

Vanessa Vieira Mendes

BOLOLÔ: INTERFACE DE UM SITE PARA DISPONIBILIZAR FERRAMENTAS DE CRIAÇÃO COLABORATIVA

Projeto de Conclusão de Curso submetido ao Curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina com o requisito parcial para a obtenção do Grau de Bacharel em Design

Orientadora: Prof^a Dr^a Cristina Colombo Nunes

Florianópolis
2021

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

Mendes, Vanessa Vieira

Bololô : Interface de um Site para disponibilizar
Ferramentas de Criação Colaborativa / Vanessa Vieira
Mendes ; orientador, Cristina Colombo Nunes, 2021.
107 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -
Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de
Comunicação e Expressão, Graduação em Design, Florianópolis,
2021.

Inclui referências.

1. Design. 2. Interface Digital. 3. Colaboração. 4.
Ferramentas de criação. 5. Dinâmicas em grupo. I. Nunes,
Cristina Colombo . II. Universidade Federal de Santa
Catarina. Graduação em Design. III. Título.

Vanessa Vieira Mendes

**BOLOLÔ: INTERFACE DE UM SITE PARA DISPONIBILIZAR
FERRAMENTAS DE CRIAÇÃO COLABORATIVA**

Este Projeto de Conclusão de Curso (PCC) foi julgado adequado para obtenção do Título de Bacharel em Design e aprovado em sua forma final pelo Curso de Design da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 05 de maio de 2021.

Prof^ª. Dr^ª. Mary Vonni Meürer. Coordenadora do Curso de Design UFSC

Banca Examinadora:

Cristina Colombo Nunes – orientadora (UFSC)

Berenice Santos Gonçalves (UFSC)

Maria Collier de Mendonça (UFPE)



Documento assinado digitalmente

Cristina Colombo Nunes

Data: 18/05/2021 11:36:01-0300

CPF: 003.759.569-56

Verifique as assinaturas em <https://v.ufsc.br>

Professor/a Orientador/a
Universidade Federal de Santa Catarina

Finalmente, considerando a relevância crescente do designer na construção da cultura material e a sua responsabilidade no estar no mundo, cada vez mais deve este profissional ter uma atitude reflexiva e crítica em relação à sua formação, ao aperfeiçoamento e atuação em design. (NIEMEYER, 1998, p20).

AGRADECIMENTOS

Para este projeto, agradecer é uma parte muito importante, já que o mesmo é a conclusão de uma graduação que comecei aos 17 anos, quando eu ainda era muito diferente do que sou hoje, e essa transformação não se fez de maneira solitária. Por isso, começo agradecendo aos meus pais, Maria das Dores e Edson Mendes, que viabilizaram a minha mudança para outra cidade, tanto financeiramente, como com todo o apoio e confiança que puderam me dar. Isso possibilitou que eu pudesse ser a primeira da família a ingressar numa universidade pública. Eu amo vocês.

Agradeço a Lei de Cotas, sancionada em 2012 pela ex-presidenta Dilma Rousseff, que possibilitou que eu frequentasse uma universidade pública e de qualidade. Universidade esta que me proporcionou vivenciar perspectivas que não seriam possíveis em outro contexto, que me construiu como um indivíduo melhor dentro da sociedade.

Este projeto é sobre coletividade, e esse é o espelho da minha vivência durante a graduação, que se fez com muito apoio de amigos. Agradeço à Gabriela Kwiatkoski, com quem tive a sorte de me aproximar e nutrir a maior parceria nos projetos da graduação e uma belíssima amizade. Agradeço meu grande amigo Leonardo Stolberg, com quem divido uma história e de quem tive apoio em tantos momentos nesse trajeto, clareando minha visão quando eu não pude enxergar meus avanços em meio às ansiedades do processo de aprendizado.

Aos meus amigos Maria Alvina, Arthur, Camila Menegali, Camila Hickenbick, João, Maria Alice, Douglas, Bruno, Leticia, Leonardo Maciel, Luiza, William, Beatriz, Erichk, Fran, Whellinton, Thalia, Bryan, entre tantos outros nomes que carrego em meu coração e que contribuíram com este projeto, indireta ou diretamente. Em especial, ao meu amigo Jorge Kunrath que não me deixou desistir de aprender algo novo durante meu projeto de conclusão de curso e que topou madrugadas em chamadas de vídeo para me auxiliar com o uso de ferramentas e com apoio moral, sempre acolhedor e disposto.

À Paula Castro, minha inspiração profissional que pegou em minha mão como estagiária e, sem dúvidas, me tornou uma profissional mais qualificada sem perder a compreensão e acolhimento. À todos os gestores, colegas e profissionais que trabalhei e trabalho.

Agradeço minha orientadora Cris Nunes, que me amparou e ajudou a dar consistência às ideias ainda bagunçadas em minha cabeça. Com suas orientações constantes e seu comprometimento, se manteve presente mesmo durante uma pandemia e diante de tantos obstáculos que ela trouxe.

Perceber que não estou sozinha e que à minha volta, existem pessoas brilhantes e preciosas é o que tornou tudo isso possível. Agradeço, por fim, às oportunidades que tive de explorar, questionar, errar e aprender nesse caminho. Desejo que mais pessoas tenham a chance que tive e que possamos, um dia, valorizar devidamente a ciência e o ensino público.

RESUMO

Partindo da necessidade de ampliar o acesso a ferramentas colaborativas de criação e auxiliar no planejamento de dinâmicas em grupo, este trabalho apresenta como solução, o projeto de um *site*. Para isso, o trabalho utiliza como base, o processo metodológico proposto por Garrett (2010): Os Elementos da Experiência do Usuário. Como resultado, temos a interface de um *site* e um *styleguide* do mesmo, que possibilitam a consulta por ferramentas consolidadas na área do design, criação de ferramentas próprias, planejamento de eventos criativos e a interação com ferramentas propostas pela comunidade de usuários.

Palavras-chave: Interface Digital. *Design thinking*. Ferramentas de criação. Colaboração. Dinâmicas em grupo.

ABSTRACT

Based on the need to broaden access to collaborative creation tools and assist the planning of group dynamics, this project presents a website design as a solution by using the methodological process chosen is proposed by Garrett (2010): The Elements of User Experience. Thus, the outcome is a prototype of the interface and its style guide. The interface's features allow to check up consolidated tools in the design field, creation of users' tools, creative events planning, and interacting with tools proposed by the user community.

Keywords: Digital interface. Design thinking. Creative tools. Collaboration. Group dynamics.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Planos da Metodologia de Garrett (2010).....	17
Figura 2 - Plano estratégico.....	19
Figura 3 - Ficha da Persona 01.....	30
Figura 4 - Ficha da Persona 02.....	31
Figura 5 - Ficha da Persona 03.....	32
Figura 6 - User Journey da Persona 01.....	33
Figura 7 - User Journey da Persona 02.....	33
Figura 8 - User Journey da Persona 03.....	34
Figura 9 - Plano de Escopo	35
Figura 10 - Requisitos de Conteúdo.....	37
Figura 11 - Requisitos Estéticos.....	39
Figura 12 - Plano de Estrutura.....	40
Figura 13 - Mapa do Site.....	42
Figura 14 - Plano de Esqueleto	44
Figura 15 - Grid do Projeto	45
Figura 16 - Wireframes Página Inicial e Sobre	47
Figura 17 – Wireframes Página de Métodos e Método em detalhes	49
Figura 18 - Wireframes Minha Conta	51
Figura 19 - Wireframes Página de busca e Menu Superior	52
Figura 20 - Wireframes Outras telas	53
Figura 21 - Plano de Superfície	54
Figura 22 - Diagrama de Brand Naming Process.....	55
Figura 23 - Mapa mental de Naming.....	56
Figura 24 - Brainstorming de Naming.....	56
Figura 25 - Página Inicial.....	58
Figura 26 - Página Sobre.....	59
Figura 27 - Repositório de Ferramentas	60
Figura 28 – Repositório da Comunidade.....	61

Figura 29 - Página da ferramenta detalhada	62
Figura 30 - Repositório Pessoal de Ferramentas	63
Figura 31 - Repositório Pessoal de Agendas	64
Figura 32 - Estado Vazio do Repositório de Ferramentas	65
Figura 33 - Estado Vazio do Repositório de Agendas.....	65
Figura 34 - Página de Criação de Ferramenta	66
Figura 35 - Página de Criação de Agenda	67
Figura 36 - Agenda Criada	68
Figura 37 - Página de Busca	69
Figura 38 - Menu	70
Figura 39 - Tela de Login	70
Figura 40 - Editar Perfil.....	71
Figura 41 - Teste de daltonismo	72
Figura 42 - Agendas	81
Figura 43 - Template.....	81
Figura 44 - Nomenclatura.....	81
Figura 45 - Informações sobre a ferramenta.....	82
Figura 46 - Filtros	82
Figura 47 - Menu Superior	82
Figura 48 - Novo Método	83
Figura 49 - Nome do autor.....	83
Figura 50 - Compartilhar ferramenta	83
Figura 51 - Adicionar a uma agenda	84
Figura 52 - Cores do site.....	86
Figura 53 - Estilos de texto do site.....	87
Figura 54 - Ícones do site	88
Figura 55 - Grafismos do site	89

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Wireframes de Home e Conteúdo dos Similares Analisados	21
Tabela 2 - Análise de Similares em Conteúdo	22
Tabela 3 - Wireframes de Home dos Similares Analisados	24
Tabela 4 - Análise de Similares em Forma	25
Tabela 5 - Teste de Acessibilidade	73
Tabela 6 - Teste de Usabilidade 1.....	75
Tabela 7 - Teste de Usabilidade 2.....	76
Tabela 8 - Teste de Usabilidade 3.....	78
Tabela 9 - Teste de Usabilidade 4.....	79

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	11
1.1 Contextualização	11
1.2 Objetivos	13
1.2.1 Objetivo Geral	13
1.2.2 Objetivos Específicos:.....	13
1.3 Justificativa.....	13
1.4 Conceituação	15
1.5 Delimitação do Projeto.....	15
1.6 Metodologia.....	16
2. ESTRATÉGIA.....	19
2.1 ANÁLISE DE SIMILARES	20
2.1.1 Similares por Conteúdo	20
2.1.2 Similares em Forma.....	23
2.1.3 Discussão da Análise	26
2.2 PÚBLICO-ALVO.....	26
2.2.1 Questionário <i>online</i>	27
2.2.2 Entrevistas semiestruturadas	27
2.2.3 Personas.....	29
2.2.4 Jornada do Usuário.....	33
3. ESCOPO	35
3.1 CONTEÚDO	35
3.2.1 Requisitos de Conteúdo	36
3.2.2 Requisitos Estéticos	38
4. ESTRUTURA	40
5. ESQUELETO	44
5.1 GRID.....	45
5.1 Página Inicial e sobre	46
5.2 Métodos	48
5.3 Minha conta	51

5.4 Busca e menu	52
5.4 Outras telas	52
6. SUPERFÍCIE.....	54
6.1 Naming.....	55
6.2 Protótipo de alta fidelidade	57
6.2.1 Página Inicial.....	57
6.2.2 Sobre	59
6.2.3 Página de ferramentas e comunidade	60
6.2.4 Página de ferramenta	61
6.2.5 Página de Repositório Pessoal	63
6.2.6.1 Estado Vazio	64
6.2.6 Criação de ferramentas e agendas de eventos	65
6.2.7 Outras telas.....	69
6.3 Testes de usabilidade	71
6.3.1 Teste de Acessibilidade.....	72
6.3.2 Teste de Navegação	73
6.3.2 Alterações no protótipo.....	80
6.4 Styleguide	85
7. REFERÊNCIAS.....	91
8. APÊNDICE A – Questionário Online e Respostas	93
9. APÊNDICE B – Roteiros das Entrevistas Aplicadas	101

1. INTRODUÇÃO

1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

O design se trata de um termo amplo, que é definido de diversas formas pelos estudiosos da área. Flusser (1999) propõe uma abordagem que pode contemplar o design em diversos vieses. Para ele, o design é o processo de *in*-formação, a doação de forma ao que a antecede, traduzindo a informação. Niemeyer (2007), por sua vez, afirma que o designer transita entre artista, tecnólogo e gestor, sem que se aprofunde em nenhuma dessas competências, visto que se apresenta como agente do capital, e de interesse das classes dominantes. Como consequência, o mesmo possui direta influência no seu meio pela sua capacidade de interferir no material, no visual, na segurança e no conforto de quem irá utilizar seus produtos ou serviços (NIEMEYER, 2007). Somadas as visões de Flusser e Niemeyer, o design consiste em uma área relevante, capaz de promover mudanças e interferências no meio em que é inserido.

Ao se deparar com a complexidade dessa influência, o profissional de design pode enfrentar dificuldades na resolução dos problemas apresentados se fizer isto sozinho. Segundo Cardoso (2013), é positivo romper com o “legado profissional” do designer que trabalha individualmente, visto que as melhores soluções costumam vir do trabalho em equipe (CARDOSO, 2013).

Para atender a necessidade da construção coletiva de um projeto, foi desenvolvida a metodologia de *design thinking*, ou pensamento de design (tradução livre). Essa abordagem surge da observação acerca dos processos comuns no processo criativo de designers e de seu olhar efetivo, que promove a visão diversificada ao desenvolver ideias e resolver problemas (VIANNA et al., 2018, p. 13). Metodologias como o *design thinking*, que possuem uma sequência de passos, ferramentas e métodos, visam facilitar o alcance de um resultado esperado pelos agentes envolvidos em um projeto. Para Wheeler (2003), um conjunto de ferramentas e métodos permite um maior controle sobre o processo criativo à medida que incentiva a criatividade com base em parâmetros pré-definidos.

Pode-se afirmar que o *design thinking* é uma das tentativas de promover uma democratização e valorização do processo de design, já que incentiva a participação coletiva de todos os interessados no projeto. Porém, ainda limita-se a uma metodologia importada, fazendo-se necessária a inserção no contexto de cada projeto e região. Pater (2020) reforça este ponto no livro *Políticas do design*, em que afirma que a comunicação não é neutra, e depende diretamente da bagagem cultural de cada indivíduo dentro de uma sociedade. Neste sentido, o Design Popular, ou Vernacular¹, se contrapõe ao *design thinking*, pois trata de práticas empíricas de design e comunicação. Ambos os termos (vernacular e popular) surgem do latim, sendo a palavra popular originada de *populus*, que define-se como algo do povo, feito para o povo e agradável para ele. Segundo Finizola (2010), o design inspirado no popular é o reflexo da cultura material da população.

Ao considerar o contexto e legitimar práticas empíricas como design, é possível utilizar processos adaptados ao contexto local e à bagagem cultural do Brasil, encontrando o pensamento de design adequado às nossas necessidades. Este conceito será aplicado no projeto como um norteador da proposta visual do *site*.

O presente projeto propõe-se a endossar e valorizar o design, através não só do seu resultado, como também do seu processo de criação, utilizando como recurso um *site* que reúne ferramentas com o princípio colaborativo como base.

¹ Toda prática de design, arquitetura, e expressão que se dê através das necessidades básicas e da cultura local <<https://www.audaces.com/design-vernacular-criacao-de-produtos-populares/>>.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Desenvolver o projeto de *site* que possua um repositório de ferramentas de criação colaborativa e apoio na organização de dinâmicas e eventos em grupo, que possibilite a construção de uma comunidade de usuários.

1.2.2 Objetivos Específicos:

- I. Ampliar o acesso à ferramentas colaborativas;
- II. Possibilitar que *layout* das páginas se mantenha consistente visualmente para possíveis desdobramentos ou acréscimos de funcionalidades, registrando os parâmetros da interface através de um *style guide* (*guia de estilos*);
- III. Fomentar o engajamento e colaboração entre profissionais na interface;
- IV. Incentivar a criação e disseminação de ferramentas colaborativas.

1.3 JUSTIFICATIVA

No início da idealização deste projeto, o contexto mundial foi alterado pela pandemia do Novo Coronavírus², uma emergência sanitária que impactou diretamente as interações sociais, pois sua maior forma de prevenção consiste em distanciamento social. Isto fez com que as atividades antes feitas presencialmente, fossem adaptadas para o formato remoto, o que impactou diretamente nas decisões acerca do projeto aqui apresentado, principalmente, relacionadas ao formato de

² A Covid-19 é uma infecção respiratória aguda causada pelo coronavírus SARS-CoV-2, potencialmente grave, de elevada transmissibilidade e de distribuição global.
<<https://coronavirus.saude.gov.br/sobre-a-doenca>>

entrega do projeto e da maneira com que se conduziram testes, entrevistas e outras ferramentas que necessitam diretamente de interações com voluntários.

Dado esse contexto, a autora realizou uma pesquisa de projetos produzidos na Universidade Federal de Santa Catarina, utilizando as palavras-chave “ferramentas de criação” e “design”, onde foram encontrados nove resultados. Porém, os mesmos são voltados para marcas e instituições já existentes, como forma de aplicação dessas ferramentas. Não foram encontrados, portanto, trabalhos que abordem o processo criativo presente no design e/ou projetos voltados para o desenvolvimento de ferramentas para auxiliar neste contexto, o que endossa a construção deste projeto como resultado dos conhecimentos adquiridos durante a graduação.

Sendo assim, este trabalho busca preencher essa lacuna, optando-se pelo formato de *site* para facilitar o acesso ao repositório através de qualquer navegador ou dispositivo, abrangendo um número maior de pessoas, o que não seria possível através de aplicativos, livros ou outras mídias físicas. Além disso, um *site* possibilita que sejam feitos registros de processos próprios e acessá-los de forma *online*.

Este projeto propõe disponibilizar ferramentas e dinâmicas de criação já existentes de criação adaptadas para o formato em equipe, para que o resultado seja parte da colaboração de todos os envolvidos e sirva como aprendizado e troca. Além disso, busca facilitar o registro de processos de profissionais ou estudantes, fomentando a comunidade de designers através da troca de experiências.

Observando um esforço ainda discreto por parte de profissionais, ou entusiastas, da área por incentivar práticas colaborativas, foi percebido que ainda há pouco espaço em práticas projetuais e conteúdos relacionados a métodos de criação. Conteúdos estes, que são geralmente encontrados em livros, artigos, ou mesmo apenas em outros idiomas, o que estrita o acesso a estas maneiras de fazer. Portanto, o norteador deste projeto é a comunicação e uso da língua portuguesa de forma coloquial e popular, para que inclua o maior número de pessoas possível e estreite a relação dos profissionais e estudantes com as ferramentas apresentadas no *site*.

1.4 CONCEITUAÇÃO

Site ou *website* são utilizados para apresentar e comunicar serviços ou informações, organizadas por seções bem definidas de forma *online*. *Sites* são acessados através de um navegador, seja ele em dispositivos *mobile* ou *desktop*.

De acordo com Garrett (2010), um *site* é um produto de autoatendimento, que não depende de qualquer tipo de manual de instruções, seminário ou ação humana para educar o usuário, que necessita apenas da experiência pessoal do mesmo para ser utilizado.

A utilização de um *site* para a concretização deste projeto se faz necessária pelo seu acesso democratizado em relação a outros formatos como livros e conteúdos impressos ou aplicativos, por se tratar de conteúdos de consulta rápida e de comunicação voltada para o uso em outros tipos de plataformas. Não se trata, portanto, de uma plataforma, pois é uma página que não depende da sua integração com aplicações externas.

O conceito colaborativo se faz presente como base projetual, direcionado à divisão de responsabilidade criativa entre todos os interessados pelo projeto. As ferramentas apresentadas formam um kit que pode ser utilizado da forma como melhor atender às necessidades do público-alvo e buscam fomentar a criação em equipe.

No decorrer deste documento, são citados os termos: *workshop*, evento criativo e dinâmicas, que dizem respeito, neste caso, a momentos planejados e monitorados por um mediador para promover a discussão acerca de temas específicos, sintetizar pesquisas e executar tarefas em equipe, relacionadas a etapas de um processo criativo.

1.5 DELIMITAÇÃO DO PROJETO

Para melhor compreender as decisões acerca do projeto, é necessário contextualizar que o mesmo se fez durante uma situação de pandemia sanitária, a

Covid-19. Dessa forma, foi necessário adaptar o conteúdo para uma interface digital e promover pesquisas e testes de forma não-presencial, utilizando vídeo-chamadas e outras ferramentas disponíveis *online* para evitar expor qualquer pessoa envolvida a riscos de contaminação.

Este projeto consiste no planejamento e prototipação de uma interface digital para um *site*, inicialmente planejado para *desktop*, já que o projeto foi desenvolvido durante o contexto de ensino excepcionalmente remoto, que encurtou a duração dos semestres da Universidade Federal de Santa Catarina, e, conseqüentemente, o tempo disponível para a execução do projeto.

Seu entregável é um protótipo de alta fidelidade, navegável e com interações. Não fazem parte, portanto, a etapa de desenvolvimento e programação, ou mesmo o estudo de palavras-chave e ranqueamento em plataformas de busca, por entender-se que estas se tratam das funções de profissionais de ciências da computação e/ou sistemas da informação.

As especificidades cognitivas de cada usuário serão consideradas para proporcionar conforto e adequação a estas necessidades, porém, este projeto se limita a contemplar pessoas videntes, ou seja, aquelas que, com acessórios (óculos, lentes de contato e outros), conseguem visualizar o *site*.

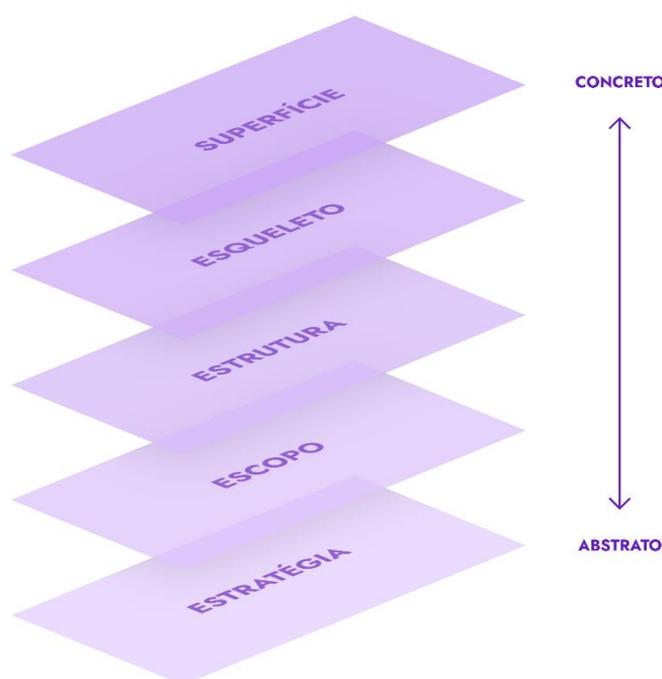
Além do protótipo de um *site*, o tom de voz utilizados são levados em consideração, visto que um de seus objetivos específicos é o de apropriar-se da linguagem popular do público-alvo mapeado.

1.6 METODOLOGIA

Uma metodologia é um conjunto ordenado de ferramentas para a execução de um objetivo (PEÓN, 2009), e sustentar seu desenvolvimento em um processo mapeado para que o projeto alcance os resultados esperados. De acordo com Munari (2008), o método não é definitivo e pode se modificar caso sejam encontrados valores e/ou ferramentas para aprimorar o processo, através da experimentação destas ferramentas.

Por se tratar de um *site*, a metodologia utilizada será voltada para a experiência do usuário, baseado no princípio de design centrado no usuário, que busca proporcionar ao público de um *site* ou aplicativo, uma experiência alinhada com suas necessidades dentro da plataforma. Foi escolhida, portanto, a metodologia desenvolvida por Garrett (2010), que possui cinco etapas ou planos: Estratégia, Escopo, Estrutura, Esqueleto e Superfície.

Figura 1 - Planos da Metodologia de Garrett (2010)



Fonte: Adaptado pela autora.

A partir da figura 1, pode-se observar que a leitura dos planos se faz a partir do abstrato para o concreto, de baixo para cima.

O processo se inicia a partir do plano **estratégico**, que definiu os objetivos do projeto e as necessidades dos usuários. Dentro deste plano, partiu da justificativa do projeto para iniciar o processo de pesquisa, que se dividiu em uma análise de similares por conteúdo e forma, mapeamento de personas a partir de questionários e entrevistas e, por fim, *user journeys* (jornadas do usuário) pelo *site*.

O segundo nível do plano construiu o **escopo** do projeto, onde são definidos os requisitos do *site*, que dizem respeito ao seu conteúdo e estética, elencando funcionalidades que estarão presentes no *site* e como elas serão organizadas visualmente. Esta etapa está diretamente ligada ao plano estratégico, como forma de sintetizar toda a pesquisa em diretrizes da interface.

O próximo nível do plano se refere à **estrutura**, que definiu a arquitetura da informação, baseando-se no escopo, para organizar o fluxo de interação e mapear as ações possíveis tomadas pelos usuários do *site*.

Após a estrutura, se deu início à etapa de visualização dos passos anteriores, se aproximando do concreto, no plano de **esqueleto**. Neste, foi desenvolvido um protótipo de baixa fidelidade das telas, ainda sem cores e outros detalhes, para organizar as informações de maneira visual, para serem testados e aprimorados.

O plano de **superfície** é o último plano, sendo o que fez a concretização do projeto através de um protótipo de alta fidelidade, com o máximo de detalhes e interações do sistema.

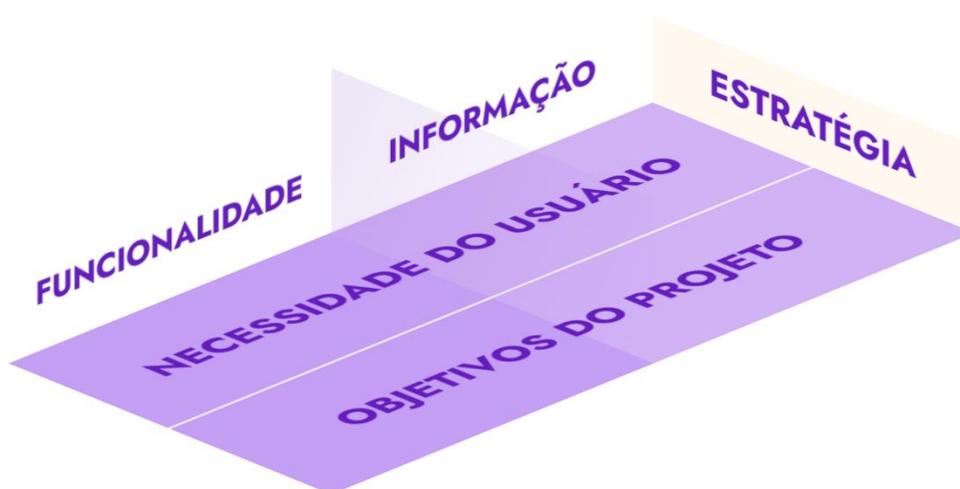
A partir desses planos, foi possível construir um *style guide* do projeto, com os padrões e especificações de uso, possibilitando que se mantenha a identidade e funcionalidades em todo o *site*, mesmo em páginas que podem vir a ser desenvolvidas após a entrega.

