



**UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS EXATAS E DA TERRA
CURSO DE DESIGN**

Mayana Santos do Nascimento

**KANGURU: APLICATIVO PARA ATLÉTICA DO DCET DA UNIVERSIDADE DO
ESTADO DA BAHIA - UNEB**

Salvador

2023

Mayana Santos do Nascimento

**KANGURU: APLICATIVO PARA ATLÉTICA DO DCET DA UNIVERSIDADE DO
ESTADO DA BAHIA - UNEB**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao
Curso de Design da Universidade do Estado da
Bahia como requisito parcial para obtenção do
grau de Bacharel em Design.

Orientadora: Profa. Dra. Josemeire Machado
Dias

Salvador

2023

RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso consiste na elaboração do redesign de logo e concepção de um protótipo navegável de aplicativo móvel para Associação Atlética Acadêmica do DCET (Departamento de Ciências Exatas e da Terra) da UNEB, com o objetivo de elaborar uma ferramenta que otimize a relação da atlética com os estudantes universitários. No processo metodológico foi realizado o aprofundamento do problema, através de revisões bibliográficas, e para entender melhor o contexto foi realizada a análise de similares. A estratégia para projetar o aplicativo Kanguru foi baseada na metodologia de J. J. Garret (2011), que consiste em cinco planos: estratégia, escopo, estrutura, esqueleto e superfície.

Palavras-chaves: Redesign de logo. Protótipo navegável. Atlética Acadêmica.

ABSTRACT

The present work of conclusion of course consists in the elaboration of the logo redesign and conception of a navigable prototype of mobile application for Associação Atlética Acadêmica do DCET (Departamento de Ciências Exatas e da Terra) of UNEB, with the objective of elaborating a tool that optimizes the relationship between athletics and university students. In the methodological process, a deepening of the problem was carried out, through bibliographical reviews, and to better understand the context, an analysis of similar ones was carried out; then a strategy was used to design the Kanguru application based on the methodology of J. J. Garret (2011), which consists of five plans: strategy, scope, structure, skeleton and surface.

Keywords: Logo redesign. Navigable prototype. Academic Athletic.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	– Tempo de uso da internet via dispositivos móveis por dia	16
Figura 2	– Logotipo da Atlética.....	27
Figura 3	– Treino de Futsal Feminino.....	28
Figura 4	– Treino de Vôlei misto.....	28
Figura 5	– A primeira entrada de Calouros na Atlética.....	29
Figura 6	– Metodologia de design com foco na experiência do usuário.....	31
Figura 7	– Interface do aplicativo Intermed Norte.....	32
Figura 8	– Interface do aplicativo Cheers App.....	34
Figura 9	– Capataz marcando gado em Feira de Santana (BA).....	36
Figura 10	– Variações logo da Atlética Kanguru.....	40
Figura 11	– Kit de produtos da Atlética Kanguru.....	40
Figura 12	– Homem musculoso flexionando seu bíceps.....	43
Figura 13	– Nova logo da Atlética Kanguru.....	44
Figura 14	– Versão em escala de cinza.....	44
Figura 15	– Variações de usabilidade da marca.....	45
Figura 16	– Aplicação sobre fundos coloridos.....	45
Figura 17	– Família tipográfica.....	46
Figura 18	– Paleta cromática	47
Figura 19	– Papelaria.....	47
Figura 20	– Camisa casual.....	48
Figura 21	– Caneca e Tirante.....	48
Figura 22	– Mochila, Botton e Garrafa.....	49
Figura 23	– Boné.....	49
Figura 24	– Uniforme dos jogos.....	50
Figura 25	– Uniforme completo.....	50
Figura 26	– Uniforme completo com o uniforme do Goleiro.....	51
Figura 27	– Fluxograma do Kanguru.....	58
Figura 28	– Organograma do Kanguru.....	58
Figura 29	– Telas logo Atlética Kanguru, Login, Cadastro e Redefinir senha.....	60
Figura 30	– Tela Menu principal (Início).....	60

Figura 31 – Tela Perfil.....	61
Figura 32 – Tela Futsal.....	61
Figura 33 – Tela Chat Coletivo, Perfil da Atlético Kanguru, Plano de sócio, eventos e lojinha	62
Figura 34 – Barra de navegação inferior.....	63
Figura 35 – Ícones do aplicativo Kanguru.....	64
Figura 36 – Paleta de cores aplicativo Kanguru.....	65
Figura 37 – Paleta de cores aplicativo Kanguru.....	65
Figura 38 – Telas de carregamento e de login.....	66
Figura 39 – Telas de Cadastro e Redefinir senha.....	67
Figura 40 – Tela Menu principal.....	67
Figura 41 – Telas de Fusal e Vôlei.....	68
Figura 42 – Telas de Handball, Cheerleader e E-Sports.....	69
Figura 43 – Telas Chat Coletivo.....	70
Figura 44 – Telas configurações do Perfil e Fale conosco.....	70
Figura 45 – Telas Fotos, Atlético Kanguru e Diretores.....	71
Figura 46 – Telas Sócio Kanguru.....	71
Figura 47 – Telas Eventos e Lojinha.....	72
Figura 48 - Captura de tela do software FIGMA, usado para criação do protótipo navegável	73
Figura 49 – Telas do Perfil e Jogo ao vivo.....	74
Figura 50 – Barra de modalidades.....	75
Figura 51 – Tela evento Integraê.....	75
Figura 52 – Tela título Lojinha.....	76
Figura 53 – Tela Redefinir senha.....	76
Figura 54 – Tela Calendário.....	77
Figura 55 – Tela ícones do Menu principal.....	77
Figura 56 – Tela de Início.....	78
Figura 57 – Tela do Suporte.....	78

