

Universidade Federal do Rio de Janeiro

Centro de Letras e Artes

Escola de Belas Artes

Monografia e Projeto de Conclusão de Curso de Graduação
em Comunicação Visual Design | 2021.1

**Na linha: uma plataforma digital para
técnicas manuais com uso de linhas**

Ana Luiza Mattos Couto de Souza

Orientadora: Fernanda de Abreu Cardoso

Ana Luiza Mattos Couto de Souza

**NA LINHA: Uma plataforma digital para
técnicas manuais com uso de linhas**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
à Escola de Belas Artes da Universidade
Federal do Rio de Janeiro, como parte dos
requisitos necessários à obtenção do grau de
bacharel em Comunicação Visual Design.

Orientadora: Fernanda de Abreu Cardoso

Rio de Janeiro


2021

Ana Luiza Mattos Couto de Souza


**NA LINHA: Uma plataforma digital para
técnicas manuais com uso de linhas**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado
à Escola de Belas Artes da Universidade
Federal do Rio de Janeiro, como parte dos
requisitos necessários à obtenção do grau de
bacharel em Comunicação Visual Design.


Aprovado em:
24/11/2021

Documento assinado digitalmente
 FERNANDA DE ABREU CARDOSO
Data: 02/12/2021 10:58:06-0300
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Fernanda de Abreu Cardoso (orientador)
CVD/EBA/Universidade Federal do Rio de Janeiro

Documento assinado digitalmente
 ELIZABETH MOTTA JACOB
Data: 02/12/2021 11:26:31-0300
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Elizabeth Motta Jacob
CVD/EBA/Universidade Federal do Rio de Janeiro

Documento assinado digitalmente
 Clorisval Gomes Pereira Junior
Data: 02/12/2021 10:28:20-0300
Verifique em <https://verificador.iti.br>

Clorisval Gomes Pereira Junior
CVD/EBA/Universidade Federal do Rio de Janeiro

Agradecimentos

Agradeço, primeiramente, a Deus, sem Ele nada seria possível. Obrigada por ser um guia e sustento durante toda a minha vida, em especial durante o tempo da graduação.

Agradeço ao corpo docente e discente por todo esse tempo de graduação. Em especial, à minha orientadora Fernanda de Abreu Cardoso, por ser tão paciente e gentil desde o primeiro encontro.

Agradeço às artesãs da minha vida, que me inspiraram, incentivaram e guiaram nos caminhos de conhecimento das técnicas artesanais. Minhas avós Euciran e Alzira (in memoriam), minha tia avó Maria Hildete (in memoriam), minhas tias Cristiane e Valéria. Obrigada por sempre me inspirarem a amar o fazer manual.

Agradeço aos meus pais, Jaqueline e Claudio, pelo suporte e amor incondicional. Por cada noite virada me ajudando, cuidando e incentivando. Ao meu irmão, Théo, por sempre estar ao meu lado e topa loucuras para os meus trabalhos.

Agradeço ao meu namorado, Guilherme, por todo o carinho e apoio, mesmo quando estava do outro lado do mundo. Obrigada por sempre estar presente e por sempre estar disposto a me ajudar.

Por fim, agradeço a todos os meus amigos, por todo companheirismo e por sempre toparem as minhas ideias malucas para os trabalhos da faculdade.

“Não to mandei eu? Sê forte e corajoso; não temas, nem te espantes, porque o Senhor, teu Deus, é contigo por onde quer que andares.” Josué 1:9

RESUMO

Este trabalho consiste na criação de uma plataforma digital em formato de site responsivo contendo tutoriais, cursos e conteúdo sobre a história de um grupo de técnicas manuais. O foco inicial é em técnicas artesanais que utilizam a linha como uma de suas matérias-primas, como o bordado, crochê e encadernação. Através de pesquisas de mercado e utilizando técnicas como questionários direcionados e jornada do usuário, o site foi projetado para alcançar pessoas de todas as idades que tenham interesse em aprender sobre uma nova arte manual ou se aprofundar em algo que já pratica e garantir uma excelente experiência do usuário. A plataforma é um espaço para reunir história, movimentos básicos de cada técnica, materiais didáticos mais completos e uma comunidade de troca entre alunos e professores, se transformando em um grande apoio tanto para iniciantes quanto para artesãs avançadas que também poderão dividir seu conhecimento.

PALAVRAS-CHAVE: Técnica artesanal, plataforma digital, aprendizado, artesanato, manual.

Sumário

1. Introdução	7
2. Contexto	9
2.1 Técnica artesanal	9
2.2 Cultura	10
2.3 Tradição familiar	11
2.4 Benefícios da prática de atividades manuais	12
3. O Projeto	14
3.1 A plataforma	14
3.2 Objetivos	14
4. Desenvolvimento	16
4.1 Experiência do usuário	16
4.1.1 Diagrama de Garrett	17
4.2 Estratégia	18
4.2.1 Questionário Online	19
4.2.2 Mapa de empatia	22
4.2.3 Personas	23
4.2.4 Análise de similares	25
4.3 Escopo	32
4.3.1 Definições de requisitos	34
4.3.2 <i>Jobs to be done</i>	35
4.4 Estrutura	36
4.4.1 Fluxograma	38
4.4.2 Jornada do usuário	38
4.4.3 <i>Job Stories</i>	41
4.5 Esqueleto	42
4.5.1 <i>Wireframe</i>	44
4.6 Superfície	46
5. Identidade Visual	49
5.1 Experimentações	49
5.2 Naming	51
5.3 Logotipo	51

5.4 Paleta de cores.....	52
5.5 Tipografia	53
5.6 Iconografia.....	53
5.7 <i>Interface</i>	54
5.8 <i>Grid</i>	55
6. Protótipo	56
7. Considerações finais.....	62
Referências.....	63
Anexos.....	65

1. Introdução

Em toda a minha vida fui cercada de artesãs, algumas assumidas e outras que faziam um pouquinho aqui e ali, não tinham uma técnica preferida onde se aprofundaram, mas sempre arrumavam um jeito de fazer algum tipo de fazer manual em seus projetos. Cresci assistindo e admirando as artes manuais em suas mais diversas formas, desde a costura até o crochê, de marcenaria até painéis de EVA, e sempre com um pouquinho do famoso espírito de faça você mesmo. Com todo esse amor familiar pelo manual, meu destino não poderia ter sido muito diferente, uma mulher que ama criar, tem como passatempo, e também como trabalho, a arte manual.

Avó costureira, bisavó costureira, tias avós costureiras, avó crocheteira, tia crocheteira, tia que faz um pouco de tudo, pai que inventa, mãe que entra em todas as aventuras manuais, prima costureira, e por aí vai. Fui criada nesse meio e ele me encanta até hoje. Além da minha história com o manual, essa história vem de muito antes, sendo o começo da humanidade, o começo desenvolvimento do fazer artesanal.

O fazer manual é algo que cresceu com a história da humanidade. Desde os tempos pré-históricos quando os seres humanos utilizavam técnicas manuais para a produção de roupas e utensílios para auxiliar no grande desafio de sobrevivência até os dias atuais, quando não somos dependentes desse tipo de processo, mas se tornou refúgio da correria do século XXI e objeto de desejo de muitos. Para onde quer que olhemos, sempre existe algum elemento manual.

Os produtos feitos à mão estão em diversas áreas do mundo, desde a vizinhança com a conhecida que repara roupas até os grandes ateliês de alta costura em Paris. No caso dos ateliês parisienses, a valorização é extrema. A marca é importante nesse jogo de valorização, mas dentro de cada marca existem as produções industriais e as manuais, sendo essas as peças mais caras e cobiçadas do mundo inteiro. Cada desenho de peça, cada corte de tecido, cada costura, cada bordado, todo o processo é valorizado como podemos ver nas campanhas de divulgação para os desfiles de alta costura na *Paris Fashion Week*. Já no caso da vizinha, que trabalha dia e noite para sustentar a família, sem nenhuma valorização do seu trabalho, ganha uma quantidade pequena de dinheiro.

Durante muitos anos o fazer a mão era a única opção da humanidade, as máquinas ainda não tinham sido inventadas e a utilização de técnicas manuais era extremamente comum, mas desde sempre com a diferenciação do banal e do exclusivo, como em peças de materiais melhores.

Temos hoje uma grande desvalorização do artesanal, do feito à mão. A maior parte das pessoas veem o artesanato como algo que qualquer um pode fazer e mesmo sendo um produto exclusivo, acha que obviamente deveria custar tão barato quanto itens de nível industrial. Porém, em meio ao caos do século XXI, o artesanato também tem servido de refúgio para muitos, e para outros significa um item de luxo, feito com muito carinho especialmente para eles. Em especial desde o último ano, quando começamos a viver uma pandemia mundial, quando fomos todos obrigados a viver dentro de nossas casas sem a possibilidade de sair. No meio de tantas horas trabalhando pelo computador, tanto medo em relação ao "inimigo invisível" e ao futuro, o fazer manual foi um momento de tranquilidade e escape da realidade.

Tendo esse momento de redescobrir o artesanal, a plataforma de ensino vem como auxílio para o aprendizado do zero até em graus mais aprofundados. A plataforma *Na Linha* é um espaço que reúne diversos aspectos das artes manuais, em especial as que envolvem linhas em seu material essencial, como a história, dicas, fóruns focados em cada técnica, encontros presenciais para trocas e *workshops*, cursos completos e passo a passos bem explicados para pessoas de todos os níveis de conhecimento, tendo apoio de vídeos, resumos e apostilas.

2. Contexto

Neste capítulo, serão abordadas questões relativas à técnica artesanal, explicitando a sua origem etimológica, os benefícios ligados à sua prática, bem como o seu relacionamento com a cultura local e o modo pelo qual tal técnica pertence às tradições familiares.

2.1 Técnica artesanal

Em primeiro lugar, vale ressaltar a gênese etimológica de alguns termos essenciais para este trabalho. Em consulta ao dicionário Michaelis Online¹, verifica-se que a palavra “técnica” consiste um “conjunto dos métodos e pormenores práticos essenciais à execução de uma arte ou profissão”; já a palavra “artesanal” quer significar “feito pelos processos tradicionais, individuais e manuais, em oposição à produção industrial”. Logo, tem-se que a expressão técnica artesanal é resultado da junção das referidas definições, traduzindo-se como o “conjunto de métodos práticos essenciais à execução de uma arte feita por processos tradicionais, individuais e manuais.”

Ainda consultando o supracitado glossário online, verifica-se que o vocábulo “artesanato” tem origem na palavra latina “ars”, idêntico embrião da palavra “arte”. Assim, artesanato é definido como “arte e técnica do trabalho manual realizado por um artesão; método de trabalho do artesão que alia utilitarismo à arte.” Dessa forma, entende-se que o artesanato é um tipo de arte, assim como cada produto produzido por meio da utilização de técnicas artesanais.

Aquele que domina tal arte e produz essas técnicas é chamado artesão que, por definição extraída da mesma fonte lexical, é o “indivíduo que produz, por prazer artístico ou profissionalmente, trabalho que depende de habilidade manual.”

Todas as expressões expostas são de extrema importância, exatamente por serem conceitos-chave para este projeto, uma vez que são carregadas de significados que regem o trabalho artesanal e a sua dinâmica.

¹ Definições disponíveis em <https://michaelis.uol.com.br/>. Acesso em: 7 de setembro de 2021.

2.2 Cultura

O artesanato existe como expressão cultural, já que ele representa as características locais combinadas com o toque pessoal do artesão. Com o avanço dos meios industriais e digitais, verifica-se uma desvalorização do que é artesanal, assim como de toda a riqueza única da expressão cultural que esta arte carrega consigo.

Ao visitar pequenas localidades de forte tradição turística, é comum se deparar com a comercialização em massa de diversos objetos que traduzem a identidade do lugar, “souvenirs” que, na maioria das vezes, apresentam sua origem no próprio artesanato local. Essa produção em larga escala acaba por esvaziar o cunho manual do trabalho, uma vez que se apresentam produtos cada vez mais “perfeitos”, trazendo malefícios para o meio artesanal e para os artesãos.

Com suas técnicas antigas, passadas de geração em geração, ou até resgatadas a partir de pesquisas de órgãos dedicados à cultura, o artesanato verdadeiramente carrega uma identidade cultural local. Em cada comunidade, o artesanato se transforma ao longo do tempo, conforme as vivências, crenças e valores das pessoas que ali estabeleceram sua morada. Além dessas modificações produzidas a partir do desenvolvimento da cultura local, também é importante lembrar que o artesanato é pessoal, ou seja, cada peça traz consigo um pouco do seu artesão.

Quando se fala em técnicas artesanais - mesmo quando o objetivo é a aferição de lucro - não há espaço para possíveis alegações de perda de identidade, tendo em vista cada peça ser única, criada pelas mãos do próprio artesão, e pensada individualmente. Até mesmo em produções maiores, a individualidade da peça persiste, já que eventuais erros, desvios e marcas passam a fazer parte da identidade da peça produzida. Cada movimento, mesmo que milimetricamente calculado, nunca é exatamente igual e, por isso, faz com que cada peça seja sempre única.

Acrescenta-se que, em técnicas artesanais, cada produto é feito com esmero - cada movimento, cada ponto, cada toque. Existe uma busca eterna pela perfeição encontrada na imperfeição; esta é a individualidade do artesanal. Mesmo que atualmente a concepção de perfeição por consumidores seja a de produtos totalmente idênticos e dentro de um padrão universal, ainda há pessoas que entendem o valor da imperfeição e do feito à mão com amor e carinho pelos profissionais do artesanato.

“No universo do design industrial, a criação de um objeto vai da configuração mental da peça à sua execução real; no universo popular, o processo é similar por ter a mesma intencionalidade, ao considerar as propriedades do material, os limites da técnica, a sugestão econômica e aspectos culturais; mas também é um processo inverso por partir de um pensar distinto.” (LEAL, 2002 apud SILVA et al, 2006, p4)

2.3 Tradição familiar

Antigamente, havia a tradição de as mulheres aprenderem técnicas artesanais - como o bordado - a fim de que fossem capazes de, por si mesmas, produzirem seus enxovais. Com isso, muitas (hoje) senhoras, aprenderam na juventude sobre técnicas manuais e algumas foram se aperfeiçoando com o tempo, tendo elas se transformado em grandes artesãs.

