



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS - UFG**  
**FACULDADE DE ARTES VISUAIS - FAV**  
**BACHARELADO EM DESIGN GRÁFICO**

GABRIEL VASCONCELOS RIBEIRO TAQUARY, LUCAS GABRIEL COELHO  
OLIVEIRA, PEDRO MARINI PERPETUA

**LABOR: PROPOSTA DE DESENVOLVIMENTO DE INTERFACE PARA WEBSITE  
DE SERVIÇOS DE DESIGN FREELANCE**

**GOIÂNIA**  
**2018**

**TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAÇÃO DIGITAL DE MONOGRAFIA DE GRADUAÇÃO DO CURSO DE BACHARELADO EM DESIGN GRÁFICO NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL – RI/UFG**

**Identificação do Trabalho de Conclusão de Curso**

Autor(es): Gabriel Vasconcelos Ribeiro Taquary, Lucas Gabriel Coelho Oliveira, Pedro Marini Perpetua	
E-mail: <a href="mailto:gabrieltaquary@gmail.com">gabrieltaquary@gmail.com</a> , <a href="mailto:lucasgabriel708@gmail.com">lucasgabriel708@gmail.com</a> , <a href="mailto:pedro.mpdg@gmail.com">pedro.mpdg@gmail.com</a>	
O(s) e-mail(s) pode(m) ser disponibilizado(s) na página? ( X ) Sim ( ) Não	
Título do trabalho: LABOR: PROPOSTA DE DESENVOLVIMENTO DE INTERFACE PARA WEBSITE DE SERVIÇOS DE DESIGN FREELANCE	
Palavras-chave: Design de interface; Design centrado no usuário; User experience;	
Título em outra língua: Labor: Interface development proposal for a freelance design services website	
Palavras-chave em outra língua: Interface design; User-Centered Design; User Experience;	
Data da defesa: 05 de Dezembro de 2018	Curso: Bacharelado em Design Gráfico
Orientador (a): Prof. Ph.D. Márcio Rocha	

**DECLARAÇÃO DE DISTRIBUIÇÃO NÃO-EXCLUSIVA**

O referido autor:

- a) Declara que o documento em questão é seu trabalho original, e que detém prerrogativa de conceder os direitos contidos nesta licença. Declara também que a entrega do documento não infringe, tanto quanto lhe é possível saber, os direitos de qualquer outra pessoa ou entidade.
- b) Se o documento em questão contém material do qual não detém os direitos de autor, declara que obteve autorização do detentor dos direitos de autor para conceder à Universidade Federal de Goiás os direitos requeridos por esta licença, e que esse material cujos direitos são de terceiros está claramente identificado e reconhecido no texto ou conteúdo do documento em questão.

**TERMO DE AUTORIZAÇÃO**

Na qualidade de titular dos direitos do autor do conteúdo supracitado, autorizo a Biblioteca Central da Universidade Federal de Goiás a disponibilizar a obra, gratuitamente, por meio do Repositório Institucional - RI/UFG, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei nº 9610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data, sob as seguintes condições:

Permitir uso comercial de sua obra? ( ) Sim (X) Não

Permitir modificações em sua obra?

( ) Sim

( ) Sim, contanto que outros compartilhem pela mesma licença .

(X) Não

A obra continua protegida por Direito Autoral e/ou por outras leis aplicáveis. Qualquer uso da obra que não o autorizado sob esta licença ou pela legislação autoral é proibido.

Goiânia 17 de Dezembro de 2018.

*Gabriel Taquary, Pedro Marini, Lucas Gabriel C. O.*  
Assinatura do(s) autor(es) e/ou detentor(es) do(s) direitos autorais

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS - UFG**  
**FACULDADE DE ARTES VISUAIS - FAV**  
**BACHARELADO EM DESIGN GRÁFICO**

GABRIEL VASCONCELOS RIBEIRO TAQUARY, LUCAS GABRIEL COELHO  
OLIVEIRA, PEDRO MARINI PERPETUA

**LABOR: PROPOSTA DE DESENVOLVIMENTO DE INTERFACE PARA UM  
WEBSITE DE SERVIÇOS DE DESIGN FREELANCE**

Trabalho de conclusão de Curso apresentado ao curso de Design Gráfico, da Universidade Federal de Goiás - UFG, na Faculdade de Artes Visuais - FAV, como requisito parcial à obtenção de Bacharel em Design Gráfico.

Área de habilitação: Design Gráfico.

Orientador: Prof. Márcio Alves da Rocha (Ph.D).

**GOIÂNIA**

**2018**

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Taquary, Gabriel Vasconcelos Ribeiro  
LABOR [manuscrito] : PROPOSTA DE DESENVOLVIMENTO DE  
INTERFACE PARA WEBSITE DE SERVIÇOS DE DESIGN  
FREELANCE / Gabriel Vasconcelos Ribeiro Taquary, Lucas Gabriel  
Coelho Oliveira, Pedro Marini Perpetua. - 2018.  
CXXVII, 127 f.: il.

Orientador: Prof. Dr. Márcio da Rocha.  
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade  
Federal de Goiás, Faculdade de Artes Visuais (FAV), Design  
Gráfico, Cidade de Goiás, 2018.  
Bibliografia. Anexos. Apêndice.  
Inclui fotografias, gráfico, tabelas, lista de figuras, lista de tabelas.

1. Design de interface. 2. Design centrado no usuário. 3. User  
experience. I. Oliveira, Lucas Gabriel Coelho. II. Perpetua, Pedro  
Marini. III. da Rocha, Márcio, orient. IV. Título.

CDU 316.774

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS  
FACULDADE DE ARTES VISUAIS  
BACHARELADO EM DESIGN GRÁFICO**

**GABRIEL VASCONCELOS R. TAQUARY, LUCAS GABRIEL C. OLIVEIRA,  
PEDRO MARINI PERPETUA**

**LABOR: PROPOSTA DE DESENVOLVIMENTO DE INTERFACE PARA  
WEBSITE DE SERVIÇOS DE DESIGN FREELANCE**

Trabalho de conclusão de curso de conclusão de curso apresentado como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Design Gráfico da Faculdade de Artes Visuais (FAV) da Universidade Federal de Goiás (UFG).

Defendido e aprovado publicamente em 05 de Dezembro de 2018, pelos seguintes membros da banca:



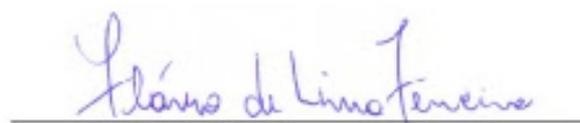
---

Prof. Ph.D. Márcio Rocha – Orientador (a)  
Universidade Federal de Goiás



---

Prof. Dr. Ravi Passos – Avaliador (a)  
Universidade Federal de Goiás



---

Prof. Flávio de Lima – Avaliador (a)  
Universidade Federal de Goiás

GOIÂNIA 2018

## RESUMO

A evolução da tecnologia, principalmente com o surgimento da internet, possibilitou mudanças na forma como alguns serviços são prestados. Empregador e empregado não precisam agora estar no mesmo local geograficamente para que a contratação aconteça. Outra estrutura que tem mostrado amadurecimento é o trabalho *freelance*, que basicamente significa a prestação de serviços de forma livre, sem vínculo empregatício legal. Sendo assim, no presente trabalho objetivou-se o desenvolvimento de uma interface gráfica para um *website* de conexão entre o contratante e o profissional de design gráfico, uma vez que já é uma área familiarizada ao trabalho *freelance*. Para tanto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica acerca dos conceitos teóricos relacionados ao Design de Interação, no que diz respeito a interfaces gráficas. A presente pesquisa resultou em um protótipo funcional, desenvolvido através dos passos propostos pela metodologia de projeto escolhida e toda a fundamentação teórica supracitada.

**Palavras-Chave:** Design de interface; Design centrado no usuário; User experience;

## **ABSTRACT**

The technology evolution, especially with the emergence of the internet, has made possible changes in the way some services are provided. Employer and employee now, don't need to be in the same location geographically for hiring. Another structure that has shown maturing is freelance work, which basically means the free form services without legal employment. This way, in the present work we aimed the development of a graphic interface for a website that work as a connection between the client and the professional graphic design, since it is already an familia area to freelance work. For this, a bibliographical research was carried out on the theoretical concepts related to Interaction Design, with regard to graphical interfaces. The present research resulted in a functional prototype, developed through the steps proposed by the chosen design methodology and all the aforementioned theoretical foundation.

**Key Words:** Interface design; User-Centered Design; User Experience;

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Metas da experiência do usuário.....	27
Figura 2: Etapas do projeto E. ....	32
Figura 3: Plataforma WeLancer.....	42
Figura 4: Dashboard - Welancer.....	42
Figura 5: Editar cadastro - Welancer.....	42
Figura 6: Home - Wedologos.....	44
Figura 7: Home - 99freelas.....	45
Figura 8: Dashboard - Workana.....	45
Figura 9: Organograma.....	52
Figura 10: Fluxograma de acesso.....	54
Figura 11: Wireframes Estruturais.....	55
Figura 12: Wireframes Arquiteturais.....	56
Figura 13: Wireflow.....	57
Figura 14: Representação da metodologia projetual de Wheeler (2008).....	58
Figura 15: Assinatura visual.....	59
Figura 16: Malha construtiva do logotipo.....	61
Figura 17: Aplicações da marca.....	61
Figura 18: Perímetro de segurança da marca.....	62
Figura 19: Painel semântico design.....	63
Figura 20: Painel semântico trabalho.....	63

Figura 21: Paleta cromática.....	64
Figura 22: Gradientes.....	65
Figura 23: Famílias tipográficas.....	66
Figura 24: Grid Responsiva.....	68
Figura 25: Grid Responsiva aplicada. ....	68
Figura 26: Ilustração design em progresso.....	70
Figura 27: Imagens personalizadas para tipos de serviços.....	70
Figura 28: Iconografia.....	71
Figura 29: Home - LABOR .....	74
Figura 30: Como funciona a plataforma.....	74
Figura 31: Vantagens para cada usuário (início).....	75
Figura 32: Vantagens para cada usuário (final).....	76
Figura 33: Tipos de serviços oferecidos.....	77
Figura 34: Sobre a LABOR e informações de contato.....	78
Figura 35: Tela de decisão sobre a tipificação de usuário.....	79
Figura 36: Tela de cadastro.....	80
Figura 37: Tela de questionamento do usuário sobre o serviço buscado.....	81
Figura 38: Tela explicativa.....	82
Figura 39: Envio de portfólio.....	83
Figura 40: Notificação de análise em andamento.....	84
Figura 41: Notificação de aprovação.....	85

Figura 42: Notificação de reprovação .....	86
Figura 43: Dashboard designer.....	87
Figura 44: Dashboard cliente.....	88
Figura 45: Opções de serviços.....	89
Figura 46: Splash descritivo de serviço.....	90
Figura 47: Variações do serviço.....	91
Figura 48: Formulário de informações adicionais do projeto.....	92
Figura 49: Pesquisa por profissionais.....	93
Figura 50: Portfólio detalhado designer.....	94
Figura 51: Escolha dos profissionais.....	95
Figura 52: Notificação de solicitação aceita.....	96
Figura 53: Aviso sobre etapas e prazo.....	97
Figura 54: Confirmação de início de projeto e cobrança de 40% do valor total..	98
Figura 55: Tela de pagamento.....	99
Figura 56: Situação das etapas.....	100
Figura 57: Solicitação de alteração.....	101
Figura 58: Avaliação.....	102
Figura 59: Chat.....	103
Figura 60: Busca.....	104
Figura 61: Configurações parte superior.....	105
Figura 62: Configurações parte inferior.....	106

Figura 63: Tela responsiva: Homepage.....	107
Figura 64: Telas responsivas: Dashboards.....	108
Figura 65: Telas responsivas: projetos.....	108
Figura 66: Telas responsivas: Buscas e Seleção de profissionais.....	109
Figura 67: Telas responsivas: Portifólio e pagamento.....	109

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Análise paramétrica da perspectiva do profissional .....	36
Tabela 2: Análise paramétrica da perspectiva do cliente.....	37
Tabela 3: Análise paramétrica extra .....	38
Tabela 4: Análise paramétrica da usabilidade: .....	38
Tabela 5: Resultados: .....	39
Tabela 6: Resultados da análise paramétrica da perspectiva do profissional...	116
Tabela 7: Resultados da análise paramétrica da perspectiva do cliente.....	118
Tabela 8: Resultados da análise paramétrica extra.....	119
Tabela 9: Resultados da análise paramétrica da usabilidade.....	121

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>13</b>
<b>1.1 OBJETIVOS.....</b>	<b>14</b>
<b>1.1.1 Objetivo Geral.....</b>	<b>14</b>
<b>1.1.2 Objetivos Específicos.....</b>	<b>15</b>
<b>1.2 JUSTIFICATIVA.....</b>	<b>15</b>
<b>1.3 DELIMITAÇÃO DO PROJETO.....</b>	<b>17</b>
<b>1.4 APRESENTAÇÃO DAS PARTES.....</b>	<b>17</b>
<b>2 REFERENCIAL TEÓRICO.....</b>	<b>17</b>
<b>2.1 TRABALHO FREELANCE E O PERFIL DO FREELANCER.....</b>	<b>18</b>
<b>2.2 WEB DESIGN.....</b>	<b>19</b>
<b>2.2.1 Design de Interfaces.....</b>	<b>20</b>
<b>2.2.1.1 Design da Informação.....</b>	<b>22</b>
<b>2.2.1.2 Design da Interação.....</b>	<b>23</b>
<b>2.2.1.3 Design Centrado no Usuário.....</b>	<b>24</b>
<b>2.2.1.4 Usabilidade.....</b>	<b>25</b>
<b>2.2.1.5 User Experience (UX).....</b>	<b>27</b>
<b>2.2.1.6 Design Responsivo.....</b>	<b>29</b>
<b>3 DESENVOLVIMENTO.....</b>	<b>29</b>
<b>3.1 METODOLOGIA PROJETUAL.....</b>	<b>30</b>
<b>3.1.1 ESTRATEGIA.....</b>	<b>33</b>
<b>3.1.1.1 Contextualização.....</b>	<b>33</b>
<b>3.1.1.2 Análises.....</b>	<b>35</b>
<b>3.1.1.2.1 Análise de Similares.....</b>	<b>35</b>
<b>3.1.1.2.2 Estudo de Campo.....</b>	<b>41</b>
<b>3.1.1.2.3 Questinários.....</b>	<b>46</b>

3.1.2 ESCOPO.....	48
3.1.2.1 Definição do Sistema.....	48
3.1.2.2 Posicionamento da Linguagem Gráfico-visual.....	49
3.1.3 ESTRUTURA.....	50
3.1.3.1 Organograma.....	51
3.1.3.2 Mapa de acesso.....	53
3.1.4 ESQUELETO.....	54
3.1.4.1 Wireframes Estruturais.....	55
3.1.4.2 Wireframes Arquiteturais.....	56
3.1.5 ESTÉTICA.....	57
3.1.5.1 Identidade Visual.....	57
3.1.5.2 Diagramação e composição.....	66
3.1.5.3 Pictografia.....	68
3.1.5.4 Iconografia.....	70
3.1.6 EXECUÇÃO.....	71
3.1.6.1 Implementação.....	71
3.1.6.2 Telas Responsivas.....	106
<b>4 CONCLUSÃO.....</b>	<b>109</b>
<b>REFERÊNCIAS.....</b>	<b>110</b>
<b>APÊNDICE A.....</b>	<b>116</b>
<b>APÊNDICE B.....</b>	<b>123</b>
<b>APÊNDICE C.....</b>	<b>123</b>
<b>APÊNDICE D.....</b>	<b>124</b>
<b>APÊNDICE E.....</b>	<b>126</b>

## 1. INTRODUÇÃO

Com a revolução industrial, a partir de 1840, as estruturas de vínculo empregatício se transformaram, principalmente com a evolução da tecnologia, que possibilita não só em alguns casos a substituição de trabalho humano por máquinas, mas também, com o surgimento da internet, a realização de alguns serviços remotos, ou seja, sem a necessidade do empregador e o empregado estarem no mesmo local (geograficamente). Essas mudanças são apresentadas por Heerwagen et al (2016) e Almeida (2017) onde fazem comparações sobre a estrutura e os processos de trabalho dos anos 60 até a atualidade.

Strunck (2007) afirma que as relações de emprego tais como conhecemos hoje, com carteira assinada, têm a possibilidade de extinção. Segundo ele, a tendência é trabalho domiciliar, onde o profissional “empresaria a si próprio”.

Além do trabalho remoto, outra estrutura que cresce exponencialmente é a do trabalho *freelance*, que segundo o dicionário da Google se caracteriza como: “quem ou o que trabalha por conta própria, oferecendo seus serviços profissionais, sem qualquer vínculo empregatício, e é remunerado por tarefa, por trabalho apresentado”.

Segundo Carvalho (2018), em seu *website*: “A origem da palavra vem dos tempos medievais, quando um cavaleiro mercenário tinha sua lança livre, *free lance*, ou seja, era livre para oferecer seus serviços para qualquer pessoa disposta a pagar por eles.”

Portanto, o profissional *freelancer* exerce sua atividade profissional de forma “livre”, firmando acordos de trabalho na forma escrita (contrato) ou verbal, tendo sua duração prevista ou também de forma quantitativa, definida pela quantidade de projetos. Dessa forma o *freelancer* participa do mercado, prestando serviços a clientes, sendo essas pessoas físicas ou jurídicas.

Entende-se através de Almeida et al (2017), que a soma do trabalho remoto, com o trabalho *freelance*, possibilita uma série de vantagens para o empregado, como por exemplo: 1. Maior flexibilidade de horário; 2. Aproveitamento do tempo que seria gasto no trânsito (para chegar na empresa); e 3. Redução do estresse causado pelo ambiente de trabalho.

Para o empregador há também muitas vantagens, como por exemplo: 1. Maior facilidade de contratação e demissão; 2. Menor custo (por não precisar pagar pelas burocracias de contratação e a estrutura física para acomodar os empregados); e 3. Maior produtividade, pois o empregado só recebe o pagamento integral ao finalizar o serviço, portanto, tende a agilizar a conclusão do projeto.

Essa possibilidade se torna ainda mais atraente quando somada a atual crise econômica do Brasil, onde segundo o IBGE, em 2018: 13,2 milhões de pessoas estão desempregadas.

Segundo Moreira et al (2017), dentre esses profissionais (*freelancers*), uma grande parcela pertence ao grupo de profissionais criativos (p. ex. designers). Isso se dá em parte pela natureza da atividade de design, que comumente é um trabalho temporário e que portanto não exige vínculo empregatício (costuma ocorrer através de um contrato, formalizado ou não).

Portanto, conhecendo as novas tendências de mercado, desenvolveu-se as interfaces de uma plataforma digital (website) que liga designers gráficos *freelancers* à clientes, de maneira intuitiva, eficaz e agradável, com base na literatura da área Design de Interação, no que diz respeito a interfaces hipermídias, que segundo Lowdermilk (2013) nos ajuda a manter o foco nas necessidades principais do usuário, garantindo assim, a obtenção de informações sólidas que nortearam de forma concreta o projeto construído.

Embora, tanto o usuário que busca serviços, quanto o usuário que presta serviços sejam clientes desta plataforma, durante o corpo da pesquisa utiliza-se a nomenclatura “cliente” para indicar o usuário que busca serviços e “profissional” para indicar o profissional que presta serviços, isso para facilitar o entendimento pelo leitor e diminuir a possibilidade de dúvidas.

## **1.1 OBJETIVOS**

A partir da problemática apresentada, os seguintes objetivos foram adotados para o projeto.

### **1.1.1 OBJETIVO GERAL**

- Desenvolver a interface gráfica de um *website* cujo objetivo é fazer a conexão entre o profissional de design gráfico e o cliente, de forma fluida, simples e eficaz.

### 1.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Buscar informações sobre o mercado *freelancer* brasileiro, bem como um levantamento dos principais serviços oferecidos por Designers gráficos.
- Compreender e aplicar os conceitos, métodos e práticas relacionados à interação do usuário com interfaces gráficas.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

A ideia inicial do projeto surgiu durante o período de graduação dos autores no curso de bacharelado em Design gráfico, na Universidade Federal de Goiás, onde, realizaram alguns projetos (atuando como *freelancers*) e tiveram desafios que se repetiram na maioria dessas experiências. Os principais foram: 1. A dificuldade em encontrar clientes; 2. A falta de segurança, pois nem sempre um contrato formal era estabelecido (facilitando assim o não cumprimento dos honorários); 3. Por uma desvalorização da atividade de Design ou pouco conhecimento da área, os clientes não achavam justos os honorários solicitados e acabavam recorrendo a um conhecido, com alguma habilidade nos softwares de edição e manipulação de imagens, para realizar os serviços sem custo ou por uma baixa remuneração. Esses problemas foram diversas vezes discutidos ao longo do período, tanto entre os estudantes como entre os professores e por isso, tornou-se objetivo principal da pesquisa apresentar uma alternativa gráfica que minimizasse esse problema. Para isso, primeiramente se fez necessário uma análise contextual do mercado e da atividade de Design, para apontar a real existência do problema.

Segundo as Contas Nacionais Trimestrais do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), o setor terciário brasileiro, que engloba serviços e comércio, aumentou cerca de 4% o valor adicionado do PIB entre os anos de 2003 a 2016, passando de 65,8% para 73,3%. .

A empresa Forbes (2016), em seu *website*, publicou uma matéria onde, segundo ela (tradução nossa): “a economia *freelance* têm mostrado grande

amadurecimento”. Também afirma que: em 2016, o número de profissionais *freelancers* nos Estados Unidos, chegou a 55 milhões apoiado por tecnologias como a Uber (empresa que liga motoristas particulares a clientes, através de um aplicativo).

Atualmente, existem soluções que visam resolver esses problemas (de conexão entre profissional *freelancer* e cliente), como por exemplo: Wedologos/welancer, 99freelas e Workana, porém levantam uma série de outros. Por exemplo, uma das mais reconhecidas plataformas que faz ligação entre freelancers da área de design gráfico à clientes, a Wedologos, funciona através de um “sistema de leilão”. De forma resumida, nela, o cliente que busca um profissional das artes gráficas, pública um projeto, especificando o que precisa (briefing), como por exemplo, uma Identidade Visual para sua empresa, e prazo para envio de propostas. Assim, os usuários cadastrados na plataforma enviam propostas durante o período previamente estipulado e ao final do prazo, o cliente seleciona a alternativa que mais o agradou (ou nenhuma), e somente o profissional que teve sua proposta escolhida que é pago, ou seja, os outros profissionais trabalharam sem nenhuma garantia de pagamento e ao final do projeto não obtiveram remuneração.

Segundo a plataforma, os “*welancers*” (termo usado pela empresa para representar os usuários) já faturaram R\$ 15.061.014,00 (até a data atual, 25 de outubro de 2018). Entende-se então que existe receptividade por parte dos usuários a esse tipo de plataforma online de conexão entre contratante e contratado, porém essa relação pode ser melhorada.

Strunck (2007), chama de prática predatória e inconsequente essa em que o cliente solicita projetos especulativos. Afinal, segundo o Capítulo III, Artigo 12º do Código de Ética Profissional do Designer Gráfico da ADG (Associação dos Designers Gráficos): “O Designer Gráfico, não deve, sozinho ou em concorrência, participar de projetos especulativos, pelo qual só receberá o pagamento se o projeto vier a ser aprovado”. Além do mais, ainda segundo Strunck (2007, p.106), “Quando um cliente sabe que vai pagar por um serviço, ele fica mais exigente consigo mesmo. Melhora a qualidade das informações envolvidas no processo”. Esta é a primeira condição para que bons resultados sejam alcançados.

Ainda como justificativa, veremos a seguir através de análises que essas plataformas existentes não atendem de forma eficiente várias demandas que tornariam a experiência de contratação de serviços melhor e mais eficiente, tanto para o profissional, quanto para o cliente (ver capítulo 3).

A interface gráfica que pretende-se desenvolver para este *website*, tem como objetivo ser uma plataforma digital de busca, contratação, comunicação e avaliação entre cliente e designer. Além disso, o *website* tem como ideal valorizar a atividade de design, sempre alfabetizando os usuários (cliente e profissional) sobre a importância e complexidade de cada produto a ser desenvolvido, assim justificando de forma clara os honorários e a seriedade do trabalho executado por esse tipo de profissional.

### **1.3 DELIMITAÇÃO DO PROJETO**

O escopo deste trabalho é o desenvolvimento da interface gráfica para o LABOR, um website que possibilita a conexão profissional de forma segura, simples e eficaz entre empresas ou pessoas físicas com designers gráficos freelancers.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Tendo em vista um alicerçamento no desenvolvimento da interface gráfica do *website* que fará a conexão entre cliente e designer gráfico *freelancer*, serão expostos a seguir os conhecimentos teóricos pertinentes ao desenvolvimento deste produto, bem como algumas técnicas projetuais sugeridas por autores consolidados da área.

### **2.1 TRABALHO FREELANCE E O PERFIL DO FREELANCER BRASILEIRO**

Utilizou-se aqui os conhecimentos proporcionados pela pesquisa supracitada, Mercado Freelancer 2017, realizada pela Rockcontent, que abrangeu cerca de 9.500 usuários das plataformas Wedologos e 99jobs (plataformas que conectam *freelancers* e clientes). Ela foi responsável por traçar a faixa etária dos atuais *freelancers* brasileiros; a escolaridade; os nichos de atuação mais rentáveis; a média de dedicação e os hábitos dos profissionais independentes; área de atuação e as tendências desse mercado.

Segundo dados da pesquisa, os atuais contribuintes para o mercado *freelancer* brasileiro são em sua maior parte jovens, entre 20 e 30 anos (64,79%).

A maioria (94,6%) tem grau superior completo (ou ao menos os que responderam a pesquisa, que foi divulgada através de formulários online), não necessariamente atuando em sua área de formação (60%). Dentre as áreas de atuação desses profissionais, 73% tem como área de conhecimento algum curso pertencente às ciências humanas, e dentro destes, 52% fazem parte das áreas: design e comunicação social.

Ainda sobre a pesquisa, 62,31% dos entrevistados atuam entre 0 e 2 anos nesse mercado. Todavia, já se consideram especialistas em até três anos de carreira. Esse dado aponta que o *freelancer* brasileiro não associa tempo de mercado a expertise. Além disso, 59,2% dos entrevistados afirmam trabalhar de casa e 27% não tem uma rotina definida.

Outro dado relevante para este projeto é que a maioria dos *freelancers* brasileiros apostam na internet para divulgarem seu trabalho, ou seja, utilizam ferramentas online para prospecção de clientes. Além de que, “o freelancer brasileiro tem dificuldade em encontrar clientes e ainda não conseguiu se firmar profissionalmente para ter a mesma segurança de um empregado CLT” Mercado freelancer (2017, p.40).

Dentre esses profissionais, 45,2% têm um emprego fixo (com CLT) e utilizam essa alternativa como forma de renda extra.

Portanto, com base em nesses dados, tem-se uma direção para basear o projeto e tentar, na medida do possível, atender suas expectativas e necessidades, tais como:

- Tentar proporcionar através de recursos gráficos a sensação de confiança e segurança;
- Possibilitar maior flexibilidade em relação a tempo/uso;
- Chance de apresentação do portfólio online, se possível através da própria plataforma; e por fim:
- A estética deve ser voltada para um público mais jovem, que aceita as novas tendências do mercado.

## 2.2 WEB DESIGN

Sobre a definição de *Web design*, segundo Marinho (2012):

O *web design* pode ser visto como uma extensão da prática do design, em que o foco do projeto é a criação de websites e documentos disponíveis no ambiente da web. Essa atividade profissional tende à multidisciplinaridade, uma vez que a construção de páginas *web* requer subsídios de diversas áreas técnicas, além do design propriamente dito. Áreas profissionais como a arquitetura da informação, programação, usabilidade, acessibilidade, entre outros. (MARINHO, 2012, p.18)

Para Preece et al (2005), no geral é necessário no mínimo dois profissionais que precisam estar presentes para o desenvolvimento de um projeto de *web design*. O designer e o engenheiro de software. Elas os comparam respectivamente ao arquiteto e o engenheiro civil. Dentro de um sistema, o designer é responsável por se preocupar com a interação do usuário com o produto, se existe por exemplo proporção e hierarquia entre os elementos utilizados, fluxo de interação, se a estética do produto é agradável, etc. Enquanto o engenheiro de software é responsável por construir o sistema, aspectos estruturais e de programação.

Assim sendo, entende-se *webdesign* como uma área de estudo ampla, que seguindo o escopo deste projeto pode ser dividida em algumas partes para que o conhecimento seja melhor absorvido e as suas técnicas melhor delimitadas. Os temas relevantes para esta pesquisa, no que tange o desenvolvimento da interface gráfica, foram expostos a seguir, não necessariamente de forma hierárquica, mas de acordo com a recorrência na literatura encontrada, são eles:

1. Design de interface;
2. Design da informação;
3. Design de interação;
4. Design centrado no usuário;
5. Usabilidade
6. UX: User experience (experiência do usuário);

## 7. Design responsivo;

Essa ordem se justifica com base nos capítulos a seguir, uma vez que através deles, entende-se que de maneira sintetizada: o Design de interfaces atua através da configuração de informações por meio de métodos, sendo o produto deste design, um produto interativo, que ao ser projetado deve ser pensado para um usuário e contexto de uso específico, pois assim, favorece uma maior usabilidade e torna a experiência de uso mais agradável.

### 2.2.1 DESIGN DE INTERFACE

Antes de qualquer delimitação sobre o que é Design de interface, torna-se necessário especificar o que entende-se aqui por Design, já que é um termo sem tradução e que tem gerado divergências sobre seu significado. Considera-se aqui a delimitação feita por Passos (2014), onde o mesmo caracteriza Design como:

Design: é uma disciplina que atua na idealização de configuração de artefatos, por meio de ações intencionais, orientadas por propósitos estabelecidos e empregando métodos que geram modelos, potencialmente replicáveis, para uso do sujeito em contexto determinado. (PASSOS, 2014, p. 152)

Para Preece et al (2005, p.185), “o design é uma atividade prática e criativa, cujo objetivo final consiste em desenvolver um produto que ajude os usuários a atingir suas metas.”

Entende-se a partir de Passos (2008), que no contexto deste projeto (interfaces hipermídias), interface é a aquilo que está entre o usuário e o sistema propriamente dito. É a apresentação do sistema através de elementos imagéticos, textuais e sonoros. Preece et al (2005) explica que diferente da plataforma antes utilizada pelos engenheiros de software para se comunicar com o sistema, as GUI's - Graphical User Interface - não exigem do usuário, para interagir com o sistema, recuperar da memória o nome do comando dentre um conjunto possível de centenas ou mesmo de milhares deles. As GUI'S oferecem opções visuais e sonoras para guiar o usuário até a finalização de seus objetivos.

Por consequência, o Design de interface pode ser conceituado como: a idealização e configuração de interfaces (que são compostas por elementos imagéticos, textuais e sonoros), por meio de ações intencionais, orientadas por propósitos estabelecidos e empregando métodos que geram modelos potencialmente replicáveis, para uso do sujeito em contexto determinado.

Sendo assim, interfaces são projetadas já considerando que serão utilizadas por um sujeito específico, denominado “usuário”, que segundo Preece et al (2005, p.191), “são aqueles indivíduos que interagem diretamente com o produto”. Essa interação não pode ser 100% planejada pelo designer, uma vez que as experiências de uso, se tratando de humanos, podem ser subjetivas. Cabe ao designer estudar padrões de uso, que são identificados através de estudos e análises e aplicar os conhecimentos obtidos de maneira a melhorar a interação entre usuário e produto, como veremos a seguir.

### **2.2.1.1 DESIGN DA INFORMAÇÃO**

Utiliza-se aqui a definição de Design da informação proposta através da tese de Passos (2014), por ser uma conceituação considerada completa, já que se baseia em referências da área na Sociedade Brasileira de Design da Informação - SBDI, além da Information Design Association – IDA e do International Institute for Information Design – IIID:

É uma subárea do design que atua na configuração de informações em interfaces por meio do método, e que visa otimizar questões de estrutura, significado e uso pelo sujeito em contexto determinado, para tornar a interação com a informação acessível, compreensível, utilizável e simples. (PASSOS, 2014, p. 152)

Em um outro momento, Siqueira (2008, p. 134) apud Passos (2014, p. 84), explica que um documento (sendo “documento”: a expressão manifestada dos registros do homem) pode ser decomposto em quatro partes constituintes, sendo elas:

1. **Tipo** (maneira de disseminar o conhecimento, ex. livros, revistas e etc);
2. **Conteúdo** (é a ideia a ser disseminada);

3. **Formato** (é a configuração que determina a leitura de uma interface e sua sequência, estando relacionado com o modo de concepção e exposição do conteúdo);
4. **Suporte** (é base material que reúne as ideias construídas em um determinado formato, sendo a parte visível e manipulável do documento, ou o documento propriamente dito, no sentido comum. Sendo o designer na informação responsável majoritariamente pela configuração do Formato e do Suporte (podendo atuar no Conteúdo, dependendo do projeto).

Portanto, neste projeto, atuou-se na parte do **Conteúdo**, uma vez que é um projeto novo e seu conteúdo também, assim como na parte do **Formato** e do **Suporte**, já que não só a interface (no sentido material) foi projetada, mas também a interação com o usuário como um todo.

