

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

**DESIGN DE INTERFACE: APLICATIVO
TOCA LOGO**

JOÃO VICTOR BARBOSA DE OLIVEIRA

**VOLTA REDONDA
2018**

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

**DESIGN DE INTERFACE: APLICATIVO
TOCA LOGO**

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Curso de Design como requisito à obtenção do título de Bacharel em Design.

Aluno:

João Victor Barbosa de Oliveira

Orientadora:

Prof.^a Aline Rodrigues Botelho

**VOLTA REDONDA
2018**



Fundação Oswaldo Aranha



FOLHA DE APROVAÇÃO

Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: Design de Interface: Aplicativo Toca Logo

Elaborado por João Victor Barbosa de Oliveira

apresentado publicamente perante a Banca Avaliadora, como parte dos requisitos para conclusão do curso de Design

Aprovada em 26 de junho de 2019.

Banca Avaliadora

Aline Botelho

Aline Rodrigues Botelho – Doutora - UniFOA - Professor Orientador

Laert dos Santos Andrade

Laert dos Santos Andrade – Mestre – UniFOA - Professor Avaliador

Patrícia A. Rocha Alves

Patrícia Soares Rocha Alves – Mestre – UniFOA - Professor Avaliador

CITAÇÃO

“Consagre ao Senhor tudo o que você faz,
e os seus planos serão bem-sucedidos. ”

Provérbios 16:3

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por tudo que superei e alcancei até aqui, em especial a minha mãe pelo apoio, força e amor incondicional, agradeço a minha noiva e futura esposa que me estimulou durante todo tempo e compreendeu minha ausência pelo tempo dedicado aos estudos. Sou grato a todos os professores que contribuíram com a minha formação acadêmica, especialmente a Aline Botelho, responsável pela orientação do meu projeto. A todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

RESUMO

Este trabalho consiste no desenvolvimento de uma interface gráfica para um aplicativo móvel de contratação de músicos seguindo conceitos e métodos de design centrado no usuário. Todo o processo consistiu no método descrito por Jesse James Garrett em seu livro *The Elements of User Experience* (2011), que possui cinco etapas: Estratégia, escopo, estrutura, esqueleto e superfície. Tais etapas nortearam o desenvolvimento do projeto, desde a concepção dos primeiros wireframes até a realização de um protótipo de alta fidelidade.

Palavras-chave: Design de Interface; Aplicativo; Usabilidade.

ABSTRACT

This work consists of the development of a graphical interface for a mobile application of hiring musicians following concepts and methods of user centered design. The entire process consisted of the method described by Jesse James Garrett in his book *The Elements of User Experience* (2011), which has five stages: Strategy, Scope, structure, skeleton and surface. These steps guided the development of the project, from the design of the first wireframes to the realization of a high fidelity prototype.

Keywords: Interface Design; App; Usability.

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	12
1.1	Problema	13
1.2	Objetivo Geral	13
1.2.1	Objetivos Específicos	13
1.2.2	Objetivos Operacionais.....	13
1.3	Justificativa	13
1.4	Metodologia	15
1.5	Estratégia	18
2	ESCOPO: COLETA DE DADOS	19
2.1	Toca logo	19
2.2	Produtos Digitais	21
2.2.1	Usabilidade.....	22
2.2.2	Arquitetura da Informação	23
2.2.3	Wireframe	24
2.2.4	Sitemap	25
2.2.5	Wireflow.....	25
2.2.6	Card Sorting	27
2.2.7	Aplicativo	27
2.3	Música	28
2.4	Cor	29
2.4.1	Temperatura das Cores.....	31
2.4.2	Contraste de cor	31
2.4.3	Cor para web	32
2.5	Tipografia	32
2.6	Grid	38
2.7	Levantamento e análise de similares	40
2.7.1	Contrata Show.....	40
2.7.2	Agência Palco.....	44
2.7.3	Ampyou	46
2.8	Síntese	49
2.9	Painel semântico	50
2.9.1	Painel do estilo de vida.....	50

2.9.2	Painel de expressão do produto	51
2.9.3	Painel do tema visual.....	52
3	ESTRUTURA	53
3.1	Execução Card Sorting	53
3.2	Sitemap.....	55
4	ESQUELETO	56
4.1	Wireframes: Geração de Alternativas	56
4.1.1	Alternativa 1.....	56
4.1.2	Alternativa 2.....	58
4.1.3	Alternativa 3.....	60
4.2	Wireflow.....	61
5	SUPERFÍCIE	66
5.1	Logotipo	66
5.2	Cores	67
5.3	Tipografia	68
5.4	Escala tipográfica.....	69
5.5	Ícones	70
5.6	Solução.....	71
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	78
7	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	79

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Etapas da metodologia de Garrett	15
Figura 2 - Identidade Visual Toca Logo.....	19
Figura 3 - Destaque do site Toca Logo	20
Figura 4 - Contrate músicos Toca Logo	20
Figura 5 - Divulgue sua música Toca Logo	21
Figura 6 - Wireframes.....	24
Figura 7 – Exemplo Sitemap	25
Figura 8 - Exemplo Wireflow	26
Figura 9 - Cores aditivas e subtrativas	29
Figura 10 - Cores primárias, secundárias e terciárias	30
Figura 11 – Temperatura das cores	31
Figura 12 – Contraste de cor.....	31
Figura 13 - Fonte Sem Serifa x Com Serifa	33
Figura 14 – Tipografia Egípcia	33
Figura 15 - Tipografia Gótica.....	34
Figura 16 - Tipografia Script.....	34
Figura 17 - Tipografia Decorativa	35
Figura 18 - Boa altura de linha X má altura de linha	36
Figura 19 - Alinhamento de texto	37
Figura 20 - Helvética e seus diferentes pesos.....	38
Figura 21 - Anatomia do grid.....	40
Figura 22 – Similar Contrata Show: Página inicial.....	41
Figura 23 - Similar Contrata Show: Página de cadastro.....	42
Figura 24 - Similar Contrata Show: Busca e perfil do musico.....	43
Figura 25 - Similar Agência Palco: Home Agência Palco	44
Figura 26 - Similar Agência Palco: Números Agência Palco	45
Figura 27 - Similar Agência Palco: Formulário Agência Palco	45
Figura 28 - Similar ampyou: Home.....	47
Figura 29 - Similar ampyou: Busca	47
Figura 30 - Similar ampyou: Lista de artistas	48
Figura 31 - Similar ampyou: Formulário contratação.....	48
Figura 34 – Painel Semântico: Tema visual	52

Figura 35 – Interface OptimalSort	53
Figura 36 – Resultado cardsort	54
Figura 37 – Sitemap	55
Figura 38 – Alternativa 1	56
Figura 39 – Alternativa 1	57
Figura 40 – Alternativa 2	58
Figura 41 – Alternativa 2	59
Figura 42 – Alternativa 3	60
Figura 43 – Alternativa 3	61
Figura 44 – Wireflow: Etapa de acesso.....	62
Figura 45 – Wireflow: Etapa de busca.....	63
Figura 46 – Wireflow: Menu de navegação	63
Figura 47 – Wireflow: Página do músico	64
Figura 48 – Wireflow: Etapa de pagamento	65
Figura 49 – Logotipo	66
Figura 50 – Cores do aplicativo.....	67
Figura 51 – Tipografia do aplicativo	68
Figura 52 – Escala tipográfica.....	69
Figura 53 – Ícones.....	70
Figura 54 – QR Code	71
Figura 55 – Mockup.....	71
Figura 56 – Solução: Etapa de acesso.....	72
Figura 57 – Solução: Cadastro de músico	72
Figura 58 – Solução: Cadastro de contratante	73
Figura 59 – Solução: Etapa de busca	73
Figura 60 – Solução: Página do músico.....	74
Figura 61 – Solução: Pagamento.....	75
Figura 62 – Solução: Página de orçamento	75
Figura 63 – Notificações músico/contratante.....	76
Figura 64 – Menu e detalhes da conta	77

1 INTRODUÇÃO

Com a competitividade exigida pelo mercado, o acesso a informações relevantes que auxiliam na tomada de decisões se torna cada vez mais importante, e a tecnologia traz novas oportunidades a serem exploradas, e um dos maiores desafios imposto ao designer é transformar os benefícios da evolução tecnológica no mercado mundial e também o brasileiro.

Um público que pode se beneficiar dessa evolução são os músicos autônomos, que muitas vezes trabalham sobrecarregados. Segundo a pesquisadora Karina Poli, da USP Beto Figueiroa, em uma entrevista realizada em 2015 ao portal EBC (Empresa Brasil de Comunicação), 67% dos músicos fazem a gestão do próprio trabalho artístico e 60% utilizam a internet como uma forma de divulgar seu trabalho.

Diante deste cenário, observou-se a necessidade de criar uma solução para conectar músicos autônomos a empresários e pessoas com a necessidade de encontrar o melhor músico com o perfil desejado, dentro do orçamento e com agenda disponível, sem a necessidade de dedicar muito tempo em pesquisas de mercado e realizando o mínimo de esforço possível.

Segundo pesquisa realizada pelo IBGE e divulgada pelo portal G1, o celular é o principal aparelho para acessar a internet no Brasil. Em 2016, o eletrônico era usado por 94,6% dos internautas, à frente de computadores (63,7%), tablets (16,4%) e televisões (11,3%).

As startups são novos modelos de negócios escaláveis e que oferecem serviços inovadores através de uma plataforma digital, como por exemplo, aplicativos. Elas estão em amplo crescimento na atualidade e, será o ponto de partida deste projeto, com a startup Toca Logo.

Dado este crescimento no mercado de produtos e serviços digitais, a competitividade aumentou e os princípios de design e usabilidade são cada vez mais essenciais para esses serviços se destacarem, aumentando a experiência do usuário e sentimentos positivos com o mesmo.

1.1 Problema

Dificuldade do contratante em encontrar o tipo de serviço que precisa, quando e onde necessita. Dificuldade do músico em apresentar seu trabalho para potenciais clientes.

1.2 Objetivo Geral

Desenvolver a interface de um aplicativo para dispositivos móveis.

1.2.1 Objetivos Específicos

Utilizar métodos e técnicas de design centrado no usuário para proporcionar uma boa experiência para o usuário que busca encontrar uma banda ou músico e também para aqueles que irão utilizar a ferramenta como forma de divulgação do seu trabalho.

1.2.2 Objetivos Operacionais

- Fundamentar teoricamente o projeto;
- Realizar uma análise de similares com objetivo de compreender sua estrutura;
- Entender a necessidade dos usuários;
- Desenvolver um protótipo navegável de alta fidelidade;

1.3 Justificativa

A contratação de serviços é a compra online mais realizada pelos brasileiros, cerca de 84% pessoas disseram que contratam serviços pelo smartphone ou tablet, é o que mostra uma pesquisa realizada pela Opinion Box e publicada no blog da empresa de pagamentos PayPal Brasil (2018).

A partir do instante em que as pessoas começam a utilizar um objeto/produto para realização tarefas, elas passam por experiências que podem ser negativas ou positivas, dependendo de indivíduo para indivíduo.

Normalmente, a experiência é positiva quando você consegue realizar a tarefa sem demora, frustração ou sem encontrar problemas no meio do caminho. Essa tarefa pode ser tanto funcional (entrar no internet banking para pagar um boleto bancário) como emocional (entrar no site de uma rede social para saber o que seus amigos andam fazendo). (TEIXEIRA, 2015, p. 23)

Segundo Teixeira (2015), o primeiro passo é definir o problema que precisa ser resolvido (o porquê), pra quem esse problema será resolvido (o quem) e definir o caminho que precisa ser percorrido para resolvê-lo (o como).

Segundo o portal EBC (Empresa Brasil de Comunicação), em uma pesquisa parcial divulgada durante o Porto Musical e realizada pela pesquisadora Karina Poli (2015), com cerca de 120 músicos profissionais em atuação e residentes no Brasil, foi constatado um acúmulo de funções e responsabilidades que são exercidas por esses profissionais.

Ainda de acordo com a pesquisa, 67% dos músicos fazem a gestão do próprio trabalho artístico, 15% trabalham com mais de um produtor, apenas 8% têm produtor exclusivo e somente 4% trabalham com agentes de vendas. Outro dado relevante apontado pela pesquisa foi que 71% dos entrevistados fazem a própria divulgação de shows e trabalhos, sendo que 60% utilizando a internet intensamente como forma de divulgação do seu trabalho.

Com a evolução do mundo moderno estamos cada vez mais rodeados de tecnologia, seja ela em computadores, tablets ou smartphones. A cada dia que passa o mundo está mais baseado na interação entre homens e máquinas.

Dentro desse contexto, o design tem um papel cada vez mais importante e fundamental no desenvolvimento de novos produtos digitais com a preocupação de oferecer soluções amigáveis e intuitivas para o usuário final.

Segundo a empresa Google, um em cada quatro aplicativos instalados são esquecidos pelos usuários, dados obtidos através uma pesquisa realizada nos Estados Unidos em parceria com a Ipsos ao pesquisarem o comportamento de 8.470 pessoas. (Think With Google, 2016)

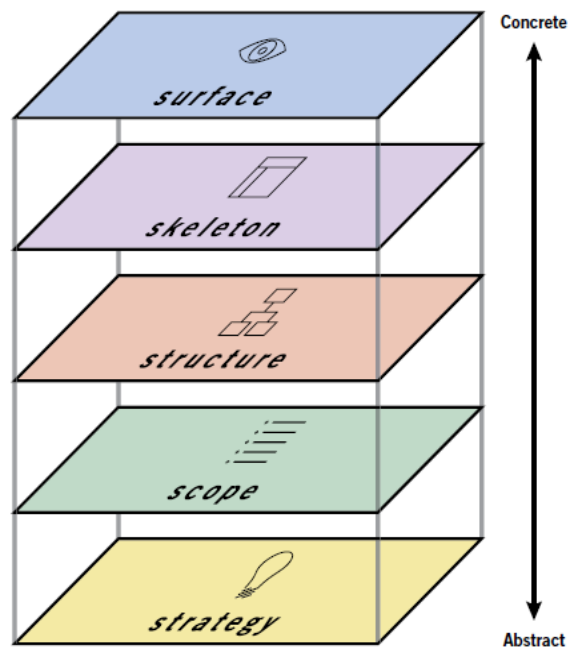
Uma interface bem projetada é a principal responsável pela manutenção de um usuário em navegação em um site ou aplicativo. Também é seu objetivo incentivar e garantir a fidelização desse usuário. Se bem pensada, portanto, tem o poder de facilitar a vida e se tornar uma ferramenta presente na vida das pessoas. Ignorar a importância do design de interface pode ser o fator decisivo na rejeição de uma aplicação. (Bitzen, 2018)

1.4 Metodologia

O presente projeto foi baseado na metodologia proposta por Jesse James Garrett em seu livro “The Elements of User Experience” (2011), no qual apresentou os elementos que compõem a experiência do usuário dentro do desenvolvimento de produtos para web.

Esse método é baseado e estruturado em cinco planos essenciais: estratégia, escopo, estrutura, esqueleto e superfície. Dentro de um projeto, esses elementos envolvem diferentes disciplinas, entre elas a arquitetura de informação, o design de interação e o design de interfaces.

Figura 1 - Etapas da metodologia de Garrett



Fonte: GARRETT (2011)

Cada plano depende dos planos abaixo dele. Então, a superfície depende do esqueleto, que depende da estrutura, que depende do escopo, que depende da estratégia. Quando as escolhas que fazemos não se alinham com aquelas acima e abaixo, projetos descarrilam, os prazos são perdidos, e os custos começam a disparar assim como a equipe de desenvolvimento tenta juntar componentes que não estão naturalmente aptos. Pior ainda, quando o produto finalmente é lançado, os usuários muitas vezes detestam, porque não oferece uma experiência satisfatória. (GARRETT, 2011, p. 22, tradução nossa)

Durante o desenvolvimento de um projeto, esses planos são percorridos partindo do nível mais abstrato (o da estratégia) para o mais concreto (o da superfície).

Ainda segundo Garrett (2011), podemos classificar cada etapa como:

- **Estratégia**

O primeiro e importante passo para o desenvolvimento do projeto é justamente definir a estratégia que será adotada. Segundo Garrett (2011), falhas frequentemente acontecem porque antes do início do projeto, antes mesmo dos primeiros códigos serem escritos, ninguém fez dois questionamentos básicos: Qual nosso objetivo com esse aplicativo? E o que os usuários esperam desse aplicativo?

Nesta etapa é crucial que se entenda as necessidades, desejos e objetivos das pessoas que irão utilizar o aplicativo, assim como traçar a estratégia a ser utilizada e definir o quê e para quem se quer comunicar.

Para chegar ao fundo dessas necessidades, temos de definir apenas quem nossos usuários são. Uma vez que sabemos quem estamos tentando alcançar, podemos realizar pesquisas com eles, em outras palavras, fazer-lhes perguntas e observar seu comportamento. Essa pesquisa pode nos ajudar definir e priorizar o que as pessoas precisam e quando usar o nosso produto. (GARRETT, 2011, p. 42, tradução nossa)

Segundo Garrett (2011), identificar as necessidades do usuário torna-se uma tarefa complicada, principalmente se estamos criando um aplicativo móvel destinado ao público consumidor devido à grande diversidade de pessoas.

Para facilitar essa tarefa, é utilizada a segmentação de usuário, onde são divididos em pequenos grupos formados por usuários com características em comum.

- **Escopo**

Trata-se da etapa onde são definidas todos os requisitos e características do projeto, sendo estabelecido o conteúdo que estará presente no projeto.

Cabe ressaltar que tão ou mais importante do que deixar claro aquilo que faz parte do projeto, é definir o que não faz. Quando definimos o escopo de nosso projeto definimos o foco de nosso trabalho, deixando absolutamente claro aquilo que será incluído e aquilo que será excluído, por sua vez. Um escopo mal feito pode acarretar retrabalho ou prejuízo para quem está desenvolvendo o projeto, uma vez que quando não existem fronteiras bem definidas, damos margem à especulação e à dúvida. (JARDIM FILHO et al., 2014)

Segundo Garrett (2011, p.58), esta etapa é tão importante porque nos dá uma visão ampla dos potenciais conflitos e falhas no projeto, enquanto tudo ainda é hipotético, nos dando a possibilidade de identificar questões mais urgentes que precisam ser resolvidas agora, e aquelas que podem esperar até mais tarde.

- Estrutura

Trata-se da etapa onde serão levantadas questões mais concretas em relação ao projeto, onde será estruturada toda a interação do usuário com o produto final.

Segundo Garrett (2011, p.20), a estrutura trata-se da etapa onde é definida como os usuários chegarão em uma determinada página, e onde poderão ir depois.

A região da estrutura é o terceiro dos cinco planos e apropriadamente é o ponto em que as nossas preocupações mudam de questões mais abstratas de estratégia e escopo para os fatores concretos que determinará o que os usuários finalmente experimentarão. Mas a linha entre abstrato e concreto podem ficar embaçados - embora muito do que decidir aqui terá uma influência perceptível, tangível no produto final, as próprias decisões ainda envolvem em grande parte assuntos conceituais. (GARRETT, 2011, p. 80, tradução nossa)

- Esqueleto

Conforme apresentado por Garrett (2011), o esqueleto, trata-se da etapa da responsável pelo desenho da estrutura “óssea” das telas, menus e formulários.

Precede a etapa superfície, última etapa da metodologia, sendo o esqueleto responsável por dar toda a sustentação a página.

No esqueleto, surge uma bifurcação conceitual: o design de navegação e o de informação. O design de navegação trata da disposição dos elementos da interface de forma a facilitar a navegação do usuário através da arquitetura da informação. Já o design da Informação define como apresentar a informação de forma a facilitar o entendimento por parte do usuário. O método de desenho do esqueleto, para que este possa ser representado graficamente chama-se wireframe. (JARDIM FILHO et al., 2014)

Segundo Garrett (2011, p.128), um wireframe, nada mais é do que uma representação simplista de todos os elementos de uma e como eles se encaixam em uma determinada página, podendo ter níveis variados de detalhes.

- Superfície

No topo dos planos da metodologia de Garrett está a quinta e última etapa, chamada de superfície.

Segundo Garrett (2011), é efetivamente nesta etapa que aspectos funcionais e estéticos são unidos, onde é trabalhado aspectos que os usuários perceberão de imediato: o design visual.