LISTA DE ABREVIações

AAA Associações Atléticas Acadêmicas

AAADCET Associação Atlética Acadêmica do Departamento de Ciências Exatas

IOS *iPhone Operating System*

DCET Departamento de Ciências Exatas e da Terra

LoL *League of Legends*

OMS Organização Mundial de Saúde

NUPE Núcleo de Pesquisa e Extensão

UNEB Universidade do Estado da Bahia

UX *User Experience*

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Cargos e Funções dos Membros Diretores.....	23
Quadro 2 – Estratégia do PNI do Aplicativo Intermed Norte.....	32
Quadro 3 – Estratégia do PNI do Aplicativo Cheers App.....	34
Quadro 4 – Especificações Funcionais e Requisitos de Conteúdo.....	55

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	11
1 APLICATIVOS MÓVEIS E SUAS INTERFACES.....	14
1.1 Aplicativos Móveis – uma visão histórica.....	14
1.2 Aplicativos Móveis.....	14
1.3 Uso de aplicativos móveis no Brasil.....	15
1.4 Aplicativos Móveis e suas interfaces.....	16
2 ASSOCIAÇÕES ATLÉTICAS.....	19
2.1 A vida Acadêmica.....	19
2.2 Associação Atlética Acadêmica.....	19
2.3 A Associação Atlética do Departamento de Ciências Exatas da UNEB.....	21
2.3.1 Membros associados	21
2.3.2 Diretoria e Funções.....	22
2.3.3 O logotipo.....	26
2.3.4 Modalidades e Eventos.....	27
3 PERCURSO METODOLÓGICO.....	30
3.1 Análise de similares.....	31
3.2 Redesign da marca.....	36
3.2.1 Marca, Branding e Identidade Visual.....	36
3.2.2 A marca da Atlética Kanguru.....	39
3.2.3 Concepção do novo Logotipo.....	41
3.2.3.1 Conceito.....	41
3.2.3.2 Briefing.....	42
3.2.3.3 Processos Criativos.....	43
3.2.3.4 Manual da Marca.....	44
4 METODOLOGIA APLICADA PARA CONSTRUÇÃO DO PROTÓTIPO.....	52
4.1 Plano de Estratégia.....	52
4.1.1 Objetivo do produto.....	53
4.1.2 Necessidade do usuário.....	53
4.1.3 Personas.....	53
4.2 Plano de Escopo.....	55

4.3 Plano de Estrutura.....	57
4.4 Plano de Esqueleto.....	59
4.4.1 Wireframes.....	59
4.4.2 Design de navegação.....	63
4.5 Plano Superfície.....	64
4.6 Validação do protótipo.....	73
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	79
REFERÊNCIAS.....	80

INTRODUÇÃO

Atléticas Acadêmicas são organizações independentes que tem, em sua maioria, jovens recém saídos do ensino médio como membros. E que, além da complementação acadêmica dos associados, elas também visam inclusão social por meio do esporte, festas e de outras atividades exercidas (RIBEIRO e MARIN, 2012; OLIVEIRA, 2019).

As Associações Atléticas Acadêmicas são organizações independentes, de caráter voluntário, formadas por estudantes universitários, que surgiu com objetivo de aumentar a qualidade de vida do aluno por meio do esporte, benefícios para aprender a lidar com relacionamento interpessoal; aprender a lidar com liderança; aprender a trabalhar a oratória; resiliência; socialização; integração entre os alunos, ex-alunos e outras faculdades; aprender a fazer eventos, além de ajudar os alunos a crescer pessoal e profissionalmente.

Tendo em vista que a Universidade do Estado da Bahia possui uma Associação Atlética Acadêmica do Departamento de Ciências Exatas e da Terra, desde 28 de novembro de 2018, representada paralelamente pelos Centros Acadêmicos dos cursos de Design, Física, Química, Urbanismo e Sistema de Informações. É notório que por falta de informação e de incentivos, muitos alunos desconhecem essa prática e perdem todos os benefícios que ela oferece durante a graduação.

Partindo deste contexto, trazemos como pergunta norteadora: *“como otimizar as relações dos estudantes com a Atlética do DCET, de forma que os universitários possam conhecer, ingressar, se comunicar, se conectar e ter acesso a informações diretas de maneira eficiente?”*

OBJETIVOS

Objetivo Geral

Criação de um aplicativo que potencialize a inserção e interação dos estudantes universitários com a Associação Atlética Acadêmica do Departamento de Ciências Exatas e da Terra (DCET).

Objetivos Específicos

- Apontar caminhos para a ampliação da interação entre a atlética do DCET e seu público-alvo;
- Realizar o redesign da identidade visual do logotipo da Atlética DCET
- Projetar o protótipo navegável da Kanguru

JUSTIFICATIVA

A experiência universitária não se resume à formação profissional. Especialmente nos anos iniciais, e para aqueles jovens que concluem o ensino médio e ingressam logo em seguida em um curso superior, a universidade tem um impacto que vai além da profissionalização (Almeida & Soares, 2003).

Ao ingressar em uma universidade, a maioria dos acadêmicos se depara com um ambiente novo, com novas rotinas e responsabilidades diferentes do habitual. Adaptar-se à universidade significa, portanto, integrar-se socialmente com as pessoas desse novo contexto, participando de atividades sociais e desenvolvendo relações interpessoais.