2. ESTRATÉGIA

Neste capítulo, será abordado o Plano Estratégico, que em como objetivo responder a duas questões que serão a base para as decisões acerca do projeto. São elas:

- I. Quais são os objetivos deste projeto?
- II. O que os usuários querem/precisam deste *site*?

Figura 2 - Plano estratégico



Fonte: Adaptado pela autora.

Por se tratar de um projeto independente, que não está vinculado a nenhuma organização, as ferramentas utilizadas serão adaptadas para as necessidades do projeto. Para mapear estas necessidades, serão utilizados como ferramentas: a) análise de similares; b) questionário *online* e entrevistas c) definição do público-alvo; e d) *user journeys* para determinar objetivos das personas ao utilizar o site e os resultados esperados.

2.1 ANÁLISE DE SIMILARES

Para mapear os objetivos do *site*, foram levantados similares em conteúdo e formato visual. Na pesquisa de similares em relação a conteúdos, foram analisados *sites* com objetivos semelhantes aos dos trabalhados nesse projeto. Para analisar os similares em forma, foi realizada uma busca por palavras-chave como “design vernacular” e “brutalismo”, vertentes que serviram de base para as decisões estéticas do projeto.

2.1.1 Similares por Conteúdo

O conteúdo foi encontrado através de experiências da autora e pesquisas no *site* de buscas *Google*.

Foram selecionados três *sites* que possuem uma seção específica para apresentar métodos de criação e criação colaborativa para design.

Para que haja uma comparação relacionada à disposição dos conteúdos nas interfaces, foram desenhados os *wireframes* das páginas iniciais e páginas de conteúdo dos *sites* analisados. Os *wireframes* podem ser visualizados na Tabela 1, a seguir.

Tabela 1 - Wireframes de Home e Conteúdo dos Similares Analisados

	Design Methods Kit Digital Society School	DesignKit IDEO U	Templates Miro
HOME			
CONTEÚDO			

Fonte: Adaptado pela autora.

Tabela 2 - Análise de Similares em Conteúdo

	ORGANIZAÇÃO DOS CONTEÚDOS	MENU	FORMATO APRESENTADO	PÁGINA DA FERRAMENTA
Design Methods Kit Digital Society School	<ul style="list-style-type: none"> Organização de conteúdos através de tags com cores diversas; Opção de filtros; Baixa legibilidade. 	<ul style="list-style-type: none"> Menu fixo no topo da página; Sobre Venda de produtos; Possui o logotipo no header que direciona para o site principal, desvinculando da página de ferramentas. 	<ul style="list-style-type: none"> Ferramentas através de textos, pouco apelo visual; Escala de cinza; Fontes sem serifa; Hierarquia tipográfica sutil. 	<ul style="list-style-type: none"> Passo a passo numerado, sem mudança de peso ou imagens; Opção de compartilhar a ferramenta; Não apresenta nenhum tipo de conteúdo de apoio além das referências do método.
DesignKit IDEO U	<ul style="list-style-type: none"> Na aba “methods” do site, há um banner que explica a proposta dos métodos; Métodos divididos em etapas, para cada uma, há uma cor; Ilustrações por método; Os títulos dos métodos não são técnicos, geralmente se apresentam como um convite. 	<ul style="list-style-type: none"> Seções de etapas: Inspiração, Ideação e Implementação; Página de dúvidas; Ver todos; Opção de salvar métodos. 	<ul style="list-style-type: none"> Utiliza de ilustrações e cores, tipografias sem serifa e blocagens de cor para dividir as seções do site; Possui vídeos de orientação o funcionamento do método; Exemplos práticos. 	<ul style="list-style-type: none"> Duração, quantidade de participantes, nível de dificuldades, materiais necessários e etapa; Passo a passo numerado; Templates para download; Disponibiliza um espaço para participar de fóruns de discussão em um grupo no Facebook.
Templates Miro	<ul style="list-style-type: none"> Ao clicar na opção “templates”, o usuário é direcionado para uma página de templates a serem utilizados no próprio aplicativo; Templates divididos por temas e/ou etapas de metodologias; Ferramentas visualizadas em formatos de cards em grade. 	<ul style="list-style-type: none"> Menu dividido por objetivos, área de atuação e metodologia; Opção “Miroverse” que possibilita visitar ferramentas sugeridos por usuários e publicar seus próprios métodos e templates. 	<ul style="list-style-type: none"> Possibilidade de navegar pelo template sem precisar adicioná-lo; Tipografia arredondada e sem serifa, com diversos pesos; Ilustrações e ícones coloridos; Respiro e boa legibilidade. 	<ul style="list-style-type: none"> Botões em toda a navegação de “usar template”, para que o usuário possa facilmente decidir usá-lo em qualquer momento da leitura; Introdução à ferramenta, com algumas perguntas de “por quê? como? quando?”; Passo a passo e tags como: fácil de usar. Ferramentas semelhantes.

Fonte: Adaptado pela autora.

2.1.2 Similares em Forma

Os *sites* analisados foram selecionados através de indicações do formulário e pesquisas por *sites* relacionados à design. Foram analisados os seguintes *sites*: A) *AIGA - Eye On Design*, a maior e mais antiga organização de design sem fins lucrativos dos Estados Unidos; B) *Meiuca Design*, agência brasileira de *Design System*, que atua em projetos sociais; e C) *Adam Clarke Colour*, *site* de portfólio de um artista audiovisual que reside na Inglaterra.

Assim como nos similares em conteúdo, foram desenhados *wireframes* de cada *site* analisado, para que haja uma comparação de suas páginas iniciais, visualizados na Tabela 3.

Tabela 4 - Análise de Similares em Forma

	AIGA - Eye On Design ONG de Design dos EUA	Meiuca Design Agência de Design Brasileira	Adam Clarke Colour Portfólio Audiovisual
CORES E GRAFISMOS	 <ul style="list-style-type: none"> · Consistência de uso de cores; · O grafismo característico do site é o olho, que faz parte do logotipo da instituição. 	 <ul style="list-style-type: none"> · Pouco uso de ícones. · Cores blocadas e que se destacam do preto e branco frequentemente aplicados no site. 	 <ul style="list-style-type: none"> · Tipografia e de ícones discretos como hierarquia e organização visual. · Consistência no uso de cores.
FONTE E DIAGRAMAÇÃO	<p>Aa <small>Fonte de títulos e seções: Chapeau Medium e Bold</small></p> <ul style="list-style-type: none"> · Diagramação do site é dinâmica; · A tipografia utilizada é a fonte serifada Chapeau. · Grande variedade de pesos e tamanhos; 	<p>Aa <small>Fonte de títulos e seções: Archivo Bold</small></p> <ul style="list-style-type: none"> · Textos em tamanhos grandes, utilizando a fonte Archivo. · Sublinhados e mudanças de pesos para sinalizar links. · A diagramação é blocada por cores e não utiliza textos extensos. 	<p>Aa <small>Fonte utilizada em todo o site: GT America Bold</small></p> <ul style="list-style-type: none"> · O site usa a fonte GT America Extended. · A tipografia é seu maior recurso visual, em tamanhos grandes e variação de peso. · Usa de uma diagramação com pouco conteúdo textual.
IMAGENS E ILUSTRAÇÕES	 <ul style="list-style-type: none"> · Varia entre ilustrações, letreiros e fotos. · No geral, seus recursos visuais trazem cores e são diretamente ligadas aos temas, sem utilizar-se de um único estilo visual como apoio. 	 <ul style="list-style-type: none"> · Faz uso de ilustrações sem fundos para indicar visualmente o assunto, tratado; · Grids e objetos soltos, sem fundo ou cenário. · Colagens. 	 <ul style="list-style-type: none"> · O foco do site é de mostrar trabalhos audiovisuais, não utiliza de outros recursos visuais além do próprio portfólio.
INTERAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> · Usa de interações em cliques ao ou ao passar o mouse mudando de cor ou adicionando uma camada colorida sobre o conteúdo; · Mesmo em botões menos evidentes, traz importância através da interação ao passar o mouse. 	<ul style="list-style-type: none"> · Interações discretas ao passar o mouse por links e pequenas animações. 	<ul style="list-style-type: none"> · Interações de mudança de cor e revelação de objetos clicáveis ao passar o mouse em títulos e imagens.

Fonte: Adaptado pela autora.

2.1.3 Discussão da Análise

Foi identificada uma carência de soluções visuais para a apresentação das dinâmicas, sendo elas pouco atrativas, principalmente para o público leigo no assunto. Essa falta também é percebida na comunicação, que é técnica e de nicho. Todos os *sites* encontrados estão em Inglês e não possuem opção de tradução do *site* para o Português do Brasil. O similar analisado em conteúdo, Miro teve o melhor desempenho nos critérios analisados, já que fornece apoio de explicações, *templates* e uma comunicação acessível.

Nos similares em forma, nota-se o uso frequente de tipografia como recurso visual e a escolha de uma única cor principal. As ilustrações e imagens são aplicadas como parte da interface, não apenas como objeto de apoio para publicações.

Essa análise pôde elucidar sobre a estrutura hoje utilizada em *sites* similares ao projeto, denotando que ausência de conteúdos na Língua Portuguesa, e que gerem identificação cultural. Também demonstra que a apresentação de métodos é, geralmente, um conteúdo de apoio de uma instituição, e não o seu foco principal. Por último, os *sites* analisados não usam como exemplo ferramentas do cotidiano ou exemplos de aplicação como forma de apresentação dos métodos, o que pode distanciar a teoria da prática, ou mesmo, dificultar seu entendimento por parte dos usuários.

2.2 PÚBLICO-ALVO

O entendimento do público-alvo compõe o plano estratégico definido por Garrett (2010), para que, a partir das necessidades dos usuários, possam ser identificados requisitos e oportunidades para o *site* a ser desenvolvido. Para coletar e organizar as informações quantitativas e qualitativas, o mapeamento do público foi feito através de questionário *online*, entrevistas qualitativas com voluntários e a elaboração de *personas*.

2.2.1 Questionário *online*

O questionário *online* foi o método escolhido para coletar dados quantitativos e recrutar voluntários para a etapa seguinte, que consiste em entrevistas em. No questionário, foram exploradas informações sobre dados demográficos, familiaridade com design, trabalho em equipe, busca por conteúdos e métodos conhecidos pelos usuários e requisitos de navegação em *sites*.

O questionário foi divulgado na rede social *Twitter* e em grupos de *Whatsapp* no dia 21 de outubro de 2020 e ficou disponível para receber respostas durante sete dias. Foram obtidas 134 respostas de 11 diferentes estados brasileiros, sendo os principais, respectivamente, Santa Catarina, São Paulo e Minas Gerais. Destas, 44 pessoas se voluntariaram para as entrevistas.

A partir dos dados obtidos, foram identificados dois perfis extremos a serem validados e aprofundados na etapa de entrevistas:

- I. Perfil 1: Designer formado que atua na área de tecnologia, trabalha em uma empresa como designer e faz uso de métodos colaborativos em dinâmicas no trabalho.
- II. Perfil 2: Pessoa que não está familiarizada com design, mas que faz uso de dinâmicas de grupo e tem curiosidade pela área.

2.2.2 Entrevistas semiestruturadas

Para aprofundar os perfis identificados e coletar dados qualitativos a fim de entender as necessidades e pré-requisitos dos usuários do projeto, foram realizadas cinco entrevistas com pessoas que manifestaram disponibilidade para contribuir com este projeto através do questionário *online*.

Os voluntários foram recrutados pelos critérios: a) respostas condizentes com os perfis levantados; b) disponibilidade; e c) diversidade de gênero, etnia e região.

O contato com os entrevistados se deu através de seus telefones disponibilizados no questionário *online*, usando *Whatsapp* e *Telegram*.

Foram elaborados dois roteiros distintos para cada um dos perfis levantados, com os objetivos de aprofundar no contexto pessoal, familiaridade com design, processo criativo e relação com a tecnologia e uso de *sites*. E

Por conta do contexto de pandemia, todas as entrevistas aconteceram remotamente, através do *Google Meet*, exceto a primeira entrevistada, que foi abordada via *Whatsapp*, por restrição de conexão, pois se encontrava em uma região rural. A mesma recebeu as perguntas enviadas através de mensagens de texto e áudios e as respondeu por áudios.

A documentação das entrevistas foi feita através de uma planilha na ferramenta *Planilhas Google* e registrada através da gravação das entrevistas com consentimento dos voluntários.

A Entrevista 01 aconteceu no dia 13 de novembro de 2020 através do *Whatsapp*, o entrevistado condiz com o Perfil 02 mapeado; a Entrevista 02 aconteceu no dia 14 de novembro de 2020 através do *Google Meet*, sendo o entrevistado condizente com o Perfil 01; a terceiro entrevistado foi abordado no dia 15 de novembro de 2020 do *Google Meet*, condizente com o Perfil 01; no dia 17 de novembro de 2020 aconteceram as duas últimas entrevistas também através do *Google Meet*, também condizentes com o Perfil 01.

Todos os entrevistados desconheciam o termo “Vernacular”, mas, ao receberem uma breve explicação, reconheceram em seu repertório as características dessa vertente, como, por exemplo, cartazes de supermercado. Todos também compartilharam das dificuldades com encontrar conteúdos em português e evidenciaram que a prática em grupo favorece os processos de design. A documentação bruta das entrevistas está no apêndice deste relatório.

2.2.3 Personas

Personas são perfis que representam um grupo de pessoas, que podem ser clientes, usuários ou grupo de *stakeholders*. Essas personas são arquétipos que facilitam a compreensão desses grupos, que possuem necessidades e objetivos semelhantes, gerando empatia com os usuários de um projeto e podem ajudar a gerar soluções para ele (STICKDORN *et al.*, 2020, p. 41).

As personas deste projeto foram baseadas no questionário *online* e nas entrevistas, com a evidência de elementos que auxiliam na narrativa e reforçam a diversidade de gênero, raça e região do país. Desta forma, foi possível obter perfis extremos que buscam representar grupos de usuários potenciais, e estes podem somar características, inclusive, de mais de uma persona apresentada.

De acordo com Fialho (2016), o desenvolvimento de personas para o design de interfaces possibilita um processo guiado, de maneira que os designers possam se colocar no lugar dos seus usuários sem que se prendam a uma visão particular, seja de si mesmo, ou de um executivo que solicita o projeto.

Os perfis levantados nas etapas anteriores foram validados e foi entendido que havia um terceiro perfil, que consiste no designer que é formado em outra área e descobriu na prática as utilidades de metodologias de design. Sendo assim, as pesquisas tiveram como resultado três personas, que receberam nomes baseados nos Arquétipos de Jung, adaptados para o uso no design por Mark e Pearson (2001). São elas: A Cuidadora, A Criativa e O Explorador. As personas, juntamente com seus universos visuais, podem ser visualizados nas figuras abaixo.

Figura 3 - Ficha da Persona 01



A Cuidadora

28 anos, Florianópolis

Nascida em Goiás, se mudou para o sul do país para estudar Nutrição. É uma pessoa ativa, gosta de praia e se reunir com pessoas e, por conta da pandemia, isso precisou mudar um pouco. Hoje está no mestrado e possui uma rotina regrada por conta dos estudos, usa agendas e post its para se organizar, tem o hábito de fazer listas antes de dormir para o dia seguinte. Passou a utilizar mais o computador e celular para estudar, se comunicar e fazer compras online. Admira a área criativa e adora decifrar os conceitos por trás de embalagens, marcas e propagandas. Hoje sua pesquisa é voltada para a nutrição da comunidade e precisa buscar por dinâmicas de grupo para construir um cardápio para escolas do bairro.

ATIVA CURIOSA FOCADA

PESQUISADORA RELIGIOSA

AGENDA MANUAL PRESENÇA

“ Primeiro você vê, você compra pelos olhos quando você não conhece o produto. ”

MOTIVAÇÕES

- Se formar no mestrado;
- Conteúdos confiáveis;
- Aprendizados de outras áreas diferentes da sua;
- Trabalhar em equipe.

NECESSIDADES

- Foco no ensino remoto;
- Ambientes acolhedores e colaborativos na área que é pesquisadora;
- Sites confiáveis e fáceis de acessar para que possa estudar para o mestrado;
- Contato com a comunidade.

COMPORTAMENTO DIGITAL

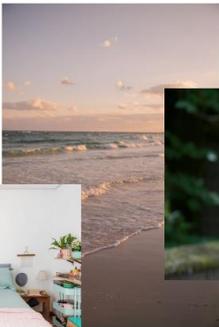
- Redes sociais para se distrair e ver notícias nas pausas entre estudos;
- Pesquisa por artigos e livros acadêmicos;
- Compras online de roupas e móveis.

REQUISITOS DE NAVEGAÇÃO

- União do conteúdo com a organização da interface;
- Não precisar de login para acessar o conteúdo;
- Praticidade e confiabilidade nos conteúdos.

Universo Visual








Fonte: Adaptado pela autora.

Figura 4 - Ficha da Persona 02



A Criadora

24 anos, São Paulo

Nascida e residente em São Paulo, é recém formada e trabalha em uma agência como brand designer. Cresceu fazendo aulas de dança e desenhando em seu tempo livre, procurando se expressar de alguma forma. Divide sua rotina entre trabalhar e se manter atualizada na área que trabalha, exercícios físicos e ver a família e amigos. Mesmo já formada, sua família ainda tem dificuldades de entender o que faz, relacionando frequentemente com Marketing Digital. Está migrando para a área de UX Design e acredita que no nos projetos da área é imprescindível trabalhar em equipe para ter um resultado realmente funcional e satisfatório.

ARTE
CURIOSA
TROCA

EXPRESSÃO
DANÇA CONTEMPORÂNEA

GOOGLE AGENDA
NOTION
TRELLO

“As pessoas que estão dentro sabem o que vai ser melhor pra elas em um projeto.”

MOTIVAÇÕES

- Trabalhar em equipe;
- Arte e dança;
- Continuar aprendendo;
- Expandir sua área na empresa que trabalha.

NECESSIDADES

- Tornar seus serviços mais democráticos;
- Falar a mesma língua dos clientes;
- Dinâmicas menos cansativas online;
- Conteúdos de design e UX em português.

COMPORTAMENTO DIGITAL

- Redes sociais para se divertir e se informar;
- Blogs (como o Medium) e sites para estudar;
- Cursos online;
- Planejamento pessoal pelo Notion e Trello.

REQUISITOS DE NAVEGAÇÃO

- Interface que chame atenção pelo visual;
- Boa usabilidade;
- Sites otimizados para o mobile;

Universo Visual



Fonte: Adaptado pela autora.

Figura 5 - Ficha da Persona 03



O Explorador

39 anos, Fortaleza

Nascido no interior do Ceará, foi para a capital para estudar e é formado em Psicologia, trabalhou por 10 anos na área de recursos humanos em diversas empresas. Nos últimos anos, começou a ouvir falar em "employer branding", que cuida da reputação da marca como empregadora, unindo design e recursos humanos. Se aprofundou na área do design através de alguns cursos de curta duração e descobriu uma nova paixão na área. Resolveu, então, iniciar um mestrado e vê cada vez mais o design como um recurso para melhoria em outros campos de conhecimento, inclusive na relação entre as pessoas e instituições.

REPUTAÇÃO COMO EMPREGADORA

EXTROVERTIDO

LGBTQIA+

GOOGLE SUITE

"Isso que me deixou apaixonado pela área: conectar experiências, e isso acontece muito no design."

MOTIVAÇÕES

- Entender a relação entre marcas e pessoas;
- Se aprofundar na área de design;
- Ambientes de troca e conexão;
- Fazer o que ama.

NECESSIDADES

- Promover a integração entre as pessoas da equipe com quem trabalha;
- Conteúdos com referências confiáveis;
- Visibilidade LGBTQIA+.

COMPORTAMENTO DIGITAL

- Redes sociais para se comunicar com as pessoas;
- Sites como fonte de conhecimento e estudos;
- Google Suite para compromissos do trabalho: organização, reuniões, apresentações.

REQUISITOS DE NAVEGAÇÃO

- Facilidade para encontrar o que precisa;
- Referências a autores confiáveis;
- Comunicação amigável.

Universo Visual



Fonte: Adaptado pela autora.

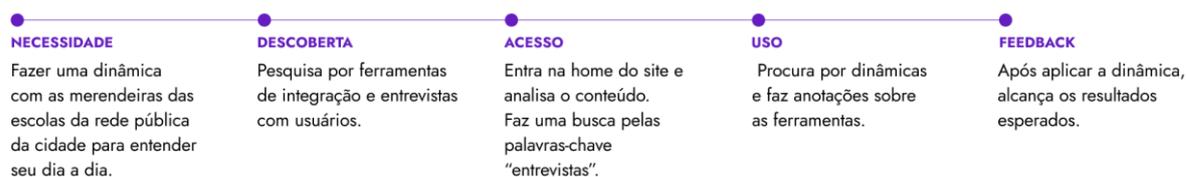
2.2.4 Jornada do Usuário

Essa etapa se faz necessária para mapear o percurso dos usuários desde a necessidade, passando pelo uso, até o alcance do objetivo. A jornada foi traçada a partir das necessidades e motivações das personas construídas na etapa anterior.

Persona 01: A Cuidadora

Utiliza o *site* de forma pontual, e acessou o mesmo por conta de uma necessidade do seu projeto de mestrado.

Figura 6 - User Journey da Persona 01

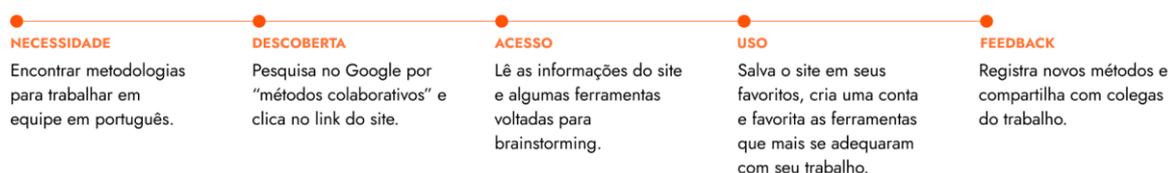


Fonte: Adaptado pela autora.

Persona 02: A Criadora

Possui dificuldade com a língua inglesa e está frequentemente em contato com processos de design.

Figura 7 - User Journey da Persona 02

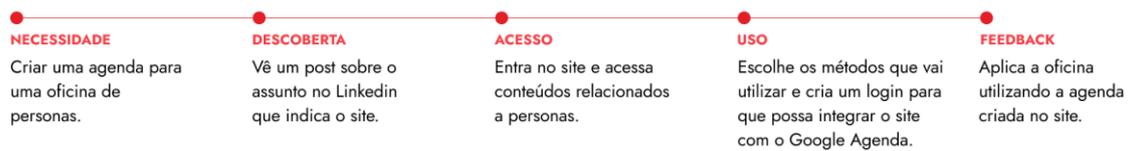


Fonte: Adaptado pela autora.

Persona 03: O Explorador

Está buscando uma ferramenta que auxilie na elaboração de um evento criativo, pois encontra dificuldade em organizar as atividades e horários.

Figura 8 - User Journey da Persona 03

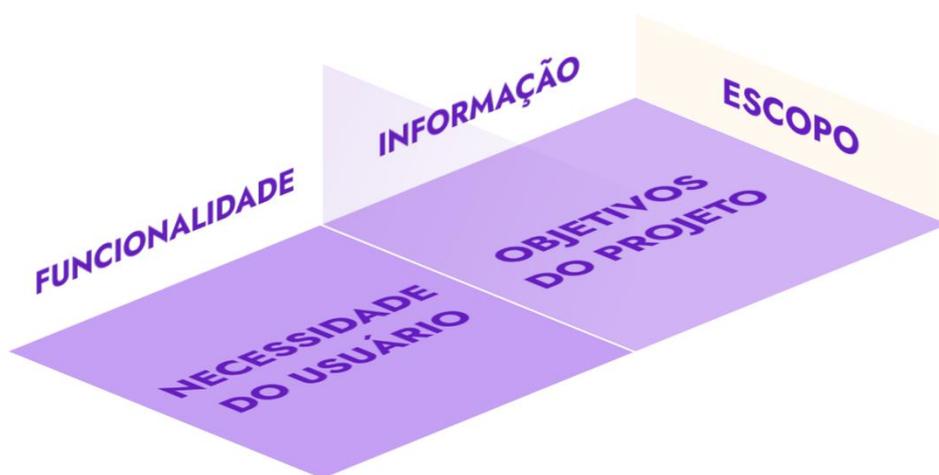


Fonte: Elaborado pela autora.

3. ESCOPO

Neste plano, o projeto já possui definições de público e parâmetros de similares. Com isso, o plano de escopo traduzirá as necessidades dos usuários e os objetivos do projeto em requisitos específicos de conteúdo e funcionalidades que serão oferecidas aos usuários através do *site* (GARRETT, 2010).

Figura 9 - Plano de Escopo



Fonte: Adaptado pela autora.

3.1 CONTEÚDO

Este projeto propõe apresentar um conjunto de métodos de criação colaborativa, através de um *site* com referências confiáveis e comunicação acessível.

Partindo desta premissa, optou-se por trabalhar com foco em ferramentas de criação comuns na metodologia de *design thinking* que já são conhecidas e disponibilizadas em outros *sites* e outras publicações, apresentando-os em formatos e nomenclaturas alternativas, que possuam familiaridade com a cultura brasileira.

Os *sites* que serviram como base para o conteúdo apresentado foram sugeridos através do questionário aplicado de forma *online* e da análise de similares em conteúdo, construídos no plano estratégico deste projeto (*Digital Society School*

Toolkit, IDEO U Methods e Miro Templates). As imagens, grafismos e outros conteúdos de suporte não serão limitados aos apresentados nos *sites*.

Além dos *sites* utilizados, podem ser acrescentados métodos indicados através do questionário *online* e de outras metodologias, devidamente referenciados.

A comunicação adotada pelo *site* pode modificar nomenclaturas apresentadas com o fim de traduzir livremente para adequação à cultura brasileira e seus regionalismos.

Os conteúdos serão escolhidos para que todas as etapas de criação sejam contempladas pelo protótipo final - pesquisa, conceituação, geração de alternativas, prototipação e validação - para que seja possível testar diferentes formatos de conteúdos e objetivos. Porém, por conta do tempo limitado para a finalização do protótipo, estes métodos passarão por um filtro baseado nos resultados das pesquisas e personas apresentadas no plano estratégico. A estrutura do *site* possibilitará acrescentar novos métodos e funcionalidades.

3.2.1 Requisitos de Conteúdo

Os requisitos de conteúdo são relacionados às jornadas do usuário definidas no plano estratégico e estão divididos por seção do *site*. Os requisitos foram segmentados entre conteúdo e funcionalidades, sendo conteúdos os que dizem respeito às seções, páginas e informações do site, e funcionalidades, as funções que o site possibilitará ao usuário. Por último, são apontados requisitos desejáveis, caso haja a possibilidade dentro do tempo do projeto, para o protótipo de alta fidelidade. A figura 10 apresenta os requisitos, facilitando sua visualização e validação durante as próximas etapas do projeto.

Figura 10 - Requisitos de Conteúdo



Requisitos de Conteúdo

CONTEÚDO
 FUNCIONALIDADE

PÁGINA INICIAL

- Informações sobre o site e suas funcionalidades em formatos de cards;
- Acesso rápido aos métodos.
- Campo de busca aberta.

