Carolina Arissa Kawagoe, Maurício Elias Klafke Dick, Isabella Mari Ono

Colaboração e comunidade: design de uma rede social voltada para artistas com foco na experiência do usuário

* **Carolina Arissa Kawagoe** é Mestranda no Programa de Pós-Graduação em Design da Faculdade de Arquitetura, Artes, Comunicação e Design da Universidade Estadual Paulista (UNESP). Designer Gráfica graduada pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Tem como temas de interesse: design digital, design de interfaces (UI), experiência do usuário (UX) e ilustração.
carolina.kawagoe@unesp.br
ORCID 0009-0000-1107-2008

Maurício Elias Klafke Dick é professor Adjunto no Departamento de Design e Expressão Gráfica da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e integrante do grupo de pesquisa "Design Contemporâneo: sistemas, objetos e cultura" da Universidade Estadual Paulista (UNESP). Designer Gráfico graduado pela Universidade Federal de Santa Maria (UFSM), é doutor e mestre em Design pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Tem como temas de interesse: design digital, experiência do usuário (UX), publicação digital, design editorial e design da informação.
mauricioedick@gmail.com
ORCID 0000-0002-9136-0532

Resumo
O período em que surgiram as primeiras redes sociais é denominado Web 2.0; é nesse contexto em que se observa a criação de comunidades na internet. Com as novas tecnologias, os usuários conseguem compartilhar seus próprios conteúdos, identificar interesses em comum e formar laços. Para os artistas, nota-se uma escassez de espaços seguros para esse público, já que as plataformas atuais têm um viés mercadológico, de portfólio; resultando em ambientes pouco acolhedores para obras amadoras. Nesse cenário, este estudo teve como objetivo projetar uma rede social que permita o desenvolvimento da comunidade artística, com foco na experiência do usuário. Para tal, utilizou-se o framework proposto por Garrett (2011), que estrutura o projeto para experiência do usuário em cinco planos: Estratégia, Escopo, Estrutura, Esqueleto e Superfície. Por fim, obteve-se um protótipo de alta fidelidade da rede social "Cheers!", cuja finalidade é incentivar o engajamento mútuo e positivo entre usuários.

Palavras-chave Design Digital, Aplicativo, Rede Social, Artistas.

Collaboration and community: design of a social network aimed at artists, with a focus on user experience

Isabella Mari Ono é Designer Gráfica graduada pela Universidade Estadual Paulista (UNESP). Tem como temas de interesse: design digital, design de interfaces (UI), experiência do usuário (UX) e ilustração.
isabellamariono@gmail.com
ORCID 0009-0006-6518-7760

Abstract *The period in which the first social networks emerged is named Web 2.0; this is the context in which the creation of communities on the Internet is observed. With new technologies, users can share their own content, identify similar interests and form bonds. In the case of artists, it is noted the shortage of safe spaces for this audience, since the current social platforms focus on a marketing bias, aimed at creating portfolios; often not being a welcoming environment for sharing amateur works. In this scenario, this study aims to design a social network that allows the development of the artistic community. To this end, the framework proposed by Garrett (2011) was used, which structures the project towards user experience in five planes: Strategy, Scope, Structure, Skeleton and Surface. Finally, the result is a high-fidelity prototype of the social network "Cheers!", which purpose is to encourage mutual and positive engagement between users.*
Keywords *Digital Design, Application, Social Network, Artists*

Colaboración y comunidad: diseño de una red social orientada a artistas con enfoque en la experiencia del usuario.

Resumen *El período en que surgieron las primeras redes sociales se denomina Web 2.0; este es el contexto que se observa la creación de comunidades en Internet. Con las nuevas tecnologías, los usuarios pueden compartir su contenido, identificar intereses comunes y formar vínculos. En el caso de los artistas, se nota la escasez de espacios seguros para este público, ya que las plataformas sociales actuales se centran en un sesgo de marketing y portafolio, lo que resulta en entornos poco acogedores para las obras de aficionados. En este escenario, este estudio tiene como objetivo diseñar una red social que permita el desarrollo de la comunidad artística con enfoque en la experiencia del usuario. Para ello, se utilizó el framework propuesto por Garrett (2011), que estructura el diseño de la experiencia de usuario en cinco planos: Estrategia, Alcance, Estructura, Esqueleto y Superficie. Finalmente, el resultado es un prototipo de alta fidelidad de la red social "Cheers!", cuyo propósito es fomentar la interacción mutua y positiva entre los usuarios.*

Palabras clave *Diseño Digital, Aplicación, Red Social, Artistas.*

Introdução

As redes sociais sofreram mudanças desde o surgimento da Web até os dias atuais. Diferentemente da Web 1.0, em que a comunicação se dava através do fornecimento de informações unilaterais (Badiger et al., 2018), na Web 2.0, os usuários deixam de assumir uma posição passiva para poder criar seus próprios conteúdos (Simão, 2006). Assim surgem as primeiras redes sociais que mudaram completamente a dinâmica da internet (Badiger et al., 2018).

Segundo Simão (2006), a facilidade de compartilhar conteúdo nas redes sociais possibilitou grandes mudanças. A primeira é a oportunidade de arranjar formas de conectar as pessoas e o mundo; foi pioneira a possibilidade dos

usuários engajarem entre si. Em segundo, a criação de um senso de comunidade; já que os usuários conseguiam identificar interesses em comum através dos conteúdos e formar laços na Web. É dentro da Web 2.0 que a maior parte das redes sociais se enquadra atualmente, como o antigo Twitter, hoje com nome "X", o Facebook, o Instagram e tantas outras.

No âmbito artístico, ao se considerar ilustradores, designers gráficos, artistas visuais, e pessoas interessadas nesse cenário de forma amadora, a comunidade foi representada em diversas redes, porém, sempre competindo com outros tipos de conteúdo e entretenimento, perdendo forças em meio a tantos estímulos. O número elevado de usuários que compartilha conteúdo diariamente cria um ambiente altamente competitivo em termos de visibilidade. Por outro lado, ao longo do tempo, algumas plataformas voltadas especialmente para artistas foram fundadas, como o ArtStation e o Behance. Entretanto, prevalece um viés mercadológico, sendo visível uma formalidade no modo de expressão, que objetiva incrementar a carreira profissional.

Pondera-se, então: onde a comunidade artística se consolida, segundo o ideal de Simão (2006)? No passado, houve um aplicativo cujas motivações se assemelham às descritas anteriormente: o PaigeeWorld, que foi fundado em 2012 e chegou a quase um milhão de usuários registrados, segundo o website Apptopia (2018). A plataforma, porém, encerrou suas atividades em 2019 devido à falta de fundos (Paigeeworld, 2019). Mais recentemente existiram outras tentativas de recriar essa proposta, como o Artfol, que alcançou cerca de 100 mil downloads (Google Play, 2024). Entretanto, o aplicativo recebeu duras críticas por apresentar sérias falhas de sistema (Google Play, 2024), prejudicando consideravelmente a experiência dos usuários. Logo, esses exemplos evidenciam que há uma demanda latente de artistas que buscam identificar interesses em comum e formar laços por meio de plataformas especializadas, reforçando o desejo de criar um senso de comunidade, tal como descrito por Simão (2006).

