador dos *espectáculos*. O fundo é cor de laranja e tem elementos da capa na sua composição. O *layout* presente na divulgação dos espetáculos mantém-se e a planilha assume tons de laranja e de cinzento. Para finalizar este capítulo repete-se o anúncio do Almada Fórum. Isto faz com que o capítulo seguinte, dos actos *complementares*, ocupe apenas uma página, contrariamente ao típico par. Os títulos deste capítulo encontram-se dentro de retângulos azuis e a informação está em cor de laranja e preto.



Figura 27 – Programa de 2021: capa



Figura 28 – Programa de 2020: 50 anos da companhia

Neste capítulo ficamos a saber que todos os elementos desenhados por Thomas Langley representam a velocidade e o ambiente das corridas de carros.

Quanto ao separador das *informações*, mais uma vez se repete o conceito de apenas uma página, anexa à informação que acabámos de referir sobre a publicidade. Os elementos gráficos deste separador vão ao encontro dos elementos gráficos dos restantes capítulos, sendo o seu conteúdo igual ao dos anos anteriores.

A última página do miolo é uma publicidade da Renault Caetano Fórmula. No interior da contracapa encontramos a ficha técnica, através da qual somos informados de que esta edição foi encartada no jornal *Expresso*.

A contracapa desta edição difunde publicidade ao Clube de Amigos do Teatro e o *layout* utilizado anteriormente mantém-se, mas os cantos arredondados dos retângulos caem em desuso, assumindo ângulos retos. Mais uma vez o cartão do clube é atualizado para a versão do ano corrente.

No ano em análise, usam-se os tons de azul e de laranja, o que nos leva a concluir que não se optou apenas por uma cor-chave.

As fontes presentes no programa de 2021 são: *Din 2014* e *Aspirina bismarca*. Ambas são utilizadas nos diferentes estilos existentes disponíveis.

2.2. Comparação dos elementos dos programas dos últimos 5 anos

Após análise dos programas concebidos nos últimos cinco anos é possível compreender que existe um modelo *standard*, preenchido com conteúdo referente a cada edição do Festival. Podemos verificá-lo: na capa, em que o cartaz muda todos os anos, mas a informação relativa à data, ao logotipo e à organização se mantém; no índice os capítulos são sempre *espectáculos*, *actos complementares* e *informações*. Todos os anos existe uma cor predominante à edição desse ano, e que por norma é escolhida em função da imagem da capa.

No que toca às fontes, não existe continuidade de ano para ano, característica que nos permite ter uma maior margem de escolha, visto que não existe uma fonte específica do Festival de Almada. Curiosamente, a fonte *Ubuntu*, utilizada em 2019, é também a que associamos ao Metro de Lisboa.

Há que notar que a Companhia de Teatro de Almada redige em concordância com o antigo acordo ortográfico, e nesse caso apenas faz sentido que a aplicação seja desenvolvida em conformidade com a linguagem utilizada por esta estrutura de criação artística.

3. ANÁLISE DE CASOS DE ESTUDO

Neste capítulo será feita uma análise a projetos similares já publicados, a que qualquer um tem acesso através das lojas de *download* de *apps*. São eles: *Whatsappintown* e *Festival d'Avignon*, cujo nome é homónimo ao do evento.

Há que referir também que durante o presente ano (2022), a Companhia acolheu uma outra aplicação, instigada pela Câmara Municipal de Almada. O software é denominado *Ikitalk* e foi divulgado na bilheteira do Teatro Municipal Joaquim Benite através de um autocolante, a partir do qual é possível fazer *scan* de um *QRcode*. Segundo o próprio *site*: “a aplicação *iKiTalk* faz parte do universo *MyEyes*, aplicação móvel premiada internacionalmente que tem como missão o apoio à mobilidade de pessoas com deficiência visual, permitindo que estas se desloquem autonomamente em espaços exteriores e interiores, através de áudio navegação.” (Home, sem data)

Esta aplicação foi desenvolvida para um público-alvo muito restrito, os cegos. Após fazermos a leitura do código somos redirecionados para a loja de aplicações correspondente ao sistema operativo do telemóvel que utilizamos. Depois de descarregada, utilizando o GPS do telemóvel, a nossa localização é detetada e é-nos feita uma descrição de tudo o que nos rodeia via sistema sonoro. Trata-se uma aplicação útil; no entanto, o público-alvo abrangido é muito específico e reduzido.

3.1. Aplicação 1 – Whatsupintown

Whatsupintown, que traduzido para português significa *O que se passa na cidade* é a primeira aplicação analisada neste capítulo. Assim que a iniciamos, enquanto aguardamos que a informação surja, deparamo-nos com um ecrã estático, que contém um “W” azul sobre um fundo branco (Figura 29). De seguida, num ecrã mais efêmero, está escrito *Whatsupintown* rodeado por vários ícones (Figura 30). Estes dois exemplos são *splash screens*, um tópico que divide opiniões. Segundo o livro *Ergonomie des interfaces*, são tidos como uma ferramenta que retarda a experiência do utilizador, visto que se trata de mais um passo a ultrapassar para chegar à *app* (Nogier et al., 2013). No entanto, na ótica da Adobe, o *splash screen* é uma parte essencial do produto, que permite que todo o conteúdo seja carregado antes de o usuário ser redirecionado para a página inicial, e que lhe concede uma primeira impressão («Mobile App Splash Screen Examples & Benefits | Adobe XD Ideas», sem data).



Figura 29 – *Whatsupintown*: primeiro ecrã

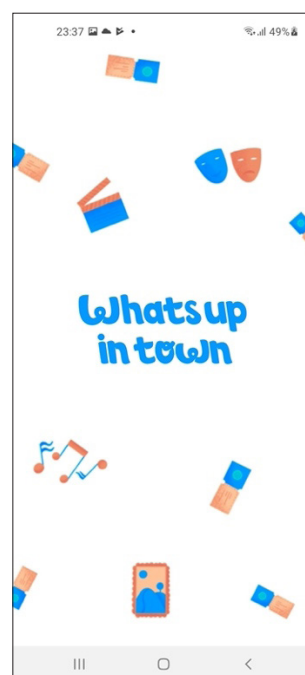


Figura 30 – *Whatsupintown*: segundo ecrã

Assim que entramos na página inicial existem dois menus estáticos e uma página onde nos é possível fazer *scroll* (Figura 31). O menu estático do cabeçalho é composto por duas faixas azuis de tons diferentes, em que a de cima tem: o logótipo, um botão de filtragem (limitando a localização, as salas de espetáculos, a data, o intervalo de datas, o tipo de evento e a ordem sobre a qual os espetáculos são apresentados). Na página dos filtros existem vários métodos de seleção de informação: tanto é possível escrever, como

selecionar através de um calendário, ou de várias opções facultadas (Figura 32).

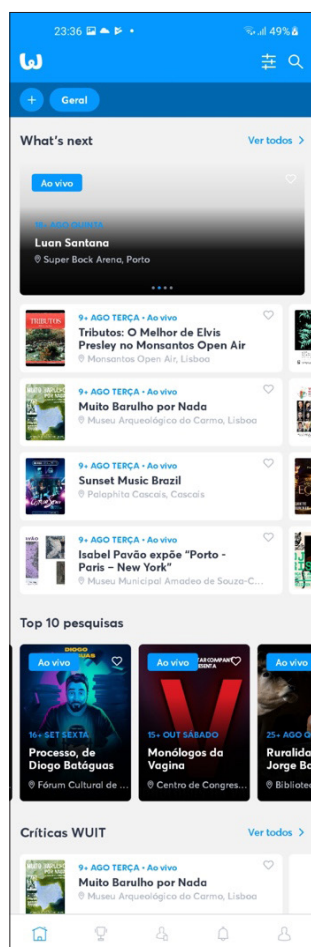


Figura 31 – Whatsupintown: página inicial



Figura 32 – Whatsupintown: menu de filtragem

Novamente no menu estático da página principal, temos também uma lupa onde é possível fazer uma pesquisa.

Na faixa azul mais escura encontram-se presentes dois botões, um com um sinal de um mais e o outro com a inscrição *Geral*. Através do sinal de mais é possível gerir os separadores e acrescentar áreas de interesse, que se selecionados se passam a alinhar horizontalmente com o pré-existente *Geral*.

O menu estático de baixo é branco e tem cinco ícones. Aquele que se encontra selecionado no momento permanece a azul e os restantes quatro por selecionar a cinzento. Os símbolos são: uma casa, um troféu, uma silhueta humana juntamente com um marcador, um sino e uma silhueta humana só. Quando selecionado o menu da casa, encontramos no topo os próximos espetáculos, organizados por ordem cronológica. Existe um espetáculo destacado, que vai alternando lugar com outros três. Os restantes eventos encontram-se dispostos dentro de pequenas caixas brancas retangulares, onde é possível

ver uma imagem do lado esquerdo, a data no topo a azul, a preto o título, e a cinzento numa fonte mais pequena o local onde decorrerá. É-nos também dada a possibilidade de adicionar aos favoritos, clicando no contorno de um coração que se encontra no canto superior direito do retângulo, e que quando selecionado fica preenchido. O capítulo seguinte deste menu denomina-se *Top 10 pesquisas*, onde são apresentados os dez espetáculos mais pesquisados pelos utilizadores da aplicação. Trata-se de uma interação de *scroll* horizontal, em que a informação se encontra inscrita em retângulos ao alto sobre a fotografia do respetivo evento. Por fim, nesta página encontramos um tópico denominado *Recomendado por nós*, onde é possível consultar uma nova lista de espetáculos, que segue o *layout* suprarreferido. Quer nesta lista, quer na anterior, temos quatro espetáculos sobrepostos na vertical, que após *swipe left* dão lugar a outros quatro. Clicando em qualquer das atuações, deparamo-nos com uma página de *scroll* (Figura 33) onde no topo se encontra uma fotografia relativa ao evento, sobre a qual temos informação relativa à próxima data, ao título, à localização e à categoria. Numa faixa branca abaixo temos o valor dos bilhetes e a faixa etária. Existe um botão azul que nos leva a uma crítica sobre o espetáculo, e sob esse botão uma pequena sinopse. É possível consultar as próximas datas, e cada sessão encontra-se acompanhada de um botão que nos redireciona para uma página onde podemos escolher, de entre as opções disponíveis, em que *site* pretendemos comprar os bilhetes. A própria aplicação redireciona-nos para o site que escolhermos. No fundo da página, estão os eventos relacionados que seguem o *layout* das listas da página inicial.

No menu do troféu o *layout* dos quatro espetáculos rotativos e o das listas repetem-se. No entanto desta vez existe apenas um tópico, a que chamam *Top trending*.

Ao tentarmos selecionar os restantes três ícones do menu estático inferior, somos convidados para fazer *login* ou a inscrever-nos para avançar. O primeiro dado que nos é solicitado é o endereço de *e-mail*, e somos à partida informados de que estamos a efetuar o passo número 1 de 4. Dizem-nos também que iremos receber no nosso *e-mail* um código de verificação. O passo 2 consiste em colocar o código de verificação que recebemos em seis quadrados cinzentos. Posto isto, temos que preencher um campo com o nome, que servirá como *nome de utilizador* para a nossa conta, e a nossa localização. Dentro da caixa cinzenta onde temos que a escrever é-nos dado o exemplo *Beja, Portugal*. Finali-

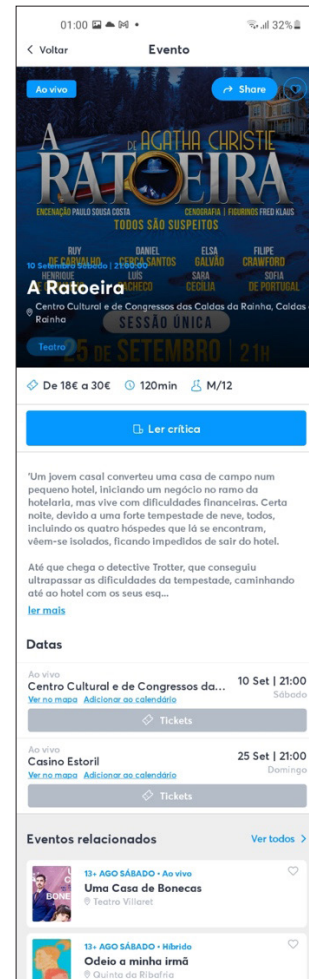


Figura 33 – *Whatsupintown*: evento

zada a inscrição surge uma página em que nos é pedida ajuda para personalizar a nossa experiência, em que temos que seleccionar as áreas de interesse. Deparamo-nos com um *loading* que findo, nos retorna à página inicial.

Desta vez já nos é permitido aceder aos três ícones que anteriormente se encontravam bloqueados. No ícone central, onde aparece a silhueta com o marcador, o primeiro tópico chama-se *Para ti esta semana*, em que os espetáculos são apresentados segundo o *layout* dos quatro espetáculos giratórios. Sob isso uma lista segundo o *layout* já conhecido intitulada *Recomendado para si*. E no fundo da página o tópico *Top preferências* onde o *layout* dos eventos corridos lado a lado é utilizado novamente.

De seguida, no ícone do sino deparamo-nos com uma mensagem que passamos a citar: “Seja bem-vindo, *Whatsupintown* a *app* onde poderá encontrar todos os eventos de Portugal num só sítio. Nesta *tab* irá receber todas as semanas e fins de semana notificações de eventos recomendados para si” (*whatsupintown*, sem data). De momento não temos qualquer notificação neste separador.

Por último, no ícone da silhueta, temos o nosso perfil onde está escrito o nosso nome de utilizador, e é aqui que o podemos editar (juntamente com toda a informação que criámos anteriormente). É também aqui que existe a possibilidade de fazer *logout* e consultar todos os eventos seleccionados como favoritos.

Finda a análise da aplicação móvel, acedendo ao *site* do grupo, lê-se que: “*Whatsupintown* é uma *App* onde se agregam todos eventos culturais de Teatro, Música, Dança, Performance, Stand-Up, a realizar em Portugal” (*whatsupintown*, sem data). Em suma, trata-se de uma *app* de cariz muito semelhante à que pretendemos desenvolver, sendo a principal diferença o facto de albergar um vasto número de eventos.