A atlética entra como um alicerce para a diminuição desses possíveis obstáculos iniciais presentes neste ambiente. A mesma oferece oportunidades para que os acadêmicos se conheçam e interajam entre si, não somente no seu departamento, mas também com outros cursos e outras instituições, além do estímulo de caráter esportivo que proporciona uma qualidade de vida e otimiza o aproveitamento acadêmico.

A associação atlética fornece para os alunos, a oportunidade de ter uma vida acadêmica diferenciada e participativa, com doses extras de aprendizagem, diversão, ampla troca de experiências e saberes, oportunizando grandes histórias para compartilhar. Contudo, pretende-se então, elaborar uma ferramenta que otimize essa relação da atlética com os estudantes, através da comunicação, de forma a promover aproximações e incentivos para os estudantes integrarem.

Desta forma, organiza-se este texto com uma **Introdução** na qual a pesquisa foi contextualizada e apresentados os objetivos geral e específicos, bem como a estrutura do texto e mais quatro capítulos: **Capítulo 1**, apresentando uma visão geral

sobre Aplicativos móveis e o design de interfaces; o **Capítulo 2** é dedicado às atléticas elucidando o que são, como se constituem e aprofundando um pouco mais na Atléctica Kanguru da UNEB; o **Capítulo 3** é apresentado o desenvolvimento do redesign do logotipo da atléctica Kanguru; o **Capítulo 4** é dedicado a apresentação do percurso metodológico onde foi destacado a metodologia de Garret (2011) para apoio ao desenvolvimento do aplicativo Kanguru. O **Capítulo 5** é dedicado à apresentação dos resultados e na sequência as nossas **Considerações finais**.

1 APLICATIVOS MÓVEIS E SUAS INTERFACES

1.1 Aplicativos Móveis – uma visão histórica

Os computadores eram máquinas grandes que ocupavam grande espaço e surgiam com o objetivo de realizar cálculos melhor do que um ser humano. Com o avanço da tecnologia, os computadores tornaram-se cada vez mais compactos, eficientes, práticos e fáceis de usar, podendo ser levados para qualquer lugar para qualquer pessoa.

Um dispositivo móvel é um tipo de dispositivo computacional que tem como principais características a portabilidade, ser compacto e fácil manuseio (LEE; SCHNEIDER; SCHELL, 2005). Os avanços nas tecnologias de processamento, armazenamento e visualização proporcionaram a criação desses dispositivos que se assemelham a computadores tradicionais em função e uso.

Atualmente, os dispositivos móveis são pequenos o suficiente para caber na palma da mão. Exemplos de dispositivos móveis são principalmente *smartphones* e *tablets*. Esses dispositivos facilitam a vida das pessoas, pois podem ser usados em qualquer lugar sem ter a necessidade de estarem presos por cabos.

À medida que cresce o uso de dispositivos móveis, vale ressaltar que a demanda por soluções de *software*¹ baseadas nessa tecnologia também aumenta. Essas soluções são chamadas de aplicativos móveis.

1.2 Aplicativos Móveis

Os aplicativos móveis são *softwares* que utilizam de um dispositivo móvel a fim de realizar alguma função para o usuário do dispositivo (LECHETA, 2013). São programas simples que fornecem determinadas funcionalidades e podem ser transferidos e usados em dispositivos móveis.

Os aplicativos são desenvolvidos para facilitar a vida das pessoas, oferecendo serviços simples que podem ser feitos com apenas alguns cliques. Existem aplicativos

¹ Software é uma coleção de dados ou instruções que informam a um mecanismo como trabalhar. Ele, nada mais é do que um programa que você acessa no celular, tablet, PC, ou qualquer outro dispositivo eletrônico.

para comunicação, gerenciamento de dados, compras, acesso a redes sociais e muito mais. Cada dispositivo móvel fornece uma plataforma diferente na qual os aplicativos podem ser instalados e utilizados.