Outro fenômeno recente tem afetado a relação dos artistas com as redes sociais: o avanço da inteligência artificial (IA). Os artistas têm suas criações sendo replicadas por inteligências artificiais sem autorização, uma prática que desrespeita a dedicação e treino para exercer o ofício. Com isso, o surgimento de obras geradas por IA tem levantado questões éticas e ameaçado a integridade profissional dos artistas (Deck, 2022). Nesse cenário, a falta de proteção e solidariedade por parte das plataformas contra o uso de IA tem causado descontentamento, gerando protestos como o uso da hashtag "No AI" (Edwards, 2022). Tais acontecimentos explicitam a necessidade de repensar como estão as dinâmicas atuais entre as redes sociais e os artistas.

Diante dessa realidade, foi identificada a oportunidade de criar uma plataforma que valorizasse o trabalho artístico e propiciasse um espaço seguro para os artistas. Assim, o objetivo geral deste estudo foi projetar uma rede social que permitisse o desenvolvimento da comunidade artística, com

foco na experiência do usuário. Para tal, optou-se por utilizar o framework de Jesse James Garrett (2011), que organiza o projeto para experiência do usuário em cinco planos: Estratégia, Escopo, Estrutura, Esqueleto e Superfície. Nessa direção, buscou-se: identificar as necessidades dos artistas nas redes sociais; definir as especificações funcionais e requisitos de conteúdo do produto; estabelecer as relações entre os recursos do sistema; elaborar o desenho da interface; desenvolver o projeto gráfico da plataforma aplicado em um protótipo de alta fidelidade.

Desenvolvimento

Na sequência, é apresentado o percurso de desenvolvimento do projeto, a partir dos planos mencionados anteriormente.

1.Estratégia

O Plano da Estratégia é onde se consolida a base, todos os outros planos devem refletir o que foi estabelecido nesta etapa. A Estratégia é a mais abstrata de todo o processo projetual, em que se delimitam as necessidades do usuário e os objetivos do produto.

Para delimitar as necessidades do público é preciso compreender, primeiro, que o usuário não é quem está projetando o produto, e não é um consumidor idealizado. As respostas têm que vir de pessoas reais que irão utilizar o que o designer está criando; é de fundamental importância que se possa analisar uma perspectiva distinta do próprio criador. Desta maneira, o design centrado no usuário (DCU) foi utilizado para a execução do projeto. O DCU é uma abordagem para auxiliar designers e desenvolvedores a criarem produtos que atendem às necessidades das pessoas, permitindo que o sistema tenha uma boa usabilidade (Lowdermilk, 2013). É por este motivo, que o processo inicial de coleta de informações veio a partir da pesquisa com o público, por meio de jornada do usuário e questionário, consolidada na forma de personas.

Jornada do usuário

A Jornada do usuário (Gibbons, 2018) foi o método investigativo para localizar oportunidades de projeto. Nesta técnica, um mapa é elaborado a partir da observação contextual na realização de uma atividade.

A jornada foi registrada através de gravação, em que o voluntário navegou pelas interfaces e fez diversos comentários. Após a análise dos dados, foram separados os objetivos do usuário, as ações tomadas, os pensamentos, emoções e observações. O cenário consistia em postar um projeto na rede social ArtStation, com o objetivo principal de demonstrar que foi realizado conjuntamente com

seus colegas de empresa. A Figura 1 apresenta um resumo do mapeamento realizado.

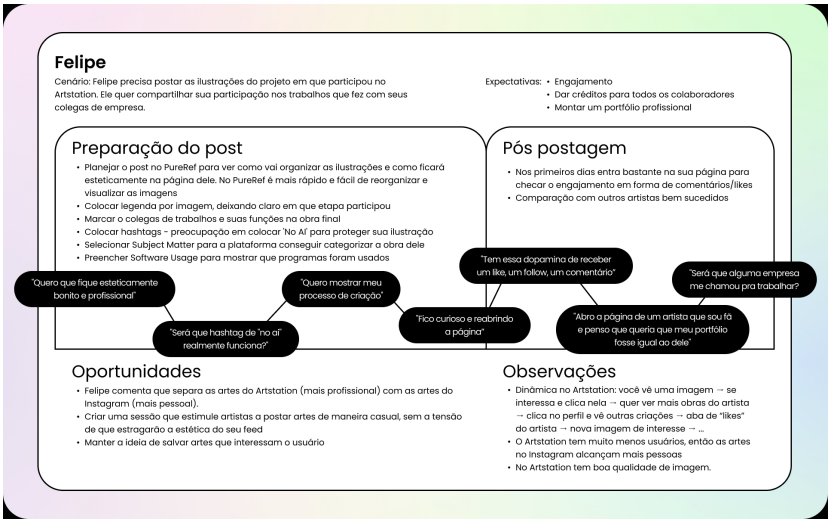

FIGURA 01: Jornada do Usuário

Fonte: Autores, 2025

A partir da investigação percebeu-se que havia uma diferenciação entre dois tipos de vieses: a arte profissional para portfólio, abordagem utilizada pelo ArtStation e a arte mais pessoal, vista através do Instagram. Pôde-se notar uma pressão estética durante o compartilhamento de obras, gerando uma oportunidade de estudar como isso ocorre e como seria possível diminuir essa ocorrência com um produto. De maneira geral, a técnica colaborou para compreender a mente do usuário, as ações percorridas para atingir o objetivo, a identificação de oportunidades para o projeto, a partir de uma plataforma consolidada no mercado.

Questionário

Para aprofundar o entendimento das necessidades do usuário e delimitar com os objetivos do produto, foi elaborado um questionário com 12 perguntas obrigatórias, tanto em português e inglês, sobre objetivos, preocupações, sentimentos e pertencimento dentro da comunidade artística. O formulário em português recebeu 99 respostas e o inglês, 15; e depois, os dados foram analisados de acordo com o nível autodeclarado de habilidades com ilustração (iniciantes, intermediários e avançados).

Com a pesquisa, foi possível levantar algumas características importantes que auxiliaram nas escolhas do projeto. A maior parte dos respondentes (31%) utiliza o Instagram como a rede social para compartilhar obras com o público, seguido do Twitter (atual X) com mais de 14% de adesão. Entretanto, na categoria de artistas experientes, especificamente, houve maior participação

em plataformas de cunho profissional, como o ArtStation.

Por parte dos objetivos ao utilizar redes sociais, a maior parte dos usuários deposita maior interesse em buscar referências e acompanhar seus artistas favoritos. Os iniciantes, por sua vez, buscam socialização e suporte emocional, através de conexões de amizade e incentivo por parte da comunidade. Já os intermediários e os experientes, procuram ganhar exposição, para fazer networking e encontrar oportunidades de trabalho.