3.2. Aplicação 2 - Festival d'Avignon

A segunda aplicação a analisar é a do Festival d'Avignon, um evento que serviu de inspiração para a criação do Festival de Almada. A *app* partilha o nome com o evento. Assim que iniciamos o *software* dispomos de um *splash screen* de fundo vermelho com o logótipo a branco, que posteriormente é substituído pelo cenário inverso, o fundo a branco com o logo a vermelho. Neste segundo plano surge a opção de escolha do idioma, entre francês e inglês, e somos convidados a fazer *login* ou a registar-nos antes de prosseguir. Contudo, é-nos dada também a possibilidade de avançar sem inscrição, através de um botão com a inscrição *later*.

Uma vez na página inicial deparamo-nos com o cartaz da presente edição (Figura 34). Clicando no botão vermelho surge uma nova página onde é possível adquirir bilhetes e comprar merchandising relativo ao evento. No menu inferior existem cinco ícones: *home*, *programme*, *my shows*, *venues* e *shop*.

Quer em *home*, quer em *programme* existe uma lupa de pesquisa para uma melhor busca pelos eventos. No caso da lupa da *home*, esta encontra-se acompanhada por um outro ícone (Figura 34), e que nos remete para uma página com *links* úteis, fora da *app*.



Figura 34 – Festival d'Avignon: home

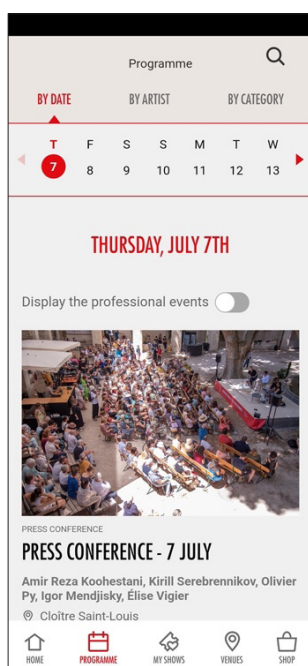


Figura 35 – Festival d'Avignon: programa por data

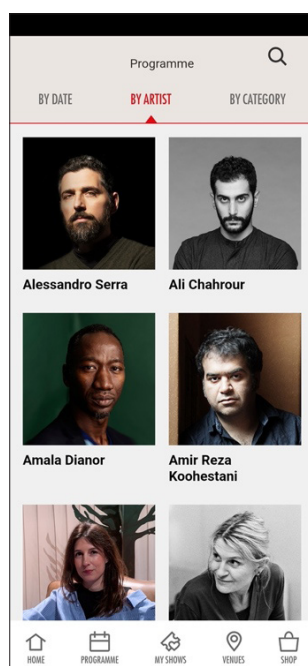


Figura 36 – Festival d'Avignon: programa por artista

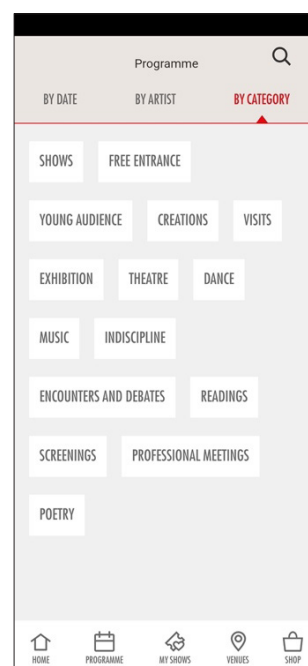


Figura 37 – Festival d'Avignon: programa por categoria

Em *programme* é feita uma divisão, na qual existe a possibilidade de encontrar o espetáculo pela data (Figura 35) pelo artista (Figura 36) e pela categoria (Figura 37). Na seleção por data o calendário restringe-se apenas ao período em que decorre o Festival, entre dia 5 e 25 de julho. Na triagem por artista constam as suas fotografias acompanhadas dos respetivos nomes. Escolhendo por categoria existe uma vasta lista de opções que pode ser selecionada.

No separador *my shows*, temos apenas a informação que consta na Figura 38. Em *venues* os espetáculos estão separados por localização, e esta categoria subdivide-se em formato de lista (Figura 39) e de mapa (Figura 40). Quando selecionamos o local do espetáculo somos redirecionados para a respetiva página do *Google Maps*, que se encontra preparada para nos guiar ao destino.

Por fim, em *shop* somos redirecionados para a mesma loja que foi divulgada em *home*.

Finda a análise desta *app* conseguimos compreender que pretendemos adotar certos elementos, tais como: a partilha de nome da *app* com o Festival, a listagem dos espetáculos, o calendário e o mapa.

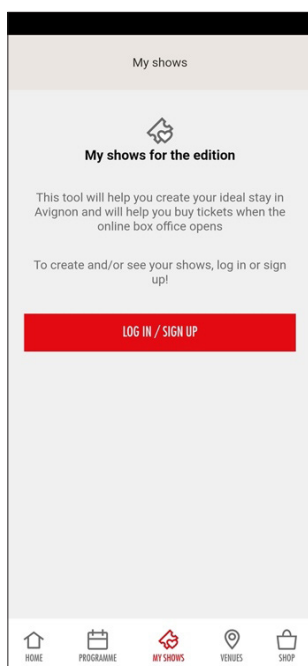


Figura 38 – Festival d'Avignon: *my shows*

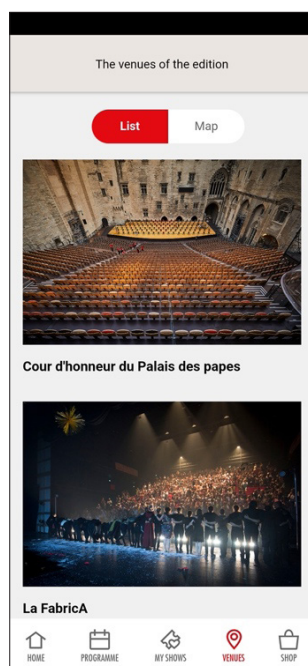


Figura 39 – Festival d'Avignon: *venues > list*

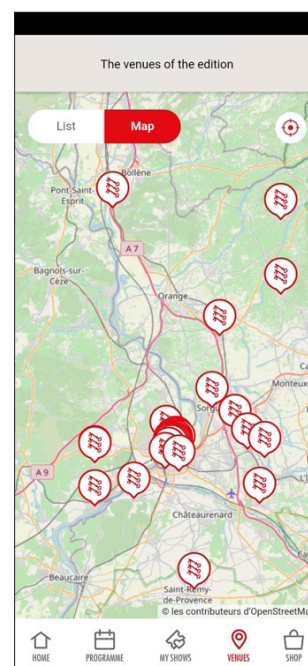


Figura 40 – Festival d'Avignon: *venues > map*

4. PÚBLICO-ALVO

O público-alvo da *app* que nos encontramos a desenvolver são todos os assinantes do Festival de Almada.

No entanto, uma vez que o último estudo elaborado relativamente ao público do Festival foi desenvolvido em 1999, pelo Observatório de Actividades Culturais, essa mesma informação pode estar desatualizada. Contudo, retiramos desta publicação que “Os espectadores do FITA (FA) realizam, fora do âmbito deste evento, uma multiplicidade de actividades culturais, em muitos casos com taxas de frequência claramente elevadas” (Gomes et al., 2000, p. 176). Tal leva-nos a crer que nos encontramos perante um público com um perfil curioso, culto, e que é recetivo a novas experiências. É ainda mencionada a grande proximidade com a arte em geral, tendo em conta que existe o hábito de práticas de expressão artística por parte dos espectadores.

Outro facto que nos leva a crer na adesão, por parte do público, a este novo projeto é o discurso de Francisco durante uma entrevista realizada por Henriques, durante a pesquisa elaborada para a sua dissertação de mestrado sobre o desenvolvimento local e a afirmação internacional do FA: “O próprio Joaquim Benite foi alterando o Festival ao longo dos tempos. Essa forma de nunca ficarmos presos a uma fórmula, e procurar surpreender o público e procurar sempre melhorar... isso mantém-se.” (2019, p. 109)

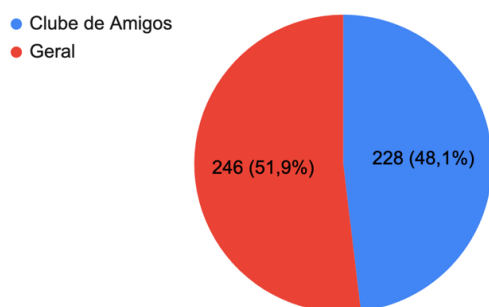


Gráfico 1 – Assinantes Festival de Almada 2017

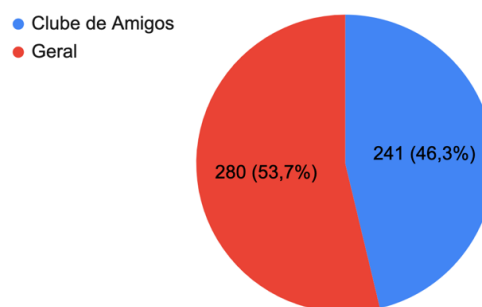


Gráfico 2 – Assinantes Festival de Almada 2018

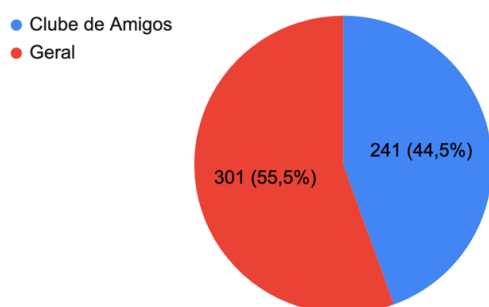


Gráfico 3 – Assinantes Festival de Almada 2019

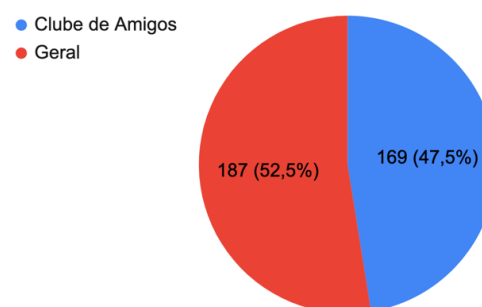


Gráfico 4 – Assinantes Festival de Almada 2020

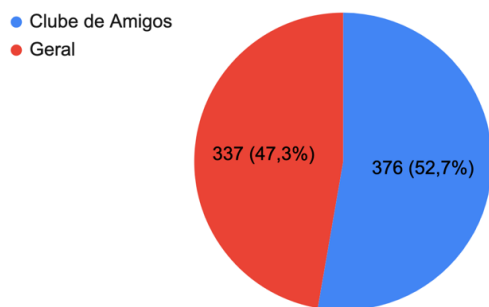


Gráfico 5 – Assinantes Festival de Almada 2021

Uma vez que aquando da compra da subscrição para o Festival não é exigido ao espectador a partilha de quaisquer dados pessoais, a análise estatística relativa ao público será feita por aproximação, visto que, durante os últimos cinco anos a quantidade de assinaturas do Festival compradas por parte do Clube de Amigos foi sempre de um valor muito adjacente a metade, excedendo-a no ano de 2021 (Gráficos 1 a

5). O Clube de Amigos é uma subscrição anual criada em 1988, aquando da inauguração do primeiro Teatro Municipal. Esta modernização permitiu intensificar a ligação entre o teatro e a comunidade, dando-lhe vantagens pela adesão.

A presente análise estatística é referente ao Clube de Amigos de 2021:

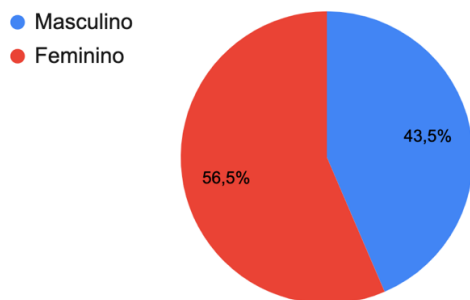


Gráfico 6 – Clube de amigos 2021: género

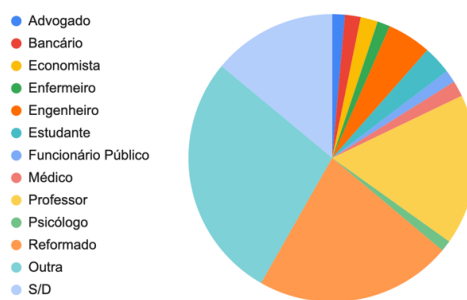


Gráfico 7 – Clube de amigos 2021: profissão

Podemos constatar que nos encontramos perante um público equilibrado relativamente ao género, em que 56,5% são mulheres e 43,5% são homens (Gráfico 6). Quanto às profissões existe uma grande variedade de ramos, contudo há um destaque significativo para as fatias dos professores e dos reformados (Gráfico 7). A categoria *outra* é referente a todas as profissões que representam menos que 1% da totalidade.

Relativamente ao projeto da *app* os professores são uma classe em constante aprendizagem e atualização, o que levará, provavelmente, a uma rápida adaptação. Contudo, em relação aos reformados deparamo-nos com o oposto, um conjunto de pessoas de idade mais avançada, que é conhecida por não ter tanta proximidade com a tecnologia como os mais jovens, uma vez que se trata de uma indústria recente. A notória distinção de idades é possível confirmar pelo Gráfico 8, em que claramente a faixa etária predominante é a da década de 50, que pertence às pessoas que hodiernamente têm 60/70 anos.

Posto isto, podemos concluir que para termos uma aplicação acessível a todo o público, será necessário desenvolver uma interface simples, clara e de desenvolvimento

gradual. Isto é, num primeiro ano criar determinadas funcionalidades, que em futuras edições evoluem progressivamente, de modo a serem bem entendidas pelo utilizador. A prioridade será vincular toda a informação constante no programa da 39ª edição do Festival de Almada.