Atualmente, não existe mais essa tradição de ensinar jovens mulheres a praticarem trabalhos manuais, mas, de todo modo, muitas mulheres ainda aprendem com suas mães e avós sobre técnicas artesanais, por vezes para aprender algo novo ou para passar mais tempo com uma mulher importante da sua vida. De modo a demonstrar este fato, foi realizado um questionário para este projeto, apresentando como resultado que, das 185 pessoas questionadas, 69 afirmaram que aprenderam técnicas artesanais com seus familiares (um total de 37,2%).

Muitas delas afirmaram que a arte manual é um modo de resgatar lembranças de suas avós e que por isso continuam praticando, até mesmo se emocionando no processo. “Arte manual é um retorno a nossa ancestralidade.” (Resposta anônima ao questionário)

O trabalho artesanal, mesmo que não com a mesma intensidade de antigamente, ainda é um legado transmitido de geração a geração, deixando marcas nas famílias que mantêm vivas essas técnicas, além de fortalecer relações, que nunca serão esquecidas, já que perpetuadas no resultado cada peça produzida.

Como você aprendeu a técnica manual que você pratica?

185 respostas

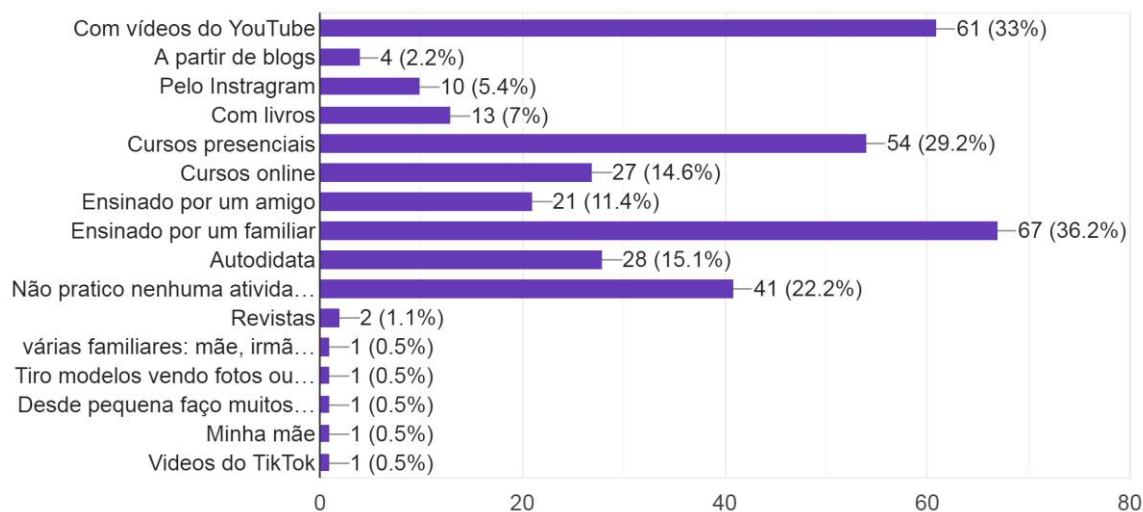


Gráfico 1: Resposta à pergunta: “Como você aprendeu a técnica manual que você pratica?”

2.4 Benefícios da prática de atividades manuais

"O trabalho manual ajuda a limpar a mente, concentrar e acalmar." (Resposta anônima ao questionário online)

Quando o assunto é trabalho artesanal, é comum vir à mente a lembrança de idosos; a prática de trabalhos manuais é muito comum entre os indivíduos de terceira idade, exatamente por ser extremamente benéfica para a saúde e bem-estar de todos, mas, em especial, dos idosos.

Com o chegar da idade mais avançada, as pessoas vão perdendo habilidades e muitas vezes se sentem incapazes de produzir qualquer coisa. O artesanato vem quebrando esses padrões e é muito utilizado como arte terapia, melhorando diversos fatores das vidas dos que o praticam.

A arte salva o homem da banalidade do dia a dia. Através dela o indivíduo pode dar à sua vida um contexto maior, alterando-lhe o ângulo de visão. A arte possui a virtude de aliviar o ser humano, e conseqüentemente toda a vida deste planeta, da violência, da insensibilidade, do absurdo, da loucura e da miséria em suas mais

diversas e variadas formas. Ela é capaz de unir forças opostas dentro da personalidade bem como favorecer a reconciliação das necessidades do homem com o mundo externo. Daí sua função tão importante e essencial para o desenvolvimento humano” (ANDRADE, 2000, apud DIAS, 2019, p.20)

Segundo diversos relatos e estudos, a experiência com idosos é especialmente satisfatória, já que os trabalhos manuais desenvolvem suas habilidades sociais, sua criatividade, sua coordenação motora e, até mesmo, o autoconhecimento, sendo uma experiência verdadeiramente transformadora. Em 2017, foi feito um relato de experiência com um grupo de artesanato para idosos que fazia parte do projeto “Envelhecer com Arte e Saúde”, estratégia de um município da Fronteira Oeste do Rio Grande do Sul, na área de saúde da família. O grupo foi acompanhado por diversos meses e notou-se a diferença explícita na vida dos participantes. Os participantes desenvolveram diversas habilidades manuais - e não só artesanais - devido ao trabalho com a coordenação motora, tendo sido verificada melhora em seu convívio social e até mesmo no que tange à autoimagem dos idosos.

Mesmo sendo muito utilizado para idosos, a arte terapia com utilização do artesanato não é exclusividade desse grupo. Segundo a experiência no “Projeto Arte e Saúde”, o trabalho com arte terapia pode beneficiar diversas faixas-etárias, como no caso do grupo “Amigos da Arte”, no qual os participantes tinham entre 20 e 54 anos. Nesse caso, o foco era tratar a saúde mental dos envolvidos e a prioridade para ingresso na turma era de pessoas com apreço pela arte e com transtornos mentais graves. Esse projeto foi desenvolvido no Centro de Atenção Psicossocial (CAPS) da Secretaria Executiva Regional III, órgão da Prefeitura Municipal de Fortaleza, que funciona em conjunto com a Universidade Federal do Ceará (UFC). A duração do projeto se estendeu pelo resultado extremamente benéfico para a saúde mental dos participantes, uma vez que foi minimizado o seu sofrimento mental.

Promovendo interação social e descontração, além de todos os demais fatores benéficos do artesanato, nota-se o extraordinário resultado da sua prática em suas mais diversas facetas, beneficiando pessoas das mais variadas as idades.

3. O Projeto

3.1 A plataforma

A plataforma será um local de aprendizado das artes manuais, em especial as que envolvem linhas, tendo como ponto de partida as seguintes técnicas: bordado, encadernação, crochê, tricô e macramê.

O projeto surgiu da necessidade de acessar diferentes categorias de materiais sobre artesanato em um mesmo local. Atualmente todos os serviços de aprendizado *online* sobre técnicas manuais têm, em geral, cursos longos sobre um produto específico onde são pontuadas diversas técnicas ao longo do percurso. Em canais do *YouTube* existem aulas sobre produtos e também sobre pontos e técnicas menores disponíveis, mas a busca poderia melhorar muito, considerando que esse não é um site feito para essa categoria de ensino.

Com o objetivo, então, de juntar grandes aulas sobre produtos e também miniaulas sobre técnicas de cada técnica artesanal, surge a plataforma *Na Linha*. Com a grande vantagem de ser um local totalmente pensado e preparado para o melhor aprendizado de técnicas artesanais, desde os princípios básicos até grandes peças. A plataforma também integra alunos e professores de diversas localidades para trocas em encontros presenciais e fóruns *online* sobre cada categoria de artesanato.

A plataforma funcionará a partir de um sistema de pagamento mensal para manter os custos, como a produção de conteúdo, professores e manutenção do site. Durante o processo de produção do trabalho, não foi feito o cálculo desse preço, então o valor utilizado é aproximado.

3.2 Objetivos

O projeto tem três objetivos principais:

- Aprendizado

O objetivo central da plataforma é a disseminação de conhecimentos fáceis e de qualidade para a sociedade sobre as técnicas artesanais com utilização de linhas. Tendo

uma grande variedade de materiais sobre os cinco temas do site, o objetivo é que cada vez mais pessoas tenham acesso a conteúdo de qualidade sobre os temas e possam desenvolver suas habilidades manuais, tendo ainda os benefícios que a prática das atividades proporcionam.

- Troca

Com fóruns temáticos abertos 24h, todos podem ajudar e ser ajudados. Além dos encontros presenciais planejados pela plataforma e sugeridos pelas próprias alunas. A troca entre aluno é essencial, as relações pessoais que serão criadas e desenvolvidas através dos fóruns onde os próprios usuários terão a oportunidade de se ajudar. Em complemento serão sugeridos encontros presenciais e online periódicos onde os alunos poderão se conhecer melhor e praticar as técnicas manuais em conjunto.

- União

Como uma família que “pega na mão do outro e leva junto” ao objetivo final. Ninguém será deixado, todos caminham para frente e se ajudam conforme as possibilidades. A partir da troca entre alunos, o espírito de coletividade aflora em cada um. Esse incentivo ajuda aos usuários a não desistirem do seu aprendizado e os leva a concluir seu aprendizado no curso que mais lhe agrada.

4. Desenvolvimento

Neste capítulo serão tratadas as questões por detrás da pesquisa, desde sua base teórica até a explanação das técnicas postas em prática durante a execução do projeto para um melhor resultado da plataforma Na Linha. O capítulo foi dividido em seis partes, uma sendo uma introdução a experiência do usuário, às cinco partes restantes são relacionadas às cinco camadas, propostas por Jesse James Garrett², que subdividem o design de experiência do usuário.

4.1 Experiência do usuário

Muito comentada em meios tecnológicos, em especial em criações de sites e aplicativos, a experiência do usuário é um assunto em voga nos últimos anos. Mesmo sendo mais comumente discutida em meios de tecnologia, a experiência do usuário faz parte de qualquer produto, desde relógios até carros, passando por atendimento pessoal e mesas. Segundo Garrett, a experiência do usuário é “a experiência que o produto cria para as pessoas que o usam no mundo real.” (GARRETT, 2010, p.6)

Experiência do usuário não é sobre o trabalho interno de um produto ou serviço. Experiência do usuário é sobre como funciona do lado de fora, onde a pessoa entra em contato com isso. Quando alguém pergunta a você como é usar um produto ou serviço, ela está perguntando sobre a experiência do usuário. É difícil fazer coisas simples? É fácil de entender? Como se sente interagindo com o produto? (GARRETT, 2010, p.6)

A importância de a experiência do usuário ser considerada na criação de qualquer produto é que importa para o cliente final. Quando o usuário tenta cumprir um objetivo X com o produto, seja ele um aplicativo, um site ou um atendimento no balcão, e não consegue realizá-lo de maneira fluida ele se sente incapaz, o que não é um sentimento bom para ser atrelado ao seu produto.

² <http://www.jjg.net/ia/>, 2000.

O design de experiência vem para melhorar a vida do usuário, fazendo com que em cada processo de criação de um produto o cliente final seja considerado, quais os possíveis usos, o que ele poderia cometer de erro, como prevenir erros, como facilitar o uso, etc. Russ Unger e Carolyn Chandler definem o design de experiência do usuário como “a criação e sincronização dos elementos que afetam a experiência do usuário com uma companhia particular, com a intenção de influenciar suas percepções e comportamentos.” (UNGER e CHANDLER, 2012, P.3)

4.1.1 Diagrama de Garrett

Em 2000, Jesse James Garrett criou um diagrama (imagem 1) em que apresenta às cinco camadas da construção da experiência do usuário que são: estratégia, escopo, estrutura, esqueleto e superfície. Em 2002, Garrett lançou um livro intitulado *The elements of user experience* onde explica cada plano minuciosamente. Nas próximas sessões será explicada cada camada e explanadas as técnicas utilizadas para esse projeto que cabem a cada plano.

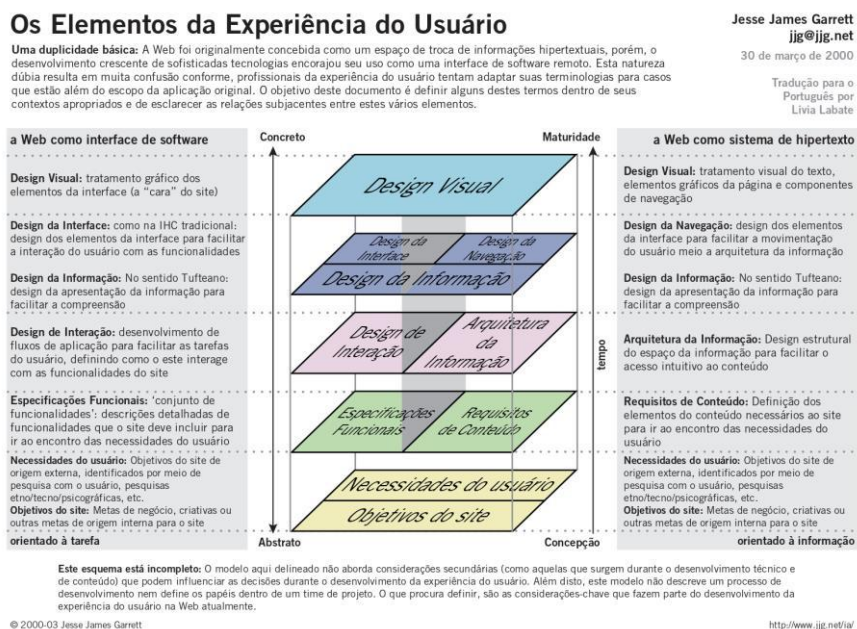


Imagem 1: Diagrama projetado por Jesse James Garrett. Disponível em: <http://www.jgg.net/ia/>.

Consultado em: 15 de abril de 2021.

4.2 Estratégia

Como primeiro plano temos a estratégia, sendo a base de todo o processo de design de experiência do usuário. Nessa camada os pontos principais são a definição das necessidades do usuário e o objetivo do produto a ser criado. Tendo essas definições, temos a visão do projeto de dentro da empresa e de fora, dos usuários. “A palavra-chave aqui é ‘explícito’” (Garrett, 2010, p.37)

Nesta etapa precisamos avaliar diversos fatores, em primeiro lugar a identidade da marca, o que ela representa ou quer representar, quais os sentimentos ligados a mesma. Outro ponto importante são as métricas de sucesso, como será medido o sucesso do projeto ao final? Será a quantidade de visualizações ou a quantidade de usuários que voltam para reutilizar o produto ou até o sentimento que o cliente final tem ao completar seu caminho no produto? Todas essas métricas nos permitem entender qual é o(s) objetivo(s), como empresa, para o projeto.