1.3 Uso de aplicativos móveis no Brasil

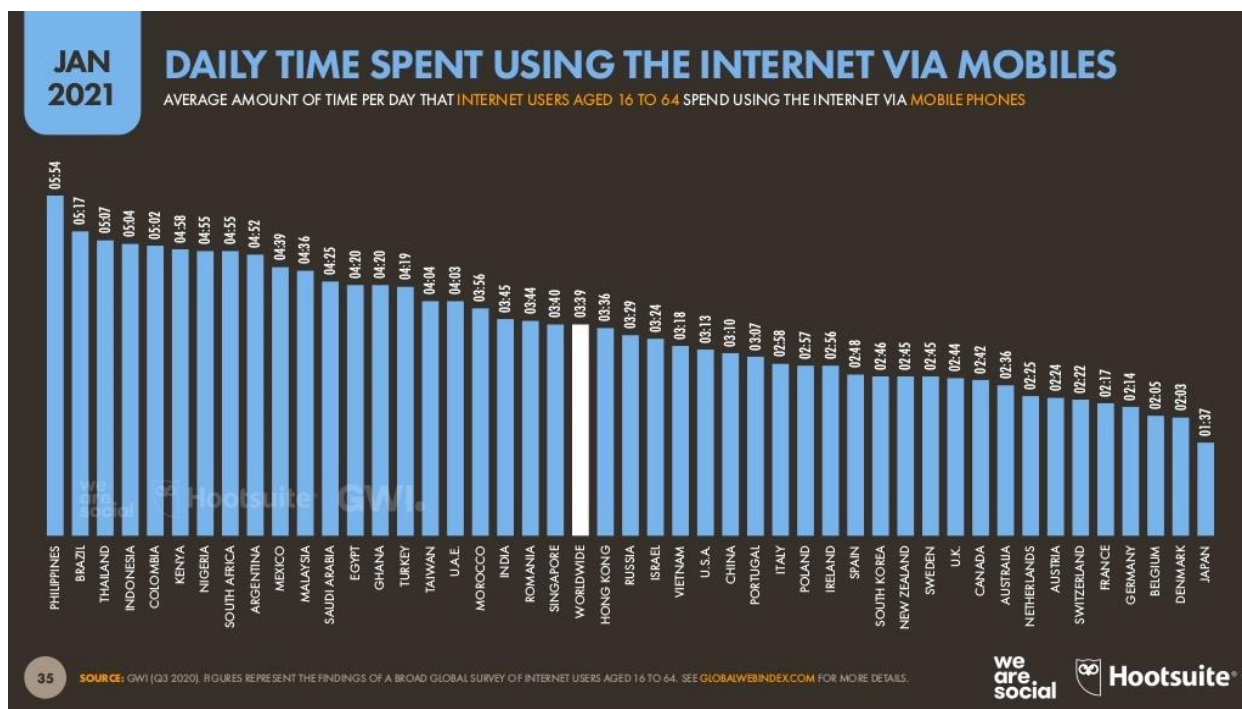
Considerando o avanço da tecnologia, quase metade da população mundial possui um dispositivo de comunicação, e juntamente com ele existem os aplicativos que fazem cada vez mais parte da rotina dessas pessoas, e tornaram-se essenciais para otimizar o tempo e a navegação dos usuários.

Os aplicativos e dispositivos móveis são usados para localizar, conversar, pagar contas e muitas outras necessidades. Portanto, os problemas que as pessoas encontram em sua vida cotidiana geram oportunidades para o desenvolvimento de novos aplicativos e, assim, os desenvolvimentos neste campo estão se tornando cada vez mais importantes.

Com o período de pandemia de Covid-19, declarada pela Organização Mundial da Saúde (OMS) em março de 2020, dentro do contexto de isolamento social, as pessoas migraram para soluções de serviços digitais, intensificando o uso das tecnologias digitais no Brasil. O país passou de 71% dos domicílios com acesso à internet em 2019 para 83% no ano de 2020, o que corresponde a 61,8 milhões de domicílios com algum tipo de conexão à rede.

Segundo uma pesquisa feita pela *We Are Social*, em 2021, os brasileiros passam, em média, mais de 10 horas por dia *online*. O Brasil é o segundo país que mais passa tempo na internet por aparelhos móveis, ficando atrás apenas das Filipinas. A Figura 1, a seguir, mostra que o Brasil é a segunda nacionalidade que mais passa tempo *online* usando a internet pelo celular.

Figura 1 - Tempo de uso da internet via dispositivos móveis por dia



Fonte: We Are Social Digital (2021)

Aponta-se a necessidade de alinhar estratégias à conexão constante dos usuários em seus *smartphones*, já que os usuários gastam cada vez mais tempo do dia utilizando dispositivos móveis e que podem ser atingidos por informações em qualquer lugar a qualquer hora, tendo em vista sua mobilidade e seu tempo de uso.

1.4 Aplicativos Móveis e suas interfaces

Interface tem como definição a comunicação. Com o objetivo de realizar conexão entre dois elementos distintos, que não podem se conectar diretamente. Teixeira (2017) assinala que designers de interface trabalham para construir produtos que sejam fáceis de usar, reduzindo a fricção e permitindo que os usuários completem a tarefa desejada em menos tempo, com menos ruído e obstáculos. Ao mesmo tempo, apoiam-se em princípios da psicologia para motivar o usuário e incentivá-lo a seguir adiante. Os bons padrões de interface são os que favorecem tanto os projetistas, proporcionando-lhes eficiência, nos desenvolvimentos, como os usuários, oferecendo-lhes boas experiências nas interações com o sistema (CIBYS, 2015).

Um *software* ou um sistema operacional, por exemplo, pode ser controlado pela pessoa que usa o computador. A interface entre o *software* e o usuário é a tela de

comandos apresentada por este programa, ou seja, a interface gráfica do *software*. Normalmente, nesta tela, encontram-se diversas imagens, ícones, campos de texto e outras ferramentas que auxiliam o usuário na execução de tarefas no *software*. A área de trabalho que aparece no computador pode ser considerada a interface do usuário deste sistema operacional, pois apresenta ao utilizador todas as opções de ações que este pode acionar.

Uma compreensão importante relacionada à interface é a usabilidade. Reconhece-se que a funcionalidade do produto por si só não é suficiente porque, além de realizar a tarefa, também precisa ser fácil de executar. O termo usabilidade começou a ser utilizado na década de 1980, substituindo o termo *user friendly* por ter conotações subjetivas. Pois de acordo com Dias (2003) um sistema pode ser considerado amigável para um usuário e não tão amigável para outro, já que as necessidades diferem de um usuário para ou outro. Portanto, é compreensível que a mesma interface do sistema raramente seja vista da mesma forma por diferentes usuários.

