



UNIVERSIDADE FEDERAL DE PERNAMBUCO
CAMPUS AGRESTE
NÚCLEO DE DESIGN E COMUNICAÇÃO
CURSO DE DESIGN

MAYARA STEPHANY LOPES DE SOUZA

**MEMORIAL DESCRITIVO DE APLICATIVO FACILITADOR PARA TROCA DE
PEÇAS DE VESTUÁRIO: Uma aplicação do método de Garrett.**

CARUARU
2023

MAYARA STEPHANY LOPES DE SOUZA

**MEMORIAL DESCRITIVO DE APLICATIVO FACILITADOR PARA TROCA DE
PEÇAS DE VESTUÁRIO: Uma aplicação do método de Garrett.**

Memorial Descritivo de Projeto apresentado ao curso de Design do Campus do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Design.

Orientador(a): Nara Oliveira de Lima Rocha

CARUARU

2023

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor,
através do programa de geração automática do SIB/UFPE

de Souza, Mayara Stephany Lopes.

Memorial descritivo de aplicativo facilitador para troca de peças de
vestuário: Uma aplicação do método de Garrett. / Mayara Stephany Lopes de
Souza. - Caruaru, 2023.
53 : il., tab.

Orientador(a): Nara Rocha
(Graduação) - Universidade Federal de Pernambuco, Centro Acadêmico do
Agreste, , 2023.

1. Design de interfaces digitais. 2. Experiência do usuário. 3. Moda e
Sustentabilidade. 4. Tecnologia. 5. Branding. I. Rocha, Nara. (Orientação). II.
Título.

760 CDD (22.ed.)

MAYARA STEPHANY LOPES DE SOUZA

**MEMORIAL DESCRITIVO DE APLICATIVO FACILITADOR PARA TROCA DE
PEÇAS DE VESTUÁRIO: Uma aplicação do método de Garrett.**

Memorial Descritivo de Projeto apresentado ao curso de Design do Campus do Agreste da Universidade Federal de Pernambuco - UFPE, como requisito parcial para obtenção do grau de bacharel em Design.

Aprovada em: 08/05/2023

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra. Nara Oliveira de Lima Rocha
Universidade Federal de Pernambuco

1º Avaliadora: Profa. Dra. Iracema Tatiana Ribeiro Leite Justo
Universidade Federal de Pernambuco

2º Avaliadora: Profa. Dra. Luciana Lopes Freire
Universidade Federal de Pernambuco

AGRADECIMENTOS

Gostaria de agradecer a Deus e todos os seres que me guiaram até esse momento, por me auxiliarem durante os obstáculos e não me permitiram desistir. Agradeço aos meus pais que sempre me incentivaram e que, além de pais, também são os meus melhores amigos. As minhas irmãs, Laura e Alice, por me trazerem forças para conseguir mais por nós e, também, quero agradecer a minha avó Cleonice que buscou me ajudar em todos os dias que frequentei a faculdade deixando comida e conforto disponíveis esperando por mim na volta para casa. Por seguinte, agradeço ao meu avô que, mesmo já não estando mais entre os vivos, esteve o tempo inteiro olhando por mim e torcendo por minhas conquistas. Obrigada!

RESUMO

Atualmente, as buscas dos consumidores por produtos convergentes passaram a ser maiores pois, de fato, objetos com essas características promovem mais funcionalidades aos seus usuários. O ideal é que esses objetos passem a fazer parte do cotidiano das pessoas de modo corrente. Com isso, o designer é incitado a trabalhar unindo os setores da economia para assim novas formas de produtos e serviços serem organizadas, planejadas e/ou reconfigurar as atuais e, essa construção tem como uma de suas bases o sistema chamado usabilidade.

Este documento tem como presente objetivo expor como deu-se o estudo que acarretou no desenvolvimento e resultado do aplicativo de Moda Teumeu que, utilizando-se dos estudos para uma melhor experiência do usuário, busca auxiliar em uma grande necessidade e anseio que a sociedade atual vem passando ao longo dos anos: a poluição oferecida pela indústria da Moda somada ao consumo desenfreado atual. Aplicativo esse que recorre ao método de Garrett (2011) para chegar em seu resultado final.

Palavras-chave: Design de interfaces; experiência do usuário; moda; sustentabilidade; consumo.

ABSTRACT

Currently, consumers' searches for convergent products have increased significantly because objects with these characteristics indeed provide more functionalities to their users. The ideal scenario is for these objects to become part of people's daily lives in a common manner. As a result, designers are encouraged to work by integrating sectors of the economy, thus organizing, planning, and/or reconfiguring new forms of products and services. This construction is based on a system called usability.

This document aims to present how the study that led to the development and outcome of the Teumeu Fashion app unfolded. By utilizing studies for a better user experience, the app seeks to assist with a major need and longing that contemporary society has been experiencing over the years: the pollution caused by the fashion industry combined with current rampant consumption. The app relies on Garrett's method (2011) to achieve its final result.

Keywords: Interface design; user experience; fashion; sustainability; consumption.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 –	Método de Garrett	19
Figura 2 –	Personas	22
Figura 3 –	Sites/Aplicativos utilizados para análise de similares	23
Figura 4 –	Userflow a partir da tela inicial	27
Figura 5 –	Userflow a partir da homepage	28
Figura 6 –	Userflow a partir da visualização de peça	29
Figura 7 –	Wireframes das telas principais	30
Figura 8 –	Quadro de inspirações e referências	32
Figura 9 –	Paleta de cores definida	33
Figura 10 –	Logotipo	33
Figura 11 –	Tipografia	34
Figura 12 –	Primeira seção do protótipo	35
Figura 13 –	Segunda seção do protótipo	37
Figura 14 –	Telas carregadas pelos outros atalhos citados	38
Figura 15 –	Publicação de novas peças	40
Figura 16 –	Informações de rodapé	40
Figura 17 –	Primeira pergunta do questionário	41
Figura 18 –	Segunda pergunta do questionário	42
Figura 19 –	Terceira pergunta do questionário	43
Figura 20 –	Quarta pergunta do questionário	43
Figura 21 –	Quinta pergunta do questionário	44
Figura 22 –	Novos ícones	46
Figura 23 –	Telas que passaram por mudanças	47

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Análise de similares

24

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	10
1.1	PROBLEMÁTICA DO PROJETO.....	11
1.2	OBJETIVO GERAL.....	12
1.3	OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12
1.4	JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA.....	12
2	REFERENCIAL TEÓRICO.....	14
2.1	CONSUMO DE MODA E POLUIÇÃO.....	14
2.2	PRINCÍPIOS DO DESIGN APLICADOS EM INTERFACES DIGITAIS.....	15
2.3	HEURÍSTICAS DE NILSEN E DESIGN DE INTERFACES DIGITAIS.....	16
3	PROPOSTA METODOLOGICA.....	18
3.1	METODOLOGIA EM DESIGN: MÉTODO DE GARRET (2011).....	18
4	DESENVOLVIMENTO DA PRIMEIRA VERSÃO DO PROTÓTIPO..	21
4.1	ETAPA ESTRATÉGICA.....	21
4.2	ETAPA DO ESCOPO.....	23
4.3	ETAPA DA ESTRUTURA.....	26
4.4	ETAPA DO ESQUELETO.....	30
4.5	ETAPA DA SUPERFÍCIE.....	32
5	TESTE DE USABILIDADE E ACEITAÇÃO.....	41
6	REDESIGN - COM BASE NOS RESULTADOS.....	46
7	CONCLUSÃO.....	51
	REFERÊNCIAS.....	53

1 INTRODUÇÃO

É evidente que a imagem, o visual, tem uma enorme influência quanto a solidificação de uma manifestação de diferentes grupos, além do papel de comunicar compreende-se que a Moda tem seu papel social de compor um estilo de vida, de vestuário e de comportamento. Esses vestuários, conseqüentemente, precisam suprir a necessidade de venda a quem os produz. Contudo, analisando a indústria da Moda nos dias atuais é perceptível que já existem peças de roupas o suficiente para nós, nossos filhos e netos rodando pelo mundo. A pesquisadora Kate Fletcher junto a professora Jynda Grose (2019), deixam claro no livro "Moda & Sustentabilidade: design para a mudança" os constantes ciclos das produções de Moda explanando, também, os grandes impactos ambientais causados durante esses ciclos.

Seguindo a mesma lógica das autoras citadas, esta pesquisa tem como objetivo a criação de um aplicativo facilitador de troca de peças de vestuários já utilizadas, sem serventia ao seu possuidor, de modo que ele poderá publicar essas peças em seu perfil no aplicativo e trocá-las por peças de outros usuários. Para além do livro de Kate Fletcher e Jynda Grose, o estudo com enfoque na concretização desta pesquisa foi dado a partir de artigos científicos e outros livros pertinentes que apresentam os tópicos de Moda e Sustentabilidade, Moda e Consumo, Design de informação, Interfaces digitais e Experiência do usuário, a fim de que se construa uma discussão significativa e congruente ao seu valor na contemporaneidade.

Unir a tecnologia que busca a satisfação ao nicho mercadológico de Moda foi uma apuração feita a partir da percepção do crescimento da categoria Moda em meio ao e-commerce brasileiro. Segundo o Melhor Envio (2021), organização do Grupo Locaweb, o âmbito de Moda mostrou-se ser o fragmento de maior eclosão de produtos vendidos, sendo quase o dobro da categoria de jóias e relógios que ocupa a segunda posição. Grandes organizações auxiliam, ainda hoje, o aumento dessa escala promovendo um consumo desenfreado. Com o objetivo da criação de um layout mobile, foi levantada a ideia de uma ferramenta que possa fazer parte do universo da Moda, sendo este comprovadamente perdurável, porém, ao mesmo tempo, auxiliando a busca por um consumo mais consciente, visto que já detemos de inúmeras peças de vestuário hoje em dia. Assim, foi possível chegar a ideia de um aplicativo de troca de peças já utilizadas.

Este estudo foi de natureza aplicada porque tem sua finalidade vinculada a elaboração do protótipo de um aplicativo mobile como asserção para a solução da questão “Como desenvolver a interface de um aplicativo mobile que tem como principal função facilitar troca de peças de vestuários já utilizadas entre seus usuários?”, tendo enfoque no consumo consciente. Em referência aos propósitos do mesmo, a pesquisa é exploratória e descritiva, visto que indaga a relação usuário-artefato-contexto e procede a uma análise de aplicativos compares para a concepção da sua primeira versão do protótipo, para que, posteriormente, a realização de teste com usuários, que fazem parte do público alvo do sistema, seja viável. A respeito do procedimento para abordagem do problema, esta pesquisa é quanti-qualitativa.

Posto isso, esta pesquisa buscou abordar a construção de um protótipo funcional, com aplicação em métodos de Design que podem ser exercidos remotamente, através de testes de usabilidade online, com 20 usuários que tenham o retrato coesivo com o apresentado como público alvo do protótipo a ser confeccionado. Desse modo, serão mulheres jovens adultas interessadas em consumo consciente e acessível. Todas as noções de construção de um protótipo têm como base as teorias sobre as áreas de Design de interfaces digitais, Design de interação e Experiência do usuário. À vista disso, com concentração nos fundamentos já debatidos, o procedimento do andamento para o protótipo parte do referencial teórico que avalia a literatura da área de Design e os principais âmbitos conexos, como Design da informação e Ergonomia. Nesta perspectiva, optou-se pela aplicação do método de Garrett, que será descrito no tópico 3.2.

1.1 PROBLEMÁTICA DO PROJETO

A problemática tratada neste documento deu-se a partir da análise feita sobre o mundo da Moda, sendo perceptível a existência de peças de roupas o suficiente para nós, nossos filhos e netos rodando pelo mundo. Tentando auxiliar a diminuição da poluição e consumo desenfreado ofertados pela indústria da Moda, a seguinte pergunta de pesquisa foi exercitada: Como elaborar um protótipo de alta fidelidade para um aplicativo facilitador de troca de peças de vestuários já utilizadas de maneira compreensível que satisfaça aos potenciais usuários?

1.2 OBJETIVO GERAL

Desenvolver um protótipo para um sistema de interfaces digitais, com o foco na relação usuário, artefato e sistema, através da aplicação do método de Garrett (2011), tendo como finalidade a construção de um aplicativo que oferece o serviço de troca de peças de segunda mão a partir de uma oferta de troca e combinação de local, via bate-papo, para a entrega presencialmente.

1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Estudo da arte sobre a indústria e consumo de moda tem afetado o meio-ambiente;
- Explicar como o método Garrett será aplicado nesta pesquisa;
- Criar uma identidade visual para o aplicativo;
- Apontar questionário utilizado para realização do teste de usabilidade com usuários neófitos;
- Recorrer às respostas do teste de usabilidade para correções no protótipo.