Em relação ao usuário, para entender as suas necessidades são utilizadas variadas técnicas de coleta de dados. Nesse ponto diversas categorias de pesquisas são implementadas, como questionários, entrevistas, grupos de focos e cada uma dessas estratégias visam conhecer melhor quem vai interagir com o produto. A partir delas, podemos formar as personas, sendo de extrema importância para representar os usuários em grupos, e assim a equipe de design de experiência poderá pensar em cada grupo com suas particularidades e suprir suas necessidades específicas ao longo do projeto.

Nesta etapa também são definidos os *stakeholders* e seus papéis como pessoas que tomam decisões e tem poder para modificar o projeto na totalidade. No âmbito empresarial, existem diversas pessoas envolvidas tanto como “tomadores de decisões” quanto as que trabalham em cargos menores, porém tem acesso ao público e conhecem como ninguém as dores dos clientes. Este projeto não tem disponível uma equipe, então essa etapa não é desenvolvida.

Ao final dos processos da camada de estratégia temos um conjunto de informações extremamente úteis que “propõe uma análise de como esses objetivos encaixam no contexto maior da organização” (Garrett, 2010, p.53) e devem ser utilizadas durante todo o processo de construção do projeto como um guia. Também é válido

revisitá-lo durante o avanço para fazer quaisquer mudanças necessárias, pois não são dados totalmente fixos. É bom ter esse guia desde o princípio, porém muitas vezes ele não é estático e isso não é um grande problema. Pois, como Garrett diz, as camadas têm uma ordem, do mais abstrato para o mais concreto, porém todas podem ser revisitadas durante o processo e se necessário, podem ser reconsideradas e feitos ajustes para um melhor resultado.

4.2.1 Questionário Online

Como primeira estratégia de pesquisa para o projeto foi realizado um questionário *online*. O formulário foi feito utilizando a ferramenta do *Google Forms* com três sessões, a primeira onde se conhecia um pouco sobre os participantes, como sua faixa etária e se a pessoa já praticava alguma atividade manual. Na segunda etapa, é perguntado acerca de novos aprendizados com o artesanato, tanto para pessoas que nunca praticaram nenhuma técnica manual quanto com pessoas que já praticavam alguma arte manual e gostariam de aprender uma nova técnica. A terceira fase do questionário se falava sobre aprendizado à distância, sobre quais as preferências nesta área de cada participante.

Foram consultadas 185 pessoas em um intervalo de duas semanas, onde pudemos obter dados valiosos para a formação da plataforma em questão. Foi disponibilizado o questionário em diversas plataformas digitais tais como Facebook, Instagram e WhatsApp, onde voluntários responderam às questões e ao final puderam deixar um comentário sobre o tema e sobre o questionário aplicado. Os dados completos do formulário estão disponíveis no anexo.

Visando conhecer melhor o público, o início do questionário foram informações gerais como idade e gênero, onde se chega à conclusão que o público alvo do projeto são mulheres de 40 a 70 anos que já praticam alguma técnica manual e gostariam de se aprimorar a técnica já conhecida e também aprender novas atividades. Com o decorrer das respostas, foi notado que grande parte das participantes tinham conhecimento e interesse em técnicas com utilização de linhas, o foco do projeto a ser construído.

Qual a sua faixa etária?

185 responses

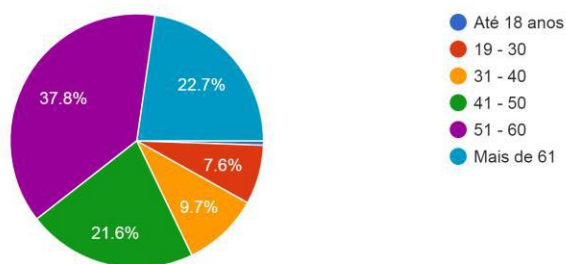


Gráfico 2: Respostas à pergunta "Qual a sua faixa etária?"

Qual o seu gênero

185 responses

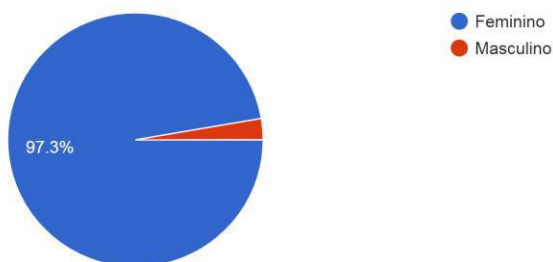


Gráfico 3: Respostas à pergunta "Qual o seu gênero?"

Você pratica alguma atividade manual?

185 responses

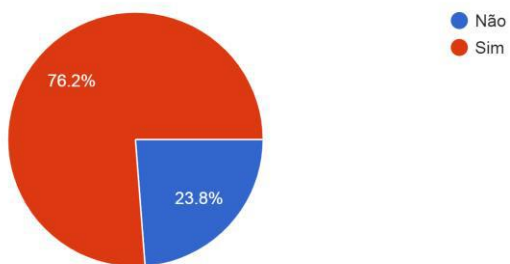


Gráfico 4: Resposta à pergunta "Você pratica alguma atividade manual?"

Se tratando de questões de aprendizado, como cada participante aprendeu a técnica já praticada e como elas mais gostam de aprender, foram obtidas diversas respostas onde foi notado que muitas aprenderam com pessoas próximas, em especial, familiares, em que foram ensinadas presencialmente e em ambiente, muitas vezes, acolhedor.

Com o avanço da tecnologia nos últimos anos, em especial no último ano, em que todos se viram obrigados a ter relações quase que estritamente digitais, a não ser por pessoas com que se dividiam a moradia, o acesso a cursos *online* aumentou exponencialmente. Em resposta ao questionário proposto as participantes deram suas opiniões sobre os diversos materiais disponíveis para aprendizado, onde foi percebido que em relação a plataformas digitais existe uma preferência por sites ao invés de aplicativos, por ter a possibilidade de abrir em diversos dispositivos. Porém, para maior inclusão, a plataforma será responsiva, o que significa que tem uma boa navegação pelo celular também, possibilitando assim que os usuários assistam às aulas de qualquer lugar e agregando os usuários com preferência para o uso de celulares. Também foi possível observar que uma plataforma com diversos materiais de diferentes categorias seria a melhor opção para alcançar o público-alvo.

Em caso de plataforma digital, qual a sua preferência para aprender novas técnicas?
185 responses

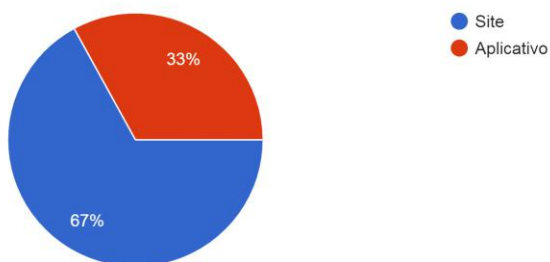


Gráfico 5: Resposta à pergunta "Em caso de plataforma digital, qual a sua preferência para aprender novas técnicas?"

4.2.2 Mapa de empatia

A segunda técnica utilizada no plano da estratégia foi o mapa de empatia, muito utilizada em métodos de *Design Thinking*. O mapa de empatia é feito da seguinte forma: um quadro dividido em seis partes, onde ao centro temos o usuário final. Cada parte da divisão do quadro é sobre um ponto diferente a ser preenchido, o que o cliente vê, o que ele ouve, o que ele fala e o que ele pensa. Além dessas quatro áreas, temos duas divisões onde se diz o quais são as dores do usuário e quais são as suas conquistas. A partir dessa ferramenta é possível sintetizar os usuários e entender melhor, ganhar empatia, com o público-alvo.

Para a utilização dessa ferramenta tem-se representada uma senhora ao centro do mapa de empatia, pois é o maior público-alvo do projeto. Então pode-se entender melhor seus pensamentos, dores, ganhos e tudo mais representado abaixo. Há então a síntese das suas necessidades e oportunidades para o projeto se desenvolver da melhor maneira possível, pensando em primeiro lugar nos seus usuários. A seguir é apresentado o mapa de empatia formulado para o projeto *Na Linha*.




Imagem 2: Mapa de empatia. Elaboração própria.

4.2.3 Personas

Como terceira técnica na camada da estratégia foi utilizada a formulação de personas. Uma ferramenta muito utilizada em *design* de experiência e *Design Thinking* que com a ajuda de questionários e entrevistas são formulados personagens fictícios que representam os usuários do produto. As personas são pensadas conforme os padrões vistos em pesquisas anteriores e servem para guiar as escolhas do projeto. Também é formulado todo um histórico pessoal para cada persona para dar vida ao personagem. Utilizando esta técnica conseguimos ter uma ideia mais palpável sobre quem seriam os usuários reais do produto, como eles reagiriam a estímulos, quais são as suas necessidades, quais são as suas preferências.

Para o projeto *Na Linha*, foram criadas três personas que foram formuladas a partir das respostas do questionário. Juntando os padrões de respostas foram elaboradas as três personas a seguir: Dona Célia Cristina, Nice Almeida e Letícia Oliveira. As três são apresentadas abaixo.



- Tem 74 anos.
- Mora sozinha em Teresópolis.
- É dona de casa e cuida dos seus netos durante o dia.
- Ama tricotar.

Célia Cristina

Sou a Dona Célia, mas na maior parte do tempo sou chamada de vovó Celinha, já que cuido dos meus 5 netos durante os dias de semana para ajudar as minhas filhas, Renata e Leila. Eu adoro a agitação que fica na casa, tudo ganha vida quando meus amados netos chegam aqui em casa.

Eu sempre fui dona de casa, cuidei das minhas meninas e da casa com muito amor e alegria, mas quando elas saíram de casa ficou aquele silêncio, sabe? Fiquei muito feliz por elas estarem crescendo na vida, mas eu acabei ficando muito sozinha, já que meu marido sempre trabalhou no escritório. Então, quando comecei a me sentir assim, uma amiga de longa data me sugeriu aprender tricô e eu achei ótimo poder aprender algo novo mesmo não sendo mais novinha. Até lembrei de quando eu era mais moça, que minha mãe me ensinou algumas coisas de tricô, mas com a correria da vida acabei deixando de lado.

Objetivos

- Continuar aprendendo sobre sua técnica manual do coração.
- Ter um momento de troca entre pessoas com o mesmo amor que ela.

Imagem 3: Persona Célia Cristina. Elaboração própria.



- Tem 52 anos.
- Mora no Méier com o marido e os dois filhos.
- É secretária administrativa de um escritório de advocacia.
- Adora crocheter.

Nice Almeida

Sou a Nice e trabalho como secretária administrativa em um escritório de advocacia no centro do Rio de Janeiro. Meu trabalho começa às 9h, então tenho que sair de casa no máximo às 8h para não chegar atrasada. Eu sempre gostei de trabalhos manuais. Fiz decoração de todas as festinhas dos meus filhos, bordei algumas toalhas para eles quando eram bebês também. Como passo bastante tempo no transporte público resolvi aprender uma técnica manual para fazer durante o tempo de ida e volta do trabalho. Escolhi o crochê, pois pensei que seria mais fácil de levar, já que seria só a linha e uma agulha, e também por não ter nada pontudo com que pudesse me machucar em possíveis freadas do ônibus. Comecei fazendo toucas para o bebê de uma amiga e logo já vieram alguns pedidos de venda. Foi um processo bem natural. Hoje eu faço peças em crochê para complementar a renda e tenho até uma página no instagram!

Objetivos

- Aprender cada vez mais sobre crochê para vender e complementar a sua renda.

Imagem 4: Persona Nice Almeida. Elaboração própria.



- Tem 40 anos.
- Mora no Catete com a filha e a cadelinha.
- É médica veterinária e tem sua própria clínica.
- Não tem muitas habilidades manuais.

Letícia Oliveira

Sou a Letícia, tenho uma filha linda de 10 anos, a Alice, e uma filha de quatro patas, a Amora. Sou médica veterinária e há 3 anos tenho a minha própria clínica, que está indo muito bem! Durante os últimos dois anos comecei a ter crises de ansiedade por isso, procurei uma psicóloga e encontrei a Dra. Mariana. Estou melhorando, andando um pouquinho todos os dias! Há um tempo ela vem me sugerindo aprender uma arte manual para ajudar no tratamento, disse que faz muito bem e que eu posso gostar. Então comecei a pesquisar algumas técnicas e achei o bordado, achei tão lindo! Não sei como vou me sair nessa aventura, mas estou muito animada com as possibilidades. Já quero aprender a fazer um quadrinho para minha filha, ela vai amar! Estou agora só em busca do material e de um bom lugar para me ensinar a bordar.

Objetivos

- Aprender a bordar para ajudar a tratar ansiedade.
- Aprender o básico da técnica manual.

Imagem 5: Persona Letícia Oliveira. Elaboração própria.

4.2.4 Análise de similares

Como última ferramenta da camada da estrutura temos a análise de similares, onde são analisados os concorrentes diretos do produto. Não foi achado nenhum concorrente que disponibilizasse a mesma categoria de materiais sobre as áreas que serão apresentadas. Foram analisados então duas plataformas digitais de ensino de diversos cursos, variando entre artesanato e odontologia na mesma plataforma. Além disso, foi analisado também um grupo que foca em uma área de ensino artesanal, o bordado.

Para as análises foi utilizado o método de análise SWOT, em português FOFA, onde são analisados os seguintes pontos: fortes, oportunidades, fracos, ameaças.

*Domestika*³

Domestika é uma plataforma de cursos online pagos com diversos focos, desde artesanato até arquitetura e animação. Em sua maioria são introdutórios e não necessitam de nenhum conhecimento prévio. Existem dois meios de utilizar a plataforma: através do seu site, focado em telas de computadores, e através do seu aplicativo, onde a experiência é otimizada para dispositivos móveis, como celulares e *tablets*. É uma marca mundial, tendo conteúdos de diversos países, com legendas disponíveis em algumas línguas. O pagamento é individual de cada curso, acontecendo promoções diariamente, como combos de 3 cursos ou promoções individuais variando os cursos diariamente.

Como vantagem, temos a variedade de temas disponíveis na plataforma, a facilidade de navegação, o acesso vitalício aos cursos comprados e a compra somente de produtos que as pessoas realmente querem usufruir. Em contraponto, temos a dificuldade de imersão total no assunto escolhido, a dificuldade de dúvidas específicas, pois só existe o conteúdo de cursos completos e não de mini tutoriais. Nesse caso sempre existe o medo de investir em um curso que seja realmente bom e que vá ajudar as necessidades dos alunos. Além disso, como podemos observar nas fotos abaixo, o mesmo curso no site tem um preço e pelo aplicativo outro preço.

