

**FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO**

THIAGO LACERDA ARAÚJO

**DESIGN DE PLATAFORMA METODOLOGICA
PARA PRODUÇÃO E ANÁLISE DE PORTFÓLIO**

Volta Redonda

2021

FUNDAÇÃO OSWALDO ARANHA
CENTRO UNIVERSITÁRIO DE VOLTA REDONDA
CURSO DE GRADUAÇÃO EM DESIGN
TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

DESIGN DE PLATAFORMA METODOLOGICA
PARA PRODUÇÃO E ANÁLISE DE PORTFÓLIO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Design do UniFOA, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Design.

Aluno:

Thiago Lacerda Araújo

Orientador:

Prof. Patrícia Soares Rocha Alves

Volta Redonda

2021

FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: DESIGN DE PLATAFORMA METODOLOGICA PARA PRODUÇÃO E ANÁLISE DE PORTFÓLIO, elaborado por THIAGO LACERDA ARAÚJO apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Design

Aprovada em 14 de junho de 2021

Banca Avaliadora

Patrícia Soares Rocha Alves
Professor Orientador
Mestre - UniFOA

Aline Rodrigues Botelho
Professor Avaliador
Doutora - UniFOA

Laert dos Santos Andrade
Professor Avaliador
Mestre - UniFOA

RESUMO

Existem várias finalidades que podem levar à criação de um portfólio, porém a mais comum é a apresentação dos melhores trabalhos de um indivíduo com o propósito de promoção pessoal na busca de emprego, por isso, se faz necessário pensar no que norteia os conteúdos primordiais para construção de um portfólio realmente eficaz, levando também em consideração o cenário pandêmico e as mudanças drásticas pelas quais o mundo está passando, que exige não só, mais certeza em relação a sua comunicação, como também mais conteúdos diretos com o que o mercado está precisando, assim sendo, o projeto a seguir, fomenta um site de construção de portfólio, usando como ferramenta a metodologia do design Thinking para alcançar uma solução criativa e inovadora que não só, aporte os arquivos pré-produzidos, como também oriente os princípios básicos de como construir esse documento, estimulando o usuário o pensamento crítico, reflexão e compreensão mais refinado antes mesmo da produção dos seus projetos, a fim de criar um portfólio atual, rico em conteúdo e mais estruturado, priorizando seus conhecimentos, aprendizagens e capacidade criativa em meio as diversidades de um projeto.

Palavras Chave: Portfolio, Design, User experience, User interface

ABSTRACT

There are several purposes that can lead to the creation of a portfolio, but the most common is the presentation of the best work of an individual for the purpose of personal promotion in the search for a job, so it is necessary to think about what guides the essential content for building a really effective portfolio, taking into account the pandemic scenario and the drastic changes the world is going through, which requires not only more certainty in relation to its communication, but also more content direct with what the market is needing, therefore, the following project promotes a portfolio construction site, using the design thinking methodology as a tool to achieve a creative and innovative solution that not only contributes the pre files -produced, as well as guide the basic principles of how to build this document, encouraging the user to critical thinking, reflection and more refined understanding even before the production of their projects s in order to create a current portfolio, rich in content and more structured, prioritizing your knowledge, learning and creative capacity amidst the diversities of a project.

Keywords: Portfolio, Design, User experience, User interface

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Pesquisas de Design x Pesquisas de Mercado Fonte: Design Thinking: Inovação em Negócios	20
Figura 2 - Esquema representativo das etapas do processo de Design Thinking Fonte: Design Thinking: Inovação em Negócios	21
Figura 3 - Ideia e Insight Fonte: Design Thinking: Inovação em Negócios.....	23
Figura 4 - Símbolo fonte: https://rockcontent.com/br/blog/tipos-de-logotipo/	28
Figura 5 - Logotipo fonte: https://rockcontent.com/br/blog/tipos-de-logotipo/	28
Figura 6 - Marca fonte: https://rockcontent.com/br/blog/tipos-de-logotipo/	29
Figura 7 - Variação fonte: https://rockcontent.com/br/blog/tipos-de-logotipo/	29
Figura 8 – Número de tintas fonte: https://rockcontent.com/br/blog/tipos-de-logotipo/	29
Figura 9 - Arquitetura da informação (fonte: https://www.marketing365.com.br/o-que-e-arquitetura-da-informacao_/)	32
Figura 10 - Design UX (Fonte https://www.breakfreegraphics.com/design-blog/user-flow-is-the-new-wireframe/)	37
Figura 11 - Design UI Aparência (Fonte: https://gabrielsilvestri.com.br/o-que-e-ui-design/)	38
Figura 12 - Design UI (Fonte https://www.breakfreegraphics.com/design-blog/user-flow-is-the-new-wireframe/)	38
Figura 13 - Círculo cromático 2 Fonte: https://viverdeblog.com/psicologia-das-cores/	41
Figura 14 - Círculo cromático 2 Fonte-das-cores/	41
Figura 15 – RGB e CMYK Fonte: https://designermaodevaca.com/post/qual-a-diferenca-entre-rgb-e-cmyk	43
Figura 16 - corpo tipográfico Fonte: https://www.breakfreegraphics.com/design-blog/user-flow-is-the-new-wireframe/	44
Figura 17 - Página do Factorum et dictorum memorabilium de Valério Máximo de um incunábulo impresso por Peter Schöffer em Mogúncia, 1471. (Fonte: Wikipedia)	47
Figura 18 - margens (fonte: https://www.chiefdesign.com.br/guia-sobre-Grid/).....	48
Figura 19 - Guias Horizontais (Fonte: https://www.chiefdesign.com.br/guia-sobre-Grid/)	49

Figura 20 - Colunas (Fonte: https://www.chiefdesign.com.br/guia-sobre-Grid/)	49
Figura 21 - Módulos (fonte: https://www.chiefdesign.com.br/guia-sobre-Grid/)	50
Figura 22 - Zonas Espaciais (Fonte: https://www.chiefdesign.com.br/guia-sobre-Grid/)	50
Figura 23 - Calhas (Fonte: https://www.chiefdesign.com.br/guia-sobre-Grid/)	51
Figura 24 - Marcadores (Fonte: https://www.chiefdesign.com.br/guia-sobre-Grid/)	51
Figura 25 - Idade dos usuários (gráfico) Fonte: Autor, 2020	52
Figura 26 – Sabe para que serve um Portfólio Fonte: Autor, 2020	53
Figura 27 – Sabe para que serve um Portfólio Fonte: Autor, 2020	53
Figura 28 - Gráfico sobre a situação atual dos estudantes Fonte: Autor, 2020.....	54
Figura 29 – Melhorias nos sites de Portfolio Fonte: Autor, 2020	55
Figura 30 – Necessidade de orientação Fonte: Autor, 2020.	55
Figura 31 – Necessidade de uma ferramenta nova. Fonte: Autor, 2020.	56
Figura 32 – Adobe Portfolio Fonte: https://neilpatel.com/br/blog/portfolio-online/	57
Figura 33 – Adobe Portfolio campanha Fonte: https://neilpatel.com/br/blog/portfolio-online/	57
Figura 34 – Adobe Portfolio analise Fonte: Autor.....	58
Figura 35 – Adobe Portfolio analise Fonte: Autor.....	59
Figura 36 – Adobe Behance analise Fonte: Autor.....	60
Figura 37 – Behance analise Fonte: Autor	61
Figura 38 – Carbonmade Fonte: https://neilpatel.com/br/blog/portfolio-online/	62
Figura 39 – Cargo Collective Fonte: https://neilpatel.com/br/blog/portfolio-online/	63
Figura 40 – Contently Fonte: https://neilpatel.com/br/blog/portfolio-online/	64
Figura 41 – Flickr Fonte: https://neilpatel.com/br/blog/portfolio-online/	64
Figura 42 – Cartões de Insight Fonte: Autor	66
Figura 43 – Diagrama de afinidades Fonte: Autor.....	67
Figura 44 – Mapa conceitual Fonte: Autor	68
Figura 45 – Mapa conceitual continuação Fonte: Autor	69
Figura 46 – Critérios norteadores Fonte: Autor	71
Figura 47 – Jornada do usuário Fonte: Autor	72
Figura 487 – Temas do painel semântico Fonte: Autor.....	74
Figura 49 – Painel semântico Criatividade Fonte: Autor	75

Figura 50 – Painel semântico Inovação Fonte: Autor.....	76
Figura 51 – Painel semântico Palavras Fonte: Autor	77
Figura 52 – Painel semântico Personalidade Fonte: Autor	78
Figura 53 – Painel semântico Portfolio Fonte: Autor	79
Figura 54 – Painel semântico Similares Fonte: Auto.....	80
Figura 55 – Geração de alternativas Fonte: Auto.....	81
Figura 56 – Logo proposta 1 Fonte: Auto.....	82
Figura 57 – Perguntas e respostas sobre a logo 1 Fonte: Auto	82
Figura 58 – Logo proposta 2 Fonte: Auto.....	83
Figura 59 – Respostas sobre a logo 1 Fonte: Auto	83
Figura 60 – Logo Methodo Final Fonte: Auto	84
Figura 61 – Fluxograma do site Fonte: Auto	86
Figura 62 –Primeiro acesso Fonte: Autor.....	86
Figura 63 – Interno site Fonte: Autor	87
Figura 642 – Perguntas que irão compor o portfólio Fonte: Autor.....	88
Figura 65 – perguntas que irão compor o portfólio 2 Fonte: Autor	89
Figura 66 – Fluxo de criação de um novo projeto Fonte: Autor.....	90
Figura 67 – Wireframe das principais páginas Fonte: Autor.....	91
Figura 68 – Wireframe home Fonte: Autor	92
Figura 69 – Wireframe Login Fonte: Autor	93
Figura 70 – Wireframe cadastro Fonte: Autor	93
Figura 71 – Wireframe galeria Fonte: Autor	94
Figura 72 – Wireframe Tema especifico Fonte: Autor	95
Figura 73 – Wireframe Painel Central do perfil Fonte: Autor.....	96
Figura 74 – Wireframe de perguntas para portfolio Fonte: Autor	97
Figura 75 – Wireframe galeria do usuário Fonte: Autor.....	98
Figura 76 – Wireframe Dados do usuário Fonte: Autor	99
Figura 77 – Wireframe visão geral Fonte: Autor.....	100
Figura 78 –home Fonte: Autor.....	101
Figura 79 –Login Fonte: Autor.....	102
Figura 80 – cadastro Fonte: Autor.....	102
Figura 81 – Galeria Fonte: Autor	103
Figura 82 – Galeria Tema especifico Fonte: Autor	104

Figura 83 – Painel central Fonte: Autor.....	105
Figura 84 – perguntas para portfolio Fonte: Autor.....	106
Figura 85 – perguntas para portfólio 2 Fonte: Autor.....	107
Figura 86 – perguntas para Projeto Fonte: Autor	108
Figura 87 – perguntas para Projeto 2 Fonte: Autor	109
Figura 88 – Local para imagens Fonte: Autor	110
Figura 89 – Galeria de projetos do usuário Fonte: Autor.....	111
Figura 90 – Projeto aberto Fonte: Autor	112
Figura 91 – Apresentação do usuário Fonte: Autor.....	113
Figura 92 – Visão geral Fonte: Autor.....	114
Figura 93 – Teste com Usuário Fonte: Autor.....	115
Figura 94 – Entrevista com os usuários Fonte: Autor.....	116
Figura 95 – Resultado da entrevista Fonte: Autor	116
Figura 96 – Melhorias propostas Fonte: Autor	117
Figura 97 – Visão geral do projeto Fonte: Autor.....	118
Figura 98 – Home Final Fonte: Autor	119
Figura 99 – Cadastro final Fonte: Autor	120
Figura 100 – Login final Fonte: Autor	120
Figura 101 – Galeria geral final Fonte: Autor.....	121
Figura 102 – Galeria por tema Fonte: Autor.....	122
Figura 103 – Painel central Fonte: Autor	123
Figura 104 – Area de perguntas e respostas Fonte: Autor.....	124
Figura 105 – Area de perguntas e respostas continuação Fonte: Autor	125
Figura 106 – Adobe Behance Fonte: Autor	126
Figura 107 – Painel de apresentação do usuário Fonte: Autor	126
Figura 108 – Painel Novo projeto Fonte: Autor	127
Figura 109 – Painel de novo projeto 2 Fonte: Autor	128
Figura 110 – Painel de apresentação completo do usuário Fonte: Autor.....	129

SUMÁRIO

1	Introdução	13
2	Hipótese	14
3	Problema	15
4	Objetivos	16
4.1	Objetivos Gerais	16
4.2	Objetivos Específicos	16
5	Justificativa	17
6	Metodologia	19
6.1	Imersão Preliminar	21
6.2	Imersão em Profundidade	22
6.3	Análise e Síntese	22
6.4	Ideação	23
6.5	Prototipação	24
7	Imersão Preliminar	25
7.1	Pesquisa Desk	25
7.1.1	Portfolio	25
7.1.2	Identidade visual	27
7.1.3	Arquitetura da informação	30
7.1.4	UX - User Experience	36
7.1.5	UI - User Interface	37
7.1.6	UX Writing	38
7.1.7	Cores	40
7.1.8	Tipografia	44
7.1.9	Grids	46
8	Imersão em profundidade	52
8.1	Entrevistas	52
8.2	Análise de Similares	56
8.2.1	Adobe Portfólio	56
8.2.2	Behance	60
8.2.3	Carbonmade	62
8.2.4	Cargo Collective	63
8.2.5	Contently	63

8.2.6	Flickr	64
8.3	Um dia na vida	65
9	ANÁLISE e SÍNTESE.....	66
9.1	Cartões de Insight	66
9.2	Digrama de Afinidades	67
9.3	Mapa Conceitual	68
9.4	Critérios Norteadores	70
9.4.1	Objetivo	70
9.4.2	Figma.....	70
9.4.3	Illustrator	70
9.5	Jornada do usuário.....	72
10	Ideação	74
10.1	Painel semântico.....	74
10.2	Identidade visual	81
10.2.1	Geração de alternativas	81
10.2.2	MindMap.....	85
11	Prototipação.....	91
11.1	Wireframe	91
11.2	Protótipo.....	100
11.3	Teste de Ux.....	115
11.4	Versão final	118
12	Conclusão	130
13	Referencias	131

1 Introdução

O projeto construído a seguir pretende registrar resultados de uma pesquisa sobre o uso eficaz de um portfólio, com intuito de torná-lo mais interativo, dinâmico e funcional, por meio de uma Site que leve em consideração não apenas, o material final dos projetos, mas também o processo pelo qual o Designer passou para formular aquela ideia, estimulando-o a entender a responsabilidade gerar soluções eficazes e com bases bem estruturadas, favorecendo a análise e reflexão dos resultados atingidos, sempre com o foco e solucionar problemas, e que por sua vez facilitara sua entrada no mercado de trabalho. Para isso foi necessário criar um direcionamento escrito e visual que explique a real necessidade de um portfólio, se tratando de um instrumento de identificação e construção de registros, análises, seleções e reflexões das produções mais significativas em relação ao objeto de estudo, assim como das formas de superação. Já que o importante não é o portfólio em si, mas, o que o estudante aprendeu ao criá-lo ou, dito de outro modo, é um meio para atingir um fim e não um fim em si mesmo, conforme (HERNÁNDEZ, 2000)

Arquitetos, desenhistas, artistas, design, publicitários selecionam e ordenam amostras de sua trajetória profissional para poder apresentá-las num suporte físico (o portfólio), de maneira que o destinatário (um cliente, um dono de galeria, um examinador) possa apreciar os momentos mais significativos, as produções mais relevantes, no momento que adquire também uma visão global

Com isso, esse projeto visa desenvolver com o suporte das ferramentas de Design, um site que possibilite o direcionamento de como e, por que, colocar cada imagem e texto no seu portfólio, focando não só na apresentação de resultados gráficos, mas também para apresentação das estratégias que tornaram possível propor soluções para a sua superação, criando assim dois cenários da produção dos projetos, o antes e após portfólio, visando o que irá se tornar elementos necessários para esta proposta metodológica, diálogo e grande envolvimento.

2 Hipótese

Os meios de comunicações digitais se tornaram a forma mais eficiente de troca de informações, economicamente e logisticamente mais acessíveis da nossa atualidade, não só pela evolução tecnológica, mas também pelo momento em que a humanidade está passando com relação ao COVID-19, tornando assim a internet a forma de conexão mais eficiente para manter as rotinas e a comunicação das pessoas devido o isolamento social, que apesar de inviabilizar algumas formas de comércio, abriu um leque de possibilidade para outras.

Com o crescimento das atividades de Home Office, devido as medidas de isolamento social, junto a queda da economia por parte da quarentena, foram necessárias fazer adequações nas formas de comunicação, contratação e adequação dos profissionais nas empresas, essas mudanças exigem não só uma nova postura dos candidatos, mas também uma forma mais direta e eficaz de transmitir seus conhecimentos, já que os recrutadores tem procurado profissionais mais específicos para cada setor dentro das empresas

Partindo dessa premissa, surge a dúvida, “O portfólio atende as necessidades de comunicação entre profissional e contratante?”

Esse questionamento dá início a uma vasta pesquisa que pretende não só respondê-lo como também, evoluir o contexto do cenário em pauta.

3 Problema

O portfólio tem como função primordial ser uma representação gráfica dos conhecimentos adquiridos pelo individuo durante a produção de um projeto, nesse caso, o profissional que está no começo de sua vida acadêmica precisa de experiencias que possam servir como fonte de informações sobre suas capacidades avaliativas, reflexivas e construtivas com base nas atividades propostas, entretanto o cenário atual tem demonstrado um desinteresse em evoluir a forma de utilizar essa ferramenta, que poderia ser utilizada muito mais profunda e eficaz.

Isso por que, as maiores e mais conhecidas ferramentas de apresentação de portfólio, tem como função primordial, apresentar imagens pré-montadas, e conectar pessoas, onde é deixado de lado uma orientação de como e quais dados devem ser explorados nesses documentos, forçando assim os usuários, tomarem suas próprias formas de produzir seus Portfólios, abrindo um leque de possibilidades, que nem sempre são positivas.

Com base nisso esse trabalho gira em torno de responder a questões tais como:

Como o profissional de Design tem se apresentado para o mercado de trabalho? Tem sido eficaz?

O mercado que se encontra em crise, está funcionando bem com a forma de apresentação dos profissionais?

As plataformas de ancoragem de portfólio atendem as necessidades dos atuais usuários, visando o atual cenário?

4 Objetivos

4.1 Objetivos Gerais

O objetivo geral do projeto é aumentar o envolvimento dos alunos com os projetos criado por ele, o fazendo construir um pensamento crítico, reflexivo e refinado DURANTE construção dos projetos, o levando a defender suas ideias e objetivos com mais segurança, objetividade e conteúdo, isso será feito a partir de um site, que oriente bem o usuário em relação ao que deve ser levado em foco nos seus projetos e como isso deve ser comunicado para os interessados em seus conhecimentos e projetos

No fim poderá ser visto dois cenários dentro do site, os processos levados em foco durante a criação de um projeto e como expressar eles no portfólio após a sua conclusão.

Isso na mente do profissional será como um rascunho do que deve ser dado atenção na concepção do projeto, para assim defender melhor no fim do mesmo.

4.2 Objetivos Específicos

- Construir da identidade visual do projeto
- Construir um site interativo para registro dos detalhes de um projeto de Design.
- Explicar de forma didática como e porque o Portfolio pode ser uma ferramenta indispensável na carreira de um profissional de Design desde o início da sua carreira acadêmica.
- Explicar também quais os dados devem ser levados consideração durante a criação de um projeto que será aplicado no portfólio.
- Promover uma interação mais assertiva entre o usuário e um possível recrutador, mostrando o que realmente importa dentro de um projeto, ou seja, como essa solução surgiu!

5 Justificativa

Nos tempos atuais necessita-se da elaboração de novas formas de ensino e aprendizagem, que fortaleçam o enfrentamento dos percalços da educação existentes no século XXI. As considerações de DELORS (1999), publicadas no Relatório da UNESCO, defendem o conceito de que educar é desenvolver no ser humano quatro competências básicas:

- Competência Pessoal: Aprender a Ser
- Competência Relacional: Aprender a Conviver
- Competência Produtiva: Aprender a Fazer
- Competência Cognitiva: Aprender a Conhecer

Com isso, fez-se jus do conceito de HERNÁNDEZ (2000, p.166) que referência o portfólio como:

... um continente de diferentes tipos de documentos (anotações pessoais, experiências de aula, trabalhos pontuais, controles de aprendizagem, conexões com outros temas fora da escola, representações visuais, etc) que proporciona evidências do conhecimento que foram sendo construídos, as estratégias utilizadas para aprender e a disposição de quem o elabora para continuar aprendendo.

O autor e outros já citados, lembram que esse instrumento é algo a mais do que uma compilação de trabalhos ou materiais colocados num arquivo, apontamentos e notas tomadas em sala ou a aula passada a limpo, não basta ordenar evidências de aprendizagens e colocá-las num formato para serem apresentadas, mas a concepção de ensino e aprendizagem que veicula o que o particulariza, é o processo constante de reflexão, a maneira como o estudante explica seu próprio processo de aprendizagem, como dialoga com os problemas.

Isso prenuncia o contexto ao qual o que antes era um aluno e que acabara virando um profissional no futuro, com base nisso se faz necessário, não só dar

continuidade a ideia de entender mais profundamente os projetos ao qual o profissional está elaborando, mas também a direcioná-lo como comunicar efetivamente que ele se adequa ao que o mercado de trabalho está pedindo.

Em tempos em que a crise financeira tem derrubado grandes, e muitas empresas, os critérios de contratação de um novo funcionário, aumentaram muito, priorizando pessoas que se mostrem perfeitamente encaixadas com as vagas disponibilizadas ou que demonstrem ter características essenciais para serem levadas para dentro de uma empresa, que posteriormente as irá lapidar.

6 Metodologia

A metodologia escolhida para ser seguida é a Design Thinking: Inovação e Negócios de Vianna et al. (2018).

O processo do Design Thinking, tem como objetivo, intervir no problema do usuário, utilizando do mesmo para que este, seja solucionado da maneira mais correta possível, utilizando de ferramentas que o método propõe, é possível gerar soluções para poder alcançar o objetivo, que é o bem-estar do usuário.

A metodologia consiste nos seguintes pontos e tarefas a serem cumpridos pelo Designer que irá executar o método.

Imersão Preliminar: Consiste com o processo de reenquadramento, onde a equipe se reúne com diversos profissionais para olharem o problema de perspectivas diferentes.

Imersão em Profundidade: Elaborada após a Preliminar, visa em adentrar o problema e o assunto a fundo, focando o ser humano como objetivo, levantando informações do cotidiano das pessoas. Como agem, o que pensam, como se sentem e o que elas falam

Análise e Síntese: Aqui, as etapas que foram realizadas com levantamento de dados, incluindo a imersão preliminar e profunda, os passos a seguir serão ser constituídos por analisar essas informações e filtra-las, gerando assim uma síntese de tudo que foi gerado até agora. Com isso, são gerados os insights, que são organizados da melhor maneira para auxiliar na compreensão do problema;

Ideação: Neste processo, o foco é a geração de ideias de forma a inovar o tema do projeto, para essa aplicação, é utilizado dos processos de análise e síntese, realizada anteriormente para que a criatividade seja mais desenvolvida criando soluções que compreendam o problema.

Prototipação: O processo dessa etapa é focado em validar as ideias criadas. Mesmo sendo apresentada como uma das últimas etapas, pode ser realizada no decorrer do projeto, reunindo mais informações.

O gráfico abaixo, demonstra como é o processo de pesquisa no Design, e as distinções dela para a pesquisa de mercado. É preciso saber esses padrões para que se tenha como parâmetro a importância de uma metodologia.

	Pesquisa de design	Pesquisa de mercado
Foco	Nas pessoas.	Nas pessoas.
Objetivo	Pretende entender culturas, experiências, emoções, pensamentos e comportamentos de forma a reunir informações para inspirar o projeto.	Pretende entender comportamentos a partir do que as pessoas fazem, ou dizem que fazem para prever o que fariam numa nova situação e gerar soluções a partir disso.
Levantamento de dados	Através da interação entre pesquisador e sujeito da pesquisa, principalmente a partir de conversas semi-estruturadas.	Priorizando questionários e entrevistas estruturadas.
Amostragem	Representa qualitativamente a amostra e busca por perfis de usuários extremos, pois o raro e o obscuro nas observações podem levar a uma nova e interessante ideia.	Representa a amostra estatisticamente, com o objetivo de entender as respostas das massas, frequentemente ignorando pontos fora da curva. análise dos dados requer um ponto de vista objetivo, sendo crítico evitar vieses.
Tipo de informação coletada	Comportamentos, objetos e palavras que as pessoas usam para expressar sua relação com as coisas e processos ao seu redor.	Opiniões e comportamentos das pessoas quanto à situação atual ou à expectativa de contextos futuros.

Figura 1 - Pesquisas de Design x Pesquisas de Mercado
Fonte: Design Thinking: Inovação em Negócios

A figura 2 traz a estruturação das etapas a serem executadas através da metodologia, comunicando o caminho a ser seguido pela equipe de profissionais do projeto.

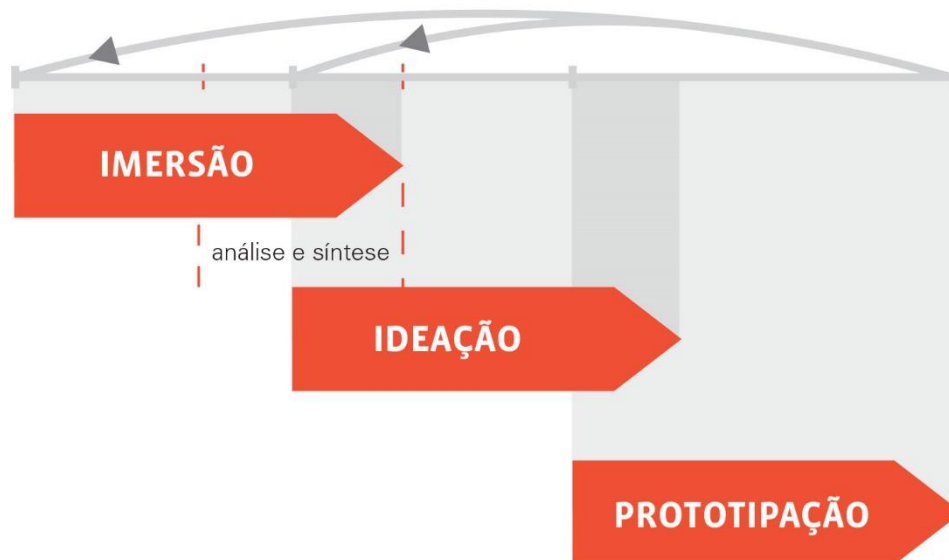


Figura 2 - Esquema representativo das etapas do processo de Design Thinking
 Fonte: Design Thinking: Inovação em Negócios

6.1 Imersão Preliminar

A Imersão Preliminar faz o papel de inserir a equipe de profissionais no problema, examinando-o e procurando entendê-lo de forma que seja visto de perspectivas diferentes, essa etapa é acompanhada de:

- **Pesquisa Exploratória:** Tem como objetivo a pesquisa no campo introdutória, com os usuários, os atores ao redor do serviço ou do produto a ser solucionado. Essa pesquisa permite o grupo profissional que está trabalhando no projeto, fique mais familiarizado com o contexto deste mesmo produto.
- **Pesquisa Desk:** Aqui, a internet, os blogs, os materiais didáticos, livros e revistas viram a ferramenta de trabalho da equipe profissional, onde são fontes seguras de referências. A pesquisa busca informações externas, não de atores e indivíduos diretamente ligados com o projeto, mas o que acontece na órbita do tema. Observando tendências do assunto, do serviço ou produto pelo mundo.

6.2 Imersão em Profundidade

Nesse processo, a equipe deve se envolver a fundo no assunto, no contexto do que vai ser solucionado. A ideia nessa etapa é realizar pesquisas qualitativas que vão constatar os extremos de cada perfil de usuário e mapear os desejos e necessidades deste mesmo usuário.

- **Entrevistas:** As entrevistas são utilizadas para descobrir mais a experiência do usuário com o serviço ou produto. As perguntas geradas para o usuário devem ser consistentes e inteligentes no quesito de extrair informações explicando os motivos e os relatos da experiência.

6.3 Análise e Síntese

Nessa etapa, as informações são filtradas com métodos que auxiliam na resolução do problema, utilizando de insights que se distribuem de maneira organizada e gerando padrões que ajudem na compreensão do problema.

- **Cartões de Insights:** São feitos pequenos cards que vão conter título, data e fonte da informação encontrada, para que isso possa facilitar a equipe de consultar informações obtidas nas pesquisas geradas na área preliminar e na área de profundidade.

Abaixo é demonstrado como funciona o processo de se transformar uma única ideia em anotações de insights e gerarem informações para auxiliar no processo de pesquisa.

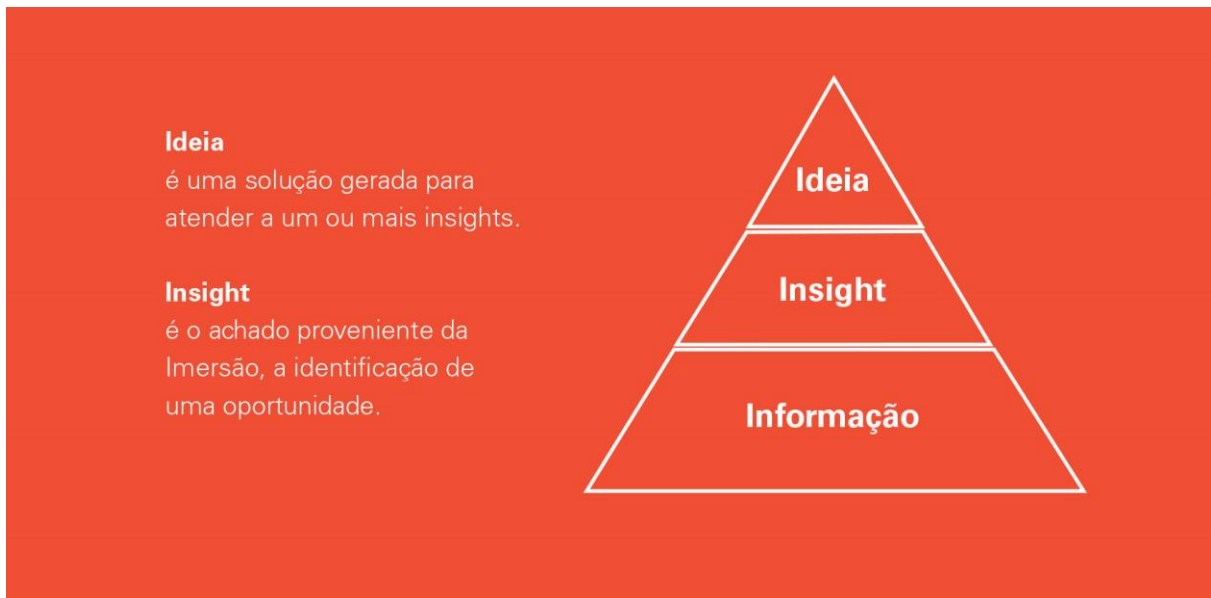


Figura 3 - Ideia e Insight
Fonte: Design Thinking: Inovação em Negócios

- **Diagrama de Afinidades:** Essa etapa gera uma organização e um grupo dos cartões de insight, sendo eles com maior similaridade, e quantidade de informações.
- **Mapa Conceitual:** O Mapa Conceitual vai ter como essencial uma representatividade gráfica. Onde as informações e dados complexos serão organizados por seus níveis de profundidade e diferenças.
- **Critérios Norteadores:** Determina-se os aspectos do projeto que não podem ser esquecidos e também para determinar o limite do projeto. Facilitando a equipe profissional colocar em prática, apenas forças necessárias no projeto.

6.4 Ideação

A Ideação do projeto vai partir do pressuposto de gerar ideias inovadoras para o projeto, utilizando de recursos que foram captados nas etapas de Análise e Síntese, permitindo que as soluções estejam sempre no contexto do projeto.

- **Brainstorming:** O Brainstorming tem como principal função um grande cardápio de ideias em um tempo mínimo. A tarefa exige um moderador que vai despertar a criatividade da equipe que está na sala e também fazendo com

que os participantes fiquem à vontade sem saírem do foco principal, que é a geração de ideias.

- **Workshop de CoCriação:** Dependendo do momento do projeto, a quantidade de informação que foi coletada e também gerada pela a equipe profissional é extremamente massiva. Com isso, é realizado uma colaboração em série de grupos de indivíduos que estejam ligados de forma direta ou indireta. Essa etapa pode criar novas visões e perspectivas sobre o projeto.
- **Cardápio de Ideias:** Etapa diretamente voltada a determinar uma biblioteca de ideias, que possam ser apresentadas como possíveis soluções para o projeto.

6.5 Prototipação

Essa fase será destinada a desenvolver as soluções de peças gráficas para os créditos do filme. Aqui, tangibilizar as ideias geradas, é de extrema importância, para que auxilie no término do projeto de forma mais fiel possível, essa etapa pode ser executada desde o início do projeto.

