

Luana Martins Sanches

**Prisma:** projeto gráfico-editorial para publicação digital sobre ferramentas de design adaptadas para o cotidiano e o autoconhecimento

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao curso de Design do Centro de Comunicação e Expressão da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito para a obtenção do título de Bacharela em Design.

Orientadora: Prof<sup>a</sup> Mary Vonni Meurer, Dra.

Florianópolis  
2024

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

Sanches, Luana Martins

Prisma: projeto gráfico-editorial para publicação digital sobre ferramentas de design adaptadas para o cotidiano e o autoconhecimento / Luana Martins Sanches ; orientadora, Mary Vonni Meurer, 2024.

119 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Graduação em Design, Florianópolis, 2024.

Inclui referências.

1. Design. 2. Design. 3. Design Editorial. 4. Publicação Digital. I. Meurer, Mary Vonni . II. Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em Design. III. Título.

Luana Martins Sanches

**Prisma: projeto gráfico-editorial para publicação digital sobre ferramentas de design adaptadas para o cotidiano e o autoconhecimento**

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, 16 de dezembro de 2024.

---

Prof<sup>a</sup>. Marília Matos Gonçalves, Dra.  
Coordenadora do Curso de Design UFSC

**Banca Examinadora:**

Profa. Dra. Berenice Santos Gonçalves

Prof. Dr. Douglas Luiz Menegazzi

---

Prof<sup>a</sup>. Mary Vonni Meürer de Lima, Dra.

Orientadora

Universidade Federal de Santa Catarina

## AGRADECIMENTOS

Início com uma menção honrosa à minha parceira de empreitada desta vez, Daniele, que esteve comigo não apenas neste projeto, mas em praticamente toda a minha graduação. Suas ideias sempre me animaram e nos motivaram mutuamente ao longo dos anos. Foi profundamente significativo dar vida a mais um projeto ao seu lado, e mal posso esperar pelo que ainda está por vir.

Dedico essa jornada aos meus pais, que sempre me fortaleceram e acreditaram no meu potencial. Vocês me incentivaram a chegar até aqui e continuam me apoiando a ir ainda mais longe. Ao meu irmão, que, do seu jeitinho, sempre encontra maneiras de cuidar de mim e arrancar minhas risadas mais sinceras, meu carinho eterno. Sinto-me profundamente grata pelo amor constante da minha família, que me alcança mesmo à distância e sempre me dá forças para continuar.

Não poderia seguir agradecendo a família sem mencionar aqueles que se tornaram minha casa em Floripa: Dani, Jhow, Renê e Jajá, obrigada por estarem comigo em todos os momentos; amo dividir meus dias e pensamentos com vocês. À Sofia, agradeço pelo aconchego e parceria que me proporcionou nesses anos. Também deixo um agradecimento coletivo a todos os amigos que fiz na UFSC e em Floripa, especialmente aos colegas designers. Seria impossível citar todos, mas saibam que cada um de vocês marcou minha trajetória de maneira única, tornando-a mais leve, divertida e cheia de momentos que levarei para sempre no coração.

Aos professores que me acompanharam ao longo da graduação, minha gratidão por contribuírem para a minha formação. Vocês foram, e continuam sendo, inspiração para que eu sempre busque mais, experimente novas ideias e me desafie. Em especial, agradeço à professora Mary, por sua paciência, dedicação e entusiasmo, que marcaram não apenas este projeto, mas tantos outros momentos da minha caminhada.

Agradeço com carinho às entidades estudantis que marcaram minha trajetória no curso de Design. Ao Centro Acadêmico de Design e Design de Produto e às gestões que pude construir e participaram da minha formação, coleciono momentos valiosos e trocas que me encheram de propósito.

Finalmente, manifesto meu reconhecimento à educação superior pública e gratuita, representada pela Universidade Federal de Santa Catarina. Este espaço, que simboliza a democratização e o acesso ao conhecimento, continua sendo um agente transformador na sociedade, reafirmando o compromisso com uma formação acadêmica de qualidade e acessível a todos.

*“Ninguém nasce feito, é experimentando-nos  
no mundo que nós nos fazemos”  
(Paulo Freire)*

## RESUMO

Este Projeto de Conclusão de Curso tem como objetivo aprimorar o uso de ferramentas de design de maneira intuitiva e funcional, integrando-as ao dia a dia dos usuários. Desenvolvido na forma de uma publicação digital interativa, o projeto orienta o usuário-leitor no uso do design em contextos pessoais e de autodesenvolvimento. Para sua criação, baseou-se no conjunto de orientações para design de publicações digitais sistemáticas, o *Framebook*, que oferece diretrizes para o design de publicações digitais, integrando ainda vídeos tutoriais produzidos a partir de uma parceria com a colega Daniele de Castro.

O desenvolvimento aqui relatado faz parte da construção do Conjunto Prisma — abrangendo desde as etapas de pesquisa, conceituação, estruturação do projeto gráfico-editorial, até a criação de ilustrações e uma identidade para a produção da publicação — e adaptam a aplicabilidade dessas ferramentas tanto em aspectos analíticos quanto sensíveis.

Os resultados indicam a aplicabilidade dessas ferramentas tanto em aspectos analíticos quanto sensíveis e que podem engajar novas possibilidades de aprendizado sobre design e autoconhecimento. A publicação busca estabelecer um canal acessível e incentivar a prática dos conceitos do design, ampliando sua aplicação para facilitar o cotidiano e o desenvolvimento pessoal.

**Palavras-chave:** Design Editorial; Publicação Digital; Autoconhecimento.

## ABSTRACT

This Final Graduation Project aims to enhance the use of design tools in an intuitive and functional manner, integrating them into users' daily lives. Developed as an interactive digital publication, the project guides the reader-user in applying design to personal and self-development contexts. Its creation was based on the *Framebook*, a set of guidelines for systematic digital publication design, and incorporates tutorial videos produced in collaboration with colleague Daniele de Castro.

The development reported here is part of the construction of the Conjunto Prisma — encompassing the stages of research, conceptualization, graphic-editorial project structuring, as well as the creation of illustrations and a distinct identity for the publication. It adapts the applicability of these tools to both analytical and sensitive aspects.

The results demonstrate the potential of these tools to bridge analytical and sensitive approaches, engaging new learning possibilities in design and self-awareness. The publication aims to establish an accessible platform and encourage the practical application of design concepts, extending its use to support daily activities and personal development.

**Keywords:** Editorial Design; Digital Publication; Self-Awareness.

<b>1. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>13</b>
1.1. Problemática de projeto.....	13
1.2. Objetivos.....	14
1.2.1. Objetivo Geral.....	14
1.2.2. Objetivos Específicos.....	14
1.3. Justificativa.....	15
1.4. Delimitação.....	15
1.5. Metodologia de projeto adotada.....	16
<b>2. CONCEITO.....</b>	<b>18</b>
2.1. Definição da problemática.....	18
2.2. Objetivo da publicação.....	19
2.3. Pesquisa.....	19
2.3.1. Relação do design com o autoconhecimento e ferramentas criativas.....	19
2.3.2. Autoconhecimento.....	20
2.3.3. Pesquisa de público.....	20
a) Resultados e análise.....	21
2.3.4. Análise de similares.....	27
a) De conteúdo.....	28
b) De forma.....	37
2.4. Escopo.....	46
2.4.1. Arquétipos.....	46
2.4.2. Requisitos.....	47
2.5. Conceitos do projeto.....	49
2.5.1. Conceito Prismático.....	49
2.5.2. Frase conceito.....	51
2.5.3. Conceitos norteadores.....	51
2.5.4. Paineis semânticos.....	52
2.5.5. Conceitos da publicação.....	54
a) Função.....	54
b) Modo de leitura e navegação.....	54
b) Suporte.....	55
b) Formato da publicação.....	55
<b>3. CONTEÚDO.....</b>	<b>55</b>
3.1. Definição do conteúdo.....	55
3.2. Organização do conteúdo principal.....	58
3.2.1. Sistematização das ferramentas.....	59
3.2.2. Conteúdos complementares.....	60
a) Introdução.....	60
b) O design de si.....	60
c) Lista de recomendações.....	60
d) Glossário.....	61
3.3. Estruturação e fluxo de leitura.....	62



<b>4. FUNCIONALIDADES.....</b>	<b>64</b>
4.1. PDF interativo e seus recursos.....	64
4.2. Publish Online.....	64
4.3. Audiovisual.....	64
<b>5. EXPERIÊNCIA.....</b>	<b>66</b>
5.1. Estruturação do projeto gráfico-editorial.....	66
5.1.1. Predefinição do formato de página.....	66
5.1.2. Definição da tipografia.....	66
a) Contexto do problema.....	67
b) Critérios de seleção.....	67
c) Hierarquia e pesos.....	67
d) Busca.....	67
e) Avaliação.....	68
e) Resultado.....	70
5.1.3. Estabelecimento da entrelinha, módulo e grid.....	72
5.1.4. Representação do diagrama e mancha gráfica.....	74
5.5. Espelho.....	76
5.6. Wireframes.....	78
<b>6. SUPERFÍCIE.....</b>	<b>80</b>
6.1 - Identidade Visual.....	80
6.1.1. Naming.....	80
6.1.2. Logo e Símbolo.....	80
6.1.3. Paleta cromática.....	81
6.2. Paineis semânticos do design visual.....	82
6.3. Diretrizes gráfico-editoriais.....	84
6.3.1. Proposta gráfica.....	84
6.3.2. Proposta tipográfica.....	86
6.3.3. Padrão Cromático.....	87
6.3.4. Ilustrações e infográficos.....	88
a) Adesivos.....	90
6.3.5. Iconografia e botões.....	92
6.4. Diagramação.....	94
6.4.1. Implementação dos recursos interativos.....	95
6.5. Especificações Técnicas.....	97
6.6. Resultados.....	98
<b>7. MATERIAIS COMPLEMENTARES.....</b>	<b>107</b>
7.1. Pasta compartilhada do projeto.....	107
<b>8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....</b>	<b>110</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>111</b>
<b>APÊNDICES.....</b>	<b>113</b>

## LISTA DE QUADROS E FIGURAS

Quadro 1 – Método de desenvolvimento do projeto.....	26
Quadro 2 – Dados dos participantes da entrevista.....	27
Quadro 3 – Análise de similar de conteúdo A.....	33
Quadro 4 – Análise de similar de conteúdo B.....	36
Quadro 5 – Análise de similar de conteúdo C.....	39
Quadro 6 – Análise de similar de conteúdo D.....	41
Quadro 7 – Análise de similar de forma A.....	43
Quadro 8 – Análise de similar de forma B.....	45
Quadro 9 – Análise de similar de forma C.....	47
Quadro 10 – Análise de similar de forma D.....	49
Quadro 11: Síntese das percepções a partir dos similares.....	51
Quadro 12 – Arquétipos e conceitos norteadores para a publicação.....	52
Quadro 13 – Requisitos para o projeto.....	53
Quadro 14 – Requisitos para a publicação.....	53
Quadro 15 – Funcionalidades e recursos presentes na publicação.....	70
Quadro 16 – Mapeamento inicial dos adesivos.....	96

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Método de desenvolvimento do projeto.....	17
Figura 2 – Etapas e definições necessárias adaptadas para o método escolhido.....	18
Figura 3 – Nuvem de palavras com base nas entrevistas.....	26
Figura 4 – Painel visual dos entrevistados.....	27
Figura 5 – Mapa Conceitual da problemática.....	50
Figura 6 – Mapa Conceitual da problemática.....	51
Figura 7 – Painel visual de conceito Prismático.....	52
Figura 8 – Painel visual de conceito Inquietação.....	52
Figura 9 – Painel visual de conceito Descoberta.....	53
Figura 10 – Painel visual de conceito Intimista.....	53
Figura 11 –Matriz de Decisão das ferramentas.....	56
Figura 12 – Agrupamento inicial das ferramentas a partir dos Cards do livro Como se Cria: 40 métodos para design de produtos.....	57
Figura 13 – Classificação e agrupamento simplificado das ferramentas.....	58
Figura 14 – Organização inicial do conteúdo.....	59
Figura 15 – Organograma da publicação.....	61
Figura 16 – Visão geral dos conteúdos presentes na publicação.....	62
Fonte: Desenvolvido pela autora.....	62
Figura 17 – Fluxograma da publicação.....	63
Figura 18 – Fontes pré selecionadas para o corpo de texto.....	68
Figura 19 – Fontes display pré selecionadas.....	68
Figura 20 – Testes das fontes para corpo de texto selecionadas.....	69
Figura 21 – Testes das fontes display selecionadas.....	69
Figura 22 – Matriz de seleção tipográfica para o corpo de texto.....	69
Figura 23 – Matriz de seleção tipográfica para os títulos.....	70
Figura 24 – Família tipográfica da fonte Vinila em sua versão Variable.....	70
Figura 25 – Testes da família tipográfica da Vinila para uso no corpo de texto.....	71
Figura 26 – Tipografia Vinila Light.....	71
Figura 27 – Família tipográfica da fonte Mersad.....	71
Figura 28 – Tipografia Mersad Black.....	72
Figura 29 – Combinação das duas fontes escolhidas e suas variações.....	72
Figura 30 – Teste para definição da entrelinha.....	72
Figura 31 – Cálculo do valor do módulo a partir da entrelinha.....	73
Figura 32 – Novo valor do módulo.....	73
Figura 33 – Configuração do grid no Adobe InDesign.....	74
Figura 34 – Tabela para tamanhos de linhas de texto.....	75
Figura 35 – Representação do diagrama colunar no Adobe InDesign.....	76
Figura 36 – Representação das margens e medidas do diagrama.....	76
Figura 37 – Representação do espelho da publicação.....	77
Figura 38 – Representação dos wireframes para a parte introdutória da publicação e apresentação do prisma.....	78
Figura 39 – Wireframes da publicação referentes aos capítulos das emoções e as	

ferramentas.....	79
Figura 40 – Logo do projeto Prisma.....	80
Figura 41 – Desenho de uma pirâmide triangular X símbolo do projeto.....	80
Figura 42 – Cores e aplicação do logo do projeto Prisma.....	81
Figura 43 – Paleta de cores do projeto Prisma.....	81
Figura 44 – Moodboard para Inquieto.....	82
Figura 46 – Moodboard para Inspirado.....	83
Figura 47 – Construção dos emojis.....	85
Figura 48 – Moodboard para novos emojis.....	85
Figura 49 – Emojis finais no Adobe Illustrator e refinados para a identidade visual.....	85
Figura 50 – Proposta de elementos gráficos e como se apresentam em cada capítulo.....	86
Figura 51 – Proposta tipográfica.....	87
Figura 53 – Ilustrações que acompanham o conteúdo da publicação.....	89
Figura 54 – Exemplo de infográficos para complementar o conteúdo.....	89
Figura 55 – Exemplo de imagem de preenchimento para as sessões das ferramentas que serão desenvolvidas com o audiovisual.....	90
Figura 56 – Emojis e taglines desenvolvidos para as emoções.....	90
Figura 57 – Adesivos desenvolvidos para os sentimentos.....	90
Figura 58 – Adesivos desenvolvidos para ferramentas contempladas pelo audiovisual.....	91
Figura 59 – Adesivos desenvolvidos para o contexto do projeto e exemplo de composição para aplicação.....	92
Figura 60 – Ícones e sua aplicação como botões e uso das cores.....	93
Figura 61 – Exemplo de animação dos ícones para a interação.....	93
Figura 62 – Botões e aplicação para navegação.....	93
Figura 63 – Recursos de navegação aplicados na página.....	94
Figura 64 – Exemplo de recursos de navegação aplicados na página mestre.....	95
Figura 65 – Exemplo de página mestre com diagrama modular.....	95
Figura 66 – Exemplo de página com configuração de hiperlinks.....	96
Figura 67 – Configuração do menu de navegação por meio dos botões.....	96
Figura 68 – Exemplo de página com configuração de animação quando o cursor está em cima.....	97
Figura 69 – Exemplo de interação com o menu e botões.....	98
Figura 70 – Capa da publicação.....	99
Figura 71 – Folha de rosto da publicação.....	99
Figura 72 – Exemplo de página com conteúdo introdutório da publicação.....	100
Figura 73 – Página da publicação para visão geral das ferramentas e navegação a partir dos links.....	100
Figura 74 – Exemplo de página de apresentação de Inquieto no conjunto Prisma.....	101
Figura 77 – Exemplo de página de modelo da ferramenta para Inquieto.....	102
Figura 78 – Exemplo de página de apresentação de ferramenta para Reflexivo.....	103
Figura 79 – Exemplo de página de como usar a ferramenta para Reflexivo.....	103
Figura 80 – Página da lista de recomendações de Reflexivo.....	104
Figura 81 – Página de abertura para o capítulo Inspirado.....	104
Figura 82 – Exemplo de página de apresentação de ferramenta para Inspirado.....	105

Figura 83 – Exemplo de página de como usar a ferramenta para Inspirado.....	105
Figura 84 – Exemplo de página de modelo da ferramenta para Inspirado.....	106
Figura 85 – Fechamento dos capítulos principais.....	106
Figura 86 – Exemplo de página pós-textual da publicação.....	107
Figura 88 – Templates para uso digital em tamanho de 1080 x 1920 pixels.....	109
Figura 89 – Modelo do diagrama de Ishikawa adaptado para impressão A3.....	109

# 1. INTRODUÇÃO

Compreender-se como indivíduo em uma sociedade pós-moderna tornou-se um desafio cada vez mais complexo. Não basta ser reconhecido apenas como parte de um coletivo; agora, há também o desejo de voltar-se para si mesmo, explorando seu propósito e crescimento. Essa dualidade reflete uma busca por equilíbrio: destacar-se como peça singular em um sistema que nos integra desde o primeiro momento. Apesar de parecer contraditório, essa conexão inevitável com o coletivo também pode ser positiva, quando percebida como oportunidade de construir um propósito mais significativo a partir do repertório único de cada pessoa.

O autoconhecimento, nesse cenário, vem como um processo fundamental para dar sentido a essas interações e equilibrar aspirações pessoais com responsabilidades sociais. Jovens adultos, em especial, encontram o desafio de compreender seu papel em um mundo cada vez mais voltado para o individualismo e o reconhecimento. Conhecer a si mesmo é o primeiro passo para qualquer decisão consciente e positiva para si mesmo e para os outros e esse entendimento tornou-se uma das formas de contestar a sociedade.

Sob a ótica do design “Irreverentes e visionários, quase todos jovens, na faixa dos vinte e poucos anos, os designers da vanguarda queriam nada menos que mudar o mundo. E, no princípio do século 20, não hesitaram em contestar a sociedade por meio do design. Imersos no caos — industrialização, transformações tecnológicas, guerra mundial —, eles buscavam a ordem e o sentido.” (Armstrong, 1998)

Armstrong (1998) descreve como designers do início do século 20 usaram o design como ferramenta de contestação e busca por sentido. Partindo dessa inspiração, surge uma nova maneira de enxergar o design: indo além do seu campo de estudo, para incentivar um processo de traduzir os métodos projetuais em descobertas pessoais. Assim como um projeto de design começa com pesquisa, exploração e iteração, o autoconhecimento também demanda organização, experimentação e capacidade de revisitar informações para sintetizá-las. Ambos os processos podem ser lineares ou caóticos, exigindo ajustes e reflexões ao longo do processo.

Dessa forma, o autoconhecimento é um estudo constante que pode ser, em diferentes níveis, um processo que se aproxima à prática do Design, principalmente no que diz respeito à construção da identidade de algo, nesse caso de alguém. Como cita Wurman (1991, p.89), “a melhor maneira de concluir um projeto é definir sua finalidade essencial, seu objetivo mais básico. Qual o objetivo a ser alcançado? Qual o motivo para iniciá-lo? É aqui que reside a solução”. Então, no contexto deste projeto, como seria possível continuar traçando esses paralelos entre um projeto de design e um projeto de reconhecimento pessoal e apresentar a possibilidade de entender essas ferramentas e poder adaptá-las à busca pessoal por realização?

## 1.1. Problemática de projeto

Para explorar essa temática, seria necessário relacionar essas áreas de conhecimento com o objetivo de construir um projeto pessoal. E oferecer tanto o trabalho por etapas bem definidas

e com objetivos distintos, ou então exploram um amplo conjunto de possibilidades a serem refinadas no decorrer do projeto.

Enquanto o design busca criar algo funcional e intuitivo, o autoconhecimento exige introspecção e orientação para que o indivíduo compreenda plenamente suas facetas e alcance uma transformação genuína. No entanto, tal compreensão de si mesmo raramente ocorre de forma espontânea, sendo necessário um direcionamento estruturado para tornar esse processo mais acessível e eficiente.

Neste contexto, o projeto propõe uma solução que une a publicação digital a uma abordagem criativa e exploratória. Essa combinação tem como objetivo traduzir conceitos especializados da área de design em conteúdos adaptados a uma linguagem mais dinâmica, ampliando seu alcance e impactando de forma mais significativa o público-alvo. A utilização de recursos multimídia possibilita criar uma experiência imersiva que auxilia jovens a organizar suas descobertas e reconhecer seu potencial em um formato que dialoga diretamente com suas necessidades e habilidades cognitivas.

Assim, surge a reflexão central que orienta o desenvolvimento deste trabalho: como o design pode se tornar uma ferramenta eficaz para facilitar o autoconhecimento e a organização pessoal? A resposta está na adaptação e aplicação dos princípios criativos do design para inspirar e apoiar os usuários em suas jornadas pessoais, oferecendo recursos tangíveis para um processo tão subjetivo quanto essencial.

O desenvolvimento de um projeto de publicação digital possibilita aos usuários explorar outras ramificações do tema de forma mais centralizada e imersiva, servindo como um caminho para vídeos tutoriais ao mesmo tempo que os integra a abordagem escolhida para tratar o tema. Dessa forma, integrou-se a publicação digital a um segundo projeto que utiliza o suporte audiovisual desenvolvido em parceria por Daniele de Castro, visando que os conteúdos de ambos se complementam e apresentem ferramentas escolhidas em conjunto. Assim, foi entendido que além da atenção dedicada ao projeto gráfico, seria necessário tornar o conteúdo compreensível e organizado de maneira a facilitar a leitura, navegação e interação dos usuários. Ao longo do relatório, são indicadas as etapas desenvolvidas em colaboração e definições que guiaram a integração final entre os trabalhos.

## 1.2. Objetivos

### 1.2.1. Objetivo Geral

Desenvolver uma publicação digital focada na sistematização de ferramentas criativas aplicadas para o autoconhecimento de jovens adultos.

### 1.2.2. Objetivos Específicos

- Sistematizar o uso de ferramentas de design e as possibilidades de aplicação em organização pessoal e autoconhecimento para jovens adultos;
- Identificar projetos gráficos-editoriais e mecanismos de interação para publicações

digitais que possam inspirar e/ou servir de referência ao projeto;

- Criar uma identidade visual que será aplicada no guia a partir do projeto gráfico;
- Desenvolver o projeto gráfico da publicação digital levando em conta seu conteúdo e a experiência centrada no usuário-leitor;
- Documentar o processo projetual e o planejamento de integração a um segundo projeto que utiliza o suporte audiovisual, incorporado na publicação;

### 1.3. Justificativa

Uma das razões para o desenvolvimento do projeto foi a possibilidade de uso do Design Gráfico e de Informação aplicado à organização pessoal e autopercepção durante a experiência de graduação da autora. Além da possibilidade de uso pessoal, houve o interesse no compartilhamento desses meios de conhecer-se e aplicar o design em contextos cotidianos através de suportes com alto potencial didático, como é o caso da publicação digital.

Colocando em foco a busca constante por entender-se e explorar os caminhos pelos quais isso pode ser feito é que encontra-se o potencial das ferramentas criativas ensinadas durante a graduação de Design para a aplicabilidade em contextos cotidianos que iriam além do viés mercadológico. O trabalho de traçar os paralelos e poder apresentar o design para o público aplicar seu próprio repertório mostrou-se desafiador, no entanto a investigação e a criação partindo da temática escolhida foi de interesse da autora tendo em vista seu processo de descobertas através desse campo de estudo. Compartilhando dessas percepções, foi estabelecida uma parceria com a colega Daniele de Castro, que desenvolveu os aspectos audiovisuais aplicados a vídeos tutoriais para uso das ferramentas.

Dessa forma, foi pensado como as expertises aprendidas em design poderiam guiar um projeto de identidade própria e de que maneira adaptar o uso de ferramentas de design tendo o autoconhecimento como objetivo. Além disso, um dos propósitos da escolha foi justamente o de poder contribuir e devolver o conhecimento adquirido à sociedade e à comunidade acadêmica a partir da exploração de outras áreas do conhecimento, como a Psicologia, e que poderiam se tornar objeto de estudo a serem aprofundados posteriormente.

A faixa etária escolhida como foco do projeto é marcada pela análise e descoberta em que cada experiência ocasiona um novo ciclo de entender um pouco mais de si, o projeto propõe a adaptação e ressignificação dessas ferramentas já consagradas no contexto criativo e projetual, dando-as uma nova utilidade voltada à realização pessoal.

Além disso, buscava-se uma proposta em que o mais importante não fossem os fins lucrativos, permitindo chegar a uma solução multiplataforma dinâmica e com um conteúdo interessante de forma gratuita e de fácil acesso. O autor Carrenho (CARRENHO, 2016, p. 109) acredita que “os livros digitais eliminam barreiras para a leitura na medida em que ampliam de forma gigantesca o acesso ao livro”. Nesse sentido, a facilidade de acesso ao material colabora para que o objetivo geral do projeto seja atingido e integrado ao audiovisual para um



caminho mais didático visto que os custos que envolvem o processo de desenvolvimento como material, impressão e logística desaparecem ou diminuem muito.

## 1.4. Delimitação

Este projeto de Design limita-se ao desenvolvimento de uma publicação digital orientando sobre as ferramentas de design e suas possibilidades de aplicação focada na leitura em dispositivos como computador ou tablet. Devido à complexidade da ideia inicial do projeto e o propósito da parceria, o planejamento e construção das etapas foram feitos coletivamente para criar uma identidade comum para o projeto multimídia. Assim, também foi indicado no relatório o que teve o desenvolvimento em conjunto e quais decisões foram tomadas individualmente respeitando o caráter colaborativo da proposta a ser integrada.

Em questão de conteúdo, para a adaptação e apresentação das ferramentas criativas capazes de instigar e auxiliar o uso dessas, foi utilizado o livro *Como se Cria (2015)*, obra da autora Ana Veronica Pazmino. Explorando a temática para projetar uma publicação digital apresentando em seu decorrer vídeos tutoriais, procurou-se através da sua organização explicar o que é a ferramenta, qual seu propósito de uso, a visão geral de como usá-la e a apresentação dos modelos prontos para aplicação.

Mesmo com a concepção do conteúdo textual e visual fazendo parte do projeto, será relatado o processo projetual da publicação com foco na produção do projeto gráfico-editorial, a partir aplicação dos estudos de Design de Informação, Editorial e Digital que foram aprendidos e praticados ao longo do período acadêmico da autora para organização do conteúdo que expõe o conjunto 9 ferramentas de design adaptadas para o autoconhecimento.

## 1.5. Metodologia de projeto adotada

A abordagem metodológica empregada na elaboração deste projeto é adaptada da proposta de orientações para publicações digitais de Dick e Gonçalves (2016), é através dela que encontrou-se um meio de contemplar as especificidades de um projeto editorial focado para o ambiente digital. Buscou-se dividir o projeto em cinco etapas de acordo com a proposta dos autores de eixos da publicação: conceito, conteúdo, funcionalidades, experiência e superfície.

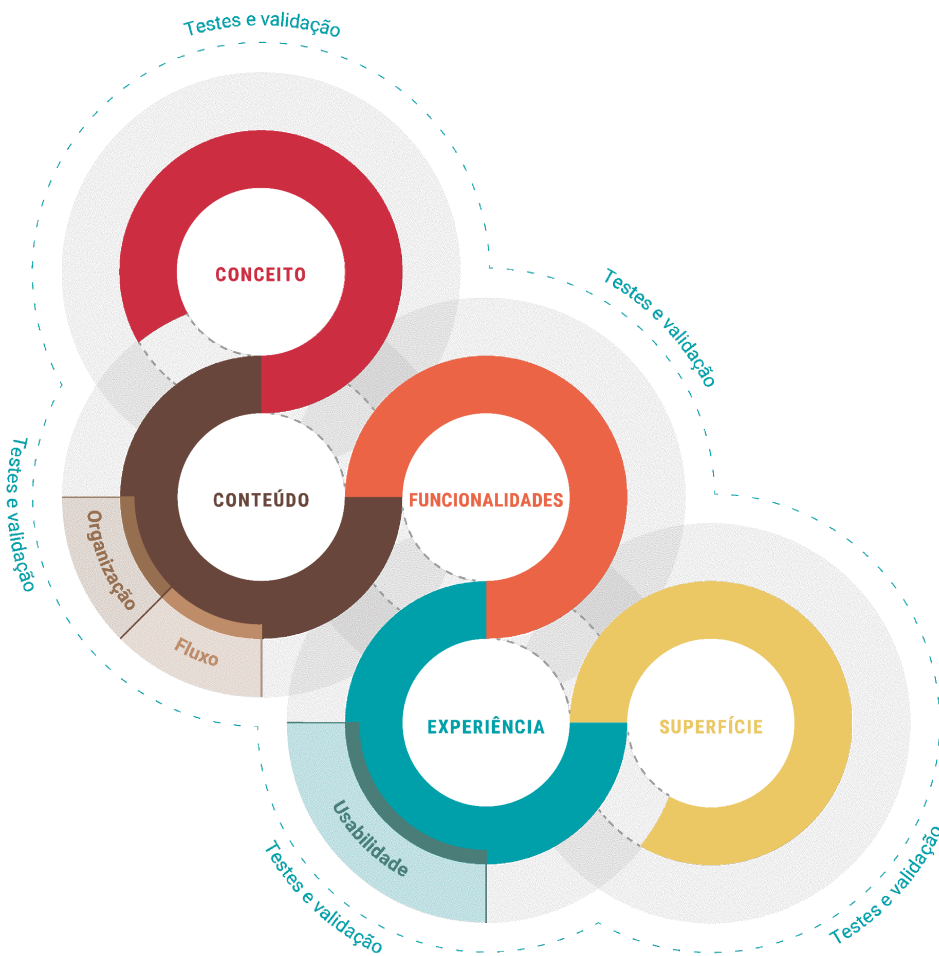
Foi pensando na adaptação para o projeto que contempla atingir um formato de publicação digital com maior carga de multimídia e interatividade, além do planejamento necessário para alcançar a solução.

A partir de conhecimentos das áreas de Design Editorial foram definidas sub etapas em que o uso de ferramentas que auxiliaram na construção de uma publicação digital para além de um objeto digital interativo.

Essa abordagem permite a possibilidade de retornar e revisitar o projeto conforme necessário, bem como adaptar os cursos de ação de cada etapa para atender ao contexto do projeto. A flexibilidade se revela à medida que as etapas se entrelaçam em fluxos cíclicos, todos centrados nos objetivos gerais do projeto e de cada fase específica assim dá-se a atenção

necessária para aspectos de multimídia e interatividade para tornar a experiência mais dinâmica e interessante ao leitor.

Figura 1 – Método de desenvolvimento do projeto.



Fonte: Dick e Gonçalves (2016).

**Eixo de Conceito:** abrange as definições iniciais da publicação, que vão guiar as decisões nos eixos seguintes. Estas levam em conta as características e as possibilidades do meio digital, bem como o objetivo da publicação.

**Eixo de Conteúdo:** é responsável pela definição, organização e estruturação do conteúdo da publicação digital. Ele se divide em dois sub-eixos: Organização e Fluxo. O primeiro diz respeito à distribuição e hierarquização do conteúdo na publicação. Enquanto o segundo diz respeito ao fluxo e ritmo de leitura.

**Eixo de Funcionalidades:** orienta sobre possíveis recursos interativos e funcionalidades que forem avaliadas para compor a publicação.

**Eixo de Experiência:** considerar como oferecer para o usuário leitor uma boa experiência. Possui o sub-eixo “Usabilidade”, que se refere à facilidade de uso, eficiência e satisfação do usuário ao interagir com a publicação.

**Eixo de Superfície:** refere-se a superfície do projeto e orienta sobre aspectos que devem ser considerados na construção da apresentação e visualização da publicação, que por consequência influenciam na percepção e na compreensão do conteúdo pelo usuário.

De acordo com cada eixo, foram mapeadas as tarefas necessárias para desenvolver o projeto de publicação digital e a ordem que seria utilizada para essas construções. Neste trabalho, portanto, adaptou-se os eixos citados incorporando as orientações propostas pelo mesmo autor em sua tese para guiar o desenvolvimento da publicação digital.

Foram destacadas com uso de cores as tarefas que necessitaram de maior integração e trocas entre as projetistas a fim de preservar a identidade do projeto. Aquelas que foram assinaladas com o asterisco são as etapas que foram resolvidas após a definição de que o projeto audiovisual não seria entregue simultaneamente.

Figura 2 – Etapas e definições necessárias adaptadas para o método escolhido.

CONCEITO	CONTEÚDO	FUNCIONALIDADES	SUPERFÍCIE
<b>Definição da problemática;</b> Objetivo da publicação;	Definição e sistematização dos conteúdos contidos no ebook;	Procura por interações a partir do formato definido;	<b>Identidade do Projeto;</b>  <b>Moodboards</b>
<b>Pesquisas sobre a temática;</b>  <b>Pesquisa de público;</b> • Entrevistas;	Organização do conteúdo; <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sistematização das ferramentas;</li> <li>• Conteúdos complementares;</li> </ul>	Definição dos recursos interativos e elementos editoriais;	Diretrizes de projeto gráfico-editorial;
Análise de similares; <ul style="list-style-type: none"> <li>• De conteúdo;</li> <li>• De forma;</li> </ul>	Estruturação e fluxo de leitura da publicação; <ul style="list-style-type: none"> <li>• Espelho de publicação e navegação;</li> </ul>	<b>Audiovisual*</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proposta gráfica;</li> <li>• Proposta tipográfica e cromática;</li> <li>• Ilustrações</li> <li>• Iconografia e botões</li> </ul>
Escopo; <ul style="list-style-type: none"> <li>• Arquétipos;</li> <li>• Requisitos;</li> </ul>		<b>EXPERIÊNCIA</b>	Diagramação; <b>Especificações técnicas;</b>
<b>Conceitos do Projeto;</b> • Painéis semânticos; • Conceitos da publicação;		Estruturação do projeto gráfico-editorial;	<b>Resultados (para futuros testes de usuário).</b>
		Espelho Wireframes; <ul style="list-style-type: none"> <li>• Esboço da alternativa;</li> </ul>	

Fonte: Adaptado pela autora.

## 2. CONCEITO

### 2.1. Definição da problemática

Esta publicação tem como objetivo principal sistematizar ferramentas de design para fins de autoconhecimento, demonstrando que esse processo pode se assemelhar à elaboração de um projeto de design. A problemática surge da oportunidade de aproximar pessoas que não são designers, oferecendo conceitos que elas podem aplicar e se beneficiar. Assim, buscou-se encorajar o autoconhecimento por meio de uma abordagem sensível sobre metodologias projetuais, propondo a ideia de um 'projeto de design de si' e como iniciá-lo.

Foi adotada a divisão de mídias entre as projetistas, sendo assim este trabalho contempla a publicação digital enquanto os aspectos audiovisuais contidos nela serão desenvolvidos por Daniele. Também foi definido nesta etapa inicial que o público seriam jovens de 18 a 28 anos, visto que a transição entre a adolescência e a fase adulta é marcada por decisões importantes, como escolhas profissionais e desenvolvimento de habilidades. Foi considerada a faixa etária em que encontramos pessoas mais abertas a experimentar novas metodologias e que possuem maior fluência digital quanto a uma publicação digital interativa e ferramentas projetuais em vídeos tutoriais.

## 2.2. Objetivo da publicação

A publicação guia o leitor a partir da apresentação de conceitos do design, principalmente organizacionais. Observa-se que normalmente esses projetos são construídos para empresas e marcas, dificilmente de forma a direcionar a reflexão e para o indivíduo incentivando o uso mais pessoal para o autoconhecimento.

É importante permitir que o usuário se aproprie e aproxime-se de conhecimentos de design que podem ajudar no processo de desenvolvimento e entendimento de si. De modo que essa discussão seja ampliada e permita que designers possam valorizar seu papel social, e como consequência influenciar a percepção da sociedade sobre esta profissão.

## 2.3. Pesquisa

Buscar informações de forma estratégica e organizada é um grande desafio dado a quantidade de possibilidades que a internet proporciona, porém, para evitar que informações desconexas acabassem juntando-se ao conteúdo da pesquisa, a mesma foi dividida em blocos: Pesquisa geral relacionando design e autoconhecimento, além de materiais bibliográficos sobre ferramentas do design; Pesquisa de material bibliográfico sobre a temática do autoconhecimento disponível; Pesquisa de público através de uma entrevista semiestruturada; Análise de similares.

### 2.3.1. Relação do design com o autoconhecimento e ferramentas criativas

Inicialmente, foi realizada uma revisão bibliográfica buscando entender o autoconhecimento e como esse processo pode ligar-se ao design. A partir deste estudo buscou-se traçar uma maneira de aplicar ferramentas do design para esse propósito e a realização de uma pesquisa qualitativa com pessoas que fazem parte do público alvo foi a maneira escolhida para auxiliar nas decisões do projeto.

No entanto, ao buscar por livros ou publicações que relacionassem os tópicos não foi encontrado nenhum resultado que fizesse paralelo diretamente as duas temáticas, além de materiais para empresas e equipes contendo métodos para melhorar a produtividade e trabalho em equipe, também foram encontrados métodos de coaching voltados para profissionais de design, ensinando métodos de autoconhecimento mas aplicados numa perspectiva voltada ao empreendedorismo ou propósito de negócio.

Observou-se que ao mesclar esses assuntos, mesmo filtrando a busca pelo conhecimento pessoal mais sensível e intimista não foi encontrado de forma que se desvincule da perspectiva do designer, voltado para outros designers ou usos que não seguissem a lógica mercadológica e que não é a intenção deste projeto.

As ferramentas amplamente utilizadas pelos profissionais da área e que se encontram intrínsecas ao meio empreendedor, como a análise *SWOT*, *brainstorming* e outras técnicas para desbloquear a criatividade, foram encontradas em uma variedade de *e-books* e materiais que fazem parte dos serviços de empresas de design. Normalmente, eram disponibilizados de forma a incentivar o planejamento pessoal a fim de melhorar as equipes e entender o papel dentro de um plano estratégico, relacionando-se com a colaboração, produtividade e propósito.

Ainda, foi utilizado o acervo da Biblioteca Universitária da UFSC para pesquisar mais materiais disponíveis sobre ferramentas criativas voltadas para o design. Além da facilidade de acesso, é um local frequentado pelo público alvo do projeto. Foram utilizadas palavras-chaves, como pensamento criativo, comunicação visual, desenvolvimento organizacional, teoria do conhecimento e outros, na ferramenta de pesquisa do repositório da Biblioteca Universitária da UFSC com as quais foi possível filtrar encontrar conteúdos sobre técnicas, ferramentas e metodologias de design, passando por projetos de produto e até *Design Thinking*.

A partir dessa procura, foi de escolha da dupla de projetistas focar no livro “Como se Cria”, da autora Ana Veronica Pazmino (2015), que se destacou por apresentar 40 métodos para design de produtos que poderiam ser adaptadas no escopo do projeto e trariam uma base mais sólida para o conteúdo exposto nas mídias produzidas.

### 2.3.2. Autoconhecimento

A pesquisa sobre métodos de autoconhecimento mostrou-se muitas vezes complexa, pois existe uma extensa variedade de materiais e abordagens, muitas vezes sem comprometimento necessário que a temática requer. Não só é necessária a comprovação das bases científicas e a real efetividade dos métodos, mas sem um acompanhamento profissional psicológico é difícil de filtrar o que de fato pode ajudar do que é uma promessa de mudanças extraordinárias que não passam de uma receita pronta com frases motivacionais.