³ <<https://www.domestika.org/pt>>. Acesso em: 31/03/2021

Em relação às oportunidades que a plataforma poderia ter, temos a possibilidade de dublagem dos vídeos e melhores opções de compra, como combos promocionais dentro da mesma área, não com cursos totalmente diversos, então o aluno poderá se aprofundar em uma mesma área de interesse. E sobre as ameaças que essa plataforma sofre são as reduções de preços de cursos mais específicos onde se tem uma atenção maior ao aluno e também o ensino gratuito em redes sociais.

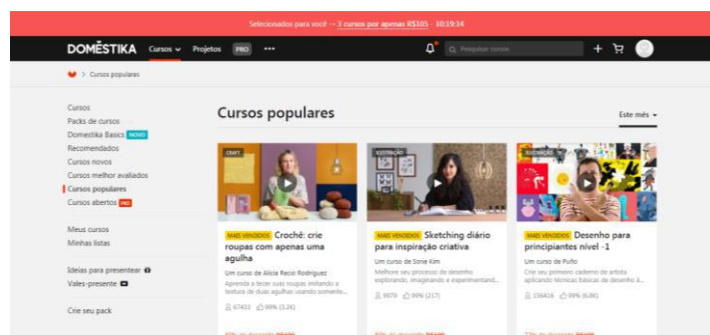
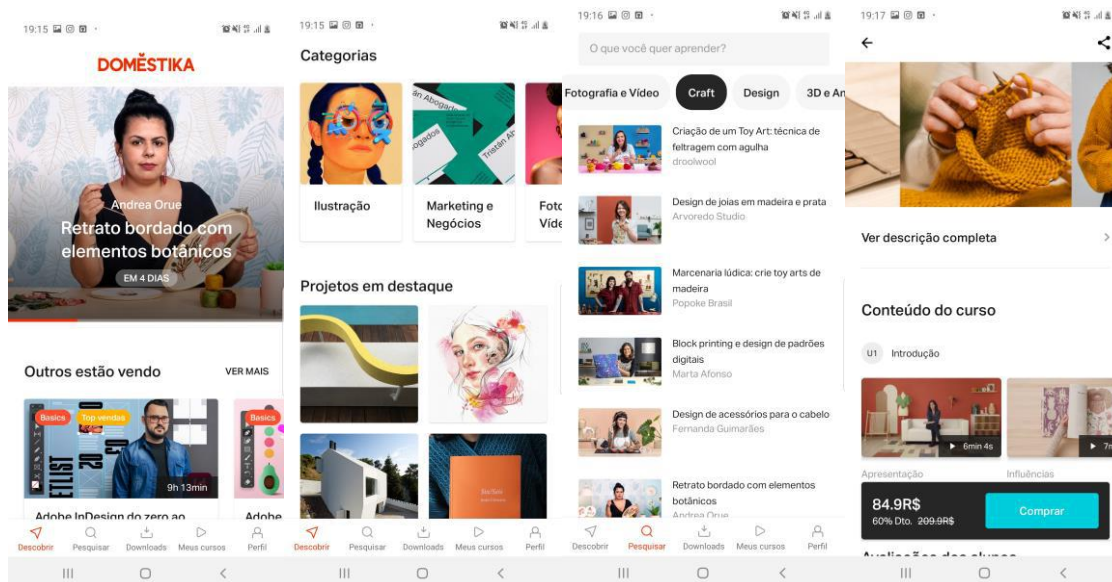


Imagem 6: Página inicial da plataforma *Domestika*. Acesso em 07/06/2021.



Imagem 7: Página de um curso da plataforma *Domestika*. Acesso em 07/06/2021.



Imagens 8, 9, 10 e 11: páginas do aplicativo da plataforma *Domestika*. Acesso em 07/06/2021.

*Eduk*⁴

A *Eduk* é uma plataforma de cursos *online* onde o modo de assinatura é mensal. Nesse modelo, o assinante paga um valor todos os meses e tem acesso ao conteúdo completo do site. Além disso, existem alguns conteúdos que são gratuitos e abertos a não assinantes. A variedade de cursos é enorme, como na *Domestika*, e temos temas como odontologia e tricô dividindo o mesmo espaço. Outro ponto a ser considerado é que a plataforma funciona por um site, no computador, e é necessário o aplicativo para ter uma boa experiência em dispositivos móveis, como *tablets* e celulares.

A vantagem da plataforma é que, com uma baixa mensalidade, os assinantes têm acesso a uma enorme gama de conteúdo, o que também pode ser ruim, pois o foco do aluno é facilmente desviado. A estética, o som e o modo de alguns cursos é um pouco incômoda, tendo aparência de materiais antigos e não atualizados.

Como oportunidades para a *Eduk* temos a melhoria na qualidade dos vídeos, a aplicação de um design mais moderno e uma melhor setorização das áreas de interesse. Algumas ameaças são as reduções de preços de cursos específicos e ensino gratuito via redes sociais, assim como a *Domestika*.

⁴ <<https://www.eduk.com.br/>>. Acesso em 07/06/2021.

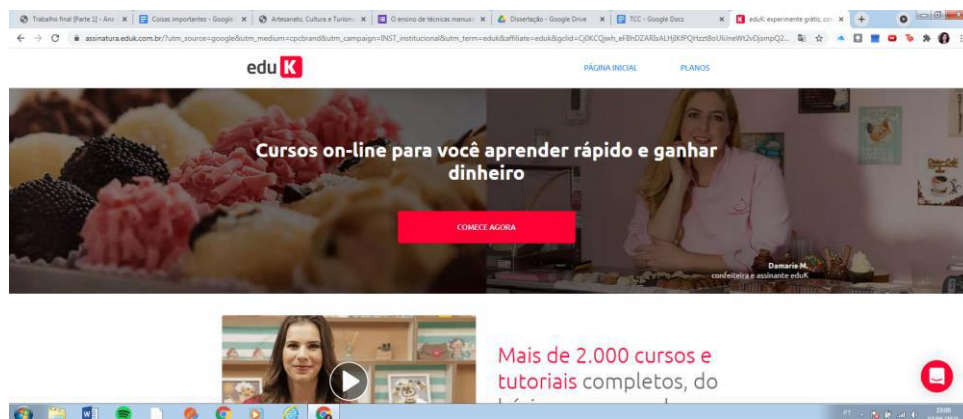


Imagem 12: página inicial da plataforma *Eduk*. Acesso em 07/06/2021.

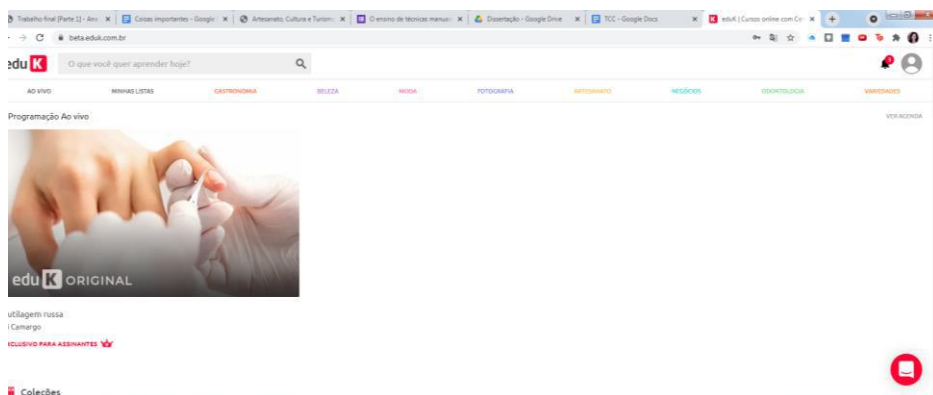


Imagem 13: página inicial da plataforma *Eduk* quando se está conectado a uma conta. Acesso em 07/06/2021.

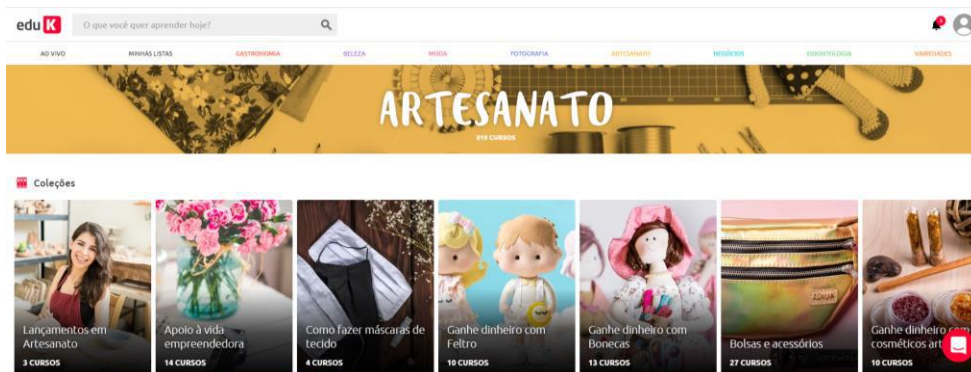


Imagem 14: página da categoria artesanato no site *Eduk*. Acesso em 07/06/2021.

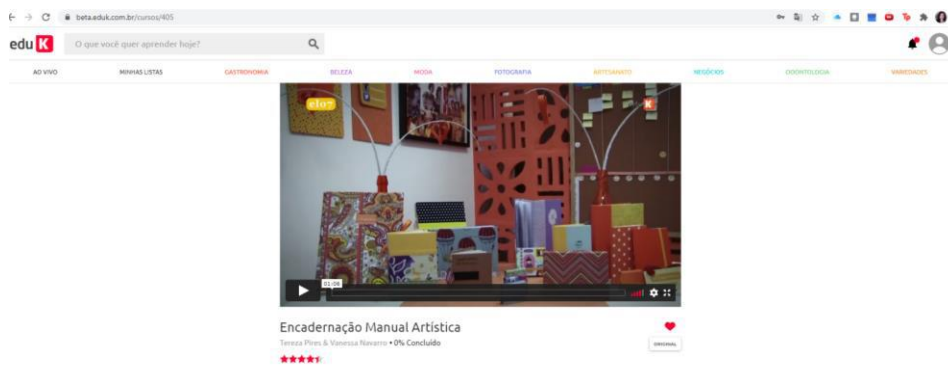


Imagem 15: página de um curso do site *Eduk*. Acesso em 07/06/2021.

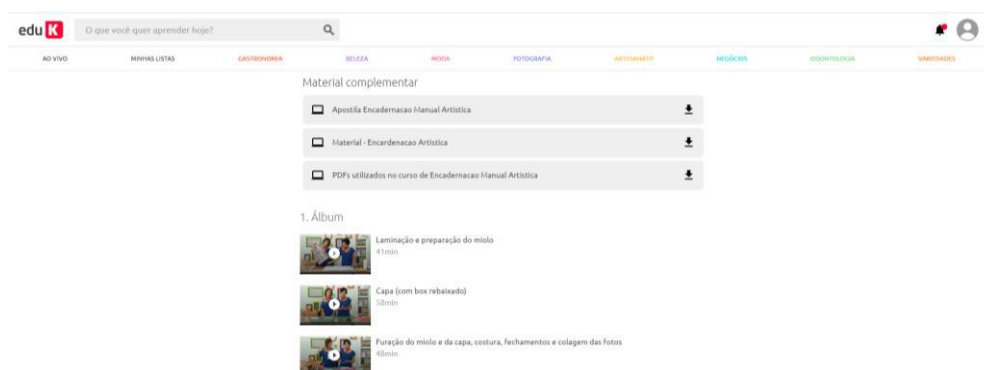
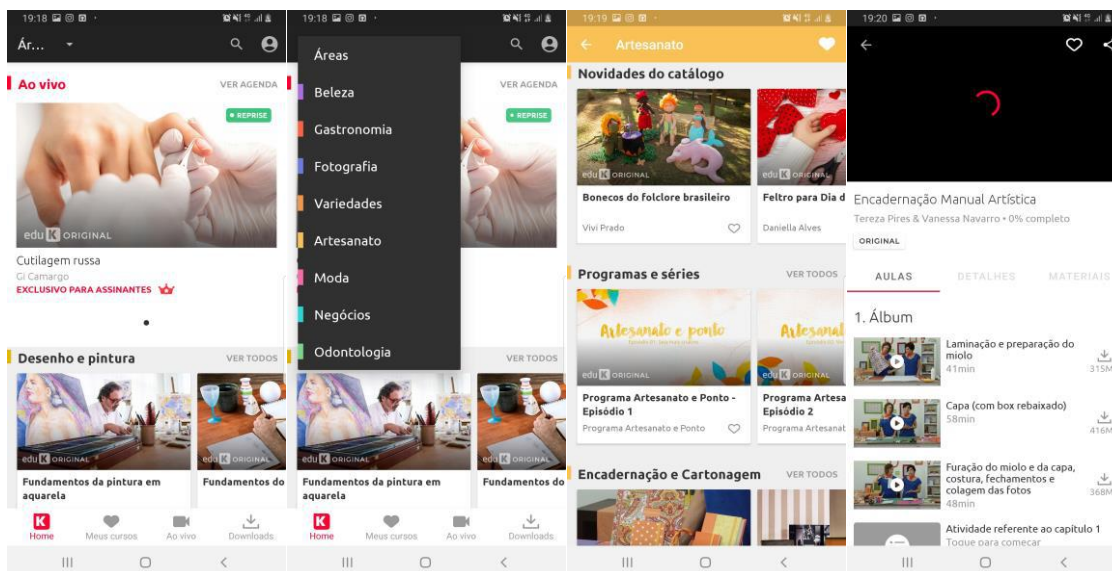
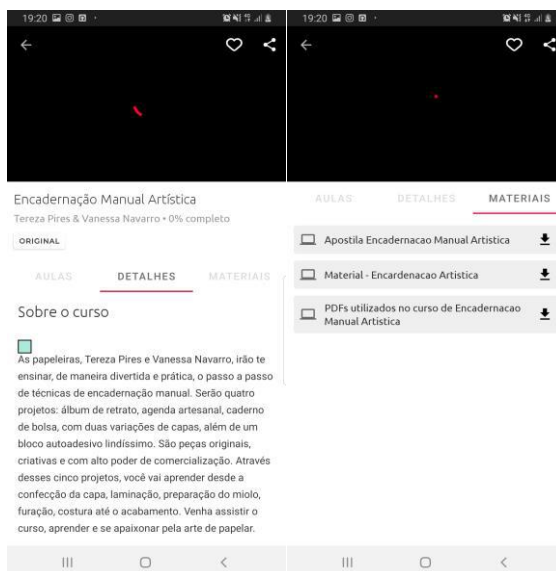


Imagem 16: página de um curso do site *Eduk*. Acesso em 07/06/2021.



