

DESIGN DE INTERFACE:

Desenvolvimento de
Protótipo de Aplicativo
Para Organização de Roupas

Gabrielle Heloíse Françoise Monteiro Ayala

Dados Internacionais de Catalogação – na – Publicação – (CIP)
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB

A973d Ayala, Gabrielle Heloíse Françoise Monteiro.

Design de interface: desenvolvimento de protótipo de aplicativo para organização de roupas. /Gabrielle Heloíse Françoise Monteiro Ayala. - Cabedelo, 2019.

40 f. il.: color.

Trabalho de Conclusão de Curso de graduação em Design Gráfico. – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - IFPB.
Orientador: Profa. Dra. Renata Amorim Cadena.

1. Design de Interface. 2. Protótipo de Aplicativo. 3. Roupas. I. Título.

CDU 004.5

GABRIELLE HELOÍSE FRANÇOISE MONTEIRO AYALA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Tecnologia em Design Gráfico, do Instituto
Federal de Educação, Ciência e Tecnologia Campus
de Cabedelo - PB, como requisito para aprovação na
disciplina Trabalho de Conclusão de Curso.

ORIENTADORA

Prof^a Dr^a Renata Amorim Cadena

CABEDELLO, PARAÍBA, BRASIL
SETEMBRO, 2019

GABRIELLE HELOÍSE FRANÇOISE MONTEIRO AYALA

Projeto apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) Campus Cabedelo, como requisito obrigatório para conclusão do curso superior em Design Gráfico, pela seguinte banca examinadora:

Prof^a Dr^a Renata Amorim Cadena
Orientadora

Prof.

Prof.

Cabedelo, _____ de _____ de 20__.

RESUMO

Este projeto tem como objetivo o desenvolvimento do protótipo de um aplicativo para a organização das roupas do usuário. Inicialmente, será abordado o Design de Interação e seus componentes para que se possa entender a respeito desta vertente do Design. Em seguida, serão abordados assuntos como a moda, o consumo sustentável e a organização para a introdução da ideia do aplicativo. Serão também apresentados os planos da estratégia, escopo, estrutura, esqueleto e superfície, etapas da metodologia de Jesse James Garrett, “The Elements of User Experience”, utilizada para o desenvolvimento da interface e por fim, a execução do projeto.

Palavras-chave: Design de Interface; protótipo de aplicativo; roupas; organização.

ABSTRACT

This project's goal is to develop a prototype of a digital wardrobe application capable of organizing the user's clothes. Initially, Interaction Design and its components will be discussed in order to understand about this branch of Design. Topics such as fashion, sustainable consumption and organization will also be discussed in order to introduce the application's concept. Following this discussion, the planes of strategy, scope, structure, skeleton and surface will be presented, which are stages of methodology by Jesse James Garrett, "The Elements of User Experience" used in the development of the interface and, finally, the project's execution itself will be exposed.

Keywords: Interface Design; Application Prototype; Clothing; Organization.

SUMÁRIO

7

Introdução

11

Moda e Consumo
Sustentável

15

Metodologia

38

Conclusão

9

Design de
Interação

13

Organização

18

Desenvolvimento
do Protótipo do
Aplicativo

39

Referências

INTRODUÇÃO

Com o surgimento da tecnologia mobile e da popularização do uso de smartphones na sociedade, fica nítido que o uso de aplicativos móveis se faz cada vez mais presente na rotina das pessoas, sendo utilizados diariamente para diversos propósitos, como ouvir músicas, assistir a vídeos, pedir comida ou chamar um serviço de transporte, tornando a vida muito mais prática. Existem milhões de aplicativos disponíveis para dispositivos móveis que facilitam na realização de atividades em diversas áreas, como a oferta de serviços, entretenimento, informação e comunicação, viabilizando assim infinitas possibilidades para satisfazer qualquer tipo de interesse, necessidade e finalidade.

Conciliar o trabalho, os estudos e a vida social consome bastante do tempo das pessoas, tornando difícil lidar com todas essas atividades e ainda ter algum tempo livre para o lazer e o descanso. Dentro das diversas categorias de aplicativos disponíveis, existem os aplicativos organizacionais, que auxiliam os usuários a realizarem determinadas tarefas, como a organização de atividades, gastos e estudos, que ajudam a otimizar o tempo.

Por conta de toda essa massificação de usuários e do crescimento do uso de smartphones, amplia-se cada vez mais a demanda de produtos dentro desse cenário. Pensando na correria do dia a dia e na facilidade que organizar qualquer tipo de coisa na palma da mão pode trazer ao indivíduo, acompanhado da antiga vontade de obter uma ferramenta que possibilitasse a organização do vestuário, surgiu a ideia da criação de um protótipo de aplicativo que organiza as roupas do usuário.

Tendo em vista a necessidade da criação de alternativas que incentivem um comportamento mais sustentável em relação ao consumo de moda, que é uma das indústrias mais poluentes do mundo, surgiu a ideia de implementar um bazar online no aplicativo, para estimular a rotatividade de peças de roupa que não estão mais em uso.

Diante disso, a proposta desse projeto visa desenvolver um protótipo de aplicativo através do design de interface, que proporcione ao usuário a alternativa de catalogar e organizar suas peças de roupa, como também possibilitar a combinação dessas peças para a formação de looks. Outra alternativa seria a possibilidade de agendar o uso de roupas e looks em um calendário e, por fim, o bazar, onde o usuário poderá vender as roupas que não usa mais, como também comprar roupas de outros usuários.

O projeto se inicia com a fundamentação do design de interface, uma breve apresentação sobre o consumo de moda e alguns conceitos de organi-

zação. Por fim, será apresentada a metodologia utilizada para a realização do protótipo de aplicativo proposto neste trabalho, seguido da explicação de todo processo realizado através das etapas de estratégia, escopo, estrutura, esqueleto e superfície.

DELIMITAÇÃO DO PROBLEMA

PROBLEMA PRÁTICO

A necessidade de aplicativo que satisfaça a necessidade de organização das peças de roupa do usuário.

PROBLEMA DE PESQUISA

Entender o comportamento de consumo das pessoas em relação à moda.

OBJETIVOS

OBJETIVO GERAL

Desenvolver um protótipo de aplicativo de organização de roupas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Compreender e evidenciar o consumo de moda
- Estudar e comparar aplicações que sejam voltadas à organização de roupas e à comercialização de objetos de segunda mão
- Contribuir para a organização de roupas do usuário

DESIGN DE INTERAÇÃO

Essa vertente do design apresenta-se como uma área que tem como objetivo desenvolver um produto ou sistema interativo, procurando reduzir aspectos negativos da experiência do usuário. A preocupação desta área envolve garantir que os usuários tenham experiências mais agradáveis, fáceis e eficientes quando em contato com um artefato interativo.

Devido a essas preocupações, é exigido que algumas considerações sejam levadas em consideração na hora de desenvolver um artefato interativo. Rogers, Sharp e Preece (2013, p. 7) colocam em questão uma maneira de otimizar as interações entre o usuário e um sistema, baseado em princípios que auxiliam nas decisões de quais escolhas serão executadas, fundamentado por uma maior compreensão em relação aos usuários. Esses princípios envolvem:

- Considerar no que as pessoas são boas ou ruins
- Considerar o que pode auxiliar as pessoas a melhorar a maneira com que fazem as coisas
- Pensar no que pode proporcionar um experiência de usuário com mais qualidade
- Ouvir o que as pessoas querem e envolvê-las no processo de design

Parte do processo de elaboração do design de interface envolve o entendimento das necessidades dos usuários, focando na solução de seus problemas. Os “objetivos de usabilidade”, segundo os autores Preece, Rogers e Sharp (2002), incluem a eficácia, eficiência, utilidade, facilidade de aprendizagem e fácil memorização de uso em um sistema. A usabilidade pode ser compreendida como a capacidade de um sistema ser utilizado com facilidade e eficiência pelo usuário, passando então a ser um objetivo a ser atingido durante todo o projeto da interface com o usuário.

USER EXPERIENCE (UX)

Ao colocar o usuário no centro do processo de desenvolvimento de uma interface, elimina-se qualquer tipo de incerteza sobre o seu público alvo, possibilitando assim chegar no ponto central das necessidades do usuário. User Experience é um termo usado para sintetizar toda a experiência que um usuário tem com uma interface. O design centrado no usuário deve ser implementado para garantir que o aplicativo proporcione uma ótima experiência.

Segundo Preece, Rogers e Sharp (2002), os objetivos da usabilidade estão relacionados com a eficiência da interface, enquanto a experiência do usuário tem como foco a forma que os usuários fazem uso de um produto ou serviço, a partir da perspectiva dos mesmos.