1.4 JUSTIFICATIVA E RELEVÂNCIA

Para que ocorra uma construção de fato aprazível, o exame a respeito da assertividade de um sistema de interface digital obtém uma relevância acentuada no que diz respeito à experiência do usuário desde antes do momento de seu manuseio. O presente projeto busca oferecer uma nova ferramenta digital que, com seu caráter inovador e eficaz, pretende auxiliar duas das maiores problemáticas que rege o mundo da Moda atualmente: poluição e consumo exagerado de vestuário. Podemos perceber que alternativas do sistema capitalista ao próprio sistema capitalista estão sempre surgindo, muitas pessoas podem acreditar que todo esse consumo, que gera não apenas poluição, mas também outras complicações como o trabalho escravo, deve-se ao fato de que as pessoas estão extremamente consumistas. Porém, além das chamadas “*fast-fashion*”, existe uma carência de outras alternativas acessíveis ao público que não é capaz de ceder muito do seu recurso financeiro a compra de roupas, sapatos, acessórios, etc. Os bens de consumo estão cada vez mais custosos, não podemos apontar a responsabilidade apenas aos consumidores que, logicamente, acabam dando preferência a opções mais baratas. Como estudante de Design, foi ensinado que profissionais como a

autora deste projeto existem para resolver anseios como esse, portanto, esse trabalho de conclusão de curso propõe trazer uma nova opção de consumo, satisfatória ao seu público, para contribuir como uma alternativa acessível e sustentável.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CONSUMO DE MODA E POLUIÇÃO

É notável que as engrenagens dos ciclos de estilos na Moda têm girado cada vez mais rápido, anteriormente havia mais facilidade em caracterizar certos fatores de estilo para uma época exata. Isso porque a sociedade, com pontes facilitadoras como a internet e, mais especificamente, as redes sociais, passou a acelerar os retornos de tendências que antes demoravam anos a voltarem às vitrines. Obter peças que estão em tendência é um anseio, principalmente, da juventude atual. Entretanto, muitas dessas pessoas não possuem conhecimento sobre o quão alarmante é o fator Moda em relação a poluição, segundo dados do Sebrae, Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas, cerca de 170 mil toneladas de descartes no Brasil são de produtos têxteis.

Sabemos que a situação ambiental vigente não só no Brasil como em todo planeta é algo extremamente crítico, além da quantidade de lixo produzido por essa indústria também é possível citar todo o consumo de energia e emissão de carbono, além dos gases tóxicos que colaboram para as mudanças climáticas. A partir disso, o chamado *slow fashion*, moda sustentável que defende um consumo mais responsável e vai de contrário a produção e consumo desenfreado da indústria da Moda, surge como uma alternativa para diminuir as compras superabundantes que, junto ao mesmo tempo que oferece a vertente de vendas de peças de vestuário de segunda mão que possibilita a compra de um artefato já utilizado que, ao invés de não estar sendo utilizado ou até mesmo ser descartado pelo usuário, passa a ter utilidade para outra pessoa.

O consumo de peças de vestuário de segunda mão vem gradativamente ganhando mais peso como uma vertente de modo de compra e, para alguns, até mesmo de estilo de vida. Além de auxiliar a frear o consumo atual oferece uma grande porcentagem de economia no momento de compra de modo que o consumidor consegue peças bem conservadas, pagando menos e, com isso, é capaz de fazer sua parte na redução do impacto ambiental que essas peças usadas teriam se fossem somente descartadas. Segundo relatório do Sebrae (Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas), utilizando dados da Receita Federal, houve um aumento de 48,5% durante o primeiro período do ano de 2021,

em relação ao ano de 2020, de números de lojas que vendem peças de segunda mão. Ademais, com base no Instituto de Economia Gastão Vidigal da Associação Comercial de São Paulo (IEGV/ACSP) no mesmo ano de 2021 a receita da categoria de brechós foi de R\$ 2,9 bilhões, tendo como previsão um crescimento de quase 30% no ano de 2022.

Nos últimos anos, principalmente após a pandemia dada pelo COVID-19, o aumento da preferência dos brasileiros por compras online deu um grande salto e hoje existe uma escolha pelo conforto ao comprar direto pelo smartphone. Unindo esse fato as informações dadas no parágrafo acima, é possível considerar que um aplicativo reunindo o consumo de peças de segunda mão e o conforto de poder escolher com alguns cliques, é uma ideia propensa a chamar atenção e oferecer uma alternativa assertiva a seus usuários que veriam uma nova forma de obter peças diferentes ao mesmo tempo em que oferta as que já não utiliza mais.

2.2 PRINCÍPIOS DO DESIGN APLICADOS EM INTERFACES DIGITAIS

Segundo Donald Norman, em seu livro "The Design of Everyday Things" (2013), os usuários normalmente são especialistas nas atividades que tentam realizar com os seus artefatos enquanto os designers normalmente tornam-se especialistas em projetar esses artefatos, ou seja, um designer profissional deve estar ciente em relação às possíveis falhas e desvios. Por ser uma ação de comunicação, o Design tem de ser autoexplicativo. A comunicação almejada entre produto e usuário precisa decorrer, eficientemente, a partir do visual do próprio produto, afinal "Grandes designers produzem experiências agradáveis" (NORMAN, 2013, p. 10). Visto que a função dada aos profissionais de Design é descomplicar a cognição visual situada em meio à sociedade, existem princípios primordiais para que essa auto explicação ocorra com clareza. Designers estudam sobre cores, formas, texturas, contraste, padrões, hierarquia de elementos, etc. Francamente, apenas o uso desses elementos e princípios não, obrigatoriamente, faz de um dispositivo algo de uso eficaz, porém, esses fundamentos são como regras primordiais para uma boa concepção de projeto.

Quando falamos sobre interfaces digitais falamos sobre o canal de interação entre usuário e sistema, estando incontestavelmente entre uma das principais áreas da tecnologia o UI Design (User Interface, em português, interface do usuário)

participa de modo considerável no cotidiano das pessoas. Exemplificando isso, é possível citar situações como comprar alimentos, roupas, móveis e outros inúmeros artefatos de modo online, assistir e ministrar uma palestra via serviços de comunicação instantânea ou, até mesmo, participar de uma consulta com um psicólogo sem sair de casa. Todavia, esses exemplos citados só irão regular essas ações com êxito se houver um investimento e diligência depositados na qualidade da interface necessária. Um usuário não vai continuar utilizando um serviço caso o mesmo não ofereça praticidade e clareza em seus mecanismos visuais, é para que essa problemática tenha uma baixa probabilidade de sobreviver que se utiliza os princípios e elementos ensinados de forma generalista aos Designers.

No caso deste projeto, no qual estamos falando sobre uma interface digital construída para um aplicativo mobile, trabalha-se as aplicações desses princípios e elementos de maneira diferente do que é feito nos materiais impressos, é estudado como: certificar que nenhum elemento será descartável fazendo uso do balanço de elementos; aplicar contraste, espaços negativos e positivos, texturas e formas obstruindo a inércia e apatia do usuário para com o aplicativo; utilizar o conceito de hierarquia dos elementos para dar ênfase às principais atividades oferecidas pelo APP; criar um padrão através de repetição de certos elementos visuais; fazer uso do GRID para dispor os elementos com um melhor alinhamento e muito mais.

2.3 HEURÍSTICAS DE NIELSEN E DESIGN DE INTERFACES DIGITAIS

Conforme o passar do tempo, as tecnologias tornaram-se cada vez mais indispensáveis em relação ao comportamento do ser humano. As buscas dos consumidores por produtos convergentes passaram a ser maiores pois objetos com essas características promovem mais funcionalidades aos seus usuários, o ideal é que esses objetos passem a fazer parte do cotidiano das pessoas de modo corrente. Atualmente, existem altos volumes de referências e materiais e, para que esse uso corrente de algum dispositivo seja feito, se faz necessário um componente orientador que pode oferecer uma melhor compreensão e inteligibilidade de um dispositivo seja ele qual for. Na construção de um sistema digital, uma interface que não possui um bom planejamento pode acarretar em uma experiência de uso desagradável. Para que isso não aconteça, são utilizadas, também, as heurísticas de Jakob Nielsen, cientista da computação.

Por existir uma alta conexão do ser humano com o que é visual, falamos sobre a visibilidade do status do sistema, que nada mais é do que dispor ao usuário sua situação no sistema, qual foi o passo antigo mais recente? Quais podem ser os próximos passos? Na Netflix, por exemplo, há acesso a lista de episódios de uma série mesmo enquanto o usuário assiste a mesma série, ou seja, o usuário sabe qual foi o episódio antigo e qual será o próximo. Sobre a conformidade entre o sistema e o mundo real, é uma heurística que atenua uma linguagem visual que possua um tom familiar para com o usuário. Oferecer controle e liberdade para o usuário também é uma boa prática de concepção visto que a função de um designer de interfaces não é impor uma ação ao usuário, mas sim sugerir-las.

As outras heurísticas se organizam em: consistência e padrões, uma prática que possibilita cumprimento de um padrão visando maior coerência no projeto; Prevenção de erros, evitando equívocos a partir de pedidos de confirmação de ação, avisos prévios, etc; Reconhecimento como prioridade ao invés de memorização, pois o usuário não tem a obrigação de decorar o processo de uma tarefa no sistema, na verdade, elementos que ofereçam reconhecimento são bem-vindos; Eficiência e Flexibilidade, buscando satisfazer tanto usuários já experiente quanto os inexperientes; Estética e Minimalismo no design, priorizando apenas elementos que tenham relevância em relação ao sistema; Auxílio e diagnósticos, precedendo erros e dúvidas; e, por último, Ajuda e documentação que concede uma maior independência ao usuário no que se refere a soluções de dúvidas.

3 PROPOSTA METODOLOGICA

Este memorial foi construído para demonstrar a elaboração do protótipo de um aplicativo mobile como asserção para a solução de uma problemática levantada em sala de aula, na disciplina Design de Interfaces Digitais.

Em referência aos propósitos do mesmo, a pesquisa é exploratória e descritiva, visto que indaga a relação usuário-artefato-contexto e procede a uma análise de aplicativos similares para a concepção da sua primeira versão do protótipo, para que, posteriormente, a realização de teste com usuários, que fazem parte do público alvo do sistema, seja viável.

A respeito do procedimento para abordagem do problema, a amostra de usuários será unicamente um indicador do perfil de usuário e necessitará consignar, deste modo, em futuras pesquisas.

Com relação aos procedimentos metodológicos, esta pesquisa buscou abordar a construção de um protótipo funcional, com aplicação em métodos de Design que podem ser exercidos remotamente, através de testes de usabilidade online, com até 20 usuários que tenham o retrato coesivo com o apresentado como público alvo do protótipo a ser confeccionado. Desse modo, serão mulheres jovens adultas interessadas em consumo consciente e acessível.

Considerando que esta pesquisa é projetual, todas as noções de construção de um protótipo têm como base as teorias sobre as áreas de Design de interfaces digitais, Design de interação e Experiência do usuário. À vista disso, com concentração nos fundamentos já debatidos na seção 2 deste documento, o procedimento do andamento para o protótipo parte do referencial teórico que avalia a literatura da área de Design e os principais âmbitos conexos. Nesta perspectiva, optou-se pela aplicação do método de Garrett, que será descrito a seguir.

3.1 METODOLOGIA EM DESIGN: MÉTODO DE GARRETT (2011)

Para a construção do protótipo o método de Garrett (2011) será aplicado servindo como alicerce durante o processo que envolve cinco etapas estabelecidas: Estratégia; Escopo; Estrutura; Esqueleto; Superfície. Como apresentado na figura 1 que demonstra as etapas definidas por Garret:

Figura 1- Etapas do método de Garrett (2011)



Fonte: A autora. (2023)

A proposta foi construir um aplicativo utilizando a abordagem *bottom-up* (de baixo para cima), abordagem essa que tem início a partir de ideias abstratas de modo que ao longo do processo elas tornem-se cada vez mais concretas.

Iniciando com a *Estratégia*, levamos em consideração as necessidades do usuário e objetivos do aplicativo, esses objetivos e anseios serão identificados por meio de coleta de dados via redes sociais como Facebook, Twitter, comunidades online e pesquisa de satisfação com potenciais usuários.

Na *etapa do Escopo*, são colocadas, em encontro com o primeiro, especificações funcionais que o aplicativo precisa incluir em suas funcionalidades e, também, requisitos de conteúdo, ou seja, elementos que se fazem necessários para uma melhor compreensão do usuário para que o mesmo vá de encontro a sua necessidade. É igualmente importante definir o que não fará parte do projeto, assim, o escopo será definido.