Imagens 17, 18, 19 e 20: páginas do aplicativo *Eduk*. Acesso em 07/06/2021.



Imagens 21 e 22: páginas do aplicativo *Eduk*. Acesso em 07/06/2021.

*Clube do Bordado*⁵

O *Clube do Bordado* é um grupo de bordadeiras que se dispõem a passar seus conhecimentos para todos. Em seu canal no *YouTube*, existem vários tutoriais curtos e sobre pontos específicos, o que é excelente quando o aluno tem dúvida sobre um conhecimento específico, não sendo necessária a busca no meio de cursos grandes. Elas divulgam seus trabalhos no *Instagram*, onde cada dia uma das bordadeiras do clube assume os *stories* para conversar com todos os seus seguidores, o que cria um relacionamento entre as partes envolvidas. Como conteúdo pago, o *Clube do Bordado* tem uma assinatura onde, mês a mês, são disponibilizados riscos temáticos para bordar com todas as especificações. Além da assinatura, existem também os cursos pagos, como curso para iniciantes ou o curso de pintura de agulha, um método específico de bordado.

Em vantagem temos a variedade de conteúdos gratuitos e pagos que são uma excelente base para bordadeiras, a variedade de materiais sobre o mesmo assunto, o bordado, e a relação pessoal que as integrantes do *Clube do Bordado* têm com as chamadas “bordetes”, as assinantes do Clube e também com seus seguidores em redes sociais. Em contraponto, temos conteúdos distribuídos em várias plataformas diferentes

⁵ <<https://oclubedobordado.com.br/>>. Acesso em 07/06/2021.

e não centralizados, o que dificulta a busca. Outra desvantagem é o limite de tempo dado aos cursos pagos, com acesso de um ano.

Como oportunidades tem-se a adição de sessões específicas de ensino em seu site, como os tutoriais do YouTube e as sequências de stories do Instagram. Como ameaça ao *Clube do Bordado* seria a existência de um local único com toda a variedade de conteúdos disponibilizados.



Imagem 23: página inicial do site do Clube do Bordado. Acesso em 07/06/2021.

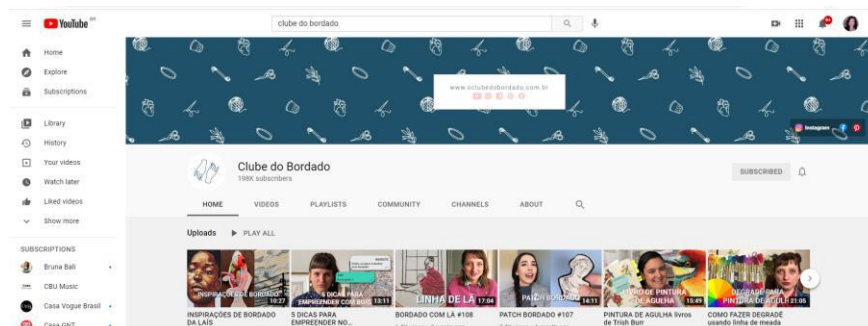
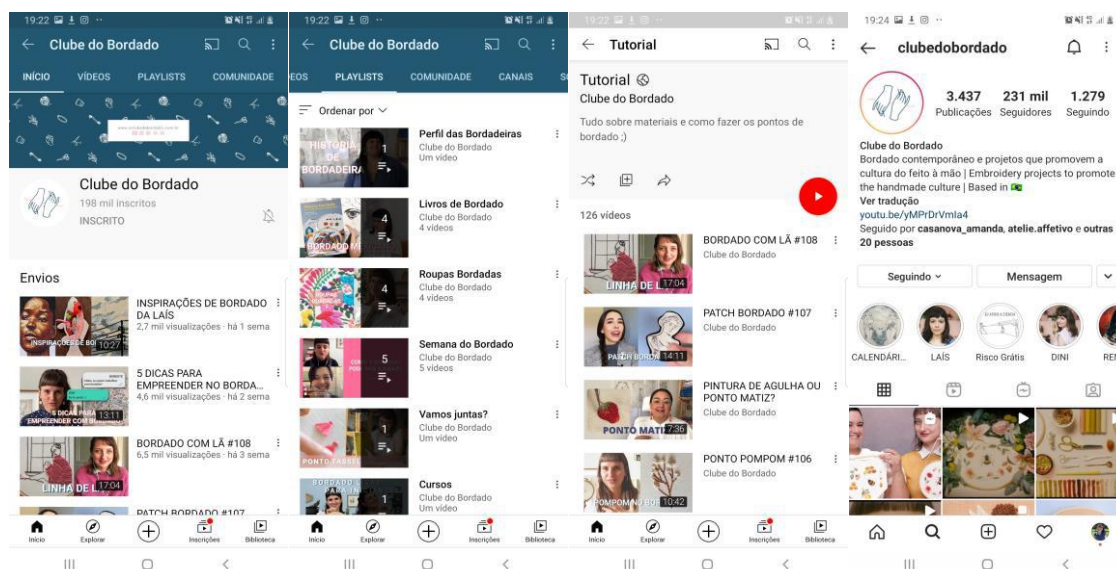


Imagem 24: página inicial do YouTube do Clube do Bordado. Acesso em 07/06/2021.



Imagem 25: vídeo tutorial do Clube do Bordado. Acesso em 07/06/2021.



Imagens 26, 27 e 28: YouTube do Clube do bordado acessados pelo celular. Acesso em 07/06/2021.

Imagem 29: Instagram do Clube do Bordado. Acesso em 07/06/2021.

4.3 Escopo

Como segunda camada do diagrama de design de experiência do usuário temos o escopo. Nessa fase são feitas as definições funcionais e de conteúdo.” A estratégia se transforma em escopo quando você traduz as necessidades do usuário e os objetivos do produto em requerimentos específicos para quais conteúdos e funcionalidades o produto irá oferecer.” (GARRETT, 2010, p.57.) Nessa sessão passamos da pergunta da estratégia de “por que estamos fazendo?” para a pergunta “o que estamos fazendo?”. Também é apresentada a divisão dos requerimentos em especificações de funcionalidade, as ferramentas, e requisitos de informação, o conteúdo.

O escopo é uma fase de extrema importância, definindo exatamente o que será feito durante o processo de produção do projeto, ele tira a ambiguidade do projeto. Com essa etapa bem definida podemos ter certeza de quando terminar a construção do produto, o que realmente é uma necessidade e o que é somente um acréscimo. Com essas definições bem claras, temos a possibilidade de dividir justa e totalmente o projeto com a equipe, todos sabem pelo que são responsáveis e não deixam requerimentos sem responsáveis. Além disso, há um limite de novas ideias durante o processo, pois surgirão

sempre novas tecnologias, mas se em todo momento for acrescentado um novo requerimento, o projeto nunca terá fim.

Os requerimentos podem ser para o produto na totalidade ou para uma ferramenta específica, podem ser feitos por usuários ou *stakeholders*, vindos das pesquisas da camada da estratégia. Há três categorias de requerimentos: as ferramentas que as pessoas pedem, as ferramentas que as pessoas pedem, mas, na verdade, não precisam (Mas ajudam a identificar a verdadeira funcionalidade necessária com a identificação do problema) e as ferramentas que ninguém sabia que precisa. “Gerar requerimentos às vezes é uma questão de achar modos de remover impedimentos.” (GARRETT, 2010, p.67.)

Alguns modos de descobrir as funcionalidades e os conteúdos ideais são a partir dos seguintes métodos: análises de cenários, análises de semelhantes, análises de competidores indiretos.

Os requerimentos funcionais muitas vezes não dão certo, por conta das mudanças do projeto durante a sua construção, ou por ser uma boa ideia, porém, na prática, não funcionar. Mas existem os requerimentos que dão certo sendo guias para o processo. “Não é sobre volume ou detalhe. É sobre clareza e precisão” (GARRETT, 2010, p.69.). Algumas regras para uma boa seleção de requerimentos são: seja positivo, seja específico e evite linguagem subjetiva.

Em relação aos requerimentos de conteúdo, temos textos, imagens, vídeos e áudios. São necessárias definições de tamanhos, extensão, frequência de atualização, etc. A área de conteúdo é um trabalho árduo, por isso a definição dos trabalhadores é de extrema importância e passar as funções também. Existem diversos momentos em que acontece uma sobrecarga nesses trabalhadores, pois há a impressão de que conteúdo nunca é demais, porém ele deve ser selecionado e caracterizado a partir do que é possível a equipe delegada produzir. Pois, um conteúdo de qualidade, porém sem atualização não faz uma boa contribuição para a experiência do usuário.

Por esses problemas citados anteriormente é necessária a priorização de requerimentos. Para isso é preciso consultar os objetivos da primeira camada, onde teremos um guia do que é essencial e o que não é para considerar. Depois desse passo podemos filtrar os requerimentos excluindo os que são impossíveis de se realizar e os

que levam tempo demais para o projeto. Como terceira etapa podemos voltar a alguns requerimentos que mesmo não fazendo conexão direta com os objetivos da primeira camada não são filtrados pela inviabilidade ou tempo e parecem ser boas ferramentas a se adicionar ao produto. Então voltamos a camada da estratégia para repensar os objetivos. Se esse passo for repetido diversas vezes é melhor prestar atenção, pois pode ser um alerta para uma passagem precipitada da camada da estratégia para a camada do escopo.

4.3.1 Definições de requisitos

A primeira ferramenta utilizada na camada do escopo é a definição de requisitos. Com essa tabela se consegue um resumo do escopo. O quadro de definição de requisitos é dividido em quatro partes, onde são descritos os desafios do projeto, as oportunidades do projeto, quem são os usuários e, finalmente, quais são os requisitos dos usuários e dos *stakeholders*.

A definição de requisitos do projeto *Na Linha* foi feita a partir dos objetivos iniciais do projeto e das respostas individuais do questionário realizado via formulário *online*, já citado anteriormente na camada da estratégia. Foi observada resposta por resposta do questionário, e com isso, chegou-se à conclusão dos seguintes requisitos demonstrados no quadro abaixo. A partir desses requisitos tem-se um guia para a construção geral da plataforma, o que deve ter de funcionalidades e como devem ser escolhidos os materiais a serem disponibilizados no site.



Imagem 30: Definição de requisitos. Elaboração própria.

4.3.2 *Jobs to be done*

Já a segunda ferramenta utilizada na segunda camada do diagrama de Garrett se chama *jobs to be done*, em tradução literal, trabalhos a serem feitos. Ela é constituída de quatro perguntas a serem respondidas a partir dos dados coletados até esse ponto. As perguntas são:

- Qual a tarefa que o usuário pretende resolver em sua vida ao usar o produto?
- Qual problema funcional ele está tentando resolver com essa tarefa?
- Qual problema emocional interno a pessoa pretende sanar?
- Qual problema emocional externo a pessoa pretende sanar?

A partir dessas perguntas é feita uma reflexão acerca de cada uma delas, dos dados coletados, dos objetivos do projeto e então elas são respondidas. Com essa ferramenta completa, tem-se mais uma parte do guia a ser consultado e baseada toda a experiência do projeto *Na Linha*.

- Qual a tarefa que o usuário pretende resolver em sua vida ao usar o produto?
R: Aprender várias técnicas manuais em um só lugar.
- Qual problema funcional ele está tentando resolver com essa tarefa?
R: Consigo avançar na minha técnica sem necessidade de busca recorrente.
- Qual problema emocional interno a pessoa pretende sanar?
R: Me sinto bem quando termino as lições, pois vejo meu avanço.
- Qual problema emocional externo a pessoa pretende sanar?
R: Fico feliz quando consigo avançar sem incomodar outras pessoas.

4.4 Estrutura

Como terceira camada do diagrama, temos a estrutura, onde o foco está no design de interação como funcionalidade e na arquitetura da informação. Em busca do material, essa etapa estrutura o abstrato em algo mais concreto, definindo os padrões de uso que serão apresentados aos usuários. “Os requisitos não descrevem como as peças se encaixam para formar um todo coeso. Esse é o próximo nível pós escopo: desenvolver uma estrutura conceitual para o site.” (GARRETT, 2010, p.79.)

Na área funcional temos o design de interação sendo o projeto de cada movimento que os usuários terão, como o site irá responder, como os usuários respondem à resposta do site e assim por diante. O melhor que pode ser feito é algo totalmente fluido, onde ambas as partes saibam qual é o próximo passo. “Design de interação se preocupa com a descrição do possível comportamento do usuário e definir como o sistema vai acomodar e responder a esse comportamento.” (GARRETT, 2010, p.81.)

Na construção dessa etapa é comum o foco em dois aspectos: o que faz e como faz, então é sugerida a solução mais eficiente para o produto. Porém, é preciso prestar atenção, pois não necessariamente o modo mais eficiente é o melhor método para os usuários em questão. Entender e projetar a melhor organização do produto tendo como ponto de vista o do usuário é o que se deve ser feito.

A partir de modelos conceituais temos a visão do usuário acerca do produto, e a partir dessa definição é importante manter o padrão para todo o projeto. As convenções

também são comumente utilizadas por serem conceitos gerais funcionando em diversas áreas e os usuários já estão familiarizados.

Um ponto de extrema importância é como o produto responde ao erro do usuário. Erros devem ser prevenidos, porém, são inevitáveis, como fazer com que não seja uma experiência difícil para ele? A função “voltar” é sempre bem-vinda e avisos tendem a ser boas ferramentas quando o erro irreparável.

Já no âmbito da informação, temos a arquitetura da informação. Sendo um “conceito novo, mas uma prática antiga”, a organização das informações para que outras pessoas possam entender faz parte da comunicação desde os seus primórdios. A arquitetura da informação guia os passos do usuário, “é mais que ajudar as pessoas a acharem o que precisam, muitas vezes é educar, informar e persuadir usuários” (GARRETT, 2010, p.89)

A arquitetura da informação pode ser abordada de duas perspectivas: de cima para baixo ou de baixo para cima. A primeira abordagem considera primariamente os objetivos do produto e as necessidades do usuário e então cria grandes categorias, a partir delas são criadas subcategorias de maneira lógica. Essa abordagem é feita a partir das considerações do plano de estratégia. Já a segunda, é feita a partir do conteúdo e dos requisitos funcionais visando aos objetivos do produto e a necessidade do usuário. Essa abordagem é feita a partir das considerações do plano do escopo, primeiramente agrupando os itens e depois classificando as categorias. Ambas têm seus pontos positivos e negativos, a primeira pode deixar algum item importante esquecido, já a segunda pode deixar a estrutura sem a flexibilidade necessária para mudanças temporais. O ideal é encontrar o meio-termo e utilizar os pontos positivos mútuos.

