

Hannane Frigotto Cherifi

**CONCEPÇÃO DE INTERFACE DIGITAL NA GESTÃO DE FINANÇAS PESSOAIS
PARA JOVENS UNIVERSITÁRIOS TRABALHADORES**

Projeto de Conclusão de Curso em Design
da Universidade Federal de Santa Catarina
para a obtenção do Grau de Bacharel em
Design. Orientadora: Prof^a. Dr^a. Berenice
dos Santos Gonçalves

Florianópolis
2018

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do Programa de Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC.

Cherifi, Hannane Katy Frigotto
Concepção de interface digital na gestão de finanças
pessoais para jovens universitários trabalhadores /
Hannane Katy Frigotto Cherifi ; orientadora, Berenice dos
Santos Gonçalves, 2018.
94 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de
Comunicação e Expressão, Graduação em Design, Florianópolis,
2018.

Inclui referências.

1. Design. 2. Design de Interface. 3. Finanças pessoais.
4. Investimentos. I. Gonçalves, Berenice dos Santos. II.
Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em
Design. III. Título.

Aluna:

Cherifi, Hannane Katy Frigotto

Orientadora:

Prof^a. Dr^a. Berenice dos Santos Gonçalves
Universidade Federal de Santa Catarina

Palavras-chave: Design de Interface; jovens; finanças pessoais e investimentos

Área do conhecimento: Design Digital

Visto do Orientador: _____

AGRADECIMENTOS

Agradeço à minha mãe, Silvana, pelo incentivo que sempre deu aos meus estudos, pelo apoio incondicional durante as crises, conquistas e oportunidades.

Sou grata ao meu namorado, Victor, por ter me mostrado a ver a tudo com mais leveza, e por toda sua compreensão neste semestre difícil.

Agradeço à Professora Berenice, pela oportunidade de ser sua orientanda, pela paciência envolvida no processo de realizar este projeto enquanto eu estava realizando malabarismos por conta do trabalho, e por me fazer ver que o design digital (ainda que não tão popular entre os egressos) é sim a área que me conquista todos os dias.

Não posso deixar de agradecer meus colegas de trabalho, em especial Renato e Catherine, por terem sido tão parceiros durante todo esse processo. Dessa forma, agradeço a todos os amigos que fiz durante a graduação, em especial da Uipi, que me deram coragem de continuar mesmo quando pensava em desistir. Cíntia, Tati, Etere, Rafa, Arthur, Caique, vocês são muito especiais pra mim. Por fim, agradeço a uma amiga em especial, que passou por todo esse processo comigo me ajudando do começo ao fim: Mari, você não existe. Certamente todos vocês contribuíram, cada um de um jeito, para a realização deste projeto de conclusão de curso.

RESUMO

Este trabalho tem como objetivo projetar uma interface digital de aprendizado de gestão de finanças pessoais para jovens universitários que estão no mercado de trabalho. Foram aplicadas técnicas relacionadas à abordagem Scrum e ao design da experiência do usuário, dentre elas a criação de personas, o mapeamento de histórias do usuário e a realização de testes de usabilidade. Como resultados do projeto, foi construído um protótipo interativo e um guia de estilo de interação para desenvolvedores.

ABSTRACT

The goal of this project is to design a digital interface that aims to offer knowledge on personal finances management to young graduates already on the labour market. Techniques related to Scrum and user experience design were applied, among personas modelling, user story mapping and usability testing. As a result, it was built an interactive prototype and an interaction style guide to developers.

Keywords: UI design; youth; personal finances and investments

LISTA DE FIGURAS

Figure 1 – Planejamento e execução da interface	21
Figure 2 – Website IQ Escolhas Inteligentes, página principal.....	26
Figure 3 – Website Udemy, visualização da grade de aulas quando o usuário está logado.	27
Figure 4 – Website EduLivre, página de trilhas dos cursos livres.	28
Figure 5 – Dados finais do questionário digital.	30
Figure 6 – Pergunta “Você se sustenta sozinho?”	31
Figure 7 – Pergunta “De 1 a 5, o quanto você acha que sabe organizar suas finanças pessoais?”.....	31
Figure 8 – Pergunta “De 1 a 5, o quanto você acha que sabe investir para conquistar seus objetivos (sonhos)?”	32
Figure 9 – Pergunta “De 1 a 5, o quanto você acha que sabe evitar dívidas?”	32
Figure 10 – Pergunta “Como você lida com dinheiro?”.....	33
Figure 11 – Pergunta “Como você lida com dinheiro?” – Respostas simultâneas ...	33
Figure 12 – Pergunta “Comparação entre jovens que se sustentam sozinhos versus jovens que são sustentados” Parte 1	34
Figure 13 – Pergunta “Comparação entre jovens que se sustentam sozinhos versus jovens que são sustentados” Parte 2	34
Figure 14 – Mapa de história do usuário criada através do resultado de pesquisa de personas.	40
Figure 15 – Três histórias de usuários selecionadas para realização do projeto.	41
Figure 16 – Mapa mental da informação para a interface.	42
Figure 17 – Ampliação do quadrante superior do mapa mental.....	42
Figure 18 – Ampliação do quadrante inferior do mapa mental.....	43
Figure 19 – Matriz de similaridade. A cor azul em maior saturação mostra densidade de concordância entre participantes.....	45
Figure 20 – Matriz de similaridade em tabela. Em azul estão demonstrados os pontos com 100% de similaridade, enquanto em verde há destaque para 80% de similaridade.	45
Figure 21 – Fluxograma de arquitetura da informação através dos resultados do Card Sorting.....	47

Figure 22 – Wireframe: Telas iniciais	50
Figure 23 – Wireframe: Videoaulas	51
Figure 24 – Wireframe: Fórum	52
Figure 25 – Wireframes: Perfil de investido.....	53
Figure 26 – Wireframe: Blog	54
Figure 27 – Outras telas.....	55
Figure 28 – Primeiro teste de usabilidade realizado (piloto).....	57
Figure 29 – Realização do cenário 1 no primeiro teste.....	58
Figure 30 – Segundo teste de usabilidade realizado.....	59
Figure 31 – Terceiro teste de usabilidade realizado.....	60
Figure 32 – Quarto teste de usabilidade realizado.....	60
Figure 33 – Conceitos para o design visual.....	62
Figure 34 – Painel 1: Simplicidade	62
Figure 35 – Proporção de cores advindas do painel de conceito simplicidade.....	62
Figure 36 – Painel 2: Confiança.....	63
Figure 37 – Proporção de cores advindas do painel conceito Confiança.....	63
Figure 38 – Painel 3: Fluidez	64
Figure 39 – Proporção de cores advindas do painel fluidez	65
Figure 40 – Guia de estilo: Elementos de interação	66
Figure 41 – Cores da interface.....	67
Figure 42 – Fonte tipográfica Roboto	67
Figure 43 – Brainstorm para naming	68
Figure 44 – Interface final: Tela principal.....	69
Figure 45 – Interface final: Videoaulas	70
Figure 46 – Interface final: Detalhe de vídeoaula.....	71
Figure 47 – Interface final: Quem somos.....	72
Figure 48 – Interface final: Blog	73
Figure 49 – Interface final: Artigo de blog.....	73
Figure 50 – Interface final: Perfil de investidor	74
Figure 51 – Interface final: Resultado do perfil e tela de login.....	75
Figure 52 – Interface final: Resultados de pesquisa	76
Figure 53 – Interface final: Minha conta	77
Figure 54 – Mapa de calor da primeira pergunta.....	78

Figure 55 – Mapa de calor da segunda pergunta. 79

LISTA DE QUADROS

Table 1 – Conteúdo e funcionalidades principais dos similares	28
Table 2 – Pontos positivos e negativos quanto à usabilidade dos similares.	29
Table 3 – Respostas resumidas dos entrevistados	35
Table 4 – Requisitos funcionais e de conteúdo.....	43
Table 5 – Inventário de conteúdos.....	47
Table 6 – Participantes do teste de usabilidade.....	56
Table 7 – Tempo de realização dos cenários de teste.	61

SUMÁRIO

RESUMO.....	4
ABSTRACT.....	7
LISTA DE FIGURAS.....	8
LISTA DE QUADROS	10
1. INTRODUÇÃO	15
1.1 OBJETIVOS.....	17
1.1.1 Objetivo Geral.....	17
1.1.2 Objetivos Específicos	17
1.1.3 Justificativa	17
1.1.4 Delimitação do projeto.....	19
2. METODOLOGIA	20
2.1 <i>Etapa Conhecer</i>	21
2.1.1 Questionários	21
2.1.2 Entrevistas.....	21
2.1.3 Personas	22
2.1.4 Cenários	22
2.1.5 Análise de similares	22
2.2 <i>Etapa Materializar</i>	22
2.2.1 Quadro de requisitos	23
2.2.2 Mapa mental.....	23
2.2.3 Card Sorting	23
2.2.4 Arquitetura	23
2.2.5 Wireframe	24
2.2.6 Design visual	24
2.3 <i>Etapa Avaliar</i>	24
2.3.1 Teste de usabilidade	24
3. DIAGNÓSTICO	25
3.1 <i>Análise de similares</i>	25
3.1.1 IQ 360.....	25
3.1.2 Udemy	26
3.1.3 EduLivre	27
3.2 <i>Público-alvo</i>	30

3.3 Entrevistas	35
3.4 Personas	37
3.5 Cenário	38
4. DESENVOLVIMENTO	39
4.1 Histórias de usuários	39
4.2 Outras histórias de usuário levantadas	39
4.3 Mapa de história do usuário	40
4.4 Mapa mental	41
4.5 Quadro de requisitos funcionais e de conteúdo	43
4.6 Card Sorting	44
4.7 Inventário de conteúdos	47
• Aprender um método simples para poupar todo mês e pegar dicas valiosas para cortar gastos sem sofrer	48
• Conseguir se planejar para comprar um carro	48
• Descobrir o poder do Tesouro Direto para multiplicar o seu dinheiro	49
• Escolher qual é o melhor título para você baseado em seus objetivos financeiros	49
• Seja capaz de tomar melhores decisões em relação ao dinheiro, e veja como isso vai refletir na sua vida financeira	49
• Criar seu plano pessoal para atingir Independência Financeira	49
• Definir com clareza suas Metas Financeiras	49
• Montar sua Estratégia de Investimentos	49
• Identificar qual é a sua atual situação financeira	49
• Melhora a sua situação financeira	49
4.8 Wireframes	49
4.9 Teste de usabilidade presencial	55
4.9.1 Realização dos testes	57
4.9 Diretrizes para o design visual de interface	61
4.9.1 Guia de estilo	65
4.9.2 Elementos de interação	65
4.9.3 Cores	66
4.9.4 Tipografia	67
4.9.5 Naming	67
5.0 Aplicação das diretrizes visuais	68
6.0 Segundo conjunto de testes realizados a partir da plataforma Usabilityhub	77
6.1 Teste do primeiro clique	77

CONCLUSÃO	80
REFERÊNCIAS.....	82
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DIGITAL.....	83
APÊNDICE B – ENTREVISTAS	84

1. INTRODUÇÃO

De acordo com a pesquisa Agenda Juventude Brasil (2013) que busca identificar as questões da juventude brasileira para elaboração de políticas públicas, há no Brasil 51,3 milhões de jovens de 15 a 29 anos de idade, o que equivale a cerca de um quarto da população do país.

Esta fatia populacional, identificada como juventude, espelha a diversidade de indivíduos na transição para a vida adulta. De acordo com o IPEA (2009), a (...) expressão 'juventudes' é utilizada para enfatizar que, a despeito de constituírem um grupo etário que partilha várias experiências comuns, subsiste uma pluralidade de situações que confere diversidade às demandas e necessidades dos jovens.¹

Apesar das dificuldades que os jovens enfrentam, existe esperança e otimismo nesta transição para a vida adulta, de acordo com a pesquisa de opinião Agenda Juventude Brasil (2013),

Os principais motivos citados para terem perspectivas positivas quanto à sua vida pessoal estão relacionados, principalmente, à dimensão econômica e de emprego (para 52% dos entrevistados, a situação de trabalho no futuro será melhor que a vivida no presente).²

A partir do exposto, este projeto de conclusão de curso buscou se direcionar a esse perfil de público que inicia a fase adulta, definido como jovens de 18 a 24 anos, já que nesta faixa etária estão 47% dos jovens brasileiros³.

Outro conjunto de pesquisas, há algum tempo, tem estudado os jovens e sua relação com a tecnologia. A primeira geração de nativos digitais carrega diversos fatores que os diferenciam de gerações anteriores. Além de serem jovens que possuem uma conexão digital com o mundo, os *Millennials*⁴ são relativamente menos presos à organizações religiosas e políticas, e em geral costumam ter visões mais liberais quando se trata de questões políticas e sociais. Estão mais confortáveis e têm mais instrução na área tecnológica que seus pais (TAPSCOTT, 1999, p.2). Eles têm mais tempo, mais acesso ao conhecimento e menos dinheiro em relação às gerações

¹ Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA. Juventude e Políticas Sociais no Brasil: Brasília, 2009. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/livro_juventudepolitica.pdf>. Acesso em 08 de junho de 2018. p. 31

² Pesquisa Agenda Juventude Brasil, 2013, p. 77

³ Pesquisa Agenda Juventude Brasil, 2013, p. 16

⁴ *Millennials* (também chamados de geração Y, geração do milênio, geração da internet, ou G-Net) é um conceito referenciado por Don Tapscott, ao corte dos nascidos após 1980 e, segundo outros, do início da década de 1980 até meados da década de 1990, sendo sucedida pela geração Z.

anteriores. Contudo, têm dificuldade para alcançar uma vida adulta independente. Diversos estudos mostram que os conhecimentos básicos para cuidado próprio não são dominados pelos *millennials*. Os dados de uma pesquisa realizada por uma empresa de serviços manuais⁵ mostram que os jovens em sua maioria possuem pouca competência para preparar uma refeição. Mais de 70% deles, por exemplo, afirmam não saber preparar uma simples omelete ou um ovo mexido. Eles também são a geração que mais dependem de comidas prontas. Segundo a pesquisa, 17,3% dos *millennials* pedem comida ao menos três vezes na semana.

Além do pouco conhecimento culinário, o jovem brasileiro é detentor um currículo escolar que não contempla educação financeira no ensino básico, e por isso, não sabe como cuidar do próprio dinheiro. Em uma pesquisa realizada por uma instituição bancária digital⁶, com base em mais de mil pessoas distribuídas por todo o Brasil, foi possível notar que 72% dos jovens não investem, e entre os que conseguem guardar dinheiro, 58% optam pela poupança e não por investimentos mais rentáveis. Ainda segundo a pesquisa, 55% dos jovens diz que não sobra dinheiro para investir, 22% não possuem conhecimento técnico e 15% não contam com uma solução adequada de planejamento financeiro. No entanto, diante de dados contundentes como esses, um estudo realizado por uma grande empresa de tecnologia do setor global de pagamento⁷ revelou que a independência financeira é a prioridade desta geração. Isso talvez seja explicado pelo fato de que 67% dos *millennials* latino-americanos estão passando por instabilidades financeiras.

Assim, pelo exposto, este projeto de conclusão de curso identificou uma oportunidade para o Design e buscou responder a seguinte pergunta: **Como criar uma interface web para o desenvolvimento da aprendizagem de finanças pessoais para o público de jovens universitários trabalhadores de 18 a 24 anos de idade?**

⁵ Porch. *Cooking Nightmares*. Disponível em: <<https://porch.com/resource/cooking-nightmares>>. Acesso em: 17 de maio de 2018.

⁶ Banco Neon. *Millennials e investimentos*. Disponível em: <<http://www.conarec.com.br/2017/05/10/dinheiro-millennials-investimentos/>>

⁷ Mastercard. Comportamento de consumo dos *millennials*. Disponível em: <<https://newsroom.mastercard.com/latin-america/pt-br/press-releases/mastercard-anuncia-resultados-de-estudo-sobre-millennials-na-america-latina/>>

1.1 OBJETIVOS

1.1.1 Objetivo Geral

Desenvolver o design de uma interface web com foco em aprendizagem de finanças pessoais para jovens universitários trabalhadores de 18 a 24 anos de idade.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Agregar métodos e técnicas para o projeto da interface que conciliam a visão acadêmica com a necessidade do mercado na criação de produtos digitais;
- Avaliar se a forma de apresentação de conteúdo via cursos online é de relevância para o público;
- Gerar e testar protótipos de baixa e alta fidelidade para avaliar áreas de conteúdo e a experiência do usuário de modo a subsidiar protótipo viável.

1.1.3 Justificativa

Segundo Delors (1999), são quatro os pilares da educação para o século XXI: Aprender a conhecer; Aprender a fazer; Aprender a viver junto; Aprender a ser. Nesse contexto, pode-se compreender que a educação formal não é suficiente para alcançar esse ideal de educação.

Alcançar uma vaga numa universidade pública federal é um dos privilégios do público da amostra, entre esse, inclui-se esta pesquisadora. Privilégio esse somado ao fato de ter um trabalho remunerado e já estar inserido no mercado de trabalho. Essa dinâmica de vida exige esforços cotidianos em conciliar as atividades domésticas e familiares, atender as demandas da vida acadêmica com a vida de trabalhador, mais o cotidiano social de estar e viver no mundo capitalista. Nesse contexto é que reside o foco desse projeto: Criar a interface de um produto de design que facilite o acesso a competências na gestão de finanças pessoais. Tal enfoque visa superar uma lacuna de formação, buscando maior desenvoltura no uso dos recursos financeiros pessoais alcançando como consequência a melhora da qualidade na vida prática dos jovens estudantes trabalhadores.

Busca-se contribuir para o momento em que jovens brasileiros se desdobram entre dar conta da educação formal da universidade e do trabalho tendo que atender as demandas de conhecimento do processo natural da vida. Conhecimento esse também aprendido no dia-a-dia, ou como se diz popularmente, na escola da vida.

A escola da vida⁸ pode ser compreendida pelas aprendizagens e experiência de vida, e entendida como educação informal. Ela se dá como uma formação processual, mas sem método, critério ou sistemática. É não intencional pode ser ocasional, feita de ações involuntárias, relações de amizade, de rua, de classes sociais, grupos. Privilegia objetivos de estar na vida, se dá como progressão permanente ao longo da vida em qualquer espaço e tempo. Ocorre de forma espontânea, e se constitui também de aprendizagens involuntárias. A educação informal é um processo subjetivo que se dá dentro da singularidade de cada indivíduo. Acontece no cotidiano familiar, da universidade, do trabalho, nas ruas enfim na vida cotidiana. (SILVESTRE, 2011)

Já a educação não formal, objeto desse estudo pode ser compreendida como educação permanente, contínua e complementar. É constituída de atividades interdisciplinares. É intencional, dotada de ensino prático. Privilegia objetivos de saber fazer, contemplada de ações dirigidas. É interativa, responde às necessidades dos participantes. É aberta e flexível na participação, no tempo e espaço. Possibilita a inserção e adequação ao espaços, contextos e grupos. Cada indivíduo ou grupo de indivíduos avança no seu ritmo e tempo, o que incentiva a participação de grupos heterogêneos. (SILVESTRE, 2011).

Dentro da educação não formal, estão as finanças pessoais, que não tem atenção devida dentro da escola⁹ e nem da família. Temáticas sobre finanças pessoais e investimentos, como construção de reserva de emergência e a ação de investir seja a curto, médio e longo prazo sempre se apresentaram como algo complexo e de difícil diálogo¹⁰ no cotidiano dos brasileiros. Aliás, falar sobre dinheiro também não faz parte habitual da maior parte da conversa dos jovens brasileiros.¹¹ Enfim, mesmo reconhecendo a importância do domínio desse conhecimento e também o impacto das finanças pessoais e investimentos no cotidiano e na vida das pessoas, persiste uma certa resistência. Desde o convencimento pessoal de atenção

⁸ Tempo Social, revista de sociologia da USP, v. 24, n. 2, p. 2. "...utiliza-se o conceito "escola da vida" para abranger essas modalidades diversas de educação formal, informal e não formal."

⁹ "A Educação Financeira no Brasil e o diálogo entre Estado e Mercado", p. 3. 38º Encontro Anual da ANPOCS. "Em linhas gerais, embora o tema da educação financeira venha sendo há muito discutido em países como Estados Unidos, Reino Unido, Canadá, Austrália e Nova Zelândia, no Brasil as iniciativas são bastante recentes, sendo um misto de estratégias de caráter público e privado."

¹⁰ "Apenas 44% dos brasileiros falam com frequência sobre dinheiro dentro de casa, aponta estudo do SPC Brasil e CNDL" publicado por SPC Brasil em abril de 2018. "...somente 44% dos brasileiros falam frequentemente sobre dinheiro com os membros da família, ao passo que 39% só entram nesse assunto quando a situação financeira já não é boa ou imaginam que pode surgir um problema. Os que não costumam conversar sobre a gestão do orçamento com os moradores da residência somam 18% dos consumidores."

¹¹ Banco Neon. *Millennials* e investimentos. Disponível em: <<http://www.conarec.com.br/2017/05/10/dinheiro-millennials-investimentos/>>

à temática, à busca do conhecimento financeiro, à perspectiva de mudança de hábitos e execução propriamente dita de pequenos investimentos, para além da conta poupança.

É um processo subjetivo e voluntário deixar-se convencer da importância do assunto finanças pessoais. Isso faz com que numa próxima etapa se busque o conhecimento que se julga necessário; e numa outra etapa, ocorra a mudança ou promoção de novos hábitos e por último se concretize investimento de forma adequada os recursos financeiros pessoais. A proposta de PCC implica em disponibilizar um recurso tecnológico mas também estimular a abertura e atrair o interesse dos jovens em ampliar a dimensão de saberes sobre finanças pessoais.

Quanto à caracterização do público da amostra de jovens sabe-se que esses fazem a aquisição do conhecimento de forma espontânea através de influenciadores digitais, expertos nos nichos de interesse. (MINDMEINERS, 2017) (...) o veículo mais usado como fonte de entretenimento pelos *millennials* é o YouTube, com 81,7%, seguido por Facebook, com 71%, WhatsApp, 66%, serviços de streaming e Instagram, ambos com 54%, e TV, 52%.¹² Todas essas são ferramentas utilizadas por influenciadores digitais. Há também que se dizer,

(...) Penso que influenciador digital é um termo que caberia melhor para identificar aquelas pessoas que fazem parte de um nicho muito específico e, dentro deste grupo, possuem um volume de conexões superior à média das pessoas que pertencem a esse nicho. (MESSA, 2016, n.p.)

Assim, essa investigação permite que se compreenda como os universitários trabalhadores da UFSC conciliam o estudo com o trabalho, e as finanças pessoais.

1.1.4 Delimitação do projeto

Este projeto ambiciona proporcionar uma fonte acessível e atraente de conhecimento não formal sobre finanças pessoais e investimentos para jovens universitários e recém formados, na faixa de 18 a 24 anos. Com base na compreensão que há lacuna de conhecimento acerca de finanças pessoais e investimentos que nem a família, nem mesmo a universidade conseguiram atender. A interface proporcionará o acesso a módulos de vídeoaulas curtos, dinâmicas e gratuitas sobre o assunto. O

¹² MindMeiners. Disponível em: <<http://www.meioemensagem.com.br/home/ultimas-noticias/2017/05/26/paypal-analisa-como-millennials-consomem-informacao.html>>

acesso será facilitado de uso livre, outras vezes será necessário inscrever-se. O conteúdo será disponibilizado através de diferentes dispositivos (sistema responsivo).

Dentro do escopo proposto aborda-se o apenas o design da interface, sem a implementação final. Contudo, serão realizados protótipos de alta fidelidade para testar a interação.

2. METODOLOGIA

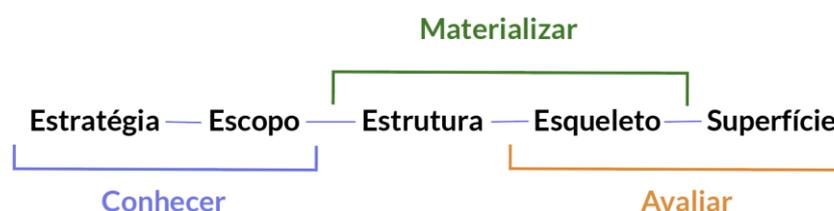
A metodologia adotada neste projeto tem como objetivo abordar duas principais necessidades: a estratégia utilizada para a produção do design de interface proposto e o design de interação.

Considerando que algumas metodologias acadêmicas são adaptadas ao mercado de acordo com as necessidades de produção, o processo criativo da geração de interface proposto neste projeto une o *framework* de J. J. Garret (2011) ao *framework* ICH (2012). Aprofunda visão acadêmica da metodologia de Garret agrega à possibilidade de iterações e fluidez do *framework* ICH, formando um guia abrangente.

Baseado na abordagem Scrum e levando em consideração as abordagens de Garret (2011) e Cooper, o *framework* ICH nasceu da necessidade de se desenvolver de maneira eficiente um projeto usando o design centrado no usuário junto ao desenvolvimento ágil de software (CARDOSO, 2012).

O Scrum funciona de forma iterativa onde seus resultados são entregues em período definidos no início do projeto. Assim, neste projeto, a partir de cinco planos consecutivos foi feito o planejamento e a execução da interface do produto digital, conforme a Figura 1.