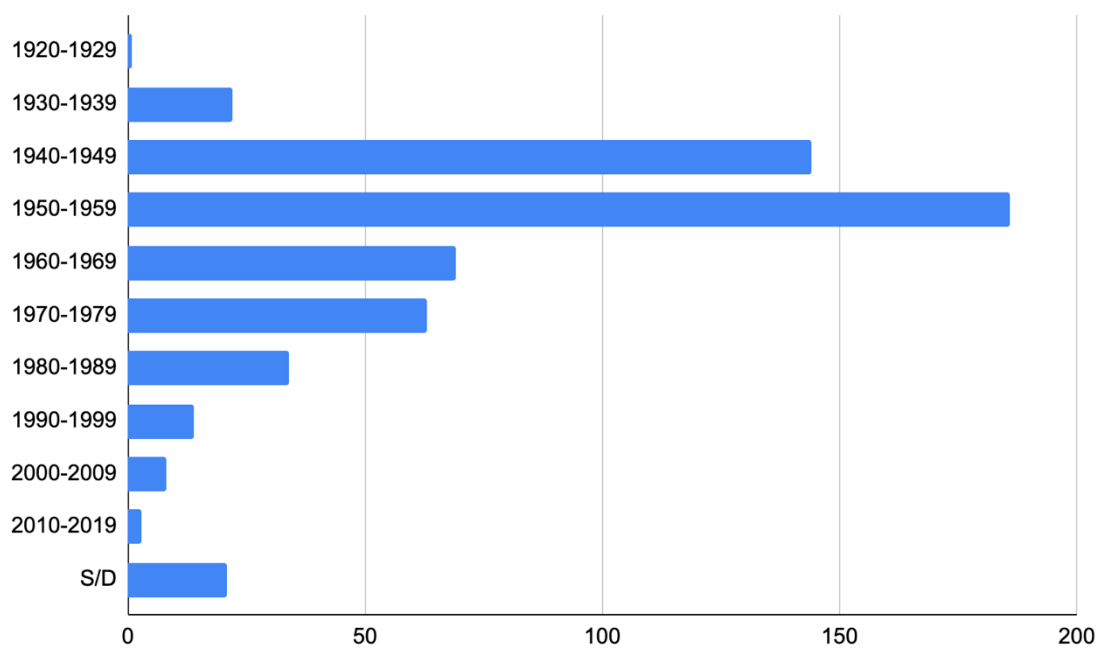


Gráfico 8 – Clube de amigos 2021: décadas de nascimento

5. DECISÕES TÉCNICAS E ESTÉTICAS RELATIVAS À APLICAÇÃO

Ao longo deste capítulo serão explicadas as decisões estéticas e técnicas tomadas no decorrer do desenvolvimento do projeto. A aplicação foi elaborada com a ajuda de três softwares disponibilizados *on-line*: o *Figma*, o *Bravo Studio* e o *Air Table*.

A aplicação foi desenvolvida em duas fases. Uma primeira versão, testada por vários colaboradores da Companhia de Teatro de Almada, e após análise de todas as respostas e *feedback* foram feitos ajustes para chegar ao resultado que foi apresentado ao público. Há que consignar que este teste foi realizado apenas junto de membros da equipa, uma vez que na aplicação consta informação que apenas é divulgada ao público no dia do lançamento da programação, evento que teve lugar na Casa da Cerca no dia 15 de junho de 2022, cerimónia em que foi revelada a existência da *app*.

Com base no curso *Google UX Design (Design de UX no Google, sem data)*, disponibilizado pela plataforma Coursera, uma empresa de tecnologia educacional norte-americana, compreendemos que *user experience*, que em português se traduz para *experiência do utilizador* e que muitas vezes é abreviado através da sigla *UX*, é a forma como uma pessoa, o utilizador, se sente interagindo com, ou experimentando, um produto. Um produto é um bem, um serviço ou uma funcionalidade, e pode ser físico, como exemplificam no curso com o caso de um comando de consola ou um pacote de batatas fritas, ou tecnológico como é o caso de uma aplicação móvel, de um *website* ou de um *smartwatch*. Para o utilizador ter uma boa experiência o produto precisa de ser: utilizável, equitativo, agradável e útil.

Assim sendo, o exemplo dado relativamente a um produto *utilizável* é o de uma garrafa de *ketchup* que aquando da sua invenção foi concebida e idealizada em vidro, não permitindo uma dosagem equilibrada e racionada da porção de *ketchup* dispensado. Mais tarde foi substituída por uma embalagem feita de plástico, que permite ao utilizador espremer apenas a quantidade de conteúdo desejada. Quanto à *equidade*, existe a demanda de adaptar o produto às diferentes categorias de utilizadores com que há a possibilidade de nos depararmos. No curso, o exemplo que nos é providenciado no que toca a uma experiência *agradável* é o dos motores de busca que permitem que haja *feedback* relativamente a experiências de utilizadores anteriores de determinados serviços, especificamente os restaurantes. Ficamos a saber se a ementa, o espaço e outros detalhes são do nosso agrado antes de visitarmos o local. A *utilidade* prende-se com eficiência do produto devolvido, isto é, se descarregámos uma aplicação móvel cujo principal objetivo é guiar-nos utilizando um mapa, e se a recolha da nossa localização falhar, deixamos de ter um produto que cumpra a sua função.

Independentemente da área da indústria, um produto com boa usabilidade tem

uma performance melhor que o da concorrência, uma vez que quando um produto agrada o seu consumidor, este o divulga junto dos seus amigos e conhecidos.

Inicialmente, o propósito desta ligação com a Companhia de Teatro de Almada consistia em desenvolver um material gráfico que permitisse que a programação chegasse a um maior número de pessoas. No entanto, para colmatar a grande quantidade de papel que isso implicaria e para evitar fazer um material muito semelhante ao que já existe pensou-se num programa interativo e digital. Este programa abdicaria do formato do papel, que não se ajusta a nenhum ecrã com um bom modo de leitura e seria publicado no *site* do Festival, onde costuma ser feito o *upload* da edição em papel.

Contudo, faria todo o sentido ter sempre o programa acessível, no bolso, e uma *app* acaba por se tornar o modo mais imediato de fazer a consulta em qualquer local.

Antes de começarmos a desenvolver o projeto tentámos compreender que suplementos poderia ter a *app* para lá do conteúdo do programa, e um dos principais problemas constatado consensualmente por vários colaboradores da Companhia foi que o público, após comprar as assinaturas, tem dificuldade em conciliar os horários dos diferentes espetáculos. Isto é, se existem dois espetáculos à mesma hora, tem que se escolher apenas um com esse horário e alterar o outro para uma sessão diferente.

Foram feitos vários esboços que nos conduziram ao resultado final. As diferentes escolhas serão justificadas nos próximos capítulos.

6. FIGMA, BRAVO STUDIO E AIR TABLE

Do livro *Designing and prototyping interfaces with Figma* (STAIANO, 2022), podemos retirar que o *Figma* é uma ferramenta de *design* UX/UI que permite ao utilizador fazer uso de grande parte das ferramentas disponíveis no *software*, através do *starter plan*, sem qualquer custo. Apenas é necessário entrar em figma.com e criar uma conta, que nos permite, a partir desta etapa, optar por o utilizar *on-line* ou descarregar a versão *desktop*. O *Figma* aloja todos os trabalhos numa nuvem (*cloud*), permitindo a todos os colaboradores dos projetos trabalhar em simultâneo e em tempo real num só documento. Há que salientar que, tal como o título do livro indica, o *Figma* é na sua essência uma ferramenta de prototipagem e concepção gráfica, não nos restituindo uma aplicação pronta a ser publicada, quer na *Play Store*, na *App Store* ou em qualquer outra loja de *apps* (STAIANO, 2022, pp. 4 e 5). Posteriormente ao processo de concepção gráfica, há que criar comandos e determinar qual a funcionalidade de cada botão do nosso projeto. Para tal, contamos com o auxílio do *Bravo Studio*.

A principal característica que distingue o *Bravo Studio* de qualquer outro *software* de desenvolvimento de aplicações é o facto de se tratar de uma ferramenta *no-code*, isto é, não implica conhecimento de qualquer linguagem de programação. Segundo o *Bravo Studio Help Center*:

Uma *Tag* da *Bravo* é uma linha de texto que é colocada no nome do componente, no ficheiro de *design*. Após importar o ficheiro para o *Bravo Studio*, a camada com a *Tag* transformar-se-á num componente de telemóvel ou numa ação da *app* final. É possível pré-visualizar a *app* através do *Bravo Vision*. (Bravo Tags: adding functionality to the UI elements - Bravo Studio Help Center, sem data)¹

Quer o *Figma* quer o *Bravo Studio* dispõem de uma comunidade de utilizadores, junto da qual é possível colocar questões e partilhar opiniões. Esta funcionalidade permite que ambos os *softwares* se encontrem em constante mutação e evolução, visto que são ferramentas relativamente recentes. O *Bravo Studio* surgiu em Abril de 2019 e o *Figma* em 2011. É possível consultar a evolução de ambos no respetivo *website*.

Como complemento, foi também utilizado o *Air Table*, cuja principal função consiste no armazenamento de bases de dados com informação. Este *software* permite-nos recolher um API (Interface de Programação da Aplicação) da tabela, que é o que o dis-

1

“A Bravo Tag is a text string that you place in the component names of your design file. After you import the design file into Bravo Studio, the layer with the Tag will turn into a mobile component or action in your final app (preview how it works with Bravo Vision).” [tradução livre]

tingue de programas que, apesar de mais célebres, não contemplam este requisito. Com o auxílio desta ferramenta o *Bravo Studio* permite-nos criar, por exemplo, apenas um dos elementos de uma lista, e o próprio trio *Figma – Bravo Studio – Air Table* completa todas as restantes instâncias, recolhendo a informação a partir da tabela.

7. HACKER SCHOOL – INSTITUTO SUPERIOR TÉCNICO

Para o desenvolvimento deste projeto, contámos com a ajuda do *Hacker School*, um grupo de alunos do Instituto Superior Técnico que anualmente acolhe projetos relacionados com tecnologia, na sua grande maioria focados em aplicações móveis. Para além da *app* do Festival de Almada estes estudantes têm em mãos vários outros trabalhos, pelos quais a equipa se divide. Em março de 2022 esta ideia foi submetida para que o grupo analisasse se havia membros interessados na sua conceção, uma vez que se encontravam em época de recrutamento. *Festival de Almada (app)* foi aceite e os membros encarregues foram: Beatriz Mateus Pereira e Carolina Realinho. O presidente do grupo é Filipe Varela, e esteve sempre a par da sua evolução, bem como João Palma, que também é um elemento da direção.

A decisão de recorrer ao *Hacker School* prendeu-se com o facto de haver uma necessidade de tornar o projeto real e funcional, deixando de ser apenas uma idealização. Havia ainda a vertente de ter que estar finalizado antes da divulgação do programa do 39º Festival de Almada, para que pudesse ser integrado nesse meio de comunicação, o principal do evento. O objeto editorial foi entregue ao público a 15 de junho, o que previa que a *app* estivesse publicada na *Play Store* até fim de maio.

Durante este processo foram realizadas várias reuniões semanalmente, para que fosse feito um ponto de situação e que fossem distribuídos novos objetivos. De seguida, citamos alguns testemunhos dos elementos da equipa:

A HackerSchool é um núcleo de estudantes dos mais variados cursos do Instituto Superior Técnico! Acolhemos e formamos todas as pessoas curiosas, com vontade de aprender novas skills nas diferentes áreas da tecnologia, com diferentes níveis de conhecimentos e áreas de interesse. Fomentamos o espírito de comunidade e desenvolvemos vários projetos, segundo a filosofia “learn by doing” e sempre com o nosso lema em mente: “break.learn.build”. Temos projetos que vão desde um braço robótico que joga pedra papel ou tesoura a um site de inventário, um relógio digital feito de raiz, entre muitos, muitos outros projetos! (M. Oliveira, comunicação pessoal, 25 de julho de 2022)

A Hacker School é um núcleo de estudantes do Instituto Superior Técnico, cuja filosofia é “learn by doing”. A nossa colaboração com a Nicole permitiu, então, aprender a trabalhar com novas “ferramentas” – neste caso, o Bravo Studio, o Figma e a Airtable. Apesar da existência de algumas dificuldades, estas foram ultrapassadas, não só graças ao espírito resiliente da equipa, mas, também, graças

ao facto de os objetivos e as tarefas terem sido bem definidas. Assim, este projeto permitiu aumentar os nossos conhecimentos e contribuiu para aprimorarmos as nossas capacidades de resolução de problemas. (C. Realinho, comunicação pessoal, 31 de julho de 2022)

Foi um prazer fazer parte do projeto que deu origem à App do Festival de Almada! Soube bem ver o nosso trabalho a ser útil logo após o desenvolvimento. A equipa trabalhou em conjunto em reuniões mais ou menos semanais e esforçamo-nos ao máximo para superar os obstáculos com que nos fomos deparando. Para além de todo o trabalho no design da app, a Nicole foi uma ótima “capitã de equipa” através da marcação de reuniões, delegação de tarefas e motivação do grupo! (B. Pereira, comunicação pessoal, 8 de setembro de 2022)

Posto isto, é possível compreender que o objetivo foi cumprido. Contudo, foi necessário abdicar de algumas funcionalidades nesta primeira versão, que foi dividida em duas partes. Primeiro foi feito um protótipo que foi experimentado e testado por vários elementos da Companhia de Teatro de Almada, e posteriormente foram feitas melhorias com base nas suas indicações. Apenas a segunda versão chegou ao público.

8. ESCOLHA DO NOME E DO ÍCONE

O nome da aplicação é homónimo ao do evento, designando-se assim *Festival de Almada*. Esta opção prende-se com a rapidez com que pretendemos que o público se depare com o projeto aquando da sua procura. Quanto mais imediato, maior a eficiência.

Quanto ao ícone, o propósito seria escolher algo atemporal, que se adaptasse a todas as edições sem requerer atualizações e que se circunscrevesse num formato quadrado. Assim sendo, optou-se pelo logótipo do Festival, mas apenas pela porção inserida na faixa a vermelho. Na Figura 41 podemos observar o logótipo na íntegra e na Figura 42 o quadrado que simboliza o ícone da *app*. Este símbolo foi desenhado e concebido por Pedro Proença, um artista plástico português.

Tais preferências também se verificaram por parte do *Festival d'Avignon*, que manteve o logótipo já existente, bem como por ter utilizado o nome do evento como nome da *app*.



Figura 41 – Logotipo do Festival de Almada completo



Figura 42 – Parte do logotipo do Festival de Almada

9. ESCOLHA DA PALETA DE CORES

A ideia inicial para a escolha da paleta de cores tinha por base a associação entre as várias categorias da *app* com as diferentes zonas físicas do Teatro Municipal Joaquim Benite, uma vez que se trata do espaço que aloja a Companhia de Teatro de Almada. Essa referência está muito presente no piso do Restaurante, que é vermelho. Nesse caso associaríamos a cor vermelha a todas as partes da aplicação que fossem referentes, por exemplo, ao tema da comida, ou à ementa do Restaurante. No entanto, essa associação de cores não é muito evidente e não existe referência a essa escolha no projeto arquitetónico do edifício. Assim sendo, uma vez que não existiam certezas relativamente ao método, optou-se por renunciar a esta opção.