7 Imersão Preliminar

7.1 Pesquisa Desk

7.1.1 Portfolio

O conceito surgiu na história das artes para denominar um conjunto de trabalhos de um artista, sendo um instrumento útil por possibilitar a comprovação do desenvolvimento de trabalhos individuais e suas capacidades criativas e artísticas. Para Camargo, em, BICUDO E SILVA JÚNIOR (1999, p.176),

Os artistas "apostam no potencial de eloquência do portfólio para descrever o indescritível, para dizer o que não é dizível".

Em algumas profissões como no caso do estilismo, do cinema, da fotografia, da arquitetura, do marketing ou do design, são as próprias características pessoais, institucionais ou de produto que, mais normalmente, se procuram demonstrar, com o objetivo de entrada no mercado e, isso, é aquilo que os documentos arquivados pretendem trazer à evidência.

O portfólio começou a se difundir no âmbito escolar e universitário na década de 90, com ênfase nos Estados Unidos; a partir dessa premissa surge o interesse em avaliar a construção estudantil dos alunos, afim de melhorar não só o aprendizado mas também o ensino por meio do portfólio como uma forma de documentação da vida acadêmica do aluno de ensino superior, visto que, o portfólio não deve, também, confundir-se com o caderno diário pois não se trata de um espaço onde se registram todos os trabalhos do estudante (CARTER et al, 1995).

O portfólio é uma compilação apenas dos trabalhos que o estudante entenda como projetos relevantes, após um processo de análise crítica e devida fundamentação.

A partir desses conceitos, nascem as possibilidades de fomentar esses documentos, já que, por se tratar de uma apresentação de processos criativos, tanto artísticos como técnicos, acabaram ao longo do tempo se difundindo a várias formas de o fazer essas apresentações

7.1.1.1 Portfolio físico

O portfólio físico tem seus pontos positivos e negativos, o tornando muito relativos as propostas que o seu criador visa atingir, normalmente feitos em papel de formato A3 ou A4 de boa qualidade organizado por seções ou sequência de interesse do profissional, mas que intencionalmente costuma seguir a sequência de melhores trabalhos, até os menos relevantes

Sua intenção na maioria das vezes é gerar impacto emocional em que vê, já que não é comumente utilizado, acaba gerando surpresa e um interesse maior em sua visualização.

Os pontos fracos nessa forma de apresentação se dão ao alto custo e seu volume, que devido aos seus interesses podem valer bastante o investimento.

Uma ótima otimização dessa forma de apresentação, são os QR Codes, que possibilitam a conexão do impresso com o digital, por meio de escaneamento linkando a algum site ou aplicativo!

7.1.1.2 Portfolio digital

Quando falamos em plataformas online, o universo do portfólio se amplia consideravelmente, contando com inúmeras ferramentas de ancoragem desse documento, Entre as principais plataformas Behance, DeviantArt, WordPress, Cargo Collective e Wix entre outras

A ferramentas online possibilitam interações e formas bastante vantajosas de compartilhamento direto com as empresas de interesse, mas deve ser levado em conta também o material offline, tal como os PDF's que servem como documentos digitais de consulta e criação livre, o tornando uma ótima opção a quem tem poucos conhecimentos no mundo das plataformas faladas anteriormente.

7.1.1.3 Redes sociais

E hoje uma nova forma de fazer essa divulgação tem sido as redes sociais, que de maneira livre, possibilita não apenas a divulgação dos projetos, mas também as características pessoais dos envolvidos afim de aumentar a personalidade e interesse

de quem criou e quem acompanha os determinados projetos, das quais dentre elas, é possível citar, Instagram, LinkedIn, Facebook e Youtube (para produtores de vídeo).

7.1.2 Identidade visual

O desenvolvimento da estética da marca reúne dados técnicos, análises, especificações e todo o tipo de informação que se transformará em referência para a criação de qualquer outro produto que levará o nome da sua organização.

A produção de um manual de identidade visual, também conhecido como manual de marca, tem o objetivo de ser o guia definitivo da comunicação visual do seu negócio, este documento que a sua equipe vai consultar para criar, por exemplo, o layout de um blog corporativo, um cartão de visitas e até mesmo um papel timbrado que seja entregue como peça publicitária.

O manual é voltado para os profissionais que trabalham nos processos de criação e design da companhia, seu objetivo principal deste guia técnico é construir uma identidade visual tão sólida que impacte e permaneça na memória do cliente. Os componentes de uma Identidade Visual podem ser definidos por SIV, de acordo com Peón (2003).

“Sistema de normatização para proporcionar unidade e identidade a todos os itens de apresentação de um dado objeto, através de seu aspecto visual. Este objeto pode ser uma empresa, um grupo ou uma instituição, bem como uma ideia, um produto ou um serviço (PEÓN, 2003).”.

Elementos primários:

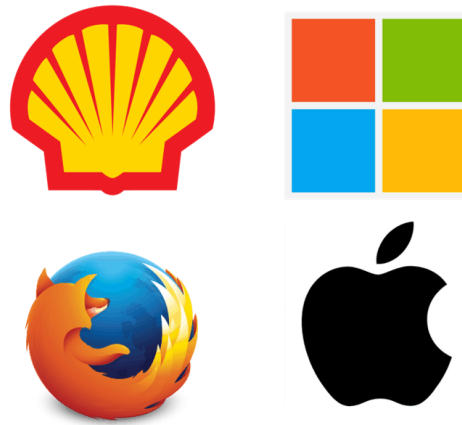


Figura 4 - Símbolo
fonte: <https://rockcontent.com/br/blog/tipos-de-logotipo/>

Símbolo: sinal gráfico que substitui o registro do nome do objeto. Conhecido também como marca figurativa. Deve ter uma grande capacidade de síntese. Não deve ter elementos em excesso (retarda a leitura e dificulta a memorização). Classificações: símbolo tipográfico (deriva da inicial do nome etc.), símbolo figurativo (definido por um ícone), ideograma (ideia veiculada através de uma figura estilizada), símbolo abstrato (não possui representação figurativa).



Figura 5 - Logotipo
fonte: <https://rockcontent.com/br/blog/tipos-de-logotipo/>

Logotipo: Forma particular e diferenciada do nome registrado nas aplicações. É a marca nominativa.



Figura 6 - Marca
 fonte: <https://rockcontent.com/br/blog/tipos-de-logotipo/>

Marca: Conjunto de símbolo e tipos, normatizado quanto à posição, tamanho, composição.



Figura 7 - Variação
 fonte: <https://rockcontent.com/br/blog/tipos-de-logotipo/>

Variação dos elementos primários: Posicionamento: marca horizontal e marca vertical



Figura 8 – Numero de tintas
 fonte: <https://rockcontent.com/br/blog/tipos-de-logotipo/>

Número de tintas: Uso de meios tons, traço, cores especiais, monocromia e simulação de sobreposição.

Elementos secundários:

Cores institucionais: Têm algo grau de pregnância e em geral deve se definir duas ou três cores, de modo a não onerar custos. São as mesmas usadas nos elementos primários. Especificar claramente no manual de aplicação, incluindo variações de suportes e variação de materiais.

Alfabeto institucional: Normatiza os textos incluído nas aplicações, junto com os elementos primários. Composto de uma família tipográfica de preferência de fácil aquisição, incluindo as variações de peso. Dificilmente ela é a mesma usada na marca, para não desgastar, banalizando e minimizando o destaque.

Mascotes: Personagens animais ou objetos inanimados, que recebem representação humana, buscam enaltecer uma dada propriedade positiva que cause identificação, agregando valor à instituição. Na grande maioria, são criados em outras instâncias, que não as do programador visual responsável pelo SIV.

7.1.3 Arquitetura da informação

Em meio a popularização da comunicação através da rede mundial de computadores, a informação que é enviada e entregue de forma praticamente instantânea e interativa, fez desse sistema uma implementação massiva de diversos recursos informacionais como os hipertextos, hipermídias, imagens, vídeos, áudios, jogos entre muitos outros. Mas como todo tipo de comunicação, o ruído existe em suas diferentes formas, seja causado em meio ao trajeto percorrido pela transmissão, seja pela interferência de excesso de informação. Nos anos 1990, diversas empresas investiram bruto na implementação da arquitetura da informação em seus sites e sistemas, para que seus objetivos navegacionais fossem estruturados, evitando os ruídos e trabalhando a informação com mais eficácia. Segundo TOUB (2000, pag. 2) “Arquitetura da informação é a arte e a ciência de estruturar e organizar ambientes de informação para ajudar as pessoas a satisfazerem suas necessidades de informação de forma efetiva.” (apud REIS, 2007, pag. 64).

No desenvolvimento da arquitetura da informação de sites, aplicativos ou quaisquer outros produtos digitais, existe o foco em três elementos distintos, o usuário, o conteúdo e o contexto que analisam, agrupam e envolve as funções predeterminadas do que se pretende gerar. Esse tríptico organiza os aspectos conceituais e usuais do produto, sendo independentes e singulares em cada produto digital. Em usuário, trata as necessidades, atitudes e ações, consistindo numa análise psicossocial do público ou consumidor que se pretende direcionar. Dessa forma a identificação e sensibilização, mesmo que subconsciente é carregada na personalidade do produto para com o usuário. Em conteúdo, as informações necessárias são trabalhadas ao que irá se aplicar no sistema, que diz respeito a quantidade e qualidade de informação contida. E no último elemento é tratado o contexto do sistema usual, que posiciona as informações de acordo com as situações circundantes ao conteúdo e o usuário, incluindo a escolha do veículo de aplicação, além do posicionamento local, socioeconômico, cultural e das limitações tecnológicas. Colocando essa abordagem social num ponto de vista mais específico, é possível considerar que a arquitetura da informação só é possível por estarmos vivendo numa sociedade pós moderna, que segundo Oliveira (2015):

“Arquitetura da Informação e os aspectos informacionais e tecnológicos que permeiam os setores da sociedade pós-moderna constituem produto de um contínuo processo de evolução histórica e cultural marcado pelo avanço da técnica e pelo desenvolvimento tecnológico que subsidia a construção de ferramentas, produtos e processos informacionais.” (Oliveira, 2015, p. 16)

...E que acrescenta a representatividade e importância desse fenômeno, em que as especificidades da pós modernidade diz com clareza e expertise em relação a arquitetura da informação e seu entendimento social:

“Adotar a pós-modernidade como referência discursiva significa contrapor, desconstruir, desamarrar, (re)pensar as noções de tempo e espaço, sujeito e objeto, técnica e tecnologia, objetividade e subjetividade, identidade, arte, ciência e senso comum, rompendo com o modo binarista de categorizar o que se apresenta como realidade.” (Oliveira, 2015, p. 18)

Em um uso mais pragmático, o desenvolvimento da a arquitetura da informação trabalha com processos de características mais metodológicas, sendo trabalhado os quesitos anteriores, que se enquadram num procedimento mais investigativo e analítico de pesquisa, num processo inicial, junto ao planejamento. A imagem abaixo demonstra os midmap, fluxograma, wireframe, protótipo, teste UX e validação.



Figura 9 - Arquitetura da informação
(fonte: https://www.marketing365.com.br/o-que-e-arquitetura-da-informacao_/)

Das etapas a partir do MidMap, o seguimento é muito mais prático, já que as informações de usuário-conteúdo-contexto já estão pesquisadas, analisadas e planejadas. Sendo feita uma espécie de mapeamento geral das informações em MidMap e a averiguação do fluxo dessas informações acerca da navegação delas entre o sistema em fluxograma. Na etapa Wireframe, o desenvolvimento e aplicação de Layout estipulado pelas informações do midmap e fluxograma de acordo com a dimensão das telas do display, junto as particularidades da informação, é importante de trabalhar bem as disposições de cada elemento junto as diagramações. Na etapa protótipo, é colocado em pratica uma pré-finalização gráfica de acordo com a estrutura diagramada preexistente em wireframes. Em teste UX, uma pesquisa com foco em feedback de usabilidade, navegabilidade e se as funções existentes são atendidas e efetuadas

com excelência pelos usuários, é possível para identificar erros para correção antes da implementação dada pela validação.

Problema	Percentual de websites	Como este problema afeta o usuário
Resultado de busca mal organizados	53%	- Frustração - Perda de tempo
Arquitetura de informação pobre	32%	- Confusão - Caminhos sem saída - Uso excessivo dos botões voltar e avançar do browser - Força os usuários a usar o mecanismo de busca
Desempenho lento	32%	- Interrupção constante na experiência de compra - Frustração
Home-Page desorganizada	27%	- Cria Desinteresse - Perda de tempo
Rótulos confusos	25%	- Confusão - Erros - Uso excessivo dos botões voltar e avançar do browser - Força o usuário a usar os mecanismos de busca
Processos de registro invasivo	15%	- Usuários são apenas números - Visitantes se sente ressentido - Perda de tempo e esforço para entrar com os dados
Navegação inconsistente	13%	- Caminhos ineficientes - Força o usuário a se focar na navegação, não no uso. - Perda de estabilidade percebida - Funcionalidades uteis não são encontradas

Tabela 1 - Problemas mais comuns nos websites (VIVIDENCE RESEARCH, 2001)

Os dados da tabela acima são uma pesquisa realizada pela VIVIDENCE RESEARCH, realizada com 69 websites, apresentando os problemas mais comuns de navegabilidade nos websites. Essa situação se dá por falta de uma influência do desenvolvimento do produto não embasado numa espécie de “os 10 mandamentos” porém se tratando de programação de sites, programas e aplicativos. As heurísticas identificadas por Jakob Nielsen, trabalha com um método que beneficia a análise do produto digital desenvolvido, sendo cumpridas, o produto terá equilíbrio de performance e experiência com os usuários.

As 10 heurísticas de Jakob Nielsen (1994) são:

- Visibilidade do status dos sistemas

- Correspondência entre o sistema e o mundo real
- Controle do usuário e liberdade
- Consistência e uso de padrões
- Prevenção de erros
- Reconhecimento ao invés de memorização
- Flexibilidade e eficiência de uso
- Design estético e minimalista
- Ajude os usuários a reconhecer, diagnosticar e recuperar erros
- Ajuda e documentação

“Even the best designers produce successful products only if their designs solve the right problems. A wonderful interface to the wrong features will fail.”
(Jakob Nielsen, 2007)

Assim como o uso da metodologia design Thinking é aplicado, a arquitetura da informação tem de seus conjugados metodológicos para auxiliar no desenvolvimento de um produto digital.

7.1.3.1 Pesquisa

Auxiliada pelos métodos oriundos da ciência social e do conhecimento do produto que há em mãos para ser desenvolvido, compreende-se o público, o usuário, a linguagem e o que está no interno e no externo do uso para a prosseguir nas etapas seguintes.

7.1.3.2 Planejamento

O planejamento é essencial para cumprir a proposta dada junto aos dados levantados na pesquisa. Seja na divisão de tarefas multidisciplinares, até na constatação se os desenvolvimentos futuros estão nos conformes ao planejamento feito no início.

7.1.3.3 Midmap

O MidMap é um diagrama de ideias levantadas, feito em relação ao desenvolvimento de um produto digital, assim como um mapa mental é feito para o entendimento do projeto por completo

7.1.3.4 Fluxograma

O Fluxograma é a montagem de fluxo de navegação predispostos a levantar a quais informações e funções de uso prático serão incluídas nos produtos. São importantes ao modo de unir as informações levantadas na pesquisa e no planejamento, para que o uso tenha correlação de um modo primitivo a experiencia do usuário

7.1.3.5 Wireframe

Assim como o fluxograma tem sua relevância ao recordas dos aspectos da pesquisa e planejamento, o Wireframe é subseqüente ao plano do fluxograma para dispor ao Layout as informações de navegação feitas no fluxo de navegação. A ergonomia é um ponto a ser frisado, já que a disposição dos objetos de navegação é lida pelo usuário com uma certa padronagem, sendo assim o conforto, as limitações e uma boa ordenação da programação visual está assiduamente pautada nesta etapa, juntamente a uma etapa mais aprofundada da experiencia do usuário e já um vislumbre do que entrará na interface do usuário.

7.1.3.6 Protótipo

A etapa de prototipação é uma aplicação dos modos anteriores, todavia já é considerado uma forma mais semântica dos componentes do produto, como a inclusão de todos os componentes, como logo, informações já prontas, linguagem sintética e hipermídias no geral.

7.1.3.7 Teste UX

O teste Ux nada mais é do que o uso pelo o usuário e o feedback do mesmo. Ao proposito de corrigir, alterar ou manter as colocações das etapas de fluxograma, Wireframe e protótipo, leva em consideração o usuário final, pois é ele a quem realmente é relevante o uso do produto desenvolvido.

7.1.3.8 Validação

Com o texto Ux revelado as informações necessárias do feedback e aprontados segundo a demanda do usuário, a validação entrega o produto ao consumidor final e/ou ao público desejado como forma de consumo e negócio.

A etapas da arquitetura da informação são bem vistas como fundamento teórico junto ao uso da metodologia Design Thinking. Não sendo necessariamente uma segunda metodologia, mas sim um apoio ao desenvolvimento do produto

7.1.4 UX - User Experience

A nomenclatura originaria do inglês significa Experiencia do Usuário, como o próprio nome diz, é a ferramenta que guia o desenvolvimento e averigua as funções praticas do produto, dá se a um conjunto de fatores que aborda o desenvolvimento de um produto digital e suas respectivas interações entre os componentes existentes para o funcionamento. Seu tratamento com o design é relacionado com a tração de objetivos, o engajamento, a distribuição da informação através da cognição e a própria experiencia como o nome já diz, de transmitir ou sintetizar interações entres os sistemas ergonômicos homem, máquina e tarefa. O desenvolvimento de um sistema baseado em UX passa por diversos processos, desde as definições do que se trata o produto, como e onde o produto funcionaria e quais sistemas seriam os adequados para o funcionamento, planos de estratégias e estrutura da informação a ser disponibilizada até a etapa dos Wireframes que pré estipula as diagramações do Layout e os justifica por conta do desenvolvimento de uma interface que será interligada nas características estéticas que compõem.

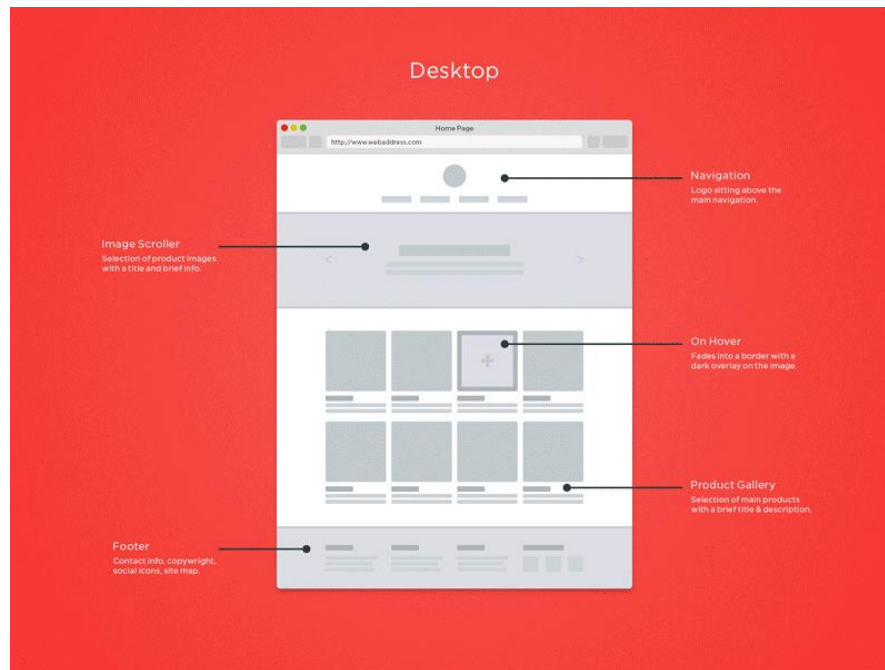


Figura 10 - Design UX

(Fonte <https://www.breakfreegraphics.com/design-blog/user-flow-is-the-new-wireframe/>)

7.1.5 UI - User Interface

A Interface do Usuário é o conjunto dos componentes que apresenta a cara do produto digital, com duas funções estéticas e simbólicas, usa dos signos, linguagens sintéticas e ícones para trabalhar a cognição do uso pratico em relação as respectivas funções de usos estabelecidos pelo produto, cujos foram traçados no desenvolvimento da experiencia do usuário, sendo a interatividade do UI análogo à usabilidade do UX. A disposição de um Layout final e aplicações como branding, identidade visual, animações, paralaxe e vídeos.



Figura 11 - Design UI Aparência
(Fonte: <https://gabrielsilvestri.com.br/o-que-e-ui-design/>)

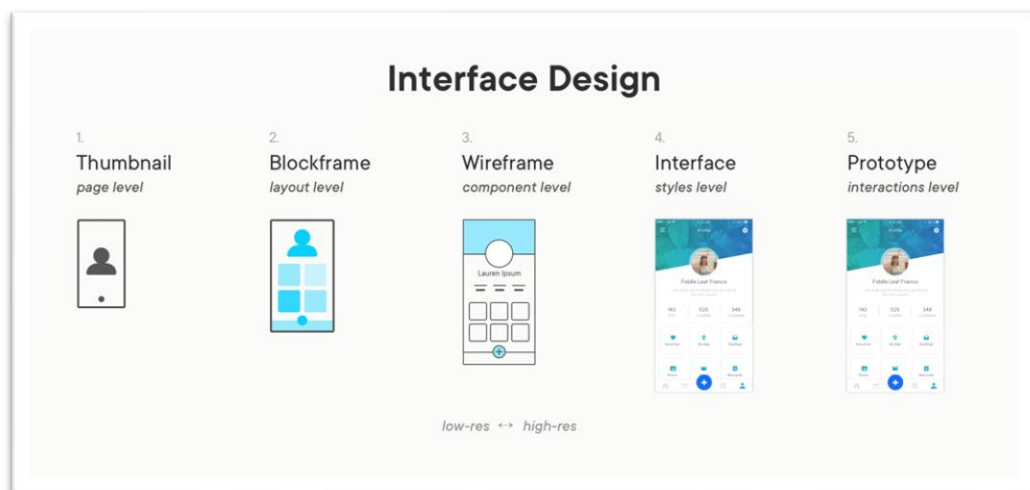


Figura 12 - Design UI
(Fonte: <https://www.breakfreegraphics.com/design-blog/user-flow-is-the-new-wireframe/>)

7.1.6 UX Writing

O UX Writing consiste em uma estratégia de conteúdo que engloba a escolha das palavras ideais, das cores e dos formatos para melhorar a experiência do usuário com os pontos de contato de uma empresa, como aplicativos e chatbots.

A comunicação se tornou peça-chave para as empresas conseguirem um relacionamento melhor com seus consumidores. Não basta somente contar com ferramentas modernas para agilizar o atendimento, também é necessário tornar o conteúdo claro e objetivo. Esse cenário favorece a expansão do conceito de UX Writing.

Ele consiste em uma estratégia de conteúdo que visa facilitar a utilização de sites, aplicativos e sistemas pelos stakeholders. Para isso, adota alguns princípios, como clareza, precisão e o contexto em que o público-alvo está inserido. Também se baseia na arquitetura da informação, no design e no marketing para obter bons resultados.

7.1.6.1 Clareza

Mesmo que um recurso digital tenha um layout atraente, ele não vai atingir o objetivo se o conteúdo não contribuir para melhorar a experiência do usuário. Para evitar esse problema, é necessário que a linguagem priorize a clareza.

O recomendado é trabalhar com palavras que façam parte do dia a dia dos usuários. Assim, a compreensão será bastante facilitada, o que propicia uma melhor usabilidade.

O emprego de termos técnicos deve ser evitado ao máximo. Caso seja preciso usá-los, procure explicá-los de forma simples. Isso deve estar presente na sua estratégia de conteúdo.

7.1.6.2 Concisão

O tempo está cada vez mais escasso para os consumidores. Poucos clientes têm disposição para perder mais de um minuto analisando uma oferta. Esse contexto faz com que a concisão, ou seja, a capacidade de escrever uma mensagem com poucas palavras, seja muito valorizada.

A mensagem deve apresentar imediatamente o que é mais importante para o público-alvo. Dessa maneira, as possibilidades de chamar a atenção e de atingir a meta serão maiores. Pense que a escrita precisa ser sucinta e eficiente ao mesmo tempo.

7.1.6.3 Utilidade

Sem dúvida, a clareza e a concisão são aspectos indispensáveis para o conteúdo cativar a audiência. Porém, isso não é o suficiente para garantir que a comunicação está sendo bem elaborada.

Isso porque as empresas devem oferecer informações que sejam úteis para os stakeholders. Se a mensagem não for útil, o esforço de construir uma boa comunicação não será recompensado.

7.1.7 Cores

Teoria da cor é o estudo realizado em associação a divisão das cores que tem origem na dissipação de luz, quando absorvida por algum objeto denomina a cor presente nele. No espectro das divisões das cores é comumente apresentado em círculo cromático que partem de três cores chamadas cores primárias que é composta por amarela, azul e vermelha, entre suas misturas é apresentado as cores secundárias, verde, roxo e laranja e assim por diante segue suas subseqüentes variações presentes nas cores terciárias, composta por vermelho-arroxeadado, vermelho-alaranjado, amarelo esverdeado, amarelo-alaranjado, azul-arroxeadado e azul alaranjado. Em um círculo cromático é também apresentado de forma a separar as características das cores, divididas em quente e fria, através dessa divisão é passado um aspecto que influencia psicologicamente o que aborda esses setores.

Não se baseando apenas nesse pequeno espectro das cores quentes e frias, o que abrange a composição e ao uso harmônico das cores foi definido da seguinte forma, apresentado nas imagens abaixo.



Figura 13 - Círculo cromático 2
 Fonte: <https://viverdeblog.com/psicologia-das-cores/>



Figura 14 - Círculo cromático 2
 Fonte-das-cores/

As cores tendem a indicar muito além de simples variações cromáticas, elas são reconhecidas pela memória coletiva em vários aspectos diferentes, objetivamente ou subjetivamente, bastante usada como armas persuasivas e indicativas de circunstâncias específicas, segundo o site viver de blog em sua publicação sobre psicologia

das cores, resume o efeito de como é ressignificado o uso de cada cor em diversas situações como arte, peças publicitárias, identidade visual e marketing.

Simbologia da Cor Vermelho	<p>Usado em restaurantes para estimular o apetite.</p> <p>Cria um senso de urgência.</p> <p>Frequentemente utilizada em liquidações.</p> <p>Usado para atrair compradores impulsivos</p>
Simbologia da Cor Amarelo	<p>Usado para prender a atenção nas vitrines das lojas.</p> <p>Mostra clareza.</p> <p>Boa cor para detalhes importantes ou Call to Actions.</p> <p>Lembra parada/cuidado (ou cautela).</p>
Simbologia da Cor Azul	<p>Frequentemente utilizado em negócios corporativos porque é produtivo e não invasivo.</p> <p>Cria um senso de segurança e promove confiança na marca.</p> <p>Diminui o apetite e estimula produtividade.</p> <p>Associado com água e paz.</p>
Simbologia da Cor Laranja	<p>Usado para chamar a atenção.</p> <p>Bom para criar Call to Actions como: Compre Agora! Acesso Imediato!</p> <p>Encontrada como sendo a preferida por compradores impulsivos.</p> <p>Representa uma marca amigável, alegre e confiante</p>
Simbologia da Cor Verde	<p>Associado com saúde, tranquilidade, natureza, dinheiro e marcas ricas.</p> <p>Usado nas lojas para relaxar os clientes.</p> <p>Frequentemente usado para promover a questão ambiental</p>
Simbologia da Cor Roxo	<p>Associado com realeza, sabedoria e respeito.</p> <p>Frequentemente utilizado em produtos de beleza ou antiidade.</p> <p>Representa uma marca, serviço ou produto criativo, inteligente e imaginativo.</p>

Tabela 2 - Psicologia das cores (Fonte: Viver de Blog)

Independente do uso da noção simbólica das cores, a aplicação das cores é presente de forma digital, por meios virtuais entre computadores, tv, *smartphones* e nos impressos como em cartazes, capas de discos, revistas entre outros diversos. Desta aplicação o preceito básico para cumpri-los é a noção entre as cores RGB usados em cores digitais e as cores CMYK, presentes nas cores impressas.

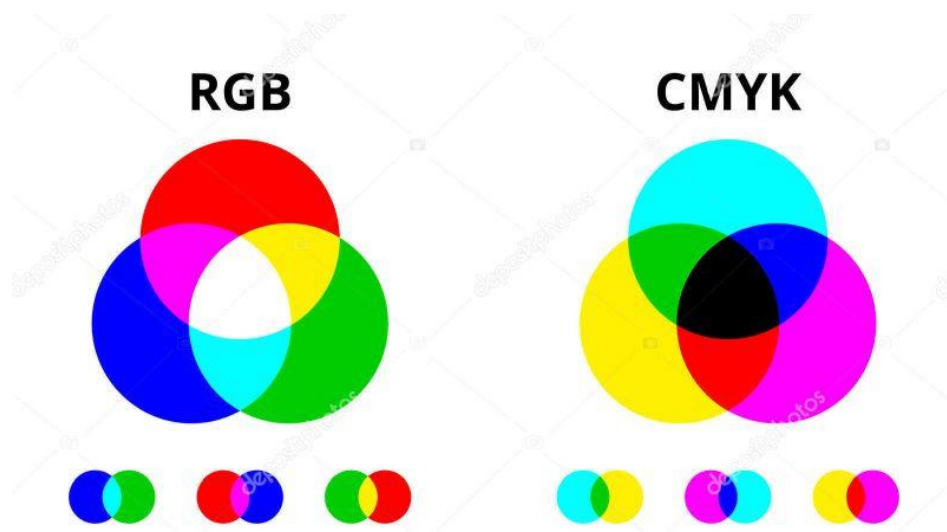


Figura 15 – RGB e CMYK

Fonte: <https://designermaodevaca.com/post/qual-a-diferenca-entre-rgb-e-cmyk>

7.1.7.1 RGB

A sigla em inglês significa, Vermelho, Verde e Azul. A junção dessas três cores a partir de um emissor de luz, comumente hoje em dia o LED, fazem de sua variação a criar nuances entre as intensidades da emissão formando todas as cores desejadas. Diferente da CMYK, as cores RGB não possui preta, já que é a ausência de luz que faz a distinção entre o preto e as outras cores que emitem luz.

7.1.7.2 CMYK

A sigla, também vinda de língua inglesa, significa, Ciano, Magenta, Amarelo e Preto. A aplicação normalmente feita por uma impressora de tinta, pigmento ou laser é baseada numa conversão da imagem em retículas, que são pontos minúsculos, e vazados, que ao entrar outra e outra camada nos intervalos de cada impressão de cor, montam a cor desejada. Diferente do RGB, as cores primarias incluem o preto, já que as impressões são feitas em superfície branca

7.1.8 Tipografia

O nome tipografia dá-se a configuração de forma na escrita, as variações de desenhos começaram a ser mais bem estudadas após a invenção da imprensa, para uma melhor aplicação para legibilidade dos produtos impressos, sendo um dos objetos mais importantes para designers desde o surgimento do ofício.

A tipografia é estruturada em três principais classes que distinguem as demais pragmáticas que a compõe, sendo elas fonte, letra e família tipográfica. As letras ou glifos são símbolos alfabéticos utilizado na reprodução escrita. A fonte é de cunho digital, programada para que o desenho tipográfico que se refere a alguma letra corresponda à letra utilizada de fato. A família tipográfica é um conjunto de fontes que independente da sua variação, pertencem ao mesmo grupo que intercala entre algumas alternâncias na forma.

O desenho tipográfico é composto por anatomias que facilitam sua caracterização e está semanticamente interligado ao uso específico de algumas tipografias, tanto para com a ergonomia, quanto para com o tipo de comunicação que será disposto pelo texto. A imagem abaixo ilustra as formas que definem as variações das tipografias e seus nomes:



Figura 16 - corpo tipográfico

Fonte: <https://www.breakfreegraphics.com/design-blog/user-flow-is-the-new-wireframe/>

A utilização precisa das tipografias, traz ao trabalho gráfico uma identidade que irá comunicar junto ao conteúdo disposto dos outros objetos que compõe o Layout.

Existem variados tipos de tipografias, suas classificações se dão pelo desenho programado para cada uma. Seu uso depende da variação de um aspecto semântico

que parte de uma visão histórica e do uso frequente de alguns tipos. Vemos aqui alguma das formalizações das fontes:

1. Moderna	BEBAS NEUE BOLD
2. Gótica	<i>Old English</i>
3. <i>Web</i>	Titillium <i>Web</i>
4. Serifa	Times New Roman
5. Humanistas	Helvetica
6. Caligráficas / Cursivas	Beyond The Mountains
7. Geométrica	Lemon/Milk

Tabela 3 - Modelos Tipográficos

1. Moderna – Tem por característica a fácil implementação em peças gráficas. Sua programação da forma é mais voltada para ter impacto em peças como títulos e palavras soltas. Bastante usada em cartazes e flyers.
2. Gótica – Uma tipografia antiga, teve seu uso presente em muitos momentos da história do ocidente, especificamente norte europeu, desde o período medieval até os períodos após a grande guerra.
3. *Web* – É uma caracterização nova das tipografias, que tem sido mais implementada e estudada por conta da sua boa ergonomia de legibilidade, bons espaçamentos, e famílias tipográficas bastante variáveis de espessuras, podendo ser usada em peças mais artísticas, textos, títulos e seu próprio uso na *web* e em aplicativos.
4. Serifa - As fontes com serifa são bastante presentes em livros e jornais. Em títulos de jornais famosos na internet também é possível notar a sua presença. Sua capacidade de legibilidade é alta, pois as serifas dão a sensação de ligar uma letra a outra, dando fluidez para a leitura, além de remeter a formalidade e erudição.