Além disso, pôde-se notar uma preocupação maior em relação ao baixo engajamento. Esse fator indica a demanda de que é preciso suprir necessidades emocionais e de interação, que podem não estar sendo atendidas por outras plataformas; essa questão se destaca, principalmente, pelo fato de que foi selecionada por 75 dos 114 participantes do questionário.

A respeito de como os usuários se sentem pertencentes à comunidade artística, a pesquisa mostrou que os iniciantes se importam mais com a oportunidade de receberem instrução. Coincidentemente, artistas intermediários e experientes demonstram interesse em ensinar outras pessoas. Assim, observa-se uma oportunidade de explorar e aliar a busca por instrução e a disposição dos artistas na plataforma.

Na análise das emoções, pôde-se notar uma diferenciação entre os três subgrupos. Os iniciantes demonstraram predominância de emoções negativas (cerca de 57%); os intermediários expressaram um equilíbrio geral, cerca de 51% de sentimentos negativos; e os experientes, por sua vez, apresentaram aproximadamente 60% para sentimentos positivos.

Por fim, o último achado mais relevante da pesquisa foi a afinidade do público com gamificação (72 respostas positivas), abordagem que utiliza de recursos, estéticas, estrutura e dinâmicas retiradas de jogos a fim de facilitar a aprendizagem e a resolução de problemas, podendo também tornar o produto mais interessante (Murr; Ferrari, 2020). O emprego de dinâmica de jogos poderia se mostrar útil para incentivar interações, através da criação de situações divertidas e sistema de recompensas (Fardo, 2013).

Personas

Após o levantamento dos dados do questionário, pôde-se entender melhor as necessidades e as características do público-alvo, e, por meio da segmentação de dados, compreender como essas informações se relacionam. A fim de enxergar o público-alvo de forma mais clara e ajudar no direcionamento do projeto, montaram-se personas (Cooper, 2014).

Como mencionado, percebe-se a diferença de necessidades entre artistas amadores e intermediários/experientes. Por esse motivo, foram criadas duas personas: a primeira, que representa os artistas amadores e a segunda, que representa os artistas intermediários/experientes. As personas são

apresentadas na Figura 2, contendo suas principais características de vida, interesses, objetivos e dificuldades.

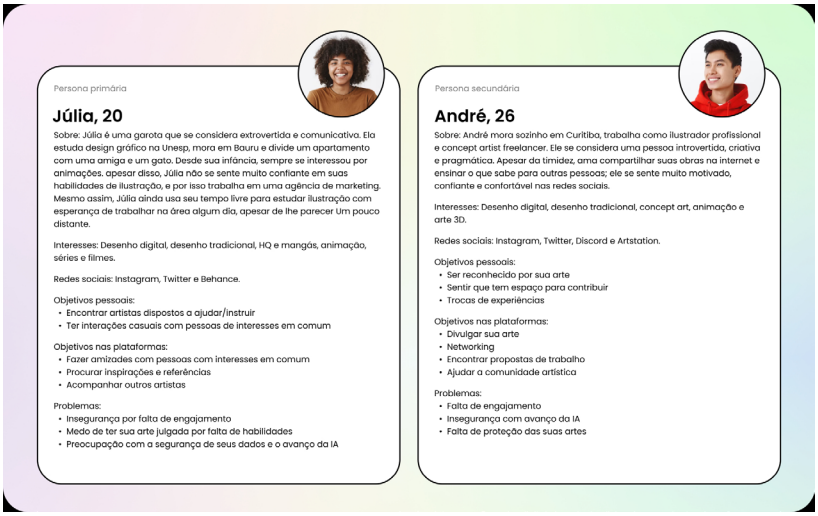

FIGURA 02: Personas

Fonte: Autores, 2025

Cabe destacar que a persona que representa os artistas amadores tem um peso maior em relação aos experientes. Entretanto, artistas profissionais também se enquadram como parte do público que se procura atingir, visto que ainda podem ter interesse em compartilhar suas artes pessoais sem um intuito laboral e demonstram estar dispostos a dar apoio para artistas amadores e prover instrução.

Objetivos do produto

O objetivo principal da plataforma é ser antagônica aos aplicativos atuais; busca-se criar uma interface que fomente experiências positivas no compartilhamento entre artistas na internet. No cenário atual pode-se observar que há plataformas direcionadas a artistas que estão voltadas para o mundo mercadológico, competitivo e profissional, muitas vezes se tornando sérias e frias, com pouca interação, engajamento e apoio da comunidade, havendo escassez de uma única rede social que possa suprir diferentes necessidades, especialmente dedicada a esse público.

Assim, definiram-se as principais metas do aplicativo:

• Dar oportunidades para artistas de todos os níveis de habilidade receberem destaque e engajamento;
• Diminuir as emoções negativas perante o processo de criação e o compartilhamento de obras nas redes sociais;
• Permitir o encontro de pessoas com os mesmos interesses;

• Incentivar as interações e trocas entre os usuários;
• Potencializar o crescimento mútuo e a solidariedade na plataforma;
• Criar pertencimento entre a comunidade artística.

O produto é um aplicativo de rede social para artistas que buscam melhorar suas habilidades em um ambiente acolhedor. Como outras redes sociais, a plataforma tem enfoque em potencializar a interação entre os usuários. Seus diferenciais, diante dos concorrentes, são:

• Os aplicativos atuais para artistas e que estão consolidados no mercado possuem boa usabilidade, não possuindo fragilidades relevantes em eficácia ou eficiência. Assim, o enfoque desta proposta está voltado principalmente na experiência do usuário em seus aspectos hedônicos (Hassenzahl, 2007), ou seja, no quanto a plataforma provê uma experiência prazerosa ao usuário.
• Muitos artistas se demonstram desconfortáveis nas redes sociais: invisíveis, ansiosos, julgados, comparados, temerosos. Diante disso, a plataforma deve atuar de maneira a encorajar seus usuários a agirem de maneira mais solidária, a partir de uma interface mais acolhedora.
• A gamificação será a abordagem utilizada para instigar o comportamento colaborativo e incentivar o engajamento na plataforma, criando uma maneira leve e divertida para interagir diariamente.

2. Escopo

A Estratégia se torna Escopo quando as necessidades do usuário e os objetivos do produto são traduzidos em especificações funcionais e requisitos de conteúdo que o produto oferecerá aos usuários (Garrett, 2011). Ademais, durante o processo, é importante estabelecer prioridades. Assim, a abordagem tomada neste projeto foi categorizá-los em obrigatórios, desejáveis e opcionais. Para ajudar a delimitar quais ferramentas e conteúdos seriam desenvolvidos no projeto, foi realizada uma análise paramétrica (Baxter; lida, 2011) das redes sociais do mercado. Foram elas: Instagram; Twitter; Deviantart; ArtStation; Pixiv; Discord; Behance; Artfol; Reddit; Tiktok; Paigeeworld. Os parâmetros analisados foram: pasta de salvos, canal de voz, canal de texto, NSFW, moderadores, post, customização, posição tomada sobre IA, propaganda, versão premium e observações.