#### **2.2.1.2 DESIGN DE INTERAÇÃO**

De acordo com Preece et al (2005), enquanto área de estudo, o design de interação surge nos anos 90, quando empresas da época perceberam que era necessário um maior foco em como o produto desenvolvido poderia oferecer caminhos para uma melhor interação com seu usuário. Algumas empresas incorporaram sociólogos, antropólogos, psicólogos, junto às equipes de design e mídia. “Esse conjunto de pessoas promoveria a combinação certa de habilidades com a compreensão das diferentes áreas de aplicação necessárias para projetar a nova geração de sistemas interativos” - (Preece et al 2005, p.30).

Ainda para Preece et al (2005, p. 28), o design de interação (enquanto atividade) é “a criação de produtos interativos, que fornecem suporte às atividades cotidianas das pessoas, seja no lar ou no trabalho”. Essa interação acontece de maneiras diferentes, podendo variar de acordo com os hábitos, costumes e cultura de cada usuário, portanto, cabe ao designer decifrar, organizar e apresentar o objeto da melhor maneira possível ao seu usuário final, para que a interação possa acontecer de maneira adequada. É claro que não é possível prever todas as possíveis ações individuais do usuário enquanto exerce a interação com o objeto projetado, mas, é possível perceber padrões de uso, ações que se repetem com a

maioria dos usuários e portanto devem ser levadas em conta ao desenvolver o produto. Para Preece et al (2005), assim como para Teixeira (2015), se um usuário tem dificuldades em se relacionar com o produto desenvolvido, na maioria das vezes a culpa é do designer e não do usuário.

Em alguns casos, o usuário simplesmente não sabe como se relacionar com o produto, e isso gera bastante descontentamento. Cabe ao designer dar dicas de maneira implícita de como o objeto deve ser utilizado e essas dicas são denominadas “*Affordance*”. Segundo Norman (1998) apud Preece et al (2007):

Affordance é um termo utilizado para se referir ao atributo de um objeto que permite às pessoas saber como utilizá-lo. Por exemplo, um botão de um mouse convida-nos a pressioná-lo (o que acaba ativando o clique), pela forma como está fisicamente posicionado em sua concha de plástico. Simplificando, affordance significa "dar uma pista (PREECE et al, 2007, p.46)

Essas dicas podem vir em forma de cor, formato, ou qualquer outra característica que convida o usuário a interagir com ela. Para Petterson (2002, p.10), “a informação projetada pelo designer, deve ser analisada e planejada antes de apresentada. Um bom projeto deve satisfazer esteticamente, economicamente e ergonomicamente”. Nesse sentido, o design de interação atua principalmente para satisfazer os requisitos ergonômicos do usuário.

Para Agner (2009), sobre a interação de usuários com objetos eletrônicos em contraposição a impressos:

Usuários de documentos eletrônicos não olham ou lêem simplesmente as informações, mas interagem com elas - de modo sem precedentes no design impresso. Há interações com metáforas, imagens e conceitos, que habilitam funções e significados. (AGNER, 2009, p.24)

Assim, conclui-se que o design de um produto interativo deve basear-se na forma como a cognição e a ergonomia atuam em contato com este produto. Então, para que a interação entre os usuários e a plataforma seja satisfatória, torna-se necessário entender quem é o usuário e como ele está habituado a interagir com

esse tipo de produto. Portanto desenvolveu-se questionários para os usuários e análises de plataformas similares (ver capítulo 3).

### **2.2.1.3 DESIGN CENTRADO NO USUÁRIO**

Para Preece et al (2005, p.185) “Subjacente a um bom design de interação está a filosofia do design centrado nos usuários, isto é, uma filosofia que consiste em envolvê-los no processo de desenvolvimento do produto”. Esse envolvimento se dá principalmente porque ao envolver os usuários no desenvolvimento, o designer percebe necessidades que devem ser atendidas através daquele produto. Essa identificação de necessidades, segundo Preece et al (2005) não vêm através de simples perguntas ao usuário como “do que você precisa?”, uma vez que na maioria das vezes o usuário não sabe exatamente do que ele precisa. Portanto, cabe ao designer, através de questionários, estudos de campo, entrevistas ou grupos de foco, “ouvir a voz do cliente”. Essa filosofia, quando executada com seriedade, favorece uma experiência agradável de uso, pois as chances de “escolhas erradas” para o projeto são diminuídas.

Nesta pesquisa, realizou-se além de questionários, um estudo de campo, onde utilizou-se as plataformas similares a esta, atuando como usuários, tanto para contratar o serviço, como para prestar (ver capítulo 3.). Sobre estudos de campo, Preece et al (2005) afirmam que:

As descobertas desses estudos são utilizadas tanto para coletar informações para o design de um sistema específico, pensado para um certo local de trabalho, quanto mais genericamente, para oferecer dados de entrada (input) para o design de novas tecnologias. (PREECE et al, 2007, p.149)

Ou seja, entender como a atividade (contratação de serviços *freelance* de design através de plataformas *web*) já é praticada, é essencial para que o uso do novo produto, bem como sua experiência, sejam satisfatórios.

### **2.2.1.4 USABILIDADE**

Segundo a ISO 9241 apud Passos (2014, p.94): “A usabilidade é a capacidade que um produto apresenta para uso em contexto específico, por usuários determinados, para alcançar objetivos definidos de modo eficaz, eficiente e satisfatório.”

Preece et al (2005, p.35), apresentam algumas metas de usabilidade que devem ser pensadas ao desenvolver um produto, para que ela seja satisfatória. Para as autoras, o produto deve:

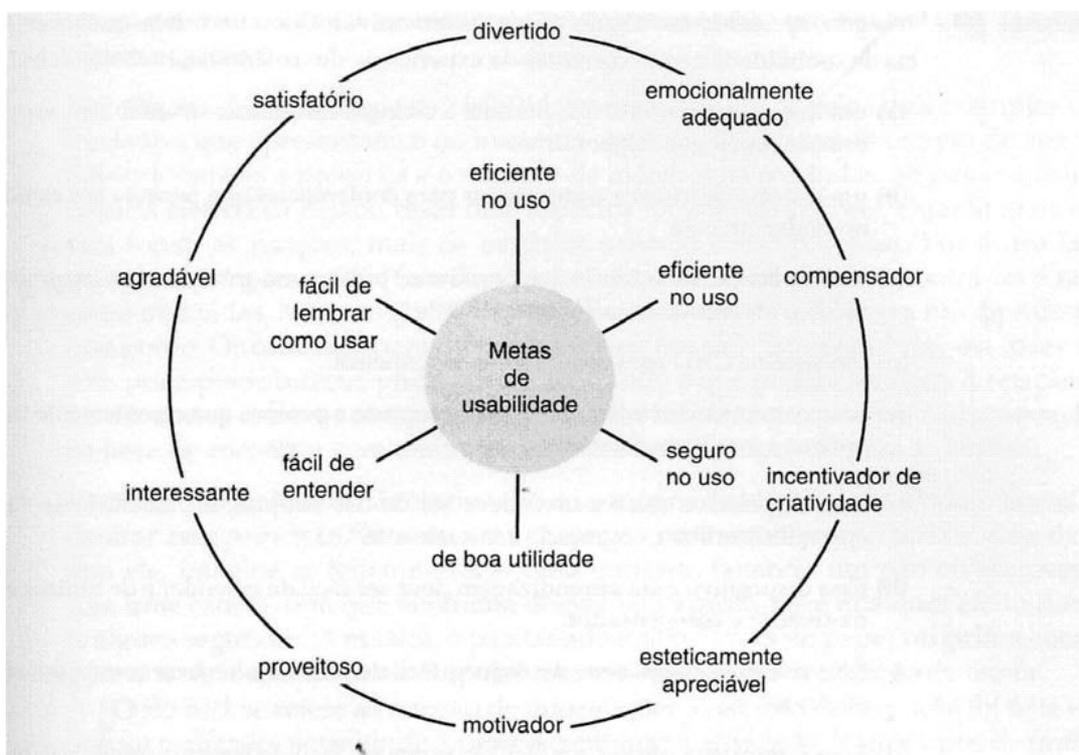
- ser eficaz no uso (**eficácia**)
- ser eficiente no uso (**eficiência**)
- ser segura no uso (**segurança**)
- ser de boa utilidade (**utilidade**)
- ser fácil de aprender (**learnability**)
- ser fácil de lembrar como se usa (**memorability**)

Segundo a literatura proposta por Preece et al (2005), em seu livro Design de Interação, entende-se como **Eficácia**: quanto um sistema é bom em fazer o que se espera dele. **Eficiência**: a quantidade de passos que o usuário precisa realizar para chegar ao seu objetivo (Ex. one click da Amazon: ferramenta que permite os usuários do website Amazon comprar produtos com apenas um click, uma vez que seus dados já estão armazenados no sistema). **Segurança**: implica em proteger o usuário de condições perigosas e situações indesejáveis (contraponto ao one click da amazon, onde o usuário facilmente pode fazer uma compra indesejada e em alguns casos, nem perceber). **Utilidade**: oferecer ao usuário todas as ferramentas que ele precisa ou pode eventualmente precisar para realizar a tarefa. **Capacidade de aprendizagem**: não está relacionado somente a oferecer tutoriais para a execução da tarefa, mas apresentar “dicas” e elementos que os usuários estão familiarizados, para que a execução da tarefa seja mais fácil. E **Capacidade de memorização**: está bastante associado ao item anterior, a capacidade de aprendizagem. Diz respeito a facilitar a interação com o usuário a ponto dele memorizar como a interface pode ser utilizada (p. ex.:, além de ícones, apresentar também um nome para as ferramenta, e dispô-las de forma que faça sentido, p. ex.:

todas as ferramentas de desenho em um mesmo menu. Criar uma hierarquia entre as informações, sendo que, por informações, entende-se não somente informações apresentadas por elementos textuais, mas também por imagens, grafismos e sons.)

Além das metas de usabilidade, Preece et al (2005, p.40) propõem algumas metas com relação a experiência do usuário (ver figura 1). Para as autoras, um sistema pode ser (de maneira equilibrada, de acordo com as necessidades do usuário): satisfatório, agradável, divertido, interessante, útil, motivador, esteticamente apreciável, incentivador de criatividade, compensador e emocionalmente adequado.

Equilibrar todas essas metas às metas de usabilidade é o grande desafio, sendo que nem todas se aplicam a qualquer desenvolvimento de produto interativo (por exemplo, se um aplicativo para um banco quer representar segurança, ele não deve ser divertido).



**Figura 1:** Metas da experiência do usuário **Fonte:** Preece et al (2005, p. 41)

### 2.2.1.5 USER EXPERIENCE (UX)

Segundo Teixeira (2015, p.22), “Apesar do estrangeirismo que deu origem a sigla UX (User eXperience). O termo é bem mais simples do que parece. Experiência do usuário. Experiência de quem usa”.

A partir de Preece et al (2005), entende-se que a aplicação do *UX Design* pode ser feita com qualquer marca, produto ou serviço, uma vez que se baseia em interações humanas. Essas interações podem ser feitas através de um sistema, website, loja, atendimento telefônico, painel de controle, etc.

Para Teixeira (2015, p.23), “*UX* nada mais é que um conjunto de elementos e fatores relativos à interação do usuário com um determinado produto, sistema ou serviço cujo resultado gera uma percepção positiva ou negativa”, ou seja, está ligado diretamente a emoção do usuário e como ele se sente ao utilizar tal sistema.

Normalmente, a experiência é positiva quando o usuário consegue realizar a tarefa sem demora, frustração ou sem encontrar problemas funcionais e de usabilidade no meio do caminho. A experiência do usuário pode ser de natureza subjetiva, pois é determinada pela percepção do usuário em relação ao sistema. Cada pessoa tem uma experiência diferente ao usar um caixa eletrônico, por exemplo. Essa experiência é influenciada por fatores humanos, como: Se o usuário é familiarizado a usar esse tipo de tecnologia; Seus sentidos individuais sensoriais, como qualidade da visão e habilidade motora; Sua alfabetização e letramento digital; O humor do usuário naquele momento; etc. E por fatores externos: O horário do dia; O ambiente onde o caixa eletrônico está instalado; O fato de ter uma fila; e infinitos outros fatores. E também está em constante modificação devido às inovações que sempre surgem na área.

Segundo Hess (2010):

A maioria das pessoas acredita que User Experience é somente encontrar a melhor solução para os seus usuários—mas não é. UX trata sobre definir o problema que precisa ser resolvido (o porquê), definir para quem esse problema precisa ser resolvido (o quem), e definir o caminho que deve ser percorrido para resolvê-lo (o como).  
(HESS, 2010, tradução nossa)

Para Garret (2010) na *web*, a aplicação de *UX* é essencialmente importante porque tem a função de não deixar que os usuários se culpem por determinados erros de interação, que os fazem ter uma má experiência e conseqüentemente se afastar de interagir com esse produto novamente.

Sobre *UX*, PINTO (2018), estrategista de conteúdo para a *Google Travels* afirma que: “[..] você deve levar em conta como as pessoas se sentem com suas experiências online e via app. Elas estão confusas? Você está parecendo frio e insensível? Você está apressando as coisas?”

Percebe-se então que a experiência do usuário não depende somente da funcionalidade do sistema para a realização de uma tarefa, mas sim em um conjunto de fatores “humanos” -- emocionais. Claro, na grande maioria das vezes o designer não tem como prever o humor que o usuário se encontra ao utilizar um sistema, mas, ele(a) consegue através de pesquisas com o usuário por exemplo, desenvolver uma interface mais intuitiva e imagética, voltada para um público que eventualmente não ter um alto grau de letramento digital e nem alfabetização, e assim evitar que os mesmos se sintam constrangidos ao utilizá-la.

Portanto, tornou-se essencial que o usuário estivesse no centro deste projeto. Entender suas necessidades e anseios, bem como suas frustrações com as atuais soluções desenvolvidas. Isso se deu em forma de pesquisas, questionários e análises, na etapa de desenvolvimento (capítulo 3 desta pesquisa).

Além disso, adotou-se aqui a técnica de Design responsivo, que segundo Da Silva (2014):

[...] é um princípio de desenvolvimento para Web cujo objetivo é adaptar o layout das páginas a qualquer dispositivo, tela e resolução, com objetivo de garantir a boa experiência do usuário, possibilitando navegação e leitura confortáveis sem comprometer o conteúdo. (DA SILVA, 2014, p.2)

Sobre o design responsivo, Ethan Marcotte afirma ser um layout que:

[...] expande e contrai com a finalidade de se acomodar de maneira usável e acessível à área onde é visualizado ou, mais genericamente, ao contexto onde é renderizado, seja um smartphone, um tablet, um desktop, um leitor de tela, um mecanismo de busca etc.” (apud SILVA; VALENTE 2015, p. 2).

Ou seja, é pensar que a experiência do usuário ao utilizar um *website* em um *desktop*, por exemplo, é diferente do usuário que utiliza em sua versão para

dispositivos móveis. Seus objetivos são diferentes, portanto, suas necessidades também. Assim, a forma como a informação é apresentada não deve ser igual.

Por conta disso, tornou-se essencial aplicar os conceitos dessa técnica ao nosso projeto, uma vez que as necessidades do usuário serão contempladas.

### **3 DESENVOLVIMENTO**

A partir do embasamento teórico elucidado, o projeto segue para sua próxima etapa, a de desenvolvimento. Primeiramente uma pesquisa acerca de metodologias projetuais foi realizada, para encontrar aquela que mais se adequasse a este projeto em específico. Só então, de acordo com os passos sugeridos, o desenvolvimento do produto começa.

#### **3.1 METODOLOGIA PROJETUAL**

Para Passos (2008; 2014), métodos são processos sequenciais, que utilizam técnicas e instrumentos, orientados pelo bom senso e necessidades de resolução do problema. A não utilização de planos pré existentes (métodos), baseia-se somente no empirismo e subjetividade, portanto é de maior risco.

Para De Freitas et al (2013), o termo metodologia projetual se refere a um grupo de procedimentos, para o desenvolvimento de um determinado produto, onde estão relacionados neste conjunto a: métodos (caminho pelo qual se atinge o objetivo), técnicas e ferramentas (como instrumentos para o cumprimento da ação).

A função de uma metodologia portanto, é organizar os dados obtidos, estabelecer prioridades, garantir o cumprimento das tarefas evitando falhas durante o processo e assegurando que a solução final venha ao encontro com todas as necessidades levantadas ao longo do percurso. Entende-se assim, que não existe uma Abordagem metodológica que seja melhor que a outra, existe uma metodologia que é a mais indicada para determinado projeto. Existem diferentes abordagens metodológicas focadas em diferentes áreas do design.

Para a escolha da metodologia projetual, consultou-se De Freitas et al (2013), que traz um levantamento das principais metodologias das áreas: Design gráfico, Desenho Industrial e Design da informação. Porém, essas metodologias, por mais completas e abrangentes que são, podem não ser as mais indicadas para este

projeto, que visa o desenvolvimento de um produto interativo digital. Por este motivo, por se tratar do desenvolvimento de um produto moderno e que demanda técnicas e etapas específicas, a metodologia projetual escolhida, é a proposta por Meurer e Szabluk (2011), denominada Projeto E, que surgiu para guiar e otimizar o desenvolvimento de projetos de interface gráfica amigável para diferentes sistemas e produtos interativos dígito-virtuais. E não sendo sequencial, permite que a reorganização de processos de acordo com a complexidade do projeto, podendo assim alterar ou omitir alguns processos.

Ainda sobre esta metodologia, para Dantas e Dos Santos (2016):

O Projeto E possui referências de que são subdivididas por categorias em temas dentro de cada uma delas. Por ordem temos a Contextualização do projeto onde há temas como situação inicial bem definida e situação final bem definida, questões projetuais, taxonomia. Definição de papéis, condição atual e condição pretendida. Identificação dos usuários, definição de personas, equalização dos fatores projetuais e definição do foco das pesquisas e análises. Em segundo, temos a categoria de Desconstrução que possui os temas termos pertinentes ao projeto, linha do tempo, similares e referências, estruturas morfológicas, funcionais e heurísticas, comparativa de funcionalidades, da identidade gráfico-visual, teste de resposta emocional, *focus group* (grupos focais). Verificação onde há uma análise dos processos já realizados. Reconstrução com os temas definição das ferramentas, funcionalidades e conteúdo, cenário hipotético, storyboard, wireframes e casos de uso. Identidade com editoração e diagramação, definição de assinatura visual, tipografia, definição imagética e da matriz cromática. Diferenciação, Desenvolvimento e Validação. (Dantas e Dos Santos, 2016, p.3)

Essas etapas foram condensadas nos “E’s” no nome da metodologia projetual, conforme figura 25 e descrições a seguir:



**Figura 2:** Etapas do projeto E **Fonte:** MEURER; SZABLUK,( 2012, p. 2.)

1. Na fase **Estratégia**, o foco é entender qual o problema e como ele pode ser resolvido com soluções de design. Isso engloba uma análise geral de quem é o usuário, quais produtos se assemelham ao que será projetado e como isso interfere no desenvolvimento do produto, seja ele qual for. Gerando assim, uma lista de requisitos que deve ser respeitada ao longo do projeto.
2. Já na fase **Escopo**, inicia-se a arquitetura da informação que será apresentada no produto, linguagem gráfico-visual, estrutura de informações com sua devida hierarquia, relações entre o processo de cada informação.
3. Na etapa denominada **Estrutura**, deve-se começar a geração de alternativas desenhísticas. É quando são estabelecidas as inter-relações, definição de tarefas dos usuários, e como deve ser a interação com o produto.
4. No **Esqueleto** dá-se a geração de alternativas da estrutura do projeto em wireframes. Nesta fase ocorre os testes de usabilidade e acessibilidade. É gerado o layout com a diagramação por meio de grids, composições da identidade visual. O produto começa a ganhar mais vida e sua composição fica mais complexa.
5. Na fase **Estética** é desenvolvida a diagramação, os aspectos visuais e compositivos do produto. Aquilo que o torna agradável e atraente para o usuário, com base nas informações geradas anteriormente.

6. A fase **Execução** é a fase de encerramento de todo o desenvolvimento, partindo para a implantação das técnicas aplicadas por meio de teste com o usuário e se necessário, ocorrem alterações de acordo com o feedback do usuário. Onde um modelo funcional estará exposto para essas conclusões a fim de descobrir onde mais o projeto pode melhorar.

Apesar de cada fase apresentar funções bem definidas, “todas as etapas do Projeto E – com exceção da Estratégia, primeira etapa do processo – incluem possíveis gerações de alternativas.” (MEURER; SZABLUK, 2011, p.183).

Portanto, a partir deste ponto, a pesquisa se divide de acordo com os passos sugeridos pela metodologia projetual proposta.

### 3.1.1 ESTRATÉGIA

MEURER; SZABLUK (2012) orienta que um bom projeto deve se iniciar com questões projetuais do tipo:

- O que será projetado?;
- Como será projetado?;
- Para quem?;
- Através de qual tecnologia?;
- Como serão as características do produto em relação a usabilidade?;
- Quais fatores econômicos, ergonômicos, ecológicos e mercadológicos serão levados em conta?;

Assim sendo, iniciou-se uma etapa de contextualização, onde é delimitado o *briefing*, que de forma geral indica um apanhado de informações iniciais de um projeto. Para Strunck (2007, p. 66) *briefing* "é um direcionamento preciso para o trabalho a ser realizado. Nele, devem estar listados dados sem os quais as possibilidades de erro são enormes". As orientações para a construção do *briefing*, além das indicações na metodologia em si, são dadas por Strunck (2007, p.67) somadas a Wheeler (2008, p.24), para que o processo seja mais completo, objetivo e bem delimitado.

### 3.1.1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO

**Serviço:** Interface gráfica para o Labor, website de serviços de design freelance

**Público alvo:**

Designer freelancer: Jovem, entre 20-30 anos; com curso superior completo na área de Design ou comunicação social e estudantes desta área; com alto letramento digital.

Contratante dos serviços: microempresários que buscam serviços de design; sem ou com pouca alfabetização dos termos da área; letramento digital médio e que aceita soluções modernas de serviços.

**Concorrência direta/indireta:** Wedologos; Welancer; 99freela; Workana;

**Visão:** Ser referência no mercado de plataformas freelancer, na área de Design Gráfico, valorizando-o enquanto atividade.

**Missão:** Ser a conexão entre o designer gráfico (freelancer) e o cliente; contribuir para a alfabetização de termos voltados para área e valorizar os serviços prestados, garantindo a entrega de produtos de qualidade.

**Valores:** Transparência e qualidade

**Ações:**

1. Deixar claro o que está sendo oferecido, quanto vai custar e quando será entregue. Seguindo à risca os prazos.
2. Avaliar a competência dos profissionais e dos contratantes que fazem parte da plataforma

3. Levar em consideração o *feedback* gerado após cada serviço, tanto do lado do freelancer quanto do cliente, em relação a interação na plataforma e entre ambas as partes.

**Posicionamento:** Uma plataforma de conexão freelancer, específica para serviços de design, focada em novos profissionais qualificados / microempreendedores no Brasil, porque querem flexibilidade e se destacar no mercado em uma era digital, onde a intenção é poupar ações.

**Essência:** Conforto e flexibilidade

**Expressão:** Moderado. Nem tão sério que cause retração e nem tão descontraído que não seja levado a sério.

**Experiência:** Intuição (o usuário conseguir chegar a seu objetivo de maneira intuitiva através dos elementos da plataforma) e “cobertor social” (os usuários não precisam interagir cara a cara, o que gera maior facilidade na execução).

**Metas:** Em dois anos ter uma base sólida de usuários, tanto clientes como prestadores de serviço

### 3.1.1.2 ANÁLISES

Assim, com as informações iniciais para o projeto definidas, tornou-se necessário um estudo mais aprofundado sobre a forma como esse serviço é oferecido nas plataformas concorrentes, para entender como o usuário já realiza essa atividade e como ela pode ser melhorada.

Foi realizada uma análise paramétrica de similares, bem como estudo de campo e questionários objetivos discursivos, e ao final de cada item, as inferências. Algumas inferências foram obtidas através de mais de uma das técnicas, o que reforça sua importância.

#### 3.1.1.2.1 ANÁLISE DE SIMILARES

A análise de similares nesse ponto, vem como uma pesquisa exploratória, de forma empírica, dos pontos positivos e negativos na forma como os serviços são oferecidos pelas plataformas similares (Welancer, Wedologos, 99freela e Workana).

A análise portanto, foi dividida em quatro etapas: a primeira (Tabela 1) para analisar a plataforma através dos interesses na perspectiva do usuário enquanto profissional que deseja prestar um serviço. A segunda (Tabela 2) da perspectiva do usuário enquanto cliente, que quer contratar algum serviço. Essa divisão na análise se dá porque consideramos que são usuários distintos em objetivos ao utilizar a plataforma. A terceira (Tabela 3) é da perspectiva do projeto, buscando alternativas para as dúvidas gerais que surgiram durante a pesquisa. A quarta (Tabela 4), da usabilidade, incluindo elementos de estética.

Os websites foram escolhidos de acordo com suas similaridades em relação ao serviço que presta e sua relevância no mercado (a análise completa dos similares se encontra no apêndice A).

**Tabela 1: Análise paramétrica da perspectiva do profissional**

<b>Variável</b>	<b>Descrição</b>
Quão satisfatórios são os honorários? (quanto fica para a plataforma e quanto para o usuário (%)?)	Descritiva
Parte do pagamento ao profissional é garantido? (caso o cliente não aprove)	Sim ou não
Ao apresentar o resultado, o designer tem a chance de justificar as escolhas feitas no projeto?	Sim ou não, se sim, como?
Para apresentar o resultado, o designer tem flexibilidade nos formatos dos arquivos? (ex. criar um vídeo para apresentar um logotipo)	Sim ou não
Designer tem a chance de apresentar portfólio?	Sim ou não
Se sim, a plataforma oferece uma base própria para os portfólios dos usuários?	Sim ou não, se sim, como?

Qual a quantidade de arquivos que podem ser enviados para o portfólio? (caso houver)	Descritiva
Existe transparência no serviço que está sendo pedido? (o quê, quanto e quando)	Sim ou não
O prazo de execução é satisfatório?	Sim ou não, e porque?
O profissional é avaliado antes de se cadastrar no sistema?	Sim ou não
Se sim, como é feita essa avaliação?	Descritiva
Quantas alterações o cliente pode pedir?	Descritiva

**Tabela 2: Análise paramétrica da perspectiva do cliente**

<b>Variável</b>	<b>Descrição</b>
Existe uma preocupação satisfatória com a alfabetização dos termos do design?	Sim ou não
Existe transparência no serviço que está sendo oferecido? (o quê, quanto e quando)	Sim ou não
O prazo de finalização execução é satisfatório?	Sim ou não, e porque?
Apresenta justificativa dos honorários?	Sim ou não, e como?
Oferece reembolso (caso não gostar do resultado)?	Sim ou não
Oferece reembolso (caso o designer não cumpra com suas obrigações)?	Sim ou não
Qual(is) recurso(s) ajudam a garantir ao cliente que o serviço tem alta qualidade?	Descritiva

**Tabela 3: Análise paramétrica extra**

<b>Variável</b>	<b>Descrição</b>
Fica claro na página inicial a divisão dos caminhos a serem seguidos? (quero um serviço vs quero prestar um serviço?)	Sim, não ou mais ou menos
Se sim, como é feita essa divisão?	Descritiva
Que tipo de linguagem é usada?	Nota de 1-5, sendo 1 coloquial e 5 formal
Como é apresentado os projetos já executados através da plataforma?	Descritiva
Quais informações sobre o designer fica disponível pro cliente e vice versa?	Descritiva
Como as plataformas fazem para que não haja contato externo entre as partes?	Descritiva

**Tabela 4: Análise paramétrica da usabilidade**

<b>Variável</b>	<b>Descrição</b>
Uso de cores	Saturação e brilho; Contraste de cor entre os elementos e fundo: baixo, médio ou alto
Uso de imagens	Utiliza mais fotos ou ilustrações; Pouco, médio ou alto;
Iconografia	Composto só por traços ou Preenchido?; Arestas arredondadas ou quadradas?; Nos botões apresenta além do ícone, tipografia?;
Navegação	Rolagem horizontal e/ou vertical
Hierarquia de informações	Clara, confusa ou inexistente
Tipografia	Com ou sem serifa; Modulação: baixa, média ou

	alta; Peso para títulos e peso para blocos de texto: leve, moderado e pesado;
Estilo da estética	Tipo
Grafismos	Geométricos ou orgânicos

**Tabela 5: Resultados**

Variável	Resultado
Quão satisfatórios são os honorários? (quanto fica para a plataforma e quanto para o usuário (%)?)	Não conclusivo, varia entre 10 e 80%
Parte do pagamento ao profissional é garantido? (caso o cliente não aprove)	Não
Ao apresentar o resultado, o designer tem a chance de justificar as escolhas feitas no projeto?	Sim, através de uma pequena descrição
Para apresentar o resultado, o designer tem flexibilidade nos formatos dos arquivos? (Ex. criar um vídeo para apresentar uma marca)	Predominantemente não
Designer tem a chance de apresentar portfólio?	Predominantemente sim
Se sim, a plataforma oferece uma base própria para os portfólios dos usuários?	Predominantemente sim, através de envio de arquivos ou vínculo com Behance
Qual a quantidade de arquivos que podem ser enviados para o portfólio? (caso houver)	Predominantemente ilimitado
Existe transparência no serviço que está sendo pedido? (o quê, quanto e quando)	Sim
O prazo de execução é satisfatório?	Relativo. Normalmente satisfatório apenas para o cliente e exploratório ao designer
O profissional é avaliado antes de se cadastrar no sistema?	Não

Se sim, como é feita essa avaliação?	-
Quantas alterações o cliente pode pedir?	Ilimitadas
Existe uma preocupação satisfatória com a alfabetização dos termos do design?	Predominantemente não
Existe transparência no serviço que está sendo oferecido? (o quê, quanto e quando)	Sim
O prazo de finalização execução é satisfatório?	Relativo. Normalmente satisfatório apenas para o cliente e exploratório ao designer
Apresenta justificativa dos honorários?	Nos casos onde o designer faz a proposta, sim. Nos casos onde os valores são tabelados, não
Oferece reembolso (caso não gostar do resultado)?	Predominantemente sim
Oferece reembolso (caso o designer não cumpra com suas obrigações)?	Sim
Qual(is) recurso(s) ajudam a garantir ao cliente que o serviço tem alta qualidade?	Ranqueamento dos usuários; Portfólio; Currículo;
Fica claro na página inicial a divisão dos caminhos a serem seguidos? (quero um serviço vs quero prestar um serviço?)	Relativo. Em alguns casos, o botão para “ser freelancer” se posiciona de em locais diferentes do botão para “contratar serviços”
Se sim, como é feita essa divisão?	Através de botões “quero contratar” e “quero trabalhar”; Ou no caso do Wedologos/welancer, são plataformas distintas para prestação e contratação de serviços
Que tipo de linguagem é usada? (de 1-5, sendo 1 coloquial e 5 formal)	Média, nem tão coloquial nem tão formal
Como é apresentado os projetos já executados através da plataforma? (uma foto, foto + resumo, projeto completo, etc)	Relativo. Em alguns casos é apresentado na home, compostos apenas por imagens do resultado. Em outros, imagem do resultado + resumo do briefing. Em outros, imagens do resultado + justificativa pelo designer.

Quais informações sobre o designer fica disponível pro cliente e vice versa?	Relativo. Em alguns casos só nome de usuário e projetos já realizados na plataforma. Em outros, nome, currículo, portfólio, descrição feita pelo próprio designer.
Como as plataformas fazem para que não haja contato externo entre as partes?	Algumas apenas informa que se houver contato externo, as partes perdem seus direitos, caso aconteça algum problema. Outras restringem o contato entre as partes, limitando-se a apenas o que for relativo ao projeto.
Uso de cores nos elementos	Saturação: média Brilho: baixo Contraste entre os elementos: alto
Uso de imagens	Bastante imagético. Utilização de fotos na home e nos projetos finalizados. Ilustrações/imagens vetoriais para representar os serviços que podem ser prestados
Iconografia	Ícones preenchidos, nem sempre acompanhados por escrita, com médio arredondamento das arestas
Rolagem	Somente vertical
Hierarquia de informações	Na home costuma ser clara, na dashboard nem tanto. Em alguns casos, a grande utilização de imagens chamativas atrapalha, pois tudo parece importante
Tipografia	Sem serifa; Modulação baixa; Peso médio para títulos e leve para blocos de texto;
Estilo da estética	Cores chapadas, podendo apresentar gradiente e sombras
Grafismos	Geométricos

### 3.1.1.2.2 ESTUDO DE CAMPO

Após esta análise sistemática feita através de parâmetros pré estabelecidos, realizou-se um estudo de campo, onde os autores utilizaram as plataformas: Welancer, Wedologos, 99freela e Workana, atuando tanto como designers e como clientes, para relatar a experiência de uso.

Verifica-se alguns problemas funcionais e de usabilidade, como por exemplo, no website Welancer, em algumas telas, o botão de voltar para o *dashboard*, tela principal e mais recorrente no uso da plataforma, não é apresentado. Ainda, mesmo tendo feito login, a chamada principal é “seja um welancer, é grátis”, percurso pelo qual o usuário já passou a essa altura da navegação. (figura 03).