A unidade básica é o “nó”, que pode representar pequenos itens, como um preço, ou grandes itens, como uma biblioteca e uma página web é um grupo de “nós”. A maneira mais comum de se organizar é hierarquicamente, onde existe um “nó” que deriva todos os outros e todos os “nós” têm um “pai”, mas não necessariamente tem um “filho”. Também existem as seguintes organizações: matriz, orgânica e sequencial. Para representação pode ser utilizado um simples texto ou uma planilha, mas o mais comum é o diagrama.

Para melhor resultado da arquitetura da informação é preciso definir os princípios de organização, que é como se definem os agrupamentos de “nós”. Os princípios podem ser geográficos, cronológicos nas categorias gerais e em níveis menores são utilizadas com maior influência questões específicas relacionadas as funcionalidades do produto. Também é importante focar nas nomenclaturas e linguagem utilizadas. Com o vocabulário controlado são utilizados padrões de linguagem web universais, e também é feito a pesquisa de como o público do produto se comunica. O desafio é criar a estrutura certa para as necessidades dos usuários com consistência no conteúdo.

4.4.1 Fluxograma

A partir dos dados coletados e dos resultados das técnicas aplicadas nas duas primeiras camadas do diagrama de Garrett, estratégia e escopo, tem-se a formulação da arquitetura da informação do produto digital *Na Linha* em um fluxograma, que está representada abaixo.

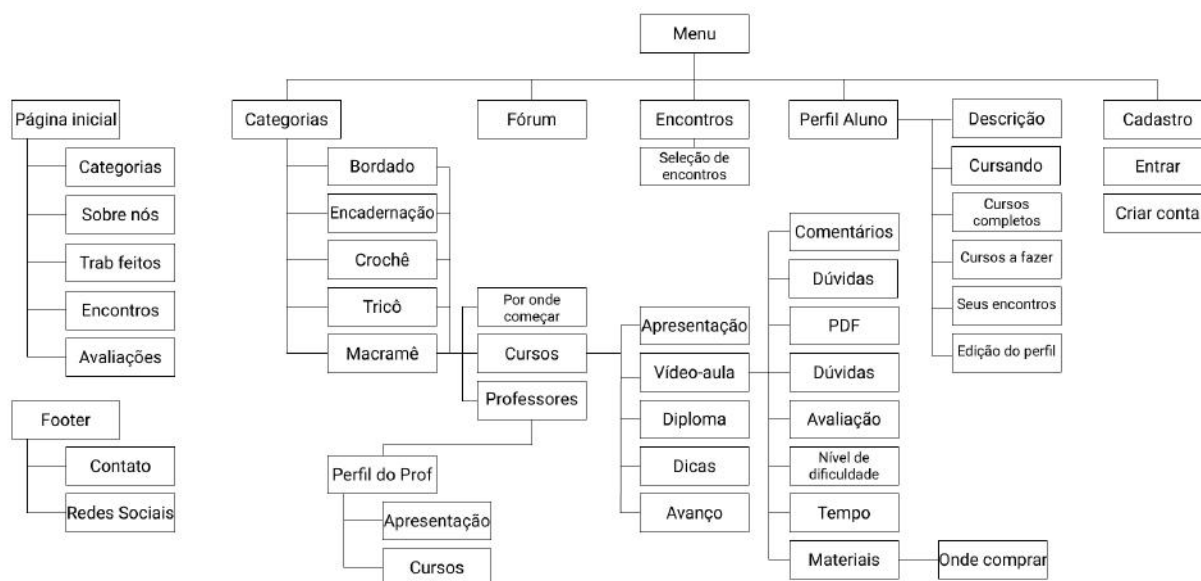


Imagem 31: Arquitetura da informação da plataforma Na Linha. Elaboração própria.

4.4.2 Jornada do usuário

Como segunda ferramenta na camada da estrutura tem-se a jornada do usuário. Nesta técnica é documentada toda a jornada de relacionamento que o usuário terá com

o produto, antes, durante e depois. É demonstrada a necessidade do produto, como o usuário encontra o mesmo, o que ele fez com o produto, o que acontece quando ele termina o que precisa fazer e também o pós-uso, como ele poderia voltar para utilizar novamente o mesmo. Em cada ponto de contato tem-se a explicação esmiuçada do passo a passo da sua jornada como cliente e com isso pode-se entender como funciona esse relacionamento, os sentimentos gerados pela interação e os sentimentos que levam a interação.

Para essa ferramenta foi utilizada a técnica dos cinco E's: *excitement*, *entry*, *engagement*, *exit* e *extension*, como pode ser descrita abaixo:

Excitement

Busca

- Sentiu a necessidade de aprender uma nova técnica manual.
- Buscou métodos de aprendizado.
- Encontrou sites de ensino de técnicas manuais.
- Se encantou pela plataforma Na Linha.

Entry

Conhecendo a plataforma

- Entrou na página inicial.
- Fez o cadastro.
- Criou sua conta.
- Escolheu uma técnica que mais lhe interessa.
- Explorou as categorias de materiais disponíveis.

Engagement

Pré-aula

- Escolheu o tipo de aula que gostaria de assistir.
- Escolheu o curso que mais lhe interessa.

Aula

- Clicou no botão de play para iniciar o vídeo introdutório.

- Olhou o restante da página como o vídeo sugere.
- Verificou os materiais necessários.
- Foi para o vídeo de ensino.
- Completou as aulas do curso.

Exit

Pós-aula

- Recebeu o certificado do curso.
- Avaliou o curso.
- Mandou uma foto do trabalho produzido no curso para a galeria de trabalhos dos alunos.
- Foi ao fórum sobre a técnica escolhida.
- Parou de usar a plataforma.

Extension

Encontros

- Foi convidada para um encontro presencial próximo a sua casa sobre a técnica manual escolhida.
- Foi e conheceu novas pessoas com esse interesse em comum.

Pílulas de conteúdo

- Identificou a necessidade de tirar uma dúvida sobre um detalhe específico.
- Entrou na área de detalhes da técnica artesanal.
- Sanou sua dúvida.
- Se interessou por uma técnica que ainda não conhecia sobre a atividade manual.
- Assistiu outro vídeo.
- Continuou a aprender com os vídeos de detalhamento.



Gráfico 6: Caminho da jornada do usuário. Elaboração própria.

4.4.3 Job Stories

Encerrando o ciclo de pesquisas, definições e ferramentas da terceira camada do diagrama de Garrett foram formulados *job stories*, em tradução literal histórias de trabalho. A partir dos *job stories* podemos entender mais sobre os usuários e suas necessidades. Essa ferramenta se deriva das personas, definidas na camada da estratégia, e a partir dos conhecimentos adquiridos nas três camadas em conjunto chegamos a frases que fazem parte do guia a ser consultado e o qual o design de experiência é totalmente baseado.

As frases têm uma formação em três partes, a primeira sendo “quando eu...” onde é inserida uma tarefa a ser feita pelo usuário, a segunda parte é “eu quero...”, onde é inserida a vontade do usuário ao realizar a tarefa, o que ele espera, e a terceira parte sendo “para que eu...”, onde é explicado o motivo da necessidade e expectativa do cliente. Ao final têm-se algumas frases guias de jornadas a serem cumpridas na plataforma. Abaixo estão demonstrados os dez *job stories* formulados.

Quando..., eu quero..., para que eu...

- Quando eu fico sozinha, eu quero aprender algo novo, para trabalhar a mente.
- Quando eu pego transporte público, eu quero produzir algo, para não ficar ociosa.
- Quando eu entrar no site, eu quero aprender a usá-lo sozinha, para não atrapalhar ninguém.
- Quando eu postar um trabalho, eu quero ser encorajado, para ficar animada para prosseguir nos estudos.

- Quando eu abrir a plataforma pelo celular, eu quero achá-lo rapidamente, para não precisar de ajuda.
- Quando eu me inscrever no encontro, eu quero ser avisada de mudanças, para eu não ir à toa.
- Quando eu entrar no site, eu quero mudar de aula rápido, para tirar minha dúvida pontual.
- Quando eu entrar no fórum, eu quero falar somente sobre a técnica manual que me interessa, para que eu não me perca.
- Quando eu terminar um curso, eu quero alguma marca de progresso, para eu saber onde parei.
- Quando eu terminar os treinos de peças dos cursos, eu quero um local para doá-las, para que eu não fique com peças acumuladas

4.5 Esqueleto

Como quarto plano do diagrama temos o esqueleto que se divide em design de interface, design de navegação e design de informação. “No plano do esqueleto, nós avançamos no refinamento da estrutura, identificando aspectos específicos da interface, navegação e informação que vão fazer a estrutura intangível concreta.”(GARRETT, 2010, p.107) No plano anterior foi definido o modo como o produto irá funcionar, neste plano será definida qual forma a funcionalidade terá, olhando para mais detalhes e como cada componente interage individualmente com outros componentes.

Na área funcional temos o design de interfaces, onde são decididos componentes visuais, como botões e campos. Já na área da informação temos o design de navegação, onde é decidido como o usuário se “movimentará” no site. E cruzando às duas áreas, temos o design de informação, com a decisão de como serão apresentadas as informações para uma comunicação efetiva. O limite entre esses três elementos não é extremamente claro, mesmo assim, é de extrema importância saber distingui-los para melhor identificação e resolução de problemas.

A quarta camada lida com projeções visuais simplificadas que farão parte do produto final, então é imprescindível pensar em hábitos e reflexos que fazem parte da vida do usuário. As convenções, como já explicadas anteriormente, são de extrema

importância e devem fazer parte do produto até onde faz sentido para o usuário, porém se for pensado um modo novo de ser visualizado um componente que é uma solução melhor para o usuário a convenção pode ser deixada de lado. “Criar uma experiência do usuário de sucesso requer ter explicitamente definidas razões para cada escolha feita.” (GARRETT, 2010, p.111) Modelos conceituais também são utilizados e nesse plano são pensadas em ferramentas similares que devem ter o funcionamento e aparência similares para facilitar a vida do usuário.

Metáforas são tentações nessa camada, mas em sua maioria dão errado, pois dependendo do contexto de cada usuário são abertas diversas interpretações e dúvidas, o que não é uma experiência agradável para o mesmo. “Usar metáforas efetivamente é somente sobre reduzir o esforço mental necessário dos usuários para aproximar-se e usar a funcionalidade do seu produto.” (GARRETT, 2010, p.113)

O design de interface representa o lado funcional do diagrama de Garrett na quarta camada e é onde é projetada a habilidade do usuário de fazer coisas no produto. Boas *interfaces* têm boa visibilidade para o que é realmente importante e o que não é tão importante é deixado de lado, às vezes nem estando presente na *interface*, esse filtro de informações é essencial. Alguns elementos padrão do design de *interfaces* são: *checkboxes*, *radio buttons*, *text fields*, *dropdown lists*, *list boxes* e *action buttons*. Cada um com sua função e adequados em momentos diferentes. “Design de *interface* é sobre selecionar os elementos corretos para a tarefa que o usuário está tentando cumprir e arrumá-los na tela de um modo que será prontamente entendido e facilmente usado.”(GARRETT, 2010, p.114.)

O design de navegação representa o lado informacional do diagrama de Garrett na quarta camada e é onde é projetada a habilidade do usuário de se locomover pelo produto. Uma boa navegação deve ter três metas: permitir que os usuários vão de um ponto a outro do site, comunicar a relação entre os elementos que contém e comunicar a relação entre o conteúdo da página que o usuário está no momento. É de extrema importância que o site comunique onde o usuário está e para onde ele pode ir a partir daquele local. Existem algumas categorias de design de navegação: global, local, suplementar, contextual, cortesia, e alguns dispositivos de navegação remota caso haja

necessidade: mapa do site e o índice. Os dois últimos são comumente utilizados quando a navegação não cumpre o seu papel e o usuário ficar perdido no site e frustrado.

O design de informação representa a junção do lado funcional e informacional do diagrama e é onde é projetada a comunicação das ideias para os usuários. Essa área também serve de base tanto para o design de interfaces quanto para o design de navegação. “Design de informação se resume em tomada de decisões sobre como apresentar informação para que as pessoas possam utilizá-la ou entendê-la mais facilmente.” (GARRETT, 2010, p.124) O modo como melhor apresentar as informações, às vezes em listas, às vezes visualmente como através de ícones.

Como representação documental desta camada temos os *wireframes*, onde a informação, navegação e interação se encontram para formar um esqueleto coeso. Os *wireframes* mostram como cada parte do esqueleto funciona em conjunto e serve de guia para a construção do design visual.

“A chave é agrupar e arrumar os elementos de informação de um modo que reflita como os usuários pensam e suporte suas tarefas e metas.” (GARRETT, 2010, p.126)

4.5.1 *Wireframe*

Nesse plano, o *wireframe* é a visão de como todos os dados coletados vão ser apresentados. Muitas vezes é acompanhado de descrições mais detalhadas para um melhor entendimento. Um único *wireframe* pode ser usado de base para todo o produto, como um guia, mas muitas vezes são necessários mais de um *wireframe* para se ter uma visão melhor do projeto.

No projeto *Na Linha* tem-se dois conjuntos de *wireframes*, um pensado em dispositivos móveis tendo como base o celular, e o segundo conjunto pensado em computadores. Abaixo são apresentados algumas telas dos conjuntos. Os *wireframes* completos estão em anexo.