“Geralmente, design de experiência leva em conta um escopo muito mais amplo do que a usabilidade tradicional, olhando para o que atrai uma pessoa para o serviço, o que os ajuda a compreendê-lo e usá-lo, como ele se integra no contexto de suas vidas, como eles são encorajados a continuar usando e como eles se comunicam com outros ao redor do produto/serviço.” Gonzalez (2014)

ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO

A arquitetura da informação está relacionada com a criação de esquemas organizacionais e navegacionais que ajudam os usuários a se moverem pelo conteúdo do site eficientemente e efetivamente. Então, pode-se dizer que a arquitetura da informação trata-se da organização dos elementos que compõem uma interface, considerando o relacionamento entre eles, para a facilidade de localização e navegação pela interface.

Para Rosenfeld e Morville (2006), a arquitetura da informação de uma interface é constituída por quatro grandes sistemas interdependentes, os de organização, navegação, rotulagem e busca. Compostos por regras e aplicações próprias, esses sistemas reúnem todos os elementos essenciais para a interação do usuário com o ambiente de acordo com o conteúdo.

No sistema de organização, é preciso ser evitado que as perspectivas pessoais do criador influenciem na organização da informação, visto que diferentes usuários possuem diferentes perspectivas. O sistema de navegação dispõe ao usuário a noção do lugar que ele se encontra na interface, oferecendo flexibilidade dos seus movimentos para que ele possa encontrar o conteúdo desejado e completar suas tarefas. O sistema de rotulagem tem como objetivo comunicar um conceito eficientemente, sem demandar muito esforço cognitivo do usuário para compreendê-lo, podendo ser textual ou não textual, mas sendo essencial que comunique a mesma língua dos usuários. Por fim, o sistema de busca, que serve de auxílio para o usuário encontrar a informação que precisa quando não consegue encontrá-la seguindo os elementos dispostos na interface.

MODA E CONSUMO SUSTENTÁVEL

Além do seu aspecto mais utilitário, a proteção, existem várias outras razões por trás do comportamento relacionado ao vestuário, como aspectos mais significativos que envolvem a comunicação e a expressão individual. A vestimenta já possuía diversas funções na sociedade antes de fazer parte do complexo e gigantesco mundo da moda, como o adorno, indicação de importância e status e a definição do papel social da pessoa em questão.

Com o surgimento da sociedade moderna ocidental, passaram a ser manifestados novos valores e noções culturais que enaltecem a individualidade e a novidade dos produtos, tendo como efeito o apego ao material e o fascínio por tudo que é novo. Desta forma, a crença de que é possível conquistar a satisfação pessoal por meio do consumo se instaurou na sociedade contemporânea.

A utilização de roupas é considerada uma forma de expressão individual e através da roupa usada, os indivíduos podem se diferenciar expressando a sua personalidade de forma singular, em uma extensão visível e tangível de sua identidade. Alguns princípios psicológicos de Sproles (1979) contribuem para a análise do comportamento do consumo do vestir, que evidenciam o uso do traje como objeto para o estímulo pessoal, meio para a auto-expressão da personalidade e autoconceito do indivíduo e a autossatisfação como efeito direto de se vestir de forma apropriada socialmente.

A moda também envolve mudança, pois é conduzida pela sucessão de tendências e manias em um curto espaço de tempo e acaba tendo o seu processo de obsolescência planejada. O consumo se estabelece guiado pela constante busca por novidade e pelo encantamento do que é novo. Esse comportamento se converte em um estilo de vida, associando a moda à sociedade do consumo. Essa característica marcante da sociedade contemporânea resulta na consolidação do consumo, um fenômeno que regulamenta ações sociais, políticas e cotidianas.

(...) a partir do momento em que conseguimos preencher alguma necessidade, surge uma necessidade nova, gerando um ciclo em forma de “bola de neve” que não tem fim. Como o mercado sempre nos sugere algo mais requintado, aquilo que já possuímos acaba ficando invariavelmente com uma conotação decepcionante. (Lipovetsky, 2007b, p. 23)

O consumo opera por meio de uma estratégia que consiste em criar uma necessidade, oferecer um produto que seja capaz de satisfazê-la e, con-

tinuamente, repetir esse processo novamente. O consumo de novos objetos de moda se associa ao desejo do indivíduo pela manutenção da felicidade que é obtida através da posse de novos bens, motivado pela constante preocupação de permanecer à frente das novas tendências da moda. A efemeridade dos produtos, que é ditada pela moda, já é algo aceito naturalmente pela sociedade e propicia ainda mais o consumo. Assim, o ciclo de vida desses produtos acaba sendo definido “pela duração do uso pelo seu proprietário e não pelo ciclo de vida do produto em si” (Berlim, 2009, p.18). O produtos adquiridos perdem rapidamente seu atrativo e são descartados e substituídos por novos antes mesmo de terem sido propriamente usados ou de terem fornecido alguma satisfação ao usuário. As inovações estimulam o consumo, que se explica muito mais pela lógica do desejo do que pelas reais necessidades de reposição.

O desejo de consumo movido pela busca demasiada pelo novo faz com que o consumo de moda promova um grande descarte, e no período de crise ambiental que o mundo se encontra atualmente, deve-se começar a ter consciência das escolhas que são feitas em relação ao consumo. Por meio desta preocupação, o desenvolvimento sustentável está sendo trabalhado nas mais diversas áreas, inclusive na indústria da moda, que é o segundo maior poluente do mundo, pelos seus métodos destrutivos de produção, manufatura e exportação.

Diariamente, a indústria da moda joga fora no lixo toneladas de tecido que ainda se encontram em condições de uso e que são em grande parte feitas de fibras de plástico, que não são biodegradáveis. Uma solução para evitar o impacto ambiental dessas toneladas de tecido e tornar o consumo de moda mais sustentável é o upcycling, um processo que cria algo novo através da reutilização ou reciclagem de itens antigos, e no caso do resíduo têxtil, pode-se produzir novas peças de roupa.

Uma outra solução sustentável para o consumo da moda é o comércio de segunda mão, conhecido como “brechós”, já que ele prolonga a vida útil das peças de roupa descartadas. Além da questão do reaproveitamento dessas peças de roupa, o consumo em brechós evita o aumento de itens descartados em aterros sanitários, diminuindo o impacto ambiental negativo causado pelo descarte têxtil. Sendo composto por produtos usados, o consumo de itens de brechós reduz também o uso de recursos naturais para a fabricação de novos itens. Afinal, a peça de roupa mais sustentável é aquela que já existe.

ORGANIZAÇÃO

Na área da administração, a organização é um tópico essencial para o bom funcionamento de uma empresa, em razão de promover a disciplina e a produtividade no ambiente de trabalho através da consciência e responsabilidade de todos.

Existem métodos japoneses de administração empresarial que servem de inspiração para o nosso dia a dia, por poderem ser implementados em qualquer tipo de negócio. À exemplo, temos a metodologia 5S, um método japonês de administração empresarial que consiste em 5 princípios inspirados no código de conduta Bushido, que possui um conjunto de princípios morais utilizados pelos antigos samurais que se resumem em disciplina, harmonia e cooperação.

Os 5S são compostos pelas iniciais de 5 palavras japonesas, sendo elas: Seiri, Seiton, Seisou, Seiketsu e Shitsuke, que significam, respectivamente, utilização, organização, limpeza, saúde e disciplina. A seguir, o conceito de cada um dos 5S separadamente:

- **Senso de Utilização:** consiste em avaliar o que é útil, classificando os objetos por critérios de utilidade e frequência de uso, para uma melhor visualização do que não está sendo mais utilizado e que pode ser descartado;

- **Senso de Organização:** consiste em organizar, e manter organizado, objetos de maneira funcional, possibilitando um acesso mais rápido e fácil;

- **Senso de Limpeza:** consiste na execução e manutenção da limpeza;

- **Senso de Saúde:** consiste na melhoria da qualidade de vida, criando condições que favoreçam a saúde física, mental e emocional a partir de práticas de higiene;

- **Senso de Disciplina:** consiste na conscientização da necessidade do autodesenvolvimento, decorrente da autodisciplina.

Além da satisfação que um ambiente organizado traz, a organização também gera impactos bastante positivos na qualidade das nossas vidas. A conexão entre a condição em que um ambiente se encontra e a saúde mental da pessoa que o habita é bastante forte. Enquanto a pessoa organiza coisas no geral, ela consegue aprender bastante sobre sua própria vida e sua mente.