Movendo-se para o plano da superfície, estamos agora lidando com o design sensorial e apresentação dos arranjos lógicos que compõem o esqueleto do produto. Por exemplo, através da atenção ao design da informação, determinamos como devemos agrupar e organizar os elementos de informação da página; através da atenção para design visual, determinamos como esse arranjo deve ser apresentado visualmente. (GARRETT, 2011, p.134, tradução nossa)

1.5 Estratégia

Toda a ideia do aplicativo foi desenvolvida durante o evento Startup Weekend Sul Fluminense, por um grupo que neste mesmo evento terminou em primeiro lugar. Tal equipe disponibilizou a ideia da startup para a realização deste projeto. O Startup Weekend é um evento que dura 54 horas ao longo de um fim de semana onde empreendedores, desenvolvedores, designers e entusiastas de um tema se unem para compartilhar ideias, formar equipes e criar startups. É o maior conjunto de eventos de startups do mundo, com edições realizadas em quase 700 cidades em todos os continentes. Tudo começa na noite de sexta-feira, com o palco aberto para os participantes compartilharem suas ideias e inspirarem outros a se juntarem a seus times. As mais bem votadas são escolhidas. Durante o sábado e o domingo, os times se focam em encontrar um modelo de negócios e criar um produto viável mínimo, utilizando metodologias e ferramentas como Lean Startup, Business Model Generation e Desenvolvimento de Clientes. Durante a maior parte do tempo haverá mentores convidados à disposição dos participantes. No domingo, os times apresentam o que construíram e recebem feedbacks valiosos de jurados experts.

2 ESCOPO: COLETA DE DADOS

2.1 Toca logo

A toca logo é uma proposta nova criada na região Sul Fluminense com o intuito de criar uma ponte entre os músicos e contratantes, simplificando assim, a vida de ambos e contribuindo para a diversidade cultural, inicialmente na região. Para o artista, essa é a oportunidade de mostrar o seu trabalho e valor para o mundo. Para o contratante, é um canal para encontrar diversidade musical e qualidade para seu estabelecimento ou evento particular.

A toca logo, até o momento, funciona em modo Minimum Viable Product - MVP, que significa produto mínimo viável e serve como forma de validar a ideia e o mercado, contando com um site que funciona como uma forma de captar os e-mails de pessoas interessadas, tanto contratantes como músicos. Apesar do site, todo o processo de contratação e finalização acontece de forma manual.

Sua identidade visual é bem simples, utiliza apenas uma tipografia cursiva tendo a ponta da letra “g” sendo representada por um cabo de equipamento musical.

Possui uma versão na cor roxa para ser usada em fundos claros e uma na cor branca para fundos escuros.

Figura 2 - Identidade Visual Toca Logo



Fonte: <<http://www.tocalogo.com>>

O layout do site segue as cores de sua identidade visual e possui apenas uma página. O primeiro contato com a página se dá com uma imagem em destaque e um breve texto explicando o intuito da plataforma, logo abaixo possui dois botões (contrate músicos e divulgue sua música) que ao ser clicados a tela é rolada para a área correspondente.

Figura 3 - Destaque do site Toca Logo



Fonte: <<http://www.tocalogo.com>>

Ao clicar no botão “Contrate Músicos” ou rolar a página, é exibido um texto de chamada e um campo para cadastrar o e-mail.

Figura 4 - Contrate músicos Toca Logo

Contrate Músicos.

Buscar uma atração musical para seu negócio ou evento pode te causar dor de cabeça. O nosso papel é facilitar seu trabalho nesse processo. Que tal?



Fonte: <<http://www.tocalogo.com>>

Logo abaixo é exibido uma sessão semelhante, porém essa é destinada a músicos, onde podem se cadastrar colocando seu e-mail.

Figura 5 - Divulgue sua música Toca Logo



Fonte: <<http://www.tocalogo.com>>

2.2 Produtos Digitais

Por que alguns canais digitais como sites, aplicativos e softwares fazem mais sucesso do que outros similares? Segundo Teixeira (2015, p.5), “Um fator de peso está na relação entre o usuário e o produto”.

Um grande exemplo de relação entre o usuário e o produto é a revolução causada por Steve Jobs, para ele, muito mais que um produto, deveriam entregar experiências marcantes para seus usuários, fazendo com que Designers e Engenheiros da Apple tivessem a responsabilidade de se preocuparem com todos os detalhes presentes em seus produtos. (PEREIRA, 2018)

Nesse mundo conectado em que vivemos, cada vez mais ganha força o que considero antropocentrismo digital: o usuário é o rei. Se ele não tem uma boa experiência com o produto digital, ele deixa de utilizá-lo e migra para interfaces mais inteligentes, agradáveis e de fácil uso. E o diferencial do produto ou serviço digital pode residir justamente ali. (TEIXEIRA, 2015, p. 5)

2.2.1 Usabilidade

Teixeira (2015) define usabilidade como um termo utilizado nas disciplinas de Human-Computer Interaction e User Experience que se refere a simplicidade e facilidade com que as pessoas podem utilizar uma interface (site, aplicativo, software, game etc).

Chegar a uma solução simples de interface é um processo muito trabalhoso. É necessário explorar muitas versões de design, além de discussões com todos os envolvidos no projeto sobre o que é, de fato, importante para as pessoas e como os designers podem tornar uma tarefa o mais simples possível.

Segundo Teixeira (2015), interfaces digitais possuem a vantagem de possuírem a possibilidade de esconder ou exibir botões e funções conforme necessário durante o fluxo de navegação do usuário.

Calbourne (2010) em seu livro *Simple and Usable*, propõe 4 modelos para nos ajudar a construir uma interface simples e fácil de usar: Remover, Organizar, Esconder e Mover. Esses modelos podem ser vistos a seguir, ainda segundo referência de Calbourne (2010):

- Remover

Remover conteúdos que não sejam essenciais para o entendimento da interface. Isso vai desde elementos gráficos, conteúdos e a linguagem que usamos nos títulos das telas e nos rótulos dos botões, por exemplo. Não precisamos ter o título “Calculadora” acima da imagem ou módulo de uma calculadora. As pessoas vão bater o olho e entender que se trata de uma ferramenta de calculadora sem precisar do título para identificar.

- Organizar

A boa organização de uma interface distribuída de forma lógica acelera o entendimento do que pode ser feito e deixa claro ao usuário para onde ele pode ir para realizar sua tarefa.

- Esconder

Colocar na interface apenas os itens importantes que sejam necessários serem mostrados naquele momento, deixando-os acessíveis apenas por navegação podendo ser acessadas conforme requisição ou necessidade.

- Mover

É importante mover algumas funcionalidades para outro lugar. Para ficar mais fácil de entender esta estratégia, vamos ao pensamento de Steve Jobs ao lançar o iPhone, em 2007, com o propósito de não ter um teclado físico, possuindo apenas um botão. Essa abordagem facilita o contato inicial com o produto, e as pessoas têm acesso a outras funcionalidades importantes que estão acopladas ao software, e não ao hardware.

2.2.2 Arquitetura da Informação

Em uma definição bastante direta publicada em seu site, o Information Architecture Institute (Instituto de Arquitetura da Informação) explica em que consiste essa disciplina: “A arquitetura da informação é a prática de decidir como organizar as partes de alguma coisa de modo a torná-la compreensível. ”

Pode-se dizer que a Arquitetura da Informação tem a função de auxiliar as pessoas a encontrar o que elas estão procurando. Se formos a um supermercado pela primeira vez e quiser saber onde ficam os chocolates, provavelmente iremos procurar por uma placa que indica a seção de doces e sobremesas. O mesmo vale para o mundo digital.

Pereira (2018, p.54), define e classifica a Arquitetura de Informação como: “Arte e ciência de organizar a informação de websites, intranets, aplicativos e softwares, com o objetivo de tornar o conteúdo rápido de encontrar, de modo que as pessoas possam compreendê-lo mais facilmente”.

Arquitetura da informação não é algo que se constrói com uma pessoa só no meio da noite. É fundamental envolver muitas pessoas que possam enriquecer o processo. Existem algumas metodologias, dinâmicas e atividades que ajudam a estruturar todo o projeto.

2.2.3 Wireframe

O wireframe é, a grosso modo, a planta baixa do site ou aplicativo, seu esqueleto. O resultado de pesquisas onde podem ser encontrados todos os elementos em cada tela e suas disposições e orientações. O intuito é mostrar a hierarquia das informações, das telas e o fluxo de navegação que irá existir.

A mensagem principal do wireframe é definir o conteúdo, a hierarquia e as funcionalidades que compõem a página. Ele também pode conter um fluxo de interação e algumas indicações visuais de como alguns elementos funcionarão, por ser mais focado em mostrar a função do que emocionar. (PEREIRA, 2018, p.111)

O wireframe funciona melhor quando apresentado em tons de cinza, evitando o uso de cores para que o foco da discussão seja somente estrutural, com o objetivo de definir como os elementos se posicionarão na tela.

Figura 6 - Wireframes



Fonte: PEREIRA (2018)

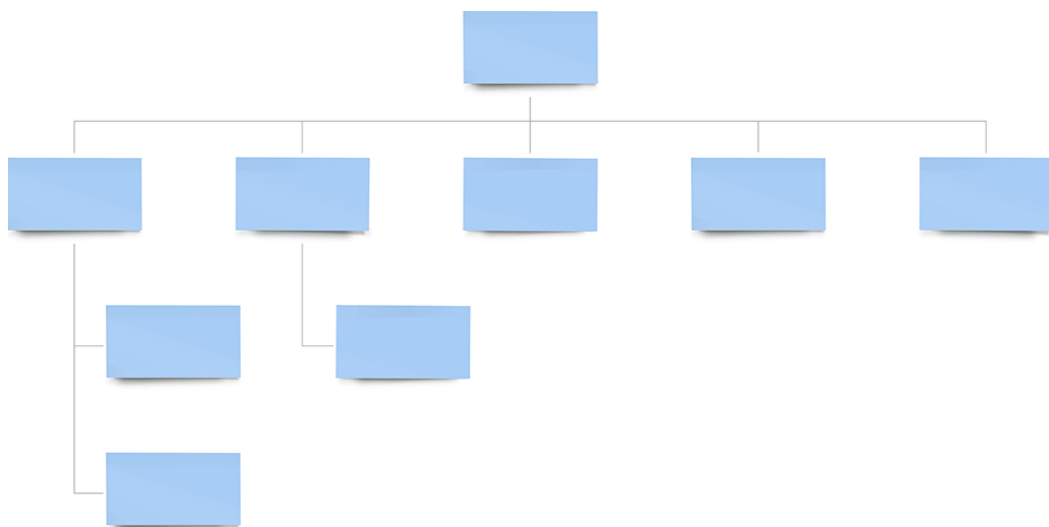
Pereira (2018, p.112) explica: “É muito importante ser desapegado no momento de produzi-los, porque o espírito de testar várias soluções faz total diferença para o resultado final do produto”.

2.2.4 Sitemap

Os sitemaps servem para comunicar as seções hierárquicas e como o conteúdo é distribuído entre elas. Os sitemaps servem para comunicar a quantidade de templates e tipos de conteúdos que pertencem a um site ou aplicativo. (PEREIRA, 2018, P.89)

Pereira (2018) ainda explica que o principal objetivo de finalidade do sitemap é indicar os níveis de navegação, fluxos de navegação e funcionalidades.

Figura 7 – Exemplo Sitemap



Fonte: <<https://www.homemmaquina.com.br/wp-content/uploads/2018/02/sitemap.png>>

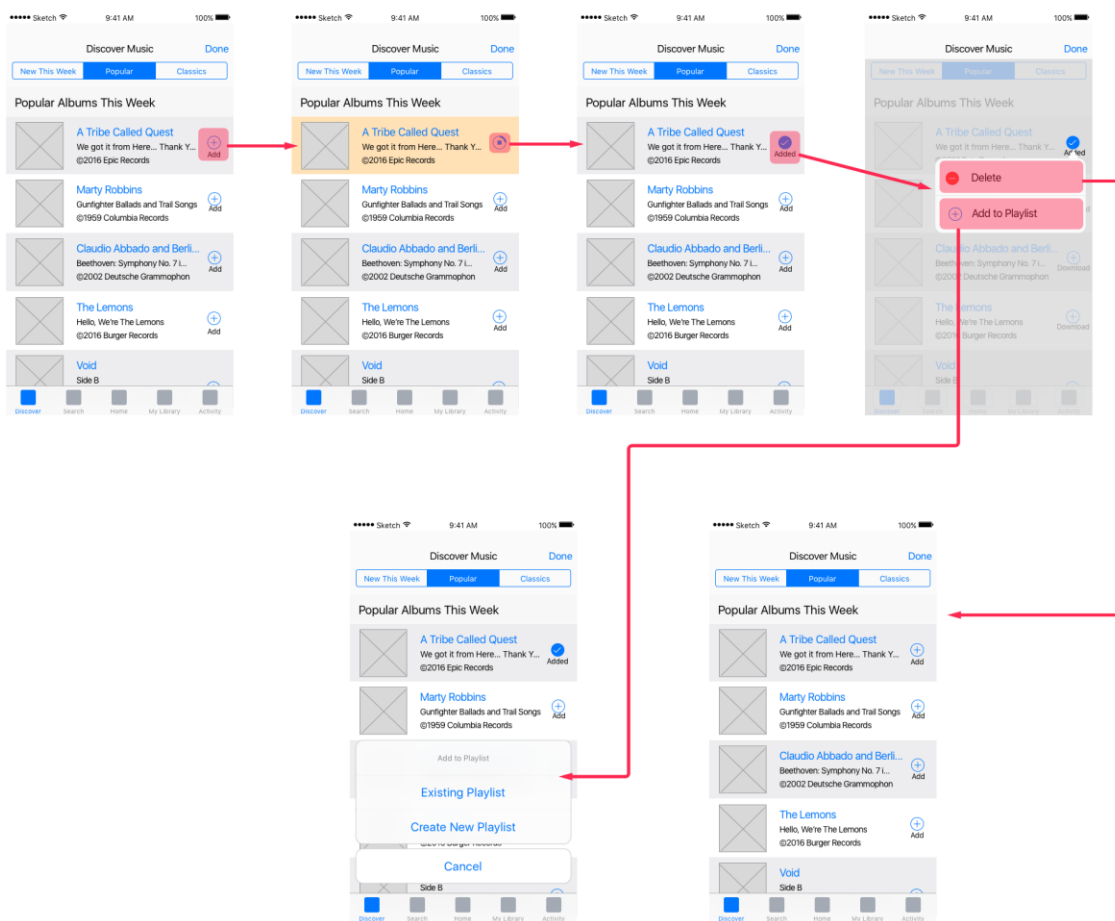
Desta forma é mais fácil compreender a transição das informações em cada tela. São fundamentais para o olhar realista do projeto, pois além de se compreender os caminhos ainda permite encontrar fluxos mais objetivos para a visualização de determinadas seções ou telas.

2.2.5 Wireflow

Um artigo publicado pelo site da Nielsen Norman Group classifica o wireflow como "um formato de especificação de projeto que combina designs de layout de página no estilo de estrutura de arame com uma maneira simplificada de representar as interações no fluxograma".

Há situações em que os wireframes e fluxogramas não são suficientes para comunicar ideias de design, especialmente ao documentar aplicativos móveis, por não possuírem muitas páginas exclusivas, mas em vez disso, apresentam algumas páginas principais que alteram o conteúdo ou layout dinamicamente com base na interação do usuário.

Figura 8 - Exemplo Wireflow



Fonte: <<https://www.ngroup.com/articles/wireflows/>>

Este wireflow simples (Fig.5) mostra uma sequência de vários wireframes de um aplicativo móvel para um fluxo típico de tarefa do usuário. Neste exemplo, em vez de representar diferentes páginas do aplicativo, cada wireframe corresponde à mesma página. Cada etapa indica claramente os pontos de acesso que se conectam à próxima etapa no fluxo de tarefas.

Além disso, o fluxo mostra o uso de feedbacks visuais na segunda etapa, onde o item clicado muda de cor de fundo para registrar o toque.

2.2.6 Card Sorting

Em um artigo escrito por Sherwin (2018) publicado pelo site da Nielsen Norman Group, classificam o card sorting como:

Método de pesquisa de UX no qual os participantes do estudo agrupam os rótulos individuais escritos em notecards de acordo com critérios que fazem sentido para eles. Esse método revela como o conhecimento e domínio do público-alvo é estruturado e serve para criar uma arquitetura de informações que corresponda às expectativas dos usuários.

O objetivo deste método é receber inputs valiosos de como as pessoas pensam na organização de conteúdo de acordo com o modelo mental de cada um. É normalmente usado para decidir qual a forma mais democrática de se agrupar conteúdos e qual o melhor nome a ser dado para cada um.

Os participantes devem organizar um conjunto de cartões com tópicos que descrevem as telas/páginas. A ideia é que essas pessoas agrupem os cartões em categorias, de acordo com o conhecimento que elas têm do projeto, e até mesmo ajudem a nomear esses grupos.

Ao final, o responsável pela atividade deve conversar com os participantes para entender o que motivou suas escolhas e, por fim, analisar os agrupamentos com mais ocorrências e que mais fazem sentido.

2.2.7 Aplicativo

O uso dos smartphones passou a ser algo tão indispensável na vida das pessoas, que segundo uma pesquisa da Mary Meeker publicada pelo Think With Google, as pessoas olham os celulares mais de 150 vezes por dia. (THINK WITH GOOGLE, 2015)

Com o crescimento no uso dos smartphones, houve também uma expansão no uso de aplicativos, hoje eles são usados, por exemplo, como meio de comunicação nas mídias sociais, como gerenciador bancário, para realização de compras e contratação de serviços.

O mercado de aplicativos móveis está em crescimento em todo o mundo, como mostram os resultados do App Annie, site que monitora esse segmento.

Segundo o balanço produzido pelo site, o quarto trimestre de 2017 teve recorde de downloads de apps: 27 bilhões — 19 bilhões da Google Play Store e 8 bilhões da App Store. Esse número representa um aumento de 7% em relação ao quarto trimestre de 2016. (BUSINESS INSIDER, 2018)

O uso de aplicativos móveis é muito mais rápido do que ter que usar e navegar um site móvel. A navegação na Web, seja no celular ou no computador, implica abrir o navegador da web, depois lembrar e inserir o endereço do site e aguardar o carregamento da página antes de finalmente ter o conteúdo exibido a sua frente. A velocidade de todo o processo depende do tipo de rede disponível na área. No entanto, quando o cliente abre o aplicativo, ele simplesmente demora um segundo porque a maior parte do conteúdo já se encontra previamente armazenado.

2.3 Música

A música talvez seja a expressão artística mais presente no cotidiano da sociedade brasileira, abrangendo todas as classes sociais, todas as idades e de qualquer cidade. Como mercado, é um fenômeno mundial do capitalismo pós-industrial, surgido na história do Brasil no período da República Velha, que vai da Proclamação da República até a Revolução de 30. O mercado teve um grande crescimento durante o Regime Militar, na década de 70, período onde houve investimentos de gravadoras multinacionais. (SEBRAE, 2015)

As décadas seguintes trouxeram outras três importantes revoluções no mercado musical: Na década de 80 houve o surgimento dos CD's; na década de 90, o surgimento da internet e sua tecnologia P2P (peer to peer), que propiciou o compartilhamento de músicas em MP3; e na década de 2000 com o lançamento do iPod, introduzido pela Apple. (SEBRAE, 2015)

Pode-se considerar que um dos principais benefícios trazidos pelos avanços tecnológicos no setor musical é a divulgação massiva de artistas e bandas, o que facilita e atrai público para os shows, o que tem sido ultimamente uma das maiores fontes de renda para o mercado de música.