O valor dos *wireframes* é um modo que integram todos os três elementos do plano da estrutura: design de *interface*, pelo arranjo e seleção dos elementos da *interface*; design de navegação, pela identificação e definição do essencial ao sistema navegacional; e design de informação, pela colocação e priorização dos componentes informacionais. Trazendo

os três elementos juntos em um único documento, o *wireframe* pode definir o esqueleto que constrói a estrutura conceitual fundamental enquanto aponta o caminho em direção ao design de superfície. (GARRETT, 2010, p.131)

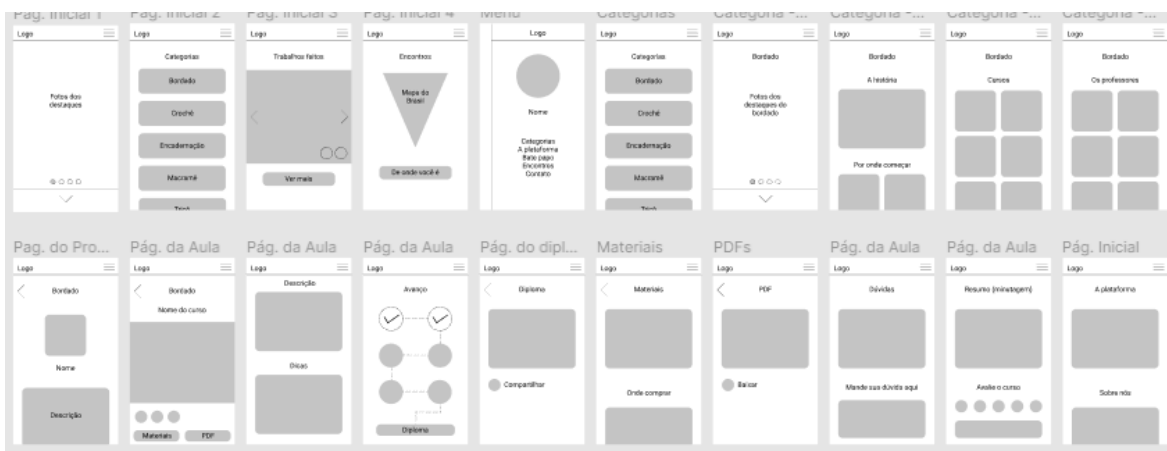


Imagem 32: Wireframes para celular. Elaboração própria.

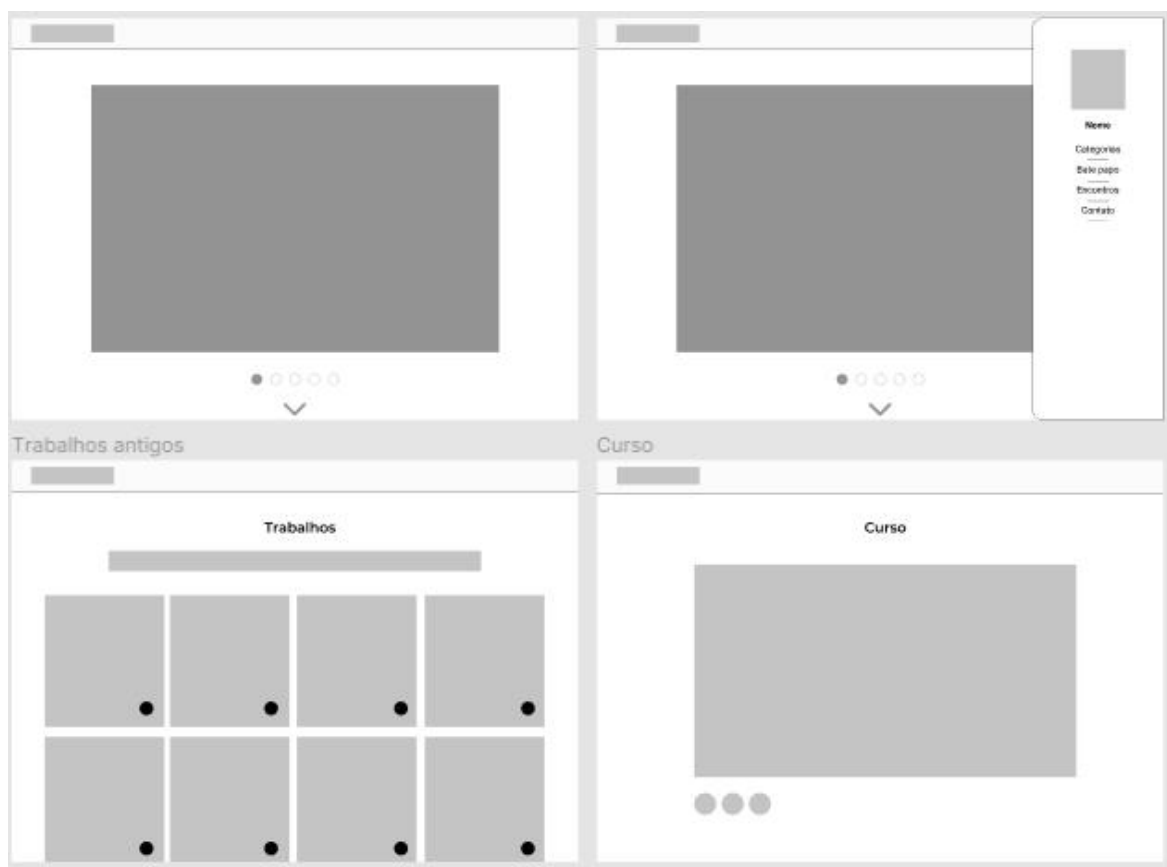


Imagem 33: Wireframes para computador. Elaboração própria.

4.6 Superfície

Como última camada, a quinta do diagrama de Garrett, temos a superfície, onde o design sensorial é aplicado tanto no lado da informação quanto no da funcionalidade. Nesta camada, são aplicadas todas as decisões tomadas nos planos anteriores do modo que o usuário irá notar primeiramente, utilizando os sentidos. Porém, nem todos os sentidos podem ser aplicados por conta das limitações de cada produto.

“No topo do modelo de cinco planos, nós prestamos atenção para os aspectos do produto que os nossos usuários irão prestar atenção primeiro: o design sensorial. Aqui, conteúdo, funcionalidade e estética se juntam para produzir um design final que agrada os sentidos enquanto cumpre todos os objetivos dos outros planos.” (GARRETT, 2010, p.133)

Por se tratar de um produto digital que está sendo trabalhado, o olfato e o paladar não podem ser utilizados, visto que são sentidos exclusivos de experiências com produtos físicos específicos. O tato também é de extrema importância em produtos físicos, porém tem o seu papel em produtos digitais devido a botões clicáveis e vibração, sendo amplamente utilizados em celulares e videogames. A audição tem grande destaque, tanto em produtos físicos quanto digitais, como uma cafeteira que faz um barulho quando o botão de iniciar é acionado para seus usuários entenderem, sem a necessidade da visão, que o seu café está sendo feito, ou em produtos digitais como quando um erro é cometido e um som particular do sistema é emitido e assim proporciona um entendimento mais eficiente do erro para o usuário.

Já a visão, é o sentido mais explorado pelos designers em todas as categorias de produtos físicos ou digitais. Por isso é onde a experiência do usuário para o projeto em questão focará. As escolhas visuais são erradamente simplificadas em questões de gostos pessoais para pessoas de fora da área, mas, na verdade, todas as escolhas são feitas a partir de decisões dos planos anteriores e devem se sustentar. Todos os detalhes

devem funcionar em conjunto, “não é uma questão de estética, mas sim uma questão estratégica”.

Examinando onde os olhos dos usuários se dirigem primeiramente, qual componente capturou a atenção em primeiro lugar é um bom modo de descobrir se a sua estratégia visual está correta. Os pontos importantes do produto devem ser vistos primeiro, se o usuário está observando primeiramente detalhes não tão importantes será necessária uma reformulação da estratégia visual. Para esse tipo de teste existem equipamentos sofisticados para passar a análise correta, mas em muitos casos somente perguntarem a usuários o que eles notam primeiro e qual o caminho que os seus olhos percorrem instintivamente é suficiente para analisar a estratégia visual e pensar em reformulações. Geralmente um padrão é percebido com essa análise, e quando alguém foge do padrão, geralmente significa que o usuário não está fazendo o caminho inconsciente e pensando no que deve fazer ou está respondendo o que ele julga que o examinador quer escutar.

Um bom design visual tem duas características importantes: um movimento fluido e é um guia para os usuários pelas possibilidades sem enchê-los com muitas informações. Para atingir esses objetivos alguns pontos devem ser pensados como: contraste, uniformidade, paleta de cores, tipografia e a junção de todos esses elementos tendo um guia de estilo consistente e coeso.

A junção de todos os elementos escolhidos, a composição final e a visão do quão coeso ficou o conjunto da obra é a composição do design. Nesse ponto podem-se notar as falhas ocorridas no processo de construção e é o momento de repensar e implementar mudanças para o bem do produto final. É utilizado o protótipo de alta fidelidade onde é visto o todo do produto e podem ser testados os caminhos pelo mesmo, no caso de um produto digital, os cliques. Os protótipos são feitos a partir dos *wireframes*, mas não é necessário que sejam uma reprodução idêntica, pois algumas mudanças ocorrem na construção das camadas.

Diversas diferenças acontecem tanto no mesmo produto, quanto no produto em questão relacionado a outros produtos do branding da empresa. Isso é um erro, deve ser corrigido quanto antes. Todos os produtos devem ser consistentes em sua identidade visual relacionada com a marca. Mesmo botões que aparecem uma única vez na

interface devem funcionar bem com o resto da identidade visual. Para isso temos o guia de estilo que auxilia nesse trabalho de padronizar todo o produto. O guia de estilo é a documentação onde todas as especificações visuais estarão listadas e explicadas para que toda a construção e atualização do produto seja coesa. Desde os mínimos detalhes até os maiores como tipografia, paleta de cores, *grid*, logotipo e suas aplicações.

No próximo capítulo há a apresentação dos elementos que compõem a superfície do projeto *Na linha*. Serão apresentados os itens que compõem a identidade visual do projeto e ao final uma amostra da *interface*. Também serão apresentadas todas as telas da plataforma.

5. Identidade Visual

Neste capítulo serão abordadas questões relacionadas à identidade visual da plataforma digital de ensino de técnicas manuais, *Na Linha*. Com a mistura do artesanal e do moderno foi obtida a identidade visual, pautada nos objetivos da plataforma: aprendizado, troca e união.

Abaixo é apresentado o *moodboard* utilizado no processo de criação da identidade visual. Essa ferramenta permite a junção de ideias e inspirações, podendo ser consultada a qualquer momento.



Imagem 34: Moodboard.

5.1 Experimentações

Para esse momento da pesquisa para a identidade visual, foi pensado em como incorporar o elemento da linha. Como temos por base de todos os cursos ofertados na plataforma a linha, a mesma é de extrema importância. Alguns testes foram feitos como título das sessões na plataforma e também como padrão para ser utilizado de diversas maneiras, como exemplo, o fundo de áreas lisas. Para esse experimento foi utilizada

linha de tricô e linha cordonê encerada na cor preta para melhor destaque com o fundo claro.

Foram testadas duas maneiras de dispor a linha, uma de modo ordenado, em linhas paralelas, e outra de modo desordenado, com linhas caídas “pelo acaso”. Além disso, foram testados ângulos diferentes, com a vista em 90° tendo então um fundo flat, e com um ângulo menor, próximo a 10°, onde é possível ver por baixo da linha e como em cada volta ela se sobrepõe. O interessante do primeiro ângulo é uma imagem mais limpa e a parte que se destaca do segundo ângulo são os movimentos que a linha faz e como é possível notar a natureza da mesma.

As maiores dificuldades foram, em primeiro lugar, moldar a linha no formato que fosse mais adequado, principalmente nas letras. E, em segundo lugar, as deformações que a linha tinha não contribuía para a suavidade dos movimentos. Em certo ponto, dão um ar mais real e até bonito para os padrões, como na imagem com as linhas paralelas, mas em outros momentos, não eram tão adequados.



Imagens 35, 36, 37 e 38: Experimentações com linha de tricô.

5.2 Naming

Durante o processo da escolha do nome da plataforma, foram consideradas algumas questões em relação ao significado por trás do objetivo da mesma. Foram levantadas palavras e expressões-chave para melhor compreensão do objetivo, são elas: linha, artesanal, agulha, família, de mãe para filha, ponto, história, gracioso, mãos, suavidade, criatividade, de geração em geração.

Em seguida, a partir das palavras e expressões-chave, foram selecionados um novo grupo de palavras mais específicas, sendo elas: alinhar, alinhando, ponto a ponto, costurar, linha, arteiro, herança, craft, pontilhado, sabedoria, pontinho, poti. Entre essas palavras, foi escolhida a palavra “linha” para guiar o processo de nomenclatura.

A partir da palavra escolhida diversas variações foram pensadas e o nome “Na Linha” foi escolhido por representar bem o objetivo da plataforma com a linha como guia que permeia toda a essência e do site sendo o material principal de trabalho com todas as técnicas ensinadas na plataforma.

5.3 Logotipo

A partir dos estudos feitos com formas orgânicas formadas por linhas e seu caimento, foi pensado em um logotipo que fosse leve e lembrasse os movimentos da linha. Por isso, uma fonte script foi escolhida e a partir dela pode-se formar a marca da plataforma *Na Linha*. A fonte escolhida foi Style script.



Na Linha

Imagem 39: Logotipo Na Linha.

5.4 Paleta de cores

A paleta de cores é extremamente efetiva para comunicar a identidade da marca. Além dessa cor principal que a marca utiliza, há uma variedade de cores que se complementam e não roubam a atenção uma da outra. “Ter uma variedade de cores para escolher nos ajuda com um kit de ferramentas para fazer escolhas efetivas de design.” (GARRETT, 2010, p.145) A escolha dos tons também é importante, é preciso ter certeza que os tons são diferentes o suficiente para os usuários entenderem que significam coisas diferentes. Consistência é muito importante.

A paleta de cores da plataforma *Na Linha* é dividida em duas partes, a primeira sendo a paleta de neutros, que serão utilizados como base do site. A paleta de neutros são os tons de fundos das telas, fontes, entre outras coisas que precisam combinar com a paleta principal. Já a segunda parte, é a paleta principal, onde se têm as cores que identificarão a identidade visual do projeto. As cores foram pensadas para transmitir suavidade e criatividade, já que é o objetivo de toda a identidade visual. Com a paleta colorida, onde cada cor representa uma das técnicas manuais ensinadas, temos a criatividade, mas todas as cores são mais suaves, pouco saturadas, para transmitir a suavidade necessária. Os rosas representam o crochê, os roxos representam o tricô, os verdes a encadernação, os azuis o bordado e os amarelos o macramê.



Imagem 40: Paleta de cores do projeto.

5.5 Tipografia

A tipografia é de extrema importância para a identidade da marca, tendo inclusive algumas companhias que até desenvolvem a própria tipografia para criar um maior senso de identidade. No corpo do texto consideramos como regra principal: quanto mais simples, melhor. Fontes muito desenhadas podem atrapalhar a legibilidade e serão utilizadas em títulos ou espaços que necessitam de uma atenção maior para um detalhe específico. Entretanto, mesmo a simplicidade sendo o guia para as fontes do corpo do texto, isso não significa que a criatividade é deixada de lado, pois existe uma gama de fontes extremamente extensa, cada uma com sua particularidade. A tipografia também deve ser escolhida pensando na totalidade do produto e ser consistente com a identidade visual.