5. Humanistas – Assim como as tipografias *Web* e modernas, as tipografias humanistas tendem a ter seu uso muito presente em sinalizações junto aos pictogramas por ter um alto alcance legível e na cultura popular por suas formas mais fluidas entre espessura, favorecendo vários graus de aplicabilidade. A Helvética por exemplo, teve seu uso intensivo desde sua criação em poster de filmes, logos de bandas de rock, entre outros.
6. Caligráficas – A personalização das tipografias com a intenção de representar mais diversidade e fluidez da forma, faz com que o uso das fontes caligráficas traga uma sensação mais familiar com traços e gestuais humanizados.
7. Geométrica – Sua característica tende a ser mais geométrica, baseada nas formas mais básicas como círculos, quadrados e triângulos. É comum encontrar essas fontes com aplicação em títulos e em tamanho grande, não sendo comum em textos pequenos e informativos.

7.1.9 Grids

Os Grids são modulações de cadeias, entre grades, colunas, margens, marcadores, guias e zonas que tem como principal característica organizar, estabelecer hierarquia e determinar harmonia para o conjunto das peças gráficas. Sua concepção e uso vem antes mesmo do surgimento do design, partindo de antigos livros, anúncios e jornais, como por exemplo uma das primeiras páginas escritas em latim, incunábula, datada de 1483, como mostra Ambrose/Harris (2009, p.12).

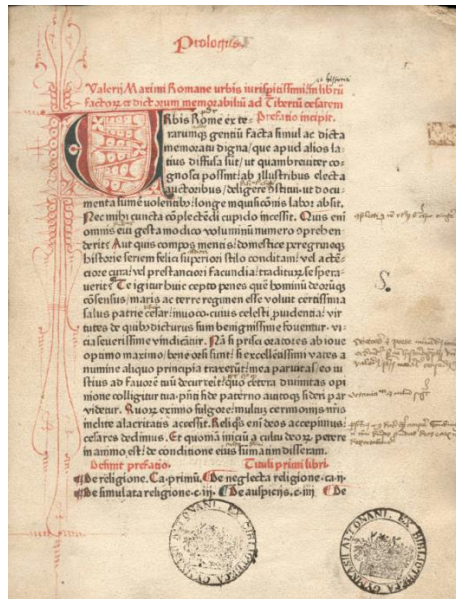


Figura 17 - Página do *Factorum et dictorum memorabilium* de Valério Máximo de um incunábulo impresso por Peter Schöffer em Mogúncia, 1471. (Fonte: Wikipedia)

O Grid tem a função de organizar objetos que compõe uma peça gráfica como imagens, textos, formas, vídeos, e os demais objetos gráficos presentes no Layout. Estes são diagramados pelo designer com o auxílio do Grid, fornecendo a distribuição e ordenando os alinhamentos dos corpos e elementos gráficos em conjunto.

Primeiramente, é importante mirar no ponto em que a leitura visual é cognitiva quando trabalhada junto com um bom desenho de Grids, feito que se compreende todos os objetos predeterminados à uma peça para dispor no Layout. Segundo Ambrose/Harris (2008) é dito o seguinte:

“O designer tem bastante liberdade quando se trata de posicionar diferentes elementos de design dentro de um *Layout*. Entretanto o modo como o olho humano examina uma imagem ou um corpo de texto faz com que certas áreas das páginas sejam mais bem visadas, ou mais ativas do que as outras.” (Ambrose/Harris. 2008, pg. 14)

Em seguida ele mostra de um gráfico que identifica como o olho busca o caminho de acordo com os padrões alfabéticos ocidentais. Sendo da esquerda superior, direcionando-se à direita inferior pela diagonal. Sendo deste propósito, aí entra outros patamares em relação ao que se compreende do conjunto de objetos, como também o que esses objetos contêm de informação, sucedendo a compreensão do que habita no conteúdo e o que merece os maiores pontos de destaques na distribuição junto aos Grids. Desse processo, a hierarquização das informações e dos objetos traz

consigo a organização mais. Um diagrama em forma de pirâmide concebido também por Ambrose/Harris (2008) chamado de “Pirâmide invertida”, denomina os graus de informação de um conteúdo a ser diagramado em um Layout. No nível primário é apresentado para “quem ou qual é o assunto; que serviço é oferecido; onde é o evento, e ect”. No nível secundário são em relação à “outras informações importantes; leituras adicionais, e ect.”. E último nível são apenas “detalhes”, no qual são tratados como detalhes mesmo, não interferindo diretamente nos conteúdos de maiores graus de informações.

Tem de se complementar que os Grids são funções auxiliares de profunda participação na organização da forma e dos objetos que compõe o Layout, mas não servem apenas para compreender seu uso, eles compartilham de certas normas que facilitam de sua aplicação e padrões que se baseiam em sua anatomia. O blog Chief of Design apresentou em seu artigo sobre Grids as partes que constituem a anatomia das Grids.

7.1.9.1 Margens

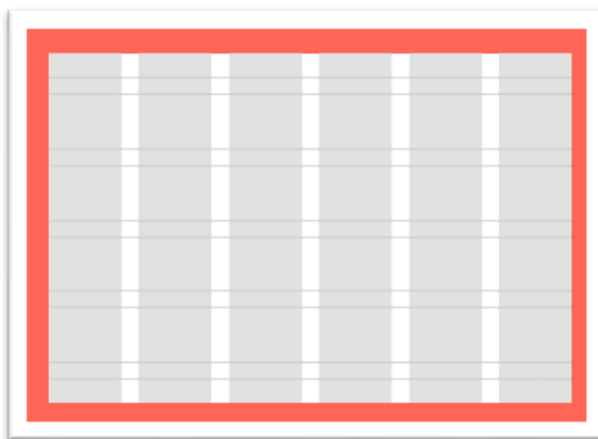


Figura 18 - margens
(fonte: <https://www.chiefofdesign.com.br/guia-sobre-Grid/>)

As margens possibilitam ao leitor, descansos aos olhos e não deixam uma sensação de continuidade ou de perda de conteúdo, por delimitar o espaço da borda no interior do Layout.

7.1.9.2 Guias horizontais

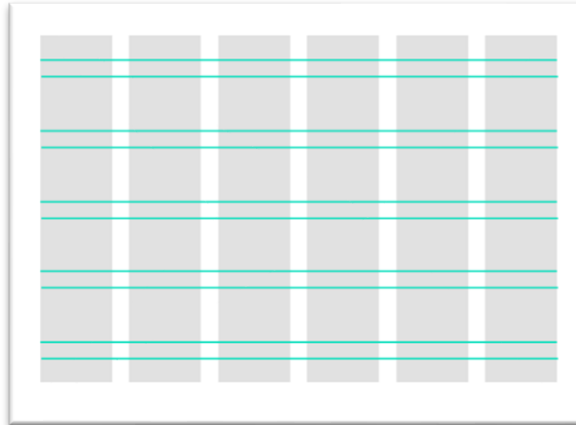


Figura 19 - Guias Horizontais
(Fonte: <https://www.chiefdesign.com.br/guia-sobre-Grid/>)

As guias como o próprio nome diz, guiam a leitura através da movimentação horizontal pela página, usadas para alinhamentos dos objetos presentes na vertical.

7.1.9.3 Colunas

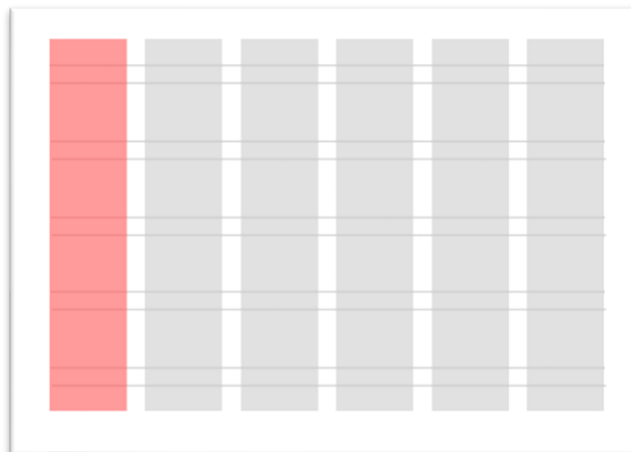


Figura 20 - Colunas
(Fonte: <https://www.chiefdesign.com.br/guia-sobre-Grid/>)

As colunas ficam à disposição de apresentar um conteúdo de forma a condensar para haver mais variações nas colunas ao lado. Isso possibilita um preenchimento e aproveitamento melhor da disposição das informações no Layout.

7.1.9.4 Módulos

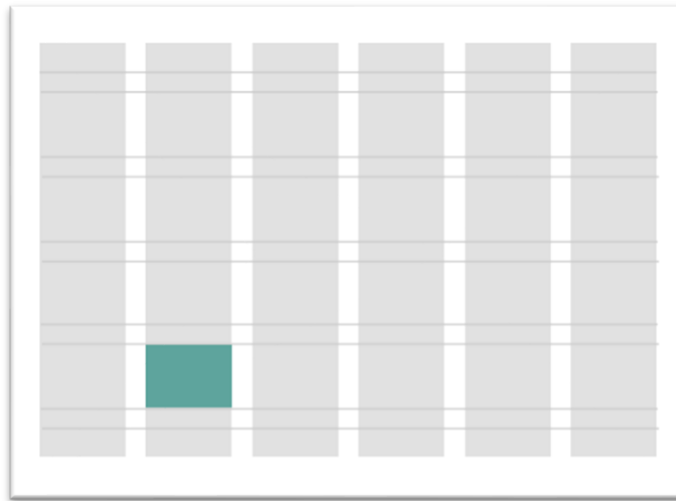


Figura 21 - Módulos
(fonte: <https://www.chiefdesign.com.br/guia-sobre-Grid/>)

Também conhecidos como intervalos, podem ser adequados ao uso com espaços em branco, referências textuais ou imagens. O módulo é a junção das linhas guias horizontais com as colunas.

7.1.9.5 Zonas espaciais

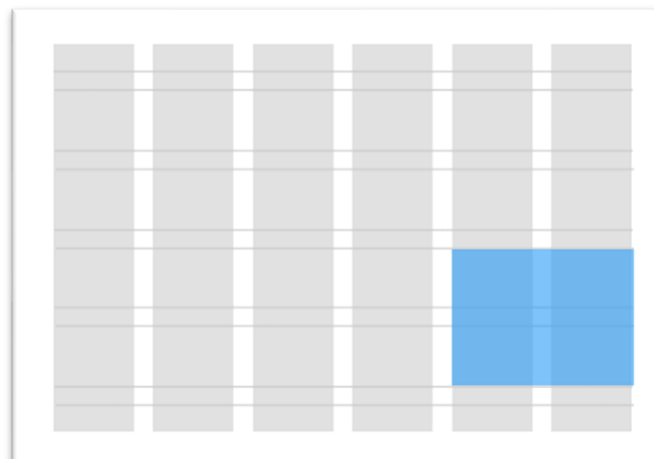


Figura 22 - Zonas Espaciais
(Fonte: <https://www.chiefdesign.com.br/guia-sobre-Grid/>)

São conjuntos de módulos que formam uma unidade, seu uso funciona da mesma forma que o do módulo.

7.1.9.6 Calhas

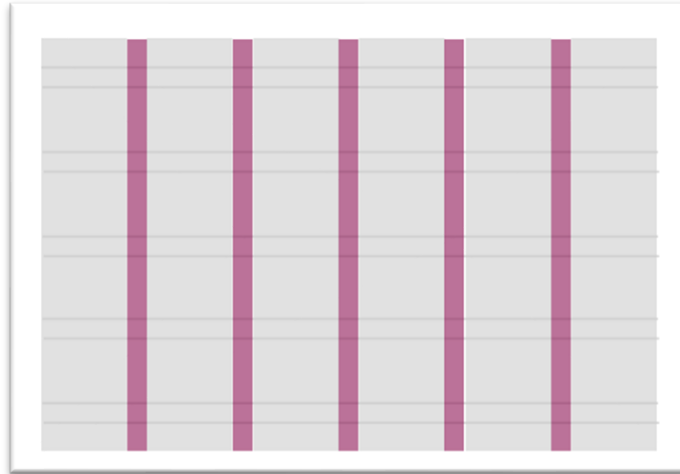


Figura 23 - Calhas
(Fonte: <https://www.chiefdesign.com.br/guia-sobre-Grid/>)

As calhas são os intervalos em branco entre as colunas, servem para separar os objetos.

7.1.9.7 Marcadores

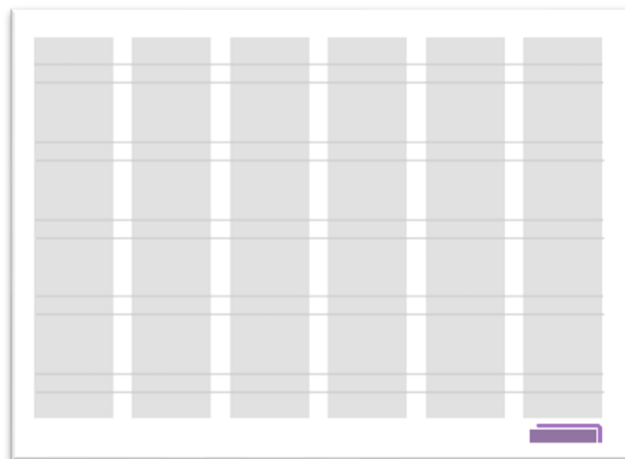


Figura 24 - Marcadores
(Fonte: <https://www.chiefdesign.com.br/guia-sobre-Grid/>)

São elementos secundários que são localizados na parte externa do *layout*, ou seja, na margem. Normalmente são subtítulos, páginas ou ícones.

8 Imersão em profundidade

8.1 Entrevistas

Devido à pandemia causada pelo COVID-19, algumas pesquisas de campo foram retiradas por motivos de proteção contra o vírus.

Foi desenvolvido um questionário online, com o objetivo de entrevistar os usuários sobre conteúdo audiovisual, para entender sobre o contraste que um projeto bem estruturado na parte de Design afeta o espectador e suas recomendações para que possa melhorar e atrair mais o público.

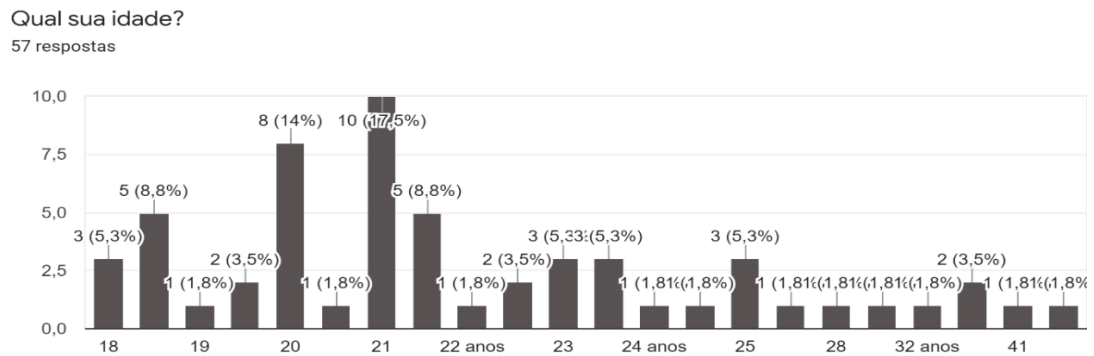


Figura 25 - Idade dos usuários (gráfico)

Fonte: Autor, 2020

Iniciando a pesquisa, foi necessário entender a predominância etária, sendo assim:

- 66,7% Pessoas entre 18 e 24 anos
- 25,9% Pessoas entre 24 e 30 anos
- 3,7% Pessoas entre 37 e 42 anos
- 3,7 Pessoas entre 43 e 50 anos

Devido a pesquisa ser direcionada a estudantes do ensino superior, a relevância mais acentuada está em alunos entre 19 a 21, mas se deve levar em consideração o público de idade mais avançada como possíveis usuários que também estarão em busca de vagas no mercado digital. Abaixo vemos sobre o que os alunos sabem sobre Portfólio

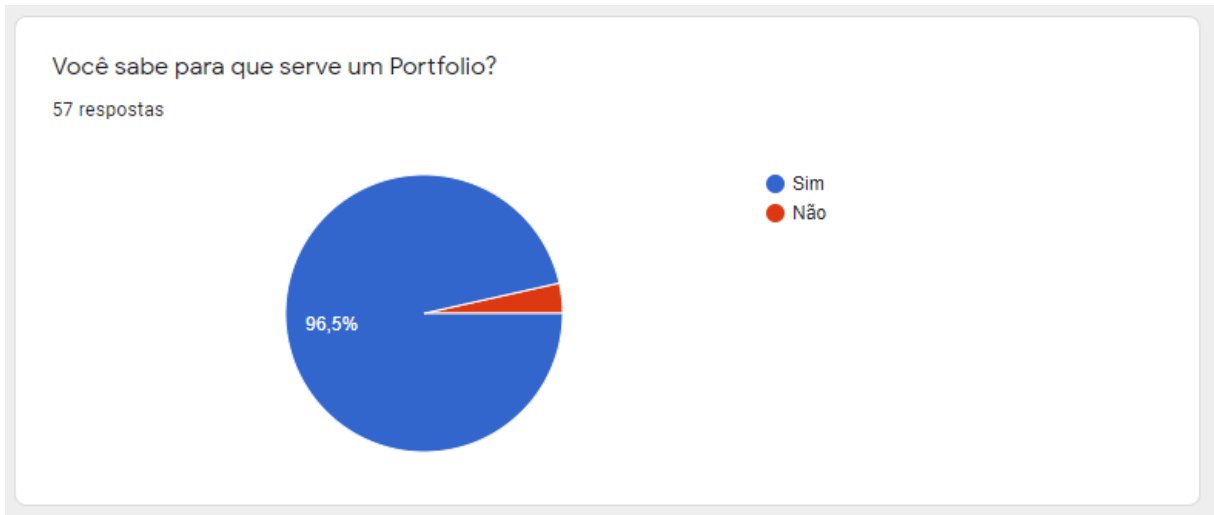


Figura 26 – Sabe para que serve um Portfólio
Fonte: Autor, 2020

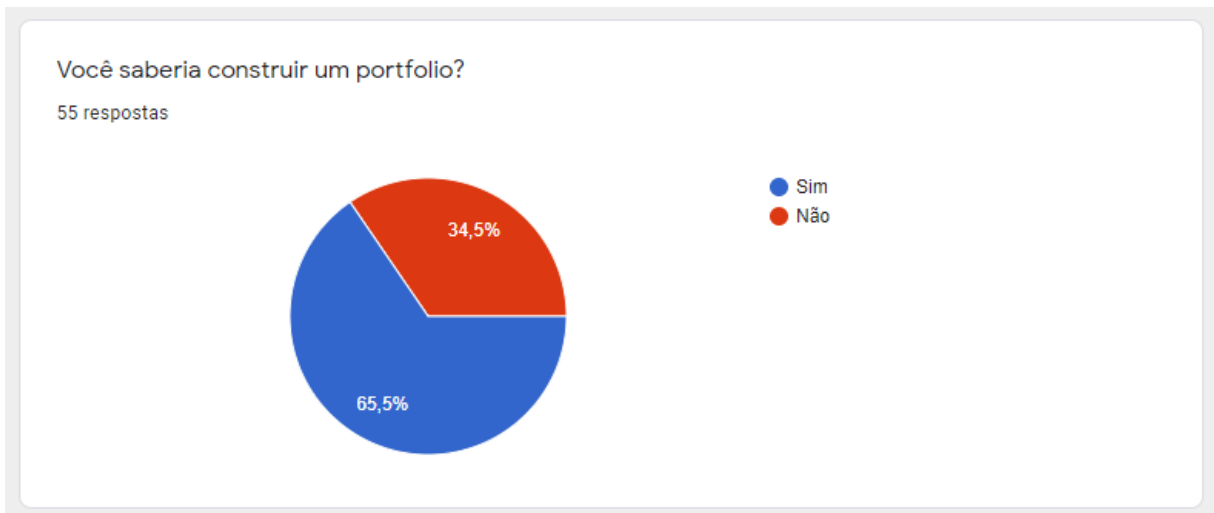


Figura 27 – Sabe para que serve um Portfólio
Fonte: Autor, 2020

Comparado ao resultado da pergunta anterior, é possível ver um conflito de interesses e conhecimentos, 96,5% dos entrevistados responderam saber o motivo da elaboração de um Portfólio, no entanto 34,5% delas não saberiam construir o dado documento.

Os entrevistados mostram na próxima questão os resultados dessa diferença de informações

Você tem Portfólio?

57 respostas

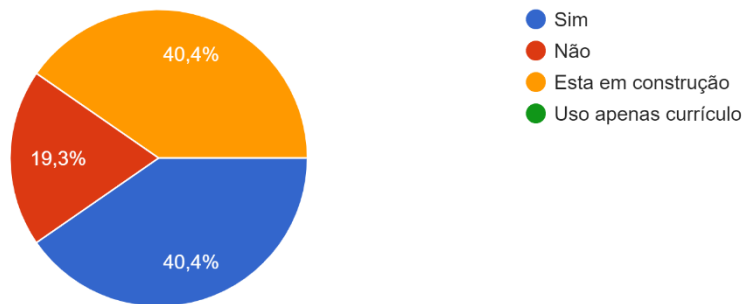


Figura 28 - Gráfico sobre a situação atual dos estudantes
Fonte: Autor, 2020

- **40,4%** do público respondeu que ainda não tem um portfólio apresentável pois se encontra em fase de construção.
- **19,3%** alegaram não ter um portfólio aumentando a parcela que ainda está em produção, não tendo assim, um material final para apresentar.
- **40,4%** Mostraram já possuir um material concluído como portfólio, número que apesar de ser igual ao que ainda estão produzindo, se torna inferior se levado em conta os que ainda não possuem um portfólio.
- **0%** dos questionados alegaram usar currículo.

Na plataforma usada para apresentar seu portfolio, o que você acrescentaria para melhorar o site ou arquivo?

40 respostas

colocaria os melhores trabalhos produzidos tanto da faculdade, tanto de clientes que contrataram o serviço.

por enquanto mais trabalhos diferentes

Um tutorial mais claro e mais opções de templates

Navegação pelo site e sistema de tags

Mais praticidade e melhor rearranjo dos blocos onde tem as imagens

Opção de layout.

Pastas separadas para cada tipo de trabalho

Depende. Creio que o método de pesquisa por artistas, é horrível. Você pra achar uma artista específico, é necessário sair utilizar de 3 pesquisas para encontrá-lo

Figura 29 – Melhorias nos sites de Portfolio
Fonte: Autor, 2020

Gostaria de orientação para como e porque ter um portfolio mais assertivo na área que pretende atuar?

56 respostas

Sim!

Talvez

.

Sim

Sim seria muito interessante, pois nós ao construir as primeiras apresentações de projetos ficamos perdidos de como mostrar os trabalhos e acabamos tirando de "molde" os projetos já existentes na plataforma como behance

Seria interessante pra ter um norte, ainda mais pra quem está iniciando

Com certeza!

Sim!!

.

Figura 30 – Necessidade de orientação
Fonte: Autor, 2020.

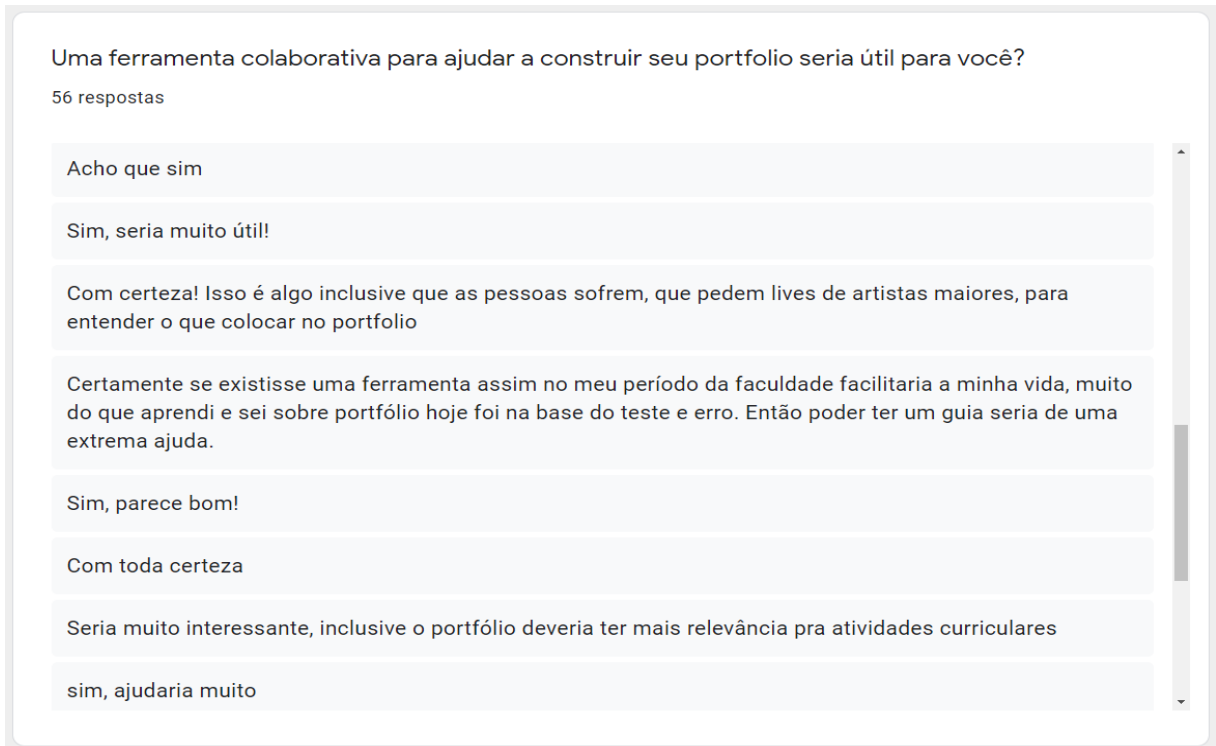


Figura 31 – Necessidade de uma ferramenta nova.
Fonte: Autor, 2020.

8.2 Análise de Similares

A pesquisa por similares centraliza todas as informações de projetos e empresas semelhantes, esse material contou com 10 plataformas de ancoragem de portfólio, ambos com funções semelhantes e outros nem tanto, essas plataformas em geral servem apenas como base de armazenagem de dados, como é possível ver a seguir, com base no artigo feito pelo empreendedor Neilpatel (2020)

8.2.1 Adobe Portfólio

O Adobe Portfólio, esse é um programa gratuito para criar portfólio online, para ter acesso a ele, você só precisa ter uma conta ativa na Adobe, podendo-se dizer que é “grátis”, mas disponibilizando ferramentas bem diferentes, como a personalização de domínio e layout. Também é possível, sincronizar os contatos e trabalhos do Behance para alavancar os acessos ao seu portfólio online.

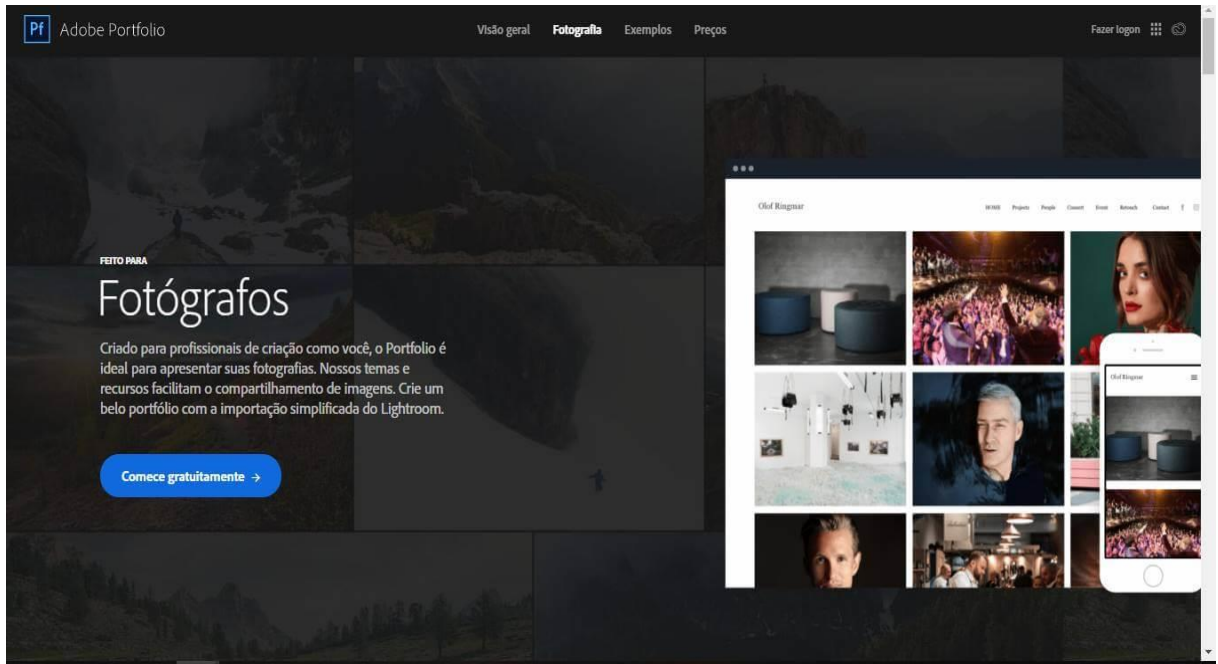


Figura 32 – Adobe Portfolio
 Fonte: <https://neilpatel.com/br/blog/portfolio-online/>

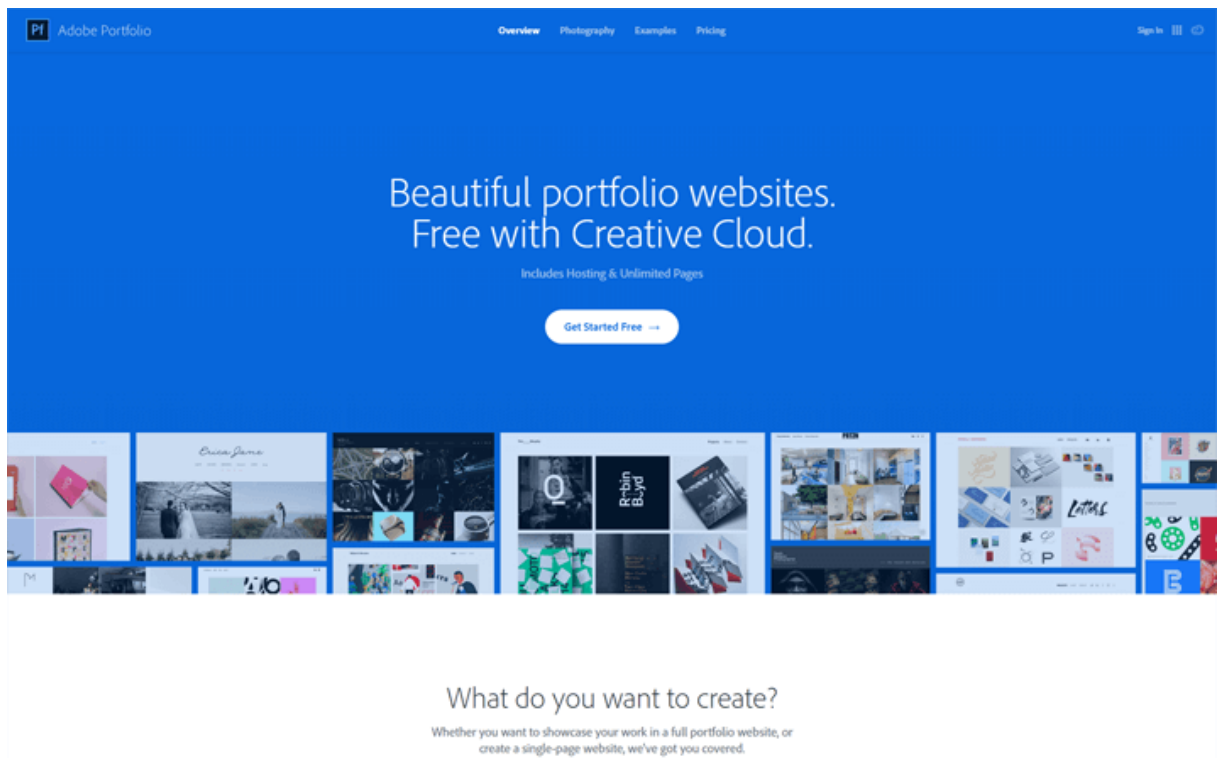
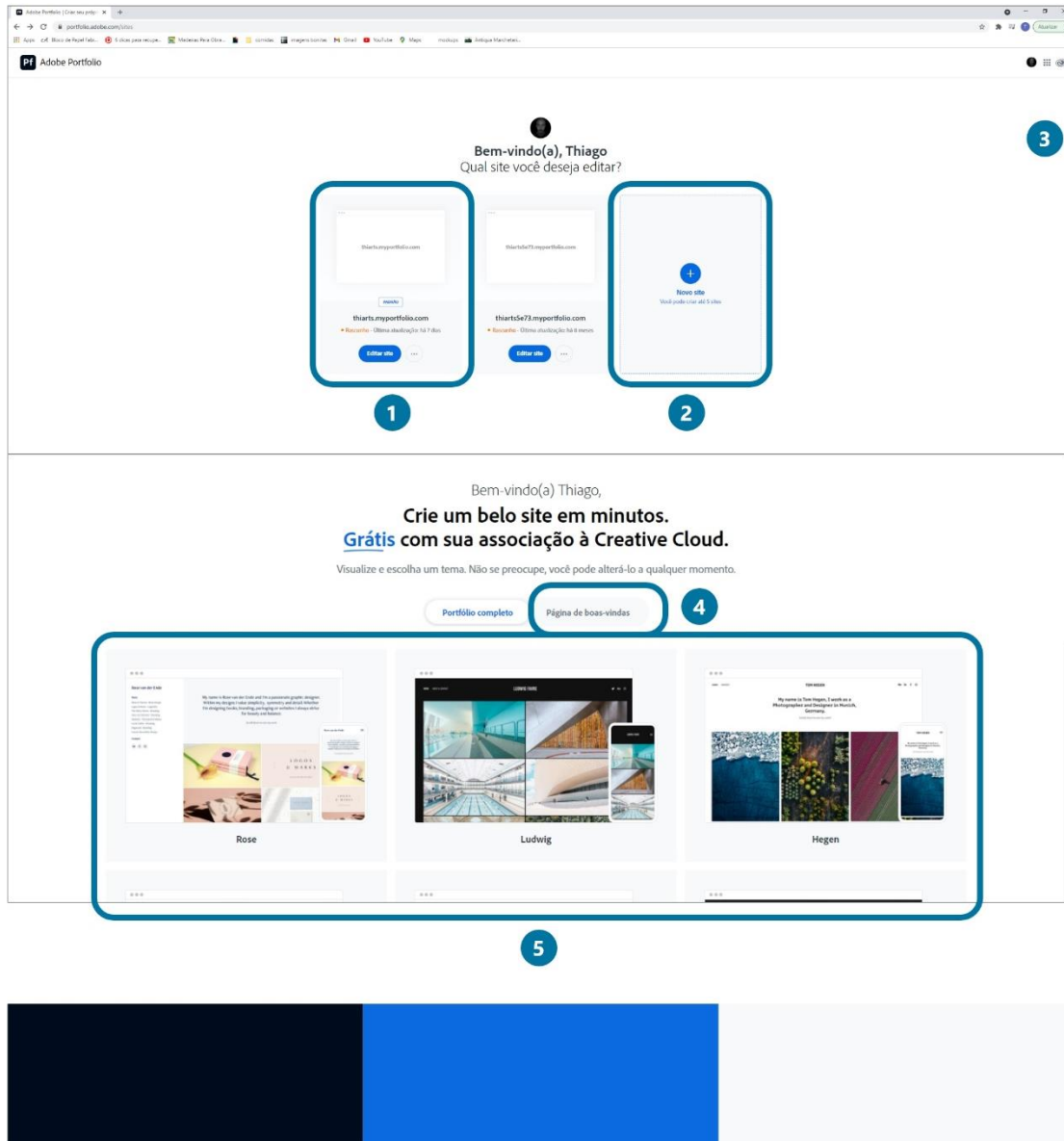


Figura 33 – Adobe Portfolio campanha
 Fonte: <https://neilpatel.com/br/blog/portfolio-online/>



A paleta de cores é bem simplificada criando um layout mais limpo e focado nos projetos

- 1 Sites já postados pelo profissional
- 2 Criar outros sites do zero
- 3 Acesso a outras plataformas da Adobe
- 4 Páginas em branco mas com os templates já pré escritos
- 5 Páginas prontas

Figura 34 – Adobe Portfolio análise
Fonte: Autor

Como parte do Creative Cloud, a Adobe Portfolio visa proporcionar aos fotógrafos, assim como profissionais que trabalham com criatividade, uma forma mais simples de mostrar seu trabalho online. A Adobe Portfolio oferece layouts pré-fabricados, bem como opções de personalização de website para elementos como o cabeçalho, logotipo, navegação, fundo e rodapé. Os projetos são ágeis, com escala para vários tamanhos e tipos de tela. Há também uma opção para uma URL do site personalizada.