Figure 1 – Planejamento e execução da interface



Fonte: Autora, adaptado de Garret (2002) e Cardoso (2012)

2.1 Etapa Conhecer

Nesta etapa buscou-se compreender o problema a partir do levantamento de dados, necessidades dos usuários e também a forma como os concorrentes ou similares se apresentam e funcionam (CARDOSO, 2012).

Foi realizada uma pesquisa (enquete digital) em redes sociais, para levantamento de dados sobre o comportamento do jovem que está na universidade e ao mesmo tempo no mercado de trabalho. Os dados depois de depurados e analisados possibilitaram a construção do perfil deste jovem que busca inserção mais competente nas finanças pessoais e investimentos na transição e chegada ao mundo adulto. A partir disso foram criadas personas. Nesta etapa foram utilizadas as seguintes técnicas:

2.1.1 Questionários

Questionário, segundo Gil (1999, p.128), pode ser definido “como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas etc.”.

2.1.2 Entrevistas

De modo a compreender melhor o público alvo, as entrevistas servem como complemento ao questionário. A partir delas é possível traçar padrões de comportamento dos potenciais usuários e assim ajudar a categorizar as formas de uso do produto a ser desenvolvido (COOPER, 2014).

2.1.3 Personas

Refere-se a descrição dos usuários típicos do público alvo do projeto (GARRET, 2011) é realizada para simplificar a grande quantidade de informações coletadas nas técnicas anteriormente descritas. Com base nos dados analisados são criados perfis sócio-culturais definidos para melhor compreensão desse público. É importante notar que:

“Personas nos fornecem uma forma precisa de pensar e comunicar sobre como os usuários se comportam, como eles pensam, o que desejam realizar, e por quê. Eles são arquétipos compósitos à base de dados comportamentais obtidos a partir dos muitos usuários reais encontradas em entrevistas etnográficas.”¹³

2.1.4 Cenários

Tendo definidas as personas, passam a ser criados cenários para os possíveis usos da interface. Os cenários são complementos do uso das personas, pois tornam possível o maior foco na experiência do usuário e nas tarefas que serão executadas (GARRET, 2013).

2.1.5 Análise de similares

Por ser um produto com abordagem diferenciada das encontradas durante as pesquisas preliminares, decidiu-se que a análise desenvolvida será de similares. Ela é uma ferramenta de design com foco na estratégia, onde são identificados pontos negativos e positivos de aplicativos com propostas similares às do produto que será criado (PAZMINO, 2015). Dentre as ferramentas de análise, o *checklist* para avaliação de usabilidade MATcH é uma opção objetiva e rápida para obtenção do grau de usabilidade da interface através de perguntas específicas.

2.2 Etapa Materializar

Os dados coletados e gerados na etapa anterior, serviram de matéria prima para a criação de algo que possa ser entregue, como conceitos para o sistema, sua paleta cromática e até mesmo as telas da interface. Nesta etapa foi definida a

¹³ COOPER, Alan; REINAMNN, Robert; CRONIN, David. About Face 3 - The Essentials of Interaction Design. Pg 77

arquitetura da informação, houve a geração de alternativas de interface, protótipos de baixa qualidade e protótipos clicáveis. Durante esta etapa foi realizada a definição de escopo, realização de *card sorting*, organização da arquitetura da informação e materialização através de um *wireframe* (protótipo de baixa fidelidade), conforme as ferramentas abaixo:

2.2.1 Quadro de requisitos

A fim de sintetizar as necessidades do usuário coletadas nas etapas anteriores, é criado o quadro de requisitos, que as dispõe em conteúdo e funcionalidades (GARRET, 2011).

2.2.2 Mapa mental

Com o intuito de dispor as ideias levantadas e para futuramente transformá-la em uma hipótese de arquitetura, é utilizada a ferramenta de mapa mental para diagramar e representar conceitos, que se encontram relacionados com uma palavra-chave e cujas informações relacionadas em si são dispostas ao seu redor.¹⁴

2.2.3 Card Sorting

O objetivo desta técnica é encontrar padrões de ordenação que levem a uma melhor definição da hierarquia de conteúdo da interface desenvolvida para os usuários (UNGER, 2009). Para tal, é necessária a participação de representantes do público alvo, que recebem cartões com informações e os ordenam em grupos que fazem sentido para eles. Também há como realizar tal técnica remotamente, a partir de uma ferramenta online chamada Optimal Workshop, que dispõe os cards em uma interface, podendo os cards serem agrupados e os grupos nomeados.

2.2.4 Arquitetura

A partir dos resultados obtidos com o *card sorting*, é na arquitetura da informação que será organizado o conteúdo dentro da interface, de forma que ele fique da melhor maneira para que a maior parte das pessoas possa entender (GARRET, 2011).

¹⁴ Glaucia L. Keidann. Utilização de Mapas Mentais na Inclusão Digital. 2ª Educom Sul; 27 e 28 de junho de 2013; Ijuí/RS.

2.2.5 Wireframe

Os elementos que serão exibidos na tela do aplicativo serão usados para criação de um wireframe, que é considerado um protótipo de baixa fidelidade. Tais protótipos costumam ser desenvolvidos em preto e branco, sem muitas especificações de layout. Pode ser definida a hierarquia de texto, mas não necessariamente com a tipografia final (UNGER, 2009).

2.2.6 Design visual

É o momento de definição de elementos gráficos para apoiar a execução da tarefa que o usuário precisa realizar e a organização deles para que a interface seja compreendida e facilmente utilizada. (GARRET, 2011)

2.3 Etapa Avaliar

Nesta etapa do ciclo realizou-se a avaliação dos resultados das etapas anteriores, como a qualidade do produto desenvolvido tendo como guias os objetivos do projeto e os objetivos do usuário. Como esta etapa é cíclica conforme o framework ICH, neste projeto foram realizados apenas dois ciclos devido à grade de entrega da atividade. Cabe ressaltar que parte desta etapa foi realizada através de ferramentas digitais, possibilitando aumento da amostra de testes por serem remotos. A etapa final contou com a realização de testes de usabilidade para correções e melhorias como técnica, conforme a descrição abaixo:

2.3.1 Teste de usabilidade

Testes realizados com os potenciais usuários da interface, onde se é simulado o contexto de uso e é determinada uma tarefa para que este usuário execute (UNGER, 2009). No contexto deste projeto foi utilizado para a validação do *wireframe* antes do design de interface e também para o teste final.

Cabe ressaltar que parte desta etapa foi realizada através de ferramentas digitais, possibilitando aumento da amostra de testes por serem remotos.

3. DIAGNÓSTICO

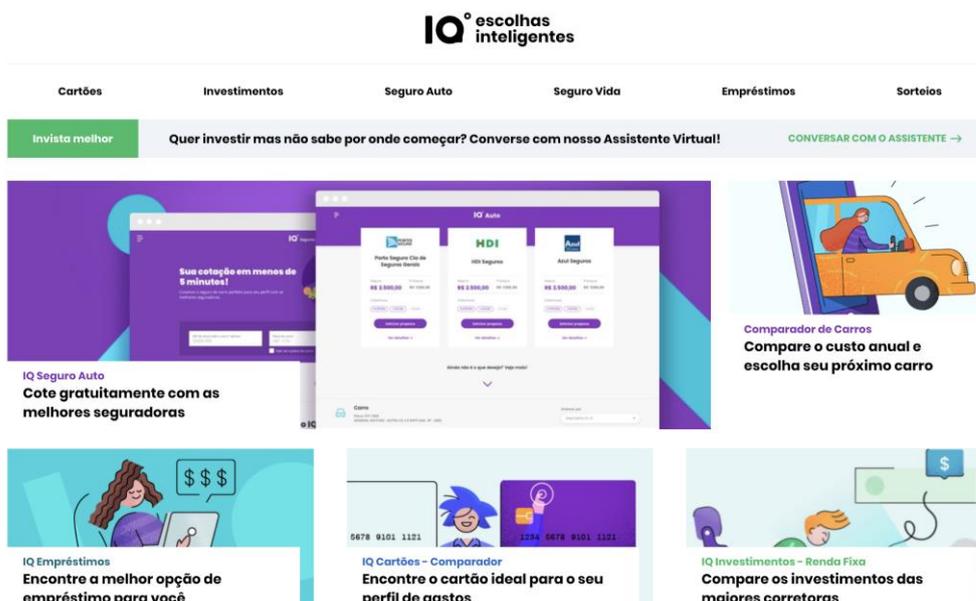
3.1 Análise de similares

Foram escolhidas três plataformas para análise de similares com base no tema educação financeira para jovens adultos e na semelhança do serviço de educação à distância. Assim, elegeram-se o IQ 360, startup que promove tomada de decisões financeiras; Udemy, *marketplace* de ensino online e EduLivre, plataforma da UNESCO para preparação de jovens para o mercado de trabalho. Todos são similares diretos, já que fornecem o mesmo serviço, porém sem a segmentação de público-alvo. Foi definido que seriam analisadas somente plataformas digitais por conta do projeto oferecer uma solução digital para um público jovem.

3.1.1 IQ 360

Startup promove melhores tomadas de decisões financeiras através do Youtube e site próprio, além de parceria com influenciadores digitais do nicho financeiro. Disponibiliza conteúdos e ferramentas como simuladores que comparam cartões de crédito, seguros de automóveis, de diferentes opções de crédito pessoal e de investimentos. O público é de pequenos investidores e aspirantes a investidor. Este serviço é tomado como referência por utilizar um dos meios principais de informação dos jovens *millennials* (informação via influenciadores digitais).

Figure 2 – Website IQ Escolhas Inteligentes, página principal.

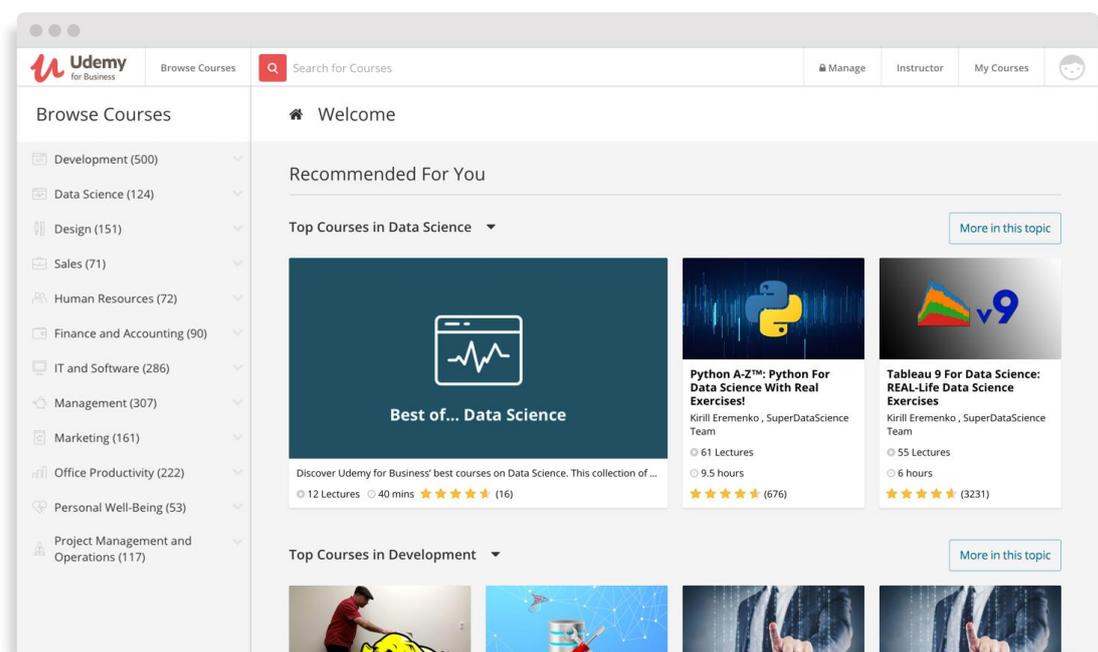


Fonte: <<https://www.iq360.com.br/>>. Acessado em: 03/05/2018.

3.1.2 Udemy

A Udemy é um *marketplace* global de ensino e aprendizado online, onde os alunos dominam novas habilidades através da abrangente biblioteca com mais de 80.000 cursos ministrados por instrutores especializados. Como o objetivo do projeto é disponibilizar vídeoaulas, este serviço é relevante a fim de observar a disposição visual e apresentação dos blocos de aulas aos usuários.

Figure 3 – Website Udeemy, visualização da grade de aulas quando o usuário está logado.

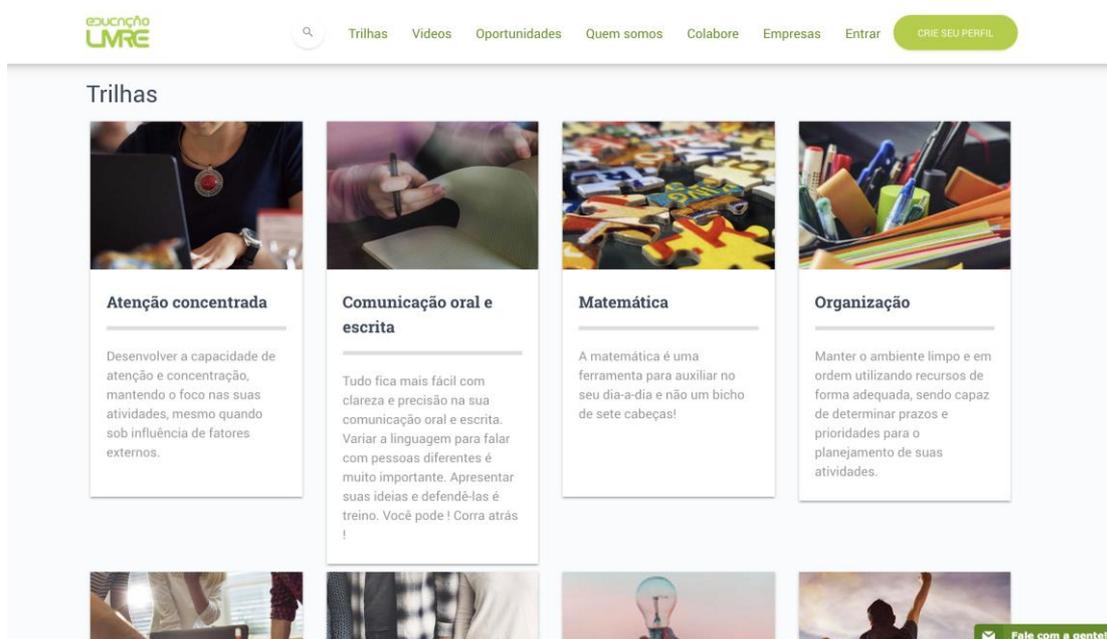


Fonte: <<https://crozdesk.com/education-learning/moocs-general-software/udemy-for-business>>. Acessado em: 04/05/2018.

3.1.3 EduLivre

O projeto Educação Livre (EduLivre) consiste em uma plataforma digital da UNESCO para difundir conteúdos e informações sobre preparação para o mercado de trabalho a jovens de 16 a 19 anos. O foco são as aptidões pessoais e socioemocionais, além de capacitações em português e matemática. Os materiais estabelecem uma conexão direta com a vida real e o mundo do trabalho. A referência de videoaula sobre temas de maturidade e crescimento pessoal é importante por se tratar de um público próximo ao recortado neste projeto.

Figure 4 – Website EduLivre, página de trilhas dos cursos livres.



Fonte: <<https://www.edulivre.org.br/trilhas>>. Acesso em: 04/05/2018.

Tendo em vista a quantidade de informações disponíveis nas três plataformas, um quadro com as principais funcionalidades e conteúdos foi disposto para melhor visualização:

Table 1 – Conteúdo e funcionalidades principais dos similares

	IQ 360	Udemy	EduLivre
Funcionalidades principais	Simulações em tempo real	Ferramenta de busca	Ferramenta de busca, área de oportunidades de carreira;
Conteúdo	Artigos sobre finanças pessoais, planilhas e outros materiais disponíveis para download	Categoria de vídeos diversificada, desde desenvolvimento pessoal a profissional	Trilhas de aprendizagem; Videoaulas, artigos sobre educação

Fonte: A autora.

Para entender como essas informações impactam na usabilidade, a ferramenta MATch¹⁵ foi utilizada (através de perguntas disponíveis no apêndice C) para realizar uma avaliação heurística dos websites similares. O resultado foi a pontuação idêntica

¹⁵ MATch Checklist. Disponível em <<http://match.inf.ufsc.br:90/>>

de 57,3, dentro de uma escala de 0 a 60 entre os três similares. Por conta dessa pontuação, foram classificados como tendo usabilidade alta, conforme o trecho:

(...) exibem pequenas quantidades de informação em cada tela, mantêm acessíveis menus e funções comuns do aplicativo em todas as telas, evidenciam o número de passos necessários para a realização de uma tarefa, (...).

Tal resultado, no entanto, expõe que muitas vezes outros aspectos a serem avaliados não foram contemplados pela ferramenta, como uso de cores e animações excessivas, além de falsos convites de interação (falsos *affordances*) ao usuário. O quadro a seguir dispõe, portanto, os pontos positivos e negativos quanto à usabilidade de cada similar:

Table 2 – Pontos positivos e negativos quanto à usabilidade dos similares.

	IQ360	Udemy	EduLivre
 Pontos positivos quanto à usabilidade	Disposição de categorias logo no topo da página; a coluna de artigos mais lidos pode conduzir um usuário confuso de forma sutil;	O campo de busca de videoaulas tem destaque na página; o objetivo do site está exposto de forma explícita.	A forma gráfica que remete à criação de uma conta está em destaque; está disponível um <i>chat</i> para dúvidas fixo no rodapé da página.
 Pontos negativos quanto à usabilidade	Não está claro inicialmente se a interface se trata de um blog ou de um serviço; há texto demais na primeira tela considerando que é o primeiro contato com o usuário;	O ícone que remete o carrinho pode passar despercebido num primeiro momento;	O campo de busca não tem destaque algum na interface; Uma vez selecionado, não é possível voltar para o menu original.

Fonte: A autora.

Percebe-se, portanto, que a o website similar Udemy é a que conta com maior acervo de conteúdo, possuindo mais de oitenta mil videoaulas disponíveis com atualizações publicadas mensalmente. No entanto, quando se trata de uma ferramenta voltada ao público jovem, o site EduLivre tem mais enfoque, pois trata somente de videoaulas para esse público dentro de categorias específicas. Já dentro do tema de educação financeira, o website IQ360 dispõe de artigos comunicados com linguagem despojada, constantemente consumida pelo público descrito no projeto.

3.2 Público-alvo

Para desenvolver uma plataforma que pudesse atender às necessidades do usuário, foi essencial definir o público-alvo. O público escolhido são jovens universitários que trabalham, possuem entre 18 e 24 anos e tem algum interesse pela organização de finanças pessoais.

A fim de entender melhor o perfil desse público, foi aplicado um questionário digital (apêndice A) sobre os hábitos financeiros e comportamentais desse público. Esse questionário foi distribuído nas redes sociais e filtrado pelo público da faixa etária pré-definida.

Figure 5 – Dados finais do questionário digital.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M
1	Tempo	Qual é o seu gênero?	Qual é a sua idade?	Qual é o seu estado civil?	Tem filho(s)?	Você mora com familiares?	Você é estudante da UFSC ou recém-formado pela UFSC?	Você trabalha?	Você se sustenta sozinho(a)?	De 1 a 5, o quanto você acha que sabe organizar suas finanças pessoais?	De 1 a 5, o quanto você acha que sabe investir para conquistar seus objetivos (sonhos)?	De 1 a 5, o quanto você acha que sabe evitar dívidas?	
14	07/2018	Feminino	De 18 a 24	Solteiro	Não	Não	Sim	Sim	Não	3	1	1	3 Gant
15	08/2018	Masculino	De 18 a 24	Solteiro	Não	Não	Sim	Sim	Não	4	5	3	3 Gant
16	08/2018	Feminino	De 18 a 24	Solteiro	Não	Não	Sim	Sim	Não	2	1	3	3 Gant
17	07/2018	Masculino	De 18 a 24	Solteiro	Não	Não	Sim	Sim	Não	5	4	5	5 Gant
18	08/2018	Masculino	De 18 a 24	Solteiro	Não	Não	Sim	Sim	Não	3	3	3	3 Não
19	07/2018	Feminino	De 18 a 24	Solteiro	Não	Não	Sim	Sim	Não	2	2	3	3 Temh
20	07/2018	Feminino	De 18 a 24	Solteiro	Não	Sim	Sim	Sim	Não	3	2	3	3 Econ
21	07/2018	Feminino	De 18 a 24	Solteiro	Não	Sim	Sim	Sim	Não	3	2	4	4 Econ
22	08/2018	Feminino	De 18 a 24	Solteiro	Não	Sim	Sim	Sim	Não	3	3	4	4 Econ
23	08/2018	Feminino	De 18 a 24	Solteiro	Não	Sim	Sim	Sim	Não	2	4	4	4 Econ
24	08/2018	Masculino	De 18 a 24	Solteiro	Não	Sim	Sim	Sim	Não	4	4	4	4 Econ
25	07/2018	Feminino	De 18 a 24	Solteiro	Não	Sim	Sim	Sim	Não	2	1	5	5 Econ
26	08/2018	Feminino	De 18 a 24	Solteiro	Não	Sim	Sim	Sim	Não	5	3	4	4 Econ
27	07/2018	Masculino	De 18 a 24	Solteiro	Não	Sim	Sim	Sim	Não	3	3	3	3 melh
28	07/2018	Masculino	De 18 a 24	Solteiro	Não	Sim	Sim	Sim	Não	3	3	4	4 Econ
29	07/2018	Masculino	De 18 a 24	Solteiro	Não	Sim	Sim	Sim	Não	4	4	4	3 Econ
30	08/2018	Feminino	De 18 a 24	Solteiro	Não	Sim	Sim	Sim	Não	4	3	4	4 Econ
31	08/2018	Feminino	De 18 a 24	Solteiro	Não	Sim	Sim	Sim	Não	3	2	5	5 Econ
32	07/2018	Feminino	De 18 a 24	Solteiro	Não	Sim	Sim	Sim	Não	5	5	5	5 Econ
33	07/2018	Feminino	De 18 a 24	Solteiro	Não	Sim	Sim	Sim	Não	4	3	5	5 Econ
34	07/2018	Masculino	De 18 a 24	Solteiro	Não	Sim	Sim	Sim	Não	4	3	3	3 Faço
35	07/2018	Feminino	De 18 a 24	Solteiro	Não	Sim	Sim	Sim	Não	2	2	2	3 Gant

Fonte: A autora.

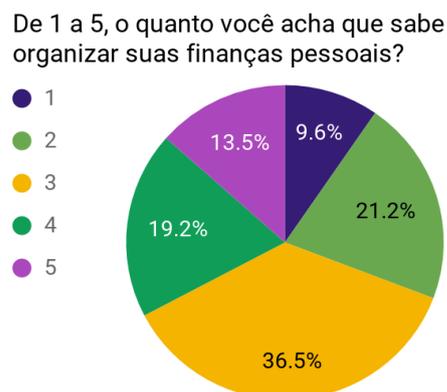
O questionário foi respondido por 52 pessoas, de ambos os sexos, todos entre 18 e 24 anos, estudantes da UFSC que trabalham. Dentre esses jovens, 76.92% dependem de auxílio financeiro de terceiros para sustento, sendo que 53.85% desses moram com familiares. Em uma escala de 1 a 5 sobre quanto sabem organizar suas finanças pessoais, 36.54% da amostra total classificou como 3, conforme mostra a Figura 7. Mesmo ao dividir a amostra em grupos de jovens que se sustentam e que não se sustentam, a média se manteve com esse valor.

Figure 6 – Pergunta “Você se sustenta sozinho?”



Fonte: Questionário digital sobre os hábitos financeiros e comportamentais do público-alvo

Figure 7 – Pergunta “De 1 a 5, o quanto você acha que sabe organizar suas finanças pessoais?”

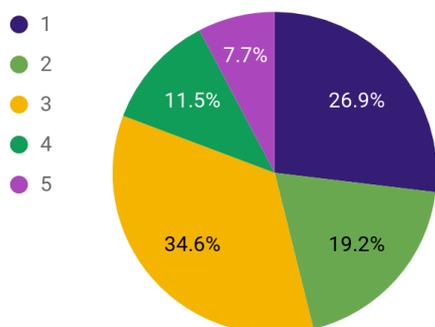


Fonte: Questionário digital sobre os hábitos financeiros e comportamentais do público-alvo

Ao serem questionados sobre quanto sabem investir para alcançar objetivos, a amostra total mostrou que não sabe pouco nem muito, já que como mostra a Figura 8, 34.62% classificou esse conhecimento com o 3 de uma escala de 1 a 5. Uma vez indagados sobre quanto sabem evitar dívidas, a amostra total selecionou 4 de 5, o que os torna confiantes sobre o assunto. Sobre os resultados dos grupos separados, o grupo de jovens que se sustenta deteve de uma média relativamente maior sobre essa confiança, 3,67, enquanto o outro grupo pontuou 3,45.