De acordo com estimativas da consultoria PwC, o mercado de shows no país cresceu anualmente 7,3% em média até 2016. (EXAME, 2013)

A principal tendência que vemos com esse estudo é a questão das experiências únicas. Os produtores que têm criado esses eventos e que têm se apoiado na tecnologia, principalmente as redes sociais, como aliadas na divulgação e durante o evento, têm alcançado mais sucesso. Se você oferece o que as pessoas gostam e utiliza o potencial já comprovado das redes sociais para se comunicar com seu público, o caminho do sucesso será mais curto. A Eventbrite viu bastante isso acontecer em 2016, produtores e agências que eram pequenos, cresceram neste ano seguindo essa estratégia. (EVENTBRITE BRASIL, 2017)

2.4 Cor

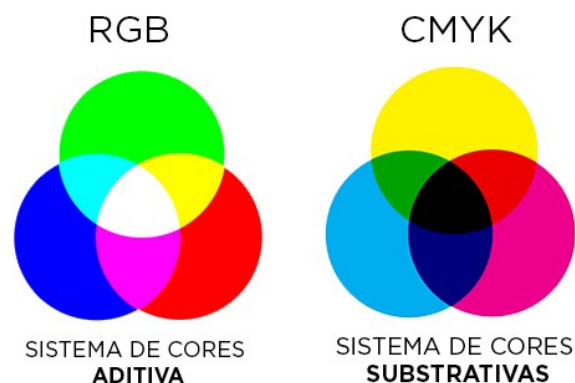
Presentes em tudo ao nosso redor, as cores nada mais são do que uma forma de se comunicar, tendo diferentes significados em diferentes culturas.

Ambrose e Harris, definem em seu livro denominado COR (2009) que:

A cor é a forma mais imediata de comunicação não verbal. É natural que tenhamos reações a ela: evoluímos com certa compreensão das cores, em parte porque a sobrevivência de nossos ancestrais dependia delas para saber o que consumir e o que evitar. A cor é usada para representar pensamentos e emoções de uma forma que nenhum outro elemento do design consegue, e pode chamar a atenção de modo instantâneo no papel, na tela ou na prateleira do supermercado. (AMBROSE & HARRIS. 2009)

Com o intuito de ajudar a organizar as informações sobre a percepção cromática humana existe os sistemas de cores. Pode-se tipificá-los como sistemas de Síntese Aditiva, onde a cor é percebida diretamente a partir da fonte luminosa; ou de Síntese Subtrativa nos quais a cor é percebida a partir do reflexo da luz sobre uma superfície. Tais sistemas de cores são formados por cores primárias, que recebem esse nome por serem cores puras, ou seja, não podem ser criadas a partir da combinação de outras cores.

Figura 9 - Cores aditivas e subtrativas



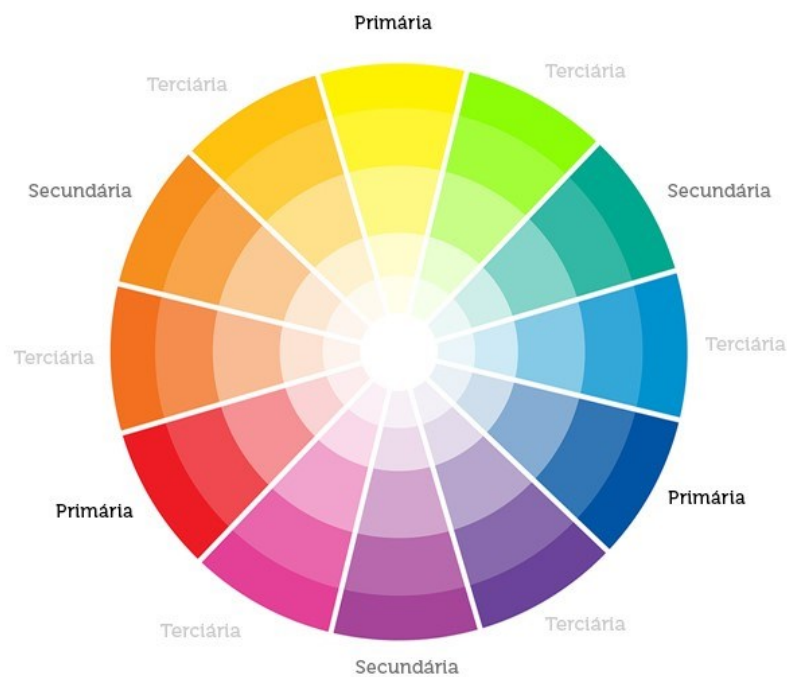
Fonte: <http://www.ecographia.com.br>

As Primárias Aditivas, também conhecidas como “cor luz”, são referentes aos objetos que emitem luz, como os monitores de computador, televisores, celulares, câmeras digitais e etc. Sendo elas: Vermelho, verde e azul. O branco é obtido a partir da combinação das três cores.

As Primárias Subtrativas, são obtidas pela subtração de luz, através de pigmentos de tinta. Sendo elas: ciano, magenta e amarelo. Com a combinação das três é obtido o preto.

Todas as outras cores que existem são provenientes da mistura das cores primárias. Quando combinamos duas cores primárias, conseguimos uma cor secundária, e ao combinarmos uma cor secundária com uma primária adquirimos uma cor terciária.

Figura 10 - Cores primárias, secundárias e terciárias



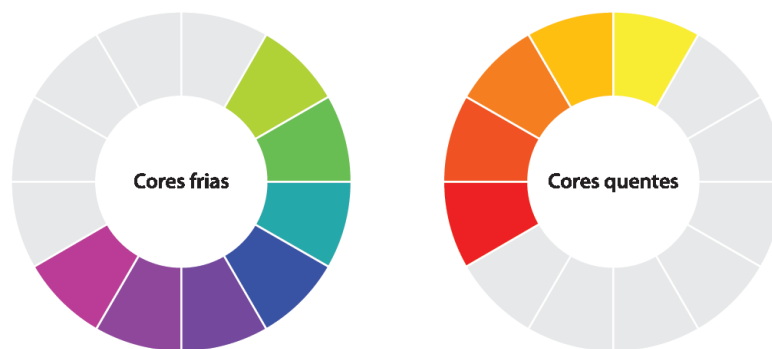
Fonte: <<https://www.colab55.com/blog/content/images/2018/01/circulo-1.jpg>>

2.4.1 Temperatura das Cores

Cores Quentes, são as cores em que o vermelho e o amarelo predominam. São chamadas de quentes porque criam uma sensação de calor, proximidade e estão associadas ao sol, ao fogo, etc.

Cores Frias, são as cores em que o azul e o verde predominam. Estão associadas ao gelo, a água, e criam sensações calmas, de frescor e de tranquilidade.

Figura 11 – Temperatura das cores



Fonte: www.saibadesign.wordpress.com

2.4.2 Contraste de cor

Uma cor contrastante é uma excelente ferramenta para se dar destaque dentro de ambientes digitais. O contraste usado de forma correta, não somente chama mais a atenção das pessoas como também facilita a leitura e compreensão da composição.

O grau de visibilidade de uma figura colorida é maior quando há um contraste maior pela luminosidade, matiz e saturação, gerando, por exemplo, a distinção mais marcante entre figura e fundo. (HSUAN-NA, 2018)

Figura 12 – Contraste de cor



Fonte: <https://marcolang.com.br/contraste-principio-design/>

2.4.3 Cor para web

RGB é um sistema de cores luminosas, chamados de cor-luz, formado pelas cores vermelho, verde e azul. A sigla parte dos nomes dessas cores em inglês, red, green e blue, respectivamente. O RGB, nesse caso, é o padrão de cores utilizado na web e representados através de dispositivos eletrônicos, tais como monitores, câmeras fotográficas e aparelhos de televisão. Através desses aparelhos, todas as nossas imagens e fotografias são visualizadas graças a formação dos pontos de luz. A mistura dessas três cores (azul, verde e vermelho) formam diversas outras combinações. Delas, cada uma possui um enquadramento em uma escala que varia de 0 a 255. No momento em que as três cores primárias estão no valor mínimo (que seria 0, 0, 0), a cor resultante é a preta. Quando as três cores primárias estão no valor máximo (que seria 255, 255, 255), a cor resultante é a branca. Os números, quando variando em valores mínimos, fornecem cores/tons mais escuras, e quando variando em valores máximos, fornecem cores/tons mais claras.

O código RGB de cores na construção de sites e aplicativos são representadas por um código de 6 caracteres hexadecimais (de 0 a F) precedido do caracter "#", por exemplo: '#68B46D'.

Trata-se de uma representação dos valores das cores primárias juntas, só que em Hexadecimal. Podemos perceber que os códigos RGB são sempre formados com 6 dígitos, o que dá 2 dígitos para cada cor. Se em 2 dígitos hexadecimais conseguimos valores de 00 a FF, então conseguimos representar valores de 0 a 255 da base decimal. Se o branco é formado com a combinação dos maiores valores para RGB (255 para Red, 255 para Green e 255 para Blue), o código RGB do branco é: #FFFFFF. Ou seja, 255 vermelho (FF), 255 verde (FF) e 255 Azul (FF). Juntando tudo com o # do início, temos o #FFFFFF.

2.5 Tipografia

Tipografias podem ser classificadas de acordo com suas características intrínsecas. Para entender o sistema de classificação, e os meios pelos quais um tipo é classificado, devemos estar familiarizados com a terminologia utilizada para descrever estas características.

Existem também subcategorias e sinônimos para essas classificações citadas. Mas o que importa mesmo é o contexto em que será utilizada.

Fontes Com Serifa possuem pequenos traços e prolongamentos que ocorrem no fim das hastes das letras. É o tipo mais legível, comumente usado para textos longos. Trata-se de uma fonte de categoria romana que se tornou padrão para muitos em documentos acadêmicos e legais, sendo a fonte serifada Times New Roman, padrão nos editores de texto do Windows até pouco tempo atrás.

As fontes Sem Serifa, também chamadas de grotescas, lineais ou bastão, não têm os detalhes decorativos que caracterizam os tipos romanos. Seu design limpo e simples os torna ideais para títulos.

Figura 13 - Fonte Sem Serifa x Com Serifa

I am sans.
I am serif.

Fonte: <<https://www.directiq.com/wp-content/uploads/2018/02/sansserif-1024x585.png>>

As fontes Egípcias foram inicialmente criadas para composição de anúncios publicitários na era da industrialização, são também conhecidas como Serifas Grossas.

Segundo Pais (2015, p.23): “Suas características são as serifas geométricas, que possuem pouca ou nenhuma transição entre os traços. Elas deixam de ser apenas um detalhe das serifadas para se transformar em um elemento protagonista da tipografia”.

Figura 14 – Tipografia Egípcia

Aa abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 123456789
 CLAREDON

Fonte: <https://www.printi.com.br/blog/sites/default/files/7-slab-serif-ou-laje-serif_0.png>

Gótica, também conhecidas em inglês como blackletter, baseiam-se no estilo de escrita ornamentada dominante durante a Idade Média.

Este foi aliás o estilo usado por Gutenberg, quando inventou a Imprensa há 500 anos atrás e compôs a famosa Bíblia de 42 linhas, simulando o tipo de letra usado pelos copistas da época.

Tem como principal característica seu aspecto condensado e angular, onde a ausência de curvas é quase uma constante, e pelas curtas ascendentes e descendentes.

Figura 15 - Tipografia Gótica



Old English

Fonte: <http://www.chiefdesign.com.br/wp-content/uploads/2014/05/anatomia_53.jpg>

Fontes Script ou Cursivas, são projetadas para imitar a letra de mão, de modo que os caracteres pareçam estar unidos. Assim como na escrita manual humana, algumas variações são mais fáceis de ler do que outras.

Figura 16 - Tipografia Script



Playlist-Script

Fonte: <<https://d144mzi0q5mijx.cloudfront.net/img/P/L/Playlist-Script.png>>

A principal característica das tipografias decorativas, também conhecida como Display, é a falta de característica. São tipografias variadas que sua utilização é mais comum para compor títulos, chamadas e marcas.

Segundo Pais (2015, p.29):

Se bem utilizadas, elas podem se tornar a estrela de um projeto. Mas raramente você verá uma display compondo um bloco de texto, devido à falta de legibilidade e leitura em tamanhos pequenos. Escolher uma outra tipografia de texto para parear será sempre uma tarefa para o designer.

Figura 17 - Tipografia Decorativa



Fonte: <<http://www.confabulando.com.br/blog/wp-content/uploads/2018/01/fonte-display-gilbert.jpg>>

Além das classificações, a tipografia tem algumas características que são necessárias para a tipografia em plataformas digitais:

Segundo Pais (2015, p.7): “Todo projeto precisa de uma escala tipográfica, que deverá ser seguida durante sua construção. Ela é responsável por criar uma unidade entre as páginas e os elementos do site”.

Para trabalhar a hierarquia da informação de um site, recomenda-se o uso de seis escalas diferentes. (PAIS, 2015)

É extremamente importante que seja definida uma escala onde o contraste entre um tamanho e outro seja totalmente visível, não sendo uma boa opção uma escala que reúne tamanhos como 14,15 e 16 por serem muito parecidos.

Um dos princípios básicos do design é a repetição, portanto é importante definir uma escala para quando for escolhido o tamanho para os textos de botões por exemplo, esse tamanho seja mantido por todo o projeto.

Outro ponto a ser observado em composições tipográficas é a Altura de linha, que nada mais é do que o espaço entre cada linha do texto. Pais (2015, p.10) explica que em tipografias como Helvetica e Arial, é considerado o ideal para textos na web uma altura de linha de 1.4/1.5 vezes o tamanho do texto.

Segundo apostila do curso Caelum (p.147): “Aumentando a altura da linha (line height) além de aumentar a legibilidade dos textos, pode deixar seu layout com um aspecto mais clean. Uma altura de linha mínima recomendada é 1.2”.

Figura 18 - Boa altura de linha X má altura de linha



Fonte: <<https://www.caelum.com.br/apostila-ux-usabilidade-mobile-web/usabilidade-mobile/#tipografia>>

Outro fator relevante a ser considerado essencial para criar uma boa experiência de leitura para o usuário é a largura de linha.

Segundo Pais (2015, p.12): “13 Palavras são suficientes para compor uma linha de texto na web. Um número muito maior que este vai tornar a leitura mais cansativa, além de dificultar a troca de linha pelo leitor”.

O alinhamento, como o próprio nome já diz, refere-se ao alinhamento da coluna de texto em relação à página, bem como à estética das bordas laterais dessas colunas.

Figura 19 - Alinhamento de texto



Fonte: <<http://escolazion.com/blogz/wp-content/uploads/2016/08/alinhamento.png>>

Trata-se de uma parte importante de qualquer composição tipográfica, seja web ou não. O alinhamento mais utilizado e mais seguro é o feito a esquerda, tanto que em CSS (mecanismo para adicionar estilo a um documento web) este tipo de alinhamento é o padrão. Outros tipos de alinhamentos são: centralizado, à direita e justificado.

Na web, mais de 90% dos blocos de texto são alinhados à esquerda. Apesar dele ser o valor padrão do CSS, esse alinhamento também é o que mais facilita a leitura de um bloco de texto. Ao pular uma linha durante a leitura, fica mais fácil encontrar a próxima linha quando a mesma está alinhada com as anteriores. (PAIS, 2015, p.13)

O uso do alinhamento centralizado também é bastante utilizado, principalmente na composição de títulos e subtítulos de páginas. Em contrapartida, o alinhamento a direita tem seu uso reduzido, sendo recomendado sua utilização somente em casos onde possua uma necessidade específica na composição do layout.

Segundo Pais (2015, p.14): “Este alinhamento não é indicado para blocos de textos que demandem uma longa leitura”.

Na tipografia para web a grande pegadinha é o alinhamento justificado, é provável que a maioria das pessoas já utilizou em algum momento editores de texto como Word, Google Docs e outros.

Nestes editores o uso do texto justificado é muito comum, pois assim o documento fica com uma aparência mais organizada e sem as “escadinhas” no texto, como ocorre no alinhamento a esquerda por exemplo.

Porém para web este tipo de alinhamento não é recomendado, Pais (2015, p.15) explica que “na web, não é possível “hifenizar” (quebrar as palavras utilizando hifens) o texto, o que acaba gerando os chamados “caminhos de rato”, já que a justificação é forçada e um espaço maior que o ideal é adicionado entre as palavras. Por isso, o uso de alinhamento justificado é raro na web”.

Para criar um senso de hierarquia visual a fim de diferenciar elementos em uma página ou app, podemos usar fontes com diferentes pesos. As variantes mais conhecidas são: Regular, Italic e Bold.

Não são todas as fontes que possuem essas variantes. E algumas possuem até um número bem elevado, como a fonte Helvetica:

Figura 20 - Helvética e seus diferentes pesos

Helvetica Neue 25 Ultra Light
 Helvetica Neue 35 Thin
 Helvetica Neue 45 Light
 Helvetica Neue 55 Roman
 Helvetica Neue 65 Medium
 Helvetica Neue 75 Bold
 Helvetica Neue 85 Heavy
 Helvetica Neue 95 Black

Fonte: <<https://www.caelum.com.br/apostila-ux-usabilidade-mobile-web/usabilidade-mobile/#tipografia>>

2.6 Grid

Segundo Vignelli (2015) “Nada poderia ser mais útil para alcançar nossa intenção do que o Grid. A grade representa a estrutura básica do nosso design gráfico, ajuda a organizar o conteúdo, fornece consistência, dá um visual ordenado e projeta um nível de elegância intelectual que gostamos de expressar”.

Um grid é composto por um ou mais guias horizontais ou verticais, que ajudam na organização dos elementos pictóricos e textuais em uma página. Podem variar em tamanho e forma, do simples ao complexo, dependendo do intervalo e da quantidade de informações colocadas em uma página.

Não importa quão sofisticado ou simples seja o grid, ela é sempre construída com os seguintes elementos:

Colunas, são divisões verticais do espaço, separadas umas das outras por calhas. Eles são a força principal, que ajudam o designer a colocar elementos visuais em toda a página.

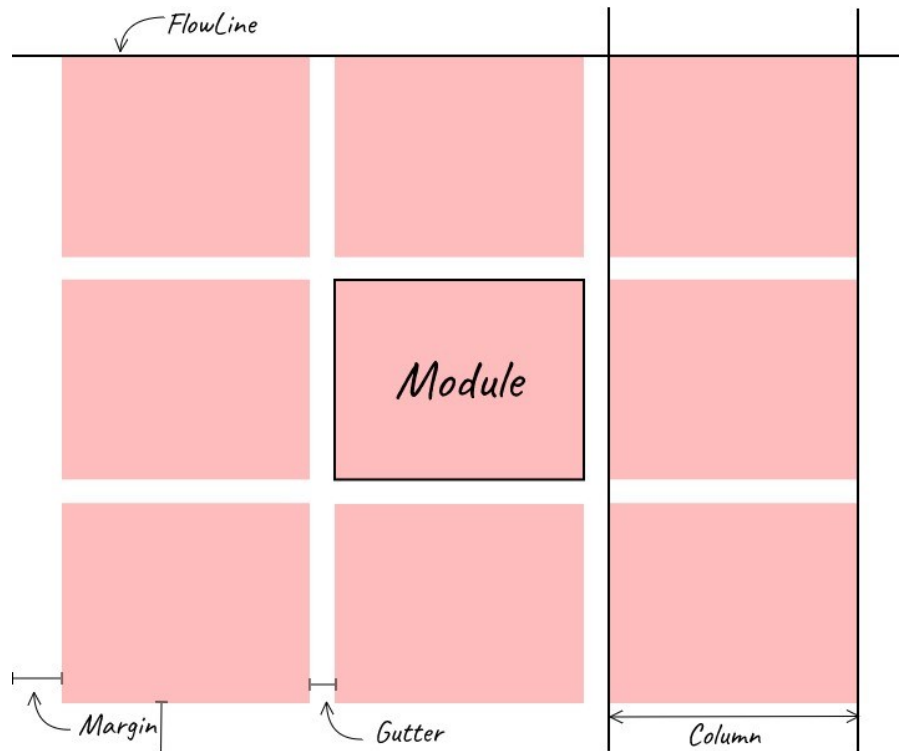
Margens, são o espaço negativo entre as bordas da página e a área ativa do conteúdo. Seu objetivo principal é direcionar o espectador para os elementos visuais. O espaço de margem também pode ser usado para a colocação de elementos subordinados, como notas de rodapé, fólhos, etc. O tamanho da margem depende do tipo, formato e qualidade da informação visual.

As linhas de fluxo, são eixos horizontais que dividem o espaço em divisões horizontais (linhas). Eles fornecem um ponto adicional de alinhamento e ajudam a organizar elementos em toda a página.

Gutters (intervalos de coluna), são divisões inativas de espaço negativo que separam uma coluna da outra.