A *etapa da Estrutura* visa o desenvolvimento da arquitetura da informação, com o objetivo de desenvolver um modo instintivo de navegação, e design de interação facilitando o trabalho dos usuários. As estruturas das telas terão seus desenhos feitos a partir da fase de estruturação, sendo o Design da interface, apresentação da informação, e o Design de navegação focando na movimentação dos usuários.

Durante a concepção da fase do *Esqueleto* começa-se a ser trabalhado o desenho de superfície, a diagramação e composição. Serão apresentados os

wireframes construídos para servir de base ao projeto, assim como também será explicada sua definição.

Por fim, chegamos na *etapa da Superfície*, onde as informações adquiridas ao longo das demais etapas são apresentadas em uma fachada ou visualizadas nas aparências das telas do aplicativo. É nesta fase de criação a qual chamamos de superfície, o Design visual, e que lidamos com as sensorialidades do usuário com o artefato digital.

4 DESENVOLVIMENTO DA PRIMEIRA VERSÃO DO PROTÓTIPO

4.1 ETAPA ESTRATÉGICA

Durante a fase do planejamento estratégico foi definida a problemática a ser resolvida. Por estar muito envolvida no mundo da Moda, lendo revistas, assistindo a palestras e desfiles, tendo acesso aos conteúdos disponíveis na internet, ouvir várias vezes sobre o tópico “Sustentabilidade” estando no curso de Design e ter foco em Design de interfaces digitais e experiência do usuário, foi pensado em como projetar algo que atingisse essas vertentes.

Utilizando as questões “Por quê? Para quê? E para quem?” Surgiu a ideia de um aplicativo *mobile* que facilite a troca de peças de vestuário de segunda mão entre os usuários, para que surja uma nova possibilidade de consumo mais sustentável que ainda não foi tão explorada digitalmente. Assim como de início também já se deu por necessário ter em mente que há uma preocupação em adquirir um *branding* de peso visto que criar uma conexão entre plataforma e usuário tende a fazer com que uma fidelização seja desenvolvida após a atribuição e exibição dos propósitos e valores alicerçados à concepção do aplicativo.

Também foi necessário definir um público-alvo e, com isso, partir para a criação de personas já que as necessidades dos usuários puderam ser descobertas diante do processo de criação dessas personas (observações e discussões em grupos via Facebook, debates sobre a questão “Moda e Sustentabilidade” em fóruns e outras redes sociais, espaços de avaliação e comentários sobre aplicativos similares, etc.) não houve uma necessidade inicial de conduzir pesquisa com base em questionário. Pode ser visto por ocorrência que mulheres jovens adultas com interesse em consumo consciente e acessível, congruentemente, se preocupam com o fator sustentabilidade, também fazem compras online e costumam doar suas peças não utilizadas ou até mesmo enviá-las a brechós. Portanto, um aplicativo que carrega os mesmos valores e propõe uma facilitação do processo desse câmbio de peças de segunda mão certamente é um projeto atrativo.

Figura 2- Personas

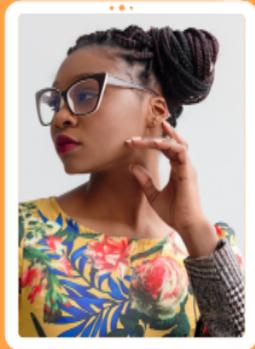


Foto de Godisable Jacob

<https://www.pexels.com/pt-br/foto/foto-de-mulher-vestindo-blusa-floral-amarela-871495/>

Manoela Rocha

21 anos, no terceiro período da faculdade de comunicação, solteira, mora em São Paulo - SP.

Influenciadora

Antenada sobre Moda

"Gosto de aprender coisas novas, estou sempre precisando de novos conteúdos para as minhas redes sociais onde compartilho dicas de Moda, inspirações de looks e minhas opiniões sobre assuntos diversos."

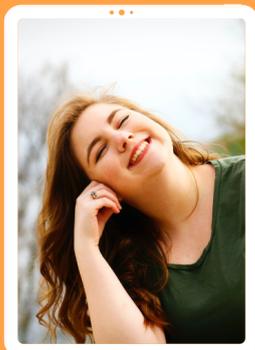


Foto de Matthias Cooper

<https://www.pexels.com/pt-br/foto/mulher-de-camisa-verde-sorrindo-1062280/>

Fernanda Melo

19 anos, está se preparando para entrar na faculdade com cursinhos, solteira, mora em Blumenau - SC.

Vaidosa

Procura por menor preço

"Por ainda não estar trabalhando, tento não gastar tanto o dinheiro dos meus pais e, embora me preocupe com qualidade e de onde a peça veio, minha escolha final é feita considerando o valor da peça."



Patrícia Lima
25 anos, trabalha como operadora de caixa, casada, mora em Recife - PE.

Cuidadosa **Gosta de presentear**

"Mãe de uma filha de 03 anos e gosto sempre de comprar mais para ela do que para mim, mesmo que roupinhas para crianças ultimamente estejam muito caras e se percam rápido já que ela vem crescendo bastante."

Foto de Engin Akyurt
<https://www.pexels.com/pt-br/foto/mulher-sorridente-usando-camisa-rosa-com-gola-redonda-1642228/>

Fonte: A autora, 2022.

Captando o perfil do público-alvo e tendo suas respectivas representações pode-se seguir adiante observando os principais comentários feitos na aba de avaliações de aplicativos similares, e, testando esses mesmos aplicativos, chega-se à etapa do Escopo.

4.2 ETAPA DO ESCOPO

No plano de escopo é o momento de definir as especificações funcionais e os requisitos necessários para dar andamento ao projeto seguindo as hipóteses levantadas na etapa anterior. Com o objetivo de conhecer plataformas já existentes que oferecem serviços similares foram analisados três sistemas semelhantes ao proposto pelo relatório.

Figura 3- Sites/Applicativos utilizados para análise de similares



Fonte: Plataformas oficiais dos sistemas.

O foco desse estudo deu-se a partir do Design e usabilidade dos aplicativos “Roupa Livre” (lançado em dezembro de 2017 porém tendo sua última atualização em novembro de 2019), “Trokai” (lançado em 2019, este já vem sendo atualizado com mais frequência visto que sua última atualização foi em outubro de 2021) e o aplicativo “Enjoei” (lançado no ano de 2015 e atualizado pela última vez em janeiro de 2022) que, embora não seja considerado um concorrente direto, ainda sim propõe compra e venda de produtos já utilizados com o objetivo de diminuir o impacto ambiental. Destarte, será possível verificar pontos positivos e negativos em relação a temática apresentada, Design e usabilidade, com o objetivo de reconhecimento dos principais itens envolvidos ao tema buscando uma aplicação mais assertiva para operar a primeira versão do aplicativo posteriormente testada com reais usuários.

Tabela 1 – Análises de similares

Sites/Applicativos	Roupa Livre	Trokai	Enjoei
Pontos positivos sobre Design e usabilidade:	Boa escolha de tipografia e cores; Proposta de “match” semelhante ao “Tinder” quando as pessoas curtem as peças uma das outras.	Interface leve; Função de chat entre os usuários colocada de modo simples e direto.	Linguagem visual amigável; Fontes com ótimo tamanho para leitura, sejam nos títulos ou em corpos de texto.
Pontos negativos sobre Design e usabilidade:	Problemas com login e cadastros limitados a conta de Facebook; Interface complexa de modo que há uma complicação para completar tarefas como a de chat, por exemplo.	Sistema de busca incompleto e pouco intuitivo; Página inicial não tão prática para visualização das peças em destaques postas nela.	Muitos textos automáticos enviados por bot; As peças, obrigatoriamente, são definidas entre gênero feminino e masculino.

Fonte: A autora (2023).

Assentado aos pontos positivos e negativos de cada um dos três aplicativos similares, é o momento de especificar o que, a partir disso, deve-se apresentar no aplicativo que será idealizado, visto que buscamos por uma plataforma que além de inovações também entregue com melhorias as funcionalidades já oferecidas por outros, ou seja, ofertar a plataforma mais completa e satisfatória entre as que já existem e suportam um serviço parecido. Visando análises de cenários, o uso desse

aplicativo se dará em momentos do cotidiano em que o usuário esteja procurando novidades de vestuários, em momentos de necessidades em que o usuário precise comprar uma nova peça e até mesmo nos pequenos intervalos do dia a dia em que procura descontração enquanto está no ônibus, a espera de algo, comendo sozinho, etc.

Por exemplo, se pegarmos a persona Manoela Rocha (figura 2) é deduzível que ela utilizará o aplicativo em busca de variadas peças para que possa criar conteúdo e compartilhar com a sua audiência enquanto, no seu perfil, decide publicar peças que utilizou antes, para conteúdo e eventos antigos, podendo assim trocá-las e continuar nesse ciclo de modo que seu guarda-roupa não acabará superlotando e, ao mesmo tempo, ela não vai precisar gastar tanto financeiramente quanto costuma gastar sem o uso da plataforma. A segunda persona, Fernanda Melo, poderia continuar trocando suas peças de roupas sem altos custos que dificultem a vida financeira de seus pais e a Patrícia Lima, terceira persona, conseguiria encontrar peças para sua filha pequena e, ao mesmo tempo, disponibilizar as que já não servem mais para ela.

Unindo as informações coletadas até agora a análise de similares é possível definir alguns anseios que valem a pena transformar em funcionalidades para a primeira versão do protótipo, são eles:

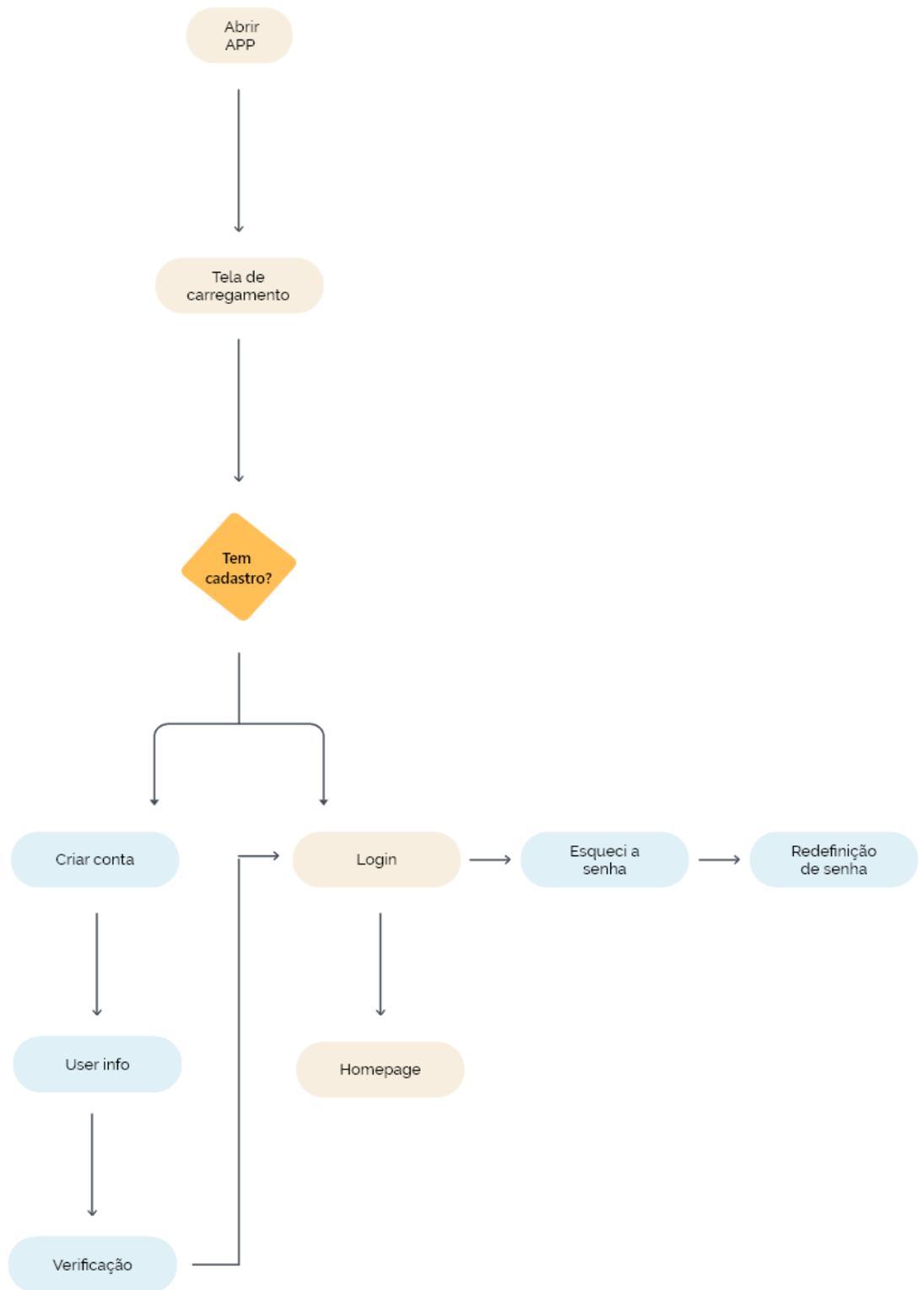
- Cadastro/Login práticos;
- Chat entre os usuários;
- Chat com assistente virtual;
- Sistema de busca;
- Rótulo de peça feminina, masculina ou unissex além de divisão por tamanhos.