Desta forma, a segunda escolha mais óbvia seria a cor-chave de cada ano, que é utilizada em todos os materiais gráficos dessa edição. A cor de 2022 foi a #BF006B, cuja composição RGB é: R191, G0 e B107 (Figura 43). Porém, há que notar que esta escolha implica uma atualização anual que não confere à *app* uma identidade inerente.

Para complementar ponderou-se utilizar uma cor suplementar de menor destaque, que permitisse criar certos jogos de cores com vista a melhorar o *design* da interface. Todavia, foi necessário prescindir deste complemento, uma vez que aquando do *upload* da *app*, o *Google Play Console* exige uma relação de contraste mínimo de 3 valores. Seria necessário que o novo tom tivesse esse valor relativamente à cor do ano, e às cores neutras, preto, branco e cinzento, que fazem parte da paleta. O cinzento escolhido foi o #E5E9E7, cuja referência RGB é: R299, G233 e B231 (Figura 44).

Aquando da finalização da primeira versão da aplicação, a cor de 2022 ainda não estava determinada, uma vez que o seu apuramento é feito em detrimento do cartaz do respetivo ano. Também ainda não se sabia que a acessibilidade da *Google* não permitiria a utilização de qualquer *match* de cores. Consequentemente, todos os exemplos relativos à primeira versão lançada e testada junto da Companhia, contemplam dois tons meramente simulatórios.



Figura 43 – Paleta de cores: tom do FA de 2022



Figura 44 – Paleta de cores: cinzento

10. DECISÕES TIPOGRÁFICAS

Para a aplicação *Festival de Almada* a fonte inicialmente escolhida foi a *Roboto*, uma vez que segundo o livro *Designing and prototyping with Figma* (STAIANO, 2022), se trata da mais utilizada em *apps* para *Androids*, tal como a *San Francisco* e a *New York* estão para as interfaces da *Apple*. A *Roboto* é um tipo de letra desenvolvido com o principal objetivo de ser lida em ecrãs, o que no contexto da aplicação aumenta a sua legibilidade. Uma fonte criada com este intuito denomina-se *screen type* e têm a particularidade de ser pensadas e concebidas para que a sua performance em ecrã seja distinta. Assim sendo, trata-se de uma escolha segura, que vai ao encontro das diretrizes definidas pela plataforma para a qual nos encontramos a desenvolver o projeto.

No entanto, existiu uma incompatibilidade entre o *Figma* e o *Bravo Studio* no que toca à utilização desta fonte, que nos forçou a optar por uma segunda alternativa. Conseguimos saber que esse erro foi comum a muitos utilizadores, uma vez que foram feitas publicações no fórum do *Bravo Studio* relativas a esse tópico. Nos exemplos do primeiro teste da *app* fomos forçados a optar pela *Montserrat*, o segundo tipo de letra mais utilizado em *Androids*.

Porém, aquando da realização do segundo protótipo, a fonte *Roboto* deixou de dar erro e foi então a predileta para a versão final, que viria a ser lançada no dia 15 de junho de 2022. Foram feitas variações de cores e de caixa alta/caixa baixa para definir diferentes hierarquias

Há que salientar que as fontes utilizadas nos materiais do Festival de Almada diferem de ano para ano, daí não ter sido considerada essa opção.

11. PRIMEIRA VERSÃO DA APLICAÇÃO

A primeira versão é um protótipo experimental que sofreu alterações posteriormente ao teste-piloto realizado com a Companhia de Teatro de Almada. Esta variante não foi vista pelo público, até porque na altura não era possível partilhar algumas informações que constavam na *app*, como é o caso dos espetáculos que faziam parte do evento. Há que salientar que, tal como as cores, também outros elementos não estavam definidos: é o caso do cartaz, de fotografias – do homenageado, da música na esplanada, dos espetáculos, entre outros – e algumas informações ainda não eram definitivas.

11.1. Símbolos que compõem o *bottom navigation*

Dos vários tipos de menus que existem para *smartphone*, optou-se pelo *bottom navigation*, uma vez que, sendo o mais popular, permite uma utilização mais fluida. O *bottom navigation* é composto por uma faixa estática localizada na parte de inferior do ecrã e por ícones que encaminham o utilizador para as restantes páginas da *app*. É recomendado pela *Material design* (Material Design, sem data) que não sejam utilizados menos que três ícones nem mais que cinco.

Nesta primeira versão fizemos o esboço de vários símbolos que faria sentido utilizar na *app* do Festival de Almada. No Gráfico 9 constam as opções consideradas, acompanhadas de uma lista com os respetivos significados.

O *bottom navigation* que teceria a primeira versão da *app*, seria composto pelos elementos: 1, 8, 7, 14 e 4, por esta ordem, da esquerda para a direita. Contudo, após várias reuniões com o grupo *Hacker School*, percebeu-se que o trio de *softwares* – *Figma*, *Bravo Studio* e *Air Table* – não permitiria a cada utilizador escolher os espetáculos e sessões a que queria comparecer, bem como organizá-los em calendário. Relativamente ao mapa, a solução encontrada foi incluir um *link* na página informativa de cada espetáculo, evento – e tudo a que se aplique – que redireccionasse o utilizador para a respetiva localização no *Google Maps*. Relembramos que na *app* do *Festival d'Avignon* também é feito este uso de uma ligação externa e que nos remete ou para o *browser*, ou para a *app* relativa aos mapas.













1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
														

Gráfico 9 – Possíveis ícones para a *bottom navigation*

- | | |
|-------------------|--------------------------|
| 1- Página inicial | 9- Música na esplanada |
| 2- Notificações | 10- Música na esplanada |
| 3- Perfil | 11- Restaurante |
| 4- Informações | 12- Restaurante |
| 5- Espectáculos | 13- Actos complementares |
| 6- Teatro | 14- Mapa |
| 7- Calendário | 15- Mapa |
| 8- Favoritos | |

Assim sendo, a combinação utilizada para a primeira versão foi: 1, 3, 10 e 4 (Figura 45). Como é possível constatar, neste caso, a cor suplementar seria utilizada com o propósito de destacar o ícone que se encontra selecionado. Contudo, como referido anteriormente, foi necessário abdicar dessa opção. A escolha destes ícones prendeu-se com o facto de haver necessidade de criar uma ligação aos vários separadores do programa anual, analisado previamente. Na página inicial ficaria a lista de espetáculos, bem como informações sobre o homenageado e o restaurante. O símbolo *mais* representa os *actos complementares* e as duas colcheias a *música na esplanada*. O separador das informações seria representado pelo *i*.

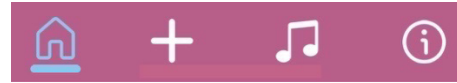


Figura 45 – Versão 1: *bottom navigation*

11.2. Hierarquização de informação

No que toca à hierarquia entre cada página da *app* foi desenvolvida uma planificação (Gráfico 10). Há que referir que o *splash screen* foi utilizado por recomendação da *Bravo Studio*. Para além daquele que escolhemos, esse mesmo *software* coloca também o seu próprio *splash screen*, com o respetivo logótipo, como contrapartida, por disponibilizarem um produto publicável de forma gratuita.

Um dos objetivos que ainda não foi possível concretizar em nenhuma das versões e que se pretendia alcançar em 2023 seria permitir que os espectadores estrangeiros, bem como todas as companhias internacionais acolhidas pelo Festival de Almada, tivessem uma maior inclusão, disponibilizando-lhes a *app* em formato bilingue, como acontece no *Festival d'Avignon*. Contudo, essa funcionalidade não era uma prioridade nesta primeira edição da *app*, dado o curto prazo disponível para desenvolver o projeto, e por implicar um profissional que traduzisse todo o conteúdo.

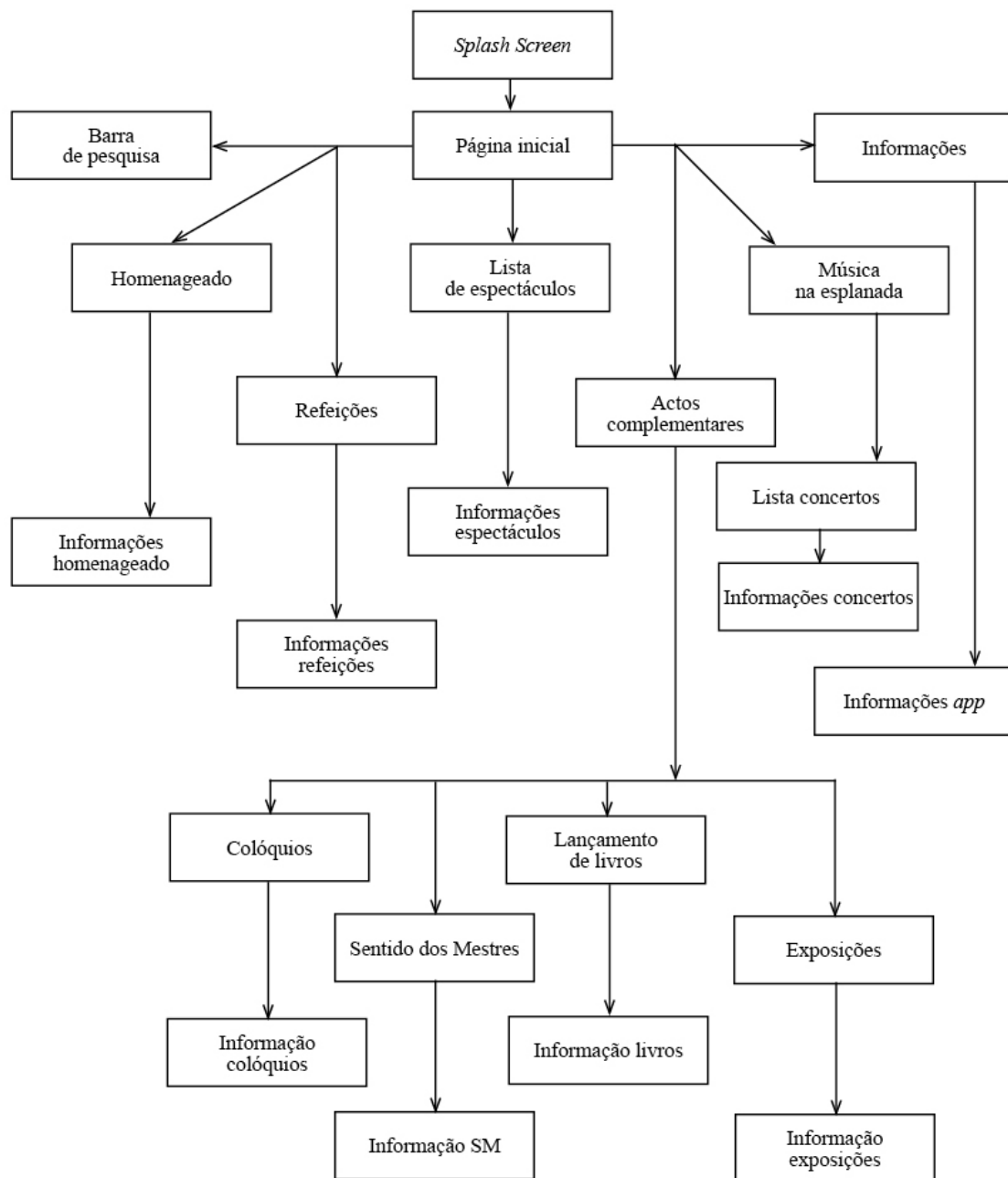


Gráfico 10 – Versão 1: hierarquização da informação

11.3. Layout da primeira versão

Relativamente ao *layout*, existem três modelos de ecrã: o *splash screen* (Figura 46), ecrãs com vários tópicos (Figura 47) e os ecrãs com informações relativas a cada tópico (Figura 48).

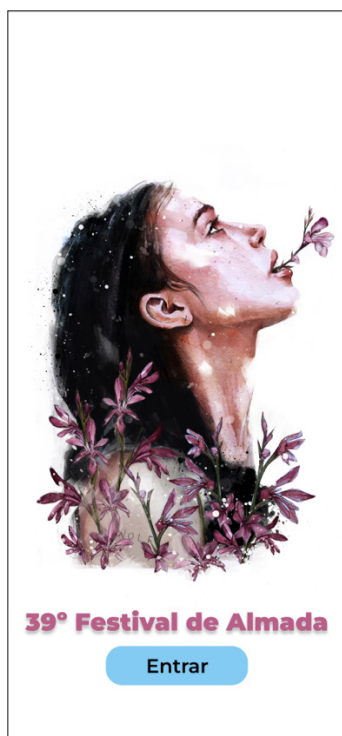


Figura 46 – Versão 1: *splash screen*



Figura 47 – Versão 1: ecrãs com vários tópicos



Figura 48 – Versão 1: ecrãs com informações relativas a cada tópico

Para o *splash screen* (Figura 46) foi escolhido o cartaz que estava definido aquando da finalização desta versão, junto da qual encontramos um botão azul com a inscrição *Entrar* para que o utilizador seja redirecionado para a página inicial (Figura 47). Nesta parte deparamo-nos com três tópicos: *Homenagem do ano*, *Refeições* e *Todos os eventos*. Encontram-se inseridos em faixas também azuis, que nos remetem para as que foram utilizadas no programa anual.

Em *Homenagem do ano* consta uma fotografia do homenageado, onde podemos clicar para obter mais informações. Quanto às refeições, encontramos-nos perante uma situação aparentemente semelhante, mas ao invés de uma imagem estática contamos com um *carousel slider*, ou seja, vários *containers* que se deslocam horizontalmente. No caso das *Refeições*, dispomos apenas de dois *containers*, o do *Almoço* e o do *Jantar*. Neste *printscreen* tal não é visível, uma vez que se trata do ficheiro original, mas tal como os restantes componentes, este também terá os cantos arredondados na sua versão final. A dualidade entre cantos retos e curvos é outro elemento que nos remete para o *layout* do

programa.

Relativamente ao tópico *Todos os eventos*, atendemos a uma lista de preenchimento automático, cuja base de dados provém do *Air Table*. Para esta parte do preenchimento, é necessário fazer o *design* apenas do primeiro componente e colocar no arquivo: uma fotografia com as proporções determinadas à partida, o nome de cada espetáculo e a data respetiva, que no caso se apresentará como *Dia x* ou *Dia x e y*, consoante o número de sessões que houver. Ainda relativamente ao mesmo ficheiro de *Air Table*, o preenchimento das informações constantes na Figura 48 é também de cariz automático, sendo apenas necessário acrescentar à tabela colunas com os tópicos em falta.