**Figura 03** - Plataforma WeLancer **Fonte:** <http://cc.welancer.com/defaultwelancer.aspx>.

Esse fato, somado a complexidade de uso da plataforma, dificulta a navegação e gera frustração por parte do usuário. Além do mais, o envio de propostas para o projeto se limita apenas a um formato, o de imagem (JPG ou PNG). Isso se torna um empecilho caso o profissional venha a desenvolver materiais que fujam destes formatos para inovar ou por qualquer outra razão. Como por exemplo, se o profissional desejar desenvolver um GIF animado ou vídeo, onde o logotipo é apresentado de maneira particular (prática bastante recorrente em plataformas como o Behance por exemplo, (rede de sites e serviços, especializada na autopromoção, incluindo consultoria e sites de portfólio online. Propriedade da Adobe) ele(a) não é autorizado a enviar. É entendível o impedimento ao enviar

arquivos editáveis ou PDF, uma vez que maximiza a chance do cliente utilizar as alternativas enviadas sem aprovação no projeto, mas, outros formatos como vídeos e GIFS, são de extrema relevância.

Em algumas telas, a informação é disposta de uma forma que dificulta a leitura. Isso por conta da grande quantidade de informação que é apresentada utilizando fontes com tamanhos reduzidos. (figura 4) e (figura 5)

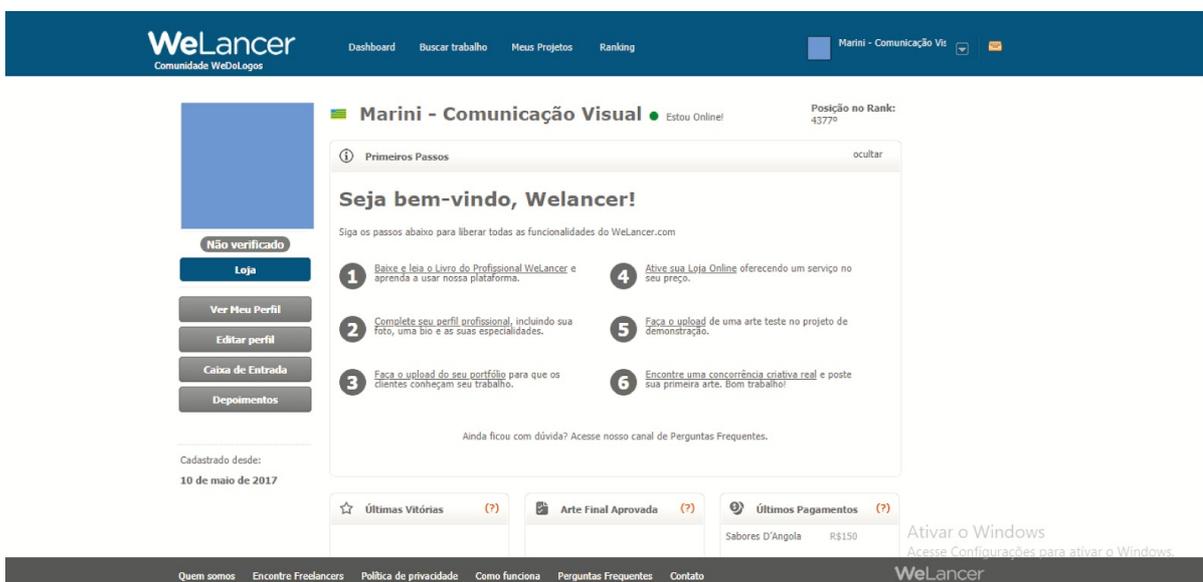


Figura 4: Dashboard - Welancer. Fonte: <http://cc.welancer.com/Dashboard-Designer.aspx>

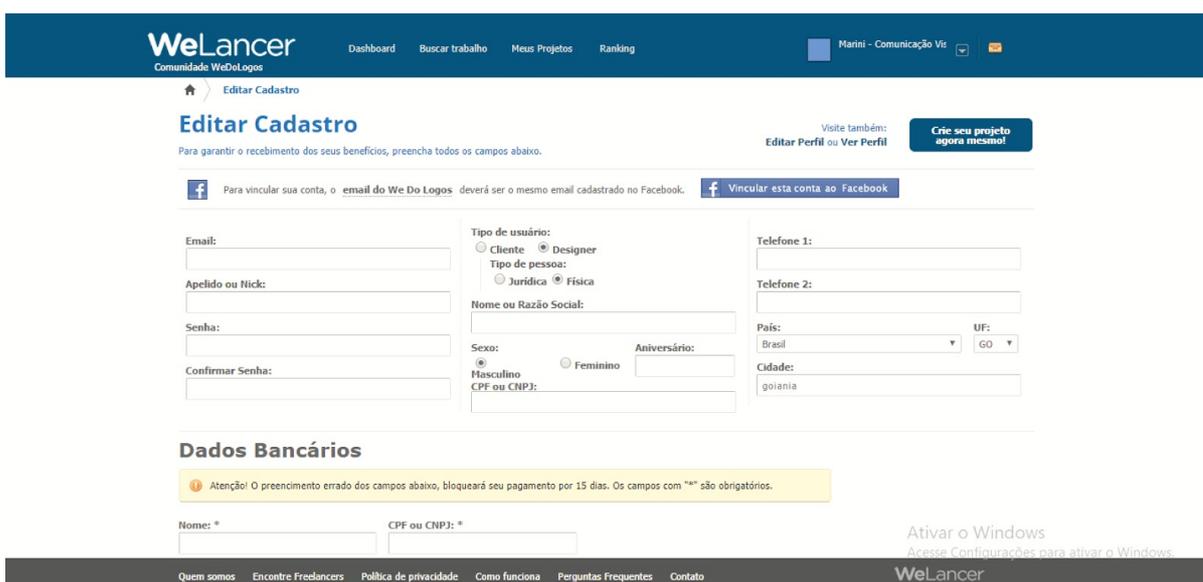


Figura 5: Editar cadastro - Welancer. Fonte: <http://cc.welancer.com/Dashboard-Designer.aspx>

No caso da Wedologos (figura 6) a dificuldade de uso não é um problema só de tamanho de fonte, mas da relação fundo e imagem e da quantidade de informações que é apresentada. Gera uma enorme distração e portanto menor objetividade na realização da tarefa.



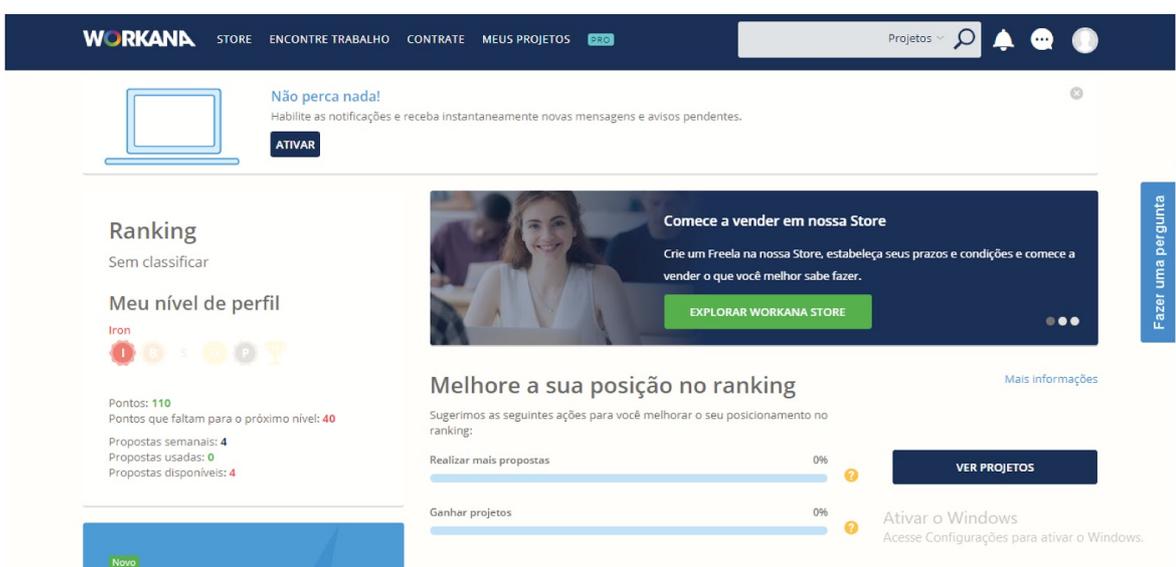
Figura 6: Home - Wedologos. Fonte: <https://www.wedologos.com.br/>

A plataforma 99freelas, é a única que cumpre a maioria dos requisitos de usabilidade (figura 7). Ela não só apresenta uma boa relação estética, mas também é bastante intuitiva quanto ao uso. É bem eficaz em encontrar o que se procura. Porém, verifica-se uma enorme disputa predatória com relação aos preços. Lá, quem sugere o preço é o designer, ou seja, é apresentado ao cliente vários designers com diferentes preços para o mesmo serviço, e ele é quem escolhe, forçando assim uma disputa de “quem é mais barato”. Isso, segundo Strunck (2007) é consequência de pessoas que não têm experiência na área atuando como designers, baseando-se somente em conhecimento dos softwares. Ele os chama de “micreiros” e afirma que atuam apenas com parâmetros de bonito e feio, “dados altamente subjetivos que colocam a discussão do que vai ou não funcionar num patamar de “achismos” que tem tudo para dar errado” (STRUNCK, 2007, p. 20). Para o escopo deste trabalho, não é necessário afirmar os valores obtidos, mas, para uma noção geral, os preços entre um designer e outro chegaram a atingir um valor até 250 vezes menor, se comparados.



**Figura 7:** Home - 99freelas. **Fonte:** <https://www.99freelas.com.br/>

A interface apresentada pela Workana em algumas telas parece não ter hierarquia quanto a apresentação da informação (Figura 8). Gera um certo desconforto e dificulta a navegação. Lá, a própria plataforma estipula uma média de valor cobrado pelo serviço, e os designers enviam suas propostas para o projeto, bem como o valor que querem receber (dentro desse preço pré-estipulado). Assim como na plataforma anterior, cria uma disputa entre os profissionais.



**Figura 8:** Dashboard - Workana. **Fonte:** [https://www.workana.com/dashboard?ref=logo\\_dashboard](https://www.workana.com/dashboard?ref=logo_dashboard)

Através deste estudo de campo, percebeu-se que:

1. É necessário uma maior preocupação com a funcionalidade do sistema no que diz respeito ao fluxo de acesso. O usuário precisa encontrar a informação que busca de forma objetiva;
2. É necessário uma seleção para o cadastramento de designers no *website*, não com base em diplomas de graduação, mas sim uma análise de portfólio, para confirmar a competência do profissional;
3. Os honorários, bem como os prazos devem ser tabelados, para diminuir a competição injusta;
4. O percentual dos honorários oferecido ao designer, deve ser maior do que o da plataforma em si, afinal, a plataforma apenas intermedia o serviço, mas não o executa.
5. A escolha não deve ser feita com base no produto já realizado, mas sim, os usuários adequados para o desenvolvimento do serviço solicitado devem ser apresentados ao cliente, que escolhe com base em seus portfólios, para só então começar o desenvolvimento em si.

### **3.1.1.2.3 QUESTIONÁRIOS**

Para Preece et al (2005, p.420) “Os questionários constituem uma técnica bem estabelecida de coleta de dados demográficos e de opiniões de usuários. São semelhantes a entrevistas e podem conter perguntas abertas ou fechadas.”

Segundo Dantas e Cavalcante (2006), pesquisas qualitativas servem para estimular os entrevistados a refletir sobre algum ponto e relatar experiências pessoais. As quantitativas, para apurar opiniões e atitudes conscientes dos entrevistados.

No caso desta pesquisa, os questionários possuem perguntas qualitativas e também quantitativas (apêndice B e C). O objetivo é reunir o maior número de informações que podem ser relevantes para o desenvolvimento do produto.

O grupo de entrevistados foi dividido em dois. *Freelancers* que atuam na área design gráfico e pessoas que possivelmente já haviam contratado algum serviço deste mercado.

A pesquisa com os *designers* foi realizada por meio de questionários entregues pessoalmente, na Universidade Federal de Goiás, no prédio onde se localiza o curso de Design gráfico, a FAV - Faculdade de Artes Visuais e também para designers graduados. Conta com uma amostra de 30 pessoas.

A pesquisa com os clientes foi realizada através de formulários online, entregues a grupos e pessoas selecionadas, com base no conhecimento dos autores de que já haviam contratado algum serviço *freelance*, ou em grupos de microempresários, onde a chance de respostas úteis seria maior. Conta também com uma amostra de 30 pessoas.

Com relação aos resultados da pesquisa com os profissionais de design, a maioria dos entrevistados afirmaram já ter prestado algum serviço como *freelancer*. Dentre estes, grande parte contou com indicações ou do auxílio de plataformas para se conectar ao cliente. O que confirma a necessidade de uma plataforma para auxiliar nessa atividade. Dos que afirmaram nunca ter atuado com profissionais *freelancer*, a maioria afirmou que não teria problema em atuar, uma vez que a flexibilidade de horário é maior, podendo assim conciliar com um emprego fixo, estudo e outras atividades cotidianas. Só não atuaram ainda por não ter tido a oportunidade. Os que já utilizaram alguma das plataformas existentes de conexão entre *freelancer* e pessoa que busca seus serviços, demonstraram grande descontentamento com relação a elas. Principalmente pela forma exploratória e competitiva em que acontecem. Alguns acreditam que essa prática de leilão, mencionada anteriormente, desvaloriza a atividade de design, já que faz com que os designers compitam tanto sobre quem têm o menor preço quanto quem faz mais rápido, fazendo parecer que a atividade de *design* é algo simples que não exige esforço e sim dom.

Como resultado na pesquisa com os clientes, 73,3% dos que responderam já haviam contratado profissionais do tipo *freelancer*. E dos que não contrataram ainda, a maioria afirmou que contrataria. Portanto, os resultados são úteis a esta pesquisa uma vez que se trata do nosso público alvo. Um terço dos que contrataram foi

através de plataformas de serviços online, outro terço foi através de indicações. O restante se divide entre amizade e redes sociais. A maioria confirma o que esperava-se, que é um serviço mais barato e mais rápido. Alguns afirmaram não ter confiança nesse tipo de profissional. Indicação de amigos mostrou-se ser um fator importante na contratação do profissional, assim como preço. Qualidade do portfólio se mostrou algo extremamente importante. Afinidade com o profissional e tempo de atuação é algo que tende mais pro lado de não ser relevante na escolha, embora algumas poucas pessoas afirmaram ser. Sobre a experiência de uso das plataformas, vários se mostraram insatisfeitos tanto com a interface em si quanto com o resultado das propostas feitas pelos designers. Alguns afirmaram ter recebido propostas “ridículas” e que não contrataria novamente por lá. Houve críticas ao suporte ao cliente e sobre os termos usados, e também um dos entrevistados afirmou ter gostado de um serviço que foi realizado por um profissional na plataforma, depois disso ele entrou em contato com este profissional fora da plataforma para realizar os serviços futuros.

Os resultados dão a confirmação de que esses sistemas apresentam problemas de usabilidade e de experiência de uso em si, apontando assim quais problemas têm de ser minimizados.

### **3.1.2 ESCOPO**

Assim, através de todo o conhecimento gerado na etapa anterior, têm-se subsídio para que o desenvolvimento das interfaces e as funcionalidades do sistema possam ser estabelecidos. Segundo MEURER; SZABLUK (2012, p.4) nesta etapa, organiza-se o conteúdo em módulos, submódulos e categorias através de técnicas distintas, e inicia-se a definição das funcionalidades, ferramentas e cenários das tarefas. Trata-se da primeira etapa que possibilita a geração de alternativas.

#### **3.1.2.1 DEFINIÇÃO DO SISTEMA**

A plataforma vai funcionar como forma de BUSCA (o cliente pode pesquisar e contratar diretamente um profissional específico (se cadastrado na plataforma, o que demanda um processo de avaliação de portfólio) para realizar um serviço; CONEXÃO (o cliente solicita um serviço dentro do banco de serviços oferecidos);

COMUNICAÇÃO (o cliente e o designer se comunicarão dentro da própria plataforma, por um sistema de chat digital); CONTRATAÇÃO (se as duas partes estiverem de acordo com os requisitos do projeto, um contrato é firmado, resultando assim numa garantia de pagamento); AVALIAÇÃO (tanto o cliente como o designer avaliam a experiência, para que fique registrado através de um histórico a avaliação que cada usuário teve e influencie nas escolhas futuras feitas por outros).

Já com o problema que pretende-se resolver e as funcionalidades do *website* delimitadas, um posicionamento gráfico visual foi projetado, através de uma identidade visual, para que só então os *wireframes* possam ser desenvolvidos.

### 3.1.2.2 POSICIONAMENTO DA LINGUAGEM GRÁFICO-VISUAL

Segundo LUPTON; MILLER; (1999 p. 64) apud Barros (2008, p. 8).

“O termo linguagem visual é uma metáfora comum nos manuais do design moderno: um ‘vocabulário’ de elementos do design (pontos, linhas, formas, texturas, cores) é organizado por uma ‘gramática’ de contrastes (instabilidade/balanço, assimetria/simetria, suave/rígido, pesado/leve).”

Nesse sentido a linguagem visual permeia a área de estudos de Sintaxe Visual, que para DE SENA; DE SOUZA (2016 p. 1) “Os estudos de Sintaxe Visual buscam conhecer e prever os efeitos de sentido estético e significação geral, na variação dos arranjos gráficos e pictóricos em composições visuais.”

No que tange composições gráficas, para racionalizar as escolhas dentro da linguagem gráfico-visual planejada para o website utiliza-se as afirmações feitas por DE SENA; DE SOUZA (2016 p. 3) “Há composições gráficas ou desenhos de figuras para representar coisas observáveis, como: plantas, animais ou objetos, ou criadas na mente, como: círculos, quadrados e triângulos.” E ao abordar esse tema, WONG (2010) propôs quatro grupos de elementos: (1) conceituais; (2) visuais; (3) relacionais; (4) práticos. DE SENA; DE SOUZA, (2016 p. 3) explicam cada grupo de elementos:

1. Os elementos **conceituais** não são visíveis, porém são expressos por formas bem definidas e denominadas como: ponto, linha, plano e volume. Os elementos conceituais são expressos por elementos visuais que, também, são organizados para expressar ou compor graficamente as figuras de um desenho.
2. Os elementos **visuais** são as formas graficamente expressas, com formatos, tamanho, cores e texturas específicos.
3. Os elementos **relacionais** são apreendidos das inter-relações entre os elementos visuais, propondo sentidos de direção, posição, espaço e gravidade.
4. Os elementos **práticos** são os efeitos de representação, significado e função, sendo “subjacentes ao conteúdo e extensão de um desenho” (WONG, 2010, p. 44). Por exemplo, o desenho de uma seta cumpre a função de indicar uma direção e o desenho de um cavalo cumpre a função de representar o animal ou significar poder. Levando em conta os grupos de elementos supracitados, desenvolveu-se para o web site uma lista de elementos:

1. **Elementos conceituais:** Conforto, Segurança, profissionalismo e criatividade
2. **Elementos visuais:** Formas geométricas básicas: círculos, quadrados, e retângulos, estes últimos tendo as arestas de suas extremidades sempre arredondadas.
3. **Elementos relacionais:** Sombra projetada em alguns elementos visuais, criando a ideia de perspectiva e gradientes
4. **Elementos práticos:** Família iconográfica composta por elementos simples, que servirão de apoio à navegação

### 3.1.3 ESTRUTURA

MEURER; SZABLUK (2012) Nessa fase

“[...] é predominante o aspecto desenhístico, bem como a elaboração do contexto navegacional e transacional do produto. É necessário desenhar com exatidão o organograma geral e os fluxogramas de todas as tarefas previstas para o produto, que serão

a base da programação computacional, do banco de dados e das regras de negócio.” MEURER; SZABLUK (2012, p.5)

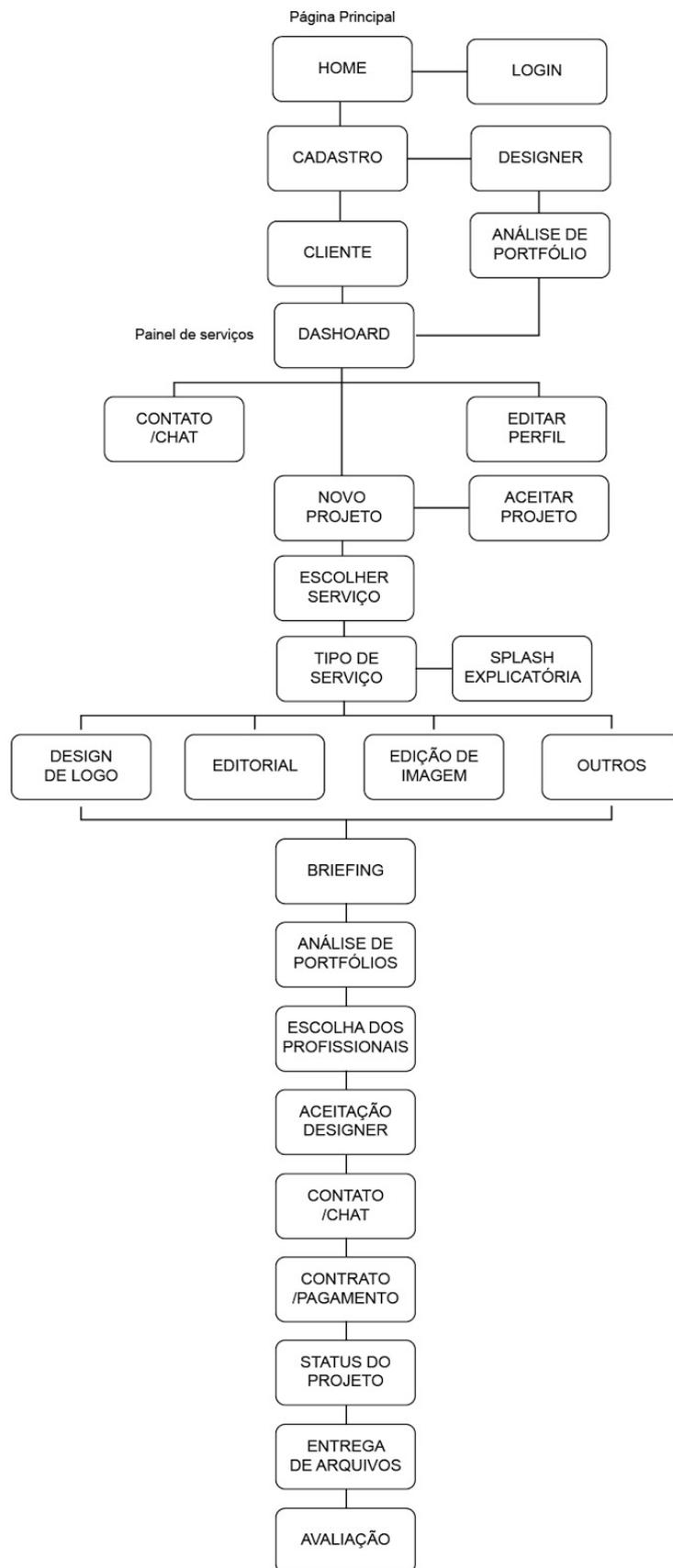
### **3.1.3.1 ORGANOGRAMA**

De acordo com todas os requisitos gerados até agora, das funcionalidades e da estética, propõe-se uma hierarquia quanto às informações que serão apresentadas na plataforma.

Essa construção vêm em forma de organograma, que segundo Mintzberg (2003 P. 84) “É mediante o processo de agrupamento em unidades que o sistema de autoridade formal é estabelecido e a hierarquia da organização construída. O organograma é a representação pictórica dessa hierarquia.”

No contexto do design de interface, o organograma pertence a área de arquitetura da informação, que para COELHO (2016 p.19) “Foca-se em organizar, estruturar e definir o conteúdo de uma plataforma de uma forma eficaz.”

Assim, desenvolveu-se o seguinte organograma (figura 9):



**Figura 9:** Organograma.

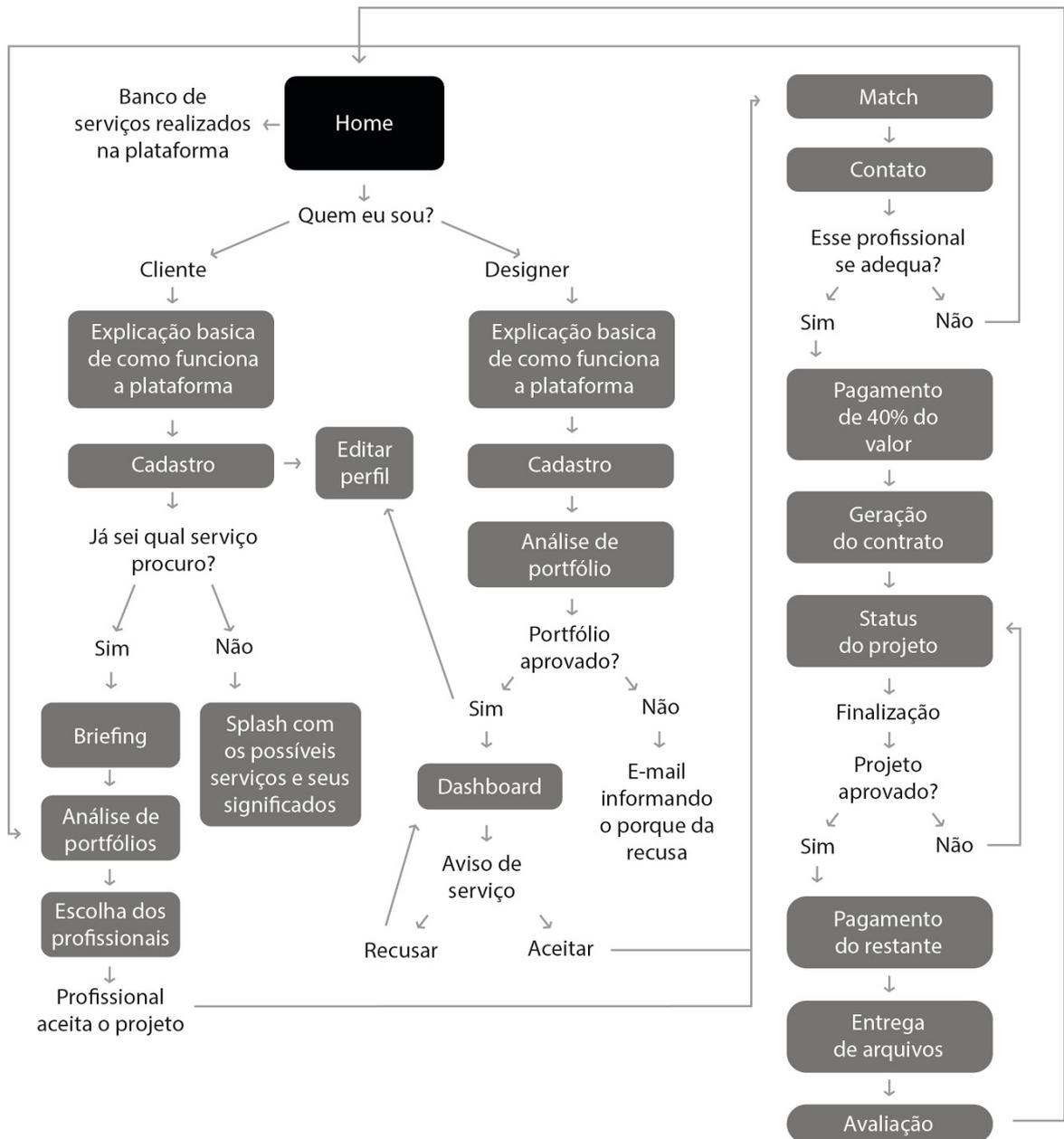
**Fonte:** Autores

### **3.1.3.2 MAPA DE ACESSO**

Com base nas análises e pesquisas feitas até agora, construiu-se um mapa de acesso que representa o caminho que será percorrido pelos usuários considerando seus objetivos ao usar a interface.

A ideia desta ferramenta é: sabendo os objetivos dos usuários ao usar a plataforma, tentar diminuir ao máximo os passos que devem ser percorridos por ele. Isso, segundo Preece et al (2007), favorece uma boa usabilidade, mais especificamente, torna a plataforma mais Eficiente.

Como já definido, considera-se dois usuários alvo: o primeiro almeja contratar os serviços de design gráfico e o outro prestar estes serviços. Considerou-se que essa diferença de objetivos entre os dois deveria ser representada já na primeira tela, assim como os serviços que já foram prestados na plataforma, para que os usuários tenham uma ideia do que se trata logo de início, antes de qualquer leitura ou cadastro. Assim, caso demonstre interesse, ele (o usuário) pode se cadastrar imediatamente. A seguir, o fluxograma desenvolvido (figura 19), onde as caixas de texto simbolizam as telas da plataforma e as escritas fora dela, as tomadas de decisões. A navegação começa através da tela Home.



**Figura 10:** Fluxograma de acesso.

**Fonte:** Autores

### 3.1.4 ESQUELETO

Nesta etapa, ocorre o processo de organização estrutural do conteúdo nas telas da interface através da definição dos wireframes, que segundo COELHO (2016 p.19) “[...] são a representação bidimensional do interface de uma plataforma, que se preocupa unicamente em definir a divisão do espaço, a localização e dimensão dos objetos, as funcionalidades e a navegação entre páginas.”

Sendo assim, neste projeto os wireframes são divididos em dois tipos, os Estruturais e os Arquiteturais.

### 3.1.4.1 WIREFRAMES ESTRUTURAIS

Para MEURER; SZABLUK (2012, p.6) “Os wireframes estruturais têm caráter geral e identificam a distribuição dos conteúdos”. Nessa perspectiva desenvolveu-se os wireframes estruturais do web site (Figura 20), que foram feitos a mão, considerando o estudo das etapas anteriores de organograma e mapa de acesso, que serviram como embasamento para a definição da estrutura das telas bem como o fluxo de navegação. Esses wireframes não são projetados com a intenção de se permanecer fiéis ao longo do projeto, servem apenas para que os autores tenham uma melhor noção de todo o conteúdo que deve ser gerado e como pode ser distribuído.

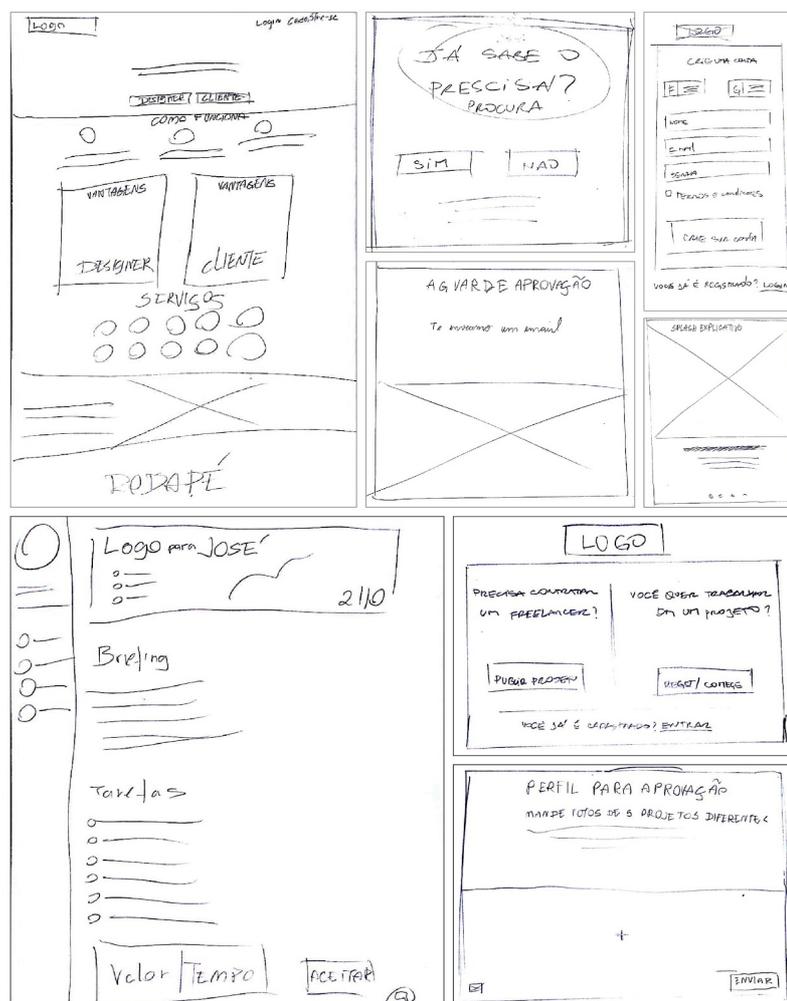


Figura 11: Wireframes Estruturais Fonte: Autores

### 3.1.4.2 WIREFRAMES ARQUITETURAIS

Para MEURER; SZABLUK (2012, p.6) “Os wireframes arquiteturais são bastante detalhados, indicando não somente a localização de determinado conteúdo, mas também detalhes específicos deste conteúdo”. Com base neles, recomenda-se desenhar toda a seqüência de telas de alguns fluxos e tarefas, de modo a simular a navegação do produto.