Figure 8 – Pergunta “De 1 a 5, o quanto você acha que sabe investir para conquistar seus objetivos (sonhos)?”

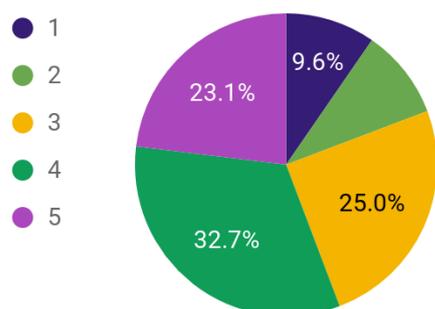
De 1 a 5, o quanto você acha que sabe investir para conquistar seus objetivos (sonhos)?



Fonte: Questionário digital sobre os hábitos financeiros e comportamentais do público-alvo

Figure 9 – Pergunta “De 1 a 5, o quanto você acha que sabe evitar dívidas?”

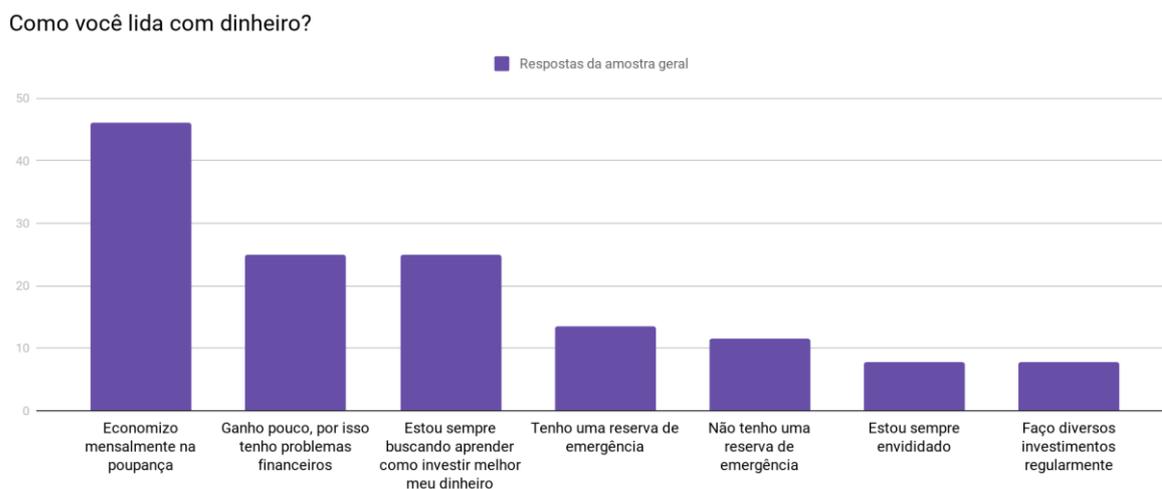
De 1 a 5, o quanto você acha que sabe evitar dívidas?



Fonte: Questionário digital sobre os hábitos financeiros e comportamentais do público-alvo

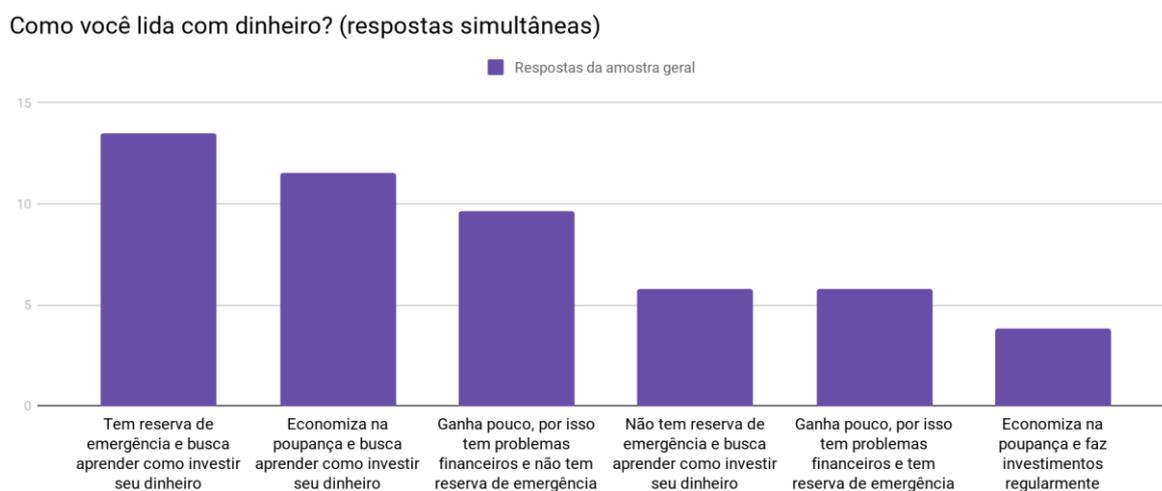
Sobre o controle do dinheiro, a Figura 11 mostra que 46.15% da amostra economiza mensalmente na conta poupança, enquanto 25% afirma ganhar pouco, por isso tem problemas financeiros. Essa mesma proporção diz ainda estar sempre buscando aprender como investir melhor seu dinheiro. Um detalhe que chama a atenção nessas questões é a disparidade entre os dois grupos de jovens. 47.5% dos que não se sustentam sozinhos afirmam economizar em conta poupança, enquanto 41.67% dos que se sustentam fazem o mesmo.

Figure 10 – Pergunta “Como você lida com dinheiro?”



Fonte: Questionário digital sobre os hábitos financeiros e comportamentais do público-alvo

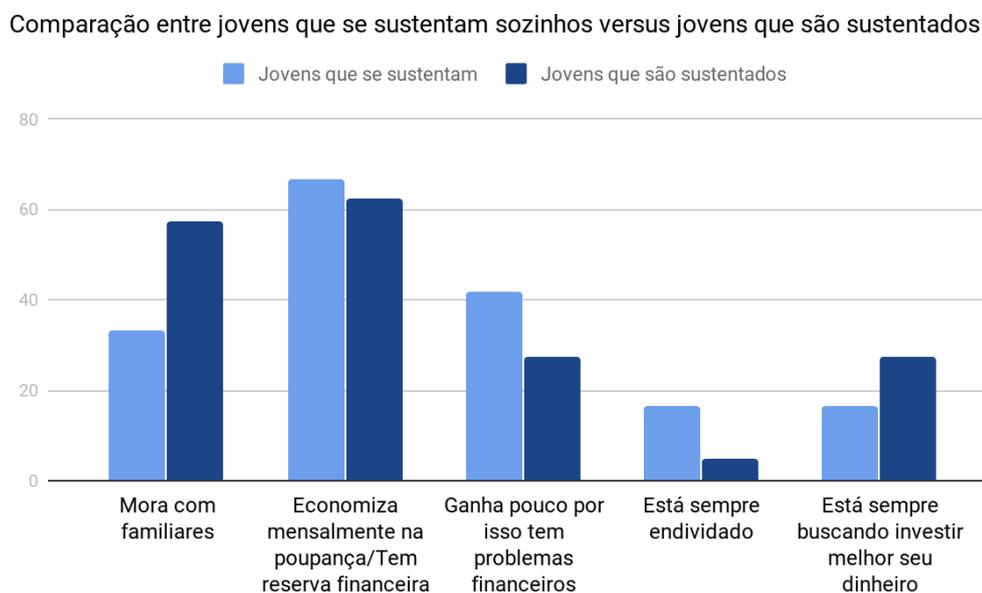
Figure 11 – Pergunta “Como você lida com dinheiro?” – Respostas simultâneas



Fonte: Questionário digital sobre os hábitos financeiros e comportamentais do público-alvo

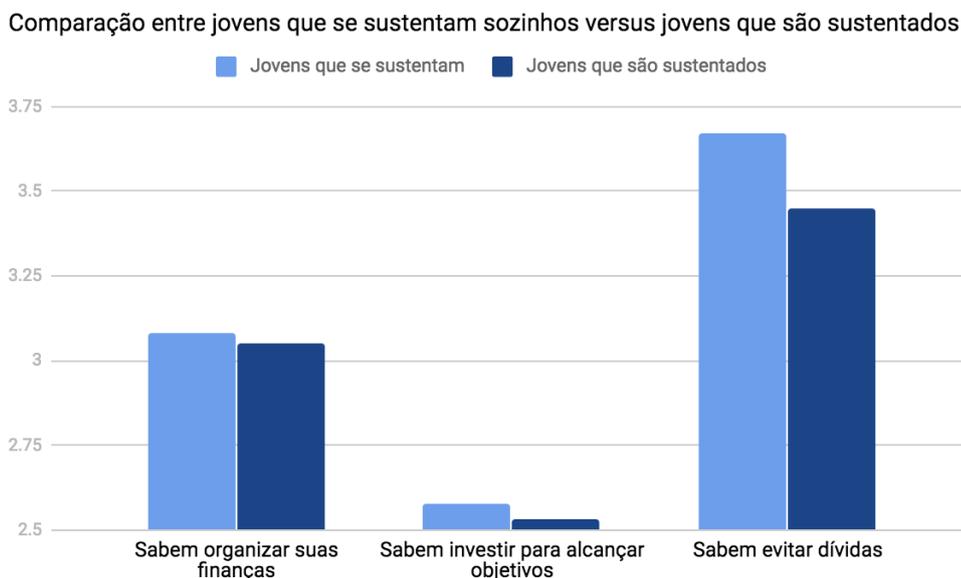
Apenas 13.67% da amostra possui uma reserva financeira de emergência (Figura 11). Dentre os jovens que são sustentados, 5% afirma estar sempre endividado, enquanto esse valor mais que triplica – 16.67% – entre os que provém seu próprio sustento, conforme apresentado pela Figura 12. Da amostra total, 86.54% da base afirma ter interesse de ter acesso a conteúdos que ensinam como lidar melhor com as finanças pessoais.

Figure 12 – Pergunta “Comparação entre jovens que se sustentam sozinhos versus jovens que são sustentados” Parte 1



Fonte: Questionário digital sobre os hábitos financeiros e comportamentais do público-alvo

Figure 13 – Pergunta “Comparação entre jovens que se sustentam sozinhos versus jovens que são sustentados” Parte 2



Fonte: Questionário digital sobre os hábitos financeiros e comportamentais do público-alvo

Diante dos resultados apresentados pelo questionário digital, percebe-se que a conta poupança costuma ser a forma mais popular para guardar dinheiro – quando

ocorre – já que muitos justificam não poupar por possuírem uma renda modesta. A hipótese levantada aqui é que muitos mantêm a poupança por terem sido criadas e mantidas pelos pais e responsáveis quando eram crianças.

3.3 Entrevistas

Para aprofundar aspectos obtidos a partir do questionário digital, realizou-se uma pesquisa qualitativa a partir da técnica de entrevistas semi-estruturadas, que consistem em questões pré-definidas pelo entrevistador, mas que mantêm a espontaneidade de explorar outras perguntas no decorrer da conversa.

Foram realizadas três entrevistas com jovens dentro do perfil do público-alvo selecionado. A descrição das entrevistas se encontra no apêndice B. Para melhor análise, foi criada um quadro comparativo (Quadro 3) entre as respostas dos entrevistados.

Table 3 – Respostas resumidas dos entrevistados

	Entrevistado 1	Entrevistado 2	Entrevistado 3
Idade	24	18	24
Gênero	Feminino	Masculino	Masculino
Mora com a família?	Não	Não	Sim
Se sustenta sozinho(a)?	Sim	Não	Sim
Teve orientação sobre finanças pessoais?	Não	Sim	Não
Como aprendeu a se organizar financeiramente?	No trânsito à vida universitária	Exemplo do pai que conversava sobre o assunto; Necessidade ao transitar para a vida universitária	De acordo com as demandas e dificuldades da vida.
Tipo de reserva/investimento	Reserva em conta poupança.	Reserva em conta poupança.	Reserva em conta poupança.
Objetivo da reserva/investimento	Reserva financeira e viajar	Reserva financeira e consumo	Reserva financeira e consumir curso fora do país
Como busca aprender a lidar com finanças pessoais	Nunca buscou saber mais sobre o assunto, mas sabe que precisa	Acompanha canais digitais de finanças pessoais e investimentos	Acompanha canais digitais de finanças pessoais e investimentos, segue

			newsletters sobre o tema
Análise das variáveis	Nunca recebeu mesada, e sempre foi atendida em suas necessidades de consumo pelos pais.	É sustentado pelos pais, recebe um valor fixo mensal para despesas. Quer investir em tesouro direto, busca mais informações sobre o assunto.	Mora com os pais porém ajuda nas contas da casa. Quer investir seu dinheiro mas não tem conhecimento. Gostaria de entender como declarar imposto de renda.

Fonte: Entrevistas realizadas.

A partir das entrevistas ficou claro que mesmo tendo três perfis distintos de jovens, estes compartilham características semelhantes. Apenas o entrevistado 2 demonstra um certo conforto e segurança em lidar com suas finanças, por ter à frente o exemplo do pai, que sempre conversou acerca do assunto. Durante todas as conversas os entrevistados relataram que sentiam-se em débito com o tema, que tinham intenção de buscar mais conhecimento mas que não sabiam muito bem por onde iniciar. Através destes relatos e das entrevistas como um todo, identificou-se que para uma vida adulta independente, são temas de interesse finanças pessoais, investimentos e gestão de carreira.¹⁶

A fim de criar um produto que abrange essa diversidade de perfis de jovens trabalhadores, não serão contemplados todos os pontos de satisfação cada um deles, uma vez que segundo Cooper, a melhor possibilidade de acomodar uma variedade de usuários é projetar para tipos de indivíduos característicos com necessidades específicas.

Para tal ação, é preciso encontrar usuários cujas necessidades melhor representam às de uma parcela maior dos integrantes-chave e priorizar esses indivíduos para que as necessidades dos usuários mais relevantes sejam contempladas sem comprometer as necessidades de usuários secundários.

Para chegar a tal resultado, foi utilizada a ferramenta de criação de personas, que será explanada na seção a seguir.

¹⁶ Outra questão que ficaria para um estudo futuro seria a importância de se fazer recorte de gênero, uma vez que é possível que haja diferença de atenção na educação financeira entre meninos e meninas.

3.4 Personas

Seguindo estes princípios, a partir das entrevistas e o questionário digital, foram geradas duas personas que representam o público propenso a utilizar a plataforma:

Persona 1:



Nome: Jorge Campos

Idade: 23 anos

Estado civil: Solteiro

Profissão: Desenvolvedor e estudante

Grau de instrução: Graduando

Narrativa: Jorge tem uma rotina bastante intensa. Conseguiu uma oportunidade de trabalhar como desenvolvedor júnior em uma empresa de tecnologia dos arredores da UFSC e por isso acaba tendo pouco tempo livre, já que estuda Sistemas da Informação durante à noite. Ele se sustenta com seu salário, mas acredita que não ganha o suficiente para ter uma poupança. Jorge busca formas de fazer seu dinheiro render para não ter surpresas no futuro, já que não quer depender dos pais para sobreviver. Por conta disso, Jorge costuma usar o pouco tempo livre no trabalho para conferir cursos rápidos que possam ajudar no seu desenvolvimento profissional e financeiro. Costuma seguir influenciadores digitais da área financeira, mas muitas vezes não compreende tudo por não entender os jargões utilizados por eles. Gostaria de acessar um manual básico para iniciar seus investimentos ou conversar com algum amigo sobre isso.

Persona 2:



Nome: Luiza Pam

Idade: 19 anos

Estado civil: Solteira

Profissão: Secretária e estudante

Grau de instrução: Graduanda

Narrativa: Luiza trabalha como secretária há algum tempo em uma empresa financeira no centro da cidade. Desde que começou a trabalhar, guarda boa parte do seu salário em uma conta poupança, já que seus pais pagam as contas básicas de moradia. Luiza já buscou se informar sobre investimentos, mas entendeu que o tema era muito complexo e por isso acabou desistindo do assunto. Ela guarda boa parte de seu salário para que tenha uma reserva futura no momento que estiver pronta para morar sozinha. Estava certa de que essa era a melhor opção até que conversou com um colega que lhe mostrou que a poupança não é uma boa alternativa para investir dinheiro a longo prazo. Luiza foi em busca de outras opções, mas por conta da linguagem e complexidade do assunto, ficou com receio de arriscar. Gostaria de ter alguém de confiança para lhe ensinar como fazer seu dinheiro render nesse meio tempo.

3.5 Cenário

“Luiza descobriu a plataforma através da indicação de uma influenciadora digital que costuma seguir nas redes sociais. Depois de ter precisado usar boa parte

da sua poupança para uma emergência, decidiu pesquisar mais sobre como fazer render o dinheiro que guarda todos os meses. Ao acessar o site, Luiza percebeu que a interface não era tradicional como as dos blogs de finanças que tentou desvendar, mas sim leve, moderna e fácil de usar como as redes sociais que acessa constantemente. Após desvendar alguns vídeos introdutórios, Luiza descobriu que podia realizar um quiz de perfil de investidor para receber alertas sobre investimentos que tivessem a ver com seus objetivos. Ela preencheu o quiz e volta à plataforma com frequência para participar do fórum e assistir vídeos.”

4. DESENVOLVIMENTO

4.1 Histórias de usuários

Através da construção de personas, das pesquisas e entrevistas, foram levantadas diversas histórias de usuários que demonstram os principais desejos e necessidades a serem atendidos pela plataforma. Por conta da delimitação do projeto, foram selecionadas três principais histórias, que estão em ordem de prioridade:

1. “Eu, como usuário da plataforma, gostaria de ter acesso a uma plataforma para sanar minhas dúvidas sobre educação financeira.”
2. “Eu, como usuário da plataforma, tenho dúvidas sobre como iniciar o processo de organização das minhas finanças, e acredito que ganho pouco para poder guardar qualquer quantia.”
3. “Eu, como usuário da plataforma, gostaria de ter acesso a uma consultoria para sanar dúvidas específicas que podem não ser contempladas pelos vídeos que acesso.”

4.2 Outras histórias de usuário levantadas

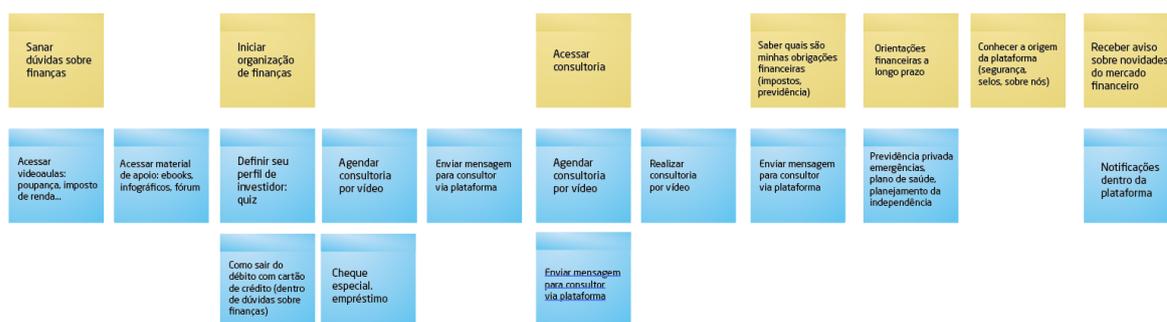
4. “Eu, como usuário da plataforma, gostaria de ajuda para planejar o alcance da independência financeira.”

5. “Eu, como usuário da plataforma, preciso de lembretes para divergir meus investimentos e saber onde checar o status dele”
6. “Eu, como usuário da plataforma, quero ter certeza de que essa plataforma é confiável”
7. “Eu, como usuário da plataforma, quero entender quais são minhas obrigações financeiras como cidadão adulto (impostos, taxas)”
8. “Eu, como usuário da plataforma, gostaria de ser avisado sobre oportunidades do mercado financeiro para investimento, pois tenho pouco tempo para acompanhar em tempo real.”

4.3 Mapa de história do usuário

A fim de começar a estabelecer uma relação entre os desejos de usuários e as funcionalidades do produto, as histórias de usuário são dispostas em um mapa. A partir dele é estabelecido o cenário para a criação de um produto enxuto com base na compreensão inicial para o produto mínimo viável. O corpo do mapa contém as histórias necessárias para conseguir os resultados desejados. Elas são priorizadas e separadas em versões.

Figure 14 – Mapa de história do usuário criada através do resultado de pesquisa de personas.



Fonte: A autora.

Na Figura 14 pode-se ver como as histórias são dispostas em objetivos (primeira linha, em amarelo) e funções para conseguir alcançá-los (segunda linha, em azul). Já na Figura 15 é possível visualizar quais serão as três principais funções da plataforma, ou seja, o primeiro ciclo de trabalho.

Figure 15 – Três histórias de usuários selecionadas para realização do projeto.



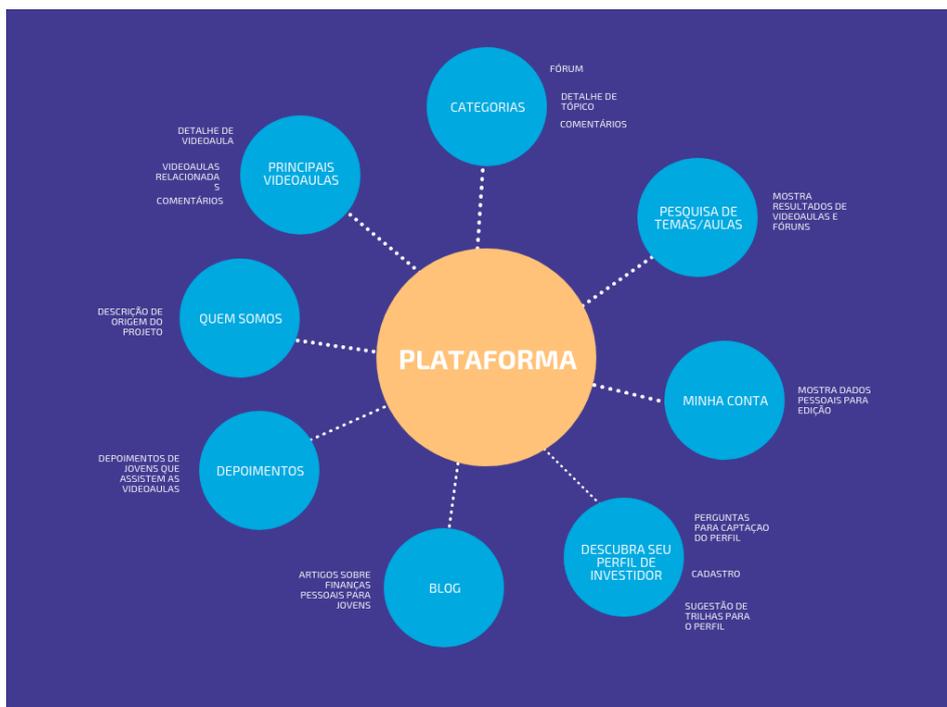
Fonte: A autora.

A partir do mapa de histórias, foram definidos os principais requisitos da plataforma. O objetivo foi traçar os principais caminhos que o usuário poderia seguir na interação com o produto. As etapas programadas para cada ciclo de projeção foram identificadas pela cores rosa (primeiro ciclo), verde (segundo ciclo) e azul (terceiro ciclo).

4.4 Mapa mental

A partir do mapa de histórias, foi definido um mapa mental das funcionalidades e conteúdos, precursor da arquitetura da plataforma. O objetivo foi traçar os principais caminhos que o usuário poderia seguir na interação com o produto.

Figure 16 – Mapa mental da informação para a interface.



Fonte: A autora.

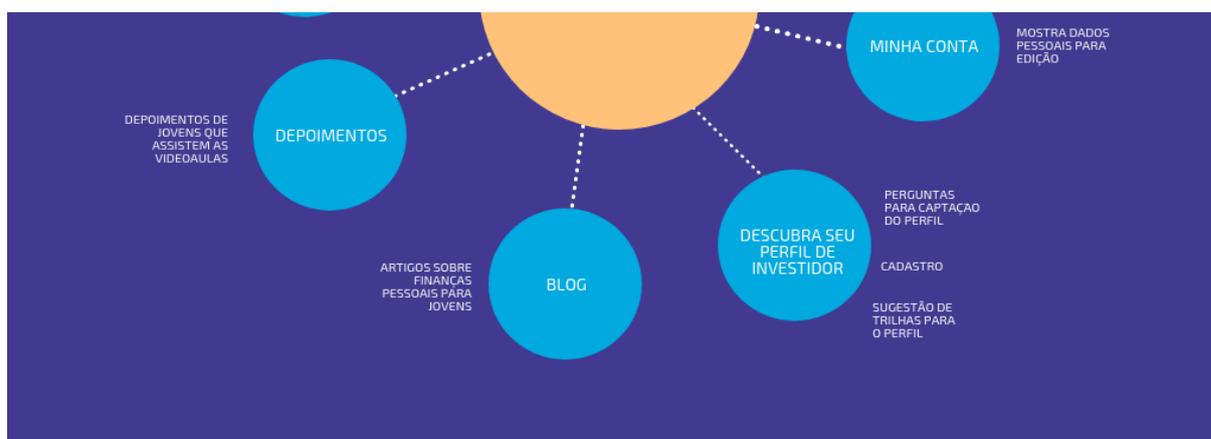
Na Figura 16 pode-se ver a principal hipótese de disposição das funcionalidades. Seriam elas: principais vídeoaulas; pesquisa de temas/aulas; categorias de vídeoaula; quem somos; depoimentos; blog; descubra seu perfil de investidor e minha conta. A seguir as Figuras 17 e 18 mostram o mapa de forma ampliada.