Relativamente à *top bar*, existem duas variantes deste elemento. Por um lado, temos uma faixa mais larga onde se lê *39º Festival de Almada* junto a uma barra de pesquisa, que abrirá um teclado para permitir a escrita, e por outro uma faixa mais estreita, onde se encontra localizada uma seta para voltar à página anterior. A faixa mais larga é utilizada na primeira página de cada elemento da *bottom navigation*, e a faixa mais estreita é utilizada nas restantes situações. Ambas as faixas estão programadas para desaparecerem quando é feito *scroll*. Os comandos utilizados na plataforma do *Figma* nesta situação foram: `[container:top-bar:hidescroll]` e `[container:top-bar:showscroll]`.

No entanto, há que referir que pretendíamos incluir filtro, para restringir determinadas categorias de conteúdos, como datas ou localização, mas por falta de tempo não foi possível coloca-la em prática.

Em todas as páginas da aplicação, excetuando o *splash screen*, constará a *bottom navigation*, cujo *design* é feito numa página à parte do *Figma*, e que através do comando `[menu:tabs]` do *Bravo Studio*, se torna uma funcionalidade automática.

11.4. Proposta apresentada aos elementos da Companhia de Teatro de Almada

Neste capítulo temos a oportunidade de observar o resultado final da primeira versão da aplicação. Da Figura 49 à Figura 56 podemos observar os quatro menus principais que se encontram destacados no menu de *bottom navigation*: *Página inicial*, *Actos complementares*, *Música na esplanada* e *Informações*.

Na página inicial é possível observar o *carousel slider* em ação, bem como a faixa arredondada nos cantos presente em *Almoço*, que foi referida no tópico anterior (Figura 49). *Todos os espetáculos* assume o formato de lista e, se clicarmos num dos casos em particular, deparamo-nos com a página presente nas Figuras 51 e 52. O mesmo acontece em relação à página dos *Colóquios* que tem ligação à dos *Actos Complementares* (Figuras 53 e 54).

Aquando da finalização desta versão ainda existia conteúdo que não estava definido, como era o caso das fotografias referentes à *Música na Esplanada*, que seriam colocadas no mesmo local que as dos espetáculos, do lado esquerdo do título, no caso da lista, e no topo da página, no caso da página informativa. O mesmo se verificou na zona onde se encontra o retângulo vermelho.

As diferenças tonais e de proporções do ecrã devem-se ao facto de as capturas de ecrã terem sido feitas no decorrer do projeto, e nem sempre através do mesmo dispositivo móvel.

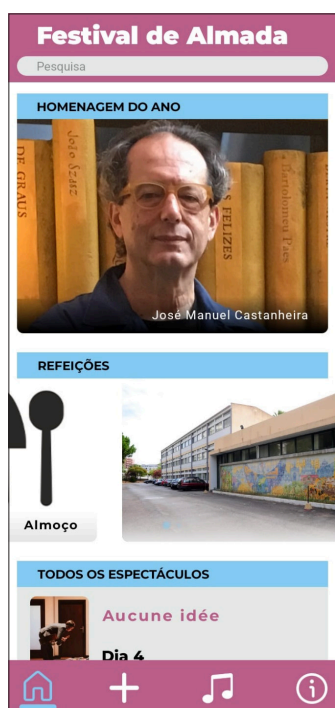


Figura 49 – Versão 1: página inicial



Figura 50 – Versão 1: página inicial

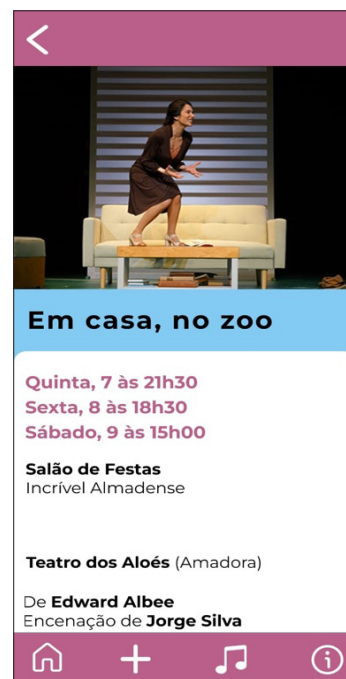


Figura 51 – Versão 1: informação sobre o espetáculo

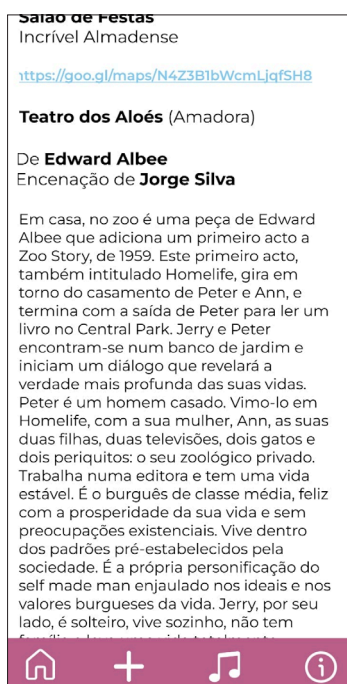


Figura 52 – Versão 1: informação sobre o espetáculo



Figura 53 – Versão 1: actos complementares

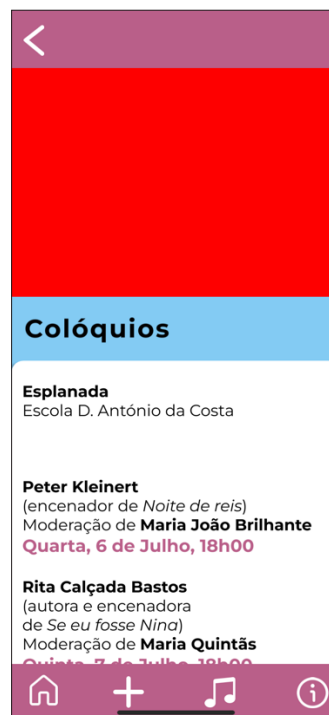


Figura 54 – Versão 1: exemplo de acto complementar

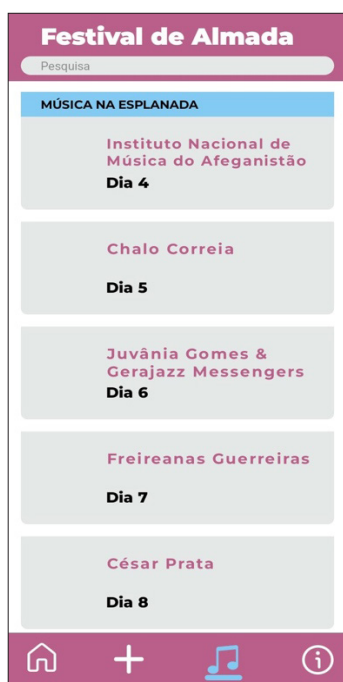


Figura 55 – Versão 1: música na esplanada

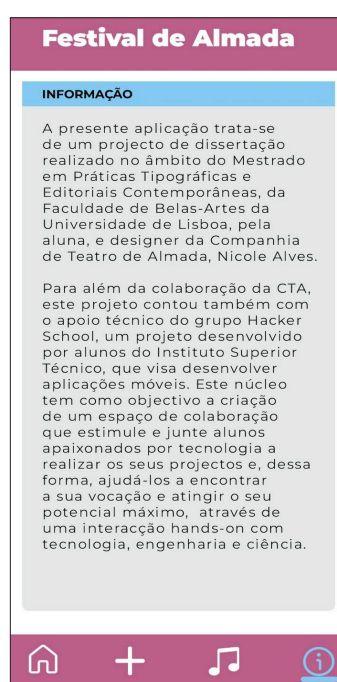


Figura 56 – Versão 1: informação

12. RESULTADOS DO TESTE REALIZADO JUNTO DOS ELEMENTOS DA COMPANHIA DE TEATRO DE ALMADA

No passado dia 19 de Maio de 2022 realizou-se o teste-piloto relativo à aplicação *Festival de Almada*. A amostra é constituída por dezasseis pessoas, todas elas elementos da Companhia de Teatro de Almada. Esta limitação deveu-se ao facto de na *app* constarem informações que apenas podiam ser divulgadas junto do público no dia da apresentação da programação, a 15 de junho de 2022. Aos primeiros doze inquiridos foram colocadas questões diretas enquanto interagiam com o protótipo e os restantes quatro foram convidados a comentar livremente.

As perguntas colocadas foram:

1. O que representa a imagem que surge aquando da abertura da aplicação? (referir-se ao *splash screen*);
2. O que simboliza cada ícone da barra do menu? (sem interagir com os respetivos);
3. A partir de que horas o Festival de Almada dispõe de serviço de jantar?;
4. Escolher um Espetáculo, um Colóquio e um concerto da Música na Esplanada. Em que dia e local se realiza cada um? (questão colocada para detetar possíveis erros de *layout*);
5. Onde nos levará o *link* que aparece na página de cada espetáculo?.

A partir destas questões foi possível fazer um levantamento das respostas e criar uma tabela que nos permitisse comparar todas as interações e comentários. Nem todos os inquiridos responderam a todas as questões por terem sido colocadas oralmente aquando da interação.

	Pergunta 1	Pergunta 2	Pergunta 3	Pergunta 4	Pergunta 5	Observações
Pessoa 1	Cartaz do Festival de Almada	1. Página principal 2. NS/NR 3. Concertos na esplanada 4. Informação sobre o Festival de Almada	A partir das 19h	—	—	<ul style="list-style-type: none"> • Sugestão de colocar cruz para apagar o texto que está escrito na barra de pesquisa. • Os pontos utilizador para se perceber que existe um slide entre o almoço e o jantar confundem-se com o logotipo do restaurante.
Pessoa 2	Cartaz do Festival de Almada	1. Página principal 2. Página nova / Aumentar o som 3. Acesso ao áudio/ descrição áudio/ aumentar e baixar o som 4. Informações sobre o Festival de Almada	—	—	—	<ul style="list-style-type: none"> • As refeições e a figura homenageada não deviam ter mais destaque do que os espetáculos. • Dificuldade em regressar ao cartaz. • Música na esplanada não devia estar fora do separador do “+”.
Pessoa 3	Cartaz do Festival de Almada	1. Home 2. Mais informações 3. Para ouvir músicas associadas aos espetáculos/som 4. Mais informações (palcos, moradas, mapas)	A partir das 19h	Tarefa realizada com sucesso	—	—

	Pergunta 1	Pergunta 2	Pergunta 3	Pergunta 4	Pergunta 5	Observações
Pessoa 4	Cartaz do Festival de Almada	1. Menu 2. Para adicionar mais alguma coisa 3. Música 4. Informações	A partir das 19h	Tarefa realizada com sucesso	—	<ul style="list-style-type: none"> A música na esplanada decorre na altura em que as pessoas estão a jantar, as duas informações podiam mais próximas na app Pode ser criada uma caixa para comentários O número de telefone da CTA e o site devem fazer parte da aplicação
Pessoa 5	Cartaz do Festival de Almada	1. Página principal 2. NS/NR 3. Música 4. Informação	A partir das 19h	Tarefa realizada com sucesso	—	<ul style="list-style-type: none"> Não é óbvio o horário do restaurante ao jantar.
Pessoa 6	Cartaz do Festival de Almada	1. Home 2. Mais informações 3. Música 4. Informações	A partir das 19h	Tarefa realizada com sucesso	Ligação para o mapa	<ul style="list-style-type: none"> Desafio extra: encontrar o espetáculo "Sonho" sem procurar na lista: tarefa realizada com sucesso.
Pessoa 7	NS/NR	1. Home 2. Mais seleção de ideias 3. Espetáculos músicas/orquestras 4. Informações, contactos	—	Tarefa realizada com sucesso	Ligação para o mapa	<ul style="list-style-type: none"> Desafio extra: encontrar o espetáculo "Sonho" sem procurar na lista: tarefa realizada com sucesso.
Pessoa 8	Cartaz do Festival de Almada	1. Home 2. Mais informação 3. Espetáculos de música 4. Informações sobre a aplicação	A partir das 19h	Tarefa realizada com sucesso	Ligação para o mapa	<ul style="list-style-type: none"> O cartaz não é muito óbvio é muito diferente dos anteriores Aplicação muito intuitiva As refeições e o homenageado não deviam ter mais destaque que os espetáculos
Pessoa 9	Cartaz do Festival de Almada	1. Início 2. Mais som 3. Música/vídeos 4. Informações	—	Tarefa realizada com sucesso	Vídeo sobre a peça	<ul style="list-style-type: none"> Desafio extra: encontrar o espetáculo "Sonho" sem procurar na lista: tarefa realizada com sucesso. Identificar o ano a que o Festival é referente Mencionar datas do evento (4 a 18 de Julho) Dificuldade em regressar ao cartaz. Música na esplanada fora dos actos complementares não faz sentido Não deixar espaço entre a localização e o link que nos leva ao google maps. Colocar a data sob o local Ter informações sobre o almoço e o jantar juntos Faz mais sentido haver um icon no menu relativo ao restaurante do que sobre a música
Pessoa 10	NS/NR	1. NS/NR 2. NS/NR 3. Música 4. Informação	A partir das 19h	Tarefa realizada com sucesso	Ligação para mais informações sobre o espetáculo	<ul style="list-style-type: none"> Desafio extra: encontrar o espetáculo "Sonho" sem procurar na lista: tarefa realizada com sucesso.
Pessoa 11	Cartaz do Festival de Almada	1. Página principal 2. Adicionar um evento 3. Música 4. Informações sobre o Festival de Almada	A partir das 19h	Tarefa realizada com sucesso	Ligação para o mapa	<ul style="list-style-type: none"> Desafio extra: encontrar o espetáculo "Sonho" sem procurar na lista: tarefa realizada com sucesso. Separador dos atos complementares deixa em dúvida

	Pergunta 1	Pergunta 2	Pergunta 3	Pergunta 4	Pergunta 5	Observações
Pessoa 12	Cartaz do Festival de Almada	—	A partir das 19h	Tarefa realizada com sucesso	Página do TMJB	<ul style="list-style-type: none"> • Desafio extra: encontrar o espetáculo “Sonho” sem procurar na lista: tarefa realizada com sucesso. • Muito prático, acessível e funcional
Pessoa 13	—	—	—	—	—	<ul style="list-style-type: none"> • Mudar fonte para a parte do texto sobre os espetáculos que está em inglês • O nome do criador deve estar mais perto do título, seguido da companhia
Pessoa 14	—	—	—	—	—	<ul style="list-style-type: none"> • Interessante • O restaurante não devia ter o destaque que tem
Pessoa 15	—	—	—	—	—	<ul style="list-style-type: none"> • A informação podia ser também relativa ao Festival, não apenas à aplicação • Restaurante com demasiado destaque
Pessoa 16	—	—	—	—	—	<ul style="list-style-type: none"> • O cartaz devia ter mais destaque (por exemplo, podia ser utilizado como imagem de fundo que fica estática enquanto se faz <i>scroll</i>) • A distribuição entre conteúdo da página inicial e dos “+” devia ser diferente - refeições passavam para separador dos atos complementares e os colóquios para a página inicial • A música não devia estar à parte • Falta informação relativa à organização do Festival (contactos, site...) • Colocar logotipo do Festival junto ao cartaz <ul style="list-style-type: none"> • Referir a data do evento • Não ter homenageado como destaque

Gráfico 11 – Versão 1: resultados do teste-piloto realizado junto da CTA

13. SEGUNDA VERSÃO DA APLICAÇÃO

Posto este teste-piloto inicial, é possível compreender que consensualmente parte dos colaboradores concorda que é necessário retirar destaque às *Refeições* e à *Figura homenageada*. Há uma necessidade de não incluir o cartaz apenas no *splash screen*, permitindo a sua consulta sem ter que reiniciar a aplicação.