Baseando-se neste conceito, a especialista japonesa em organização, Marie Kondo, criou um método de organização chamado KonMari, compartilhado e conhecido no mundo todo através de seu livro “A Mágica da Arrumação – A Arte Japonesa de Colocar Ordem na Sua Casa e na Sua Vida”, publicado em 2011. Nele, a organização é dividida nos seguintes passos:

- Imagine como você queria que os ambientes da sua casa fossem, que itens você gostaria de ter e onde você queria que suas coisas estivessem;

- Arrume tudo de uma vez só, porque deixar para arrumar uma coisa de cada vez torna o processo muito mais lento e cansativo, e você acaba tendo que arrumar a mesma coisa para resto da vida, porque ela não foi devidamente organizada. Organizar tudo de uma vez só tem um impacto muito maior no ambiente e na sua mente, fazendo você mudar seus hábitos e acabar criando uma aversão à bagunça;

- Livre-se do excesso de coisas que você tem;

- Mantenha apenas o que te traz alegria ou prazer, e as coisas que te fazem ficar em dúvida, descarte;

- Organize as coisas por categoria e não por localização. Muitos itens podem estar espalhados pela casa, fazendo com que você não tenha organizado eles e você acaba tendo que repetir o mesmo processo outra vez. Organize uma categoria por vez, juntando todos os itens de uma categoria de uma vez só. Ao colocar tudo junto, você consegue escolher melhor o que vai manter;

- Comece pelos itens mais fáceis, deixando os itens mais difíceis por último, para que você possa manter o ritmo, o que acaba aprimorando a sua habilidade de decisão. Comece por roupas, depois por livros, documentos, itens em geral e por fim, itens afetivos, que são os mais difíceis de descartar;

- Faça da organização um acontecimento especial. O objetivo desse método é realizar uma revolução no modo como você organiza suas coisas, fazendo com que você aproveite essa organização para sempre (que deve ser feita apenas uma vez na vida). Desse ponto em diante, a sua organização se resumirá apenas em colocar as coisas em seus respectivos lugares, e isso acaba se tornando um hábito inconsciente.

Além desses métodos de organização, que foram desenvolvidos para serem executados em situações específicas, como ambientes de trabalho e a organização de uma casa, existem também aplicativos para smartphones que podem auxiliar na organização de qualquer atividade. A exemplo, o Trello, um aplicativo para organização de tarefas no geral, sejam elas pessoais ou profissionais.

METODOLOGIA

Na concepção de um bom projeto de design, a utilização de uma metodologia é essencial para que o projeto mantenha a coerência com seus objetivos iniciais. O desenvolvimento do processo de criação projetual se torna mais ágil, prático e eficaz quando é guiado por métodos, se tornando assim mais difícil a ocorrência de futuros erros ou problemas no projeto.

Composta por etapas ordenadas e detalhadas, a metodologia serve de suporte para a criação do projeto, onde cada passo garante uma qualidade maior no trabalho a ser desenvolvido. Mas, nenhuma etapa ou método é definitivo ou absoluto, podendo assim haver mudanças no processo a depender das necessidades que o designer considerar necessário em seu projeto.

“O método de projeto não é mais do que uma série de operações necessárias, dispostas em ordem lógica, ditadas pela experiência. Seu objetivo é o de atingir o melhor resultado com o menor esforço.”
Munari (1998, p. 10)

Para a execução deste projeto, a metodologia utilizada será Os Elementos da Experiência do Usuário, disposta por Jesse James Garrett. Essa metodologia é composta por 5 etapas, sendo elas os planos de estratégia, escopo, estrutura, esqueleto e superfície. Esses 5 planos apresentados por Garrett, apesar de inicialmente terem sido desenvolvidos para websites, também podem ser utilizados para o desenvolvimento de aplicativos para mobile. Portanto, se adequam às especificidades deste projeto, auxiliando na criação e qualificação de suas soluções.

METODOLOGIA E SUAS ETAPAS

A primeira etapa da metodologia de Garrett (2011), o plano de estratégia, consiste em definir os objetivos do projeto em questão e as necessidades do usuário. O autor ressalta a importância e a necessidade de se entender quem são seus usuários e do que eles precisam e por meio disso, a maioria dos métodos desta etapa envolvem pesquisas que levam o projetista a conhecer melhor as necessidades dos seus usuários.

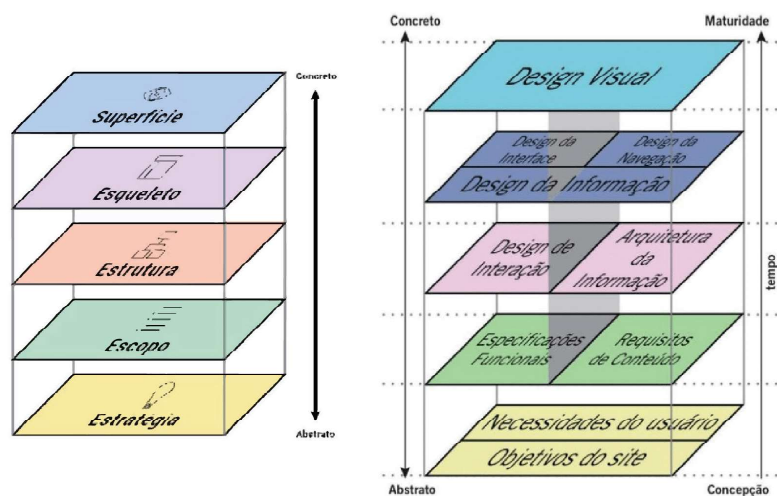
Em sua segunda etapa, chamada de plano de escopo, se define as especificações de funcionalidade e os requisitos de conteúdo, para que seja entendido o que irá ser feito e o que não irá ser feito na realização do projeto.

O plano de estrutura se caracteriza em como as especificações de fun-

cionalidade e os requisitos de conteúdo irão se encaixar, formando um todo mais coeso. Nele se concretiza os fatores que vão determinar o que o usuário vai finalmente experimentar.

No plano de esqueleto, a estrutura produzida é refinada e são identificados os aspectos específicos da interface, navegação e design de informação, que farão a estrutura intangível, concreta.

E no topo da metodologia de 5 planos, a atenção é dada àqueles aspectos que os usuários irão notar primeiro: o design sensorial. Conteúdo, funcionalidade e estética se juntam para a produção de um design que agrade os sentidos, enquanto satisfaz todos os objetivos dispostos nos outros 4 planos.



Fonte: Jesse James Garrett

MÉTODOS ESPECÍFICOS QUE SERÃO UTILIZADOS NESTE TRABALHO:

1. ESTRATÉGIA

- Objetivos do produto
- Necessidades do usuário
- Pesquisa do usuário
- Personas

2. ESCOPO

- Funcionalidade e conteúdo
- Definição de requisitos
- Especificações funcionais

3. ESTRUTURA

- Design de interação
- Arquitetura de informação
- Princípios de organização

4. ESQUELETO

- Convenção e metáfora
- Design de interface
- Design de navegação
- Design de informação
- Wayfinding
- Wireframes

5. Superfície

- Contraste e uniformidade
- Consistência interna e externa
- Paletas de cores e tipografia
- Composição de design e guias de estilo

ETAPAS QUE NÃO SERÃO UTILIZADAS NESTE PROJETO:

- Teste de usabilidade
- Metas de negócio
- Identidade de marca
- Métricas de sucesso
- Segmentação do usuário
- Error handling
- Linguagem e metadados
- Papéis da equipe e processo

Os métodos acima descritos não serão utilizados no desenvolvimento do projeto, que possui finalidades acadêmicas e terá sua conclusão em apenas um protótipo do aplicativo desenvolvido. Esses métodos não inclusos no trabalho se tratam de etapas específicas para o desenvolvimento projetual de algo com finalidade comercial, produzido por uma equipe de especialistas de uma determinada empresa.

DESENVOLVIMENTO DO PROTÓTIPO DO APLICATIVO

DEFININDO A ESTRATÉGIA

- Objetivos do produto

O projeto tem como objetivo a criação do protótipo de um aplicativo mobile, que tem como propósito a organização das roupas do usuário virtualmente. Essa organização se dará em categorias de roupa, que irão facilitar o contato do usuário com todas as suas peças de roupa. Além disso, o aplicativo disponibilizará outras 3 principais funções: a composição de looks, um calendário e um bazar.

Na função de composição de looks, também haverá a organização por categoria de uso, para simplificar o acesso do usuário ao conjunto de roupas que ele pré definiu no aplicativo. Em seguida, a função calendário permitirá que o usuário agende o uso das suas peças e looks. Por fim, a função bazar será um lugar destinado para a compra e venda de peças de roupas entre os usuários deste aplicativo, incentivando assim o desapego daquelas peças que não estão sendo mais usadas.

- Necessidades e pesquisa do usuário

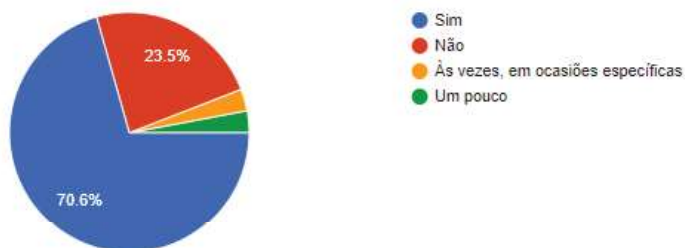
Para o desenvolvimento de um aplicativo que satisfaça as expectativas do usuário, é preciso entender o usuário e suas necessidades. Ao conduzir pesquisas para descobrir essas necessidades, podemos sair de dentro da nossa própria perspectiva limitada do que achamos que é necessário para suprir os desejos do usuário, e desta forma possibilitar a observação do produto por outros pontos de vista.