Figure 17 – Ampliação do quadrante superior do mapa mental.



Fonte: A autora.

Figure 18 – Ampliação do quadrante inferior do mapa mental.



Fonte: A autora.

A partir deste mapeamento foram concentrados os objetivos principais de acesso na plataforma para que na etapa de *card sorting* a ordenação dessas seja realizada por pessoas que condizem com o perfil das personas desenvolvidas.

4.5 Quadro de requisitos funcionais e de conteúdo

A compilação do trabalho de pesquisa realizado até esta etapa pode ser melhor convertido e visualizado neste quadro de requisitos. Nele são relacionadas as necessidades dos usuários encontradas e a forma pela qual se buscará atendê-las.

Table 4 – Requisitos funcionais e de conteúdo.

Objetivos (do público-alvo)	Requisitos de conteúdo	Requisitos funcionais	Requisitos de experiência	Grau de prioridade (alta, média ou baixa) e fonte de identificação
Sanar dúvidas sobre finanças	O site oferece videoaulas sobre dúvidas frequentes sobre finanças, além de um fórum para que os usuários discutam suas dúvidas;	O site permite filtrar vídeos por popularidade, tema e data de publicação. Permite pesquisa de vídeos por palavras-chave; Fórum permite criação de tópicos para discussão e respostas;	O usuário acessa as informações de modo objetivo e rápido; Se sente confortável para ajudar outros e discutir suas próprias dúvidas;	Alta Identificada a partir de questionários e entrevistas com usuários
Iniciar organização de	Além das videoaulas o site	O site permite visualizar os vídeos	O usuário deve ter perceber os	Alta

finanças	fornece infográficos e outros elementos gráficos complementares para auxiliar na organização iniciação da vida financeira;	em trilhas, com temas como primeiros passos, responsabilidades entre outros;	materiais com clareza e com linguagem próximo do que está acostumado;	Identificada a partir de questionários e entrevistas com usuários
Ter acesso a consultoria	O site fornece um canal para contatar especialistas da área para que o usuário possa sanar uma dúvida bastante específica;	Acesso a um chat com funcionamento limitado para conversar em tempo real;	O usuário deve ser tratado com empatia para perder receio de falar sobre finanças;	Média Identificada a partir de questionários e entrevistas com usuários
Conhecer a origem da plataforma (segurança, confiança)	O site apresenta a origem da plataforma além de descrição dos consultores e criadores de conteúdo;	Haverá uma seção do site com histórico, descrição e apresentação dos participantes do projeto;	O usuário deve se sentir seguro e prever credibilidade para usar a plataforma;	Média Identificada a partir de questionários e entrevistas com usuários

Fonte: A autora.

4.6 Card Sorting

A fim de validar a hipótese da hierarquia de funcionalidades e conteúdos, foi utilizada a técnica de *Card Sorting* através da ferramenta online Optimal Workshop¹⁷. A técnica foi realizada remotamente, no período de 10 a 12 de outubro com 5 participantes que atendem ao critério de público-alvo mencionado no início do projeto. Os *cards* foram organizados em grupos de forma livre, podendo o usuário nomear cada grupo conforme acreditasse que era relevante.

A matriz de similaridade a seguir mostra a porcentagem de participantes que concordam com a paridade de cada *card*. É possível visualizar o número de vezes que um par de *cards* foi agrupado através dos números ao lado esquerdo.

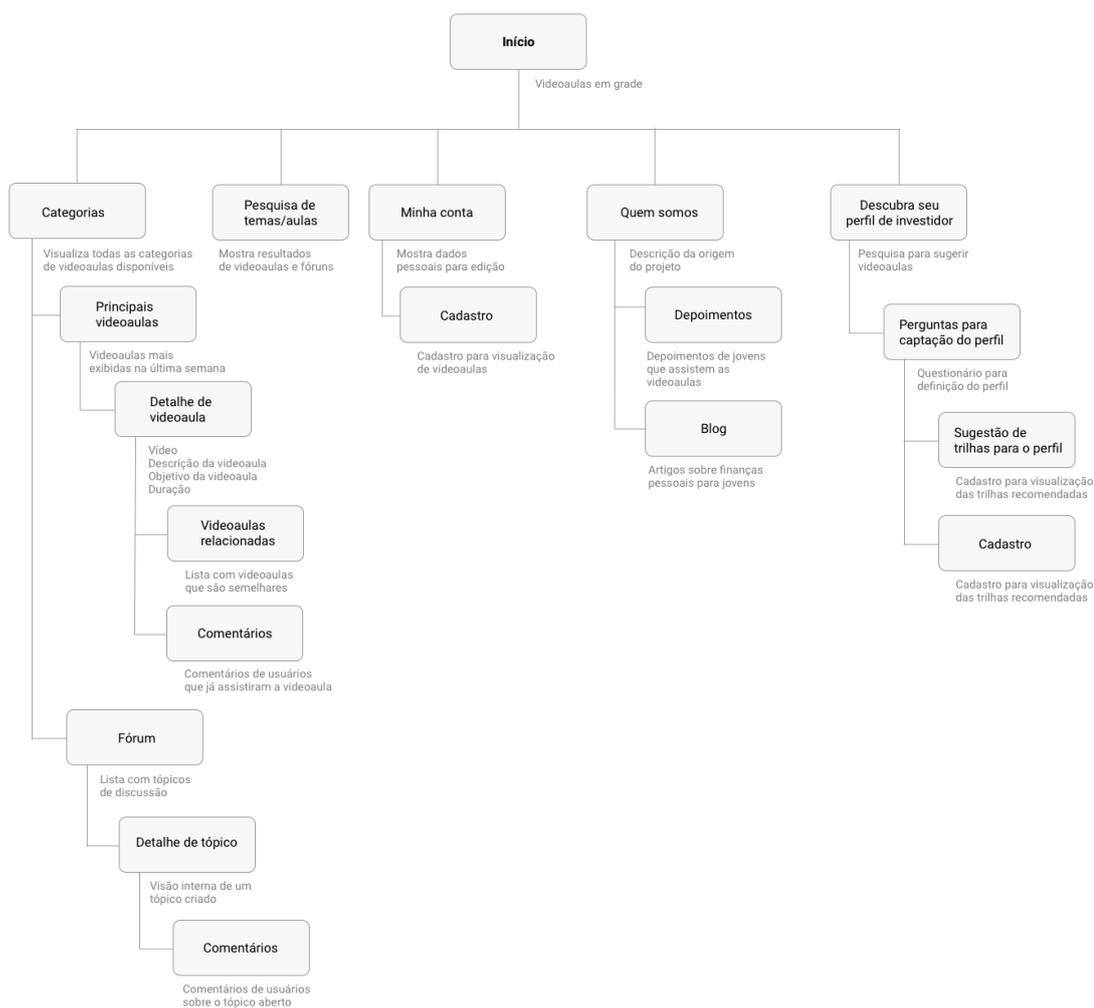
¹⁷ Disponível em < <https://www.optimalworkshop.com/optimalsort>>

informação com mais precisão. O escopo do projeto foi definido como o seguinte:

- Videoaulas
 - Principais videoaulas
 - Detalhe de videoaula
 - Videoaulas relacionadas
 - Comentários
 - Fórum
 - Detalhe de tópico
 - Comentários
- Pesquisa por tema/videoaula
- Minha conta
 - Cadastro
- Quem somos
 - Depoimentos
 - Blog
- Descubra seu perfil de investidor
 - Perguntas para captação de perfil
 - Sugestão de trilhas para o perfil
 - Cadastro

Esse escopo pode ser melhor visualizado através do fluxograma apresentado na Figura 21:

Figure 21 – Fluxograma de arquitetura da informação através dos resultados do Card Sorting.



Fonte: A autora.

4.7 Inventário de conteúdos

Tendo a hipótese de arquitetura levantada, foi realizado o inventário de conteúdo das vídeoaulas, que serão oito nesse primeiro momento da plataforma, dispostas no quadro a seguir:

Table 5 – Inventário de conteúdos

Título da videoaula	Descrição da videoaula
“Como juntar dinheiro para comprar o próprio carro”	<p>Você quer comprar um carro, mas não sabe por onde começar? Você tem dúvidas de como funciona o financiamento de um automóvel? Você precisa de um carro, mas não consegue juntar dinheiro?</p> <p>Sem jargões e de um jeito simples e acessível, você poderá</p>

	<p>aprender a:</p> <p>Entender porque é tão difícil juntar dinheiro;</p> <p>Aprender um método simples para poupar todo mês e pegar dicas valiosas para cortar gastos sem sofrer;</p> <p>Conseguir se planejar para comprar um carro;</p> <p>Compreender todos os custos de ter um carro;</p> <p>Visualizar a compra de um carro novo e de um carro usado para poder ver o que faz mais sentido para a sua vida;</p> <p>Entender como funciona o financiamento de um automóvel e ver todos os cuidados na hora de comprar um carro financiado;</p> <p>Descobrir o valor de venda real do carro</p>
<i>“Como sair das dívidas”</i>	<p>Essa videoaula tem o objetivo de ajudar as pessoas a saírem das dívidas e de suas armadilhas, principalmente dos juros altos e despesas financeiras desnecessárias.</p> <p>Será ensinado nessa videoaula que, independentemente do motivo que o levou para esta situação de endividamento, ela tem solução, e poderá ser mais fácil que possa imaginar, utilizando um passo a passo simples e consistente.</p>
<i>“Como juntar dinheiro para comprar a própria casa”</i>	<p>Essa videoaula é ideal para quem está sonhando em comprar a casa própria, mas está cheio de dúvidas. Sem jargões e de um jeito simples e acessível, você poderá aprender a:</p> <p>Organizar o orçamento para conseguir poupar todo mês;</p> <p>Entender todos os custos envolvidos na compra de um imóvel;</p> <p>Compreender como funciona o financiamento e conhecer todos os programas existentes no Brasil para te ajudar;</p> <p>Com essa videoaula, você vai poder dar este passo e comprar o imóvel dos seus sonhos sem sofrimento e sem correr o risco de se desorganizar financeiramente.</p>
<i>“Como realizar meu imposto de renda”</i>	<p>Você sabia que todos os anos você, como contribuinte brasileiro tem que acertar suas contas com a Receita Federal?</p> <p>É preciso avaliar se existe algo a se pagar ou restituir ao governo. E, para isso estes contribuintes devem apresentar sua declaração de imposto de renda entre Março e Abril.</p> <p>Essa videoaula tem como objetivo possibilitar ao aluno(a) ter as informações necessárias para preparar a declaração de Imposto de Renda Pessoa Física , observando os principais aspectos de preenchimento das fichas.</p> <p>Você aprenderá sobre rendimentos tributáveis, isentos, dependentes e recebidos pelo MEI.</p>
<i>“Investindo no tesouro direto/renda fixa”</i>	<p>Essa videoaula ensinará o passo-a-passo para sair da poupança e investir em títulos do Tesouro Nacional. Este investimento é atualmente o mais seguro do país, com rentabilidades superiores à poupança e aos planos de Previdência Privada.</p> <p>Você aprenderá a:</p>

	<p>Investir com maior segurança e rentabilidade que a poupança;</p> <p>Descobrir o poder do Tesouro Direto para multiplicar o seu dinheiro;</p> <p>Escolher qual é o melhor título para você baseado em seus objetivos financeiros;</p> <p>Entender quais são os impostos e taxas e parar de perder dinheiro;</p> <p>Descobrir estratégias de investimento seguro em títulos públicos para rentabilizar o seu dinheiro ainda mais;</p>
<p><i>“O essencial para liberdade financeira”</i></p>	<p>Se você quer ter sua independência financeira, essa videoaula vai fazer você atingir os seus objetivos financeiros de curto, médio e longo prazo da melhor forma possível. E esse curso vai te ensinar exatamente como fazer isso através de um guia prático.</p> <p>Você aprenderá a:</p> <p>Saiba lidar melhor com o dinheiro, mesmo quando ganha pouco, para ter um padrão de vida cada vez melhor;</p> <p>Seja capaz de tomar melhores decisões em relação ao dinheiro, e veja como isso vai refletir na sua vida financeira;</p> <p>Criar seu plano pessoal para atingir Independência Financeira;</p> <p>Definir com clareza suas Metas Financeiras;</p> <p>Montar sua Estratégia de Investimentos;</p>
<p><i>“Organizar, controlar e usar um orçamento doméstico e pessoal”</i></p>	<p>Essa videoaula apresenta uma técnica de orçamento para o planejamento, controle e análise das finanças pessoais. A partir dela, você terá a oportunidade de controlar o seu dinheiro segundo as suas diretrizes e seu estilo de vida.</p> <p>Você aprenderá a:</p> <p>Elaborar, executar e analisar um orçamento pessoal;</p> <p>Identificar qual é a sua atual situação financeira;</p> <p>Melhora a sua situação financeira;</p>
<p><i>“Usar corretamente um cartão de crédito sem medo;”</i></p>	<p>O cartão de crédito pode ser um verdadeiro aliado da sua vida financeira. Tudo depende da maneira como você utilizá-lo. Nessa videoaula você aprenderá como usar corretamente e sem medo.</p> <p>Você aprenderá a:</p> <p>Controlar seus gastos de forma segura dentro do cartão;</p> <p>Utilizar o clube de vantagens a seu favor;</p> <p>Saber quando requisitar aumento de limite sem se enrolar;</p>

Fonte: A autora.

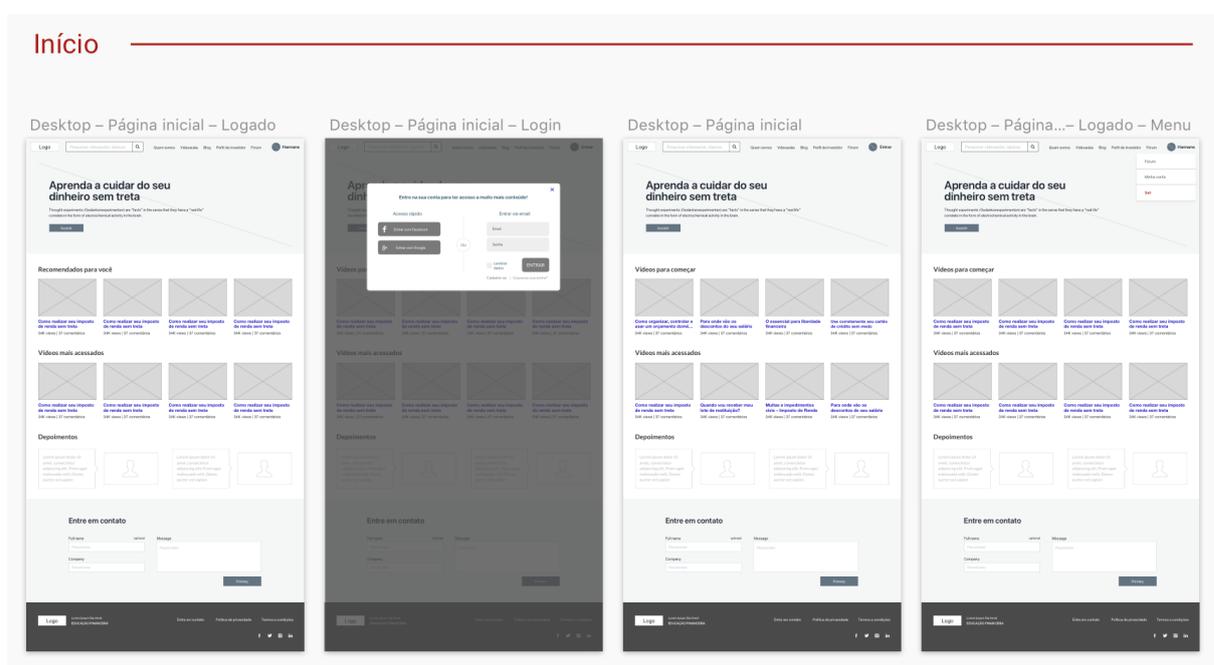
4.8 Wireframes

A partir da arquitetura da informação definida e dos conteúdos organizados, foram desenhados os *wireframes* da interface. Esses protótipos de baixa qualidade são usados para identificar e organizar os elementos que serão exibidos na tela da

plataforma (UNGER, 2009).

A tela inicial é demonstrada pela Figura 22, chamada de “Desktop – Página inicial – Logado”, onde pode-se perceber o foco no objetivo do site exposto em um banner principal, com um botão para que o usuário saiba mais sobre a plataforma. No menu estão dispostos a caixa de busca e os links “Quem somos”, “Vídeoaulas”, “Blog”, “Perfil do investidor” e “Fórum”, além do ícone de usuário conectado, que pode ser expandido para os links “Fórum”, “Minha conta” e “Sair” (apresentados na última tela à direita da mesma Figura 22).

Figure 22 – Wireframe: Telas iniciais



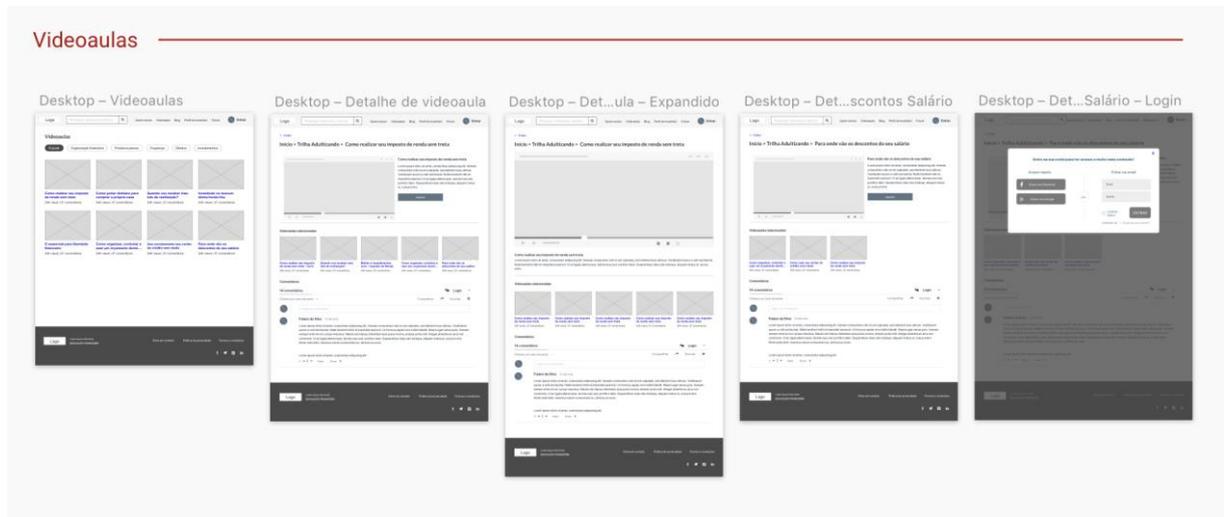
Fonte: A autora.

Ainda na primeira tela, duas fileiras de vídeoaulas são dispostas em duas categorias, “Recomendado para você” e “Vídeos mais acessados”. Quando o usuário não está conectado a primeira categoria torna-se “Vídeos para começar”. Abaixo dessas vídeoaulas está a seção de depoimentos de alunos, seguida pela seção de contato, que requiere identificação de nome, email e mensagem do usuário. Por fim, no rodapé se encontram informações de termos de uso e acesso rápido à seções do site, além das redes sociais. A segunda tela ainda nesta imagem mostra a sobreposição de uma janela requisitando dados ou cadastro do usuário para acessar sua conta quando ativado o botão de entrar no canto superior direito da tela principal.

A Figura 23 apresenta as telas de *wireframe* relacionadas à seção de

vídeoaulas da interface. Na primeira tela pode-se ver o mesmo menu descrito acima, além de botões de filtro por categoria das vídeoaulas disponíveis em duas fileiras.

Figure 23 – Wireframe: Videoaulas

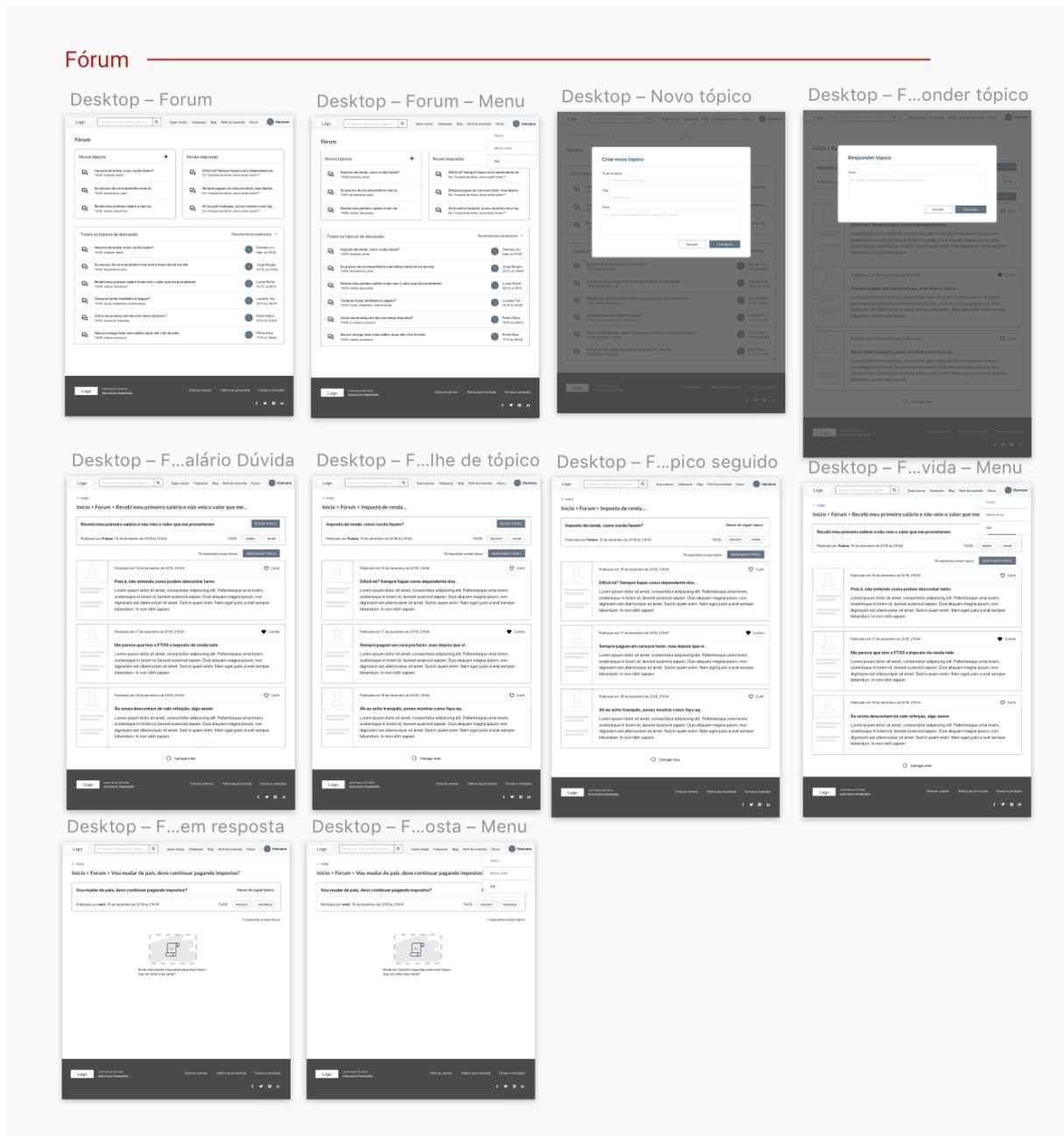


Fonte: A autora.

Já a segunda tela – “Desktop – Detalhe de vídeoaula” – apresenta como seria a vídeo aula selecionada, informando título, descrição e uma seção de vídeos relacionados, seguido por um campo de comentários sobre a vídeoaula. Nesse momento foi definido que o acesso à vídeoaula seria através do botão de assistir, que levaria a janela de sobreposição requisitando dados de acesso à conta do usuário.

O grupo de telas da categoria fórum é grande, contendo dez telas, dispostas na Figura 24. A principal, “Desktop – Fórum”, mostra as três principais distribuições de conteúdo, em novos tópicos, novas respostas e todos os tópicos de discussão. Nessa mesma tela é possível criar um novo tópico e ainda visualizar data e nome do usuário que publicou o tópico a ser discutido.