Além das necessidades percebidas, elementos como tela inicial, telas de confirmações e erros, atalhos e outras funções que, geralmente, compõe um aplicativo de Moda serão implementadas com o objetivo de manter familiaridade para com os usuários, de modo que seja um novo aplicativo, com novidades e diferentes funcionalidades, porém que atinja as expectativas já colocadas pelo público que consomem a mesma vertente virtualmente.

4.3 ETAPA DA ESTRUTURA

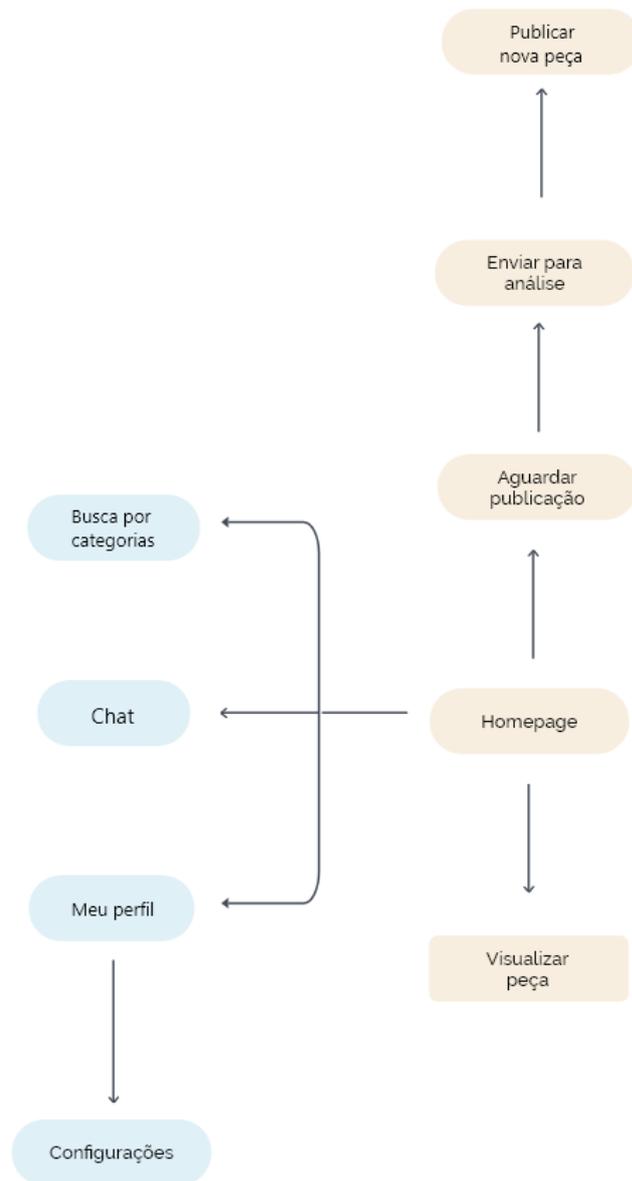
Após estabelecidas as funcionalidades primordiais é o momento de construção da arquitetura de informação, etapa necessária para mapear o processo feito pelo usuário, procurando facilitar o acompanhamento desse processo e sua padronização. Mais especificamente, o fluxograma criado para este projeto pode ser rotulado como “fluxograma de decisão”, “fluxograma de tomada de decisão” ou até mesmo “fluxograma de processo” no qual haverá coleta de dados, indicações de alternativas, escolhas entre as alternativas, acompanhamento, entrega de informações e confirmação ou oferta de novas tentativas em caso de erros.

Figura 4- Userflow a partir da tela inicial



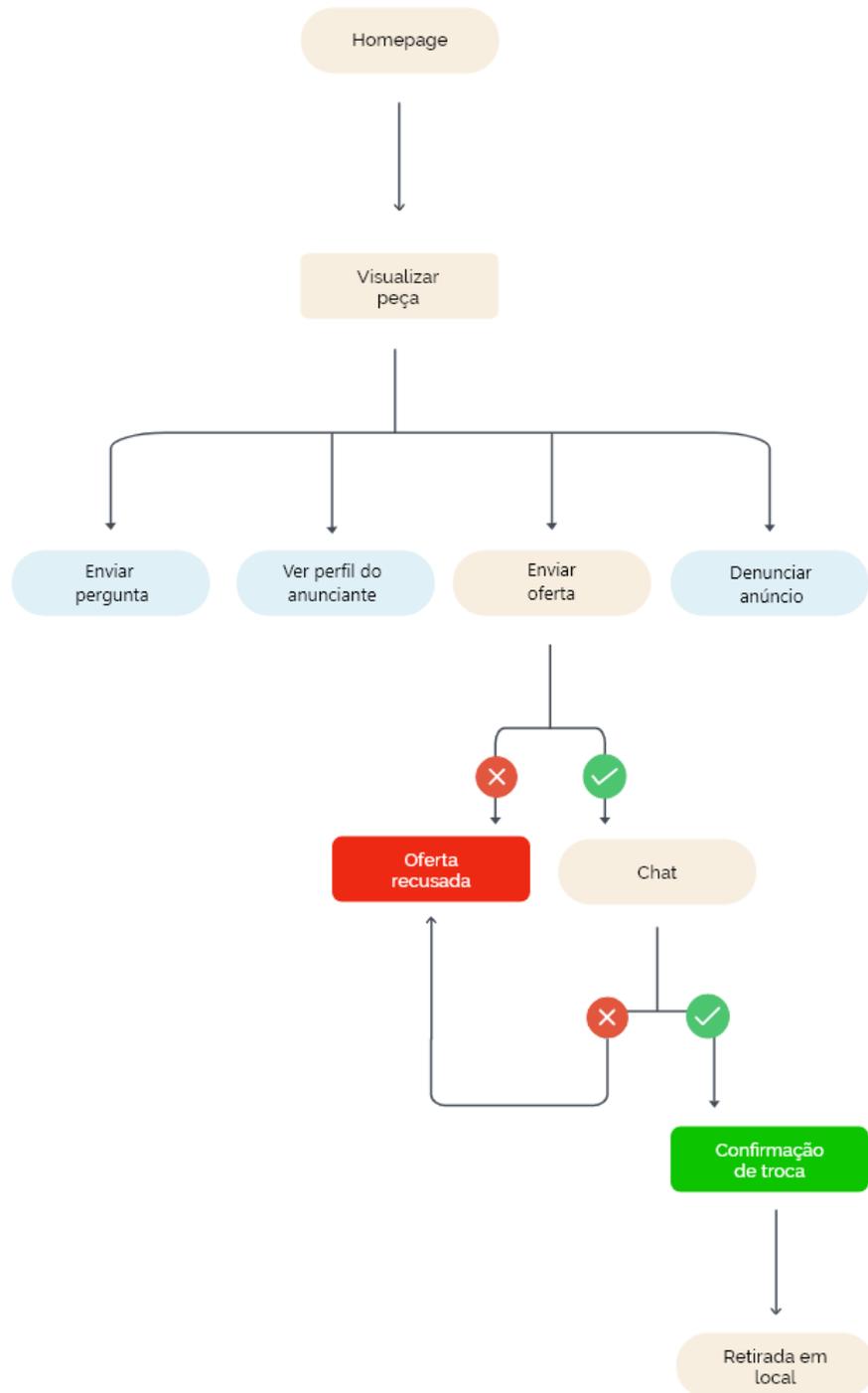
Fonte: A autora, 2022.

Figura 5- Userflow a partir da Homepage



Fonte: A autora, 2022.

Figura 6- Userflow a partir da visualização de peça

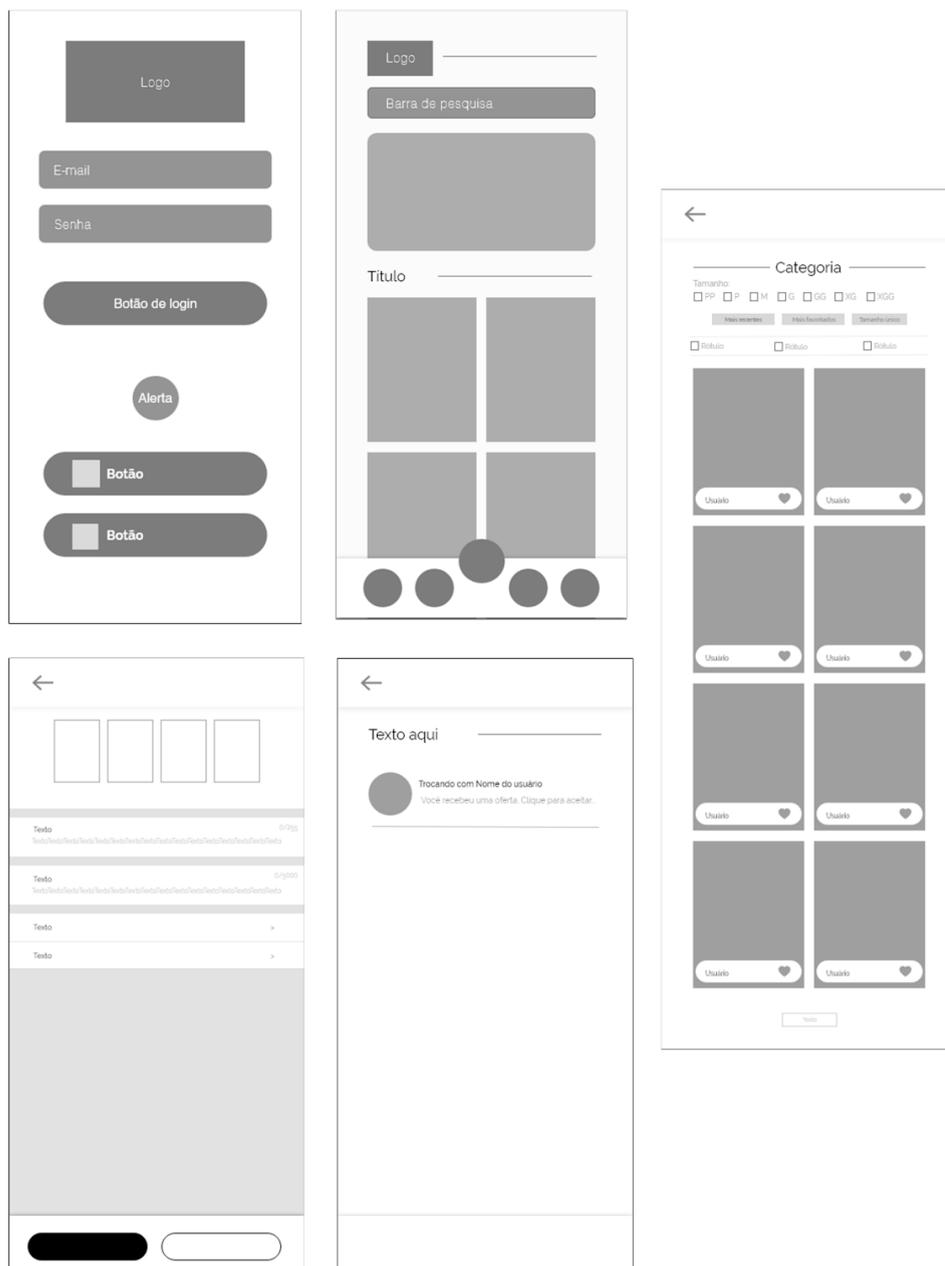


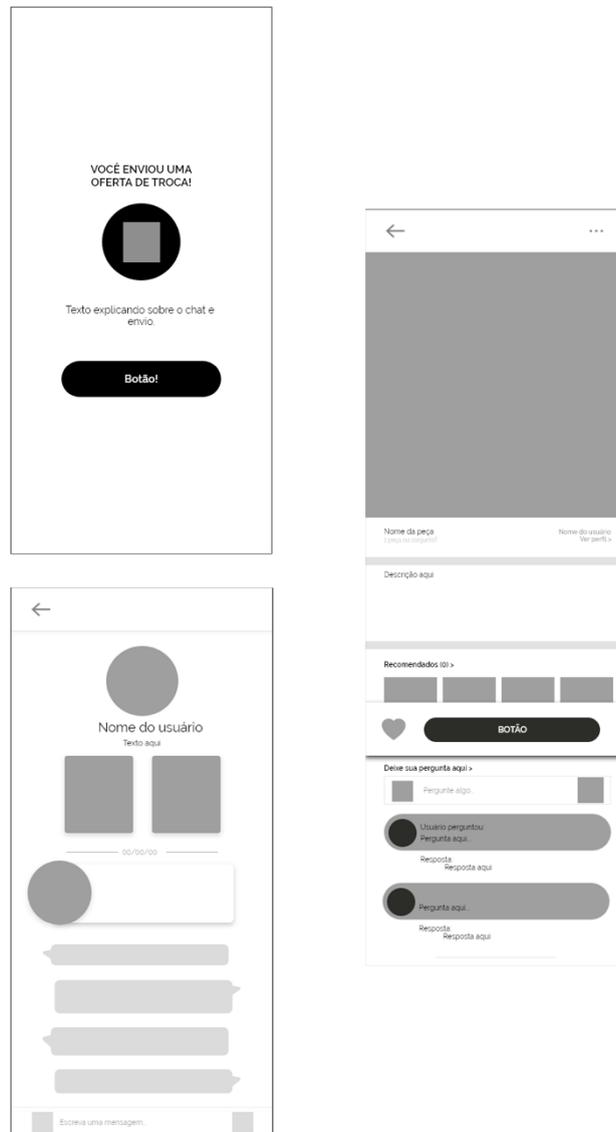
Fonte: A autora, 2022.