MENU

- Acesso à página inicial, área do usuário, métodos separados por categoria e/ou fase do processo criativo.
- Sobre o site.

CONTEÚDO

- Campo de busca aberta;
- Lista de métodos por etapa do processo criativo;
- Passo a passo;
- Templates em aplicações externas;
- Informações complementares e referências;
- Comentários de outros usuários;
- Opção de favoritar;

ÁREA DO USUÁRIO

- Login;
- Ferramentas favoritas;
- Criação de agenda de evento criativo;
- Comentar em outras ferramentas;
- Adicionar ou criar método próprio;

REQUISITOS DESEJÁVEIS

- Conteúdos textuais em formato de blog/artigos;
- Integração à agendas pessoais (Google, Outlook, etc.);
- Área dos usuários para compartilhar ferramentas;
- Criação de agenda personalizada com tempo e tamanho da equipe ajustáveis;

Fonte: Elaborado pela autora.

3.2.2 Requisitos Estéticos

Os requisitos estéticos do projeto foram definidos com base nos objetivos do site, na análise de sites semelhantes e por meio de aprendizados obtidos em consultas a usuários potenciais.

O principal direcionamento estético deste projeto está relacionado à expressão cultural do Brasil, e, com ele, o design vernacular brasileiro. Porém, este projeto se trata de uma interface digital que visa a informação e aprendizado de determinados públicos. Portanto, utilizará ainda de boas práticas de usabilidade.

Para que as informações sejam claras, a hierarquia tipográfica do *site* é um requisito importante, fazendo uso de diferentes pesos e tamanhos de tipografias em títulos, subtítulos, seções e textos. Sugere-se também o uso de duas famílias tipográficas, sendo uma para títulos, que permita maior versatilidade de estilos, podendo-se apropriar de fontes *display*, que reforce a característica vernacular, e uma família de fontes para textos que possua boa legibilidade e padronização da informação, dando preferência para fontes *sans serif* em peso regular ou *light*.

Os estilos visuais se baseiam na análise de similares em forma, e na vertente de design vernacular, mas podem apresentar variações em *links* externos como os *templates*, por possuírem limitações relacionadas à ferramenta utilizada e a finalidade dos mesmos.

Na figura 11, é possível visualizar a tabela de requisitos estéticos.

Figura 11 - Requisitos Estéticos



Requisitos Estéticos

CORES E GRAFISMOS

- Uso de cores vibrantes e grafismos;
- Iconografia e símbolos como apoio para informações textuais;
- Vertente do design vernacular como estilo visual principal;
- Uso de recursos da cultura popular brasileira como recurso visual.

TIPOGRAFIA

- Uso de tipografia como recurso visual;
- Open Fonts;
- Legibilidade da tipografia e hierarquia bem definida.

LAYOUT

- Espaços de respiro entre as informações;
- Visualização dos métodos em cards.

PAINEL VISUAL



The visual panel is a dense collage of various design elements. It includes:

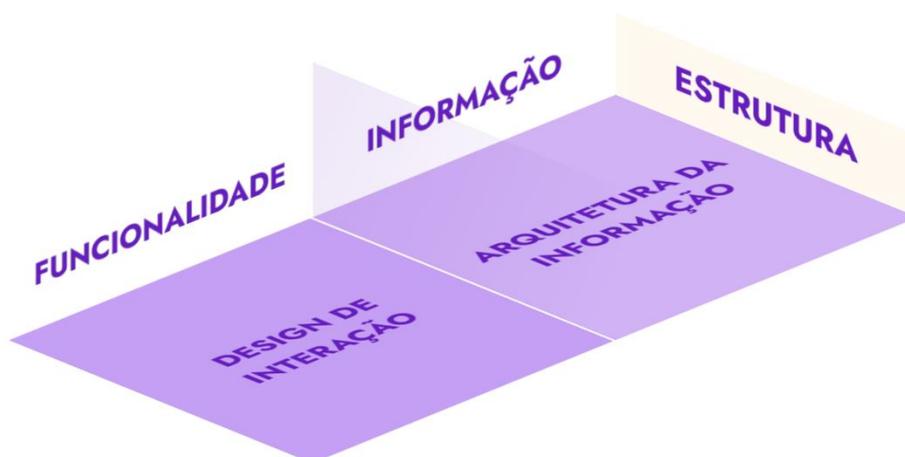
- Colorful text blocks in various fonts and sizes, such as 'NOW GET IT' in large blue letters on a yellow background.
- Graphic elements like a green starburst shape and a blue circle.
- Icons and symbols, including a green circle with a white dot and a blue circle with a white dot.
- Text cards with phrases like 'Hello This is Eric Lynn Eng.', 'My Day Off', and 'This Would be a Great Time'.
- Backgrounds with patterns and colors, such as a yellow background with a blue circle and a green background with a white circle.
- Various other text elements and graphics, including 'PARAISO DAS FRUTAS', 'MILAGRE DA CASTINGA', and 'How I'm busy'.

Fonte: Elaborado pela autora.

4. ESTRUTURA

Após a definição dos requisitos de conteúdo e requisitos estéticos, inicia-se a construção da estrutura do *site*, onde apresentam-se a lista de páginas e funcionalidades do protótipo. A etapa de Estrutura consiste na estruturação de todos os requisitos apontados anteriormente, dando início às etapas mais concretas da metodologia. A linha entre o abstrato e concreto ainda estará borrada, mas as decisões tomadas neste momento repercutirão visualmente nas próximas etapas (GARRETT, 2010).

Figura 12 - Plano de Estrutura



Fonte: Adaptado pela autora.

A estrutura foi construída para que o *site* sirva como um repositório funcional de métodos de criação colaborativa, de forma que a interface possibilite que o mesmo seja constantemente atualizado.

É importante ressaltar que a construção do mapa do *site* foi realizada em paralelo com a realização do protótipo de baixa fidelidade (*wireframes*), que corresponde à próxima etapa da metodologia.

Para a organização da informação e do fluxo de navegação, foi utilizada a abordagem hierárquica de arquitetura da informação, que consiste em páginas *mãe* que comportam outras páginas e funcionalidades *filhas*. Apesar de se tratar de uma abordagem hierárquica, é fundamental para o usuário que o mesmo tenha liberdade

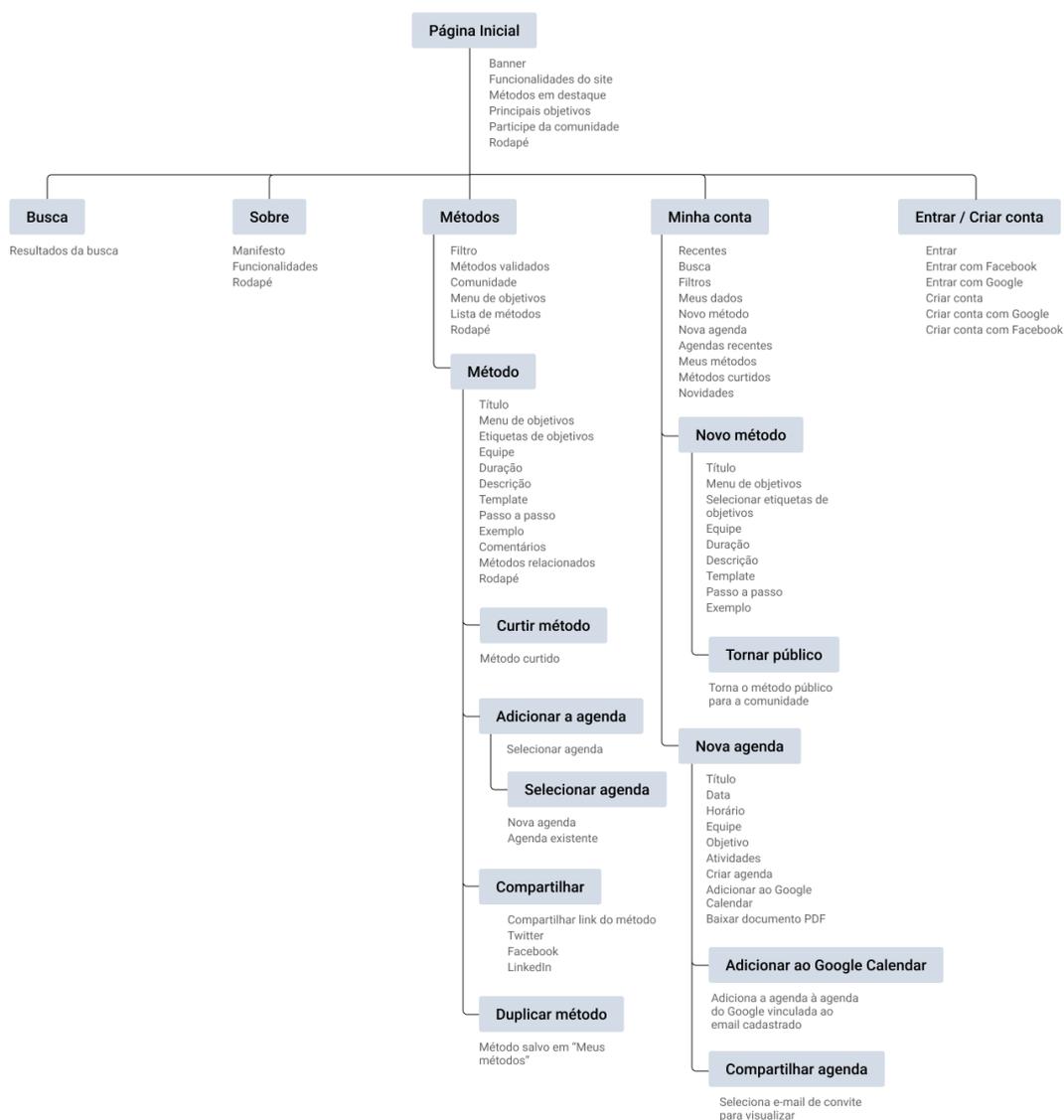
para decidir retornar e iniciar outro fluxo de navegação ou cancelar uma ação, sem colocá-lo em becos sem saída, como menciona o princípio Controle e Liberdade do Usuário, das Heurísticas de Usabilidade³ de Jacob Nielsen (1994).

Buscando uma navegação mais direta, optou-se por organizar os métodos através de seus objetivos, sem que, obrigatoriamente, necessitem delimitá-los dentro de etapa de metodologias já existentes. Desta forma, permite-se maior liberdade na utilização dos métodos pelos usuários do *site*.

Para visualizar o mapa do *site*, criou-se um fluxograma de arquitetura da informação, que se encontra na figura 13.

³ Os 10 princípios gerais de Jakob Nielsen para design de interação. Eles são chamados de "heurísticas" porque são regras gerais e não diretrizes de usabilidade específicas.
<<https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>>

Figura 13 - Mapa do Site



Fonte: Elaborado pela autora.

Partindo de uma página inicial (*home*), o *site* indica cinco opções de caminhos que são acessíveis através de um menu fixo no topo de todas as páginas. O acesso inicia na página inicial que indica as funcionalidades do *site* e apresenta os métodos em destaque.

Na função de “Busca”, é possível pesquisar por palavras-chave que encontrem resultados desejados, sejam eles métodos ou mesmo funcionalidades do *site*.

Na página “Sobre”, o usuário encontra o manifesto criado pela autora e pode também acessar as funcionalidades do *site*.

Na página “Métodos”, encontram-se, em formato de *cards*, todos os métodos até então publicados no *site* e na Comunidade, onde há um repositório de métodos não verificados, ou seja, propostos por usuários do *site*, sem comprovações bibliográficas, mas que podem ser acessados por qualquer visitante. Tanto para os métodos verificados, quanto para os métodos da comunidade, há um menu lateral que lista métodos por objetivos, e um filtro que busca métodos por duração e quantidade de participantes sugeridos para a dinâmica que está sendo apresentada.

Ao acessar um método, o usuário ainda consegue acessar o menu de objetivos. Além disso, visualiza todas as informações do método: Título, objetivo, duração, quantidade de participantes, passo a passo, exemplo e possíveis templates. É possível adicionar e visualizar comentários sobre o método, que endossem discussões e relatem experiências sobre o uso do método, e, caso o mesmo tenha feito *login*, pode compartilhar em redes sociais ou através de links, duplicar métodos para o repositório pessoal como um método editável, adicionar a uma agenda de evento e curtir o método, salvando em seu repositório de métodos verificados.

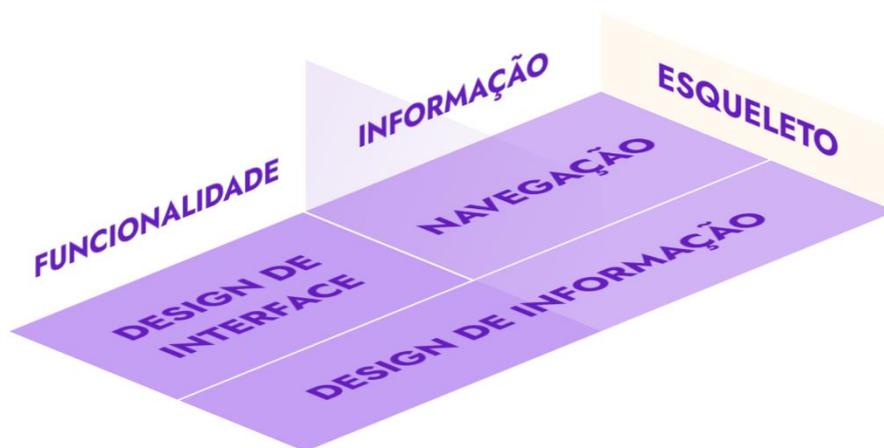
Em “Minha Conta”, o usuário tem acesso a todos os métodos curtidos por ele e pode planejar agendas de eventos, criar e editar métodos que o mesmo utiliza, escolhendo se os métodos serão vistos pela comunidade ou apenas por ele.

Já, em “Entrar/Criar conta”, o usuário pode efetuar *login* ou criar uma conta no *site* para ter acesso às funcionalidades citadas anteriormente.

5. ESQUELETO

O plano de Esqueleto aborda as informações organizadas no plano de estrutura atribuindo forma a elas, e acrescentam-se detalhes e componentes de interface.

Figura 14 - Plano de Esqueleto



Fonte: Adaptado pela autora.

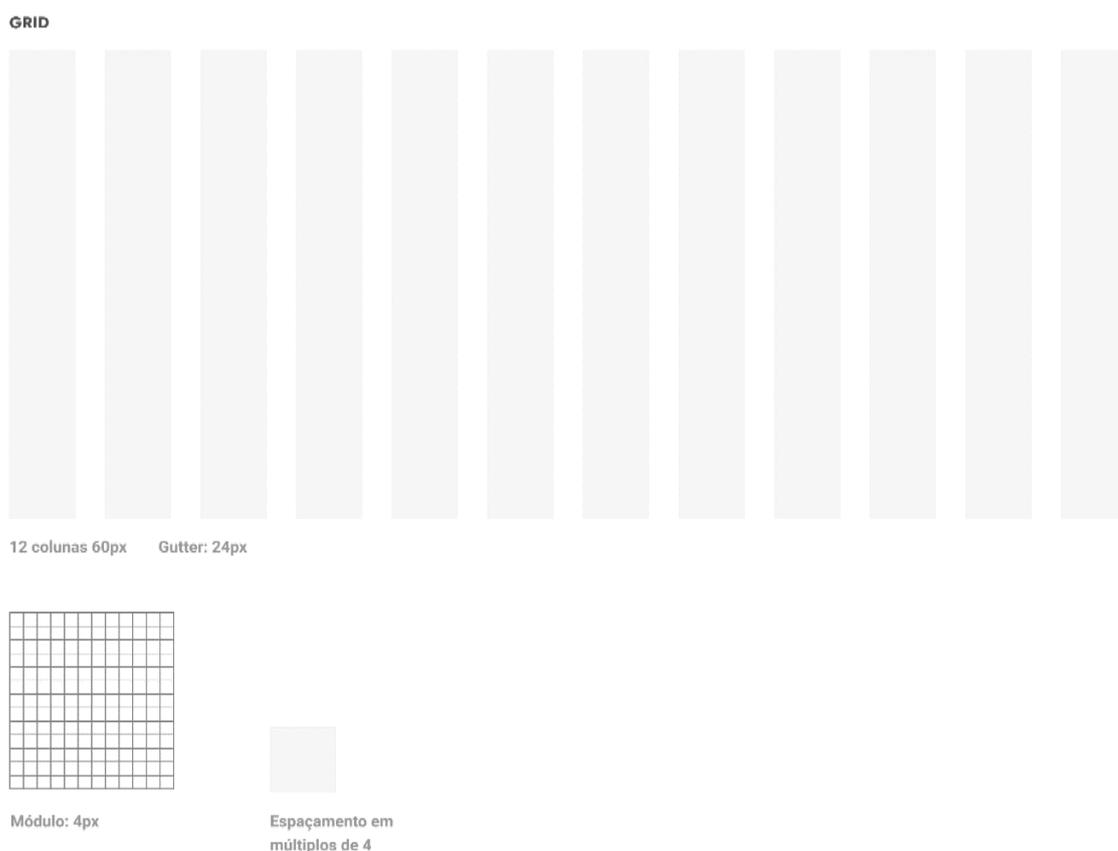
Nos *wireframes* (protótipos de baixa ou média fidelidade), foram considerados os aspectos de organização de componentes, considerando sua hierarquia e formato inicial. A estrutura final pode ser alterada e não foram levados em conta os aspectos de conteúdo, tipografia, iconografia ou cores, pois estes fazem parte do plano de superfície.

Ainda faz-se necessário ressaltar que as telas foram desenvolvidas para uma interface *desktop*, levando em conta o tempo para execução do projeto e a complexidade de execução das tarefas previstas em dispositivos com telas reduzidas. Portanto, as adaptações para dispositivos *mobile* serão consideradas em uma etapa posterior, caso o protótipo seja desenvolvido.

5.1 GRID

Para iniciar o desenvolvimento dos *wireframes*, partiu-se de um *grid* base modular junto de um *grid* de colunas para servir como apoio para a distribuição de elementos. Este mesmo *grid* pode ser utilizado posteriormente em dispositivos mobile, para isso, basta utilizar quatro colunas ao invés de doze. O *grid* utilizado pode ser visualizado na figura 15.

Figura 15 - Grid do Projeto



Fonte: Elaborado pela autora.

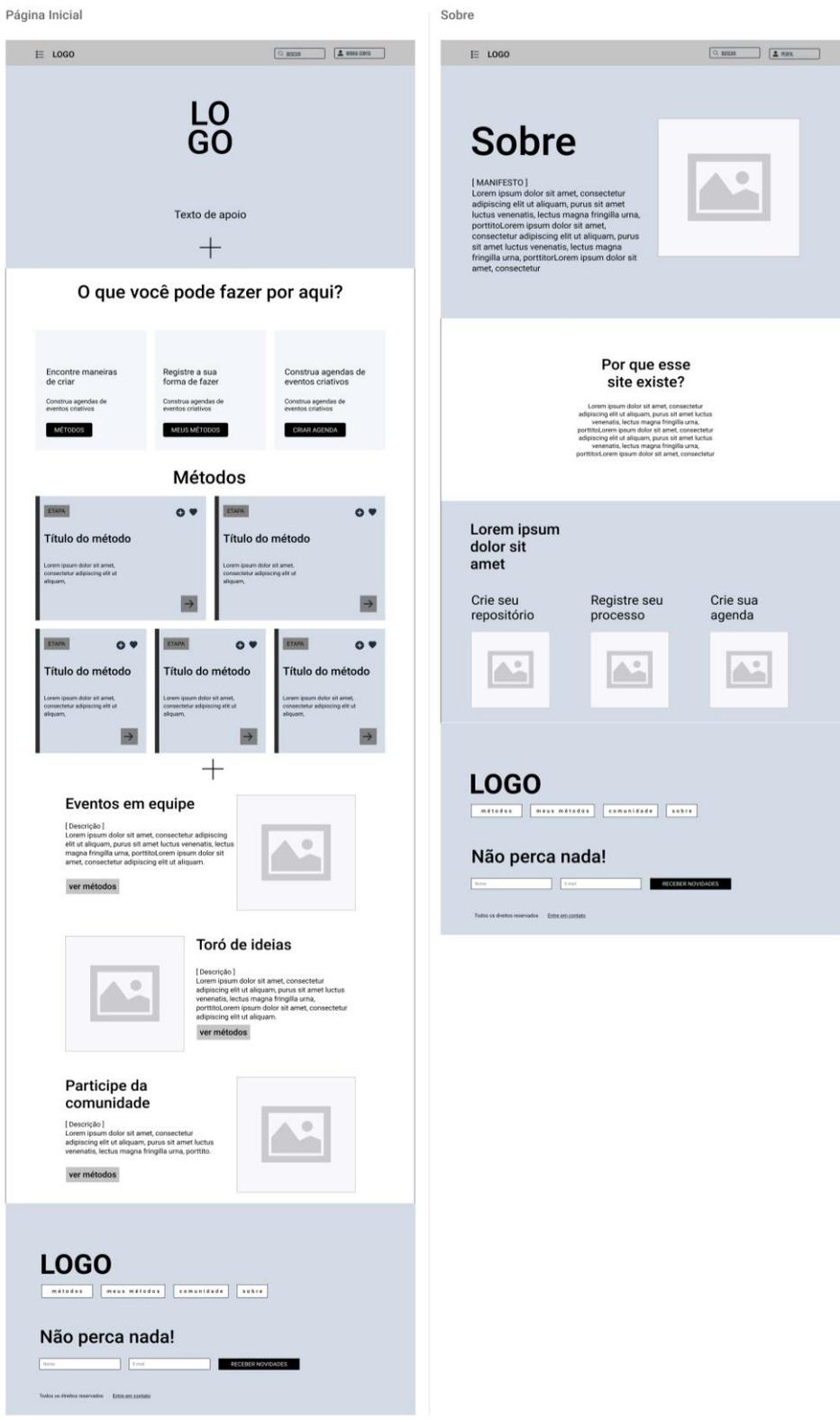
O *grid* de módulos serve como base de alinhamento para elementos maiores como textos e ícones, enquanto o *grid* de colunas é a base para *cards*, grandes textos e blocos de conteúdo das páginas.

5.1 PÁGINA INICIAL E SOBRE

A página inicial apresenta quatro seções de conteúdo. A primeira com logotipo e linha de apoio, que descreve brevemente o *site*. A segunda seção apresenta cards de funcionalidades do *site*, com botões direcionados para as páginas de cada uma delas. A terceira seção traz alguns textos com chamadas para métodos mais procurados e outras funcionalidades, como a comunidade de usuários.

A página sobre o *site* apresenta um manifesto das intenções do *site*, e relembra os cards presentes na página inicial, trazendo as funcionalidades. Desta forma, o usuário pode continuar um fluxo de navegação sem precisar utilizar o menu ou voltar para a página inicial.

Figura 16 - Wireframes Página Inicial e Sobre



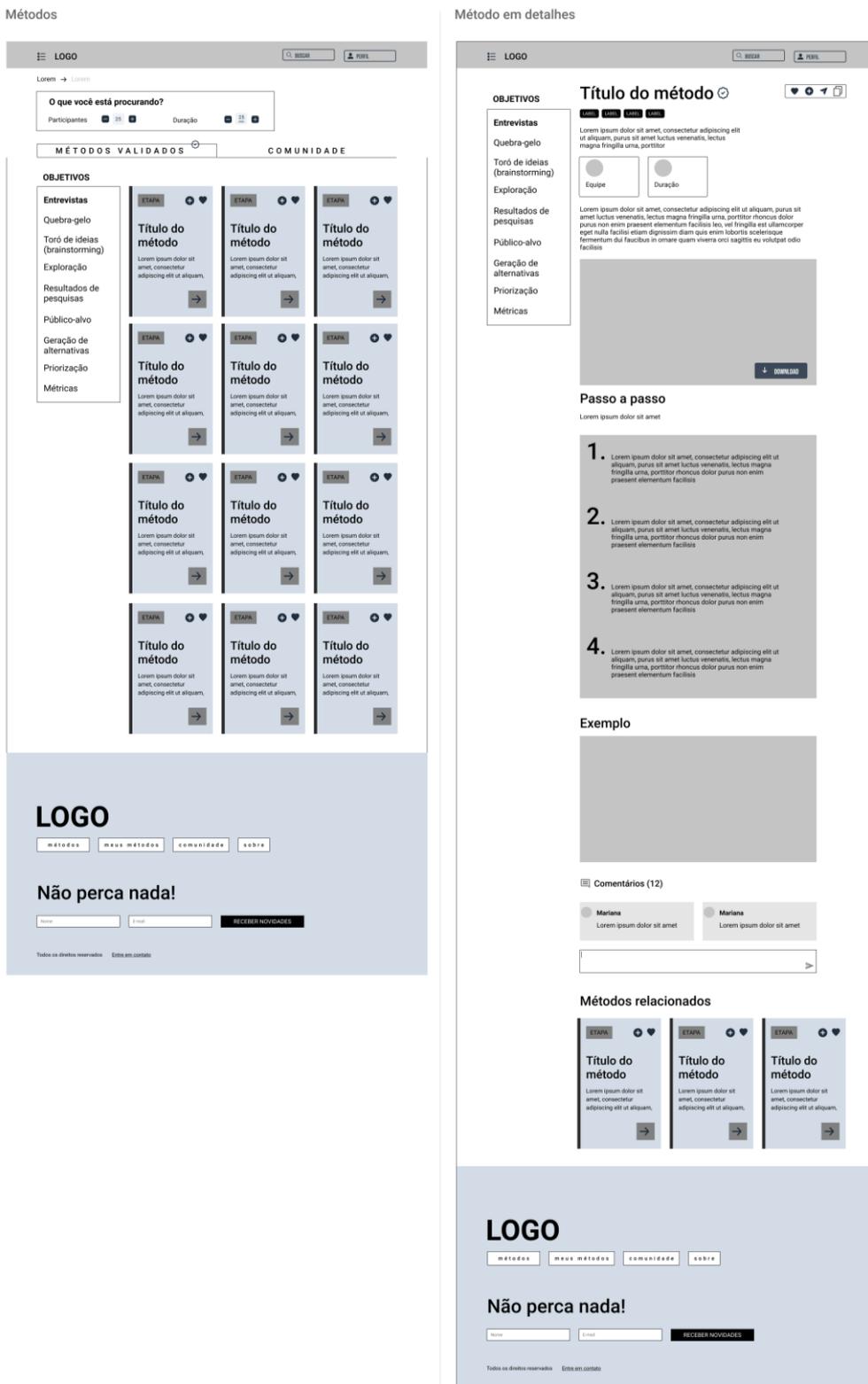
Fonte: Elaborado pela autora.

5.2 MÉTODOS

A página de métodos apresenta todos os métodos postados no *site* pelos moderadores em formato de *cards*, que são métodos presentes em bibliografias; um filtro de quantidade de participantes e duração; menu lateral de objetivos dos métodos; e uma segunda aba que leva aos métodos postados por usuários na comunidade.

Ao clicar em um dos *cards*, o usuário é levado à página de um método detalhado. Nela, observa o menu lateral de objetivos, para caso queira retornar aos métodos; resumo do método, quantidade de pessoas e duração sugeridas; um *template* da dinâmica com opção de download; passo a passo; exemplo de aplicação; seção de comentários de usuários; e métodos relacionados.