Figure 24 – Wireframe: Fórum



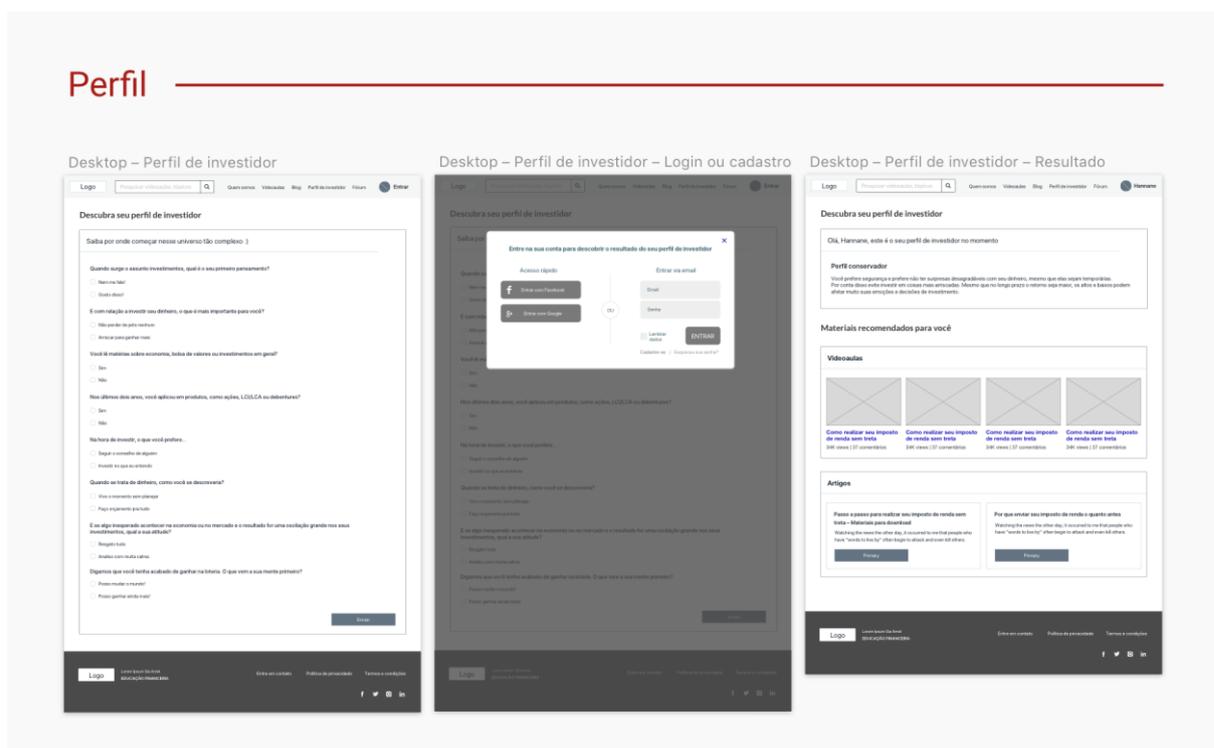
Fonte: A autora.

A terceira e quarta tela mostram as janelas que se sobrepõem à tela para criação de um tópico ou resposta dentro de um tópico. Na Figura 24 também é possível visualizar a página interna de um tópico contendo as respostas, além das tags que se referem à publicação. As últimas duas telas se referem às publicações de tópicos ainda sem resposta, considerada um *empty state*¹⁸.

¹⁸ *Empty States* são telas na interface que aparecem quando o conteúdo tradicional do aplicativo não pode ser exibido. Seja por ser um primeiro contato, projetos zerados ou demonstrações de um erro.

A categoria de perfil de investidor (Figura 25) apresenta três telas, a primeira disponibilizando as perguntas para que seja criado um perfil de investidor para o usuário, seguida da janela sobrepondo a tela requisitando os dados de acesso à conta para prosseguir para a terceira tela que revela o resultado do perfil.

Figure 25 – Wireframes: Perfil de investido

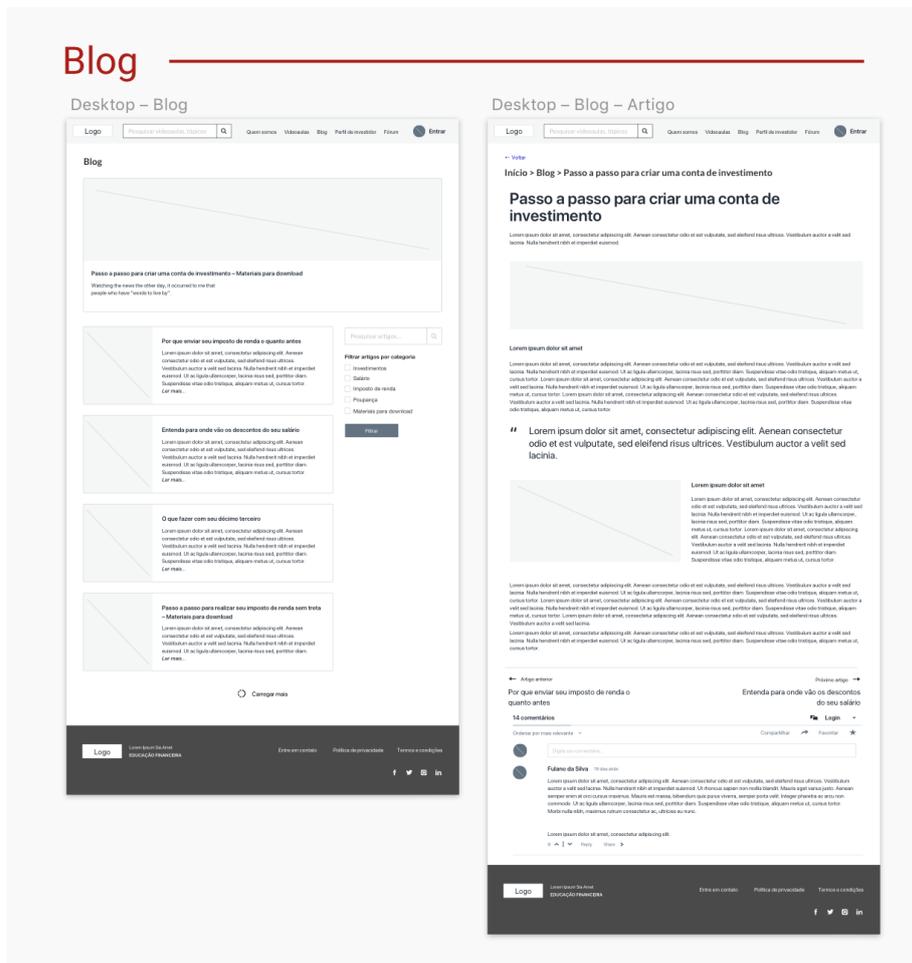


Fonte: A autora.

Na última tela são apresentados as vídeoaulas e artigos que são indicados para o resultado do teste.

O blog, apresentado na Figura 26, é composto por duas telas, sendo a primeira com destaque para um artigo específico, seguido por blocos de outros artigos recentes. Ainda nessa tela, é possível filtrar os artigos por categorias, além de buscar um artigo específico no campo de busca.

Figure 26 – Wireframe: Blog

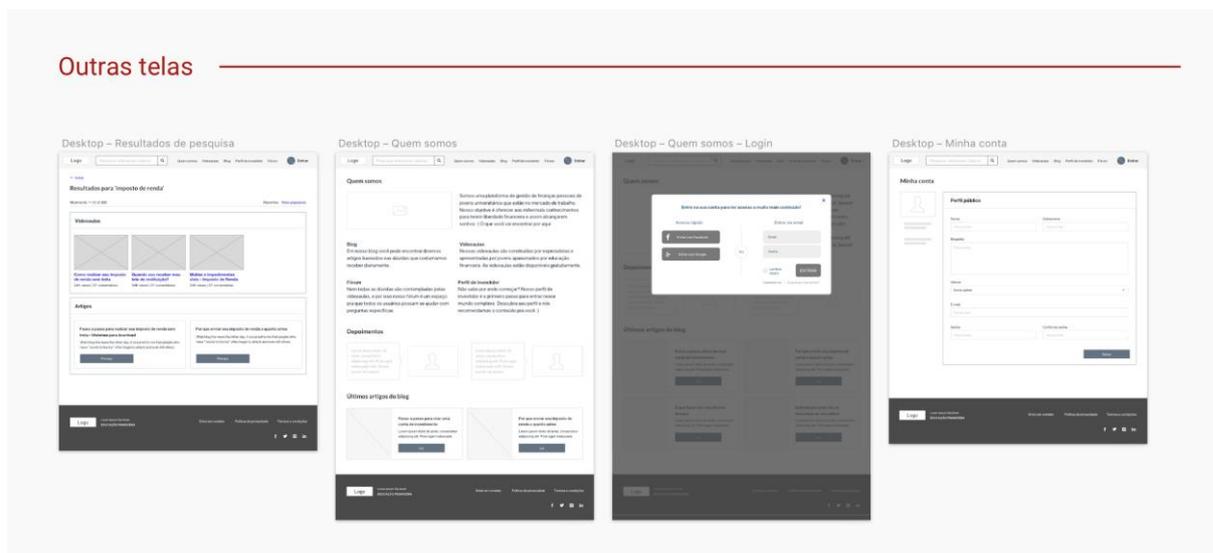


Fonte: A autora.

Já a segunda tela apresenta como seria a parte interna, de detalhe de um artigo, composto por título e descrição, além de imagens e uma seção para comentários próxima ao rodapé.

Por fim, outras telas fora de categoria são visualizadas na Figura 27, como por exemplo o resultado de uma pesquisa (Desktop – Resultados de pesquisa) que mostra vídeoaulas e artigos, além da tela de “Quem somos”, que apresenta as funcionalidades da interface, depoimentos de alunos e os últimos artigos publicados no blog.

Figure 27 – Outras telas



Fonte: A autora.

A última tela da direita mostra como seria a “Minha conta”, local onde são armazenados os dados pessoais de acesso à conta na plataforma.

4.9 Teste de usabilidade presencial

A partir dos testes de usabilidade, avalia-se o desempenho dos usuários típicos na realização de tarefas preparadas, por sua vez típicas daqueles para os quais o sistema foi projetado. O desempenho dos usuários é geralmente avaliado no que diz respeito ao número de erros e ao tempo para completar a tarefa (Preece, Rogers e Sharp, 2005).

Afim de testar a interação dos usuários com a interface projetada e certificar se o projeto cumpriu com seus pré-requisitos, um teste de usabilidade foi aplicado com jovens do perfil do público alvo. Para tanto, foi utilizado o *software* Sketch, para a construção da interface, juntamente com a plataforma digital InVision, ferramenta de prototipagem que possibilita que os usuários naveguem de maneira contínua pela interface. Foram produzidas, ao todo, dezessete telas, a fim de simular a navegação de forma que possibilitasse a realização das tarefas propostas no teste. Neste sentido, algumas telas se repetiam, se diferenciando apenas nos botões e links para simular mudança de estado com o toque do usuário.

Foram selecionados três participantes, em concordância com o público-alvo do produto. O teste consistiu em entregar para o usuário um notebook com o protótipo clicável da plataforma e solicitar uma lista de tarefas necessárias para alcance dos

objetivos do projeto. Antes de apresentar o protótipo ao participante, foi explicado brevemente o contexto da interface, seu escopo e os objetivos que ele pretende atingir. Também foi esclarecido que se tratavam de telas estáticas de baixa fidelidade para que se compreendesse as limitações do protótipo. Durante toda a interação os movimentos estavam sendo gravados pela estrutura de suporte multimídia Quicktime para documentação e análises posteriores. Também foi comentado com o participante que poderia fazer comentários caso necessário.

Table 6 – Participantes do teste de usabilidade.

	Idade	Gênero	Formação	Ocupação
Participante 1	22	Feminino	Design	Designer
Participante 2	22	Masculino	Sistemas da Informação	Desenvolvedor
Participante 3	21	Feminino	Letras Inglês	Estagiária
Participante 4	24	Feminino	Relações Internacionais	<i>Customer Success</i>

Fonte: A autora.

Os cenários apresentados e a lista de tarefas a serem executadas foram:

"Você acaba de receber seu primeiro salário como empregado CLT. O valor que esperava é diferente do que recebeu, e por isso gostaria de descobrir o que significam os valores descontados em folha. Busque uma vídeoaula que pode te esclarecer essa dúvida."

Objetivo: Avaliar se a pesquisa de vídeoaulas está num local coerente visto que é o carro-chefe da interface.

"Você pretende sair do país e gostaria de saber se deve continuar pagando seus impostos enquanto estiver fora. Você lembra que a plataforma possui uma comunidade de usuários dispostos a ajudar. Onde você iria para publicar uma pergunta?"

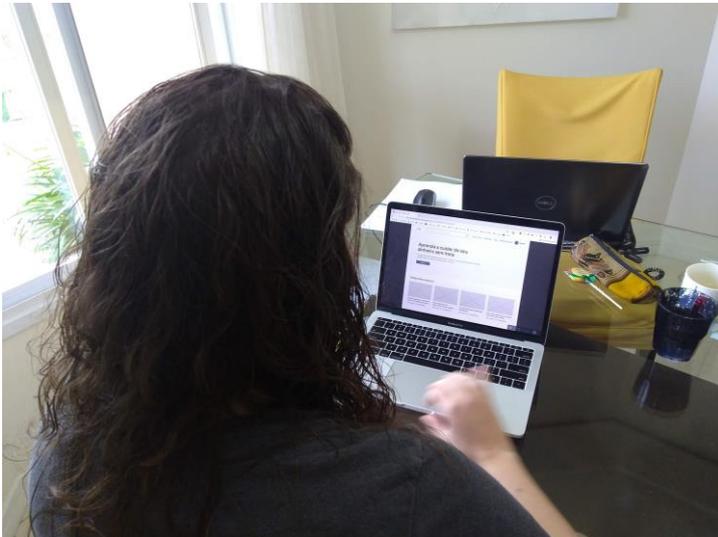
Objetivo: Verificar se a palavra fórum e o fluxo até a tela está de acordo com a intuição do usuário.

"Você começou a pesquisar mais sobre investimentos mas não sabe muito bem por onde começar a consumir o conteúdo do site, muito menos por onde começar a investir. Que área do site você acredita que possa te ajudar com isso?"
Objetivo: Validar se a seção "Descubra seu perfil de investidor" faz sentido para usuários que nunca tiveram contato com o tema.

4.9.1 Realização dos testes

4.9.1.1. Teste 1: Estudante de design, trabalha com visual merchandising

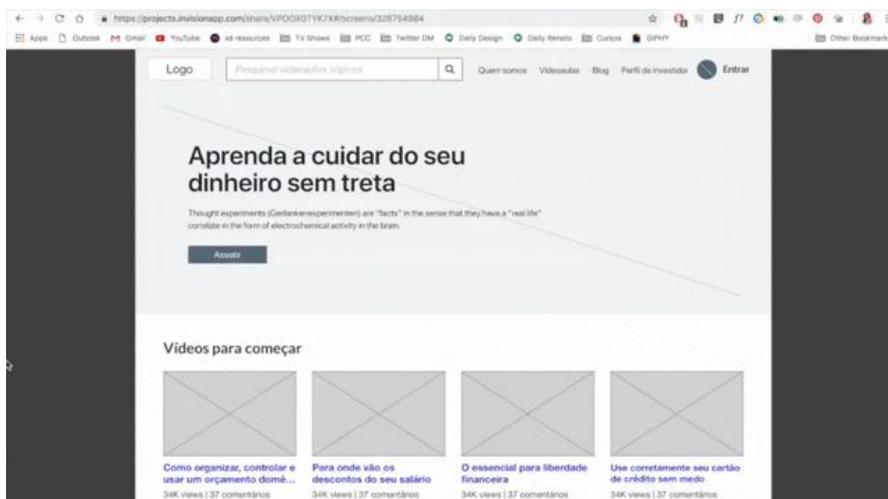
Figure 28 – Primeiro teste de usabilidade realizado (piloto)



Fonte: A autora.

O primeiro cenário foi alcançado com sucesso pela usuária ao acessar o link do menu "Vídeoaulas" e em seguida clicar no vídeo "Para onde vão os descontos do seu salário", conforme mostra Figura 29 abaixo.

Figure 29 – Realização do cenário 1 no primeiro teste.

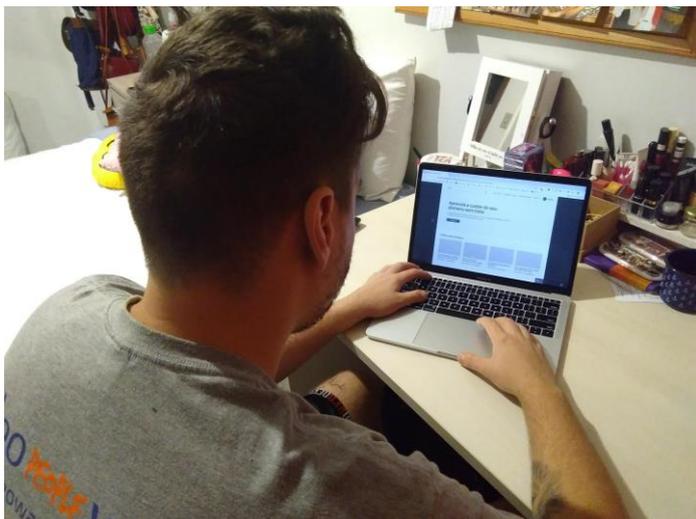


Fonte: A autora.

No segundo cenário a ser realizado foi levantado um erro de fluxo que inutilizaria os próximos testes caso não fosse corrigido. Ao tentar realizá-lo, a usuária não compreendeu o fluxo de criar uma conta para poder visualizar a seção do fórum, o que a impediu de publicar uma pergunta. Por conta disso, depois desse teste, que foi considerado piloto, foi criado no menu o *link* Fórum, que direciona para o acesso à conta e em seguida, para os tópicos disponíveis. No terceiro cenário a usuária relatou que para solucioná-lo acessaria a página de “Quem somos”, olharia as funcionalidades descritas e a partir disso exploraria as vídeoaulas.

4.9.1.2 Teste 2: estudante de sistemas da informação, trabalha como desenvolvedor de software

Figure 30 – Segundo teste de usabilidade realizado.

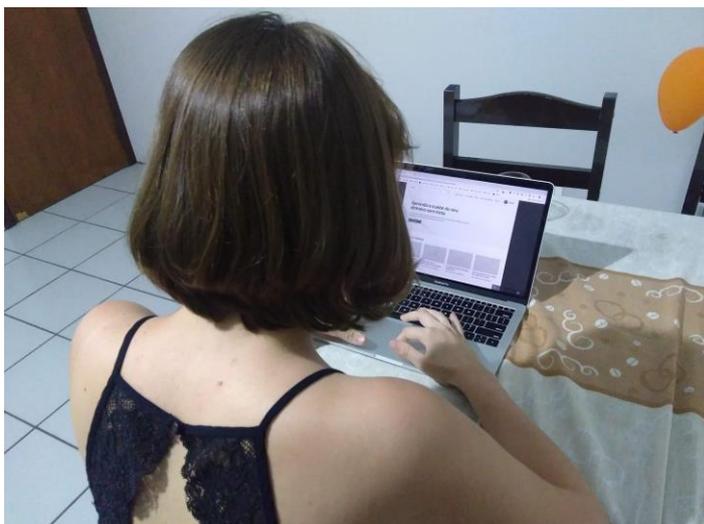


Fonte: A autora.

Neste teste o primeiro cenário foi alcançado rapidamente: o usuário rolou a página em busca de um vídeo que lhe atendesse e acessou de forma fácil. O segundo cenário, tendo sido corrigido o local do fórum, também foi encontrado com certa agilidade, tendo apenas o usuário relatado que encontraria o botão para adicionar novo tópico mais facilmente se este estivesse escrito por extenso. Por último, o terceiro cenário foi concluído de forma ágil, tendo o usuário acessado o perfil de investidor sem voltar à página principal para conferência.

4.9.1.3 Teste 3: estudante de letras inglês, realiza estágio dentro da universidade

Figure 31 – Terceiro teste de usabilidade realizado.

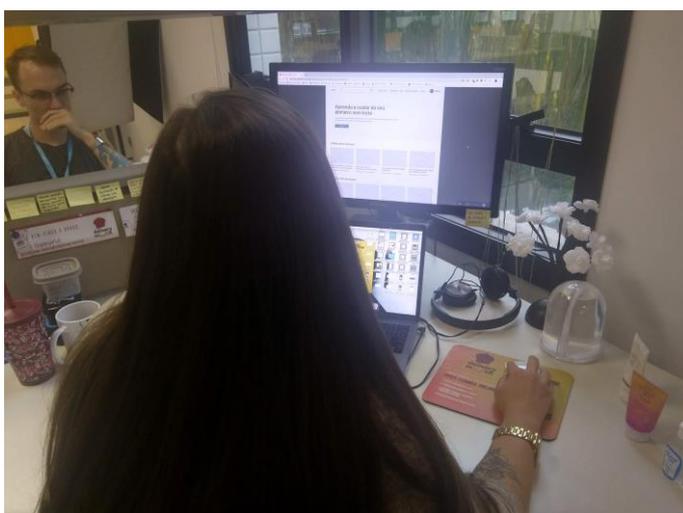


Fonte: A autora.

O terceiro teste por sua vez teve um pouco menos de agilidade, tendo no primeiro cenário um fluxo diferente, seguindo pelo campo de busca sem antes navegar pela página principal. O cenário foi alcançado, mesmo com o ocorrido. No segundo cenário, o fluxo padrão foi seguido, porém com um pouco mais de ponderação e tempo. O último cenário por sua vez não foi alcançado, tendo a usuária relatado que iria navegar pela tela principal, abrindo vídeos para entender melhor por onde começar.

4.9.1.4 Teste 4: estudante de relações internacionais, trabalha como customer success

Figure 32 – Quarto teste de usabilidade realizado.



Fonte: A autora.

No último teste de usabilidade realizado, mesmo tendo afirmado que não havia

resposta certa ou errada, a usuária constantemente buscava confirmações de que estava no caminho certo. No primeiro cenário rolou a página algumas vezes, levou um tempo observando os títulos e por fim selecionou o fluxo previsto. Já no segundo cenário, por estar na tela de detalhe de vídeo, disse que publicaria a pergunta nos comentários desse vídeo, mas depois de visualizar novamente o título do vídeo disse que pesquisaria no campo de busca a questão. O último cenário foi atingido rapidamente, selecionando no menu principal o título “Perfil de investidor”.

No quadro a seguir, é possível visualizar o tempo que cada usuário levou para atingir cada cenário, além da média de tempo por cenário.

Table 7 – Tempo de realização dos cenários de teste.

	Teste 1 (piloto)	Teste 2	Teste 3	Teste 4	Média de tempo
Tempo para realizar cenário 1	37 segundos	8 segundos	10 segundos	30 segundos	21,25 segundos
Tempo para realizar cenário 2	Não alcançou o cenário previsto	17 segundos	40 segundos	17 segundos	24,66 segundos
Tempo para realizar cenário 3	Não alcançou o cenário previsto	2 segundos	Não alcançou o cenário previsto	7 segundos	4,5 segundos

Fonte: Vídeos de gravação de tela via Quicktime.

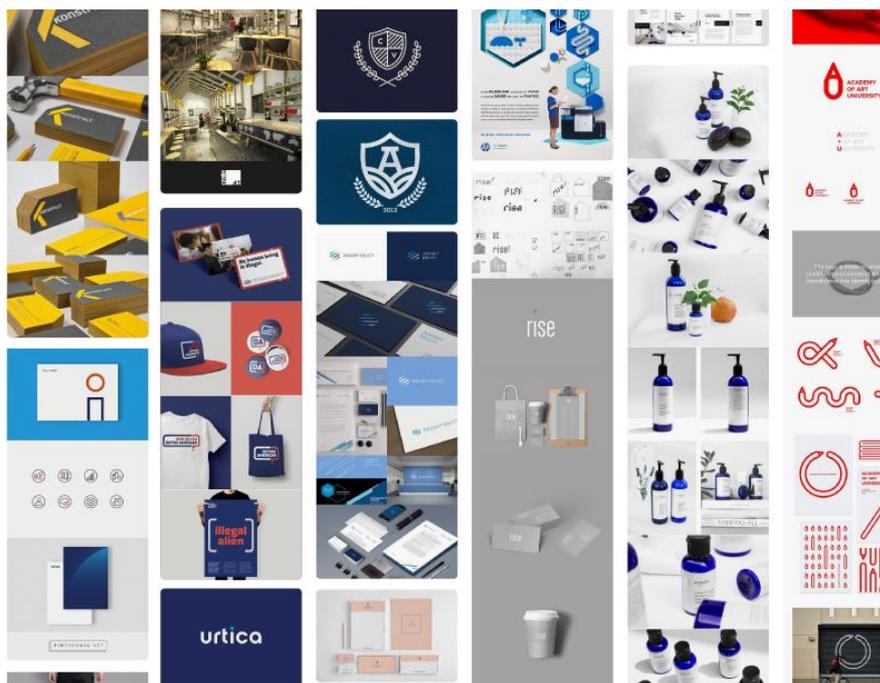
As observações feitas nos testes motivaram as alterações no projeto da interface que foram incorporadas no protótipo final do projeto.