Com base neste raciocínio, foi conduzida uma pequena pesquisa com o total de 34 pessoas para tentar obter uma noção do que se é esperado do aplicativo. As respostas foram obtidas por um público de pessoas de 20 a 24 anos de idade, as quais 50% eram do gênero feminino e 50% do gênero masculino.

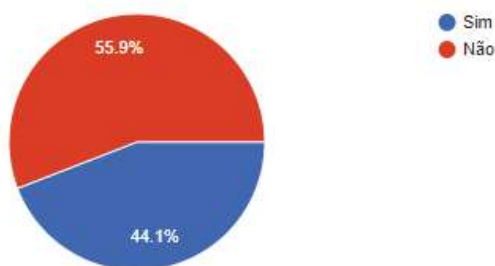
A pesquisa foi realizada através de um questionário no Google Forms, onde cinco perguntas foram feitas aos participantes no intuito de entender um pouco da importância dada à organização de suas roupas.

QUESTIONÁRIO

- Você se preocupa constantemente com o que vai vestir?



- Você se considera uma pessoa organizada?



- Utiliza de algum método para a organização das roupas do seu armário? Se sim, diga qual. (ex.: organizar por cores, tipos de roupa, etc.)

As respostas se categorizam em organização por cores, tipo de roupa, ocasião e entre roupas novas e velhas.

- Com que frequência você arruma o seu guarda roupas?

As respostas para esta pergunta se dividiram em diversas opções, e em grande maioria foi observado que as pessoas arrumam seus armários em uma frequência de 3 em 3 meses, seguido pela frequência de todo mês e daí em diante, por frequências variadas.



- Com que frequência você se desfaz de roupas que não usa mais?

As respostas variaram entre de 6 em 6 meses, 1, 2 ou 3 vezes ao ano e 1 vez em cada 3 anos. Algumas pessoas informaram que a frequência do desapego acontece mais quando adquirem peças de roupa nova, o que estimula a triagem das peças, separando que vai ser usado e o que já não serve mais.

PERSONAS

Para tornar os usuários mais reais e ajudar a mantê-los em mente no processo de design da interface, foi feita a construção de alguns personagens fictícios que representam as necessidades do conjunto de usuários, contribuindo assim para o desenvolvimento do projeto.

Persona 1:

Mariana, 22, estudante de Mídias Digitais

Mariana preza muito pela organização, porque acredita que isso torna as coisas muito mais práticas. Sendo da área digital, está sempre em contato com aplicativos de celulares e possui vários deles, incluindo aplicativos de organização. Gostaria também de possuir um aplicativo que catalogue suas roupas, para que haja um controle mais prático das roupas que possui em seu armário.

Persona 2:

Laura, 25, personal stylist

Formada em Design de Moda, o trabalho de Laura consiste em montar looks com peças de roupas existentes no guarda roupa de seus clientes. Como o trabalho dela é presencial, Laura gasta muito tempo indo na casa dos seus clientes e procurando roupas em seus armários, e por isso ela está procurando um jeito de adaptar o seu trabalho digitalmente. Um aplicativo em que seus clientes possam compartilhar imagens de suas peças de roupa com ela facilitaria muito essa parte de seu trabalho.

Persona 3:

Malu, 20, estudante de Moda

Como uma grande consumidora de roupas, Malu acaba acumulando mais peças de roupa do que consegue usar. Por este motivo, de tempos em tempos, ela vende algumas dessas peças em suas redes sociais, mas seu público se limita aos seus conhecidos e ela acaba não conseguindo vender tantas peças quanto gostaria.

DEFININDO O ESCOPO

Com um senso claro do que se almeja produzir e de como os usuários atuam na organização de suas roupas, podemos descobrir como satisfazer todos os objetivos estratégicos do projeto. Estratégia se torna escopo quando se traduz as necessidades do usuário e os objetivos do projeto em requisitos específicos; quais conteúdos e funcionalidades o produto disponibilizará aos usuários.

Definir o escopo do projeto é um processo valioso que resulta em um projeto valioso, porque ele te força a ter contato com possíveis conflitos e pontos difíceis do projeto enquanto ele ainda é hipotético, identificando o que pode ser feito agora e o que vai ter que ser deixado para depois. Algumas ferramentas podem parecer ótimas no processo de geração de ideias, mas talvez elas não se alinhem com os objetivos estratégicos do projeto, e estabelecendo requisitos concretos, você evita que o seu projeto vire uma bola de neve interminável que pode acabar saindo do seu controle.

- Definindo requisitos

Para determinar alguns requisitos deste projeto, foi criando um cenário; uma curta e simples narrativa que descreve como uma persona (personagem fictício criado pela autora) poderia estar satisfazendo suas necessidades como usuário. Por estar imaginando o processo que o usuário irá percorrer, pode-se pensar em potenciais funcionalidades para ajudá-lo a atender suas necessidades.

CENÁRIO

Gabriela trabalha com o Instagram como Digital Influencer desde que começou a ganhar vários seguidores, que se interessaram pelo seu perfil devido ao seu estilo. Por conta do crescimento do seu número de seguidores, várias marcas começaram a patrociná-la e desde então, ela trabalha divulgando essas marcas através de diversos looks que ela monta com peças de roupas que recebe.

Desde então, ela passou a usar um aplicativo para poder organizar digitalmente as roupas que possui e assim poder facilmente formar vários looks nele, e lá ela também pode marcar essas peças com tags que a ajudariam a ter um maior controle de que marcas ela está usando, quais peças combinam mais com outras e até mesmo quantas vezes ela já usou a mesma peça em diferentes looks.

Semanalmente, ela posta um determinado número de fotos mostrando seus looks no Instagram, e antes disso no aplicativo, ela organiza em um calendário os looks que ela vai usar durante a semana, tendo assim total controle sobre seus looks e as marcas com que trabalha.

PESQUISA DE CONCORRENTES

Para a definição dos requisitos do projeto, também foi analisado os possíveis concorrentes do aplicativo, com o objetivo de buscar inspiração em suas funcionalidades. Dentre os aplicativos existentes, dois deles inspiraram bastante na realização deste projeto, o Stylebook e o Enjoei, que estão disponíveis para o uso em mobile nas plataformas iOS e Android.

As funcionalidades do aplicativo Stylebook se aproximam bastante dos objetivos que este projeto possuía desde o começo, que incluem a possibilidade do usuário ter seu armário virtual em seu celular, que contenha todas suas peças de roupa; a oportunidade de montar looks com essas peças e agendá-las para uso em um calendário. Depois de analisar o aplicativo e todas suas funções, algumas foram consideradas positivas e outras negativas, proporcionando assim a implementação de algumas ferramentas e o aprimoramento de outras, tanto como a geração de novas ideias.

O aplicativo Stylebook é dividido em 5 seções; Home (página inicial), Armário, Looks, Inspiração e Calendário. Em sua página inicial, existem atalhos para a navegação entre as outras 4 seções principais e o acesso a subseções, como o “packing” (fazer a mala de viagem), “style stats” (estatísticas de estilo), “shop” (comprar), “style expert” (especialista de estilo) e “wifi accept (recebimento por wifi)”.

Na subseção “packing”, o usuário separa em pastas as peças de roupa ou looks que irá usar em uma viagem. O “Style Stats” funciona como uma estatística das roupas contidas no armário, mostrando diversas informações sobre o uso delas. Em “Shop”, o usuário pode reunir uma lista contendo os websites de suas marcas de interesse, para servir de atalho de acesso, além de salvar uma lista com as peças de seu desejo. “Style Expert” serve como um blog no aplicativo, no qual o usuário encontra várias dicas sobre estilo. Por fim, o “Wifi Accept” é uma ferramenta que transfere por Wi-Fi qualquer arquivo do aplicativo de um usuário para o outro.