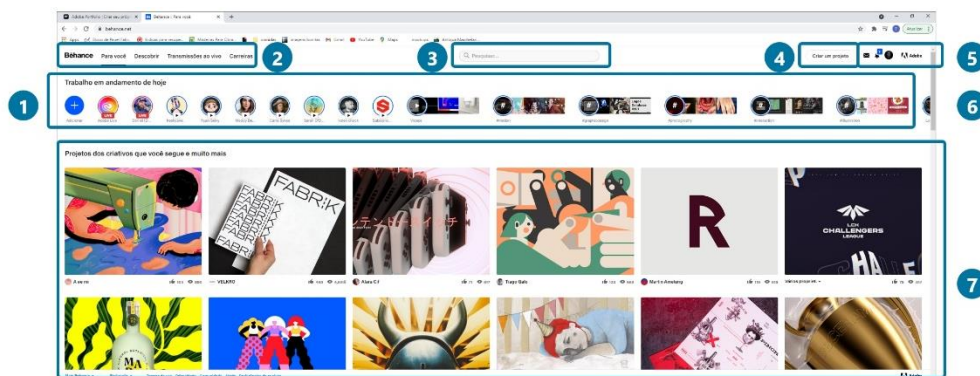
As características incluem galerias de conteúdo, páginas protegidas por senha e estatísticas. Os assinantes também podem integrar uma conta Behance à plataforma Portfólio, que promete sincronização perfeita entre os sites.

VANTAGENS	DESVANTAGENS
<p>A plataforma editável</p> <p>Os projetos criado nos programas da Adobe ficam disponíveis para postar no site</p> <p>Disponibiliza layouts pré-montados</p> <p>Disponibiliza layouts pré-montados</p> <p>Possibilita criar o Site a sua maneira</p> <p>Muito intuitivo</p>	<p>Com certas limitações de UI</p> <p>Precisa do ajuste do profissional para que as imagens façam sentido a quem ver</p> <p>Torna os sites muito semelhantes a de outros profssionais</p> <p>Torna os sites muito semelhantes a de outros profssionais</p> <p>Precisa ter conhecimentos de Ui para atingir resultados mais interessantes</p>

Figura 35 – Adobe Portfolio analise
Fonte: Autor

8.2.2 Behance

Além de ser um dos mais famosos sites para criar um portfólio online, o Behance é uma rede social de profissionais criativos. Ou seja, você pode postar seus melhores trabalhos, receber curtidas e comentários. Mas, também, se inspirar com o que já foi realizado por outros usuários.



#000B1D

#0B6AE0

#757575

#F7F9FB

A paleta de cores é bem simplificada e semelhante a da Adobe portfolio

- 1 Lives e aulas online acontecendo em tempo real
- 2 Temas de pesquisas que ajudam a encontrar o que precisa com mais acurácia
- 3 Barra de pesquisas por tags
- 4 Espaço para apontar os projetos no Portfólio
- 5 Outras ferramentas da Adobe
- 6 Eventos por tema
- 7 Projetos de outros profissionais dispostos com capas de apresentação, bem semelhante a uma rede social, com Likes e Views.

Figura 36 – Adobe Behance análise
Fonte: Autor

O Behance pode ser uma boa ferramenta para mostrar o portfólio tanto para quem já conta com um site próprio quanto para quem ainda não marca presença na internet. Afinal, como essa plataforma tem todo um lado social, ali é um excelente caminho para divulgar seu trabalho para mais pessoas e até mesmo receber alguns feedbacks de quem realmente entende do assunto.

Outro ponto a favor do Behance é que o site conta com um grupo de curadores que diariamente escolhem os trabalhos mais relevantes de cada área para receber uma espécie de selo de aprovação.

VANTAGENS	DESVANTAGENS
<p>A plataforma editável</p> <p>Marque seu trabalho e inclua sua equipe.</p> <p>Lista de ferramentas que você usou para ajudar a categorizar seu trabalho.</p> <p>Lista de ferramentas que você usou para ajudar a categorizar seu trabalho.</p>	<p>Com certas limitações de UI</p> <p>Projetos completamente acabados têm uma chance melhor de acabar em uma galeria curada do que um Work In Progress.</p> <p>Os projetos devem ter 6 a 20 imagens.</p>

Figura 37 – Behance análise
Fonte: Autor

A apresentação do seu trabalho pode ser organizada em álbuns, valorizando ainda mais as imagens. Assim sendo, é muito usada por designers, ilustradores e até modelos. Tem espaço para incluir seu mini currículo. E você pode embutir mídia de redes sociais como SoundCloud, Vimeo e YouTube. Então, economiza tempo ao subir trabalhos que já estejam na internet. Tudo isso sem limites de uploads, que podem ser áudio, imagem, texto ou vídeo. Para ter acesso ao Behance, você só precisa ter uma conta na Adobe.

8.2.3 Carbonmade

Também é muito popular, principalmente por ser intuitivo e rápido.

Para usar o Carbonmade, é só escolher um template pronto e preencher seu portfólio com informações de contato, experiências anteriores, entre outros.

Assim como o Behance, também permite que organize seus projetos dentro de álbuns personalizados. Como é otimizado para buscas, eleva as chances de que seu portfólio online seja melhor posicionado no Google.

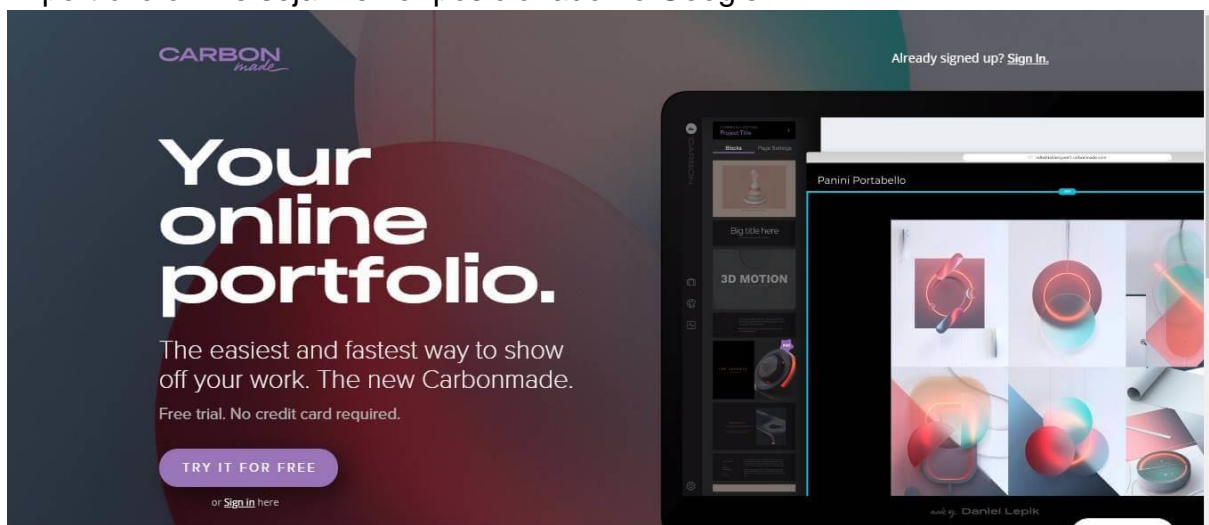


Figura 38 – Carbonmade

Fonte: <https://neilpatel.com/br/blog/portfolio-online/>

Mas há alguns pontos de atenção:

- Na versão free, só permite upload de imagens e textos
- Tem limite de uploads de imagens e categorias
- Conta com poucas opções de layout
- Ou seja, é o site mais indicado se você precisa criar um portfólio com urgência, isso porque, sem dúvidas, é o mais prático e rápido de usar.

8.2.4 Cargo Collective

Considerado um dos sites de portfólio online mais completos, o Cargo Collective também é rápido e fácil de utilizar. Permite a criação de slide shows e até o armazenamento dos seus melhores trabalhos na nuvem. Entende o básico de programação, como HTML e CSS? Então, você pode customizar sua página para que ela fique com a sua cara.

A plataforma oferece mais de 30 templates prontos.

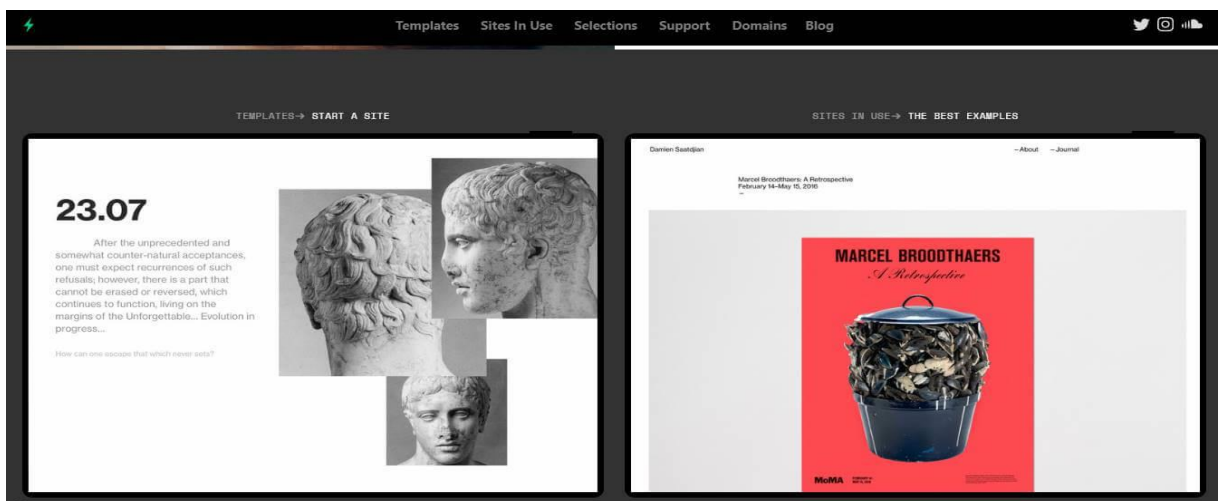


Figura 39 – Cargo Collective
 Fonte: <https://neilpatel.com/br/blog/portfolio-online/>

8.2.5 Contently

Mais voltado aos profissionais de conteúdo, o Contently funciona como uma vitrine de publicações na internet. Isso porque permite a importação de textos assinados pelo autor em sites de clientes. É redator e ainda não tem nenhum conteúdo publicado na internet, apenas fora dela? Não se preocupe: você pode fazer upload de arquivos se assim desejar!

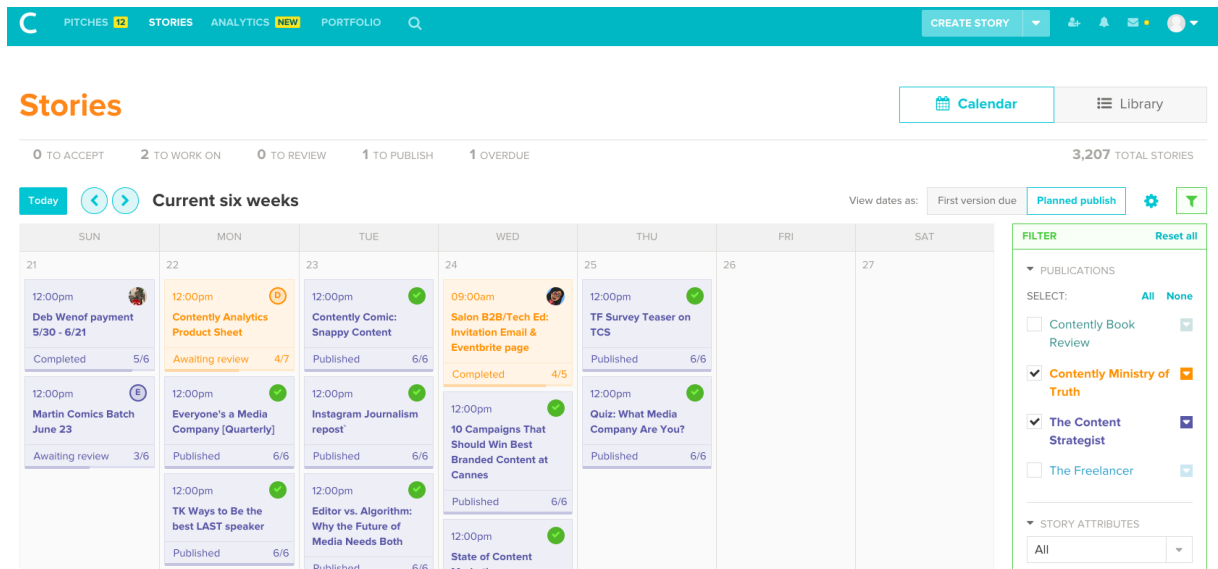


Figura 40 – Contently
 Fonte: <https://neilpatel.com/br/blog/portfolio-online/>

8.2.6 Flickr

Embora seja uma rede social voltada ao compartilhamento de fotos, o Flickr é usado como portfólio online para fotógrafos e videomakers.

Eles recorrem ao próprio perfil para publicar as suas fotos.

Assim, funciona como uma forma alternativa e interessante para divulgar trabalhos visuais como ilustrações, logos e peças publicitárias.

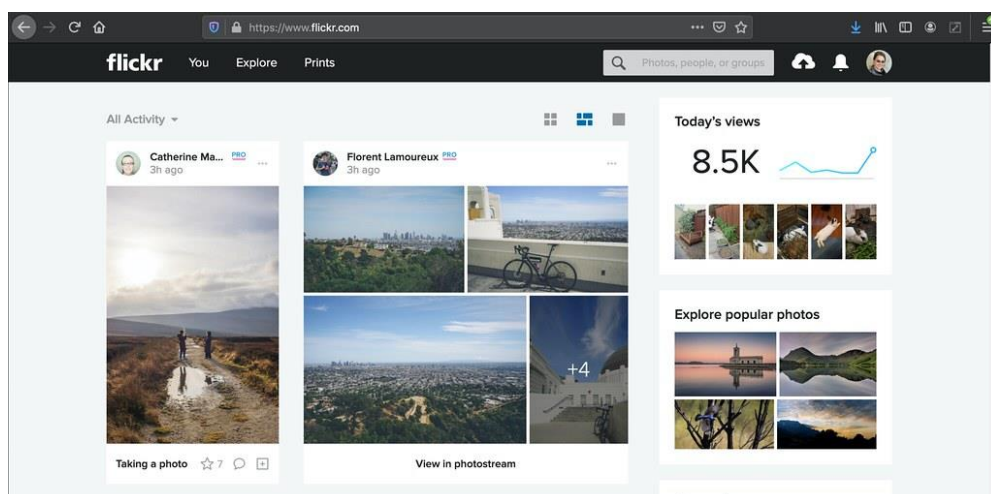


Figura 41 – Flickr
 Fonte: <https://neilpatel.com/br/blog/portfolio-online/>

8.3 Um dia na vida

Nos primeiros dias analisando todos os conceitos e funções das plataformas de elaboração de portfólio, foi possível validar alguns pontos importantes para a construção do projeto.

Nas plataformas disponíveis, foi possível determinar certo padrão na forma como é apresentado os projetos, as plataformas disponibilizam espaços de preenchimento com imagens, vídeos, e textos descritivos.

Isso reforça a veracidade da entrevista feita no começo do projeto, onde foi possível verificar que uma parcela dos alunos efetuou por si só a construção de seus portfólios, tomando como referência VISUAL, os projetos de outros profissionais, no entanto a replicação dos projetos de outras pessoas, não possibilita a verificação das aprendizagens e conceitos aplicados durante a criação dos projetos, já que as plataformas em si, só precisam dos resultados visuais dos projetos.

O aluno que está em busca de informações sobre a busca de como fomentar seu portfólio começa por dois pontos, a necessidade de conseguir um emprego ou a de começar a criar uma apresentação dos seus projetos, ambos começam com informações básicas da necessidade e funções de um portfólio

9 ANÁLISE e SÍNTESE

9.1 Cartões de Insight

Os cartões de insight vão nos ajudar a armazenar ideias e informações, através de títulos, pequenos trechos da informação e fonte de onde foi retirada. Utilizaremos das pesquisas realizadas nas duas primeiras etapas de Imersão, a preliminar e em profundidade.

CARTÃO 1	CARTÃO 1
A predominância etária é de 20 a 26 anos que tem interesse em uma plataforma de Portfólio ainda mais interativa e que o ajude mais na elaboração de projetos!	O publico se interessa pelas plataformas existentes, mas gostariam que fossem mais personalizáveis
CARTÃO 2	CARTÃO 3
Uma parcela do publico não se adaptou bem com as plataformas que criam sites ou algum tipo de hospedagem que necessite criar o layout	Ter um modelos mais bem estruturados que direcionem melhor a como montar um portfólio
CARTÃO 4	CARTÃO 5
Tiram como "molde" o trabalho de outros profissionais a fim de produzir o próprio portfólio a partir dos dados obtidos, isso acaba influenciando até a criação de um projeto	Uma das propostas de um aluno foi se "a ferramenta for uma comunidade onde as pessoas avaliem e interajam entre si para melhorar o portfólio de cada um"
CARTÃO 4	CARTÃO 5
Tiram como "molde" o trabalho de outros profissionais a fim de produzir o próprio portfólio a partir dos dados obtidos, isso acaba influenciando até a criação de um projeto	Mais opções de customização da página e de localização dos arquivos

Figura 42 – Cartões de Insight
Fonte: Autor

9.2 Digrama de Afinidades

O Diagrama de Afinidades será utilizado com o objetivo de criar uma organização entre os dados obtidos nas entrevistas. As informações foram organizadas através de cores e maior correlação dos dados, sendo organizados da seguinte maneira:



Figura 43 – Diagrama de afinidades
Fonte: Autor

9.3 Mapa Conceitual

Os dados da pesquisa realizada na etapa de entrevistas, terão como função nesse mapa, serem distribuídos, de acordo com a sua complexidade, representando níveis que facilitem a equipe profissional, se organizar melhor na síntese.

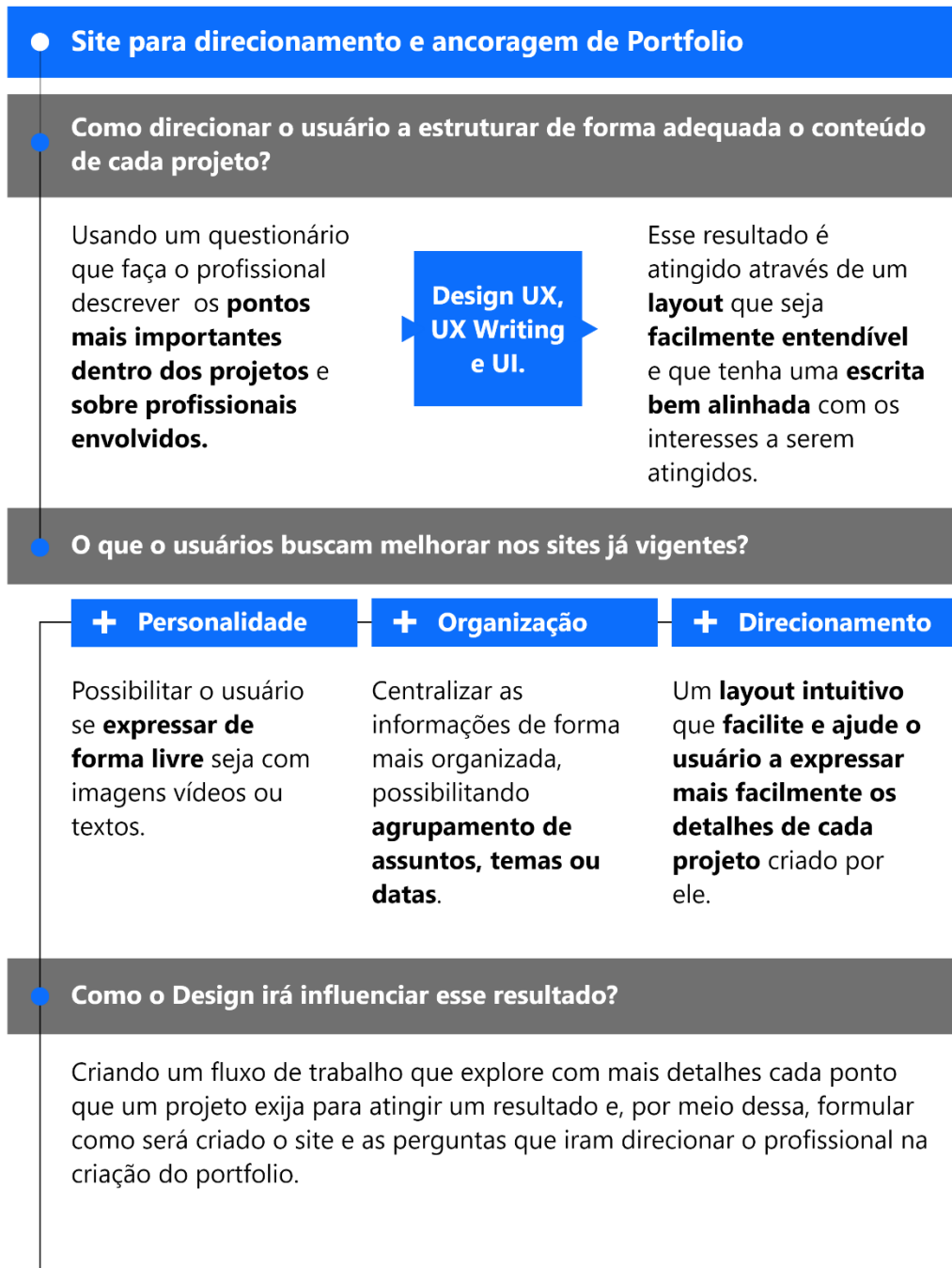


Figura 44 – Mapa conceitual
Fonte: Autor



● Como será feito?

● Design Ux

O profissional deve entender a proposta facilmente, gerando um ambiente mais confortável e interessante possível.

O site deve estimular não são o profissional a recordar detalhes dos projetos que ele participou, mas também, o fazer ter mais atenção e critérios na criação dos próximos trabalhos.

● Design Ui

A interface deve ser intuitiva, usando iconografias entendíveis e layouts limpos, que prezem por uma linha construtiva bem alinhada, direcionando de forma fluida o usuário, com o menor numero de atritos.

● Ux Writing

A escrita será essencial para a usabilidade do site, já que ela não so ira explicar a intenção do projeto, como também ira instruir nas etapas de criação do portfolio, fazendo com que ela deva ser, interessante, sucinta e bem estruturada com a intenção de cada projeto.

Figura 45 – Mapa conceitual continuação
Fonte: Autor

9.4 Critérios Norteadores

Após toda a junção das informações coletadas e determinadas com os cartões de insight e o diagrama de afinidades, através das pesquisas em imersão preliminar e em profundidade. Serão determinados critérios que irão nortear o projeto no processo de ideação até sua prototipação, que será o site de aporte dos projetos.

9.4.1 Objetivo

O propósito do projeto será construir um site que permita a apresentação de um portfólio baseado em análises, processos e resultados, que conte também com a orientação de como atingir esse objetivo.

Esse site será feito usando princípios do Design UX, UI e Design Writing.

Os softwares base para criação desse projeto são:

9.4.2 Figma

Essencial para estruturação do layout, funcionalidades e apresentação do escopo do site, e por ser uma ferramenta de prototipação, possibilita também a criação do fluxo de usabilidade, permitindo assim, fazer testes de qualidade e recursos presentes na proposta, para a entrega de um resultado final.

9.4.3 Illustrator

Focado na criação de imagens vetoriais, a ferramenta será essencial para elaboração não apenas da identidade visual, mas também do material iconográfico do site.



Figura 46 – Critérios norteadores
Fonte: Autor

9.5 Jornada do usuário

A jornada do Usuário é a ferramenta que faz o mapeamento de todo esse processo de interação do consumidor. Por meio dela, podemos encontrar todos os pontos de contato que o usuário possui com o produto.

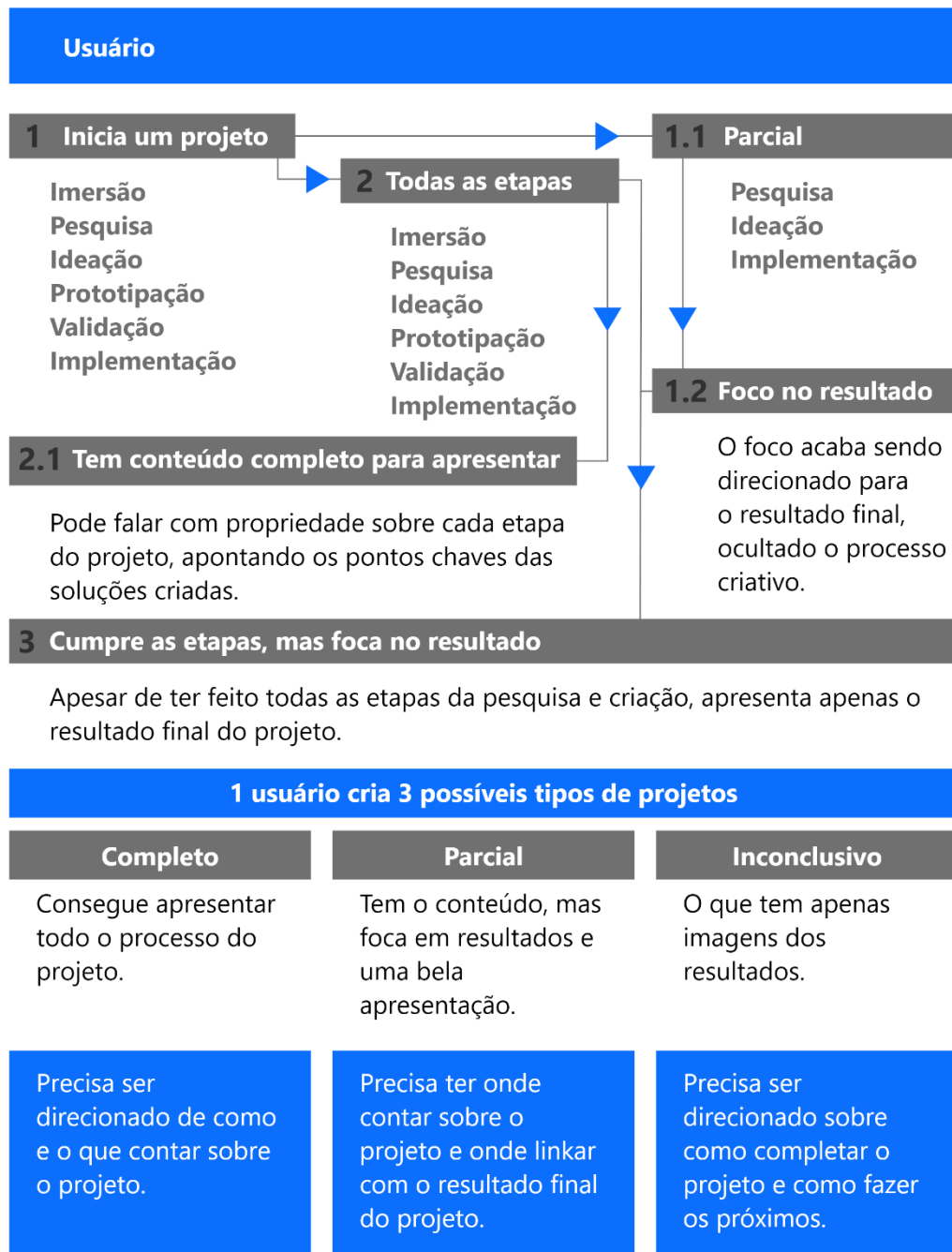


Figura 47 – Jornada do usuário
Fonte: Autor

A jornada do usuário no projeto, foi focada no processo dentro da criação de um projeto de design, até sua apresentação em uma plataforma de portfólio, para tal, entramos em contato com os entrevistados, e perguntamos o nível de conclusão apresentado sobre seus projetos e como foi o processo de criação do mesmo antes de coloca-los dentro das plataformas apontadas na etapa de Similares, e foi possível identificar três tipos de usuários nesses sites:

1.1 - Os que focam apenas nos processos básicos para alcançar um resultado final de um projeto.

2.2 - Os que seguem todas as etapas normalmente estipuladas na criação de um projeto de design.

3 - E os que apesar de fazerem todas as etapas de criação de um projeto, apresentam apenas o resultado final.

O que possibilitou conceber determinados direcionamentos que poderiam ser aplicados a cada seguimento de usuário, com base nas soluções pretendidas nessa pesquisa, o que dá início ao processo de Ideação.

10 Ideação

10.1 Painel semântico

Dentro da criação de um projeto gráfico, seja ele para a construção de uma identidade visual, uma padronagem para estampa digital, nada mais é do que a reunião de diversas imagens, fotos, cores, objetos e até mesmo palavras ou frases, que têm como missão principal traduzir a essência de um serviço, produto ou marca.