4.4 ETAPA DO ESQUELETO

Durante o desenvolvimento da fase de esqueleto foram utilizadas as definições feitas na etapa anterior para, agora, estabelecer como essas funcionalidades podem tomar forma, ou seja, nesta fase serão construídos protótipos de baixa fidelidade de acordo com a estrutura pensada anteriormente. Esses *wireframes* serão responsáveis pelo apoio no momento de diagramação das telas sugerindo suas estruturas a partir de ilustrações mais simples, eles irão assegurar que os objetivos colocados até aqui sejam atingidos.

Figura 7- Wireframes das telas principais





Fonte: A autora, 2022.

Os seguintes como referência para a parte visual, os *wireframes* das telas iniciais, de visualização de peças em conjunto e individualmente, momento de escolha do chat e chat privado, confirmação de solicitação e envio de peça a ser publicada foram capazes de evidenciar as resoluções feitas até este determinado momento, foram utilizadas grade, a hierarquia de informações já começa a ser evidenciada, de modo que seguir esses esboços traz uma economia de tempo e mais organização ao projeto, o que também beneficia para o requisito de

padronização desse aplicativo para que a familiaridade desejada entre sistema e usuário seja capturada. A seguir, torna-se ativo o momento de elaboração de toda a parte visual do projeto buscando uma maior atratividade, além do reforço das características já citadas anteriormente.

4.5 ETAPA DA SUPERFÍCIE

Após as definições tomadas durante as etapas iniciais chega-se ao plano de superfície e como primeiro passo foi decidido que, por ser um projeto que preza pela exposição de seu propósito, foi essencial a criação de uma identidade visual elaborada de forma metódica com todos os fundamentos ensinados no curso de Design. Por isso, a apresentação deste tópico tem seu início com o briefing, documento organizado com o objetivo de reunir colocações relevantes para a criação de um projeto, com o objetivo da concepção de marca. Sobre as noções estratégicas o público-alvo e o mercado já foram definidos nas primeiras fases do projeto, a marca tem seu posicionamento indicado buscando solucionar a falta de alternativas mais sustentáveis e acessíveis para consumo de Moda, com o diferencial de incentivar a troca das peças e não vendê-las. Para trazer referências e inspirações foi criado um *moodboard*:

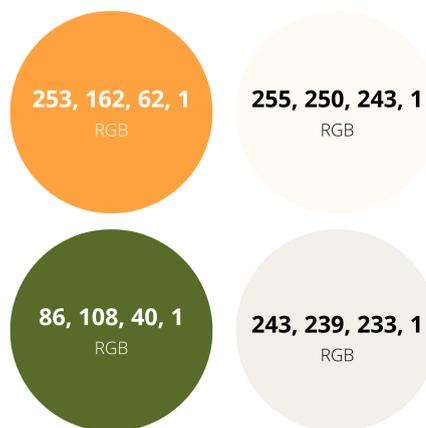
Figura 8- Quadro de inspirações e referências



Fonte: Quadro de imagens da fotógrafa Emma Rahmani retiradas do site Canva e reunidas pela autora. 2023.

A partir das primeiras pesquisas de referências foi decidido que cores como laranja, verde, gelo e outros tons pastéis seriam boas sugestões para a paleta de cores, já colorações em vermelho, roxo e semelhantes são opções a se evitar. Por buscar uma imagem mais acolhedora, convidativa, responsável e ativa ao mesmo tempo, foi dada preferência a cores que expressam essas sensações. Também pensando que essas cores precisam estar presentes no aplicativo e que manter bons contrastes é necessário, assim como não ter cores vibrantes o tempo inteiro em tela pelo receio de causar incômodos e outras insatisfações dos usuários.

Figura 9- Paleta de cores definida



Fonte: A autora, 2022.

Para o logotipo a escolha foi trazer elementos que remetem a ciclo e sustentabilidade, porém tentando não fazer parecer uma marca focada em reciclagem apenas, por isso, a cor que ele carrega entre as que estão na paleta é o laranja, mas, também, vem junto ao símbolo de duas folhas dando a ideia de ciclo infinito remetendo a troca das peças de vestuário. A escolha do nome “Teumeu” relaciona-se com o fato do usuário estar compartilhando suas peças com outras pessoas, complementando na questão do querer ser cordial.

Figura 10- Logotipo



Fonte: A autora, 2022.

Para unir a identidade visual ao aplicativo foi necessário a escolha da tipografia além do uso de formas, para uma melhor legibilidade e um senso mais moderno foram utilizadas duas famílias de fontes práticas e diretas para uso tanto em tamanhos maiores quanto nos pequenos textos, recomendadas seja para o aplicativo ou em futuros momentos de criação de layouts para *marketing*, etc.

Figura 11- Delimitação da tipografia

Raleway

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789@#\$%&*() - = + \$; / ° ? [] { } ^ _ ` ~ ¨ ç \ | €

Helvetica

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789@#\$%&*() - = + \$; / ° ? [] { } ^ _ ` ~ ¨ ç \ | €

Fonte: A autora, 2022.

Após deliberados todos esses elementos o próximo passo foi transpassá-los para o aplicativo, foram construídas 49 telas entres elas as principais telas iniciais, de bate-papo, de exposições das peças, de publicação de novas peças, de perfil de usuário, configurações, tela de *login*, cadastro, entre outras. Embora nem todas sejam utilizadas no momento de teste de satisfação, aplicado na etapa seguinte, o objetivo foi produzir o protótipo com o maior conteúdo possível para navegação via Adobe XD.

A primeira versão completa do protótipo está disponível via Google Drive¹. Comentando sobre as principais telas, a primeira parte tem seu início com a tela de abertura do aplicativo que dá ao usuário a opção de login ou cadastro, caso a opção de login seja escolhida o usuário é levado a tela onde pode digitar e-mail e senha para entrada no seu perfil do aplicativo, entrar com Facebook ou Google, ou clicar na opção “esqueci minha senha” e ser enviado para possível redefinição.

¹ <https://drive.google.com/drive/folders/1m5y9eZZdm2BrMA0JAIJkZrp9o1ul9xXm?usp=sharing>

Figura 12- Primeira seção do protótipo

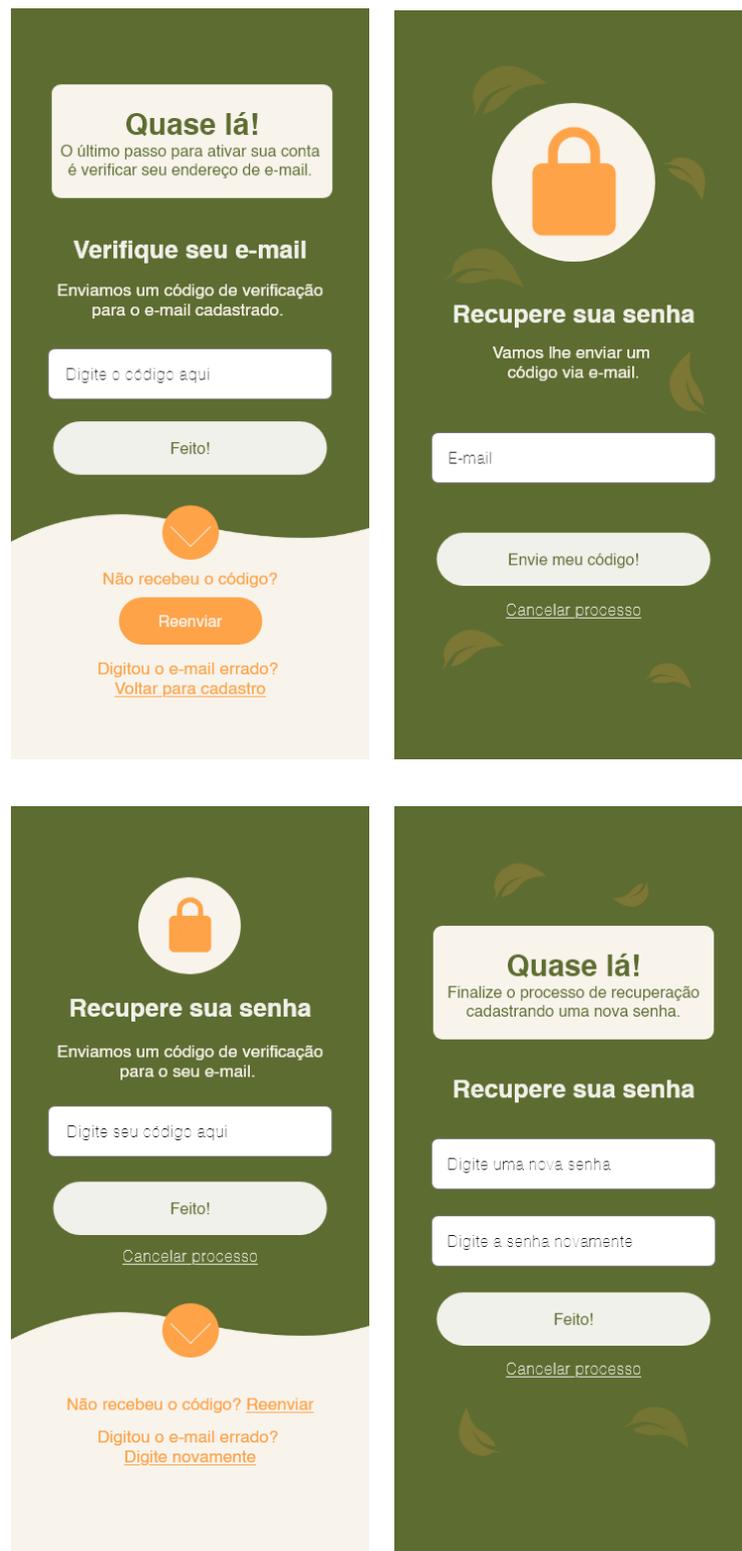
The image displays four panels of a mobile app prototype for Teumeu, arranged in a 2x2 grid. The top-left panel shows the login screen with the Teumeu logo, the slogan 'Moda com propósito.', a 'Login' button, and a link to 'Cadastr-se'. The top-right panel shows the login form with fields for 'E-mail' and 'Senha', a 'Login' button, a 'Esqueci minha senha' link, and social login options for Facebook and Google. The bottom-left panel shows the registration form with fields for 'Nome', 'E-mail', and 'Senha', a 'Cadastr-se' button, and a link to 'Faça login'. The bottom-right panel shows the address input screen with the heading 'Adicione seu endereço principal', a note that the address will be used to improve the user experience, and fields for 'CEP', 'Estado - Cidade', 'Bairro', and 'Nome da rua', along with a 'Feito!' button.

Panel 1 (Top-Left): Teumeu logo, slogan "Moda com propósito.", "Login" button, and link "Não tem conta? [Cadastr-se](#)".

Panel 2 (Top-Right): Teumeu logo, "E-mail" field, "Senha" field, "Esqueci minha senha" link, "Login" button, and link "Não tem conta? [Cadastr-se](#)". Social login buttons: "Login com Facebook" and "Login com Google".

Panel 3 (Bottom-Left): Teumeu logo, "Nome" field, "E-mail" field, "Senha" field, "Cadastr-se" button, and link "Já tem uma conta? [Faça login](#)". Social login buttons: "Crie usando o Facebook" and "Crie usando o Google".