Assim, desenvolveu-se os wireframes arquiteturais do web site (figura 21), para solucionar pontos específicos que os wireframes estruturais não atingiram.



Figura 12: Wireframes Arquiteturais. Fonte: Autores

### 3.1.5 ESTÉTICA

MEURER; SZABLUK (2012, p.6) A Estética é a etapa de definição final da Interface Gráfica Amigável (IGA) do produto. Nela é elaborada a composição final do conteúdo e a identidade gráfico-visual. Trata-se de um processo que busca um resultado esteticamente bem resolvido, equilibrado e harmonioso, através da observação de diversos fatores.

Para Preece et al (2007), a estética de um produto é de extrema importância para a experiência que o usuário vai ter ao usa-lo. Uma boa estética não só torna a experiência mais agradável como aumenta a tolerância com a usabilidade do sistema. De forma prática, os usuários ignoram alguns problemas se a interface é esteticamente apreciável.

### 3.1.5.1 IDENTIDADE VISUAL

Para Skorianez (2018), identidade visual é muito mais do que um símbolo + logotipo. Diz respeito a todo um sistema visual, que segue um padrão e comunica ao público a mensagem que a empresa, objeto ou evento quer passar.

Para Wheeler (2008, p. 14) “Identidade visual alimenta o reconhecimento, amplia a diferenciação e torna grandes ideias e significados mais acessíveis. A identidade da marca reúne elementos díspares e os unifica em sistemas integrados.”

Por isso, para o desenvolvimento de uma identidade visual para a plataforma, utilizou-se a metodologia proposta por Wheeler (2008). (figura 9)



**Figura 14:** Representação da metodologia projetual de Wheeler. **Fonte:** Wheeler (2008) apud Skorianez (2008)

## **Pesquisa e estratégia**

Para as duas primeiras etapas desta metodologia, utilizou-se as informações geradas no Capítulo 3.1.1 e 3.1.2 desta pesquisa, uma vez que são informações já levantadas a respeito do que pretende-se desenvolver.

## **Design de Identidade**

A terceira fase da metodologia, é onde se utiliza as informações colhidas anteriormente para o desenvolvimento de uma assinatura visual da marca.

Para Wheeler (2008, p.136) “Assinatura visual é a junção de um logotipo, palavra em uma determinada fonte tipográfica, que pode ser normal, modificada, ou inteiramente redesenhada justaposto a um símbolo em uma relação formal”. Em alguns casos, não existe essa separação de tipografia e símbolo, são um só. Para este projeto, foi esse o caso.

Segundo Wheeler (2008, p.136) “Além de diferentes e exclusivos, os logotipos precisam ser duráveis e sustentáveis. A legibilidade é obrigatória em várias proporções e em diversas mídias.”

“Para a manipulação do logotipo, todas as decisões são motivadas por condições visuais e de desempenho, como também o que a tipográfica comunica por si própria” (Wheeler, 2008 p 136). O resultado da assinatura visual é apresentado a seguir:



LABORA

**Figura 15:** Assinatura visual. **Fonte:** Os autores.

O logotipo foi baseado na tipografia “Natasha Free Font”, desenvolvida pelo designer Kash Singh. Natasha é uma tipografia criada baseando-se nas fontes usadas nos clássicos cartazes construtivistas, atualizando-as para um contexto mais contemporâneo com elementos modernistas e futuristas.

A referenciação ao movimento construtivista no logotipo, se deve ao fato de o mesmo ter sido contemporâneo a revolução russa em 1917 (HISTÓRIA DAS ARTES, 2010), o que fez com que desde então diversos materiais desenvolvidos nesse padrão estilístico estivesse intrinsecamente ligado “revoluções” e quebras de paradigmas. Neste caso, já que a plataforma propõe-se a valorizar a atividade de design e mudar o atual estigma, conscientizando o público de que o processo de design é complexo e demanda uma série de processos além da criatividade em si e a habilidade de desenho, a referência construtivista se torna ideal. Fora o fato de que o construtivismo teve enorme influência nas artes e design moderno, e portanto diretamente na Bauhaus, que segundo Strunck (2007), foi a primeira escola de design do mundo, em 1919.

Uma característica muito importante para o construtivismo é que suas obras são pensadas como construções, assim como são os processos de design. São várias as etapas para o desenvolvimento de um produto, não são meras representações. (HISTÓRIA DAS ARTES, 2010).

O logograma apresenta uma alteração na haste da letra B em relação a fonte original e uma mudança na orientação da letra R, buscando diferenciar-se de demais peças, e criar maior identificação com glifos e caracteres presentes no alfabeto cirílico, muito presente e utilizado em território russo, em especial durante o período de vigência do movimento construtivista.

Devido a alteração nas formas da tipografia foi necessário o desenvolvimento de uma malha construtiva para refinamento da forma.

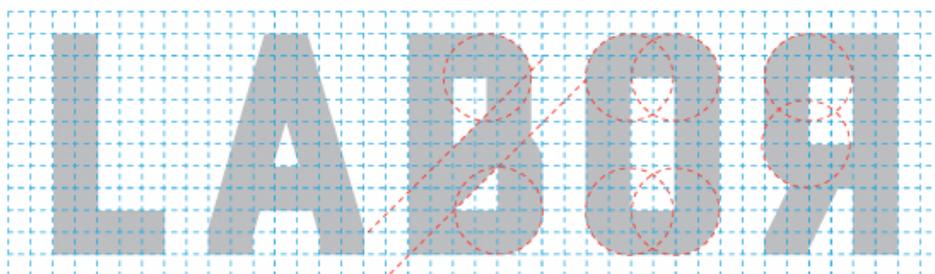


Figura 16: Malha construtiva do logotipo.

**LABOЯ**

Aplicação Primária

**ЛВЯ**

Aplicações Secundária

Figura 17: Aplicações da marca.



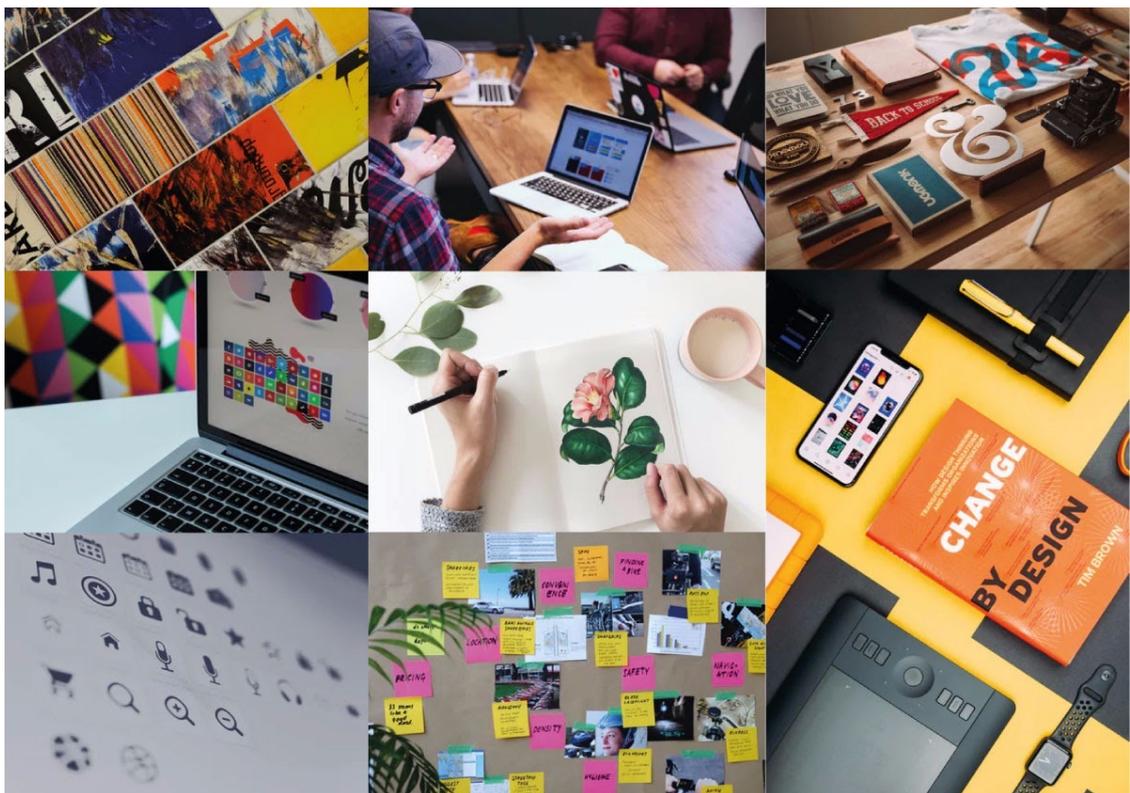
Figura 18: Perímetro de segurança da marca

## Cores

Para definir uma paleta de cores para a interface da Labor, procurou-se uma paleta cromática que não fosse óbvia demais, e ao mesmo tempo fosse atrativa aos nossos usuários.

Baseada nos conceitos da marca: Trabalho; atividade muito difícil e demorada. Labuta; trabalho penoso que causa muito cansaço; painéis semânticos foram criados.

O painel semântico é uma composição de variadas imagens e fotografias, amostras de tecidos, texturas, cores e desenhos. Estas composições buscam exprimir, segundo Garner & McDonagh-Philp (2008), emoções e sentimentos do designer ao estudar um determinado tema. Este instrumento não pretende ser uma colagem artística, ou um painel de tendências, e sim ser uma ferramenta do processo de criação.

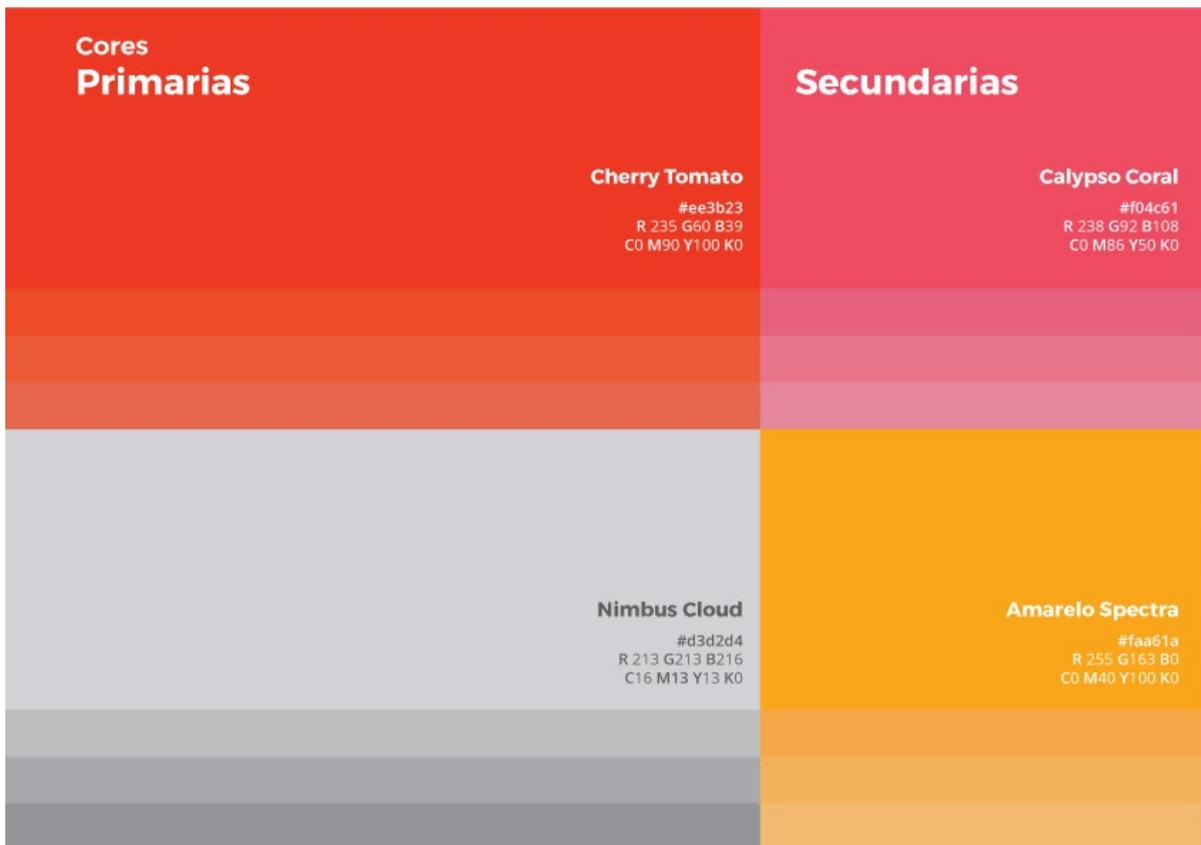


**Figura 19:** Painel semântico design **Fonte:** Os autores



**Figura 20:** Painel semântico trabalho.

Baseado nas análises feitas com base dos painéis semânticos que são compostos por imagens ilustrativas de contexto laboral e projetual de design, retirou-se tonalidades cromáticas que serão usadas no identidade visual da marca e interface gráfica da LABOR. Durante as análise do painel semântico percebemos a utilização de cores quentes e também cores “neutras”, que seriam usadas em contraste a estas. (Figura 15)



**Figura 21:** Paleta cromática.

**Cherry Tomato:** Cor quente que representa visualmente o calor gerado no esforço exercido no trabalho, na labuta. (O fogo que forja, o suor que escorre, o sol que aquece e ilumina)

**Nimbus Cloud:** Cor “neutra” que representa visualmente o suporte (papel, tela) utilizado pelo designer no seu momento de trabalho, na sua ação de projetar. E também remete ao metal usado na labuta, que assim como o papel são materiais flexíveis de se trabalhar.

**Calypso Coral:** Cor análoga a Cherry Tomato que serve de apoio as principais, podendo ser usadas em ações específicas (Títulos, Data Comemorativa, Colunas, Gráficos).

**Amarelo Spectra:** Cor de apoio as principais, podendo ser usadas em ações específicas (Títulos, Data Comemorativa, Colunas, Gráficos).

Também foram desenvolvidos gradientes para possíveis aplicações da marca:



**Figura 22:** Gradientes **Fonte:** Os autores

## TIPOGRAFIA

Na web, as famílias tipográficas apresentadas em um site podem variar de acordo com o navegador usado, e suas fontes já instaladas. Segundo Isabelle (2017) "Há alguns anos, as fontes usadas no web design eram limitadas às chamadas fontes seguras, aquelas que eram padrões em quase todos os PCs: verdana, arial, genebra, times new roman". Isso porque:

"Nem todas as fontes estão pré-instaladas nos navegadores e sistemas operacionais. Em função disso, muitas vezes nos deparamos com incompatibilidade de fontes e, automaticamente, seus textos serão adaptados às fontes disponíveis no sistema. Com isso o texto fica desconfigurado e todo o layout acaba sendo prejudicado" (BLOG ALURA, 2017).

Para que esse problema se minimizasse, Segundo Isabelle (2017), a empresa Google em 2010, lançou um repositório de fontes gratuitas, para uso *web*, onde todas aquelas fontes já estão instaladas em seu navegador, o Google Chrome,

atualmente, segundo pesquisa feita pela Techmundo (2018), é o navegador mais usado no mundo.

Portanto, para uma maior rapidez na inicialização do *website* e maior segurança, de que as fontes não seriam desconfiguradas, utilizando a biblioteca de fontes foram selecionadas duas famílias tipográficas auxiliares (figura 23): Montserrat e Open Sans.



**Figura 23:** Famílias tipográficas.

Segundo Google fonts (2018), a família Montserrat foi desenvolvida pela designer argentina Julieta Ulanovsky, inspiradas nos antigos cartazes que ficavam espalhados pelo bairro de Montserrat, em Buenos Aires. O desenvolvimento da fonte foi financiado através de uma rede colaborativa, nos quais os desenhos das letras precisaram de quase um ano para serem concluídos – foram disponibilizadas na

web somente em setembro de 2012. Atualizado em novembro de 2017: A família foi redesenhada por Jacques Le Bailly, e o conjunto completo de pesos foi ajustado para tornar o Regular mais leve e melhor para uso em textos mais longos.

A Montserrat é uma tipografia geométrica que tenta invocar um aspecto modernista e urbano, com 18 variações de peso, apresentando caracteres especiais. Antes das adaptações feitas por Jacques Le Bailly ela apresentava uma baixa legibilidade em redução. Nesse projeto ela é utilizada nos pesos semi bold, bold e black, sendo empregada apenas em títulos.

A open sans é uma fonte humanista projetada pelo designer Steve Matteson, Open Sans foi projetado com uma tensão vertical, formas abertas e uma aparência neutra, mas amigável. Foi otimizada para interfaces web e dispositivos móveis, além de possuir excelentes características de legibilidade em suas caracteres. (Google Fonts, 2018)

Essas referências devem ser mantidas nas aplicações da marca e dos elementos da interface para que haja um padrão, uma identidade no sistema, que serve de auxílio ao usuário para reconhecimento e “guia” de navegação.

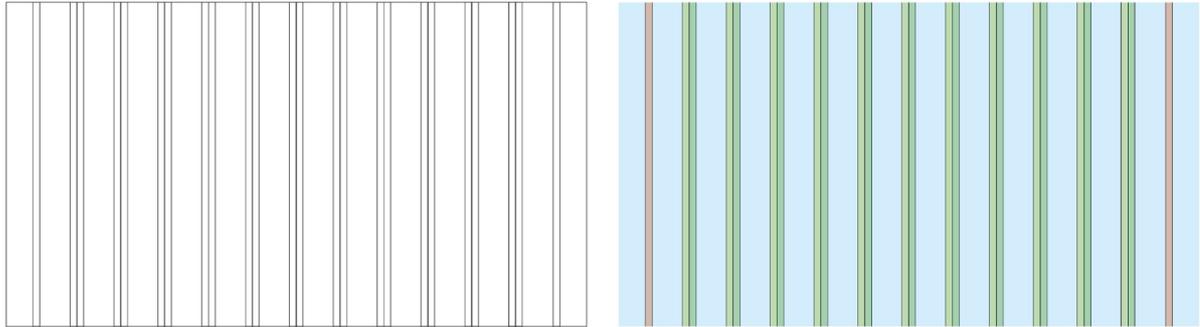
### **3.1.5.2 DIAGRAMAÇÃO E COMPOSIÇÃO**

Para MEURER; SZABLUK (2012), a diagramação e a composição são feitas sempre em concordância com as exigências e restrições físicas às quais a interface será submetida. No entanto, projetar para a *web* apresenta alguns desafios, os designers não têm tanto controle sobre os *layouts*, pois as plataformas online podem ser acessadas em diferentes navegadores (Google Chrome, Firefox, Microsoft Edge) e em dispositivos distintos (PC, tablet, smartphones).

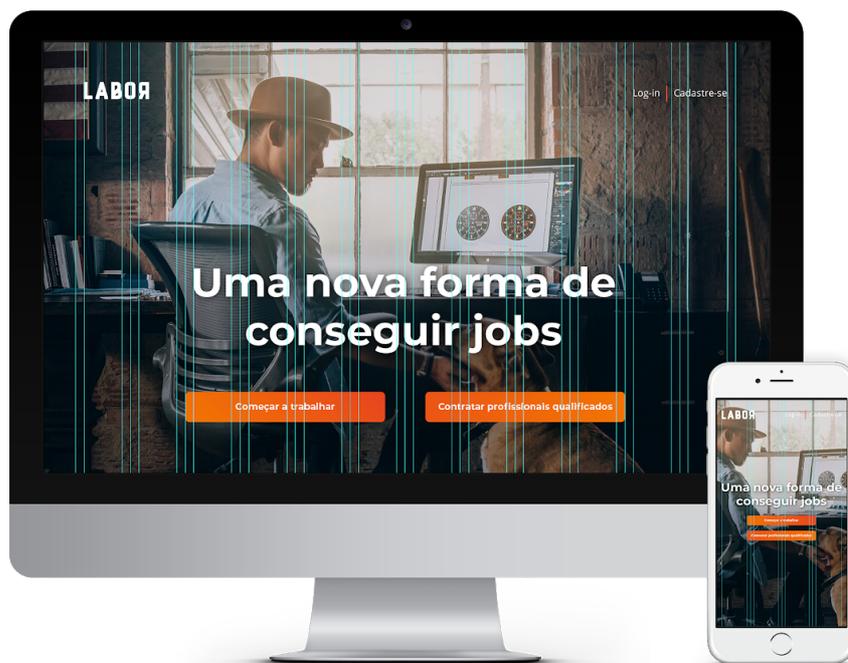
Dessa forma, utilizou uma *grid* (conjunto de linhas e colunas, que auxiliam na disposição do conteúdo) responsiva (figuras 22 e 23), utilizando 12 colunas de 96px com 45px de espessamento na versão desktop. Isso porque 12 é um número divisível por 2, 3, 4 e 6, facilitando assim a divisão da versão principal (de 12 colunas) para dispositivos menores, como a versão *mobile*, que apresenta 4 colunas com as mesmas medidas.

Segundo Pacheco (2014), em vez de tomar decisões arbitrariamente, quanto a localização dos elementos, os Grids permitem criar uma linguagem visual comum

em toda a página. Os componentes se relacionam entre si, o que torna mais fácil para os usuários “escanear” o conteúdo e desenvolver familiaridade com ele.



**Figura 24:** Grid Responsiva. **Fonte:** Autores



**Figura 25:** Grid Responsiva aplicada. **Fonte:** Autores

Segundo Pacheco (2014), os benefícios do Grid para o designer são:

- Rapidez para adicionar, alterar e mover elementos.
- Padrões de espaçamento e alinhamento proporcionam uma linha de trabalho uniforme.
- Linguagem visual comum em toda a página.
- Mantém a consistência do trabalho caso outro designer mexa no arquivo.

E ainda segundo Pacheco (2014), os benefícios do Grid para o desenvolvimento:

- É o caminho para que o layout que irá ao ar fique o mais parecido com o layout desenvolvido
- Atualização do layout de maneira consistente.
- Rapidez na construção do front-end do site.

### **3.1.5.3 PICTOGRAFIA**

Segundo MEURER; SZABLUK (2012, p.7) “A pictografia consiste no tratamento de imagens e ilustrações, que devem ser coerentes com a as regras visuais da identidade visual.” Nesse sentido utilizou-se de imagens e ilustrações que fossem harmoniosas e concordantes com a identidade visual adotada, a partir de referências do construtivismo.

“As obras construtivistas eram pensadas como construções, e não como representações, guardando proximidade com a arquitetura em termos de procedimentos e objetivos. Caracterizou-se, de forma bastante genérica, pela utilização constante de elementos geométricos, cores primárias, fotomontagem” (História Das Artes, 2010)

Assim, seguindo a identidade visual, foram desenvolvidas ilustrações a partir de elementos geométricos e foto colagens para serem utilizadas na interface, porém, com um aspecto mais moderno, de forma isométrica, para se adequar aos requisitos gerados ao longo do processo.



**Figura 26:** Ilustração design em progresso.



**Figura 27:** Imagens personalizadas para tipos de serviços.

### 3.1.5.4 ICONOGRAFIA

Para MEURER; SZABLUK (2012, p.7), “A iconografia consiste no uso adequado de ícones e pictogramas.” E ainda segundo BATISTA; ULBRICHT (2013, p.2), “Devido o poder de transmitir uma informação imediatamente ao usuário, as imagens são amplamente utilizadas nas aplicações Web, nas interfaces de softwares e em outros produtos digitais.” Sendo assim, as imagens aplicadas sobre botões de comando, genericamente denominadas de “ícones”, representam uma função, ou seja, comunicam uma ação (por ex.: habilitar/desabilitar áudio). Elas devem ser claras, legíveis e inteligíveis. Seguindo as referências supracitadas e levando em consideração que:

Compor um ícone significa simplificar a imagem, excluir detalhes frívolos, valorizar a forma, o equilíbrio, e a proporção. O ícone deve atrair a atenção, ser fácil e imediatamente interpretado pelo usuário. (MULLET; SANO, 1995, p. 47)

Desenvolveu-se a iconografia do web site LABOR, os ícones a seguir (figura 26), que correspondem respectivamente à: 1. Seguidores; 2. Projetos; 3. Perfil; 4. Caixa de mensagens; 5. Descobri-Pesquisar; 6. Configurações; 7. Sair; 8. Concluído; 9. Pontuação; 10. Chat-Bate-papo; 11. Seta direcional; 12. Enviar; 13. Anexar; 14. Escolher imagem; 15. Cartão de crédito; 16. Cartão de débito; 17. Código de barras; 18. Ferramentas de trabalho; 19. Pagamento; 20. Suporte e mediação.

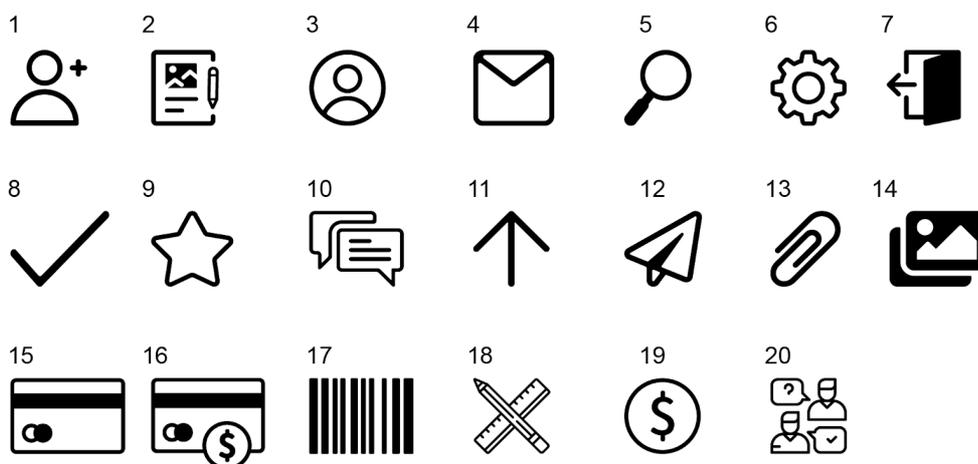


Figura 28: Iconografia. Fonte: Autores

### **3.1.6 EXECUÇÃO**

A etapa de Execução, é a fase final do projeto, onde são tornadas funcionais todas as telas desenvolvidas durante o projeto, se trata de “um modelo dinâmico que exemplifica as principais funcionalidades do produto.” (MEURER; SZABLUK, 2012 p.7).

MEURER; SZABLUK (2012), orienta que depois do desenvolvimento das interfaces pelo designer, e o produto estiver programado, com todas as suas ferramentas e funcionalidades ativas, a interface deverá passar por uma avaliação heurística e testes com usuários para identificar e corrigir possíveis erros. Porém, como supracitado por Preece et al (2007), não cabe ao designer programar e sim ao engenheiro de software, por este motivo, nesta pesquisa, apenas uma simulação do protótipo funcional foi desenvolvida.

#### **3.1.6.1 IMPLEMENTAÇÃO**

A seguir serão apresentadas as telas finais e como as mesmas funcionam. A interface se inicia na Página inicial (figura 29), que foi construída baseada em modelo de *landing page*, que é caracterizada por uma única página onde a rolagem permite ao usuário a navegação por todo seu conteúdo. No topo encontram-se as opções de *login* e cadastro, e em sequência as opções de escolhas sobre o tipo de serviço preterido pelo usuário, podendo ser: cliente ou designer.



**Figura 29:** Home - LABOR.

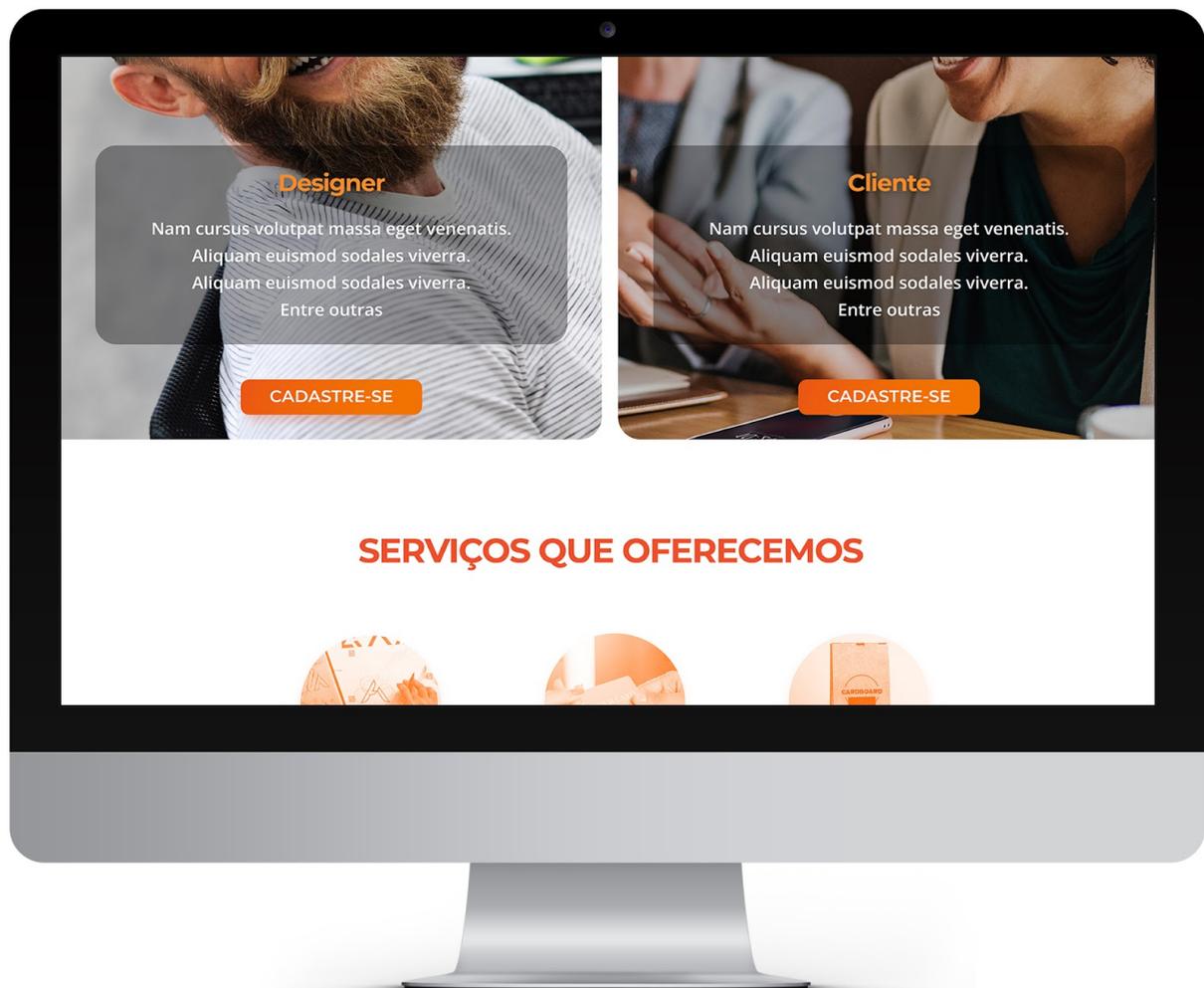
Mais abaixo, são apresentados conteúdos relacionados ao *website*. Primeiro o conteúdo explicativo, como funciona a plataforma (figura 30) e em seguida as vantagens para os dois tipos de usuários (figuras 31 e 32).



**Figura 30:** Como funciona a plataforma.



**Figura 31:** Vantagens para cada usuário (início).



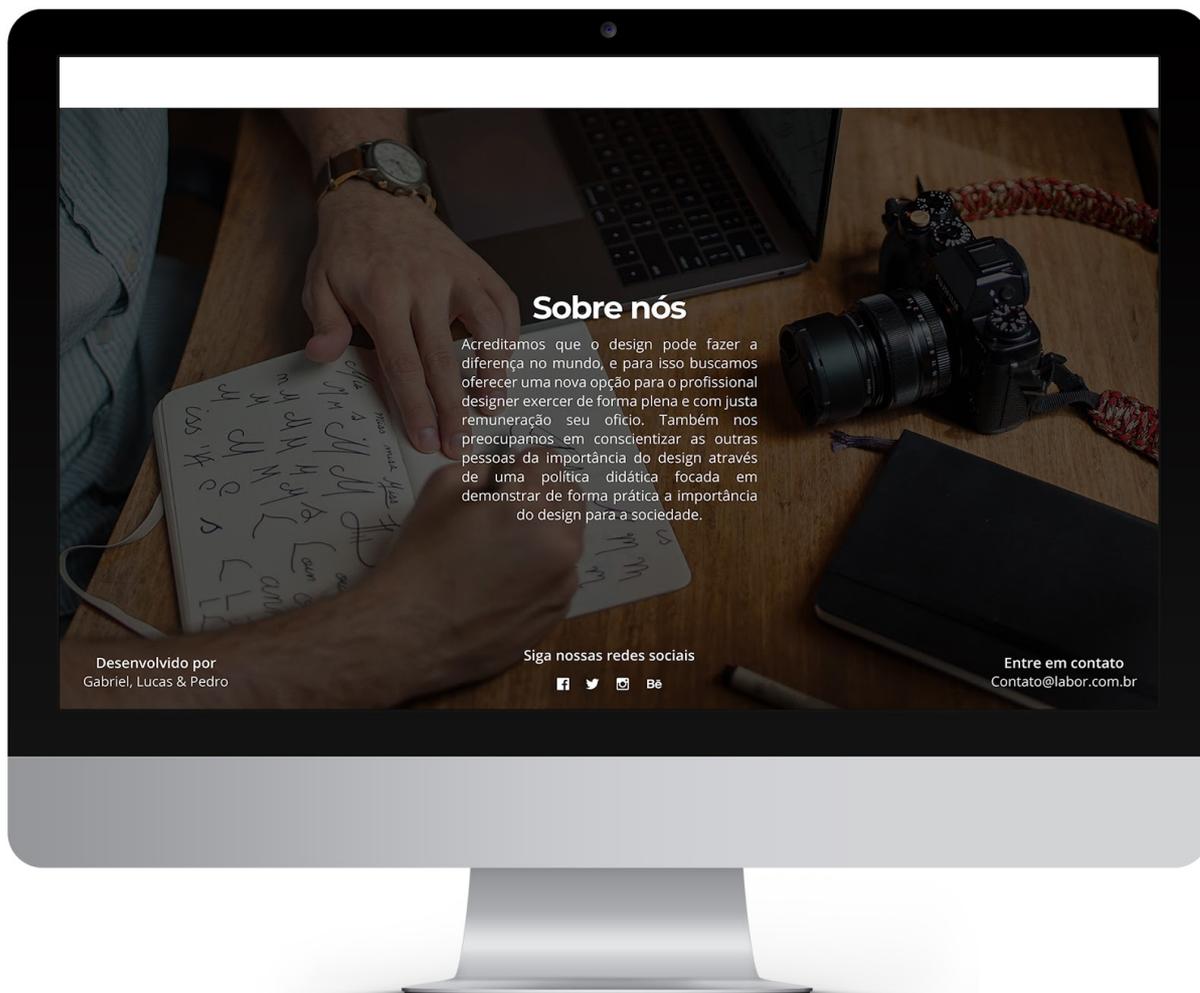
**Figura 32:** Vantagens para cada usuário (final).