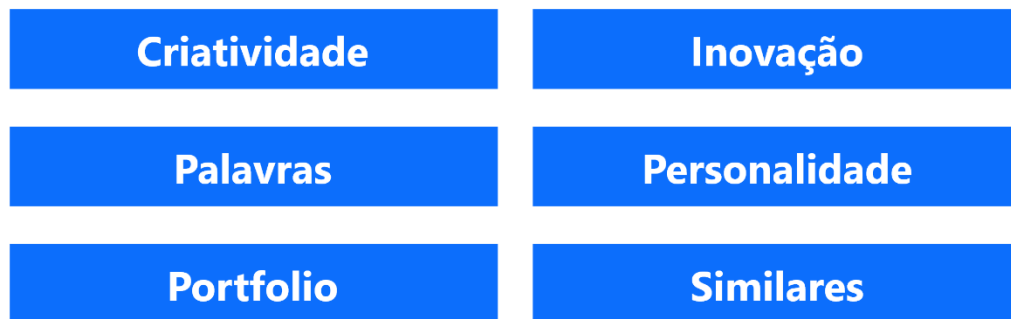
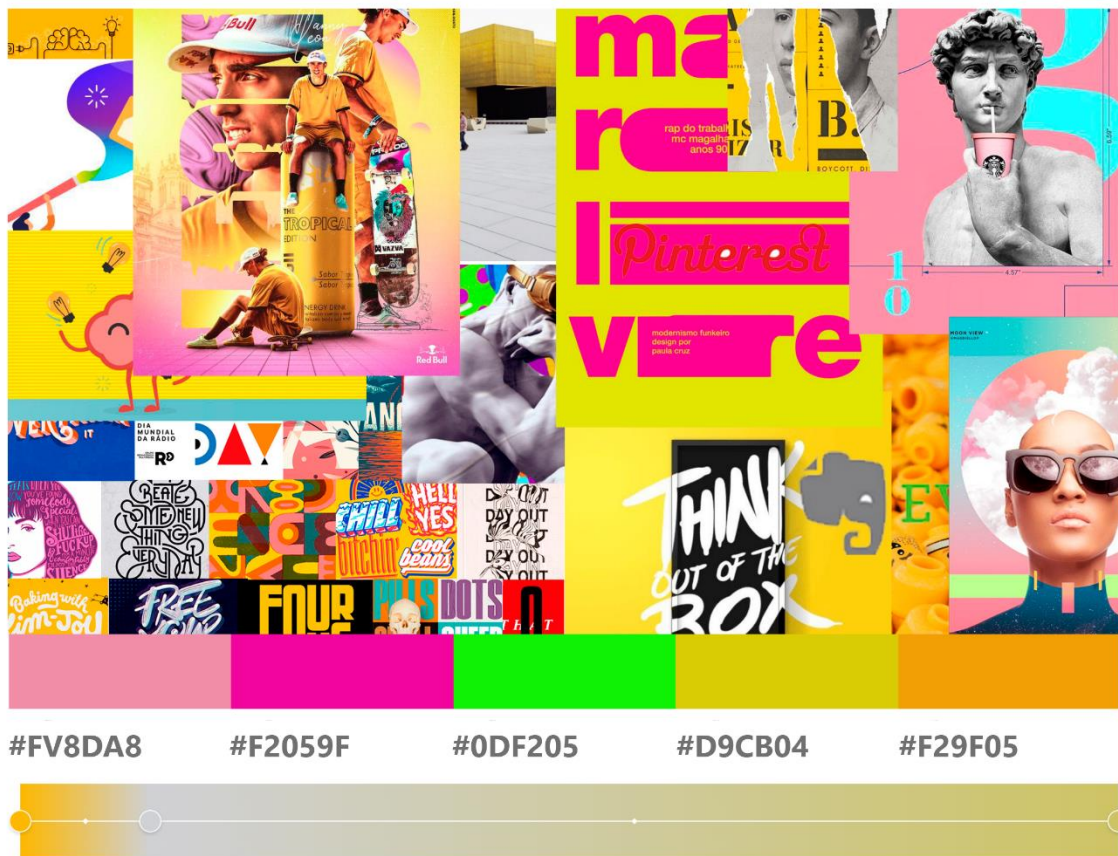


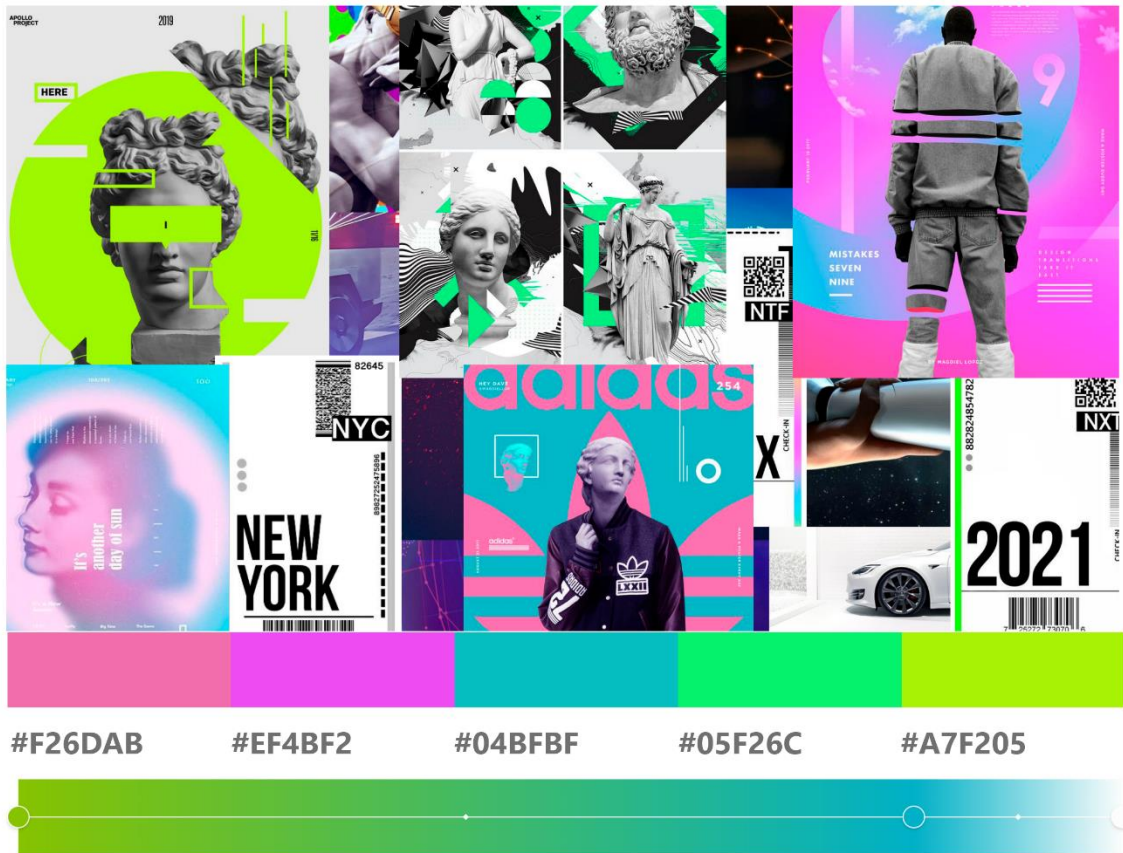
Figura 487 – Temas do painel semântico
Fonte: Autor



CRIATIVIDADE

Por definição o amarelo já é historicamente associado a criatividade, não seria diferente a predominância dessa cor nesse tema.

Figura 49 – Painel semântico Criatividade
Fonte: Autor



INOVAÇÃO

No quesito inovação os vínculos maiores com esse tema tomam lugar, o tecnológico e comportamental já que o mundo evolui, afim de melhorar a experiência de uso do próprio mundo.

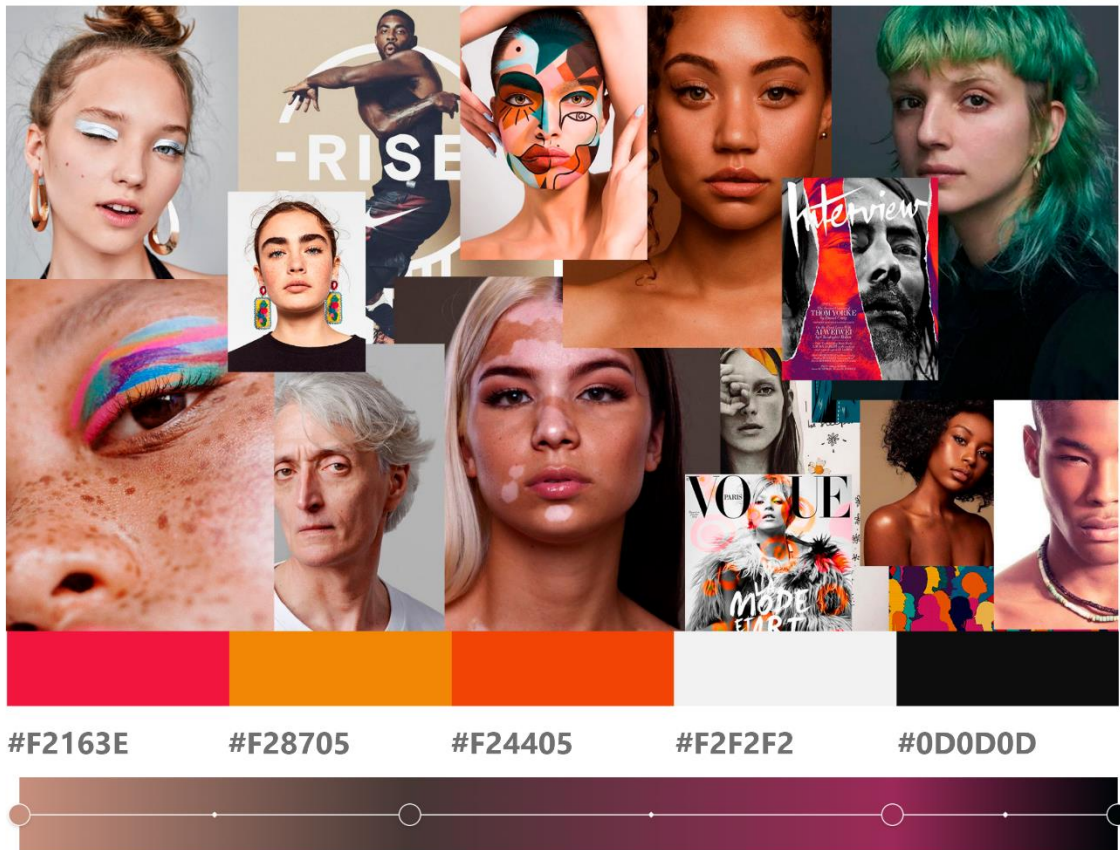
Figura 50 – Painel semântico Inovação
Fonte: Autor



PALAVRAS

Fator predominante nesse projeto, as palavras trazem possibilidades criativas infinitas, a partir delas encontramos tons escuros mesclando com avermelhados.

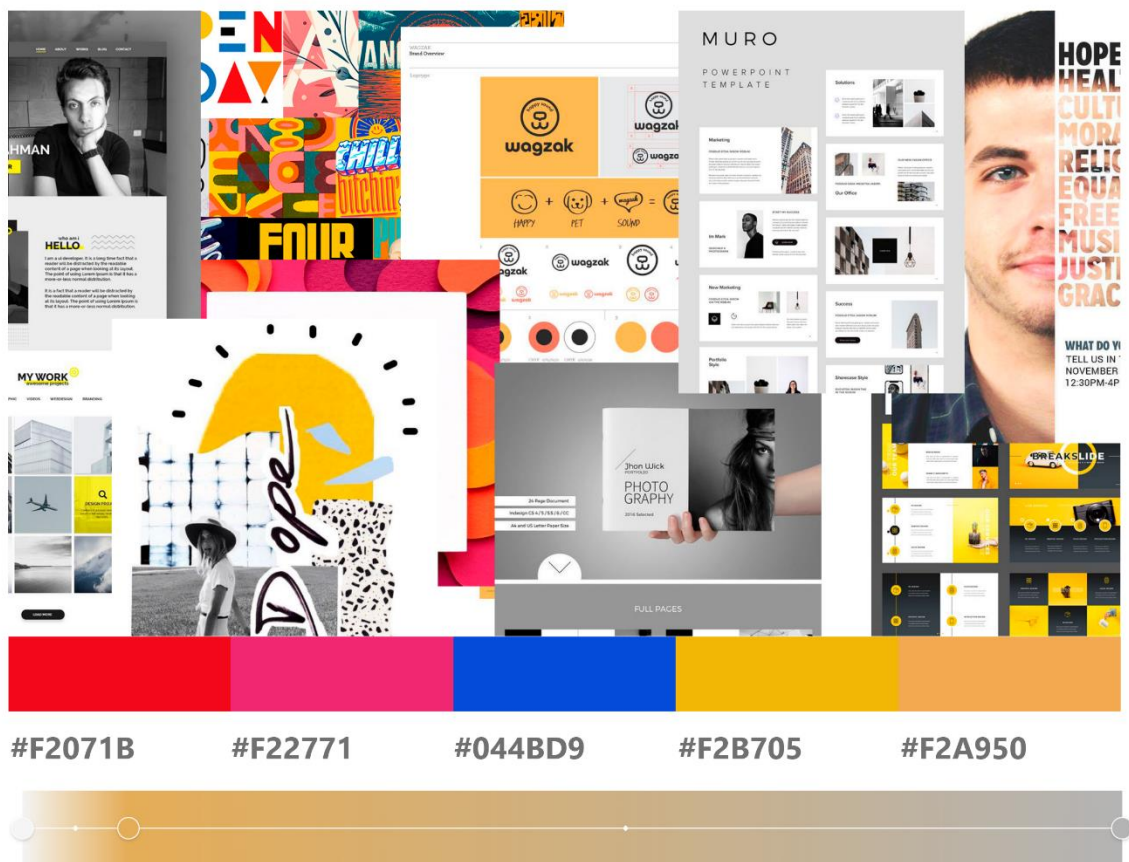
Figura 51 – Painel semântico Palavras
Fonte: Autor



PERSONALIDADE

"Cada humano é uma ilha" com particularidades, mas também algumas semelhanças, mas nesse tema, o foco é o OLHAR, o que já olharam? como olharam? porque olharam?

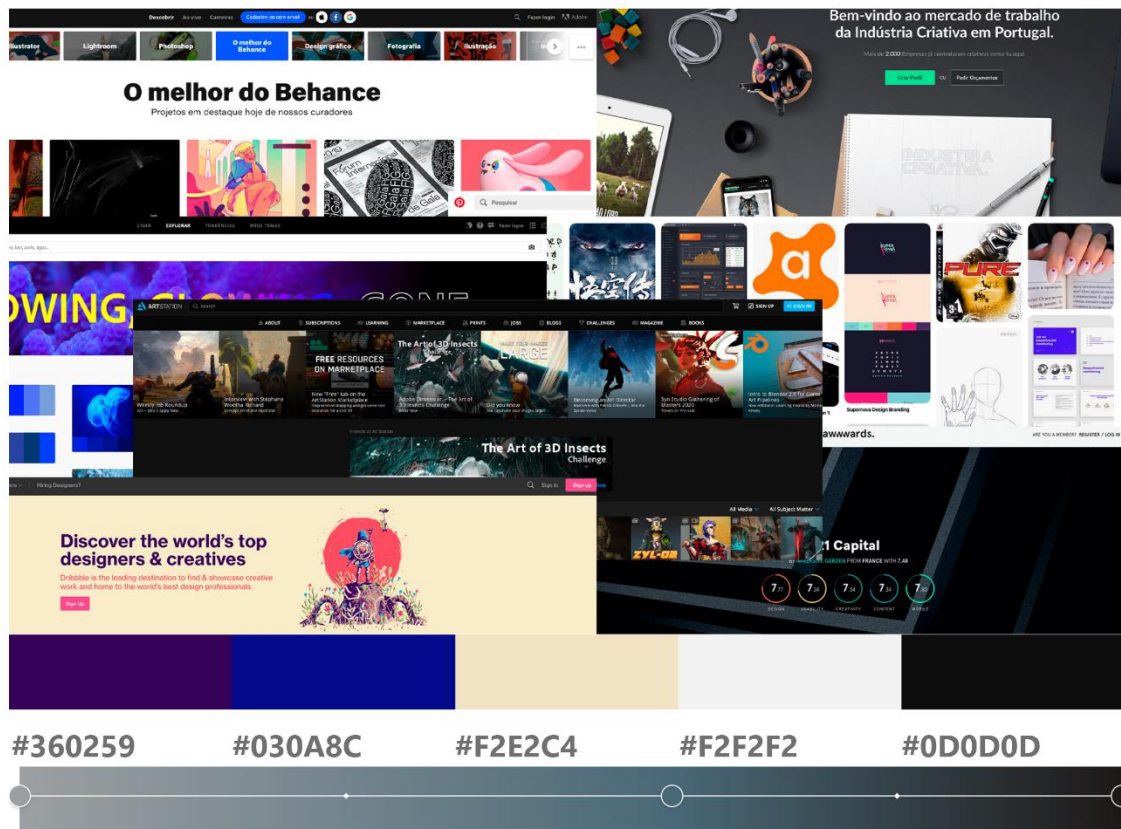
Figura 52 – Painel semântico Personalidade
Fonte: Autor



PORTFOLIO

O documento central desse projeto, traz uma reflexão, o documento mais criativo do mundo, também se conecta ao amarelo!

Figura 53 – Painel semântico Portfolio
Fonte: Autor



SIMILARES

Os sites já vigentes no mercado apresentam semelhanças visuais, tons de azul em combinação com cinzas e preto, significado de elegância, organização, produtividade e segurança.

Figura 54 – Painel semântico Similares
Fonte: Auto

10.2 Identidade visual

10.2.1 Geração de alternativas

As alternativas foram baseadas em grandes marcas contidas hoje no mercado, trazendo os requisitos retratados anteriormente.

Para que houvesse uma seleção palpável para a escolha das opções, foi elaborado um teste para a escolha da marca. Este teste se baseou em expor de forma virtual o site para entender o comportamento dos usuários, as opções foram mostradas para um grupo de pessoas que se encaixam no perfil do público-alvo já descrito neste presente relatório, e justamente nas imagens foram adicionados alguns requisitos para que o próprio usuário mostrasse com qual opção se identificou melhor. Estes requisitos foram: Simplicidade, Legibilidade e Conceito Aplicado, e pediu-se para que fosse dado uma nota de 1 a 10 para cada atributo, para que a versão escolhida seja a que tiver a melhor média.

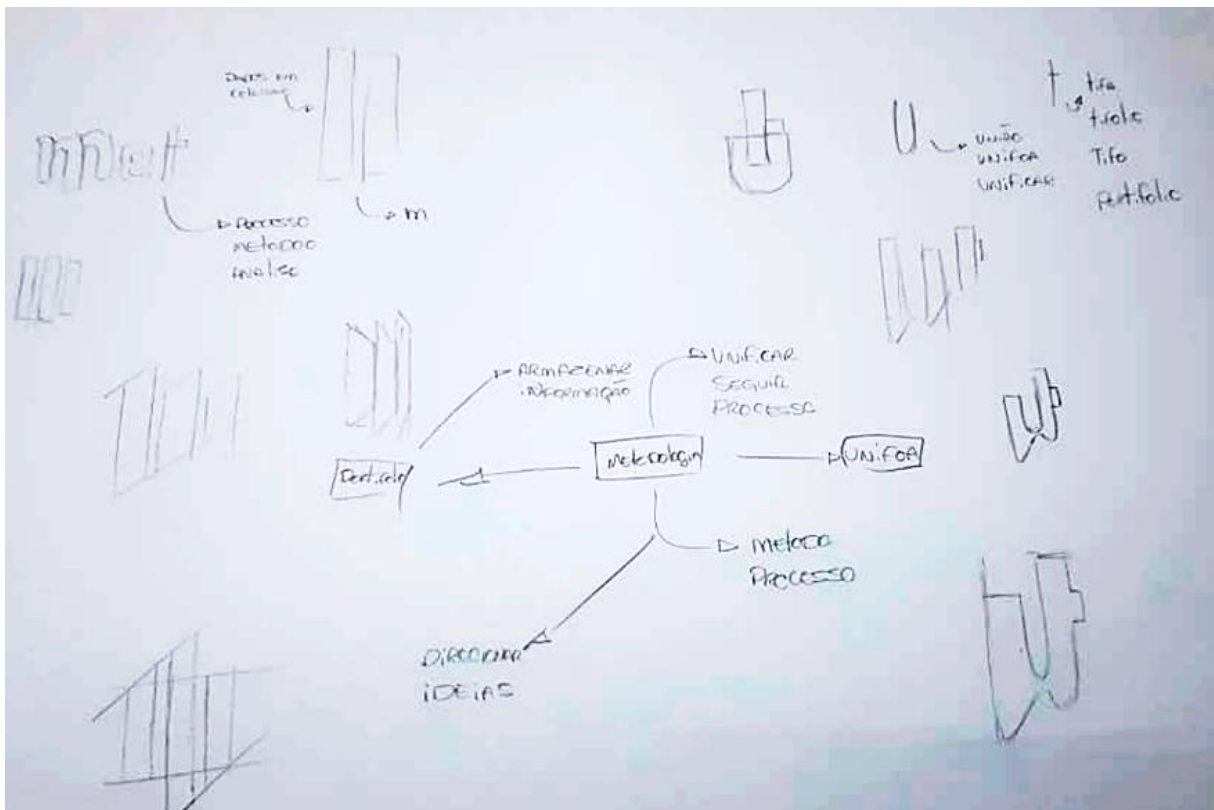


Figura 55 – Geração de alternativas
Fonte: Auto



Figura 56 – Logo proposta 1
Fonte: Auto

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Simplic...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Legibili...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Concei...	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

De 1 a 10 mostre o nível de relevância do tema no projeto

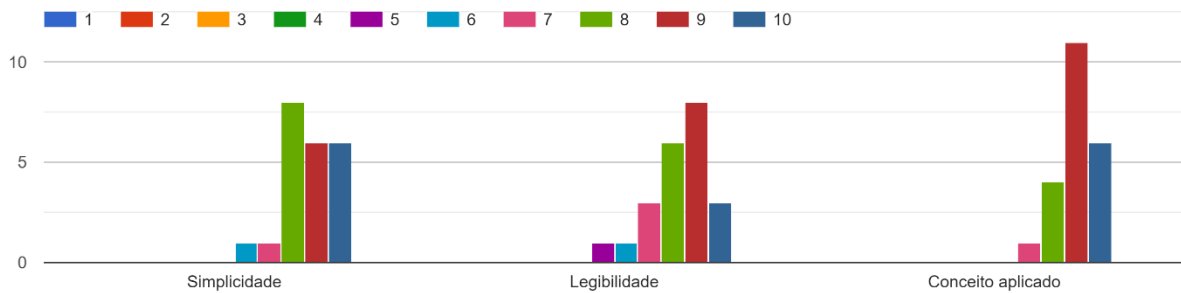


Figura 57 – Perguntas e respostas sobre a logo 1
Fonte: Auto



Figura 58 – Logo proposta 2
Fonte: Auto

De 1 a 10 mostre o nível de relevância do tema no projeto

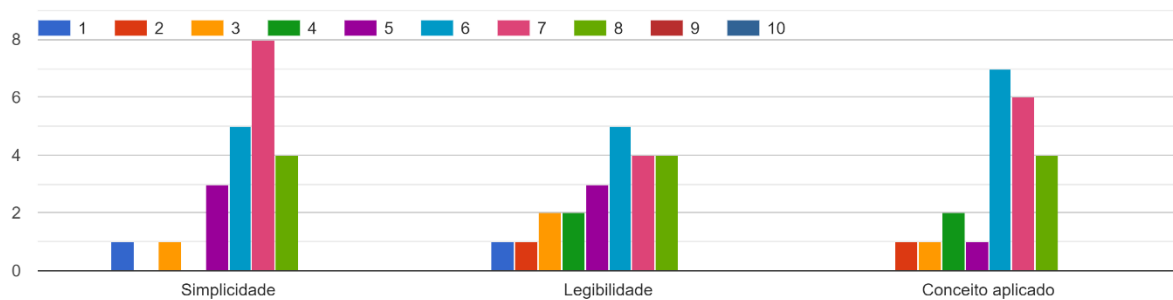


Figura 59 – Respostas sobre a logo 1
Fonte: Auto

A pesquisa feita com os usuários expressou com mais ênfase um interesse maior na primeira versão de conceito para a proposta do site.



Conceito

Focado em estimular o uso de metodologias e processos de produção criativa, o Methodo, nasce simbolizando esse tema, com o M dividido em 3 barras, que é o mesmo layout usado no site para dividir os conteúdos e textos dos usuarios, representando a organização e divisão de informações distintas, as pontas nas colunas relativizam o nível de conteúdo que cada profissional detem.

Espaçamento



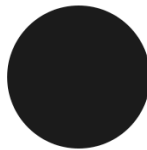
Marca monocromatica



Cores

#3643fa

#212121



Fonte

Poppins Sans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!@#%&'&

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!@#%&'&

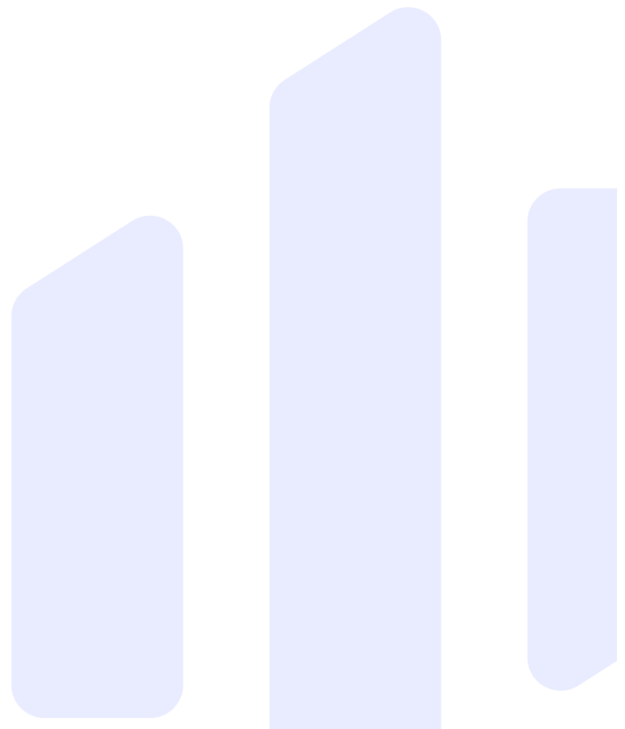


Figura 60 – Logo Methodo Final
Fonte: Auto

As cores, azul e cinza foram escolhidas a partir de dois painéis semânticos, portfolio e similares, para criar o ambiente de formalidade segurança e limpeza, já que os documentos aportados dentro do site poderão ter inúmeras cores, acaba nascendo a necessidade de usar apenas uma cor em companhia de elementos cinza, afim de não destoar do foco nos materiais incluídos.

O nome Methodo é Método em inglês, ao qual foi usado com base no mapa semântico criado dentro da geração de alternativa, já que o foco do site é basicamente criar a possibilidade de mostrar os métodos escolhidos dentro da jornada de criação de um profissional, usamos essa palavra (método) como tema do projeto

10.2.2 MindMap

Além dos dados obtidos na entrevista feita na etapa de análise, entramos em contato com usuários aproximados do centro do tema (Designers) para registrar algumas propostas de funcionabilidade que poderiam compor o projeto.

Também foi pedido para que os participantes falassem um pouco das principais perguntas que já fizeram a eles sobre os seus projetos, afim de entender o que costuma ser levado em consideração dentro do cenário de uma entrevista por exemplo.

Esses dados foram anotados durante as ligações e viraram insumos para a criação do MindMap

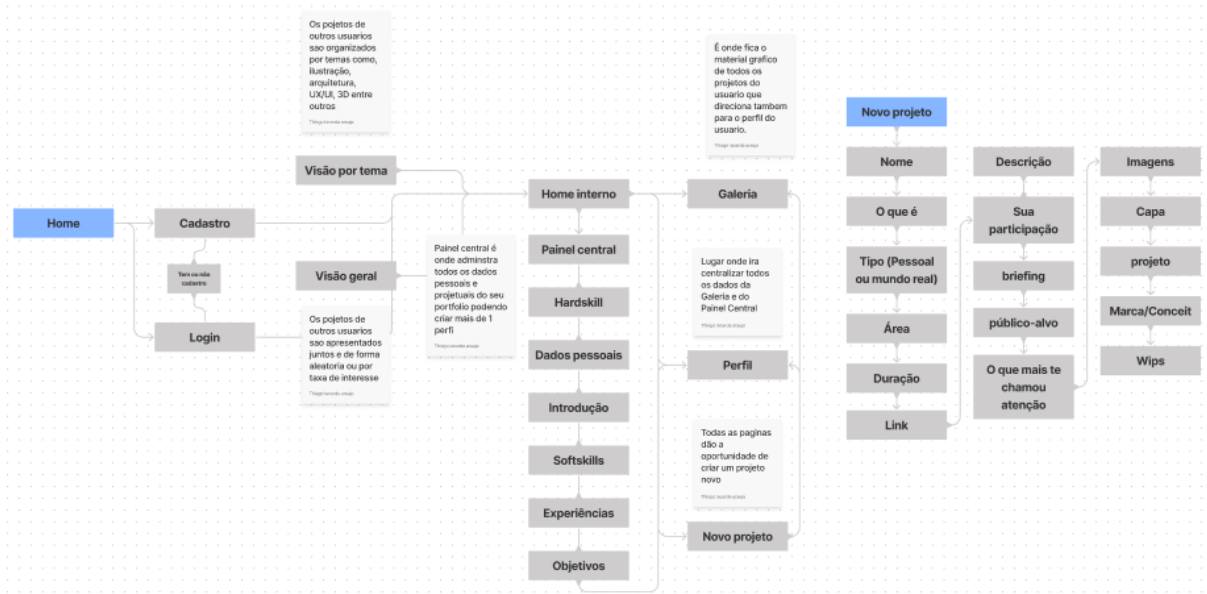


Figura 61 – Fluxograma do site
Fonte: Auto

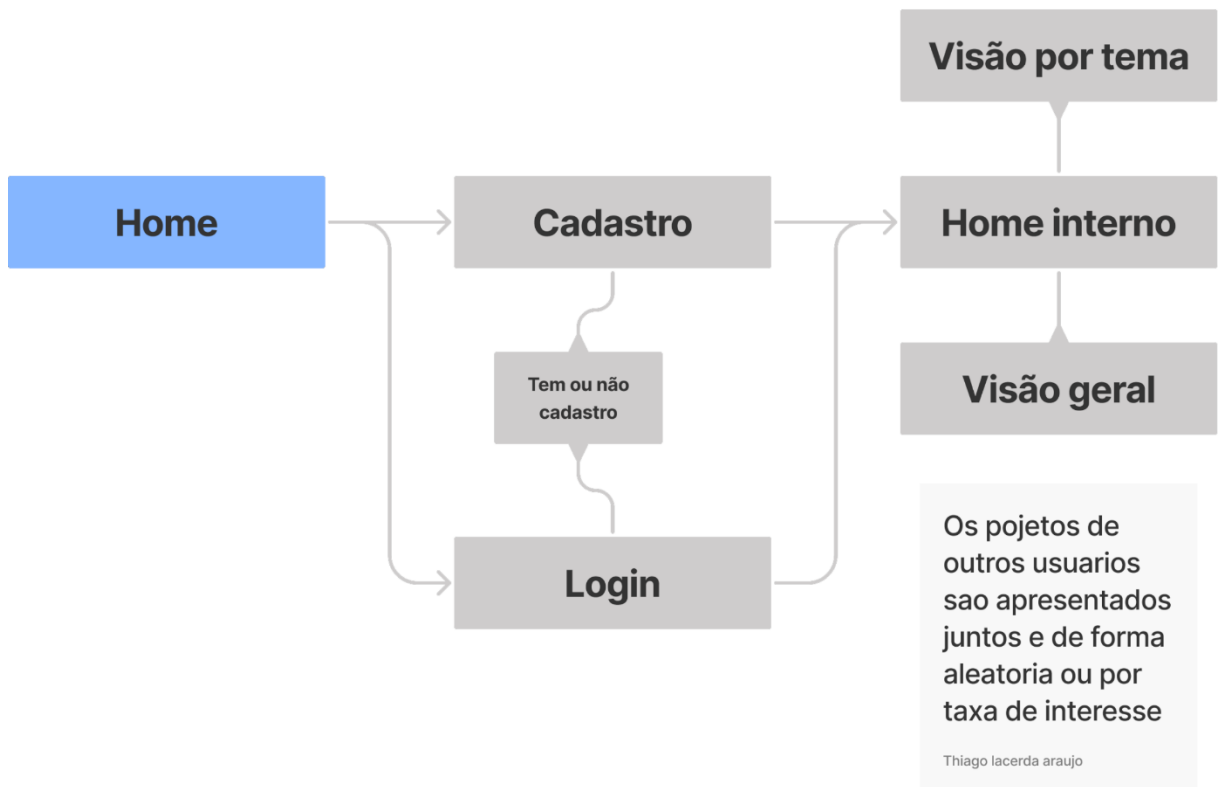


Figura 62 –Primeiro acesso
Fonte: Autor

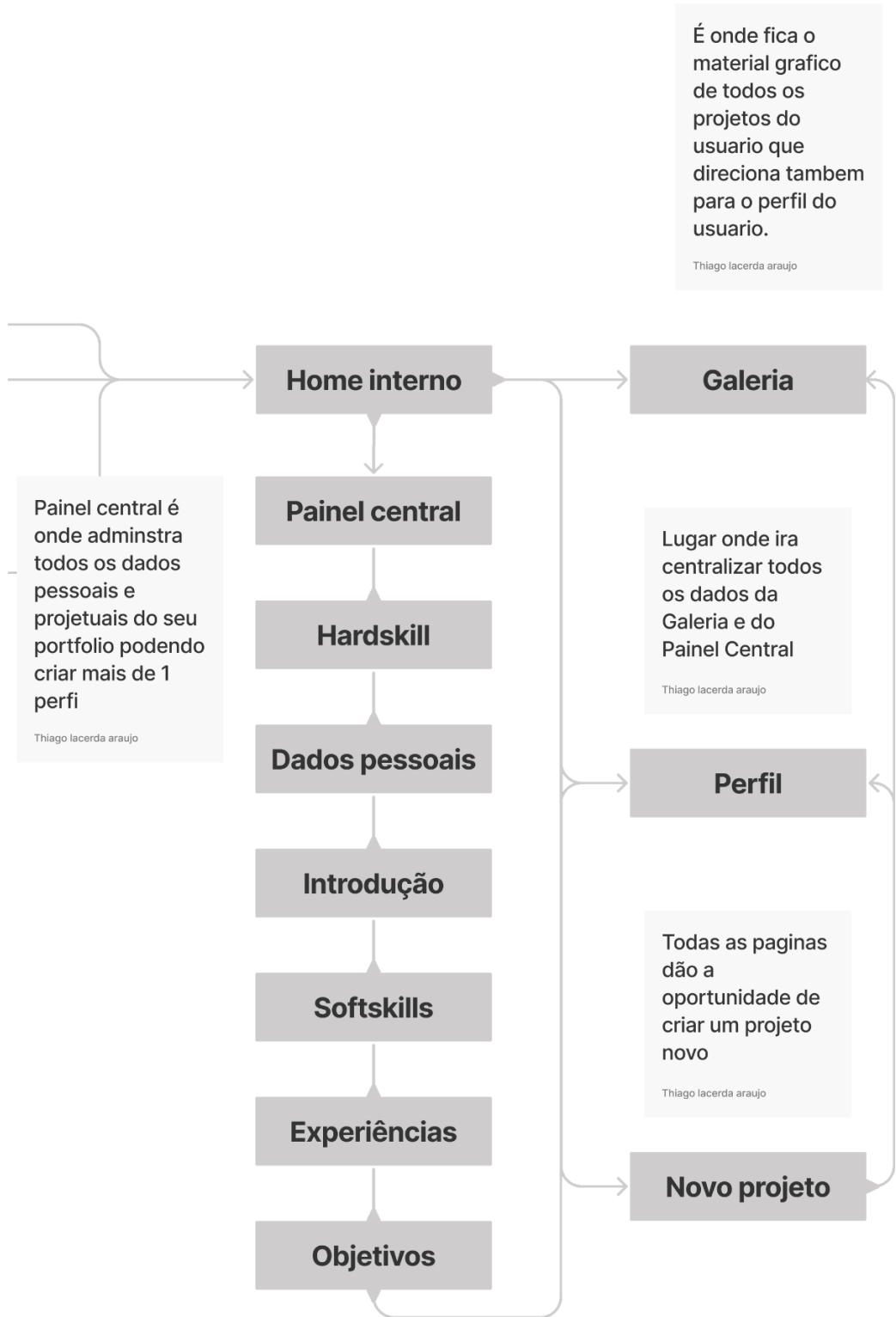


Figura 63 – Interno site
Fonte: Autor

Além das perguntas e fluxos de uso comuns dentro de um site, criamos com base nas respostas das entrevistas feitas no começo do projeto, uma lista de perguntas, que o usuário ao responde-las, diga quem é, o que sabe, o que já fez e para onde quer ir.