Módulos, são campos espaciais ativos, criados por interseções de colunas e linhas de fluxo. Eles ajudam você a organizar elementos visuais e dados textuais e a estabelecer consistência e ordem. A atribuição de informações aos módulos específicos ajuda você a criar um padrão para o visualizador, que é fácil de compreender. Mas evite ser demasiado previsível e monótono e repetir o mesmo padrão repetidas vezes. Diminui o ritmo natural do seu design e diminui o interesse do usuário. (KOVALENKO, 2017)

Figura 21 - Anatomia do grid



Fonte: <https://cdn-images-1.medium.com/max/800/1*-YW4X94ge7ZPyIU2T6Hy4w.jpeg>

2.7 Levantamento e análise de similares

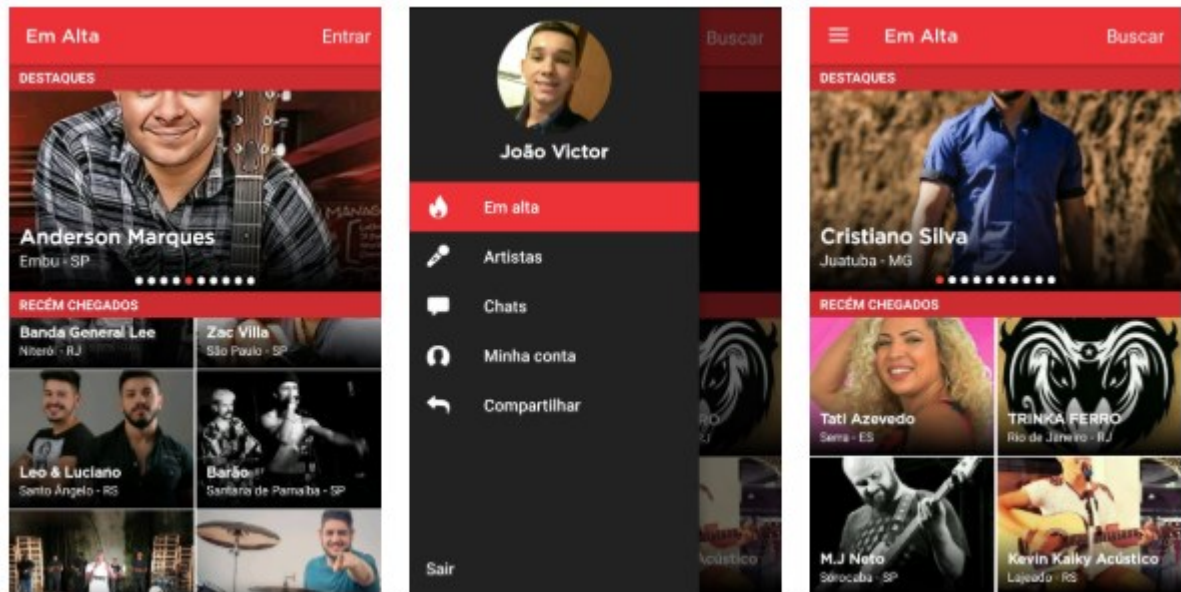
2.7.1 Contrata Show

O Contrata Show é um aplicativo para a contratação e divulgação de shows. Ele ajuda o contratante a encontrar o artista que deseja a partir de filtros de cachê, estilo musical e região. O artista cria seu perfil, organiza sua agenda de shows, cria flyers e recebe propostas de shows dos contratantes via chat. Está disponível nas plataformas Android e iOS.

O aplicativo conta com uma interface simples e objetiva, as cores são o vermelho, branco e preto. Possui duas famílias tipográficas sem serifa.

A primeira tela conta com um destaque para os principais artistas cadastrados na plataforma e também exibe os recém cadastrados. Na barra superior é exibido um botão “entrar” para usuários não cadastrados, já para usuários logados é exibido um menu sanduíche e um botão para busca.

Figura 22 – Similar Contrata Show: Página inicial



Fonte: ContrataShow

A tela de cadastro filtra o interesse do usuário selecionando se ele é um “artista” ou “contratante” e exibe no final da página um botão que direciona para a página de login caso o usuário já seja cadastrado e um botão continuar para prosseguir o cadastro.

Para finalizar o cadastro é necessário que o usuário preencha informações como: nome, localidade, interesses musicais, e-mail, senha e ao final indicar como conheceu o aplicativo.

Figura 23 - Similar Contrata Show: Página de cadastro

The figure displays three sequential screens of the registration process:

- Seleção de perfil:** Offers two options: 'Artista' (Artist) with a microphone icon and 'Contratante' (Client) with an icon of three people.
- Nome e localidade:** A form with fields for 'NOME / EMPRESA', 'ESTADO', and 'CIDADE'. It also includes a toggle for 'EXIBIR MEUS CONTATOS?'.
- Qual estilo você procura?:** A form with fields for 'INTERESSES', 'E-MAIL', and 'SENHA (mínimo 6 caracteres)'. It also features a 'COMO NOS CONHECEU?' dropdown menu.

Each screen has a red header with a back arrow and the text 'Cadastro', and a 'Continuar' button at the bottom.

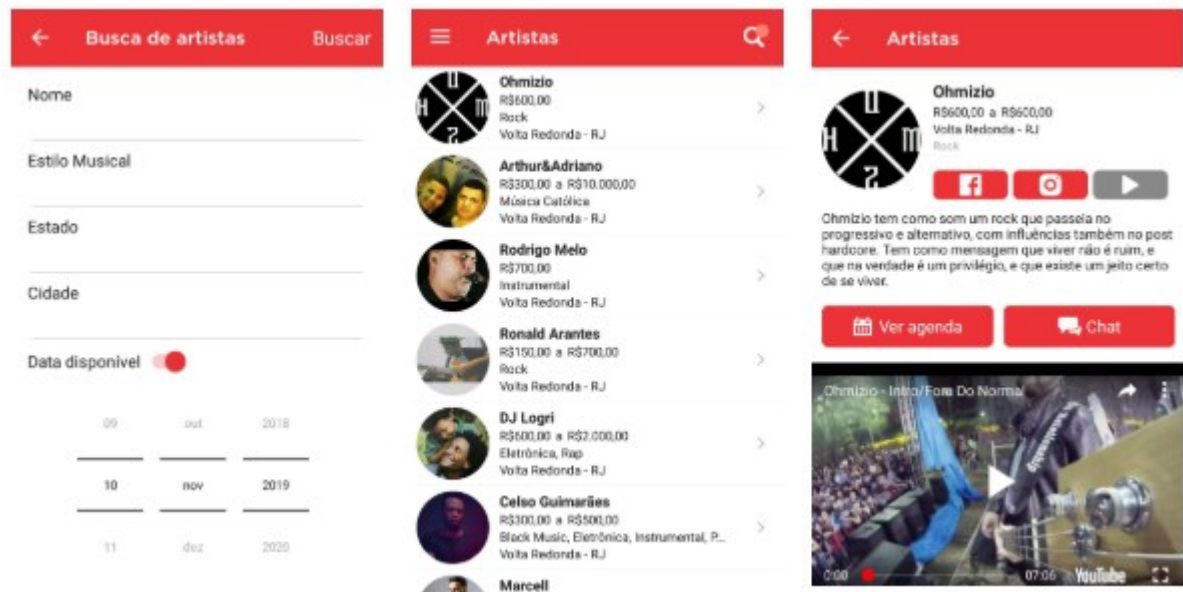
Fonte: ContrataShow

É possível realizar a busca por artistas selecionando filtros como: nome, estilo musical, localidade, disponibilidade de agenda, chachê máximo e cachê mínimo.

Ao selecionar um artista é exibido uma página contendo informações, como por exemplo a localidade em que ele se encontra, estilos musicais, faixa de preço, link para suas redes sociais (facebook, instagram e youtube) e um vídeo.

Também é disponibilizado a agenda do artista e também a opção de iniciar uma conversa por chat.

Figura 24 - Similar Contrata Show: Busca e perfil do músico



Fonte: ContrataShow

▪ Análise PNI

Positivo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interface simples ▪ Chat ▪ Agenda dos músicos ▪ Filtro por faixa de preço ▪ Link para redes sociais do músico ▪ Não possui anúncios
Negativo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Não disponibiliza pagamento ▪ Disponibiliza somente uma foto do músico ▪ Busca só é habilitada para usuários logados ▪ Não possui avaliação dos músicos
Interessante	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Criação automática de flyer de agenda (plano premium)

2.7.2 Agência Palco

A Agência Palco é um site criado para negociar atrações musicais ao vivo. Possui uma interface moderna com cores vibrantes, as partes de maior destaque possuem um degradê entre as cores laranja e rosa, também é possível encontrar tons de roxo e também o branco.

Todo o site é constituído por apenas uma família tipográfica sem serifa, alternando somente o peso em determinados locais.

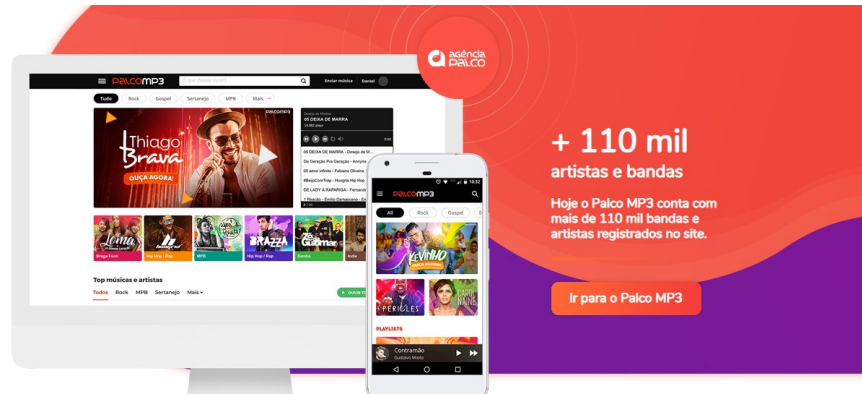
Figura 25 - Similar Agência Palco: Home Agência Palco



Fonte: <<http://agenciapalco.com.br>>

Foi desenvolvido pelos mesmos criadores do Palco MP3 e utilizam sua base de dados de artistas cadastrados para sugerir para os contratantes.

Figura 26 - Similar Agência Palco: Números Agência Palco



Fonte: <<http://agenciapalco.com.br>>

Para encontrar os músicos é necessário preencher um formulário com as seguintes informações: nome, e-mail, telefone, ocasião do evento, estilo musical preferido, quantidade de pessoas presentes no evento, faixa de preço, data, hora, duração e local do evento.

Figura 27 - Similar Agência Palco: Formulário Agência Palco

Encontre o artista certo!

Vai fazer um evento e quer artistas para tocar na festa? Não perca tempo! Pesquisamos os perfis que mais te atendem, depois é só você escolher e contratar!

Preencha as informações abaixo para que nossa equipe ache o artista certo para seu evento.

- Busca rápida**
Preencha com o que você precisa.
- Contratação ágil e segura**
Enviamos até 3 opções para você avaliar.
- Sucesso no palco**
Escolha e marque o show. Faça sua história!

Nome:

E-mail:

Telefone:

Ocasião: Estilo:

Pessoas: Valor:

Data: Hora: Duração:

Local do Evento:

Estado: Cidade:

Observações:

Procurar Artistas

Fonte: <<http://agenciapalco.com.br>>

Após o preenchimento de todas as informações é exibido uma notificação que será enviado até três opções de artistas para escolha.

- Análise PNI

Positivo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interface leve ▪ Interface responsiva ▪ Design moderno ▪ Filtros de busca completo
Negativo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Não lista todos os artistas ▪ Disponibiliza somente três opções ▪ Informações incompletas no site com margem pra dúvida
Interessante	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Base de dados com mais de 110 mil artistas e bandas

2.7.3 Ampyou

Trata-se de um site onde o músico se cadastra, informa sua agenda e insere suas mídias (youtube, soundcloud, fotos). O contratante conta com uma busca segmentada, e segundo a plataforma o usuário conta com uma curadoria ágil, facilidade de pagamento e formalização da prestação do serviço.

Possui uma interface mais escura, predominando a cor roxa, possui uma imagem como plano de fundo com efeito duotone (roxo e amarelo). É composto por duas famílias tipográficas, ambas sem serifa, sendo uma para títulos e destaques e outra para textos corridos.

Na primeira página do site é exibida a opção “quero contratar” e “sou músico”.

Figura 28 - Similar ampyou: Home



Fonte: <ampyou.com.br>

Ao selecionar a opção “quero contratar”, o usuário é redirecionado para uma página de busca, onde só é disponibilizado um campo para que ele realize sua busca, deixando muito vago e podendo resultar em uma busca muito ampla.

Figura 29 - Similar ampyou: Busca



Fonte: <ampyou.com.br>

Após uma busca ser feita, é exibido uma lista com os resultados da busca, ao clicar em algum músico um perfil é exibido, contendo informações como: nome, preferência musical, localização, fotos e vídeos.

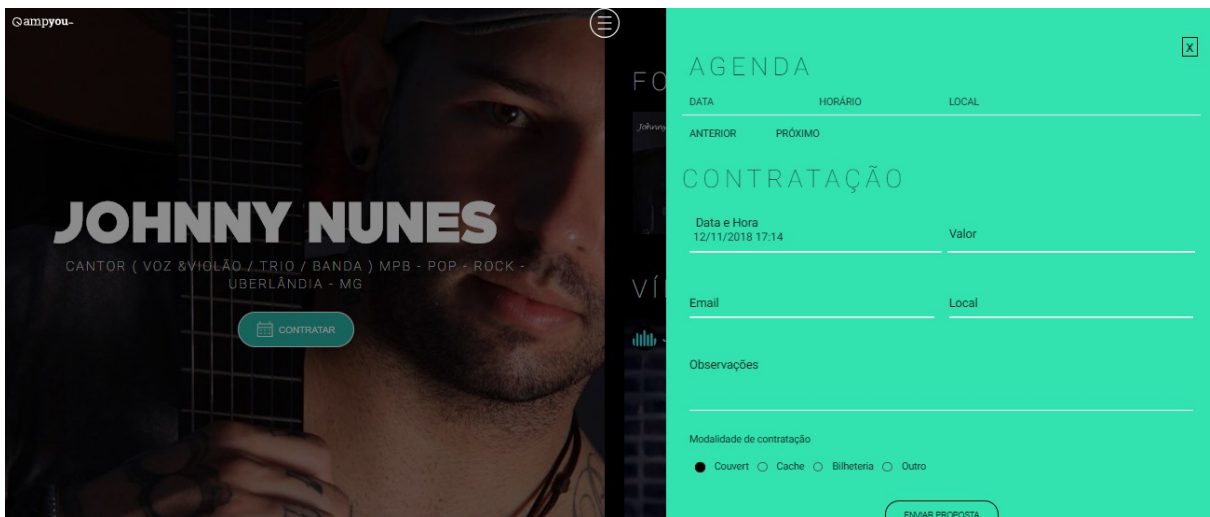
Figura 30 - Similar ampyou: Lista de artistas



Fonte: <amyou.com.br>

Também é exibido um botão para realizar a contratação do músico através do preenchimento de um formulário.

Figura 31 - Similar ampyou: Formulário contratação



Fonte: <amyou.com.br>

▪ Análise PNI

Positivo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Interface responsiva ▪ Galeria de fotos e vídeos ▪ Agenda
Negativo	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sistema de busca limitado ▪ Não possui avaliação dos músicos ▪ Informações incompletas no site com margem pra dúvida
Interessante	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nenhum

2.8 Síntese

Com base nos dados levantados e similares analisados, o aplicativo deverá atender aos requisitos funcionais, estéticos e simbólicos descritos abaixo, a fim de nortear toda parte criativa do projeto.

Requisitos Funcionais:

- Cadastro rápido;
- Página de contato/suporte;
- Busca por nome, estilo musical, localização, faixa de preço e avaliação;
- Agenda de eventos do artista;
- Pagamento pelo próprio aplicativo;
- Galeria de fotos e vídeos na página do músico;
- Exibir faixa de preço do músico;
- Textos e botões legíveis;
- Estrutura com hierarquia clara;
- Disponibilizar atalhos sempre que possível;
- Navegação fluida;
- Informações sobre o músico mais completas possível.

Estéticos:

- Utilizar cores que possuam contraste entre elas para contribuir com a legibilidade das informações;
- Utilizar o conceito de Grids para nortear o posicionamento e alinhamento dos elementos na página a fim de criar um padrão visual entre elas;
- Colocar texto acompanhado dos ícones para evitar má interpretações e dúvidas relativo ao seu significado pelos usuários;
- Destacar botões e informações relevantes para tornar mais fluida e rápida a navegação do usuário;
- Utilizar escalas e padrões de fontes em títulos, botões e descrições para assim criar uma harmonia entre as páginas.

Simbólicos:

- Simples: Transmitir simplicidade e facilidade de uso;
- Intuitivo: Passar a sensação de ser um aplicativo com fácil compreensão, estimulando os usuários a explorá-lo;
- Confiável: Transmitir confiança e credibilidade, tanto para os contratantes quanto para os músicos;
- Inovador: Fazer com que os usuários reconheçam a plataforma com algo diferente dos demais presentes no mercado.

Restrições:

- Consumo de dados eficiente e rapidez no carregamento através da utilização de cache;
- Interface com visual clean, diminuindo ao máximo seu tamanho para Download;
- Download gratuito para todos, sendo cobrado taxas apenas dos músicos anunciantes somente ao se concretizar uma venda;
- Sem anúncios ou links patrocinados, onde a relevância é dos músicos é medida somente pelas avaliações dos usuários.

2.9 Painel semântico

No desenvolvimento de um projeto devemos transmitir certos sentimentos e emoções. Como consegui-los? Através da construção de painéis de imagens visuais que estejam de acordo com o estilo pretendido para o novo produto, podendo partir de objetos amplos a formas específicas.

Baxter (1998) em seu livro divide os painéis semânticos em três: painel do estilo de vida, painel da expressão do produto e painel do tema visual.

2.9.1 Painel do estilo de vida

O painel do estilo de vida deve ser composto por imagens que capturem o comportamento e estilo de vida dos usuários do produto, podendo assim o designer entender de forma mais clara todos os aspectos subjetivos do projeto.

Baxter (1998, p.191) classifica este painel como o responsável por traçar uma imagem do estilo de vida dos futuros usuários ou consumidores do produto, levando em consideração faixas de consumidores, procurando valores pessoais e sociais comuns a entre grupo.

Figura 32 – Painel Semântico: Estilo de vida



Fonte: Imagens do Google

2.9.2 Painel de expressão do produto

O painel de expressão do produto é construído levando em consideração o painel do estilo de vida, identificando emoções que o produto deve transmitir.

Baxter (1998, p.191) explica que um produto pode transmitir a sensação de ser jovial e suave ou forte e energético. O painel de expressão do produto procura identificar uma expressão que destaque valor para o produto.