Figura 17 – Wireframes Página de Métodos e Método em detalhes



Fonte: Elaborado pela autora.

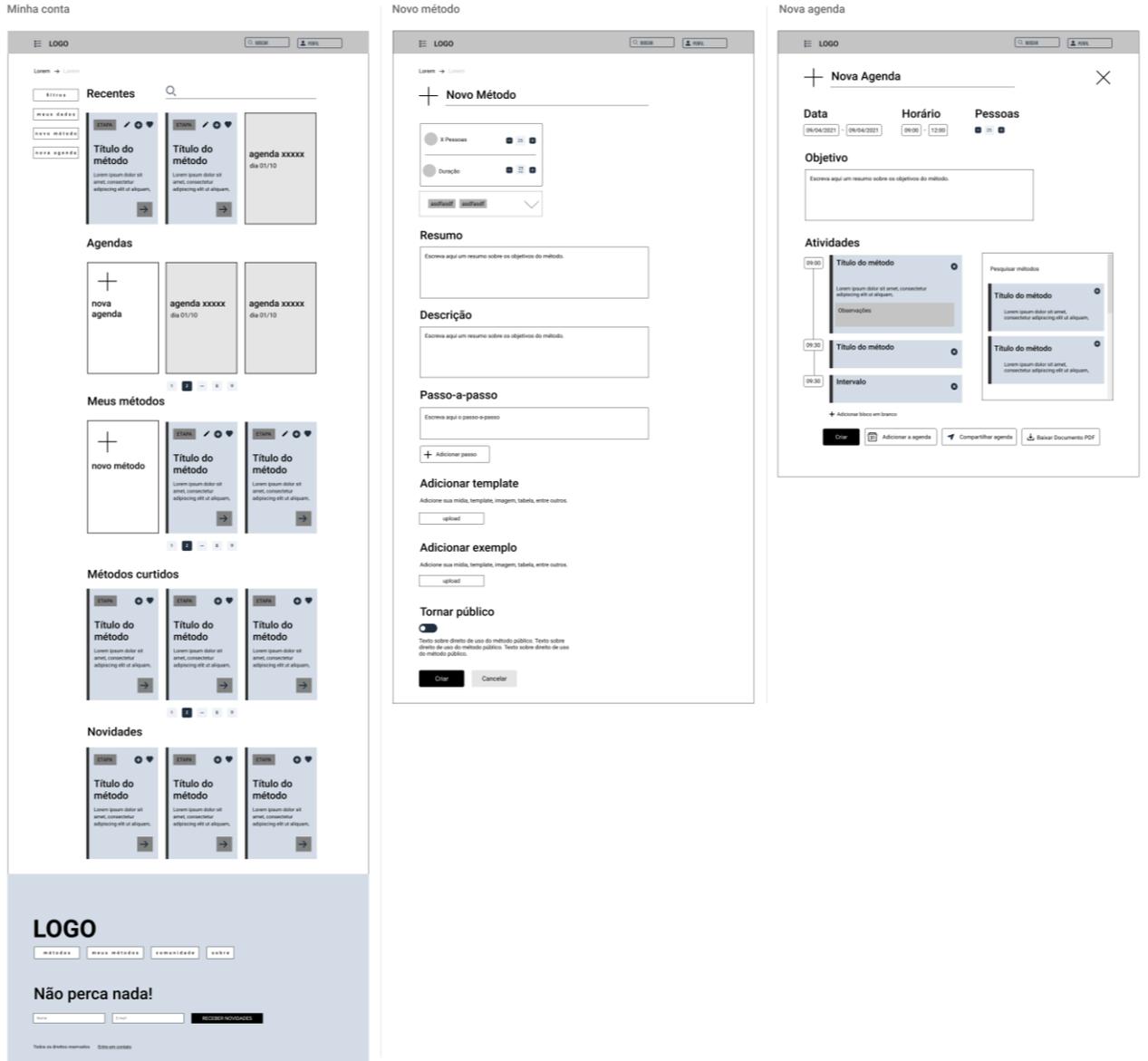
5.3 MINHA CONTA

As telas apresentadas na figura 18 são referentes às telas em que o usuário necessita ter uma conta ou efetuar *login*. Na primeira tela, o mesmo visualiza seus métodos curtidos, métodos criados pelo usuário e agendas criadas por ele. O usuário também pode criar um novo método ou agenda.

Ao clicar em Novo Método, o usuário é direcionado para uma tela em que preenche as informações sobre seu método: nome, participantes, duração, resumo, descrição, passo a passo, template, exemplo, e, por último, a opção de tornar o método público para a comunidade ou de mantê-lo visível apenas o usuário que criou.

Ao clicar em Nova Agenda, o usuário preenche o nome do evento, participantes e duração, objetivo, e escolhe os métodos que incluirá no evento através de uma opção de busca. O usuário também pode ajustar o tempo de cada atividade, criar um bloco em branco, compartilhar com outras pessoas e baixar agenda como PDF.

Figura 18 - Wireframes Minha Conta



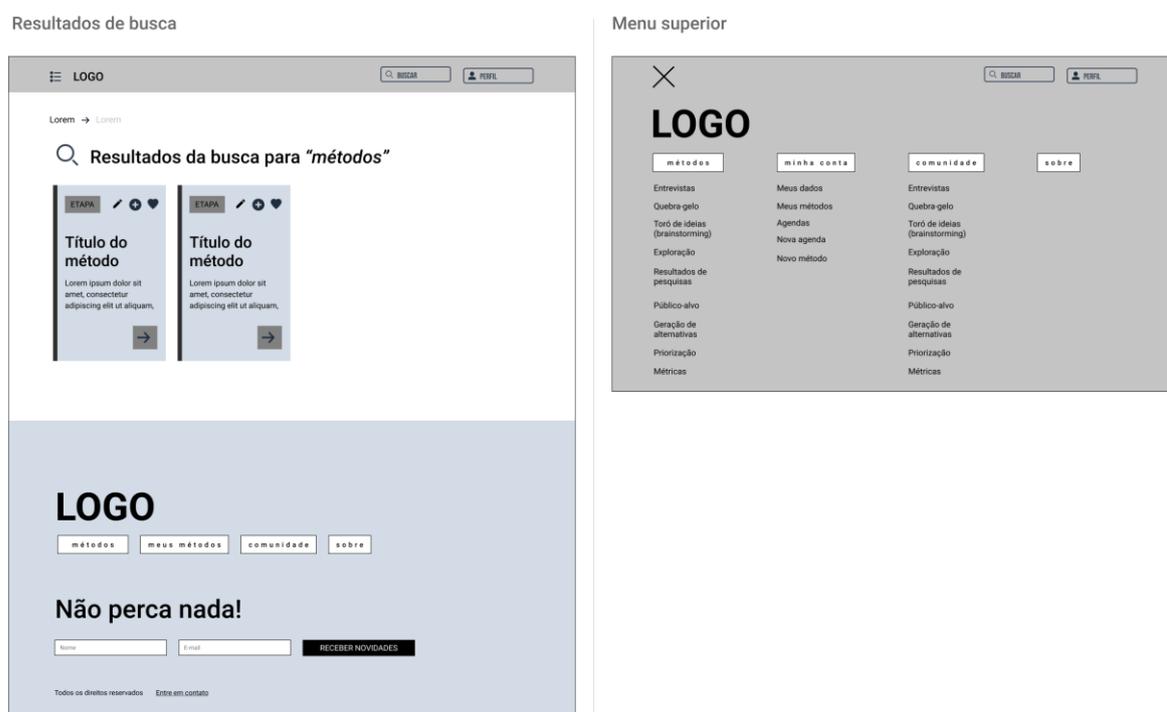
Fonte: Elaborado pela autora.

5.4 BUSCA E MENU

Na tela de busca, o usuário encontra os resultados da busca em formato de cards.

Na tela de Menu, o usuário acessa todas as funcionalidades do *site*: métodos, conta, comunidade e sobre.

Figura 19 - Wireframes Página de busca e Menu Superior



Fonte: Elaborado pela autora.

5.4 OUTRAS TELAS

A funcionalidade de compartilhar método tem a opção de compartilhamento em redes sociais e de copiar o link do método.

Na funcionalidade de compartilhar agenda, o usuário pode inserir um ou mais e-mails de acesso ao conteúdo da agenda, copiar o link ou baixar como PDF.

Na tela de *login*, o usuário pode entrar na conta que já possui com e-mail e senha, conta do Google ou Facebook. Ao lado, se for um novo usuário, ele pode criar uma conta com e-mail e senha e também com suas contas do Google ou Facebook.

Figura 20 - Wireframes Outras telas



Fonte: Elaborado pela autora.

6. SUPERFÍCIE

Para Garrett (2010), este plano delimita o Design Sensorial. No plano anterior, era delimitada a organização da página, enquanto neste plano, o que está em foco é como essas informações serão apresentadas. Entretanto, não significa que as informações organizadas no plano de Esqueleto sejam permanentes, pois foram percebidas possíveis mudanças e melhorias na organização dos elementos nas páginas, bem como, páginas não previstas na etapa de Esqueleto.

O plano de superfície apresenta o protótipo das páginas em alta fidelidade, com estilos tipográficos, cores, nome, iconografia, grafismos e componentes definidos.

Figura 21 - Plano de Superfície



Fonte: Elaborado pela autora.

Para cada página, serão comentadas as mudanças em relação aos *wireframes* apresentados na etapa de Esqueleto.

Foram realizados testes de usabilidade para validar a proposta de protótipo através de um protótipo navegável na plataforma Figma⁴. Os resultados dos testes serão descritos e comparados a primeira versão do protótipo.

Por fim, este capítulo apresentará um guia de estilos (*styleguide*) do *site*.

⁴ Plataforma colaborativa e gratuita usada para o desenvolvimento de layouts dos protótipos de interface.

6.1 NAMING

O processo de escolha do nome do projeto foi guiado pela Brand Naming Process, uma metodologia de naming baseada em design (VEIGA, 2016).

Figura 22 - Diagrama de Brand Naming Process



Fonte: Veiga (2016)

Algumas etapas do processo foram simplificadas para se adequarem ao prazo e formato remoto, sendo assim, o processo foi realizado através de um mapa mental, brainstorming realizado individualmente e votação em dupla com um voluntário, onde foi possível selecionar uma alternativa que contemplou todos os conceitos.

Os conceitos escolhidos foram: Acessível, Vernacular e Colaborativo.

Figura 23 - Mapa mental de Naming



Fonte: Elaborado pela autora.

Cada participante teve um minuto cronometrado para escrever palavras relacionadas aos conceitos definidos anteriormente.

Figura 24 - Brainstorming de Naming



Fonte: Elaborado pela autora.

O nome escolhido foi *Bololô*, uma gíria para aglomeração e agitação. Para facilitar o entendimento acerca das funcionalidades do *site*, o nome é acompanhado de uma linha de apoio: *Descubra e planeje maneiras de criar com processos de design em equipe*.

6.2 PROTÓTIPO DE ALTA FIDELIDADE

6.2.1 Página Inicial

A página inicial foi estruturada de forma que o usuário entenda as funcionalidades do *site*, seguidas de ferramentas por objetivos e um convite para participar da comunidade. Desta forma, o mesmo pode acessar todas as funcionalidades e ferramentas diretamente da página inicial e encontrar rapidamente as ferramentas por objetivo em uma busca rápida.

Os grafismos e chamadas foram desenvolvidos para que servissem como apoio ao texto e cores de cada uma das funcionalidades, trazendo apelo lúdico e descontraído. Os grafismos possuem funções determinadas: o olho para visualização de ferramentas do *site*; a lâmpada para registro de ferramentas próprias do usuário; a mão para construção de eventos criativos; o grafismo de vários olhos para a comunidade e, por último; a junção destes elementos no topo da página inicial e sobre com linhas em formatos de nó, que remetem à aglomeração, descontração, união que fazem parte do processo de criação.

Os botões possuem indicações claras das ações, evitando textos como “veja mais”, reforçando a linguagem acessível e diminuindo as dúvidas sobre o caminho que o botão levará.

Figura 25 - Página Inicial

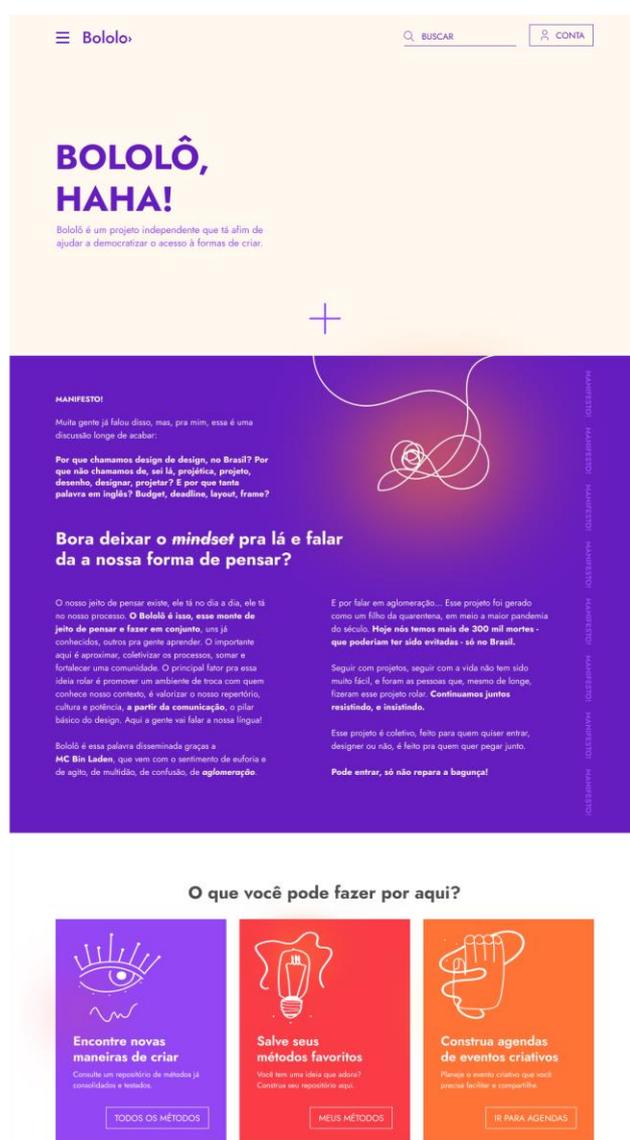


Fonte: Elaborado pela autora.

6.2.2 Sobre

A página de Sobre é semelhante à estrutura da página inicial, mas apresenta um manifesto escrito pela autora, que sintetiza as intenções do projeto. Em seguida, retoma as funcionalidades do *site*, a fim de facilitar a navegação do usuário para outras páginas.

Figura 26 - Página Sobre

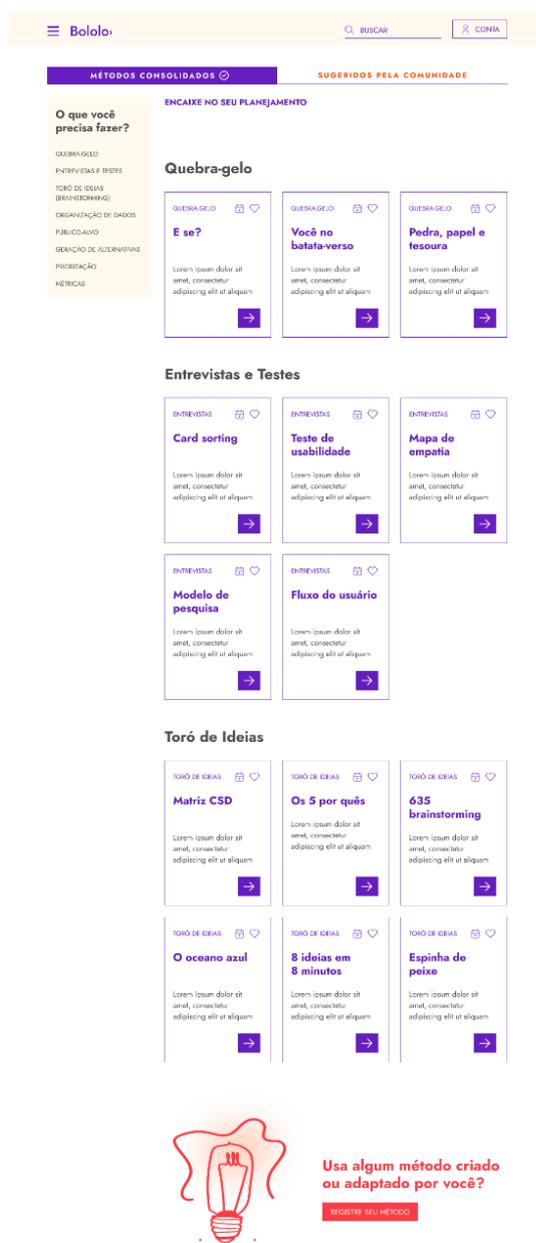


Fonte: Elaborado pela autora.

6.2.3 Página de ferramentas e comunidade

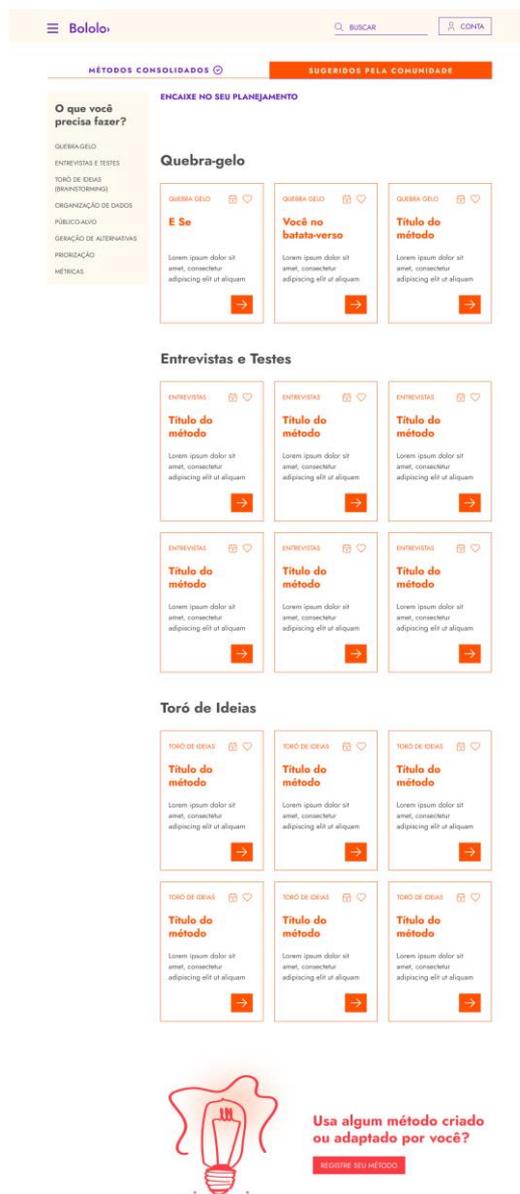
Para facilitar a navegação, o sistema de abas permaneceu como recurso nestas páginas. Foi acrescentado um botão de “Registre seu método”, reforçando a ideia de repositório e comunidade do *site*. Retirou-se o filtro desta etapa para diminuir o volume de informações.

Figura 27 - Repositório de Ferramentas



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 28 – Repositório da Comunidade



Fonte: Elaborado pela autora.

6.2.4 Página de ferramenta

Ao clicar em um card, o usuário é direcionado para a página de visualização dos detalhes da ferramenta. As mudanças na página foram relacionadas aos espaços de respiro entre as informações.

Figura 29 - Página da ferramenta detalhada

Bololo

TOMO DE IDEAS

Matriz CSD

Permite encontrar respostas sobre o futuro do projeto, de uma forma mais visual.

3 PESSOAS 25 MINUTOS

O QUE É?

Criada pelo brasileiro Luis Alt, a Matriz CSD — Certezas, Suposições e Dúvidas — é uma ferramenta que reúne pensamento sobre um projeto e os organiza para visualizar possíveis problemas e objetivos. Desempenha-se por meio de três colunas:

- **O que nós já sabemos a respeito?** (Quais são as nossas habilidades? Que o que sabemos sobre?)
- **Quais perguntas poderiam ser feitas?**

Certezas (o que)	Suposições (preciso saber)	Dúvidas (preciso saber se)

[BAIXAR TEMPLATE](#)

Passo a passo

1. A Matriz CSD consiste em criar três colunas no papel, numa folha, parede, com post-its ou mesmo em ferramentas online, como o Trello e o Miro. (O template acima vai te ajudar)
2. Os participantes se preparam para anotar todas as afirmações ou questões que vierem à cabeça em 7 minutos, individualmente.
3. Ao fim do tempo, o facilitador coloca todas as anotações reunidas em um quadro.
4. Cada anotação é lida em voz alta e os participantes organizam em Certezas (o que já se sabe, apontando a fonte da informação), Suposições (hipóteses sobre o projeto ou problema) e Dúvidas (perguntas ou afirmações que precisamos descobrir as respostas). Todos discutem cada uma das anotações e chegam a um consenso.
5. As suposições e dúvidas podem ser respondidas com outras dúvidas ou se tornarem objetivos do projeto. Este material também serve como consulta para retomar alguns assuntos.

EXEMPLO

Certezas (o que)	Suposições (preciso saber)	Dúvidas (preciso saber se)
<ul style="list-style-type: none"> • A equipe tem experiência com projetos de grande escala. • O cliente tem um orçamento generoso. • O mercado está em crescimento. • A equipe tem acesso a todos os recursos necessários. • O cliente tem um prazo curto. • A equipe tem acesso a todos os recursos necessários. • O cliente tem um prazo curto. 	<ul style="list-style-type: none"> • A equipe tem experiência com projetos de grande escala. • O cliente tem um orçamento generoso. • O mercado está em crescimento. • A equipe tem acesso a todos os recursos necessários. • O cliente tem um prazo curto. • A equipe tem acesso a todos os recursos necessários. • O cliente tem um prazo curto. 	<ul style="list-style-type: none"> • A equipe tem experiência com projetos de grande escala. • O cliente tem um orçamento generoso. • O mercado está em crescimento. • A equipe tem acesso a todos os recursos necessários. • O cliente tem um prazo curto. • A equipe tem acesso a todos os recursos necessários. • O cliente tem um prazo curto.

Comentários (12)

MARIANA
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostris

MARCELO AUGUSTO
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostris

REFERÊNCIAS

referencia <https://umbora.com/matriz-csd/>

Métodos relacionados

TOMO DE IDEAS

O oceano azul

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit ut aliquam

[→](#)

TOMO DE IDEAS

635 brainstorming

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit ut aliquam

[→](#)

TOMO DE IDEAS

8 ideias em 8 minutos

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit ut aliquam

[→](#)

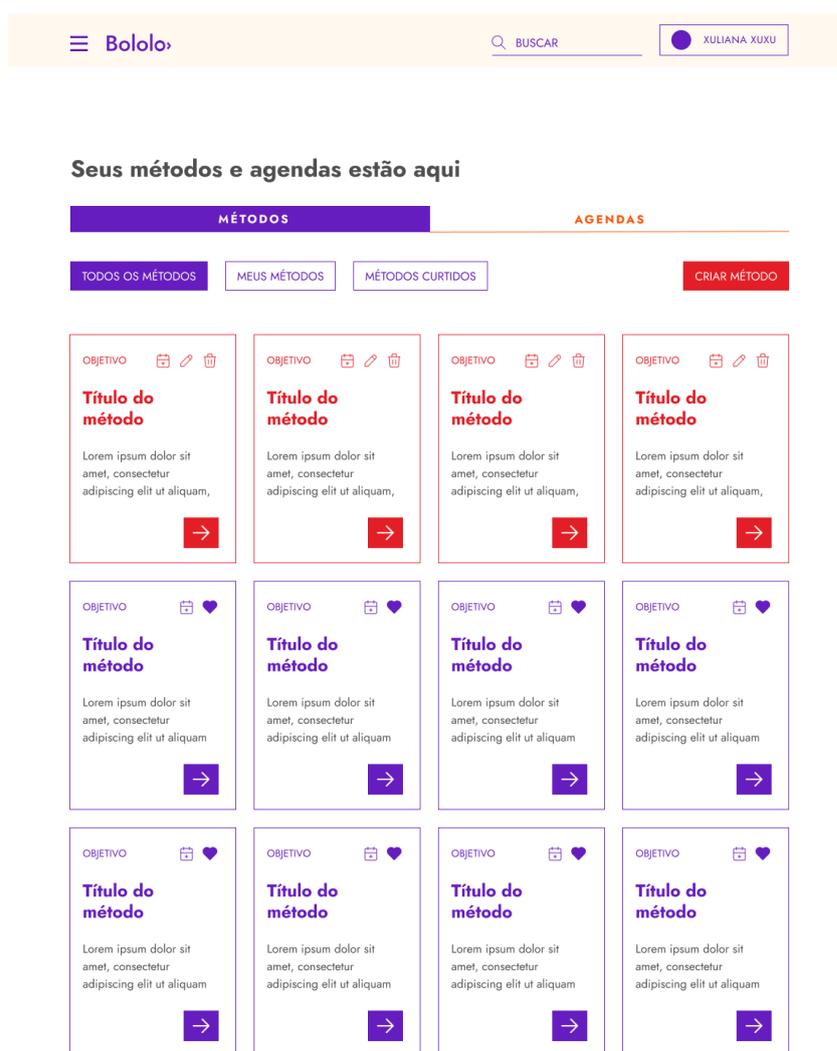
[VER TODOS OS MÉTODOS](#)

Fonte: Elaborado pela autora.

6.2.5 Página de Repositório Pessoal

Nesta página, o usuário precisa estar *logado*. A principal mudança foi a adaptação para sistema de abas, semelhante a página de ferramentas e comunidade. Desta forma, estão separadas as ferramentas de agendas de eventos. Entre as ferramentas, as que possuem cor vermelha são as criadas pelo usuário, enquanto as de cor roxa são as ferramentas *favoritadas*.

Figura 30 - Repositório Pessoal de Ferramentas



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 31 - Repositório Pessoal de Agendas

Seus métodos e agendas estão aqui

MÉTODOS AGENDAS

TODAS PRÓXIMAS CRIAR AGENDA

DIA 01/10 5 PESSOAS 25 MINUTOS

Criação de personas

Objetivo de criar personas em grupo com stakeholders do projeto.

DIA 01/10 5 PESSOAS 25 MINUTOS

Criação de personas

Objetivo de criar personas em grupo com stakeholders do projeto.

DIA 01/10 5 PESSOAS 25 MINUTOS

Criação de personas

Objetivo de criar personas em grupo com stakeholders do projeto.

DIA 01/10 5 PESSOAS 25 MINUTOS

Criação de personas

Objetivo de criar personas em grupo com stakeholders do projeto.

DIA 01/10 5 PESSOAS 25 MINUTOS

Criação de personas

Objetivo de criar personas em grupo com stakeholders do projeto.

DIA 01/10 5 PESSOAS 25 MINUTOS

Criação de personas

Objetivo de criar personas em grupo com stakeholders do projeto.

Fonte: Elaborado pela autora.