Continuando, apresenta-se de forma tipificada os serviços oferecidos, como: Design de logo, cartão de visita e etc (figura 33).

No fim da página inicial encontra-se um breve texto sobre a LABOR e no rodapé as principais informações de contato (figura 34).

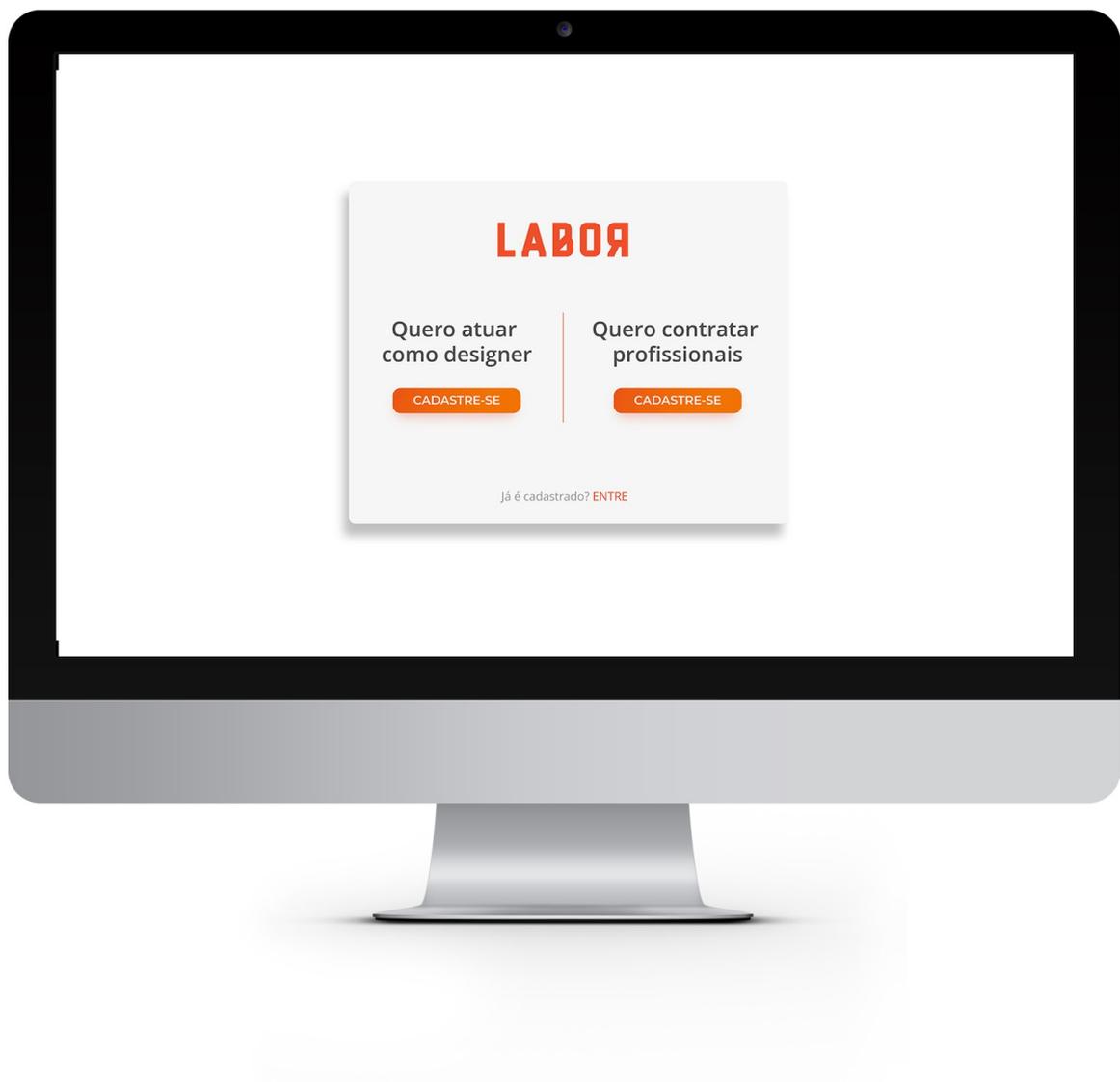


**Figura 33:** Tipos de serviços oferecidos.



**Figura 34:** Sobre a LABOR e informações de contato.

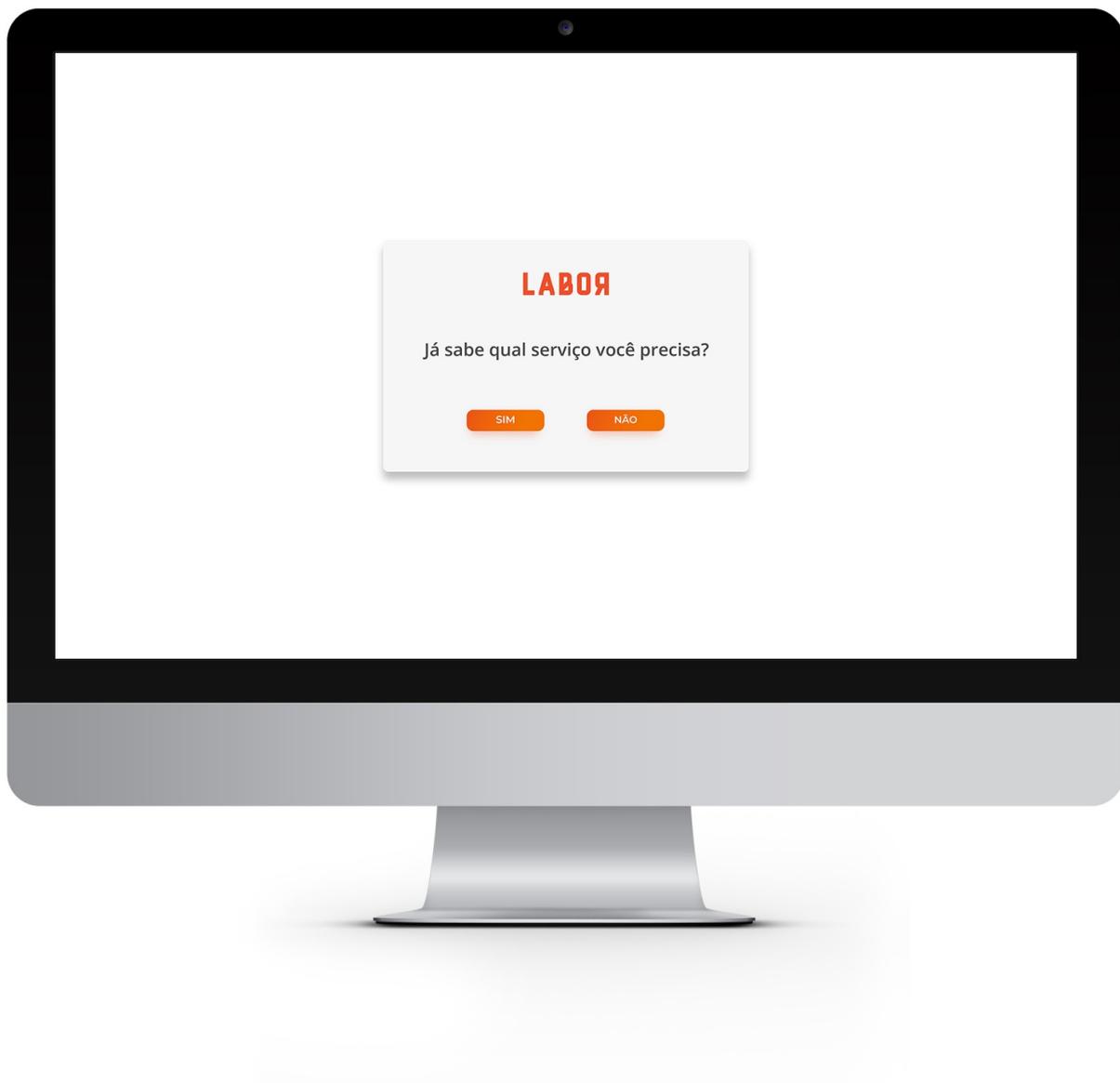
Após navegar pela página inicial, o usuário para seguir em frente, obrigatoriamente precisará se cadastrar e escolher sua tipificação, podendo ser cliente ou designer (figura 35). Sendo optada pela opção de cliente, o usuário deverá fornecer seus dados cadastrais ou utilizar seu perfil em redes sociais para cumprir essa etapa (figura 36). Em seguida, é questionado ao usuário já cadastrado se o mesmo tem conhecimento do tipo de serviço que ele procura (figura 37), sendo a resposta não, lhe é apresentado um *splash* (tela explicativa) com descrições acompanhadas de ilustrações dos tipos de serviços oferecidos (figura 38), ou no caso de a resposta for sim, o usuário avançará essa etapa e seguirá diretamente para a sua dashboard.



**Figura 35:** Tela de decisão sobre a tipificação de usuário.



**Figura 36:** Tela de cadastro.

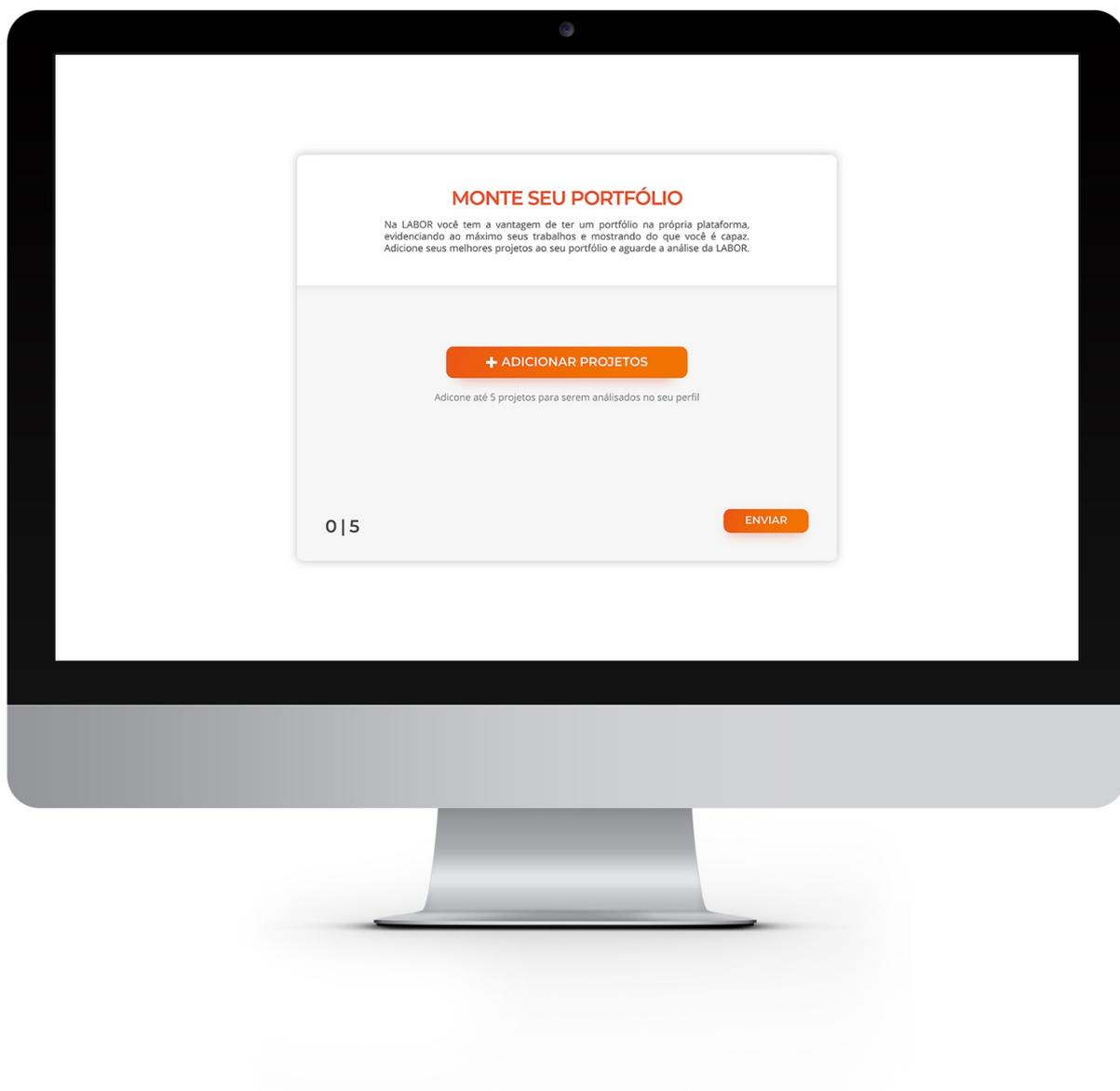


**Figura 37:** Tela de questionamento do usuário sobre o serviço buscado.

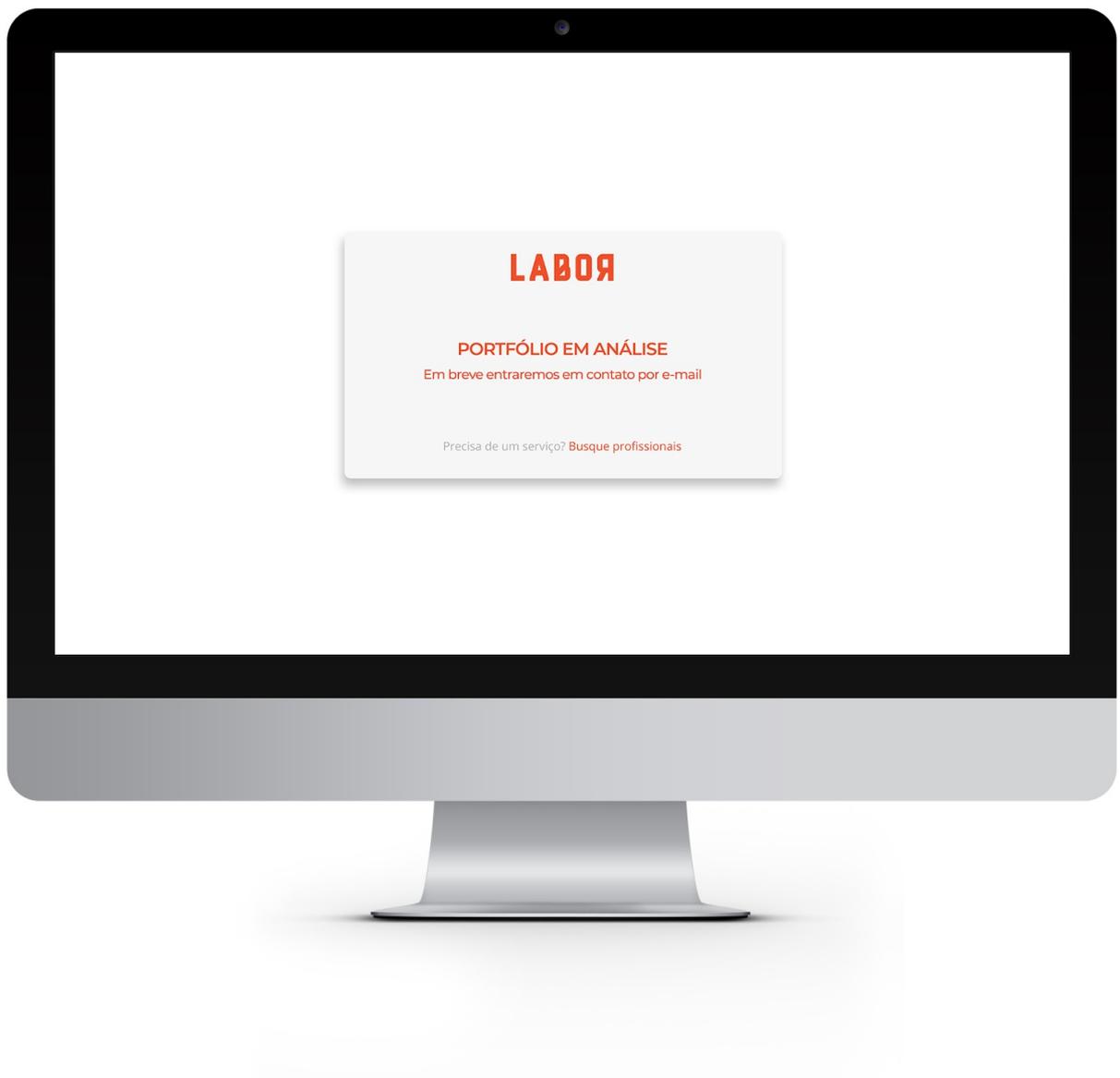


**Figura 38:** Tela explicativa.

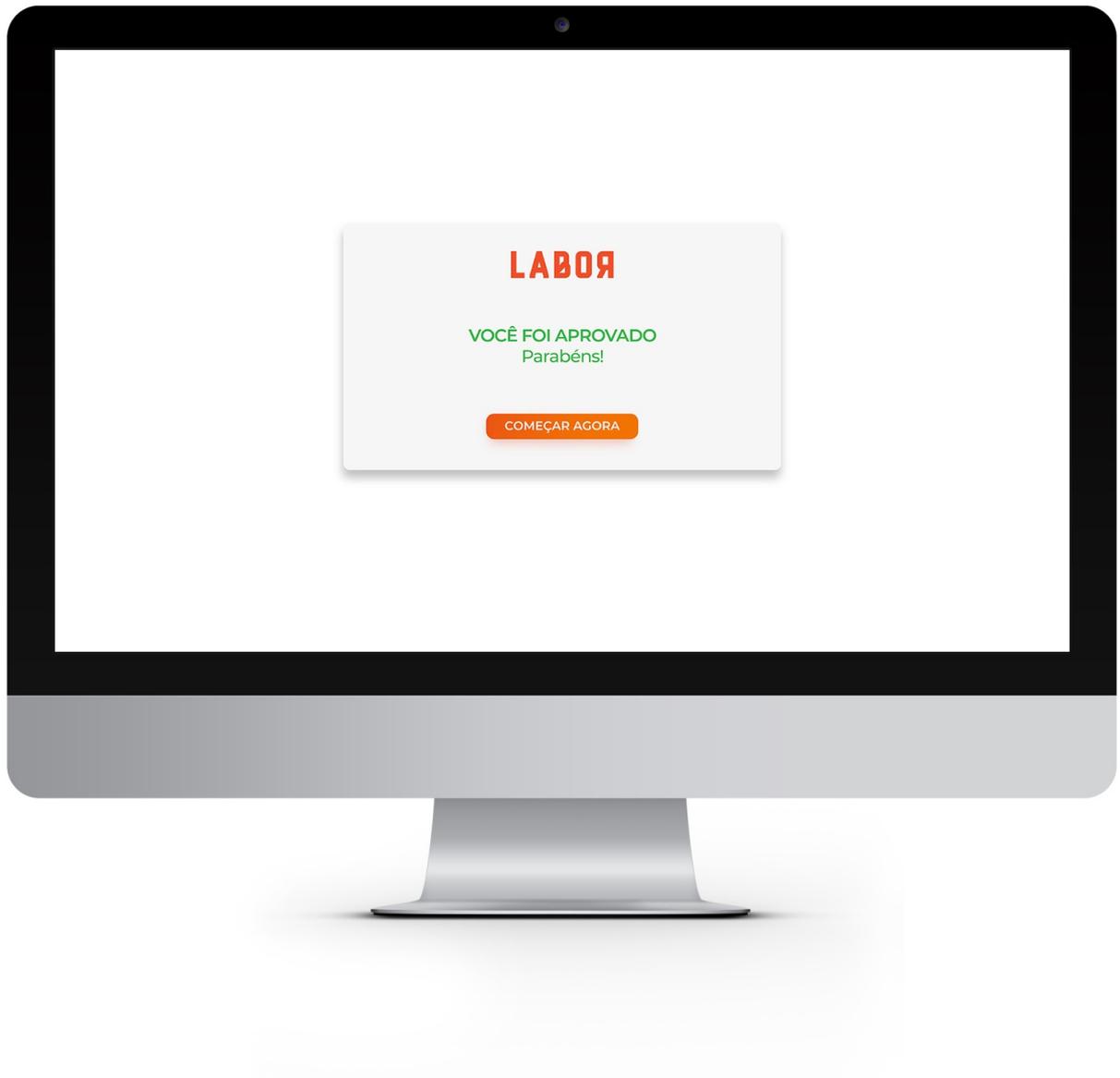
Assim como para o usuário cliente, após escolher sua tipificação de usuário o designer fornece seus dados cadastrais, tendo também a opção de uso dos perfis de redes sociais para executar essa etapa. No entanto, diferente do usuário cliente, na próxima etapa após a inserção dos dados cadastrais, o designer é direcionado para a tela de envio de portfólios, onde o mesmo deve enviar até cinco arquivos do próprio portfólio, para avaliação da equipe da LABOR (figura 39). Em seguida, ele receberá por e-mail, dentro de algum tempo, uma notificação informando-o sobre a avaliação (figura 40), sendo aprovado ou reprovado. Caso, aprovado (figura 41) ele é encaminhado para a sua dashboard, se reprovado (figura 42) ele poderá dentro de alguns dias se submeter novamente a avaliação.



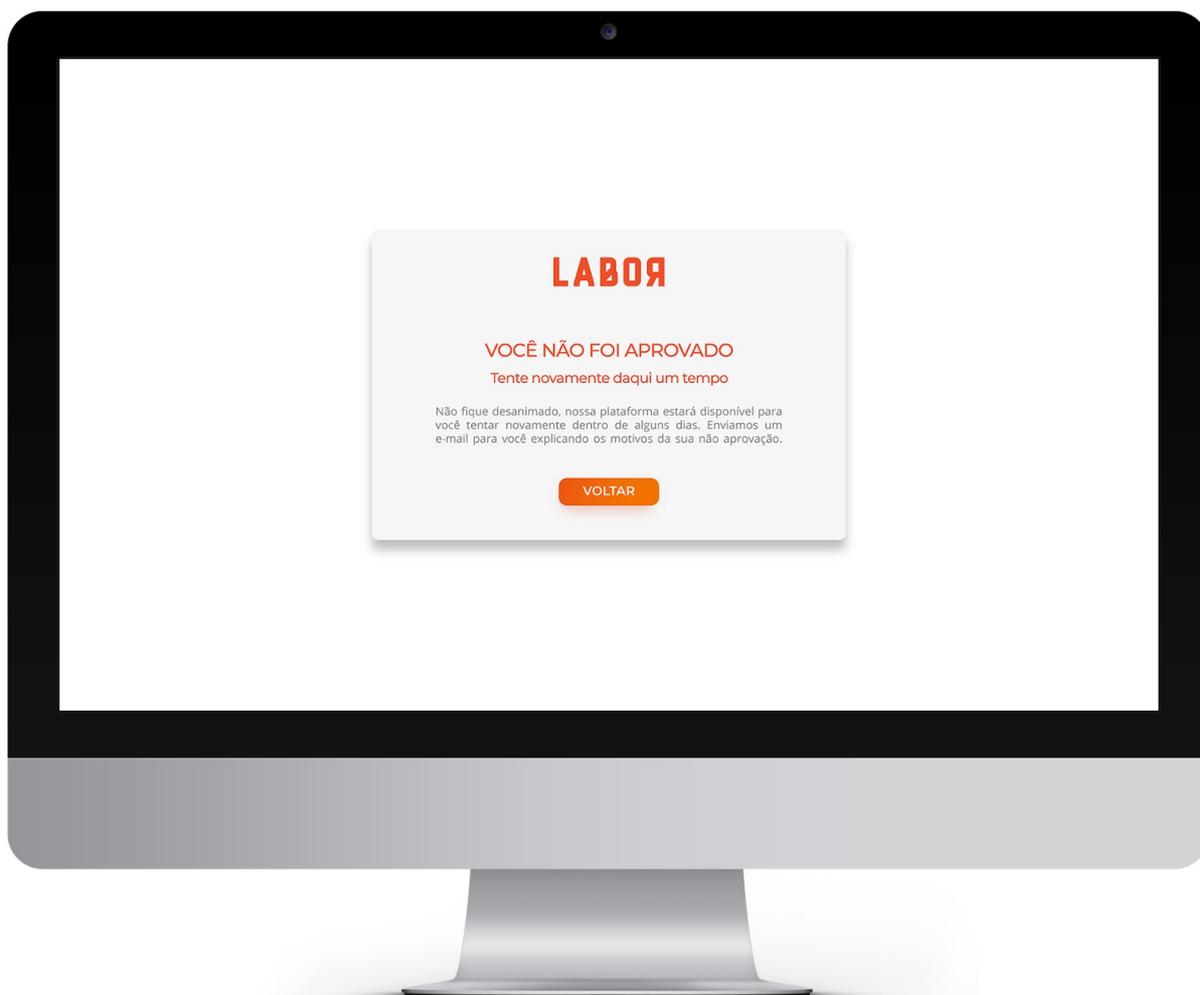
**Figura 39:** Envio de portfólio.



**Figura 40:** Notificação de análise em andamento.

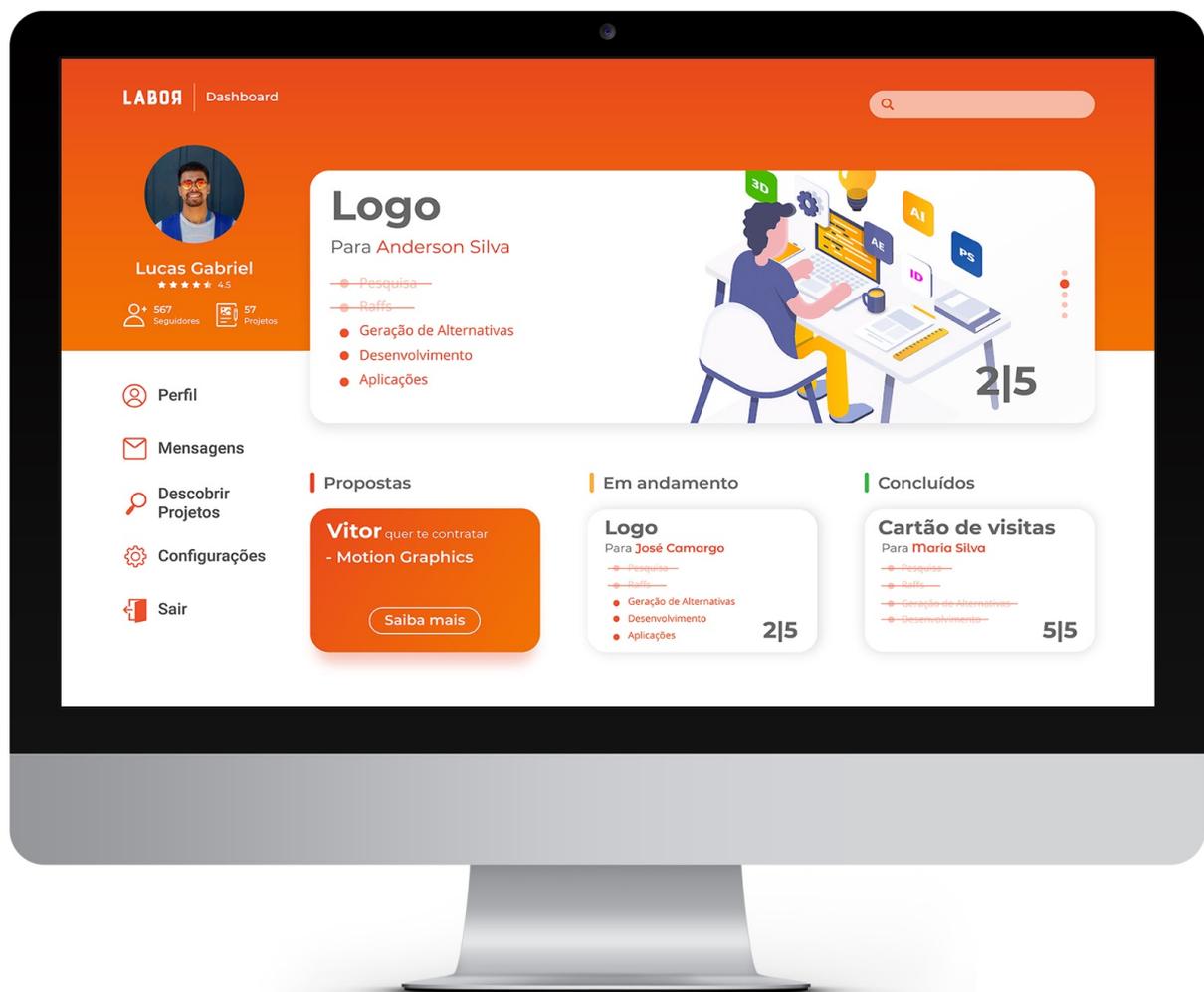


**Figura 41:** Notificação de aprovação.



**Figura 42:** Notificação de reprovação.

Na sequência, tanto o cliente quanto designer que teve seu cadastro aprovado serão levados para a página de dashboard (figura 43), que é semelhante para ambos os usuários, se diferenciando apenas por algumas funcionalidades específicas para cada. Nela se localiza na lateral esquerda o menu com as opções de: 1. Perfil (que leva o usuário para a tela de edição de dados pessoais e foto); 2. Mensagens (que permite o acesso para a caixa de mensagens do usuário); 3. Descobrir projetos (permite a visualização e busca de projetos já realizados por outros designers com intermédio da plataforma); 4. Configurações (o usuário tem acesso a opções de segurança e de dados pessoais); 5. Sair (onde o usuário se desconecta do seu perfil)

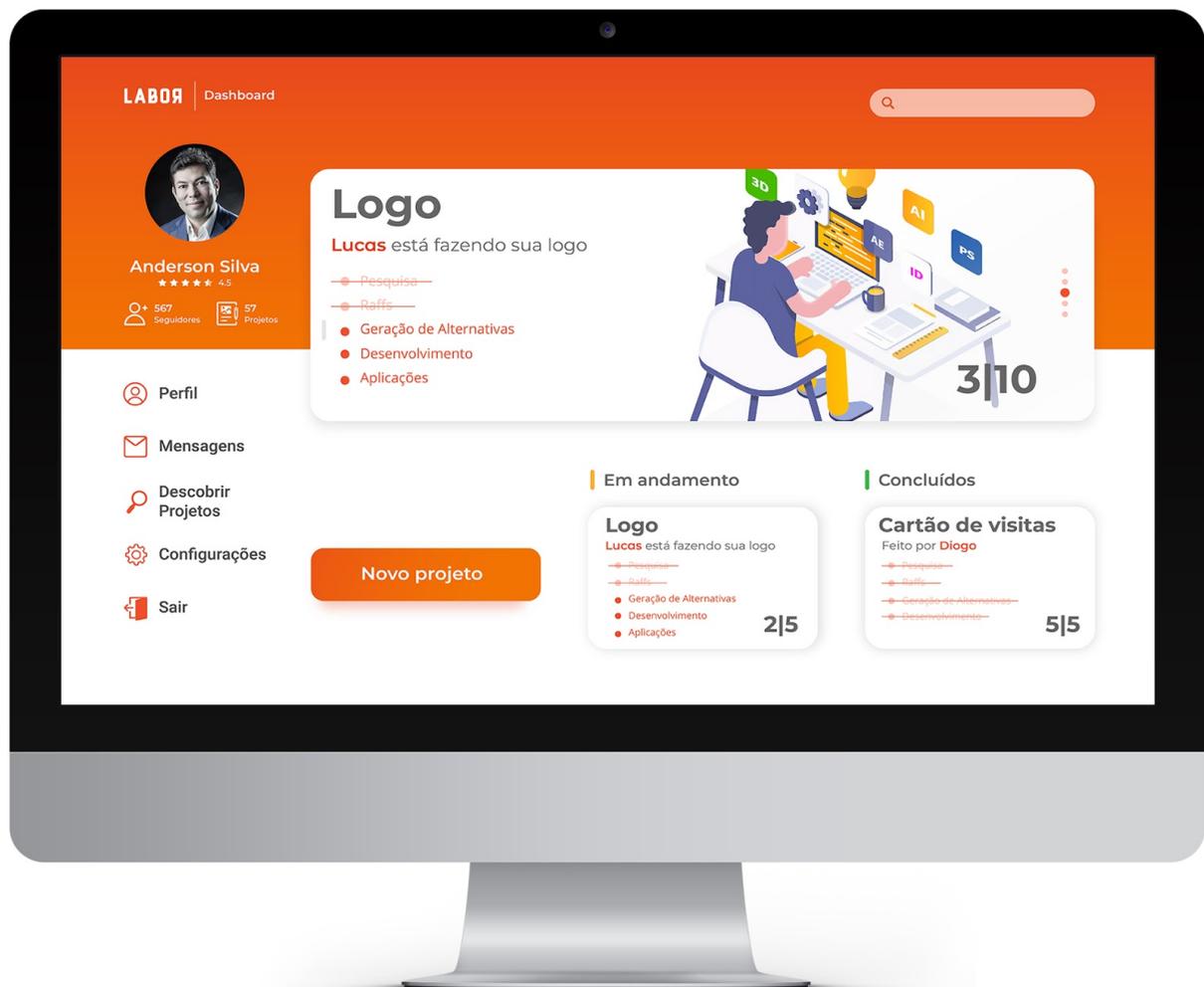


**Figura 43:** Dashboard designer.

A cima do menu lateral, são apresentados o nome e a foto do usuário. Também é exibida a sua avaliação média feita por outros usuários, bem como o número de projetos já realizados por intermédio da plataforma e o número de usuários que o seguem.