Figura 33 - Painel Semântico: Expressão do produto



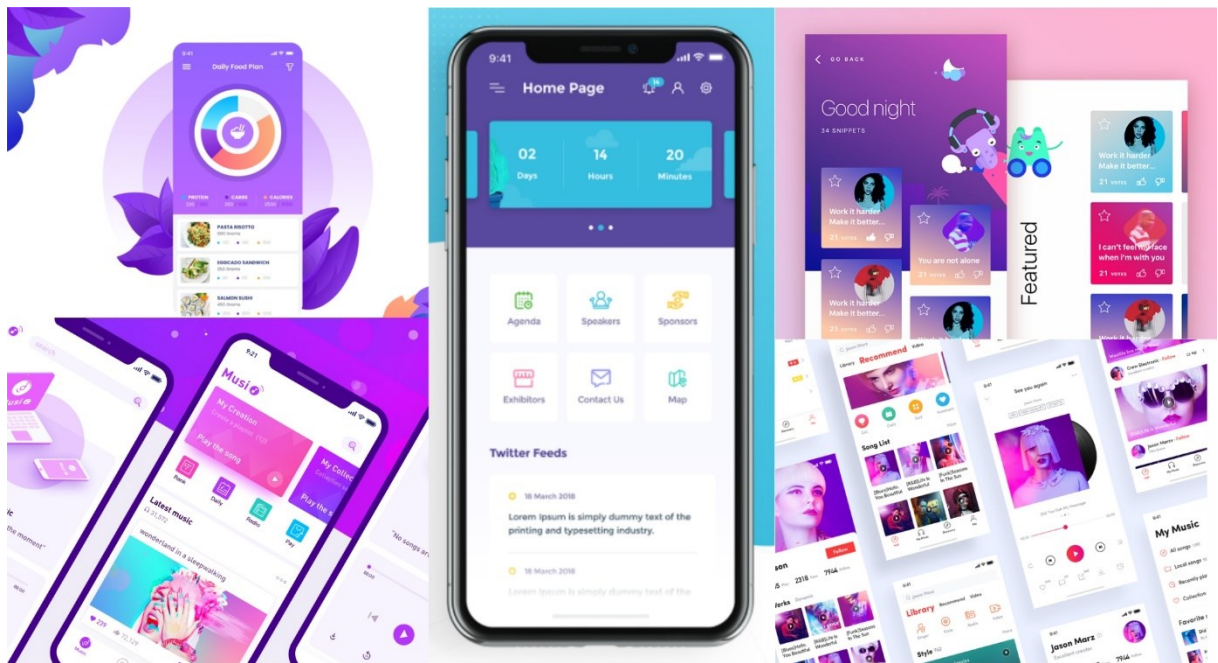
Fonte: Imagens do Google

Para o projeto da Toca Logo, buscamos referenciar no painel de expressão (figura 33) pontos como: inovação, segurança, confiabilidade, networking, suavidade e facilidade de uso.

2.9.3 Painel do tema visual

Segundo Baxter (1998, p.192) o painel do tema visual é composto por imagens que estejam alinhadas com a proposta e estilo pretendidos para o novo produto. Ainda segundo ele, através deste painel é possível explorar estilos e conceitos que foram bem-sucedidos e servir como uma fonte de referências e inspirações visuais para o desenvolvimento do novo produto.

Figura 32 – Painel Semântico: Tema visual



Fonte: Imagens do Google

3 ESTRUTURA

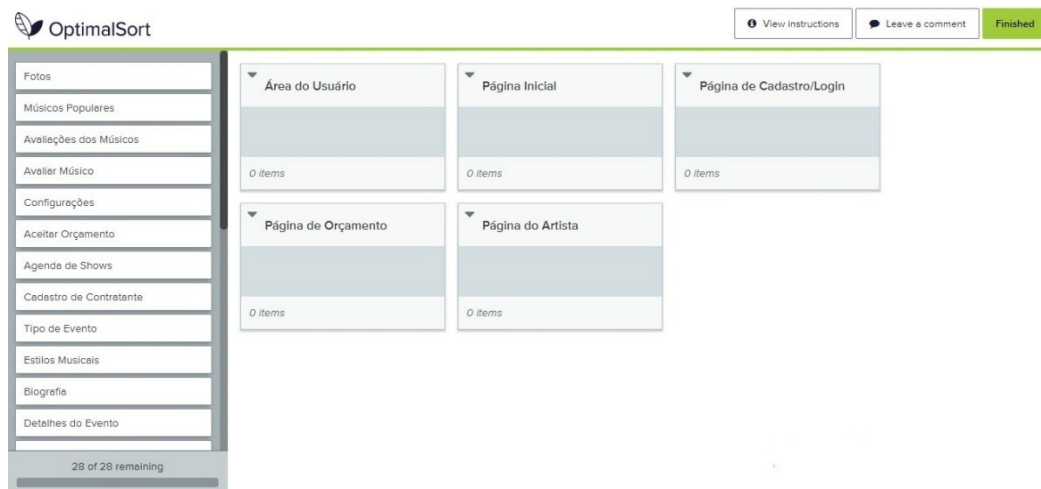
3.1 Execução Card Sorting

O Card Sorting é uma técnica utilizada no momento de concepção do produto ou aplicativo, ajudando a receber feedbacks valiosos de como as pessoas pensam a respeito da hierarquia e organização de todo conteúdo presente no aplicativo. (PEREIRA, 2018)

O primeiro passo que devemos dar para realizar o card sorting é realizar um inventário de funcionalidades e conteúdos do projeto, onde cada uma destas funcionalidades é convertida em um card, que pode ser representado por meio de um material físico, por exemplo post-its, ou através de um software de card sorting online. Em nosso projeto utilizaremos a ferramenta online OptimalSort.

O conjunto de cards criados são então apresentados aos usuários e eles devem agrupá-los de forma coerente de acordo com o modelo mental de cada um.

Figura 33 – Interface OptimalSort



Fonte: OptimalSort

Ao fim do uso da técnica, os resultados gerados são analisados pelo profissional que conduziu o card sorting, podendo esta análise ser de forma manual ou por meio de ferramentas online. No caso deste projeto, a própria ferramenta OptimalSort fornece um relatório com os resultados obtidos.

Neste projeto, foram coletados respostas de forma presencial e individual de 10 pessoas com idades entre 21 a 34 anos, onde todas tiveram uma breve introdução dos objetivos e finalidades do projeto para que pudessem entender o contexto e assim responder de maneira mais assertiva.

Figura 34 – Resultado cardsort

	Página Inicial	Página do Artista	Área do Usuário	Página de Cadas...	Página de Orçam...	unsorted
Músicos Populares	100%					
Favoritos	60%		40%			
Agenda de Shows		100%				
Biografia		100%				
Avaliar Músico		90%			10%	
Compartilhar Músico	10%	90%				
Fotos	10%	90%				
Vídeos	10%	90%				
Avaliações dos Músicos	20%	80%				
Estilos Musicais	40%	60%				
Faixa de Preço	10%	60%			30%	
Solicitar Orçamento		60%			40%	
Configurações			100%			
Perfil			100%			
Histórico			90%	10%		
Sair			90%	10%		
Notificações	20%		70%	10%		
Propostas em Andamento			70%		30%	
Cadastro de Contratante	10%			90%		
Cadastro de Músicos	10%			90%		
Termos de Uso	10%		30%	60%		
Pagamento					100%	
Detalhes do Evento	10%				90%	
Duração do Evento	20%				80%	
Estrutura do Local do Evento	10%	10%			80%	
Tipo de Evento	20%				80%	
Aceitar Orçamento			30%		70%	
Local do Evento	20%	10%			70%	

Fonte: OptimalSort

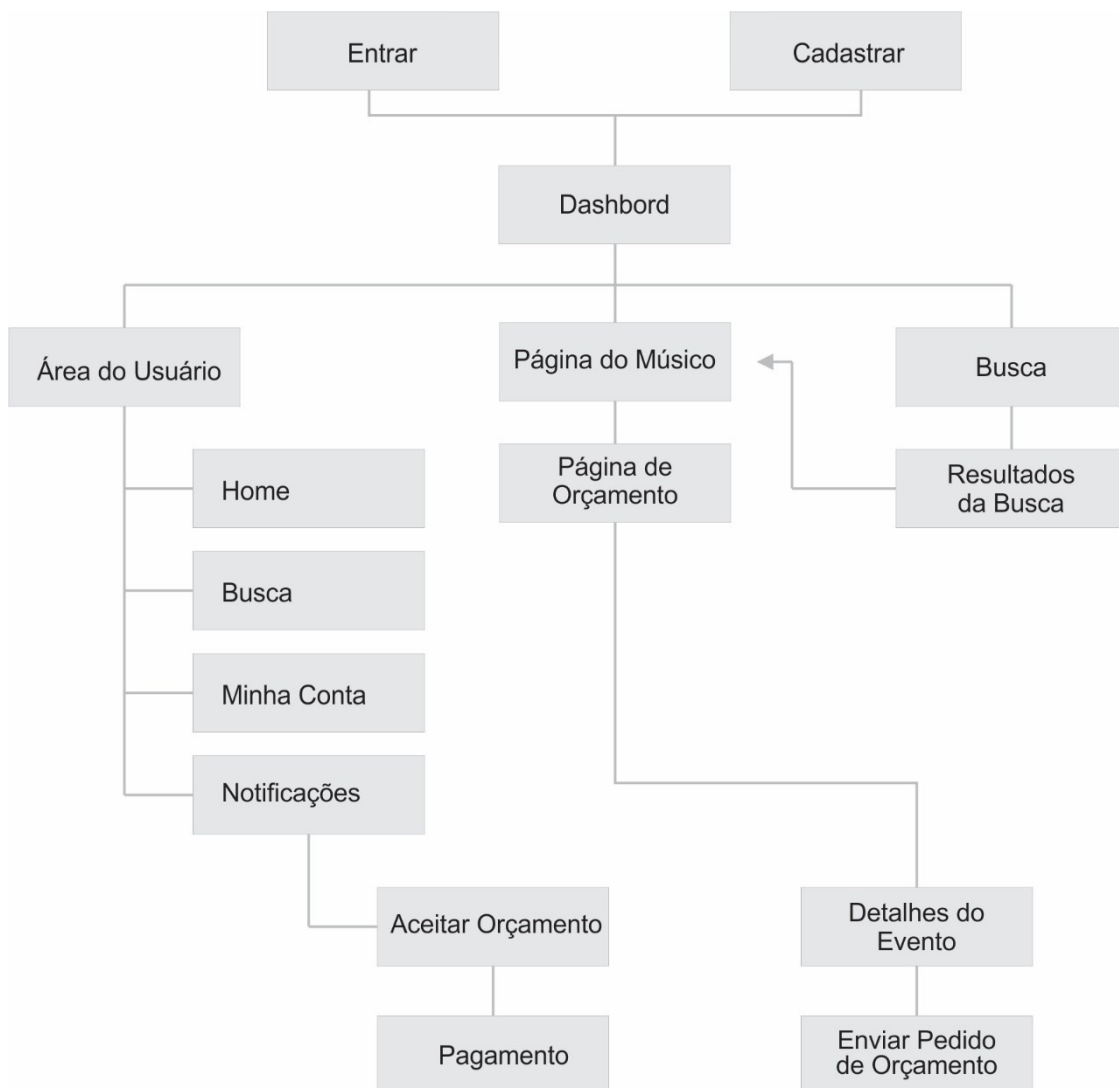
Com base no relatório gerado pela ferramenta de Card Sorting da OptimalSort, pode se observar itens que obtiveram 100% de escolha na mesma categoria pelos usuários, como a agenda de shows e biografia na página do artista, músicos populares na página inicial, e também outros casos onde a maioria escolheu determinada categoria. Em contrapartida, em outros casos as respostas foram divididas ou

diversificadas, como os itens: favoritos, estilos musicais, faixa de preço, solicitar orçamento, notificações, termos de uso e local do evento.

3.2 Sitemap

A partir da pesquisa feita utilizando o card sorting foi possível ter uma base dos principais caminhos a serem percorridos pelo usuário dentro da interface, no qual estão representados pelo mapa de navegação abaixo.

Figura 35 – Sitemap



Fonte: Autor

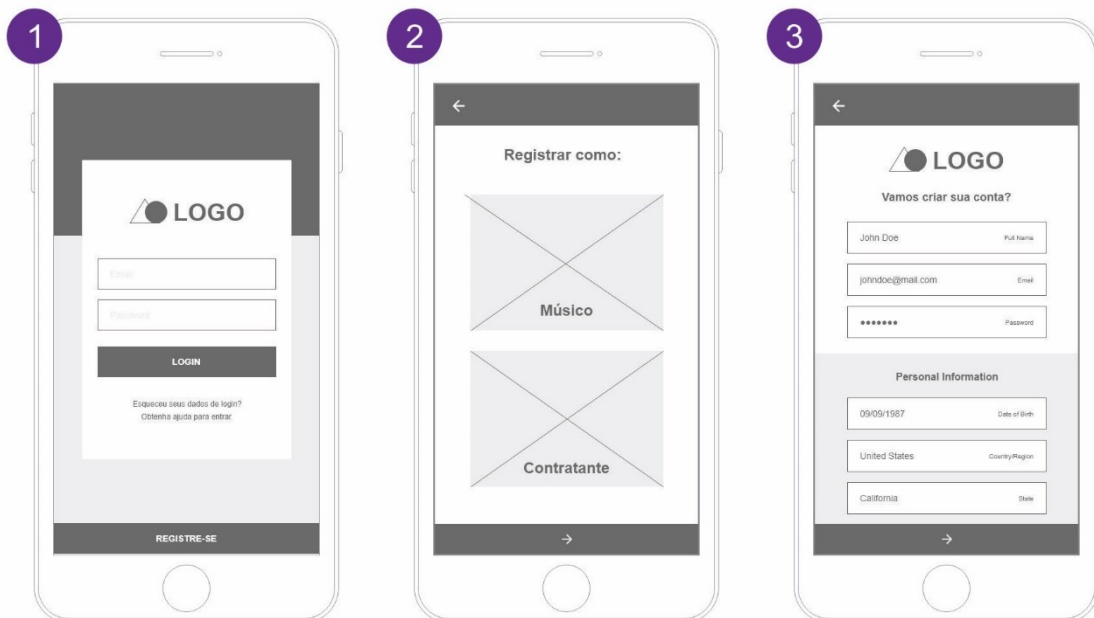
4 ESQUELETO

4.1 Wireframes: Geração de Alternativas

Essa é a etapa onde o projeto começará a ser tornar mais concreto, ou seja, o momento onde as ideias e hipóteses começarão a ser postas em prática. Para isso, como primeira fase desse processo usaremos wireframes de média fidelidade, que segundo Teixeira (2015, p.68) “é um desenho básico da estrutura de determinada interface que demonstra de forma simplificada como o produto deverá funcionar”. A partir destes “desenhos básicos” iremos gerar três alternativas, e assim iniciar a primeira fase de avaliação junto ao cliente, obtendo assim os primeiros ajustes sobre a interface, tendo sempre como foco a melhor experiência para o usuário.

4.1.1 Alternativa 1

Figura 36 – Alternativa 1



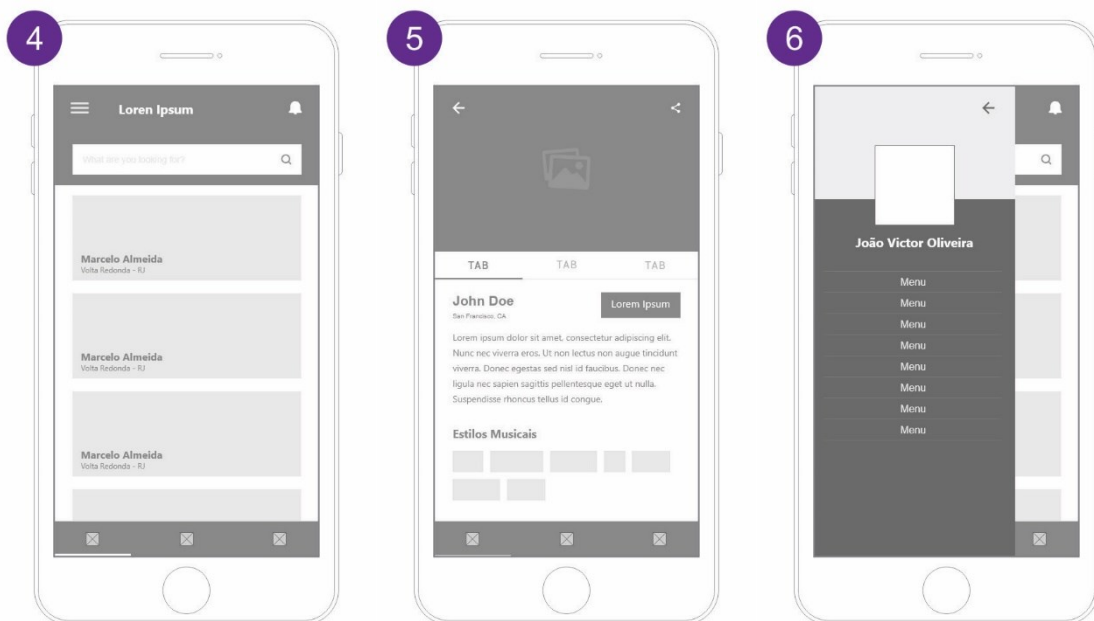
Fonte: Autor

Nesta primeira alternativa, todo layout é composto por formas retas, iniciando pela tela 1, onde terá os campos de login, acima a logo do aplicativo e atrás do formulário uma imagem ilustrativa, no final da página contém um botão para usuários ainda não cadastrados.

Seguindo para a tela 2 encontramos duas imagens grandes ao centro, onde o usuário deverá selecionar o tipo de perfil a ser criado (músico ou contratante), ao final da página o botão para avançar.

Na imagem 3 encontra-se o formulário de cadastro, onde a tela é rolada para baixo até completar todas as informações, entretanto o botão para avançar permanece fixo na tela.

Figura 37 – Alternativa 1



Fonte: Autor

As telas 4, 5 e 6 são referentes as principais telas da etapa de navegação e uso do aplicativo, sendo a tela 4 a dashbord, página principal do aplicativo.

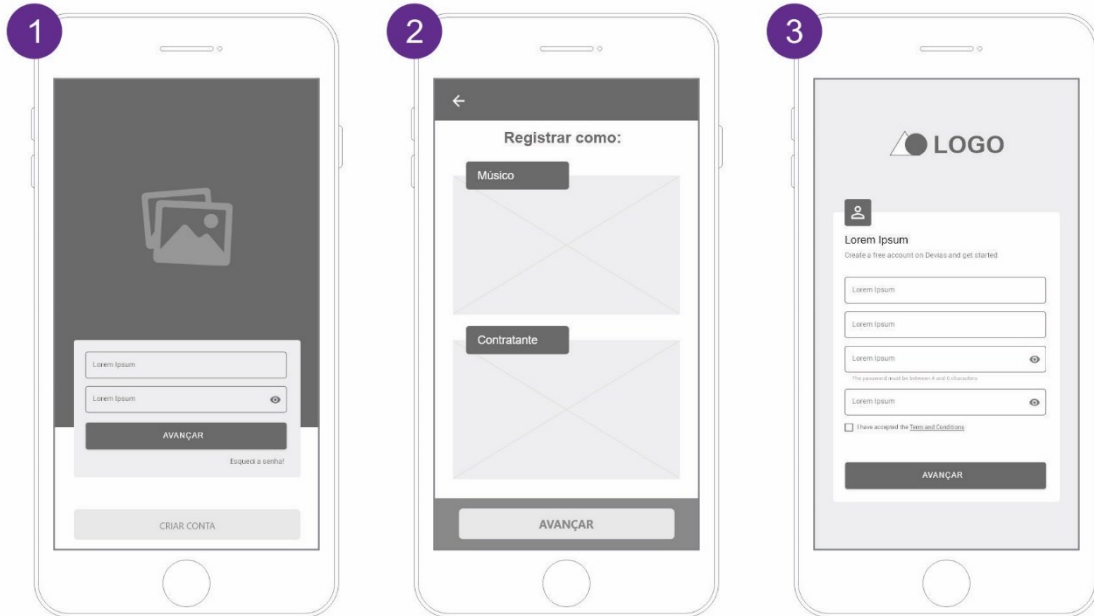
Nesta alternativa a dashbord conta com um botão de menu na parte superior esquerda da tela, barra de busca, destaque dos principais músicos da plataforma e três atalhos na parte inferior da tela.

A imagem 5 é a tela referente a página do artista, contém uma imagem de capa, nome e biografia do músico, estilos musicais e um botão para contratação.

Adiante encontra-se a imagem 6, relativa ao menu do aplicativo que possui a foto e nome do usuário logado e links para as principais funcionalidades do aplicativo.