Para a plataforma *Na Linha*, foi escolhida a seguinte fonte: Poppins. A fonte está representada abaixo com a relação de usos na plataforma.

Tipografia

Títulos:

Poppins Medium 63pt

Subtítulos:

Poppins Medium 50pt.

Divisões de sessões:

Poppins SemiBold 36pt.

Corpo do texto:

Poppins Regular 24pt.

Informações adicionais:

Poppins Regular 18pt.

Poppins Light 12pt.

Imagem 41: Tipografia utilizada no projeto *Na Linha*.

5.6 Iconografia

A iconografia é de extrema importância para auxílio do entendimento do projeto. Os ícones facilitam a compreensão e tornam a plataforma mais intuitiva e acessível. Como apoio para a identidade visual do projeto *Na Linha*, foram utilizados ícones pertencentes ao *Material Design Icons* como base para a iconografia. Abaixo são apresentadas as relações de ícones e seus significados para o projeto.

	Play		Configurações		Localização
	Aula a fazer		Editar foto		Data
	Aula completa		Enviar trabalho		Avaliação cheia
	Enviar mensagem		Ir para página		Avaliação vazia
	Expandir		Menu		

Imagem 42: Iconografia utilizada no projeto *Na Linha*.

5.7 Interface

A *interface* do projeto, composta de todos os elementos apresentados anteriormente nesse capítulo, é apresentada na composição abaixo onde todas as telas em formato desktop estão dispostas uma ao lado da outra e, ao final, algumas telas em formato para celular.

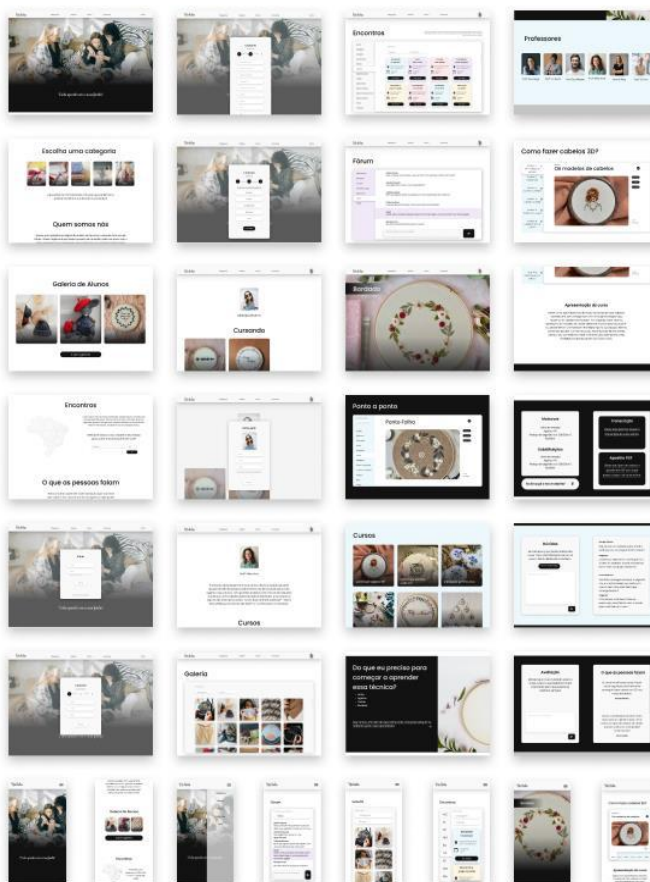


Imagem 43: Páginas da plataforma *Na Linha*.

5.8 Grid

Padrões são importantes para o melhor entendimento dos usuários acerca da plataforma, eles ajudam a compreender o significado de cada elemento. Como base dessa padronização são usados *grids*, que auxiliam na disposição dos elementos e consistência.

O *grid* pode ser complicado se tratando de *interfaces web* considerando que a plataforma será aberta em diversos dispositivos, desde computadores, *tablets* até celulares. É importante pensar com cuidado na disposição dos elementos e em um design responsivo, onde independente do dispositivo em que for acessado, terá uma boa experiência.

Abaixo há o *grid* utilizado na plataforma Na Linha, onde foram utilizadas doze colunas, o que é comumente usado em *interfaces web*. Em relação às linhas foram utilizadas marcações de oito *píxeis*. Para a adaptação a celulares, foram utilizadas seis colunas e a mesma marcação de oito píxeis para as linhas.



Imagem 44, 45 e 46: Grid das páginas da plataforma.

6. Protótipo

Neste capítulo serão apresentadas todas as páginas da plataforma digital *Na Linha* com sua devida explicação.



→ **Menu** onde a navegação pelo site ocorre a qualquer momento. Pode-se encontrar as categorias, a galeria, os fóruns, os encontros e o botão para *login* ou perfil do usuário.

Escolha uma categoria



Aqui estão as cinco técnicas manuais que podemos te ensinar facilmente e rapidamente a aprender!

→ Apresentação das categorias para o usuário. Aqui, é possível escolher a área que gostaria de explorar mais. Para acessar a área de cada técnica manual é necessário realizar o login.

Quem somos nós

Somos uma plataforma digital de ensino de técnicas manuais para uso de todas as idades. Nosso objetivo é que todos possam se conectar com os seus alunos e estar atualizados. Aqui encontramos técnicas manuais que ajudam a ensinar como: costurar, bordar, crochê, artesanato, etc. Também temos um grande catálogo de livros e receitas para quem quiser aprender mais sobre culinária e outros temas.

→ Uma breve apresentação da plataforma.

Galeria de Alunos



1 zona gratis

→ Nesse ponto, uma prévia da galeria dos alunos é apresentada. Para acessar a galeria completa é necessário realizar o login.

Encontros



→ Uma amostra da área de encontros. Neste ponto é possível, para os que já estão cadastrados, realizar uma busca por cidade e estado para achar os encontros mais próximos.

O que as pessoas falam

Temos uma seção especial para você ler o que os nossos alunos estão falando sobre as técnicas manuais que aprendem aqui. Você pode ler as avaliações e deixar o seu comentário para ajudar os outros.

→ Ao final, algumas avaliações passam.



Imagem 47: Descrição das páginas da plataforma *Na Linha*.



→ Página para realizar o login. Um card aparece sobrepondo o site, então assim que for realizada a conexão, o usuário pode voltar a página que estava.



→ O cadastro é dividido em três etapas. A primeira sendo os dados pessoais básicos, nome, e-mail e senha para acesso a plataforma posteriormente.



→ A segunda etapa é relacionada ao pagamento da plataforma. Nesse ponto os dados bancários do usuário são preenchidos.



→ No último ponto o usuário escolhe a técnica pela qual deseja começar a aprender. Após esse preenchimento, o usuário é levado a página da técnica que ele escolheu durante o cadastro.

Imagem 48: Descrição das páginas da plataforma *Na Linha*.



Imagem 49: Descrição das páginas da plataforma *Na Linha*.



→ Primeira vista da página da técnica manual.

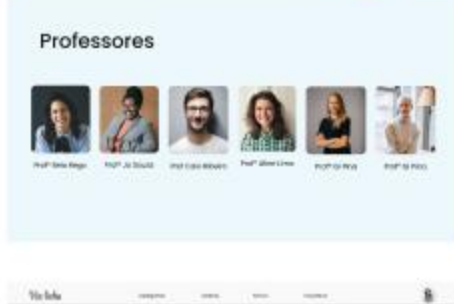
→ Local onde estão listados todos os pontos da técnica manual. Os pontos podem ser organizados da maneira como o usuário preferir, ordem alfabética, por dificuldade. Essa área é dedicada a vídeos curtos ensinando somente o movimento específico.

→ Em seguida são apresentados os cursos longos disponíveis dentro da categoria.

Imagem 50: Descrição das páginas da plataforma *Na Linha*.



→ Ainda na página da técnica manual, são apresentados os materiais iniciais sugeridos para a prática do curso. Também é disponibilizado uma lista com links diversos para locais onde vendem os materiais explicitados.



→ Ao final da página, são apresentados os professores da área escolhida.



→ Com a escolha do curso, temos a página de abertura onde são disponíveis os módulos em vídeo. Logo após é feita uma apresentação rápida do curso.



→ Em seguida, a lista de materiais para o curso, possíveis substituições, a transcrição da aula e a apostila em PDF. Nesse local os alunos também podem compartilhar a foto do trabalho desenvolvido durante o curso.

Imagem 51: Descrição das páginas da plataforma *Na Linha*.



→ Ao final da página a área de dúvidas específicas do curso é aberta. E, logo após, a área de avaliação também é compartilhada.



→ No perfil do aluno há a possibilidade de edição dos seus dados. Também ficam disponíveis os cursos que o aluno está cursando, os que o aluno já terminou e os eventos que o aluno confirmou e ainda estão por vir. Nesse local é possível cancelar a inscrição no encontro também.



Imagem 52: Descrição das páginas da plataforma *Na Linha*.

7. Considerações finais

Ao final do projeto chegou-se ao resultado de uma plataforma MVP, que significa *minimum viable product*, em tradução é o produto viável mínimo. Um MVP é um produto lançado com suas ferramentas básicas para uso, porém sem grandes detalhes. As melhorias vêm com o tempo, mas em primeiro lugar, é feito o produto mais simples com funcionalidades básicas. Isso não significa um produto feito de qualquer maneira, mas sim um projeto inicial que servirá de apoio para a completude do produto.

Diversas funcionalidades que eram previstas para o projeto não foram colocadas em prática, porém com mais tempo seriam desenvolvidas. Algumas delas são: as apostilas em PDF para apoio as aulas gravadas e o sistema de doações, onde as alunas poderiam doar os produtos feitos a partir das aulas para campanhas para abrigos e organizações que ajudam pessoas em situações precárias. Mais um ponto que não foi feito foi o compartilhamento da história de cada uma das artes manuais propostas, por conta da grande dificuldade em achar dados históricos por terem se desenvolvido há muitos séculos e informalmente, sem registro, com exceção da encadernação. Outras ferramentas também foram excluídas do MVP, porém serão adicionadas com o tempo.

A produção do projeto *Na Linha*, desde o seu início, agradou a possíveis usuários, pessoas apaixonadas por artesanato. Desde o trajeto inicial, o questionário até a produção das *interfaces*, o projeto fez com que a classe das artesãs se sentisse valorizada. Diversas pessoas expressaram sua grande alegria com o desenvolvimento deste trabalho, a valorização e visibilidade que dá ao artesanato, em especial os que tem como material principal a linha.

O desenvolvimento do projeto acarretou a maior visibilidade do meio artesanal e fomentação do aprendizado de técnicas manuais de acordo os grandes objetivos iniciais deste trabalho. Deste modo conclui-se o sucesso do projeto, mesmo com a falta de alguns itens para a produção.

Referências

ADLER, Isabel K.; LUCENA, Brenda; RUSSO, Beatriz; VIANNA, Maurício; VIANNA, Ysmar. **Design Thinking: Inovação em negócios**. 5.ed. MJV Press, 2014.

BORGES, Letícia de Castro; FLEXOR, Maria Helena Matue Ochi; PEREIRA, Fabio Mariano Cruz; SILVA, Taiane Oliveira da. **Artesanato e cultura popular**. In: SEMOC - SEMANA DE MOBILIZAÇÃO CIENTÍFICA, 9., 2006, Salvador. UCSAL, Universidade Católica do Salvador. Disponível em: <http://ri.ucsal.br:8080/jspui/handle/prefix/3779>. Acesso em: 8 de novembro de 2021.

CHANDLER, Carolyn; UNGER, Russ. **A project guide to UX Design: for user experience designers in the field or in the making**. 2.ed. New Riders. 2012.

COQUEIRO, Neusa Freire; FREITAS, Marta Maria Costa; Vieira, Francisco Ronaldo Ramos. **Arteterapia como dispositivo terapêutico em saúde mental**. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ape/a/9LVK4BKMMB5mrwXwjDbWgfh/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 8 de novembro de 2021.

DIAS, Renata. **Contribuições do artesanato no processo de envelhecimento saudável**. São Cristóvão, Sergipe. UFS, Universidade Federal de Sergipe. 2019. Disponível em: https://ri.ufs.br/jspui/bitstream/riufs/12713/2/Renata_Dias.pdf. Acesso em: 8 de novembro de 2021.

GARRETT, Jesse James. **The elements of user experience: user-centered design for the web and beyond**. 2.ed. New Riders. 2011.

HARTSON, Rex; PYLA, Parsha S. **The UX Book: Process and guideline for ensuring a quality user experience**. Morgan Kaufmann. 2012.

LIMA, Ricardo. **Artesanato:** Cinco pontos para discussão. In: ARTESANATO SOLIDÁRIO CENTRAL ARTESOL, 2005. IPHAN, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional. Disponível em: https://www.academia.edu/download/53733627/Artesanato_Cinco_Pontos_para_Discussao.pdf. Acesso em: 6 de abril de 2021.

LOWDERMILK, Travis. **Design centrado no usuário:** Um guia para o desenvolvimento de aplicativos amigáveis. O'Reilly Novatec. 2013

MARTINEZ, Fernanda. **Busca por cursos online dispara na pandemia:** veja dicas para empreender no universo digital, G1, 3 de agosto de 2021. Economia. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2021/08/03/busca-por-cursos-on-line-dispara-na-pandemia-veja-dicas-para-empreender-no-universo-digital.ghtml>. Acesso em: 10 de agosto de 2021.

MENEZES, Ariane Ferreira de; MORIN, Franciele Chervenski; MUNIZ, Ane Gabrielle; SILVA, Jonatan Jean Silveira da; TIER, Cenir Gonçalves; Ziani, Jarbas da Silva. **Oficina de artesanato de idosos:** Relato de experiência. In: ANAIS DO SALÃO INTERNACIONAL DE ENSINO, PESQUISA E EXTENSÃO - SIEPE, v. 10., n.3, 14 de fevereiro de 2020, Santana do Livramento, Universidade Federal do Pampa. Disponível em: <https://periodicos.unipampa.edu.br/index.php/SIEPE/article/view/86982/11086>. Acesso em: 8 de novembro de 2021.

Michaelis: Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa. Editora Melhoramentos Ltda., 2021. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/>. Acesso em: 7 de setembro de 2021.

Anexos

Questionário online:

https://docs.google.com/forms/d/1dQQ8M_86ZLd1ZuQ52xACy-qpknlhfNAs0yvOUyejuE/edit#responses

Protótipo:

<https://www.figma.com/file/qLmEnCIQjUsko8YXzg5KLM/Projeto-final?node-id=451%3A105>