Foi entre as duas versões que pela primeira vez se tentou fazer *upload* da *app* para o *Google Play Console*, o *software* que nos permite publicar uma aplicação na *Play Store*, a loja de aplicações dos *Androids*. O *timing* deste *upload* justifica-se com o facto de ainda não existir uma versão final, mas ao mesmo tempo haver a necessidade de compreender a sua conformidade. Posteriormente a este *upload* fomos notificados relativamente à questão das cores referida no capítulo *Escolha da paleta de cores*, e fomos alertados para o facto de não poder existir uma página em branco caso aquando da realização de uma pesquisa em que não houvesse nenhum resultado a apresentar. Assim sendo, foi necessário abdicar da barra de pesquisa, mas pretendemos reinseri-la em 2023.

13.1. Alterações aplicadas à *bottom navigation* da segunda versão

Nesta versão do projeto o menu perde a sua forma retangular, havendo um foco no elemento central (Figura 57). Deixamos de ter cinco ícones passando a ter apenas três, o número mínimo recomendado. Os símbolos que antes eram brancos passaram na segunda versão a ser pretos e a cor que presume a sua seleção é o branco – ao invés do azul.



Figura 57 – Versão 2: menu de *bottom navigation*

Apesar de o símbolo *mais* se manter nesta versão da *app*, o seu significado é diferente. Enquanto que antes representava o capítulo dos *Actos complementares* presente em todas as edições dos programas analisados previamente, desta vez é mais abrangente e inclui todos os *extras*. O utilizador e o público do Festival não o associam necessariamente aos *Actos complementares* – daí esta alteração não ser contraditória.

13.2. Hierarquização de informação: versão 2

Uma vez que ocorreu uma alteração significativa no menu da *bottom navigation*, a hierarquização da informação também sofreu modificações. Vejamos pelo Gráfico 12.

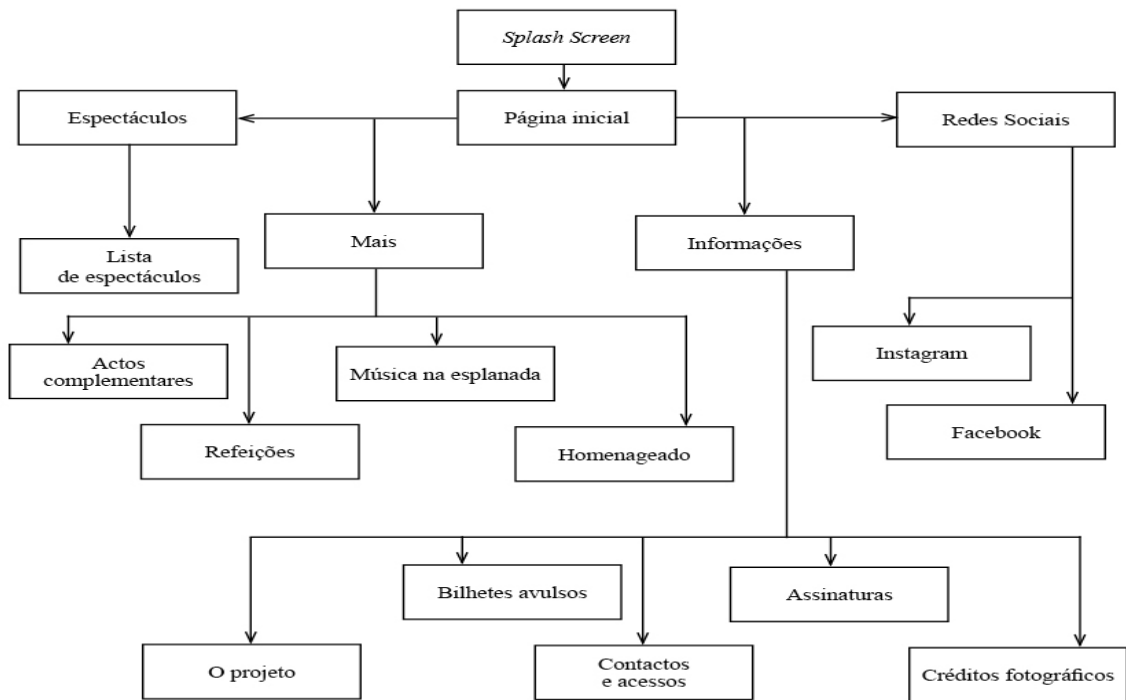


Gráfico 12 – Versão 2: hierarquização da informação

13.3. Layout da segunda versão

Neste novo e melhorado *layout*, o cartaz passa a constar não só no *splash screen*, mas também na página inicial (Figuras 58 e 59). Esta alteração foi realizada com o intuito de não ser necessário reiniciar a *app* para o rever. Apesar de existir uma repetição, não era uma opção abdicar do *splash screen*, uma vez que a *Bravo Studio* assegura uma melhor prestação da *app* se utilizada essa funcionalidade.

Clicando sobre a ilustração da página inicial acede-se à lista com todos os espetáculos do Festival de Almada. Para além da obra de Tamara Alves, nesta página apenas encontramos as ligações para as redes sociais, feitas através de *links* embebidos nos ícones respetivos. Como sugerido pelas pessoas 9 e 16, inquiridas durante o teste-piloto, foi introduzido junto do cartaz o logótipo do Festival, bem como o número da edição e a data. De facto, há que situar os utilizadores temporalmente, uma vez que se trata de um evento sazonal e que, mesmo findo o evento, a *app* continua publicada com informação referente à última temporada.

Na versão a que o público teve acesso deixou de se utilizar fotografias nas listas, quer dos espetáculos, quer da música na esplanada, uma vez que eram ícones muito reduzidos para conseguir reter qualquer informação. Outra das alterações desde a versão inicial é que as faixas que servem de cabeçalho assumem nesta segunda versão a cor preta. No entanto, a tipografia aí inscrita permanece em caixa alta para criar hierarquia. É também nesta versão que passa a ser feita uma distinção entre listas estáticas e interativas. As listas interativas guiam-nos para novos ecrãs e existem três na *app*: a dos espetáculos, em que cada elemento nos remete para informação relativa à respetiva peça; a lista inserida no ícone *mais* do *bottom navigation menu*, que se subdivide, através dos cabeçalhos ne-

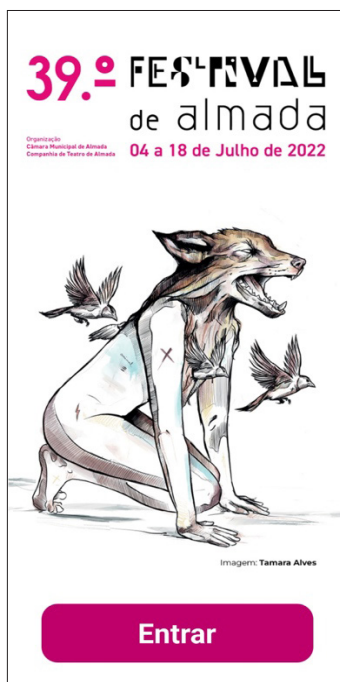


Figura 58 – Versão 2: *splash screen*

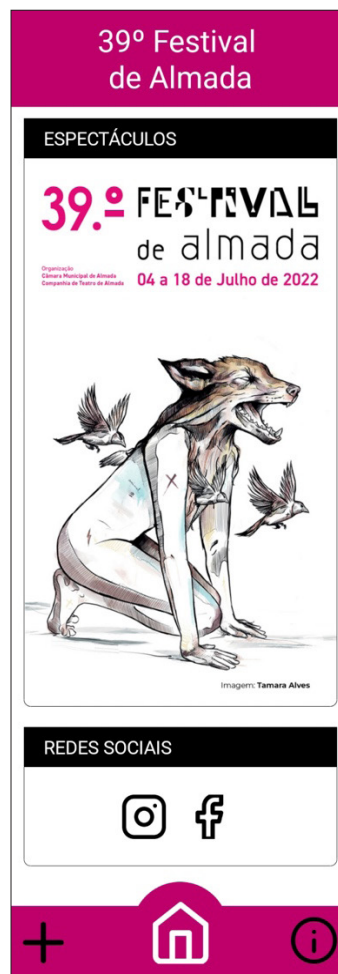


Figura 59 – Versão 2: Página inicial

gros em: *Actos complementares*, *Música na esplanada*, *Homenagem 2022* e *Refeições*; e a da *Música na Esplanada*, em que cada referência nos encaminha para informações sobre o concerto respetivo. A lista estática é apenas uma e está inserida no ícone *i* do menu: subdivide-se do mesmo modo que as interativas, através das faixas de topo, e os tópicos são: *O projeto*, *Contactos e acessos*, *Assinaturas*, *Bilhetes avulsos* e *Créditos fotográficos*. No ícone *i*, a informação acrescentada foi essencial para que os utilizadores ganhassem autonomia. Nas figuras 60 e 61 temos dois exemplos de listas da *app*: uma lista interativa (Figura 60), e uma parte da estática (Figura 61).

Outra das ramificações foi passar a haver uma distinção entre páginas informativas com fotografias (Figura 62), e outras em que se abdicou da imagem (Figura 63). Por exemplo, os colóquios são eventos em que um criador de determinado espetáculo – como é o caso dos autores, dos encenadores, entre outros – se reúne com o público na esplanada para dialogar. Trata-se de um evento único, que só terá



Figura 60 – Versão 2: Lista em actos complementares



Figura 61 – Versão 2: Lista em informações

registos fotográficos do momento a *posteriori*. Para além de que os colóquios são divulgados todos na mesma página, e só existe lugar para uma imagem.

Uma das limitações do *Figma* encontra-se patente no facto de não haver a possibilidade de hifenizar um texto e de o justificar às margens. É possível que esta circunscrição se deva à diversidade de idiomas que são utilizados para desenvolver *apps* – o *Figma* é utilizado mundialmente. É uma queixa recorrente nos fóruns da plataforma; no entanto, dada a insistência por parte dos *designers*, talvez esse aspeto venha a ser tido em conta.



Figura 62 – Versão 2: Página informativa com fotografia



Figura 63 – Versão 2: Página informativa sem fotografia

13.4. Resultado final – versão apresenta ao público

Durante o Festival de Almada o espetáculo *Taco a Taco* foi cancelado, já posteriormente a ter sido divulgado. No entanto, com a ajuda da aplicação, foi possível atualizar a informação, substituindo-a pela do espetáculo *A coragem de minha mãe*, que pertencia à mesma Companhia e que ocupou as suas sessões, (Figuras 64, 65, 66 e 67). É possível compreender pelos *prinstcreens* que na lista houve uma substituição de um espetáculo pelo outro. Encontramo-nos perante uma situação que com materiais em papel é praticamente irremediável, sem uma nova produção ou sem a inclusão de uma errata.

Houve uma tentativa de incluir, nesta primeira edição, conteúdo estanque na *app*. Isto é, havia a possibilidade de alterar informação durante o decorrer do evento, uma vez que o trio de *softwares* e o *Google Play Console* o permitiam, mas para evitar erros optou-se por o fazer de um modo moderado. Para além desta alteração relativa ao espetáculo apenas se atualizou as ementas do restaurante, a pedido da Compa-

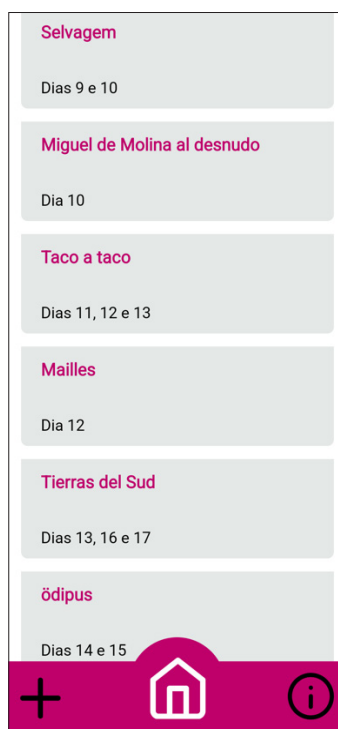


Figura 64 – Versão 2: Lista dos espetáculos com *Taco a taco*

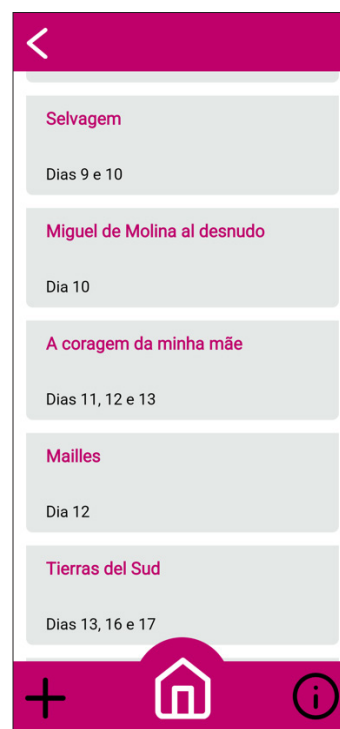


Figura 65 – Versão 2: Lista dos espetáculos com *A coragem da minha mãe*

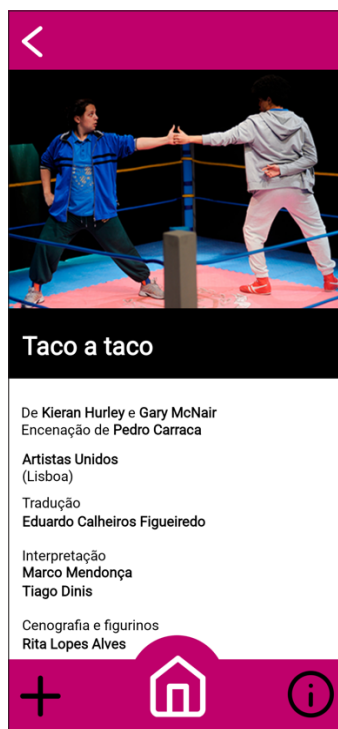


Figura 66 – Versão 2: Informação sobre o espetáculo *Taco a taco*



Figura 67 – Versão 2: Informação sobre o espetáculo *A coragem da minha mãe*

nhia. As modificações relativas ao restaurante eram feitas todos os dias manualmente, uma vez que durante o evento existem pratos diários. (Figura 68 e 69). Possivelmente, para uma edição futura será oportuno conjugar esta atualização com notificações que façam chegar ao utilizador a ementa.