Na parte superior da interface é exibido um banner com opção de rolagem, onde são mostrados as principais informações de um respectivo projeto e os projetos que se encontram em andamento.

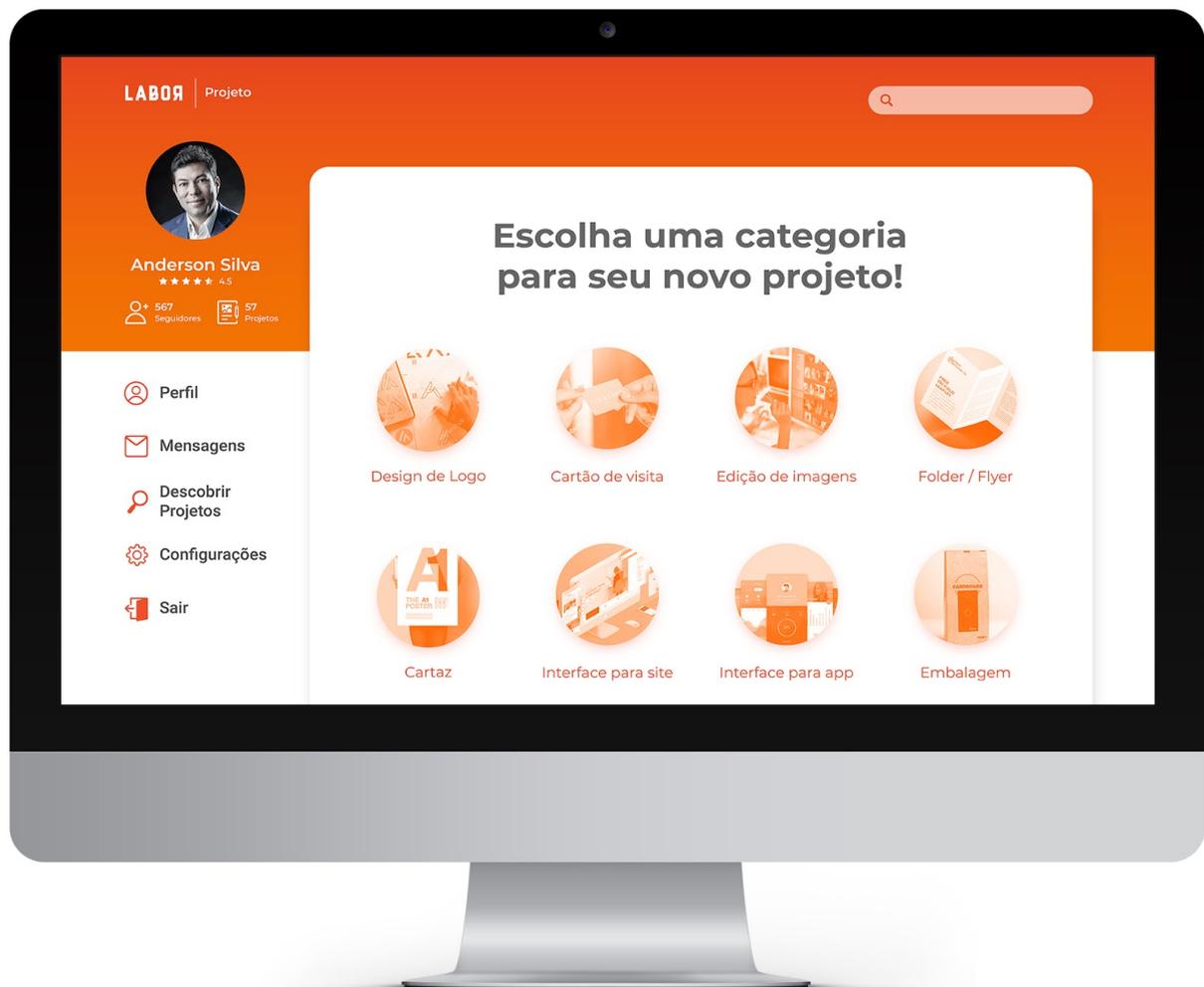
Na parte inferior, para os usuários que se identificam como clientes, existe um botão que possibilita a começar a publicação de um projeto dentro da plataforma (figura 44). Para o usuário designer, lhe é apresentado notificações de convites para aceitar e realizar novos projetos para clientes (ver figura 43). E ao lado, há em formato de cascata uma versão simplificada em cartões que informam o progresso e as etapas já concluídas, que ficam disponíveis para visualização até uma semana após sua conclusão.



**Figura 44:** Dashboard cliente.

Para a publicação de um novo projeto somente o cliente é habilitado, quando o mesmo decide disponibilizar e publicar um novo projeto, ele é direcionado para

uma nova página, onde lhe são apresentados os serviços que os designers são aptos a oferecerem (figura 45).



**Figura 45:** Opções de serviços.

Ao escolher uma das opções disponíveis, é mostrado ao usuário um *splash* descritivo com um breve texto, junto a uma ilustração explicando a finalidade deste serviço (figura 46).



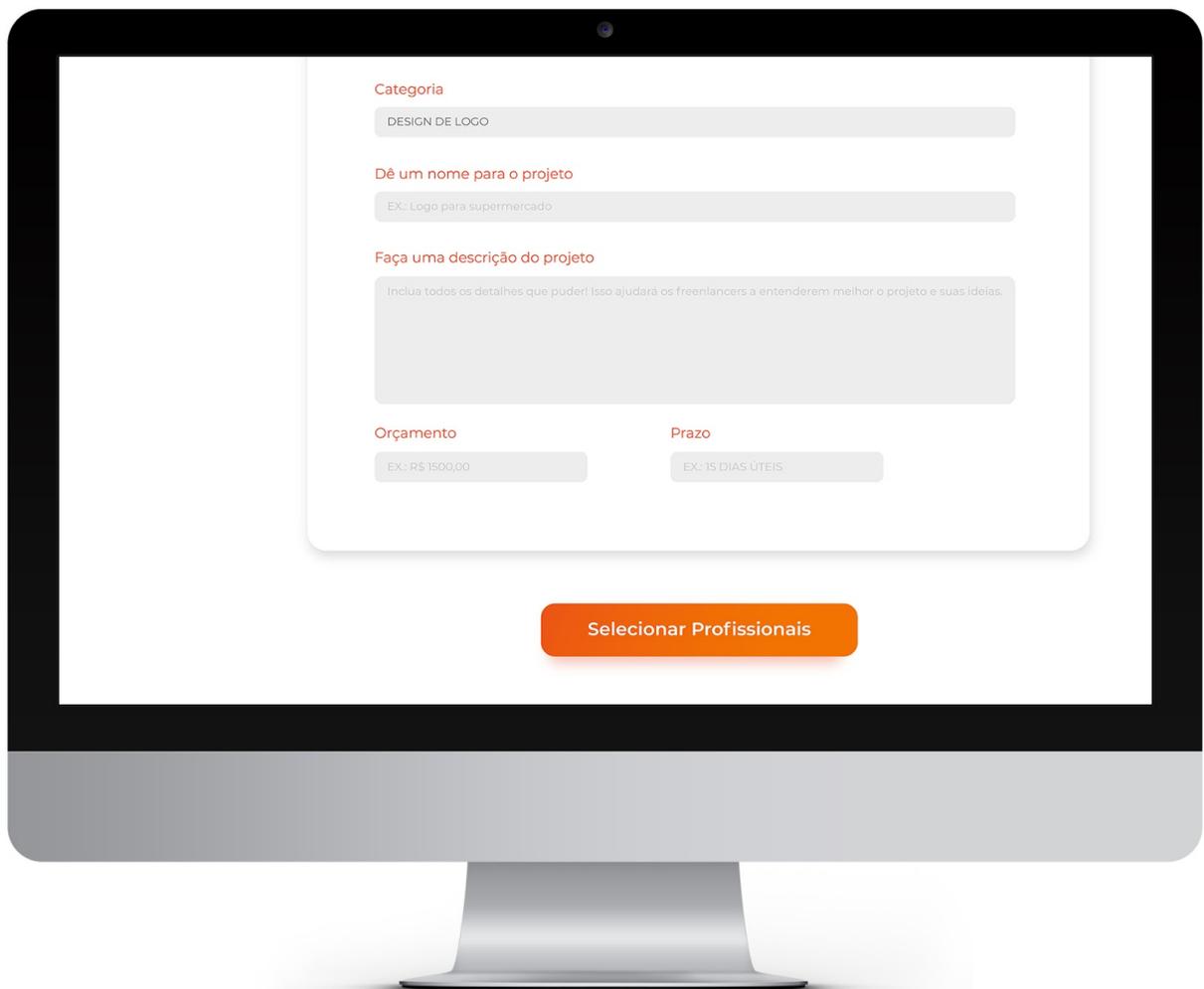
**Figura 46:** Splash descritivo de serviço.

Sendo essa a escolha final do cliente pelo tipo de serviço, a próxima etapa será escolher as variações do serviço, onde há variações simples, baratas e rápidas, e opções mais complexas, caras e demoradas (figura 47).



**Figura 47:** Variações do serviço.

Após essa etapa, o cliente deve preencher um formulário como briefing descrevendo o projeto, e então seguir para a seleção de profissionais (figura 48).



**Figura 48:** Formulário de informações adicionais do projeto.

Na tela de seleção do profissional é exibido em ordem listada os designers, bem como sua avaliação média, número de projetos concluídos, e a imagem de seus últimos 3 projetos (figura 49). Ainda é possível a aplicação de filtros de busca (Habilidades; Campos de interesse; Experiência) e ter acesso ao perfil dos designers, permitindo a visualização mais ampla de seus portfólios (figura 50).

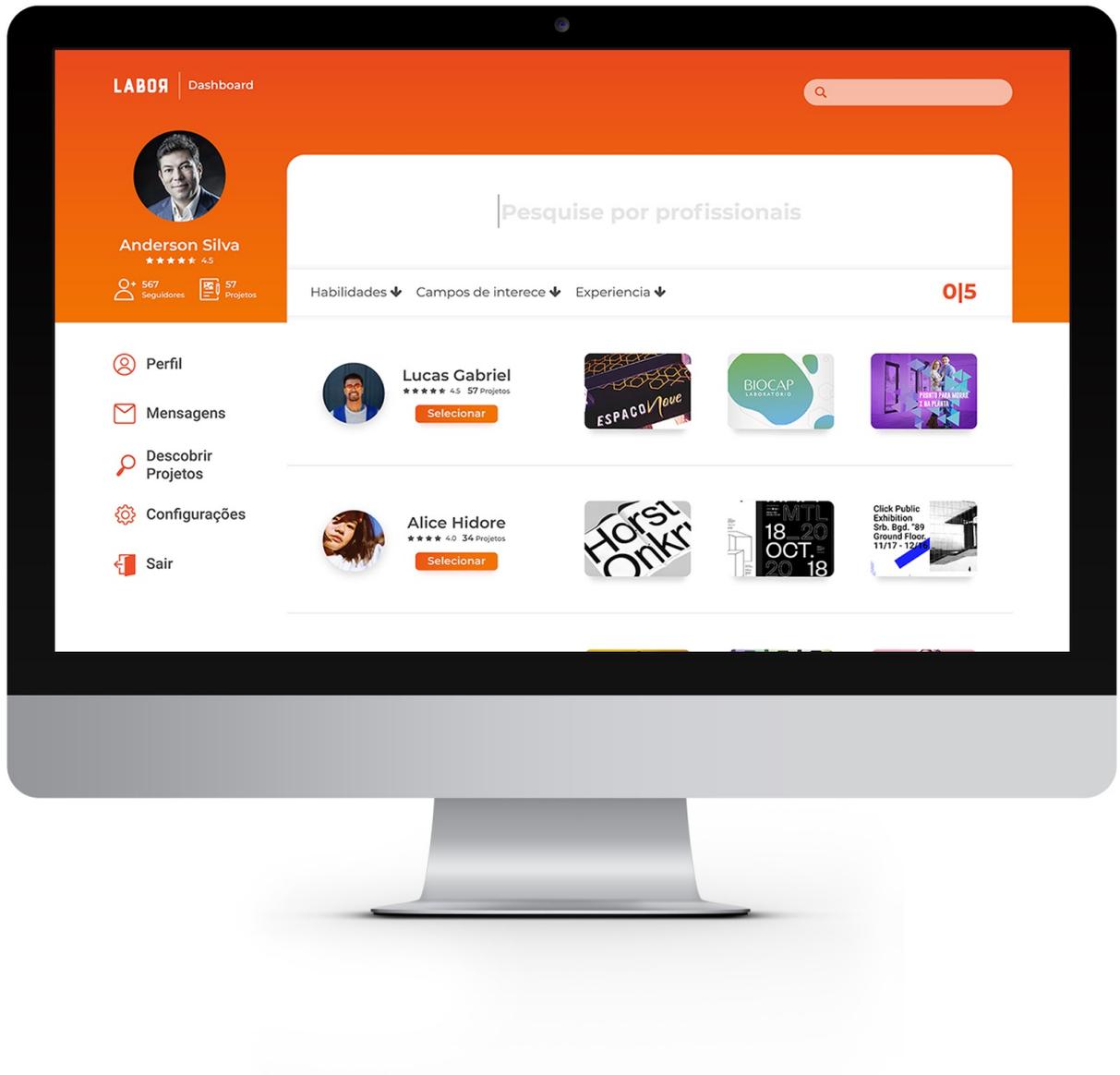
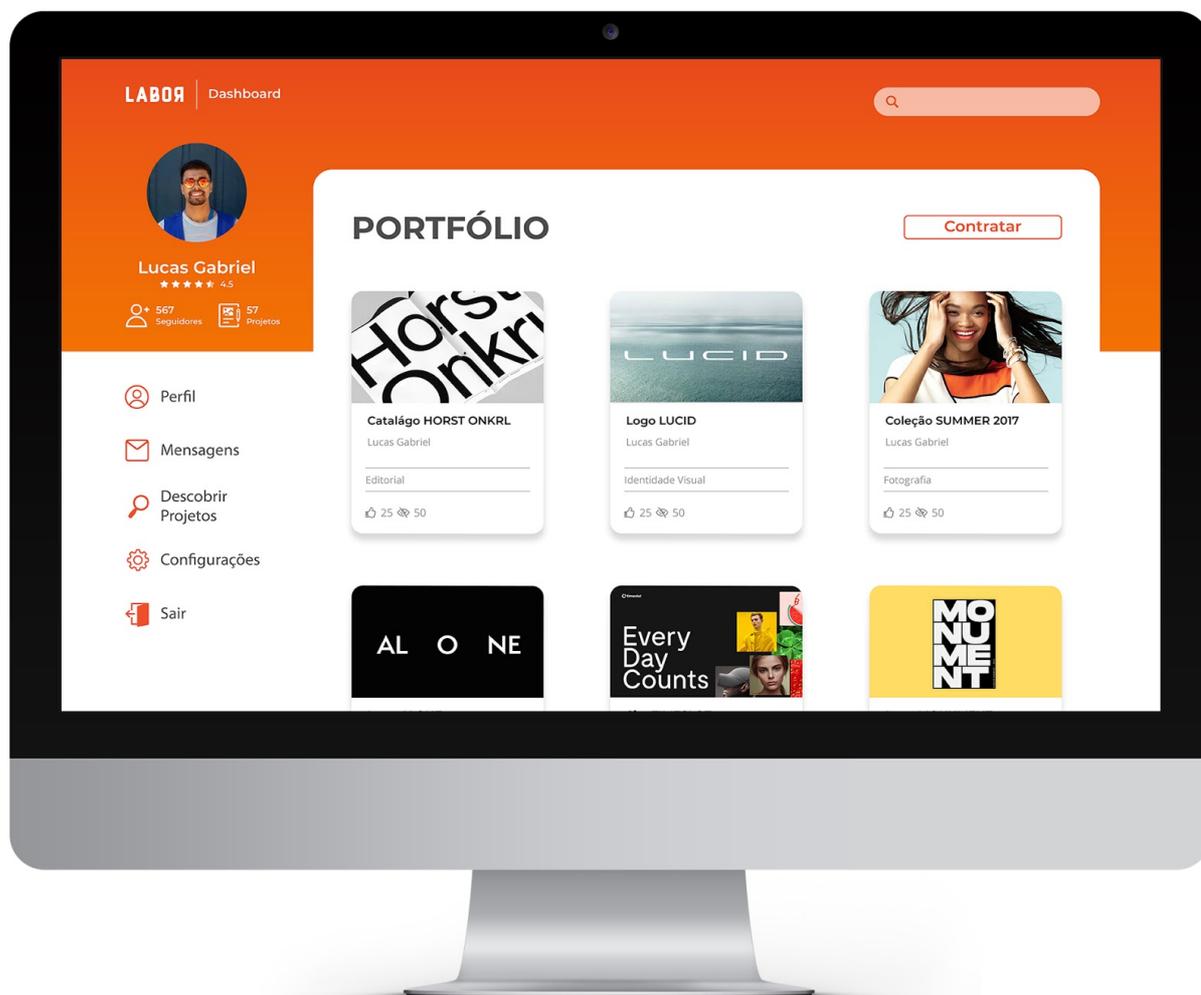


Figura 49: Pesquisa por profissionais.



**Figura 50:** Portfólio detalhado designer.

Na etapa de escolha de profissionais é possível enviar convites para até 5 usuários para trabalharem no projeto (figura 51), sendo que, o designer que primeiro aceitar a solicitação será quem irá atuar no projeto (Figura 52).

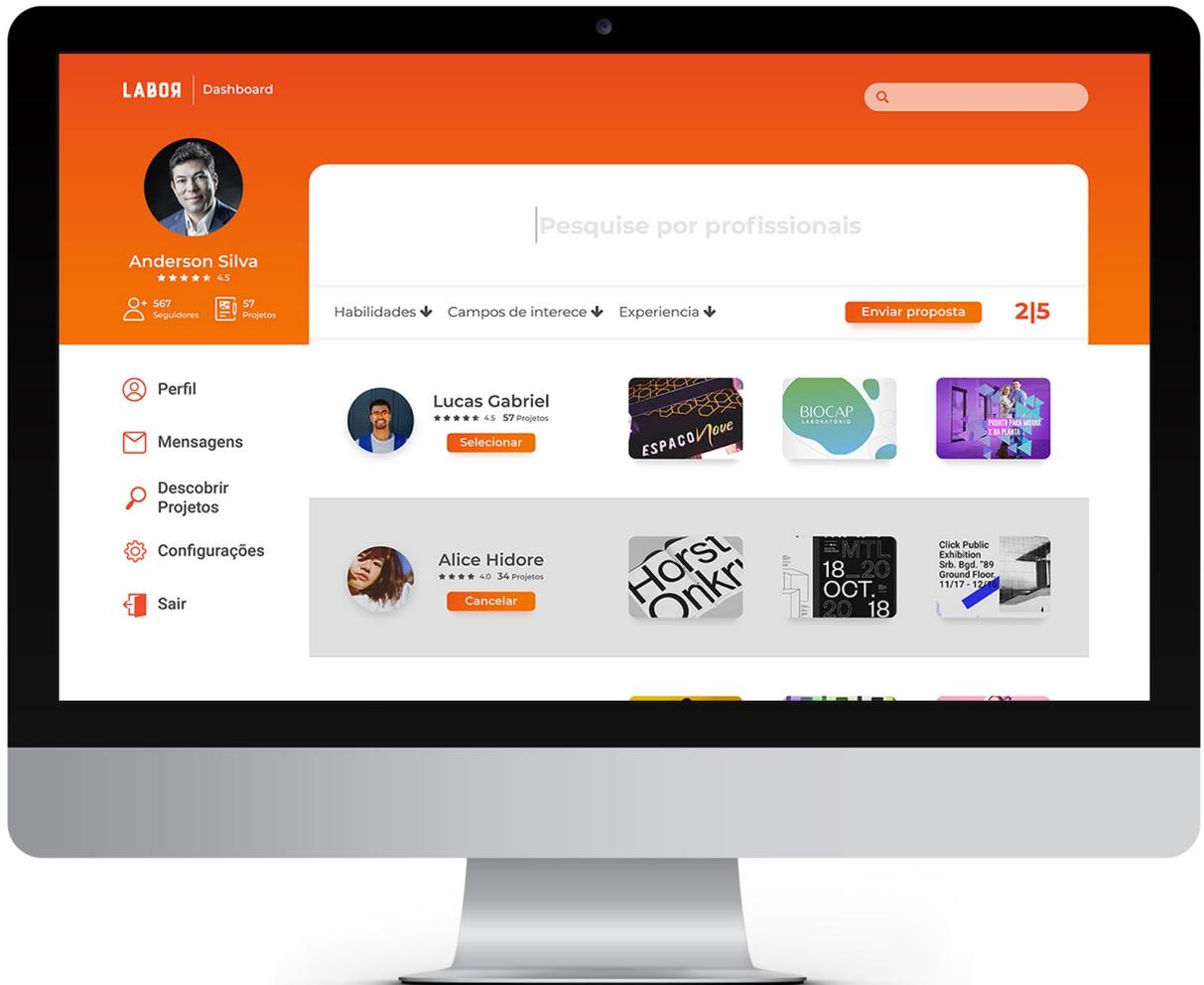
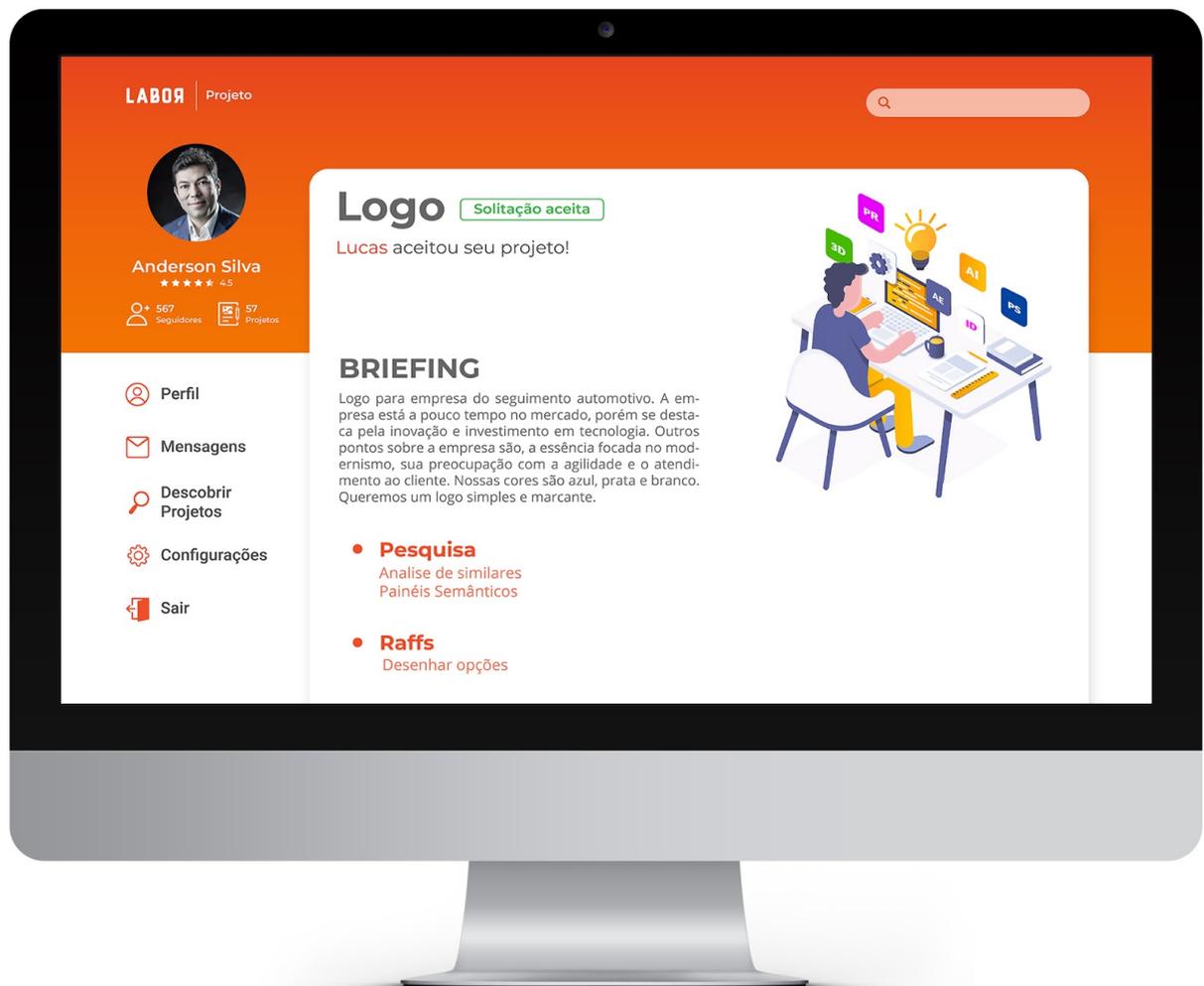
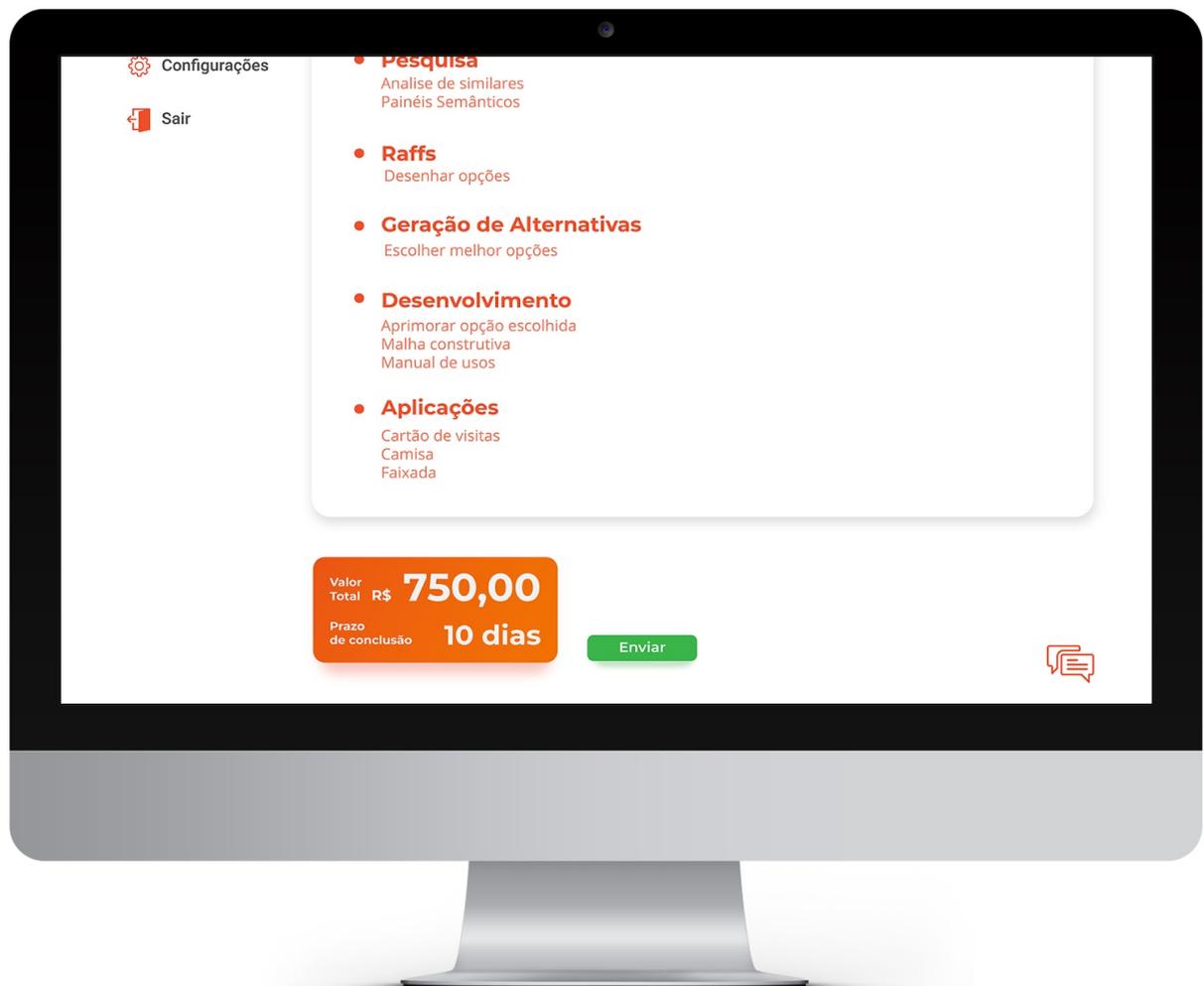


Figura 51: Escolha dos profissionais.



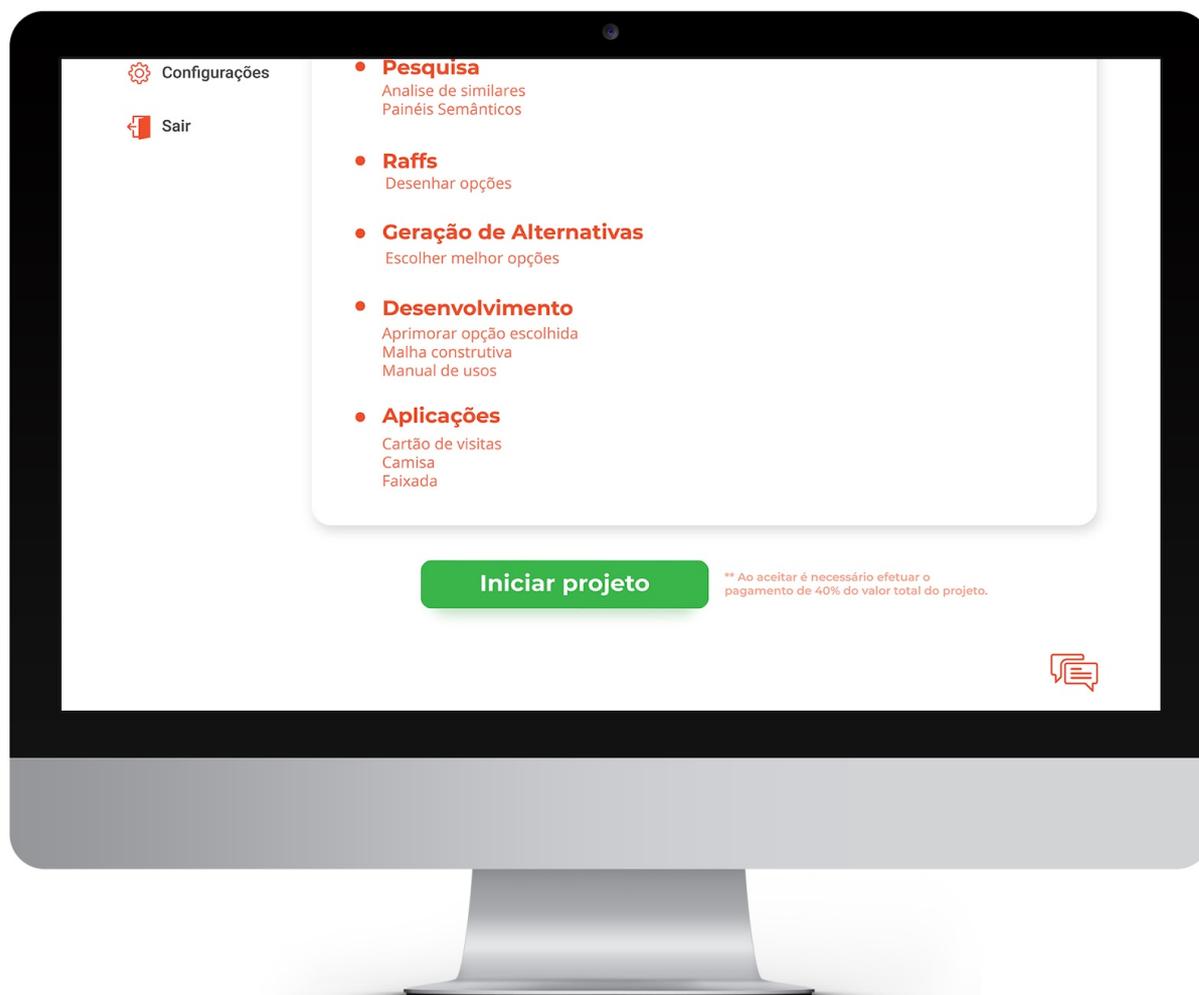
**Figura 52:** Notificação de solicitação aceita.