Essa análise permitiu enxergar os elementos que são recorrentes e necessários, os que diferenciam cada aplicativo no mercado e os que faltam nos aplicativos existentes e que poderiam diferenciar esta proposta de outras plataformas. A seguir são apresentadas as principais funcionalidades e conteúdos considerados mais relevantes para a construção do projeto.

Obrigatórios

Na análise, pôde-se perceber que muitas ferramentas são recorrentes entre as redes sociais, como criar conta e fazer login, mecanismos de postagem e curtidas. Esses elementos são indispensáveis a caracterização deste como rede social, assim, foram incorporados como elementos obrigatórios. Além disso, existem recursos que estão nessa categoria para atingir o objetivo principal de ser um aplicativo acolhedor que incentiva interações positivas entre os usuários.

Requisito	**Descrição**
Criação de conta/Login	Cadastro de usuário na plataforma
Amigos e *Feed*	Mecanismo de seguir usuários e acompanhar suas atividades
Perfil	Seção com as informações gerais e imagens do usuário
Feeds do perfil	Seção onde ficam as postagens do usuário
Sobre	Informações descritivas sobre o usuário
Postagem de imagens	Funcionalidade de compartilhamento de imagens
Interação com posts	Curtida; comentário (comentar, mandar *emote* e mandar *feedback*); repostagem e salvar *post*
Confiabilidade e Emblemas	Sistema de reputação com intuito de fazer com que o aplicativo seja mais acolhedor, incentive interações e evite atividades maliciosas
Sistema de recompensas	Provém do conceito de gamificação para estimular interações. Será através de missões e bônus de *login* diário
Moedas	Recompensas predominantes do aplicativo para o usuário a usar a plataforma e interagir com outros artistas
Propagandas	Principal forma do aplicativo conseguir se sustentar financeiramente
Moderação de conteúdo	Sistema necessário para manter a plataforma um espaço seguro e apropriado para os usuários
Ferramenta de busca	Recurso para facilitar a navegação pelo aplicativo
Notificações	Texto descritivo para o usuário poder ter consciência do que está acontecendo na plataforma

Quadro 01: Recursos obrigatórios do projeto
Fonte: Elaborado pelos autores, 2025

Desejáveis

Partindo para os requisitos desejáveis tem-se os que se consideram importantes, mas não indispensáveis para o aplicativo existir. Muitos desses recursos têm como objetivo melhorar a experiência do usuário, diferenciá-lo de seus concorrentes e aumentar formas de sustentar o aplicativo financeiramente.

Requisito	Descrição
Loja	Elemento divertido e que ajuda a aumentar o valor das moedas
Avatares	Elemento divertido que é importante para reconhecer os usuários
Emotes	Imagens que facilitam a comunicação e interação entre os usuários, também será um artigo da loja
Desenhos Diários	Jogo que desafia os usuários a fazerem uma arte com o tema proposto
Match de artistas	Forma divertida de encontrar mais artistas
Canal de texto	Meio comunicativo para facilitar a interação por texto entre os usuários fora da área dos comentários
Pasta de salvos	Seção em que o usuário pode salvar *posts* de outros artistas para serem consultados com facilidade

Quadro 02: Recursos desejáveis do projeto
Fonte: Elaborado pelos autores, 2025

Opcionais

Por fim, os requisitos opcionais são aqueles que não possuem a mesma importância para consolidar o aplicativo e atingir o objetivo do projeto. Esses recursos podem adicionar funcionalidades secundárias e ajudar na experiência do usuário, mas como não são decisivos, podem ser retirados caso não haja recursos, tempo suficiente, ou que podem ser reservados para planos futuros.

Requisito	Descrição
Concursos de arte	Desafios para os usuários para promover habilidades e interação com outros artistas em troca de experiência e recompensas
Coleções	Seção para o usuário organizar suas próprias postagens
Re-posts	Recurso para exponenciar a capacidade expositiva dos posts e demonstrar apoio
Comissões	Seção para ajudar os artistas a divulgarem seu trabalho
RPG	Seção que incentiva a interação entre usuários através da criação de personagens e histórias.
Tutoriais	Conteúdos com dicas para ajudar artistas a estudarem arte
Bem-vindos	Seção designada para os primeiros *posts* de novos usuários, com intuito de dar destaque e serem recebidos por usuários mais experientes
Live-streaming	Seção que permite interação através de vídeos em tempo real

Quadro 03: Recursos opcionais do projeto
Fonte: Elaborado pelos autores, 2025

3.Estrutura

Com os requisitos já delimitados, é necessário organizar e relacioná-los, para demonstrar como serão apresentados. Assim, cria-se a estrutura conceitual da plataforma, definindo dois aspectos: a arquitetura da informação e o design de interação.

Arquitetura da informação

É por meio da arquitetura da informação que é feita a organização, agrupamento, ordenação e apresentação de conteúdo para que o usuário possa encontrar e entender a informação de maneira mais eficiente e eficaz (Garrett, 2011). Para facilitar a visualização dessa categorização, foi criado um organograma (Figura 3), onde os conteúdos foram estruturados em diferentes categorias. É notável que a classificação do Escopo em obrigatórios, desejáveis e opcionais, foi crucial para encontrar a melhor forma de organizar as informações. Desse modo, prioriza-se o que é essencial para o objetivo, posicionando mais próximo do topo, e os conteúdos mais específicos, mais distantes.

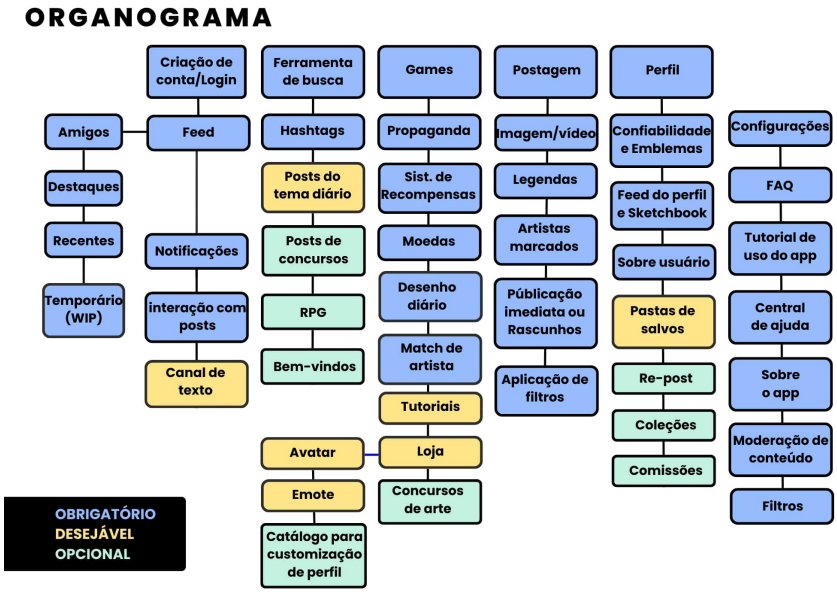

FIGURA 03: Organograma da arquitetura da informação

Fonte: Autores, 2025

Design de Interação

Em sequência, no design de interação, considerou-se como a interface iria possibilitar ao usuário a execução de tarefas relacionadas ao propósito do sistema. Nessa parte, busca-se maneiras de evitar erros, providenciando

mecanismos como alertas, possibilidade de voltar para a ação anterior etc. Esses recursos fazem com que o usuário se sinta mais confortável e seguro utilizando o aplicativo, sem receio de cometer erros irreparáveis, em concordância com preceitos de usabilidade.