Panel 4 (Bottom-Right): Heading "Adicione seu endereço principal", note "O endereço será utilizado para melhorar a sua experiência.", "CEP" field, "Estado - Cidade" field, "Bairro" field, "Nome da rua" field, and "Feito!" button.

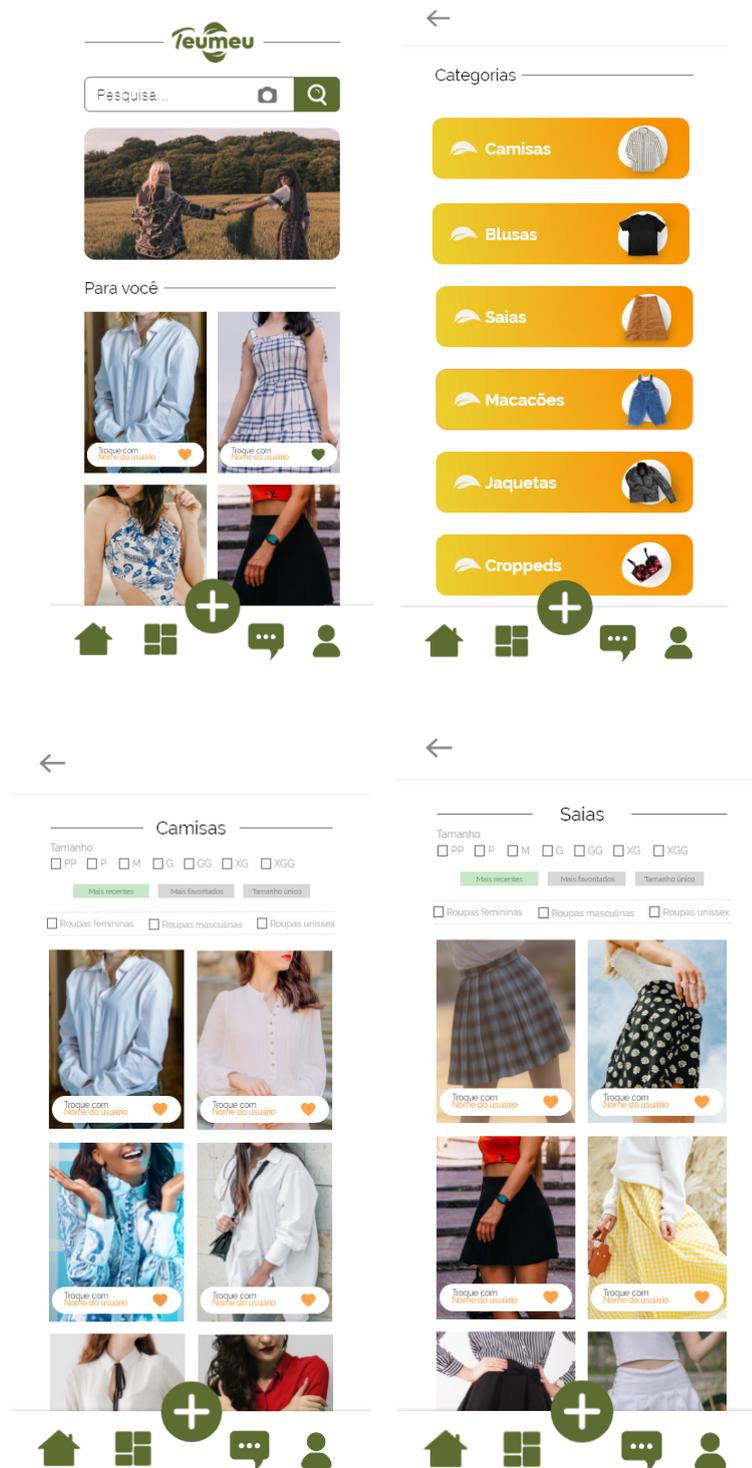


Fonte: A autora.

Na seção seguinte o usuário começa a explorar o conteúdo do aplicativo em si, a proposta foi deixá-lo com a mesma proposta de sensação das plataformas gerais de vendas envolvendo Moda, para que o usuário sinta familiaridade e poder de escolha enquanto explora o Teumeu. Também, houve preocupação em deixar os

itens bem expostos para que haja uma facilidade em verificar todas as peças recomendadas na página inicial, assim como as peças em seu respectivo nicho.

Figura 13- Segunda seção do protótipo

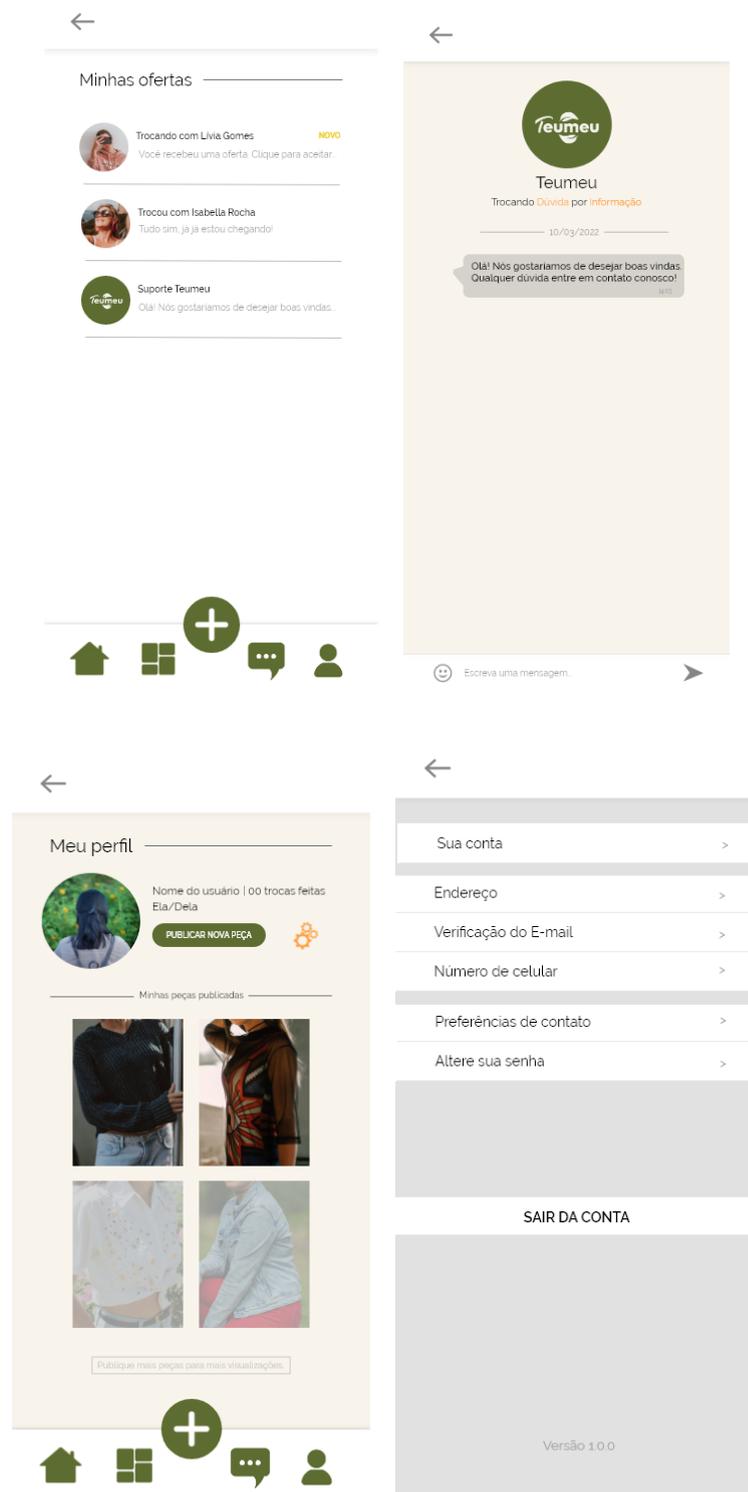


Fonte: A autora.

Os ícones aplicados na parte inferior da interface são atalhos que levam o usuário direto de volta à página inicial (figura 12) ao clicar na imagem da casa, as

categorias (figura 12) ao clicar nas formas retangulares em conjunto, ao bate-papo (figura 13) ao clicar no balão de mensagem e ao perfil do usuário (figura 13) ao clicar no desenho que remete a um indivíduo, página que também dá acesso as configurações do aplicativo (figura 13).

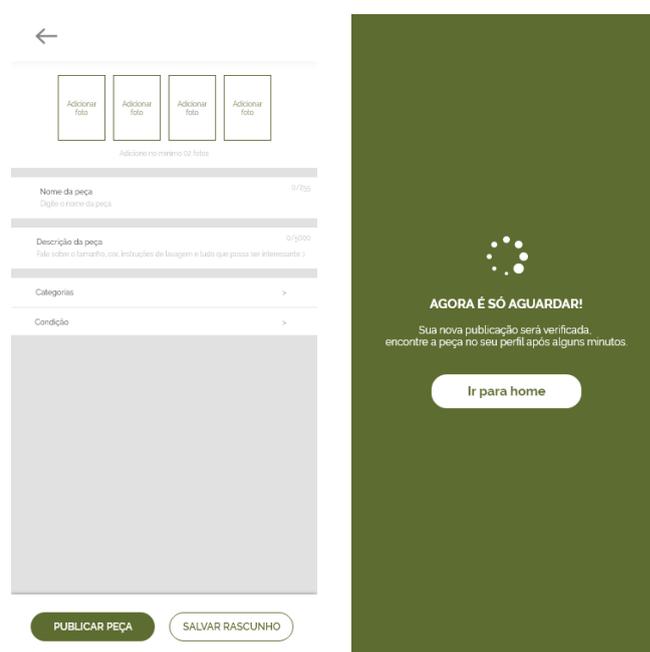
Figura 14- Telas carregadas pelos outros atalhos citados



Fonte: A autora.

Para que a atividade principal aconteça, além da homepage ofertando os principais produtos da semana, produtos baseados no que o usuário já pesquisa e uma área de categorias, para facilitar a procura de peças específicas, há a função de convidar o usuário para troca quando selecionada a peça desejada e de chat para que, se aceita, a negociação continue na conversa entre os dois. Caso seja aceita, para finalizar a negociação, os usuários têm a opção de escolher combinar a retirada das peças em algum local de sua cidade ou enviar via transporte tendo os custos dos fretes, nesta situação o próprio aplicativo já oferece as etiquetas de envio com as informações de endereço, de cada usuário, prontas para impressão. Já o ícone de adição, encontrado em destaque no meio da parte inferior da tela, tem o objetivo de carregar a página de publicação de novos itens, na qual o usuário acessa para enviar suas peças para troca. O usuário encontrará espaço para envio de fotos das peças, adicionar nome, descrição, etc. E, após o envio, a publicação passará por uma verificação antes de ser concluída.

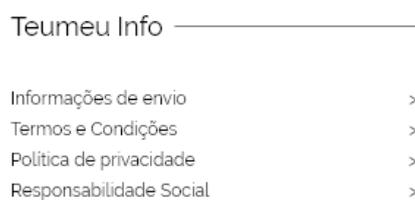
Figura 15- Publicação de novas peças



Fonte: A autora.

Além das já mostradas, o aplicativo também possui funcionalidades como preferência de ativação ou desativação das notificações, dando mais liberdade e controle ao usuário, função de denúncia de usuários de modo que o perfil afetado sofrerá uma verificação e caso atinja 03 penalidades sua conta poderá ser desativada, opção de mudanças de nome, endereço, senha e e-mail, convite para adição do número de celular fazendo com que suas publicações tenham mais exposição visto que há uma maior confirmação de contato. Ao fim da página inicial o usuário tem acesso a páginas que explicam mais sobre a política e regras do aplicativo, tendo como disponível a leitura da responsabilidade social objetivada, política de privacidade, termos e condições e informações de como funcionam os envios.

Figura 16- Informações de rodapé



Fonte: A autora.

5 TESTE COM O PÚBLICO-ALVO

Com a primeira versão do protótipo finalizada foi possível organizar um teste de satisfação buscando compreender a perspectiva dos usuários no momento de utilização do aplicativo, com ajuda da plataforma do Google Forms foi montado um questionário a ser respondido pós teste proposto pela autora. Logo de início, esse questionário expõe as informações necessárias para que saibam o objetivo do teste e pede o e-mail de cada uma das 20 pessoas que aceitaram participar da atividade. A proposta foi que as pessoas navegassem no protótipo como usuário regular com o desafio de escolher a peça “Moletom básico laranja” e fazer uma oferta de troca, após isso haviam algumas perguntas a serem respondidas.