Outro conceito importante é UX, a abreviação de *User Experience*, em português, experiência do usuário. Trata-se de uma estratégia que tem como objetivo entregar experiências melhores aos usuários de serviços e produtos digitais ou físicos. Donald Norman vai um pouco além e considera a experiência do usuário com um produto, desde o momento em que ele pensa em comprá-lo até o momento em que ele é finalizado ou descartado, atribuindo um forte apelo emocional ao processo. A experiência do usuário é mais importante que a usabilidade, e existem vários aspectos que podem contribuir para uma boa experiência, principalmente quando são combinados e interligados. A seguir a transcrição de parte da entrevista de Donald Norman à NN/Group na qual ele elucida o que entende como experiência do usuário, visto que o termo foi trazido por ele e com o passar do tempo ganhou uma nova conotação diferente do havia sido pensado:

Uma vez, há muito tempo atrás, eu estava na Apple, e nós estávamos conversando sobre como a experiência de usar esses computadores era ruim. A experiência, da descoberta, quando você vê ele pela primeira vez ele em uma loja, quando você compra e não consegue colocar ele no carro porque a caixa é muito grande... E quando você finalmente chega em casa, abre a caixa e pensa "Ooh... Parece assustador. Eu não sei se me atreveria a montar esse computador". Tudo isso é experiência do usuário. É tudo relacionado a

sua experiência com o produto. E talvez você nem precise estar perto do produto, você pode estar falando sobre ele para alguém. (Donald A. Norman)²

Tendo em vista, os termos de interfaces, usabilidade e experiência do usuário vistos nesta seção, entende-se que os produtos digitais precisam ser funcionais, fáceis de utilizar e dar prazer ao interagir com eles.

² Explicação de Norman sobre o entendimento de UX:
<https://www.youtube.com/watch?v=9BdtGjoIN4E>

2 ASSOCIAÇÕES ATLÉTICAS

2.1 A vida Acadêmica

O ensino superior é composto por três pilares: o ensino, a pesquisa e a extensão. **O ensino** é a atividade mais conhecida das universidades e instituições de ensino superior e tem como objetivo formar profissionais qualificados em diferentes áreas. Para tanto envolve aulas, seminários, projetos, palestras avaliações e atividades que possam potencializar a formação profissional do aluno. **A pesquisa** é a produção acadêmica de conhecimento, que tem como objetivo produzir novos conhecimentos em diferentes áreas. E **a extensão** é composta por todas as atividades que levam os conhecimentos da academia para a comunidade ao redor (LOURENÇO, 2017).

As atividades realizadas fora do ambiente interno de aprendizagem, além de diversificar as atividades cotidianas, permitem que o acadêmico seja autor do próprio conhecimento, vivencie e aplique o que aprendeu. Ingressar em um clube ou associação estudantil dentro de uma universidade, fazer trabalho comunitário, trabalhar em um projeto independente ou estudar no exterior são exemplos de atividades extracurriculares que a maioria das universidades e faculdades oferecem no ensino superior.

2.2 Associação Atlética Acadêmica

Atléticas Acadêmicas são organizações independentes que tem, em sua maioria, jovens recém saídos do ensino médio como membros. E que, além da complementação acadêmica dos associados, elas também visam inclusão social por meio do esporte, festas e de outras atividades exercidas (RIBEIRO e MARIN, 2012; OLIVEIRA, 2019).

As Associações Atléticas Acadêmicas a (A.A.A) ou simplesmente “Atlética” são organizações de caráter voluntário, formadas por estudantes universitários com objetivos de promover atividades físicas aos alunos, benefícios para aprender a lidar com relacionamento interpessoal; aprender a lidar com liderança; aprender a trabalhar a oratória; resiliência; socialização; integração entre os alunos, ex-alunos e

outras faculdades; aprender a fazer eventos; noção de gestão e; criar um *network*³ para a vida profissional.

A gestão de uma atlética é composta por alunos que fazem parte dos cursos que ele representa e que compartilham um interesse comum: promover o esporte e a integração. A organização dos cargos costuma ser feita por meio de instrução, qualificação ou maior afinidade com a função. A entrada de novos diretores é feita por seleção, instrução ou de acordo com o que é estabelecido o Estatuto de cada atlética.

Os principais critérios para escolher o novo diretor ou diretora de uma atlética é o próprio interesse, a participação e a disponibilidade dos alunos, pois o trabalho árduo que terão que fazer se fizerem parte de uma equipe é anunciado com antecedência por causa das diversas atividades da associação. A principal função do atlética universitária é promover o esporte aos alunos, proporcionando treinamento em modalidades como: atletismo, basquete, futsal, futebol de campo, handebol, vôlei, xadrez, etc. Jogar ou assistir a eventos desportivos também faz parte da sua programação, assim como promover atividades sociais e culturais.

A importância da representação dentro da associação torna-se um fator necessário na construção de uma comunidade diversificada e unida para os alunos. A integração de diferentes formas permite que os alunos acrescentem às suas experiências pessoais e profissionais. Os poderes influentes e persuasivos que uma atlética possui têm o potencial de afetar o desenvolvimento do aluno de maneira diferente. A atlética também pode ser vista como um meio de mudar as pessoas. As associações oferecem inúmeras oportunidades para o público, e vivenciar essas oportunidades de maneira engenhosa pode levar a um avanço pessoal contínuo.

Tarefas como trabalhar em equipe, construir algo do zero, criar um projeto que possa ser econômico, criar estratégias rapidamente, gerenciar, criar, executar e dirigir são alguns dos maiores desafios que os gestores enfrentam. O envolvimento que permite encontrar boas soluções a curto prazo e permite formar profissionais aptos para qualquer tipo de trabalho. Fazer parte de um grupo de alunos que involuntariamente constroem uma marca dentro da universidade tem um valor

³ Network é uma palavra de origem inglesa que neste texto tem o entendimento de interação com outras pessoas. Fazer relacionamentos.

inestimável. No fundo, a atlética acaba por ser um grande laboratório da vida onde tudo pode ser criado, testado, sentido, executado e experimentado.