Dessa forma, o projeto restringe-se a ser uma alternativa para o início de um processo de autoanálise e reflexão e a seleção do material bibliográfico foi feita da perspectiva dessa primeira busca por maneiras de conhecer-se.

Foi realizada a pesquisa por palavras-chave como “autoconhecimento” e “autocuidado” no acervo da Biblioteca Universitária, chegando a assuntos como “Teoria do autoconhecimento” e “Abordagem interdisciplinar do conhecimento”. Esse processo de pesquisa pelos termos relacionados foi repetido na internet, sempre filtrando por conteúdos menos densos considerando que o projeto e as próprias projetistas não iriam voltar-se para conteúdos acadêmicos específicos à psicologia e filosofia.

Foram encontrados alguns exemplares que se mostraram promissores para auxiliar a reescrita e adaptação no projeto, sendo eles: O caminho do artista da autora Julia Cameron (Edição de

2027), Ser e tempo (Edição de 2015) do autor Martin Heidegger, O método (2013) dos autores Phil Stutz e Barry Michels, Os arquétipos e o inconsciente coletivo (2014) do autor Carl Jung e O ato criativo: Uma forma de ser (2023) do autor Rick Rubin.

### 2.3.3. Pesquisa de público

Entendeu-se que para que a pesquisa tivesse caráter pessoal e mais sensível seria melhor executar um método de pesquisa de público qualitativo que permitisse obter respostas através de um diálogo mais orgânico e com menos formalidades. Dessa forma, a técnica de entrevista semi-estruturada foi utilizada para obter mais dados acerca de como as pessoas realizam seus estudos sobre autoconhecimento tratando de maneira flexível permitindo novos questionamentos através de insights gerados pela conversa, permitindo também considerações e perguntas sobre o assunto.

Os questionamentos foram pensados em um trabalho coletivo das projetistas para coletar informações tanto para desenvolvimento da publicação quanto do audiovisual em conjunto a partir da dados sobre como as pessoas realizam seus estudos sobre autoconhecimento, desde os materiais até dispositivos usados. Além disso, buscou-se entender melhor o ponto de vista do público sobre esses conteúdos disponibilizados, como testes de personalidade *online* e livros que guiassem as escolhas de conteúdo do projeto multimídia.

A pesquisa qualitativa aplicada segue 3 etapas de acordo com o que é proposto por Creswell (2014) para pesquisas qualitativas, sendo elas: problemática, planejamento e execução. Na etapa de problemática foi estabelecido o problema de pesquisa e o objetivo das entrevistas, a partir dessas definições houve o planejamento do roteiro de pesquisa para contemplar todos os pontos necessários e a seleção dos interessados para seguir com a execução do estudo. Ao fim, foi realizada a análise e interpretação dos dados para as conclusões do estudo.

As perguntas realizadas durante as entrevistas foram definidas a partir de 4 fundamentos principais para o projeto, em relação ao perfil do público-alvo, conteúdo e os suportes utilizados, como mostra o quadro.

Quadro 1 – Método de desenvolvimento do projeto.

Eixo	Informações
Dados demográficos	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Idade, formação acadêmica e ocupação.</li> </ul>
Familiaridade com o tema (autoconhecimento e ferramentas de design)	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Percepção sobre testes de personalidade e sua utilidade, consumo de material sobre autoconhecimento descrevendo seu formato e modo de acesso, tempo dedicado a esses estudos e de que maneira acessam esses conteúdos;</li> <li>● Motivação que levou à busca desses materiais, levantar oportunidades e frustrações;</li> <li>● Familiaridade com ferramentas e métodos de design, descrição de como foi o possível uso e considerações que fossem pertinentes.</li> </ul>

Relação da pessoa com publicações digitais	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relato sobre os tipos de publicação que mais consome, frequência de uso de publicações digitais, levantamento do tempo utilizado para leitura e fluxo de estudo, familiaridade com publicações digitais interativas e levantamento de exemplos.</li> <li>• Maneira que prefere realizar estudos sobre autoconhecimento, por meio de qual dispositivo costuma acessar, identificação de recursos interessantes para o fluxo de estudos.</li> </ul>
Relação com vídeos educativos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Relato sobre os tipos de vídeos que mais consome e exemplos, plataformas utilizadas, frequência de uso e levantamento do tempo de duração desses.</li> <li>• Percepção de elementos que auxiliam na absorção do conteúdo audiovisual ou que desviam a atenção e/ou tiram o interesse ao consumir esse tipo de material.</li> </ul>

Fonte: Desenvolvido pela autora.

Esses fundamentos guiaram o que se pretendia explorar em cada bloco da entrevista semi-estruturada, foram organizados em perguntas a serem feitas em cada momento e as respostas bem como as considerações dos participantes foram gravadas para a transcrição permitindo a análise e a interpretação dos dados coletados. Por meio dessa categorização foi feito o agrupamento das respostas no processo de síntese.

#### a) Resultados e análise

A busca por pessoas disponíveis a participar dessa conversa intencionalmente levou a participantes selecionados devido a seu interesse pela temática ou pela sua não-familiaridade com o design. Sendo que essas informações eram confirmadas com os candidatos à medida que tinha-se algum interessado ou uma indicação. Principalmente, na seleção considerou-se o público alvo do projeto, tratando-se de jovens de 18 a 28 anos com pouca, ou sem qualquer proximidade com projetos de design, cujos cursos de graduação não fossem em design ou design gráfico.

Por tratar-se de uma entrevista semi-estruturada as perguntas de cada bloco foram feitas de acordo com o fluxo da conversa o que permitiu que cada entrevistado pudesse descrever o seu próprio processo de autoconhecimento e que trouxesse alguma contribuição para o projeto.

Participaram 9 pessoas no total, e as conversas, realizadas por videochamada, duraram entre 30 minutos e 1 hora, ocorrendo nos dias 12 e 15 de outubro e durante a semana de 22 a 24 de outubro de 2023. A duração variou conforme cada participante; alguns deram respostas mais descritivas, enquanto outros foram mais objetivos. No entanto, o roteiro previamente elaborado, que contemplava o problema e os objetivos da pesquisa, foi aplicado em todas as entrevistas.

Buscou-se também abranger diferentes áreas de atuação, sendo possível coletar a perspectiva de 7 áreas de estudo diferentes, sendo contempladas as áreas de Ciências Biológicas, Psicologia, Arquitetura, Farmácia, Ciência da Computação, Administração e Cinema. O quadro sintetiza os dados colhidos no primeiro bloco sobre os dados demográficos e ajuda a caracterizar os entrevistados.

Quadro 2 – Dados dos participantes da entrevista.

Entrevistado	Formação	Ocupação
Entrevistada 1	Graduanda em Ciências Biológicas no primeiro período;  Universidade Estadual do Rio Grande do Sul.	Reside em Osório, no Rio Grande do Sul, mas nasceu em Santana, na região da fronteira. Estagia em um colégio, no qual é monitora de turma.
Entrevistada 2	Graduanda em Ciências Biológicas no último período;  Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.	Reside no Rio de Janeiro, mas é natural de Belém, no Pará. Mudou-se com os pais quando era criança para o Rio de Janeiro. Não tem estágio formalizado no momento, mas ajuda o pai no escritório.
Entrevistada 3	Graduanda em Psicologia no terceiro semestre;  Unicenec.	Reside em Osório, no Rio Grande do Sul, onde nasceu. Estagiou na área e finalizou recentemente.
Entrevistada 4	Graduanda em Farmácia no nono período;  Universidade Estadual de Maringá.	Reside em São Paulo, mas é natural do interior de São Paulo. Mudou-se para fazer faculdade em outro estado, no Paraná, em Maringá. Estagiando na área.
Entrevistado 5	Graduando em Ciência da Computação no sexto período;  Universidade Tecnológica Federal do Paraná.	Reside em Campo Mourão, no Paraná, mas é natural do noroeste paulista. Mudou-se para iniciar a faculdade. Trabalha como MEI, em suporte.
Entrevistado 6	Graduando em Ciência da Computação no quarto período;  Universidade Tecnológica Federal do Paraná.	Reside em Campo Mourão, no Paraná. Mudou-se para iniciar a faculdade. Não está trabalhando, mas está envolvido com a atlética do seu curso.
Entrevistado 7	Graduando em Arquitetura no primeiro período;  Universidade Federal de Santa Catarina.	Reside em Florianópolis desde 2016, mudou-se de Tubarão onde residia desde 2009, é natural do oeste do Paraná. Mudou-se porque a família nuclear veio por conta do trabalho. Trabalha como agente de pesquisa e mapeamento pelo IBGE.
Entrevistado 8	Graduando em Administração no quinto período;  Universidade Federal de Santa Catarina.	Reside em Florianópolis desde 2017, natural de Curitiba, morou em alguns outros lugares. Mudou-se por conta de uma oportunidade de trabalho para a família. No momento trabalha como auditor para a PwC Brasil e também já foi auxiliar administrativo.
Entrevistado 9	Graduando em Cinema no nono semestre;  Universidade Federal de Santa Catarina.	Reside em Florianópolis desde 2016, é natural do interior de São Paulo, de Cosmorama. Mudou-se para cursar cinema na UFSC. Faz estágio e vários freelancers, como edição de vídeo e fotografia e também está começando uma loja online.

Fonte: Desenvolvido pela autora.

A partir dessas entrevistas o objetivo principal foi de entender a relação desses jovens com a temática do autoconhecimento e a familiaridade deles os suportes informacionais contemplados por esse projeto multimídia, principalmente no que diz respeito a publicações digitais.



Num primeiro momento, foi entendido que esses jovens possuíam interesse em buscar autoconhecimento, porém dificilmente tiveram contato com ferramentas criativas utilizadas pelo design que permitissem o uso destas com o objetivo de conhecer-se melhor.

### **Familiaridade com ferramentas de design e autoconhecimento**

Em relação ao acesso às ferramentas, há alguns aspectos a serem analisados. Ele se dá de duas formas: o uso das ferramentas propriamente ditas ou familiaridade com a plataforma do Canva, os quais quatro dos nove entrevistados já tiveram contato.

A entrevistada 3 explica sobre sua proximidade com o Canva, plataforma de design gráfico online e gratuita:

“...eu usava o site e eu pude mexer nele, fazer o mapa mental, essas coisas assim. Para criar conceitos, para poder botar as matérias, para poder botar conteúdo de alguma aula, também usava para poder dar aula para os meus alunos, eu utilizei quando eu estava trabalhando na escola. A gente fazia isso para poder facilitar, para fazer esse conteúdo, deixar de uma forma mais organizada.”

Os participantes disseram reconhecer algumas palavras, mas nunca utilizaram para fins de autoconhecimento, sendo empregadas para projetos e disciplinas da graduação ou para o trabalho. Mesmo o entrevistado que se aproximava mais da área criativa, do Cinema, afirmou apenas ter tido contato com a ferramenta *brainstorming*, sem relacioná-la com design e mapa mental para estudo. O conhecimento sobre essas ferramentas é baixo, a familiaridade com o Canva se dá por meio de modelos prontos em que não se aplicam as ferramentas criativas apenas a replicação de padrões. Como coloca o entrevistado 4:

“Algumas palavras que você me traz eu até tenho algumas ideias do que seriam, sabe? Tipo, mapeamento mental, brainstorm, eu tenho um pouco de entendimentos superficiais do que seria. Algumas outras eu não faço ideia do que significam. Usar bem pontualmente”

Adentrando o campo de busca sobre autoconhecimento, mais da metade dos entrevistados fizeram referência à psicoterapia como principal método de autoconhecimento e a necessidade de um acompanhamento psicológico para que esse processo fosse iniciado. Um exemplo citado pela entrevistada 5:

“Consumi materiais não só em questões de personalidade, mas por exemplo, cursos para autoconhecimento e livros, mas não que seja um tema que eu goste de ler ou que eu procure saber. É porque não acho que seja muito eficaz, é legal ter ali uma visão geral, a fim de curiosidade... Esses livros que tive contato eram voltados para o autoconhecimento ou algo que eu adaptei para esse objetivo, tem sempre aqueles livros com temática de autoajuda, vamos dizer assim para ansiedade ou para realmente se conhecer... Também tem aqueles sites e aplicativos que você está se divertindo seja jogando ou lendo e você ainda traz um conhecimento daquilo pra você sem ser algo que você vai aprendendo bem diretamente, como uma identificação ou que geram questionamentos e reflexão.”

Outros dois participantes mostraram-se confusos ao serem questionados sobre o assunto, dessa forma foi demonstrado um contraste no desenvolvimento das respostas em relação aos demais participantes. Com isso, entendeu-se que o autoconhecimento como estudo acaba não sendo tão explorado por esses possíveis usuários, norteados as projetistas a tomarem o desenvolvimento do conteúdo de forma mais sucinta e simplificada sobre o autoconhecimento. Esse é um processo que pode ser explorado de maneira mais subjetiva e não é diretamente um campo de estudo de nenhuma das duas autoras e da mesma forma, uma alternativa que mostrou-se interessante foi a de tratar a temática de maneira mais dinâmica e lúdica, para despertar esses momentos de reflexão apresentando-se como método alternativo de autoconhecimento mais ligado diretamente ao design.

### **Testes de personalidade**

Quando questionados sobre os testes de personalidade, a maioria dos entrevistados reconheciam alguns que utilizaram, todos tinham contato pelas redes sociais. No entanto, foi entendido que sua utilização vem mais de uma curiosidade do que algo que seria realmente levado à sério para uma análise mais profunda. De acordo com a entrevista 5:

“Em relação ao autoteste que não seja realmente profissional e avaliativo, acho que é um pouco padronizado. Porque é óbvio que vai resultar em algo relacionado às suas respostas, mas não acho que seja uma avaliação direta frente à tua personalidade. É algo superficial e muito pontual, pode ser sim um ponto que a gente possa ver e discutir depois de uma pessoa mais informada ou de uma maneira mais individual, mas não que aquilo devia ser dito como verdade pois é para uma massa de pessoas se identificar... Mas uso os testes na forma de curiosidade, quando aparece em alguma rede social mas não que seja algo que eu procure. No meu caso eu faço terapia, então se é uma coisa que me chamou a atenção, geralmente eu levo pra minha psicóloga para entender o resultado ou o que deixou uma pergunta. Porque como eu disse, testes assim são algo muito generalista, então ela como tá ali comigo semanalmente e tudo mais, também conhece um pouco mais a minha história e me trata de uma maneira mais individual e ir me mostrando de uma maneira mais aberta.”

O entrevistado 3 aponta:

“...é muito mais interessante pro autoconhecimento é o processo do teste do que o resultado do teste. Porque a gente sabe que muitas vezes o resultado do teste é só pra diversão mesmo, só que o processo de você parar e pensar como você se enquadra nas perguntas que o teste traz é um processo muito interessante de parar e pensar no assunto.”

A tendência de associar os testes a métodos sem embasamento científico e mais generalizados pode tornar o uso de arquétipos interessante no projeto, já que os entrevistados os veem como uma maneira divertida de se conhecer melhor. Assim, conversar com esse público de forma mais holística poderia abranger diferentes perfis de usuários e leitores.

## Publicações digitais

Quando se trata de livros digitais, todos os entrevistados afirmaram ter mais acesso a esses materiais pela internet, em dispositivos como computador e celular, devido à praticidade. Embora a preferência possa ser por livros físicos, o acesso a livros online é consideravelmente mais fácil.

Porém, quando perguntado sobre o conhecimento e leitura de publicações mais interativas, os participantes não mostraram conhecer profundamente seus recursos. A entrevista 3 expõe:

“...eu não sou muito tecnológica assim, eu sou meio ruim com isso às vezes. Então, apesar de eu viver na internet o tempo todo, o meu conhecimento para coisa que é mais mainstream, que é mais utilizado por todo mundo, não vai muito além disso. Então, eu tenho um contato com o Kindle, uso aplicativos também de leitura no telefone, até no computador também, mas além disso eu não conheço nada diferente não. Até no caso, as HQs e mangá todos eles do mesmo modelo, assim, até o aplicativo que eu uso para ler mangá e tal, ele também é muito parecido com um Kindle, ou qualquer outro leitor de publicação desse tipo e as ferramentas de mudança de páginas, pode mudar como você vai navegar naquele aplicativo, fonte...”

Dos livros digitais mais comuns, foram apontados alguns elementos que auxiliam na leitura e interesse do público, houve o destaque do uso de imagens e infográficos, além de mecanismos de busca e destaque de texto. O entrevistado 8 exemplificou sobre o material que acessou e achou interessante:

“...eu conseguia parar os vídeos e continuar depois da leitura que eu falei. Dava para grifar também o que eu achava interessante no conteúdo. Salvar por capítulos também foi algo que facilitou, assim como no vídeo, você pode parar a leitura e depois voltar exatamente onde que finalizou”

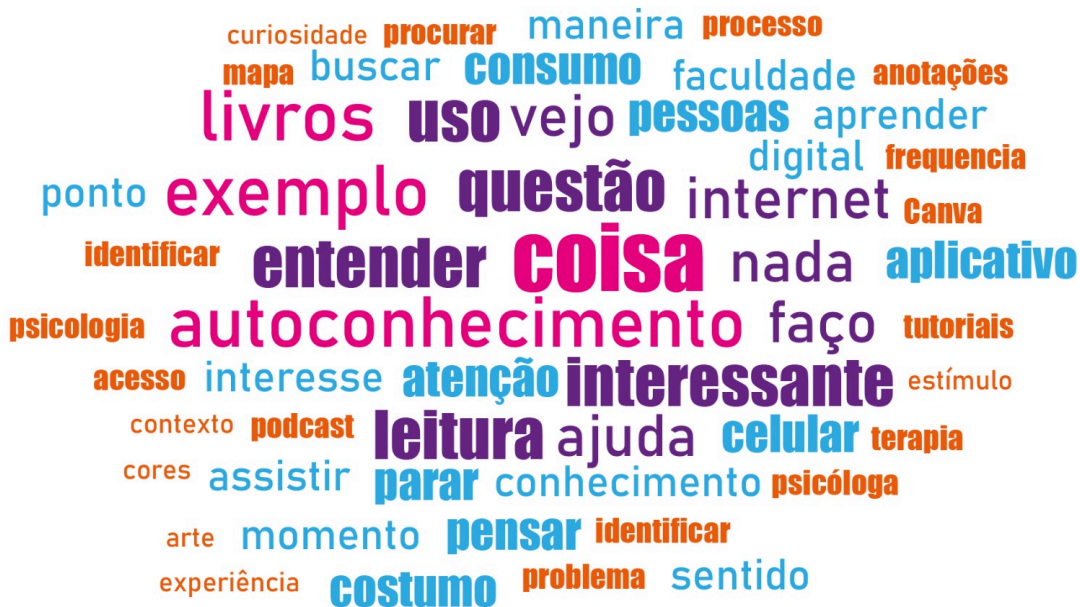
Dessa forma, as percepções tiradas a partir das entrevistas posteriormente foram traduzidas em formas de tornar a publicação mais dinâmica e interativa de acordo com o conteúdo proposto. Além disso, foram coletadas informações sobre as frustrações dos participantes em relação ao conteúdo e apresentação desses materiais que nortearam a definição dos requisitos de projeto.

Com as análises das entrevistas foi construída uma nuvem de palavras considerando aquelas que foram mais usadas pelos entrevistados no desenvolvimento das respostas, e que, pudessem auxiliar posteriormente na conceituação e na geração de ideias no desenvolvimento do projeto. Levou-se em conta as palavras que não precisavam de outras para terem significado, e sua hierarquização de posição e tamanho foi pensada para as com maior ocorrência serem posicionadas mais ao centro.

A palavra mais utilizada foi o termo “coisa” com 119 ocorrências, normalmente sendo utilizada para descrever assuntos aos quais a pessoa não tinha domínio ou pouco conhecimento, principalmente ao se tratar do design e das ferramentas propriamente ditas. A palavra “coisa” também foi utilizada para descrever situações em que a pessoa não conseguia desenvolver ou

exemplificar especificamente o que se queria dizer, então o termo não foi tão significativo por conta dos vícios de linguagem. Aquelas com mais ocorrências com significados importantes foram, “curiosidade”, “experiência”, “estímulo” e “arte”, com 5 aparições nos discursos dos entrevistados.

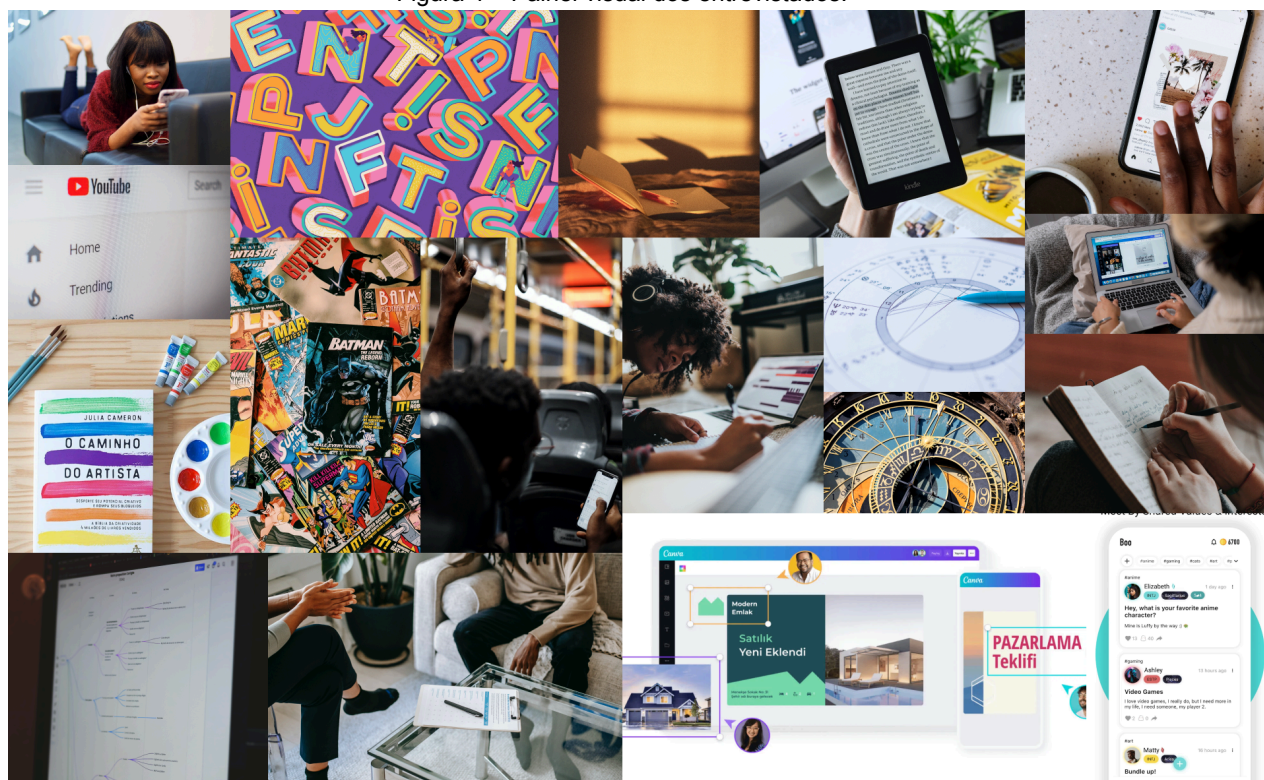
Figura 3 – Nuvem de palavras com base nas entrevistas.



Fonte: Desenvolvido pela autora do projeto colaborativamente.

Ainda, para sintetizar as informações coletadas nas entrevistas foi construído um painel de público trazendo visualmente objetos e conceitos específicos citados pelos entrevistados, o que tornou possível comparar hábitos e materiais com o que foi construído para o projeto, de forma a entender como gerar identificação e familiaridade com o público-alvo. Também buscou-se evidenciar pelas imagens os exemplos digitais e que conferem mais atividades práticas a serem incorporadas no dia a dia, além dos contextos e ambientes em que estão inseridas.

Figura 4 – Painel visual dos entrevistados.



Fonte: Desenvolvido pela autora<sup>1</sup> do projeto colaborativamente.

Ao final da análise, é perceptível que os métodos alternativos de autoconhecimento não são amplamente utilizados pelo público, que se atém mais às análises psicológicas e ao acompanhamento profissional. Os entrevistados deram alguns exemplos de materiais sobre o assunto que conhecem ou já consumiram, mas entendem que os resultados das sua procura foram escassos ou não atenderam completamente suas expectativas. Porém, todos os entrevistados já foram expostos a testes de personalidade, por diversos canais, evidenciando um grande contraste entre a disseminação desses dois caminhos e maneiras de se conhecer melhor. Das alternativas que foram apontadas como mais promissoras para o autoconhecimento, foram mais enfatizadas aquelas que mais se adaptam à rotina ou que podem ser exercidas como um passatempo.

### 2.3.4. Análise de similares

Para levantar outras perspectivas a partir de soluções já existentes, foram realizadas análises de similares seguindo dois eixos, o de conteúdo e o de formato, com objetivos distintos. O levantamento de estudo de similares de conteúdo baseou-se em livros ou guias que abordassem a temática similar ao do projeto, enquanto o de formato examinou guias e livros que pudessem gerar ideias interessantes para tratamento do conteúdo e que tivessem recursos interativos possíveis de se aplicar neste projeto de publicação digital.

<sup>1</sup> Construção dos painéis a partir das imagens retiradas das seguintes fontes, da esquerda para a direita: Joyce Busola, Henrique Petrus/Superinteressante, Kamila Maciejewska, Cottonbro studio, Christian Wiediger, Editora Sextante, Dev, Emmanuel Ikwuegbu, Dragana Gordic, Vwalakte, Ron Lach, Soundtrap, Marcos Paulo Prado, Sigmund, Alex Green, Canva e Boo.

Foram analisadas quatro publicações em cada eixo a fim de investigar suas características, funcionalidades, semelhanças e pontos a serem melhorados que pudessem auxiliar na construção do projeto. No entanto, foi encontrada uma limitação de conteúdo que estabelecesse um paralelo entre ferramentas de design e autoconhecimento a nível pessoal, ainda mais que esse conteúdo fosse apresentado por meio de uma publicação digital interativa. Prioritariamente, houve a investigação de livros digitais, porém na ausência desses foram contemplados mídias impressas ou que apresentem diversos suportes. Na sequência é possível acompanhar os quadros de análise para compreensão dos aspectos estudados.

### a) De conteúdo

Quadro 3 – Análise de similar de conteúdo A.



# 01. Briefing

O processo de design tem como início um problema ou uma necessidade do cliente que deve ser descrita no *Briefing*. Esta é uma palavra de origem inglesa *brief*, que pode ser entendida como substantivo que significa resumo escrito. O *Briefing* no design é visto como um documento completo das necessidades e restrições do projeto, com informações sobre o produto, mercado (público-alvo, concorrência), diferenciais a serem explorados como: custo, tecnologia, apelo estético, entre outros. Este documento apresenta-se como um guia estratégico para o designer e/ou para a equipe de projeto.

O *Briefing* deve ser elaborado como uma atividade prévia ao projeto, sendo útil em quase todos os projetos de design. Este resumo deve ser escrito e não apresentado de forma oral. Deve ter uma visão abrangente, conter informações específicas e estratégicas e também precisa ser preparado de forma colaborativa entre o cliente e a equipe de projeto, após o entendimento da natureza do projeto, forma de executá-lo, prazos e recursos disponíveis.

Os *briefings* muitas vezes são elaborados pelas empresas de design, usando a sua própria estrutura. Para Phillips (2008), alguns requisitos devem ser atendidos para a elaboração de um *Briefing*, como, por exemplo: é importante a organização da equipe que vai montá-lo, de forma a definir o que se pretende realizar? É fundamental conhecer por que está sendo feito? Quais os objetivos do projeto? Quem são os parceiros do projeto? E, finalmen-

to, quem vai trabalhar no projeto?

Os elementos de um *Briefing* vão depender de diversos fatores, tais como: a complexidade do projeto, as características do cliente, a natureza do projeto no caso de ser uma inovação ou um redesign, entre outros aspectos.

É importante que o designer compreenda a importância de iniciar um projeto a partir de informações completas do cliente. Phillips (2008, p. 79) apresenta uma lista de tópicos básicos que compõem a maioria dos *Briefings* e que estão mostrados no quadro 1.

O *Briefing* não precisa seguir um formato, podendo ele ser descritivo ou estruturado em itens, sendo apenas necessário que ele contenha todas as informações para dar início ao processo de projeto. Quando o projeto é simples, de baixa complexidade, não há necessidade de um *briefing*. Neste caso, pode ser elaborado um documento onde conste o enunciado do projeto, ou seja, uma descrição da intenção do projeto, que indique o que precisa ser feito; para que ou para quem; quando deverá estar concluído; como deve ser feito (materiais, processos de fabricação); quantos devem ser feitos; quanto deve ser seu custo; qual a necessidade e ser satisfeita dos usuários finais e quais as características do contexto social e cultural. O *Briefing* vai direcionar o processo de design e os métodos a serem utilizados para o desenvolvimento do produto. Permite, também, estabelecer um cronograma e definir a equipe de projeto mais adequada ao projeto.

TÓPICOS BÁSICOS	CONTEÚDOS
Natureza do projeto e contexto	Sumário executivo incluindo: • Justificativas • Objetivo do Projeto • Resultados desejáveis • Responsáveis pelo projeto
Análise Setorial	• Lista de produtos (abrangidos pelo projeto) • Concorrentes • Preços e promoções • Estado de tendências • Estratégia da empresa
Público-Alvo	Características do público-alvo: • Sexo, faixa etária, escolaridade, nível de renda, ocupação, hobbies, comportamento Diferenças: • Regionais, culturais, hábitos de consumo
Dados da empresa	• Segmentação no mercado • Missão
Objetivo, prazo e orçamento do projeto	• Descrição das fases do projeto • Tempo previsto • Orçamento • Recursos humanos necessários • Responsável pelo projeto
Aprovação, implementação e avaliação	Aprovação do projeto • Materiais de apresentação • Responsáveis pelas aprovações Implementação • Documentos necessários para implementação Avaliação • Critérios para avaliar resultado do projeto
Informações de pesquisas	• Tendências do mercado • Avanços tecnológicos • Lançamento de novos produtos
Apêndice	Materiais suplementares • Catálogos de produtos, fotos, mostruários, artigos científicos, artigos de jornais e revistas, manuais, patentes.

Quadro 1. Elementos de Briefing proposto por Phillips. Fonte: adaptado de Phillips (2008).

# 01. Briefing



Sobre	É um livro guia que trata de projetos de design, elaborado para alunos e professores de design de produtos sobre técnicas e ferramentas de projeto para auxiliar no desenvolvimento projetual. Mostra 40 métodos de projeto, sendo um material adequado para Planejar, Analisar, Sintetizar e Criar atividades que fazem parte do processo de design. Material para uso nas disciplinas de Projeto de Produto e Metodologia de Projeto nos cursos de design.
Suporte	Livro impresso.
Modo de leitura	A leitura não precisa ser completa ou sequencial, configura-se como um guia que pode ser usado para consulta.
Público	Designers, principalmente da área de Produto.
Linguagem	O texto é didático e apresenta termos técnicos de conhecimentos de métodos de projeto para o design de produtos.
Conteúdos	Mostra a sistematização e categorização das ferramentas mesmo que a primeira seja feita de forma livre. Textos, infográficos e exemplos como um conjunto de práticas organizadas para informar, ensinar a aplicação com exemplos.
Exemplos	Cada ferramenta é apresentada em forma de infográfico com exemplos que foram realizados em sala de aula em cursos de design, o uso de exemplos reais ajudam no entendimento aplicado ao design e facilitam a aplicação.
Recursos interativos	Por se tratar de um livro impresso não há recursos interativos que contemplem o aspecto livro objeto ou digital no mesmo. No entanto, acompanhado do livro vem uma caixa com cartões contendo o resumo e o infográfico das 40 técnicas apresentadas.
Recursos visuais	Muitos recursos visuais em relação às ferramentas, Infográficos intuitivos e com exemplos ilustrados ou imagéticos. Possui um resumo visual de cada uma das ferramentas que ocupam um spread e são atrativas.

Fonte: Desenvolvido pela autora a partir do site da Editora Blucher.

O livro Como Se Cria é uma referência essencial de conteúdo para o projeto, uma vez que a base da publicação foi adaptada diretamente de suas metodologias. Por isso, analisar seus aspectos de conteúdo e a forma como as informações são apresentadas foi crucial para garantir que o material mantivesse a clareza, a organização e a funcionalidade que são características centrais dessa obra.



## Treinamento de Habilidades em DBT: Manual de Terapia Comportamental Dialética para o Paciente

Marsha M. Linehan

Páginas do livro Treinamento de Habilidades em DBT e fichas para uso apoiadas pelo conteúdo.



**Marsha M. LINEHAN**

Desenvolvida por Marsha M. Linehan, a terapia comportamental dialética (DBT) demonstrou eficácia no tratamento de uma ampla gama de problemas psicológicos e emocionais. Com mais de 200 fichas

explicativas e de tarefas práticas e fideis de usar, este é um manual essencial para os pacientes que aprendem habilidades de DBT, bem como para os profissionais responsáveis pelo seu tratamento.

*"Marsha Linehan é uma pesquisadora e clínica excepcional, e seu trabalho inovador trouxe avanços à área e levou muitos indivíduos de vidas de sofrimento a vidas de esperança."*

JUDITH S. BECK, PhD, Presidente do Beck Institute for Cognitive Behavior Therapy

*"As habilidades de mindfulness, efetividade interpessoal, regulação emocional e tolerância ao mal-estar são inestimáveis para aqueles que trabalham para superar problemas complexos. A DBT é uma maneira especialmente eficaz de aprender essas habilidades."*

JOAN ROSENBAUM ASARNOW, PhD, Department of Psychiatry and Biobehavioral Sciences, University of California, Los Angeles



CONHEÇA TAMBÉM



### Habilidades gerais: orientação e análise do comportamento

#### Introdução às fichas explicativas e de tarefas

Existem dois conjuntos de fichas nesta parte do livro. O primeiro trata da **orientação**, que costuma ocorrer durante a primeira sessão de um novo grupo de treinamento ou quando novos membros se unem a um grupo já em andamento. Sua finalidade é apresentar os participantes uns aos outros e aos instrutores, bem como explicar a eles o formato, as regras e os horários do programa. Como descrito a seguir, as Fichas gerais 1 a 5 tratam dessas questões, junto com a Ficha de tarefas geral 1. As Fichas 6 a 8, e suas correspondentes fichas de tarefas, tratam de duas habilidades gerais importantes para **analisar o comportamento**: análise em cadeia e análise de *missing links*. Essas também são descritas a seguir.

#### Orientação

- **Ficha geral 1: Metas do treinamento de habilidades.** Esta ficha apresenta as metas gerais e específicas do treinamento de habilidades em DBT. Use-a para pensar como você poderia beneficiar-se pessoalmente do treinamento de habilidades. Em que áreas está mais interessado? Use a **Ficha de tarefas geral 1: Prós e contras de usar habilidades** sempre que estiver em dúvida sobre os benefícios de praticar as habilidades da DBT. Lembre-se de escrever os prós e os contras tanto para a opção de praticar as habilidades quanto para a de não praticá-las.
- **Ficha geral 1A: Opções para solucionar qualquer problema.** Embora existam inúmeros fatores que podem nos causar sofrimento, nossas opções de resposta são limitadas. Podemos resolver o problema que está causando o sofrimento. Podemos tentar nos sentir melhor mudando nossa resposta emocional ao sofrimento. Ou podemos aceitar e tolerar o problema e nossa resposta. Todas essas opções exigem o uso de uma ou várias

## FICHA DE EFETIVIDADE INTERPESSOAL 6



(Fichas de tarefas de efetividade interpessoal 4, 5; p. 174-175)

### Diretrizes para efetividade nos relacionamentos: mantendo o relacionamento (GIVE)

Uma maneira de recordar essas habilidades é lembrar a palavra **GIVE (DEAR MAN, GIVE)**

(Seja) **G**entil  
(Demonstrar estar) **I**nteressado  
**V**alide  
(Adote um) **E**stilo tranquilo

(Seja)

#### **G**entil

SEJA SIMPÁTICO e respeitoso.

Sem ataques: Sem ataques verbais ou físicos. Sem bater, nem punhos cerrados. Sem assédio de qualquer tipo. Exprese raiva diretamente com palavras.

Sem ameaças: Se tiver que descrever as consequências dolorosas por não obter algo que queira, descreva-as com calma e sem exageros.

Sem julgamentos: Sem declarações "manipuladoras", nem ameaças veladas. Nada de "Vou me matar se você..." Nada de "Você deveria..." ou "Você não deveria...". Abandone a culpa.

Sem zombaria: Nada de sorrir forçado, virar os olhos, estalar dentes. Sem se isolar ou desistir. Nada de dizer "Isso é burrice, não fique triste", "Não me importa o que você diz".

(Demonstrar estar)

#### **I**nteressado

OUÇA e DEMONSTRE INTERESSE pela outra pessoa.

Ouçã o ponto de vista do outro.

Encare a pessoa; mantenha contato visual; incline-se em direção ao outro e não para longe dele. Não interrompa ou fale por cima da outra pessoa. Seja sensível ao desejo do outro de ter uma conversa posteriormente. Seja paciente.

#### **V**alide

Com PALAVRAS E AÇÕES, mostre que compreende os sentimentos e pensamentos da outra pessoa sobre a situação. Veja o mundo do ponto de vista do outro e, então, diga ou aja de acordo com o que você vê. "Eu entendo que isso é difícil para você, e ...", "Eu entendo que você está ocupado, e ...".

Vá a um lugar privado se a pessoa se sentir desconfortável em falar em público.

(Adote um)

#### **E**stilo tranquilo

Use um pouco de humor.

SORRIA. Acalme a pessoa. Aja com serenidade. Seja lisongeiro.

Dê preferência à persuasão suave em vez de ao convencimento agressivo. Seja "político".

Deixe sua atitude na porta.

Outras ideias: \_\_\_\_\_

De *Treinamento de habilidades em DBT: manual de terapia comportamental dialética para o paciente*, segunda edição, de Marsha M. Linehan. Copyright 2018 - Artmed Editora Ltda. Permissão para fotocopiar esta ficha é concedida a compradores deste livro para uso pessoal ou para uso com pacientes.

8

## FICHA DE TAREFAS DE MINDFULNESS 5B (p. 1 de 2)

(Fichas de mindfulness 5-5C; p. 60-63)

### Calendário para a prática de adotar uma postura não julgadora, fazer uma coisa de cada vez e ser efetivo

Data: \_\_\_\_\_ Nome: \_\_\_\_\_ Semana de início: \_\_\_\_\_

Marque ao menos duas habilidades para praticar esta semana: \_\_\_ Adotar uma postura não julgadora \_\_\_ Fazer uma coisa de cada vez, \_\_\_ Ser efetivo  
Enquanto estiver praticando habilidades, mantenha-se o mais consciente e atento possível. Escreva depois.

Nome (s) da(s) habilidade (s)	Como você praticou a habilidade?	Descreva sua experiência, incluindo sensações corporais, emoções e pensamentos durante a prática da habilidade.	Qual é sua experiência agora, depois de usar a habilidade?
<b>Exemplo:</b> Com concentração em cada tarefa	Tirei o pó de minha casa e me concentrei somente na tarefa enquanto a executava.	Senti a maciez do pano em minhas mãos; senti-me contente por poder fazer alguma coisa útil; comecei a pensar em todas as outras tarefas de limpeza que eu precisava fazer depois, mas voltei a me concentrar apenas em tirar o pó.	Lembro-me de gostar que meu marido percebeu que eu limpei a casa; me senti contente por ter praticado; acho que poderia ter praticado melhor se minha mente não tivesse devaneado tanto.
<b>Segunda-feira:</b>			
<b>Terça-feira:</b>			
<b>Quarta-feira:</b>			

(continua na próxima página)

De *Treinamento de habilidades em DBT: manual de terapia comportamental dialética para o paciente*, segunda edição, de Marsha M. Linehan. Copyright 2018 - Artmed Editora Ltda. Permissão para fotocopiar esta ficha é concedida a compradores deste livro para uso pessoal ou para uso com pacientes.