6.2.6.1 TELA DE ESTADO VAZIO (PRIMEIRO USO)

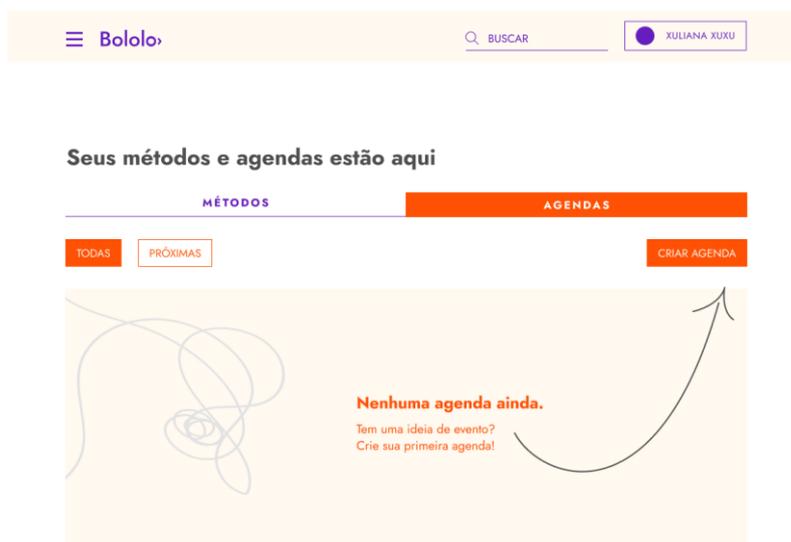
Páginas de ferramentas e agendas caso o usuário seja novo no *site* e tenha acabado de efetuar *login*.

Figura 32 - Estado Vazio do Repositório de Ferramentas



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 33 - Estado Vazio do Repositório de Agendas



Fonte: Elaborado pela autora.

6.2.6 Criação de ferramentas e agendas de eventos

Nestas páginas, o usuário pode criar suas ferramentas e agendas. Foram realizadas poucas mudanças em relação aos *wireframes*. Foi acrescentada uma nova tela de agenda criada, com as possibilidades de compartilhar e exportar como um documento *pdf*.

Figura 34 - Página de Criação de Ferramenta

☰ Bololo
🔍 BUSCAR
👤 CONTA

+ Novo Método

INFORMAÇÕES SOBRE SEU MÉTODO

Participantes

2 50+

Duração

1min 120min+

Objetivo

TORO DE IDEIAS ▼

RESUMO

Escreva aqui um resumo sobre os objetivos do método.

O QUE É?

Escreva aqui, com mais detalhes, o que é o método e quais seus objetivos, em que momentos pode ser utilizado e outras informações que julgar relevantes.

ADICIONAR TEMPLATE

Adicione sua mídia, template, imagem, tabela, entre outros.

↓ FAZER UPLOAD

Passo a passo

Escreva aqui o passo a passo para a execução e facilitação do método.

+ ADICIONAR PASSO

EXEMPLO

Adicione sua mídia, template, imagem, tabela, entre outros.

↓ FAZER UPLOAD

REFERÊNCIAS

Adicione links ou nomes de autores (caso houver).

Tornar público

Deixando este botão ativado, você disponibiliza seu método para ser visualizado pela Comunidade do Bololo. Os usuários poderão utilizar seu método e saberão que foi você quem sugeriu esta forma de criar.

CRIAR MÉTODO

CANCELAR

Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 35 - Página de Criação de Agenda

☰ Bololo
🔍 BUSCAR
👤 CONTA

+ Nova Agenda

INFORMAÇÕES SOBRE SEU ENCONTRO OU EVENTO

 Participantes

2 50+

 Data e hora

12/03/2021 13h30

 Duração

30min 10h+

OBJETIVO

Escreva um resumo dos objetivos do encontro. Por que ele existe? Qual o momento do projeto?

RESULTADOS ESPERADOS

O que este encontro vai produzir? Quais são os entregáveis?

Atividades previstas

Aqui você pode pesquisar por métodos ou dinâmicas que fazem sentido para o seu evento criativo. Você pode alterar a ordem das atividades ao arrastar o método e também ajustar a duração de cada dinâmica individualmente logo abaixo do horário de início.

09:00

00:15 +

PÚBLICO-ALVO

Matriz CSD

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit ut aliquam,
OBSERVAÇÕES

↑ ↓ 📄 🗑️

09:15

00:30 +

PÚBLICO-ALVO

Mapa de empatia

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit ut aliquam,
OBSERVAÇÕES

↑ ↓ 📄 🗑️

🔍 Persona

+ ADICIONAR BLOCO EM BRANCO

+

PÚBLICO-ALVO

Personas

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit ut aliquam,

+

PÚBLICO-ALVO

Mapa de empatia

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit ut aliquam,

+

PÚBLICO-ALVO

Teste de Usabilidade

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit ut aliquam,

CRIAR AGENDA

CANCELAR

Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 36 - Agenda Criada

Bololo BUSCAR CONTA

Criação de Personas

12 Participantes | 12/03/2021 13h:30 | 3 horas de duração

OBJETIVO | **RESULTADOS ESPERADOS**

Organizar informações de entrevistas com usuários e, juntos, criar uma primeira versão de personas do produto. | Um número ainda indefinido de personas com foto, nome e características.

Atividades previstas

09:00 | TORÓ DE IDEIAS
15 MIN
Matriz CSD
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit ut aliquam,
OBSERVAÇÕES

09:00 | ENTREVISTAS
15 MIN
Mapa de empatia
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit ut aliquam,
OBSERVAÇÕES

09:00 | ENTREVISTAS
15 MIN
Personas
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit ut aliquam,
OBSERVAÇÕES

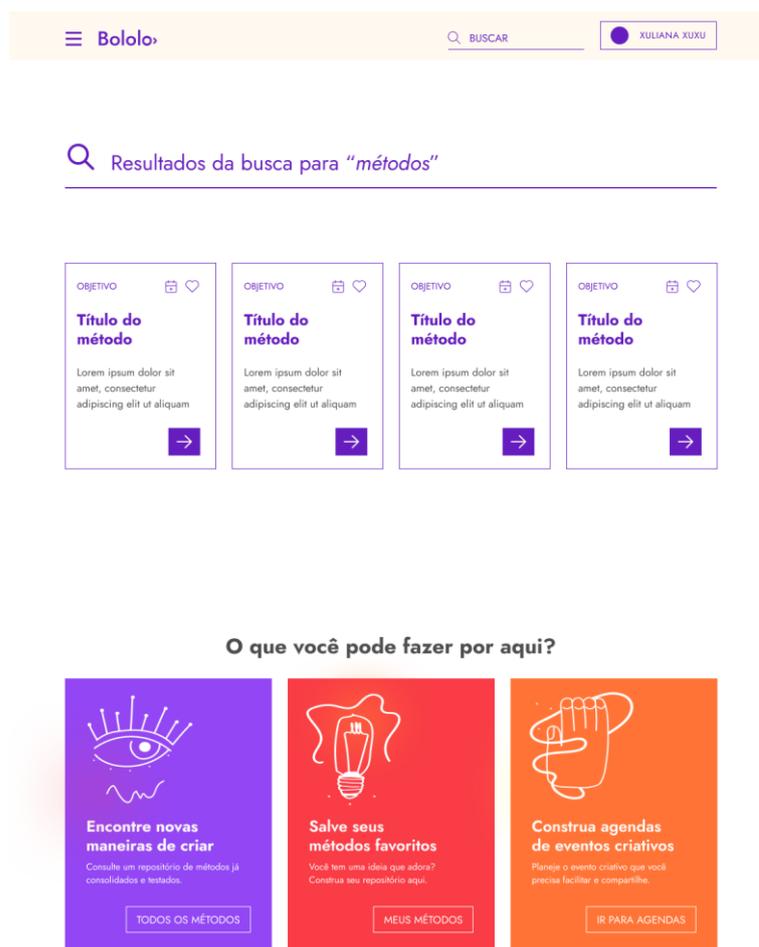
[BAIXAR PDF](#) | [ADICIONAR AO CALENDAR](#) | [VOLTAR PARA AGENDAS](#)

Fonte: Elaborado pela autora.

6.2.7 Outras telas

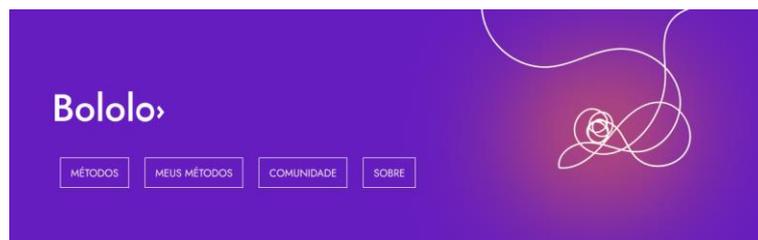
A tela de busca e o componente de menu se mantiveram consistentes a partir da estrutura dos *wireframes*. Foi acrescentada a tela de “Editar Perfil”, antes não prevista pelos *wireframes*. As demais telas apresentadas anteriormente como *wireframes* foram incluídas como componentes e estão presentes no *style guide*.

Figura 37 - Página de Busca



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 38 - Menu



Fonte: Elaborado pela autora.

Figura 39 - Tela de Login

The image shows a login screen for the Bololo app. The background is a light beige color. At the top left, there is a grey back arrow icon. In the center, the text 'Bora?' is displayed in a large, bold, black font. Below this, the screen is divided into two columns by a vertical line. The left column is titled 'Entrar' in bold purple text. It contains two white input fields for 'E-mail' and 'Senha'. Below these fields is a link 'Esqueceu a senha?' and a purple button labeled 'CONTINUAR'. At the bottom of this column are two social login options: 'Entrar com o Facebook' and 'Entrar com o Google', each with its respective icon. The right column is titled 'Criar Conta' in bold purple text. It contains two white input fields for 'E-mail' and 'Senha'. Below these fields is a purple button labeled 'COMEÇAR'. At the bottom of this column are two social login options: 'Criar conta com o Facebook' and 'Criar conta com o Google', each with its respective icon.

Fonte: Elaborado pela autora.

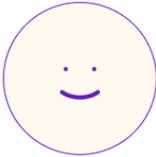
Figura 40 - Editar Perfil

⌵ Bololo

🔍 BUSCAR

XULIANA XUXU

← Editar Perfil

 ALTERAR

NOME: Vanessa

SOBRENOME: Mendes

NOME DE USUÁRIO: @

E-MAIL: xuxu@xuxu.com.br

SENHA: *****

SAIR EXCLUIR CONTA

Fonte: Elaborado pela autora.

6.3 TESTES DE USABILIDADE E ACESSIBILIDADE

Os testes de usabilidade são, junto à pesquisa contextual, os mais adequados para verificar se o público-alvo consegue usá-lo da forma que planejamos, e, através dos testes, é possível identificar problemas, categorias confusas e quais elementos funcionam e quais não funcionam, possibilitando a melhora das características e funcionalidades (HENRIQUES, PILAR E IGNÁCIO, 2020).

Para esse teste, foi utilizado o protótipo de alta fidelidade com interações através do Figma. Os participantes foram recrutados de acordo com o público-alvo determinado no plano de Estrutura. Dos cinco participantes, um deles possui daltonismo e recebeu um teste voltado para acessibilidade e legibilidade das informações, enquanto os outros quatro participantes receberam cinco tarefas a serem cumpridas ao interagir com o protótipo do *site*.

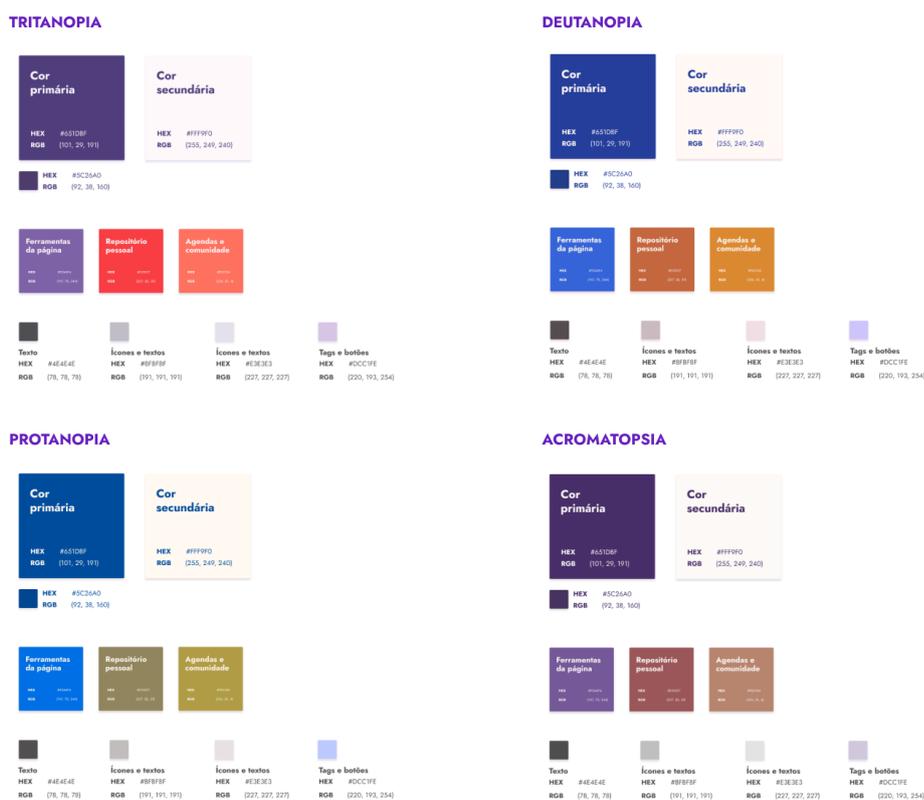
6.3.1 Testes de Acessibilidade

Os testes de acessibilidade se limitaram a verificar as cores do *site* e se as mesmas contemplam pessoas daltônicas. Para isso, foi realizado um teste de usabilidade com uma pessoa portadora de daltonismo. Além disso, para contemplar todas os tipos de daltonismo, utilizou-se um *plugin* disponível no Figma, chamado Color Blind, aplicado na paleta de cores do *site*.

6.3.1.1 TESTE DE DALTONISMO

O teste de cores contemplou os quatro tipos de daltonismo: Protanopia (ausência total nos cones vermelhos), Deutanopia (ausência total nos cones verdes), Tritanopia (ausência total nos cones azuis) e Acromatopsia (incapacidade total de distinguir cores). Os resultados podem ser visualizados na figura a seguir:

Figura 41 - Teste de daltonismo



Fonte: Elaborado pela autora.

6.3.1.2 TESTE DE USABILIDADE COM PESSOA DALTÔNICA

O teste de usabilidade com uma pessoa daltônica foi estruturado para conferir se as cores possuíam diferenciação adequada no tipo de daltonismo que o mesmo possui. A tabela a seguir descreve as tarefas e observações do usuário.

Tabela 5 - Teste de Acessibilidade

TAREFA	CONCLUIU A TAREFA?	OBSERVAÇÕES/SUGESTÕES
Essa é sua primeira vez navegando por este site e precisa entender do que se trata e o que pode fazer nele. Faça essa investigação e comente.	<p> Conclui com facilidade</p> <p>Fez uma rolagem por cada seção da página inicial e conseguiu ter visibilidade das cores e uma boa legibilidade das informações.</p>	
Você quer salvar os métodos disponibilizados em um repositório de métodos. Como você executa esta ação nesse site?	<p> Conclui com dificuldade</p> <p>Concluiu que poderia ter acesso à várias ferramentas, mas ficou confuso com o fluxo de navegação para fazer login e criar método.</p>	<p><input type="checkbox"/> Alterar os textos de apoio dos cards de funcionalidades do site e comunidade para ficarem mais diretos e explicativos.</p>
Diferencie as cores da interface	<p> Conclui com facilidade</p> <p>Não teve dificuldades em diferenciar as cores da interface.</p>	

Fonte: Elaborado pela autora.

Ao final do teste, o usuário foi questionado sobre a visão geral sobre o *site*, e comunicou que não houveram dúvidas ou dificuldades em ler as informações e diferenciar as cores propostas.

6.3.2 Teste de Navegação

Os testes de usabilidade para avaliar a navegação foram separados em três etapas: a primeira com perguntas para introduzir o tema e validar a familiaridade do usuário com a proposta; a segunda com cinco tarefas pré-determinadas; e a terceira, para avaliar o desempenho geral da interface e abrir o espaço para possíveis sugestões.

6.3.2.1 TESTE DE NAVEGAÇÃO 01

Na conversa inicial, o usuário informou que hoje planeja eventos em planilhas e utiliza o Google Agenda para organizar as atividades e definir lembretes. Porém, estas ferramentas possuem limitações como: ao alterar o horário de uma atividade, precisa alterar todos os outros manualmente, o que atrasa o planejamento. Ao ser questionado sobre a procura por ferramentas, informou que busca em inglês para encontrar mais resultados, mas precisa adaptar para a cultura do Brasil. Costuma consultar livros, mas as atividades descritas nesta mídia são, geralmente, visões gerais de metodologias, sem detalhar ferramentas e dinâmicas. Não possui um *site* ou plataforma que reúne todas as ferramentas, portanto, precisa utilizar planilhas, agenda e apresentações em diferentes locais.

Tabela 6 - Teste de Usabilidade 1

TAREFA	CONCLUIU A TAREFA?	OBSERVAÇÕES/SUGESTÕES
Essa é sua primeira vez navegando por este site e precisa entender do que se trata e o que pode fazer nele. Faça essa investigação e comente.	<p> Conclui com facilidade</p> <p>Leu nome e subtítulo, e depois leu os cards de funcionalidades do site. Gostou da divisão por objetivos</p>	<p><input type="checkbox"/> Dúvida sobre a nomenclatura “método”, sugere a palavra “ferramenta”.</p>
Você está procurando por métodos de brainstorming/toró de ideias, como você faz para encontrá-los?	<p> Conclui com facilidade</p>	<p><input type="checkbox"/> Número de pessoas e duração podem ter uma descrição de que pode ser flexibilizado ou não possuem limite.</p> <p><input type="checkbox"/> Sugere um filtro com botões de + ou - com opção de digitar a quantidade de participantes e duração das atividades.</p>
Você quer salvar os métodos disponibilizados em um repositório de métodos. Como você executa esta ação nesse site?	<p> Conclui com facilidade</p>	<p><input type="checkbox"/> Ficou em dúvida sobre a opção de “todos os métodos” serem referentes ao perfil pessoal ou todo o site.</p>
Você tem um método que costuma utilizar e quer guardar no site. Como você faria isso?	<p> Conclui com facilidade</p>	<p><input type="checkbox"/> Adicionar exemplo pode estar mais perto de adicionar template;</p> <p><input type="checkbox"/> Acha que duplicar um método validado pode ser problemático e tirar a credibilidade do método apresentado.</p> <p><input type="checkbox"/> Nos objetivos, acha interessante ter a opção “outros”.</p>
Você vai facilitar um evento durante a próxima semana. Como você utilizaria o site para organizar esse evento?	<p> Conclui com dificuldade</p> <p>Após criar a agenda, teve dificuldade em visualizar quais as próximas agendas estão por vir.</p>	<p><input type="checkbox"/> Se tivesse mais de um dia, gostaria que fossem adicionados em uma agenda só.</p> <p><input type="checkbox"/> O ícone de + no título ficou com aparência de clicável, o ideal é colocar em cinza claro;</p> <p><input type="checkbox"/> Lapis de edição no campo de nome da agenda/método.</p>

Fonte: Elaborado pela autora.

Nas considerações finais, pontuou que os ângulos agudos podem passar rigidez, sugeriu leve arredondamento dos cantos. Além disso, acredita que a vibração das cores poderia diminuir para não tornar a navegação cansativa. Ao ser questionado se utilizaria o *site* com frequência, respondeu que sim, pois hoje não tem essas funcionalidades reunidas em uma plataforma, e que seria interessante incluir um sistema de lista de tarefas no planejamento de eventos, como a compra de materiais, envio de convites, entre outros.

6.3.2.2 TESTE DE NAVEGAÇÃO 02

No segundo teste, o usuário revelou durante a conversa inicial que não está satisfeito com as ferramentas apresentadas na universidade em que estuda, pois as mesmas não condizem com realidade de projetos profissionais. Ao organizar eventos, costuma colocar os dados em planilhas e documentos compartilhados. Procura por ferramentas em inglês para encontrar um volume maior de conteúdo. Além de conteúdos por busca, faz uso de livros, cursos online, a rede social Pinterest, e trabalhos acadêmicos.

Tabela 7 - Teste de Usabilidade 2

TAREFA	CONCLUIU A TAREFA?	OBSERVAÇÕES/SUGESTÕES
Essa é sua primeira vez navegando por este site e precisa entender do que se trata e o que pode fazer nele. Faça essa investigação e comente.	<p> Conclui com facilidade</p> <p>Rolou a página inicial e clicou na página de “sobre” no menu. Entende que é uma ferramenta pra listar e organizar processos, imagina que pode ter feedback de processos.</p>	<p><input type="checkbox"/> Dúvida sobre a nomenclatura “método”, sugere a palavra “ferramenta”.</p>
Você está procurando por métodos de brainstorming/toró de ideias, como você faz para encontrá-los?	<p> Conclui com facilidade</p> <p>Procuraria por métodos por objetivos na página inicial.</p>	<p><input type="checkbox"/> Gostaria de adicionar pessoas para construir processos.</p> <p><input type="checkbox"/> Ao adicionar a ferramenta em uma agenda através do card, teve dificuldades em entender a proposta da funcionalidade.</p> <p><input type="checkbox"/> Sugere diferenciar método de ferramenta e processo.</p>
Você quer salvar os métodos disponibilizados em um repositório de métodos. Como você executa esta ação nesse site?	<p> Conclui com facilidade</p>	
Você tem um método que costuma utilizar e quer guardar no site. Como você faria isso?	<p> Conclui com facilidade</p>	
Você vai facilitar um evento durante a próxima semana. Como você utilizaria o site para organizar esse evento?	<p> Conclui com dificuldade</p> <p>Procurou primeiro adicionar métodos pelo card, sem criar agenda. Ao voltar para a página inicial, fez login e começou uma nova agenda.</p>	<p><input type="checkbox"/> Texto informativo ao passar o mouse (hover) de explicação dos ícones.</p> <p><input type="checkbox"/> Usar para freela e processos individuais pra poder contabilizar horas, briefing, e falar com cliente.</p>

Fonte: Elaborado pela autora.

No questionário final, disse que acredita que o *site* possui um potencial de aumentar suas funcionalidades também para etapas individuais de processos de design e gestão de projetos. Utilizaria o *site* com frequência e acredita que faria diferença no seu dia a dia.

6.3.2.3 TESTE DE NAVEGAÇÃO 03

O usuário contou na conversa inicial que, na sua experiência com planejar eventos criativos, utilizou o Google Drive como ferramenta de organização. Costuma procurar por ferramentas em português, porém, tem dificuldade de encontrar o que deseja, tendo que pesquisar também em inglês. Utiliza como fonte de estudos cursos online, *sites* de educação de design e a rede social *LinkedIn*. Não conhece um lugar que possa construir um repositório de métodos, o que acaba por perder processos no “boca a boca”, sem as instruções mapeadas.

Tabela 8 - Teste de Usabilidade 3

TAREFA	CONCLUIU A TAREFA?	OBSERVAÇÕES/SUGESTÕES
Essa é sua primeira vez navegando por este site e precisa entender do que se trata e o que pode fazer nele. Faça essa investigação e comente.	<p> Conclui com facilidade</p> <p>Navegou pela página inicial e clicou em "meus métodos".</p>	<p><input type="checkbox"/> Cor vermelha do método em meus métodos remete a rascunho.</p> <p><input type="checkbox"/> Trazer o ícone de editar e excluir para baixo do card para não ser tão recorrente.</p>
Você está procurando por métodos de brainstorming/toró de ideias, como você faz para encontrá-los?	<p> Conclui com facilidade</p> <p>Clicou em buscar e, em seguida, explorou as ferramentas e clicou em Matriz CSD; Achou legal ter o selo de confiabilidade.</p>	<p><input type="checkbox"/> Deixar um checkbox para dar check nas etapas que já fez do passo a passo.</p> <p><input type="checkbox"/> Deixar claro que pode adaptar para mais pessoas e duração.</p> <p><input type="checkbox"/> ícone de duplicar confundido com copiar link.</p>
Você quer salvar os métodos disponibilizados em um repositório de métodos. Como você executa esta ação nesse site?	<p> Conclui com dificuldade</p> <p>Confundi o salvar com o duplicar.</p>	
Você tem um método que costuma utilizar e quer guardar no site. Como você faria isso?	<p> Conclui com facilidade</p>	<p><input type="checkbox"/> Sugere que ao adicionar passos, estes estejam numerados.</p> <p><input type="checkbox"/> Selo de método não publicado ou publicado na comunidade (Pinterest: pastas secretas).</p> <p><input type="checkbox"/> Solicitação de aprovação do moderador para publicar como método verificado.</p>
Você vai facilitar um evento durante a próxima semana. Como você utilizaria o site para organizar esse evento?	<p> Conclui com facilidade</p> <p>Aprovou os recursos de exportação da agenda como pdf.</p>	<p><input type="checkbox"/> Colocaria as agendas com data próxima antes de todas as agendas.</p> <p><input type="checkbox"/> Adicionaria um texto de orientação como "adicione mais métodos" ou "adicione atividades"</p> <p><input type="checkbox"/> Adicionar início e fim de cada atividade nos cards adicionados.</p>

Fonte: Elaborado pela autora.

Nas considerações finais, pontuou que acrescentaria um user *onboarding*⁵ sobre as funcionalidades de usuário após criar uma conta e a opção de arquivar agendas. Utilizaria o *site* em consultas pontuais e aprovou a estética.

⁵ **Onboarding de clientes** é uma implementação orientada que guia um novo **cliente** no uso de um produto ou serviço de uma empresa. <<https://resultadosdigitais.com.br/blog/onboarding-de-clientes/>>

6.3.2.4 TESTE DE NAVEGAÇÃO 04

O usuário organizou eventos criativos voltados para *branding* e costumava utilizar apresentações para organizar estes eventos. Pesquisa por ferramentas em português e utiliza os recursos de tradução de páginas para consumir os conteúdos que encontra em inglês ou outras línguas. Utiliza *sites* voltados para UX Design para consultar ferramentas, além de pesquisas gerais no Google, grupos de profissionais e registra estes links na plataforma Notion.