Para visualizar e organizar essas interações foram construídos fluxogramas (Figura 4), em sua execução, priorizou-se representar três tarefas: fazer post, encontrar artes novas e interagir com posts.

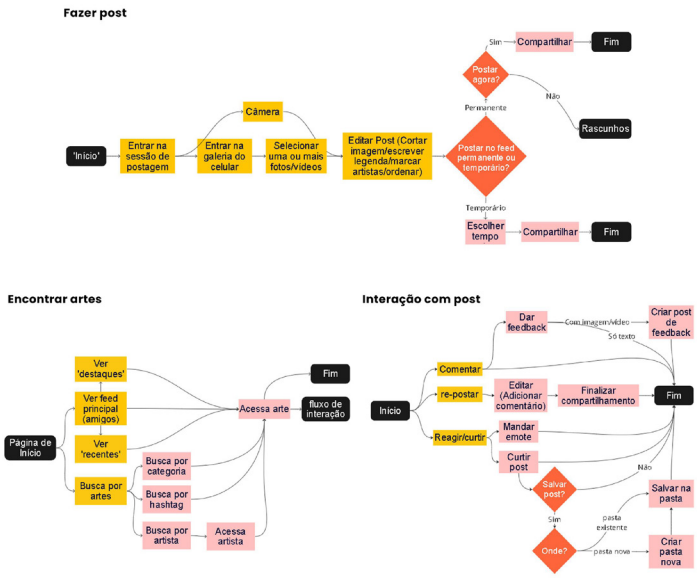

FIGURA 04: Fluxogramas do design de interação

Fonte: Autores, 2025

4.Esqueleto

Fundamentalmente o Esqueleto é o refinamento da Estrutura. Nessa etapa é trabalhado o design de informação, ou seja, a maneira que a informação é apresentada visando seu melhor entendimento. Também se trabalha a organização e a seleção dos elementos que serão utilizados na área de contato com o usuário, o design de interface. Ainda, neste plano deve-se trabalhar o design de navegação, que consiste na identificação e definição das principais maneiras que o usuário pode se mover entre os conteúdos do produto (Garrett, 2011).

Assim, elaboram-se os primeiros esboços das telas, denominados wireframes. É importante nesse momento identificar convenções e padrões que sejam familiares aos usuários. Por esse motivo, foi realizada uma análise de interfaces similares (Figura 5), para identificar elementos semânticos, linguagens e rotas de navegação de outras redes sociais (Instagram, Artfol, TikTok, Spotify, Twitter, Pixiv, Discord, ArtStation e PaigeeWorld) e jogos de sucesso entre o público, como Project Sekai, Resortopia e Arknights.

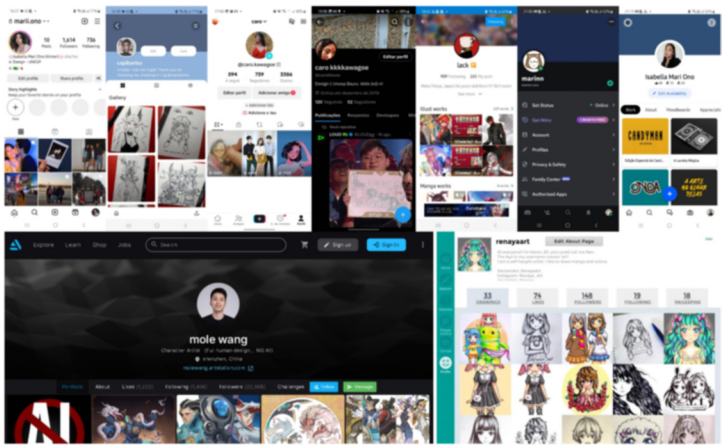

FIGURA 05: Compilado de interfaces analisadas
Fonte: Autores, 2025

Depois da análise, as principais referências para os recursos foram retiradas dos aplicativos Instagram, Artfol e Tiktok, no perfil, feed, pasta de salvos, área de criação de posts e mais. A exceção foi a ferramenta de busca, que teve maior inspiração no Spotify, devido à sua interface intuitiva para encontrar gêneros musicais. Os jogos analisados serviram como referência para a parte de gamificação do projeto, principalmente o Resortopia, para os emblemas, login diário e missões.

Wireframes

Partindo da Estrutura, iniciou-se o desenho de wireframes de baixa fidelidade com rascunhos no papel. Inicialmente foram priorizadas as telas de: feed; página de busca; criação de post; página de games e perfil (Figura 6).

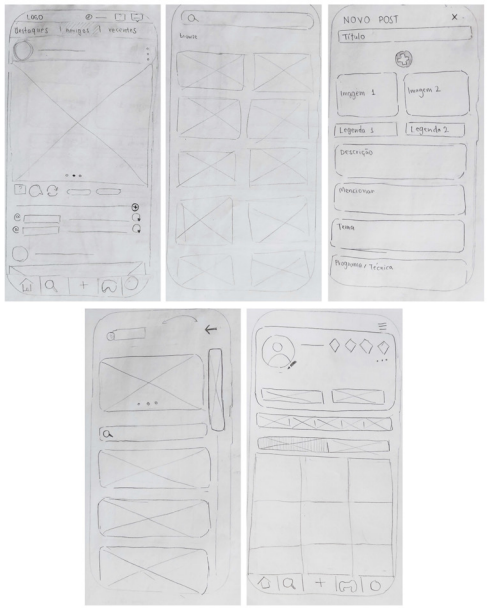

FIGURA 06: Wireframes de baixa fidelidade
Fonte: Autores, 2025

Em seguida, partiu-se para a criação destes em maior fidelidade na plataforma Figma. Para manter uma consistência visual, foi estabelecido o uso de um grid de oito colunas, com 16px de margem e 4px de calha (gutter). O modelo de tela utilizado teve como referência o iPhone 13 mini, com dimensões de 2340 x 1080 px. Além do grid, para a construção das telas foram utilizados outros elementos de interface, como ícones, botões, marcadores de imagem e campos de formulário do kit de wireframes Woilon, desenhado por Nailul Izah, disponível na plataforma Figma. No total, foram projetadas 91 telas (Figura 7): 5 de criação de conta; 24 do feed; 11 para criação de post; 13 para perfil; 3 de buscar e 35 para games.