Figura 17- Primeira pergunta do questionário

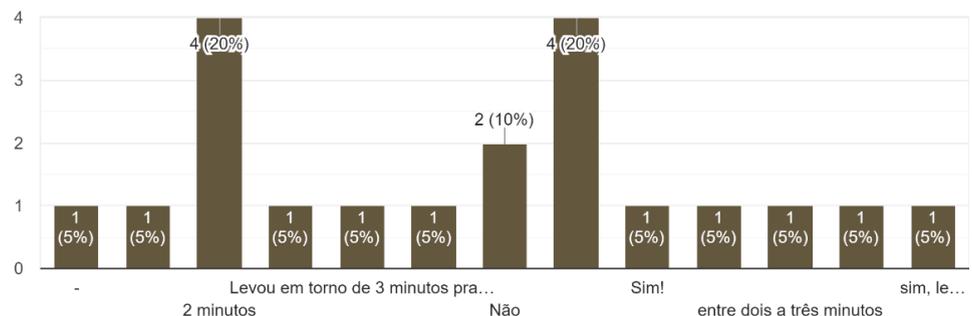
Avaliação das telas...
Essa seção servirá para você avaliar as telas que fazem parte da atividade principal oferecida pelo APP, oferta de troca, desde o início ao fim da ação.

Quanto tempo você demorou para completar a tarefa? Foi possível completar em * menos de 5 minutos?

Sua resposta

Quanto tempo você demorou para completar a tarefa? Foi possível completar em menos de 5 minutos?

20 respostas



Fonte: A autora, 2023.

Para a primeira pergunta foi questionado aos usuários se foi possível completar a tarefa em menos de 5 minutos, sendo de 2 a 3 minutos o tempo

desejado, e apenas duas das vinte pessoas disseram que não conseguiram enquanto as outras puderam fazer no período de tempo almejado de início. O que mostra a facilidade em observar os itens e analisá-los, de modo que esse fator foi considerado como satisfatório e não serão necessárias mudanças no layout enquanto a exposição das peças e modo de realização da oferta de troca assim que escolhido o item.

Figura 18- Segunda pergunta do questionário

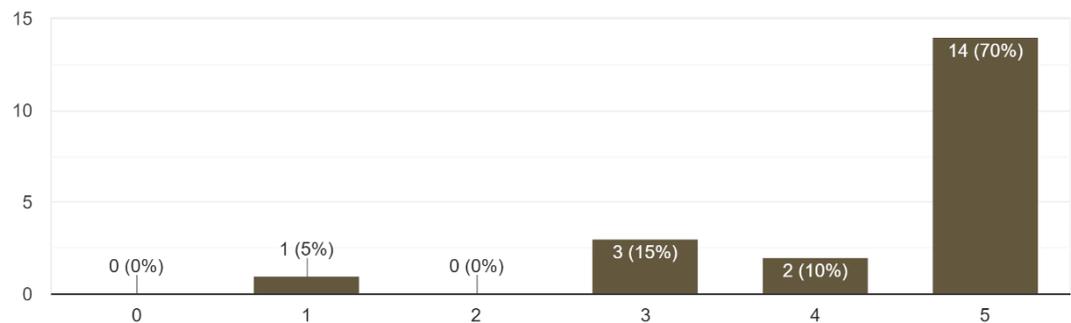
O quanto você se sentiu utilizando um aplicativo de Moda, segundo a interface do Teumeu? *

0 1 2 3 4 5

Não me parece um APP de Moda Me parece um APP de Moda

O quanto você se sentiu utilizando um aplicativo de Moda, segundo a interface do Teumeu?

20 respostas



Fonte: A autora.

Quando perguntando, de 0 a 5, o quanto se sentiram utilizando um aplicativo de Moda, a maioria respondeu 5 que remete a muito, duas pessoas marcaram o número 4, três pessoas marcaram o número 3, nenhuma marcou o número 0 ou 2 e uma pessoa marcou o número 1. Mostrando que a maioria dos usuários durante o teste sentiram que estavam acessando algo que os remete aos aplicativos de moda gerais atuais, um ponto buscado no momento de estratégia desse projeto. Com suporte desse teste de usabilidade, busca-se certificar que o usuário terá a imersão correta a partir do planejamento de superfície criado para o protótipo. Ademais, os

dados coletados concedidos pelos usuários participantes serão convertidos em pré-requisitos para a elaboração da segunda versão do protótipo.

Figura 19- Terceira pergunta do questionário

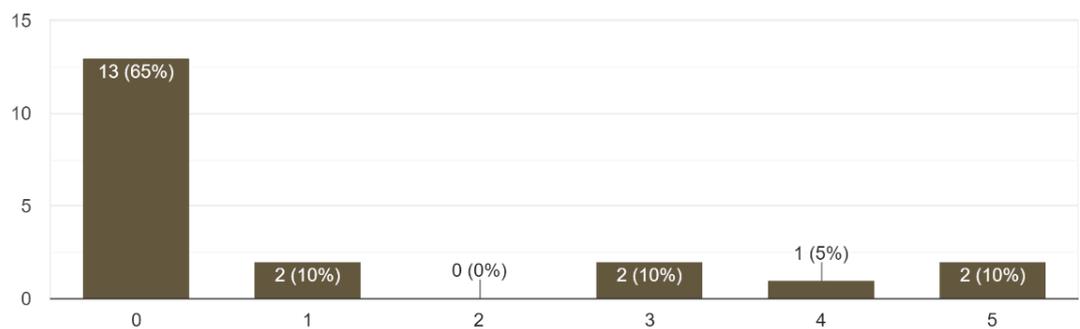
O quanto foi complicado navegar no aplicativo? *

0 1 2 3 4 5

Nenhum pouco Muito complicado

O quanto foi complicado navegar no aplicativo?

20 respostas



Fonte: A autora.

Sobre a complexidade durante a navegação no aplicativo obtivemos, novamente, a maioria dizendo que não sentiu ser um aplicativo complexo, marcando 0 nessa questão. Duas pessoas marcaram 1 no nível de complexidade, duas pessoas marcaram 3 no nível de complexidade e 2 pessoas acharam muito complexo, por elementos que serão entendidos nas próximas questões e que serão resolvidos durante o *redesign*.

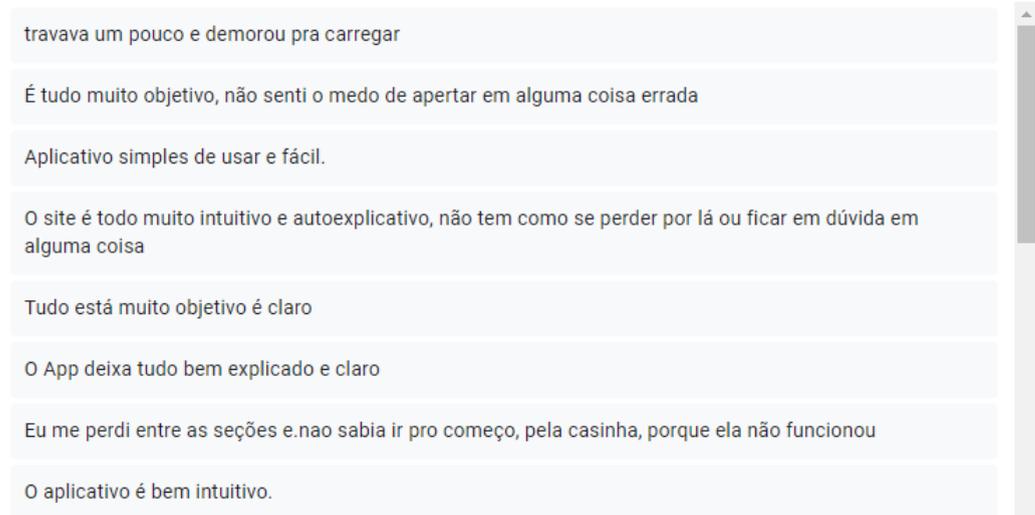
Figura 20- Quarta pergunta do questionário

Seguindo com sua resposta da questão anterior, o que lhe fez pensar que é nada, * pouco, médio ou muito complicado na interface?

Sua resposta

Seguindo com sua resposta da questão anterior, o que lhe fez pensar que é nada, pouco, médio ou muito complicado na interface?

20 respostas



travava um pouco e demorou pra carregar

É tudo muito objetivo, não senti o medo de apertar em alguma coisa errada

Aplicativo simples de usar e fácil.

O site é todo muito intuitivo e autoexplicativo, não tem como se perder por lá ou ficar em dúvida em alguma coisa

Tudo está muito objetivo é claro

O App deixa tudo bem explicado e claro

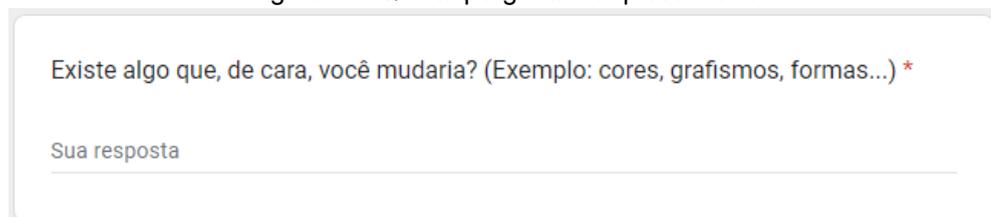
Eu me perdi entre as seções e nao sabia ir pro começo, pela casinha, porque ela não funcionou

O aplicativo é bem intuitivo.

Fonte: A autora.

Na questão seguinte o questionamento foi "O que lhe fez pensar que é nada, pouco, médio ou muito complicado na interface?". E, durante a verificação das respostas tornou-se viável compreender que os pontos positivos são que a interface é considerada intuitiva, que o aplicativo é prático de ser utilizado e bem objetivo, que as informações pictóricas e verbais estão organizadas. Já os pontos negativos surgiram com os fatores de demora para carregamento, mau funcionamento do ícone para a página inicial e a diagramação com muitos elementos.

Figura 21- Quinta pergunta do questionário



Existe algo que, de cara, você mudaria? (Exemplo: cores, grafismos, formas...)*

Sua resposta

Existe algo que, de cara, você mudaria? (Exemplo: cores, grafismos, formas...)

20 respostas

Não
Não
faria os ícones das peças de roupa um pouquinho maiores
Não, está tudo certinho.
Não!
Cores
A diagramação é muito cheia de elementos e eu demorei a memorizar ou entender a tela inteira
Não, acredito que o mesmo corresponde a proposta.

Fonte: A autora.

Por último, foi perguntado se os usuários mudariam alguma coisa no aplicativo que os tenha incomodado. Foram obtidas dicas de aumento dos ícones que categorizam as peças de vestuários, a predominância da cor verde que acaba remetendo mais a reciclagem do que um aplicativo com foco em Moda, já que mesmo pregando sustentabilidade o Teumeu é sobretudo um aplicativo feito com foco no âmbito *fashion* sendo de suma importância mostrar isso aos seus potenciais usuários, além de algumas mudanças enquanto as formas e localização dos textos em algumas telas específicas. A partir do levantamento de cada uma das repostas foi viável a descoberta dos pontos a serem melhorados na próxima fase onde acontecerá o *redesign* do protótipo buscando atender os anseios expostos pelo grupo representante do público-alvo mas, também, fundamentado na primeira versão do protótipo do Teumeu, visto que há uma proposta de estratégia, valores e marca a ser seguida, tal como os fundamentos já pesquisados e explanados no tópico de referencial teórico deste documento (tópico 02).

6 REDESIGN - COM BASE NOS RESULTADOS

O redesign, de modo geral, significa reformular um conteúdo. Nesse caso não haverá reformulação de marca ou identidade visual, mas sim as mudanças serão focadas nos problemas encontrados pelos usuários que participaram do teste de satisfação, sendo o redesign do protótipo o objetivo. A primeira confirmação tida com as informações reunidas no último tópico é que a maioria dos usuários não abandonaram o aplicativo nos primeiros momentos, mas que seriam necessárias algumas alterações para que a utilização do Teumeu não fosse deixada de lado assim que esses pequenos incômodos se elevarem. Além do aumento dos textos para uma melhor leitura, novos ícones foram criados para que houvesse uma ampliação que não comprometesse a qualidade e espaçamento dos ícones de atalho.