Tabela 9 - Teste de Usabilidade 4

TAREFA	CONCLUIU A TAREFA?	OBSERVAÇÕES/SUGESTÕES
Essa é sua primeira vez navegando por este site e precisa entender do que se trata e o que pode fazer nele. Faça essa investigação e comente.	<p><input checked="" type="checkbox"/> Conclui com facilidade</p> <p>Percorreu e leu toda a página inicial, e, em seguida, foi para o menu, ficou curiosa sobre como planejar ferramentas, mas entendeu quando leu sobre agendas. Lembrou do site do Design Sprint.</p>	<p><input type="checkbox"/> Botão de + remete a criar algo novo, e não a rolar a página.</p> <p><input type="checkbox"/> Botão de home no menu superior.</p>
Você está procurando por métodos de brainstorming/toró de ideias, como você faz para encontrá-los?	<p><input checked="" type="checkbox"/> Conclui com facilidade</p> <p>Foi no menu do site e clicou em métodos, gostou de ter pouco texto e ter template na página de ferramenta.</p>	<p><input type="checkbox"/> Na função do card de adicionar a uma agenda, imaginou que só veria uma agenda, e não mais de uma.</p> <p><input type="checkbox"/> Agenda da a ideia de dia e não de evento.</p> <p><input type="checkbox"/> Ter como repetir o mesmo método na mesma agenda.</p> <p><input type="checkbox"/> Não ve necessidade em copiar o método para editar.</p>
Você quer salvar os métodos disponibilizados em um repositório de métodos. Como você executa esta ação nesse site?	<p><input checked="" type="checkbox"/> Conclui com facilidade</p>	
Você tem um método que costuma utilizar e quer guardar no site. Como você faria isso?	<p><input checked="" type="checkbox"/> Conclui com facilidade</p> <p>Achou interessante o sistema de tags de objetivos e os ícones usados.</p>	<p><input type="checkbox"/> Slider pode deixar complicado, o ideal seria digitar por conta de acessibilidade ou exatidão do tempo.</p> <p><input type="checkbox"/> Opção de salvar como rascunho, ou sinalizar que está salvando (docs do google).</p> <p><input type="checkbox"/> Recomenda ter um botão de compartilhar apenas com pessoas específicas.</p> <p><input type="checkbox"/> Em adicionar template e anexo colocar o tamanho máximo do arquivo e os tipos suportados.</p> <p><input type="checkbox"/> Botão de voltar no topo da página de método.</p>
Você vai facilitar um evento durante a próxima semana. Como você utilizaria o site para organizar esse evento?	<p><input checked="" type="checkbox"/> Conclui com facilidade</p> <p>Aprovou os recursos de exportação da agenda como pdf.</p>	

Fonte: Elaborado pela autora.

Nas considerações finais, pontuou que a estética do *site* é agradável e convidativa. Sugere botões de “voltar” e na página de Editar Perfil, método criado e agenda criada e deixar a cor laranja menos vibrante nos cards. Por último, sugere que, caso implementado, o *site* possua funções de colaboração em tempo real para a organização de eventos.

6.3.2 Alterações no protótipo

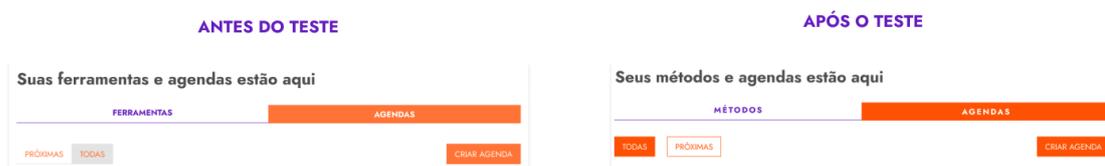
As alterações indicadas pelos usuários foram, em sua maioria, melhorias em detalhes, ícones, mudanças de cores e inserção de elementos básicos. A principal mudança no protótipo foi a de nomenclatura de “método” para “ferramenta”, pois os usuários tiveram dificuldades em entender que as ferramentas não se tratavam de metodologias completas, e sim, de dinâmicas e ferramentas de criação que podem ser inseridas em processos criativos e metodologias já existentes.

As sugestões dos usuários de novas funcionalidades ficaram registradas como projetos a serem implementados caso o *site* seja desenvolvido, em um momento posterior a este trabalho. É positivo que a resposta de todos os usuários que testaram o protótipo foi de utilizar o *site* com frequência como ferramenta de trabalho.

À seguir, estão listadas todas as alterações feitas no protótipo. O protótipo final pode ser navegado através [deste link](#).

Figura 42 - Agendas

- Colocaria as agendas com data próxima antes de todas as agendas.



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 43 - Template

- Em adicionar template e anexo colocar o tamanho máximo do arquivo e os tipos suportados.



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 44 - Nomenclatura

- Dúvida sobre a nomenclatura “método”, sugere a palavra “ferramenta”.



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 45 - Informações sobre a ferramenta

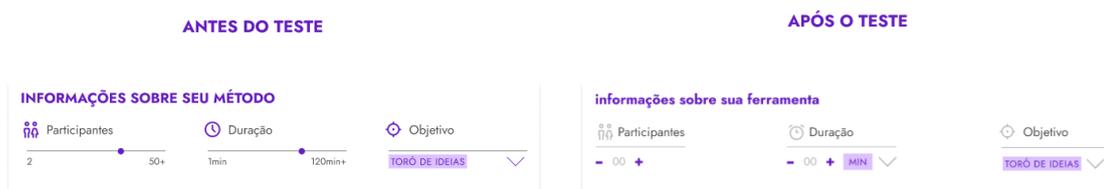
- Não ve necessidade em copiar o método para editar.
- Número de pessoas e duração podem ter uma descrição de que pode ser flexibilizado ou nao possuem limite.



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 46 - Filtros

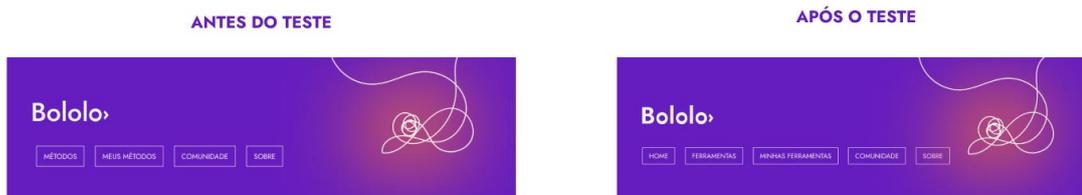
- Sugere um filtro com botões de + ou - com opção de digitar a quantidade de participantes e duração das atividades.



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 47 - Menu Superior

- Botão de home no menu superior.



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 48 - Novo Método

- Lapis de edição no campo de nome da agenda/método.
- O ícone de + no título ficou com aparência de clicável, o ideal é colocar em cinza claro.
- Opção de salvar como rascunho, ou sinalizar que está salvando (docs do google).
- Botão de voltar no topo da página de método.



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 49 - Nome do autor

- Sugeriu incluir o nome do criador do método nos cards da comunidade.



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 50 - Compartilhar ferramenta

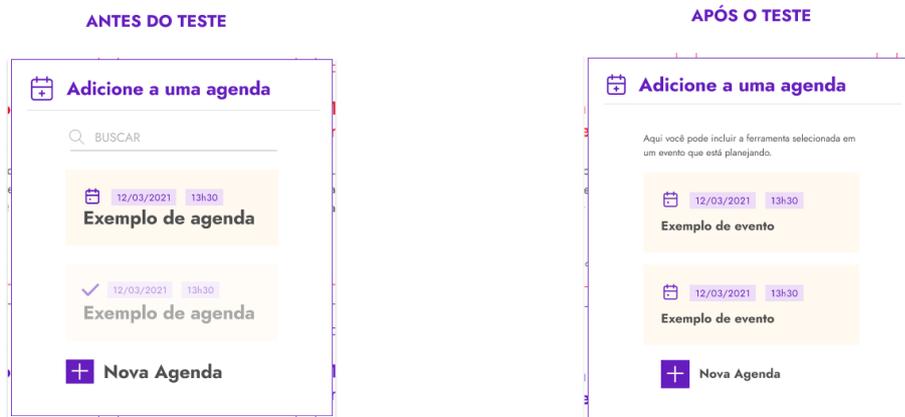
- Recomenda ter um botão de compartilhar apenas com pessoas específicas.



Fonte: Elaborado pela autora

Figura 51 - Adicionar a uma agenda

- Ao adicionar a ferramenta em uma agenda através do card, teve dificuldades em entender a proposta da funcionalidade.
- Ter como repetir o mesmo método na mesma agenda.



Fonte: Elaborado pela autora

6.4 STYLEGUIDE

Para Garrett (2010), a documentação das decisões de design é o guia de estilo. Ele define todos os aspectos do design visual, da maior à menor escala. Padroniza grids, paletas de cores, padrões de tipografia, diretrizes de marca, entre outros elementos e indica como utilizá-los nos desdobramentos da interface.

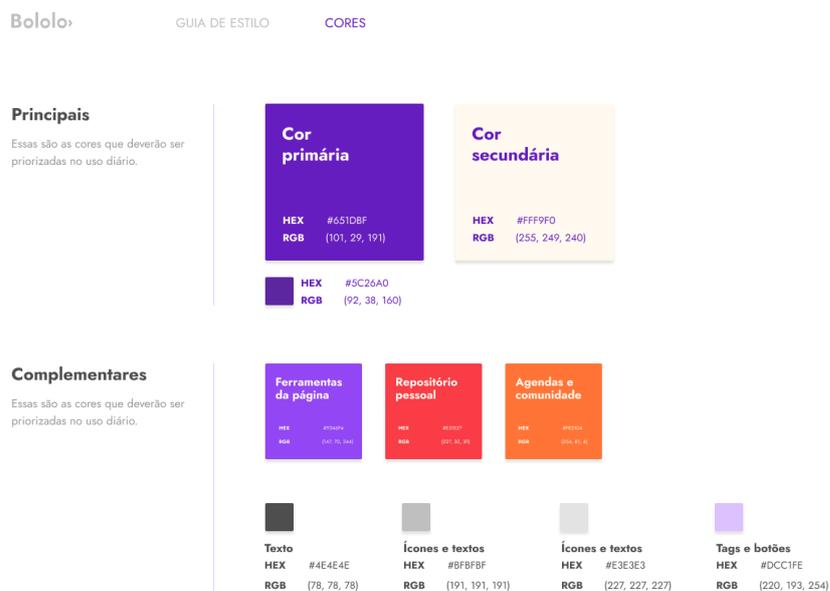
Para este projeto, foi desenvolvido um guia de estilo, ou styleguide, dentro do próprio Figma, para que facilitasse o desenho de novas telas e evitasse perdas ou erros em detalhes. Nele, estão diretrizes de marca, tipografia, ícones, botões, cards e elementos menores, grafismos e grid.

O guia de estilos pode ser acessado no Figma por [este link](#). Alguns tópicos serão explicados mais detalhadamente à seguir.

6.4.1 Cores

A paleta cromática possui duas cores base, sendo a cor roxa a principal, e a cor bege, sua cor de contraste. Além das cores básicas, há uma segunda tonalidade de roxo que representa a área de ferramentas do *site*, o vermelho que indica ferramentas criadas pelo usuário e o laranja que representa a função de criar agendas e é também aplicado em ferramentas da comunidade.

A escolha da paleta foi feita com base nas imagens do painel de apoio visual, visualizado na tabela de requisitos estéticos deste projeto.

Figura 52 - Cores do *site*

Fonte: Elaborado pela autora.

6.4.2 Tipografia

Todo o *site* utiliza apenas uma família tipográfica, variando pesos e tamanhos. A tipografia utilizada é a fonte Jost, gratuita através do Google, o que facilita seu acesso e é otimizada para acesso em dispositivos web. Esta é uma fonte sem serifa e tem ângulos agudos, boa legibilidade e legibilidade. Também foi escolhida pois possui 10 variações, sendo as principais: *regular*, *semibold*, *bold* e *italic*.

Os estilos de texto estão descritos no styleguide, que indica também o espaçamento entre linhas.

Figura 53 - Estilos de texto do *site*

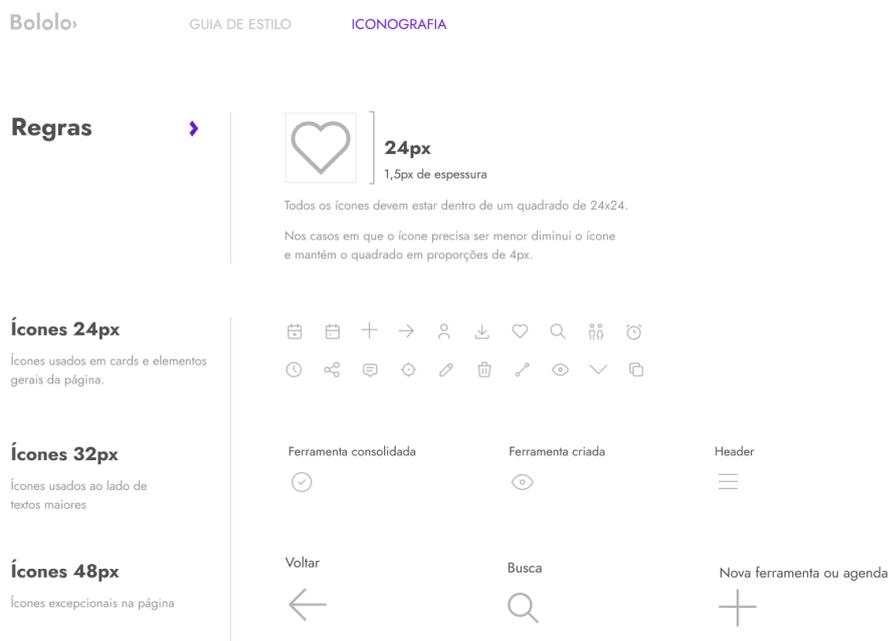
Fonte: Elaborado pela autora.

6.4.3 Iconografia e Grafismos

Os ícones são usados tanto para informar e resumir informações, quanto para realizar ações na página, funcionando como botões. Os ícones utilizados são *outline*, ou seja, construídos apenas com linhas, sem haver preenchimento. Esta decisão foi tomada por conta do volume de elementos nas páginas, equilibrando as informações e evitando prejudicar a usabilidade e conforto ao utilizar o *site*.

As informações sobre espessuras, tamanhos e espaçamentos podem ser observados na figura.

Figura 54 - Ícones do site



Fonte: Elaborado pela autora.

Os grafismos foram desenhados pela autora para tornar a interface lúdica e reforçar a linguagem popular e espontânea, com um estilo simples e fluido, trazendo a presença de linhas e nós, que remetem ao processo criativo e ao trabalho em equipe, presentes nos conceitos da marca e *naming*.

Figura 55 - Grafismos do site

Bololo»

GUIA DE ESTILO

GRAFISMOS

Funcionalidades

Cada figura representa uma funcionalidade e podem ser aplicadas em cards ou seções.

Repositório



Criar ferramenta



Criar agendas

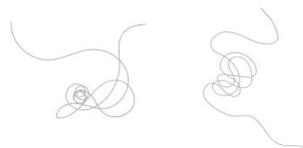


Comunidade

**Fundos**

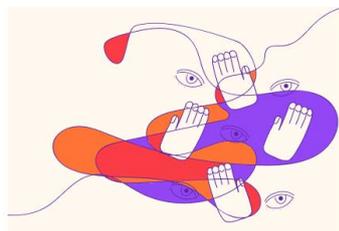
Linhas e nós para serem usadas em espaços em branco.

Nó

**Página inteira**

Grafismos que ocupam toda a página na horizontal.

Home



Sobre



Fonte: Elaborado pela autora.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo desse projeto foi desenvolver um projeto de um *site* que possua um repositório de ferramentas de criação colaborativa e apoio na organização de dinâmicas e eventos em grupo, que possibilitasse a construção de uma comunidade de membros do *site*. Neste sentido, todos os objetivos e requisitos do projeto foram devidamente cumpridos, mas é importante lembrar que esta é uma etapa de base para o desenvolvimento, implementação e manutenção de um *site* em pleno funcionamento.

O Bololô surgiu da ideia de ampliar o acesso a ferramentas de colaboração, e o mesmo só se mostrou possível graças à ferramenta de prototipação colaborativa Figma, que foi a principal ferramenta utilizada durante todo o período de produção prática do projeto.

Para a autora, o processo foi de grande importância, já que foi seu primeiro trabalho prático nas áreas de experiência do usuário e design de interface. Sendo assim, do início ao fim do projeto, houveram aprendizados e ganhos neste sentido.

A demanda por acesso a ferramentas confiáveis e detalhadas na língua portuguesa foi validada durante as entrevistas com o público-alvo, o que demonstra que esta lacuna poderia ser reduzida através de projetos como esse. Este ponto foi diretamente impactado pelo contexto pandêmico em que o processo de digitalização e uso da tecnologia foi acelerado.

Durante os testes de usabilidade, foram detectadas algumas funcionalidades que podem fazer parte do *site* caso o mesmo seja implementado, como a gestão de projetos de *freelancer* e um guia de preparação para eventos, além de outras pequenas funcionalidades já citadas durante este relatório. Isso se soma ao fato que, por conta de limitações de prazo, não foi possível planejar e prototipar a interface para outros dispositivos além do desktop, mas que é da necessidade do projeto caso o mesmo seja implementado.

8. REFERÊNCIAS

ASSOCIAÇÃO DOS DESIGNERS GRÁFICOS DO DISTRITO FEDERAL.

ADEGRAF. Associação representativa de designers gráficos. Brasília. Disponível em: <<http://www.adegraf.org.br>>. Acesso em: 22 setembro de 2020.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. 1. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2013.

CUNHA, Rodrigo Sobral. O design segundo Vilém Flusser. **Flusser Studies**, n. 11, Maio, 2011. Disponível em: <https://www.flusserstudies.net/archive/flusser-studies-11-may-2011>. Acesso em 22 de setembro de 2020.

ELLER, Emerson Nunes. **Letras do cotidiano: a tipografia vernacular na cidade de Belo Horizonte**. Universidade do Estado de Minas Gerais. Belo Horizonte. 162 p

FIALHO, Francisco; SOUZA, Felipe M. **As contribuições dos arquétipos para o design de experiência do usuário em interfaces gráficas**. Belo Horizonte: Blusher Design Proceedings, 2016. Acesso em: 20 de novembro de 2020.

GARRETT, Jesse James. **The Elements of User Experience**. 2. ed. Indianópolis: New Riders, 2010.

INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. **Rendimento mensal domiciliar per capita**. 2019.

Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/cidades-e-estados.html?view=municipio>
Acesso em: 20 de maio de 2020.

MUNARI, Bruno. **Das coisas nascem coisas**, 2. ed. São Paulo: Martins Fontes, 2015

NIEMEYER, Lucy. **Design no Brasil: origens e instalações**. 4. ed. Rio de Janeiro: 2AB Série Design, 2007.

PATER, Ruber. **Políticas do design: Um guia (não tão) global de comunicação visual**. São Paulo: Ubu Editora, 2020.

PÉON, M. L. **Sistemas de identidade visual**. 3. ed. Rio de Janeiro: 2AB, 2000

SILVA, Pedro K. A.; FEIJÓ, Valéria C.; GOMEZ, Luiz S. R. **A metodologia TXM Branding no contexto de construção e gerenciamento de marcas na atualidade**. Joinville: 5º GAMPI Plural, 2015.

STICKDORN et al. **ISTO É DESIGN DE SERVIÇO NA PRÁTICA: Como aplicar o design de serviço no mundo real**. Porto alegre: Bookman, 2020.

VIANNA, Mauricio *et al.* **Design Thinking: Inovação em negócios.** 2. ed. Rio de Janeiro: MJV, 2018.

WHEELER, Alina. **Designing Brand Identity: an essential guide for the entire branding team.** 3. ed. Nova Jersey: John & Wiley Sons, 2009.

VEIGA, Patrick. **Proposta de ferramenta para o desenvolvimento de nomes de marcas ou produtos apoiado em métodos de design.** Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis, 2017.

HENRIQUES, Cecília *et al.* **UX Research com sotaque brasileiro.** 1. ed. Brasil: Publicação Independente, 2020.

EMPÓRIA BRANDING - Arquétipos de Marca, 2016.
Disponível em: <<https://emporiam.com.br/arquetipos/>>
Acesso em: 23 de novembro de 2020.

ADAM CLARKE COLOUR, **site analisado na etapa de análise de similares.**
Disponível em: <<http://adamclarkecolour.com/>>
Acesso em: 24 de novembro de 2020.

AIGA Eye on Design, **site analisado na etapa de análise de similares.**
Disponível em: <<https://eyeondesign.aiga.org>>
Acesso em: 01 de novembro de 2020.

DESIGN KIT, **site analisado na etapa de análise de similares.**
Disponível em: <https://www.designkit.org/>
Acesso em: 28 de outubro de 2020.

DIGITAL SOCIETY SCHOOL - Design Method Toolkit, **site analisado na etapa de análise de similares.**
Disponível em: <<https://toolkits.dss.cloud/design/>>
Acesso em: 30 de outubro de 2020.

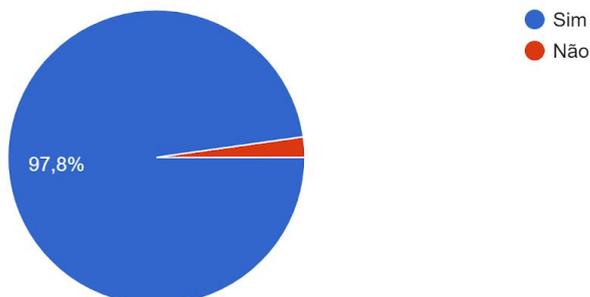
MEIUCA, **site analisado na etapa de análise de similares.**
Disponível em: <<https://www.meiuca.design/>>
Acesso em: 12 de novembro de 2020.

MIRO, **site analisado na etapa de análise de similares.**
Disponível em: <<https://miro.com/templates/>>
Acesso em: 31 de outubro de 2020.

9. APÊNDICE A – Questionário Online e Respostas

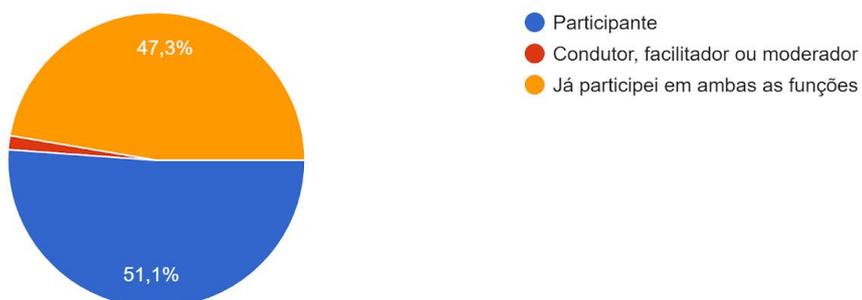
Você já participou de dinâmicas de grupo?

134 respostas



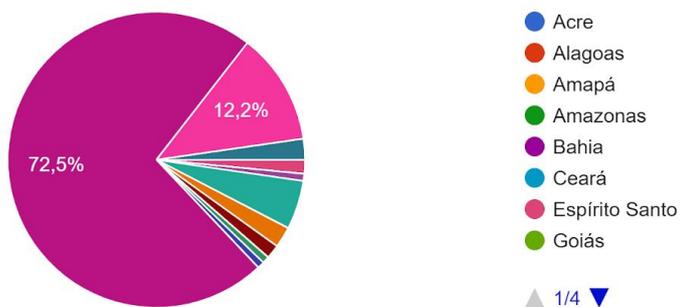
Se sim, qual era sua função na dinâmica?

131 respostas



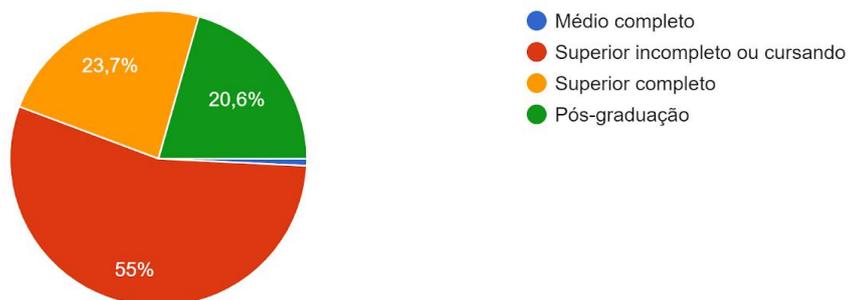
Selecione o estado onde você reside atualmente

131 respostas



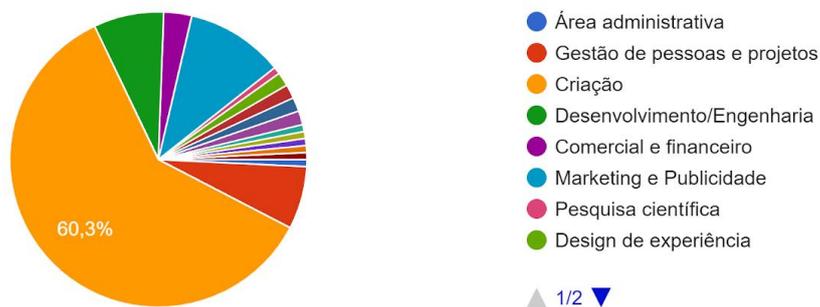
Qual sua escolaridade?

131 respostas



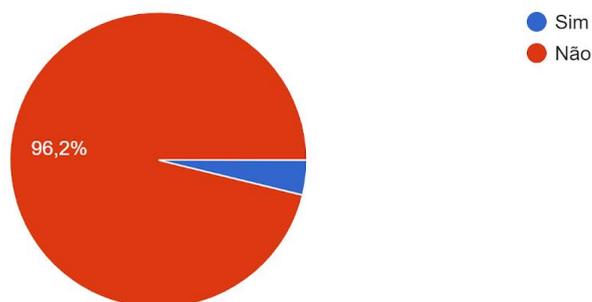
Atualmente, a sua ocupação está mais relacionada à qual área do conhecimento?

131 respostas



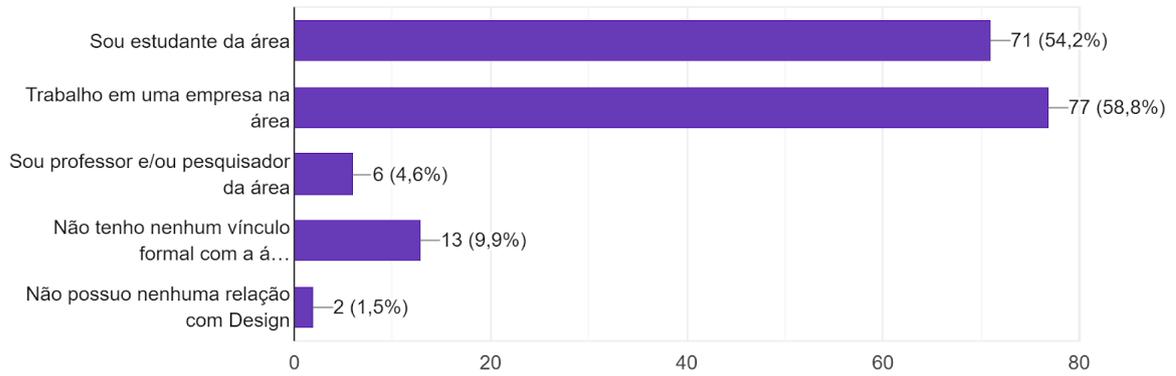
Você possui alguma limitação visual ou auditiva?

131 respostas



Qual a sua relação com o Design?

131 respostas



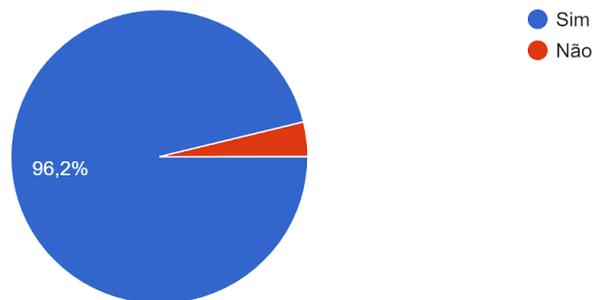
Como você prefere trabalhar?