Sobre	É um manual para treinamento da terapia comportamental dialética.
Suporte	Livro impresso.
Modo de leitura	A leitura não precisa ser completa ou sequencial escolhendo a ficha com as tarefas práticas necessárias para cada etapa da terapia ou necessidade.
Público	Direcionado para pacientes que usam a terapia comportamental dialética e para profissionais responsáveis pelo tratamento.
Linguagem	O texto é didático, explicativo e bem sucinto nos direcionamentos, mas para aproveitar todo seu conteúdo com mais facilidade se faz necessário o acompanhamento de um profissional da área.
Conteúdos	Mais de 200 fichas explicativas e de tarefas práticas prontas para usar, além do seu modo de uso.
Exemplos	Todas as fichas são apresentadas com direcionamentos, como um guia para uso e seu propósito, no entanto isso não é exemplificado com situações de aplicação ou pela criação de um storytelling.
Recursos interativos	Por se tratar de um livro impresso não há recursos interativos que contemplem o aspecto livro objeto ou digital.
Recursos visuais	Poucos recursos visuais, a maior parte é textual e explicativa. As fichas são simples e sem muito atrativos.

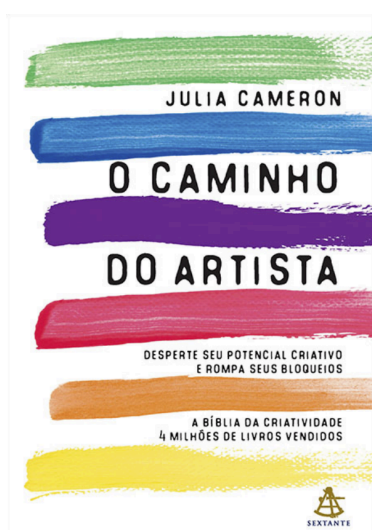
Fonte: Adaptado pela autora a partir do Google Books.

O uso de fichas práticas organizadas por etapas no exemplo acima é uma forma interessante de organizar a proposta do conteúdo deste projeto, aplicando fichas de uso para as ferramentas de forma visualmente atrativa e que direcionam o leitor em conjunto com os vídeos tutoriais. A separação e categorização dos modelos melhora a experiência do leitor, pois facilita a navegação e a compreensão dos conteúdos. Quando os modelos são organizados de forma clara e lógica, o leitor consegue identificar rapidamente as soluções que necessita. Além disso, a categorização permite que o conteúdo seja acessado de maneira mais eficiente, economizando tempo e evitando a sobrecarga de informações.

## O Caminho do Artista: Desperte o seu potencial criativo e rompa seus bloqueios

Julia Cameron

Páginas do livro O Caminho do Artista e sumário com a divisão de semanas.



### Sumário

Apresentação	9
Introdução	16
Eletricidade espiritual: princípios básicos	24
Ferramentas básicas	33
SEMANA 1 Recuperando o senso de segurança	53
SEMANA 2 Recuperando o senso de identidade	71
SEMANA 3 Recuperando o senso de poder	92
SEMANA 4 Recuperando o senso de integridade	112
SEMANA 5 Recuperando o senso de possibilidade	126
SEMANA 6 Recuperando o senso de abundância	142
SEMANA 7 Recuperando o senso de conexão	154
SEMANA 8 Recuperando o senso de força	167
SEMANA 9 Recuperando o senso de compaixão	190
SEMANA 10 Recuperando o senso de autoproteção	202
SEMANA 11 Recuperando o senso de autonomia	220
SEMANA 12 Recuperando o senso de fé	235
Epílogo	246
Perguntas e respostas sobre <i>O caminho do artista</i>	249
Guia para grupos criativos	254
Apêndice	259
Agradecimentos	266
Leituras sugeridas	267

### Eletricidade espiritual

#### *Princípios básicos*

Para a maioria das pessoas, a ideia de que o criador estimula a criatividade é um pensamento radical. Tendemos a pensar, ou ao menos a temer, que sonhos criativos são egoístas, algo que Deus não aprovaria. Afinal, nosso artista criativo é uma criança interior, propensa a um pensamento infantil. Se nossos pais expressaram dúvida ou não apoiaram nossos sonhos criativos, tendemos a projetar essa mesma atitude na figura de um deus parental. Precisamos alterar esse modo de pensar.

*Esta ópera foi dada a mim por Deus; eu fui apenas um instrumento para colocá-la no papel e comunicá-la ao público.*

GIACOMO PUCCINI, ao falar sobre *Madame Butterfly*

Estamos falando aqui de uma experiência espiritual induzida – ou convidada. Refiro-me a esse processo como uma *quiropaxia espiritual*. Executamos determinados exercícios para atingir um alinhamento com a energia criativa do Universo.

Se pensar no Universo como um vasto oceano elétrico onde você está imerso e no qual se formou, abrir-se à criatividade faz com que você deixe de ser alguma coisa à deriva no mar para se transformar numa parte muito mais funcional, consciente e cooperativa daquele ecossistema.

Como professora, muitas vezes sinto a presença de algo transcendente – uma eletricidade espiritual, digamos assim – e passei a confiar nessa força

#### PRINCÍPIOS BÁSICOS

1. A criatividade é a ordem natural da vida. A vida é energia: pura energia criativa.
2. Por trás de toda vida há uma força criativa que permeia tudo – inclusive nós mesmos.
3. Quando nos abrimos à nossa criatividade, nós nos abrimos à criatividade do criador dentro de nós e de nossa vida.
4. Nós mesmos somos criações. E fomos feitos para continuar a criação sendo nós mesmos criativos.
5. A criatividade é uma dádiva de Deus. Usá-la é o presente que damos a Deus em retribuição.
6. A recusa em ser criativo é uma escolha que contraria nossa verdadeira natureza.
7. Quando nos abrimos a explorar nossa criatividade, nós nos abrimos a Deus: a direção boa e ordenada.
8. Ao abrir nosso canal criativo ao criador, muitas mudanças sutis mas poderosas podem acontecer.
9. É seguro nos abrimos para uma criatividade cada vez maior.
10. Nossos sonhos e desejos criativos vêm de uma fonte divina. Ao nos lançarmos rumo a nossos sonhos, nós nos lançamos rumo à nossa divindade.

Sobre	É um guia prático de desenvolvimento criativo pessoal, voltado para desbloquear o potencial artístico e superar bloqueios. O livro é dividido em semanas, nas quais o leitor vai progredindo nas práticas e exercícios que incentivam a criatividade. Ele se popularizou como uma ferramenta de transformação para artistas e não-artistas, ajudando pessoas com reflexões sobre como criar com empatia.
Suporte	Livro impresso e e-book.
Modo de leitura	A leitura é sequencial, mas os capítulos e exercícios podem ser revisados e aplicados conforme a necessidade. O livro é estruturado para ser praticado ao longo de 12 semanas, com exercícios diários e semanais.
Público	Pessoas interessadas em desbloquear ou redescobrir seu potencial criativo.
Linguagem	O texto é acessível, motivador e em tom de conversa. Julia Cameron utiliza uma linguagem que convida o leitor a se engajar evitando termos técnicos e promovendo uma reflexão contínua.
Conteúdos	O conteúdo principal é dividido em doze semanas de práticas e reflexões criativas, com foco em desbloquear bloqueios emocionais, melhorar a confiança artística e aumentar a produtividade criativa. Além das leituras semanais, o livro oferece exercícios práticos, como as "Páginas Matinais" (escrita automática diária) e as "Saídas Artísticas" (atividades criativas externas).
Exemplos	Os exemplos são apresentados por meio de relatos e histórias pessoais da autora.
Recursos interativos	Por se tratar de um livro impresso não há recursos interativos. No entanto, o livro inclui atividades que incentivam o leitor a escrever e praticar fora da leitura.
Recursos visuais	Poucos recursos visuais estão presentes, pois o foco está no texto. No entanto, a simplicidade busca não distrair o leitor da prática criativa, facilitando a leitura e a consulta frequente.

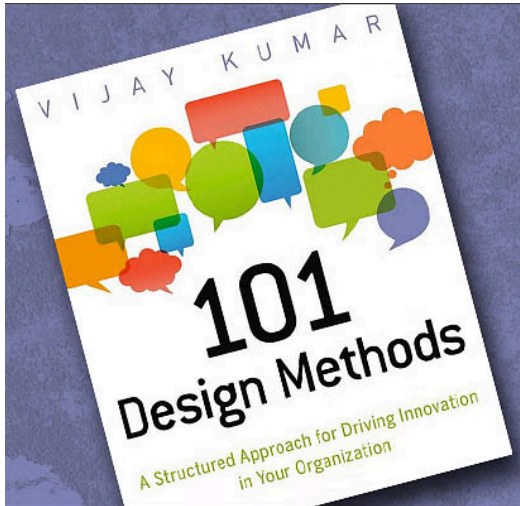
Fonte: Adaptado pela autora a partir do Google Books.

O livro pode ser categorizado como autoajuda criativa, mas apresenta uma visão sensível que aplica técnicas que são fruto da experiência com a criatividade que a autora reuniu com o tempo. Dessa forma, se torna um bom exemplo de como o storytelling funciona para aproximar o leitor e incentivar que se coloque em prática o que é proposto.

# 101 Design Methods: A Structured Approach for Driving Innovation in Your Organization

Vijay Kumar

Páginas e spread do livro 101 Design Methods.



**4 | INTRODUCTION**

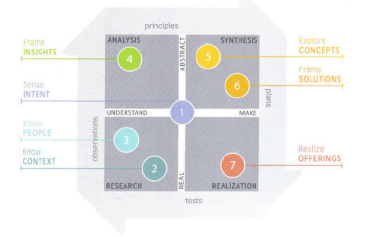
**A Model of the Design Innovation Process**

The reasons why organizations need a reliable innovation process, and some of the general principles that underlie successful innovation, were discussed earlier. In the remainder of the book, a model design innovation process is presented with discussion of 101 design methods innovators can apply throughout that process. These design methods evolved out of many years of studying cases of innovation projects and successfully applying the four core principles discussed earlier—building innovators around experience, making in systems, cultivating an innovation culture, and adopting a disciplined process.

**The Design Innovation Process**

The design innovation process starts with the real—we observe and learn from the tangible factors from real-world situations. Then we try to get a full understanding of the real world by creating abstractions and conceptual models to reframe the problem in new ways. Only then do we explore new concepts in abstract terms before we evaluate these and implement them for their acceptance in the real world. This requires fluidity in our thinking between the real and the abstract.

Just as with nearly any creative or exploratory process, the design innovation process moves back and forth through modes of activity, oscillating between poles of Real versus Abstract; and Understanding versus Making. A 2 x 2 map illustrates the design innovation process. The lower-left quadrant represents “research,” about knowing reality. The upper-left quadrant stands for “analysis,” since this is where we process the information about reality in abstract terms and try to come up with good mental models to drive innovation. The top-right quadrant is about “synthesis,” during which the abstract models developed during analysis are taken as a basis for generating new concepts. And finally, the lower-right quadrant defines the “realization” of our concepts into implementable offerings. All these four quadrants—



### 1.9 Trends Matrix

Summarizing changes happening today that lead to a future direction

**EXAMPLE PROJECT: Cultural Tourism—CityFriends (2007)**

CityFriends is a concept for a company developed by a team of 10 Institute of Design students. It provides cultural tourists with unique and local travel experiences by using their guides and a compelling online presence.

The team's research through a Trends Matrix indicated that changes within the travel industry are leading to an emerging group of travelers called “travelers,” who demand more authentic and off-the-beaten-path travel experiences. The team saw an opportunity to provide high-quality services to this group of travelers. The Trends Matrix bolstered the team's understanding of how travel was evolving across the areas of technology, travel, people, culture, and business. It also helped to isolate the emerging trends that would be important in concept development. The emerging trends highlighted relevant and important information for travel consumers. In the conceptualization, the team created a CityFriends system that gave travelers a compelling experience by directly connecting them to local guides or service providers through a flexible online site.

Technology	Emerging	Currently
Mobile devices	Smartphones, tablets, wearables	Smartphones, tablets, wearables
Cloud computing	Cloud storage, SaaS, PaaS, IaaS	Cloud storage, SaaS, PaaS, IaaS
Big data	Big data analytics, data science	Big data analytics, data science
Artificial intelligence	Machine learning, deep learning, neural networks	Machine learning, deep learning, neural networks
Augmented reality	AR, VR, MR	AR, VR, MR
Blockchain	Blockchain, smart contracts, digital currencies	Blockchain, smart contracts, digital currencies
Autonomous vehicles	Self-driving cars, drones, autonomous trucks	Self-driving cars, drones, autonomous trucks
3D printing	3D printing, additive manufacturing	3D printing, additive manufacturing
Internet of Things	IoT, smart homes, smart cities	IoT, smart homes, smart cities
Wearable devices	Smartwatches, fitness trackers, smart glasses	Smartwatches, fitness trackers, smart glasses
Virtual reality	VR, AR, MR	VR, AR, MR
Drone technology	Drone delivery, drone racing, drone photography	Drone delivery, drone racing, drone photography
Autonomous systems	Autonomous vehicles, autonomous drones, autonomous robots	Autonomous vehicles, autonomous drones, autonomous robots
Artificial intelligence	Machine learning, deep learning, neural networks	Machine learning, deep learning, neural networks
Blockchain	Blockchain, smart contracts, digital currencies	Blockchain, smart contracts, digital currencies
Autonomous vehicles	Self-driving cars, drones, autonomous trucks	Self-driving cars, drones, autonomous trucks
3D printing	3D printing, additive manufacturing	3D printing, additive manufacturing
Internet of Things	IoT, smart homes, smart cities	IoT, smart homes, smart cities
Wearable devices	Smartwatches, fitness trackers, smart glasses	Smartwatches, fitness trackers, smart glasses
Virtual reality	VR, AR, MR	VR, AR, MR
Drone technology	Drone delivery, drone racing, drone photography	Drone delivery, drone racing, drone photography
Autonomous systems	Autonomous vehicles, autonomous drones, autonomous robots	Autonomous vehicles, autonomous drones, autonomous robots

**WHAT IT DOES**

A trends matrix presents a high-level summary of how trends and forces of change affect technology, business, people, culture, and policy. The matrix offers an at-a-glance understanding of how trends impact your project. For a project on cultural travel, one might study travel tools, travel-related services, travel experiences, travel information, and other similar aspects. Sometimes the aspects we study are time-related and structures, where we've been (historically), where we are (currently), and where we may be headed (emerging). The Trends Matrix can also show how changes happening in one area, for example culture or business, may have influenced others, for example culture or business.

**HOW IT WORKS**

**STEP 1: Set up the dimensions for the Trends Matrix.**

The vertical axis is usually chosen as technology, business, people, culture, and policy. The horizontal dimension shows the aspects of the project that you are interested in tracking, for example, types of users, topics, and components of a system that you are collaborating. Sometimes it is valuable to define the horizontal dimension as “formal,” “current,” and “emerging.”

**STEP 2: Fill the matrix with relevant trends.**

Conduct research to identify trends in technology, business, society, culture, and policy that will have an impact on the project. Describe these as trend statements in the matrix cells. A trend statement is usually a short sentence that describes how something is significantly changing. An example of a trend statement is “travelers have an increased interest in unusual travel destinations and cultural travel experiences.”

**STEP 3: Take a step back and discuss the matrix as an overview.**

Remember that the purpose of the Trends Matrix is to offer a high-level overview of changes. Compare the trends to others to see how they are related. Recognize patterns of similar trends developing together. These might help you speculate on future directions and see how certain trends might impact your project.

**STEP 4: Capture insights as overlays on the matrix.**

Discuss and document your team's insights about trend patterns, how leading trends are affecting major changes, and speculations about how things might develop. Highlight these insights as overlays on the matrix for easy reading and sharing.

Sobre	Aborda a prática da criação de novos produtos, serviços e experiências como uma ciência, apresentando um conjunto de ferramentas e métodos para o planejamento colaborativo e a definição de novos serviços ou produtos. Traz a revisão de conceitos associados aos diversos princípios e métodos que integram o Design Thinking por meio de 101 atividades durante o processo de design de forma a simplificá-lo de acordo com as ferramentas pertinentes para cada contexto.
Suporte	Livro impresso e ebook para kindle. Apenas em inglês.
Modo de leitura	A leitura não precisa ser completa ou sequencial, configura-se como um guia que pode ser usado para consulta ou para a seleção de métodos a serem usados.
Público	Designers, principalmente da área de Produto.
Linguagem	O texto apresenta termos técnicos de conhecimentos de métodos de projeto para

	o design, a explicação de cada método se dá de maneira didática e resumida.
Conteúdos	Propõe um modelo analítico-sintético de acordo com etapas e eixos de projeto e que enquadra em sete modos do processo de inovação, que podem ser adotados de forma sequencial ou de forma não-sequencial e interativa. Traz imagens, modelos das ferramentas e infográficos que facilitam o entendimento dos conteúdos.
Exemplos	São expostos estudos de casos e exemplos de aplicação das técnicas que facilitam seu uso, também o faz de maneira visual.
Recursos interativos	Por se tratar de um livro impresso e pouco adaptado para o kindle não há recursos interativos que contemplem o aspecto livro objeto ou digital.
Recursos visuais	Muitos recursos visuais em relação às ferramentas e sua categorização, infográficos intuitivos e com exemplos imagéticos. Possui um resumo visual de cada técnica, juntamente com imagens e explicações sucintas de uso que organizam bem o que está sendo exposto durante o livro.

Fonte: Adaptado pela autora a partir do Google Books.

Apesar da profunda pesquisa por similares de conteúdo, não foram encontrados materiais que contemplassem totalmente a proposta, voltando-se a temáticas mais ligadas à criatividade sem aprofundar-se em conceitos de metodologias de design. Uma característica comum entre esses exemplos é a necessidade de visualizações claras e didáticas para guiar o leitor por conceitos complexos, sendo assim a sistematização clara de ferramentas é uma recomendação quando tratamos do objetivo desta publicação.

A publicação digital pode tirar proveito desses elementos combinando infográficos e ilustrações e tarefas interativas e modelos de uso enquanto integra a abordagem prática e reflexiva de livros como O Caminho do Artista e Como Se Cria.

## b) De forma

Pela análise de forma foram escolhidos similares de projeto gráfico voltados para o meio digital, fazendo o levantamento do suporte utilizado, da organização e da linguagem gráfica desses exemplares. Assim, buscando entender as escolhas de diretrizes visuais desses projetos e o que poderiam trazer de contribuições para a construção da publicação digital a partir do entendimento de formas e possibilidades de organização a serem aplicadas.

# The Field Guide to Human-Centered Design

IDEO.org

## Páginas e introdução do kit de ferramentas Human-Centered Design



2

# ESTE KIT DE FERRAMENTAS FOI FEITO PARA VOCÊ.

Este kit contém elementos do HCD - Human-Centered Design (em português, Design Centrado no Ser Humano), um processo usado por designers para criar novas soluções para empresas multinacionais. O uso do HCD permitiu a criação de soluções como o computador de bolso custo para o grupo Pradim, a estratégia de crescimento das Hovanas e o Sistema Para Doador de Sangue da Cruz Vermelha - inovações que colaboraram para melhorar a vida de milhões de pessoas.

O Human-Centered Design pode ajudá-lo a melhorar a vida de pessoas que vivem com menos de dois dólares por dia.

O HCD foi especialmente adaptado para organizações que, como a sua, trabalham com comunidades carentes na África, Ásia e América Latina.

O HCD o irá ajudar a Ouvir de um jeito novo as necessidades dos usuários, Criar ideias inovadoras para atender a essas necessidades e Implementar soluções levando em conta a sustentabilidade financeira das mesmas.

**VAMOS EM FRENTE.**

7

## O PROCESSO HCD

O processo de Estratégia Centrado no Ser Humano (Human-Centered Design) começa com um Desafio Estratégico específico e continua por três fases principais: Ouvir (Hear), Criar (Create) e Implementar (Deliver). Durante o processo a sua equipe alterna do pensamento concreto ao abstrato, identificando temas e oportunidades e, mais tarde, volta ao concreto com soluções e protótipos.

**H OUVIR (HEAR)**  
Durante a fase "Ouvir", sua equipe de Design coletará histórias e se inspirará nas pessoas. Você irá organizar e conduzir pesquisas de campo.

**C CRIAR (CREATE)**  
Na fase "Criar", você irá trabalhar em equipe no formato de seminários para traduzir em estruturas, oportunidades, soluções e protótipos o que ouvimos dos usuários. Durante essa fase você passará do pensamento concreto ao abstrato de forma a identificar temas e oportunidades para, mais tarde, voltar ao concreto com a criação de soluções e protótipos.

**D IMPLEMENTAR (DELIVER)**  
A fase "Implementar" marca o início da implementação de soluções através de um sistema rápido de modelagem de custos e receitas, estimativas de capacidade e planejamento de implementação. Essa fase o ajudará a lançar novas soluções.

O PROCESSO HCD (DESIGN CENTRADO NO SER HUMANO)

23

## 1 IDENTIFICAR UM DESAFIO ESTRATÉGICO

A base do HCD é um Desafio Estratégico preciso. Esse desafio orientará a elaboração das perguntas que você fará durante as pesquisas de campo e posteriormente as soluções que você irá desenvolver. Um Desafio Estratégico, no design centrado no ser humano, é expresso por frases que tragam um senso de possibilidades. Por exemplo: "Criar produtos de investimento e rendimento que são apropriados para as pessoas que vivem nas áreas rurais."

**NOTAS DE FACILITADOR**

Objetivo: 1 hora

10 minutos

Atividade: 1. Identificar temas e oportunidades para o desafio. 2. Criar frases que expressem um desafio. 3. Ouvir de um usuário em um espaço de tempo definido.

Preparar um tipo genérico de desafio? Previsão de resultados? Previsão de custos? Previsão de impacto social? Previsão de retorno financeiro? Previsão de impacto ambiental? Previsão de impacto social? Previsão de impacto econômico?

Fase 1: Ouvir e identificar temas e oportunidades. Fase 2: Criar frases que expressem um desafio. Fase 3: Ouvir de um usuário em um espaço de tempo definido.

Fase 4: Identificar temas e oportunidades para o desafio. Fase 5: Criar frases que expressem um desafio. Fase 6: Ouvir de um usuário em um espaço de tempo definido.

Fase 7: Implementar soluções. Fase 8: Avaliar o impacto das soluções. Fase 9: Melhorar as soluções. Fase 10: Lançar as soluções.

**1**

**DESAFIO**

O Desafio Estratégico pode ser decidido pela liderança organizacional ou pode ser criado através de trabalho em equipe. Em qualquer um dos casos, comece por identificar desafios que as pessoas estejam enfrentando ou discuta oportunidades em que a organização esteja interessada. Decida essa lista até chegar a um único e específico Desafio Estratégico.

**UM BOM DESAFIO ESTRATÉGICO DEVE SER:**

- Isolado em termos humanos (do nível de tecnologia, produto ou funcionalidade de serviço)
- Abrangente o suficiente para permitir que você discuta áreas de valor inesperado.
- Específico o suficiente para tornar o tópico gerenciável.

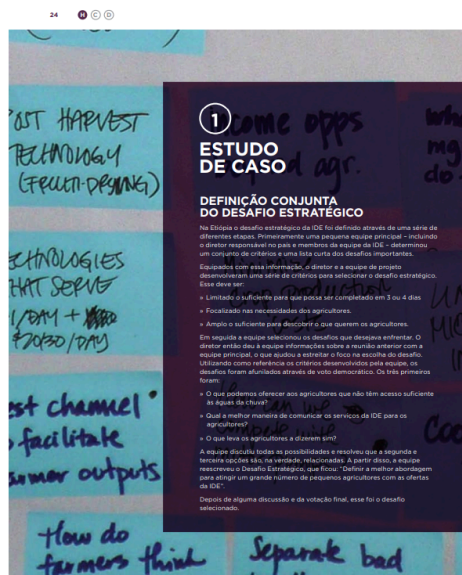
**ATENÇÃO**

O desafio que você escolher pode estar relacionado à adoção de novas tecnologias, comportamentos, medicamentos, produtos, ou serviços. Isso pode levar à construção de um desafio estratégico focado na organização, como, por exemplo, "Como fazer com que as pessoas em comunidades aborem custos de poupança?" Ao invés disso, para que funcione como uma plataforma de lançamento para a inovação, o desafio deve ser moldado em um tom mais centrado no ser humano, por exemplo, "Como podemos dar segurança financeira para as pessoas da comunidade?"

**EXPERIENTE**

Inicie o desafio estratégico com um verbo como "Criar", "Definir", "Adaptar", etc. Ou expresse o desafio em formato de pergunta começando com "Como poderíamos...?"





PLANO DE PLANEJAMENTO DO MINI-PILOTO	
DATA DE CHEGADA	DATA DE CHEGADA
<p>NOME DA SOLUÇÃO:</p> <p>IMPRESSO DA EDIÇÃO:</p> <p>CONTATO DO AUTOR, ORÇAMENTO, DISTRIBUIÇÃO E TERMO DE LICENÇA DO LIVRO: Como posso fazer em 2 semanas?</p> <p>RECURSOS: Que recursos (conceituais, técnicos, administrativos) são necessários para o livro?</p> <p>PREVISÃO DE ATIVIDADES: Que atividades serão realizadas para esse livro e como serão avaliadas?</p> <p>COMO SERÁ O LIVRO: Como será o livro? Como será a distribuição? Bem sucedido para quem?</p>	<p>APRENDIZADO CHAVE: APRENDIZADO CHAVE</p> <p>NOVAS RECURSOS</p> <p>NOVAS QUESTÕES</p> <p>NOVAS QUESTÕES</p> <p>NOVAS QUESTÕES</p>

Sobre	É um kit que contém elementos do Human-Centered Design, um processo para criar novas soluções para empresas. O HCD busca ouvir, criar e implementar de acordo com as necessidades dos usuários levando em conta a sustentabilidade financeira das mesmas. Oferece uma visão das ferramentas centradas no usuário e explica como aplicá-las demonstrando estudos de caso e alguns modelos para uso dessas ferramentas.
Suporte	Ebook, com possibilidade de download.
Formato	Formato de papel "Letter", vertical (612 x 796 pixels)
Layout	Diagrama de uma e duas colunas.
Cor	Tem uma paleta de cor para os conteúdos em 4 cores: Verde, roxo, vermelho e laranja. As cores fazem a divisão e ambientam cada capítulo, sendo aplicadas no fundo, títulos, destaques, fios, marcadores de página e outros detalhes.
Tipografia	Tipografia sem serifa, sendo utilizada a mesma família tipográfica para o projeto editorial: texto, título, legendas e outros elementos editoriais. Hierarquia bem definida por meio de variações de peso, tamanho e maiúsculas. O alinhamento aplicado é alinhado à esquerda sem hifenização.
Imagens	Presença de várias imagens composto de fotografia, diferenciando de tamanho e ora sendo colorida, ora em preto e branco. Presença de infográficos e esquemas visuais das ferramentas. São utilizados ícones como recurso estético de destaque e orientação dentro do conteúdo. Num geral, as imagens equilibram com a quantidade de texto.
Elementos gráficos editoriais	Há muitos elementos gráficos como: boxes, legendas, fios, dicas e outros pontos de atenção.
Recursos interativos	Por se tratar de uma adaptação de um livro impresso, não há recursos interativos que contemplem o aspecto de livro digital.

Fonte: Adaptado pela autora a partir do site ideo.org.

Apresenta uma leitura dinâmica apesar de ser bem elaborada em conteúdo. A solução de layout das páginas entre texto e imagem são interessantes, a distribuição de conteúdo é bem equilibrada para o que é apresentado. Algumas páginas apresentam um grid modular, mas não prejudica a obra como um todo. A hierarquia é definida pelo uso de cores, tamanhos e pesos e auxilia no entendimento. Poderia ter mais atenção às vítuas em algumas páginas. As imagens são bem escolhidas e funcionam bem para o respiro. A estética é aplicada de uma forma bastante despojada e funcional sem deixar de ser atrativa.

Não apresenta recursos de navegação e interatividade por se tratar de uma adaptação do livro físico, no entanto sua disponibilização pelo site da IDEO.org facilita o acesso a esse material. Pensando numa melhor adaptação para o meio digital e telas, poderia ter sido utilizado um layout na horizontal, o que faria a visualização de página inteira melhorar consideravelmente sem correr o risco de informações terem sua legibilidade comprometida ou dificultar a navegação.

No geral, o ebook é uma ótima referência para visual e para conteúdo e levaria a uma solução ainda mais interessante se fossem explorados recursos interativos. A grande diferença entre tamanho da tipografia aplicada em alguns títulos e destaques é algo que poderia ser evitado conferindo maior unidade ao guia.

Quadro 8 – Análise de similar de forma B.





Sobre	A Escola do Caos é uma empresa de liderança e inovação que busca estimular pessoas e empresas a provocar mudanças e reinventar seus mercados. Neste catálogo são apresentadas algumas das soluções oferecidas por eles para empresas e seus colaboradores.
Suporte	Ebook, visualização apenas na web sem possibilidade de download.
Formato	Horizontal, 16:9 (1920 x 1080 pixels)
Layout	Diagrama de duas e três colunas com layout livre para os infográficos.
Cor	Tem uma paleta de cor para os conteúdos em 5 cores levando em conta a marca: Azul, roxo, amarelo, branco e preto. Nos infográficos referentes a cada solução são utilizadas outras cores para compor o visual, de acordo com a temática visual explorada.
Tipografia	Tipografia sem serifa predominante, são usadas mais de uma fonte. Hierarquia definida por meio de variações de peso, tamanho e maiúsculas, mas para os infográficos são utilizadas fontes displays variadas que se destacam a cada página. O alinhamento aplicado é alinhado à esquerda sem hifenização.
Imagens	Uso de muitas imagens, ícones e infográficos ao longo de todo o material. As imagens são na sua maioria em preto e branco ou coloridas. Nos infográficos são usados estilos diferentes para cada composição.
Elementos gráficos editoriais	Há muitos elementos gráficos como legendas, "saiba mais", fios, boxes e ícones que guiam o leitor e fornecem destaques importantes ao longo do conteúdo. Esses elementos visuais ajudam a organizar a informação de forma que o leitor possa navegar com facilidade entre diferentes seções e entender rapidamente os pontos-chave apresentados.
Recursos interativos	Ele possui um menu lateral que facilita a navegação, permitindo que o leitor avance pelas páginas ou acesse diretamente o sumário, onde cada título está vinculado à respectiva página. QR Codes são usados para direcionar o leitor a conteúdos externos, como vídeos e materiais complementares. Além disso, textos linkados proporcionam uma experiência mais rica, conectando o usuário com recursos adicionais, mantendo o envolvimento mesmo após a leitura do catálogo.

Fonte: Adaptado pela autora a partir do site Escola do Caos.

A solução de layout e as páginas de infográfico são interessantes e criativos, mas falta uma organização visual da identidade visto que em cada infográfico é usada uma linguagem visual muito diferente. A distribuição de conteúdo é feita de forma sucinta, pelo tamanho da página

também se distribui com uma boa visualização do todo. A hierarquia é definida com o uso de cores, tamanhos e pesos mesmo para diferentes tipos. A leitura é visualmente agradável e pouco demorada.

Mesmo que tenha sido tomada a escolha de trabalhar com a infografia diferente a cada página, a legibilidade das informações e organização é fácil e atrai a atenção. São muito bons em gerar interesse e facilitam o entendimento do conteúdo. Mas, acredito que poderia melhorar a integração da publicação sem a grande variação das estéticas escolhidas, apresentando uma maior unidade sem deixar de lado a autenticidade de cada página. Os recursos de navegação e interatividade também são bem equilibrados fornecendo ao usuário um uso facilitado sem atrapalhar o fluxo de leitura.

A estética é bem marcante e atrativa, funciona muito bem no meio digital sendo bastante atual, mas o conteúdo em si é voltado para o contexto mercadológico e não agrega tanto a este projeto nesse sentido.

Quadro 9 – Análise de similar de forma C.

The image shows a digital interface for an interactive guide titled "Gestão de Competências na Era Digital". The interface is clean and modern, with a blue and white color scheme. It features a navigation menu on the right side with three main sections: "Aprender", "Planejar", and "Executar". The main content area displays a hand holding a white cup, with three boxes labeled "C", "H", and "A" above it, representing the CHA framework. The "C" box is labeled "Conhecimento: ter o saber, a teoria", the "H" box is labeled "Habilidade: saber fazer, a prática", and the "A" box is labeled "Atitude: querer fazer, a vontade". Below the boxes is a white cup on a saucer. The interface also includes a search bar, a "Mostrar elementos interativos" button, and a "conquer in.company" logo.



Sobre	Conquer In Company é uma empresa que oferece treinamentos corporativos. Além dos seus serviços, em seu site são disponibilizados materiais gratuitos sobre ferramentas para times empresariais. Eles oferecem esses materiais e templates prontos para uso, sendo um guia interativo focado em gestão de pessoas em corporações.
Suporte	Ebook, visualização apenas na web sem possibilidade de download.
Formato	Horizontal, 16:9 (1920 x 1080 pixels)
Layout	Diagrama de duas e três colunas com espaços para os esquemas visuais e imagens.
Cor	A paleta de cores no geral é composta por tons de azul e cinza, além da utilização de preto e amarelo para destaques. A tipografia é aplicada no azul predominante ou preto.
Tipografia	Tipografia sem serifa predominante, aparentemente sendo utilizada a mesma família tipográfica para o projeto editorial: texto, título, legenda e elementos interativos. Hierarquia definida por meio de variações de peso, tamanho e maiúsculas. Texto alinhado à esquerda sem hifenização.
Imagens	Uso de imagens, ícones e esquemas descritivos ao longo de todo o material. As imagens são na sua maioria em preto e branco. Equilibram com a quantidade de texto ou com os esquemas gráficos aplicados.
Elementos gráficos editoriais	Muitos recursos contendo boxes, há também elementos gráficos como legendas e destaques.
Recursos interativos	Possui um atalho em todas as páginas que leva à página que funciona como sumário, cada etapa é linkada com a página em que esses conteúdos se iniciam. Além disso, são utilizados textos linkados, animações e alguns elementos interativos de arrastar e posicionar. São apresentadas imagens com ícones interativos que revelam boxes, abrem mensagens em pop-up ou direcionam a vídeos no Youtube.

Fonte: Desenvolvido pela autora a partir do site da Conquer Business School.

O layout é bem aplicado, embora não seja um conteúdo denso e sua apresentação corresponda mais a um modelo de slide. Torna-se uma referência interessante justamente por

se aproximar de uma linguagem que o público alvo é familiarizado. No geral, faltou uma aplicação mais definida do grid e a conexão com as imagens e esquemas visuais. A identidade é bem marcada, mas funciona apenas para conteúdos mais curtos e sucintos visto que poderia acabar se tornando monótona. A leitura é pouco demorada e a hierarquia poderia ser melhor definida com o uso de cores além dos tamanhos e pesos diferentes.

A legibilidade das informações e organização é boa e fornece um bom fluxo de leitura, mas as animações e entradas das imagens poderiam ser em menor quantidade já que na maior parte das vezes não confere nenhum acréscimo às informações que são passadas. São muito bons em gerar interesse e facilitam o entendimento do conteúdo.

Os recursos de navegação e interatividade poderiam oferecer mais liberdade e fluidez para o usuário leitor. A estética funciona no meio digital, mas poderiam ser utilizadas mais possibilidades de design para a solução visual sem perder a característica de livro.

Quadro 10 – Análise de similar de forma D.

**Ebook Ensino Híbrido na Prática**

Sincroniza Educação

Introdução e páginas interativas do ebook para Ensino Híbrido

**ENSINO HÍBRIDO VERSUS AULA ENRIQUECIDA COM TECNOLOGIA**

O QUE É E O QUE NÃO É ENSINO HÍBRIDO

O uso de tecnologia em sala de aula, por si só, não configura Ensino Híbrido. A implementação da tecnologia na aprendizagem pode ser feita da simples substituição de um recurso analógico por um digital, à total transformação da tarefa e do acesso ao conteúdo. Quando a mudança envolve somente a inclusão de elementos digitais, chamamos de **Aula Enriquecida com Tecnologia**. Preparamos um breve jogo para você sobre as diferenças entre essas aulas e o Ensino Híbrido. Antes disso, quer saber mais sobre o assunto?

JÁ SEI O SUFICIENTE! QUERO IR DIRETO PARA O JOGO

QUERO SABER MAIS SOBRE O ASSUNTO

Qual das opções melhor descreve a atividade narrada acima?

ENSINO HÍBRIDO

AULA ENRIQUECIDA COM TECNOLOGIA

USO DE TECNOLOGIA SEM TRANSFORMAÇÃO DA APRENDIZAGEM

**CHAVE 1**

**PENSE NOVAMENTE**

Atividades com tecnologias digitais podem ser simples substituições de outras atividades, como assistir a um vídeo, jogar ou ler algo em um dispositivo eletrônico. Mas, se a atividade for a mesma e realizada ao mesmo tempo para todos os alunos, não se trata de Ensino Híbrido.

QUERO TENTAR NOVAMENTE

PRECISO ASSISTIR NOVAMENTE AOS VÍDEOS

**MODELOS E RECURSOS EDUCACIONAIS ABERTOS**

APRESENTAÇÕES DE SLIDES

INFOGRÁFICOS

FOTOS E VÍDEOS

ÍCONES E ILUSTRAÇÕES

OBJETOS DIGITAIS DE APRENDIZAGEM E PLANOS DE AULA

PESQUISA DE RECURSOS EDUCACIONAIS ABERTOS

Sobre	Apresenta conteúdos conceituais sobre o ensino híbrido e referências para exploração e aprofundamento, demonstra recursos e estratégias para professores.
Suporte	Ebook, com possibilidade de download.
Formato	Horizontal, 16:9 (1920 x 1080 pixels).
Layout	Não possui um diagrama de uma ou duas colunas definidos.
Cor	Utiliza cores em tom de verde-água, amarelo, magenta e azul escuro. Mas a proporção e a maneira como a paleta foi aplicada podem dificultar a legibilidade por conta do baixo contraste em algumas páginas.
Tipografia	Tipografia sem serifa, aparentemente sendo utilizadas duas famílias tipográficas para o projeto editorial: uma para título, botões e elementos interativos, outra para texto. Hierarquia pouco definida por meio de variações de peso, tamanho e maiúsculas, por conta dessa diferenciação sutil o texto se apresenta em tamanho desproporcional. Texto alinhado à esquerda sem hifenização.
Imagens	Possui muitas imagens, mas não tem um estilo específico. Ícones usados ao longo de todo o material.
Elementos gráficos editoriais	Usa elementos gráficos como: legendas, ícones, fios e boxes variados.
Recursos interativos	A publicação conta com um menu lateral para navegação, uma explicação breve dos recursos e muitos botões clicáveis e links dentro da publicação. Ainda, apresenta alguns jogos como quizzes sobre o conteúdo para fixação do conteúdo.

Fonte: Desenvolvido pela autora a partir do site da Sincroniza Educação.

Nesse exemplo, não foi aplicado um grid bem definido e não há um layout bem organizado. A distribuição de conteúdo é feita de forma sucinta, pelo tamanho da página também se distribui com uma boa visualização do todo, com a devida aplicação de fundamentos do design poderia melhorar a apresentação do conteúdo num geral e favorecer a organização.