FIGURA 07: Wireframes de média fidelidade

Fonte: Autores, 2025

Teste de usabilidade

A fim de avaliar a organização da interface foi realizado um teste de usabilidade, que teve enfoque na satisfação e conforto do participante. Para realizar o procedimento, buscou-se um usuário que se assemelhava ao perfil da persona principal. O teste foi feito de forma remota, usando um protótipo de média fidelidade feito no Figma. As ações de interação com o produto foram registradas juntamente com o feedback após cada tarefa: “Realize uma missão e colete a recompensa”, “Faça um post temporário e confira-o no perfil” e “Compre um emote na loja”. Como foi realizado com um único participante, os resultados do teste foram mensurados de forma qualitativa.

Por meio do teste, percebeu-se que que havia excesso de informações na tela de postagem, sobrecarregando cognitivamente o usuário. Além disso, a semelhança entre ícones gerou confusão e fez com que o participante não distinguisse seções diferentes do sistema. Diante destes resultados, foram

realizados ajustes no design da interface.

5. Superfície

No último plano, a Superfície, preocupa-se com a apresentação dos arranjos estabelecidos no Esqueleto (Garrett, 2011). Nessa fase, definiu-se os elementos estéticos finais, como tipografia, paleta de cores, botões e iconografia, priorizando a experiência sensorial do usuário.

O desenvolvimento desse plano iniciou-se por meio da criação de um painel semântico (Baxter; lida, 2011), que auxiliou na visualização e decisão da estética do aplicativo. Para isso, foram buscados elementos visuais que transmitissem valores e sentimentos que se alinhassem com o objetivo do produto de acolhimento dos usuários. Buscou-se também distanciar de plataformas profissionais, que possuem uma estética mais fria. Assim, escolheram-se referências que possuem o predomínio de cores mais vibrantes e o uso de preto e branco; traçados e formas sólidas e definidas e o uso de gradientes e elementos divertidos como rostos (Figura 8). A estética escolhida é mais limpa e neutra, o que ajuda a dar mais destaque e valor às artes dos usuários.

FIGURA 08: Painel semântico

Fonte: Autores, 2025

Definido o caminho visual, partiu-se para a escolha do nome da rede social. Buscou-se transmitir os sentimentos de comunidade, acolhimento e apoio. Surgiu a ideia do nome “Cheers!”, que, vindo do inglês, poderia significar tanto a ideia de “torcer” por alguém, quanto a de brindar. Ambas as interpretações evocam a celebração do próximo. Para o aplicativo, optou-se por focar na conotação de “torcer”, a fim de aludir a um espaço destinado ao apoio mútuo, à formação de laços e à promoção do crescimento coletivo. Além disso, a escolha foi feita devido à brevidade do som, facilidade de pronúncia e ao tom alegre associado à expressão.

A fonte escolhida para o projeto foi a Poppins (Figura 9). Além de ser uma fonte com boa legibilidade, seu formato sem serifas e com cantos arredondados se relaciona a uma estética contemporânea e amigável. A variedade de pesos

desta tipografia permite que ela seja utilizada para títulos e blocos de texto, sem afetar negativamente a leitura. Como tipografia de apoio, foi usada a Fafo Sans, uma fonte feita à mão para remeter ao sentimento de acolhimento e conforto.

FIGURA 09: Tipografia
Fonte: Autores, 2024

A paleta consiste principalmente em cinco cores – laranja, amarelo, verde, azul e roxo (Figura 10). Estas foram escolhidas para se destacar quando combinadas com o fundo branco da interface; é por esse motivo que são saturadas e vibrantes. Cada seção do aplicativo tem uma cor, a fim de facilitar a navegação e identificação de funcionalidades.

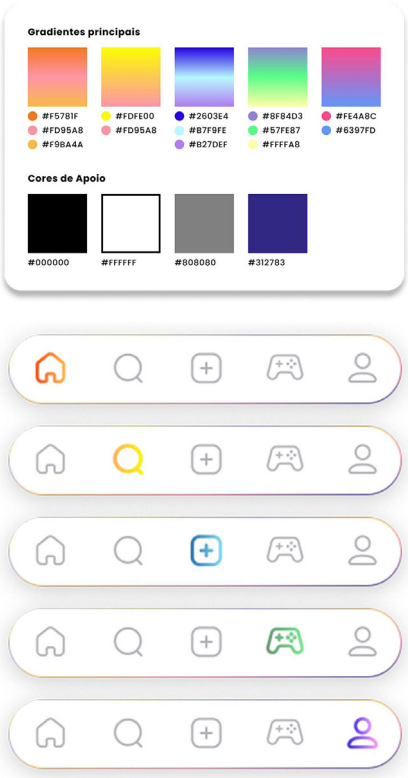

FIGURA 10: Padrão cromático e ícones
Fonte: Autores, 2024

Seguindo a estética definida para o projeto, optou-se por usar ícones simples e arredondados, em concordância com a tipografia (Figura 11). Foram utilizados alguns ícones do kit de wireframes do Material Symbols (Google Fonts) – ex: ícone de comentário – e, conforme necessidade, outros foram criados por autoria própria. É importante ressaltar que, para utilizar mais de um grupo de ícones, foi necessário realizar alguns ajustes para manter a coerência visual.

FIGURA 11: Ícones
Fonte: Autores, 2024

Cinco mascotes foram elaboradas para representar diversidade; cada uma possui sua própria paleta de cores, expressões, formatos e plantas acima de suas cabeças (Figura 12). Em especial, pode-se notar dois personagens com o mesmo formato de corpo: esses são as mascotes principais do "Cheers!", representando pompons de torcida, fazendo um trocadilho com o nome do aplicativo, na ideia de "torcer". As folhas acima da cabeça simbolizam as emoções positivas dos usuários. A planta cresce quando algo de positivo acontece. É uma representação visual de como boas atitudes refletem nos usuários.

FIGURA 12: Mascotes
Fonte: Autores, 2024

De modo geral, há três princípios para a fundamentação das decisões de design de uma interface: a consistência, a hierarquia e a personalidade (Schlatter; Levinson, 2013). O princípio da consistência foi aplicado nos gradientes de cores que se repetem e categorizam as funcionalidades do aplicativo e na cor preta que atua como principal auxiliar, nos formatos com cantos arredondados, nos ícones de mesma espessura de linha e a família tipográfica que não varia. Já a hierarquia é predominantemente estabelecida pela variação de peso da

fonte Poppins, tamanho e a utilização de caixa alta e baixa entre os textos, além de agregar maior relevância para elementos coloridos ou pretos. E por fim, a personalidade foi transmitida de modo a ser informal, amigável e acolhedora, com mascotes com cores alegres e expressões convidativas, formatos arredondados por toda a interface, inclusive na fonte Poppins (Figura 13).