4.9 Diretrizes para o design visual de interface

Nesta etapa do projeto, partiu-se para a definição do design visual a partir da escolha de conceitos adequados à toda a pesquisa de embasamento para o desenvolvimento do modelo proposto. Levou-se em consideração desde as pesquisas até as características do público-alvo do projeto, bem como a definição da persona. Observou-se a necessidade de um design visual que tornasse atrativo o tema que costuma ser denso e de pouco interesse. A linguagem visual deveria atrair jovens em busca de conhecimento em seu próprio tempo, através de uma experiência objetiva mas enriquecedora por ser prática. Por meio disso, foram definidos os conceitos que orientaram a metáfora visual a ser utilizada e a busca por referências visuais para a

O segundo princípio, confiança (Figura 36), faz referência direta a uma condição de uso do produto. Como o público alvo tem acesso a diversas fontes sobre suas dúvidas financeiras, torna-se nebuloso definir qual delas é confiável para investir seu tempo. É esperado que a plataforma transpareça confiança sem se tornar devidamente tradicional, como interfaces de bancos antigos.

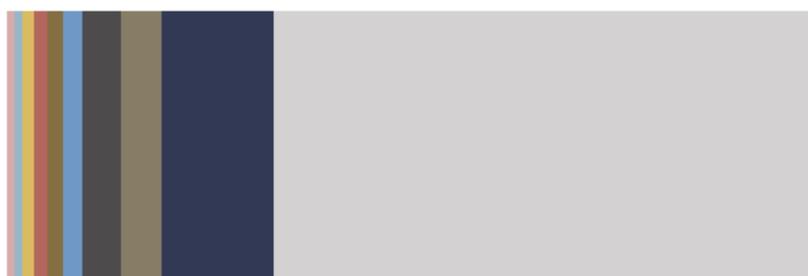
Figure 36 – Painel 2: Confiança



Fonte: A autora.

Através do painel (e da Figura 37) percebe-se a dominância das cores fechadas e neutras como azul marinho e cinza, além de respiros entre as formas quando aplicadas em embalagens. Ícones tradicionais, como escudos, ramos de folhas e o uso de tipografia com serifa em materiais de apoio são outros elementos em destaque no painel.

Figure 37 – Proporção de cores advindas do painel conceito Confiança.

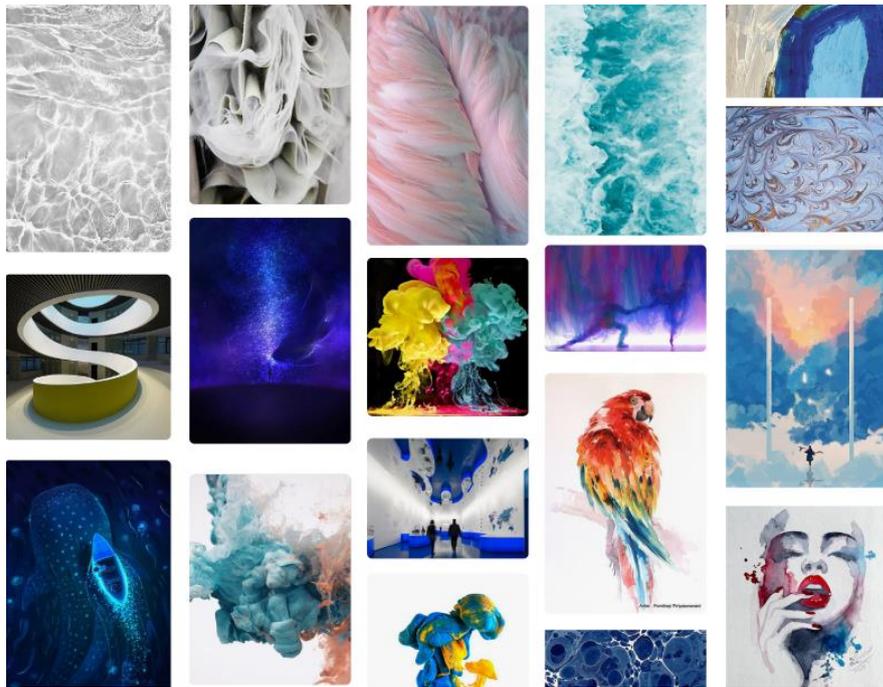


Fonte: A autora.

Por último, o princípio de fluidez tem origem na similaridade com as interfaces

que as jovens personas tendem a investir seu tempo. O fluxo entre conteúdos é tão fluido que torna o usuário propenso a passar horas consumindo tal conteúdo sem interferência. Ao oferecer vídeoaulas objetivas, uma experiência desejada pela interface visual é proporcionar uma transição entre vídeoaulas de forma sutil.

Figure 38 – Painel 3: Fluidez



Fonte: A autora.

Além de formas orgânicas presentes no painel acima, é possível perceber que as cores neutras tendem a oferecer uma transição mais sutil do que as cores vibrantes. A textura presente nas imagens também oferece uma sinestesia interessante, compondo figuras semelhantes às de Gestalt¹⁹.

¹⁹ Avaliação da interface de um aplicativo computacional através de teste de usabilidade, questionário ergonômico e análise gráfica do design. Pág. 34. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/85542/225666.pdf>>

Figure 39 – Proporção de cores advindas do painel fluidez



Fonte: A autora.

As cores para a composição da paleta cromática foram extraídas a partir dos painéis visuais e adaptadas para as funções que exerceram em sua aplicação na interface.

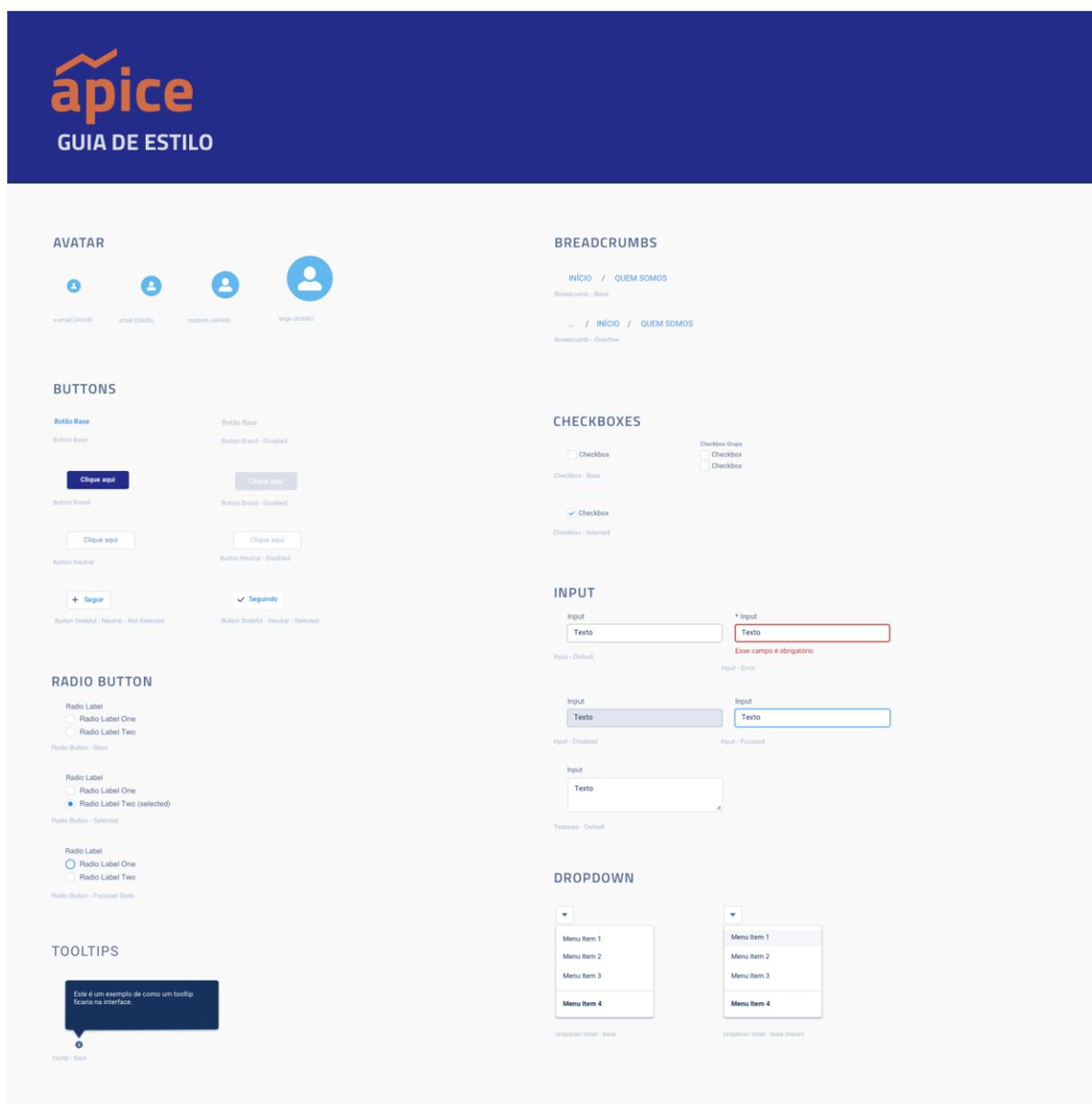
4.9.1 Guia de estilo

Durante o desenvolvimento deste projeto, foram definidos os elementos técnicos relacionados a interface do aplicativo, a fim de padronizá-lo e futuramente implementá-lo corretamente. A seguir são apresentadas as especificações de cores, tipografia e elementos padrões como campos de texto, botões e listas.

4.9.2 Elementos de interação

Um guia de estilo de elementos de interação tem o objetivo de criar consistência entre todas as telas do produto, além de ser ótimo para compartilhar conhecimento entre desenvolvedores e designers. Este documento ajuda no crescimento do site, devendo ser atualizado constantemente. A Figura 40 mostra o guia de estilo de elementos de interação da interface proposta.

Figure 40 – Guia de estilo: Elementos de interação



Fonte: A autora.

4.9.3 Cores

Para a seleção cromática principal, foram escolhidas duas cores complementares: um tom de azul e laranja. A estabilidade do azul contrasta com a luminosidade do laranja, fazendo do segundo um forte candidato a cor de destaque para botões e componentes interativos. Foram escolhidos valores de tons de cinza com para compor uma gradação de tons neutros.

Figure 41 – Cores da interface

Cores principais



#DD833C



#D06C45



#5489BB

Cores secundárias



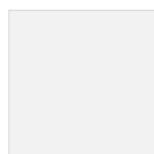
#242C89



#303956



#83889A



#F2F2F2

Fonte: A autora.

4.9.4 Tipografia

A fonte tipográfica Roboto foi selecionada para uso na interface. Por possuir quatro variações de peso (light, regular, medium e black) e ser sem serifa, suas formas bem definidas garantem boa legibilidade em tela.

Figure 42 – Fonte tipográfica Roboto



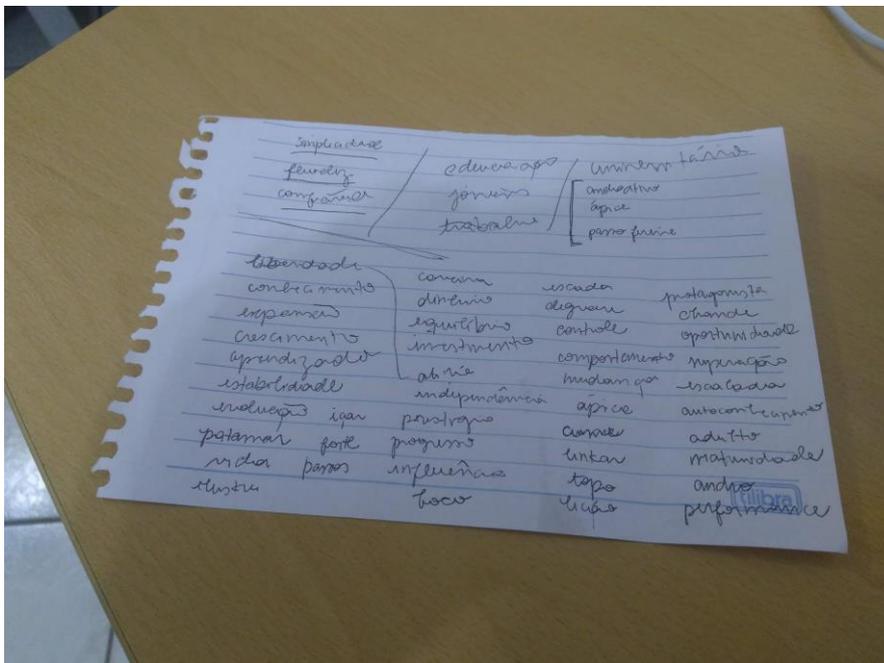
Fonte: A autora.

4.9.5 Naming

A fim de chegar a um nome que fizesse sentido para a plataforma, foi realizado um *brainstorm* com adjetivos e substantivos que tivessem relação com os três

conceitos principais apresentados para elaboração dos painéis: simplicidade, confiança e fluidez. A Figura 43 mostra o resultado do *brainstorm*.

Figure 43 – Brainstorm para naming



Fonte: A autora.

Das opções foram levantados três nomes finais: Androativo, Ápice e Passo firme. Ao analisar o contexto, dificuldade de pronúncia, extensão e rápida associação ao tema da interface, o escolhido foi Ápice.

Com o intuito de criar a marca, foi selecionada uma fonte tipográfica que estivesse alinhada aos conceitos anteriormente descritos. A fonte utilizada para o logotipo foi Titillium Web, uma fonte geométrica que dá a leve sensação de ser tecnológica, além de ofertar uma boa variedade de pesos e estilos que funcionam bem para títulos e corpo de texto. Por ser sem serifa, é recomendada para interfaces digitais a fim de agilizar a leitura.

Já o ícone acima do logotipo refere-se a um alcance, escalada, expansão tanto em números, pois se trata de finanças, quanto em desenvolvimento pessoal, uma vez que oferece educação.

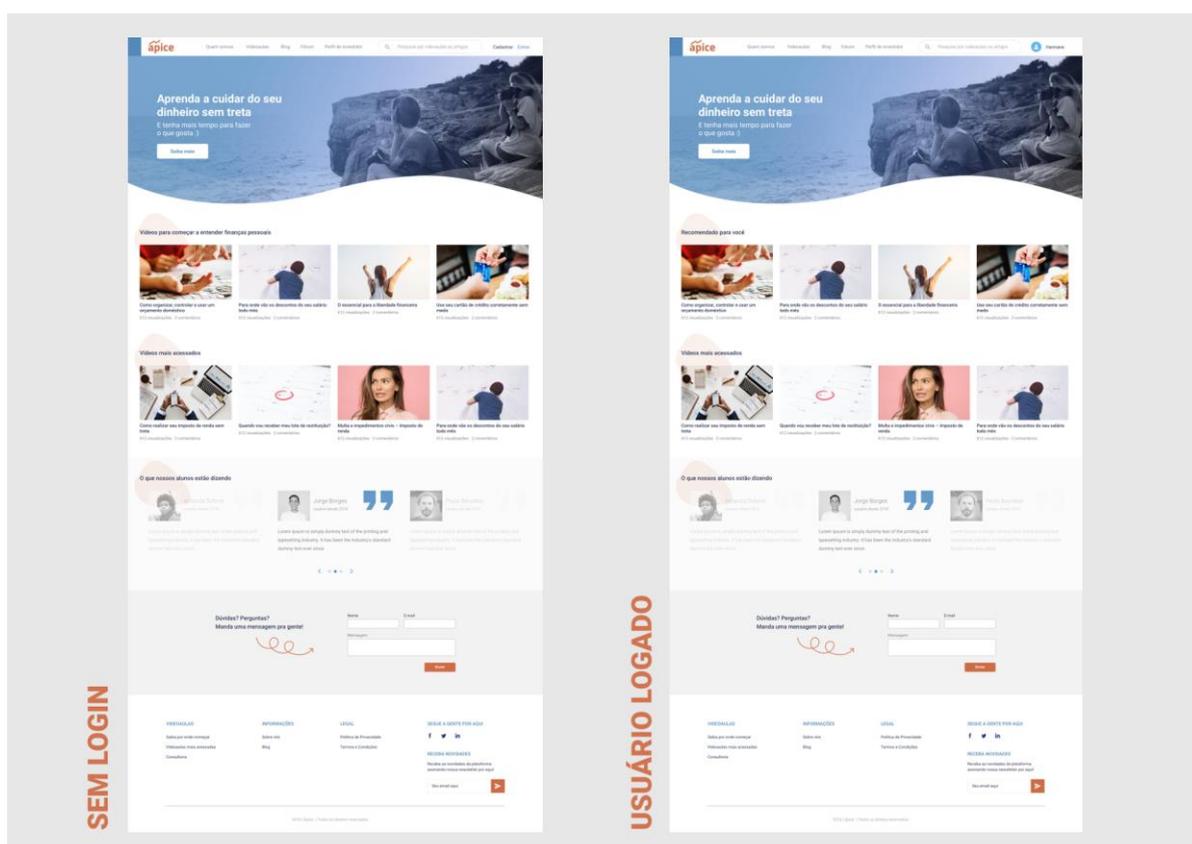
5.0 Aplicação das diretrizes visuais

Nesse tópico serão exibidas as telas finais da interface. Para a elaboração do design visual final foram criados protótipos de alta fidelidade no *software* Sketch. Para

o protótipo clicável as telas foram inseridas no *software* Invision e animadas simulando o fluxo de uma interface real. Ao todo, foram construídas 28 telas. As telas a seguir mostram também as diferenças de organização do conteúdo entre usuários que estão logados e os que ainda não estão.

A tela inicial (Figura 44) conta com um banner principal indicando ao usuário uma forma de saber mais sobre a interface *Ápice*. Com uma imagem indicando liberdade e um *click-to-action* que leva à interface de “Quem somos” (Figura 47). A tela à esquerda da Figura 44 mostra o conteúdo de vídeos com o título de “Vídeos para começar a entender finanças pessoais” para usuários que ainda não criaram uma conta. Já a tela da direita mostra um conteúdo recomendado para o usuário em questão, com base no perfil de investidor (se já preenchido) ou em histórico de visualizações.

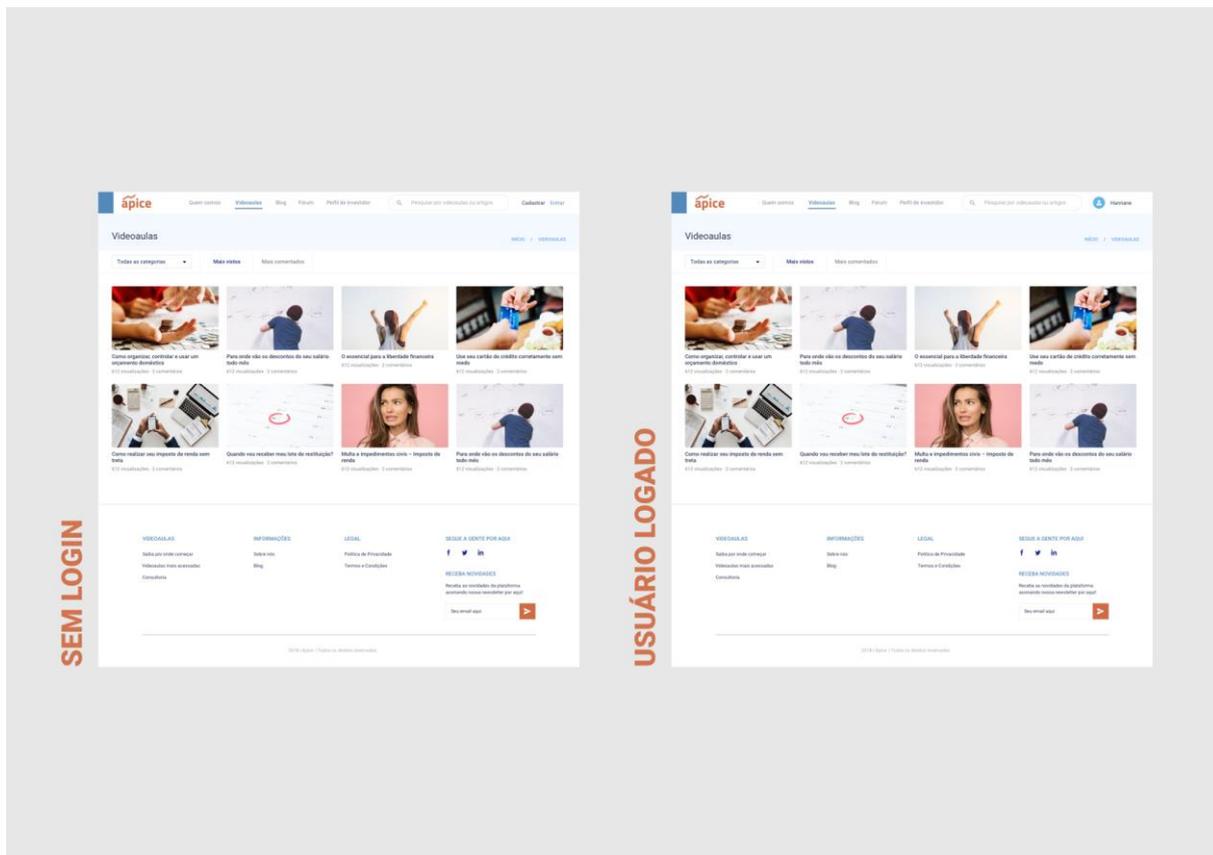
Figure 44 – Interface final: Tela principal



Fonte: A autora.

A categoria de *Vídeoaulas*, representada pela Figura 45, apresenta as vídeoaulas disponíveis, além de filtros por categoria, mais vistos e mais comentados. Nessa categoria não há diferenciação entre usuários logados, apenas a identificação do nome do usuário no canto superior direito.

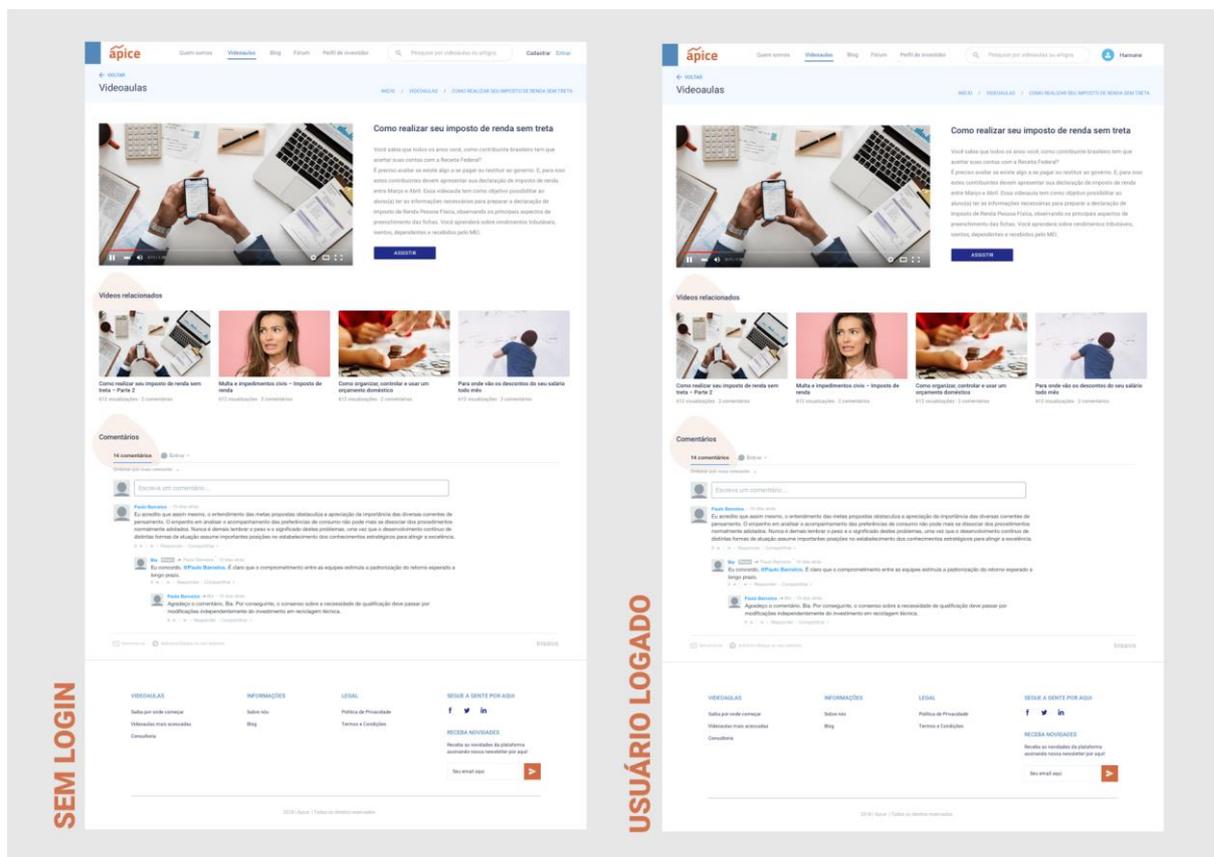
Figure 45 – Interface final: Videoaulas



Fonte: A autora.

Dentro da categoria de vídeoaulas, ao selecionar uma vídeoaula, a página de detalhe é representada pela Figura 46. Nesta tela o usuário pode verificar a descrição, título e outros vídeos relacionados, além de assistir e inserir seu comentário.