Após a aceitação por parte do design do convite enviado pelo cliente o profissional fica responsável por listar todas as etapas do projeto (pesquisa, geração de alternativas e etc.) e enviar um aviso contendo as etapas e o prazo do projeto para o cliente para executar o projeto (figura 53).



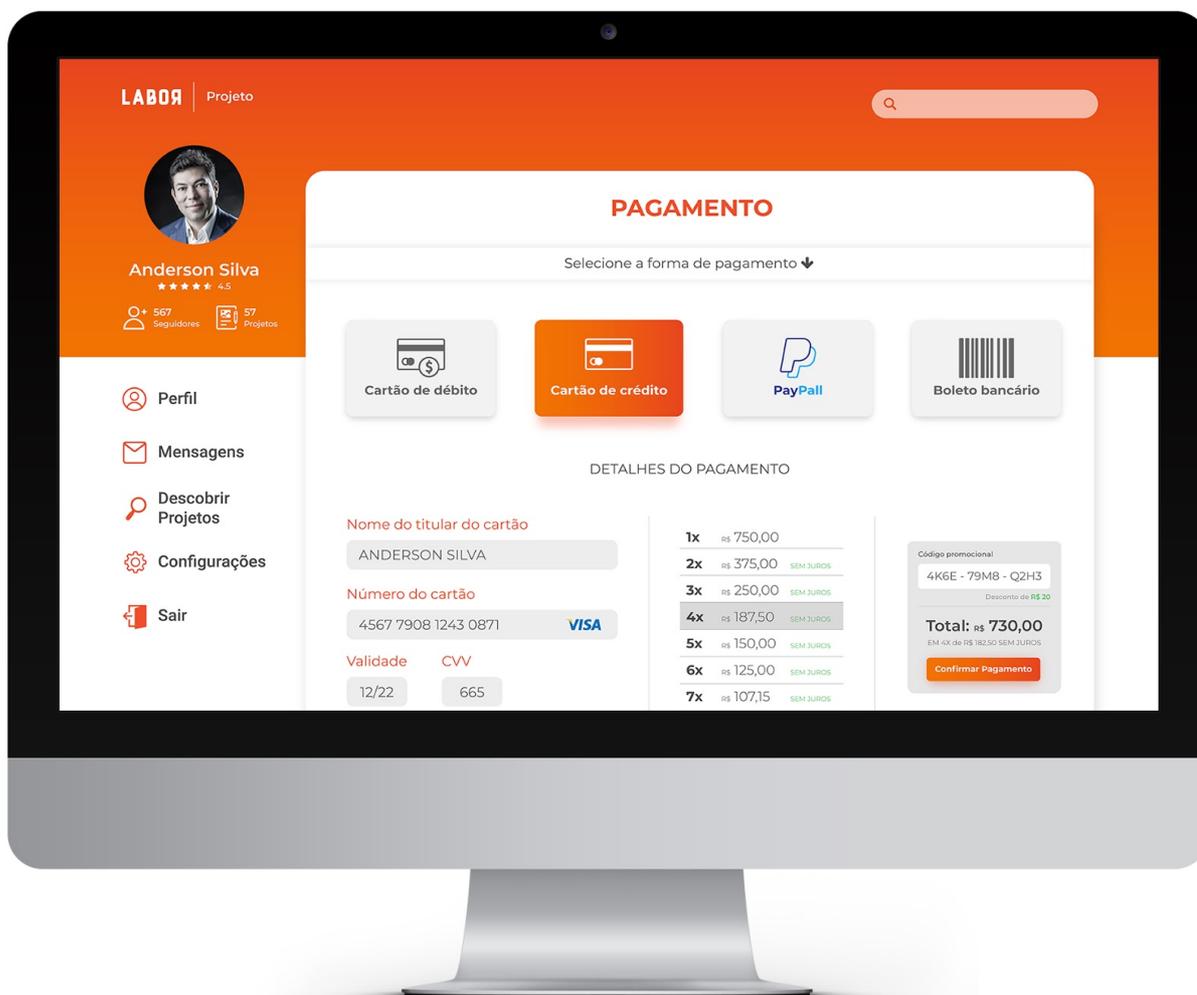
**Figura 53:** Aviso sobre etapas e prazo.

Automaticamente o cliente receberá uma notificação e dará o aval para o início do projeto, e será alertado para a cobrança de 40% do valor total acordado já nesse momento (figura 54).



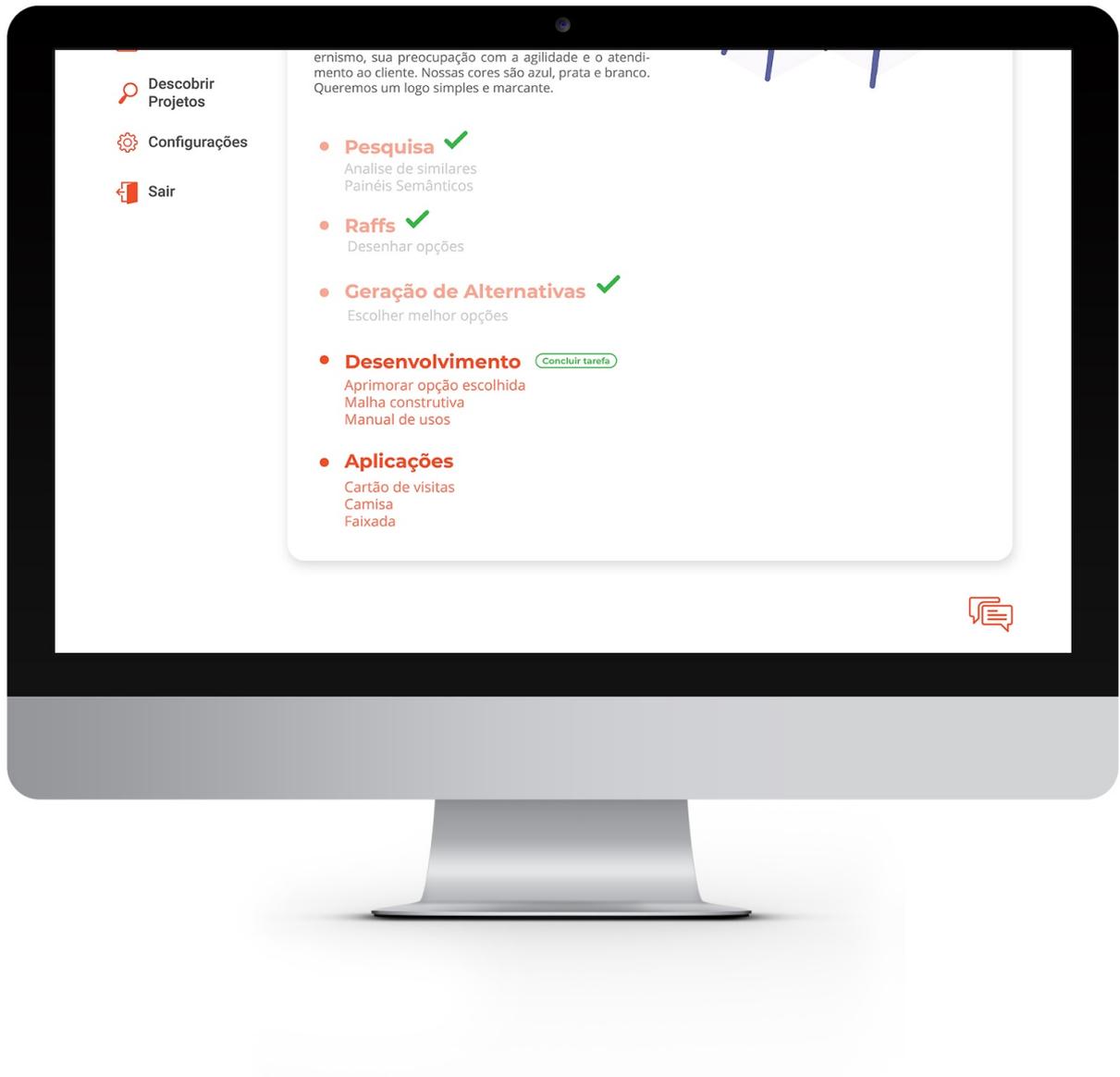
**Figura 54:** Confirmação de início de projeto e cobrança de 40% do valor total.

Para executar o pagamento, o usuário é direcionado para uma tela específica (figura 55) onde são oferecidas as opções de pagamento: 1. Cartão de débito; 2. Cartão de crédito. 3. PayPal; 4. Boleto bancário. Após a escolha da opção de pagamento são solicitados os dados pessoais e no caso dos cartões os seus dados, na sequência é possível escolher a quantidade de parcelas e adicionar um cupom de desconto, e por fim, após a conferência dos dados ocorre a confirmação do pagamento.

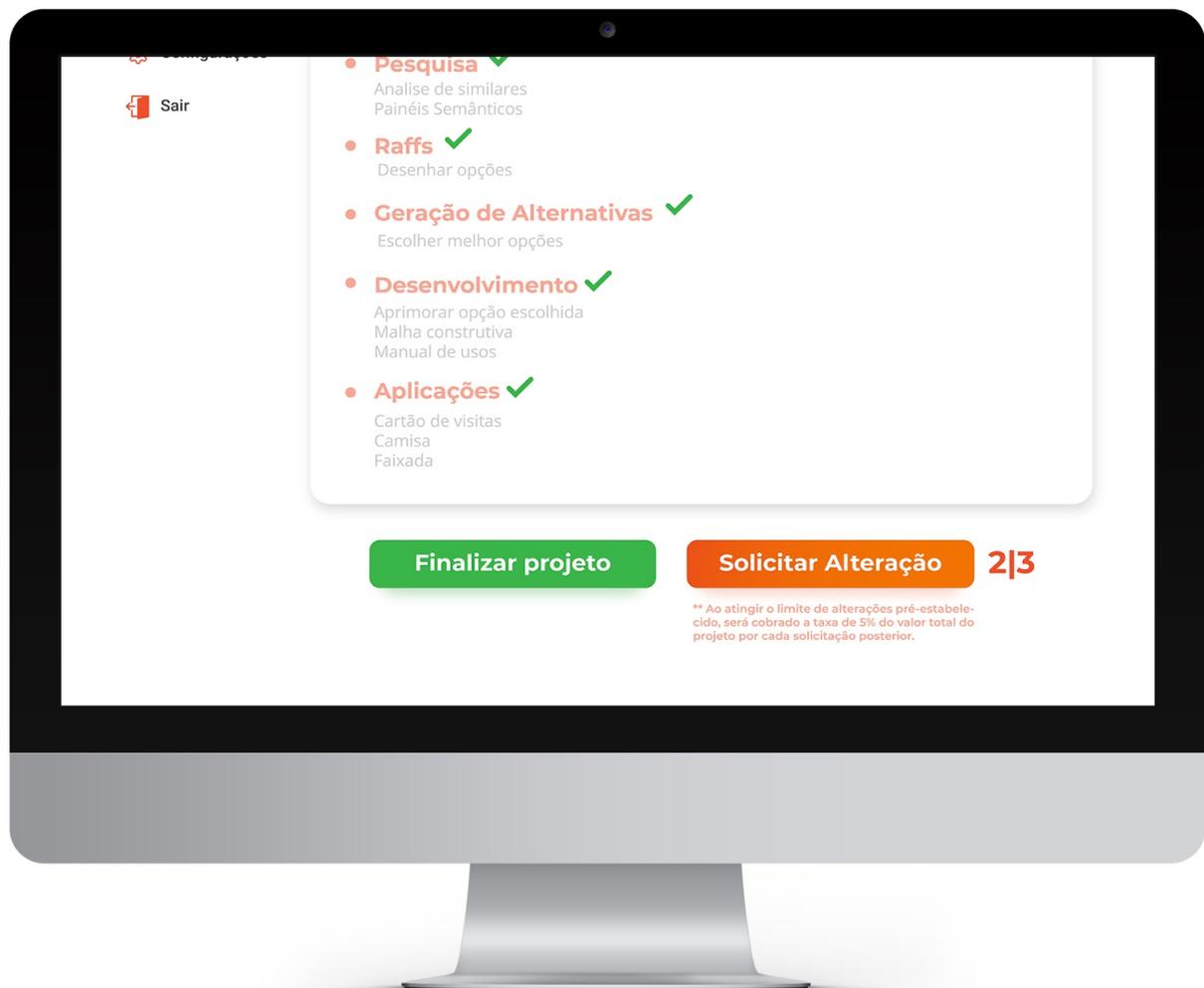


**Figura 55:** Tela de pagamento.

Em seguida, na sua própria dashboard o cliente poderá acompanhar o andamento do projeto (ver figura 44). E ficando responsável o designer de informar o cumprimento das etapas (figura 56), e assim, tendo o cliente acesso a essa informação poderá solicitar ao designer a pré-visualização do projeto e solicitar alterações, no entanto tendo que respeitar o limite de três solicitações permitidas sem custos (figura 57), em caso de solicitações posteriores acarretará na cobrança adicional de uma taxa de 5% do valor total do projeto.



**Figura 56:** Situação das etapas.



**Figura 57:** Solicitação de alteração.

Caso não haja o desejo de alterações por parte do cliente, e após todas as etapas cumpridas com êxito pelo designer, é o momento de finalizar o projeto. Essa opção fica de responsabilidade do cliente, garantido o total cumprimento das tarefas. Assim que projeto é concluído, é disponibilizada a avaliação mútua do usuários (figura 58) e na sequência, o cliente é redirecionado novamente a tela de pagamento (figura 55) onde realiza o pagamento dos 60% restantes do valor do projeto.

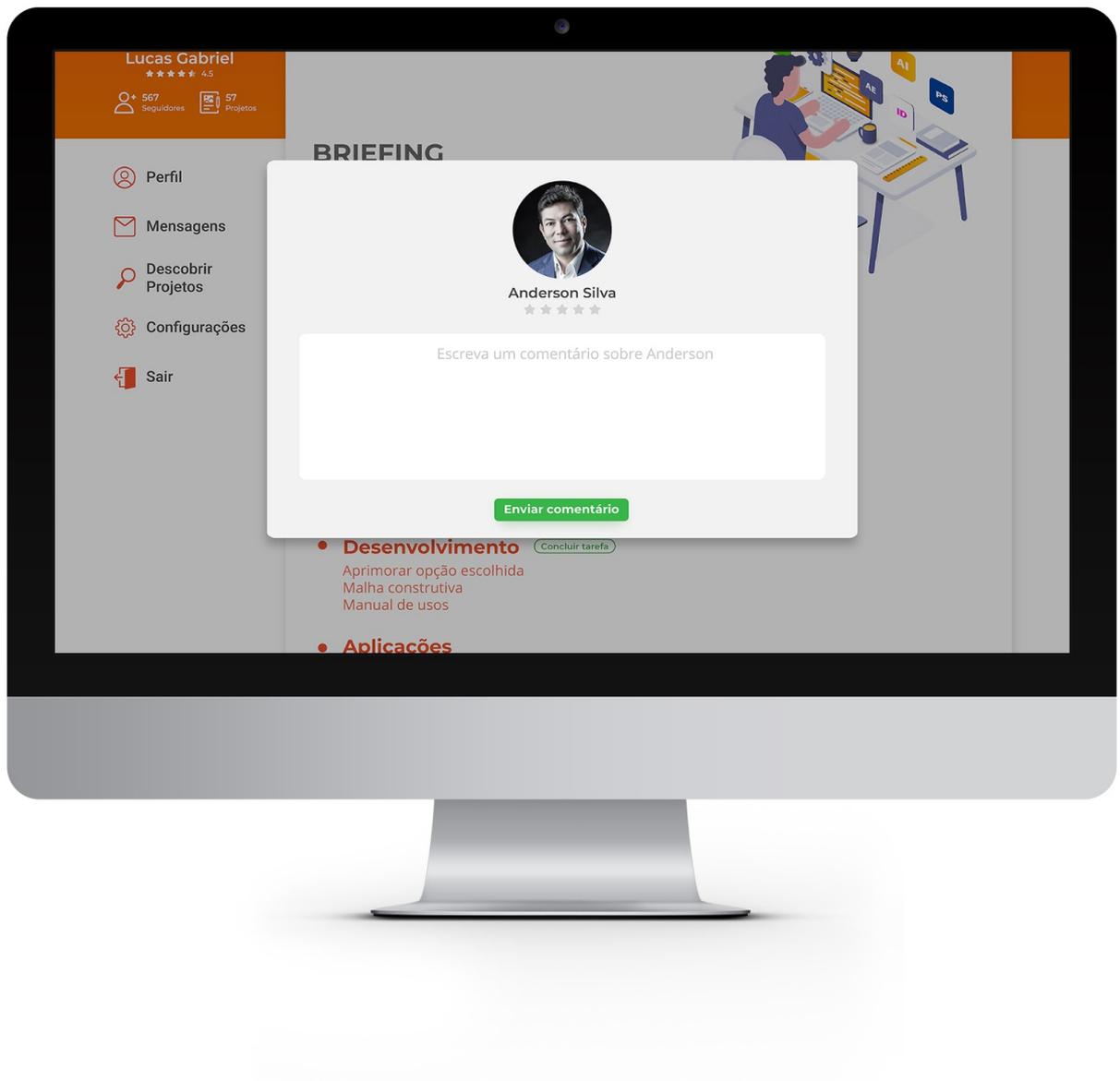
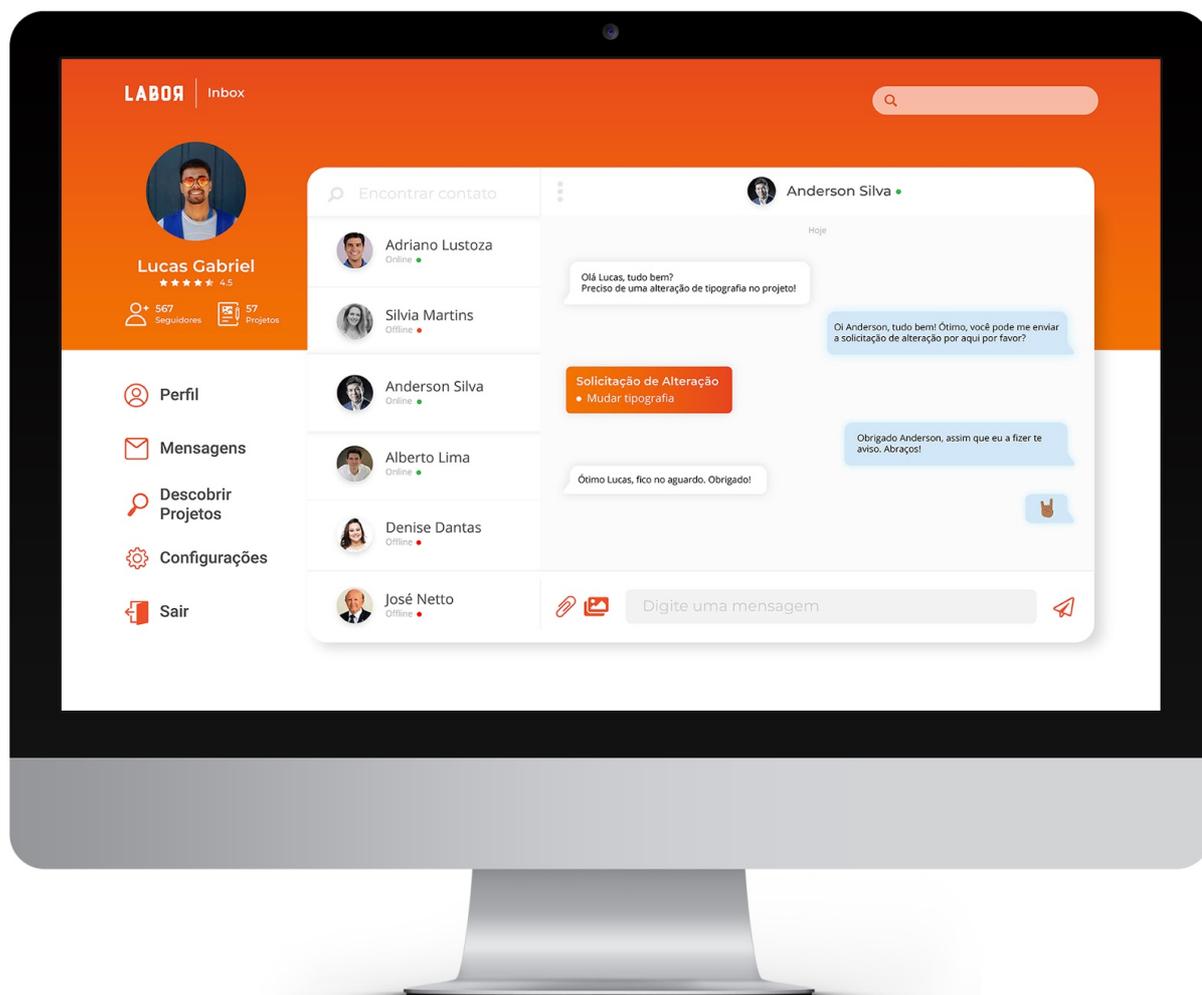


Figura 58: Avaliação.



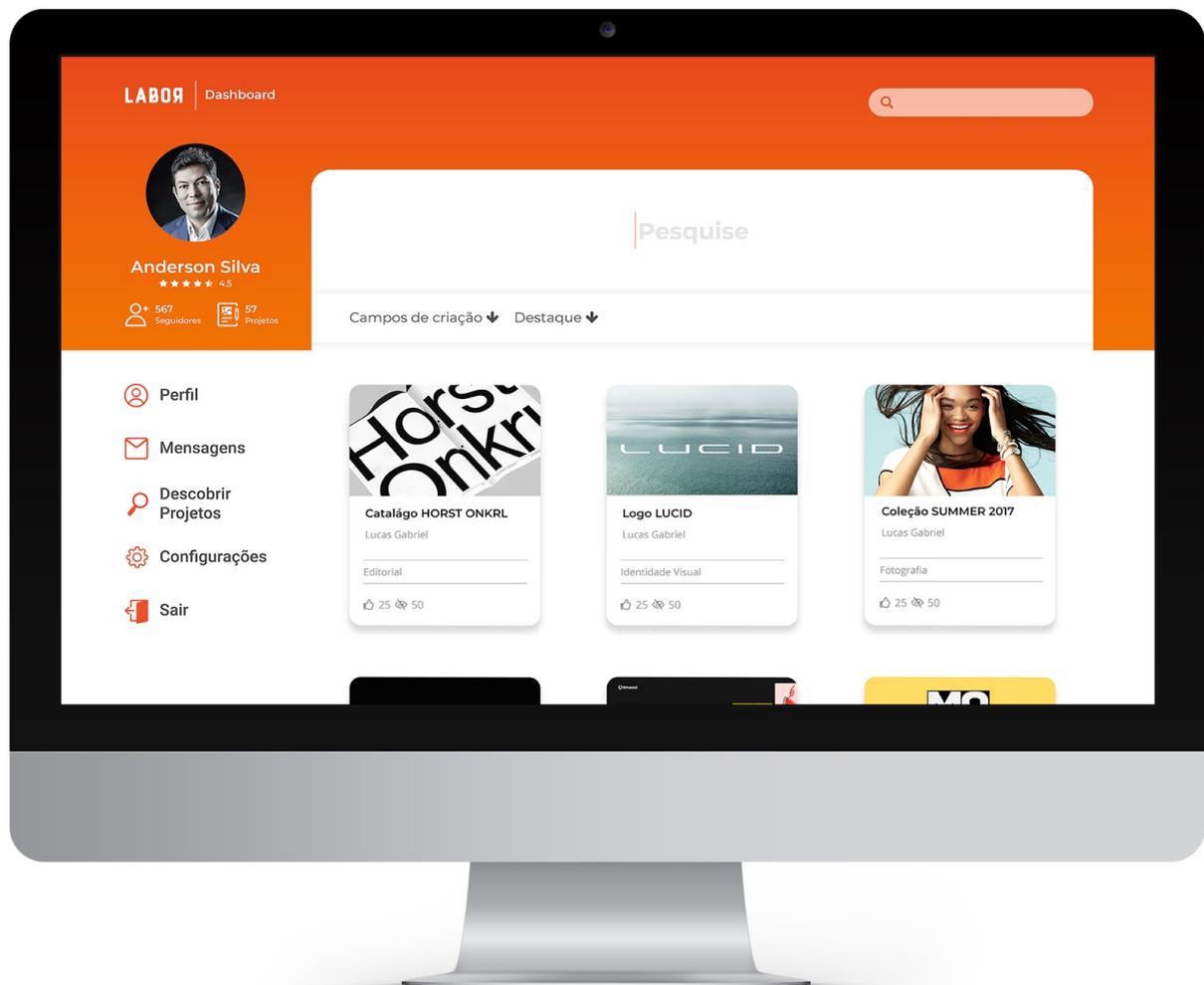
**Figura 59:** Chat.

A tela de chat é o canal por onde os usuários podem se comunicar uns com os outros. A tela apresenta em formato de lista os outros perfis seguidos, e também usuários que estejam ou já estiveram no mesmo projeto. Essa lista apresenta informações como nome e se o contato está online ou não.

Durante a conversa é possível anexar arquivos usando os ícones que estão ao lado do campo de digitação, ou utilizando funcionalidade de arrastar o arquivo até a tela.

Pedidos de alteração também são notificados através do chat, possibilitando assim já de imediato a discussão sobre as mudanças a serem realizadas.

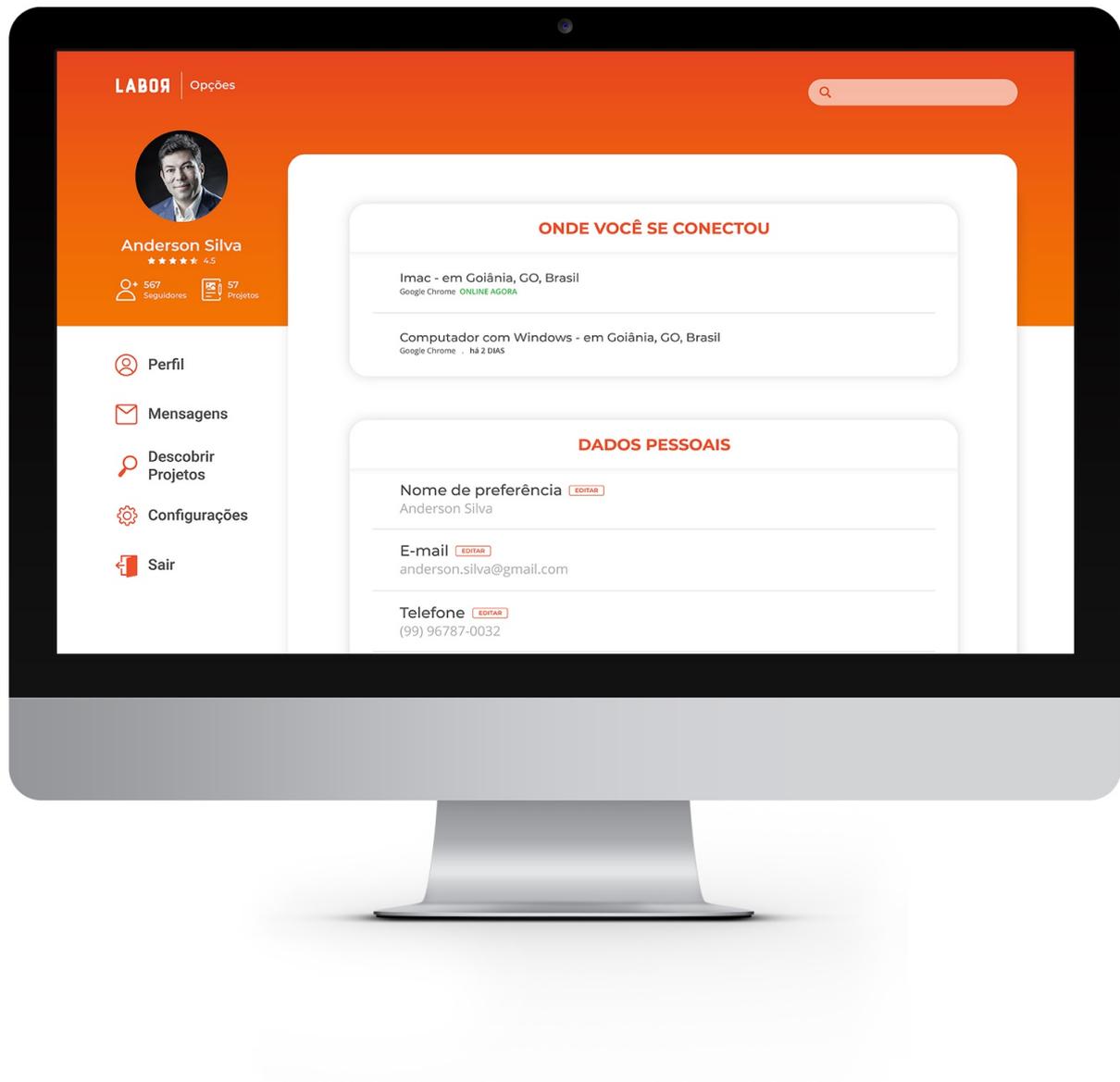
A plataforma não impede o contato dos usuários por fora dela, mas os orienta a não realizá-la, pois assim não é possível realizar suporte, caso precise. Também é recomendado aos usuários que realizem alterações apenas depois de um pedido formal, utilizando a ferramenta presente dentro da plataforma.



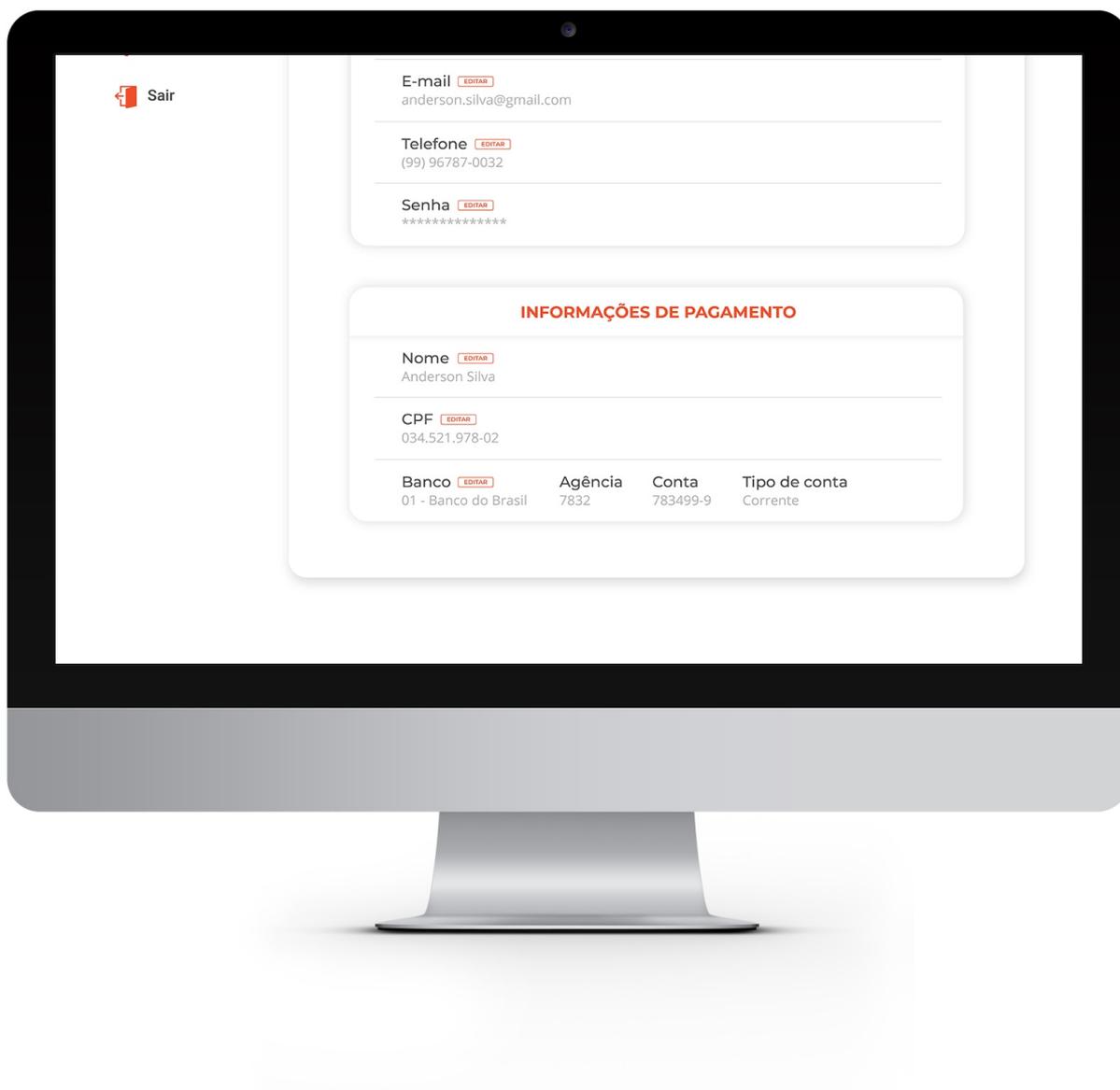
**Figura 60:** Busca.