A navegação também é dificultada pela quantidade de links para direcionamento da publicação, não favorecendo aqueles usuários que querem conferir o material na íntegra de maneira que alguns conteúdos podem ser perdidos conforme a pessoa avança sequencialmente. A hierarquia das informações na página poderiam ser ajustadas para melhorar a visualização das mesmas.

Os recursos de navegação e interatividade também acabam por confundir o fluxo que deve ser seguido, apesar de ser prático navegar pelo menu, a quantidade de links, botões e dos jogos interativos poderia ser menor e mais sucinta sendo apresentadas apenas em situações pontuais evitando de sobrecarregar o leitor.

Após a análise de similares, foi constatado que o projeto propõe uma abordagem de conteúdo diferente do que encontra-se relacionado ao autoconhecimento. Assim como as publicações analisadas, a maioria dos materiais disponíveis que se aproximam da temática são guias explicativos, instruções e dicas mais voltadas para área de marketing e gestão de equipes para empresas. Elementos como categorização clara, exercícios práticos e

storytelling ajudam a criar uma experiência mais envolvente e funcional para o usuário. Além disso, a integração de infográficos e ilustrações, aliados a uma identidade visual consistente e uma navegação intuitiva, reforçam a importância de equilibrar estética e funcionalidade. Assim, o projeto buscou inspiração nas boas práticas identificadas, adaptando-as às necessidades específicas do público-alvo, enquanto explora essa abordagem que une o design e o autoconhecimento.

Quadro 11: Síntese das percepções a partir dos similares

Critérios	Aprendizados Importantes para o Projeto
Conteúdo	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estruturar conteúdos em categorias claras e apresentar exemplos práticos</li> <li>• Adotar uma abordagem reflexiva com exercícios e interatividade</li> <li>• Utilizar storytelling para maior engajamento do leitor, um discurso que cativa a atenção</li> </ul>
Forma	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Integrar elementos gráficos como infográficos e ilustrações</li> <li>• Garantir uma hierarquia visual clara com cores, pesos e tamanhos bem definidos</li> </ul>
Interatividade	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incorporar menus de navegação e links que facilitem o acesso aos conteúdos</li> <li>• Limitar a quantidade de elementos interativos para evitar sobrecarga do leitor</li> </ul>
Design Visual	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usar uma identidade visual coesa com paleta e tipografia consistente</li> <li>• Priorizar legibilidade e contraste de cores para facilitar a leitura em ambientes digitais</li> </ul>
Inspirações Gerais	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Adaptar recursos de obras como "Como se Cria" (sistematização didática) e "O Caminho do Artista" (abordagem criativa e pessoal).</li> </ul>

Fonte: Desenvolvido pela autora

## 2.4. Escopo

### 2.4.1. Arquétipos

Ao adentrar a etapa em que seria desejável o estabelecimento de personas de acordo com o público-alvo que se busca atingir com o intuito de humanizar o projeto, o uso dos arquétipos foi preferível conforme introduzido por Jung, devido ao seu papel no processo de autoconhecimento e à relação com o inconsciente coletivo. Segundo Jung (2014), o inconsciente coletivo é composto por estruturas psíquicas herdadas que vão além da experiência individual, contendo imagens primordiais que se manifestam como arquétipos. Esses arquétipos podem nos guiar em processos de tomada de decisão e percepção de nós mesmos e do mundo.

O conceito dos doze arquétipos, é uma derivação posterior, realizada por autores como Carol Pearson (2003) na qual expande a teoria junguiana para aplicações práticas no marketing, branding e psicologia popular, desenvolvendo uma categorização que inclui arquétipos como o Explorador, o Sábio, o Herói e outros, facilitando a criação de personas



em projetos voltados ao comportamento de públicos-alvo específicos. Essa adaptação se baseia nas estruturas originais do inconsciente coletivo descritas por Jung, mas é utilizada para fins mais práticos e aplicados.

Dessa forma, entendeu-se que a identificação desses padrões no inconsciente coletivo poderia auxiliar na visualização de caminhos e escolhas pertinentes para agradar ao público-alvo do projeto, humanizando-o. A partir de várias representações arquetípicas, foram escolhidos dois perfis: o Explorador, associado à busca de liberdade e novas experiências, e o Sábio, vinculado à realização pessoal por meio do conhecimento e da sabedoria. Esses arquétipos serviram como guias para decisões de design do projeto, como o fluxo de navegação, o direcionamento para o aprofundamento de conteúdo e a atenção às referências, considerando o espírito questionador e independente do Explorador, e a busca por uma compreensão profunda e abrangente do Sábio. Esses aspectos são ilustrados no quadro a seguir:

Quadro 12 – Arquétipos e conceitos norteadores para a publicação.

Arquétipo	Explorador	Sábio
Objetivo Principal	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Busca de novas experiências, liberdade e descobertas pessoais</li> <li>• Descobrir novas possibilidades e partes de si mesmo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Busca de verdade, conhecimento profundo e sabedoria;</li> <li>• Descobrir novas possibilidades, novos lugares e novas partes de si mesmo.</li> </ul>
Abordagem ao Autoconhecimento	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiências diretas, aventura e aprendizado através de ação</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reflexão, análise crítica e compreensão intelectual</li> </ul>
Uso da publicação	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Usa a publicação como guia para novas experiências e possibilidades de crescimento</li> <li>• Navegação seletiva, mais livre e caótica</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Utiliza a publicação como fonte de informação confiável e bem fundamentada para análise e aprendizado;</li> <li>• Navegação sequencial, finalizar a publicação para depois acessar hiperlinks.</li> </ul>
Formato Preferido	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inspirador, estimulante e com incentivo à aventura, se interessa mais por histórias, relatos de descobertas e práticas inovadoras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Artigos extensos, estudos de caso, em tom acadêmico, racional e objetivo;</li> </ul>
Recursos	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hiperlinks e atalhos</li> <li>• Links externos</li> <li>• Referências e saiba mais</li> <li>• Modelos das ferramentas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Explicar o método além das ferramentas</li> <li>• Hiperlinks externos</li> <li>• Referências</li> <li>• Vídeos tutoriais</li> </ul>

Fonte: Desenvolvido pela autora.

## 2.4.2. Requisitos

“Para o design, o desenvolvimento de um produto só pode ser realizado satisfatoriamente se houver especificações de projeto, ou seja, objetivos que viabilizem e que sejam úteis para satisfazer as necessidades do usuário e consumidor”. No contexto que explana Pazmino (2015), tornou-se essencial para um projeto de design como o aqui descrito a definição de requisitos, sendo eles classificados como necessários ou desejáveis e a partir de qual etapa eles foram observados.

Quadro 13 – Requisitos para o projeto.

Requisitos	Classificação	Fonte
Linguagem integrada entre mídias do projeto	Necessário	Objetivos, pesquisas e entrevistas
Identidade visual e audiovisual integrada	Necessário	Objetivos, pesquisas, entrevistas e similares
Abordagem lúdica e sensível mediante as ferramentas	Necessário	Entrevistas e análise de similares
Deixar nítida a não abordagem da psicologia no conteúdo adaptado	Necessário	Entrevistas
Demonstração de uso da ferramenta	Desejável (contemplado pela proposta do audiovisual)	Pesquisas e análise de similares
Apresentação dos modelos (esquema visual das ferramentas)	Necessário	Entrevistas e análise de similares
Direcionamentos de uso da ferramenta	Necessário	Análise de similares
Elementos gráficos ilustrativos	Necessário	Entrevistas e análise de similares
Não repetição do conteúdo entre as mídias	Desejável	Entrevistas
Redirecionamento para links e referências externas	Desejável	Entrevistas e análise de similares
Uso de arquétipos para ajudar na identificação com o conteúdo	Desejável	Pesquisas e entrevistas
Fluxo de interação seletivo	Desejável	Objetivos e entrevistas
Disponibilização de modelos para que as pessoas utilizem	Desejável	Objetivos e entrevistas
Fácil acesso ao projeto integrado	Desejável	Entrevistas

Fonte: Desenvolvido pelas autoras do projeto colaborativamente.

Exclusivamente para a publicação, também foram decididos os requisitos:

Quadro 14 – Requisitos para a publicação.

Requisitos	Classificação	Fonte
Proporção de tela 1920 x 1080	Necessário	Pesquisas e similares
Permitir uma leitura seletiva ou sequencial	Necessário	Objetivos e entrevistas
Apresentação dos modelos (esquema visual das ferramentas)	Necessário	Entrevistas e análise de similares
Redirecionamento para links externos sobre o conteúdo	Desejável	Entrevistas e análise de similares
Navegação dinâmica e interface simples	Necessário	Entrevistas e análise de similares
Disponível para download	Necessário	Entrevistas
Ilustrações que complementam as ferramentas	Desejável	Entrevistas
Permitir ferramenta de pesquisa de texto	Desejável	Entrevistas
Formato que permita a visualização em dispositivos menores, como celulares	Desejável	Entrevistas

Fonte: Desenvolvido pela autora.

Alguns requisitos definidos para o projeto acabam por complementar aqueles elencados para a publicação em si e foram utilizados para direcionar principalmente as características funcionais, estéticas, semânticas a serem exploradas nas próximas etapas do projeto a partir da sua conceituação.

## 2.5. Conceitos do projeto

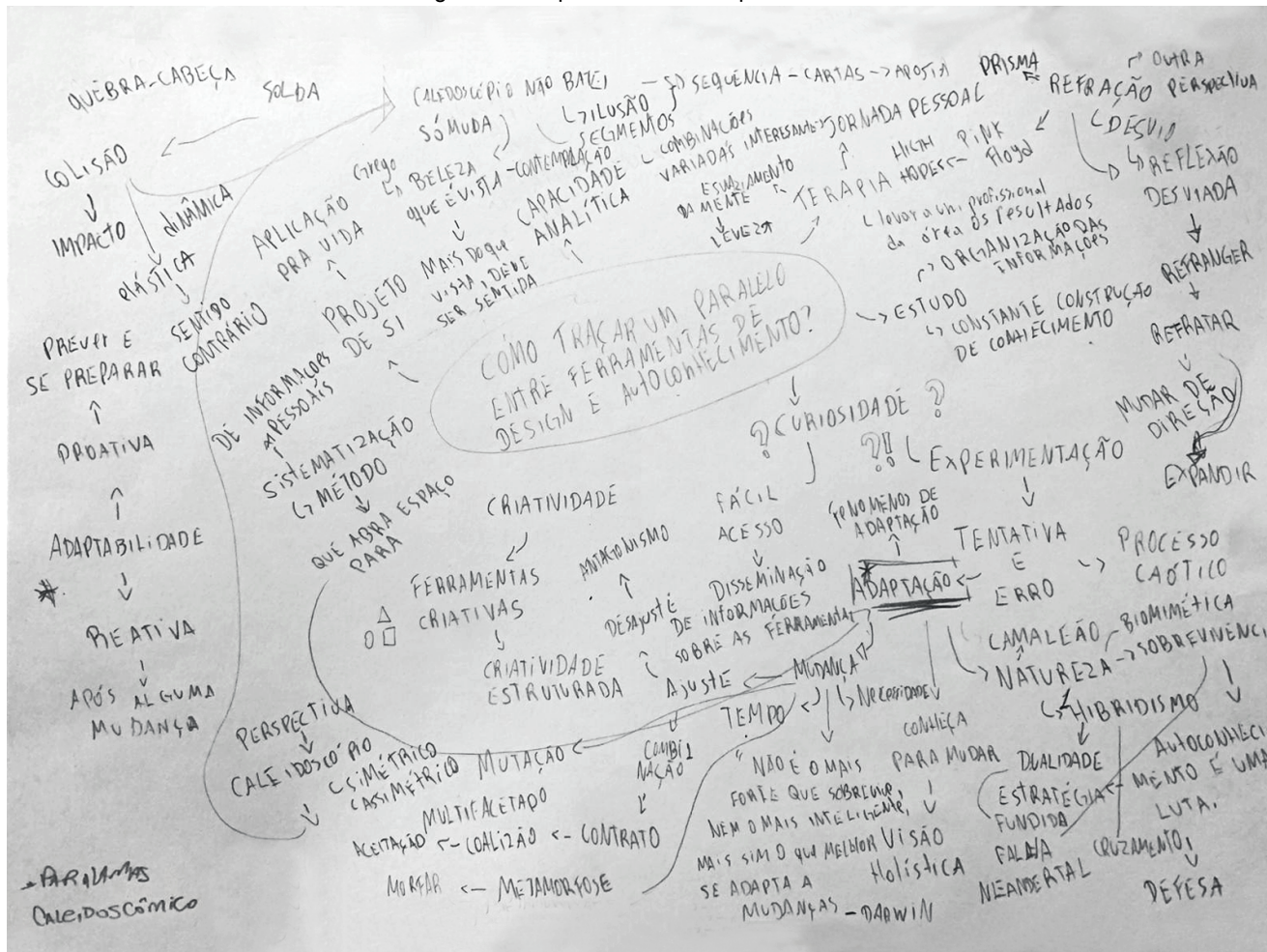
Em um projeto de design, existem diversas maneiras de criar uma conceituação da qual norteia aspectos físicos e significantes do resultado final, sendo essa etapa essencial para o desenvolvimento estético e, principalmente, didático do produto. No caso do que se propõe esse relatório, foi optado por buscar três conceitos norteadores que contemplassem as formas de pesquisa utilizadas no projeto.

### 2.5.1. Conceito Prismático

Primeiramente, as autoras do projeto optaram por realizar a definição do primeiro conceito através de um Mapa Conceitual partindo da temática para reunir e sintetizar as ideias após as pesquisas. Podendo ser utilizada, principalmente, na etapa de análise e síntese, Pazmino (2015) explica: “No campo do design, o mapa conceitual é uma ferramenta que serve para organizar o pensamento. Permite ter uma visão geral do problema, planejar os objetivos e reunir uma grande quantidade de dados em um só lugar.”

Usando de recursos físicos (papel e caneta), foi definido no centro do mapa a pergunta-problema principal relacionada ao conteúdo do projeto, sendo ela “Como traçar um paralelo entre ferramentas de design e autoconhecimento?” e abrindo espaço para a exploração da temática e associações possíveis.

Figura 5 – Mapa Conceitual da problemática.



Fonte: Desenvolvido pelas autoras do projeto colaborativamente.

Após uma análise dos principais caminhos que a pergunta levava, foi percebido que as respostas acabavam levando à palavra ADAPTAÇÃO, que começou a ser tratada como o novo centro do mapa. As ideias seguintes passaram a convergir dando origem ao primeiro conceito, sendo este o adjetivo prismático.

No campo da física, o prisma é o elemento responsável pela refração, dispersando a luz e alterando sua direção. Analogamente, o projeto desempenha um papel semelhante ao prisma demonstrado pela busca em redirecionar o olhar do usuário, oferecendo uma nova perspectiva sobre ferramentas criativas aplicadas no design redirecionadas para o desenvolvimento pessoal a partir do leque de possibilidades antes não exploradas.

### 2.5.2. Frase conceito

Para chegar a uma frase conceito que norteasse o projeto, o olhar das projetistas foi direcionado para a entrevista semiestruturada realizada, utilizando do recurso Nuvem de Palavras para colocar em destaque palavras-chave que mais foram citadas em conjunto com algumas que mais chamaram a atenção das autoras. Isso, em junção com o mapa conceitual foi possível elaborar:

### “Explorar o desconhecido para conhecer a si mesmo”

### 2.5.3. Conceitos norteadores

Com a frase conceito estabelecida, as palavras-chaves que faziam parte da mesma foram destrinchadas em outras que fizessem parte do contexto com que foram escolhidas e organizadas em nuvens de palavras.

Figura 6 – Mapa Conceitual da problemática.



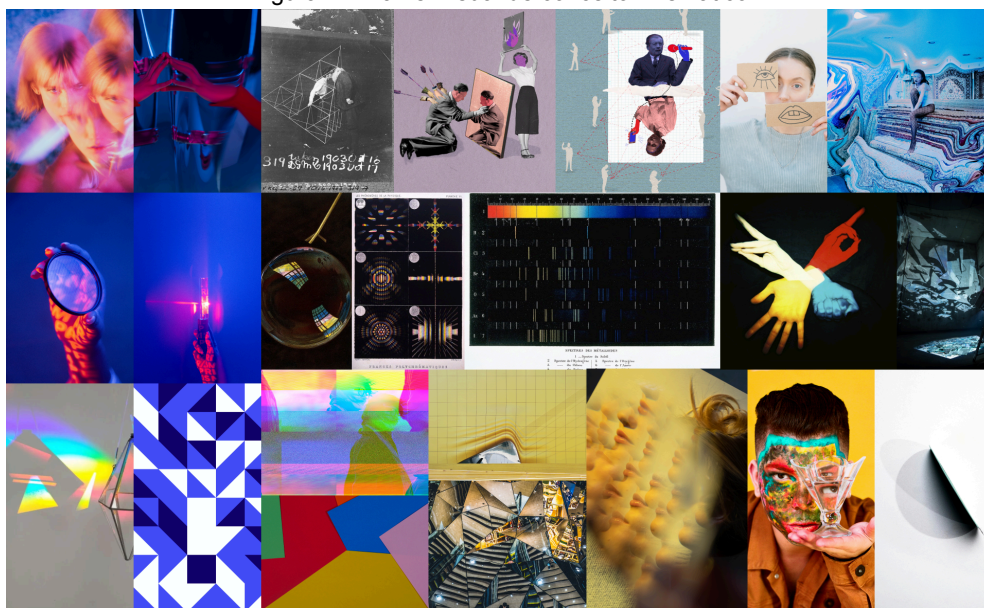
Fonte: Desenvolvido pelas autoras do projeto colaborativamente.

Esmiuçar esses conceitos a partir de outras palavras facilitou a construção dos painéis semânticos na hora de buscar imagens que se relacionassem com a frase elaborada.

### 2.5.4. Painéis semânticos

Tendo em vista o que tinha sido compilado pelas projetistas até o momento foi feito o primeiro painel semântico que pudesse demonstrar de forma visual seu significado. Outros três painéis foram desenvolvidos para contemplar a frase conceito, organizados pela inquietação, a descoberta e o intimismo que se faz presente no momento de pensar um pouco mais sobre si.

Figura 7 – Painel visual de conceito Prismático



Fonte: Adaptado pelas autoras<sup>2</sup> do projeto colaborativamente a partir do Unsplash, Pexels e Behance.

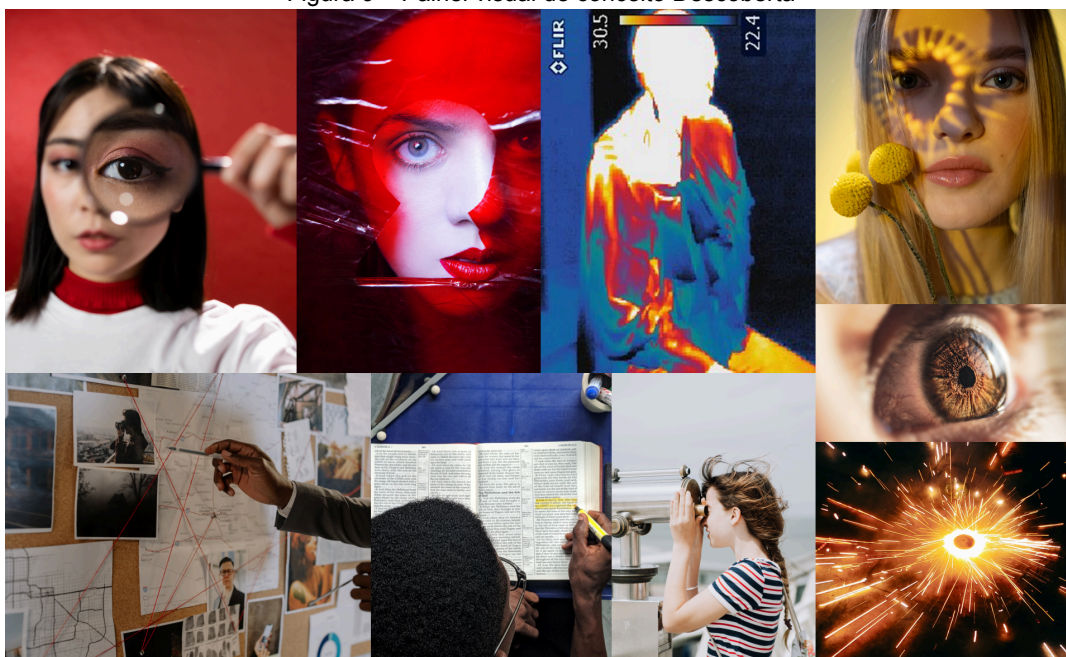
Figura 8 – Painel visual de conceito Inquietação



<sup>2</sup> Construção dos painéis a partir das imagens retiradas das seguintes fontes, da esquerda para a direita: Jakob Owens, Cottonbro studio, Public Domain Review, Valentina Arango, Valentina Arango, Dhemer Gonçalves, Polianna Bonnett, Jakob Owens, Jakob Owens, Bccbarbosa, Lukas Hartmann, desconhecida, Magic Pattern, Alexey Demidov, Engin Akyurt, Berk Ozdemir, Erik Eastman, Cottonbro studio, Dhemer Gonçalves e Evie Shaffer.

Fonte: Adaptado pelas autoras<sup>3</sup> do projeto colaborativamente a partir do Unsplash, Pexels e Chogiseok.com.

Figura 9 – Painel visual de conceito Descoberta



Fonte: Adaptado pelas autoras<sup>4</sup> do projeto colaborativamente a partir do Unsplash e Pexels.

Figura 10 – Painel visual de conceito Intimista



Fonte: Adaptado pelas autoras<sup>5</sup> do projeto colaborativamente a partir do Unsplash, Pexels e Chogiseok.com.

<sup>3</sup> Construção dos painéis a partir das imagens retiradas das seguintes fontes, da esquerda para a direita: Indra Utama, Cho Gi Seok, Alexander Krivitskiy, Sarah Outeiro, Cho Gi Seok, Melyna Valle, Mariola Grobelska, Cottonbro studio, Ozan Çulha, Cho Gi Seok, Ron Lach, Michelle Guimarães, Willian Santos, e Sebastiaan Stam.

<sup>4</sup> Construção dos painéis a partir das imagens retiradas das seguintes fontes, da esquerda para a direita: Cottonbro studio, Ekaterina Belinskaya, Cho Gi Seok, Cottonbro studio, Cottonbro studio, Oladimeji Ajegbile, Nine Koepfer, Mark Arron Smith e Shivam Patel.

<sup>5</sup> Construção dos painéis a partir das imagens retiradas das seguintes fontes, da esquerda para a direita: Rodolfo Clix, Julia Kuzenkov, Cho Gi Seok, Dmitriy Zub, Roland Deason, Julia Kicova, Cho Gi Seok e Anna Shvets.

Pelo painel prismático deu-se início a visualização do que seria a estética do projeto e como se estabeleceria a comunicação visual com os demais conceitos norteadores, para isso foram usadas tanto imagens conceituais do que se pretende explorar visualmente quanto o caráter mais científico e ilustrativo.

As nuances entre as cores, formatos irregulares ou distorcidos e intervenções foram interessantes para a construção da identidade visual do projeto. A ideia central do painel prismático está na capacidade de refletir várias dimensões de um único caminho, explorando o tempo como um elemento variável no processo de aprendizado.

De acordo com a organização dos capítulos, os painéis puderam ser utilizados para conferir uma estética singular a cada um deles, ambientando melhor o leitor em cada uma dessas etapas e permitindo que o mesmo veja uma progressão visual do que se busca alcançar com o conteúdo exposto. O painel de **inquietação** aborda o desejo de encontrar soluções rápidas e diretas, refletindo a confusão. No painel de **descoberta** foi pensado com uma abordagem mais reflexiva, onde o tempo assume um papel de desaceleração e aprofundamento. O uso de movimentos fluidos e leves, explorando nuances e gradientes, simboliza a pausa necessária para observar, entender e explorar novas possibilidades. Elementos de destaque e notas visuais foram inseridos para capturar a atenção e incentivar que o leitor participe do que é proposto. A **intimidade** foi representada com intervenções visuais como rabiscos e colagem de adesivos, que refletem o processo criativo que, embora lento, é profundamente pessoal e fora da estrutura convencional. O tratamento visual sugere uma interação mais orgânica e espontânea, enquanto as variações de velocidade são enfatizadas, representando os altos e baixos da inspiração e da criação.

#### 2.5.5. Conceitos da publicação

A partir da definição dos princípios que guiaram o projeto e informações coletadas na pesquisa e análise de similares, nas necessidades dos usuários e das entrevistas, foram estabelecidos os conceitos que orientaram o desenvolvimento da publicação.

##### a) Função

Tendo em vista o caráter informacional da publicação, o objetivo é proporcionar uma compreensão clara e abrangente de cada uma das ferramentas abordadas. Ao mesmo tempo em que detém as informações sobre aplicação e uso prático de cada recurso, visa instruir o leitor a utilizá-los adaptando para diferentes contextos e finalidades. Esse enfoque não apenas oferece um caráter didático, mas também amplia a utilidade prática do material, incentivando a exploração das ferramentas de maneira personalizada e flexível.

##### b) Modo de leitura e navegação

O projeto considerou o modo de leitura sequencial da publicação, assim seria possível organizar as ferramentas em categorias para facilitar a compreensão e o uso. Cada agrupamento foi estruturado para abordar diferentes aspectos e necessidades, permitindo que o leitor siga uma progressão sistematizada ao longo do texto.



No entanto, a organização e o uso de recursos interativos também permitem uma leitura seletiva para acessar diretamente as informações ou ferramentas específicas de acordo com a preferência do usuário. Dessa forma, a publicação oferece tanto uma trajetória contínua de aprendizado quanto a flexibilidade para consultas pontuais, atendendo às variadas demandas dos leitores.

### c) Suporte

Prioritariamente voltado para a leitura em computadores, considerando que são mais acessíveis para o público alvo e a preferência por esse formato para leitura e estudos. Estes dispositivos não apenas acomodam as preferências dos usuários, mas também permitem a interação com os recursos e facilitam as formas de leituras propostas.

Neste momento, a adaptação para smartphones e dispositivos de leitura não foram considerados, pois poderiam limitar a visualização dos modelos de ferramentas e comprometer a experiência de leitura fluida que se pretende proporcionar.

### d) Formato da publicação

O formato de publicação digital em PDF foi definido sendo considerado um conjunto de fatores que vão desde os objetivos do projeto, a proposta do conteúdo, a viabilidade de implementação e facilidade de acesso para os usuários.

Embora o formato EPUB ofereça um vasto leque de possibilidades para interações, as pesquisas de usuários revelaram a necessidade de simplificar o acesso para o público-alvo. Este formato, por requerer aplicativos específicos de leitura, poderia complicar a distribuição do material e não atrair a atenção dos leitores. As entrevistas indicaram que poucos usuários consomem conteúdos nesses formatos ou até mesmo os desconhecem. Portanto, num primeiro momento, priorizou-se um suporte que funcionasse como uma ferramenta eficaz para estudos, proporcionando uma visualização e um aproveitamento superiores em dispositivos como computadores, que facilitam uma imersão aprofundada.

Da mesma forma, a adaptação para a versão mobile em smartphones não foi considerada nesse momento entendendo que limitaria a compreensão dos modelos e aproveitamento do que seria apresentado mesmo que a possibilidade de uma leitura confortável não seja excluída em smartphones ou tablets.

### 3. CONTEÚDO

#### 3.1. Definição do conteúdo

Entendendo que as ferramentas criativas poderiam ser tratadas por uma nova perspectiva, mantendo sua estrutura e organização tornou-se desejável a adaptação a partir de uma fonte principal. Para isso, o livro Como se Cria da autora e professora Ana Veronica Pazmino foi utilizado como guia para definir as ferramentas para o projeto, tratando-se de uma obra referência entre os livros de ferramentas e métodos de design. Mesmo que o livro seja voltado para designers que buscam projetar um produto, ele apresenta uma grande variedade de ferramentas projetuais, possui descrições detalhadas em categorias, agrupamentos por etapas de projeto e muitas imagens ilustrativas, o que facilita a compreensão do público e adaptação por parte das projetistas.

Das 40 possibilidades de ferramentas para projetistas propostas no decorrer do livro foram pré-selecionadas 17 que eram mais passíveis de adaptação e que na percepção das autoras adequam-se melhor ao contexto do autoconhecimento levando em conta também as pesquisas iniciais sobre materiais dessa temática. A fim de viabilizar a construção do projeto completo, ainda seria necessário diminuir a quantidade de ferramentas para a adaptação e esquematização de todas visando oferecer modelos prontos para uso.

A matriz de decisão foi escolhida como recurso a partir de seu objetivo de acordo com Pazmino (2015) já que “busca facilitar a escolha da melhor alternativa de solução” e “fornece uma maneira de medir a capacidade de cada conceito em atender as necessidades dos clientes”. Utilizou-se desta para comparar e pontuar as nove ferramentas que fossem mais pertinentes ao objetivo do projeto e as necessidades do usuário. Foram atribuídas categorias para classificá-las, sendo: aplicabilidade no contexto pessoal, baixa complexidade, possibilidade de aplicação multimídia, rapidez na aplicação e quantidade de categorias CAPS que se encaixam. Sendo que para cada uma dessas categorias foi atribuída uma nota de 1 a 5, com exceção da última categoria, pois a classificação CAPS apresentada pela autora, demonstra em que fase de projeto essas poderiam ser utilizadas. Esse critério poderia ter no máximo 4 pontos de acordo com as fases de projeto que se encaixam de acordo com o livro.

A atribuição dessa pontuação levou em conta a lógica de que, quanto mais etapas a ferramenta contemplasse, mais interessante seria de adaptá-la no contexto do autoconhecimento. Conforme foi apontado, as ferramentas que obtiveram uma soma total maior foram as escolhidas.

Figura 11 –Matriz de Decisão das ferramentas.

Ferramentas	Critérios					Pontuação total
	Aplicabilidade no contexto pessoal	Baixa Complexidade	Possibilidade de aplicação multimídia	Rapidez na aplicação	Quantidade de categorias CAPS que se encaixa	
Briefing	4	5	2	2	2	15
Análise do problema	3	2	2	2	1	10
Requisitos de projeto	5	5	2	4	2	18
Lista de verificação	1	3	2	2	1	9
Avaliação FISP	3	1	3	1	4	12
Análise Swot	5	4	4	4	2	19
Painel semântico do público-alvo	5	3	5	3	2	18
Painel de conceito ou significado	3	2	5	3	2	15
Painel Visual do Produto	4	3	5	4	2	18
Mapa Conceitual	4	3	5	2	3	17
Mapa Mental	5	5	5	3	3	21
Diagrama de Ishikawa	5	2	5	2	1	15
SCAMPER	3	4	3	3	1	14
Análise diacrônica	4	1	5	1	1	12
Mapa de Empatia	4	2	4	2	?	12
5 fatores humanos	4	1	3	1	?	10
Matriz de Decisão	4	4	2	4	1	15

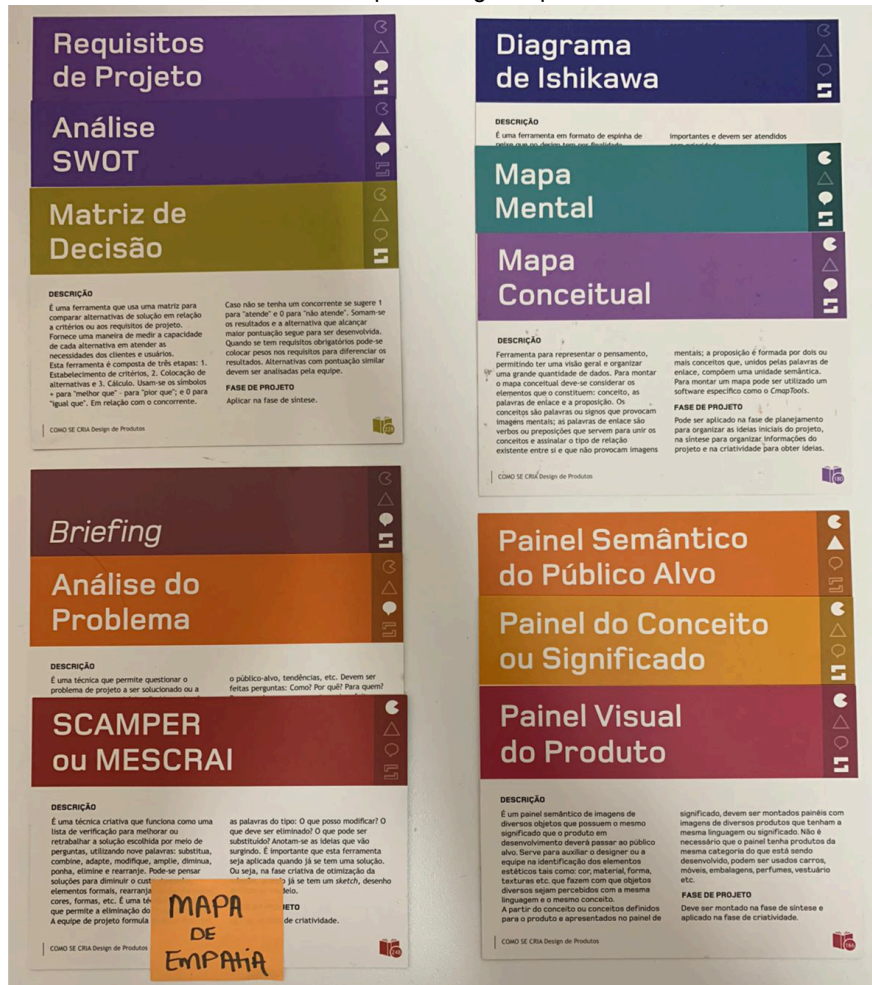
Fonte: Desenvolvido pelas autoras do projeto colaborativamente.

Por meio dessa classificação e observação, as ferramentas Mapa Mental, Análise SWOT ou FOFA, Requisitos de Projeto, Painel Semântico do Público-alvo, Painel Visual do Produto, Mapa Conceitual, Briefing, Painel de Conceito ou Significado, Diagrama de Ishikawa e Matriz de Decisão obtiveram as dez maiores somas totais, considerando os empates. Através da tabela e da organização dos cartões conseguiu-se analisar quais ferramentas poderiam ser somadas e apresentadas de acordo com suas possibilidades de uso combinadas e sua aplicação para fins de autoconhecimento do usuário seria mais enriquecedora.

Foi realizada uma média de pontos entre as ferramentas que poderiam ser agrupadas, resultando na seleção do Mapa Mental em conjunto ao Mapa Conceitual, Análise SWOT, Painel Semântico do Público-alvo em conjunto ao Painel Visual do Produto e Painel de Conceito e Significado, Requisitos de Projeto, Diagrama de Ishikawa, Matriz de Decisão, SCAMPER, Mapa de Empatia de Briefing em conjunto da Análise de Problema. As ferramentas Mapa de Empatia e 5 Fatores Humanos não possuem ainda quantidade definida na categorias CAPS, visto que foram apresentadas pela autora Ana Veronica Pazmino aos projetistas em uma orientação particular e indicadas como interessantes para entrar na avaliação. Considera-se que o Mapa de Empatia poderia estar presente em pelo menos uma categoria CAPS o que o tornou elegível para a adaptação.

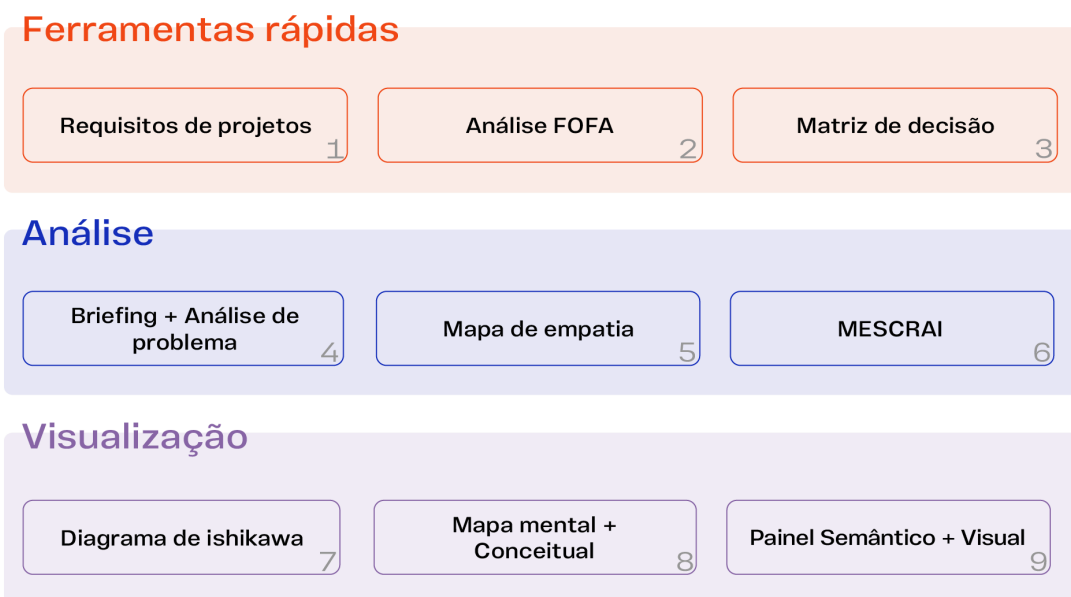
Analisando as ferramentas selecionadas, foi realizado um primeiro agrupamento de acordo com os capítulos que seriam abordados no projeto e o direcionamento que seria aplicado em cada bloco, como é possível conferir abaixo.

Figura 12 – Agrupamento inicial das ferramentas a partir dos Cards do livro Como se Cria: 40 métodos para design de produtos.



Fonte: Foto do acervo pessoal das autoras.

Figura 13 – Classificação e agrupamento simplificado das ferramentas.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

## 3.2. Organização do conteúdo principal

O livro Como se Cria e outros similares analisados puderam orientar a lógica de categorização que foi utilizada pelas projetistas. Para adaptá-las seria necessário conferir uma nova categorização que se encaixasse na construção conceitual deste trabalho e que proporcionasse uma segmentação que facilite a navegação do usuário de forma seletiva, como se propõe o projeto.