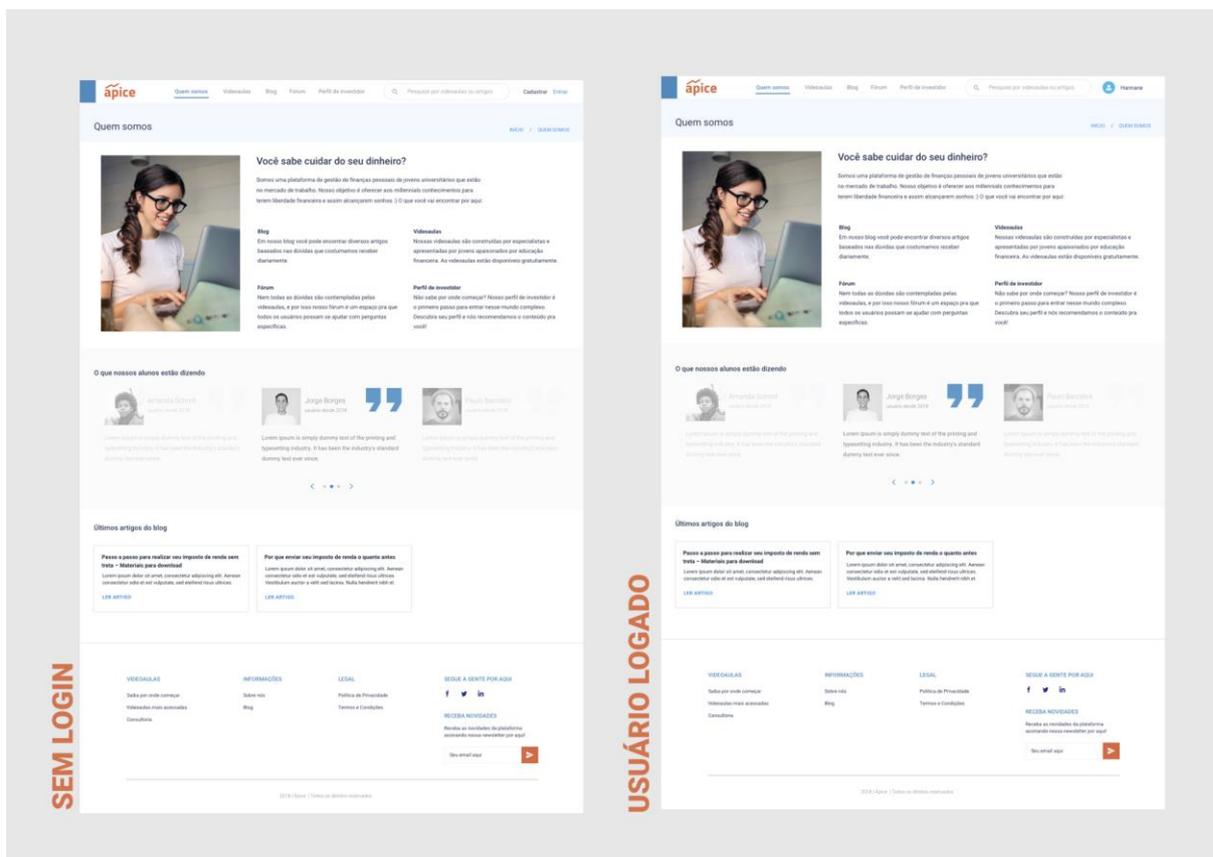
Figure 46 – Interface final: Detalhe de vídeoaula



Fonte: A autora.

“Quem somos” representa a categoria que informa as funcionalidades disponíveis na interface, além de apresentar depoimentos de alunos e os últimos artigos do blog.

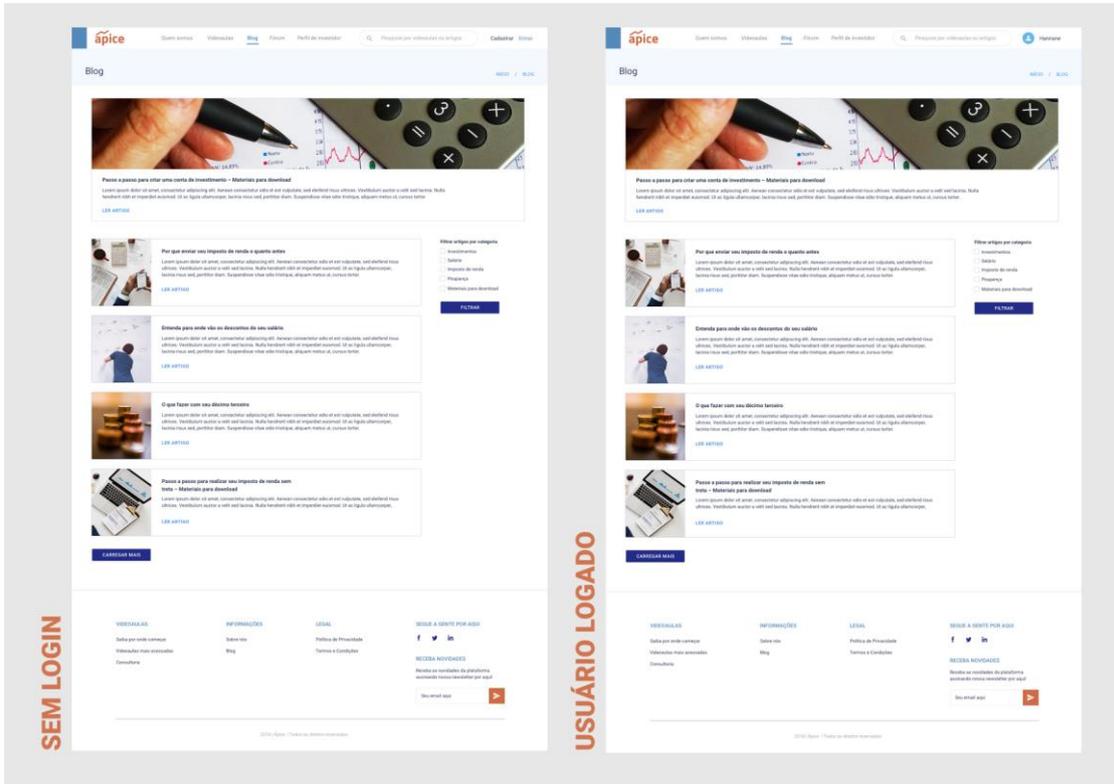
Figure 47 – Interface final: Quem somos



Fonte: A autora.

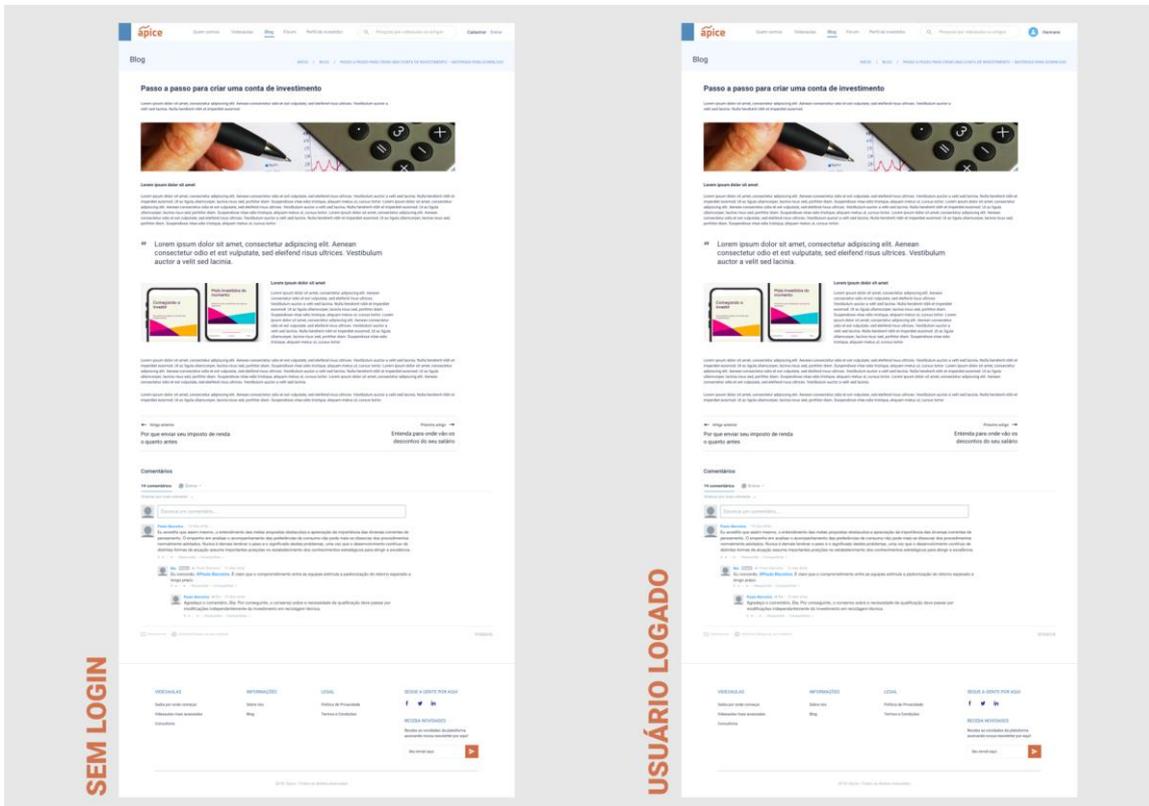
Já na tela de Blog, estão disponíveis artigos para complemento do conteúdo das vídeoaulas, sejam infográficos, tabelas ou apenas uma visão mais profunda do tema. Nele, é possível filtrar artigos por categorias (Figura 48) ou comentar dúvidas (Figura 49).

Figure 48 – Interface final: Blog



Fonte: A autora.

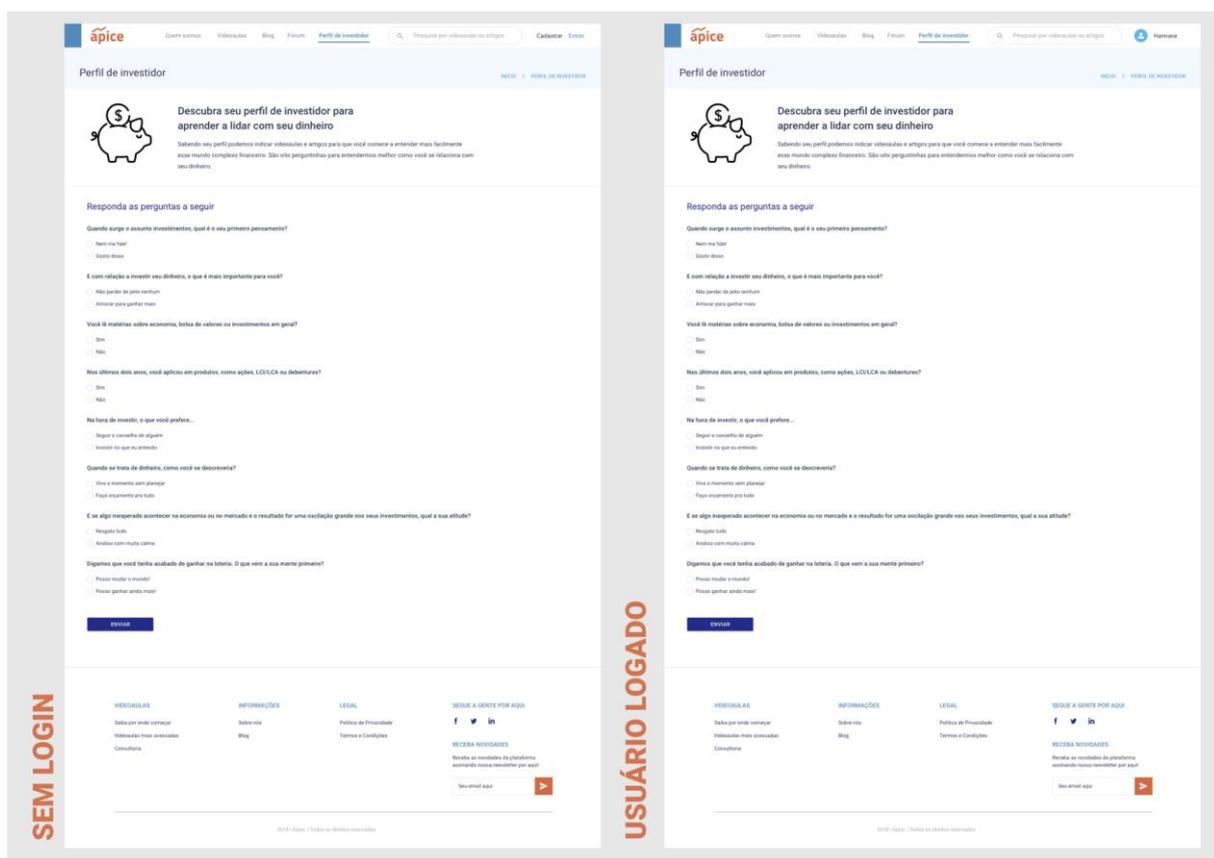
Figure 49 – Interface final: Artigo de blog



Fonte: A autora.

O perfil de investidor (Figura 50) é uma forma de usuários iniciantes darem o pontapé inicial na interface. Ao responderem uma seleção de perguntas o resultado mostra se ele possui um perfil conservador, moderado ou arrojado. Esse resultado só está disponível após criar ou acessar uma conta.

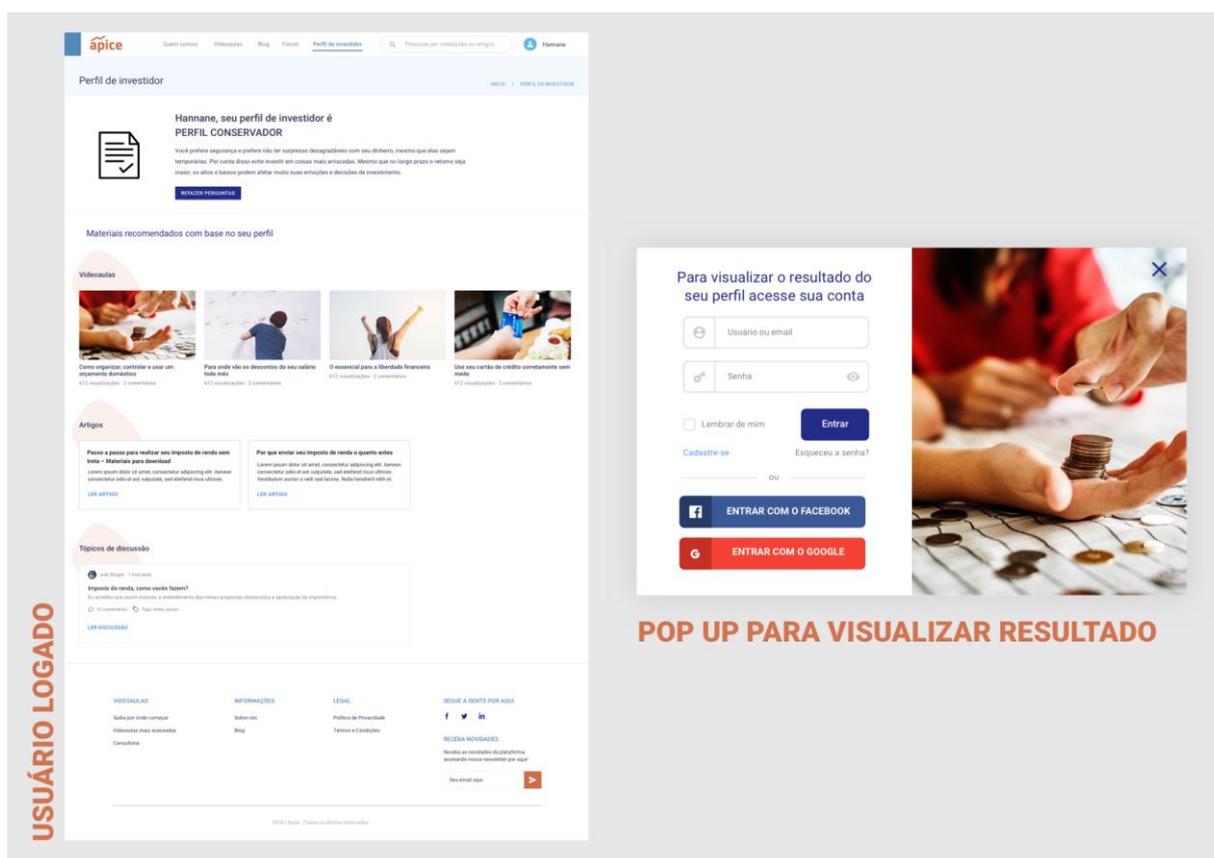
Figure 50 – Interface final: Perfil de investidor



Fonte: A autora.

Na Figura 51 conta com sugestões de vídeoaulas, artigos e tópicos de discussão, todos recomendados para o resultado de perfil anunciado. Para acessar essa tela é preciso entrar ou criar uma conta, através do *pop up* apresentado à direita (Figura 51).

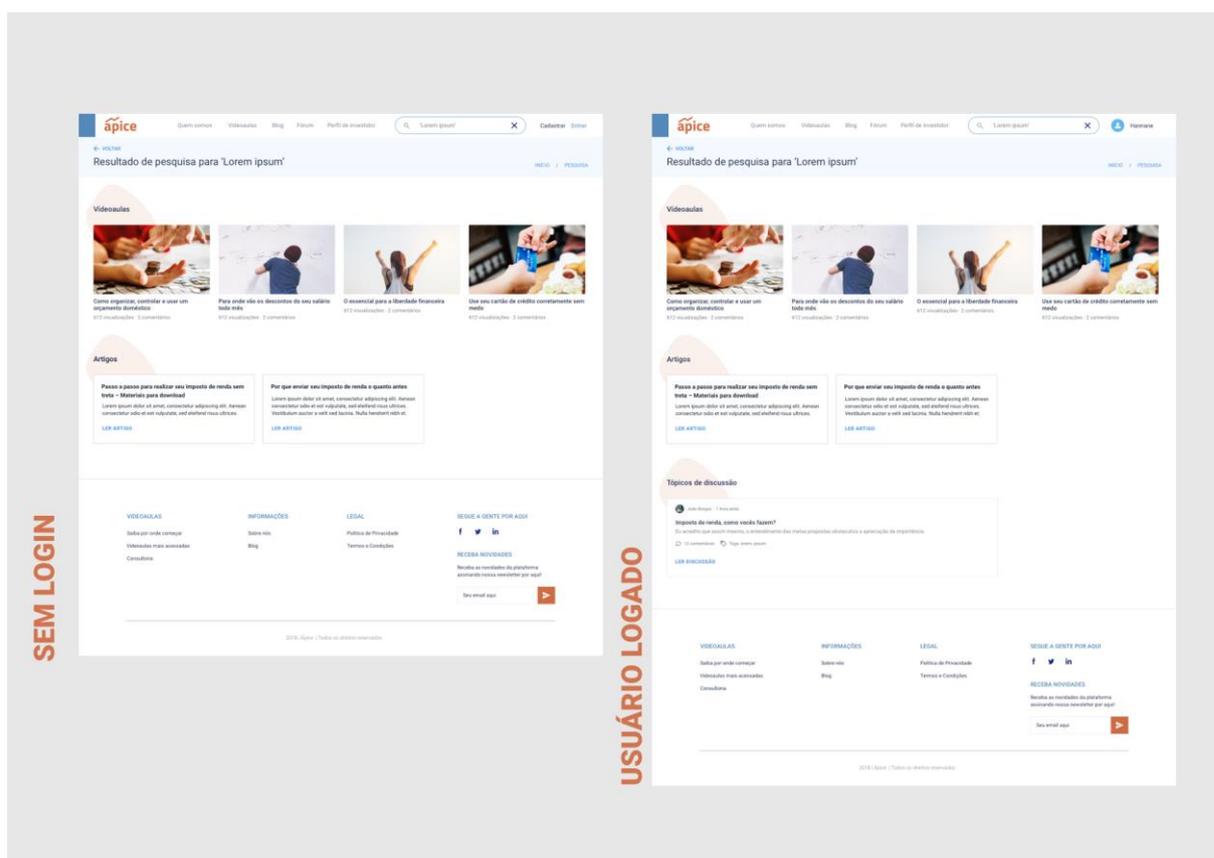
Figure 51 – Interface final: Resultado do perfil e tela de login



Fonte: A autora.

Para realizar uma busca no site, basta inserir uma palavra-chave no campo de buscas disponível no menu principal da interface, localizada no canto superior. O resultado da busca é mostrado na Figura 52, nas categorias de vídeoaulas, artigos e tópicos de discussão. O último, somente para usuários logados.

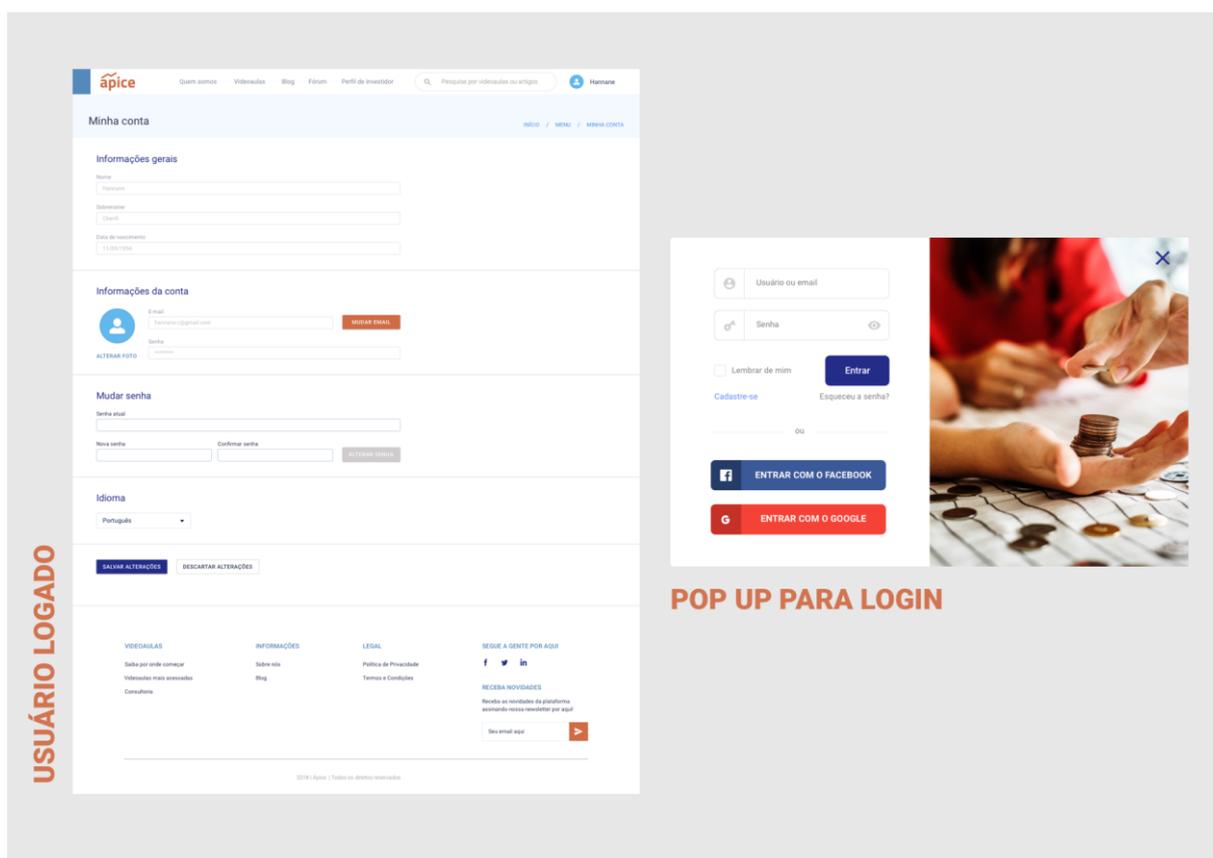
Figure 52 – Interface final: Resultados de pesquisa



Fonte: A autora.

Por fim, a tela “Minha conta” (Figura 53) reúne as informações de nome, e-mail, data de nascimento, avatar e senha do usuário, em campos disponíveis para alteração, com exceção das informações vitais da conta. À direita da imagem é possível visualizar o *pop up* original de acesso, ofertando acesso via e-mail ou através de contas de redes sociais.

Figure 53 – Interface final: Minha conta



Fonte: A autora.

6.0 Segundo conjunto de testes realizados a partir da plataforma Usabilityhub²⁰

6.1 Teste do primeiro clique

O teste do primeiro clique é realizado com o objetivo de otimizar a interface e hierarquia de conteúdos através da visualização como os usuários completam tarefas no design, e quanto tempo elas levam. São apresentadas perguntas e em seguida o usuário deve clicar onde acredita que seria o local para encontrar a resposta. Esse tipo de visualização ajuda a entender as áreas mais proeminentes no layout, que chamam mais atenção dos usuários. A partir da ferramenta *First Click Test* na plataforma Usability Hub foi possível transformar as respostas em mapas de calor, que representam quantas pessoas selecionaram a mesma região para resposta. O teste ficou disponível de 11 a 17 de outubro.

²⁰ Usability Hub. Disponível em: <<http://usabilityhub.com/>>

Para este teste foram desenvolvidas duas perguntas: “Onde você clicaria para visualizar todos os vídeos?” e “Onde você clicaria para encontrar um vídeo específico?”. Oito participantes realizaram o teste. A primeira questão está disposta na Figura 54, onde é possível visualizar que quase todos os usuários selecionaram a opção “Vídeoaulas” no menu principal. Apenas um usuário selecionou o botão “Saiba mais” disponível no banner principal, o que pode ser facilmente ajustado ao inserir *links* de acesso dentro da página “Quem somos”, da qual ele seria direcionado.