2.3 A Associação Atlética do Departamento de Ciências Exatas da UNEB

A Associação Atlética Acadêmica do Departamento de Ciências Exatas e da Terra, representada pelas iniciais AAADCET, foi fundada no dia 28 de novembro de 2018 por alunos da Universidade do Estado da Bahia - Campus I, Salvador – BA. E é uma associação de personalidade jurídica de direito privado, sem fins lucrativos e com prazo de duração indeterminado, representada paralelamente pelos Centros Acadêmicos dos cursos de Design, Física, Química, Urbanismo e Sistema de Informações.

Por finalidade, a Atlética visa difundir a prática do esporte entre os estudantes, Docentes e servidores técnico-administrativos do Departamento de Ciências Exatas e da Terra da UNEB, proporcionando os meios necessários para tal atividade. Assim como representar o departamento e alguns dos cursos lotado nele, da UNEB no esporte universitário e comunitário. E promover competições e intercâmbio com entidades congêneres do estado, país e exterior.

Da mesma forma, tem por objetivo de promover a integração e o espírito de amizade e colaboração entre seus associados. Colaborar para o desenvolvimento do esporte universitário, sendo que todo e qualquer esporte que vier a organizar, praticar, dirigir ou incentivar terá caráter amadorista. Além disso, a entidade apoia e patrocina projetos e ações sociais relacionados ao esporte, inclusão social e meio ambiente, sejam de sua natureza ou de entidades conhecidas.

2.3.1 Membros associados

Os associados da AAADCET são classificados em duas categorias: efetivos e honorários:

a) São associados efetivos: todos os alunos de graduação e pós-graduação regularmente matriculados, docentes e servidores técnico-administrativos dos cursos de Design, Física, Química, Urbanismo e Sistema de Informações da UNEB cumpridores dos deveres estabelecidos pelo estatuto da atlética que solicitarem sua

admissão à Diretoria. Para esses estudantes se tornar sócio é necessário a apresentação de comprovante de matrícula e pagamento de uma taxa fixa mensal de R\$ 15,00. Os sócios recebem uma carteirinha com benefícios de descontos em estabelecimentos que possuem parcerias com a Atlética, como: Sotero Burg & Pub, Divino Sabor, Fino Trato Gourmet, Espetinho do Guga e Run Fit. Além de descontos nos produtos oficiais da Atlética como camisas, caneca e tirante.

b) São associados honorários: aqueles aprovados pela Diretoria da AAADCET e selecionados através do processo seletivo, além de todos ex-componentes da Diretoria da AAADCET já formados pela UNEB.

Existem os membros Diretores composto por qualquer aluno regularmente matriculado na UNEB – Campus I, que também esteja associado a Atlética do DCET e membro integrante eleito de acordo com o estatuto da Instituição. Além dos membros fundadores compostos por: Caique William Santana dos Santos, Elen Fagundes Alves de Melo, Gabriel dos Santos da Silva, Igor Andrade Rodrigues, João Pedro Cezario Brandão, José Jorge Correia Lima de Souza Junior, Laís Guimarães de Magalhães, Robson Dean Araujo de Souza, Vinicius Santos Queirós. São alunos e ex-alunos da UNEB – Campus I, que iniciaram as atividades da Atlética.

2.3.2 Diretoria e Funções

A Diretoria é o órgão eleito anualmente, caso haja necessidade, pela Assembleia Geral Ordinária, que deve gerir a AAADCET. Ela é composta pela **Gestão Administrativa** e os **Diretores de Modalidade**. A Gestão Administrativa é composta por: Diretor Presidente, Diretor Vice-Presidente, Diretor de Finanças, Diretor Geral de Esportes Masculino, Diretor Geral de Esportes Femininos, Diretor Geral de Comunicação e Marketing, Diretor de Patrimônio e Vendas, Diretor Geral de Eventos e Secretário Geral. Já os Diretores de Modalidade serão indicados pela modalidade e serão empossados no cargo após aprovação da Diretoria. Podem assumir cargo na Diretoria somente os membros efetivos vinculados como estudantes de graduação.

Quadro 1 - Cargos e Funções dos Membros Diretores

Cargo	Função
Diretoria	<ul style="list-style-type: none">• Representar e zelar pelo funcionamento da AAADCET, além de coordenar e superintender todas as suas atividades;• Estabelecer o valor da mensalidade/anuidade para os associados;• Designar e substituir os Diretores de Modalidade;• Promover a arrecadação de fundos;• Fomentar, organizar e regulamentar competições da AAADCET;• Criar e suprimir departamentos quando julgar oportuno;• Exigir, examinar e aprovar os relatórios dos coordenadores de departamento, os balancetes e os demonstrativos de resultado de exercício;• Elaborar relatórios de atividade e balanço da gestão;• Publicar balanço fiscal e demonstrativo de resultado de exercício com pelo menos 07 (sete) dias de antecedência da Assembleia Geral ordinária anual;• Cumprir e fazer cumprir o presente estatuto.• Confeccionar e emitir certificados de Atividade de Carga Horária Complementar com devido registro no Núcleo de Pesquisa e Extensão da UNEB.
Presidente	<ul style="list-style-type: none">• Dirigir as reuniões da Diretoria e Assembleia Geral, zelando pela execução de suas decisões;• Representar a AAADCET em juízo e fora dele;• Assinar, juntamente com o membro da diretoria competente, todos os documentos da AAADCET;• Indicar auxiliares para a Diretoria quando necessário;• Propor demissão de qualquer membro eleito ou funcionário, bem como indicar substituto;• Convocar Assembleia Geral;• Propor reforma estatutária, na forma prevista neste estatuto;• Propor as pautas para reuniões da Diretoria e Assembleia Geral.
Vice-Presidente	<ul style="list-style-type: none">• Substituir o Presidente nas suas faltas e impedimentos;• Auxiliar o Presidente e exercer por delegação, atividades de competência deste;• Zelar pelo cumprimento dos prazos estabelecidos pela Diretoria para toda e qualquer atividade da AAADCET;