Figura 642 – Perguntas que irão compor o portfólio
Fonte: Autor



Figura 65 – perguntas que irão compor o portfólio 2
Fonte: Autor

As respostas dessas perguntas, servirão posteriormente como uma apresentação do profissional em questão.



Figura 66 – Fluxo de criação de um novo projeto
Fonte: Autor

O usuário também irá contar com uma área para poder falar exclusivamente sobre um projeto, ao qual cada etapa ele irá responder com suas próprias palavras um descritivo de como foi criar esse projeto, aos olhos dele.

11 Prototipação

11.1 Wireframe

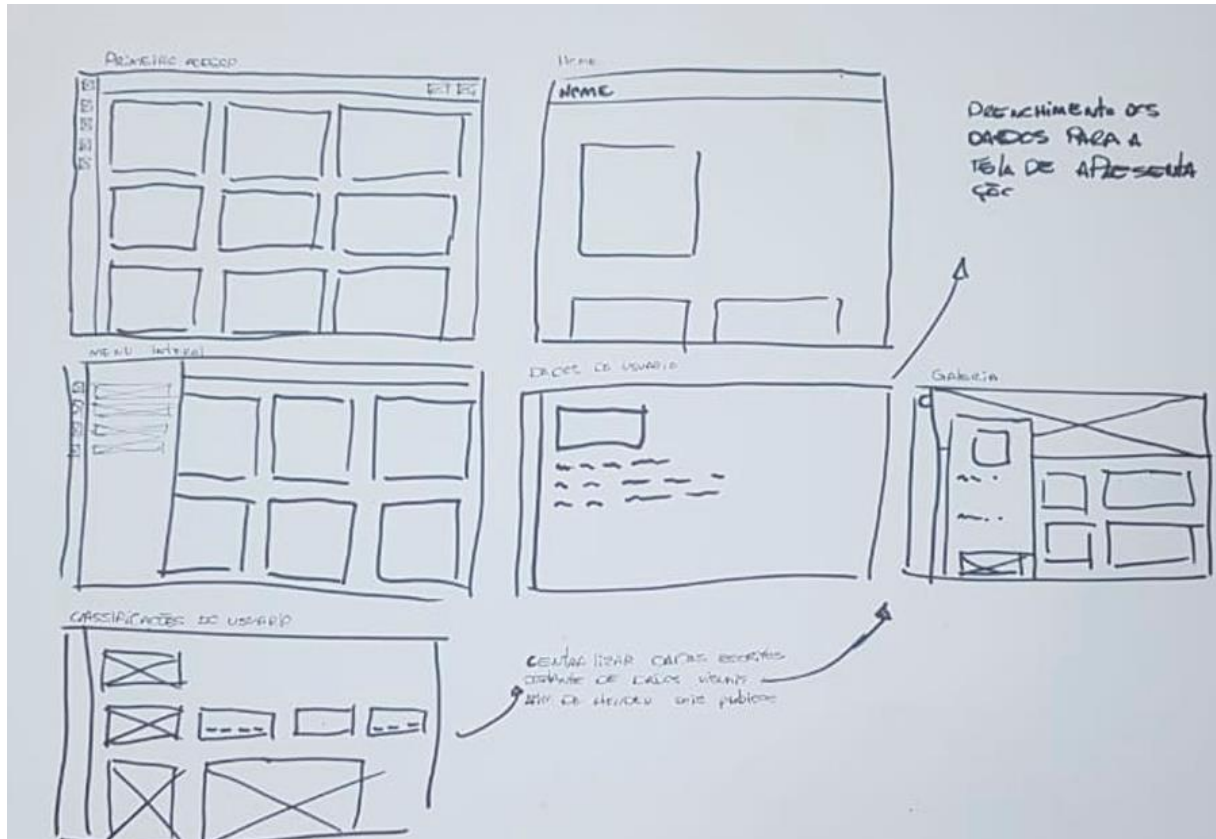


Figura 67 – Wireframe das principais páginas
Fonte: Autor

O Wireframe possibilitou entender alguns processos e visualizar como seria a implementação do fluxo de trabalho elaborado na etapa anterior, também foi tomado como referência, os sites vigentes atualmente, já que o entrevistado anteriormente faz grande uso delas, usamos as distribuições de dados de forma semelhante, afim de não gerar estranheza nem complexidade na usabilidade final, com inspiração no similar, Behance e o Contently.

Dando início ao Wireframe digital contando com as páginas:



Figura 68 – Wireframe home
Fonte: Autor



Figura 69 – Wireframe Login
Fonte: Autor

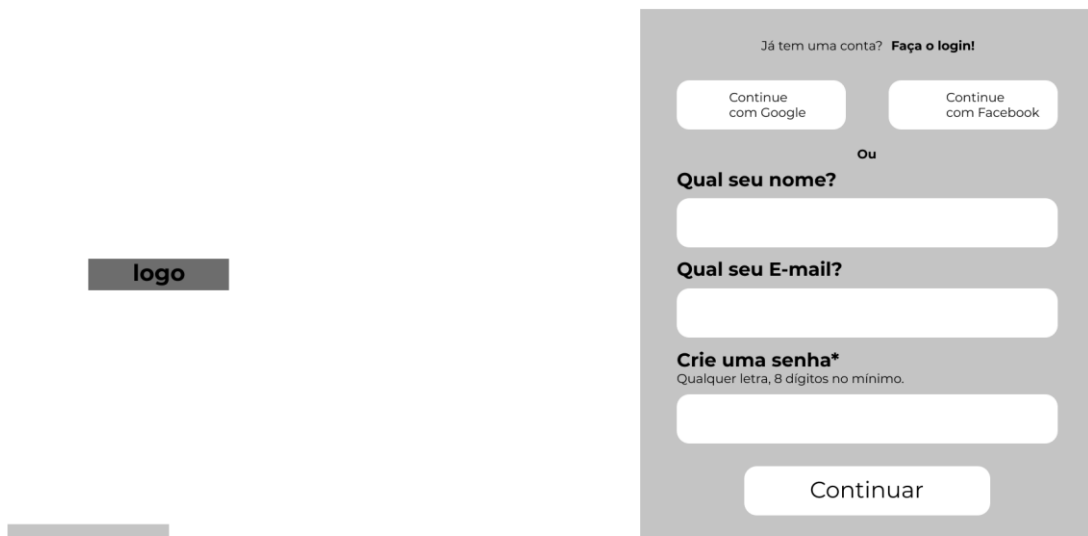


Figura 70 – Wireframe cadastro
Fonte: Autor



Figura 71 – Wireframe galeria
Fonte: Autor



Figura 72 – Wireframe Tema específico
Fonte: Autor

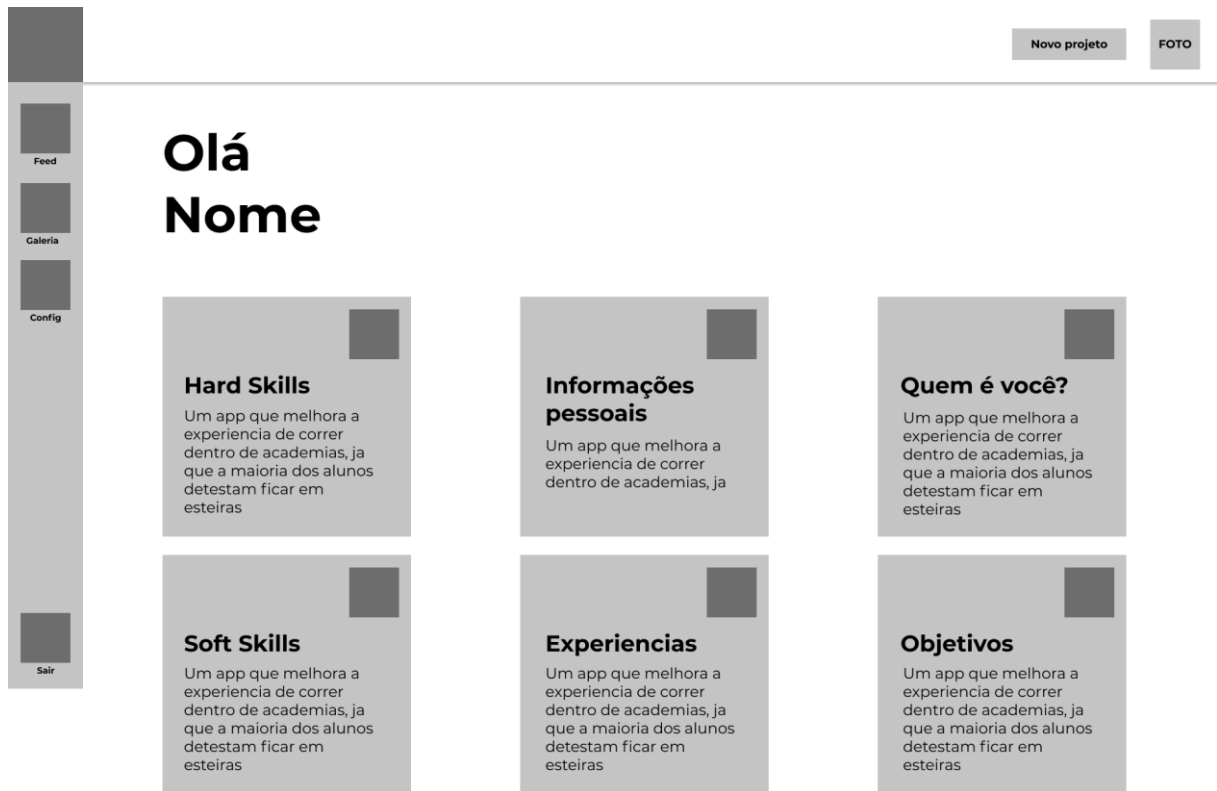


Figura 73 – Wireframe Painel Central do perfil
Fonte: Autor

Novo projeto FOTO

Hard Skills
Soft Skills
Dados pessoais
Introdução
Experiências
Objetivos

Panel

Galeria

Config

Hard skills

Por exemplo: se a vaga em aberto for para um analista de marketing, é muito importante destacar algumas habilidades hard, como: ter conhecimento de ferramentas de análise de mercado; saber fazer apresentações e defesa dos produtos/serviços; possuir conhecimento em sistemas de informática.

Especialização

Qual o seu perfil de atuação?

Mesmo que tenha mais de uma habilidades, concentre-se na que for mais experiente e que deseja ser contratado.

Nível

Qual é o seu nível de maturidade?*

Seja realista com o que você é agora, e não o que quer ser.

Junior	Pleno	Sênior
Sabe fazer, mas precisa de ajuda para completar tarefas por falta de experiência.	É capaz de executar eficientemente todos os papéis, mas precisa de liderança para permanecer no caminho certo.	É capaz de resolver problemas complexos sem ajuda, e guiar pessoas menos experientes.

Há quanto tempo você tem atua na area?*

1 ano	2-3 anos	4-6 anos	7-8 anos	9+ anos
-------	----------	----------	----------	---------

Suas ferramentas

De 1 a 5, classifique quais ferramentas você está mais familiarizado.
Ninguém é bom em tudo... Seja razoável!

Ferramenta 1

Pouco	Suficiente	Muito
-------	------------	-------

Ferramenta 2

Pouco	Suficiente	Muito
-------	------------	-------

Outra

Pouco	Suficiente	Muito
-------	------------	-------

Seu Perfil

De 1 a 5, classifique o que estas tarefas dizem sobre você.
O que você faz deve te deixar empolgado toda segunda... Então diga a verdade!

Mão na massa

Pouco	Suficiente	Muito
-------	------------	-------

Estudar e analisar dados

Pouco	Suficiente	Muito
-------	------------	-------

Planejar e organizar

Pouco	Suficiente	Muito
-------	------------	-------

Gestão / interação com pessoas

Pouco	Suficiente	Muito
-------	------------	-------

Modo

Você gostaria de trabalhar presencialmente?*

Alguns projetos requerem sua presença.

Não	Sim	Talvez
------------------	------------------	---------------------

Proximo

Figura 74 – Wireframe de perguntas para portfolio
Fonte: Autor



Figura 75 – Wireframe galeria do usuário
Fonte: Autor

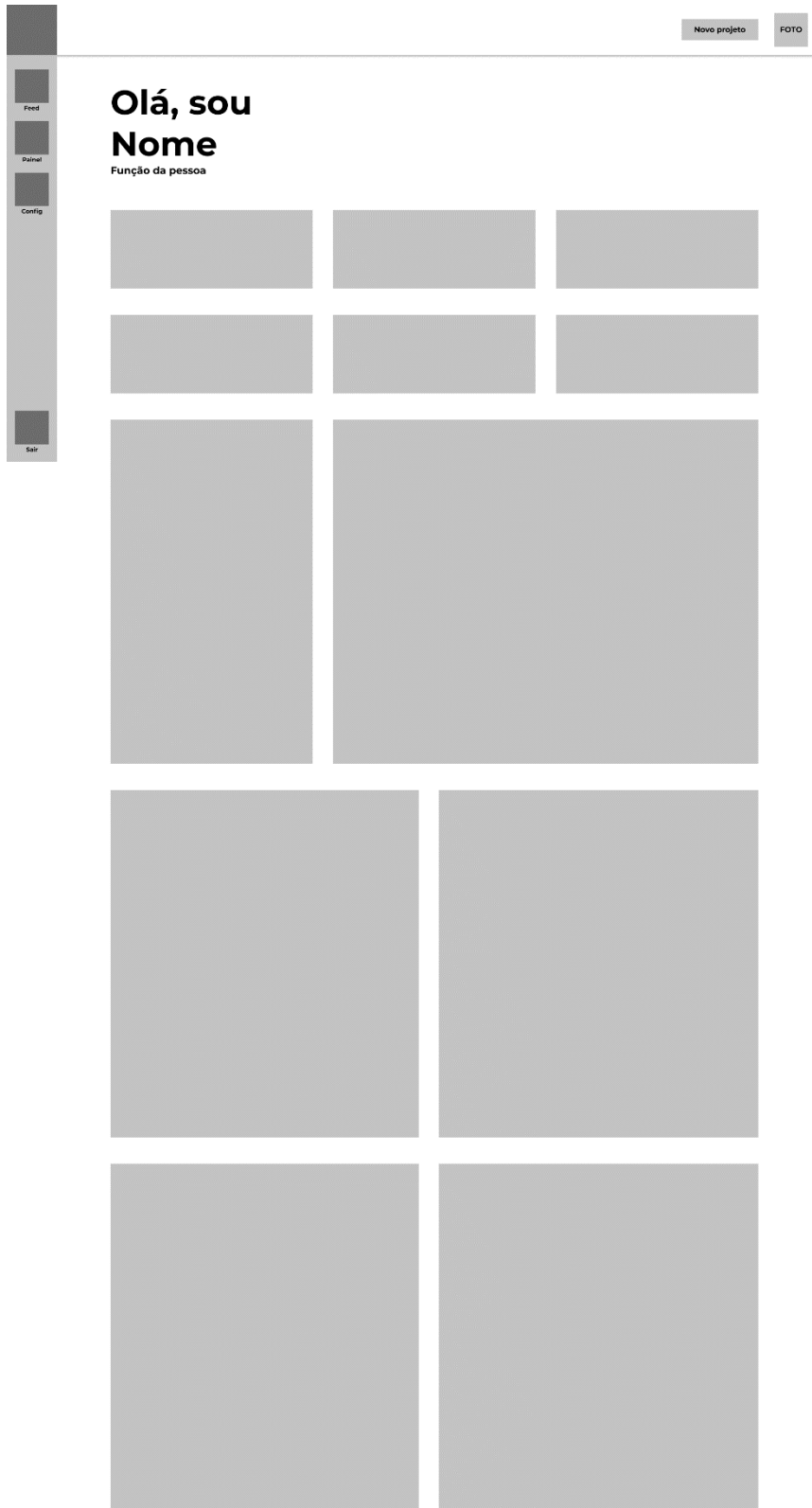


Figura 76 – Wireframe Dados do usuário
Fonte: Autor

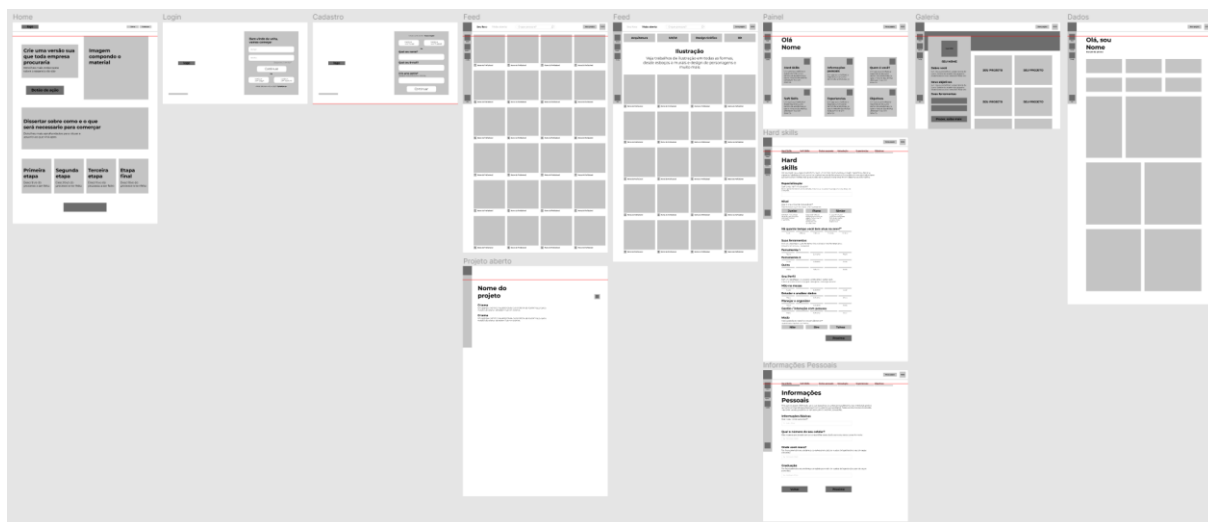


Figura 77 – Wireframe visão geral
Fonte: Autor

11.2 Protótipo

O primeiro protótipo começou sem a implementação da identidade visual para focar na usabilidade, criando o ambiente propício para a leitura mais detalhada de cada etapa, mas com foco em colocar em prática os objetivos citados anteriormente, a implementação dos dados obtidos nas entrevistas e os elementos montados no fluxograma

Crie uma versão sua que toda empresa procuraria

Proporcione uma experiência
incrível para os recrutadores,
indo direto ao que querem ver.

Vamos começar

Passos para começar a sua decolagem

Os recrutadores são os usuários de um
produto: Você. Por isso, faça essa jornada ser
marcante – Diga-nos quem você é, de onde
vem e tudo o que aprendeu pelo caminho.

Cadastre-se sem esforço

Rápido e fácil como pedir
uma pizza com queijo
extra.

Faça a sua lição de casa

Redefina a forma como
você se apresenta para
recrutadores.

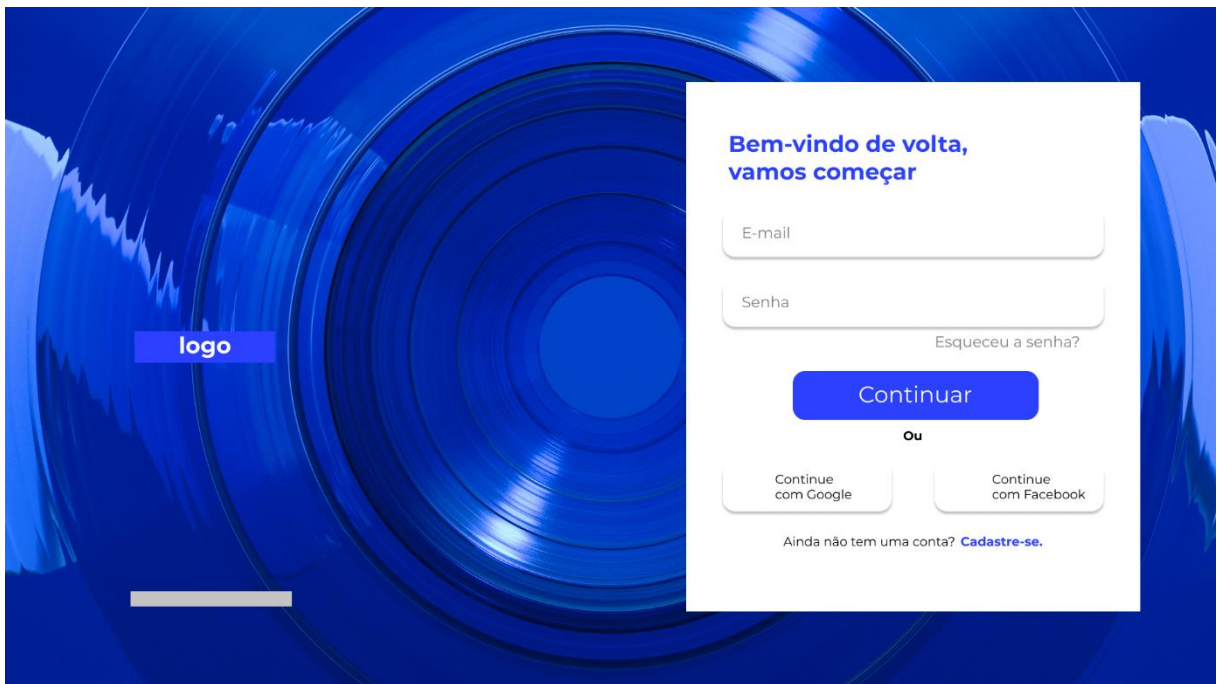
Seja encontrado

Uma vez pronto, as
pessoas certas irão te
encontrar e te ver do jeito
certo.

Vamos começar

Figura 78 –home
Fonte: Autor

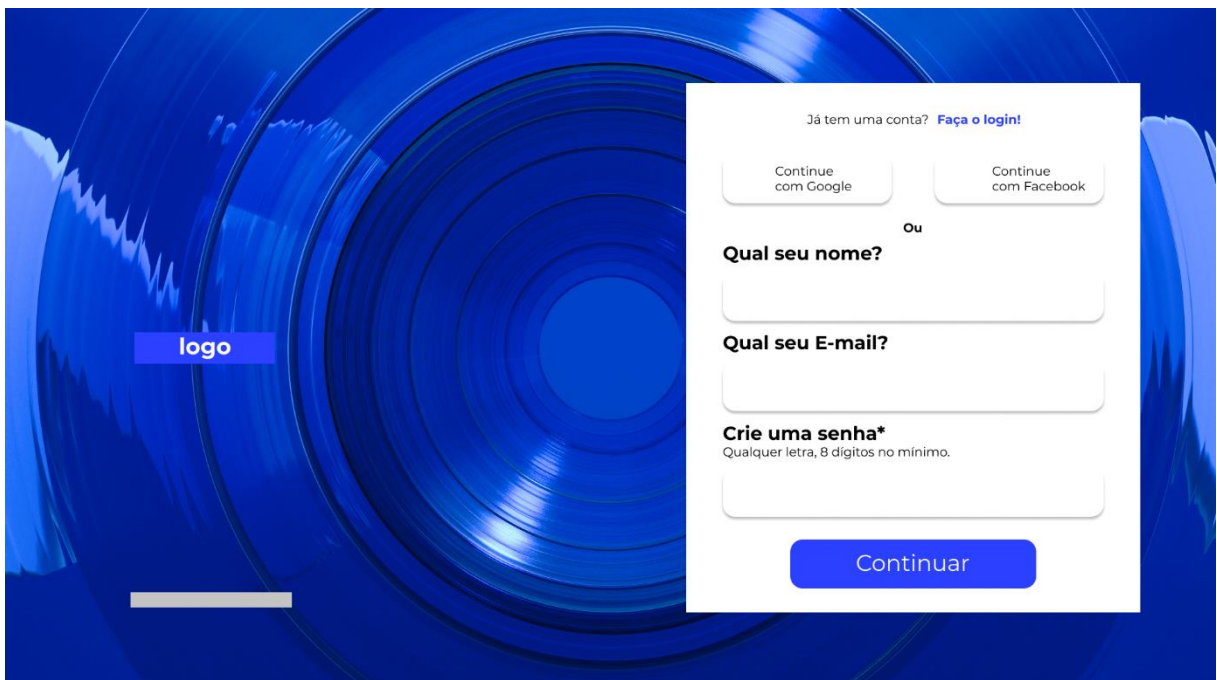
Home do site, com as primeiras informações sobre qual a proposta do mesmo e com o link para o primeiro acesso



The image shows a login screen with a blue background featuring a vinyl record. On the left, there is a blue box labeled "logo" and a white horizontal bar below it. The main content is a white card with the following elements:

- Header: **Bem-vindo de volta, vamos começar**
- Input fields: "E-mail" and "Senha" (password).
- Link: "Esqueceu a senha?"
- Button: "Continuar" (Continue)
- Text: "Ou" (Or)
- Buttons: "Continue com Google" and "Continue com Facebook"
- Text: "Ainda não tem uma conta? [Cadastre-se.](#)"

Figura 79 –Login
Fonte: Autor



The image shows a registration screen with the same blue vinyl record background. On the left, there is a blue box labeled "logo" and a white horizontal bar below it. The main content is a white card with the following elements:

- Text: "Já tem uma conta? [Faça o login!](#)"
- Buttons: "Continue com Google" and "Continue com Facebook"
- Text: "Ou" (Or)
- Text: **Qual seu nome?**
- Text: **Qual seu E-mail?**
- Text: **Crie uma senha***
Qualquer letra, 8 dígitos no mínimo.
- Button: "Continuar" (Continue)

Figura 80 – cadastro
Fonte: Autor

As páginas de login e, ou cadastro para antigos e novos usuários com dados básicos de acesso, concluindo, ele é direcionado para o Feed inicial com projetos diversos, podendo mudar para o Feed com tema (ilustração por exemplo) mostrado nas imagens a seguir:

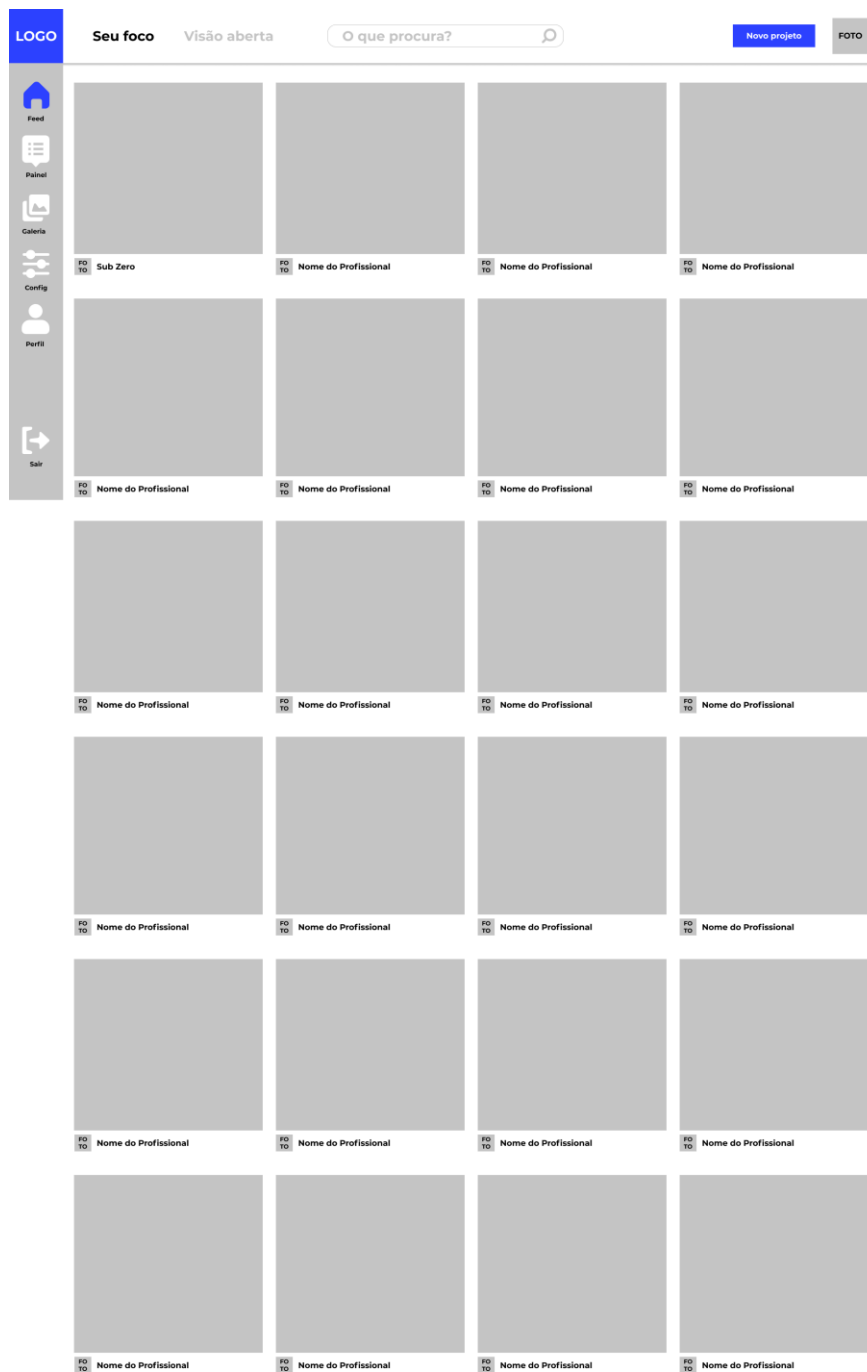


Figura 81 – Galeria
Fonte: Autor

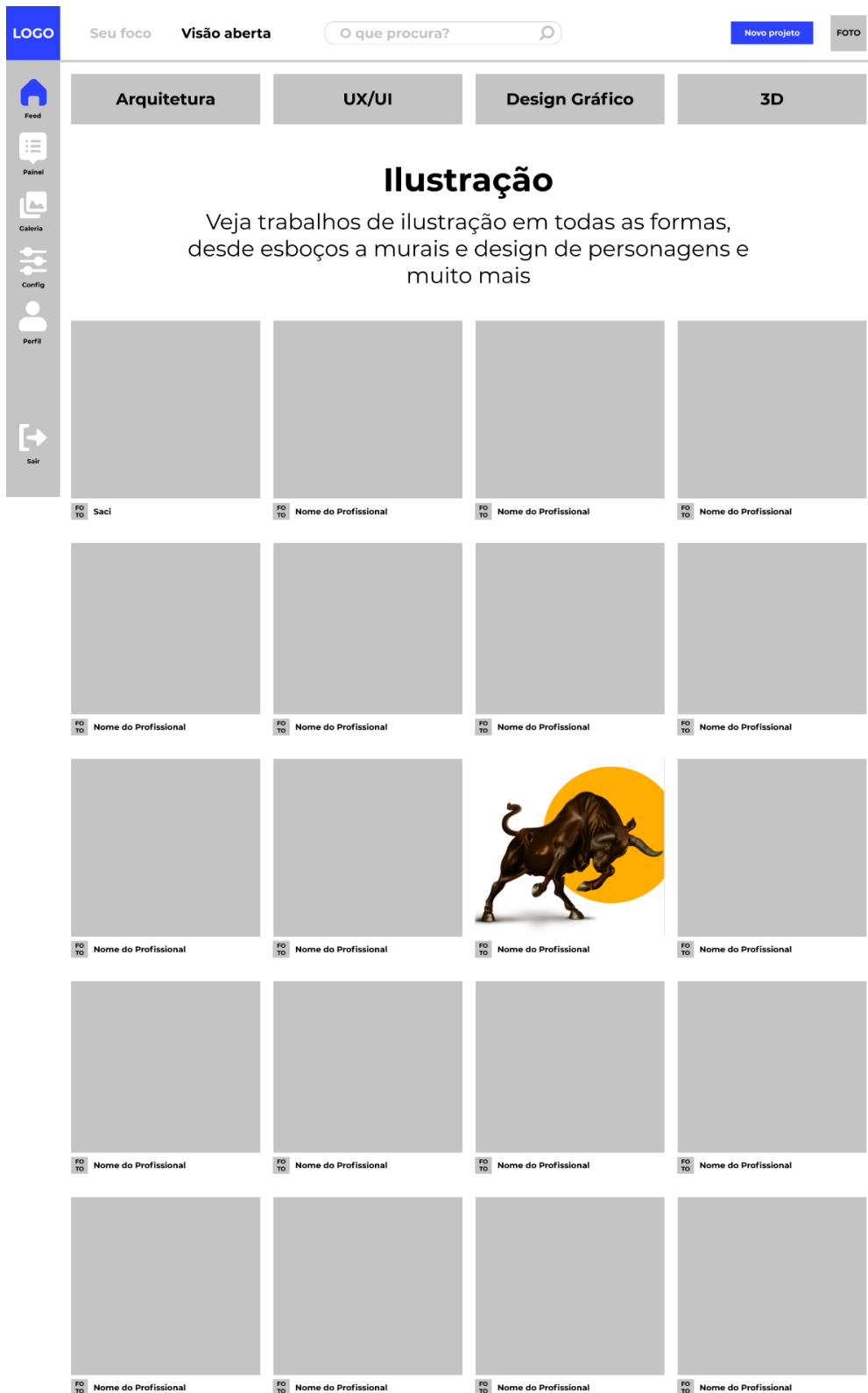


Figura 82 – Galeria Tema específico
Fonte: Autor

As páginas de Feed inicial são focadas em mostrar as imagens dos projetos de várias pessoas, mas o usuário também poderia intercalar entre temas específicos de projetos, facilitando encontrar o que se procura, a troca entre as telas é feita pelos botões “seu foco” e “visão aberta”, no menu lateral o usuário tem acesso ao painel central:

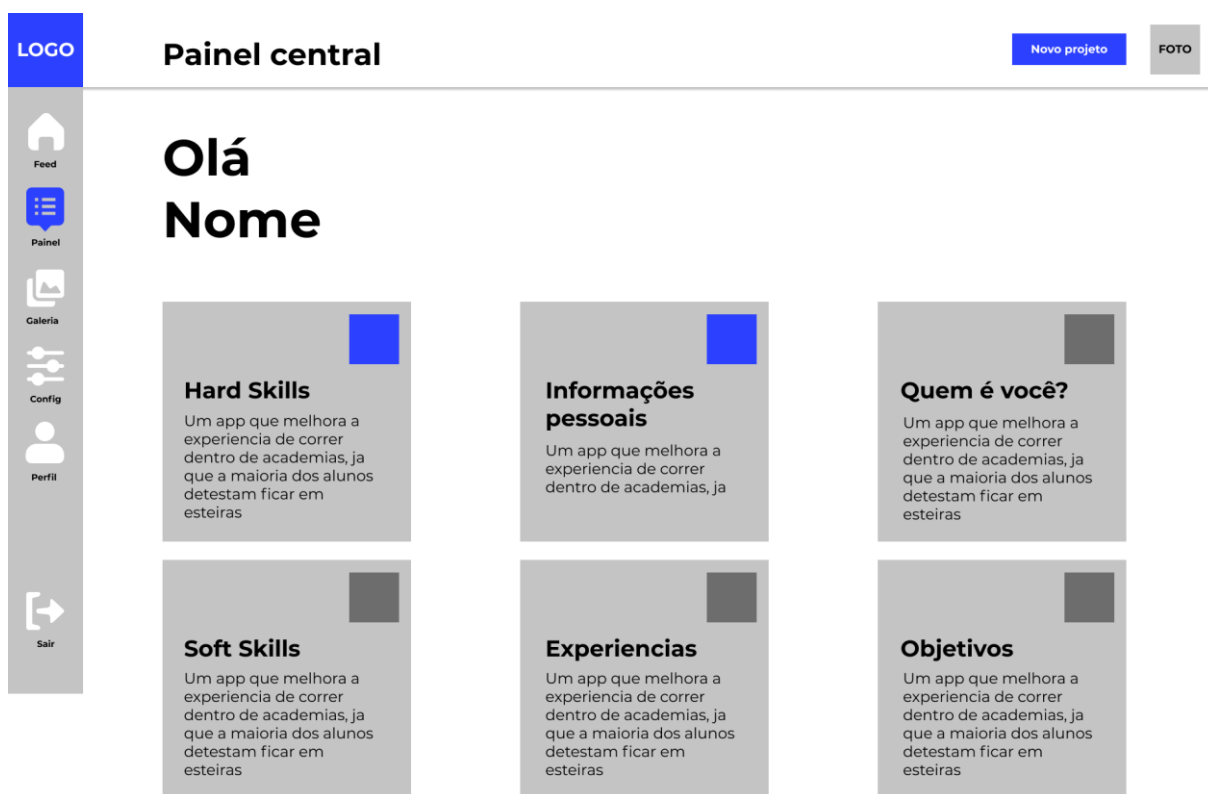


Figura 83 – Painel central
Fonte: Autor

No painel central fica os pontos onde o usuário preenche os dados sobre os seus conhecimentos e objetivos, cada elemento centraliza as perguntas mencionadas na etapa de MindMap as separando por temas como visto acima, clicando nelas o usuário tem acesso a lista de perguntas a serem respondidas.

LOGO
Preenchimento dos dados
Novo projeto
FOTO

Feed

Panel

Galeria

Config

Perfil

Sair

Hard Skills
Dados pessoais
Soft Skills
Introdução
Experiencias
Objetivos

Hard skills

Por exemplo: se a vaga em aberto for para um analista de marketing, é muito importante destacar algumas habilidades hard, como: ter conhecimento de ferramentas de análise de mercado; saber fazer apresentações e defesa dos produtos/serviços; possuir conhecimento em sistemas de informática.

Especialização

Qual o seu perfil de atuação?
Mesmo que tenha mais de uma habilidades, concentre-se na que for mais experiente e que deseja ser contratado.

Nível

Qual é o seu nível de maturidade?*

Seja realista com o que você é agora, e não o que quer ser.

Junior	Pleno	Sênior
Sabe fazer, mas precisa de ajuda para completar tarefas por falta de experiência.	É capaz de executar eficientemente todos os papéis, mas precisa de liderança para permanecer no caminho certo.	É capaz de resolver problemas complexos sem ajuda, e guiar pessoas menos experientes.

Há quanto tempo você tem atua na area?*

1 ano	2-3 anos	4-6 anos	7-8 anos	9+ anos
-------	----------	----------	----------	---------

Suas ferramentas

De 1 a 5, classifique quais ferramentas você está mais familiarizado.
Ninguém é bom em tudo... Seja razoável!

Ferramenta 1

Pouco	Suficiente	Muito
-------	------------	-------

Ferramenta 2

Pouco	Suficiente	Muito
-------	------------	-------

Outra

Pouco	Suficiente	Muito
-------	------------	-------

Seu Perfil

De 1 a 5, classifique o que estas tarefas dizem sobre você.
O que você faz deve te deixar empolgado toda segunda... Então diga a verdade!

Mão na massa

Pouco	Suficiente	Muito
-------	------------	-------

Estudar e analisar dados

Pouco	Suficiente	Muito
-------	------------	-------

Planejar e organizar

Pouco	Suficiente	Muito
-------	------------	-------

Gestão / interação com pessoas

Pouco	Suficiente	Muito
-------	------------	-------

Modo

Você gostaria de trabalhar presencialmente?*

Alguns projetos requerem sua presença.

Não	Sim	Talvez
------------	------------	---------------

Proximo

Figura 84 – perguntas para portfolio
Fonte: Autor

LOGO Novo projeto FOTO

Preenchimento dos dados

Hard Skills **Dados pessoais** Soft Skills Introdução Experiencias Objetivos

Informações Pessoais

Precisamos dessa informação para que possamos te contactar rapidamente, nos mantendo perto e também otimizando processos quando houverem oportunidades. Todas as informações fornecidas não serão usadas para fins comerciais e permanecerão protegidas.

Informações Básicas

Qual o seu nome completo?*

Qual o número do seu celular?

Não se preocupe, jamais vamos compartilhar esses dados sem seu prévio consentimento.

Onde você mora?

Por favor preencha seu endereço completo para calcular custos de logística (no caso de vagas alocadas).

Graduação


Por favor preencha seu endereço completo para calcular custos de logística (no caso de vagas alocadas).


Voltar **Proximo**


Figura 85 – perguntas para portfólio 2
Fonte: Autor


Após o preenchimento de todos os dados propostos ao usuário, ele também tem a opção de criar um projeto novo, ao qual também segue uma série de perguntas a fim de expressar todos os detalhes e processos pelo qual o profissional passou para atingir aquele resultado, dando a opção também de mencionar trabalhos pessoais ou empresariais como demonstrado na imagem a seguir:


LOGO
Criar um projeto novo
FOTO



Feed


Painel


Galeria


Config


Perfil


Sair

Project: Introdução

Não há espaço para "em casa de ferreiro, o espeto é de pau". Garanta que seu projeto representará bem seu processo produção, além de apenas mostrar telas finais. Esse projeto é a prova que você tem as habilidades que citou anteriormente.

Nomeie seu projeto:*
Garanta que seja nome atrativo.

Qual foi o produto/serviço?
Descreva brevemente o perfil do projeto.

Qual o tipo do projeto?

Empresa
Projeto pessoal

Para qual indústria foi feito?
Especifique o perfil do projeto, de acordo com um setor da economia.

Financeiro

Varejo

Tecnologia

Game

Saúde

Outro

Qual foi a duração do projeto (em meses)?

1
2
3
4
5
6
7
8
9
10
11
12+

Onde aconteceu?

Qual é o link do projeto final?

Próximo

Figura 86 – perguntas para Projeto
Fonte: Autor

LOGO
Criar um projeto novo
FOTO


Feed


Painel


Galeria


Config


Perfil


Sair

A história não contada

Como recrutadores investem menos de 5 minutos avaliando portfolios, eles precisam entender o projeto e o que você fez sem ler completamente. Então use um tweet como ponto de partida do quanto escrever e comece a contar a história.

Qual foi a sua função?
 Descreva brevemente o que exatamente você fez no projeto. Mesmo que tenha sido feito só por você, seja específico.

Ex. Criei todo o conceito visual, layout e orientações para desenvolvimento.

Qual foi o briefing?
 Descreva brevemente porquê o projeto precisou do seu serviço

Ex. O cliente solicitou um grande apelo visua. Elementos deveriam ter movimento, um visual forte e cores vibrantes para causar impacto

Qual foi a sua criação?
 Descreva brevemente o que seu Design propôs para agradar o público-alvo.

Ex. O resultado foram belas telas, compostas por ícones feitos a mão, tipografia com fontes maiúsculas e itálicas, imagens com um conceito de felicidade e o uso de animações com transições tênues

O que foi muito bacana nesse projeto?
 Descreva seus principais aprendizados, ou alguma coisa inesperada que tenha feito muita diferença

Durante as entrevistas, descobri que a maioria das pessoas iam á academia por um tempo específico no ano, como um objetivo temporário, para estarem em forma a tempo de algo importante.


Voltar


Próximo


Figura 87 – perguntas para Projeto 2
 Fonte: Autor


Todas as perguntas tem descritivos no seu interior facilitando o entendimento do usuário e também o fazendo perceber quais etapas são essenciais dentro de um projeto, ou seja, ele responde, mas também aprende.


LOGO
Criar um projeto novo
FOTO



Feed


Painel


Galeria


Config


Perfil


Sair

Imagens do Projeto

É como se fosse mais para você do que para as empresas. É necessário que você seja capaz de contar a história inteira, respondendo a qualquer pergunta a qualquer momento – Esses são os fatores que empresas tem tempo para ver. Para impressioná-los, você precisa apresentar imagens não apenas com um bom Design, mas também com comportamento de marca, componentes e orientações a desenvolvedores.

Imagem de Capa

Selecione uma imagem para apresentar seu projeto. Garanta que ela salte aos olhos! Você precisa nos fazer querer ver mais, como em um trailer de filme.

+

Imagens do projeto

Hora da verdade! Prove que seu Design é tão bom quanto deveria ser. Adicione descrições curtas em cada imagem, para explicações. Escolha as imagens com sabedoria e certifique-se de suas permissões de uso.

Marca / Conceito Visual

Selecione uma imagem para apresentar seu projeto. Garanta que ela salte aos olhos! Você precisa nos fazer querer ver mais, como em um trailer de filme.

+

Edição de Imagens

Escolha imagens que tenha editado, mostrando o tom do projeto.
(Arraste as imagens para reordená-las.)

+

Layouts Finais

Escolha imagens que apresentem os resultados finais.
(Arraste as imagens para reordená-las.)

+

Voltar

Proximo

Figura 88 – Local para imagens
Fonte: Autor

As imagens do projeto são incluídas e ao final são direcionadas para galeria de trabalhos como mostrado abaixo:

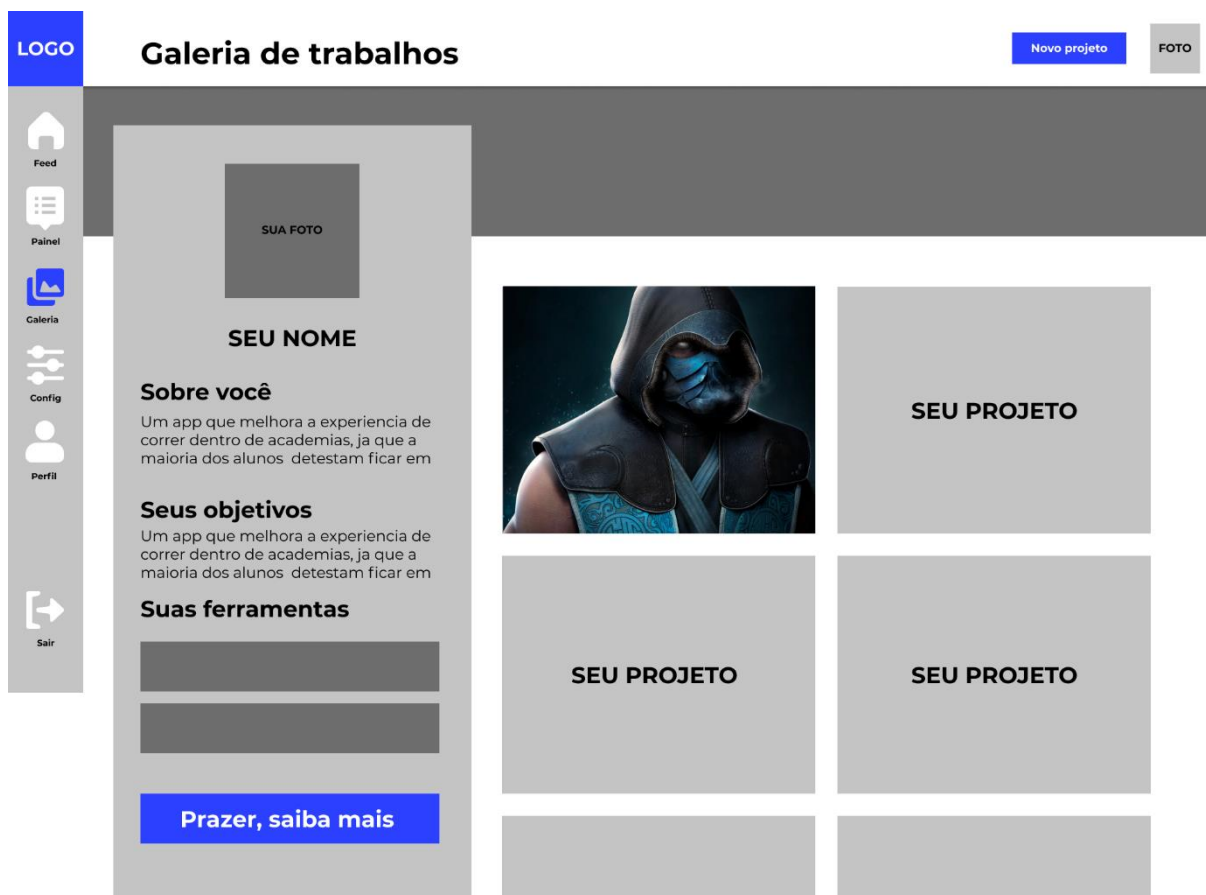





Figura 89 – Galeria de projetos do usuário
Fonte: Autor


LOGO


Projeto aberto



Feed


Painel


Galeria


Config


Perfil


Sair

Sub-zero

Por: Gabriel Siqueira Dias

Peça gráfica 3D

Um render realista, elaborado dentro da ferramenta Zbrush e finalizado do Photoshop

Games

O projeto foi construído pensando em todas as necessidades que o mundo dos games necessita, afim de representar fielmente um projeto real em uma empresa de game production

Produção

1 semana
2 semana
3 semana
4 semana
5 semana

Funções

O projeto foi idealizado, formulado e produzido todo por mim, levando em consideração direcionamentos recebidos durante o curso com Igor catto (referencia em produção para games)

Briefing

Fomentar uma versao autoral do personagem da franquia Mortal Kombat, buscando refinar os meus proprio olhar em relação aos materiais e texturas no contexto artistico

Proposta

A proposta veio em trazer uma nova visao a cerca do personagem, usando elementos visuais que remetem a pinturas e com um teor mais realista, criando uma proposta mais profunda para cena!


Melhores momentos

A proposta veio em trazer uma nova visao a cerca do personagem, usando elementos visuais que remetem a pinturas e com um teor mais realista, criando uma proposta mais profunda para cena!

Saiba mais sobre mim

Prazer, saiba mais

Galeria de imagens



Links para projeto final

[Artstation](#)

[Facebook](#)

[Instagram](#)

[Behance](#)

Figura 90 – Projeto aberto
Fonte: Autor

Os projetos abertos mostram todos os dados descritos na etapa de criação de um novo projeto, como se pode ver, o foco é descritivo e processual, as imagens finais tem um foco menor nessa tela, dando liberdade de fala para o usuário para logo na imagem a seguir, na tela de apresentação, os dados preenchidos na etapa de descrição do usuário são apresentados, através de gráficos e textos, mesclando também os projetos que o usuário criou como mostrado abaixo.

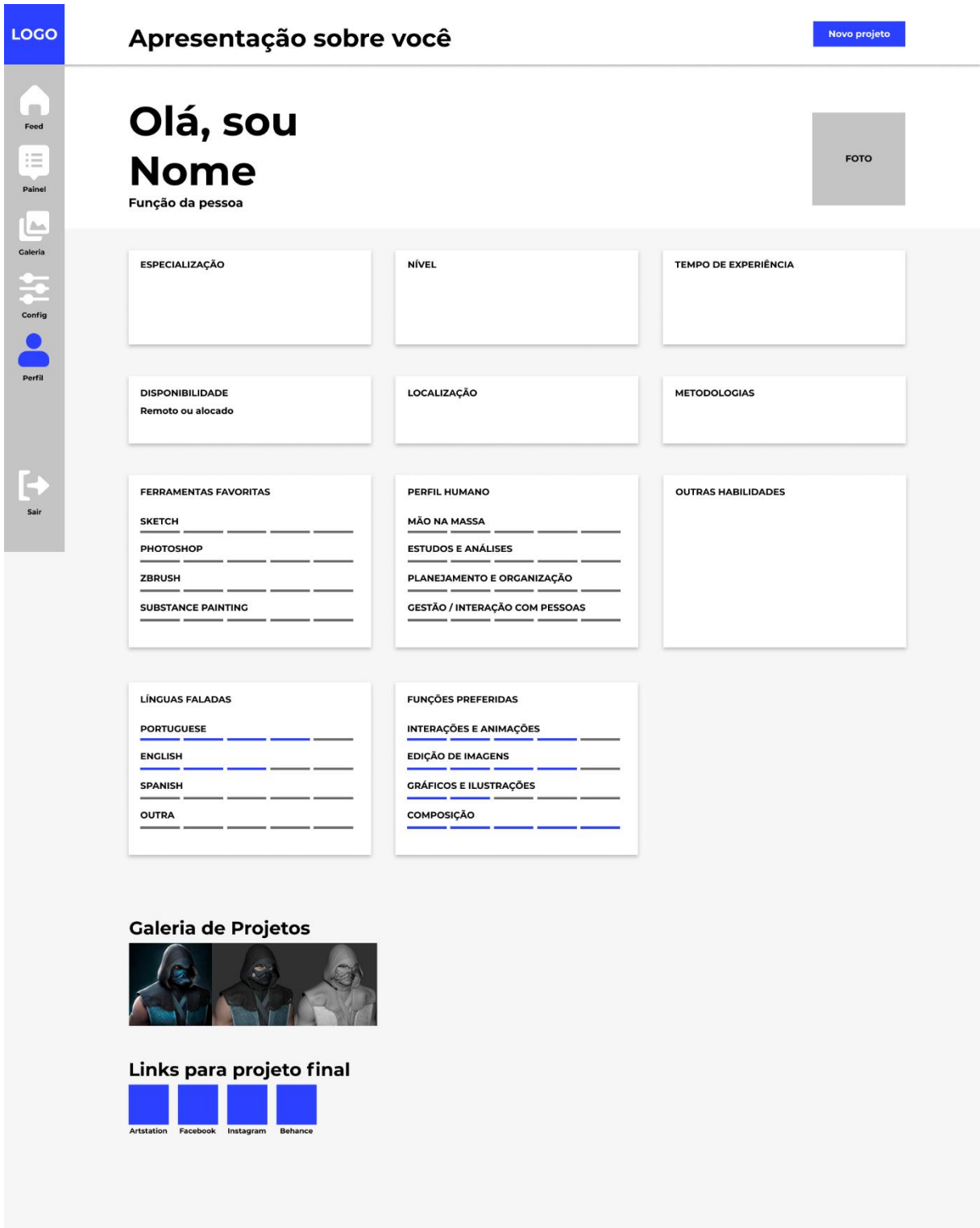


Figura 91 – Apresentação do usuário
Fonte: Autor

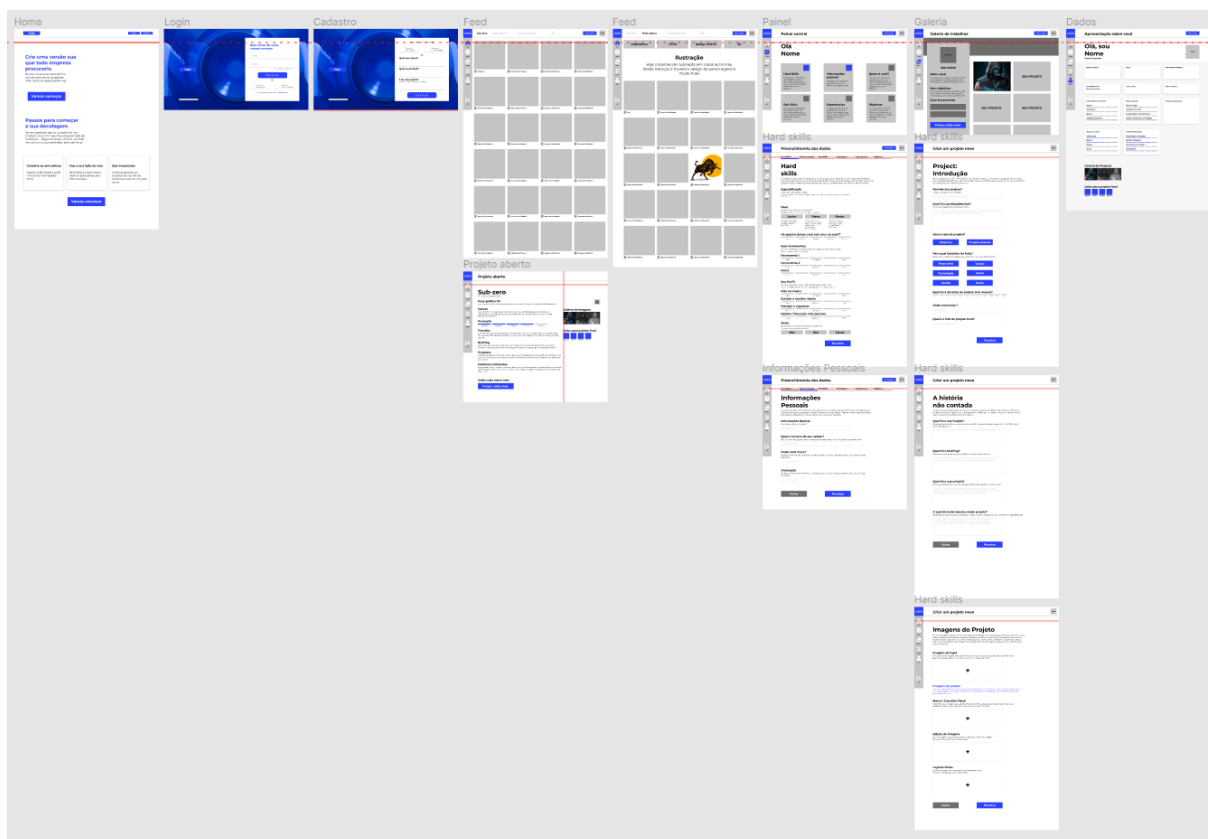


Figura 92 – Visão geral
Fonte: Autor

Na visão geral é possível analisar como o site é voltado a comunicação verbal e não gráfica, atingido o objetivo proposto de dar voz e entendimento projetual ao usuário

11.3 Teste de Ux

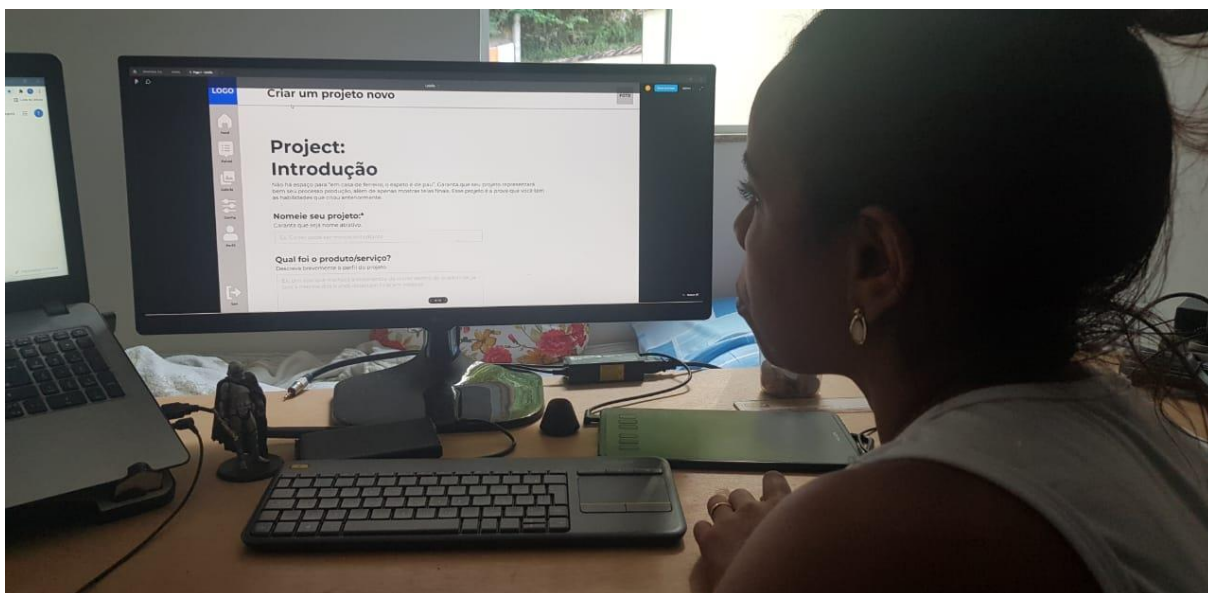


Figura 93 – Teste com Usuário
Fonte: Autor

Os resultados dos testes foram importantes para entender melhor onde devia ser melhorado no site, afim de aprimorar a experiencia, avaliando através de critérios como simplicidade, legibilidade, conceito aplicado, aprendizado, direcionamento e linguagem usada, por meio de notas de 1 a 4

De uma nota de 1 a 4 nos seguintes critérios

	1	2	3	4
Simplicidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Legibilidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Conceito aplicado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Aprendizado	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Direcionamento	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
linguagem usada	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Figura 941 – Entrevista com os usuários
Fonte: Autor

O resultado de pesquisa mostrou a necessidade de melhorar a comunicação dentro das funções que o site disponibiliza.

De uma nota de 1 a 4 nos seguintes critérios

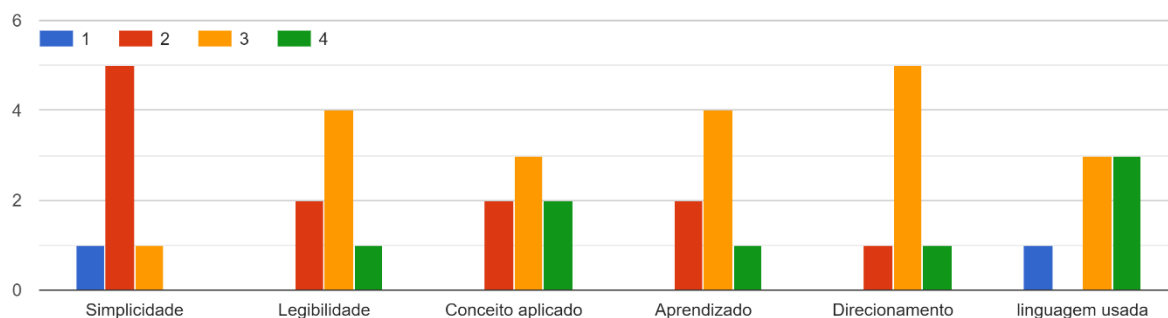


Figura 95 – Resultado da entrevista
Fonte: Autor

O teste contou com 15 usuários feitos através de uso por link privado, ao qual além de ser acompanhado em tempo real, também foi possível contar com as respostas obtidas em um questionário livre, perguntando como foi a experiência dentro do site.

Como foi sua experiência usando o site?

Corrigir alguns textos que estavam errados

Os textos explicam demais o que precisa ser feito, devia diminuir

Os ícones são pouco compreensíveis

O site poderia ter menos texto

tem muito texto, poderia resumir

Faltou lugar para colocar comentários e likes

Figura 96 – Melhorias propostas
Fonte: Autor

A partir das alterações feitas, iniciamos o processo de produção do layout final, aplicando a identidade visual e todos os devidos ajustes propostos pelos usuários que testaram a versão beta afim de atingir o melhor resultado.