Figura 22- Novos ícones

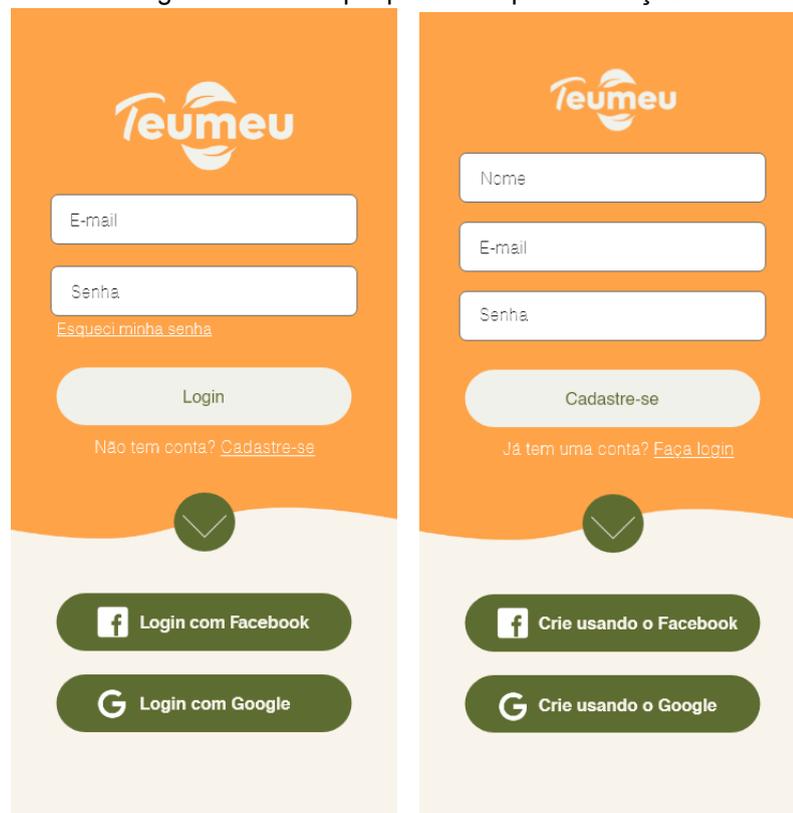


Fonte: A autora.

Ademais, os elementos de grafismos das folhas individuais no fundo de momento de cadastro e recuperação de senha foram removidos a fim de uma melhora no carregamento das telas. Assim como textos foram aumentados nas abas de categorias e no perfil do usuário, e as cores também foram modificadas

diminuindo o uso da cor verde e alterando o fundo das telas que antes eram compostas na cor creme buscando um melhor contraste para a leitura feita pelos usuários. No caso desse protótipo final há a possibilidade de navegá-lo com base na plataforma disponível pela Adobe e ter a mesma experiência dos usuários que puderam verificar a primeira versão, o protótipo final completo está disponível em <<https://xd.adobe.com/view/1778087e-47fb-48d7-8afa-09059121947d-422b/?fullscreen&hints=off>>.

Figura 23- Telas que passaram por mudanças





Recupere sua senha

Enviamos um código de verificação para o seu e-mail.

Feito!

[Cancelar processo](#)



Não recebeu o código? [Reenviar](#)

Digitou o e-mail errado? [Digite novamente](#)



Recupere sua senha

Vamos lhe enviar um código via e-mail.

Envie meu código!

[Cancelar processo](#)

Quase lá!

Finalize o processo de recuperação cadastrando uma nova senha.

Recupere sua senha

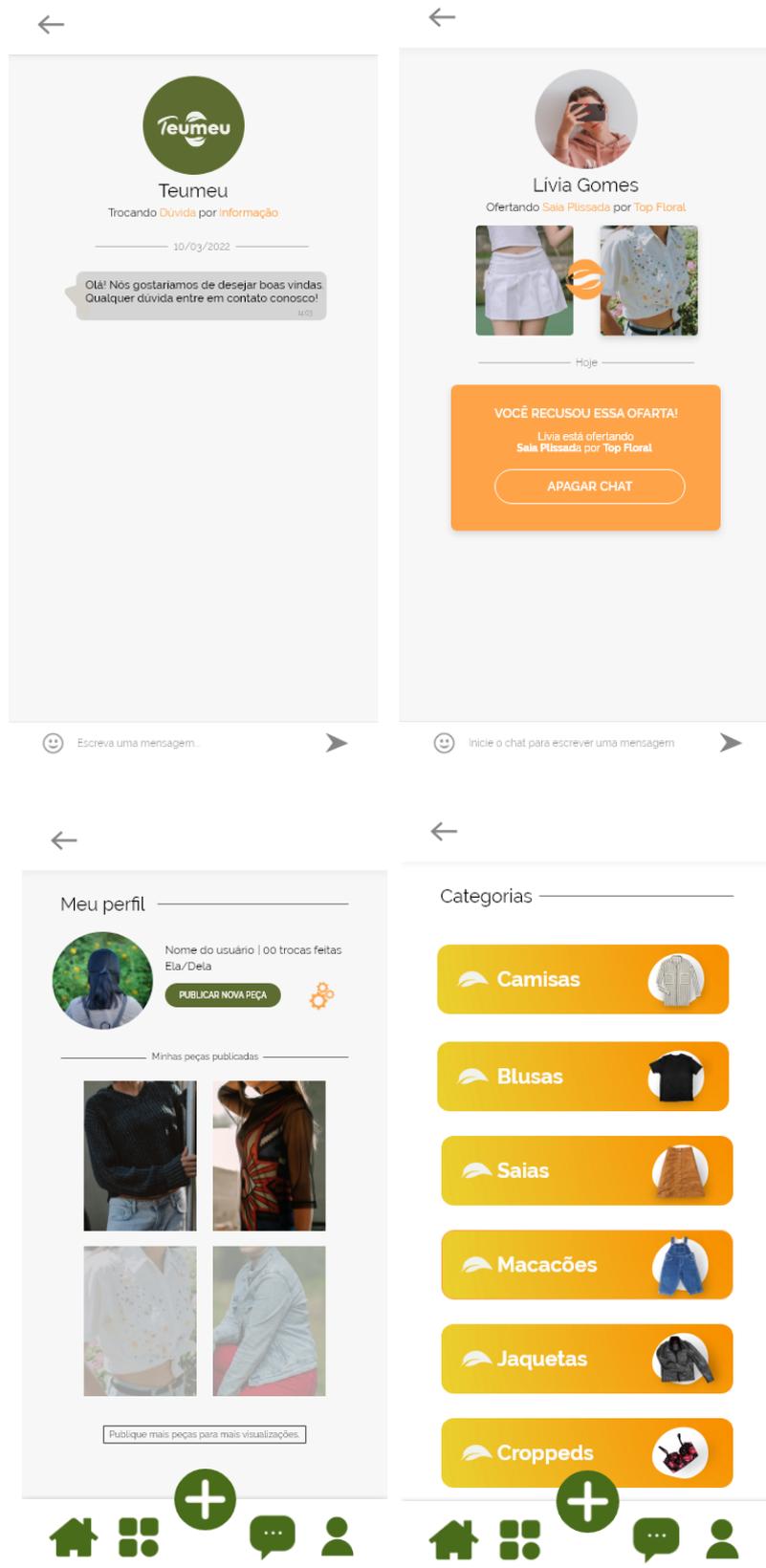
Feito!

[Cancelar processo](#)

Adicione seu endereço principal

O endereço será utilizado para melhorar a sua experiência.

Feito!



Fonte: A autora.

Após o encerramento de todas as etapas que levaram ao resultado final do protótipo, vale ressaltar que o Teumeu ainda não é um projeto totalmente finalizado

podendo haver possibilidade de futuras alterações e adição de outros funcionamentos a partir de mais gerações de alternativas para fidelizar ainda mais a participação dos usuários e obter outras melhorias ao longo do tempo, não havendo intenções, no momento, de levar o projeto ao mercado mas sim de aprofundar as pesquisas em outros projetos como os de pós-graduação e/ou mestrado. Ou seja, não se rotula como um projeto com fins lucrativos podendo fazer uso das imagens utilizadas durante o processo sem obrigação de atribuições segundo a licença de uso da plataforma Unsplash (site fonte de recursos visuais disponível na internet com fornecedores de vários países) que as oferta. Todas as imagens podem ser vistas individualmente em <https://drive.google.com/drive/folders/12SMDmt1bhqTg987iFgwPfSD2UnZRGIA1?usp=sharing>, assim como a licença citada no texto.

7 CONCLUSÃO

Para algumas pessoas o Design tornou-se algo banal, porém, a área afeta a todos em diferentes possibilidades. Produtos precisam ter a capacidade de atender as necessidades e anseios de seus grupos sociais, rejeitando relações simplórias entre forma e função, recebendo influências. Como é citado no texto de John Heskett, “O que é Design?”, o leque de possibilidades que o Design abrange é abundante. O que faz o Design ampliar variedades e torna-se importante a sociedade, afetando o dia a dia dos usuários até nos pequenos detalhes. Essa interação dinâmica entre produto e consumidor é um dos principais pontos que regem os estágios da inovação. Ultimamente, produtos são projetados, criados e alterados com agilidade, a partir do *feedback* do usuário. O que se leva a crer que uma base inicial de pesquisa pessoal sobre o público com ou qual, ou para o qual, se vai oferecer algo é, de fato, atenuadora. Portanto, metodologias podem ser vistas como uma ferramenta positiva ao designer quando se deseja encontrar novas oportunidades de inovação.

Utilizar-se de dinâmicas é facilitador para encontrar as reais necessidades e anseios do grupo de pessoas com o qual se tem preferência em trabalhar na indústria. Essa abordagem centrada no ser humano é capaz de alavancar novas ideias de negócios ou transformar completamente modelos já existentes. A partir da finalização deste projeto, entende-se que a criação de um aplicativo como o Teumeu sendo uma nova forma de consumo a ser explorada é uma ideia também interessante ao público engajado em Moda e consumo apurado. Foi visto que, além de conscientizar a população sobre questões ambientais, é necessário oferecer possibilidades de escolhas mais sustentáveis e acessíveis, já que as opções ativas atualmente acabam sempre cumprindo apenas um dos dois requisitos. Os funcionamentos do aplicativo permitem que cada usuário possa visualizar com calma as peças de seu interesse e ter uma experiência de consumo saudável a partir de todos os planos colocados em prática para o estudo e construção da proposta apresentada neste documento.

O propósito do Teumeu é levar o consumo consciente para um maior público seja, principalmente, inserido no universo do consumo consciente ou, de modo secundário, não usufruindo do consumo consciente, mas ainda sim interessado em Moda. Futuramente, espera-se a oferta de alguns serviços secundários e outras

formas de troca como: doação de peças para instituições sem fins lucrativos em troca de benefícios a serem planejados, adição de novas categorias, como calçados e bolsas, criações de comunidades dentro do aplicativo para uma classificação mais assertiva entre os tipos de peças buscadas pelos usuário, por exemplo, uma comunidade de mães que querem fazer troca de peças infantis, e, também, construir um marketing buscando mais do público masculino que tenha os mesmos interesses em Moda.

REFERÊNCIAS

- GHISI, Júlia. **A influência dos cenários na experiência do usuário**. Catarinas, 2016. Disponível em: <<https://catarinasdesign.com.br/a-influencia-dos-cenarios-na-experiencia-do-usuario/>>. Acesso em: 21 de mar. De 2022.
- ARAÚJO, Kelvia. FERNANDES, Rafael. BANDEIRA, Larissa. **Críticas à cadeia de produção não sustentável no consumo de moda de mulheres millennials nordestinas**. Revista Livre de Sustentabilidade e Empreendedorismo, v. 6, n.5, p.38-57, set-out, 2021. ISSN: 2448-2889. Acesso em 11/10/2021.
- DE SOUZA QUINTÃO, Fernanda; TRISKA, Ricardo. **Design de informação em interfaces digitais: origens, definições e fundamentos**. InfoDesign-Revista Brasileira de Design da Informação, v. 11, n. 1, p. 105-118, 2014.
- ROGERS, Y.; SHARP, H.; PREECE, J. **Design de Interação: além da interação humano-computador**. 2013. Barbosa, S. D. J.; Silva, B. S. da; Silveira, M. S.; Gasparini, I.; Darin, T.; Barbosa, G. D. J.
- DE ABREU CYBIS, Walter; BETIOL, Adriana Holtz; FAUST, Richard. **Ergonomia e Usabilidade 3ª edição: Conhecimentos, Métodos e Aplicações**. Novatec Editora, 2015.
- FLETCHER, Kate; GROSE, Lynda. **Moda & Sustentabilidade: design para mudança**. Editora Senac São Paulo, 2019.
- BERLIM, Lilyan. **Moda e sustentabilidade: uma reflexão necessária**. Estação das Letras e Cores Editora, 2020.
- LIPOVETSKY, G. **O império do efêmero: A moda e seu destino nas sociedades modernas**. Tradução: Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- GARRET, Jesse James. **The Elements of User Experience, Second Edition. User Centered Design for the Web and Beyond**. New Readers Press, 2011.