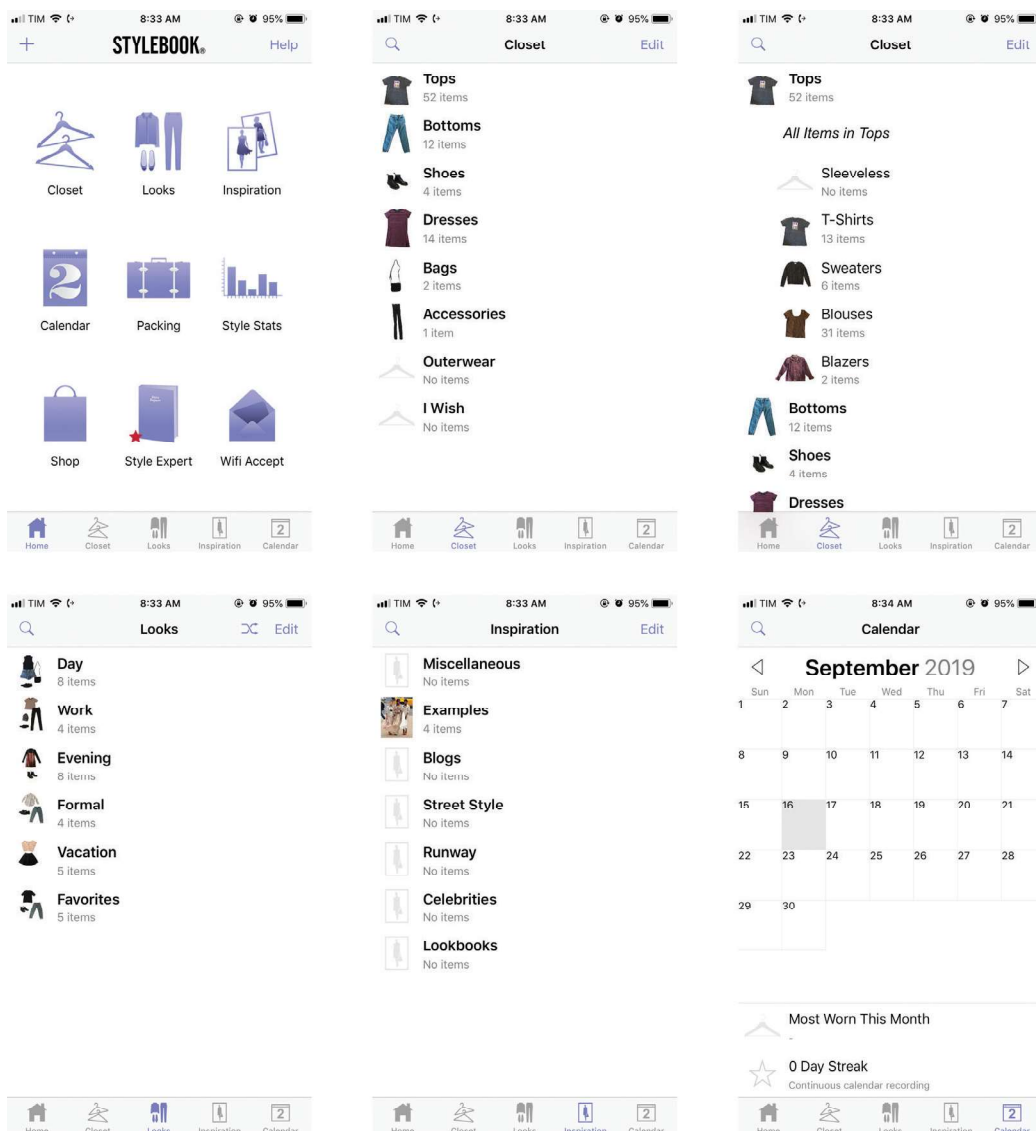
Em “Armário” se encontram separadas por categorias e subcategorias todas as peças de roupa adicionadas pelo usuário no aplicativo. Tudo isso é mostrado em formato de listas e depois que se seleciona a categoria e a subcategoria desejada, são mostradas todas as peças de roupa ali contidas.

Em seguida, na seção Looks, também são exibidas em formato de lista

as categorias dos looks adicionados (dia, noite, trabalho, formal, favoritos, etc.). Para montar esses looks, o aplicativo disponibiliza uma ferramenta que junta as peças do armário em um só arquivo, de acordo com o que o usuário for escolhendo.

Na penúltima seção intitulada “Inspiração”, o usuário pode adicionar imagens aleatórias de peças de roupa e looks que encontrar na internet.

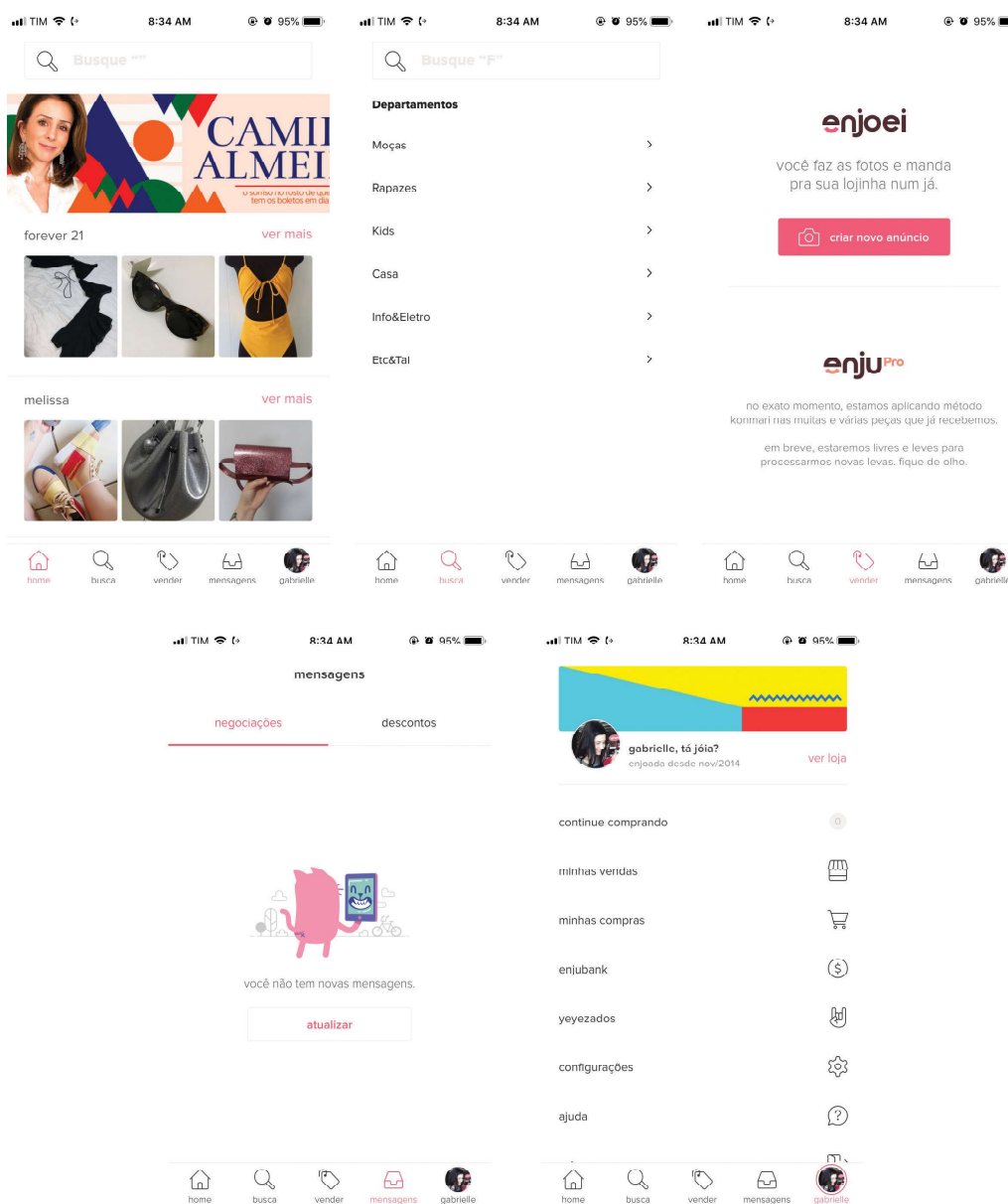
Por último, o aplicativo disponibiliza o “Calendário”, que é exatamente o que o nome sugere. Nele, o usuário pode agendar quando irá usar alguma peça de roupa ou algum look existente no aplicativo.



Fonte: screenshots do app Stylebook produzidos pela autora

Um outro objetivo do projeto foi criar mais uma seção para o aplicativo, o “Bazar”. Para a inspiração dessa seção, foi analisado o aplicativo mobile do site Enjoei.

Neste aplicativo, os usuários entram em contato com uma lista de produtos que estão sendo vendidos por outros usuários; podem pesquisar itens à venda com ajuda de filtros que direcionam o usuário para os itens de seu interesse; têm a opção de vender suas roupas e acessórios online; podem tentar negociar a compra ou venda de itens com outros usuários por mensagem; e outras opções de configuração e gerenciamento do seu perfil no aplicativo.



Fonte: screenshots do app Stylebook produzidos pela autora

ESPECIFICAÇÕES FUNCIONAIS

Para evitar a confusão nas ideias e decisões tomadas no processo de desenvolvimento e design do projeto, torna-se importante possuir especificações funcionais bem escritas e esclarecidas para auxiliar a realização do projeto. Tendo isso em mente, as seguintes especificações foram definidas:

O aplicativo será dividido em 5 partes, sendo essas a página inicial, armário, looks, calendário e o bazar.