4.1.2 Alternativa 2

Figura 38 – Alternativa 2



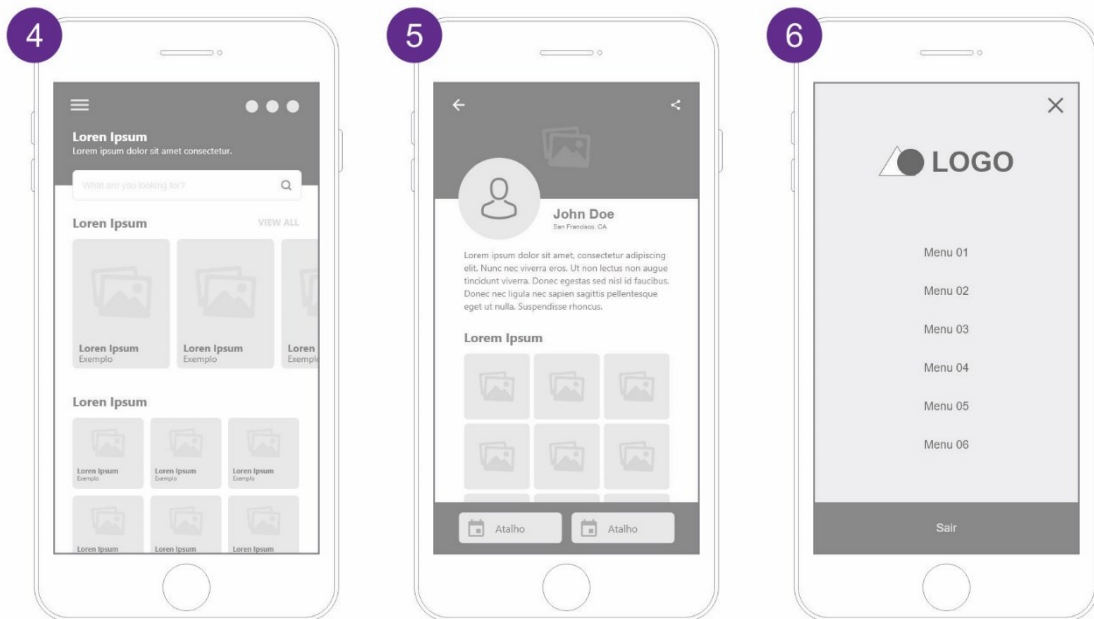
Fonte: Autor

O wireframe número 1 é referente a tela de login, conta com uma imagem grande ao fundo e os campos de usuário e senha abaixo da tela, também possui um botão para cadastro de novos usuários ao final da página.

A segunda tela se assemelha a tela 2 da primeira alternativa, apenas se diferenciando no layout das formas e botões, mesclando formas retas e outras com bordas levemente arredondadas.

Ao contrário da tela 3 da primeira alternativa, o formulário de cadastro desta alternativa não possui rolagem de tela, sendo necessário clicar no botão avançar para prosseguir e preencher as demais informações do cadastro.

Figura 39 – Alternativa 2

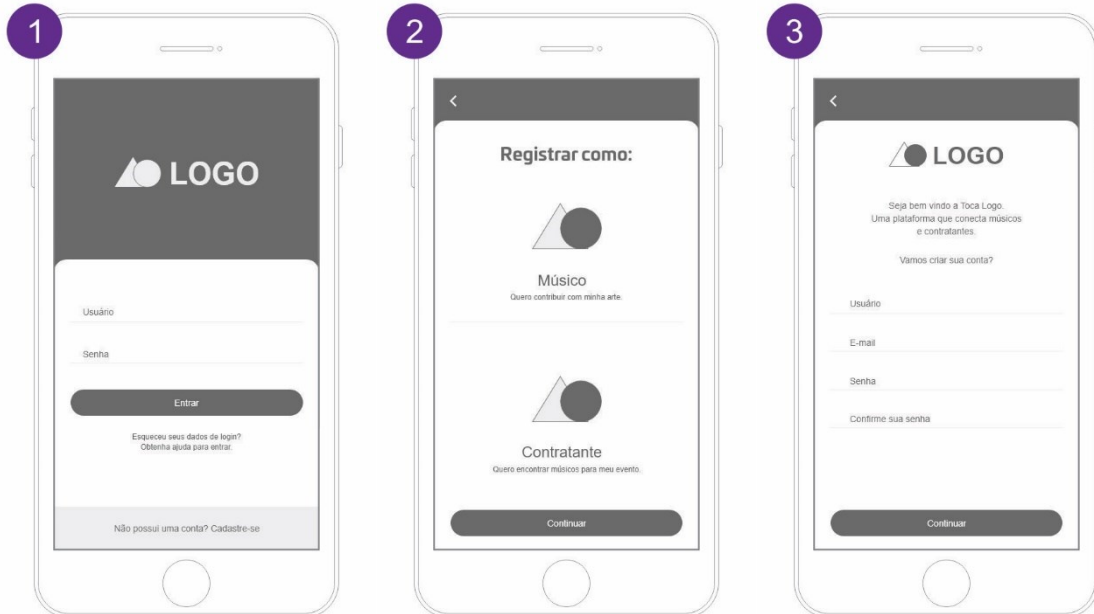


Fonte: Autor

Nesta imagem encontramos o wireframe da dashbord (4), página do músico (5) e menu. A tela número 4 possui menu no canto superior esquerdo, ícones no superior direito e uma barra de busca. Mais abaixo possui dois destaques, um com imagens maiores com efeito carrossel para a lateral e outro com imagens menores com rolagem de tela para baixo. A seguir temos a tela 5, referente a página do músico, que possui uma foto de perfil, imagem de capa, nome, biografia e uma galeria de fotos e vídeos. Ao final da página possui dois botões de ação, um para agenda de shows e outro para contratar o músico. Por último temos o wireframe número 6, referente a tela de menu, que nesta alternativa ocupa toda a tela, tendo um botão de fechar no canto superior direito e um botão de sair no final.

4.1.3 Alternativa 3

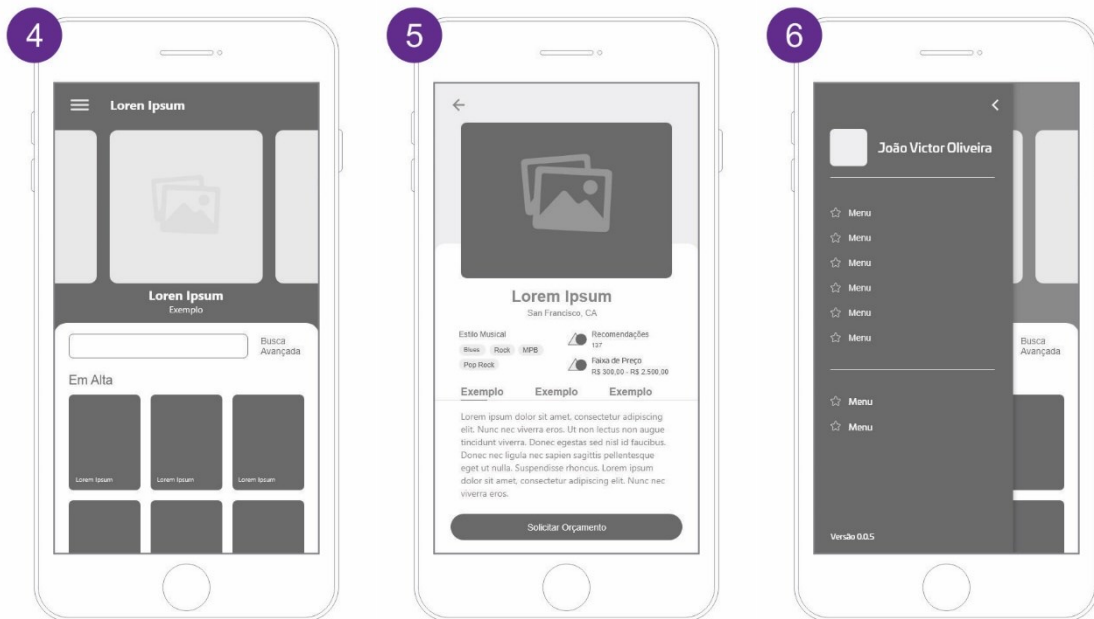
Figura 40 – Alternativa 3



Fonte: Autor

A terceira e última alternativa possui formas com quinas arredondadas, dando um aspecto mais suave ao layout, na tela de número 1 vemos a página de login, que possui a logo acima e os campos de usuário e senha abaixo, tendo ainda um link no fim da página destinada a usuários não cadastrados. A segunda tela, onde o usuário seleciona o tipo de perfil que deseja registrar, podendo ser músico ou contratante, ambos identificados por textos e ícones. A tela número 3 é destinada a conclusão do cadastro do usuário.

Figura 41 – Alternativa 3



Fonte: Autor

Na imagem número 4, a dashbord ou página principal, o usuário tem acesso ao menu, um destaque em carrossel onde ele pode arrastar para o lado e navegar pelos músicos destaques no aplicativo. Logo abaixo possui um formulário de busca simplificado e um link para uma buscar mais refinada com opções de filtros. Abaixo é exibido uma lista com os músicos em alta no aplicativo.

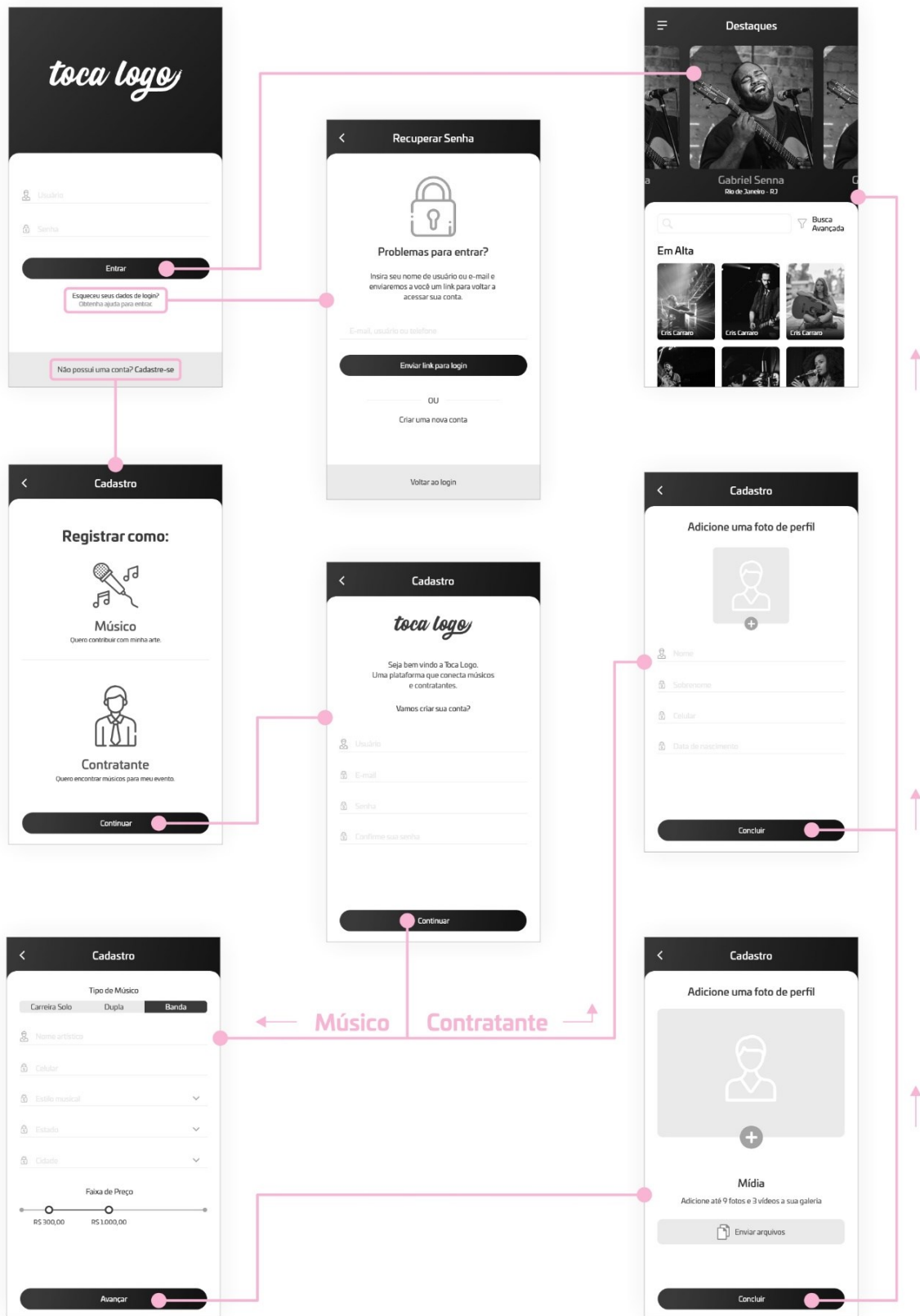
Seguindo para tela número 5, temos a página do músico que possui uma foto grande, abaixo informações como estilos musicais, recomendações e faixa de preço. Possui também uma biografia e link para as fotos, agenda de shows e botão para contratação. Por últimos temos a imagem 6, referente ao menu de navegação, contendo nome do usuário logado, e links para as principais funcionalidades.

4.2 Wireflow

Como dito anteriormente, o wireflow permite visualizar como se dá a navegação do aplicativo.

Etapa de acesso:

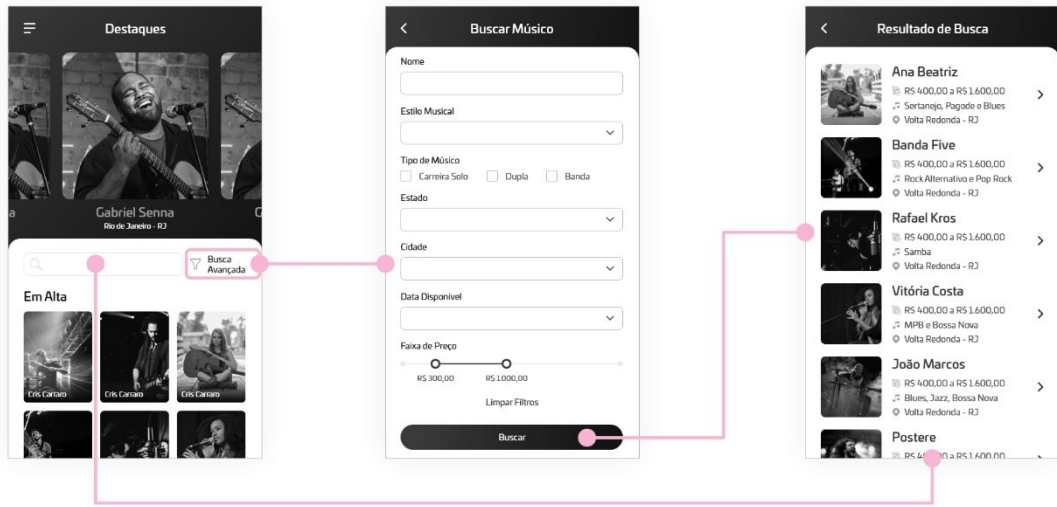
Figura 42 – Wireflow: Etapa de acesso



Fonte: Autor

Etapa de busca:

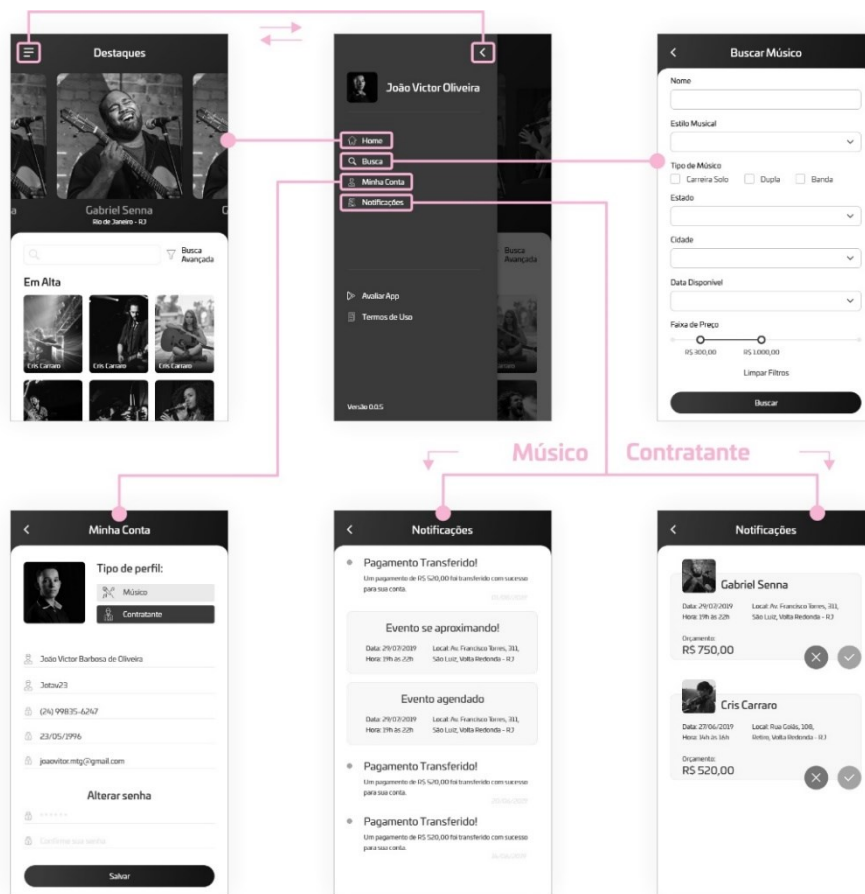
Figura 43 – Wireflow: Etapa de busca



Fonte: Autor

Menu de navegação:

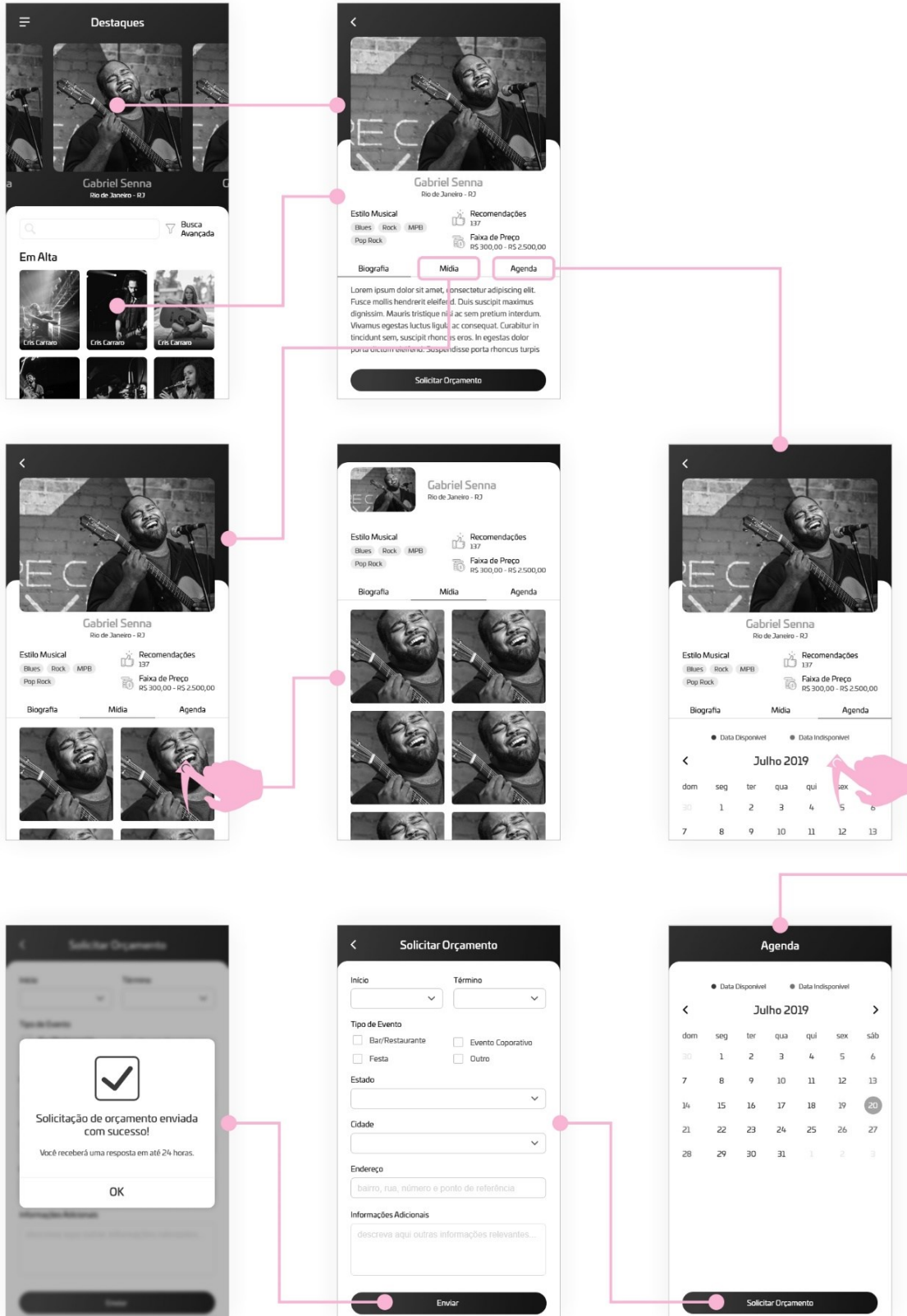
Figura 44 – Wireflow: Menu de navegação



Fonte: Autor

Etapa de seleção de músico, navegação na página do músico e solicitação de orçamento:

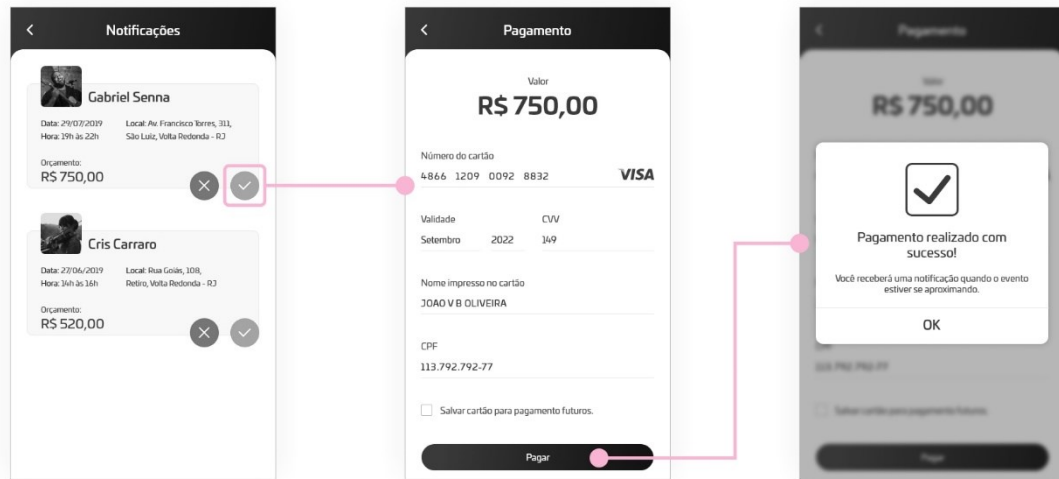
Figura 45 – Wireflow: Página do músico



Fonte: Autor

Etapa de pagamento:

Figura 46 – Wireflow: Etapa de pagamento



Fonte: Autor

5 SUPERFÍCIE

5.1 Logotipo

Neste projeto, foi utilizado como assinatura visual do aplicativo o conceito da logo pré-existente e que já é usada pela startup. A pedido do cliente o logotipo sofreu pequenas alterações, tendo apenas a tipografia redesenhada, acrescentando curvas mais suaves e formas mais arredondadas.