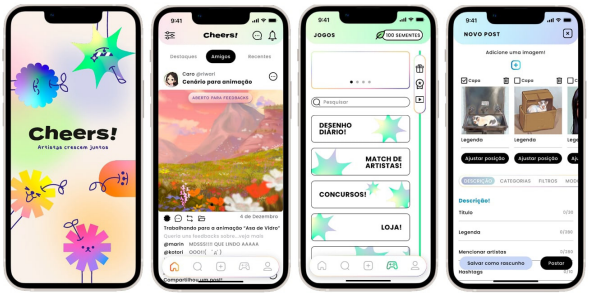

FIGURA 13: Exemplos de hierarquia, consistência e personalidade da interface final

Fonte: Autores, 2024

Resultados

A seguir são apresentadas as principais seções do aplicativo “Cheers!”. Também foi desenvolvido um vídeo que apresenta o resultado final e está disponível em https://youtu.be/Mu9YIcro45c.

Login

A primeira página do login apresenta as cinco mascotes cumprimentando o usuário. A interface é minimalista dentro do possível, usando espaços em branco e colocando uma animação colorida ao fundo (Figura 14). Em seguida, aparecem as caixas com os textos de instruções para realização de cadastro, ou a criação de conta, caso esse seja um novo usuário.

FIGURA 14: Algumas telas de Login

Fonte: Autores, 2024

Home

Dentro da seção Home (Figura 15), há diversas cores e funcionalidades como os posts, re-posts, posts temporários, comentários, reações, feedbacks, mensagens, notificações, filtros e menu.

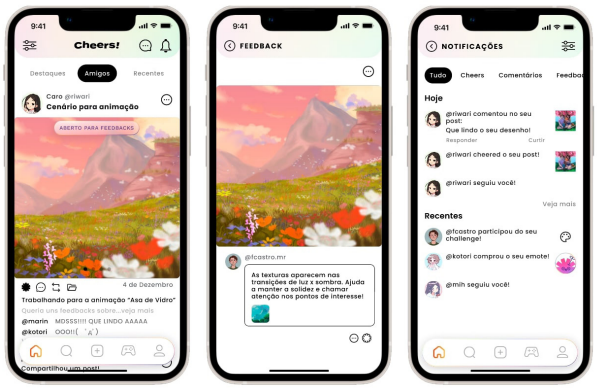

FIGURA 15: Algumas telas de Home
Fonte: Autores, 2024

Buscar

Em amarelo, a seção de busca (Figura 16) separa os conteúdos em categorias para facilitar a navegação.

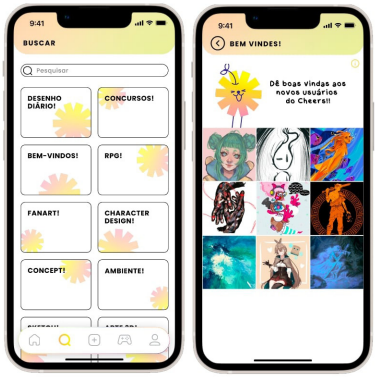

FIGURA 16: Algumas telas de Buscar
Fonte: Autores, 2024

Postar

A seguinte seção em azul é para postagem (Figura 17). Foi criado uma barra categorizando as informações, diminuindo a quantidade de texto e aumentando as chances de leitura completa.

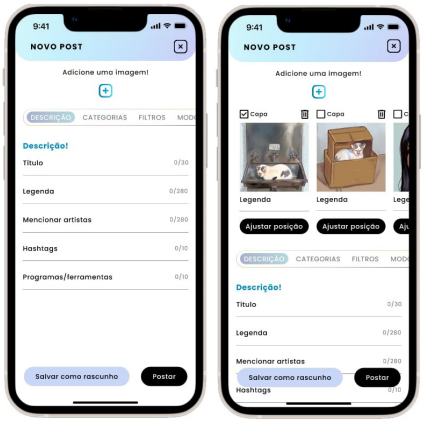

FIGURA 17: Algumas telas de Postar

Fonte: Autores, 2024

Jogos

Esta é a seção que mais diferencia o "Cheers!" de outras redes sociais, representada pela cor verde. Apresenta-se as funcionalidades de gamificação (Figura 18), como missões, recompensas, customização de avatar, emotes, propagandas, concursos e mais. Há nessa página a moeda da plataforma: as Sementes, que seguem o tema das plantas que estão presentes nas mascotes.

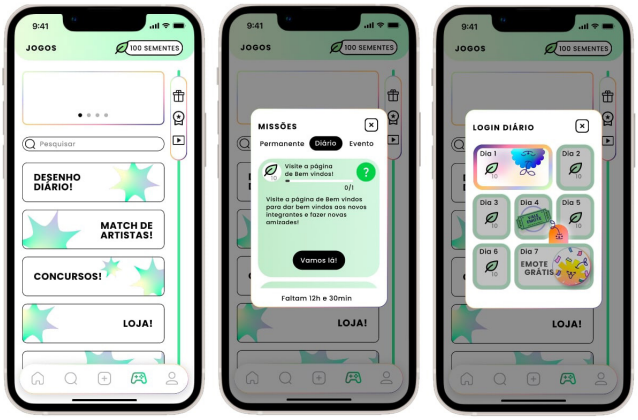

FIGURA 18: Algumas telas de Jogos-

Fonte: Autores, 2024

Perfil

Por fim, a última seção em roxo é a do perfil (Figura 19). Há muitas funcionalidades nesta área, o que resultou na categorização em uma barra de navegação sangrada. A página inicial mostra as artes destacadas, e, mais oculto, pode-se selecionar o botão do Sketchbook, para encontrar obras que o artista não quis que ficassem à primeira vista. Vale ressaltar que cada usuário pode personalizar seu perfil, escolhendo o banner e emblemas. No menu é possível

acessar mais informações sobre o artista, os re-posts, suas coleções, salvos, concursos organizados e a página de comissões, caso queira divulgar algum serviço.

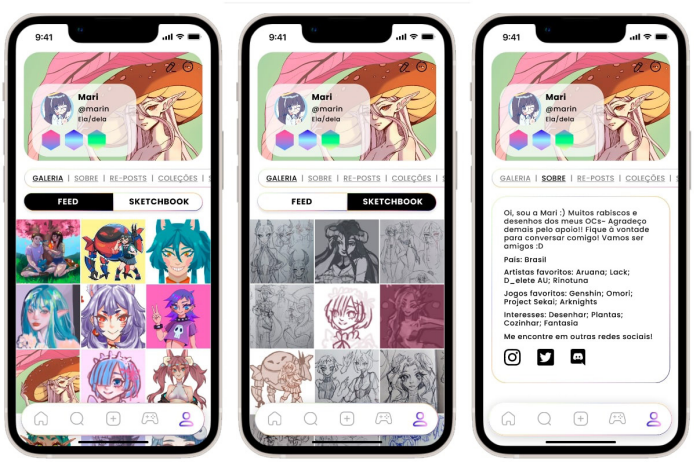

FIGURA 19: Algumas telas do Perfil

Fonte: Autores, 2024

Considerações Finais

As tecnologias da Web 2.0 possibilitaram a interação e criação de informação pelos próprios usuários, favorecendo o surgimento de comunidades na internet. No entanto, comparando o início dos anos 2000 e os tempos atuais, percebe-se uma diferenciação na interação entre os usuários nas comunidades. Em especial, a comunidade artística se demonstra estagnada, diminuindo espaços para compartilhar e crescer em conjunto, com poucas trocas e engajamento. Ainda assim, percebeu-se que os artistas têm interesse em restabelecer o senso perdido de comunidade, de instruir e aprender uns com os outros, provendo apoio durante o processo.