Foi feito um ajuste na ordem pela qual a informação consta na página relativa a cada espetáculo. Essa mudança resultou de uma sugestão feita por Francisco, o diretor do Festival de Almada

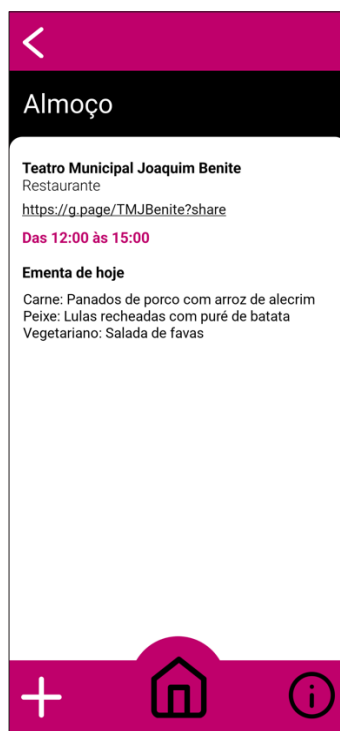


Figura 68 – Versão 2: Informação sobre o *Almoço*

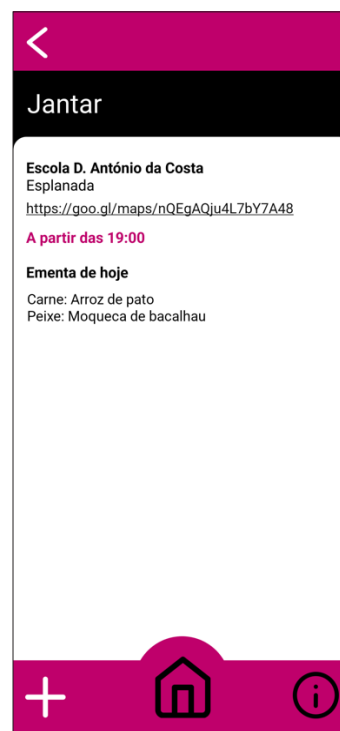


Figura 69 – Versão 2: Informação sobre o *Jantar*

14. DIVULGAÇÃO DO PROJETO

O projeto desenvolvido em colaboração com a Companhia de Teatro de Almada foi divulgado junto do público, com o auxílio da equipa que a compõe. Neste capítulo iremos apreender todos os locais e materiais onde essa propalação foi conseguida.

A primeira apresentação ao público foi no dia 15 de junho de 2022, na Casa da Cerca, sita na Rua da Cerca, em Almada. Nesse dia, o público tomou conhecimento dos espetáculos que iriam fazer parte da programação do evento e Francisco, diretor do Festival e da Companhia de Teatro de Almada, durante o seu discurso referiu e falou um pouco sobre a *app*. Foi também nesse dia que o público teve acesso ao Programa do 39º Festival de Almada, um objeto editorial produzido todos os anos, como constatámos no capítulo em que fizemos as análises dos referentes às últimas edições.

Como meio de partilha do *link* onde se encontra publicada a aplicação, foi criado um *QR Code* (Figura 70), que foi utilizado em todos os materiais de divulgação. O *QR Code* permite ao utilizador apontar a câmara do telemóvel para o código, abrindo automaticamente o *link* que lá se encontra alojado.



Figura 70 – *QR Code* de divulgação da *app*

A divulgação da aplicação foi feita: no programa anual, nas folhas de sala, nas folhas informativas, em lonas de rua, em *mupis*, na bilheteira do Teatro Municipal Joaquim Benite, em todas as mesas da esplanada, no *Facebook*, no *Instagram* e no *site* do Festival de Almada.

No caso da imprensa, a sua presença fez-se notar duplamente. Por um lado, nos anúncios publicitários feitos pela Companhia, e por outro em notícias escritas por jornalistas que, ao fazerem alusão ao Festival, fizeram questão de mencionar esta novidade que o evento albergou. Passamos a citar as jornalistas Carolina Cunha e Maria Leonor Nunes:

“Uma das novidades da 39ª edição do certame é o lançamento da *app* Festival de Almada. Trata-se de uma forma interativa de acompanhar os detalhes da programação, nomeadamente os locais, preços e espetáculos diários.” (Cunha, 2022, p. 39)

“A programação desta edição do FTA, cujo cartaz foi criado pela artista Tamara Alves, tal como as ementas diárias do restaurante e esplanada e outros detalhes podem ser consultados numa *app* do festival, uma novidade desenvolvida por Nicole Alves, finalista de mestrado [a trabalhar] na CTA, com o artista Jorge dos Reis. Pode ser descarregada gratuitamente.” (Nunes, 2022, p. 10)

Posto isto, é possível compreender que existiram muitos meios de propagação do

projeto. No entanto, com certeza que sem a ajuda da Companhia de Teatro de Almada não teria havido a possibilidade desenvolver um trabalho tão notado e significativo.

Para culmatar possíveis problemas tecnológicos que possam surgir, foi feita uma gravação de ecrã da *app*. Essa gravação está publicada no *youtube* e é possível aceder através do link <https://youtube.com/CW5MRnV9QCc> ou do *QR Code* presente na Figura 71.



Figura 71 – *QR Code* que remete para o vídeo da *app* que se encontra publicado no *youtube*

15. ADESÃO E *FEEDBACK*

Em análise a dados relativos ao período compreendido entre 15 de junho e 18 de julho, que correspondem respetivamente à data da divulgação do projeto ao público do Festival e ao último dia do evento, foi possível constatar factos e retirar conclusões que serão analisadas neste capítulo.

Na íntegra, durante este espaço de tempo, foram feitas cento e quarenta e três descargas da *app* Festival de Almada. O maior volume verificou-se no domingo, 3 de Julho, data em que contámos com dezasseis novos membros, presumivelmente por o Festival começar no dia seguinte.

Solicitou-se, através da *app*, que qualquer opinião existente fosse grafada na caixa de comentários presente na *Play Store* na página de descarga (onde nos leva o *QR Code*). Este método de comunicação permite também ao utilizador avaliar quantitativamente o projeto numa escala de zero a cinco, medida em estrelas.

Contrariamente ao expectado, o *feedback* outorgado pelo público revelou-se em quantidade muito inferior à prevista. Dos cento e quarenta e três *downloads* realizados no período suprarreferido, recebemos avaliação quantitativa de treze pessoas, das quais onze de cinco estrelas, uma de quatro estrelas e uma de três estrelas, perfazendo uma média de 4.769 estrelas por utilizador. Destes treze utilizadores, apenas quatro elaboraram comentários de opinião que passamos a citar:

“Olá! É uma aplicação bastante interessante que nos permite substituir o papel pelo digital retirando o desperdício. Penso que deveria ser mais e melhor divulgada junto do público e, se fosse possível, ter um calendário em que os espetadores com assinatura pudessem colocar os dias e horas a que vão ver os espetáculos. Era interessante embora saiba que bastante mais complicado. De qualquer forma, é um sinal de modernização do nosso Festival. Parabéns!”. Avaliação: quatro estrelas (Jones, 2022)

“Espetacular. Prático. Inteligente. Fabuloso. Moderno. Magnífico.”. Avaliação: cinco estrelas (Walter, 2022)

“Absolutamente incrível! Um projeto genial”. Avaliação: cinco estrelas (Costa, 2022)

“Muito bom! Devia ter um calendário. Mas a aplicação é muito boa.”. Avaliação: cinco estrelas (Farraia, 2022)

Posteriormente ao fim do Festival de Almada, já em Agosto, surgiu mais uma classificação de cinco estrelas com crítica:

“Muito útil e bem feita. Se tivesse um calendário seria estupendo.”. Avaliação: cinco estrelas (Almeida, 2022)

A partir dos comentários publicados, é possível depreender que o objetivo de redução do consumo de recursos naturais foi notado, apesar de em tempo algum o expressarmos junto do público. E que um calendário é um elemento-chave a não olvidar em edições futuras.

Em conversas casuais com colegas e público durante o Festival, vários questionaram relativamente ao facto de o cartaz de Tamara Alves aparecer duas vezes. Essa decisão prendeu-se com o facto de o *Bravo Studio* recomendar vivamente que fosse utilizado um *splash screen*, ou seja, um *slide* que aparece cada vez que a aplicação é aberta, e que serve de ecrã introdutório. No entanto, não teria nexo o cartaz aparecer só na altura da abertura do projeto, fazendo com que, para o rever, fosse necessário fechar o aplicativo e voltar a iniciar.

16. PERSPETIVAS FUTURAS E CONCLUSÃO

Numa futura versão da *app* o objetivo será abdicar do trio de *softwares* que utilizámos nesta edição, *Figma*, *Bravo Studio* e *AirTable*, visto que criaram determinadas limitações em tarefas relativamente básicas que pretendemos que a *app* seja capaz de realizar, como é o caso do calendário.

Por recomendação de Filipe Varela, presidente do *Hacker School*, a substituição será feita por *Flutter*, ou, em segundo recurso, pelo *Android Studio*. No entanto, o *Android Studio*, tal como o nome indica, apenas permite desenvolver *softwares* para telemóveis onde o iOS não corre. Já o *Flutter* é um *software* de código aberto, desenvolvido pela *Google* em 2015. A sua linguagem de programação é *Dart*.

Na *app* de 2023 pretendemos passar a ter apenas um *splash screen*, uma vez que, abdicando do *Bravo Studio*, deixará de nos ser imposto o seu logo aquando da abertura. Contudo, para evitar a repetição do cartaz que se verificou na segunda versão, este passaria a fazer apenas parte da página inicial, e no *splash screen* constaria o logótipo do Festival de Almada, escolhido como ícone da *app* – fundo vermelho com a inscrição FA a branco. Uma vez que se pretende que a próxima edição seja bilingue, o local onde fará mais sentido questionar o utilizador relativamente ao idioma que pretende utilizar, será na tal introdução, no *splash screen*, tal como acontece na aplicação do *Festival d’Avignon*. Na página inicial, junto ao cartaz, o calendário. Trata-se de um elemento que deve estar acessível e com destaque, para acesso rápido e imediato. Nele, o espectador terá oportunidade de consultar quais as sessões que tem marcadas, bem como todos os eventos a que pode assistir e que não carecem de reserva, como é o caso dos colóquios ou da Música na Esplanada. Em termos de *layout* pretende-se recuperar a barra de pesquisa da qual foi necessário abdicar por inconformidade com os parâmetros da *Google*.

Será também de prever que na edição do próximo ano não seja necessário clicar sobre a ilustração de Tamara Alves para aceder à lista de espetáculos, visto que não é completamente intuitivo e óbvio. Assim sendo, provavelmente passarão para o ícone da *bottom navigation* “*mais*”, juntamente com as restantes listas de acontecimentos. Ainda relativamente aos espetáculos, nestas duas versões só foi possível disponibilizar uma fotografia em cada. Será uma mais-valia poder disponibilizar mais através do *carousel slider* que nos permite alternar entre vários elementos. Se praticável, seria também interessante que existisse a possibilidade de fazer *zoom* nas imagens para perceção de detalhes.

Durante a criação e desenvolvimento deste projeto, ponderou-se disponibilizar as *Folhas de sala* e as *Folhas informativas* na *app*. Contudo, a paginação é feita de modo adaptado para uma boa legibilidade em papel e não se adequa ao formato dos ecrãs de telemóvel. Mesmo que fosse desenvolvido um *layout* onde o conteúdo fosse introduzido

a partir de uma base de dados, são informações que só se sabem durante o Festival e, tal como referido anteriormente, optou-se por manter a informação o mais estanque possível para evitar erros. No caso da *Folha informativa*, este material é desenvolvido diariamente, na manhã do dia em que é entregue ao público, uma vez que o conteúdo é referente ao “agora” do momento. Quanto à *Folha de sala*, trata-se de um material entregue ao espectador aquando da entrada em cada sessão, cuja informação não difere muito do conteúdo que consta no programa de espetáculos.

Nas próximas edições fará sentido incluir um módulo onde seja possível consultar a programação das versões anteriores. Assim, o utilizador não perderá acesso à informação e terá como que uma coleção dos anos passados, agrupada numa só *app* de telemóvel.

Estas são as alterações que até à data nos pareceram praticáveis a curto prazo, no entanto prevê-se que a evolução seja constante e gradual.

Em suma, ao longo deste projeto desenvolvemos uma aplicação móvel a ser utilizada durante o Festival de Almada, que decorre anualmente entre 4 e 18 de Julho em vários locais de Almada e Lisboa.

Foram concebidas duas versões, uma primeira que foi testada pela Companhia de Teatro de Almada – organizadora do Festival – e uma segunda, com melhorias, que foi apresentada ao público.

Não foi possível incluir todas as funcionalidades previstas, contudo existirá uma continuação deste projeto, que contará certamente com melhorias.

Existem duas grandes vantagens neste projeto: a atualização instantânea de conteúdo, e a chegada a um maior número de utilizadores mundialmente. Será possível divulgar melhor o Festival e atrair gente a Almada. Este alcance será gradual, mas acreditamos que quando um produto é do interesse do utilizador, este o divulgará casualmente no seu dia a dia com quem o rodeia.

17. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida, J. M. (2022, agosto 4). Play Store.
- Bertrand, R. (2021, julho 1). Perspetivas da condição humana. *Sábado*.
- Bravo Tags: Adding functionality to the UI elements—Bravo Studio Help Center*. (sem data). Obtido 6 de abril de 2023, de <https://docs.bravostudio.app/set-up-design/what-are-bravo-tags>
- Companhia de Teatro de Almada. (2018). *A Festa* (1.ª ed.).
- Costa, L. (2022, junho 18). Play Store.
- Cunha, C. (2022, junho 16). Regresso do teatro as noites de verão. *Correio da Manhã*.
- Design de UX no Google*. (sem data). Coursera. Obtido 6 de abril de 2023, de <https://www.coursera.org/professional-certificates/google-ux-design>
- Farraia, J. (2022, junho 18). Play Store.
- Gomes, R., Lourenço, V., & Neves, J. (2000). *Público do Festival de Almada* (1.ª ed.).
- Henriques, R. (2019). *O Teatro faz a Festa* (1.ª ed.). Irisgráfica.
- Home*. (sem data). IKiTalk. Obtido 5 de abril de 2023, de <http://ikitalk.com/>
- Jones, A. (2022, junho 16). Play Store.
- Material Design*. (sem data). Material Design. Obtido 28 de fevereiro de 2022, de <https://material.io/>
- Mobile App Splash Screen Examples & Benefits | Adobe XD Ideas. (sem data). *Ideas*. Obtido 13 de agosto de 2022, de <https://xd.adobe.com/ideas/principles/app-design/examples-and-benefits-of-a-mobile-app-splash-screen/>
- Nogier, J.-F., Bouillot, T., & Leclerc, J. (2013). *Ergonomie des interfaces guide pratique pour la conception des applications web, logicielles, mobiles et tactiles*. DUNOD. <http://www.vlebooks.com/vleweb/product/openreader?id=none&isbn=9782100594924>
- Nunes, M. L. (2022, junho 29). Festival de Teatro de Almada—Um «regresso» em força. *Jornal de Letras*.
- O teatro é uma prática moral. (1996, julho). *Sem Mais*.

Oliveira, M. (2022, julho 25). [Comunicação pessoal].

Pereira, B. (2022, setembro 8). [Comunicação pessoal].

Programa 39º Festival de Almada. (2022).

Realinho, C. (2022, julho 31). [Comunicação pessoal].

STAIANO, F. (2022). *DESIGNING AND PROTOTYPING INTERFACES WITH FIG-
MA: Learn essential ux/ui design principles by... creating interactive prototypes
for mobile, tablet.* PACKT PUBLISHING LIMITED.

Walter, P. (2022, junho 16). Play Store.

Whatsupintown. (sem data). Whatsupintown. Obtido 12 de agosto de 2022, de [https://
whatsupintown.pt](https://whatsupintown.pt)

18. BIBLIOGRAFIA

- About Figma, the collaborative interface design tool.* (sem data). Figma. Obtido 1 de julho de 2022, de <https://www.figma.com/about/>
- Almeida, J. M. (2022, agosto 4). Play Store.
- Anderson, S. P. (2011). *Seductive interaction design: Creating playful, fun, and effective user experiences*. New Riders.
- António José da Silva na *Infopédia*. (sem data). Porto Editora. [https://www.infopedia.pt/\\$antonio-jose-da-silva](https://www.infopedia.pt/$antonio-jose-da-silva)
- Bertrand, R. (2021, julho 1). Perspetivas da condição humana. *Sábado*.
- Best Practices*. (sem data). Obtido 29 de maio de 2022, de <https://docs.bravostudio.app/setup-design/bravo-best-practices>
- Boletim de Informação*. (1999).
- Bravo Tags: Adding functionality to the UI elements*. (sem data-a). Obtido 1 de julho de 2022, de <https://docs.bravostudio.app/set-up-design/what-are-bravo-tags>
- Burton, M. (sem data). *Android™ Application Development For Dummies®*. 377.
- Cartão assinatura 25º Festival de Almada*. (2008).
- Colborne, G. (2018). *Simple and usable: Web, mobile, and interaction design* (Second edition). New Riders.
- Companhia de Teatro de Almada. (sem data-a). *Dossier de Imprensa—Teatro Municipal Joaquim Benite*.
- Companhia de Teatro de Almada. (sem data-b). *Sonhar* (1.ª ed.).
- Companhia de Teatro de Almada. (1984). *Dossier de Imprensa—Festival de Almada*.
- Companhia de Teatro de Almada. (2018). *A Festa* (1.ª ed.).
- Companhia Teatro de Almada. (sem data). *Bases de dados confidenciais partilhadas pela companhia*.
- Contrast Ratio: Easily calculate color contrast ratios. Passing WCAG was never this easy!* (sem data). Obtido 24 de maio de 2022, de <https://contrast-ratio.com/#-black-on-%23bf006b>
- Contraste de cor—Ajuda do Acessibilidade no Android*. (sem data). Obtido 24 de maio de 2022, de <https://support.google.com/accessibility/android/answer/7158390?hl=pt-br>
- Convite 15º Festival de Almada*. (1998).
- Convite 24º Festival de Almada*. (2007).
- Convite 25º Festival de Almada*. (2008).
- Convite 27º Festival de Almada*. (2010).
- Costa, L. (2022, junho 18). Play Store.
- Cunha, C. (2021). *Cantinho do Tareco*. ESAD.

- Cunha, C. (2022, junho 16). Regresso do teatro as noites de verão. *Correio da Manhã*.
- Design de UX no Google*. (sem data). Coursera. Obtido 6 de abril de 2023, de <https://www.coursera.org/professional-certificates/google-ux-design>
- dos Santos Henriques, R. I. (2015). *O Festival Internacional de Teatro de Almada*. Universidade Nova de Lisboa.
- Dumont, S. (sem data). The difference between UX and UI, according to designer and Maze CEO, Jonathan Widawski [Blog]. *In the loop*. <https://maze.co/blog/ui-vs-ux/>
- Eco, U. (2007). *Como se faz uma tese em ciências humanas* (13.^a ed.). Editorial Presença.
- Erlhoff, M. (2008). *Design Dictionary*. Birkhäuser.
- Estrela, E., Almira Soares, M., & Leitão, M. J. (2013). *Saber escrever uma tese e outros textos* (9.^a ed.). D. Quixote.
- Farraia, J. (2022, junho 25). Play Store.
- Fiske, J. (1990). *Introduction to communication studies* (segunda). Routledge.
- Folheto 13º Festival de Almada—Encontro com Heiner Muller*. (1996).
- Folheto informativo 12º Festival de Almada*. (1995).
- Folheto informativo 13º Festival de Almada*. (1996).
- Folheto informativo 14º Festival de Almada*. (1997).
- Folheto informativo 16º Festival de Almada*. (1999).
- Folheto informativo 25º Festival de Almada*. (2008).
- Fonseca, M., Campos, P., & Gonçalves, D. (sem data). *Introdução ao design de interfaces*.
- Ford, R., & Wiedemann, J. (2011). *Apps para dispositivos móveis: Casos de estudo*. Taschen.
- Francisco, R. (sem data). *Joaquim Benite: Entre nós e as palavras*.
- Frascara, J. (sem data). *Communication Design—Principles, methods and practice*. Allworth Press.
- Gomes, R., Lourenço, V., & Neves, J. (2000). *Público do Festival de Almada* (1.^a ed.).
- HackerSchool—IST*. (sem data). Obtido 1 de julho de 2022, de <http://hackerschool.tecnico.ulisboa.pt/>
- Harmónico com horários 27º Festival de Almada*. (2010).
- Harmónico com horários 28º Festival de Almada*. (2011).
- Henriques, R. (2019). *O Teatro faz a Festa* (1.^a ed.). Irisgráfica.
- Home*. (sem data). IkiTalk. Obtido 5 de abril de 2023, de <http://ikitalk.com/>
- Individual para refeição 27º Festival de Almada*. (2010).
- Individual para refeição 28º Festival de Almada*. (sem data).
- Instagram do Festival de Almada*. (sem data). <https://www.instagram.com/festivaldealmada/>

- Jones, A. (2022, junho 16). Play Store.
- Jornal 21º Festival de Almada*. (2004).
- Jornal 28º Festival de Almada*. (2011).
- Jornal 31º Festival de Almada*. (2014).
- Malewicz, M., & Malewicz, D. (sem data). *Designing users interfaces*.
- Maria Alice Samara, & Baptista, T. (2010). *Os Cartazes na Primeira República* (1ª). Tinta da China.
- Martin, B., & Hanington, B. (sem data). *Universal Methods of Design*. Rockport.
- Martinho, V., Vieira de Lima, J., & Pais, L. (1992). *Cadernos 4—D. Quixote 20 anos*.
- Material Design*. (sem data-a). Material Design. Obtido 28 de fevereiro de 2022, de <https://material.io/>
- Material Design*. (sem data-b). Material Design. Obtido 16 de agosto de 2022, de <https://material.io/components/bottom-navigation>
- Material Design*. (sem data-c). Material Design. Obtido 18 de agosto de 2022, de <https://material.io/components/bottom-navigation#states>
- Material Design*. (sem data-d). Material Design. Obtido 8 de abril de 2023, de <https://m2.material.io/design/navigation/understanding-navigation.html#fade>
- Material Design 3*. (sem data). Obtido 28 de fevereiro de 2022, de <https://m3.material.io/>
- Mello Garcia, I. (2021). *A publicidade em Portugal nos anos de 1920 e 1930 – Uma análise dos anúncios no Diário de Lisboa*. Escola Superior de Educação e Ciências Sociais.
- Mobile App Splash Screen Examples & Benefits | Adobe XD Ideas. (sem data). *Ideas*. Obtido 13 de agosto de 2022, de <https://xd.adobe.com/ideas/principles/app-design/examples-and-benefits-of-a-mobile-app-splash-screen/>
- Monumentos*. (sem data). Obtido 1 de fevereiro de 2022, de http://monumentos.pt/Site/APP_PagesUser/SIPA.aspx?id=17403
- My Apps—Bravo Studio*. (sem data). Obtido 19 de janeiro de 2022, de <https://projects.bravostudio.app/apps>
- Nogier, J.-F., Bouillot, T., & Leclerc, J. (2013). *Ergonomie des interfaces guide pratique pour la conception des applications web, logicielles, mobiles et tactiles*. DUNOD. <http://www.vlebooks.com/vleweb/product/openreader?id=none&isbn=9782100594924>
- Notícias sobre o festival*. (2004).
- Nunes, M. L. (2022, junho 29). Festival de Teatro de Almada—Um «regresso» em força. *Jornal de Letras*.
- O teatro é uma prática moral. (1996, julho). *Sem Mais*.
- Oliveira, M. (2022, julho 25). [Comunicação pessoal].

- Our Story*. (sem data). Obtido 1 de julho de 2022, de <https://www.bravostudio.app/our-story>
- Pazmino, A. V., Pupo, R., & Medeiros, I. (2014). MODELOS DE DIVERSAS FIDELIDADES NO PROCESSO DE DESIGN INTERATIVO. *Blucher Design Proceedings*, 1(4), 1136–1143. <https://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/modelos-de-diversas-fidelidades-no-processo-de-design-interativo-12724>
- Pereira, A., & Poupa, C. (2004). *Como apresentar em público teses, relatórios comunicações, usando o PowerPoint* (1.ª ed.). Edições sílabo.
- Pereira, B. (2022, setembro 8). [Comunicação pessoal].
- Pereira, R. (2018). *Mobile Software Engineering in a Business Context*. Universidade da Madeira.
- Poster 12º Festival de Almada*. (1995).
- PressReader.com—Réplicas de Jornais de Todo o Mundo*. (sem data). Obtido 19 de dezembro de 2021, de <https://www.pressreader.com/portugal/sabado/20210701/283802856703521/textview>
- Programa 12º Festival de Almada*. (1995).
- Programa 16º Festival de Almada*. (1999).
- Programa 17º Festival de Almada*. (2000).
- Programa 18º Festival de Almada*. (2001).
- Programa 19º Festival de Almada*. (2002).
- Programa 25º Festival de Almada*. (2008).
- Programa 26º Festival de Almada*. (2009).
- Programa 28º Festival de Almada*. (2011).
- Programa 31º Festival de Almada*. (2014).
- Programa 37º Festival de Almada*. (2020).
- Programa 38º Festival de Almada*. (2021).
- Programa 39º Festival de Almada*. (2022).
- Rand, P. (sem data). *A Designer's Art*.
- Realinho, C. (2022, julho 31). [Comunicação pessoal].
- Rolo, E. de J. R. (2015). *Olhar, jogo, espírito de serviço*. <https://www.repository.utl.pt/handle/10400.5/9625>
- Sakhor, A. (sem data). *The Figma Design Tool*. <https://designcode.io/figma-handbook-figma-design-tool>
- Santareno, B. (sem data). *O Judeu*.
- Seara Nova—Número Especial do Centenário*. (sem data).
- Serôdio, M. H. (2013). *Joaquim Benite desafiou próspero...* (1.ª ed.). Irisgráfica.
- Silva, A. F. M. (2016). *Design interativo, tecnologia e natureza*.

- STAIANO, F. (2022). *DESIGNING AND PROTOTYPING INTERFACES WITH FIGMA: Learn essential ux/ui design principles by... creating interactive prototypes for mobile, tablet*. PACKT PUBLISHING LIMITED.
- Sussams, J. (1996). *Como fazer um relatório* (3.^a ed.). Editorial Presença.
- Tidwell, J., Brewer, C., & Valencia, A. (sem data). *Designing Interfaces* (3.^a ed.).
- Tosi, F. (2020). *Design for Ergonomics* (Vol. 2). Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-33562-5>
- Vector Icons and Stickers—PNG, SVG, EPS, PSD and CSS*. (sem data). Obtido 28 de fevereiro de 2022, de <https://www.flaticon.com/>
- Vieira, E., & Graça Dias, M. (1998). *Projeto de Arquitetura do Teatro Municipal de Almada*. Contemporânea LDA.
- Walker, R. (2003, novembro 30). The Guts of a New Machine. *The New York Times*. <https://www.nytimes.com/2003/11/30/magazine/the-guts-of-a-new-machine.html>
- Walter, P. (2022, junho 18). Play Store.
- Ware, C. (sem data). *Information Visualization* (3.^a ed.). Morgan Kaufmann.
- Whatsupintown*. (sem data). Whatsupintown. Obtido 12 de agosto de 2022, de <https://whatsupintown.pt>