



Website Tim Burton Dark Collection¹

Ricardo VIANA²

Igor PELÚCIO³

Lilyanne LEITÃO⁴

Juliana NASCIMENTO⁵

Gustavo PINHEIRO⁶

Universidade Federal do Ceará, Fortaleza, CE

RESUMO

O *website* apresentado neste paper foi criado para a divulgação do box de DVDs *Tim Burton Dark Collection*, produto criado pela equipe. Com isso, a identidade visual do site procurou seguir os princípios de design presentes no box. A hierarquia do conteúdo e a gestão de informações textuais e visuais dentro do site procuram ser atraentes para os consumidores, que são expostos a uma infinidade de informações neste meio.

PALAVRAS-CHAVE: Tim Burton; website; gestão de conteúdo on-line; design de mídias digitais

Introdução

Desde o estabelecimento da internet como mídia, o ambiente online vem se tornando cada vez mais amplo. O número de sites cresce exponencialmente a cada ano, tornando-se um imenso acervo online que, até junho de 2008, constituía-se de 172,338,726 sites. (fonte:

http://news.netcraft.com/archives/2008/06/22/june_2008_web_server_survey.html

acesso em: 02/05/11)

Diante disso, a quantidade de conteúdo disponível para os usuários de internet é praticamente infinita, o que resulta, obviamente, no fato de eles não conseguirem absorver todo o conteúdo e ter de selecionar apenas os de seu interesse.

-
1. Trabalho submetido ao XVIII Prêmio Expocom 2011, na Categoria Produção Editorial e Produção Transdisciplinar em Comunicação, modalidade Website (avulso).
 2. Aluno líder do grupo e estudante de graduação do 5º semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará, e-mail: ricardogarciamv@gmail.com
 3. Estudante de graduação do 5º semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará, e-mail: igorpelucio@gmail.com
 4. Estudante de graduação do 5º semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará, e-mail: lilyanne.js@gmail.com
 5. Estudante de graduação do 5º semestre do Curso de Comunicação Social – Habilitação em Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Ceará, e-mail: jucostanascimento@gmail.com
 6. Orientador do trabalho. Professor do Curso de Comunicação Social da Universidade Federal do Ceará, e-mail: pinheiro.gustavo@hotmail.com



Dessa forma, os sites precisam apresentar elementos que prendam a atenção de seu leitor, de modo que estes se sintam à vontade para retornar a visita e também divulgar o conteúdo a seus amigos on-line.

Para isso, o conteúdo dos sites, tanto verbal quanto visual, deve ser construído profundamente para esse fim. Gerar conteúdo online, entretanto, não é nada fácil, pois há diversos aspectos em que a internet difere das demais mídias, e, por isso, ela não pode apropriar-se do conteúdo pertencente ao ambiente exclusivamente não online.

Apesar da existência dessas diferenças entre a internet e os demais meios, volta e meia o conteúdo online é pensado apenas com base em elementos utilizados nas outras mídias. Esse fato é perfeitamente justificável com base na afirmação de Fernando Villela:

“Quando nasce uma nova mídia, em um primeiro momento o conteúdo nela veiculado é diretamente reaproveitado de outro meio que já existe. Com o amadurecimento dessa nova mídia, o conteúdo produzido sob demanda torna-se uma estratégica vantagem competitiva”. (VILELLA, apud: RODRIGUES, 2002).

Aplicando-se à internet, a afirmação de Villela traduz-se na forma de que é normal que, no primeiro momento, a internet se utilize de elementos persuasivos pertencentes a outros meios, porém, com seu amadurecimento, novas formas de convencimento próprias surgem e se mostram vantajosas a quem sabem manuseá-las.

Uma das formas de persuasão mais fortes em um site é o seu design, que para cumprir seus objetivos necessita ser claro, direto e agradável visualmente falando. Pensar num ambiente com essas características, ainda aplicadas ao meio digital, entretanto, não é tarefa fácil.

Conseguimos, na medida do possível, propor um site que cumpre essas características, e é função deste paper mostrar o processo de idealização e construção dele.

Objetivos

O *website* criado teria por objetivo compor a campanha de lançamento do box *Tim Burton Dark Collection*, produto fictício criado pelos membros da equipe.

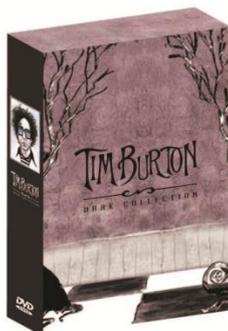


Imagem 1: Visualização 3D do box *Tim Burton Dark Collection* (Fonte: arquivo dos autores)

O site dispõe de informações que procuram esclarecer para o consumidor os principais aspectos do produto e do diretor, tais como os filmes presentes, os trailers desses filmes, dados sobre o cineasta, etc. Além disso, uma série de conteúdos exclusivos faz do site um elemento de comunicação exclusivo e componente do produto veiculado.