Trata-se de uma logo com tipografia cursiva, sem utilização de símbolo, contendo um conector utilizado em equipamentos musicais completando a letra “g”.

Figura 47 – Logotipo

ANTES



toca logo

DEPOIS



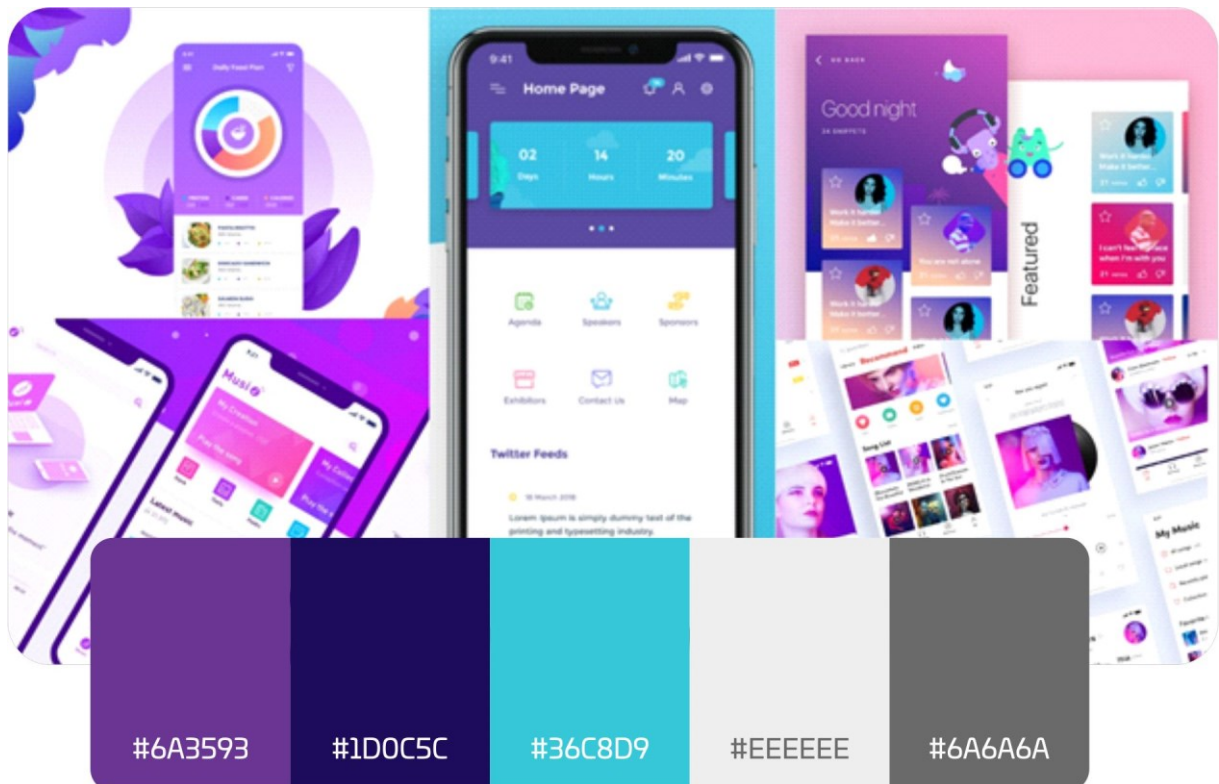
toca logo

Fonte: Autor

5.2 Cores

O grupo de cores utilizado para a composição da interface do aplicativo foi selecionado considerando o painel do tema visual, de modo que combinadas geram um resultado cromático harmônico.

Figura 48 – Cores do aplicativo



Fonte: Autor

5.3 Tipografia

A tipografia utilizada no projeto pertence à família tipográfica Univia Pro, projetada por Olivier Gourvat em dezembro de 2015, a Univia Pro é uma família de fontes OpenType contemporânea, com modernidade e versatilidade. Possui uma aparência agradável, extremamente moderna e com muita personalidade, principalmente por curvas suaves e cantos arredondados que formam um estilo muito único em toda a família. Ele também fornece amplo suporte a idiomas. A família de fontes oferece 18 variações (9 pesos e itálicos).

Figura 49 – Tipografia do aplicativo

Aa
Univia Pro Regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Aa
Univia Pro Medium

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Aa
Univia Pro Bold

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Aa
Univia Pro Black

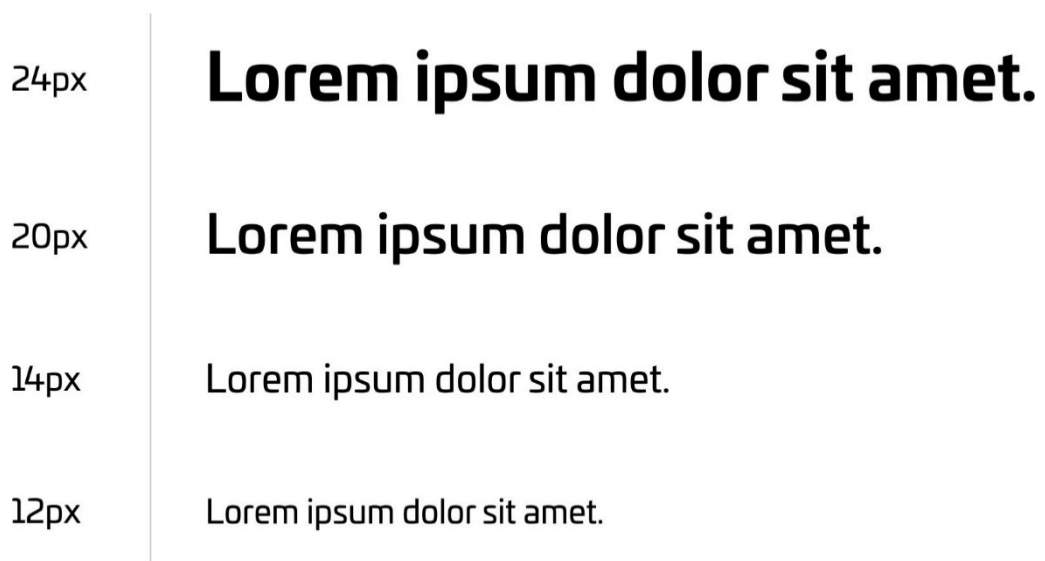
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk
Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Fonte: Autor

5.4 Escala tipográfica

O tamanho dos caracteres foi definido de acordo com a hierarquia dos textos (títulos, subtítulos etc.), estabelecendo-se uma relação de proporção entre os elementos (figura 52). Esta padronização de proporção tipográfica foi estabelecida para proporcionar uma experiência de uso agradável, com estética harmônica e equilibrada, para favorecer sempre a legibilidade da mancha gráfica.

Figura 50 – Escala tipográfica

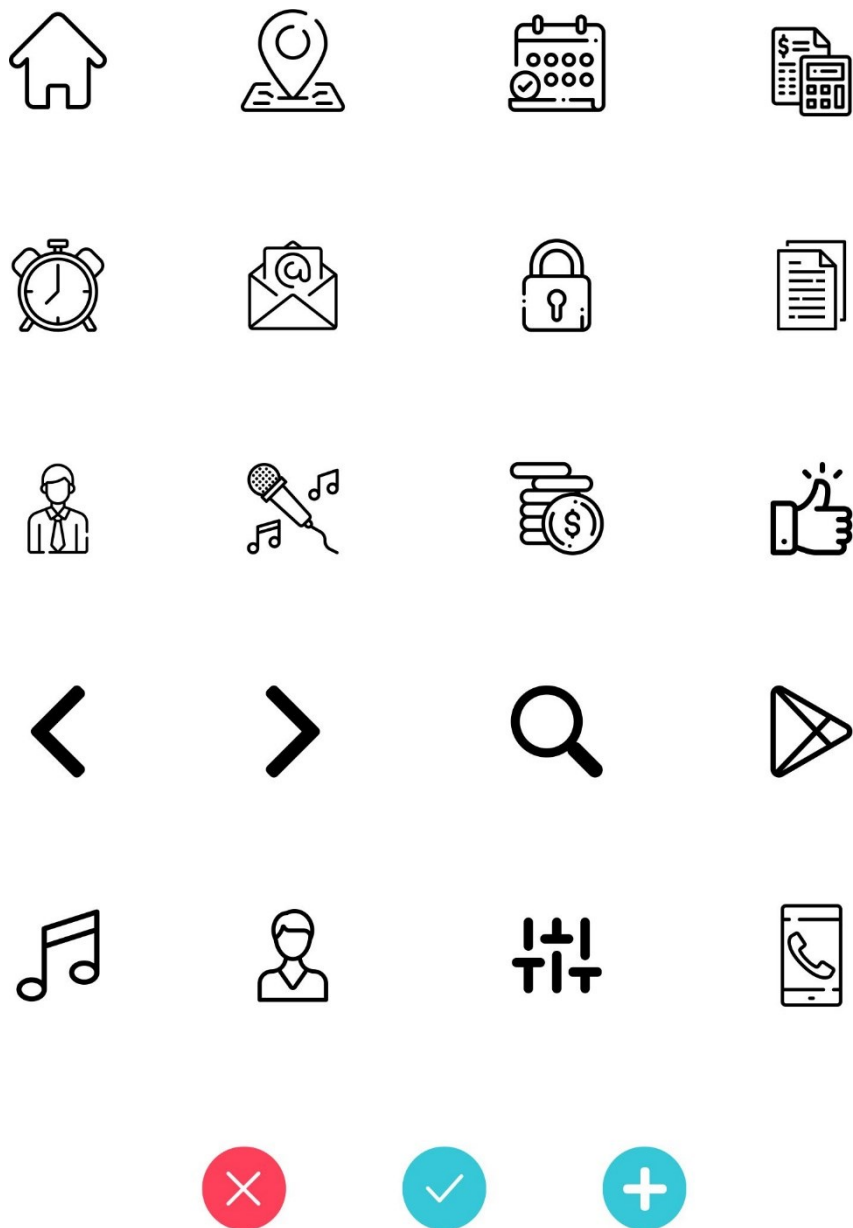


Fonte: Autor

5.5 Ícones

Os elementos iconográficos desenvolvidos para representar áreas, ações e objetos do aplicativo foram projetados com aspecto visual simples, mas representativo. Através de linhas, curvas e uma cor única (que varia com a aplicação), os ícones (figura 53) foram moldados e adaptados à coerência gráfica adotada para a interface. Cada ícone tem a sua particularidade e todos formam uma unidade que representam a iconografia geral do produto.

Figura 51 – Ícones



Fonte: Autor

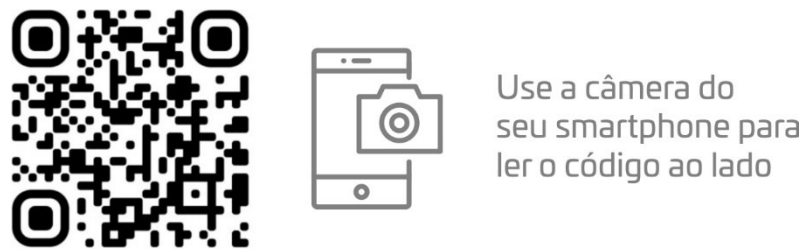
5.6 Solução

O resultado final se deu após a definição de toda identidade visual do projeto, como cores, tipografia, escala, iconografia e etc.

Todo o aplicativo foi desenvolvido utilizando o Software Adobe XD, também conhecido como Adobe Experience Design, trata-se de um aplicativo da Adobe Systems que ajuda aos profissionais de design a organizar o fluxo de trabalho para criação de interfaces para aplicativos móveis e desktop, englobando os passos desde a concepção do projeto até visualização de protótipos e compartilhamento.

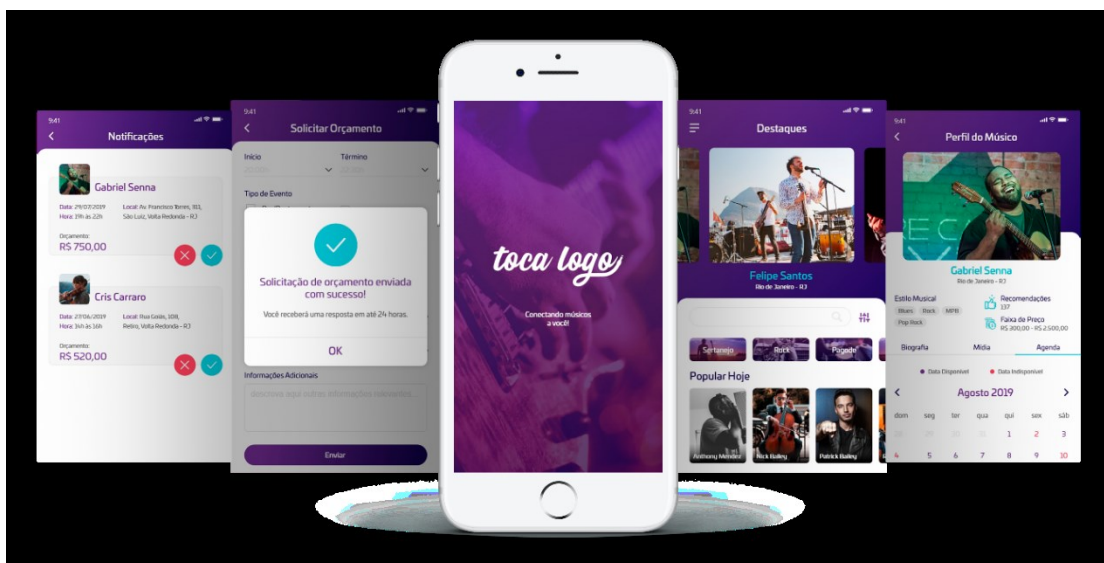
O protótipo do aplicativo Toca Logo desenvolvido neste projeto pode ser acessado através do hiperlink (<http://bit.ly/tocalogo>) ou pelo QR Code abaixo.

Figura 52 – QR Code



Fonte: Autor

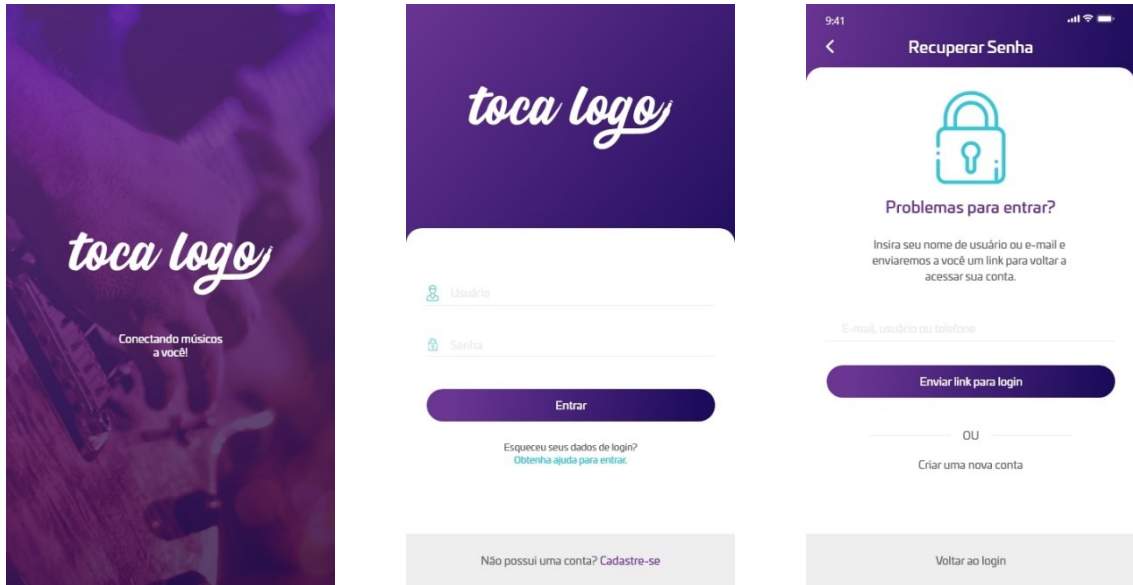
Figura 53 – Mockup



Fonte: Autor

Etapa de acesso:

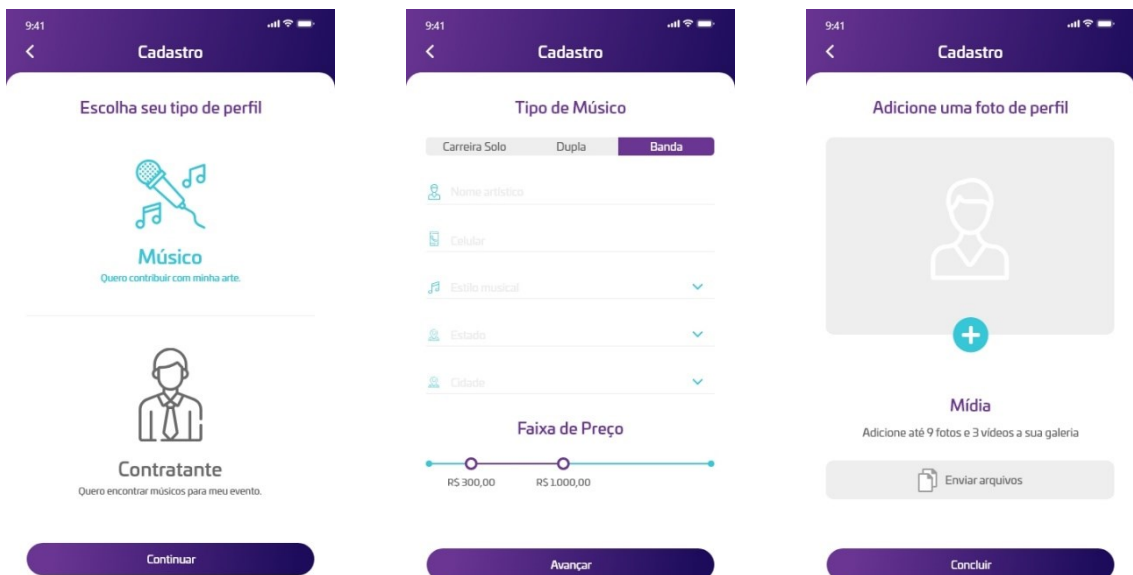
Figura 54 – Solução: Etapa de acesso



Fonte: Autor

Cadastro de músico:

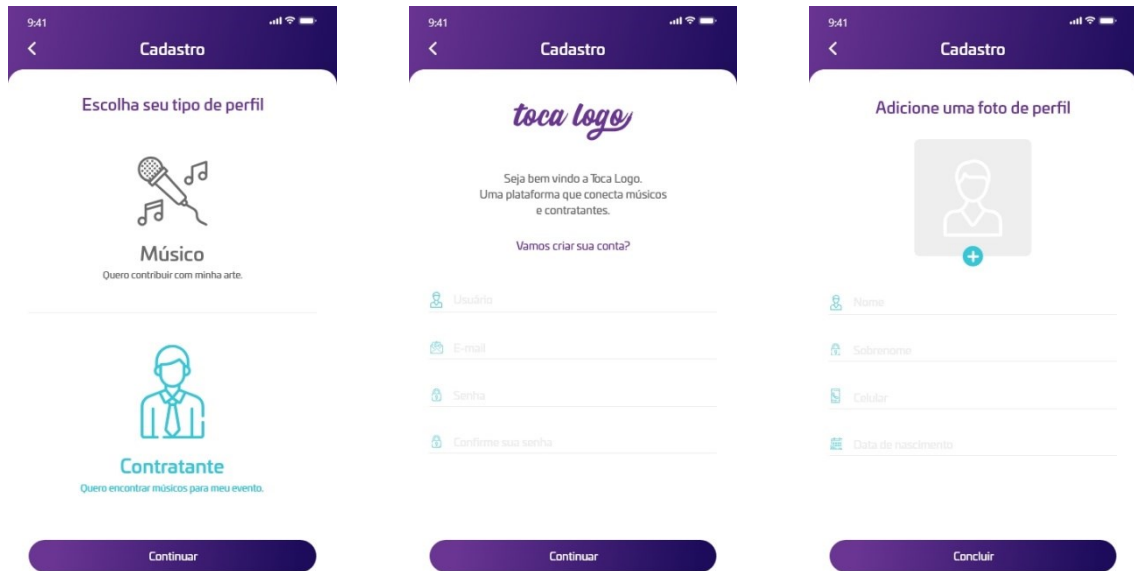
Figura 55 – Solução: Cadastro de músico



Fonte: Autor

Cadastro de contratante:

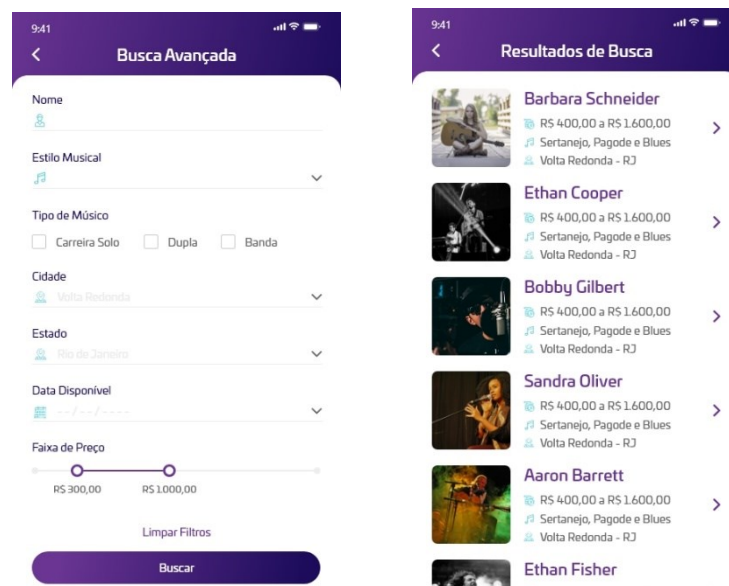
Figura 56 – Solução: Cadastro de contratante



Fonte: Autor

Etapa de busca:

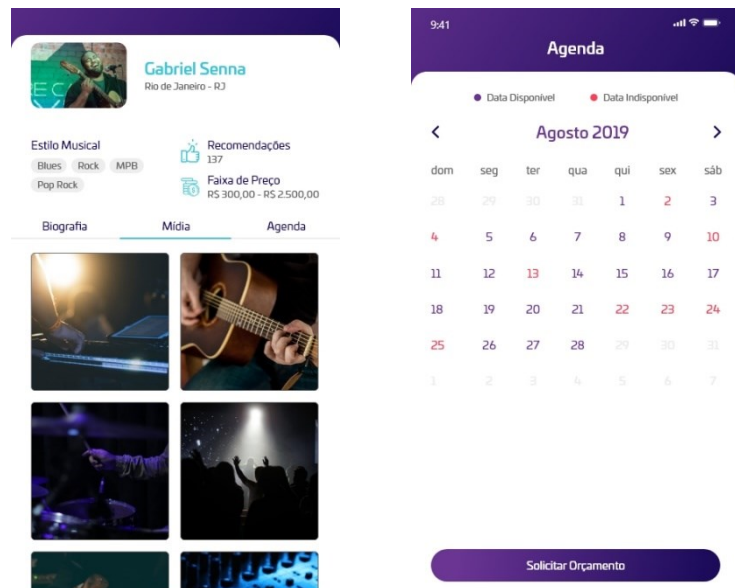
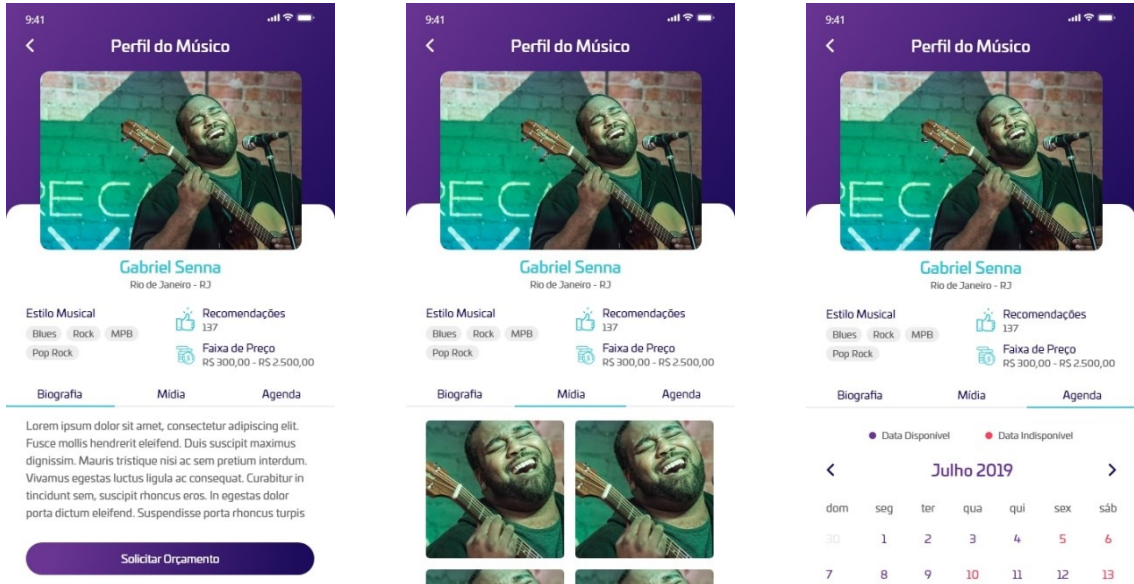
Figura 57 – Solução: Etapa de busca



Fonte: Autor

Página do músico:

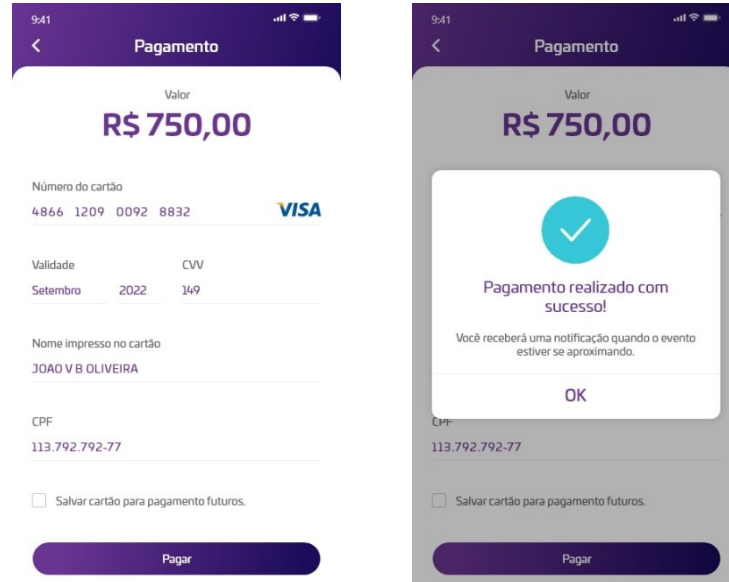
Figura 58 – Solução: Página do músico



Fonte: Autor

Etapa de pagamento:

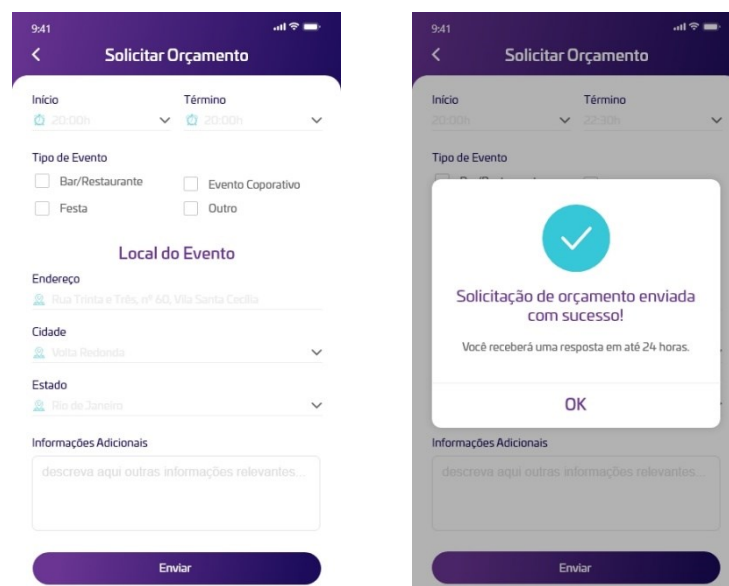
Figura 59 – Solução: Pagamento



Fonte: Autor

Página de orçamento:

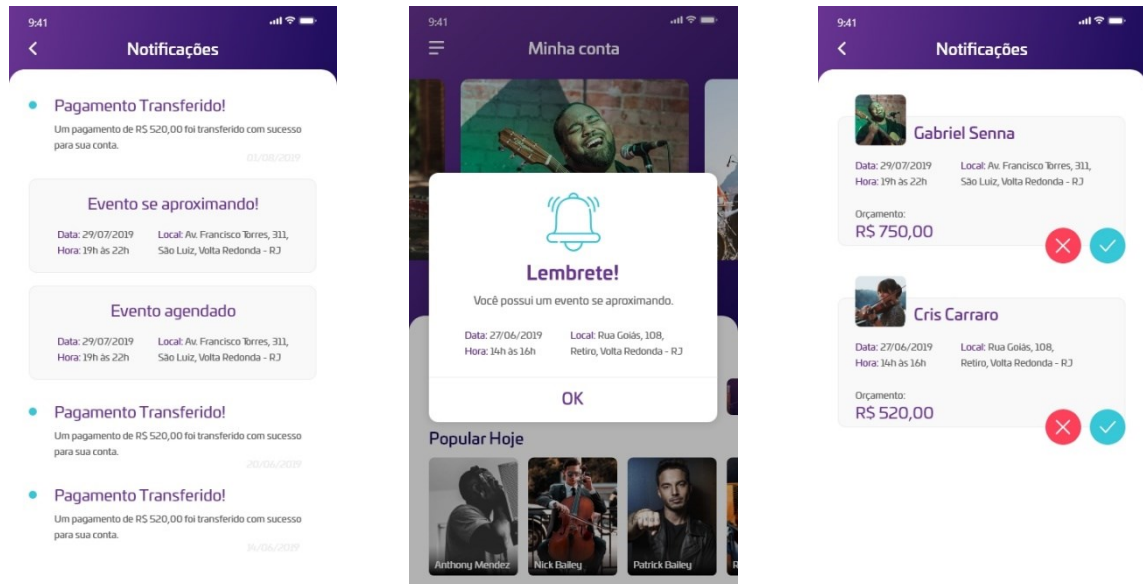
Figura 60 – Solução: Página de orçamento



Fonte: Autor

Notificações músico/contratante:

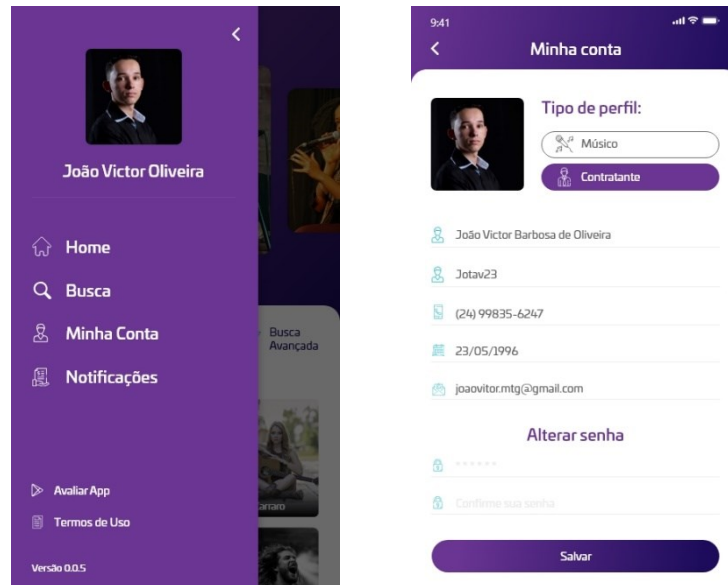
Figura 61 – Notificações músico/contratante



Fonte: Autor

Menu e detalhes da conta:

Figura 62 – Menu e detalhes da conta



Fonte: Autor

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Após a realização deste projeto, podemos concluir que a interface desenvolvida para a startup Toca Logo está apta a receber todo processo de programação e codificação necessários, para então ser implementada e colocada no mercado.

A metodologia de Jesse James Garrett (2011), se fez muito completa de acordo com a ampla abordagem necessária para o projeto, desde a fase de identificação dos problemas até sua prototipação para se tangibilizar a ideia abordada, com isso sua estrutura se fez bastante eficaz para a execução do projeto.

A solução foi estruturada de acordo com todos os requisitos presentes na síntese, levando em consideração as dificuldades que os usuários poderiam ter, analisando os aplicativos similares identificando seus pontos positivos, negativos e interessantes, foi elaborado uma interface de fácil acesso, dando destaques ao conteúdo e fazendo com que o usuário conclua a tarefa desejada com o mínimo de estampas possível.

Ao decorrer do projeto, vemos que os assuntos abordados foram de suma importância para o resultado final. Já que aspectos de usabilidade, arquitetura da informação, cores e tipografias, foram introduzidos de forma embasada, o que ajudou a dar mais a relevância e originalidade do aplicativo.

Portanto, conclui-se que o projeto atende ao objetivo de criar uma solução com a finalidade de conectar músicos a empresários e pessoas com a necessidade de encontrar uma ampla variedade de músicos com o mínimo de esforço e tempo.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. Cor. 2. Ed. Porto Alegre: Bookman. 2009.

BAXTER, Mike. Projeto de Produto. São Paulo: Blucher. 1998.

Blog PayPal Brasil. Disponível em: <<https://www.paypal.com/stories/br/mais-de-84-dos-brasileiros-ja-compram-servicos-pelo-smartphone>> Acesso em: 25 de agosto de 2018.

Bitzen. Design de interfaces, o que é, qual sua importância? Disponível em: <<http://bitzen.com.br/desenvolvimento-de-software/design-de-interfaces-o-que-e-qual-sua-importancia>> Acesso em: 27 de outubro de 2018.

Business Insider. Global app downloads broke a record in Q4. Disponível em: <<https://www.businessinsider.com/global-app-downloads-broke-q4-record-2018-1>> Acesso em: 03 de novembro de 2018.

Caelum. Ux e Usabilidade aplicados em mobile e web. Disponível em: <<https://www.caelum.com.br/download/caelum-ux-usabilidade-wd41.pdf>> Acesso em: 03 de novembro de 2018.

COLBORNE, Giles. Simple and Usable. Londres: New Riders, 2010.

Empresa Brasil de Comunicação. Disponível em: <<http://www.ebc.com.br/cultura/2015/02/pesquisa-quer-tracar-perfil-do-musico-do-brasil>> Acesso em: 06 de outubro de 2018.

Exame. Mercado de shows atrai empreendedores. Disponível em: <<https://exame.abril.com.br/pme/mercado-de-shows-atrai-empreendedores/>> Acesso em: 03 de novembro de 2018.

GARRETT, Jesse James. The elements of User Experience. Berkeley: Peachpit, 2011.

Information Architecture Institute. Disponível em: <<https://www.iainstitute.org/what-is-ia>> Acesso em: 02 de novembro de 2018.

Jardim Filho, Airton Jordani; Oliveira, Sandra Regina Ramalho e; Santos, Flavio Anthero Nunes Vianna dos; "A AVALIAÇÃO HEURÍSTICA APLICADA AO PLANO DE SUPERFÍCIE NO MÉTODO DE PROJETO CENTRADO NO USUÁRIO, DE JESSE JAMES GARRETT", p. 1154-1166 . In: Anais do 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design [= Blucher Design Proceedings, v. 1, n. 4]. São Paulo: Blucher, 2014.

KOVALENKO. Grids em Design Gráfico e Web. Disponível em: <<https://medium.com/gravitdesigner/grids-in-graphic-and-web-design-be20e3158efd>> Acesso em: 19 de novembro de 2018.

Nielsen Norman Group. Card Sorting: Descubra os modelos mentais dos usuários para uma melhor arquitetura de informações. Disponível em: <<https://www.nngroup.com/articles/card-sorting-definition>> Acesso em: 02 de novembro de 2018.

_____. Wireflows: uma entrega de UX para fluxos de trabalho e aplicativos. Disponível em: <<https://www.nngroup.com/articles/wireflows/>> Acesso em: 02 de novembro de 2018.

PEREIRA, Rogério. User experience design: como criar produtos digitais com foco nas pessoas. São Paulo: Casa do Código, 2018.

PAIS, André Rafael Pinto Xavier. Tipografia para web. Rio de Janeiro: Origamid Books, 2015.

Sebrae. Estudo de inteligência do mercado da música. Disponível em: <[http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/9a9010a3ba4a4a43995c6fcb4546fcd5/\\$File/5809.pdf](http://www.bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/9a9010a3ba4a4a43995c6fcb4546fcd5/$File/5809.pdf)> Acesso em: 03 de novembro de 2018.

HSUAN-AN, Tai. Design: conceitos e métodos [livro eletrônico]. São Paulo: Blucher, 2018.

TEIXEIRA, Fabricio. Introdução e boas práticas em UX Design. São Paulo: Casa do Código, 2015.

Think With Google. Insights para Apps - Como os Consumidores Encontram e Usam os Aplicativos. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/tendencias-de-consumo/apps-marketing-insights/>> Acesso em: 27 de outubro de 2018.

_____. Boas razões para fazer mobile. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/marketing-resources/metricas/por-que-mobile/>> Acesso em: 03 de novembro de 2018.

Teoria das Cores. Disponível em: <<https://www.chiefdesign.com.br/teoria-das-cores/>> Acesso em: 11 de novembro de 2018.

VIGNELLI, Massimo. The Vignelli Canon. Baden: Lars Müller, 2015.