Foi com o objetivo de suprir essa necessidade que se projetou o “Cheers!”, uma rede social que permitisse o desenvolvimento da comunidade artística. Intencionou-se visibilizar artistas de todos os níveis de habilidade, fornecer um espaço seguro e possibilitar o engajamento com menos emoções negativas, ao mesmo tempo incentivando o encontro de pessoas com mesmos interesses. De maneira geral, a proposta do “Cheers!” é proporcionar solidariedade e restaurar o pertencimento entre a comunidade artística.

Nesse sentido, é importante destacar que os dados coletados a partir do questionário confirmaram as preocupações percebidas na evolução das comunidades artísticas na internet. As redes sociais mais populares do mercado não priorizam ou fornecem recursos que melhoram a experiência

dos artistas; diante da enorme quantidade de conteúdo fornecido diariamente pelos usuários, artistas amadores apresentam dificuldades para atingir alguma visibilidade ou obter trocas significativas com outros que tenham os mesmos interesses. E ainda assim, redes sociais que foram desenvolvidas com os artistas em mente, valorizam um ponto de vista mercadológico, de portfólio, que não observa outras necessidades do usuário.

Através da realização do questionário e da análise do cenário atual, percebe-se que existe uma preocupação significativa com o uso de IAs para a geração de imagens. É visível que esta é uma questão complexa e de difícil moderação, uma vez que seria necessário desenvolver uma regulamentação e sistemas programados para identificar e agir diante da presença desses conteúdos. Essa questão ainda é muito recente, e, apesar de não terem sido desenvolvidas ferramentas que cuidam diretamente dessa problemática nesta proposta, o "Cheers!" não seria receptivo para obras produzidas por mecanismos não-humanos. Seguindo a proposta estabelecida para a rede social, acredita-se que tais artes não contribuem de forma positiva ou seguem as diretrizes do projeto. Como o enfoque do aplicativo está em torno das necessidades e aspirações dos artistas, essas obras não seriam toleradas por meio de mecanismos ainda a serem projetados. Embora reconheça-se a importância do estudo dessa questão para um produto mais completo, a decisão de não o incluir foi tomada de forma estratégica, visando otimizar os recursos disponíveis e o tempo para realizar este trabalho; podendo ser retomada no futuro de maneira mais aprofundada.

"Cheers!" é um aplicativo com diversas funcionalidades, que objetiva transformar a experiência do artista nas redes sociais. Ainda existem, porém, múltiplas possibilidades a serem exploradas e incorporadas na plataforma, afinal, a proposta é diretamente relacionada às emoções e opiniões do usuário. Um tema tão subjetivo como o proposto pelo "Cheers!", implica que seria necessário desenvolver mais pesquisas e testes com o usuário, a fim de verificar como este se sente durante e após o uso aplicativo, no sentido de compreender sua contribuição para criar um senso de pertencimento e comunidade. Espera-se, portanto, que o projeto possa ser continuado e que contribua para o retorno das antigas noções de senso de comunidade, principalmente para os artistas.

Referências

APPTOPIA. **About Paigeeworld - Art Community**. 2018. (https://apptopia.com/ios/app/571154498/about)

BADIGER, K. G., PRABHU, S. M., & BADIGER, M. 2018. Application of Web 2.0 and Web3.0: An Overview. **International Journal of Information and Movement**, 119–125.

BAXTER, Mike; IIDA, Itiro. **Projeto de produto:** guia prático para o design de novos

produtos. 3. ed. São Paulo: Blucher, 2011.

COOPER, Alan. **About Face:** The Essentials of Interaction Design. 4 ed. Indianapolis: Wiley Publishing, 2014.

DECK, Andrew. **AI-generated art sparks furious backlash from Japan's anime community**. Rest of World, 27 out. 2022. (https://restofworld.org/2022/ai-backlash--anime-artists/)

EDWARDS, Benj. **Artists stage mass protest against AI-generated artwork on ArtStation**. Ars Technica, 15 dez. 2022. Disponível (https://arstechnica.com/information-technology/2022/12/ArtStation-artists-stage-mass-protest-against-ai-generated-artwork/)

FARDO, M. L. A gamificação aplicada em ambientes de aprendizagem. In: Renote. **Novas tecnologias na Educação**. V. 11. N. 1. Cinted – UFRGS. 2013. (https://seer.ufrgs.br/renote/article/view/41629/26409)

GARRETT, Jesse James. **The elements of user experience :** user-centered design for the Web and beyond. 2. ed. [S. l.: s. n.], 2011.

GIBBONS, Sarah. **Journey Mapping 101**. Nielsen Norman Group, [s. l.], 9 dez. 2018. (https://www.nngroup.com/articles/journey-mapping-101/)

GOOGLE PLAY. **Artfol – Apps on Google Play**. 2024. (https://play.google.com/store/apps/details?id=com.Artfol&hl=en_US)

HASSENZAHL, Marc. **The hedonic/pragmatic model of user experience**. 2007. In: LAW, Effie; VERMEEREN, Arnold;

HASSENZAHL, Marc; BLYTHE, Mark (org.). **Towards a UX Manifesto.** Lancaster, p. 10-14, 2007.

LOWDERMILK, Travis. **Design centrado no usuário.** [S. l.]: Novatec, 2013. (https://www.google.com.br/books/edition/_/_XqKDQAAQBAJ?hl=pt-BR&gbpv=1&pg=PA4)

MURR, Caroline Elisa; FERRARI, Gabriel. **Entendendo a gamificação:** o que é, para que serve, potencialidades e desafios. Florianópolis: UFSC : UAB, 2020. Recurso eletrônico. (https://sead.paginas.ufsc.br)

PAIGEEWORLD. **Goodbye from PaigeeWorld.** 2019. (https://web.archive.org/web/20190917235722/https://membership.paigeeworld.com/goodbye/)

SCHLATTER, Tania; LEVINSON, Deborah. **Visual Usability:** Principles and Practices for Designing Digital Applications. Waltham: Morgan Kaufmann, 2013.

SIMÃO, J. **Relação entre os Blogs e Webjornalismo.** PRISMA.COM, 3, 148-164, 2006. (https://ojs.letras.up.pt/index.php/prismacom/article/view/2115)

Recebido: 30 de agosto de 2024

Aprovado: 21 de fevereiro de 2025