A plataforma também pode ser utilizada como uma exibição de portfólios, por isso é previsto que os usuários tenham acessos aos demais projetos realizados por outros designer. A tela de busca serve para facilitar essa forma de interação, nela os serviços mais recentes aparecem primeiro no formato de lista, mas é possível que

se aplique filtros de busca referentes a campos de criação dentro da disciplina de design, bem como pesquisar um projeto pelo seu nome ou o do autor



**Figura 61:** Configurações parte superior.



**Figura 62:** Tela de configurações parte inferior.

Na tela de configurações é permitido ao usuário cadastrar e alterar suas informações pessoais, de segurança e seus dados bancários para recebimento de pagamentos referentes aos projetos realizados

Nele é possível ver onde, quando e por qual dispositivo o usuário efetivou seus últimos logins, como forma de controle para saber se apenas ele tem tido acesso a sua conta dentro da plataforma. Existe a possibilidade de alteração de dados cadastrais para caso haja necessidade do usuário de atualizá-los.

### 3.1.6.2 TELAS RESPONSIVAS

As telas responsivas tem as mesmas funcionalidades das telas projetadas para desktop, mas com seu layout otimizado para dispositivos móveis. Tais telas foram planejados visando a melhor performance da plataforma em telefones smartphones, que vem nos últimos anos sendo umas das principais formas de acesso a internet, e assim gerar a melhor experiência possível aos usuários que possam acessar a plataforma através desses dispositivos.

#### Home



Figura 63: Tela responsiva: Homepage.

## Dashboard Designer



## Dashboard Cliente



Figura 64: Telas responsivas: Dashboards.

## Projeto em Andamento

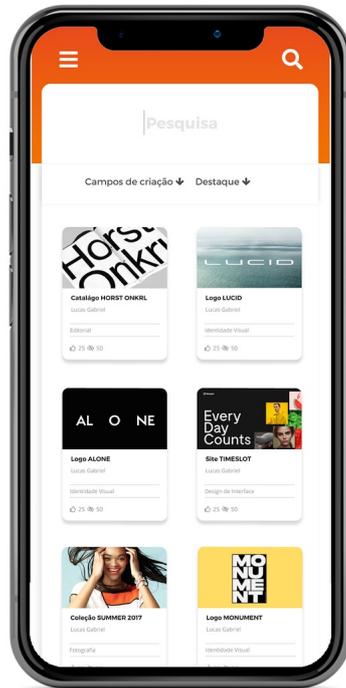


## Publicação de projeto



Figura 65: Telas responsivas: projetos.

## Busca

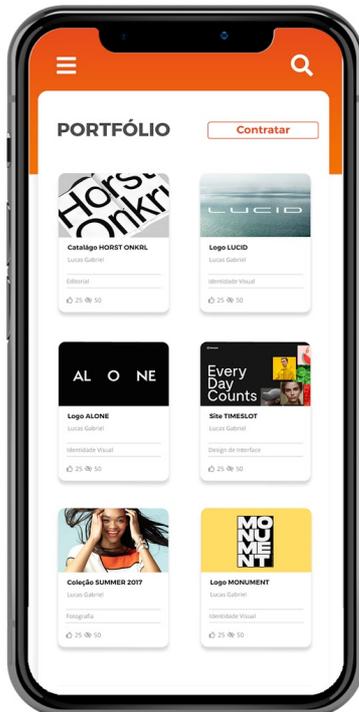


## Seleção de profissionais



Figura 66: Telas responsivas: Buscas e Seleção de profissionais.

## Portfólios



## Pagamento



Figura 67: Telas responsivas: Portfólio e pagamento.

## **4 CONCLUSÃO**

A desvalorização de algumas atividades profissionais é uma pauta recorrente, principalmente nas que são consideradas novas e não são regulamentadas através de um sindicato. A evolução da tecnologia como um todo, principalmente com o surgimento da internet, possibilita alternativas para que esses profissionais possam exercer suas funções de maneira mais eficiente.

Portanto, no contexto do Design gráfico, é interessante não só uma alternativa para que profissionais possam ter maior dignidade ao exercer suas funções, mas também uma alfabetização da sociedade sobre a importância desses serviços.

Assim, por mais que este trabalho esteja concluído, considera-se a proposta final ainda em construção, uma vez que a bibliografia proporcionada ao longo da pesquisa reforçam a importância de testes com o usuário após a implementação do produto, para que a interação seja cada vez mais aprimorada.

## REFERÊNCIAS

ALIAGA, M.; GUNDERSON, B. **Interactive Statistics**. Thousand Oaks: Sage, 2002.

ALMEIDA, R., BRASIL, R., NOGUEIRA, U.; **NOVAS CARREIRAS EM CONTRASTE COM FORMAS DE TRABALHO TRADICIONAIS: HOME OFFICE E FREELANCE**  
Cadernos de aulas do LEA, n. 6, dez 2017, p. 32-46.

BLOG ALURA. **Por que usar Web Safe Fonts é uma boa ideia?**. 2017. Disponível em: <<http://blog.alura.com.br/por-que-usar-web-safe-fonts-e-uma-boia-ideia/>>. Acesso em: 19 nov. 2018.

BOMFIM, Gustavo A. **Metodologia para desenvolvimento de projeto**. João Pessoa: Universitária/UFPB, 1995.

CARVALHO, Ulisses Wehby. Disponível em: <http://www.teclasap.com.br/freelance/> acessado em: 13 nov 2018.

CIRCLE VISUAL PARADIGM. **What is a wireflow?**. Disponível em: <<https://circle.visual-paradigm.com/docs/user-experience-design/wireflow/what-is-a-wireflow/>> Acessado em: 16 de nov. 2018.

DA SILVA, Arthur. **Design Responsivo: técnicas, frameworks e ferramentas**. 2014.

DANTAS, Luiza G. R.; DOS SANTOS, Andressa M. C., **Metodologia do Design para Web: Uma Proposta de Unificação das metodologias projeto E e scrum**. (2016). In CONGRESSO BRASILEIRO DE PESQUISA E DESENVOLVIMENTO EM DESIGN. Belo Horizonte, 2016.

DANTAS, M.; CAVALCANTE, V. **Pesquisa qualitativa e pesquisa quantitativa.**  
**Recife: UFPE, 2006.**

DE FREITAS, R. Fábio; COUTINHO, S. Galvão; WAECHTER, H. da Nóbrega;  
**Análise de Metodologias em Design: a informação tratada por diferentes  
olhares.** Estudos em Design | Revista (online). Rio de Janeiro: v. 21 | n. 1 (2013).

DENZIN, N. K.; LINCOLN, Y. S. **Handbook of Qualitative Research.** Thousand  
Oaks: Sage, 2011.

FORBES. New Survey: freelance economy shows rapid growth. [On-line]. Disponível  
em: <https://www.forbes.com/video/5159972740001/>. Publicado em: 6 out. 2016.  
Acesso em: 16 out. 2018. GARRET, J. JAMES. **The elements of user experience.**  
ed. New Riders. 2010.

FUENTES, R. (2006) **A prática do design gráfico - uma metodologia criativa.**  
Trad. Osvaldo Antonio Rosiano. Coleção Fundamentos do design. São Paulo:  
Rosari, p. 144.

FUENTES, R. **A prática do design gráfico: uma metodologia criativa.** Tradução  
Trad. Osvaldo Antonio Rosiano. São Paulo: Rosari, 2006. 144 p. (Fundamentos do  
design).

FREEMAN, R. Edward (1984). Strategic Management: A Stakeholder Approach

GOOGLE, Dicionário. Disponível em:

<[112](https://www.google.com.br/search?ei=ud7dW9LGKYOmwATLq4DYDw&q=freelancer+significado&oq=freelance&gs_l=psy-ab.1.0.0i71k118.0.0.0.2093.0.0.0.0.0.0.0.0.0.0...0...1..64.psy-ab..0.0.0...0.vioCxLXdOoc#dobs=freelance.> Acessado em 10 out<br/>2018</p></div><div data-bbox=)

GOOGLE FONTS. Disponível em: <<https://fonts.google.com/>> acessado em: 16 de nov de 2018

HEERWAGEN, J; KAMPSCHROER, K; KELLY, K. The changing nature of organizations, work, and workplace. WBDG, a program of The National Institute of Building Sciences. [On-line]. Disponível em: <https://www.wbdg.org/resources/chngorgwork.php>. Publicado em: 10 mai. 2016. Acesso em: 16 out. 2018.

HESS, Whitney. STARTUXS. 2010. Disponível em: <http://52weeksofux.com/post/890289075/startuxs> . Acesso em: 03 nov. 2018

Historia Das Artes, **CONSTRUTIVISMO RUSSO** (2010) Disponível em <<https://www.historiadasartes.com/nomundo/arte-seculo-20/abstracionismo-geometri-co/construtivismo-russo/>> Acessado em 13 nov 2018

IBGE. **BRASIL. Ministério da Indústria, Comércio Exterior e Serviços. A Importância do Setor Terciário.** Disponível em: <<http://www.mdic.gov.br/comercio-servicos/asecretaria-de-comercio-e-servicos-scs/402-a-importancia-do-setor-terciario>>. Acesso em: 18 mai. 2018.

IBGE. **Contas Regionais do Brasil.** 2012. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/imprensa/ppts/00000019515011102014502214193696.pdf>> Acessado em: 15 mai. 2018.

ISABELE, Laíssa. **Google Fonts.** Disponível em: <<https://medium.com/tend%C3%A2ncias-digitais/google-fonts-33f6e3401903>> Acesso em: 16 de nov. 2018

KALBACH, J. (2009) **Design de navegação Web.** Tradução de Eduardo Kessler Piveta. Porto Alegre: Bookman, p. 430.

LOWDERMILK, Travis. (2013) **Design Centrado no Usuário: Um guia para desenvolvimento de aplicativos amigáveis**. São Paulo, Novatec Editora.

MARINHO, Carlos Fábio Rocha. **Fundamentos de Web Design e Formatação de Imagem**. Rede Etec Brasil. 2012.

MEURER, H.; SZABLUK, D. **Projeto E: Metodologia Projetual para Ambientes Dígito Virtuais em Design em pelos Caminhos do Design: Metodologia de Projeto**. Londrina: EDUEL, 2012.

MEURER, H.; SZABLUK, D. **Projeto E – Metodologia Projetual como Modelo de Aprendizagem Baseada em Projetos**. (2011). Disponível em: <<http://projeto.com/>> Acesso em: 16 jun. 2018.

MOREIRA, Bruna; CARDOSO, João; MACHADO, Mayara. **Mercado Freelancer 2017: um panorama completo do trabalho independente no Brasil**. 2017. Disponível em: <<https://comunidade.rockcontent.com/mercado-freelancer-2/>> Acessado em: 15 mai. 2018.

MUNARI, B. (2008) **Das coisas nascem coisas**. Trad. José Manuel de Vasconcelos. 2ª edição. São Paulo: Martins Fontes, p. 378.

PASSOS, R. **Design da informação: um modelo para configuração de interface natural**, 2014, Tese (Doutorado em Design) - Departamento de Comunicação e Arte, Universidade de Aveiro, Aveiro - Portugal, 2014.

PASSOS, R. **O Design da Informação em Interfaces de Hipermídias**, 2008, Dissertação (Mestrado em Design) - Universidade Anhembi Morumbi, São Paulo, 2008.

PETTERSON, Rune. Information design. John Benjamins, 2002.

PINTO, Roxxane. 4 passos simples para criar uma experiência de usuário eficiente. Disponível em: <<https://www.thinkwithgoogle.com/intl/pt-br/marketing-resources/ux-e-design/4-passos-simples-para-criar-uma-experiencia-de-usuario-eficiente/>>. Acesso em: 3 nov. 2018.

PREECE, Jennifer; ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen. **Design de interação**. ed. Bookman, 2005.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social - Métodos e Técnicas**. 3ª edição. São Paulo, Atlas, 2008. 334p.

SAFFER, Dan. Design for interaction: creating smart application and clever devices. Berkley: New Rider, 2006.

SANDRA, DIAS. **Gestão e Envolvimento de Pessoas**. 2018. Disponível em: <<http://nevesdias.com/o-que-significa-ser-freelancer>>. Acesso em: 30 mai. 2018.

SKORIANEZ, Luciano. **A relação do Branding e o Sistema de Identidade Visual**. 2018. Disponível em: <<https://designconceitual.com.br/2018/07/08/a-relacao-do-branding-e-o-sistema-de-identidade-visual/>>. Acesso em: 5 nov. 2018.

STRUNCK, Gilberto. **Viver de design**. 5. ed. 2007. (Oficina).

TECHMUNDO. **Google Chrome ainda é o navegador mais usado no mundo**. 2018. Disponível em: <<https://www.tecmundo.com.br/internet/131981-google-chrome-ainda-navegador-usado-mundo.htm>> acessado em: 16 de nov. de 2018.

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

TIDWELL, Jenifer. **Designing Interfaces**. 2. ed. Sebastopol: O'reilly Media, Inc., 2011. 577 p.

WONG, Euphemia. **Principle of Consistency and Standards in User Interface Design**. 2016. Disponível em:

<<https://www.interaction-design.org/literature/article/principle-of-consistency-and-standards-in-user-interface-design>> Acesso em: 15 jun. 2018.

## APÊNDICES

### APÊNDICE A - Análise paramétrica

**Tabela 6: Resultados da análise paramétrica da perspectiva do profissional**

	<b>99Freelas</b>	<b>WeLancer</b>	<b>Workana</b>
<b>Quão satisfatórios são os honorários? (quanto fica para a plataforma e quanto para o usuário (%))?</b>	Alto, o designer escolhe o preço para o serviço e a plataforma acrescenta 10% nesse valor, que fica para ela. Ou seja, o preço que o designer escolher é o que ele vai receber	Baixo. O cliente escolhe quanto quer pagar a partir de um preço mínimo, mas não é informado através da plataforma qual a porcentagem que vai para o designer. Através de comparações entre o preço cobrado e o preço recebido em projetos do mesmo tipo, percebe-se que o valor é aproximadamente 20-25%. Ou seja, 75% fica para a plataforma	Médio, a comissão inicial é de 20%, conforme a relação entre o cliente e o designer se estabelece, a porcentagem da comissão diminui (quanto mais caro o serviço ficar, menor a porcentagem de comissão)
<b>Parte do pagamento ao profissional é garantido? (caso o cliente não aprove)</b>	NÃO	NÃO	NÃO
<b>Ao apresentar o resultado, o designer tem a chance de justificar as escolhas</b>	Sim, através de uma pequena descrição.	Sim, através de uma pequena descrição.	Sim, através de uma pequena descrição.

<b>feitas no projeto?</b>			
<b>Para apresentar o resultado, o designer tem flexibilidade nos formatos dos arquivos? (ex. criar um vídeo para apresentar um logotipo)</b>	NÃO	NÃO	SIM
<b>Designer tem a chance de apresentar portfólio?</b>	SIM	NÃO	SIM
<b>Se sim, a plataforma oferece uma base própria para os portfólios dos usuários?</b>	SIM, os usuários podem enviar arquivos de projetos finalizados fora da plataforma	SIM, mas a plataforma apresenta apenas projetos realizados dentro dela	SIM, a plataforma apresenta os projetos realizados dentro dela e oferece a opção de vínculo com o behance
<b>Qual a quantidade de arquivos que podem ser enviados para o portfólio? (caso houver)</b>	Quantas quiser, mas apenas uma imagem por projeto	-	Não especifica limites
<b>Existe transparência no serviço que está sendo pedido? (o quê, quanto e quando)</b>	SIM	SIM	SIM
<b>O prazo de execução é satisfatório?</b>	SIM, é definido pelo designer, sujeito a aprovação do cliente	NÃO, É satisfatório para o cliente, que os escolhe, mas para o designer não, pois muitas vezes são prazos exploratórios	SIM, é definido pelo designer, sujeito a aprovação do cliente

<b>O profissional é avaliado antes de se cadastrar no sistema?</b>	NÃO	NÃO	NÃO
<b>Se sim, como é feita essa avaliação?</b>	-	-	-
<b>Quantas alterações o cliente pode pedir?</b>	Alterações ilimitadas	Alterações ilimitadas	Alterações ilimitadas

**Tabela 7: Resultados da análise paramétrica da perspectiva do cliente**

	<b>99Freelas</b>	<b>WeDoLogos</b>	<b>Workana</b>
<b>Existe uma preocupação satisfatória com a alfabetização dos termos do design?</b>	NÃO	NÃO	SIM
<b>Existe transparência no serviço que está sendo oferecido? (o quê, quanto e quando)</b>	SIM	SIM	SIM
<b>O prazo de finalização execução é satisfatório?</b>	SIM. É definido pelo designer, sujeito a aprovação do cliente	NÃO. É satisfatório para o cliente, que os escolhe, mas para o designer não, pois muitas vezes são prazos exploratórios	SIM. É definido pelo designer, sujeito a aprovação do cliente
<b>Apresenta justificativa dos honorários?</b>	SIM, o designer faz a proposta, então pode justificar.	NÃO, o valor é tabelado na plataforma e só	SIM, uma média de valores é apresentada na plataforma, o designer faz uma proposta dentre esses valores, podendo

			justificar
<b>Oferece reembolso (caso não gostar do resultado)?</b>	NÃO	SIM	SIM, mas para receber suporte tem que ser usuário premium
<b>Oferece reembolso (caso o designer não cumpra com suas obrigações)?</b>	SIM	SIM	SIM, mas para receber suporte tem que ser usuário premium
<b>Qual(is) recurso(s) ajudam a garantir ao cliente que o serviço tem alta qualidade?</b>	O cliente tem a opção de escolha do nível de experiência do designer (Iniciante, intermediário e expert) no momento da publicação da proposta de serviço.	Apresenta uma base de serviços já prestados, para que o cliente conheça a qualidade dos produtos	As qualificações do profissional são apresentadas, além de seu portfólio, mostrando que têm competência para realizar aquele serviço

**Tabela 8: Resultados da análise paramétrica extra**

	<b>99freelas</b>	<b>WeDoLogos</b>	<b>WeLancer</b>	<b>Workana</b>
<b>Fica claro na página inicial a divisão dos caminhos a serem seguidos? (quero um serviço vs quero prestar um serviço?)</b>	Mais ou menos, tem os botões para "quero trabalhar e quero contratar", mas eles ficam em localizações diferentes, acaba não ficando tão claro	NÃO	NÃO	SIM
<b>Se sim, como é feita essa divisão?</b>	Apresenta botões diferentes para o acesso do	-	-	Apresenta botões diferentes para o acesso do cliente e do designer

	cliente e do designer			
<b>Que tipo de linguagem é usada?</b>	3	4	4	3
<b>Como é apresentado os projetos já executados através da plataforma?</b>	No próprio perfil do designer, de forma simples, apresenta apenas uma foto e uma breve descrição	Ao clicar no botão "portfólio e exemplos" na tela home da plataforma, aparece alguns projetos já finalizados, ao selecionar algum, é apresentado uma imagem do produto final, com uma breve descrição do briefing, mas não a justificativa feita pelo designer	As fotos do projeto, sem nenhuma descrição, na tela home da plataforma	No próprio perfil do designer, de forma simples, apresenta fotos e uma breve descrição
<b>Quais informações sobre o designer fica disponível pro cliente e vice versa?</b>	Designer: descrição feita pelo mesmo, habilidades e áreas de interesse, trabalhos já realizados, conquistas dentro da própria plataforma, projetos concluídos, e avaliações com	Designer: Nome de usuário Cliente: Nome de usuário	Designer: Nome de usuário Cliente: Nome de usuário	Designer: descrição feita pelo mesmo, habilidades e áreas de interesse, trabalhos já realizados, conquistas dentro da própria plataforma, projetos concluídos, e avaliações com comentários do

	comentários do cliente sobre o trabalho realizado. Cliente: Nome de usuário e Descrição sobre o trabalho ofertado			cliente sobre o trabalho realizado. Cliente: Nome de usuário e Descrição sobre o trabalho ofertado
<b>Como as plataformas fazem para que não haja contato externo entre as partes?</b>	Não possui nenhuma política para restringir negociações fora da plataforma, mas não recomenda, pois se acontecer algum problema, não se responsabiliza	Basicamente não dispõe informações sobre os usuários e o chat entre as partes só acontece se o cliente aprovar a proposta ou se pedir alterações	Basicamente não dispõe informações sobre os usuários e o chat entre as partes só acontece se o cliente aprovar a proposta ou se pedir alterações	Não possui nenhuma política para restringir negociações fora da plataforma, mas não recomenda, pois se acontecer algum problema, não se responsabiliza

**Tabela 9: Resultados da análise paramétrica da usabilidade**

	<b>99Freelas</b>	<b>WeDoLogos</b>	<b>WeLancer</b>	<b>Workana</b>
<b>Uso de cores</b>	Saturação média; Brilho baixo; Alto contraste entre os elementos	Saturação alta; Brilho médio; Alto contraste entre si;	Saturação média; Brilho baixo; Alto contraste entre si;	Saturação média pra baixa; Brilho: baixo; Alto contraste entre si;
<b>Uso de imagens</b>	Bastante imagética na home, mas na navegação após	Bastante imagético, principalmente para representar	Pouco imagético. Utiliza imagens somente para a apresentação dos	Bastante imagética na home, mas na navegação após

	cadastro, utiliza mais elementos vetoriais e ilustrações geométricas	os projetos já finalizados. Para os serviços de contratação, imagens vetoriais	projetos; Para o restante, imagens vetoriais	cadastro, utiliza mais elementos vetoriais e ilustrações geométricas
<b>Iconografia</b>	Preenchidos; Arredondamento médio; Em alguns ícones apresenta escrita, mas em alguns é necessário posicionar a seta do mouse em cima ou clicar para descobrir do que se trata	Preenchidos; Arredondamento médio; Quase não apresenta ícones para botões, utiliza mais a escrita em si	Preenchidos; Arredondamento médio; Quase não apresenta ícones para botões, utiliza mais a escrita em si	Preenchidos; Arredondamento médio; Em alguns ícones apresenta escrita, mas em alguns é necessário posicionar a seta do mouse em cima ou clicar para descobrir do que se trata
<b>Navegação</b>	Somente Vertical	Somente Vertical	Somente Vertical	Somente Vertical
<b>Hierarquia de informações</b>	Na home é clara, no dashboard nem tanto.	Confusa. Por conta da grande utilização de imagens chamativas com cores quentes, tudo parece importante	Na home é clara, no dashboard nem tanto.	Na home é clara, no dashboard nem tanto.
<b>Tipografia</b>	Sem serifa; Modulação baixa; Peso médio para títulos e leve para blocos de texto;	Sem serifa; Modulação baixa; Peso médio para títulos e leve para blocos de texto;	Sem serifa; Modulação baixa; Peso médio para títulos e leve para blocos de texto;	Sem serifa; Modulação baixa; Peso médio para títulos e leve para blocos de texto;
<b>Estilo da estética</b>	Flat design	Cores chapadas, as vezes com sobras	Flat design	Cores as vezes chapadas, as vezes com gradientes.

<b>Grafismos</b>	Geométricos	Geométricos	Geométricos	Geométricos
------------------	-------------	-------------	-------------	-------------

## **APÊNDICE B - Roteiro dos questionários aplicados aos designers**

01. Você já atuou como free-lancer?

Sim

Não

02. Se SIM, como você chegou até o cliente?

Indicação

Amizade

Redes Sociais

Plataformas Online

Anúncios

Outros: \_\_\_\_\_

02 (b) - Se NÃO, você atuaria?

Sim

Não

Justifique sua resposta tanto se SIM quanto se NÃO

\_\_\_\_\_

\_\_\_\_\_

03 - Você já usou alguma plataforma web para conseguir trabalhos free-lancer? (Ex.:

WeDoLogos, 99Freelas, Workana)

Sim

Não

03 (b) - Se SIM, como você descreveria essa experiência? Discorra sobre.

## **APÊNDICE C - Roteiro dos questionários aplicados aos clientes**

01 - Você já contratou algum profissional free-lancer?

Sim

Não

02 - Se SIM, como você chegou até o profissional?

Indicação

Amizade

Redes Sociais

Plataformas Online

( ) Anúncios

Outros: \_\_\_\_\_

02 (b) - Se você ainda não contratou, você contrataria? Justifique tanto se SIM como se NÃO

\_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

03 - De 0 a 5:

- Para você, o quanto a INDICAÇÃO feita por amigos é relevante na escolha de um profissional?
- Para você, o quanto a QUALIDADE DE UM PORTFÓLIO é relevante na escolha de um profissional?
- Para você, o quanto o PREÇO é relevante na escolha de um profissional?
- Para você, o quanto o TEMPO DE ATUAÇÃO é relevante na escolha de um profissional?
- Para você, o quanto a AFINIDADE é relevante na escolha de um profissional?

04 - Você já usou alguma plataforma web para contratar um profissional free-lancer? (Ex.: WeDoLogos, 99Freelas, Workana)

( ) Sim

( ) Não

05 - Se SIM, como foi essa experiência? Discorra sobre.

## **APÊNDICE D - Resultado dos questionários aplicados aos designers**

01. Você já atuou como free-lancer?

- Sim (76%)
- Não (24%)

02. Se SIM, como você chegou até o cliente?

- Indicação (40%)
- Amizade (10%)
- Redes Sociais (10%)
- Plataformas Online (40%)
- Anúncios
- Outros: \_\_\_\_\_

02 (b) - Se NÃO, você atuaria?

- Sim (85%)
- Não (15%)

Justifique sua resposta tanto se SIM quanto se NÃO

- Atuaria pois gosto de não ter patrão
- Atuaria porque dá para conciliar com a faculdade
- Sim, mas não tenho coragem de oferecer meus serviços pois não me acho bom o suficiente
- Atuaria sim, tenho amigos que afirmam ter uma renda boa assim
- Sim, mas acho muito instável
- Gostaria, mas não consigo clientes porque meu portfólio ainda está com poucos trabalhos
- Não atuaria, pela insegurança de pagamento

03 - Você já usou alguma plataforma web para conseguir trabalhos free-lancer? (Ex.: WeDoLogos, 99Freelas, Workana)

( ) Sim (60%)

( ) Não (40%)

03 (b) - Se SIM, como você descreveria essa experiência? Discorra sobre.

- Péssima, achei ridículo o valor oferecido
- Boa, achei a proposta legal mas bastante competitiva
- Achei um absurdo ter que mandar o serviço pronto para depois ver se sou escolhido
- Bastante antiético
- Acho complicado eu fazer quatro anos de curso e eles venderem os serviços daquela forma, parecendo uma feira. "LOGO de R\$150 em 24hs"
- Não gostei, até me cadastrei, mas depois percebi que não vale nem um pouco a pena. Talvez para quem tá começando e quer ter alguma noção de mercado. Mas para mim não serviu
- Nunca mais. Eles pagam uma mixaria e querem tudo urgente, sem prazo suficiente
- Achei boa para entender o por que de eu estudar. Difícil é explicar pro meu cliente do mundo real o por que de ele estar pagando um valor x, se ele consegue pela internet tão mais barato e mais rápido e ainda com alterações ilimitadas
- Bom.. assim, eu acho que esse sistema de leilão desvaloriza a atividade de design, porque a nossa sociedade ainda não entende o que é design, aí quando aparece um site oferecendo serviços tão baratos e rápidos, parece que é fácil de fazer. Não parece que tem uma ciência envolvida

## **APÊNDICE E - Resultado dos questionários aplicados aos clientes**

01 - Você já contratou algum profissional free-lancer?

- Sim (73%)
- Não (27%)

02 - Se SIM, como você chegou até o profissional?

- Indicação (10)
- Amizade (6)
- Redes Sociais (3)
- Plataformas Online (10)
- Anúncios

Outros: \_\_\_\_\_

02 (b) - Se você ainda não contratou, você contrataria? Justifique tanto se SIM como se NÃO

- Sim, não vejo problemas em contratar um profissional freelancer
- Não, me sinto mais confortável contratando um lugar que faça o meu serviço, tipo uma gráfica que eu conheça
- Não sinto confiança nesse tipo de profissional
- Contrataria, pois não tenho condições de contratar alguém fixo de carteira assinada, minha loja é muito pequena pra isso. Embora essa plataforma tenha sido bem ruim pra mim
- Sim, pois é mais barato
- Já contatei várias vezes, sempre deu certo e é mais barato, fora que os prazos são mais curtos do que agências
- Contratei e contrataria novamente, ela foi extremamente profissional
- Contraria novamente
- Contrataria, somos amigos, o preço dele é bem legal e a qualidade também, fora que ele sempre faz rápido
- Já contratei duas vezes e contrataria novamente
- Sim, gostei bastante do resultado
- Sim, contrataria, é mais barato do que alguém fixo
- Já contratei mas não contraria novamente
- Sim, sai mais barato e mais rápido
- Não contrataria novamente por plataformas

03 - De 0 a 5:

- Para você, o quanto a INDICAÇÃO feita por amigos é relevante na escolha de um profissional? (Nota média: 3,60)
- Para você, o quanto a QUALIDADE DE UM PORTFÓLIO é relevante na escolha de um profissional? (Nota média: 4,61)
- Para você, o quanto o PREÇO é relevante na escolha de um profissional? (Nota média: 3,60)
- Para você, o quanto o TEMPO DE ATUAÇÃO é relevante na escolha de um profissional? (Nota média: 2,10)
- Para você, o quanto a AFINIDADE é relevante na escolha de um profissional? (Nota média: 1,73)

04 - Você já usou alguma plataforma web para contratar um profissional freelancer? (Ex.: WeDoLogos, 99Freelas, Workana)

- Sim (39%)
- Não (61%)

05 - Se SIM, como foi essa experiência? Discorra sobre.

- Não contratei
- Usei Wedologos, foi satisfatória. Poderia ser melhor, mas atendeu minhas necessidades
- Já utilizei o Workana, é bem okzinho, mas o suporte ao cliente é péssimo
- já utilizei a wedologos pra fazer um logotipo pra mim, ocorreu tudo bem. Mas achei o site feinho
- Foi bem ruim, não tive um resultado de qualidade, o melhorzinho que me apresentaram era ruim. Acabei ficando com ele por não ter outra opção e precisar com urgência do logo, depois tive que pagar um designer formado para refazer, ou seja, paguei 2x.
- Já usei a wedologos e a 99, as duas experiências foram ok, nada de muito bom nem nada de muito ruim. Quanto a interface dos websites achei complicadas de usar, principalmente na primeira vez, quando não sabia exatamente o que eu tava procurando. Os resultados foram medianos, em uma das experiências não paguei pois não aceitei o resultado, queria algo melhor.
- Na primeira vez que usei, não gostei. Porque os resultados foram ridículos.. parecia que tinha sido feito por alguém que não entende nada do que tava fazendo.. se fosse pra ter aquilo eu mesmo fazia. Mas depois de um tempo resolvi tentar dnv, já que se eu n gostasse era só cancelar, ai tive um resultado muito bom. Depois procurei esse mesmo profissional através do facebook, pra não correr o risco de fazer pela plataforma e dar ruim denovo. Ele faz serviços pra mim até hoje
- Então, quando contratei por fora da plataforma, através de um amigo, foi bem ruim a experiência.. ela me mandou o arquivo com erros e acabei imprimindo assim mesmo. Tive um prejuízo de R\$800,00. Depois tentei pela plataforma e deu tudo certo, os arquivos vieram certo. Mas o preço era mais caro.
- Achei boa, consegui o que queria, mas achei engraçado porque recebi mais de 100 propostas, a maioria delas muito feias. Conforme fui filtrando, fiquei em dúvida só quanto a duas.
- Foi melhor do que quando contratei um amigo. Ele cobrava caro e o serviço era ruim, tinha vergonha de falar pra ele... na plataforma era mais simples porque eu podia ser mais exigente e quando eu fiz a solicitação ela foi me guiando pra passar as informações necessárias, acabei ficando mais ciente do que eu tava precisando ao invés de só falar pra ele "faz uma logo pra mim" e ele apresentar o que ele achava que eu queria.

- Já usei a plataforma e já contratei pessoalmente. As duas experiências ruins. Resultados ridículos. Acabei contratando um estagiário de marketing para cuidar disso e foi bem melhor
- A experiência foi péssima. A maioria das propostas dos "profissionais" não seguiram nada do briefing, fizeram algo totalmente diferente do que eu queria. Só perdi meu tempo.