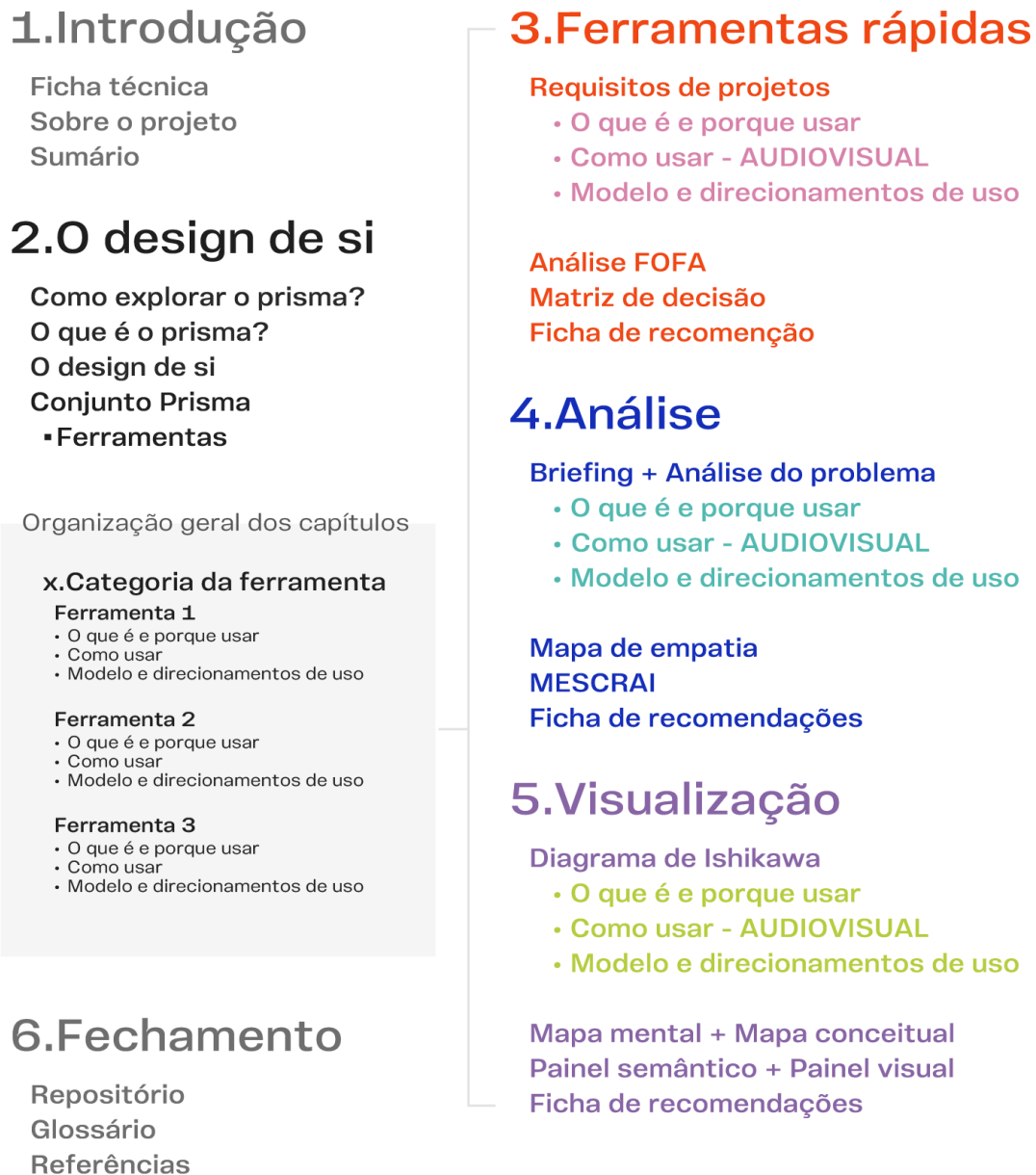
Pensando na apresentação de cada ferramenta, a estrutura se baseia em perguntas indispensáveis para o aproveitamento das mesmas. Como cita o autor do livro Ansiedade de Informação (WURMAN, 1991, p. 89):

“Existem duas partes na solução de qualquer problema: o que você pretende conseguir e como deseja fazê-lo. Mesmo as pessoas mais criativas atropelam essas questões, omitindo o que pretendem e indo direto para o como desejam fazer. Existem muitos “comos” e apenas um “o quê”. O “o quê” dirige os “comos”. Você deve sempre perguntar “o quê?” antes da pergunta “como?””

Além desses questionamentos, entram “Por que” e “Quando” buscando explicar as técnicas e o momento de utilizá-las, tornando o conteúdo mais completo para o público também compreender os processos de design.

Dessa maneira foi estabelecida a fragmentação de que parte do conteúdo estaria presente em cada uma das duas mídias executadas pelas projetistas: tratando-se da explicação geral sobre o que é a ferramenta e o motivo de utilizá-la foram selecionada para serem pautadas na publicação digital e sobre quando utilizar e como aplicá-la nos vídeo-tutoriais.

Figura 14 – Organização inicial do conteúdo.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

### 3.2.1. Sistematização das ferramentas

Partindo da categorização proposta na própria obra Como se Cria foi constatado que seria necessário uma recategorização que contemplasse as etapas de projeto de design e que facilitasse o entendimento do público não designer, pensando num fluxo de estudo sequencial com possibilidade de seleção mais livre. Dessa forma, tornou-se necessário categorizá-las a partir de uma perspectiva que se ligasse ao projeto além da adaptação da ferramenta em si e que poderiam funcionar como seções de início para cada agrupamento proposto.

Foram elencados 3 possíveis sentimentos ou ações que os usuários poderiam ter ao consumir o produto deste projeto e seguir com seus estudos sobre si, de acordo também com os critérios utilizados na Matriz de Decisão.

Houve a tradução para os adjetivos: **inquieto**, considerando que o usuário estaria buscando por ferramentas que trouxesse respostas rápidas; **reflexivo**, considerando que o usuário estaria buscando ferramentas mais complexas que o permitissem analisar profundamente suas questões pessoais; e, por fim, **inspirado**, considerando que o usuário estivesse animado para explorar possibilidades multimídia de visualização e execução.

Considerando a progressão de estados que se queria causar nos leitores para aproximação com o projeto, foram planejadas essas seções iniciais para cada agrupamento e serviram tanto para uma leitura completa quanto para a navegação seletiva de acordo com as necessidades de quem acessasse a publicação.

### 3.2.2. Conteúdos complementares

#### a) Introdução

Além do sumário para a visualização completa das seções da publicação, foi elaborada uma primeira recomendação de uso, indicando a novos leitores como aproveitar os conteúdos da publicação.

#### b) O design de si

Para orientar o leitor para o conteúdo principal, foi incluído um texto introdutório que explica o que seria o prisma contextualizado de acordo com as áreas exploradas pelo projeto. Em seguida, vieram as seções para facilitar o uso da publicação de acordo com a progressão do conteúdo e funcionalidades propostas. No capítulo seguinte foi explorado o objetivo da publicação e a apresentação do que seria o conjunto de ferramentas, a partir do qual podem ser direcionados de forma mais detalhada para alguma em específico.

#### c) Lista de recomendações

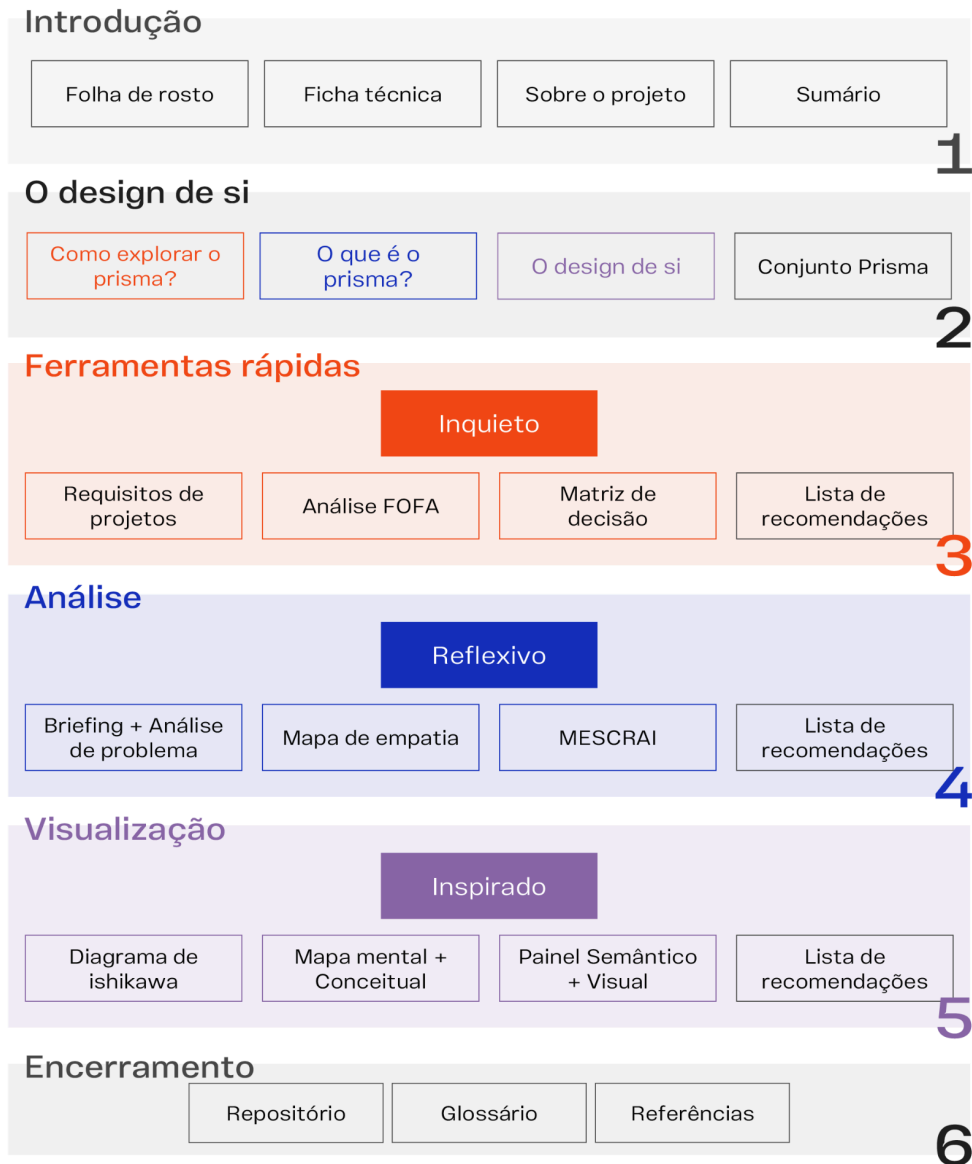
Adicionalmente, a publicação traz um espaço dedicado à recomendações de conteúdos, aplicativos e testes selecionados pelas autoras que complementam o que foi adaptado para o projeto. Assim, buscou-se expor ao leitor outros caminhos que possam ajudá-lo na jornada de autodescoberta aproveitando as pesquisas desenvolvidas no decorrer desse projeto. As listas podem incluir links direcionando para o conteúdo externo e incentivar a procura por outras abordagens que geram a mesma provocação sugerida pelo Prisma.

## d) Glossário

Foi adicionado um glossário com termos da área do design com seus significados que poderiam ser desconhecidos pelos leitores e que estariam presentes tanto na publicação quanto nos vídeos tutoriais.

A organização dos capítulos e desdobramentos em sua totalidade podem ser melhor representados pelo esquema abaixo.

Figura 15 – Organograma da publicação.



Fonte: Desenvolvido pela autora



Figura 16 – Visão geral dos conteúdos presentes na publicação.

<b>Introdução</b>			
<b>Folha de rosto</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Nome da publicação</li> <li>Padronagem</li> </ul>	<b>Ficha técnica</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Detalhes técnicos</li> <li>Informações gerais</li> <li>Autoras e adaptação</li> </ul>	<b>Sobre o projeto</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Explicação sobre objetivos</li> <li>Fluxo de primeiro uso</li> </ul>	<b>Sumário</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Sessões do livro</li> <li>Indicadores de páginas</li> <li>Uso de hiperlinks</li> </ul>
<b>O design de si</b>			
<b>Como explorar o prisma?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Explicação da navegação do livro</li> <li>Hiperlinks e links externos</li> </ul>	<b>O que é o prisma?</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Design, autoconhecimento e projeto</li> <li>Relação entre as partes</li> </ul>	<b>O design de si</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Explicar os métodos usados para a construção</li> <li>Apresentar os conceitos</li> </ul>	<b>Conjunto Prisma</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Informações resumidas sobre as ferramentas</li> <li>Links diretos</li> <li>Direcionamentos de uso</li> </ul>
<b>Ferramentas rápidas</b>			
<b>Inquieto</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Texto sobre o tempo de aplicação do grupo de ferramentas</li> <li>Botão para lista;</li> <li>Resumo das ferramentas do grupo;</li> </ul>	<b>Requisitos de projetos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>O que é e porque usar</li> <li>Como usar (+ audiov.)</li> <li>Modelo para aplicação</li> <li>Direcionamentos de uso</li> </ul>	<b>Análise FOFA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>O que é e porque usar</li> <li>Como usar (+ audiov.)</li> <li>Modelo para aplicação</li> <li>Direcionamentos de uso</li> </ul>	<b>Matriz de decisão</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>O que é e porque usar</li> <li>Como usar (+ audiov.)</li> <li>Modelo para aplicação</li> <li>Direcionamentos de uso</li> </ul>
<b>Análise</b>			
<b>Reflexivo</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Texto sobre o tempo de aplicação do grupo de ferramentas</li> <li>Botão para lista;</li> <li>Resumo das ferramentas do grupo;</li> </ul>	<b>Briefing + Análise de problema</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>O que é e porque usar</li> <li>Como usar (+ audiov.)</li> <li>Modelo para aplicação</li> <li>Direcionamentos de uso</li> </ul>	<b>Mapa de empatia</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>O que é e porque usar</li> <li>Como usar (+ audiov.)</li> <li>Modelo para aplicação</li> <li>Direcionamentos de uso</li> </ul>	<b>MESCRAI</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>O que é e porque usar</li> <li>Como usar (+ audiov.)</li> <li>Modelo para aplicação</li> <li>Direcionamentos de uso</li> </ul>
<b>Visualização</b>			
<b>Inspirado</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Texto sobre o tempo de aplicação do grupo de ferramentas</li> <li>Botão para lista;</li> <li>Resumo das ferramentas do grupo;</li> </ul>	<b>Diagrama de ishikawa</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>O que é e porque usar</li> <li>Como usar (+ audiov.)</li> <li>Modelo para aplicação</li> <li>Direcionamentos de uso</li> </ul>	<b>Mapa mental + Conceitual</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>O que é e porque usar</li> <li>Como usar (+ audiov.)</li> <li>Modelo para aplicação</li> <li>Direcionamentos de uso</li> </ul>	<b>Painel Semântico + Visual</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>O que é e porque usar</li> <li>Como usar (+ audiov.)</li> <li>Modelo para aplicação</li> <li>Direcionamentos de uso</li> </ul>
<b>Encerramento</b>			
	<b>Repositório</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Botão direcionando para o canal e vídeos;</li> <li>Botão para a pasta com os arquivos de apoio;</li> </ul>	<b>Glossário</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Seleção de palavras e seu significado;</li> <li>Relacionar mais ao design</li> </ul>	<b>Referências</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Livro de adaptação;</li> <li>Conteúdos de apoio;</li> </ul>

**Lista de recomendações**

- Conteúdos indicados de acordo com o foco de cada capítulo das emoções;
- Indicação e o resumo;
- Hiperlinks;

Fonte: Desenvolvido pela autora.

### 3.3. Estruturação e fluxo de leitura

O fluxograma foi criado com base nas organizações anteriores e mapeou as possíveis rotas de navegação do usuário pela publicação. Esse fluxograma foi crucial para orientar a construção das páginas e dos atalhos planejados para permitir que o leitor fizesse uma leitura seletiva. Assim, a partir do sumário e do Conjunto Prisma, o leitor teria acesso direcionado às partes de maior interesse sem passar pelo que não seria relevante no momento, da mesma forma que foi mantida a opção de uma leitura sequencial completa.

Figura 17 – Fluxograma da publicação



Fonte: Desenvolvido pela autora

## 4. FUNCIONALIDADES

Após a definição dos conceitos foi realizada uma busca mais aprofundada sobre possíveis recursos de interatividade que caberiam no formato definido e a viabilidade de implementação dos mesmos.

### 4.1. PDF interativo e seus recursos

Entendendo-se a experiência interativa que se buscou com esse projeto, foram conduzidas algumas experimentações a partir dos recursos encontrados e que pudessem contemplar o que foi definido para o fluxo e modo de leitura da publicação. Mesmo que as limitações do PDF interativo tivessem algum peso na escolha, ainda sim a disponibilidade de uso de hiperlinks, botões e de vincular vídeos ao documento atenderam aos requisitos necessários apontados na etapa de conceituação e reforçados pelo fluxo de navegação.

Sendo assim, esse documento dispõe do que é preciso para facilitar a navegação interna, na mesma medida que pode direcionar para links externos. Outro fator importante para as escolhas foi a compatibilidade com visualizadores de PDF e navegadores de internet, que não comprometem sua acessibilidade.

A sobrecarga do usuário também foi considerada e determinou que outras opções de recursos poderiam atrapalhar a fácil compreensão do conteúdo, uma vez que é prevista a integração com vídeos tutoriais mais dinâmicos.

### 4.2. Publish Online

A utilização do recurso *Publish Online do Adobe InDesign* com as permissões de download ativadas é uma forma de distribuição e compartilhamento para o projeto e oferece oportunidade para futuras ampliações e melhorias que não couberam inicialmente no desenvolvimento deste trabalho. Portanto, também será disponibilizado o link para a publicação online para otimizar a visualização das interações e animações com os botões de forma mais fluida.

### 4.3. Audiovisual






A incorporação dos conteúdos de vídeo foi realizada a partir da escolha de desenvolver três roteiros para contemplar uma ferramenta de cada categoria/sentimento que foi delimitada pela parceira do projeto. Entendendo-se o projeto como algo expansível, o planejamento de interações foram planejados para serem aplicados em todas as ferramentas do conjunto.

Ressaltando a importância da conexão da publicação com os vídeos tutoriais, à mesma medida da disponibilização dos modelos de uso, os botões tornam-se recursos interessantes para chamar atenção dos usuários quando bem trabalhados. Foi-se estudada a possibilidade de apresentar os vídeos incorporados na própria publicação, no entanto pelas especificações

previstas pelo projeto de vídeo e quantidade, decidiu-se direcionar para links externos e garantir que os leitores pudessem baixar a publicação completa.

Por fim, pode-se observar abaixo o quadro de síntese das funcionalidades interativas e aspectos referentes à publicação que foram aplicados:

Quadro 15 – Funcionalidades e recursos presentes na publicação.

Funcionalidade	Objetivo	Especificação
<p>Navegação Superior</p> 	<p>Facilita a navegação através dos links e funciona como indicador de posição e o que vem a seguir para o leitor</p>	<p>Presentes em todas as páginas, exceto aquelas que demonstram o como usar e os modelos das ferramentas</p> <p>Indicações do menu foram ajustadas conforme agrupamentos de capítulos e blocos de conteúdo</p>
<p>Botão Ir para o sumário</p> 	<p>Atalho direto para o sumário</p>	<p>Presente em todas as páginas do miolo para facilitar a navegação</p> <p>Escolha de cor levando em consideração o fundo e posição fixa na página</p>
<p>Botão Ir para o Prisma</p> 	<p>Atalho direto para a visão geral do conjunto com link para as páginas de cada ferramenta</p>	<p>Presente em todas as páginas do miolo para facilitar a navegação</p> <p>Escolha de cor e efeito levando em consideração o fundo e posição fixa na página</p>
<p>Botão Assistir ao vídeo tutorial</p> 	<p>Acesso via link para Youtube do vídeo de como usar a ferramenta</p>	<p>Presente em cada página indicada por como usar?, referenciando a ferramenta em questão</p> <p>Serão três botões ativos com os protótipos em vídeos e seis inativos prevendo adição futura</p>
<p>Botão Acessar os modelos da ferramenta</p> 	<p>Acesso via link para Google Drive do projeto com cada ferramenta para download</p>	<p>Presentes nas páginas indicadas por Modelos e direcionamentos uso das ferramentas</p> <p>Serão três botões ativos com os protótipos em vídeos e seis inativos prevendo adição futura</p>
<p>Botão Recomendações e Saiba mais</p> 	<p>Atalho com ênfase para os conteúdos referentes às listas de recomendação que auxiliam a aplicação do conteúdo das mídias</p>	<p>Presentes nas páginas de visão geral de cada emoção, levando para três listas distintas</p> <p>Nas demais páginas foram utilizados conforme necessidade apontada pelo conteúdo</p>
<p>Botões de repositório</p> 	<p>Indicar o caminho para acessar as demais mídias elaboradas para o Prisma</p>	<p>Adicionado após as referências, nas páginas finais da publicação</p>

Hiperlink no texto "DESIGN KIT" por <a href="#">IDEO.org</a>	Leva o leitor para conteúdos externos disponibilizados por hiperlink nos textos das listas de recomendações ou pontos específicos dos capítulos introdutórios	Presentes nas páginas referentes às listas e distribuídos nas demais capítulos conforme necessidade
Hiperlink no sumário <a href="#">Design p.8</a>	Atalho para páginas da publicação e suas seções específicas para a leitura seletiva	Usados da página de sumário, seções das emoções e visão geral do conjunto

Fonte: Desenvolvido pela autora.

## 5. EXPERIÊNCIA

No eixo de Experiência foram considerados os aspectos editoriais da publicação respeitando as especificidades digitais na sua construção. Para conferir uma boa experiência ao usuário foi necessário retomar os conceitos definidos em eixos anteriores para realizar a estruturação do projeto gráfico-editorial a partir do método desenvolvido por Castro e Sousa (2018), seguida dos estudos de wireframes e testes para garantir uma boa usabilidade.

### 5.1. Estruturação do projeto gráfico-editorial

Castro e Sousa (2018) propõem a organização de natureza endoprojetual, ou seja, que se desenvolve de dentro para fora da página. Com base em uma tipografia previamente estabelecida, todas as etapas de criação de um projeto gráfico para uma publicação são sistematicamente determinadas de uma maneira mais eficiente de acordo com as etapas:

- Predefinição da forma da página;
- Definição da tipografia;
- Estabelecimento da entrelinha;
- Determinação do módulo;
- Dimensionamento da forma da página e construção do grid (módulos);
- Representação do diagrama (largura de colunas e margens);
- Configuração e ativação da linha de base;
- Distribuição de texto e imagens para compor a mancha gráfica;

#### 5.1.1. Predefinição do formato de página

O formato de página mais compatível com computadores é geralmente o 16:9, também conhecido como widescreen, essa resolução facilita a utilização de imagens, ícones e outros elementos gráficos, permitindo um melhor controle da disposição dos elementos visuais. Considerando a proporção de 9:16, foram definidas dimensões de 1080 x 1920 pixels.

### 5.1.2. Definição da tipografia

Uma boa escolha para tipografia é aquela que garante uma leitura fluida e confortável, podemos definir até mesmo famílias tipográficas distintas para conferir uma hierarquia ao conteúdo. Conforme Lupton (2014), uma família tipográfica satisfatória oferece vários pesos e estilos, sendo relevante considerar essa característica na busca. Ainda, para títulos podem ser utilizadas aquelas que possuem detalhes mais elaborados que são percebidos em tamanhos maiores.

A seleção tipográfica para o projeto gráfico foi orientada pelo modelo de apoio desenvolvido por Meurer e Gonçalves (2019). A partir do contexto do problema e hierarquização dos critérios relevantes foi possível facilitar o processo de decisão para o design editorial e garantir a adequação da escolha ao contexto e ao público da publicação.

#### a) Contexto do problema

A publicação será disponibilizada como um arquivo digital em formato PDF interativo, desenvolvido para visualização em desktop. Recursos interativos, como links, botões clicáveis e navegação facilitada, foram incorporados para aumentar a interatividade.

#### b) Critérios de seleção

Para a seleção foi importante considerar não só o uso para corpo de texto e títulos, como também a legibilidade e adequação ao suporte escolhido. Um fator importante para a seleção foi encontrar fontes variáveis, pois além de conferirem flexibilidade na sua aplicação, é muito interessante para o audiovisual que diferentes larguras, pesos e inclinações estejam incorporadas em um único arquivo e facilitem as animações de texto mais dinâmicas.

Ainda, dado os objetivos do projeto foi realizada uma procura atenta para tipografia que confirmem uma expressividade mas sem tomar toda a atenção do leitor. Nesse caso, o *Adobe Fonts* foi o principal catálogo utilizado para a seleção, tendo em vista que as autoras do projeto teriam mais suporte já que através dele as fontes podem ser facilmente integradas e sincronizadas entre diferentes *softwares da Adobe*, facilitando o fluxo de trabalho e a consistência tipográfica. Além disso, fatores econômicos foram considerados eliminatórios, sendo descartadas as fontes que exigiam investimento adicional fora da plataforma Adobe.

#### c) Hierarquia e pesos

Para elaborar a matriz, foi realizada a hierarquização dos critérios, com pesos que variam de 1 a 5 para aqueles que não tivessem caráter eliminatório ou não influenciaram na decisão, de acordo com a definição abaixo:

- Legibilidade: 5
- Variação e recursos: 4
- Histórico-culturais: 0
- Expressão: 4

- Qualidade: 5
- Suporte: 4
- Licenciamento: 1

#### d) Busca

Foram analisadas seis tipografias para corpo de texto num primeiro momento levando em consideração o teste para entender sua adequação ao projeto.

Figura 18 – Fontes pré selecionadas para o corpo de texto.

Vinila Variable	Laca VF	Asterisk Sans
ABCDEFGHIJKLMN <strong>OP</strong> QRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstu <strong>vw</strong> xyz	ABCDEFGHIJKLMN <strong>OP</strong> QRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstu <strong>vw</strong> xyz	ABCDEFGHIJKLMN <strong>OP</strong> QRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstu <strong>vw</strong> xyz
Open Sans	Source Sans Pro	Overpass
ABCDEFGHIJKLMN <strong>OP</strong> QRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstu <strong>vw</strong> xyz	ABCDEFGHIJKLMN <strong>OP</strong> QRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstu <strong>vw</strong> xyz	ABCDEFGHIJKLMN <strong>OP</strong> QRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstu <strong>vw</strong> xyz

Fonte: Elaboração da autora.

Além da fonte para corpo de texto, foram analisadas outras que poderiam ser utilizadas para os títulos e que conferissem um destaque mais expressivo que atraíssem a atenção do leitor sem perder a legibilidade. Buscou-se uma tipografia que não destoasse da escolha para o corpo e que ainda fosse marcante para compor a proposta tipográfica. Todas foram testadas e combinadas com a escolha para o corpo de texto.

Figura 19 – Fontes display pré selecionadas.

<b>MERSAD</b>	<b>JUNIPER</b>	<b>SHURIKEN</b>	<b>LACA</b>
<b>Mersad</b>	<b>Juniper</b>	<b>Shuriken</b>	<b>Laca</b>

Fonte: Elaboração da autora.

#### e) Avaliação

A construção da matriz foi feita a partir da análise das fontes e atribuição de uma nota de 1 a 5 para cada critério definido. Os testes foram realizados com fragmento do texto da publicação e aplicados os tamanhos, 68pt, 52pt e 24pt respectivamente.

Figura 20 – Testes das fontes para corpo de texto selecionadas.

## REQUISITOS DE PROJETOS

A base para comunicar necessidades, definir as expectativas do projeto e guiar a prioridade das tarefas a serem realizadas. Essa documentação é estruturada a partir de uma visão quantitativa dos requisitos que podem ser organizados em formato de tabelas em colunas, nas quais cada necessidade é associada a uma meta para que seja mensurável. Mensurável de acordo com o tamanho do problema sendo que esse é tido como o que acaba ocupando sua cabeça.

## REQUISITOS DE PROJETOS

A base para comunicar necessidades, definir as expectativas do projeto e guiar a prioridade das tarefas a serem realizadas. Essa documentação é estruturada a partir de uma visão quantitativa dos requisitos que podem ser organizados em formato de tabelas em colunas, nas quais cada necessidade é associada a uma meta para que seja mensurável. Mensurável de acordo com o tamanho do problema sendo que esse é tido como o que acaba ocupando sua cabeça.

## REQUISITOS DE PROJETOS

A base para comunicar necessidades, definir as expectativas do projeto e guiar a prioridade das tarefas a serem realizadas. Essa documentação é estruturada a partir de uma visão quantitativa dos requisitos que podem ser organizados em formato de tabelas em colunas, nas quais cada necessidade é associada a uma meta para que seja mensurável. Mensurável de acordo com o tamanho do problema sendo que esse é tido como o que acaba ocupando sua cabeça.

## REQUISITOS DE PROJETOS

A base para comunicar necessidades, definir as expectativas do projeto e guiar a prioridade das tarefas a serem realizadas. Essa documentação é estruturada a partir de uma visão quantitativa dos requisitos que podem ser organizados em formato de tabelas em colunas, nas quais cada necessidade é associada a uma meta para que seja mensurável. Mensurável de acordo com o tamanho do problema sendo que esse é tido como o que acaba ocupando sua cabeça.

## REQUISITOS DE PROJETOS

A base para comunicar necessidades, definir as expectativas do projeto e guiar a prioridade das tarefas a serem realizadas. Essa documentação é estruturada a partir de uma visão quantitativa dos requisitos que podem ser organizados em formato de tabelas em colunas, nas quais cada necessidade é associada a uma meta para que seja mensurável. Mensurável de acordo com o tamanho do problema sendo que esse é tido como o que acaba ocupando sua cabeça.

## REQUISITOS DE PROJETOS

A base para comunicar necessidades, definir as expectativas do projeto e guiar a prioridade das tarefas a serem realizadas. Essa documentação é estruturada a partir de uma visão quantitativa dos requisitos que podem ser organizados em formato de tabelas em colunas, nas quais cada necessidade é associada a uma meta para que seja mensurável. Mensurável de acordo com o tamanho do problema sendo que esse é tido como o que acaba ocupando sua cabeça.

Fonte: Elaboração da autora.

Figura 21 – Testes das fontes display selecionadas.

## REQUISITOS DE PROJETOS

A base para comunicar necessidades, definir as expectativas do projeto e guiar a prioridade das tarefas a serem realizadas. Essa documentação é estruturada a partir de uma visão quantitativa dos requisitos que podem ser organizados em formato de tabelas em colunas, nas quais cada necessidade é associada a uma meta para que seja mensurável. Mensurável de acordo com o tamanho do problema sendo que esse é tido como o que acaba ocupando sua cabeça.

## REQUISITOS DE PROJETOS

A base para comunicar necessidades, definir as expectativas do projeto e guiar a prioridade das tarefas a serem realizadas. Essa documentação é estruturada a partir de uma visão quantitativa dos requisitos que podem ser organizados em formato de tabelas em colunas, nas quais cada necessidade é associada a uma meta para que seja mensurável. Mensurável de acordo com o tamanho do problema sendo que esse é tido como o que acaba ocupando sua cabeça.

## REQUISITOS DE PROJETOS

A base para comunicar necessidades, definir as expectativas do projeto e guiar a prioridade das tarefas a serem realizadas. Essa documentação é estruturada a partir de uma visão quantitativa dos requisitos que podem ser organizados em formato de tabelas em colunas, nas quais cada necessidade é associada a uma meta para que seja mensurável. Mensurável de acordo com o tamanho do problema sendo que esse é tido como o que acaba ocupando sua cabeça.

## REQUISITOS DE PROJETOS

A base para comunicar necessidades, definir as expectativas do projeto e guiar a prioridade das tarefas a serem realizadas. Essa documentação é estruturada a partir de uma visão quantitativa dos requisitos que podem ser organizados em formato de tabelas em colunas, nas quais cada necessidade é associada a uma meta para que seja mensurável. Mensurável de acordo com o tamanho do problema sendo que esse é tido como o que acaba ocupando sua cabeça.

Fonte: Elaboração da autora.

Figura 22 – Matriz de seleção tipográfica para o corpo de texto.

Ferramentas	Fatores formais e funcionais		Fatores conceituais		Fatores técnicos		Fatores legais e econômicos		Soma
	Legibilidade (Peso 5)	Variação e recursos (Peso 4)	Históricos Culturais (Peso 0)	Expressão (Peso 4)	Qualidade (Peso 5)	Suporte (Peso 4)	Licenciamento (Peso 1)	Investimento (Peso 0)	
Asterisk Sans	4	4	-	3	3	4	5	-	84
Laca VF	3	3	-	4	4	3	5	-	80
Open Sans	5	2	-	3	3	4	5	-	81
Overpass	5	4	-	2	2	3	5	-	76
Source Sans Pro	3	2	-	2	3	4	5	-	67
Vinila Variable	4	4	-	4	4	4	5	-	85

Fonte: Elaboração da autora.



Figura 23 – Matriz de seleção tipográfica para os títulos.

Ferramentas	Fatores formais e funcionais		Fatores conceituais		Fatores técnicos		Fatores legais e econômicos		Soma
	Legibilidade Peso 5	Variação e recursos Peso 4	Históricos Culturais Peso 0	Expressão Peso 4	Qualidade Peso 5	Suporte Peso 4	Licenciamento (Peso 1)	Investimento (Peso 0)	
<b>Juniper</b>	2	4	-	4	3	3	5	-	74
Laca	3	3	-	3	3	3	5	-	71
<b>Mersad</b>	3	4	-	4	3	4	4	-	82
<b>Shuriken Boy</b>	2	3	-	4	2	2	5	-	61

Fonte: Elaboração da autora.

### e) Resultado

A que mais se destacou na análise foi a Vinila, com uma extensa família e a particularidade dos ink traps, que são sutis em pesos mais leves e vão se acentuando nos estilos mais pesados que conferem uma personalidade no seu uso. Projetada pela designer Flora de Carvalho, ela apresenta sua versão variável com pesos, larguras e ângulos bem adaptáveis, possibilitando o uso apropriado da fonte em diferentes contextos, tanto na publicação quanto no audiovisual. Essa flexibilidade permite que ela se adapte aos diversos elementos gráficos presentes no projeto e tenha uma boa aplicação para ambientes digitais. Ao todo possui quatro larguras – de comprimido a estendido, cada uma com seis pesos e oblíquos equivalentes.

Figura 24 – Família tipográfica da fonte Vinila em sua versão Variable.

#### Vinila Variable Regular

<i>Compressed Thin</i>	<i>Condensed Thin</i>	<i>Thin</i>	<i>Extended Thin</i>
<i>Compressed Thin Oblique</i>	<i>Condensed Thin Oblique</i>	<i>Thin Oblique</i>	<i>Extended Thin Oblique</i>
<i>Compressed Light</i>	<i>Condensed Light</i>	<i>Light</i>	<i>Extended Light</i>
<i>Compressed Light Oblique</i>	<i>Condensed Light Oblique</i>	<i>Light Oblique</i>	<i>Extended Light Oblique</i>
<i>Compressed Regular</i>	<i>Condensed Regular</i>	<i>Regular</i>	<i>Extended Regular</i>
<i>Compressed Oblique</i>	<i>Condensed Oblique</i>	<i>Oblique</i>	<i>Extended Oblique</i>
<i>Compressed Bold</i>	<i>Condensed Bold</i>	<i>Bold</i>	<i>Extended Bold</i>
<i>Compressed Bold Oblique</i>	<i>Condensed Bold Oblique</i>	<i>Bold Oblique</i>	<i>Extended Bold Oblique</i>
<i>Compressed Extrabold</i>	<i>Condensed Extrabold</i>	<i>ExtraBold</i>	<i>Extended Extrabold</i>
<i>Compressed Extrabold Oblique</i>	<i>Condensed Extrabold Oblique</i>	<i>ExtraBold Oblique</i>	<i>Extended Extrabold Oblique</i>
<i>Compressed Black</i>	<i>Condensed Black</i>	<i>Black</i>	<i>Extended Black</i>
<i>Compressed Black Oblique</i>	<i>Condensed Black Oblique</i>	<i>Black Oblique</i>	<i>Extended Black Oblique</i>

Fonte: Elaboração da autora.

Com base nas diretrizes da WCAG, priorizar fontes maiores em projetos digitais é essencial para garantir a acessibilidade e a legibilidade. Para textos de corpo, o tamanho mínimo sugerido é de 18pt para facilitar a leitura de usuários com deficiências visuais, garantindo que o conteúdo seja legível em diferentes dispositivos e interfaces. O uso de fontes em negrito a partir de 14pt também é considerado suficiente para atingir os níveis de contraste que satisfaçam as indicações (W3C, 2018). Durante os testes, o tamanho de 22pt foi escolhido por oferecer uma experiência de leitura confortável tanto em computadores quanto em smartphones, assegurando a conformidade com as recomendações e a clareza visual necessária para diferentes contextos.

Figura 25 – Testes da família tipográfica da Vinila para uso no corpo de texto.

Vinila Variable Light 22pt

O projeto, no contexto do Prisma, refere-se à aplicação prática do design e do autoconhecimento para criar um plano de ação pessoal. Este âmbito envolve a execução de ideias e experimentos que emergem das fases de design e autoconhecimento, permitindo que testemos e validemos novas formas de viver e ser.

No Prisma, o projeto é a fase de materialização das reflexões e insights obtidos. É o momento de transformar pensamentos e emoções em ações concretas, criando protótipos de vida que nos ajudam a experimentar e evoluir continuamente.

Vinila Condensed Light 22pt

O projeto, no contexto do Prisma, refere-se à aplicação prática do design e do autoconhecimento para criar um plano de ação pessoal. Este âmbito envolve a execução de ideias e experimentos que emergem das fases de design e autoconhecimento, permitindo que testemos e validemos novas formas de viver e ser.

No Prisma, o projeto é a fase de materialização das reflexões e insights obtidos. É o momento de transformar pensamentos e emoções em ações concretas, criando protótipos de vida que nos ajudam a experimentar e evoluir continuamente.

Vinila Variable Regular 22pt

O projeto, no contexto do Prisma, refere-se à aplicação prática do design e do autoconhecimento para criar um plano de ação pessoal. Este âmbito envolve a execução de ideias e experimentos que emergem das fases de design e autoconhecimento, permitindo que testemos e validemos novas formas de viver e ser.

No Prisma, o projeto é a fase de materialização das reflexões e insights obtidos. É o momento de transformar pensamentos e emoções em ações concretas, criando protótipos de vida que nos ajudam a experimentar e evoluir continuamente.

Vinila Condensed Regular 22pt

O projeto, no contexto do Prisma, refere-se à aplicação prática do design e do autoconhecimento para criar um plano de ação pessoal. Este âmbito envolve a execução de ideias e experimentos que emergem das fases de design e autoconhecimento, permitindo que testemos e validemos novas formas de viver e ser.

No Prisma, o projeto é a fase de materialização das reflexões e insights obtidos. É o momento de transformar pensamentos e emoções em ações concretas, criando protótipos de vida que nos ajudam a experimentar e evoluir continuamente.

Vinila Variable Bold 22pt

O projeto, no contexto do Prisma, refere-se à aplicação prática do design e do autoconhecimento para criar um plano de ação pessoal. Este âmbito envolve a execução de ideias e experimentos que emergem das fases de design e autoconhecimento, permitindo que testemos e validemos novas formas de viver e ser.

No Prisma, o projeto é a fase de materialização das reflexões e insights obtidos. É o momento de transformar pensamentos e emoções em ações concretas, criando protótipos de vida que nos ajudam a experimentar e evoluir continuamente.

Vinila Condensed Bold 22pt

O projeto, no contexto do Prisma, refere-se à aplicação prática do design e do autoconhecimento para criar um plano de ação pessoal. Este âmbito envolve a execução de ideias e experimentos que emergem das fases de design e autoconhecimento, permitindo que testemos e validemos novas formas de viver e ser.

No Prisma, o projeto é a fase de materialização das reflexões e insights obtidos. É o momento de transformar pensamentos e emoções em ações concretas, criando protótipos de vida que nos ajudam a experimentar e evoluir continuamente.

Fonte: Elaboração da autora.

No tamanho definido, o peso Light teve melhor desempenho em relação aos estilos de larguras menores pois harmonizam melhor com uma display mais pesada para os títulos, ao mesmo tempo em que mantém a legibilidade e a clareza necessárias para a leitura de grandes volumes de texto.

Figura 26 – Tipografia Vinila Light.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Fonte: Elaboração da autora.

A fonte Shuriken Boy foi cogitada para a proposta tipográfica, no entanto só possui um único estilo e só apresenta boa legibilidade em tamanhos muito superiores.

Considerou-se que a mais adequada foi a Mersad que também apresenta ink traps notáveis e uma versão variável. A fonte foi encontrada através de projetos no Behance, projetada pelo designer Nikoloz Khipashvili e tem licença de uso gratuito, apresentando nove estilos diferentes. O uso dos estilos mais pesados da fonte, como o Extrabold e Black para títulos e destaques junto da Vinila fornecem maior equilíbrio em relação às demais e apresentam a flexibilidade necessária para serem aplicadas em possíveis animações.

Figura 27 – Família tipográfica da fonte Mersad.

Mersad Extra Light	<b>Mersad Semibold</b>
Mersad Light	<b>Mersad Bold</b>
Mersad Regular	<b>Extrabold</b>
Mersad Medium	<b>Mersad Black</b>

Fonte: Elaboração da autora.