	<ul style="list-style-type: none"> • Zelar pelo aprimoramento contínuo e gestão da qualidade das atividades desenvolvidas pela AAADCET.
Diretor de Patrimônio e Vendas	<ul style="list-style-type: none"> • Zelar por todos os bens imóveis e móveis da AAADCET. • Ter sob sua guarda e inteira responsabilidade, todo material esportivo, troféus, bandeiras, utensílios, objetos para comercialização e material de escritório da entidade; • Providenciar a substituição do material danificado ou que por ventura falte; • Providenciar e zelar pela devolução de todo material em poder de sócios ou terceiros; • Efetuar, mensalmente, levantamento do patrimônio da entidade; • Responsabilizar e cobrar os que danificarem os bens da entidade.
Diretor de Finanças	<ul style="list-style-type: none"> • Coordenar, executar e zelar pelos trabalhos e documentos relativos às finanças da AAADCET; • Efetuar as despesas determinadas pela Diretoria; • Assinar, juntamente com o Presidente, cheques e documentos relativos às finanças da AAADCET; • Elaborar, trimestralmente, relatórios de prestação de contas; • Ter sob inteira responsabilidade todos os recursos pecuniários e em geral todos os bens e valores pertencentes à AAADCET; • Assessorar todos os diretores no cumprimento e planejamento financeiro de suas atividades.
Diretor Geral de Esportes	<ul style="list-style-type: none"> • Coordenar e supervisionar toda atividade esportiva da entidade; • Coordenar as atividades dos Diretores de Modalidade; • Providenciar indicação de Diretores de Modalidade quando este se apresentar vago; • Punir, “<i>ad referendum</i>”⁴ da Diretoria, atletas infratores durante competições, desde que não caiba a entidade superior; • Convocar reuniões com todos os Diretores de Modalidade quando necessário; • Definir representantes para comissões de competições externas; • Estabelecer o calendário e emitir relatórios sobre as competições externas; • Definir promotores e organizadores de campeonatos internos;

⁴ Ad Referendum Indica o estado do qual está dependendo da aprovação, da aceitação de um colegiado, órgão ou autoridade: aprovar uma solicitação ad referendum.

Diretor Geral de Comunicação e Marketing	<ul style="list-style-type: none"> • Informar todos os alunos e associados da AAADCET sobre os eventos da AAADCET; • Enviar artigos para publicação em jornais internos e externos referentes às atividades da AAADCET; • Manter os quadros, murais e demais meios de comunicação oficial da AAADCET atualizados; • Confeccionar faixas e cartazes, divulgando todas as atividades da AAADCET interna e externamente; • Desenvolver parcerias e buscar formas de patrocínio aos eventos esportivos e não esportivos da AAADCET.
Diretores de Modalidade	<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir e administrar sua modalidade; • Programar treinos, competições internas, externas e extraoficiais; • Zelar para que a situação de seus atletas esteja perfeitamente regularizada; • Quando da realização de competições, convocar seus atletas, orientá-los nos campos esportivos e zelar para que estes não comprometam o nome da AAADCET e do esporte universitário; • Designar auxiliares para seu departamento.
Secretário Geral	<ul style="list-style-type: none"> • Movimentar correspondências da AAADCET • Secretariar as reuniões da Diretoria das Assembleias Gerais com registro em Ata. • Controlar o número de faltas da Diretoria e dos Atletas nas atividades obrigatórias. • Apresentar semestralmente o balanço de atividades da AAADCET à Diretoria. • Cadastrar a AAADCET junto ao Núcleo de Pesquisa e Extensão da UNEB e demais entidades do Departamento às quais a AAADCET esteja vinculada.

Fonte: Estatuto AAADCET – Kanguru (2019)

Como função geral, os membros diretores devem organizar e dirigir as atividades da Atlética, elaborar relatórios de atividades e demonstrações financeiras, cumprir e zelar pelo cumprimento de seu estatuto, apresentando-se sempre de forma respeitosa, para além de outras atléticas e/ou outras entidades. A eleição para a renovação dos poderes da AAADCET é feita, se necessário, na reunião ordinária da Assembleia Geral, mediante voto direto e aberto no regime de sufrágio universal dos associados efetivos.

Questões relacionadas à fiscalização dos trabalhos da Atlética são de responsabilidade do Conselho Fiscal formado por três associados efetivos, sendo um indicado pela gestão presente do Diretório Acadêmico da UNEB e dois escolhidos pela Assembleia Geral. Compete ao Conselho Fiscal: Examinar os livros, balanços e demais documentos da entidade; relatar à Assembleia Geral os erros da Diretoria; apresentar à Assembleia Geral parecer circunstanciado sobre a prestação de contas da Presidência e Diretoria.