Figure 54 – Mapa de calor da primeira pergunta.



Fonte: <<http://usabilityhub.com/>>. Acesso em 18/10/2018.

Já na Figura 55 pode se ver que ao pedir para encontrar um vídeo específico, os usuários tomaram dois caminhos, o principal através do campo de busca, que seria o esperado, e através do menu “Vídeoaulas”, que também chegaria ao destino correto.

Figure 55 – Mapa de calor da segunda pergunta.



Fonte: <<http://usabilityhub.com/>>. Acesso em 18/10/2018.

Através do segundo grupo de testes foi possível confirmar que tais cenários seriam realizados com sucesso pela maior parte dos usuários que fariam uso da interface. Por conta disso, não foram realizadas alterações no design final.

CONCLUSÃO

Este projeto teve como motivação primária contribuir para reduzir o déficit de conhecimento na área de gestão de finanças pessoais dentre os jovens universitários. Estes, ao gerarem renda, percebem ainda mais a necessidade desse aprendizado que apesar de relevante para a vida adulta, não têm a atenção devida pela educação formal e familiar.

A demanda por educação financeira foi validada através de questionários e entrevistas, além de revisão de literatura sobre o tema. Considerando que um quinto dos jovens brasileiros estudam e trabalham²¹ e têm acesso à internet em casa, na faculdade ou no trabalho, buscou-se resolver o seguinte questão: “Como criar uma interface web para o desenvolvimento da aprendizagem de finanças pessoais para o público de jovens universitários trabalhadores de 18 a 24 anos de idade?”

Neste projeto, alcançou-se o propósito de agregar métodos e técnicas para o projeto da interface que conciliam a visão acadêmica com a necessidade do mercado na criação de produtos digitais, como por exemplo ao utilizar ferramentas digitais para realizar teste de usabilidade de forma remota. Ainda, gerou-se protótipos de baixa e alta fidelidade a fim de avaliar áreas do conteúdo e a experiência do usuário em um mínimo produto viável. Por fim, comprovou-se a relevância da forma de apresentação de conteúdo via cursos online.

Quanto ao método utilizado, não houve maiores dificuldades de implementação, uma vez que as técnicas de pesquisa que seriam originalmente aplicadas presencialmente, foram realizadas a partir de ferramentas digitais. Estas, disponíveis gratuitamente, aumentaram o alcance da base de dados, além de facilitarem a visualização dos resultados gerando um protótipo muito próximo do que seria implementado.

Dentro do cronograma deste projeto foi possível realizar um ciclo de teste de usabilidade na etapa de *wireframes*, seguido por um segundo ciclo de testes na etapa de design visual. Seria viável para refinamento da interface final a realização de mais ciclos de testes, dentre eles de preferência de cores.

No conjunto de telas desenvolvidas para a plataforma apresentaram consistência, hierarquia e funcionalidades valiosas para o público em questão.

²¹ Pesquisa Agenda Juventude Brasil, 2013

Quanto à geração de conteúdos, foi proposta originalmente para usuários iniciantes. Contudo, futuramente, há a oportunidade de oferecer conteúdos intermediários e avançados, de acordo com o interesse do público.

REFERÊNCIAS

- **Normas ABNT para apresentação de trabalhos científicos.** Wikimedia. Disponível em:
<http://pt.wikipedia.org/wiki/Normas_ABNT_para_apresentação_de_trabalhos_científicos>. Acesso em 04 de abr. de 2018.
- **Regras e Normas da ABNT 2012 para formatação de trabalhos acadêmicos.** Trabalhos ABNT. Disponível em:
<<http://www.trabalhosabnt.com/regras-normas-abnt-formatacao>>. Acesso em 04 de abr. de 2018.
- **Trabalhos acadêmicos: Normas da ABNT.** Firb. Disponível em:
<<http://www.firb.br/abntmonograf.htm>>. Acesso em 04 de abr. de 2018.
- COOPER, Alan; REINAMNN, Robert; CRONIN, David. **About Face 3 - The Essentials of Interaction Design.** Indianapolis: Wiley Publishing, 2007
- GARRET, Jesse James. **The Elements of User Experience: User centered design for the web.** 2011.
- SILVESTRE, C. **Educação e formação de adultos e idosos – uma nova oportunidade.** Lisboa: Stória editores, Lda, 2011. 2ª edição.
- UNESCO. **Declaração Final e Agenda para o Futuro.** Disponível em:
<<http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001095/109590por.pdf>>. Acesso em 07 de junho de 2018.
- LIPKIN, Nicole A. **A Geração Y no trabalho: Como lidar com a força de trabalho que influenciará definitivamente a cultura da empresa.** Elsevier, 2010.
- Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada – IPEA. **Juventude e Políticas Sociais no Brasil:** Brasília, 2009. Disponível em:
<http://www.ipea.gov.br/portal/images/stories/PDFs/livros/livro_juventudepolitica.pdf>. Acesso em 08 de junho de 2018.
- Tempo Social: **Revista de sociologia da USP**, São Paulo, v. 24, n. 2., 2012.
- PREECE, J; ROGERS, Y; SHARP, H. Deborah. **Design de interação - Além da interação homem-computador.** Porto Alegre: Bookman, 2005.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO DIGITAL

1. Qual é o seu gênero?
2. Qual é a sua idade?
 - a) Menos de 18
 - b) De 18 a 24
 - c) De 25 a 34
 - d) De 35 a 44
 - e) De 45 a 54
 - f) De 55 a 64
 - g) Acima de 65 anos
3. Qual é o seu estado civil?
 - a) Solteiro
 - b) Morando com o companheiro(a)
 - c) Casado(a)
 - d) Divorciado(a)
 - e) Outro
4. Tem filho(s)?
5. Você mora com familiares?
6. Você é estudante da UFSC ou recém formado pela UFSC?
7. Você trabalha?
8. Você se sustenta sozinho(a)?
9. De 1 a 5, o quanto você acha que sabe organizar suas finanças pessoais?
10. De 1 a 5, o quanto você acha que sabe investir para conquistar seus objetivos (sonhos)?
11. De 1 a 5, o quanto você acha que sabe evitar dívidas?
12. Como você lida com o dinheiro? (uma ou mais escolhas)
 - a) Economizo mensalmente na conta poupança
 - b) Ganho pouco, por isso tenho problemas financeiros
 - c) Tenho uma reserva financeira de emergência
 - d) Não tenho nenhuma reserva financeira de emergência
 - e) Faço diversos investimentos regularmente
 - f) Estou sempre endividado(a)
 - g) Estou sempre buscando aprender como investir melhor meu dinheiro

13. Você gostaria de ter acesso a conteúdos que ensinam a lidar melhor com suas finanças pessoais?

APÊNDICE B – ENTREVISTAS

Entrevista 1

Nome: Melissa

Idade: 24 anos

Gênero: Feminino

Se sustenta sozinha? Sim

Mora com familiares? Não

1. [Caso more com familiares] Você divide as contas da casa em que mora?

Não mora com familiares.

2. Durante a infância/adolescência, sua família costumava conversar com você sobre finanças pessoais? Em caso positivo como era esta conversa?

Não, muito difícil. Com relação à infância, eu não me lembro de ter tido esse tipo de conversa. Eu não recebia mesada, então quando eu precisava de alguma coisa, de algum dinheiro, ou tinha vontade de comprar alguma coisa eu pedia pros meus pais. E podendo me dar ou não eles me davam, sabe? Mas assim, nunca tive nenhum tipo de controle, nenhum tipo de educação sobre isso. Muito menos na escola, na escola a gente nunca conversou sobre isso. Nem na adolescência.

3. Como você aprendeu a organizar suas finanças pessoais?

Eu fui começar a me preocupar, a me dedicar mais à esse tipo de organização quando eu me mudei pra Santa Maria com 17 anos, que aí eu tive que administrar o dinheiro que os meus pais me davam pra bancar as contas da casa, enfim. Foi aí que eu comecei a pensar “ah tá, vou pensar o que eu posso e não posso comprar”. Porque antes eu não dava nenhum valor pro dinheiro, o que eu queria eu queria o que eu não queria eu dava um jeito de conseguir... Com meus pais, enfim. Foi na marra, na prática que eu tive que me organizar.

4. Você faz algum tipo de investimento? De que forma? Alguém te ajuda a investir?

Não. Tenho muita vontade mas não tenho conhecimento ainda pra isso.

5. [Caso faça investimento] Qual é o objetivo do seu investimento?

Não faz investimentos.

6. [Caso não faça investimento] Você tem alguma reserva financeira? Em caso positivo, em que formato ela se encontra?

Tenho. Na minha conta poupança (risos) pra ter uma ideia de como não é nenhum tipo de investimento.

7. [Caso tenha uma reserva financeira] Qual é o objetivo da sua reserva financeira?

Ela é uma reserva financeira, mas que há uns seis meses atrás eu venho pensando em investir em alguma viagem.

8. Você costuma poupar dinheiro em uma conta poupança? Em caso afirmativo, quando ela foi criada e com que regularidade você guarda recursos? (de que forma você costuma poupar dinheiro?)

Foi em 2009, eu tava no ensino médio ainda. Mensalmente tenho colocado uns R\$200 reais, um pouquinho menos. Depende muito da avaliação do andar do mês, se surgiu algum imprevisto, se eu tenho que bancar algo a mais.

9. Você se preocupa em aprender como lidar melhor com seu dinheiro? De que forma?

Sim, com certeza. Porque eu não tenho nenhum tipo de conhecimento técnico, mais aprofundado sobre isso, sabe. Busco muito pela internet. Eu nunca cheguei a pesquisar sobre cursos específicos disso, sabe. Muito por não priorizar isso. Mas acho que se tivesse algum material em ebook, videoaula. Mas nunca me dediquei a isso.

10. O que você gostaria de aprender sobre finanças pessoais? Qual tema você teria mais interesse?

Investimentos.

11. Você se sente confortável em compartilhar sua situação financeira com familiares e amigos?

Sim, bem tranquilo.

Entrevista 2

Nome: Guilherme Escobar

Idade: 18 anos

Gênero: Masculino

Se sustenta sozinho? Não, recebo auxílio dos pais.

Mora com familiares? Não

1. [Caso more com familiares] Você divide as contas da casa em que mora?

Não mora com familiares.

2. Durante a infância/adolescência, sua família costumava conversar com você sobre finanças pessoais? Em caso positivo como era esta conversa?

Sim. Meu pai sempre me deram um dinheiro pra eu gerenciar e ir me mantendo assim, mais ou menos. Então eu sempre aprendi a lidar, guardar, quando eu precisava e usar quando eu precisava também.

3. Foi assim que você aprendeu a organizar suas finanças pessoais?

Sim, e muito foi de observar meu pai também, porque ele é muito organizado com isso ele sempre me dava algumas dicas de como ele fazia e tal.

4. Você faz algum tipo de investimento? De que forma? Alguém te ajuda a investir?

Não, no momento só poupança, mas tenho vontade de investir em tesouro direto, alguma coisa assim. Acompanho canais no Youtube que dá algumas dicas de

investimentos, explica um pouco a diferença entre os vários tipos de investimentos que tem no tesouro direto e etc.

5. [Caso faça investimento] Qual é o objetivo do seu investimento?

Não faz investimentos.

6. [Caso não faça investimento] Você tem alguma reserva financeira? Em caso positivo, em que formato ela se encontra?

Sim, em conta poupança.

7. [Caso tenha uma reserva financeira] Qual é o objetivo da sua reserva financeira?

Eu guardo principalmente pra emergências mas também pra quando tem alguma coisa que eu quero comprar. Um dinheiro que eu guardo mais pra curto prazo.

8. Você costuma poupar dinheiro em uma conta poupança? Em caso afirmativo, quando ela foi criada e com que regularidade você guarda recursos? (de que forma você costuma poupar dinheiro?)

Sim. Faz mais ou menos um ano que a essa conta foi criada. Todo mês pelo menos eu guardo uma certa quantia.

9. Você se preocupa em aprender como lidar melhor com seu dinheiro? De que forma?

Eu me preocupo porque às vezes você pode ter umas oportunidades a mais de lucrar e você não vê. Com o investimento no tesouro rende bem mais que a poupança, então se você não vai atrás, não se interessa, você deixa as oportunidades passarem, né?

10. O que você gostaria de aprender sobre finanças pessoais? Qual tema você teria mais interesse?

Eu tenho interesse em aprender a investir mais, talvez em bolsa de valores. Investir melhor o meu dinheiro, não só no tesouro direto, que é uma opção assim, mais comum, mas saber me aprofundar um pouco mais nisso. Saber onde investir, saber

talvez guardar melhor, porque isso é uma coisa que às vezes falha né?

11. Você se sente confortável em compartilhar sua situação financeira com familiares e amigos?

Sim, normalmente sim. Não me importo com isso. Às vezes eu tô um pouco sem dinheiro e não quero falar pros meus pais, assim. Mas é porque eu sei que consigo me virar e sei que dá. Mas se um dia eu precisar mesmo ou alguma coisa assim, eu não tenho problema nenhum em falar, saber? É mais pra não deixar eles preocupados mesmo.

Entrevista 3

Nome: Eduardo Pacheco

Idade: 24 anos

Gênero: Masculino

Se sustenta sozinho? Sim

Mora com familiares? Sim

1. [Caso more com familiares] Você divide as contas da casa em que mora?

Algumas, sim.

2. Durante a infância/adolescência, sua família costumava conversar com você sobre finanças pessoais? Em caso positivo como era esta conversa?

Não.

3. Como você aprendeu a organizar suas finanças pessoais?

Na vida, apanhando que a gente aprende a bater de volta. Foi mais na tentativa e erro do que com algum tipo de guia, de orientação formal ou até mesmo informal. Não teve nada disso. Bate e apanha.

4. Você faz algum tipo de investimento? De que forma? Alguém te ajuda a investir?

Poupança conta? Atualmente a internet me ajuda a investir. Procuo na internet o

que fazer com R\$300 reais que sobram no mês. Existem sites de finanças por aí que te dizem como juntar R\$300 por mês e ficar milionário...Daqui a trezentos anos.

5. [Caso faça investimento] Qual é o objetivo do seu investimento?

Conseguir estudar fora. Pagar uma bolsa fora.

6. [Caso não faça investimento] Você tem alguma reserva financeira? Em caso positivo, em que formato ela se encontra?

Tenho, em conta poupança.

7. [Caso tenha uma reserva financeira] Qual é o objetivo da sua reserva financeira?

A reserva financeira serve tanto como “em caso de emergência quebre o vidro” quanto em nenhuma emergência pode ir pra fora [do país].

8. Você costuma poupar dinheiro em uma conta poupança? Em caso afirmativo, quando ela foi criada e com que regularidade você guarda recursos? (de que forma você costuma poupar dinheiro?)

Sim. Esta conta poupança foi criada há uns dois anos. Guardo recursos mensalmente.

9. Você se preocupa em aprender como lidar melhor com seu dinheiro? De que forma?

Eu tento. Eu vejo alguns *youtubers* de finanças, sigo uma *newsletter* da Info money sobre finanças... No final é isso, não tem nada muito mais complexo.

10. O que você gostaria de aprender sobre finanças pessoais? Qual tema você teria mais interesse?

Cara, o que eu bati na trave nesse ano foi declaração de imposto de renda. Não tenho a menor ideia, não achei nada na internet como fazer isso direito porque tudo é muito genérico e muito amplo. E as regras desse negócio mudam praticamente todo ano.

11. Você se sente confortável em compartilhar sua situação financeira com familiares e amigos?

Sim, sim, eu tenho uma vida financeira boa. É o que meu pai sempre fala, se você não ganhou seu dinheiro de forma ilegal não tem o porquê ter receio de falar sobre ele.

APÊNDICE C – PERGUNTAS DA FERRAMENTA MATCH

MATch: Checklist para Avaliação de Usabilidade De Aplicativos para celular Touchscreen

Você deve assinalar Sim (se o aplicativo atende a questão), Não (se não atende a questão) ou Não se aplica (se não abrange o item avaliado pela questão).

Heurística 1: Visibilidade do status do sistema

1. Para cada ação do usuário o aplicativo oferece feedback imediato e adequado sobre seu status?

Por exemplo, após tarefas como envio de email, adição, exclusão e carregamento de arquivo, exibir uma mensagem de confirmação do tipo “e-mail enviado”, “arquivo excluído”.

Sim Não Não se aplica

2. Os componentes interativos selecionados são claramente distintos dos demais? Por exemplo, o estado de botões muda quando são pressionados e destaca a aba do menu que está sendo visualizada.

Sim Não Não se aplica

3. As mensagens sobre o status do aplicativo possuem uma linguagem clara e concisa? Por exemplo, os títulos das telas e das mensagens de erro são de fácil compreensão.

Sim Não Não se aplica

4. Fornece um update do status para operações mais lentas? Por exemplo, uma indicação seja na forma de ícone ou texto sobre o progresso do carregamento do sistema ou de um arquivo.

Sim Não Não se aplica

Heurística 2: Correspondência entre o sistema e o mundo real

5. O significado de símbolos e ícones são compreensíveis e intuitivos? Utilizar ícones e símbolos fáceis de reconhecer e relacionar com a tarefa a qual estão associados.

Sim Não Não se aplica

6. As informações são dispostas em uma ordem lógica e natural? Por exemplo, itens em listas de seleção (nomes, produtos, etc.) são ordenados por um critério adequado (p.ex. alfabeticamente).

Sim Não Não se aplica

Heurística 3: Controle e liberdade do usuário

7. É o usuário quem inicia e encerra tarefas e não o aplicativo? Por exemplo, aguardar o usuário teclar enter após preencher o campo de busca para iniciar a tarefa.

Sim Não Não se aplica

8. É possível identificar o número de passos necessários para a realização de uma tarefa? Por exemplo, a partir de uma indicação numérica (1-5) da quantidade de páginas ou passos, da apresentação de um tutorial ou da divisão da tarefa em abas.

Sim Não Não se aplica

9. É possível retornar à tela anterior a qualquer momento? Seja a partir da navegação por abas, de um botão voltar do aplicativo ou do próprio celular.

Sim Não Não se aplica

10. No caso de aplicativos associados a login ou contas de e-mail, permite o fácil

acesso de mais de um usuário? Por exemplo, um aplicativo de comércio eletrônico permitir a fácil escolha de qual conta utilizar para realizar a compra.

Sim Não Não se aplica

11. O usuário pode cancelar uma ação em progresso? Por exemplo, cancelar um download em andamento.

Sim Não Não se aplica

12. O aplicativo deixa claro qual o próximo passo para realizar a tarefa? Como a partir de um botão para avançar ou nota de explicação.

Sim Não Não se aplica

Heurística 4: Consistência e padrões

13. As telas com o mesmo tipo de conteúdo possuem o mesmo título? Por exemplo, todas as telas de busca possuem o mesmo título.

Sim Não Não se aplica

14. Controles e botões se distinguem do restante do layout, deixando evidente que são clicáveis? Por exemplo, diferenciar os botões aplicando sombra ou outro recurso para simular relevo.

Sim Não Não se aplica

15. Todas as informações textuais do aplicativo utilizam o mesmo idioma?

Sim Não Não se aplica

16. Funções diferentes são apresentadas de maneira distinta ao usuário? Por exemplo, funções diferentes como salvar e cancelar não são representadas pelo mesmo nome ou ícone.

Sim Não Não se aplica

17. Funções semelhantes são apresentadas de forma similar? Por exemplo, usa o mesmo ícone ou rótulo de botão para a mesma funcionalidade em telas diferentes

ou propõe a mesma forma de entrada de dados para uma mesma funcionalidade em diferentes telas.

Sim Não Não se aplica

18. Controles que realizam a mesma função ficam em posições semelhantes na tela? Por exemplo, se em uma tela o botão para avançar fica no lado direito, nas outras telas esse mesmo botão também estará no lado direito.

Sim Não Não se aplica

19. A forma de navegação é consistente entre as telas no aplicativo? Mantêm o mesmo tipo de navegação (rolagem vertical, rolagem horizontal, menus ou abas) em todas as telas.

Sim Não Não se aplica

20. Os links são tratados de forma consistente entre as telas? Mantêm o mesmo tratamento visual em termos de cor, tipo e estilo (p.ex. negrito, sublinhado) de fonte.

Sim Não Não se aplica

21. As informações textuais são apresentadas de forma padronizada? Apresenta informações textuais semelhantes na mesma disposição e com o mesmo tratamento visual (tamanho, tipo e cor da fonte).

Sim Não Não se aplica

22. Os dados e mensagens mais importantes encontram-se na posição padrão dos aplicativos para esta plataforma?

Sim Não Não se aplica

23. Em campos onde existe a necessidade de inserção de dados isso é evidente? Por exemplo, ter uma caixa de texto com cursor.

Sim Não Não se aplica

Heurística 5: Reconhecimento em vez de lembrança

24. O aplicativo utiliza em seus textos e rótulos, uma linguagem habitual e conhecida pelo usuário do aplicativo? Evitando termos técnicos ou muito específicos de determinada área.

Sim Não Não se aplica

25. Os títulos das telas descrevem adequadamente seu conteúdo?

Sim Não Não se aplica

Heurística 6: Flexibilidade e eficiência de uso

26. O aplicativo funciona corretamente, sem apresentar problemas durante a interação? Por exemplo, não trava e botões funcionam no primeiro clique.

Sim Não Não se aplica

27. As tarefas são relativamente simples de serem executadas? Por exemplo, uma tarefa pode ser completa em poucos passos.

Sim Não Não se aplica

28. As funções mais utilizadas são facilmente acessadas? As funções mais utilizadas devem ser acessadas sem precisar rolar ou navegar entre muitas telas.

Sim Não Não se aplica

29. O aplicativo utiliza objetos (ícones) em vez de botões? Por exemplo, utilizar um ícone de impressora em vez de utilizar a palavra impressora.

Sim Não Não se aplica

30. Todas as telas mantêm acessíveis menus e funções comuns do aplicativo? Por exemplo, em aplicativos de conta de e-mail a caixa de entrada é acessível a partir de todas as telas do aplicativo.

Sim Não Não se aplica

Heurística 7: Estética e design minimalista

31. São exibidas apenas informações relacionadas a tarefa que está sendo realizada? Por exemplo, na tela de cadastro, outras informações não devem ser exibidas.

Sim Não Não se aplica

32. São usados textos somente quando estes são realmente indispensáveis? Por exemplo, não oferecer instruções textuais muito longas.

Sim Não Não se aplica

33. O menu é esteticamente simples e claro? Com opções fáceis de encontrar, dispostas em uma ordem lógica e com títulos curtos.

Sim Não Não se aplica

34. O aplicativo exibe quantidades pequenas de informações em cada tela? Sem texto ou imagens em excesso.

Sim Não Não se aplica

35. Os títulos de telas/janelas e rótulos de botões/links são curtos?

Sim Não Não se aplica

36. Em textos, o uso de abreviaturas é evitado?

Sim Não Não se aplica

Heurística 8: Pouca interação homem/dispositivo

37. A navegação do aplicativo é intuitiva? Por exemplo, é fácil chegar à tela desejada.

Sim Não Não se aplica

Heurística 9: Interação física e ergonomia

38. Possui botões com tamanho adequado ao clique? Por exemplo, evitando botões muito pequenos causando a seleção da opção errada.

Sim Não Não se aplica

39. A navegação principal encontra-se na posição padrão dos aplicativos para esta plataforma? Por exemplo, o menu na barra inferior para o iOS e superior para o Android.

Sim Não Não se aplica

40. Os botões e controles podem ser facilmente acessados com qualquer uma das mãos? Especialmente no caso de botões que serão utilizados repetidamente para avançar ou confirmar ações.

Sim Não Não se aplica

41. A área clicável dos botões e links ocupa toda a dimensão dos mesmos?

Sim Não Não se aplica

Heurística 10: Legibilidade e layout

42. O espaçamento entrelinhas utilizado favorece a leitura? Nem muito grande, para não aumentar desnecessariamente a rolagem, e nem muito pequeno dificultando a leitura.

Sim Não Não se aplica

43. As fontes utilizadas favorecem a leitura? Em termo de tamanho, tipo e estilo.

Sim Não Não se aplica

44. Os ícones possuem contraste suficiente em relação ao plano de fundo?

Sim Não Não se aplica

45. Os textos têm contraste suficiente em relação ao plano de fundo? Por exemplo, evitando texto cinza claro em um fundo branco.

Sim Não Não se aplica

46. As imagens possuem cor e detalhamento favoráveis a leitura em uma tela

pequena? A resolução deve permitir a fácil identificação dos elementos da imagem e os ícones não devem ter muitos detalhes usando uma representação mais abstrata.

Sim Não Não se aplica

47. O aplicativo realça conteúdos mais importantes, deixando-os maiores, mais brilhosos ou em negrito?

Sim Não Não se aplica

48. O alinhamento utilizado favorece a leitura? Por exemplo, dando preferência para alinhamento justificado ou esquerdo para texto corrido.

Sim Não Não se aplica