Figura 28 – Tipografia Mersad Black.

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

Fonte: Elaboração da autora.

Figura 29 – Combinação das duas fontes escolhidas e suas variações.

# **Lorem ipsum dolor sit amet**

**Mersad**

---

**Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat**

**Vinila**

---

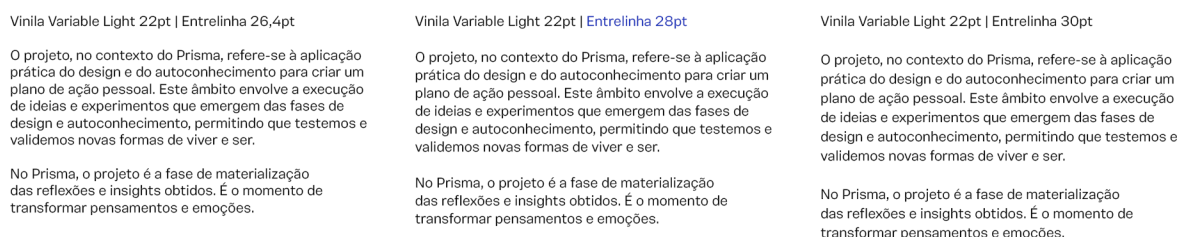
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. **Duis autem vel eum iriure** dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi.

Fonte: Elaboração da autora.

### 5.1.3. Estabelecimento da entrelinha, módulo e grid

Partindo das definições anteriores, foram realizados testes para determinar o valor da entrelinha a ser aplicado, levando em conta desde o espaçamento padrão em impressão de 120% da altura da maiúscula até um espaçamento de linha de 150% ou mais que é comum em telas, levou à escolha da entrelinha de 28pt. Essa consideração levou à escolha de um espaçamento de 28pt, que se mostrou eficaz para garantir a legibilidade e a fluidez na leitura em ambientes digitais e de acordo com o tipo de mídia e suporte selecionado.

Figura 30 – Teste para definição da entrelinha.

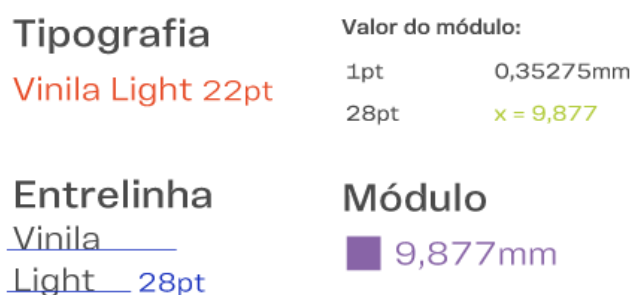


Fonte: Elaboração da autora.

A escolha foi orientada pela visualização do tamanho de 22pt, que promove uma boa leitura, evitando o espaçamento excessivo entre as linhas de texto.

O módulo é especificado a partir da medida da entrelinha, usando essa medida tanto na altura quanto na largura para a base para a diagramação do documento e criação do grid, conforme orientado por Castro e Sousa (2018). Com base na conversão do tamanho da entrelinha, concluiu-se que a medida do módulo é de 9,877 mm utilizando a conversão a seguir.

Figura 31 – Cálculo do valor do módulo a partir da entrelinha.



Fonte: Elaboração da autora.

Sabendo a medida do módulo, procedeu-se à construção do grid, que serve como base para os diagramas orientando o posicionamento dos elementos na página. De acordo com os autores do método de estruturação, o próximo passo para dimensionar o formato da página seria ajustar a predefinição do tamanho da página de acordo com o valor do módulo. São realizados ajustes e arredondamentos mínimos nas dimensões da página ou do módulo para alcançar o resultado desejado.

Consolidada a proporção 16:9 como a mais adequada para a maioria das telas, não se altera o tamanho da página, mas sim o valor do módulo. Para este cálculo, a largura do módulo é determinada dividindo o tamanho horizontal da página pelo valor da entrelinha, obtendo-se assim o número de módulos na largura da página. Este número é arredondado para determinar a largura do módulo e estabelecer um grid preciso. O mesmo processo é aplicado para calcular a altura da página e determinar a nova altura do módulo, como demonstrado abaixo.

Figura 32 – Novo valor do módulo.

Valor do módulo: 9,877mm

Valor do módulo ajustado: 9,815942029 X 9,7692307692 mm

Largura da página: 677,3/9,877mm = 68,5734534778

Arredondado: 69

$$677,3/69 = 9,815942029$$

Altura da página: 381/9,877mm = 38,574465931

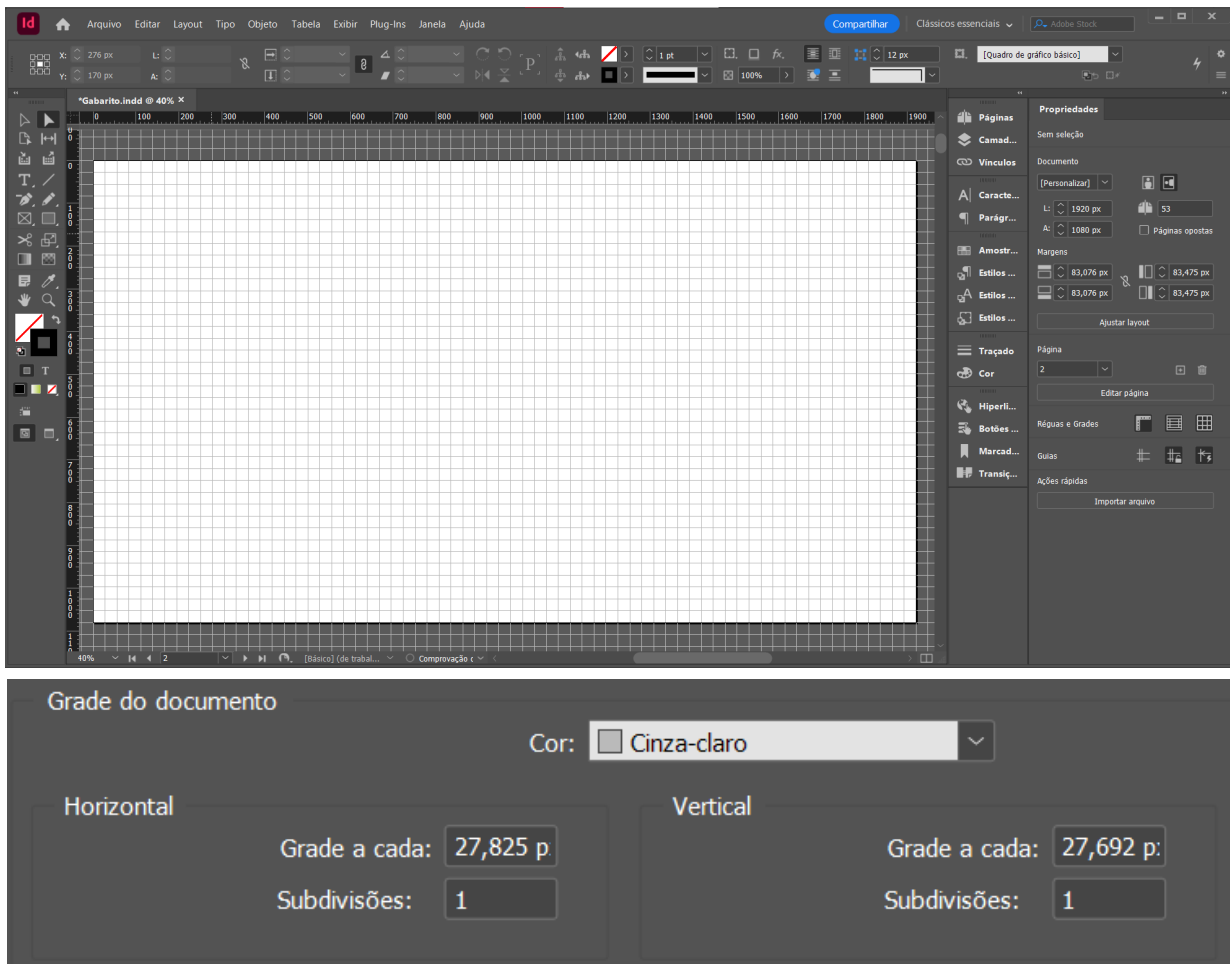
Arredondado: 39

$$381/39 = 9,7692307692$$

Fonte: Elaboração da autora.

Consequentemente, altera-se o valor da entrelinha para se ajustar ao novo valor de altura do módulo que passa a ser de 27,692 pt.

Figura 33 – Configuração do grid no Adobe InDesign.



Fonte: Elaboração da autora.

### 5.1.4. Representação do diagrama e mancha gráfica

Em seguida, foi decidido o diagrama considerando a média de caracteres ideal por linha representada pela Figura 29. O comprimento do alfabeto em caixa baixa para a Vinila para 22 pt é de aproximadamente 279,5 pt, então o tamanho recomendado para a coluna se dá entre 34 a 40 paicas.

Figura 34 – Tabela para tamanhos de linhas de texto.

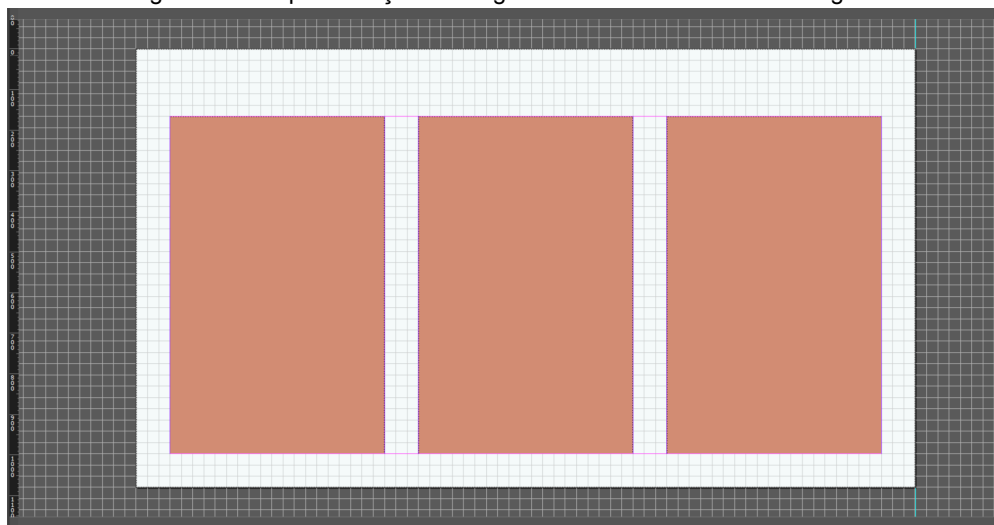
		MÉDIA DE CARACTERES POR LINHA															
LARGURA DA COLUNA (paicas)		10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36	38	40
COMPRIMENTO DO ALFABETO em caixa-baixa (pontes)	80	40	48	56	64	72	80	88	96	104	112	120	128	136	144	152	160
	85	38	45	53	60	68	76	83	91	98	106	113	121	129	136	144	151
	90	36	43	50	57	64	72	79	86	93	100	107	115	122	129	136	143
	95	34	41	48	55	62	69	75	82	89	96	103	110	117	123	130	137
	100	33	40	46	53	59	66	73	79	86	92	99	106	112	119	125	132
	105	32	38	44	51	57	63	70	76	82	89	95	101	108	114	120	127
	110	30	37	43	49	55	61	67	73	79	85	92	98	104	110	116	122
	115	29	35	41	47	53	59	64	70	76	82	88	94	100	105	111	117
	120	28	34	39	45	50	56	62	67	73	78	84	90	95	101	106	112
	125	27	32	38	43	48	54	59	65	70	75	81	86	91	97	102	108
	130	26	31	36	41	47	52	57	62	67	73	78	83	88	93	98	104
	135	25	30	35	40	45	50	55	60	65	70	75	80	85	90	95	100
	140	24	29	34	39	44	48	53	58	63	68	73	77	82	87	92	97
	145	23	28	33	37	42	47	51	56	61	66	70	75	80	84	89	94
	150	23	28	32	37	41	46	51	55	60	64	69	74	78	83	87	92
	155	22	27	31	36	40	45	49	54	58	63	67	72	76	81	85	90
	160	22	26	30	35	39	43	48	52	56	61	65	69	74	78	82	87
	165	21	25	30	34	38	42	46	51	55	59	63	68	72	76	80	84
	170	21	25	29	33	37	41	45	49	53	57	62	66	70	74	78	82
	175	20	24	28	32	36	40	44	48	52	56	60	64	68	72	76	80
	180	20	23	27	31	35	39	43	47	51	55	59	62	66	70	74	78
	185	19	23	27	30	34	38	42	46	49	53	57	61	65	68	72	76
	190	19	22	26	30	33	37	41	44	48	52	56	59	63	67	70	74
	195	18	22	25	29	32	36	40	43	47	50	54	58	61	65	68	72
	200	18	21	25	28	32	35	39	42	46	49	53	56	60	63	67	70
	210	17	20	23	27	30	33	37	40	43	47	50	53	57	60	63	67
	220	16	19	22	25	29	32	35	38	41	45	48	51	54	57	60	64
	230	15	18	21	24	27	30	33	36	40	43	46	49	52	55	58	61
	240	15	17	20	23	26	29	32	35	38	41	44	46	49	52	55	58
	250	14	17	20	22	25	28	31	34	36	39	42	45	48	50	53	56
	260	14	16	19	22	24	27	30	32	35	38	41	43	46	49	51	54
	270	13	16	18	21	23	26	29	31	34	36	39	42	44	47	49	52
	280	13	15	18	20	23	25	28	30	33	35	38	40	43	45	48	50
	290	12	15	17	20	22	24	27	29	32	34	37	39	41	44	46	49
	300	12	14	17	19	21	24	26	28	31	33	35	38	40	42	45	47
	320	11	13	16	18	20	22	25	27	29	31	34	36	38	40	43	45
340	10	13	15	17	19	21	23	25	27	29	32	34	36	38	40	42	
360	10	12	14	16	18	20	22	24	26	28	30	32	34	36	38	40	

Fonte: Bringhurst (2005) - Adaptado por Castro e Souza (2018).

Considerando esses valores, o diagrama que atendeu melhor a proposta foi o colunar, com largura de aproximadamente de 44 paicas. Isso foi definido através dos cálculos das margens com base no módulo, priorizando um espaço adequado para os elementos gráfico-editoriais e de navegação que ficariam de fora do diagrama. Assim, o uso de três colunas seria o mais correto para o projeto com base nas seguintes margens propostas:

- Margem superior: 5 módulos, totalizando 138,46 px;
- Margem inferior: 3 módulos, totalizando 83,076 px;
- Margem externa: 3 módulos, totalizando 83,475 px;
- Margem interna: 3 módulos, totalizando 83,475 px;
- Gutter: 3 módulos, totalizando 83,076 px.

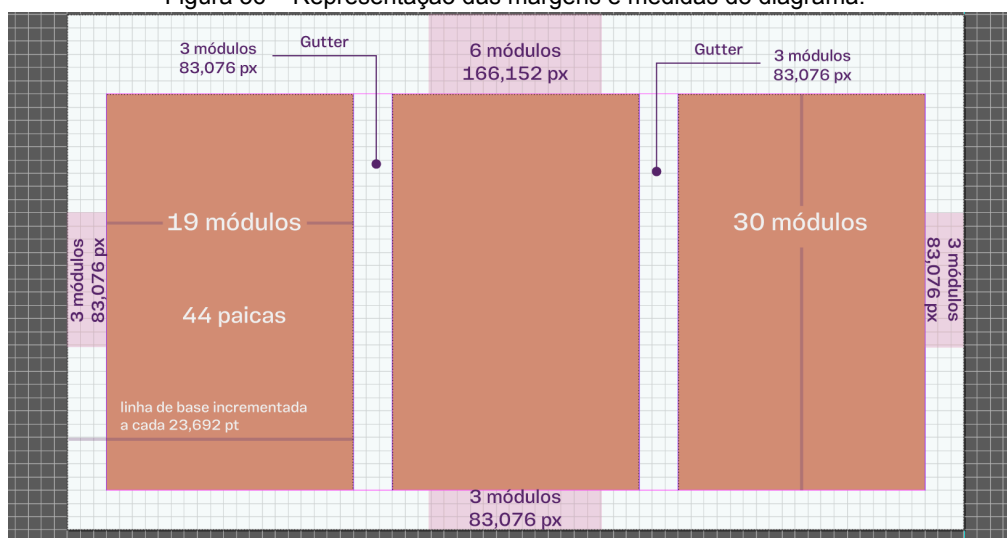
Figura 35 – Representação do diagrama colunar no Adobe InDesign.



Fonte: Elaboração da autora.

A configuração da linha de base é realizada no Adobe InDesign após a construção do diagrama. Elas são ajustadas de acordo com o valor da entrelinha e devem ser coincidentes com as linhas horizontais da grade das páginas, permanecendo dentro das margens para guiar o posicionamento dos elementos textuais do projeto.

Figura 36 – Representação das margens e medidas do diagrama.



Fonte: Elaborado pela autora.

## 5.5. Espelho

Constituindo uma parte essencial do projeto, o espelho da publicação serviu como uma maneira eficaz de visualizar a distribuição dos conteúdos nas páginas, solidificando a estrutura gráfico-editorial planejada. Foram identificados os elementos pré-textuais, que antecedem a narrativa — como a folha de guarda, folha de rosto, ficha técnica, apresentação da publicação e sumário —, os elementos textuais, que compõem a narrativa, e os elementos pós-textuais, que concluem o guia. Para este projeto, também foi incluída a delimitação dos modelos de ferramentas a serem aplicados, resultando em uma solução final composta por cerca de 48 páginas, além da capa.

Tendo o espelho definido houve a facilidade na etapa seguinte de construção dos wireframes, simplificando a forma de entender as características da publicação em relação às necessidades do projeto.

Figura 37 – Representação do espelho da publicação.



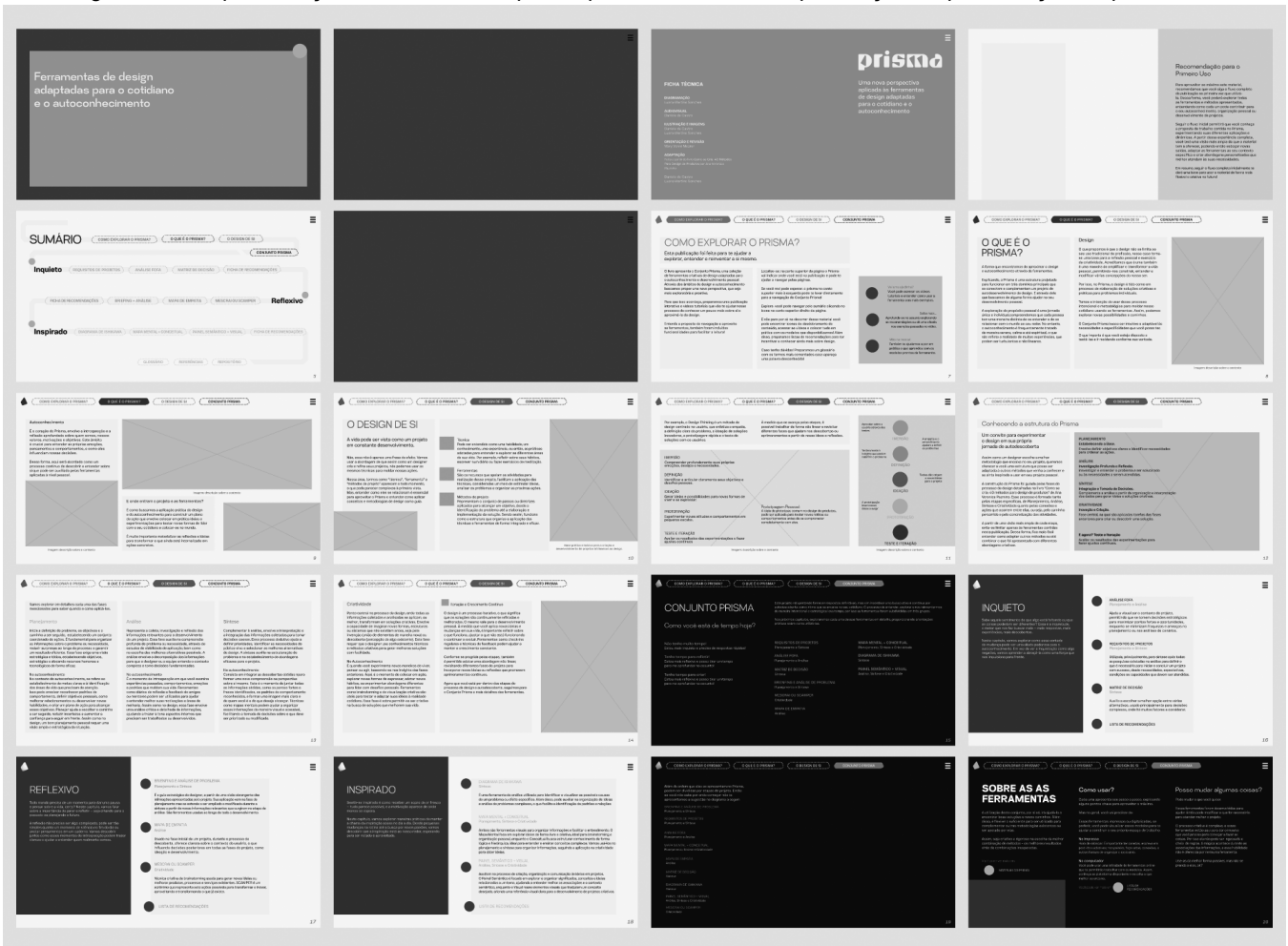


Fonte: Elaborado pela autora.

## 5.6. Wireframes

Os *wireframes* foram desenvolvidos com o objetivo de visualizar o layout inicial do projeto, permitindo testar a organização do conteúdo nas páginas. A construção de layout das primeiras páginas a partir do espelho da publicação auxiliou não apenas na disposição dos elementos principais, como texto, elementos gráficos e recursos interativos, mas também na identificação de melhorias na proposta de navegação e usabilidade da publicação como um todo.

Figura 38 – Representação dos wireframes para a parte introdutória da publicação e apresentação do prisma.



Fonte: Elaborado pela autora.

A partir dos wireframes foi possível definir o menu de navegação superior, contemplando a proposta da publicação de permitir uma leitura tanto sequencial quanto seletiva. Para aqueles que preferem seguir uma ordem lógica e progressiva, o menu organiza o conteúdo de maneira sequencial. Ao mesmo tempo, o usuário que deseja explorar livremente pode usar o menu para acessar diretamente as ferramentas, vídeos ou seções de interesse, sem a obrigação de seguir uma ordem rígida.

Figura 39 – Wireframes da publicação referentes aos capítulos das emoções e as ferramentas.



Fonte: Elaborado pela autora.

## 6. SUPERFÍCIE

Essa etapa foi elaborada para definir as diretrizes visuais do projeto em conjunto com as necessidades para o audiovisual. Colaborativamente, foram pensados moodboards e uma identidade para o Prisma para posteriormente realizar as definições de diretrizes gráfico-editoriais que se adequaram principalmente na publicação.

### 6.1 - Identidade Visual

#### 6.1.1. Naming

O título Prisma foi definido a partir da redução do conceito integrador “prismático”. Dessa forma, reforça o objetivo que buscou-se atingir com a elaboração deste trabalho para fornecer uma nova maneira de aplicar ferramentas criativas utilizadas no design e ainda remete à provocação feita aos leitores de que desenvolvam novas perspectivas de si próprio a partir do desenvolvimento pessoal.

#### 6.1.2. Logo e Símbolo

Foi estabelecido um logo para o projeto, criado para compor tanto a publicação quanto os vídeos, permitindo que o usuário do projeto pudesse se familiarizar em ambos os suportes. Apesar de este não ser o foco do projeto, auxiliou tanto no início do planejamento de como seria feita a identidade visual quanto para o surgimento de ideias passíveis de aplicação para o conteúdo da publicação e do audiovisual.

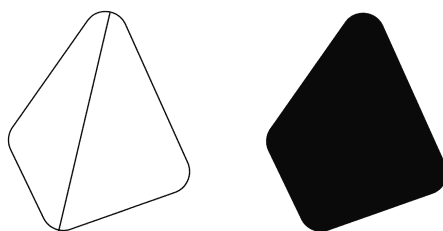
Figura 40 – Logo do projeto Prisma.



Fonte: Desenvolvido pelas autoras do projeto colaborativamente.

O símbolo, por sua vez, é composto por um formato de prima com os vértices arredondados de uma pirâmide triangular e com preenchimento chapado para planificar a forma. Buscou-se demonstrar a simplificação e a nova perspectiva que ela poderia proporcionar. Optou-se por utilizar a pirâmide triangular, pois ela contempla os três sentimentos ou estados do ser conceituados para o projeto e também remete aos três âmbitos explorados: design, autoconhecimento e projeto, a partir do uso de ferramentas criativas.

Figura 41 – Desenho de uma pirâmide triangular X símbolo do projeto.

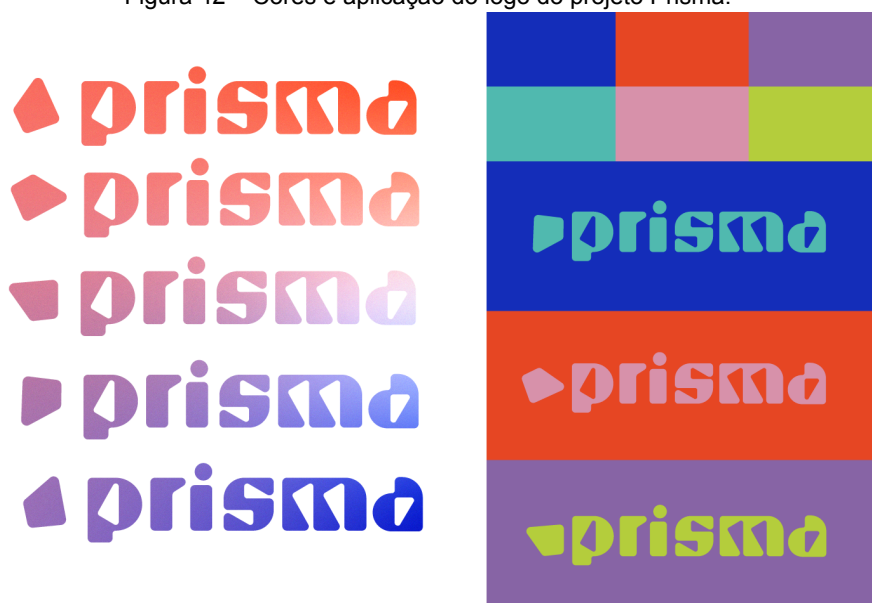


Fonte: Desenvolvido pelas autoras do projeto colaborativamente.

Como é possível observar, foi utilizada a fonte Shuriken Boy para o logotipo, criada por Joachim Muller-Lancé. Essa escolha conferiu uma descontração à identidade do projeto e apresenta formas geométricas em sua concepção, que remetem ao painel visual desenvolvido para o conceito “prismático”.

Essa representação e o projeto como um todo, é relacionado à exploração de novas perspectivas. O resultado da logo com a aplicação das cores sólidas e gradientes e suas variações para cada um dos três sentimentos abordados segue abaixo.

Figura 42 – Cores e aplicação do logo do projeto Prisma.

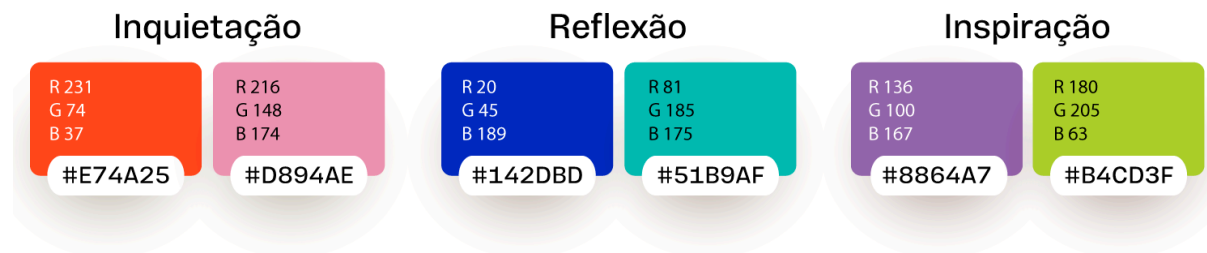


Fonte: Desenvolvido pelas autoras do projeto colaborativamente.

### 6.1.3. Paleta cromática

Foi definido pelas autoras uma paleta cromática da identidade composta por 6 cores, sem contar o preto e branco. Com base no princípio das cores análogas, foram escolhidas duas cores para cada sentimento que categoriza as ferramentas apresentadas. No entanto, para o estado de inspirado propositalmente foram escolhidas cores complementares a fim de ter um maior contraste no que representaria os processos criativos.

Figura 43 – Paleta de cores do projeto Prisma.



Fonte: Desenvolvido pelas autoras do projeto colaborativamente.

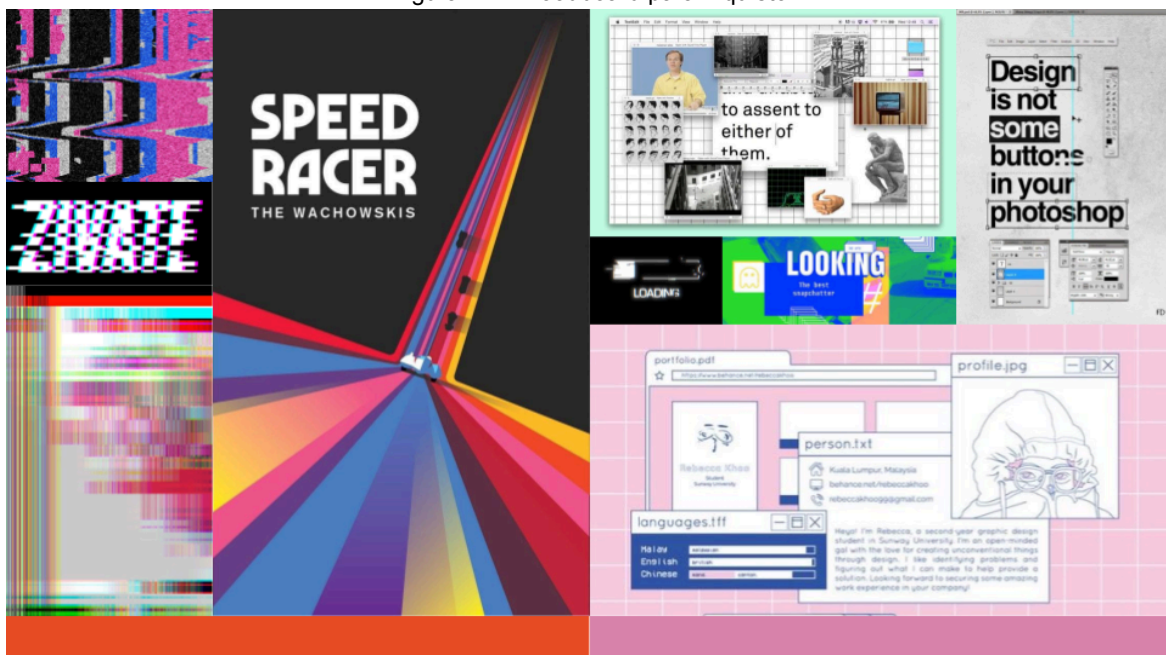
A partir dessas composições visuais iniciais foi possível gerar alternativas que serviriam para elementos da diagramação e navegação na publicação e a produção dos videografismos pela coautora do projeto.

## 6.2. Paineis semânticos do design visual

Para a visualização da frase e demais conceitos que permeiam o “Explorar o desconhecido para conhecer a si mesmo” e considerando os sentimentos definidos foi necessário elaborar painéis que guiam as escolhas criativas.

Para o audiovisual e videografismos foi entendido que poderia ocorrer baseados na distinção das velocidades, conforme entendido que o processo de autodescoberta e experimentação podem ocorrer de acordo com as necessidades do usuário. Entendeu-se que os sentimentos usados para categorizar as ferramentas também envolviam questões de tempo, considerando a média necessária para aplicá-las e a variação de velocidades, permitindo que a coautora fizesse videografismos e intervenções de acordo com essa dinâmica.

Figura 44 – Moodboard para Inquieto



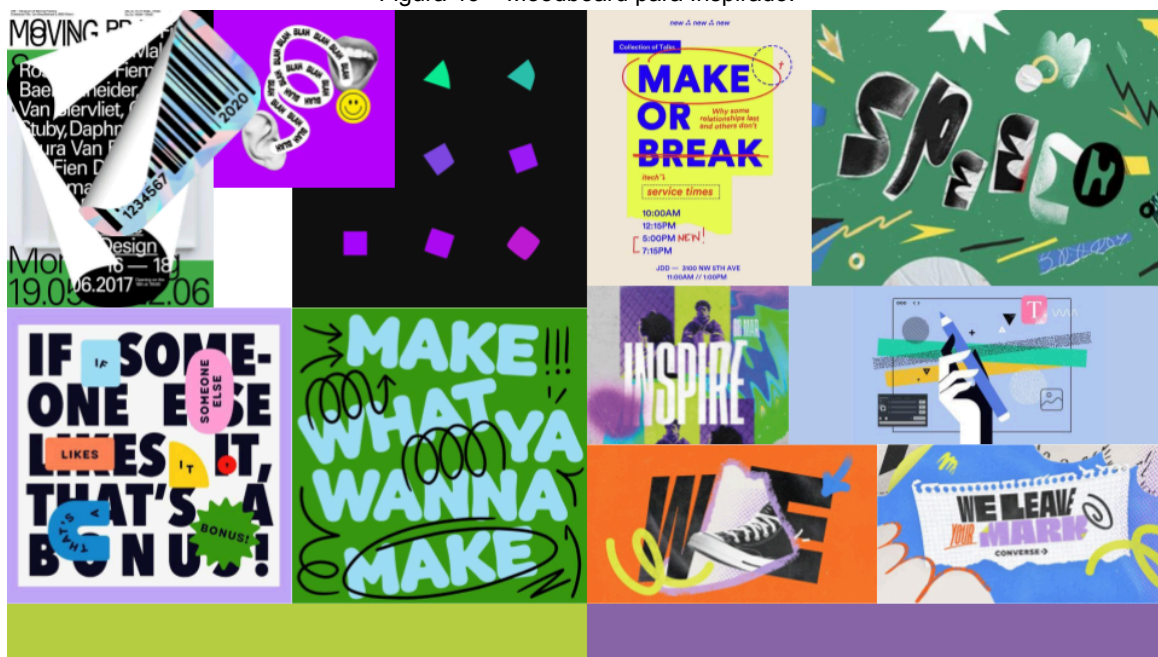
Fonte: Desenvolvido pelas autoras<sup>6</sup> do projeto colaborativamente

Figura 45 – Moodboard para Reflexivo.



Fonte: Adaptado pelas autoras<sup>7</sup> do projeto colaborativamente a partir do Pinterest, Dribbble e Behance.

Figura 46 – Moodboard para Inspirado.



Fonte: Adaptado pelas autoras<sup>8</sup> do projeto colaborativamente a partir do Pinterest, Dribbble e Behance.

<sup>6</sup> Construção dos painéis a partir das imagens retiradas das seguintes fontes, da esquerda para a direita: Desconhecido, desconhecido, desconhecido, Matt Stevens, Loes Claessens, desconhecido, desconhecido, The Negra, Rebecca Kho.

<sup>7</sup> Construção dos painéis a partir das imagens retiradas das seguintes fontes, da esquerda para a direita: Desconhecido, Sabri Akin, desconhecido, desconhecido, Doing Me Doing You, It's Tilly, Helmo, Z1.

<sup>8</sup> Construção dos painéis a partir das imagens retiradas das seguintes fontes, da esquerda para a direita: LUCA Master Gent (autor desconhecido), Vista Create, TikTok, Loop Morph GIF by Chris, Buck, Meg Lewis, Meg Lewis, Marcelle Teixeira de Andrade, Dejan Bozic e Dtmg.tv Studio®.

## 6.3. Diretrizes gráfico-editoriais

### 6.3.1. Proposta gráfica

A proposta gráfica para a publicação foi estruturada a partir de um mapeamento dos elementos visuais que correspondem às emoções e traduzem a inquietação, reflexão, inspiração e etapas relacionadas ao autoconhecimento, representando também sua prática. O objetivo principal foi associar esses elementos às fases emocionais que o usuário pode vivenciar ao longo da descoberta pessoal, refletindo tanto a profundidade do conteúdo quanto o tempo investido em cada fase. Dessa forma, as representações que funcionaram melhor para o estático foram priorizadas para a publicação, enquanto a parte audiovisual conferiu mais dinamismo a essas emoções.

Os elementos gráficos escolhidos, como recortes, colagens de adesivos e notas manuscritas, foram selecionados com o objetivo de criar uma experiência visual que remete ao processo criativo e ao autoconhecimento de forma lúdica e pessoal, enquanto sua aplicação no audiovisual seria feita como movimento, considerando um processo mais caótico que pode ser mais lento, assim como o efeito *halftone*.

Cada uma das emoções foi representada graficamente por cores, formas, e padrões específicos, que facilitam a navegação e promovem uma experiência sensorial alinhada ao conteúdo proposto. Os recortes e folhas utilizadas, bem como as texturas para aplicação foram baixadas do site Envato e de banco de imagens e adaptadas pela autora. Enquanto os rabiscos e destaques foram produzidos no adobe Illustrator.

**Inquieto:** Representada por cores vibrantes (laranja e rosa), e formas mais angulares e dinâmicas, simbolizando a tensão e o desconforto do questionamento interno. Os recortes foram utilizados para representar a fragmentação de ideias e sentimentos durante o processo de autoconhecimento. Sugere que o autoconhecimento é construído em partes, a partir de diferentes insights que se vão se somando.

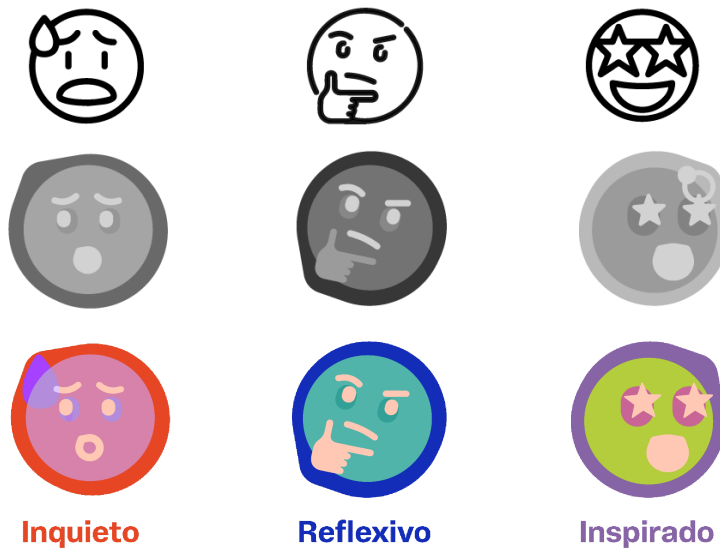
**Reflexivo:** Tons de azul e verde, com linhas mais suaves e formas sugerindo tranquilidade e reflexão. As notas e comentários simbolizam reflexões espontâneas e pessoais que o leitor pode ter durante o processo de autoconhecimento, trazendo uma sensação de proximidade, como se o usuário estivesse realmente em um processo de reflexão.