11.4 Versão final

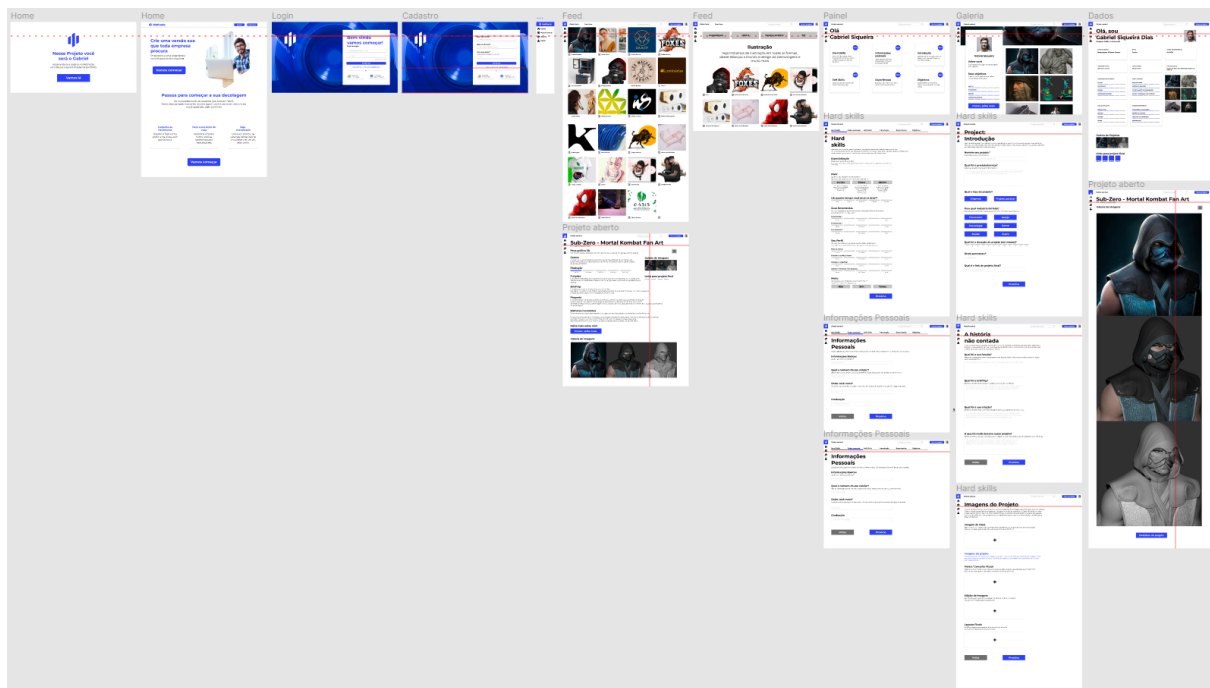


Figura 97 – Visão geral do projeto
Fonte: Autor

Crie uma versão sua que toda empresa procura

Proporcione uma experiência
incrível para os recrutadores,

Vamos começar



Passos para começar a sua decolagem

Os recrutadores são os usuários que buscam Você.
Torne essa jornada marcante, mostre quem você é, de onde vem e tudo
o que aprendeu pelo caminho.

Cadastre-se Facilmente

Rápido e fácil como
pedir uma pizza com
queijo extra.

Faça a sua lição de casa

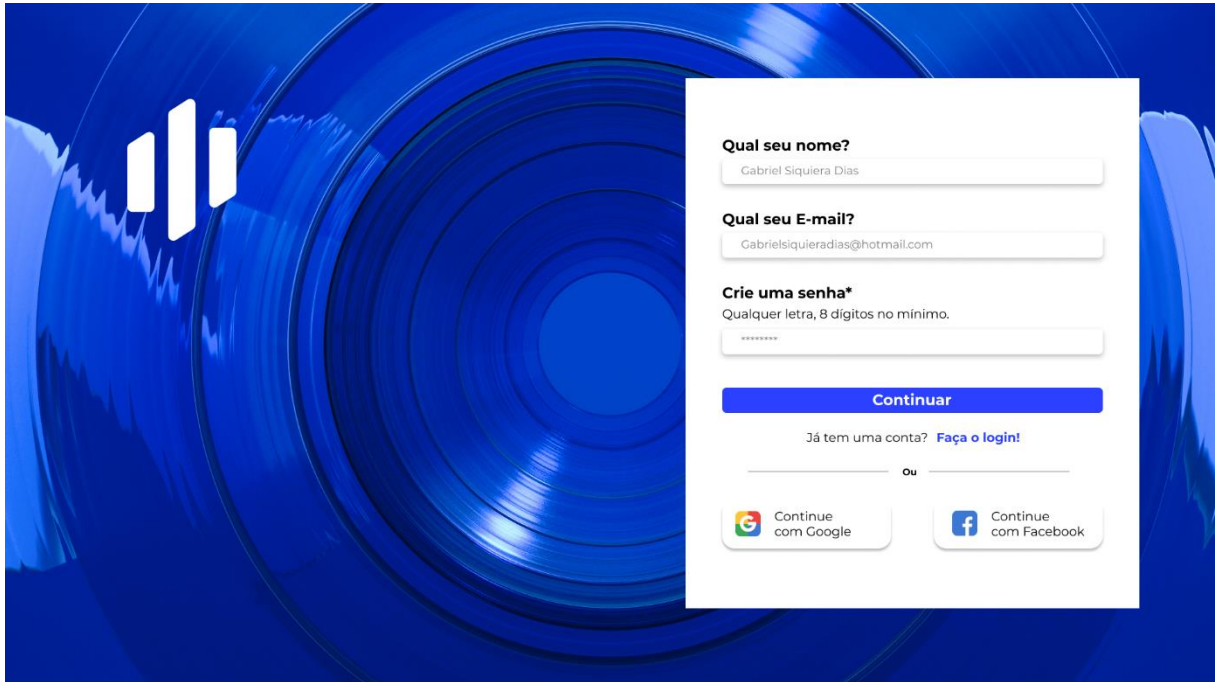
Redefina a forma
como você se
apresenta para
recrutadores.

Seja encontrado

Uma vez pronto, as
pessoas certas irão te
encontrar e te ver do
jeito certo.

Vamos começar

Figura 98 – Home Final
Fonte: Autor

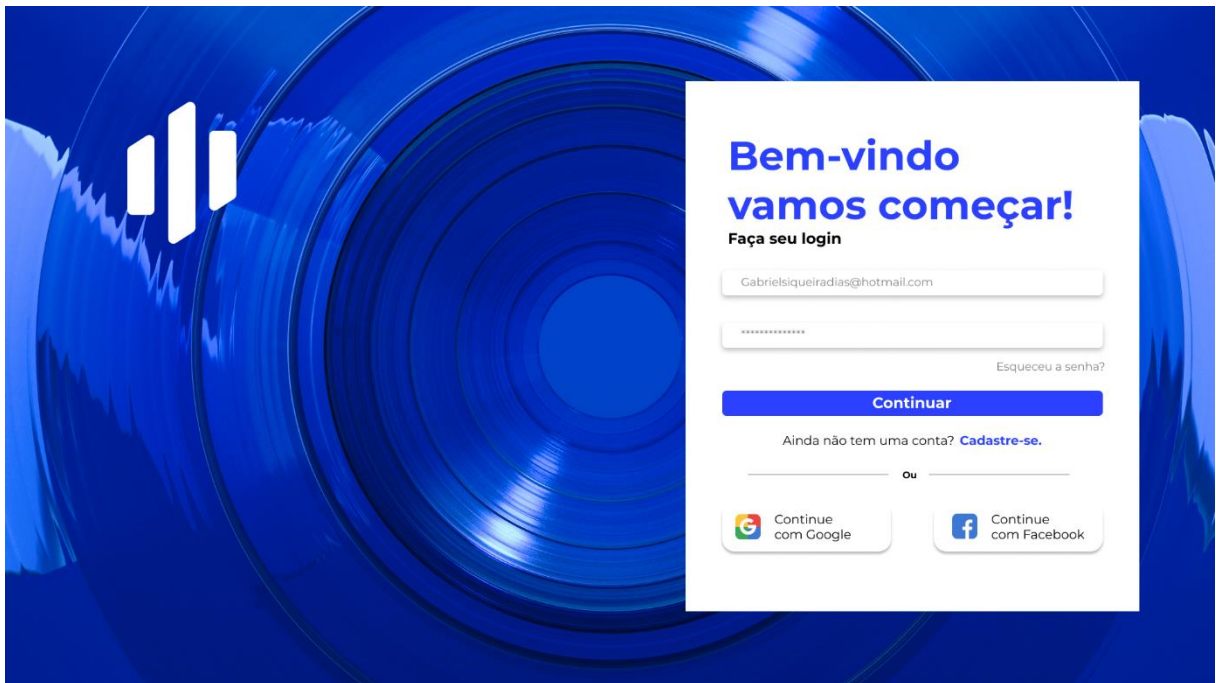


The image shows a registration form on a blue background with a white card. The form fields are filled with the following information:

- Qual seu nome?**: Gabriel Siquiera Dias
- Qual seu E-mail?**: Gabrielsiquieradias@hotmail.com
- Crie uma senha***: Qualquer letra, 8 dígitos no mínimo. (The password field contains 8 asterisks)

Below the fields is a blue **Continuar** button. Underneath it, the text reads "Já tem uma conta? [Faça o login!](#)". Below this is a horizontal line with the word "Ou" in the center. At the bottom are two buttons: "Continue com Google" and "Continue com Facebook".

Figura 99 – Cadastro final
Fonte: Autor



The image shows a login screen on a blue background with a white card. The text on the card reads:

Bem-vindo vamos começar!
Faça seu login

The form fields are filled with the following information:

- E-mail: Gabrielsiquieradias@hotmail.com
- Password: 8 asterisks

Below the password field is a link: "Esqueceu a senha?". Below that is a blue **Continuar** button. Underneath it, the text reads "Ainda não tem uma conta? [Cadastre-se.](#)". Below this is a horizontal line with the word "Ou" in the center. At the bottom are two buttons: "Continue com Google" and "Continue com Facebook".

Figura 100 – Login final
Fonte: Autor

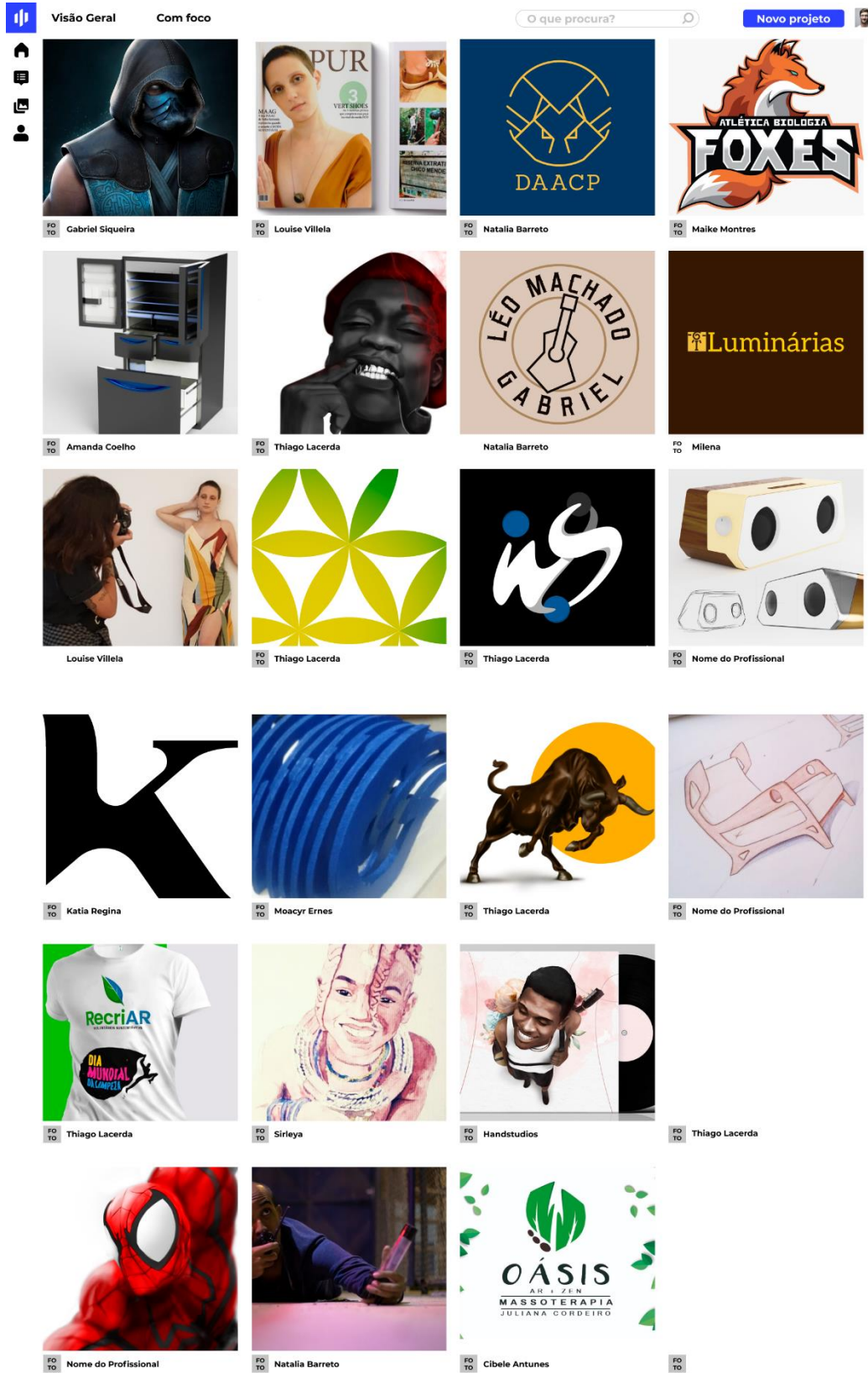
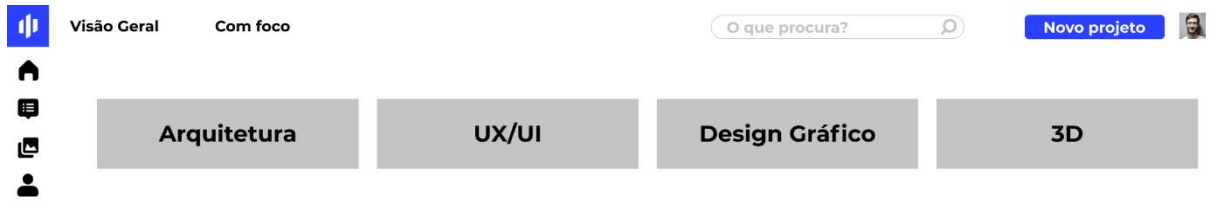


Figura 101 – Galeria geral final
Fonte: Autor



Ilustração

Veja trabalhos de ilustração em todas as formas, desde esboços a murais e design de personagens e muito mais

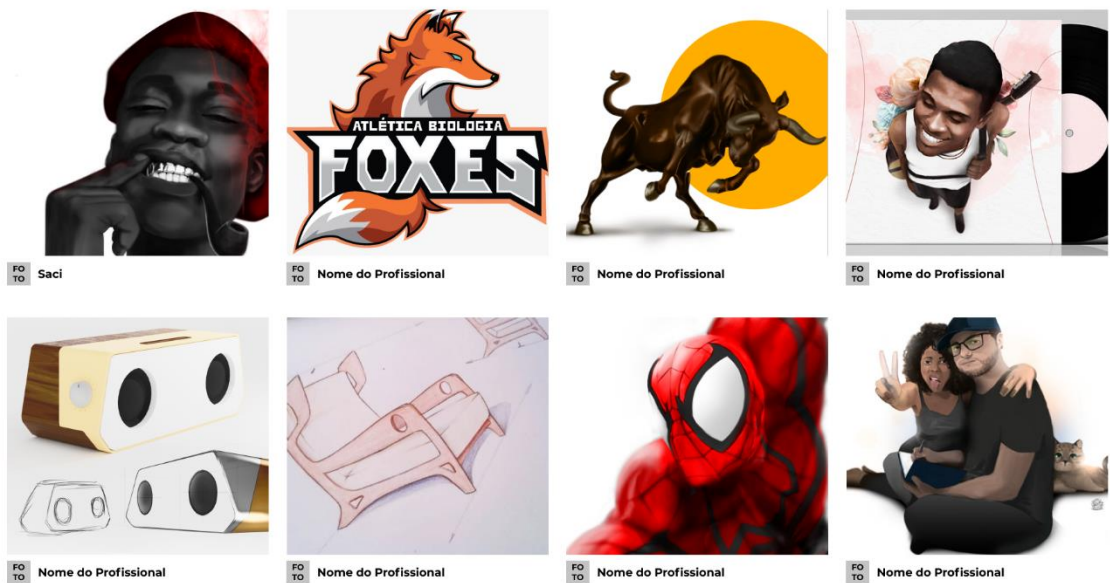


Figura 102 – Galeria por tema
Fonte: Autor

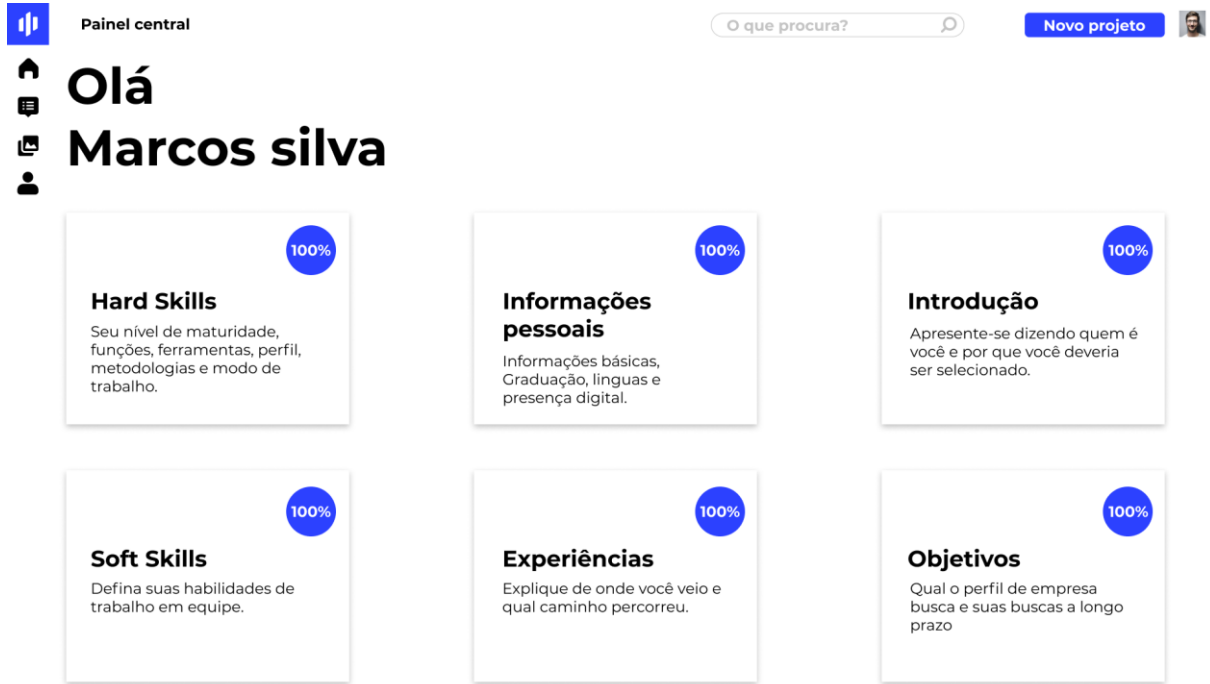


Figura 103 – Painel central
Fonte: Autor

The image shows a web interface for a user profile. At the top, there is a navigation bar with a home icon, a search bar containing 'O que procura?', and a 'Novo projeto' button with a user profile picture. Below the navigation bar is a horizontal menu with tabs: 'Hard Skills', 'Dados pessoais' (highlighted in blue), 'Soft Skills', 'Introdução', 'Experiencias', and 'Objetivos'. The main heading is 'Informações Pessoais' in large, bold black text. Below the heading is a sub-heading 'Informações Básicas' and a question 'Qual o seu nome completo?*' with a text input field containing 'Ex. João Silva'. The next question is 'Qual o número do seu celular?' with a note 'Não se preocupe, jamais vamos compartilhar esses dados sem seu prévio consentimento.' and a text input field containing 'Ex. 11 12345-6789'. The third question is 'Onde você mora?' with a note 'Preencha seu endereço completo para calcular custos de logística (no caso de vagas alocadas).' and a text input field containing 'Endereço'. The fourth question is 'Graduação' with a text input field containing 'Graduado em Design'. At the bottom, there are two buttons: 'Voltar' (grey) and 'Próximo' (blue).

Painel central

O que procura?

Novo projeto

Hard Skills Dados pessoais Soft Skills Introdução Experiencias Objetivos

Informações Pessoais

Esses detalhes ajudam a entender como, onde e se será mais acessível ter você dentro da empresa

Informações Básicas

Qual o seu nome completo?*

Qual o número do seu celular?

Não se preocupe, jamais vamos compartilhar esses dados sem seu prévio consentimento.




Onde você mora?

Preencha seu endereço completo para calcular custos de logística (no caso de vagas alocadas).


Graduação

Voltar Próximo

Figura 104 – Area de perguntas e respostas
Fonte: Autor

Painel central

Novo projeto 

Hard Skills
Dados pessoais
Soft Skills
Introdução
Experiencias
Objetivos

Hard skills

Exemplo: se a vaga for para analista de marketing, destaque habilidades hard, como: Ter conhecimento de ferramentas de análise de mercado; saber fazer apresentações e defesa dos produtos/serviços; possuir conhecimento em sistemas de informática.

Especialização

Qual o seu perfil de atuação?
Mesmo que tenha mais de uma habilidade, concentre-se na que tem mais experiência e que deseja ser contratado.

Nível

Qual é o seu nível de conhecimento?*

Seja realista com o que você é agora, e não com o que quer ser.

Junior	Pleno	Sênior
Sabe fazer, mas precisa de ajuda para completar tarefas por falta de experiência.	É capaz de executar eficientemente todos os papéis, mas precisa de liderança para permanecer no caminho certo.	É capaz de resolver problemas complexos sem ajuda, e guiar pessoas menos experientes.

Há quanto tempo você atua na área?*

1 ano	2-3 anos	4-6 anos	7-8 anos	9+ anos
-------	----------	----------	----------	---------

Suas ferramentas

De 1 a 5, classifique quais ferramentas você está mais familiarizado.
Ninguém é bom em tudo... Seja razoável!

Ferramenta 1	Ferramenta 2	Ferramenta 3
Pouco	Suficiente	Muito
Pouco	Suficiente	Muito
Pouco	Suficiente	Muito

Seu Perfil

De 1 a 5, classifique o que estas tarefas dizem sobre você.
O que você faz deve te deixar empolgado toda segunda... Então diga a verdade!

Mão na massa	Estudar e analisar dados	Planejar e organizar	Gestão / interação com pessoas
Pouco	Suficiente	Muito	Pouco
Pouco	Suficiente	Muito	Suficiente
Pouco	Suficiente	Muito	Muito

Modo

Você gostaria de trabalhar presencialmente?*

Alguns projetos necessitam sua presença.

Não	Sim	Talvez
-----	-----	--------

Próximo

Figura 105 – Area de perguntas e respostas continuação
Fonte: Autor

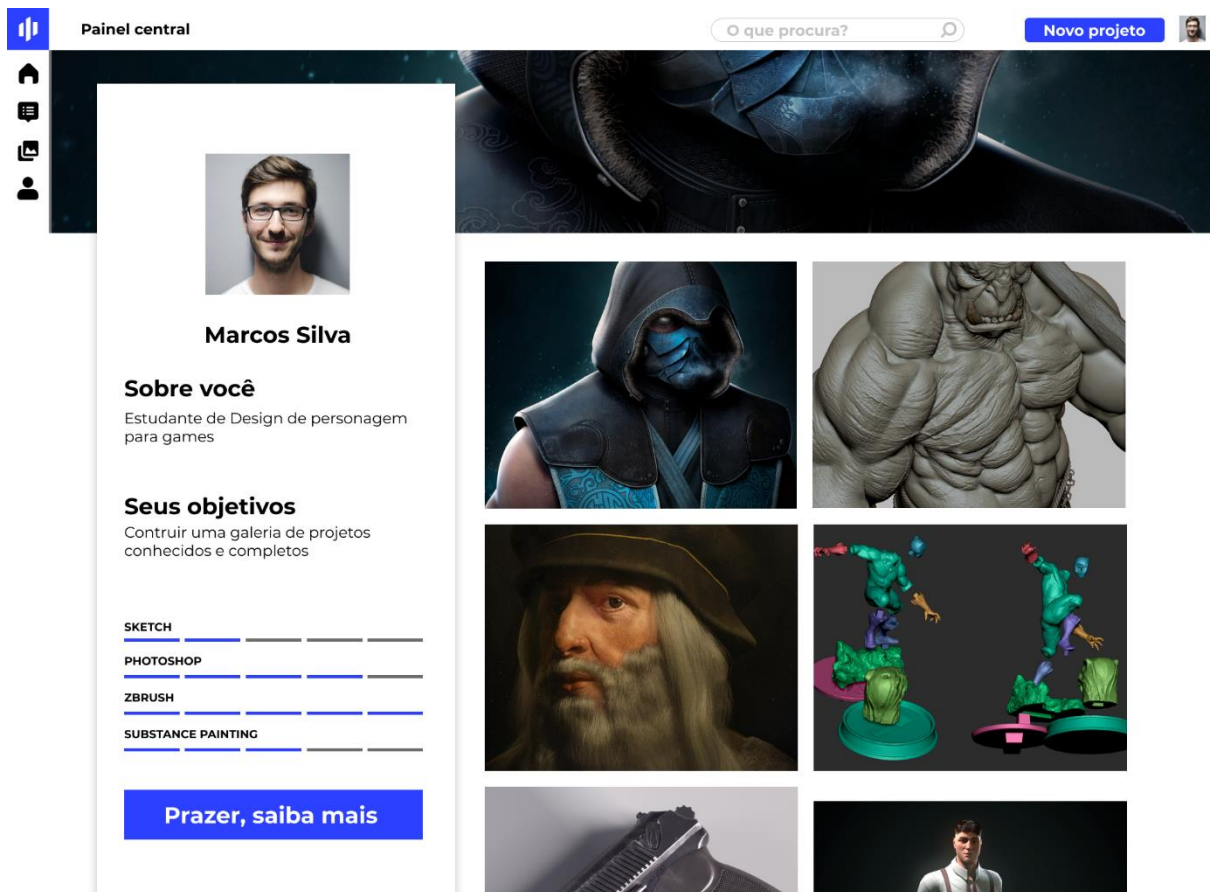







Figura 106 – Adobe Behance
Fonte: Autor

Figura 107 – Painel de apresentação do usuário
Fonte: Autor

Painel central

[Novo projeto](#) 

Project: Introdução

Não há espaço para "em casa de ferreiro, o espeto é de pau". Garanta que seu projeto representará bem seu processo produção, além de apenas mostrar telas finais. Esse projeto é a prova que você tem as habilidades que citou anteriormente.

Nomeie seu projeto:*
Garanta que seja nome atrativo.

Qual foi o produto/serviço?
Descreva brevemente o perfil do projeto.

Qual o tipo do projeto?

Empresa

Projeto pessoal

Para qual indústria foi feito?
Especifique o perfil do projeto, de acordo com um setor da economia.

Financeiro

Varejo

Tecnologia

Game

Saúde

Outro

Qual foi a duração do projeto (em meses)?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12+

Onde aconteceu?

Qual é o link do projeto final?

Próximo

Figura 108 – Painel Novo projeto
Fonte: Autor

Painel central

O que procura?

Novo projeto

A história não contada

Como recrutadores investem menos de 5 minutos avaliando portfólios, eles precisam entender o projeto e o que você fez sem ler completamente. Então use um tweet como ponto de partida do quanto escrever e comece a contar a história.

Qual foi a sua função?

Descreva brevemente o que exatamente você fez no projeto. Mesmo que tenha sido feito só por você, seja específico.

Ex. Criei todo o conceito visual, layout e orientações para desenvolvimento.

Qual foi o briefing?

Descreva brevemente porquê o projeto precisou do seu serviço

Ex. O cliente solicitou um grande apelo visual. Elementos deveriam ter movimento, um visual forte e cores vibrantes para causar impacto

Qual foi a sua criação?

Descreva brevemente o que seu Design propôs para agradar o público-alvo.

Ex. O resultado foram belas telas, compostas por ícones feitos a mão, tipografia com fontes maiúsculas e itálicas, imagens com um conceito de felicidade e o uso de animações com transições tênues

O que foi muito bacana nesse projeto?

Descreva seus principais aprendizados, ou alguma coisa inesperada que tenha feito muita diferença

Durante as entrevistas, descobri que a maioria das pessoas iam à academia por um tempo específico no ano, como um objetivo temporário, para estarem em forma a tempo de algo importante.

Voltar

Próximo


Figura 109 – Painel de novo projeto 2
Fonte: Autor

Painel central

O que procura? [Novo projeto](#)

Olá, sou Marcos Silva

Designer Gráfico e Artista 3D



ESPECIALIZAÇÃO
Modelagem 3D para Games

NÍVEL
Junior

TEMPO DE EXPERIÊNCIA
4 ANOS

DISPONIBILIDADE
Remoto ou alocado

LOCALIZAÇÃO
Rio de Janeiro

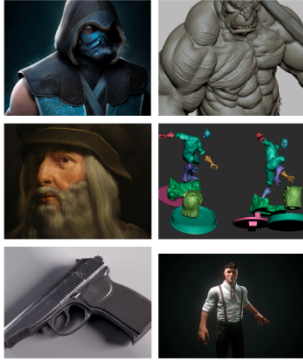
METODOLOGIAS
Construção feitas por referências visuais e de briefing

FERRAMENTAS FAVORITAS

- SKETCH
- PHOTOSHOP
- ZBRUSH
- SUBSTANCE PAINTING

PERFIL HUMANO

- MÃO NA MASSA
- ESTUDOS E ANÁLISES
- PLANEJAMENTO E ORGANIZAÇÃO
- GESTÃO / INTERAÇÃO COM PESSOAS




LÍNGUAS FALADAS

- PORTUGUESE
- ENGLISH
- SPANISH
- OUTRA

FUNÇÕES PREFERIDAS

- INTERAÇÕES E ANIMAÇÕES
- EDIÇÃO DE IMAGENS
- GRÁFICOS E ILUSTRAÇÕES
- COMPOSIÇÃO

Galeria de Projetos



Links para projeto final

- Artstation
- Facebook
- Instagram
- Behance

Figura 110 – Painel de apresentação completo do usuário
Fonte: Autor

12 CONCLUSÃO

O projeto foi iniciado com o objetivo de criar um site que possibilitasse não apenas fazer o upload de arquivos para um portfólio online, mas também poder dissertar mais sobre os processos que levaram o profissional a atingir tal resultado em seus projetos.

Com mais foco no processo do que apenas no resultado de criação de uma peça gráfica, foram usadas ferramentas de design para poder criar um mecanismo de produção eficaz de Identidade Visual, um processo de usabilidade e experiência funcional, foram instituídas pesquisas para entender como são os similares desse tipo de projeto e fomentando a partir deles um resultado único. Concluindo o projeto com um site que destrincha em todos os aspectos o usuário e seus conhecimentos, os projetos e suas minúcias a fim de entregar o máximo de detalhes aos recrutadores, efetuando contratações mais efetivas e os designers criando projetos mais completos. Acredita-se que o projeto conseguiu atingir um resultado satisfatório e está pronto para ser colocado em prática.

13 REFERENCIAS

AMBROSE / HARIS. **Grids**. Tradução Mariana Belloli. – Porto Alegre: - Bookman, 2009.

ALVES, José Eustáquio Diniz - **A Linguagem e as representações da masculinidade** / José Eustáquio Diniz Alves. - Rio de Janeiro: Escola Nacional de Ciências Estatísticas, 2004.

BICUDO, Maria Aparecida Viggiani; SILVA JÚNIOR, Celestino Alves da (org). **Formação do educador: Avaliação institucional**, ensino e aprendizagem. São Paulo: UNESP, 1994, v.4.

CAMARGO, Alzira Leite Carvalhais. **Mudança na Avaliação da aprendizagem escolar nas perspectivas da progressão continuada: questões teórico-práticas**. In

CANEN, A. **Avaliação da aprendizagem em sociedades multiculturais**. Rio de Janeiro: Ed. Papel & Virtual, www.papelvirtual.com.br; e-mail: editor@papelvirtual.com.br, 2001.

CENTRA, J. The use of the teaching portfólio and student evaluation for summative evaluation. **Journal of Higher Education**, 1994.

CHIEF OF DESIGN. **Guia sobre Grid no Design**. Disponível em: <https://www.chiefofdesign.com.br/Grid-design/>. Acesso em: 12 set. 2019.

DESIGNER MAO DE VACA. **Qual a diferença entre RGB e CMYC?** Disponível em: <https://designermaodevaca.com/post/qual-a-diferenca-entre-rgb-e-cmyk>. Acesso em: 20 jun. 2021.

GANDIN, D. **Algumas idéias sobre avaliação escolar**, Revista de Educação AEC, ano 24, N. 97, p. 48-55, 1995.

LÖBACH, Bernard. **Design industrial: bases para a configuração dos produtos industriais**. 1ª Edição. Editora Edgard Blucher Ltda. 2001

LUCKESI, Cipriano C. **Avaliação da Aprendizagem Escolar**. São Paulo: Cortez 2005.

PARANÁ. **Diretrizes Curriculares da Educação Básica - Ciências**. Curitiba: Secretaria de Estado da Educação, 2008.

PEÓN, Maria Luísa. **Sistema de Identidade Visual / Maria Luísa**. 3ª Ed. Rio de Janeiro, 2003.

SHORRES, E; Grace, C., **Manual de portfólio: um guia passo a passo para o professor**. Porto Alegre: Artmed, 2001.

STRUNCK, Gilberto. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso**. Rio de Janeiro: Rio Books. 4. ed., 2012

STRUNCK, Gilberto. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso**. 3. ed. Rio de Janeiro: Rio Books, 2007. 160p

ROSELFELD, L; MORVILLE, P. **Information architecture for the World Wide Web**. Sebastopol. CA: O'Reilly, 2002.

VILLAS BOAS, Benigna M. de Freitas **Portfólio, avaliação e trabalho pedagógico**. Campinas: Papirus, 2004.