131 respostas



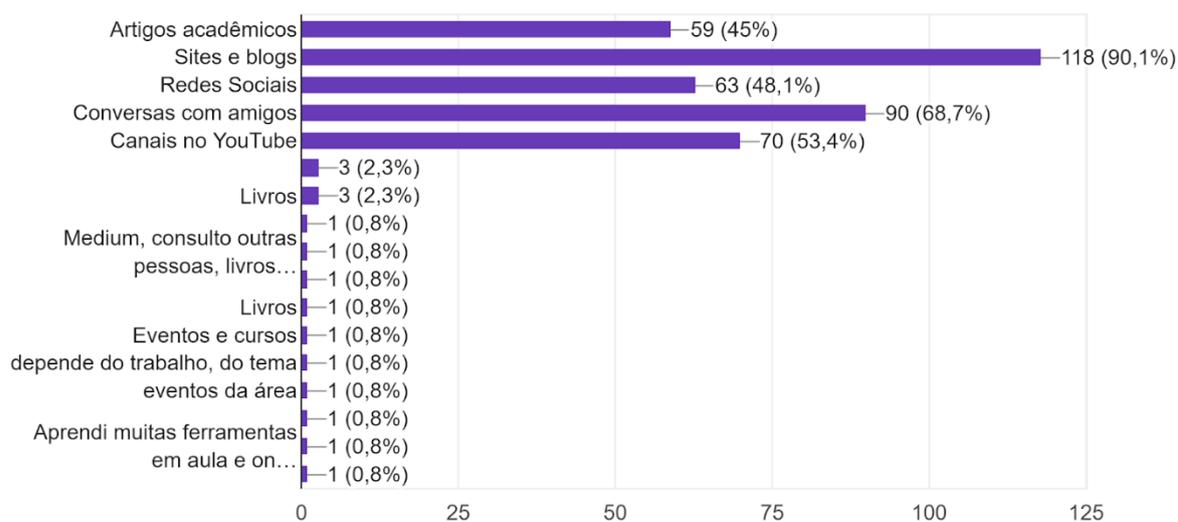
Quando você está elaborando um trabalho, você costuma buscar por ferramentas para auxiliar na criação e organização do processo?

131 respostas



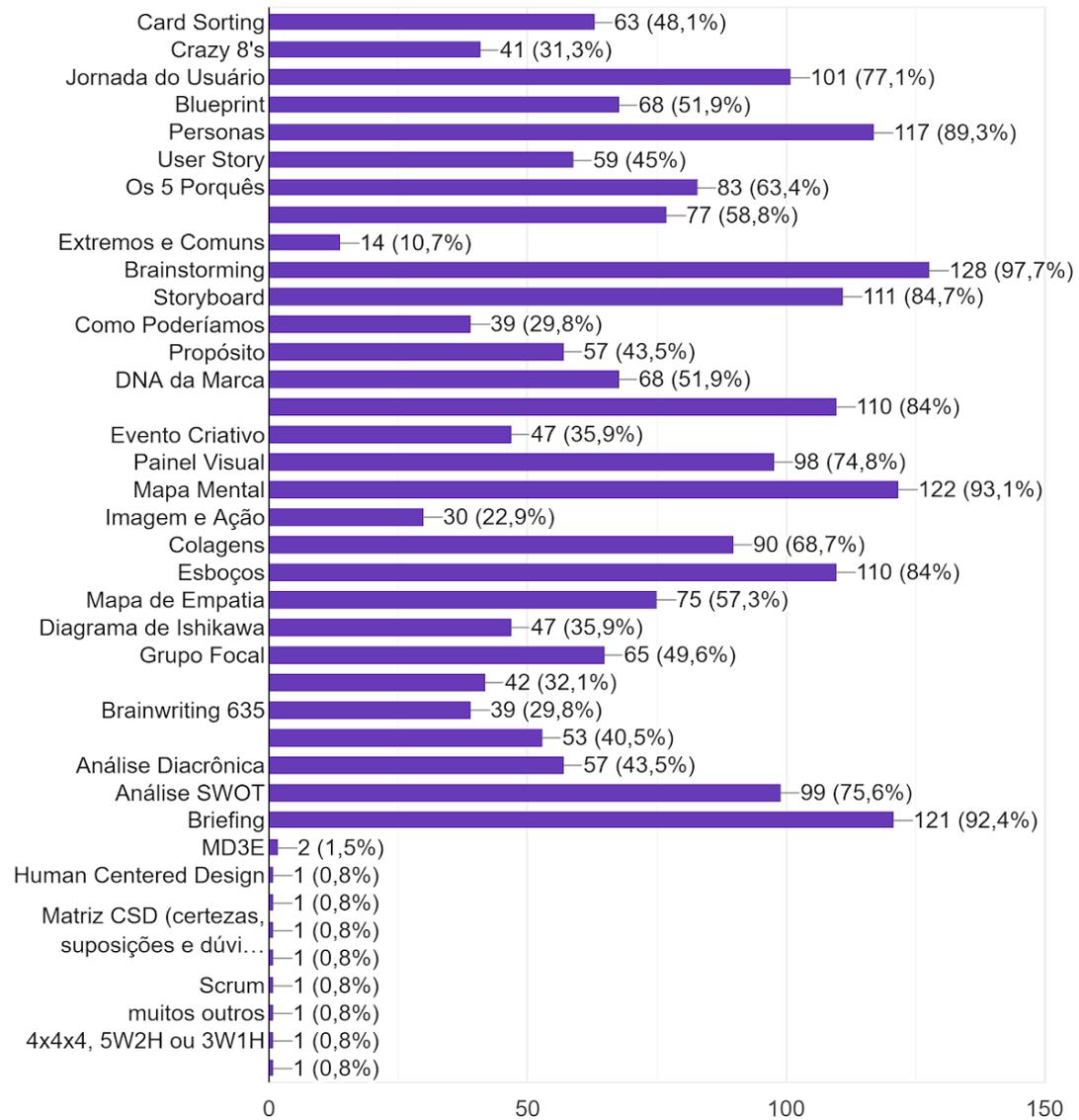
Onde você busca estes conteúdos?

131 respostas



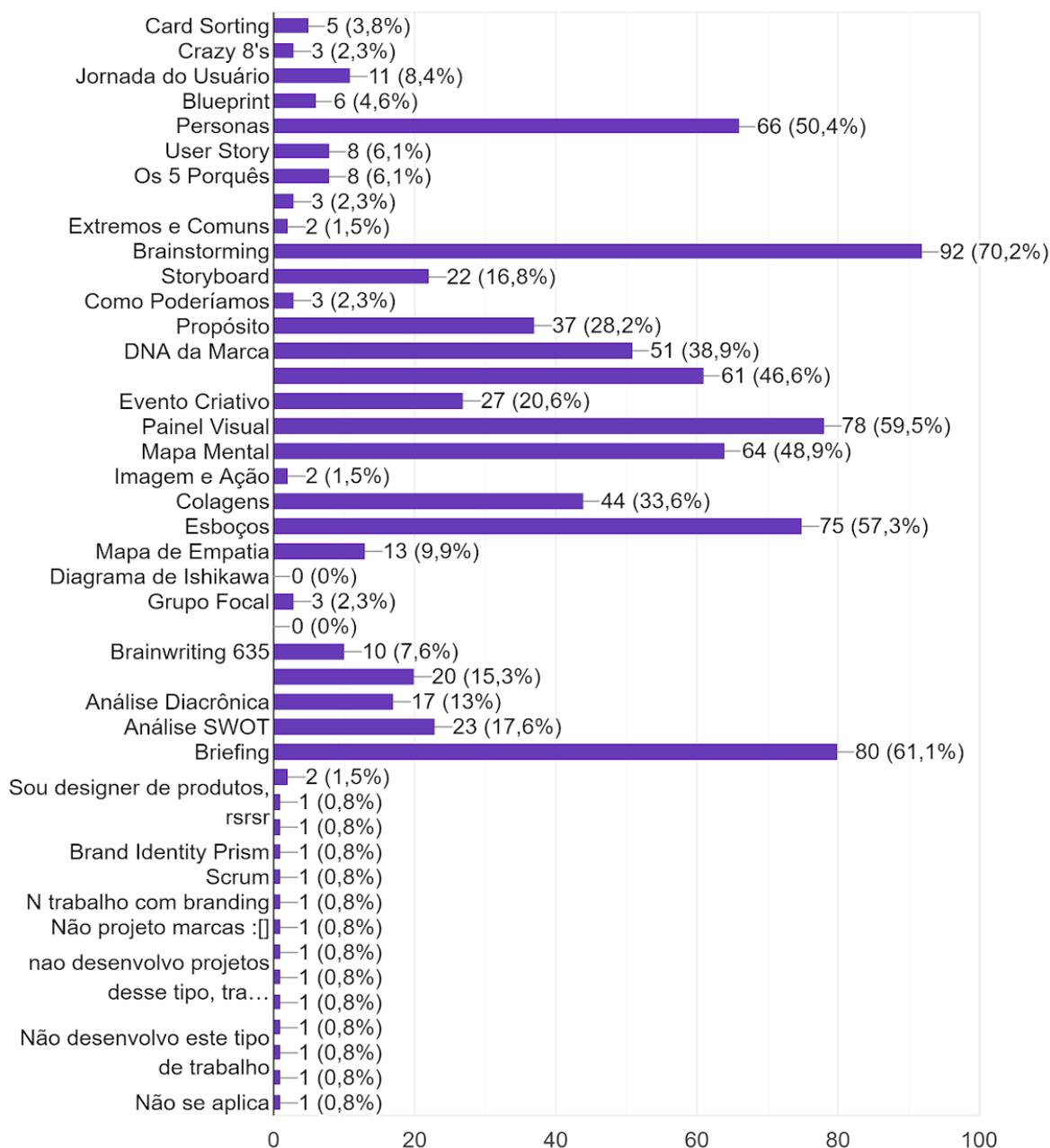
Assinale abaixo, os métodos de criação que você conhece:

131 respostas



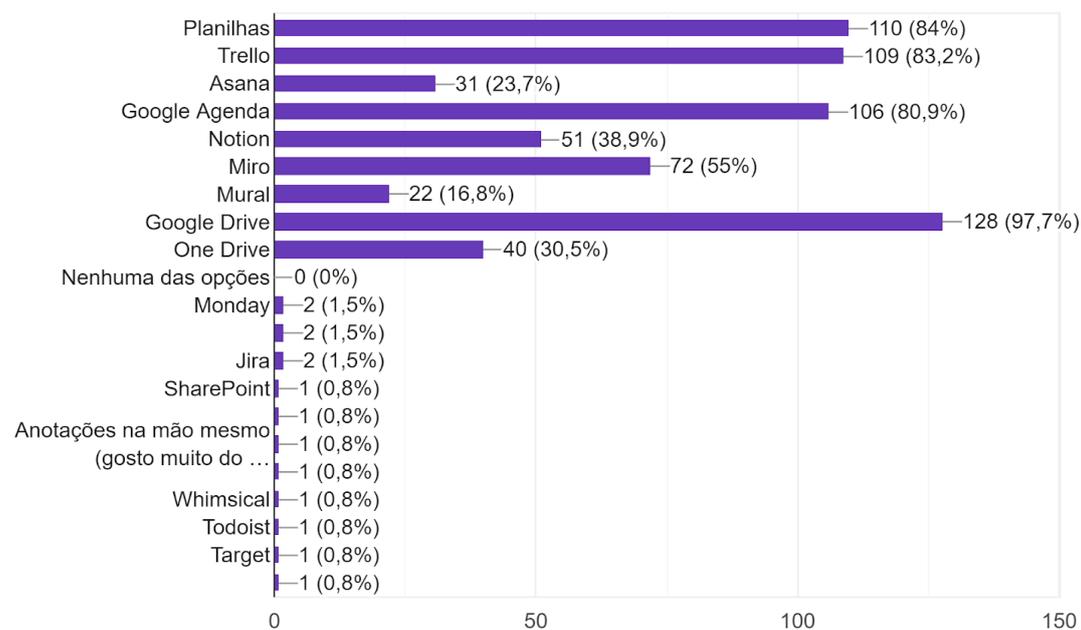
Quais dos métodos abaixo você costuma utilizar para desenvolvimento de identidades visuais/marcas/logotipos?

131 respostas



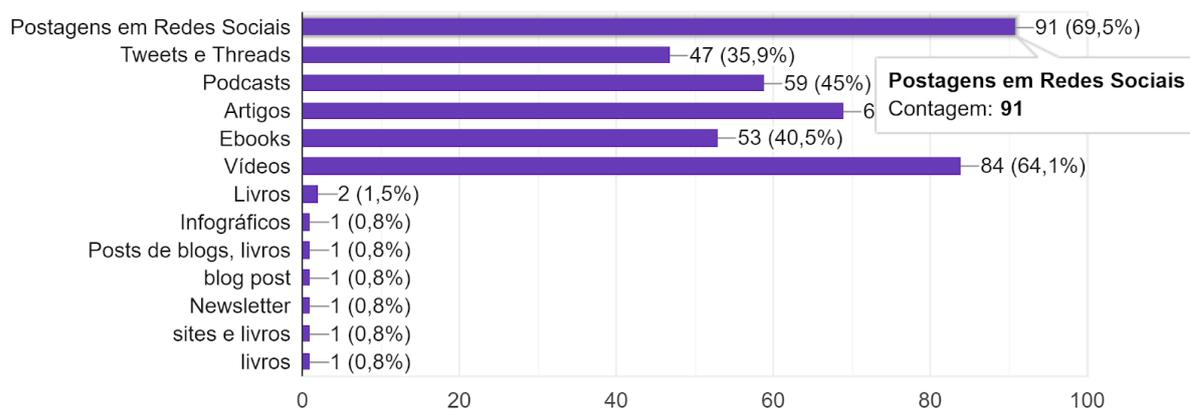
Quais destas plataformas de planejamento de atividades e organização de projetos você utiliza ou já utilizou?

131 respostas

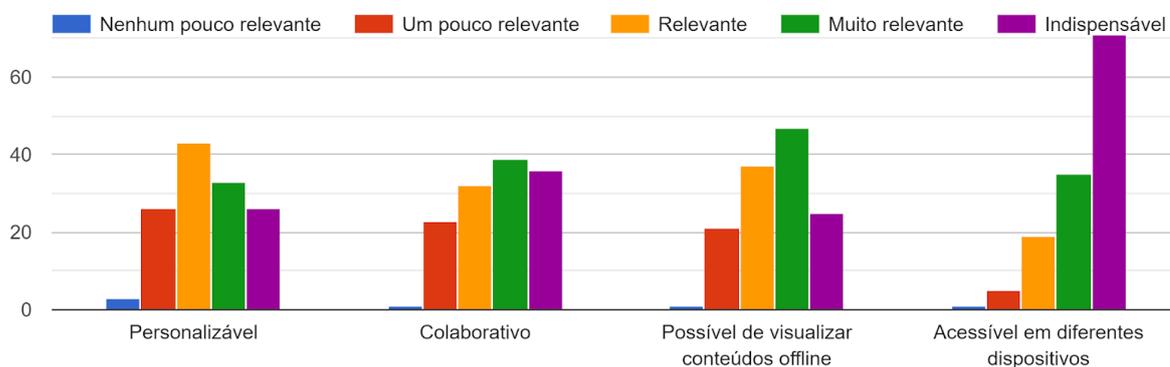


Quais destes formatos você prefere ao consumir conteúdos?

131 respostas



Em uma escala de pouco relevante a indispensável, informe o grau de importância de cada um destes atributos em uma plataforma digital (aplicativos ou sites)



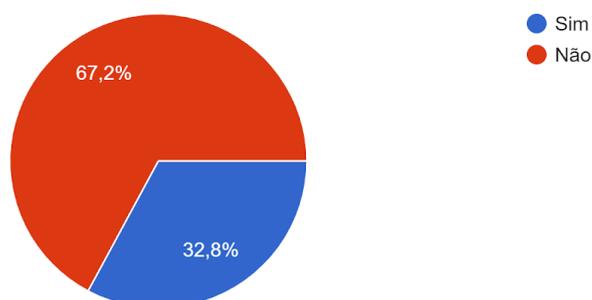
Você tem sugestões de sites e/ou aplicativos para aprender assuntos relacionados a Design?

26 respostas

Sites citados: Mediu, Invision, Design Culture, Awwwards, Adobe MAX, Dribble, HOW Education, Spotify, Quinto Andar, Udacity, Udemy, Domestika, Aiga, Brilliant, Ideo, Muzli, Evernote, Design Notes

Você tem interesse em contribuir para a construção do meu projeto participando de uma entrevista por chamada de vídeo?

131 respostas



10. APÊNDICE B – Roteiros das Entrevistas Aplicadas

Perfil 01

Se apresentar / Agradecer a participação / Pedir para gravar a entrevista / Explicar o tema e tempo de duração / Falar que não há resposta errada.

Pessoal e Pandemia

1. Me conta um pouco sobre você.
2. Como é seu dia a dia?
3. Como você se organiza hoje na sua casa, no seu trabalho, em seus projetos?
4. Tem alguma forma ou ferramenta que é sua preferida para se organizar?
5. Antes da pandemia era da mesma forma? O que mudou?

Relação com design

1. O que te levou a seguir essa área?
2. O que você mais gosta?
3. E o que você mudaria?
4. Onde você costuma aprender melhor?
5. Como você procura por conteúdos de design?
6. Como é seu processo criativo?
7. Você conhece o termo “vernacular”?
8. O que ele significa pra você?
9. Quando eu falo em trabalho em equipe, o que você pensa?

Dinâmicas

1. Me conte uma experiência que você teve com dinâmicas de grupo.
2. Como você se sentiu?
3. O que você melhoraria nas dinâmicas que participou?
4. Você já conduziu uma dinâmica?
5. Como estudante de design, já utilizou dinâmicas de grupo em seus projetos?
6. Como se sentiu?
7. Você faria uso dessas dinâmicas?
8. No seu trabalho, você participa de dinâmicas em grupo?

Relação com a tecnologia

1. Você utiliza mais celular, tablet ou computador? Por quê?
2. Você costuma navegar em sites pelo celular?
3. O que te faz gostar de navegar por um site?
4. O que você não gosta?
5. Você já participou de dinâmicas online?

Perfil 02

Se apresentar / Agradecer a participação / Pedir para gravar a entrevista / Explicar o tema e tempo de duração / Falar que não há resposta errada.

Pessoal e Pandemia

1. Me conta um pouco sobre você.
2. Como é seu dia a dia?
3. Como você se organiza hoje na sua casa, no seu trabalho, em seus projetos?
4. Tem alguma forma ou ferramenta que é sua preferida para se organizar?
5. Antes da pandemia era da mesma forma? O que mudou?

Relação com design

1. O que é design para você?
2. Você já utilizou algum serviço de design, divulgação, marketing?
3. Como foi essa experiência?
4. O que é uma marca / identidade visual para você?
5. Você se interessa por essa área?
6. Por quê?
7. Você compreende a linguagem empregada pelos profissionais dessa área?

Dinâmicas

1. Me conte uma experiência que você teve com dinâmicas de grupo.
2. Como você se sentiu?
3. O que você melhoraria nas dinâmicas que participou?
4. No seu trabalho, você participa de dinâmicas em grupo?
5. Você já conduziu uma dinâmica?

Relação com a tecnologia

1. Você utiliza mais celular, tablet ou computador? Por quê?
2. Você costuma navegar em sites pelo celular?
3. O que te faz gostar de navegar por um site?
4. O que você não gosta?
5. Para que você usa a internet hoje?
6. Com qual atividade você gasta mais tempo na internet?
7. Você gosta de utilizar a internet?
8. Se sente seguro?

11. APÊNDICE C – Dados Brutos.

11.1 ENTREVISTADO 01 (PERFIL 02)

Então, o meu dia a dia é levantar, olhar o que eu tenho pra fazer, porque eu faço um checklist antes de dormir do que tenho que fazer. Isso antes da pandemia eu já fazia e na pandemia eu continuei fazendo. Geralmente, anoto mais alguma observação do que lembrei que eu tenho que fazer naquele dia. Eu sou muito de fazer listinha.

Faço doutorado em Ciência dos Alimentos e daí assistir aula online, eu faço doutorado em ciência dos alimentos. Se eu tiver com o dia mais livre e tiver sol, eu tento sair pra fazer uma pequena caminhada em lugares em que eu sei que são pouco movimentados. É isso, é da cama, para o computador, pro fogão pra fazer almoço rapidinho. Às vezes é até entediante.

A minha ferramenta preferida pra se organizar é papel, eu adoro ter agenda, fazer listinha, organizar por cores de caneta, riscar com stabilo. Às vezes eu faço no celular e computador mas não deixo de fazer no papel e num quadro com post its.

O que mudou depois da pandemia é que antes era mais fácil render mais, eu rendia mais tendo que sair de casa do que em casa. É difícil levantar da cama, é ruim também questões de coluna porque você acaba querendo fazer as coisas na cama mesmo. Não tem aquilo de você levantar, vestir uma roupa e sair, me sinto introspectiva. Tem dia que eu levantava da cama, arrumava o cabelo e passava um batom pra ficar em casa, e parecia que o rendimento era maior.

Quero acrescentar que antes da pandemia eu esquecia menos das coisas, hoje mesmo com os post its eu cheguei a enviar trabalhos no prazo final porque eu achava que tinha enviado e não enviei.

Antes eu tinha que colocar os trabalhos nos escaninhos dos professores né, isso de online as vezes eu estava com a página aberta pra enviar e lembrava de outra coisa pra fazer, ou minha mãe ligava, internet caía, e fazia que eu achasse que havia feito. Porque quando eu começo a fazer eu já risco ali na listinha de afazeres.

Sobre design, eu acho que é a forma como você apresenta algo, o desenho. Já utilizei serviços de design, na graduação, na disciplina de nutrição e marketing, eu sou nutricionista. Tínhamos que fazer um produto que tivesse alguma funcionalidade e fazer também o rótulo disso, e vender de certa forma esse produto. Foi uma experiência boa, eu gostei porque instigou a minha criatividade e eu gosto de trabalhar com essas coisas. Me interessei pela área por conta disso porque é algo que instiga minha curiosidade, me encanta muito por embalagens, formatos de coisas, e a criatividade de quem produz usa. Na maioria das vezes eu entendo a mensagem do design, e principalmente, eu gosto mais quando é algo que não é tão fácil de entender e consigo captar, quando fica subentendido sabe.

Eu já fiz várias dinâmicas em grupo, uma que gostei mais foi num retiro da igreja católica, onde eu fui pra um retiro e não conhecia ninguém. A dinâmica era a seguinte: cada pessoa que fosse novata fosse entrando na roda, e dizia uma frase que tem a ver mais ou menos com "eu não te conheço, mas eu te aceito e te abraço e caminho junto contigo" algo do tipo, fazia movimentos também. Eu me senti muito bem tanto nessa quanto nas outras.

No meu trabalho eu não participo de dinâmicas mas acho que deveria participar porque a pós-graduação é um ambiente muito tóxico então deveriam sim ter mais dinâmicas pra ver se ensina o povo a ser menos tóxico, a relaxar, não pensar tanto em publicação, não ser tão ganancioso demais no sentido de querer derrubar os outros pra subir.

Já conduzi dinâmicas mas não no trabalho, conduzi na adolescência porque fui catequista da igreja católica mas eram mais dinâmicas de conhecimento, um conhecer o outro, nos encontros.

Eu não tenho tablet então eu utilizo mais celular e computador, eu navego sim em sites pelo celular mas eu prefiro computador. O que me faz navegar é a união de conteúdo com organização, eu me incomodo quando o anúncio fica na frente do conteúdo, ou quando eu preciso me inscrever pra ter acesso a notícia, eu hoje uso internet principalmente pra estudar. Gasto mais tempo com questões de estudo, sites científicos, embora as vezes eu "google" bastante coisa até. Eu sou muito

curiosa e disperso atenção fácil, começo a ler um artigo e não entendo alguma coisa, eu procuro no Google a palavra. Lá tem outras palavras daí eu fico curiosa, e quando eu vejo eu já estou lendo sobre a mitologia grega.

Não deixa de ser estudo também né

Eu não me sinto segura na internet porque se eu penso a comprar uma coisa já começa a aparecer anúncio sobre isso. Eu acho que tenho bastante controle em relação a redes sociais, tenho Facebook que eu raramente abro, tenho hábito de uma vez por dia entrar no Twitter pra ver o que tá sendo mais comentado e principais notícias essas coisas, e as vezes quando a internet do computador está lenta e estou esperando carregar alguma coisa eu gosto de passar o tempo no Instagram, mas não é tanto.

11.2 ENTREVISTADO 02 (PERFIL 01)

Meu nome é Paula Castro, eu sou designer, tenho 28 anos, sou natural de porto alegre mas atualmente moro em Florianópolis com minha esposa e meus dois cachorros.

Hoje em dia eu trabalho como coordenadora de design de serviços ou servuice design na Zoly de São Paulo. Também sou pequena empreendedora vendo produtos naturais, mas também atuo como freelancer de design. Eu me considero uma pessoa organizada, ou que valoriza a organização. Gosto de me organizar em relação a tarefas e compromissos de forma digital. Gosto de ter acesso a estes documentos de forma digital, gosto de ter tudo no meu celular. Gosto de ter todos estes comprimissos atualizados pra saber quando posso me comprometer com outras coisas.

A comunicação é feita pela Catarina, que é minha esposa, dupla nos freelas, ela que faz a comunicação com o cliente. A gente usa a suíte do Google como principal plataforma. Inclusive as entregas do cliente dificilmente fazemos manual como vemos outros estúdios fazendo, porque trabalhamos geralmente com pessoas diferentes.

Mantemos tudo no drive de forma que a pessoa passa a acessar as coisas dentro do drive de forma que ela possa editar, também usamos o canva. Isso para que a pessoa se aproprie dessa marca e possa mexer em cima daquilo

Na organização de documentos usamos mais o Drive mesmo e tem outras ferramentas que a gente usa como e-mail. Dentro do drive a questão das apresentações, o Sheets.

Às vezes a gente usa o Miro pra apresentações da marca e *namimg*. Principalmente o Drive onde fazemos o repositório principal e as outras ferramentas são periféricos. Antes da pandemia eu não fazia *freelas*, principal mudança.

Antes da quarentena iniciar lá no fim de março a Catarina já tinha saído do emprego pra viver de freela (não peguei direito), aí esses trabalhos naturalmente vieram fazer mais parte do nosso dia a dia. Principais coisas que mudou foi que 1 - comecei a trabalhar com *freela* - eu e a Catarina começamos a conviver juntas não só como casal mas como parceira de trabalho. Essa questão de deixar tudo digital também foi muito importante. Tinha esse *freela* de marca que a cliente veio aqui em casa pra fazermos apresentação neste sentido, fizemos apresentação com *post-its* e riscamos na janela.