**Inspirado:** Cores contrastantes, como roxo e verde, com elementos mais fluidos e conectados, representando um estado em que a pessoa se sente confortável para criar e motivada para explorar novas ideias. As colagens de adesivos foram incluídas como um elemento dinâmico e interativo, trazendo leveza e criatividade ao projeto gráfico. A inspiração veio tanto da estética dos diários pessoais, quanto do seu amplo uso em espaços públicos para marcar a presença de artistas urbanos, foram incorporados como uma metáfora para representar a personalização e o reconhecimento de identidades.

Foram elaborados emojis e sua produção partiu das representações mais convencionais para representar cada sentimento de categorização explorado no projeto. Buscou-se, assim, criar elementos gráficos que reforçassem a originalidade e o caráter imersivo da publicação, houve

uma adaptação dos emojis tradicionais encontrados nos teclados e chats para refiná-los a partir de um *moodboard* incorporando a identidade visual do projeto.

Figura 47 – Construção dos emojis.



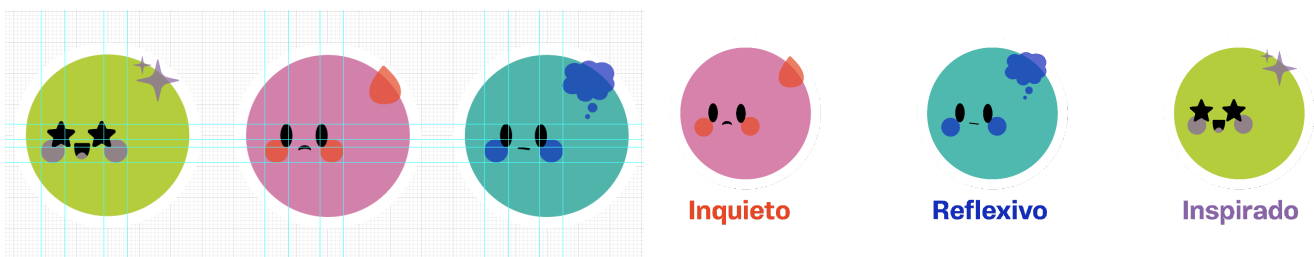
Fonte: Desenvolvido pelas autoras do projeto colaborativamente.

Figura 48 – Moodboard para novos emojis.



Fonte: Desenvolvido pelas autoras do projeto colaborativamente.

Figura 49 – Emojis finais no Adobe Illustrator e refinados para a identidade visual.





Fonte: Desenvolvido pelas autoras do projeto colaborativamente.

Cada conjunto de elementos pode ser encontrado com mais predominância em seu respectivo capítulo de referência, no entanto para integrar toda a publicação eles foram aplicados nos capítulos introdutórios e distribuídos partindo dos estudos dos wireframes. No caso dos adesivos, foi definido que apesar de estarem ligados à inspiração seria suporte para as ilustrações e frases que viriam a compor o projeto, de maneira que o usuário-leitor é convidado a interagir e fazer suas próprias intervenções nas ferramentas.

Figura 50 – Proposta de elementos gráficos e como eles se apresentam em cada capítulo.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

### 6.3.2. Proposta tipográfica

A proposta tipográfica demonstra os elementos gráfico-editoriais textuais presentes na publicação e mostra como são aplicados de acordo com as famílias tipográficas escolhidas. Definidas as especificações do conteúdo e necessidades do projeto foi proposta a composição desses elementos de acordo com a hierarquia da informação e que deveria ser aplicada no decorrer das páginas.

A fonte Mersad foi priorizada para título e subtítulo, enquanto a Vinila é aplicada em botões e demais elementos gráficos além do corpo de texto.

Figura 51 – Proposta tipográfica

<b>Botões e navegação</b> Vinila Regular 24pt	<b>COMO EXPLORAR O PRISMA?</b>
<b>Título das páginas pré-textuais</b> Mersad Black 72pt	<b>SOBRE O PROJETO</b>
<b>Título da página</b> Mersad Black 60pt	<b>COMO EXPLORAR O PRISMA?</b>
<b>Subtítulo</b> Mersad Black 38pt	<b>O que é?</b>
<b>Linha de apoio</b> Vinila Bold 30pt	<b>Esta publicação foi feita para te ajudar a explorar, entender e reinventar a si mesmo.</b>
<b>Corpo de texto</b> Vinila Light 22pt	Este livro apresenta o Conjunto Prisma, uma coleção de ferramentas criativas de design adaptadas para o autoconhecimento e desenvolvimento pessoal.
<b>Box de texto e destaques</b> Vinila Regular 28pt	<b>Levando em conta suas próprias necessidades, o que é indispensável para alcançá-las?</b>
<b>Legenda</b> Vinila Light 18pt	Adaptado a partir do livro Como se Cria: 40 Métodos Para Design de Produtos por Ana Veronica Pazmino
<b>Fólio</b> Vinila Light Oblique 26pt	<b>01</b>

Fonte: Desenvolvido pela autora.

Seguindo a definição dos elementos, foi estabelecido o alinhamento e questões de hifenização. Prioritariamente, foi utilizado o alinhamento à esquerda sem hifenização e os parágrafos são marcados pelo espaçamento entre si sem a utilização de recuo, visando o conforto para leitura em tela. Alguns alinhamentos foram alterados adaptando melhor ao conteúdo e organização na página mais flexível. O espaçamento entre parágrafos respeitou o tamanho do módulo, no entanto para a separação dos títulos em relação aos outros elementos foi usado dois módulos.

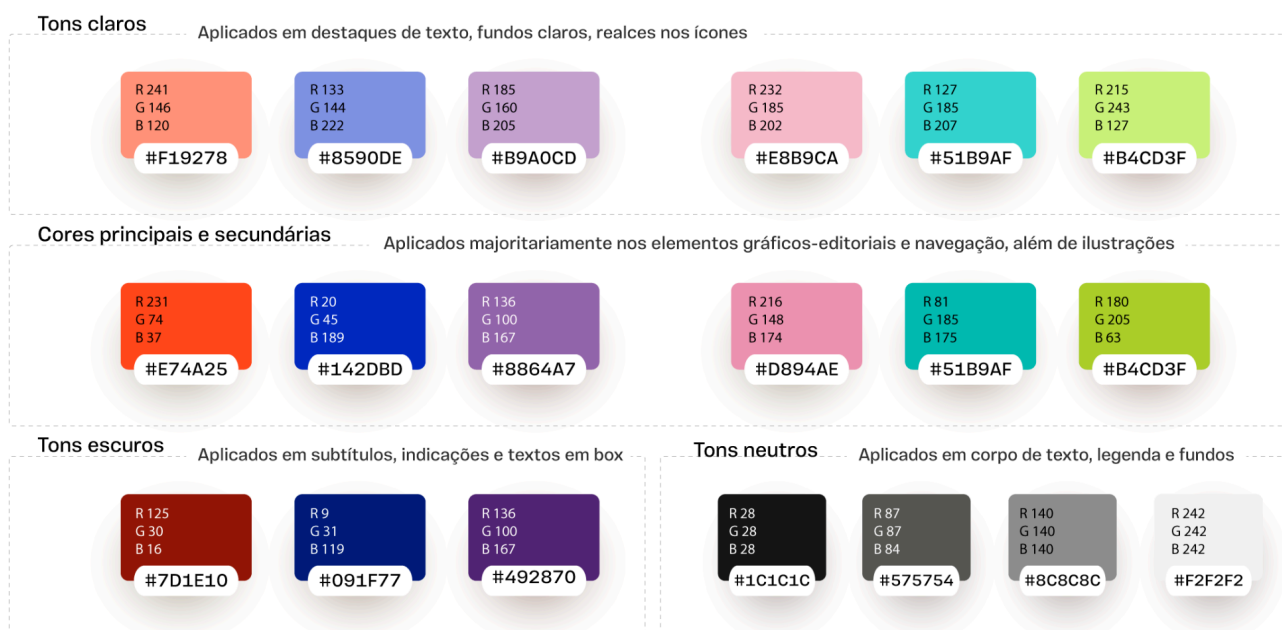
### 6.3.3. Padrão Cromático

Para o padrão cromático utilizado na publicação e na elaboração dos elementos gráficos, foram selecionadas cores que refletem a identidade visual do projeto. As cores principais

escolhidas foram **laranja**, **azul** e **roxo**, que proporcionam uma base sólida e vibrante. Complementando essa proposta, foram introduzidas cores secundárias como **rosa**, **turquesa** e **verde**, explorando variações de tons mais claros e escuros para garantir flexibilidade nas aplicações visuais.

Os tons mais escuros dessas cores foram aplicados predominantemente nos textos, garantindo legibilidade e contraste adequados em diferentes contextos visuais. Já os tons mais claros foram utilizados em elementos de destaque, permitindo que eles se sobressaíam sem prejudicar a clareza do conteúdo principal. Essa abordagem cromática assegura uma estética equilibrada, onde a harmonia de cores contribui tanto para a navegação visual quanto para o impacto gráfico da publicação.

Figura 52 – Proposta cromática

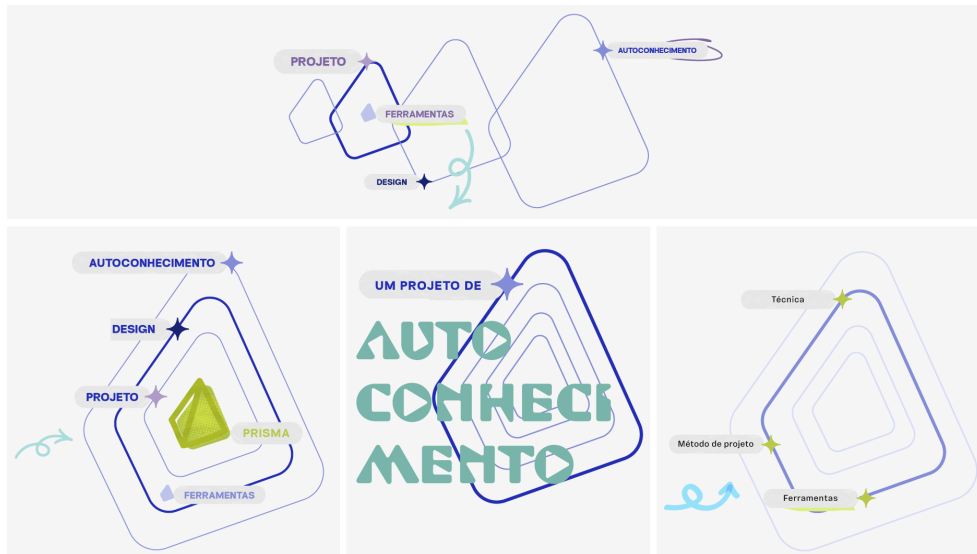


Fonte: Desenvolvido pela autora.

#### 6.3.4. Ilustrações e infográficos

As ilustrações das seções anteriores ao conjunto Prisma foram concebidas de maneira mais livre, permitindo a combinação de diversos elementos propostos para cada conceito. Essa abordagem proporcionou uma representação visual mais dinâmica e fluida, enriquecendo o conteúdo com uma identidade mais flexível para as seções que integram as emoções apresentadas separadamente.

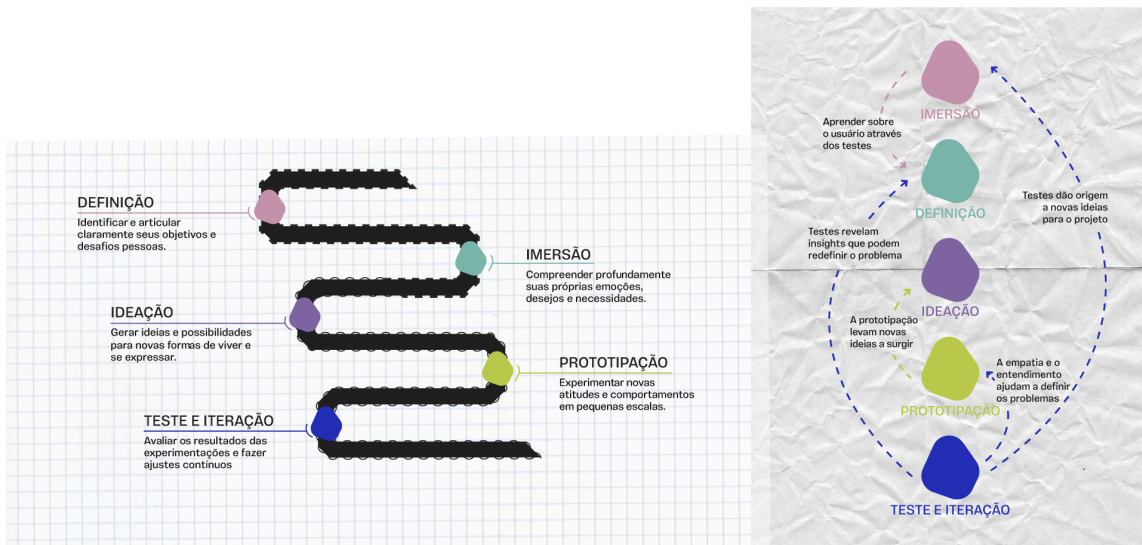
Figura 53 – Ilustrações que acompanham o conteúdo da publicação.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Nos infográficos e boxes com dicas, a estratégia utilizada foi baseada em notas e destaques, destacando informações-chave de maneira clara e objetiva. Esses elementos visuais foram pensados para ajudar a guiar a leitura e o entendimento do conteúdo, mantendo a atenção do leitor nos pontos mais relevantes.

Figura 54 – Exemplo de infográficos para complementar o conteúdo.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Também foram criadas imagens de preenchimento para os espaços nas seções das ferramentas, indicando o espaço reservado para os elementos gráficos que estarão presentes nos vídeos e terão sua produção finalizada após a entrega deste projeto.

Figura 55 – Exemplo de imagem de preenchimento para as sessões das ferramentas que serão desenvolvidas com o audiovisual.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

a) Adesivos

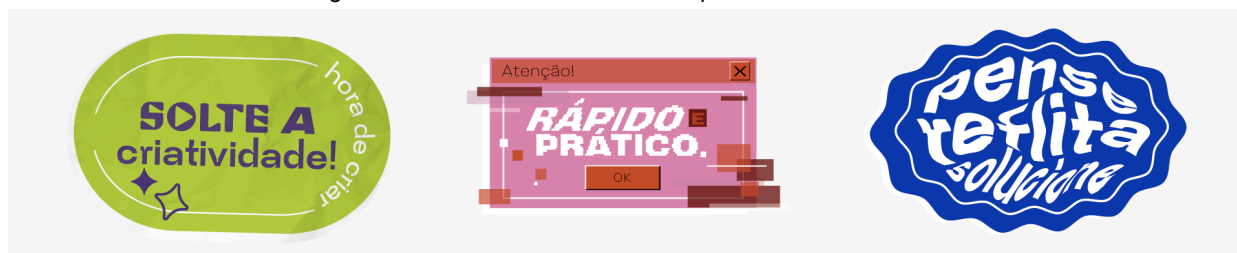
Além disso, foram desenvolvidas ilustrações específicas para adesivos que seriam aplicados nos capítulos que se referem. Emojis com efeitos e taglines foram desenvolvidos com o objetivo de transmitir a ideia de movimento, sendo aplicados de forma a variar conforme as diretrizes gráficas. As variações desses adesivos reforçam a identidade visual, ao mesmo tempo que adicionam dinamismo e personalidade à publicação.

Figura 56 – Emojis e taglines desenvolvidos para as emoções.



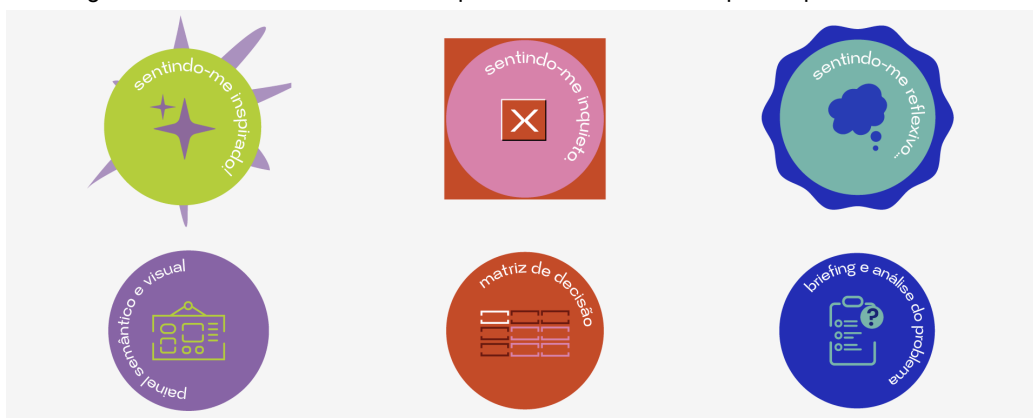
Fonte: Desenvolvido pelas autoras do projeto colaborativamente.

Figura 57 – Adesivos desenvolvidos para os sentimentos.



Fonte: Desenvolvido pela coautora do projeto e adaptado para a publicação.

Figura 58 – Adesivos desenvolvidos para ferramentas contempladas pelo audiovisual.

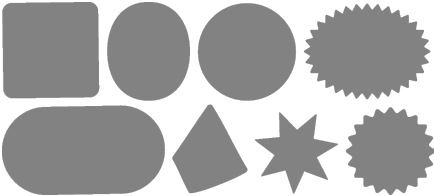


Fonte: Desenvolvido pela coautora do projeto e adaptado para a publicação.

Ainda com a intenção de enriquecer a experiência visual e imersiva, foram mapeados possíveis adesivos para complementar o visual da publicação e conectar as emoções exploradas a todo o processo do prisma e não somente a um capítulo específico. As ilustrações foram pensadas em um conjunto associado a uma das emoções, mas não se limitando somente a elas, contribuindo para uma experiência visual mais envolvente a partir da mescla dos elementos visuais escolhidos.

Para os esboços iniciais que resultaram no conjunto final o mapeamento incluiu além do visual, ideias de frases que se aplicam nos contextos do projeto, como demonstrado abaixo:

Quadro 16 – Mapeamento inicial dos adesivos.

Emoção	Ideias	Produção
Inquieto	<ul style="list-style-type: none"> <li>Movimento constante (leva ao desenvolvimento)</li> <li>Eu penso até demais (preciso me organizar)</li> <li>Anote tudo (boas ideias podem surgir do nada)</li> <li>Café, por favor (muito trabalho pela frente)</li> </ul>	<p><b>Formatos</b> mais pregnantes de adesivos usados como base, a partir da construção dos principais foram desenvolvidos adesivos com cortes especiais;</p>  <p><b>Cores</b> aplicadas de acordo com o proposta cromática com a adição de mais mais matizes contrastantes que garantiram a personalidade ao conjunto;</p> <p><b>Estilo</b> de ilustração com cores vibrantes, contornos bem definidos e formas simplificadas a partir dos estudos dos painéis semânticos e de construção dos emojis</p>
Reflexivo	<ul style="list-style-type: none"> <li>Faça pausas (elas são importantes no processo)</li> <li>Teste, entenda e repita (ajuda nas análises)</li> <li>Entenda, experimente e materialize (colocar as ideias em prática)</li> <li>Meu Deus! (tive uma nova percepção, atenção aos detalhes)</li> </ul>	
Inspirado	<ul style="list-style-type: none"> <li>Exercitar a criatividade (deixar fluir)</li> <li>Ato de criação é um ato de destruição (caos do processo criativo)</li> <li>Hora de criar</li> </ul>	
Prisma	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ideias mais gerais do projeto e aplicação dos elementos desenvolvidos para a identidade visual que foram adaptados para a estética dos adesivos</li> </ul>	

Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 59 – Adesivos desenvolvidos para o contexto do projeto e exemplo de composição para aplicação.



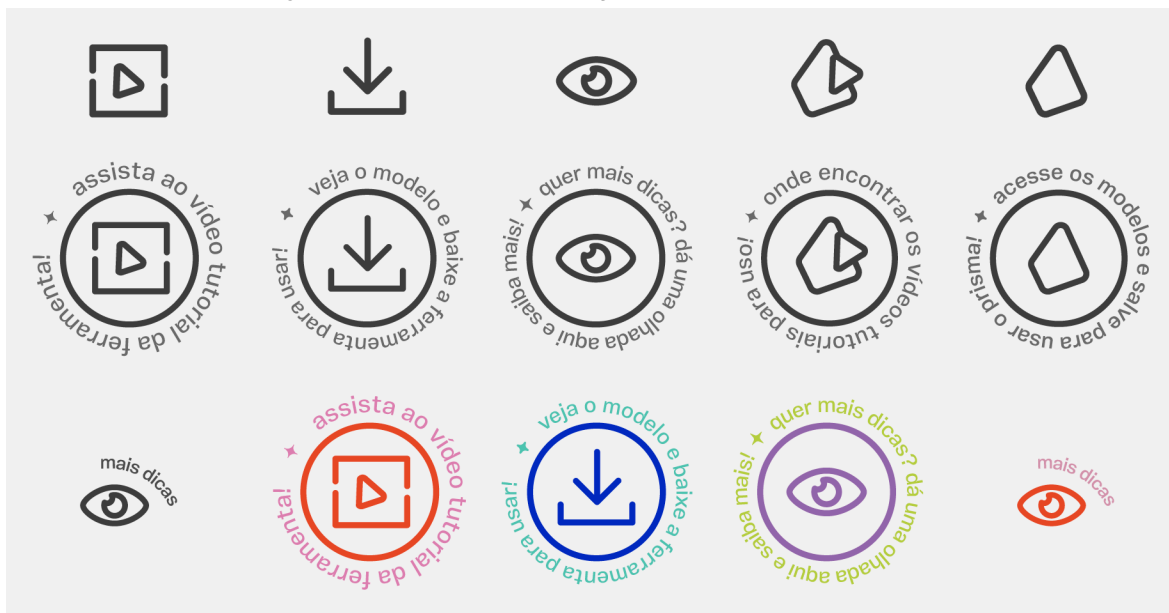
Fonte: Desenvolvido pela autora.

### 6.3.5. Iconografia e botões

A proposta gráfica inclui o uso de ícones e ilustrações que facilitam a compreensão das ferramentas, alinhando-se à intenção de tornar o conteúdo acessível e visualmente atraente.

Botões interativos e hiperlinks direcionam o usuário no PDF interativo, então foram criados ícones que ajudam o leitor a acessar conteúdos complementares e vídeos explicativos, ampliando a experiência digital. Esses elementos foram desenvolvidos em coerência com a identidade visual do projeto, tomando como referência o estilo de adesivos com contornos marcantes. Além disso, para garantir versatilidade e consistência na aplicação, foram criadas versões dos botões em estilo plano e com fundo colorido, adaptadas para as animações implementadas com os recursos de interatividade do Adobe InDesign.

Figura 60 – Ícones e sua aplicação como botões e uso das cores.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 61 – Exemplo de animação dos ícones para a interação.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

A escolha de um menu de navegação superior para a publicação digital foi feita com o objetivo de proporcionar uma experiência de usuário intuitiva e eficiente, garantindo fácil acesso a todas as seções principais sem interromper o fluxo de leitura. Essa decisão foi guiada pelos princípios de usabilidade e organização, especialmente considerando a necessidade de navegação fluida entre o conjunto de ferramentas apresentadas.

Figura 62 – Botões e aplicação para navegação.



Fonte: Desenvolvido pela autora.



Figura 63 – Recursos de navegação aplicados na página.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

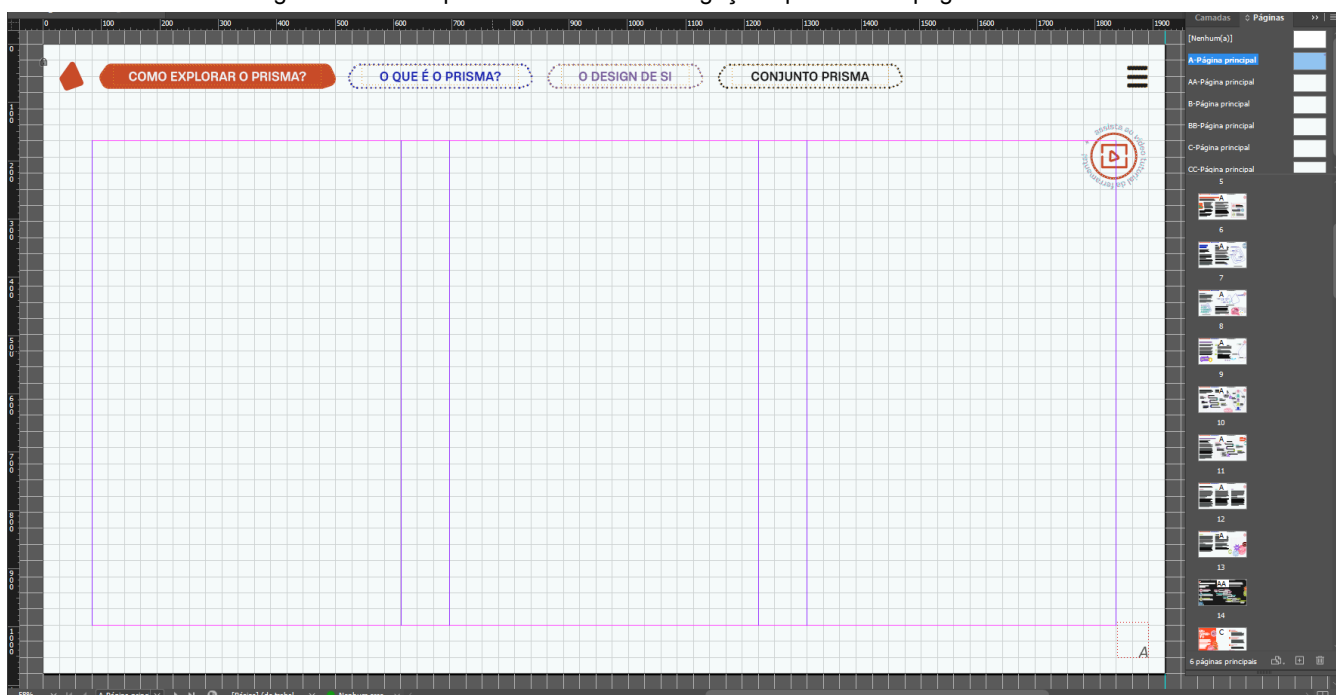
## 6.4. Diagramação

Após a definição das diretrizes gráfico-editoriais, seguida da concepção das ilustrações e elementos gráficos foi finalizada a diagramação tendo como referência os wireframes e sofrendo pequenos ajustes para se adequar ao design final do guia.

Adiante, são apresentados alguns exemplos contendo páginas com mais texto ou mais imagens, aplicações e sessões de uma ferramenta de cada sentimento, além de páginas pré e pós textuais. Nessa etapa, foi necessário atentar-se à visualização dos elementos, legibilidade em conjunto com as informações de texto em bloco para que se adequassem à proposta de uso desta publicação.

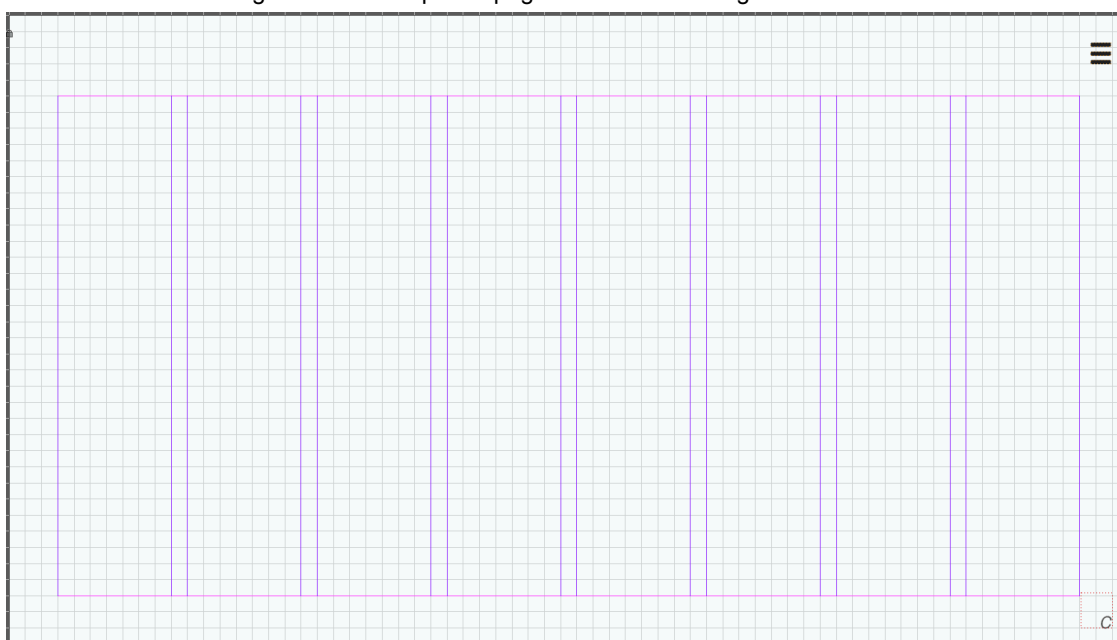
As especificações de páginas definidas anteriormente foram aplicadas ao conteúdo utilizando-se das páginas mestres, garantindo consistência visual em toda a publicação. Para oferecer maior flexibilidade aos modelos, foi desenvolvido um diagrama de página mestre modular a partir do principal definido no projeto gráfico-editorial. Esse diagrama permite adaptar o layout conforme a utilização da ferramenta e como demonstrá-la de acordo com os estilos de formatação e cores preparados no arquivo.

Figura 64 – Exemplo de recursos de navegação aplicados na página mestre.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 65 – Exemplo de página mestre com diagrama modular.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

#### 6.4.1. Implementação dos recursos interativos

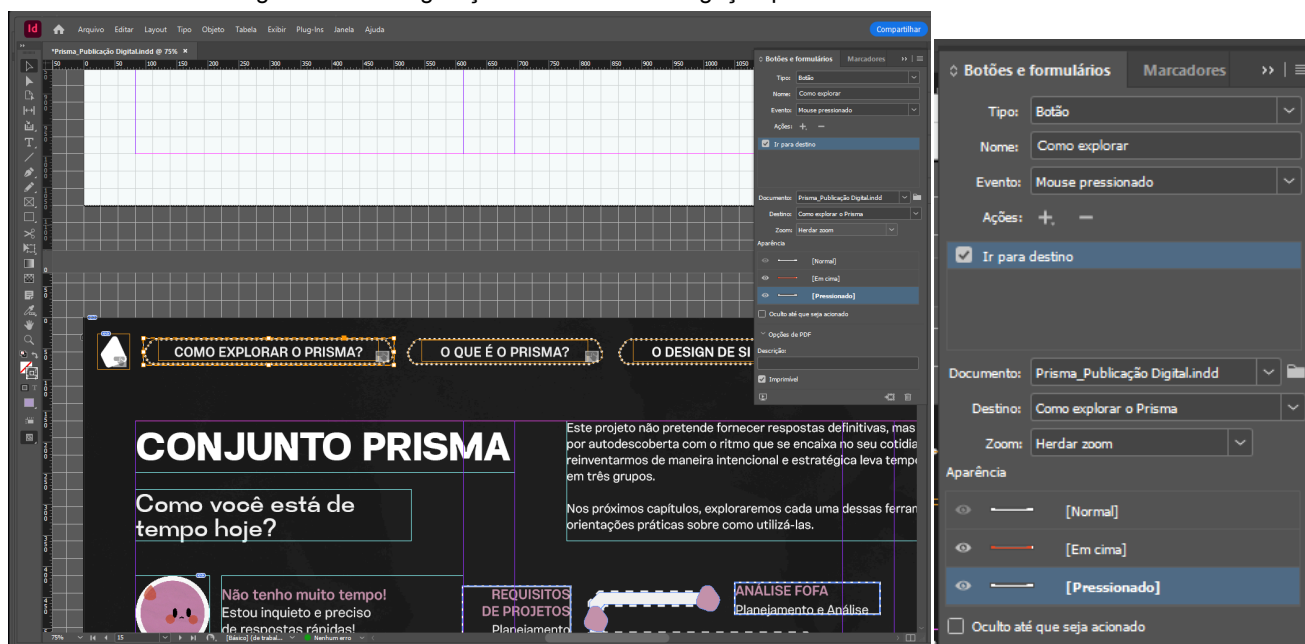
A partir do levantamento na etapa de Funcionalidades, foram implementadas no decorrer na diagramação e refinadas na sua conclusão. Os recursos foram aplicados por meio da plataforma do Adobe InDesign utilizando a ferramenta de interatividade disponível.

Figura 66 – Exemplo de página com configuração de hiperlinks.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 67 – Configuração do menu de navegação por meio dos botões.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 68 – Exemplo de página com configuração de animação quando o cursor está em cima.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

## 6.5. Especificações Técnicas

Para garantir a qualidade e funcionalidade da publicação digital interativa, foram estabelecidas diretrizes técnicas que orientaram desde o planejamento gráfico-editorial até os testes finais. Abaixo, apresenta-se uma síntese dos principais aspectos técnicos envolvidos no desenvolvimento do projeto, contemplando o design, a interatividade e os recursos necessários para a aplicação prática e acessibilidade da publicação.

### Plataforma e Formato:

- Publicação em PDF interativo e disponibilizada *online* via link no Publish Online do Adobe InDesign.
- Layout horizontal, proporção 16:9, otimizado para telas de computadores e tablets.
- Modelos de ferramentas com o mesmo layout e proporção e versão adaptada para impressão no tamanho A3.

### Design Gráfico:

- **Identidade visual:** Conforme representado a partir do item 6.1. Identidade visual, alinhados ao caráter colaborativo do prisma.
- **Aplicação:** A proposta gráfica contempla a publicação digital e definições gráficas incorporadas também no audiovisual.
- **Elementos Visuais:** Ícones, botões e ilustrações vetoriais coloridas e com contornos marcantes.

### Interatividade e Recursos:

- Botões clicáveis com animação simples e navegação interativa projetada via Adobe InDesign.
- **Audiovisual:** Integração via link para Youtube dos 3 protótipos de vídeos tutoriais nas seções: **Matriz de decisão**, **Briefing e Análise de problemas** e **Painel semântico e Painel Visual**.
- **Vídeos tutoriais:** Acesso por meio de botões na sessão de Como usar a ferramenta, os botões estão presentes em todas as seções mas estão inativos naquelas que não possuem protótipos em vídeo.
- **Modelo das ferramentas:** Acesso por meio de botões na sessão de Modelo de direcionamentos de uso da ferramenta. O leitor é direcionado para a pasta compartilhada de projeto com acesso ao modelo de impressão e o modelo digital da ferramenta.
- **Materiais e outras mídias:** Para complementar o conteúdo textual disponibilizado por hiperlink nos textos das listas de recomendações.
- **Listas de recomendações:** Para acessar as recomendações foram utilizados os botões de superior e de atalhos distribuídos de acordo com o conteúdo.
- **Repositório:** Nas páginas finais da publicação estão indicados os botões para acessar as demais mídias elaboradas para o Prisma.

### Desenvolvimento e Produção:

- **Ferramentas Utilizadas:** Adobe InDesign (layout, interatividade e publicação), Adobe Illustrator (ilustrações), Adobe Photoshop (edição de imagens e texturas).
- **Compatibilidade:** Testado em navegadores e leitores de PDF, como o Adobe Reader.
- Exportação no padrão Adobe PDF (interativo) para qualidade otimizada em múltiplas
- plataformas digitais

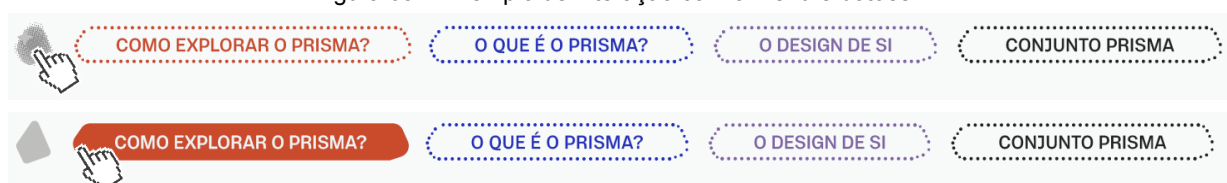
### Distribuição:

- Disponibilizado para download direto em plataformas públicas, com link compartilhável.

## 6.6. Resultados

Após a diagramação e ajustes no layout finalizados, houve a exportação do arquivo final, foi realizada a configuração dos elementos interativos e o arquivo final exportado na opção de PDF interativo através do Indesign, com compactação adequada para não ultrapassasse 100 MB, os resultados podem ser observados abaixo:

Figura 69 – Exemplo de interação com o menu e botões.





LISTA DE RECOMENDAÇÕES



LISTA DE RECOMENDAÇÕES

Fonte: Desenvolvido pela autora.  
Figura 70 – Capa da publicação.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 71 – Folha de rosto da publicação.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 72 – Exemplo de página com conteúdo introdutório da publicação.

**COMO EXPLORAR O PRISMA?** **O QUE É O PRISMA?** **O DESIGN DE SI** **CONJUNTO PRISMA**

## O QUE É O PRISMA?

**A forma que encontramos de aproximar o design e autoconhecimento através de ferramentas.**

Explicando, o Prisma é uma estrutura projetada para funcionar em três domínios principais que se conectam e complementam um projeto de autodesenvolvimento de design. É através dele que buscamos de alguma forma ajudar no seu desenvolvimento pessoal.

A exploração do propósito pessoal é uma jornada única e individual, compreendemos que cada pessoa tem uma maneira distinta de se entender e de se relacionar com o mundo ao seu redor. No entanto, o autoconhecimento é frequentemente tratado de maneira serena, calma e até espiritual, o que não reflete a realidade de muitas experiências, que podem ser turbulentas e não lineares.

### Design

O que propomos é que o design não se limita ao seu uso tradicional de profissão, nesse caso torna-se uma base para a reflexão pessoal e exercício da criatividade. Acreditamos que é uma também é uma maneira de amplificar e transformar a vida pessoal, permitindo-nos construir, entender e modificar várias concepções do nosso ser.

Por isso, no Prisma, o design é tido como um processo de elaboração de soluções criativas e práticas para problemas individuais.

Temos a intenção de usar desse processo intencional e metodológico para moldar nosso cotidiano usando as ferramentas. Assim, podemos explorar novas possibilidades e caminhos.

O Conjunto Prisma busca ser intuitivo e adaptável às necessidades e especificidades que você possa ter.

**O que importa é que você esteja disposto a testá-las e ir moldando conforme sua vontade.**

Integração do Prisma em relação aos domínios e aos Design.

7

Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 73 – Página da publicação para visão geral das ferramentas e navegação a partir dos links.

**COMO EXPLORAR O PRISMA?** **O QUE É O PRISMA?** **O DESIGN DE SI** **CONJUNTO PRISMA**

## CONJUNTO PRISMA

**Como você está de tempo hoje?**

- Não tenho muito tempo!** Estou inquieto e preciso de respostas rápidas!
- Tenho tempo para refletir!** Estou mais reflexivo e posso tirar um tempo para me aprofundar no assunto!
- Tenho tempo para criar!** Sinto-me inspirado e estou com tempo para colocar a mão na massa!

Este projeto não pretende fornecer respostas definitivas, mas sim incentivar uma busca ativa e contínua por autodescoberta com o ritmo que se encaixa no seu cotidiano. O processo de entender, explorar e nos reinventarmos de maneira intencional e estratégica leva tempo, por isso as ferramentas foram subdivididas em três grupos.

Nos próximos capítulos, exploraremos cada uma dessas ferramentas em detalhe, proporcionando orientações práticas sobre como utilizá-las.

**teste aprenda repita**

15

Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 74 – Exemplo de página de apresentação de Inquieto no conjunto Prisma.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 75 – Exemplo de página de apresentação de ferramenta para Inquieto.



Fonte: Desenvolvido pela autora.



Figura 76 – Exemplo de página de como usar a ferramenta para Inquieto.

**Como usar?**

Com essa ferramenta você pode conhecer melhor a si mesmo e sua relação com o ambiente onde vive, a ideia é descobrir como suas condições internas afetam o que está fora e vice-versa.