HOME

- Na página inicial (home), o usuário terá contato imediato com as outras seções do aplicativo através de atalhos.
- Nesta mesma página, mais 3 funções do aplicativo serão dispostas: dados, malas e look do dia. A primeira exibe algumas informações sobre o armário do usuário, como a quantidade existente de peças de roupas e looks no aplicativo e o seu registro de uso. Em “Malas”, o usuário poderá organizar malas de viagem com as roupas e looks que estão registradas no aplicativo. O “Look do dia” serve como atalho para o fácil acesso do look adicionado no calendário para aquele dia.
- Na página inicial e também na seção “armário”, o usuário poderá adicionar novas peças de roupa tirando fotos ou adicionando imagens já existentes no rolo da câmera do seu celular.

ARMÁRIO

- No armário, as roupas adicionadas no aplicativo serão organizadas em categorias de roupa, como “roupa de cima”, “roupa de baixo”, “vestidos”, “sapatos” e “acessórios” e dentro dessas categorias existirão subcategorias como “blusa”, “casaco”, “calça” e “short”.
- A opção “editar” irá proporcionar ao usuário a oportunidade de adicionar ou remover categorias e subcategorias como ele desejar.
- O usuário poderá adicionar informações sobre cada peça de roupa, como tags, cor, tecido, tamanho, marca, etc.
- Existirá uma opção de pesquisa, onde o usuário pode pesquisar por estas tags e qualquer nota que ele poderá ter escrito sobre tal peça.

LOOKS

- Os looks montados pelo usuário serão organizados por tipo de ocasião, como por exemplo: roupas para usar de dia, no trabalho, numa festa, etc.

- Assim como no armário, nesta seção o usuário poderá adicionar informações sobre os looks montados, como notas e tags e estação do ano que aquela peça mais se adequa para uso.

CALENDÁRIO

- Nesta seção, será mostrado um calendário com um mês em evidência e ao adicionar peças de roupa ou looks em algum dia do mês, uma miniatura aparecerá no dia adicionado.
- Clicando em alguma data, uma janela aparecerá listando todas as peças e todos os looks adicionados àquele dia.
- Embaixo do calendário, será mostrada as peças mais usadas pelo usuário naquele mês.

BAZAR

- Nesta seção, o usuário terá um perfil para poder fazer parte do Bazar, onde poderá vender peças de roupa, acessórios e calçados que não usa mais, como também comprar de outros usuários.
- Na lojinha virtual, será mostrado todos os itens sendo vendidos pelos outros usuários, e através de filtros, o usuário poderá concentrar sua pesquisa para o que ele está procurando.
- No Bazar também haverá troca de mensagens entre os usuários que estiverem negociando a venda de algum item.
- O usuário terá acesso aos likes dados em itens que viu na lojinha e poderá acompanhar as compras e vendas que fez.
- Existirá a opção de configuração de informações do perfil do usuário.

DEFININDO A ESTRUTURA

Depois de definido o que vai ser realizado, a visão de como será o projeto final se torna mais clara. Porém, os requisitos definidos não determinam como eles se encaixam para formar um todo consistente. Nesta etapa, foi desenvolvido a estrutura conceitual para o aplicativo; usando do design de interação, modelos conceituais, arquitetura da informação e princípios da organização, pôde-se sair das questões mais abstratas da estratégia e do escopo para fatores mais concretos que vão determinar o que os usuários irão finalmente experimentar.

Com base no “Diagrama de Vocabulário”, sistema criado por J. J. Garrett para diagramar arquiteturas em categorias das mais simples às mais complexas, foi organizada para a criação do aplicativo a estrutura abaixo.



Foto produzida pela autora

DEFININDO A SUPERFÍCIE

Todas decisões e soluções firmadas nos outros planos finalmente se reúnem na superfície, focando em como o design visual do aplicativo servirá de suporte para a experiência do usuário.

Para a identidade visual do projeto, foram definidos fontes tipográficas, cores e ícones a serem utilizados em todo o aplicativo para garantir a consistência e a uniformidade.

TIPOGRAFIA

SEGOE UI foi a família tipográfica sem serifa escolhida para ser utilizada no protótipo do aplicativo.

Segoe UI

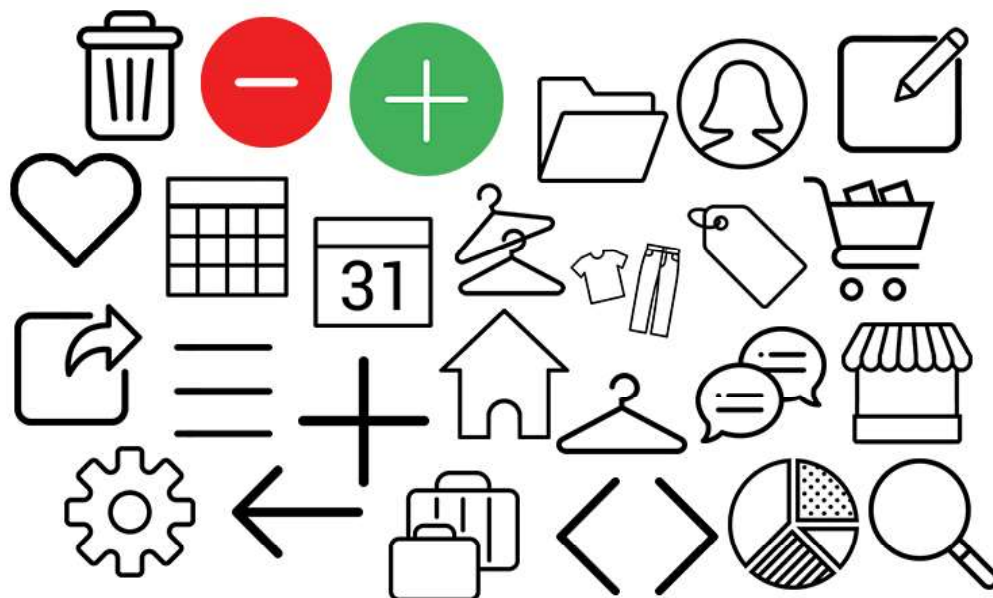
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789

CORES

A principal cor usada no protótipo do aplicativo é o rosa e um cinza de tom bem escuro, mas apenas nas letras. O aplicativo é predominantemente branco, para poder dar destaque às peças de roupa e looks montados nele.



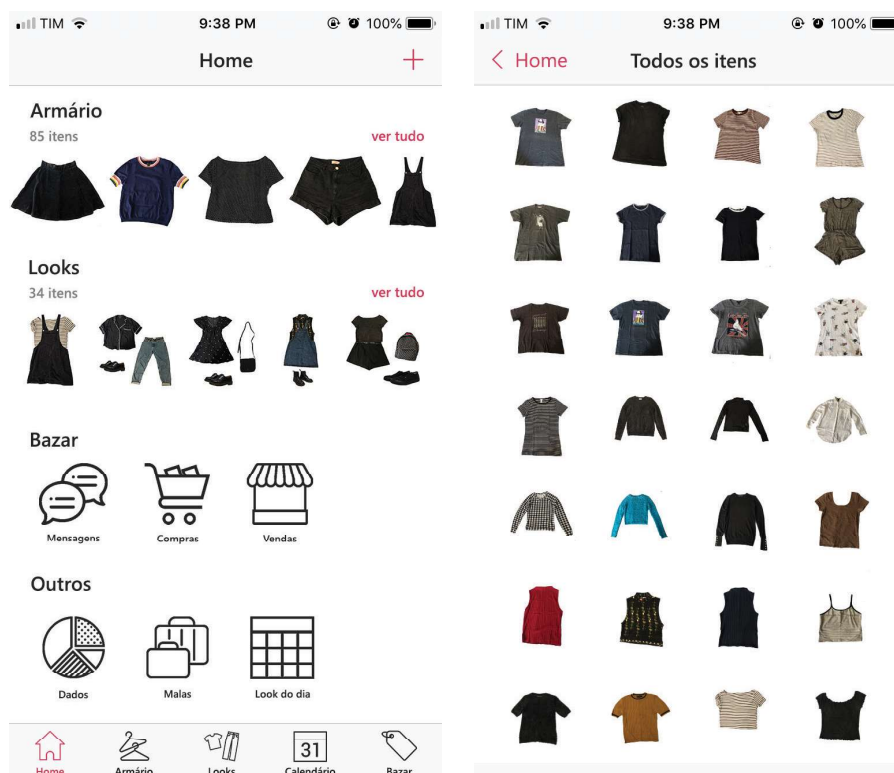
ÍCONES



RESULTADO DO PROTÓTIPO

Foram geradas 99 telas para o protótipo do aplicativo e elas se encontram hospedadas na plataforma online *Invision*, onde é possível simular o uso do aplicativo. O protótipo está disponível em <<https://gabrielleayala378577.invisionapp.com/public/share/WNWTS44KH>> para o teste.