A identidade visual do *site* procura conter apelos visuais semelhantes ao do box, embora inove e traga novidades ao tentar se diferenciar como mídia digital.

Justificativa

Não há mais como pensar comunicação de mercado sem envolver as mídias digitais e suas infinitas possibilidades de uso. Os sites comerciais cada vez mais ganham espaço entre os consumidores por oferecer conteúdo relevante para os públicos de interesse.

Entender um pouco mais sobre o processo de construção do ambiente virtual, assim como suas características peculiares, são fundamentais para a produção de uma página virtual. Assim, conteúdos como *webwriting*, hierarquia da informação e design web rodeiam o planejamento e a execução de projetos virtuais, como a criação do *website* apresentado neste paper.

Métodos e técnicas utilizados

Há um conjunto de técnicas inerentes à construção de interfaces digitais. Princípios de design para a mídia impressa sofrem alterações ao se tratar da mídia online. Outros critérios entram na construção desses ambientes.



A combinação de cores, a escolha de tipografias, as relações de tamanho e contraste entre as formas são características que permanecem vivas no design web, embora sob outros padrões e características.

De novo, a hierarquia da informação surge desempenhando um papel de diagramação do conteúdo disponível, agrupados e distribuídos por grau de importância e relevância para os consumidores do conteúdo.

Descrição do produto ou processo

O rascunho do *website* para promover o box *Dark Collection* foi feito, à primeira vista, com lápis e papel onde, através de grids, a estrutura da página principal foi concebida. Esta, a mais importante do site, ditaria formas e elementos que seriam obrigatórios nas demais páginas, como o topo e o rodapé.

Por ser um *website* criado única e exclusivamente para uma função (divulgação do Box), seu layout é simples, conciso, de boa navegabilidade e profundamente identificado com seu produto. Neste sentido, muitos elementos que compõem o box podem ser total ou parcialmente observados no design do *website*, seja através da paleta de cores utilizada, seja através do uso dos ícones relativos a cada produção cinematográfica, seja através da textura observada como imagem de fundo, etc.



Imagem 2: Home page do site (fonte: arquivo dos autores)



Analisando superficialmente sua estrutura, nota-se que uma hierarquia na disposição dos elementos foi adotada. Seguindo a ordem de leitura natural (para um ocidental) de uma página de internet, temos no canto superior esquerdo o logo que identifica ao internauta qual site o mesmo se encontra, seguido de uma imagem com uma frase do cineasta Tim Burton. Abaixo da composição descrita acima estaria o menu principal do site e um mecanismo de busca que auxilie o internauta. Logo abaixo está localizado um grande banner rotativo que ficaria alternando as imagens dos filmes abordados, bem como o seu ícone, além de uma imagem estática do box. Após o banner, temos uma rápida descrição do produto, assim como o nome de cada filme “linkado” à sua respectiva página. No rodapé, encontramos os ícones das redes sociais as quais o box está associado, os estúdios participantes das produções e seus respectivos *sites*, links convencionalmente utilizados que remetem à autoria e responsabilidades do desenvolvedores da página, além de uma discreta assinatura da Universidade Federal do Ceará, instituição cujos alunos participantes deste trabalho estudam.

Um programa que auxilia no design de interfaces digitais (criação da estrutura), um programa vetorial (ícones) e um programa de edição de imagens foram utilizados na criação do *website*.

Considerações

O conhecimento teórico e prático de uma nova mídia faz com que um mundo de possibilidades se forme para os que procuram novos desafios e conhecimentos. A incipiente mídia digital, que já começou a alterar os padrões de consumo da população, abre de possibilidades de usos e combinações de linguagens já existentes e originais.

Com a criação de uma superfície inteiramente voltada para o universo digital, percebe-se a necessidade de reconhecer o que há de exclusivo naquele meio, além de como ainda se pode aperfeiçoar as interações do homem com ele.



Referências

RODRIGUES, Bruno. **Webwriting**: pensando o texto para a mídia digital. 2. ed. São Paulo: Berkeley, 2001.

http://news.netcraft.com/archives/2008/06/22/june_2008_web_server_survey.html.

Acesso em: 02/05/11

FRANCO, Guilherme. E-book. **Como escrever para a web**: elementos para a discussão e construção de manuais de redação online. Disponível em: <http://pt.scribd.com/doc/16640768/Como-Escrever-para-a-Web>. Acesso em maio/2011.