- 1. Conheça suas forças**  
Pense nas coisas em que você é realmente bom. Quais são suas habilidades e talentos? O que você faz melhor do que outras pessoas? Escreva tudo isso - é o momento de brilhar!
- 2. Reconheça suas fraquezas**  
Todo mundo tem pontos fracos, então não se preocupe! Pense nas áreas onde você poderia melhorar. O que te desafia? Onde você sente que precisa de mais prática ou desenvolvimento? Anote essas coisas sem medo.
- 3. Descubra suas oportunidades**  
Olhe ao redor e veja o que está ao seu alcance. Existem chances de crescer na sua carreira? Oportunidades de aprendizado ou networking? Coisas novas que você quer tentar? Liste essas possibilidades emocionantes!
- 4. Identifique suas ameaças**  
Pense nos obstáculos que podem atrapalhar seus planos. Quais são os desafios externos? Existe algo que pode te impedir de alcançar seus objetivos? Reconhecer esses desafios é o primeiro passo para superá-los!

**5. Monte seu plano de ação!**  
Com sua análise pessoal em mãos, comece a planejar como você pode usar suas forças para aproveitar as oportunidades e enfrentar as ameaças. É claro, pense em maneiras de melhorar suas fraquezas!

**Formular uma pergunta para cada aspecto da sigla auxilia a visualizar esses quatro pontos para tomar decisões estratégicas.**

**Forças**  
Forças + Oportunidades (Estratégias Ofensivas)  
Aproveitar suas forças para maximizar as oportunidades.

**Fraquezas**  
Fraquezas + Ameaças (Estratégias de Mitigação)  
Reconheça fraquezas influenciadas pelas ameaças e crie planos para mitigar os riscos.

**Oportunidades**  
Fraquezas + Oportunidades (Desenvolvimento)  
Use oportunidades para minimizar suas fraquezas.

**Ameaças**  
Forças + Ameaças (Estratégias de Defesa)  
Use suas forças para neutralizar ou se proteger das ameaças.

Análise FOFA

Como usar?

23

Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 77 – Exemplo de página de modelo da ferramenta para Inquieto.

Podemos realizar cruzamentos entre os elementos para gerar estratégias que aproveitem as forças e oportunidades e minimizem fraquezas e ameaças.

**Forças**

**Fraquezas**

**Oportunidades**

**Ameaças**

Forças + Oportunidades (Estratégias Ofensivas)  
Aproveitar suas forças para maximizar as oportunidades.

Fraquezas + Ameaças (Estratégias de Mitigação)  
Reconheça fraquezas que podem ser exacerbadas pelas ameaças e crie planos para mitigar esses riscos.

Fraquezas + Oportunidades (Desenvolvimento)  
Use oportunidades para minimizar suas fraquezas.

Forças + Ameaças (Estratégias de Defesa)  
Use suas forças para neutralizar ou se proteger das ameaças.

**Com plete a ferramenta!**

Modelo e direcionamentos de uso

24

Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 78 – Exemplo de página de apresentação de ferramenta para Reflexivo.

BRIEFING + ANÁLISE DE PROBLEMA   MAPA DE EMPATIA   MES CRAI OU SCAMPER   FICHA DE RECOMENDAÇÕES

## BRIEFING + ANÁLISE DE PROBLEMA

### O que é e porque usar?

O documento pode ser comparado a um mapa que mostra o caminho que você deve seguir para alcançar o destino desejado, devendo ser abrangente para relatar informações e instruções entendíveis a fim de realizar um serviço ou atividade. Quanto mais organizado e recheado de informações relevantes, mais fácil será de direcionar o que é preciso para o seu problema.

Através da associação dessas duas ferramentas abrimos espaço para que você se aproprie do seu poder analítico. Para conseguir compreender e definir melhor o seu plano aqui, é preciso que você se questione sobre o quebra-cabeça a ser resolvido, sobre suas necessidades e, principalmente, sobre você por si só.

**Faça quantas perguntas forem necessárias de acordo com a complexidade da sua questão!**

**Questione!**  
O quê? Como? Por quê? Para quem? Onde? Quando? Como?

O Briefing é um guia claro para o desenvolvimento de soluções que descreve os objetivos, necessidades, expectativas e restrições de um projeto. Sendo usado para definir metas pessoais e explorar áreas de melhoria.

Enquanto, a Análise de Problema é uma etapa para compreender profundamente o problema que se deseja resolver, examinando suas causas e efeitos. Aplicada após o briefing, é usada para traçar planos de ação.

O que é e porque usar

34

Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 79 – Exemplo de página de como usar a ferramenta para Reflexivo.

### Como usar?

Visualizar essas informações é muito importante, por isso crie o layout do seu mapa de empatia!

Comece esboçando um círculo no centro e divida a página em seis partes: **O que eu vejo**, **O que eu ouço**, **O que eu penso e sinto**, **O que eu digo e faço**, **Dores** e **Ganhos**.

Mapa de empatia

Assista ao vídeo

Como usar?

- 1. O que eu vejo?**  
Como é o meu ambiente ao redor? O que está acontecendo ao meu redor que impacta a maneira como me sinto e ajo?  
Responda com base nas suas experiências visuais e de ambiente. Pense em sua vida familiar, ambiente de trabalho, amigos, etc.
- 2. O que eu ouço?**  
O que estou ouvindo dos outros? Que tipo de feedback, opiniões ou influências chegam a mim de forma regular? Liste tanto o que você ouve diretamente das pessoas mais próximas quanto influências indiretas, como redes sociais ou notícias.
- 3. O que eu penso e sinto?**  
Quais são os meus pensamentos e emoções mais frequentes? O que realmente está me incomodando ou motivando?  
Aqui você reflete sobre suas preocupações internas, sonhos, frustrações e medos.
- 4. O que eu digo e faço?**  
Como estou me expressando para os outros?  
Quais são meus comportamentos visíveis?  
Refleta sobre suas palavras, suas ações diárias, e como isso se alinha ou não com seus sentimentos internos.
- 5. Dores**  
Quais são minhas principais frustrações, desafios ou obstáculos? O que está me causando estresse ou sofrimento?  
Liste tudo aquilo que está pesando em você, seja no campo emocional, físico, ou mental.
- 6. Ganhos**  
O que me traz satisfação, felicidade ou realizações? O que estou buscando alcançar?  
Pense em seus desejos, metas e fontes de motivação que carregam significado.

**Análise as Conexões**  
Após preencher todas as seções, observe como as diferentes áreas se conectam. Como o que você ouve afeta o que você pensa e sente? Suas dores estão relacionadas ao que você vê ou ouve? Identifique padrões ou contrastes entre o que você pensa, sente, faz e como isso se alinha ou entra em conflito.

**Reflexão e Ação**  
Agora que você tem uma visão mais clara de si mesmo, reflita sobre o que você pode fazer para melhorar seu bem-estar. Quais áreas posso trabalhar para sentir mais alinhamento e equilíbrio? Use as informações do mapa para tomar decisões práticas.

**Revisite Regularmente**  
O mapa não é estático. Ao longo do tempo, suas percepções e sentimentos podem mudar. Revisite esse exercício periodicamente para ver como você está evoluindo e onde novas áreas de crescimento podem surgir.

39

Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 80 – Página da lista de recomendações de Reflexivo.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 81 – Página de abertura para o capítulo Inspirado.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 82 – Exemplo de página de apresentação de ferramenta para Inspirado.

DIAGRAMA DE ISHIKAWA   MAPA MENTAL + CONCEITUAL   PAINEL SEMÂNTICO + VISUAL   FICHA DE RECOMENDAÇÕES

## DIAGRAMA DE ISHIKAWA

### O que é e porque usar?

Uma ferramenta em formato de espinha de peixe que no design tem por finalidade sintetizar as informações pertinentes ao projeto e resolver problemas.

Formato de espinha de peixe parece algo um pouco esquisito, né? Sabemos. Mas calma tem um motivo para isso, pois o formato permite uma visualização hierárquica para identificar, organizar e analisar as possíveis causas de um problema ou efeito específico.

A ferramenta também é conhecida como **diagrama de causa e efeito**, e para seu autoconhecimento você pode pensar em coisas que precisa melhorar ou resolver na sua vida no momento em ordem de prioridade.

Use o Diagrama de Ishikawa quando você precisar:

- Identificar causas de problemas complexos de forma organizada.
- Analisar processos para identificar pontos de melhoria.

Visualizar as relações entre causas e seus efeitos.

Trabalhar colaborativamente com uma equipe para mapear todas as causas possíveis de um problema.

### Quando posso usar essa ferramenta?

- 1. Identificação de Causas de Problemas**  
Quando você tem um problema ou situação indesejada, mas não sabe exatamente o que está causando. O Diagrama de Ishikawa pode ajudar a organizar e identificar todas as causas potenciais, como falta de planejamento, falhas de comunicação, ou recursos insuficientes.
- 2. Análise de Processos**  
Para melhorar a eficiência ou qualidade de um processo temos que entender os fatores que afetam seu desempenho.
- 3. Planejamento de Soluções**  
Quando você precisa visualizar claramente todas as causas de um problema antes de criar um plano de ação, durante a fase de planejamento, o diagrama pode ser utilizado para mapear as possíveis causas de um problema, ajudando a focar nas áreas mais críticas.
- 4. Solucionar Problemas Complexos**  
Quando o problema é complexo e envolve muitas variáveis, e você precisa de uma visão estruturada para entender melhor. O diagrama pode ajudar a mapear todos os fatores sem que alguma variável fique de fora.

INSPIRADO

O que é e porque usar

46

Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 83 – Exemplo de página de como usar a ferramenta para Inspirado.

## Como usar?

Quanto mais perto da cabeça do peixe estiver essa questão, maior importância ela deve ter para você. A ferramenta também pode ser usada da perspectiva de um único problema e suas ramificações, como exemplificado melhor em vídeo.

Depois de uma listagem de questões, possíveis resoluções devem ser também listadas, assim você pode enxergá-las de forma mais simplificada.

Caso esteja se sentindo um tanto criativo e disposto no momento da aplicação, painéis também podem ser montados para cada questão representada no diagrama.

### 1. Identifique o problema principal

Primeiro, escolha um problema ou desafio pessoal que você deseja resolver. Escreva esse problema no "cabeça" do peixe. Pode ser algo como "Procrastinação", "Falta de exercício", ou "Estresse".

### 2. Determine as categorias principais

Em seguida, identifique as categorias principais que podem estar contribuindo para o problema. Pense nas áreas gerais da sua vida que podem influenciar nessa equação.

### 3. Liste as causas específicas

Sob cada categoria, identifique causas específicas que contribuem para o problema. Pergunte a si mesmo "por que?" várias vezes para analisar todos os aspectos da situação.

### 4. Visualize no diagrama

Desenhe uma espinha de peixe com o problema principal na cabeça e as categorias principais como "ossos" maiores que se ramificam da espinha central. Sob cada osso maior, adicione pequenos ossos para cada causa específica que você identificou.

### 5. Analise e priorize

Examine o diagrama completo e identifique quais causas parecem ter o maior impacto no problema principal. Priorize as causas que você deseja abordar primeiro.

### 6. Crie um plano de ação

Desenvolva estratégias específicas para lidar com as causas prioritárias. Por exemplo, se "Espaço desorganizado" é uma causa principal, você pode criar um plano para organizar seu espaço de trabalho ou "Falta de planejamento", você pode começar a usar uma agenda ou planner. E por aí vai, podemos elaborar esse plano e combiná-lo com outros que forem surgindo.

Diagrama de Ishikawa

Como usar?

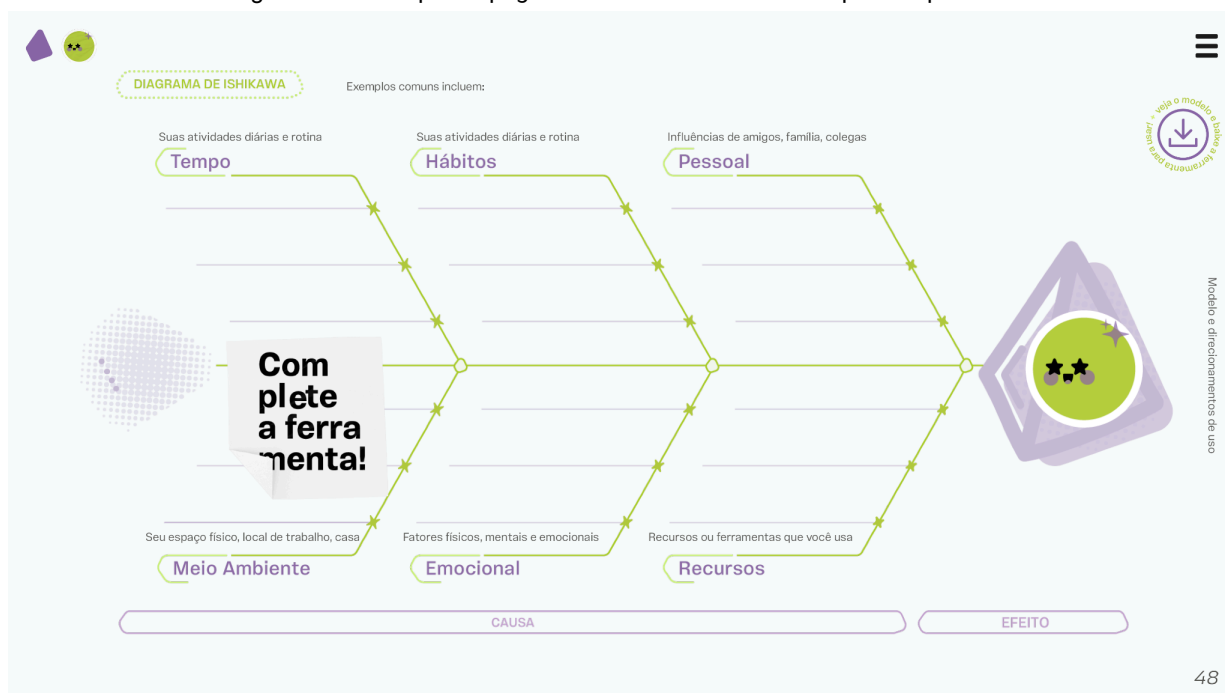
regista ao utilizar esta ferramenta

CAUSA   EFEITO

47

Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 84 – Exemplo de página de modelo da ferramenta para Inspirado.



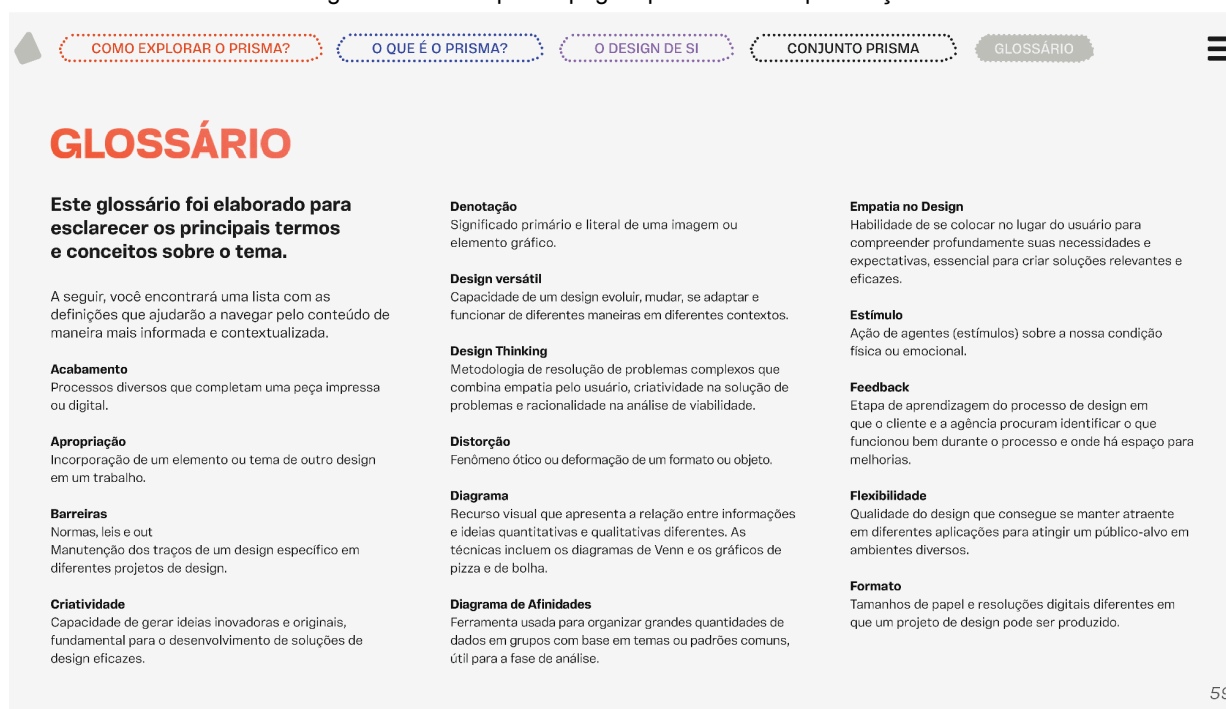
Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 85 – Fechamento dos capítulos principais.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 86 – Exemplo de página pós-textual da publicação.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

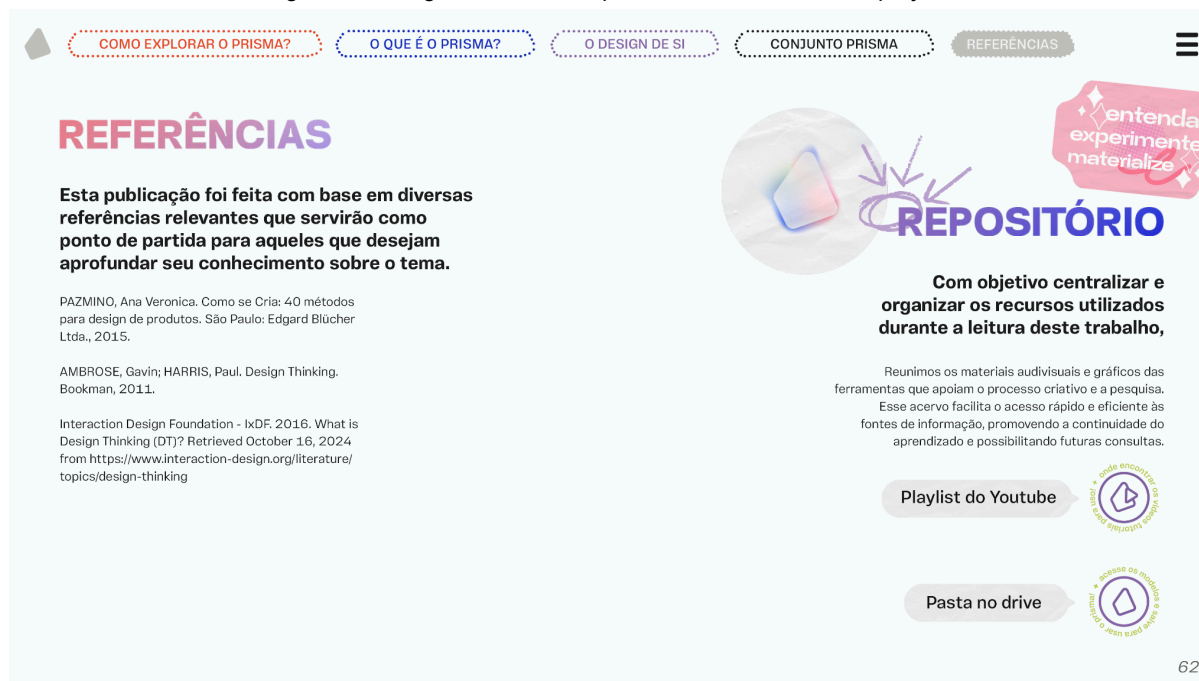
## 7. MATERIAIS COMPLEMENTARES

### 7.1. Pasta compartilhada do projeto

#### Modelos das ferramentas

Os modelos para uso foram desenvolvidos em documentos separados com o auxílio da ferramenta Adobe Illustrator. Foram criados tanto os arquivos destinados à disponibilização na web, com o fechamento de arquivo voltado para otimização em ambiente digital, quanto os arquivos para impressão, que foram preparados com as especificações necessárias para este fim.

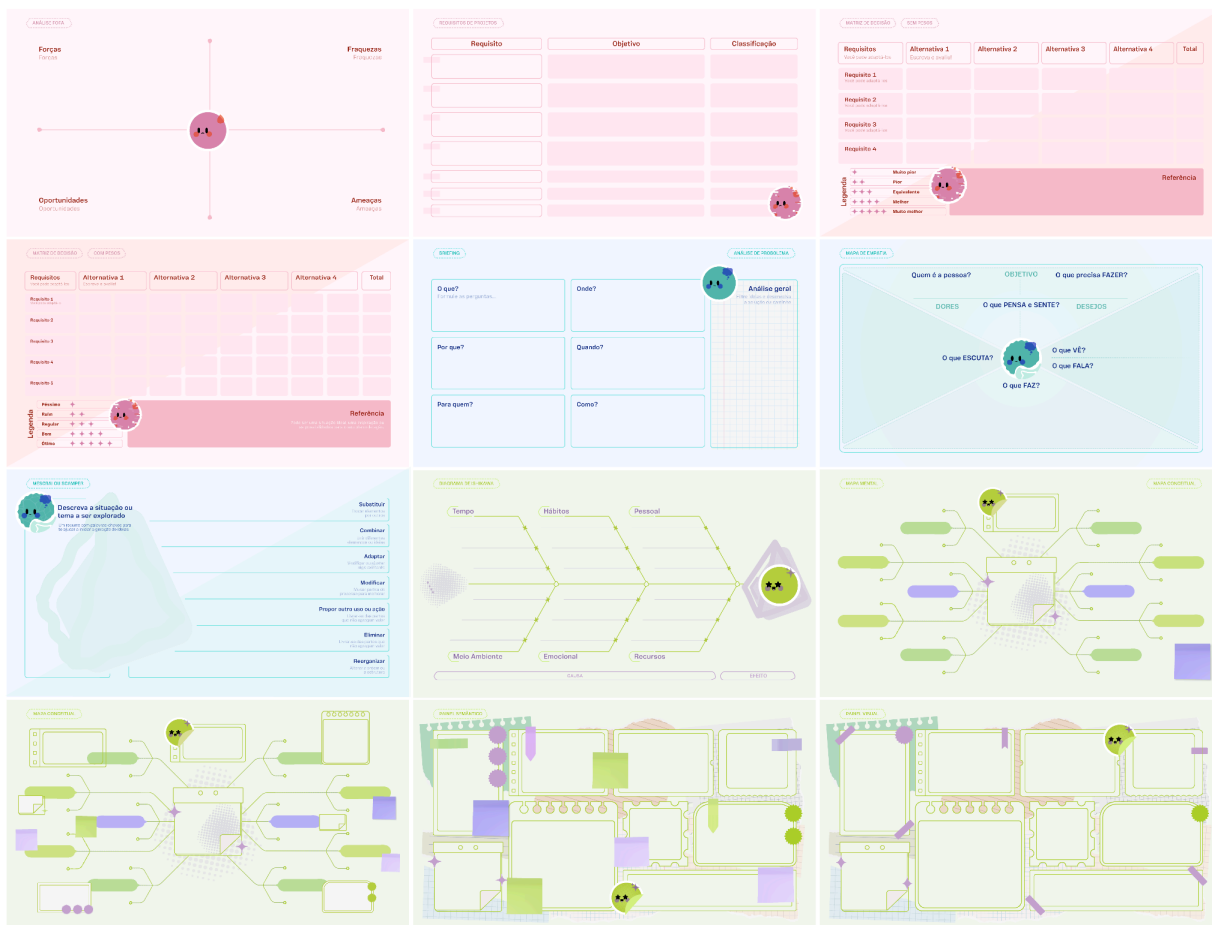
Figura 87 – Página 58 com o repositório e referências do projeto.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

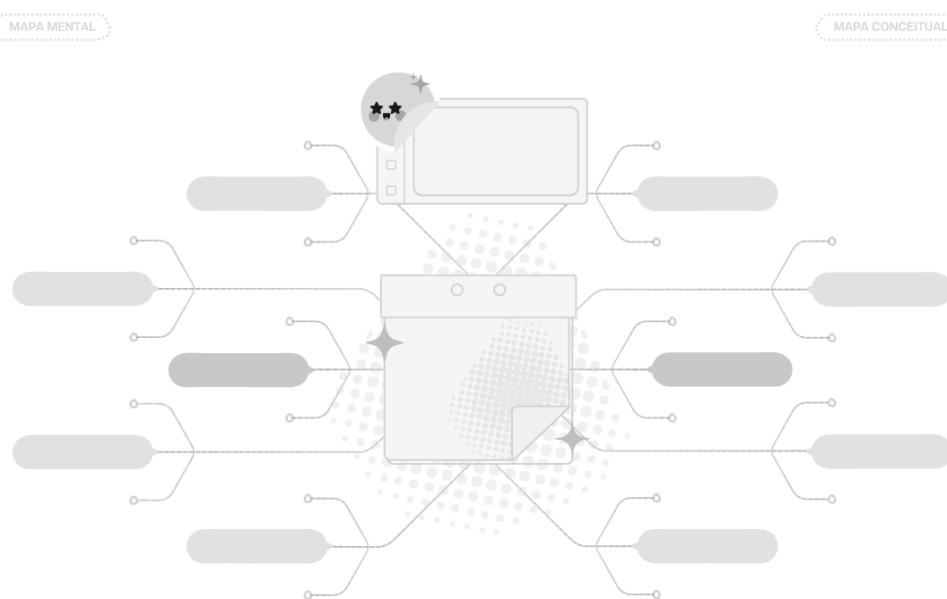
Esses arquivos voltados para impressão foram compartilhados na pasta do projeto indicada na publicação, na qual estão disponibilizados os arquivos coloridos em CMYK para impressão e em escala de cinza, com o objetivo de otimizar o processo de impressão, garantindo melhor compatibilidade e qualidade final. Além disso, foram adaptadas para o tamanho A3, o qual permite que o leitor utilize as ferramentas e visualize as informações a serem preenchidas com mais praticidade.

Figura 88 – Templates para uso digital em tamanho de 1080 x 1920 pixels.



Fonte: Desenvolvido pela autora.

Figura 89 – Modelo do diagrama de Ishikawa adaptado para impressão A3.





## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Refletindo sobre os resultados alcançados, a autora percebeu como esse processo foi fundamental para seu desenvolvimento pessoal. Foi possível explorar, ainda que de maneira limitada, conhecimentos além da área de design, impulsionada pelo desejo de entender e projetar a multidisciplinaridade da ideia em conjunto com a colega Daniele de Castro.

Os objetivos e requisitos principais foram cumpridos, embora delimitá-los tenha sido desafiador, especialmente ao entender o potencial do design para impactar diretamente pessoas de fora da área e contribuir para sua valorização. O significado e a construção da narrativa foram complexos, refletindo a vontade de abraçar uma ampla gama de temas e conceitos, mas à medida que os ajustes foram sendo feitos, surgiu a tranquilidade de que o projeto alcançou sua relevância ao demonstrar a profundidade que a temática pode alcançar e a possibilidade de explorar ainda mais ferramentas no futuro.

A metodologia adotada também foi crucial, evidenciando o constante desejo por aprendizado e a capacidade de adaptar o processo criativo conforme se avançava. A dificuldade encontrou-se em detalhar como o método seria aplicado, decidindo quais etapas seriam colaborativas e quais seriam decisões individuais, buscando sempre integrar harmoniosamente o projeto audiovisual e sair da zona de conforto como designer. A atenção dedicada à adaptação do conteúdo e às conexões necessárias para engajar e ser entendido pelos leitores foi intensa, com a esperança de que o resultado final fosse utilizado como uma ferramenta de autoconhecimento acessível e descomplicada.

As orientações apresentadas no *Framebook*, foram fundamentais para a estruturação deste projeto, especialmente no que diz respeito ao planejamento e desenvolvimento pensando em integrar conceitos de design aprendidos ao longo do curso, interatividade e comunicação visual e contribuir para a criação de uma experiência mais envolvente para o usuário. Esse processo de adaptação, baseado no entendimento das orientações, permitiu incorporar as tarefas necessárias para a construção de cada eixo do projeto e adequar para uma forma ordenada nos relatos.

Além disso, o desenvolvimento da parte visual foi particularmente desafiador sem a participação contínua da coautora, dado o alto nível de expectativas e possibilidades para sua aplicação. Foi necessário projetar e organizar o conteúdo da publicação respeitando as decisões relacionadas ao audiovisual, com o compromisso de encontrar soluções que beneficiassem tanto os elementos estáticos quanto aqueles que seriam aproveitados pela parte colaborativa do projeto. O fechamento da publicação compreende a possibilidade de receber os demais vídeos do Conjunto Prisma, planejado em parceria com a finalização da parte audiovisual e demonstra a vontade de expandir os estudos realizados durante o projeto e avaliar os próximos passos para o Prisma.

Diante disso, a validação da ideia exige a realização de testes com usuários-leitores utilizando a versão da publicação com os três protótipos dos vídeos realizados por Daniele de Castro. Esses testes serão essenciais para obter feedback direto sobre a experiência de leitura e interatividade, identificar possíveis ajustes na navegação, tipografia e estrutura visual, além de

avaliar a clareza dos conteúdos apresentados. A opinião dos usuários permitirá que o projeto seja refinado, garantindo que a publicação digital atenda tanto ao propósito estabelecido e às expectativas do público quanto às necessidades de usabilidade.

## REFERÊNCIAS

ARMSTRONG, Helen. **Teoria do Design Gráfico**. São Paulo: Ubu, 2019.

CARRENHO, C. O que os livros digitais representam para o aumento da leitura? O que diz a Retratos da Leitura sobre quem lê nesse suporte?. In: FAILLA, Z. (org.). **Retratos da leitura no Brasil 4**. Rio de Janeiro: Sextante, 2016.

CASTRO, Luciano Patrício Souza de; SOUSA, Richard Perassi Luiz de. **Estruturação de Projeto Gráficos: a tipografia como base do planejamento**. Curitiba: Editora Appris, 2018.

CAMERON, Julia. **O caminho do artista: desperte o seu potencial criativo e rompa seus bloqueios**. Rio de Janeiro: Sextante, 2015. Disponível em: [https://books.google.com.br/books/about/O\\_caminho\\_do\\_artista.html?id=0E0zDwAAQBAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.br/books/about/O_caminho_do_artista.html?id=0E0zDwAAQBAJ&redir_esc=y). Acesso em: 18 out. 2023.

CONQUER BUSINESS SCHOOL. **Gestão de competências na era digital**. Disponível em: <https://www.conquerincompany.com.br/gestao-de-competencias>. Acesso em: 18 out. 2023.

CRESWELL, John Ward. **Investigação qualitativa e projeto de pesquisa: escolhendo entre cinco abordagens**. Porto Alegre: Penso, 2014.

DICK, Maurício Elias; GONÇALVES, Berenice Santos; PEREIRA, Alice Teresinha Cybis; VIEIRA, Milton Luiz Horn. **A influência dos dispositivos portáteis de leitura no design do livro digital**. In: Congress of the Iberoamerican Society of Digital Graphics, XX, Buenos Aires, 2016.

ESCOLA DO CAOS. **Catálogo do caos**. Disponível em: <https://escoladocaos.com.br/catalogo>. Acesso em: 18 out. 2023.

IDEO. **The field guide to human-centered design**. 1. ed. IDEO.org, 2015. Disponível em: <http://www.designkit.org/resources/1>. Acesso em: 19 out. 2023.

KUMAR, Vijay. **101 design methods: a structured approach for driving innovation in your organization**. Hoboken: John Wiley & Sons, 2012. Disponível em: [https://books.google.com.br/books/about/101\\_Design\\_Methods.html?id=WJQmHlsDhQUC&redir\\_esc=y](https://books.google.com.br/books/about/101_Design_Methods.html?id=WJQmHlsDhQUC&redir_esc=y). Acesso em: 16 out. 2023.

LINEHAN, Marsha M. **Treinamento de habilidades em DBT: manual de terapia comportamental dialética para o paciente**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2015.

LUPTON, Ellen. **Intuição, Ação, Criação: Graphic Design Thinking**. São Paulo: Editora G. Gili, 2013.

LUPTON, Ellen. **Type on screen: a critical guide for designers, writers, developers, and students**. New York: Princeton Architectural Press, 2014.

Meurer, M. V., & Gonçalves, B. S. (2019). **Modelo de apoio à seleção tipográfica no contexto do design editorial**. Design E Tecnologia, 9(19), 66-76. <https://doi.org/10.23972/det2019iss19pp66-76>.

JUNG, Carl Gustav. **Os arquétipos e o inconsciente coletivo**. 11. ed. Petrópolis: Vozes, 2014.

PAZMINO, Ana Veronica. **Como se Cria: 40 métodos para design de produtos**. São Paulo: Blücher, 2015. Disponível em: [https://www.blucher.com.br/como-se-cria\\_9788521207047](https://www.blucher.com.br/como-se-cria_9788521207047). Acesso em: 10 out. 2023.

PIQUEIRA, Gustavo. **Morte aos Papagaios**. Cotia: Ateliê Editorial, 2004.

SINCRONIZA EDUCAÇÃO. **Ebook ensino híbrido na prática**. 2020. Disponível em: <https://sincronizaeducacao.com.br/ebook-ensino-hibrido-na-pratica>. Acesso em: 19 out. 2023.

W3C. Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.1. 2018. Disponível em: <https://www.w3.org/TR/WCAG21/>. Acesso em: 28 jun. 2024.

WURMAN, Richard Saul. **Ansiedade de Informação: como transformar informação em compreensão**. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1991.

WURMAN, Richard Saul. **Ansiedade de Informação 2: um guia para quem comunica e dá instruções**. São Paulo: Editora de Cultura, 2005.

# APÊNDICES

## APÊNDICE 1: ROTEIRO DA ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

### ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA

#### APRESENTAÇÃO:

Olá, tudo bem?

Somos estudantes do curso de Design, me chamo Daniele, e minha colega Luana. Estamos desenvolvendo um projeto de conclusão de curso (PCC). Para melhor compreensão das necessidades do nosso público-alvo, realizamos um roteiro de entrevista que possui como objetivo entender a relação de jovens no início da vida adulta com a temática do autoconhecimento e alguns tipos de mídia específicas.

Já foi perguntado anteriormente, mas gostaríamos de pedir novamente a sua autorização para a gravação desta entrevista. Neste momento gostaríamos de reforçar o pedido, e formalizar sua autorização para gravação da entrevista. Também gostaríamos de ressaltar que a gravação será usada apenas para registro e não será divulgada.

---

#### BLOCO 1 - Dados demográficos

1. Qual seu nome e idade?
2. Qual seu gênero de identificação?
3. Onde reside atualmente? Veio de outra cidade ou região? Se sim, nos conte de onde.
4. Você está cursando alguma graduação atualmente? Se sim, qual seria ela, a instituição e o semestre em que você está?
5. Qual a sua ocupação atual? Além da graduação, você possui alguma outra ocupação?

---

#### BLOCO 2 - Familiaridade com o tema (autoconhecimento e ferramentas de design)

6. Qual sua opinião sobre testes de personalidade? Acha que pode ser útil para o autoconhecimento?
7. Você costuma dedicar algum tempo para esse tipo de teste? Se sim, você usa quanto tempo você costuma dedicar? (ex: 1 teste por semana, a cada quinze dias e etc)
8. Já consumiu algum material sobre autoconhecimento para além dos testes? Se sim, nos conte como era e em que tipo de dispositivo acessou. O que mais usa para buscar o autoconhecimento?

9. Como você chegou até esse(s) material(s)?
  10. Por que você sentiu que precisava buscar materiais sobre autoconhecimento?
  11. O que você encontrou atendeu suas expectativas? Se não atendeu, o que deixou você frustrado?
  12. Você possui alguma familiaridade com ferramentas e métodos de design como por exemplo, moodboard, brainstorming, matriz de decisão etc? Se sim, nos conte um pouco sobre.
- 

### **BLOCO 3 - Relação da pessoa com publicações digitais**

13. Com que frequência você costuma consumir publicações digitais? E quando faz, quanto tempo costuma utilizar para isso? Conte como é seu fluxo de estudo.
  14. Você consome mais publicações físicas ou digitais? Conte como são os tipos de publicação que você lê.
  15. O que você sabe sobre publicações digitais? Quais já teve contato?
  16. De que maneira você prefere realizar seus estudos sobre autoconhecimento? (De que maneira você preferiria realizar estudo sobre autoconhecimento se houvesse interesse?) Em relação a dispositivo, conteúdos textuais e modo de leitura?
  17. Quando você faz leitura de material educativo online foi possível identificar um recursos (pesquisa de texto, destaque, infográficos, entre outros) que te ajudou a ter um fluxo de estudos melhor? Ou te despertou maior interesse?
- 

### **BLOCO 4 - Relação da pessoa com vídeos educativos**

18. Você costuma consumir vídeos educativos/tutoriais online? Se sim, nos conte como eles são. Como por exemplo: vídeos-tutoriais no Youtube, vídeos curtos informativos no Tiktok ou cursos em plataformas voltadas para a educação. (caso a pessoa não citar o formato, perguntar sobre)
19. Quanto tempo da sua semana você costuma usar para consumir esse tipo de material?
20. Em média, qual a duração desse material audiovisual que você consome?
21. Que elementos presentes nesses vídeos costumam melhor te ajudar na absorção das informações?
22. O que costuma desviar sua atenção e/ou fazer você perder o interesse ao consumir esse tipo de material?
23. Sabendo o tema da entrevista e com base na nossa conversa, perguntas e respostas, você teria algo a mais para acrescentar sobre o assunto?

## **APÊNDICE 2: TRANSCRIÇÃO DA ENTREVISTA SEMIESTRUTURADA**

# APÊNDICE 3: VISÃO GERAL DOS TEMPLATES DAS FERRAMENTAS PARA O DIGITAL

The templates are organized as follows:

- Row 1:**
  - Template 1 (Top Left):** 'ANÁLISE DE REQUISITOS' (Requirements Analysis). Includes a central diagram with a hand icon and a grid for 'Requisitos' (Requirements) and 'Referência' (Reference).
  - Template 2 (Top Middle):** 'ANÁLISE DE OPORTUNIDADES' (Opportunity Analysis). Features a central diagram with a hand icon and a grid for 'Requisitos' and 'Referência'.
  - Template 3 (Top Right):** 'ANÁLISE DE RISCOS' (Risk Analysis). Includes a central diagram with a hand icon and a grid for 'Requisitos' and 'Referência'.
- Row 2:**
  - Template 4 (Middle Left):** 'ANÁLISE DE REQUISITOS' (Requirements Analysis). Features a central diagram with a hand icon and a grid for 'Requisitos' and 'Referência'.
  - Template 5 (Middle Middle):** 'ANÁLISE DE REQUISITOS' (Requirements Analysis). Includes a central diagram with a hand icon and a grid for 'Requisitos' and 'Referência'.
  - Template 6 (Middle Right):** 'ANÁLISE DE REQUISITOS' (Requirements Analysis). Features a central diagram with a hand icon and a grid for 'Requisitos' and 'Referência'.
- Row 3:**
  - Template 7 (Bottom Left):** 'ANÁLISE DE REQUISITOS' (Requirements Analysis). Includes a central diagram with a hand icon and a grid for 'Requisitos' and 'Referência'.
  - Template 8 (Bottom Middle):** 'ANÁLISE DE REQUISITOS' (Requirements Analysis). Features a central diagram with a hand icon and a grid for 'Requisitos' and 'Referência'.
  - Template 9 (Bottom Right):** 'ANÁLISE DE REQUISITOS' (Requirements Analysis). Includes a central diagram with a hand icon and a grid for 'Requisitos' and 'Referência'.