A primeira seção do aplicativo é chamada “Home”. Essa seção engloba todas as funcionalidades do aplicativo, que são o Armário, os Looks, o Calendário e o Bazar; além de informações de dados sobre os itens do aplicativo e a possibilidade de organizar as peças de roupa para malas de viagem.

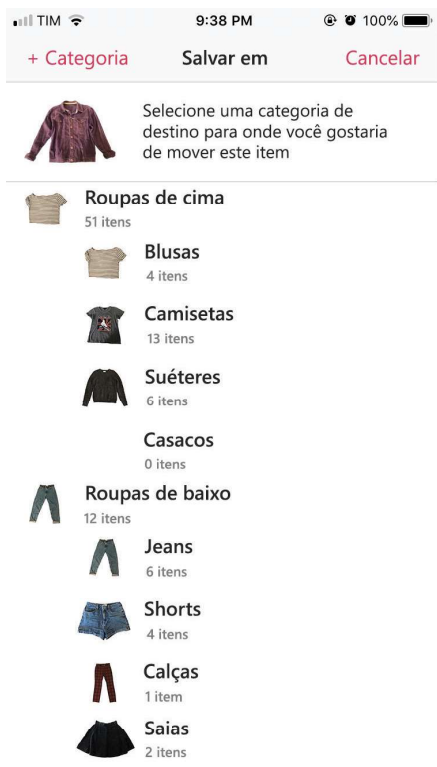


Imagens produzidas pela autora

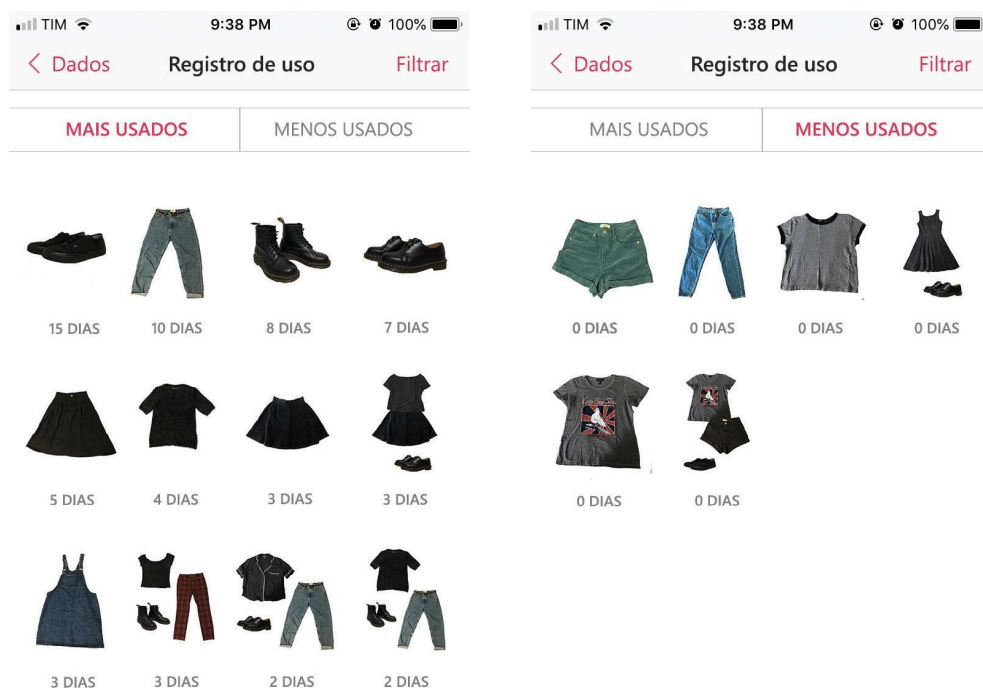
Na página inicial, o usuário poderá adicionar novas peças de roupa ao armário através de uma foto. Depois, o usuário poderá fazer ajustes na foto tirada, removendo o fundo da imagem para que a peça seja melhor apresentada no aplicativo. Após esses ajustes, é feita a escolha da categoria a qual a peça melhor se encaixa, e então a peça será finalmente adicionada ao armário. Nas fotos a seguir é possível ver um pouco desse processo.



Imagens produzidas pela autora



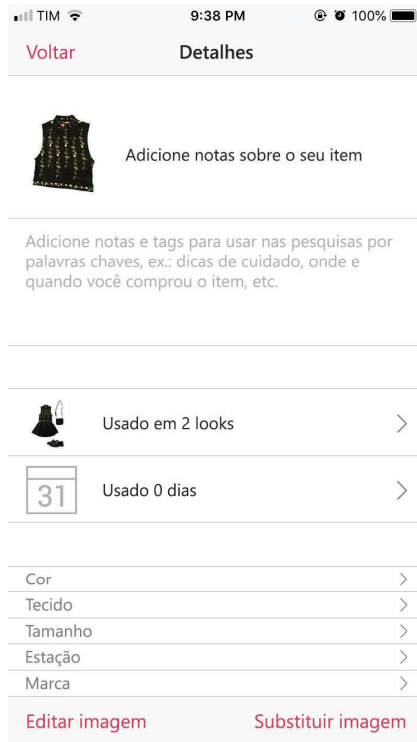
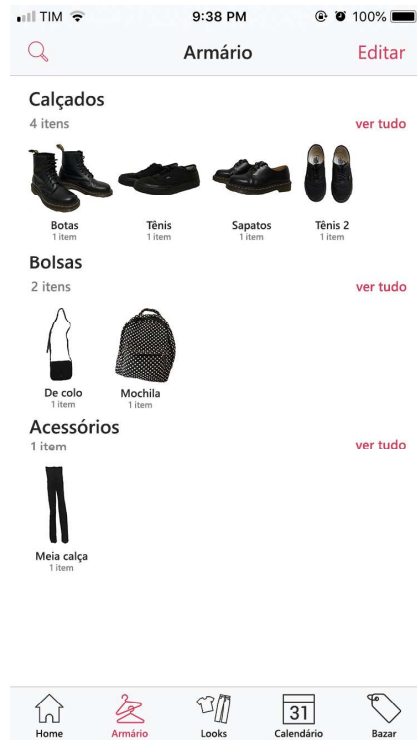
Ainda na página inicial, no ícone de “Dados”, o usuário poderá acompanhar o registro de informações sobre as suas roupas, como a frequência de uso de cada peça. Com essa informação, o usuário possui uma noção do que está sendo usado e com que frequência isso acontece.



Na seção “Armário”, o usuário tem acesso a todas as suas peças de roupa, que estarão organizadas em categorias e subcategorias. O usuário poderá adicionar ou remover essas categorias conforme desejar.

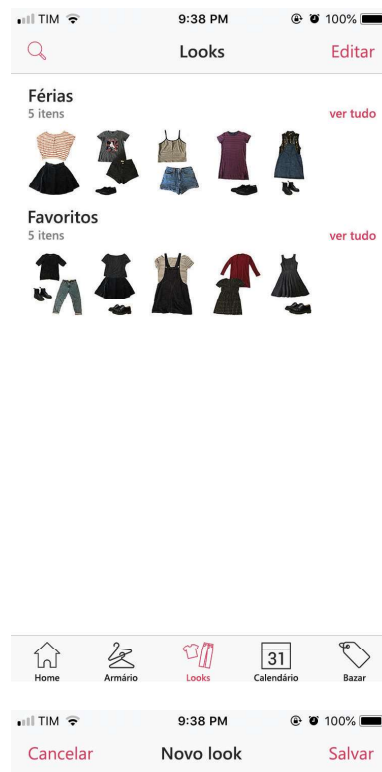
Ao clicar em uma peça de roupa, serão ofertadas algumas opções, como adicionar informações sobre a peça (como tags, cor, tecido e tamanho). No ícone de lupa, posicionado na parte de cima à esquerda, o usuário poderá pesquisar por peças através dessas informações.

Nas imagens a seguir estão explanadas as funcionalidades que foram citadas acima.