Como eu comecei com design: tudo começou aos 13 anos quando um colega me emprestou um CD de instalação do Photoshop 7, minha diversão era fazer montagens. Fazia montagens minhas com letras do Simple Plan, presenteava amigos com isso. Depois, comecei a fazer *templates* de blog, pra todo mundo da minha família, muitos nem sabiam mas eu fazia de acordo com a personalidade deles (não peguei algo sobre as primas). Aí, aos 15 anos escolhi minha faculdade, na verdade não sabia que o nome disso era design. Fiz um trabalho de escola com edição de vídeo, todo mundo fez com Movie Maker mas eu fazia com umas coisas a mais. Precisaram da ajuda de um editor de vídeo pra terminar ele disse muito bom você devia ser designer. Então já entrei na faculdade sendo expert em Photoshop.

Aí minha carreira toda fui trabalhando principalmente com design gráfico, que trouxesse esse ideia de trazer algo a mais que não fosse gráfico. Aí fui trabalhar com varejo mas percebi que era muito engessado, abraçava pouco coisas.

Isso começou a me incomodar porque na minha visão a criatividade nasce da gambiarra, quando você tenta fazer as coisas diferentes, pensar na engrenagem por trás daquilo. Isso está bem presente no design de serviço também a gente fica pensando em como aquilo pode ser uma experiência legal. Acho que isso que é o que me motiva.

Uma coisa que valorizo muito é a questão do editorial, hoje eu sinto um pouco de falta disso. Já trabalhei diagramando livro, revista, jornal e essa parte da diagramação sempre me trouxe essa parte de limpeza mental. Você recebe uma maçaroca de coisas e tem que ver como vai trabalhar com aquilo. Tento trazer um pouco disso numa atividade que fiz com meu time, de *team building*.

Algo que está me incomodando hoje é essa visão recente das empresas começarem a falar que são focadas em números. Isso ajuda a dar respaldo pra algumas coisas. Na area de design de serviço é importante mas acho que a galera degringolou com isso. Nisso entra a questão de dinheiro, lucros, produtividade coisas que associamos a maquinas, e nós seres humanos não somos exatos. Porque tem a questão do qualitativo, do que ne sempre é tão o exato.

Meu processo criativo é muito intuitivo, obvio que hoje depois de passar por vários processos de criação eu já meio que sigo um caminho, mas acho que quando a gente está na faculdade, é bombardeado com metodologias de projeto. Acredito que se é mais difícil seguir a metodologia do que ajustá-la, vamos ajustá-la. Isso é mais definido na primeira conversa com o cliente, se é algo mais rápido ou precisa de uma revisão mais longa.

Eu gosto muito de iniciar meus processos de construção de marca, de *branding*, ver como aquela pessoa se diferencia, onde ela atua. Essa analise geralmente traz muitos resultados visuais. Olhar pra pessoa e ver o que ela tem de diferente, as vezes até na forma como ela fala com você. Olhar pro mercado em como todo mundo faz igual e pensar como esse diferencial da pessoa pode ser algo positivo, e, às vezes, a própria pessoa vê esse diferencial como algo negativo.

Antes de fazer aquela marca, a tipografia, fazemos um *moodboard*. Por exemplo, a Vanessa é ousada, usa tons terrosos e cítricos, então cítrico é o adjetivo.

Se eu fosse colocar em quatro passos, seriam: Olhar pra pessoa, olhar pro mercado, o adjetivo e aí então criar a marca daquela empresa.

Conheço a palavra “vernacular”, remete a expressão design vernacular e a coisas como a *havaianas azul e branca*, chamada de havaiana de pedreiro, caneta bic. Mas acho que o design vernacular fala sobre símbolos ou uma estética visual de algo que nasceu de forma espontânea e que funciona, que acaba se tornando um símbolo.

Sobre trabalho em equipe, eu amo. Eu sou de uma família grande então eu cresci trabalhando em equipe, acho importante porque permite que várias visões sobre o mesmo ponto, dá profundidade. Quando você adiciona mais visões você tem mais clareza de abordar algo, mais formas de abordar algo.

Dentro do meu trabalho a gente facilita vários *workshops* de cocriação. Muito pra clientes externos mas de vez em quando interno pra que a gente como time gere um entregável pra esse cliente. A primeira vez que a gente precisou se reunir pra fazer um entregar de forma colaborativa e subestimamos. Não tínhamos um “líder”, aí não chegamos em acordos. Esse primeiro processo era pra ter durado um dia e meio, durou quatro dias. Foi um processo bastante desgastante, durou muito mais tempo do que a gente tinha se planejado, as pessoas brigaram, foi cansativo.

Depois que a gente percebeu os traços de personalidade do grupo, a gente começou a rascunhar uma agenda. A gente como designer desenhando um processo de colaboração é como uma montanha russa. Desenhar uma experiência é como desenhar uma montanha russa. A gente desenhava como seria a trajetória, quem conduziria cada parte, quem seria responsável pelo bem estar delas, a gente fez o processo em três dias com mais intervalo e tempo para as pessoas pensarem. O primeiro saiu o resultado mas foi dolorido, o segundo saiu e deu tudo certo. Os processos de cocriação trazem muito resultado mas também precisam ser bem desenhados.

11.3 ENTREVISTADO 03 (PERFIL 01)

Tem 24 anos, carteira assinada no primeiro trabalho. Trabalha 09 horas por dia, se divide em trabalhar, fazer o TCC e ver o namorado. Adora cachorros, sempre que tem tempo livre assiste vídeos de cachorro, assiste filmes de comédia romântica pra aliviar a tensão do dia a dia. Em pandemia, tenta ler livros, ver o namorado e nesses momentos fica longe de dispositivos. Tenta fazer *freelas* também pra guardar dinheiro pra viver.

É UX/UI em uma empresa e usa metodologia de Stanford, na maior parte do tempo está com usuários fazendo estudos de campo com usuários internos, entrevistas e testes de usabilidade. No trabalho se organiza de várias formas, usa muito o Notion pra acompanhar os projetos, trabalha direto com desenvolvedores. O trabalho é misto em pandemia, 3 dias presencial e 2 remoto. Tem agenda e um calendário físicos, baixou extensão no navegador pra ser lembrada pelo Google. Vê na agenda as atividades do dia a dia. Seja *freela*, trabalho ou vida pessoal. Vida pessoal no Google, trabalho no Notion. Mostra estrutura de mapas de informações e tal. Prefere papel para se organizar, calendário de papel, o celular não é muito bom e prefere fazer as coisas no papel.

Na pandemia, tem mais coisa pra fazer, começou a pandemia empregada, depois sem emprego e agora empregada, está mais disciplinada para fazer as coisas por conta dos prazos mais curtos. Está conseguindo fazer o TCC por causa da rotina mais forte.

Usa o notebook quando tem que fazer o TCC, olha uma coisa ou outra no celular mas evita ao máximo.

Quando começou a pensar no que queria fazer, pensava em arquitetura por gostar de criar e querer fazer isso, daí começou design de produto e não curtiu. Percebeu depois do início do curso que ter metodologia pra criar em *branding* e outras áreas do design ajudou a gostar de criar e curtir o curso, e principalmente por não ser um trabalho solitário. Gosta muito de UX porque tem que trabalhar com pessoas, em UX se encontrou por ter mais empatia com as pessoas, gosta muito de

fazer UX e a segunda coisa que mais gosta é *branding* e estratégia, a criação do posicionamento da marca. São os trabalhos menos solitários, gosta de estar em contato com o cliente e isso é bom.

Deixaria o design mais acessível, a família tem dificuldade de entender o que trabalha. Quando foi fazer o teste admissional foi difícil escrever o que faz e design não é entendido, muitas pessoas fazem UX em outros cursos, pessoas que tenham habilidade e conhecimento podem fazer UX, deixar mais acessível para as pessoas. Gosta muito de ver estudos de caso UX, no Google, estudos de caso de aplicativos, ver muitas referências. Não tem tido tempo de ver vídeo, tem preguiça de ver vídeos mas fazer consultas de referência tem sido mais valioso. Vê conteúdos de design no LinkedIn, Ladies that UX, gosta do Medium, acompanhar a Mergo, Brasil UX Design, e outros blogs.

No processo criativo, faz muita pesquisa pra entender o que tem que fazer, seja marca, aplicativo ou sistema. Tem que entender a finalidade daquilo, mapeia fluxo, jornada de experiência, benchmarking e análise de similares pra ver como faria, criando insights a partir do que faz, conversa com o usuário sempre validando e criando ideais com eles, por último referência visual no Behance, primeira foca no que mudar em experiência e depois parte visual.

Não lembra o que é design vernacular.

Foi fazer um evento criativo, mas sempre faça alguma coisa curiosa, e aí as duas primeiras senhoras falou que na época da ditadura pegou fogo em um banco, a outra falou que fuma maconha todo dia a muitos anos, fingiu que não rolou nada, mas depois falou que tinha chulé. Fez um evento criativo semana passada, trabalhou em equipe, sempre conta piada e é meio assim, todas as vezes que faz alguma dinâmica, 635, o resultado é sempre "nossa, eu nunca tinha pensando nisso sozinha", gosta de dinâmicas em grupo. Faz isso também com equipe interna, seja em branding ou UX, pra alinhar com os desenvolvedores as regras do produto, isso ajuda bastante pra todo mundo está alinhado com o projeto.

Acha que mudaria, melhoraria o tempo, as vezes acha muito demorado, se a pessoa é da área, mas sempre tem muitas fases, as pessoas ficam cansadas, o tempo

pra fazer é o mais complicado, você sai com a cabeça explodindo. Adora sentar e discutir, mas no processo as vezes cansa demais as pessoas. A dinâmica que mais usou foi o 635 e Crazy 8's. Fez uma de propósito na área de *branding*, em *lean inception*. Gosta muito, e sempre fica aliviada como termina, se sente bem, que design não é uma área da sua cabeça. As pessoas se engajam muito, as pessoas de dentro sabe que as coisas melhoram pra eles. Todo dia faz *Card Sorting* com o usuário, e tem sido muito legal, seja com analista, seja com os desenvolvedores, já fez com várias pessoas da empresa, todo mundo participa e valida as coisas comigo.

Usa celular com certeza, desktop e notebook no trabalho. Chega cansada de ficar tanto tempo sentada, usa bastante, não tem tablet então não usa. Navega em sites pelo celular, mas prefere no desktop. Ainda é meio velha, vai abrir o note pra comprar coisas. Coisas importantes no notebook, tela maior pra ver o produto pra comprar. Acha que o mais importante é a navegação do site mesmo, por exemplo, agora na *black friday* na C&A, no celular pra mexer é muito ruim, faz ela desistir, só vê as coisas no navegador. Quando dá erro e não responde, erros de navegação mobile são chatos. Gosta de ver a foto dos itens, pra dar zoom, olhar, site de roupa. Preza pelo bom funcionamento e usabilidade. Acha que dar "aceite" em várias coisas, é muito ruim. O messenger do Facebook é bem ruim, é um saco, mexe no celular porque não precisa entrar no Facebook. Não usa Facebook no computador, só no celular, e usa só o messenger.

Online já mediou dinâmicas, mas nunca como participante, usou o Miro e o Meet. Deu bem certo e foi bem bom, preferiu pelo Miro, todo mundo colocou as coisas respeitando o tempo, foi bem mais produtivo.

11.4 ENTREVISTADO 04 (PERFIL 01)

Sou homem, cis, branco, gay, casado há 18 anos. Pai de uma criança de 11 anos que veio de adoção, 5 anos conosco. Sou administrador de empresas, achei que era apaixonado por finanças, fiz uma especialização em finanças corporativas, queria trabalhar na bolsa. Vi que era uma loucura mas realmente não era pra mim.

Fui para letras- português, no aspecto literatura, e antes de letras tudo era muito binário, me abriu várias possibilidades, como pessoa me transformei, comecei a entender o mundo de uma outra forma, comecei a mudar minha perspectiva profissional, fui trabalhar na area de recursos humanos mesmo trabalhando com folhas de pagamento eu estava trabalhando com pessoas, trabalho com gestão de pessoas há quase 20 anos.

Sou filho caçula, temporão, diferença de 10 anos do irmão do meio, fui descobrindo minha identidade na adolescência, em relação a sexualidade, família, vocação, ser pai transforma, ainda mais vindo de uma adoção tardia. Sou capricorniano, então sou meio *workaholic*, tenho me policiado bastante pra dosar o momentos de trabalho e família, ainda mais agora que estou em casa. Tenho duas atividades, sou servidor público mas também tenho empresa e ainda também sou mestrando em design.

Para me organizar, eu uso post-it, uso o Trello, acho fantástico, mas se estou sozinho eu esqueço do Trello. Tenho me organizado muito no Google agenda e com o post-its que tenho aqui na parede. Tento dividir meus horários, de manhã para o serviço público e durante a tarde para minha empresa e os estudos do mestrado. Até porque a noite eu também tenho atividades, tenho coisas da empresa, as vezes tenho que gravar vídeo, aproveito que a casa está mais silenciosa, mas todo o dia eu pego um caderninho e coloco as coisas que tenho que fazer.

Mas minhas atividades estão sempre na agenda do Google, aí o celular me avisa ou nos post-its aqui na minha parede. Antes eu fazia planejamento mensal mas ficava muito estressado, agora eu vou fazendo assim no dia-a-dia conforme a demanda chega.

Trabalho com serviço público então é assim, chega uma demanda pra estudar e emitir nota ou opinião. Dependendo da demanda leva tempo, aí eu coloco no meu post-it. Em termos de trabalho só mudou o ambiente, as reunião que costumam ser online eu prefiro presencial, mas no trabalho eu prefiro ficar em casa, fica melhor pra produzir. Mudou também a dinâmica em casa com os horários, porque tem o trabalho e tem o *home-schooling*.

Na pandemia ficou um pouco mais simples, porque não tem a logística de render a empregada, me locomover pra pegar meu filho, mas em termos de carga de trabalho estou trabalhando a mesma coisa, só acho mais chato ter que acordar de manhã e me conectar. Única coisa chata do trabalho, e as reuniões que acho menos produtivas, pelo menos na minha empresa, acho que as reuniões que temos todos os dias não estão indo pra lugar nenhum, podia resolver no Whatsapp e tem que conciliar os equipamentos, sorte que aqui conseguimos tres computadores, mas antes tinha que conciliar.

Academicamente é a primeira vez que entro em contato com o design sim, mas na época que eu estava na faculdade, estudando antropologia e aspectos humanos, caí na visão do design. Ainda na época tinha uma visão mais de que o design era só design grafico, mas fui aprendendo que não era só isso então meu contato começou lá atrás, nesta época do estudo do aspecto humano, mas ainda não tinha começado essas tendências de Service Design UX, UI, etc. Fui entendendo os aspectos do design com amigos que eram designers, designers de produto, fui vendo que não era só sobre o produto, então eu trouxe essa visão de trabalhar com o aspecto humano, e comecei a estudar *design thinking*, conversar com pessoas, entender como funciona o curso design, como vem mudando. Estudei as camas do deisign, as coisas começam a fazer mais sentido, acho que sou designer de coração porque pra mim faz muito sentido olhar as coisas neste sentido, então resolvi fazer o mestrado em design.

Na área o que eu mais gosto são as conexões que ele faz. Talvez seja isso que me deixou apaixonado pela área, conectar experiências, isso acontece muito no design. Me incomoda as vezes a gente segmentar demais, e isso causa uma ansiedade, parece que "gente, mas isso era aquilo e a gente mudou de nome?". Então

tipo isso tem muitas ramificações mas calma vamos ver a coisa como um todo, também colocar design em tudo né, tudo vira design. A palavra começou a ter um peso muito grande pra mim, eu mudaria isso, essas ramificações que pra mim são iguais, pra ter um entendimento maior. Alguns colegas meus que não são designers ficam muito estressados porque parece tem que entender de tudo pra estar na inovação.

O que me agrega mais são os livros, busco muito conteúdo em livros. Meu processo de aprendizagem está em dois momentos: na leitura e no compartilhamento do que eu aprendi em uma conversa. Seja numa roda, num curso Beber da fonte, beber de onde está aquele conhecimento. Vejo *podcasts*, se tem indicação vejo algum vídeo no Youtube, mas vou atrás de descobrir quem está por trás, de onde veio. Se tem uma referencia é legal, e pra solidificar preciso compartilhar pra ver esse conhecimento funcionando em algum lugar.

Não conheço design vernacular.

Primeiro (o que vem na cabeça) o caos, quando eu vejo equipe, pessoas, tem que estar numa forma caótica, o trabalho em equipe tem que ser um processo colaborativo, e pra mim colaboração é um processo caótico. As coisas tem que se chocar, se ficar tudo certinho a gente perde essas margens de criação, deste momento caótico, essa desordem que pra mim não é ruim.

Falando sobre dinâmicas, tem uma que eu fiz com líderes que estavam num espaço caótico e levaram uma queixa de que queriam demitir algumas pessoas por não estarem produzindo, aí quisemos saber o motivo daquelas demissões, entender o que estava acontecendo, falei vamos fazer uma reunião pra gente entender como a gente pode ajudar. Fizemos uma atividade de choque, um desafio de uma hora pra organizar uma viagem que todo mundo tinha que ir junto e fazer a mesma coisa. Tinha um monte de regrinhas e em uma hora tinha que fazer o roteiro desta viagem, e eles foram descobrindo várias coisas sobre eles mesmo, descobriram que eles não tinha que demitir ninguém e precisavam mudar eles mesmos.

Trabalhamos bastante com essa dinâmica de choque e intervenção. Se os líderes não se conhecessem eu faria uma dinâmica diferente. Talvez fizesse algumas propostas no início e partir disso a gente ir sentindo o grupo pra fazer mais propostas. Acho que ficaram algumas lacunas que poderiam ser preenchidas se fizéssemos isso no início.

No mestrado só em meados do ano que vem que vamos fazer algo. Vamos trabalhar com um grupo de líderes, fazer intervenção comportamental. No momento estamos fazendo revisão da literatura, a gente acha que sabe de tudo mas não sabe nada.

Eu uso mais o computador, porque tudo o que tem no celular eu consigo fazer no computador. Redes sociais, programas, tudo aqui, aí me concentro aqui nas atividades laborais. O tablet quase não uso, o celular, eu resolvo tudo pelo Whatsapp então faço tudo aqui. Mais pela facilidade de jogar tudo num canto, só se estou andando e alguém falou algo, aí abro porque está na minha mão. Geralmente vou no computador ou as vezes no tablet, mas odeio ver aquele negócio pequenininho no celular. Não gosto de celular grande.

Em um site, o conteúdo de fonte confiável e que me interesse são o que importa e despertam curiosidade. Também é bom ter uma facilidade pra navegar, se tiver que ficar clicando em muita coisa eu desisto, tempo de carregamento, as vezes esqueço aqui e vou fazer outra coisa. Mas se é claro e vai de encontro com o que eu preciso vou de encontro ao site, se não, sei o que eu preciso pra navegar no site, tem muita informação, eu desisto. Se é um site que nunca entrei vejo primeiro quem o site está citando, se pode ser só uma opinião. Se não tem citação nenhuma busco aquele texto na internet pra ver se é muito confiável ou não. Se não é um serviço, quero beber conteúdo, vou muito por indicação, do professor de uma escola que estudei. Por isso que não vou muito no Medium ou artigos no LinkedIn, a não ser que é uma pessoa que eu conheço.

Olhando do meu ponto de vista de facilitação tanto faz se é presencial ou online, o importante é as pessoas quem chega lá são as pessoas, não eu. Não tentei replicar o que faço no presencial no online, esquecer o que faço no presencial e

pensar no online. Fui criando o que eu tinha partir do meu repertório, a partir do que eu tinha acesso e usei o zoom pra trabalhar com pequenos grupos. Usei muito Mural, mais o Mural do que o Miro. Usei muito as plataformas do Google Education, o Google Docs. O que mais me ajudou no online como facilitador é ver que eu tenho ferramentas no ambiente online e pronto, e tenho ferramentas no presencial e pronto.

Não tento fazer o que faço no presencial no online e o que faço no online no presencial, tem que pensar em outra atividade, o que pode fazer no mesmo contexto. Acho que me libertei de algumas amarras que estavam acontecendo no início da pandemia. Muitas coisas fui aprendendo que tem que avisar o pessoal antes, tipo esperar dois minutinhos antes de dizer que não te funcionando.

11.5 ENTREVISTADO 05 (PERFIL 01)

É Designer, 25 anos, formada na UFSC, é veterana de design, se formou em 2019. Trabalha como *brand designer* em uma agência de intercâmbio. Faz teatro desde os 13 anos, com a pandemia não está fazendo nada, a pandemia mexeu com as coisas da carreira dela, foi demitida no início do ano, porque a empresa quase faliu, entrou na *vibe* do gráfico e agora se encontra no branding, curte lado arte e se expressar através da dança e artes, era muito de desenhar desde pequena, fazia história em quadrinhos da família.

A pandemia deixou a gente em casa, o pai é do grupo de risco mas trabalha todo dia, Hoje ela acorda cedo pra fisioterapia, trabalha a partir das 10h, conciliava com aulas online mas agora fica o dia todo no computador, joga muito vídeo game e passa muito tempo no computador. Faz um exercício e depois vai dormir.

Ama papelaria, usa o calendário do Google, usa a Mandala Lunar pra anotações pessoais. No trabalho usa o Trello mas agora está um caos, o Trello está desatualizado. Usa a To Do List, usou para o TCC, ajudou muito. Não usa o Kanban, gosta de se organizar pro projeto. Gosta de ir riscando as coisas pra lista, essa sensação é muito boa. O favorito pra vida pessoal é o papel, não consegue fazer as

coisas no computador, mas por profissional o que tem mais ajudado é o Trello, no trabalho ela se organizava no trabalho as vezes, passava o briefing e daí eles passavam a ficha preenchida pra ver o andamento das coisas.

Mudou na pandemia, a falta da presença das pessoas, é muito sociável, ter troca ao vivo pelo pessoal do trabalho. As pessoas nem ligam mais a câmera, elas ficaram mais frias, ela também ficou fria, isso vai um pouco contra ela mesmo, o momento de pausa é muito difícil também. Tem sido desafiador o role todo pra dar uma pausa, saber quando parar. O auto gerenciamento é muito difícil em casa, de repente sai do trabalho que tem seu lugar de conforto.

O interesse por design começa na questão do lado artístico e pela expressão pessoal. Cresceu numa casa com pessoas não muito artísticas, o que orna com arte e coisas mais técnicas. No final se encontrou em branding, por conta da parte gráfica e diagramação. As pessoas não tem acesso ao Moodle. Os conteúdos não são fáceis de encontrar, metodologias e tudo isso. Realmente tem que saber um pouquinho além do básico pra encontrar o que se quer. Canais de conteúdo mais fácil, conteúdos mais mastigados e mais específicos. Design é um área elitizada, conteúdo em português não são tão aprofundados, teve que ler mais coisas em inglês.

Onde busca os conteúdos? Vídeos no Youtube, alguns livros, mas o filtro falta ainda pra entender e assimilar coisas que façam sentido e sejam realmente importante. Figurinhas de morte e desespero. Segue um padrão bem padrão, vai fazendo pesquisa visual, sem algo muito específico, vai olhar os concorrentes, referências visuais e ramificando pra referências abrangentes, faz um *benchmark*. As vezes não sai nada, mas as vezes rola do nada. Se auto declara bem clichê.

Não conhece o termo vernacular.

Trabalho em equipe é maravilhoso. Na faculdade é péssimo. Mas é impossível designers não trabalharem em equipe, é necessário massacrar o ego. Gosta muito de trabalhar em equipe, se esforça muito em ouvir os outros, todo mundo pode fazer design. Leu muito sobre IDEO, são maravilhosos. Trabalho em equipe não deve ser só em equipe, todo mundo deve trabalhar e ajudar no processo.

Fez algumas, mas fez uma com *post it* na empresa anterior, para priorizar o projeto. Momento muito legal para olhar o produto que estava caótico, fez um plano de ação focado naquilo, gostou muito. A gente tem muito medo de errar né, pra dinâmicas em empresas maiores é legal deixar as pessoas mais tranquilas, tudo pode ter algum motivo e tudo pode ser enriquecedor. Olhar sem julgar.

Só fez dinâmicas como participante.

Projetos na faculdade, os projetos em grupo e teve muito problema, por imaturidade da equipe, das pessoas, cada um no seu momento, mas tem algumas coisas em Virgem, se dedica muito aos trabalhos da faculdade, acabava carregando a responsabilidade em trabalho em equipe. Todo mundo tem potencial, onde ele está, qual tarefa deve ser delegada a cada pessoa.

Usa mais o desktop, trabalha nele e tem tendinite e não consegue usar muito o celular. Navega em sítios pelo desktop, celular mais pra rede social.

Gosta muito da usabilidade e design, o que chama atenção é o design e em segundo a usabilidade. Sites antigos dão agonia, sites desde 2005 sabe? Sites que são brega, com banner *tosqueira*, questões estéticas dela. Site com usabilidade ruim enloquecem qualquer um.

Teve dinâmica online algumas agora, desenvolvimento de um site, foi tranquila, sentia que o condutor era um pouco apressado. Tinha que desenhar muito rápido, mas foi tranquilo, tendo a voz e indo bem foi tranquilo.

12. APÊNDICE D – Roteiro dos testes de Usabilidade.

Roteiro de teste de usabilidade exploratório em uma interface desktop, focado em usuários que procuram por métodos de criação e/ou organizam dinâmicas em grupo.

11.1 OBJETIVOS

1. Descobrir se as funcionalidades do site suprem as necessidades de criar um repositório de métodos e planejar eventos
2. Validar o fluxo de usabilidade e se o usuário consegue navegar com facilidade na interface;

11.2 PARTICIPANTES

Os participantes recrutados são pessoas que responderam ao questionário ou pessoas que atuam em áreas do design como UX designers, pesquisadores e facilitadores de eventos e dinâmicas. Estas características estão alinhadas com as personas desenvolvidas durante este trabalho.

11.3 QUESTIONÁRIO INICIAL

1. Você já facilitou eventos? Conte sua experiência.
2. Como você costuma buscar por métodos?
3. Você procura pelos métodos em que idioma? E por quê?
4. Tem algum site que você utiliza com frequência para buscar, salvar e estruturar dinâmicas?

11.4 TAREFAS

As tarefas são situações que o usuário poderia executar caso o site fosse implementado ou que o mesmo pode executar em outros sites semelhantes.

São elas:

11.4.1 Tarefa 1:

Essa é sua primeira vez navegando por este site e precisa entender do que se trata e o que pode fazer nele. Faça essa investigação e comente.

11.4.2 Tarefa 2:

Você está procurando por métodos de brainstorming/toró de ideias, como você faz para encontrá-lo?

11.4.3 Tarefa 3:

Você quer salvar os métodos disponibilizados em um repositório de métodos. Como você executa esta ação nesse site?

11.4.4 Tarefa 4:

Você tem um método que costuma utilizar e quer guardar no site. Como você faria isso?

11.4.5 Tarefa 5:

Você vai facilitar um evento durante a próxima semana. Como você utilizaria o site para organizar esse evento?

11.5 QUESTIONÁRIO FINAL

1. Você sentiu falta de alguma funcionalidade ou orientação da interface durante o teste?
2. Os tamanhos dos elementos, sejam textuais ou gráficos (botões, imagens, cartões e etc) estavam agradáveis?
3. Você utilizaria com frequência este site? Por quê?
4. Você possui alguma outra sugestão de melhoria não mencionada?
5. Gostaria de deixar uma consideração final?