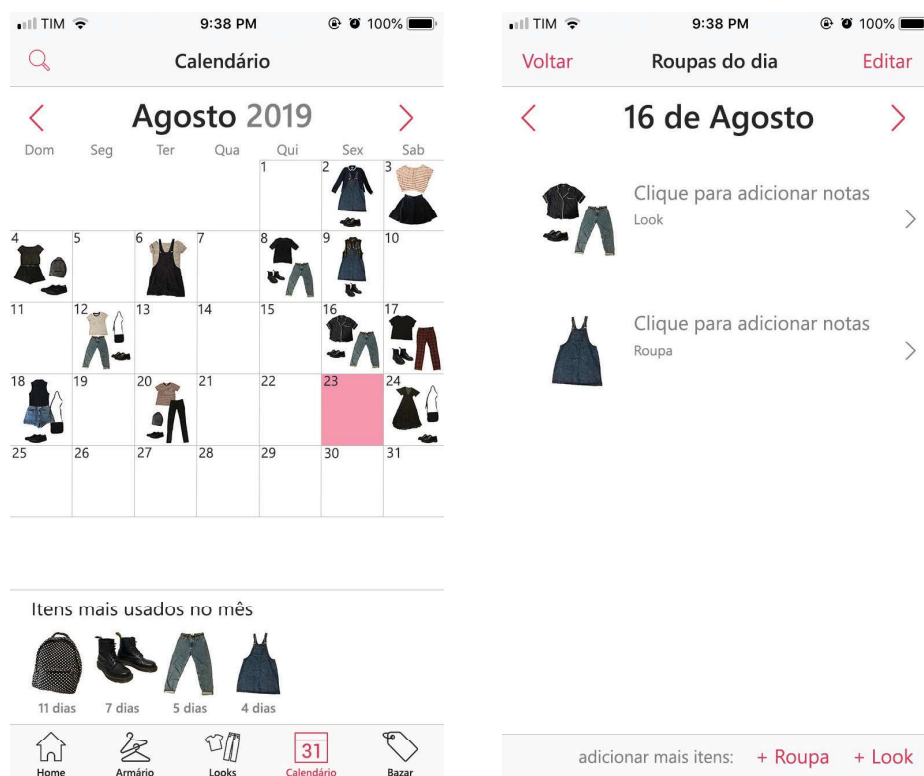


A terceira seção do aplicativo, chamada “Looks”, funciona basicamente como o “Armário”, mas com combinações feitas pelo usuário com peças de roupa do armário. Os looks se encontram divididos por categorias de uso.

As duas últimas fotos abaixo mostram um look adicionado a uma categoria e opções como: adicionar anotações sobre o look; mover look; adicionar look ao calendário; excluir look e compartilhar look, respectivamente.



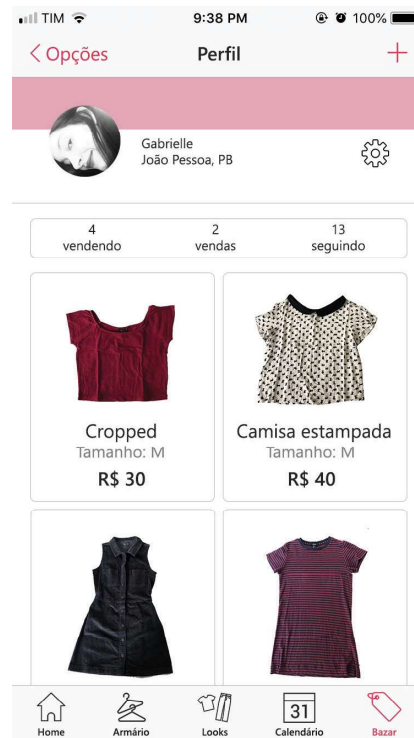
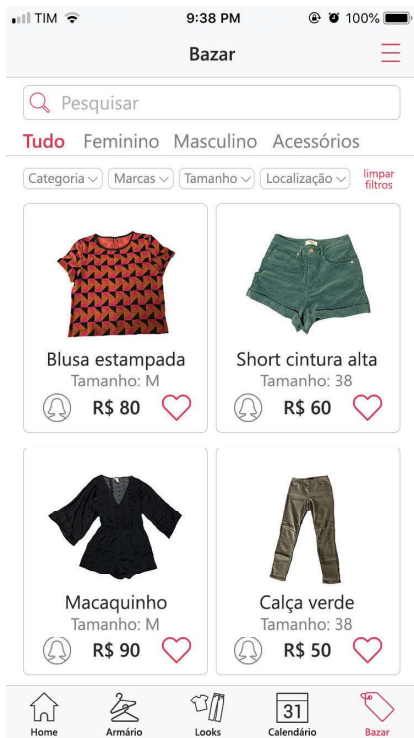
O “Calendário” dispõe literalmente de um calendário para o agendamento de peças de roupa ou looks em determinadas datas. Nessa seção, o usuário poderá ter uma clara noção de quantas vezes já usou determinada peça de roupa durante o mês.



Por fim, a seção “Bazar” possibilita a compra e venda de peças de roupa entre os usuários do aplicativo. Nele, o usuário possuirá um perfil, onde ele poderá vender as peças de roupa que deseja, adicionando itens direto do próprio aplicativo. Depois, é só adicionar informações básicas sobre o item a ser vendido e estabelecer um preço.

Nessa seção, o usuário também poderá entrar em contato com outros usuários do aplicativo através de troca de mensagens, onde poderá tirar suas dúvidas sobre as peças.

Nas imagens a seguir estão, respectivamente: a página inicial do bazar, com alguns filtros de pesquisa e algumas peças que estão sendo vendidas pelos outros usuários (que estão sendo sugeridas conforme os filtros selecionados); o perfil do usuário e a página exibindo que peças estão sendo/foram vendidas pelo usuário.



Todas as fotos de roupas e looks mostrados neste projeto pertencem a autora e foram produzidas pela mesma.

CONCLUSÃO

Com este projeto, conclui-se que o uso de aplicativos para celulares se faz bastante presente na rotina da maioria das pessoas desde a popularização dos smartphones, e como resultado disso, existe uma grande demanda de produtos neste cenário.

No contexto de consumo, foi abordado que o consumo opera através da estratégia de criar uma necessidade e oferecer um produto que seja capaz de satisfazê-la. Dessa maneira, observou-se a necessidade de ofertar um produto que dê suporte a esse comportamento, mas com a preocupação de propor que se faça desse consumo uma atividade mais sustentável, por meio da prolongação da vida útil das peças de roupa descartadas através do comércio de segunda mão.

Foi abordando também a organização como um grande atrativo para a finalidade da interface desenvolvida, visto que a organização gera impactos bastante positivos na qualidade das nossas vidas. As ferramentas de organização no aplicativo permitem que os usuários consigam ter uma visão mais clara das peças de roupas que possuem, podendo assim fazer mais combinações de looks ou até mesmo vender o que não está mais sendo usado.

Com a metodologia de Garret (2011), foi possível definir com clareza o que o aplicativo poderia oferecer aos usuários, mesmo que algumas etapas não tenham sido utilizadas. Com a conclusão do projeto, foi percebida a necessidade de um teste de usabilidade, para que o aplicativo pudesse ser testado por usuários que poderiam fornecer um feedback que ajudasse no aprimoramento das funções do aplicativo. Se fez também a necessidade de uma identidade visual mais elaborada do que somente a escolha de cores, tipografia e ícones.

Com a identificação da necessidade da realização dessas etapas, existem planos para que elas sejam implementadas ao projeto, resultando assim na possibilidade da tentativa de lançar o aplicativo para uso real.

REFERÊNCIAS

ASTRA. Solução de Upcycling para resíduo têxtil: Uma Adoro Farm mais sustentável. Disponível em <<http://redeasta.com.br/case/solucao-de-upcycling-para-residuo-textil-uma-adoro-farm-mais-sustentavel>> Acesso em 27 de setembro de 2019.

BERLIM, Lilyan Guimarães. Moda, a possibilidade da leveza sustentável. Dissertação (Mestrado em Ciência Ambiental) – Universidade Federal Fluminense. Niterói, 2009.

CRUZ, Juliana Machado. 5S (Seiri, Seiton, Seisou, Seiketsu e Shitsuke). InfoEscola. Disponível em <https://www.infoescola.com/administracao_/5s-seiton-seiri-seiso-seiketsu-e-shitsuke> Acesso em 23 de setembro de 2019.

CYBIS, Walter; BETIOL, Adriana Holtz; FAUST, Richard. Ergonomia e usabilidade: Conhecimentos, Métodos e Aplicações. 2. ed. São Paulo: Novatec, 2010.

GARRET, Jesse James. The Elements of User Experience, Second Edition. User Centered Design for the Web and Beyond. New Readers Press, 2011.

GONZALEZ, Guilherme. Qual a diferença entre Design de Interação e UX Design? 2014. Disponível em <<https://brasil.uxdesign.cc/qual-a-diferenca-entre-design-de-interacao-e-ux-design-66f8a4f140f>> Acesso em 30 de setembro de 2019.

LIPOVETSKY, Gilles. O Império do Efêmero: a moda e seu destino nas sociedades modernas. Tradução: Maria Lúcia Machado. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.

MIRANDA, Ana Paula de. Consumo de Moda: a relação pessoa-objeto. São Paulo: Estação das Letras e Cores, 2008.

MUNARI, Bruno. Das Coisas Nascem Coisas. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

PREECE, Jennifer; ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen. Interaction Design: Beyond Human-Computer Interaction. New York: John Wiley & Sons, 2002.

ROSENFELD, L.; MORVILLE, P. Information Architecture for the Word Wide Web. 3. ed. Sebastopol, CA: O'Reilly, 2006.

SPROLES, G. B. Fashion: Consumer Behavior Toward Dress. USA: Burgess Publishing Company. 1979.

ZANIRATO, Sílvia Helena; ROTONDARO, Tatiana. Consumo, um dos dilemas da sustentabilidade, 2016.