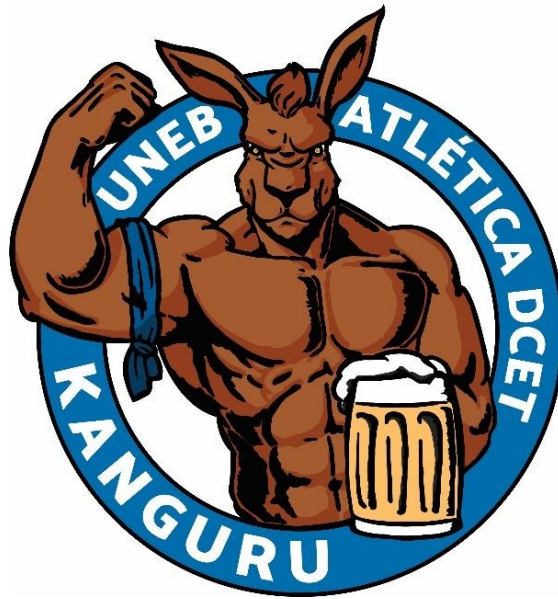
2.3.3 O logotipo

Em um ambiente universitário, as associações atléticas são frequentemente representadas simbolicamente por meio de mascotes. Como as marcas, esses mascotes passam a ser usados como logotipo da atlética. Na grande maioria dos casos, eles são caracterizados por uma figura animal por causa de sua qualidade física, que fazem sentido para eles se associarem ou escolhem outra figura que passa a fazer sentido através de uma história interna ou por um conceito aplicado.

Ao criar uma atlética, a definição do nome é uma das etapas mais importantes do processo criativo da associação, assim como a marca. A cor torna-se o maior símbolo para distinguir os atletas. Os cursos se transformam em times. Os *slogans* são substituídos por gritos de guerra. Os espaços de divulgação passam a ser as quadras, e o maior meio de integração passa a ser as arquibancadas. É desta forma que as atléticas representam as diferentes comunidades acadêmicas através de identidades criadas por todos estes elementos.

A AAADCET possui um emblema oficial que é de uso exclusivo da instituição, sendo que a utilização indevida e não autorizada pode implicar em responsabilidade criminal ou sanção administrativa. O emblema é composto por uma gravura de um Canguru com um lenço azul amarrado em um dos braços e segurando um copo de chopp em mão oposta, com os dizeres “UNEB – Atlética DCET – Kanguru” ao redor, como mostrado na Figura 2, a seguir.

Figura 2 – Logotipo da Atlética



Fonte: Estatuto AAADCET – Kanguru (2019)

As cores oficiais da entidade são o amarelo, o azul, o branco, o marrom e o preto. As combinações podem ser alteradas pelos diretores. Estatuariamente, a bandeira e os uniformes devem apresentar pelo menos duas das cores citadas.

2.3.4 Modalidades e Eventos

O principal objetivo da Associação Atlética Acadêmica (AAA) é promover o esporte universitário. Para isso, ela é responsável por proporcionar treinos, de diversas modalidades esportivas aos alunos da faculdade.

A Atlética do DCET oferece as seguintes modalidades esportivas em seu quadro de treinos: Futsal, Vôlei, Handball e *Cheerleaders*. Além dos jogos de Dominó, E-Sports, Free Fire, LoL e Xadres. A associação também proporciona torneios internos ou externos, como: Copa Unificada, Triangular, Torneio UNEB, Amistosos, entre outros. E eventos com o objetivo de proporcionar a interação entre os estudantes como o IntegrAÊ. Todos os alunos dos cursos da atlética podem participar dos treinos e demais atividades promovidas pela instituição.

Abaixo nas Figuras 3, 4 e 5 seguem os treinos e eventos realizados pela AAADCET desde a sua fundação:

Figura 3 – Treino de Futsal Feminino



Fonte: Perfil da Atlético Kanguru no *Instagram* (2022)

Figura 4 – Treino de Vôlei misto



Fonte: Perfil da Atlético Kanguru no *Instagram* (2022)

Figura 5 – A primeira entrada de Calouros na Atlética



Fonte: Perfil da Atlética Kanguru no *Instagram* (2019)

3 PERCURSO METODOLÓGICO

Antes mesmo de descrever o percurso, vale rememorar os objetivos geral e específicos, já estabelecidos na introdução deste texto. Assim, temos como objetivo geral: a criação de um aplicativo que potencialize a inserção e interação dos estudantes universitários com a Associação Atlética Acadêmica do Departamento de Ciências Exatas e da Terra (DCET). E específicos: apontar caminhos para a ampliação da interação entre a atlética do DCET e seu público-alvo; realizar o redesign da identidade visual do logotipo da Atlética DCET; projetar o protótipo navegável da Kanguru.

Diante destes objetivos foram apontadas estratégias para contribuir com o desenvolvimento desta pesquisa como entrevistas, aplicação de questionários, revisão bibliográfica, uso da técnica do PNI que visa avaliar uma situação, projeto ou ideia considerando três perspectivas: os pontos Positivos, Negativos e Interessantes de dois aplicativos que foram analisados por serem similares à proposta e o suporte da metodologia de Garret (2011) para o desenvolvimento do protótipo proposto, a qual será descrita a seguir.

A metodologia de Garrett, consiste no desenvolvimento de um produto centrado no usuário e ressalta a importância do envolvimento do usuário para o alcance de resultados satisfatórios durante todo o processo criativo. Tal metodologia consiste em cinco etapas:

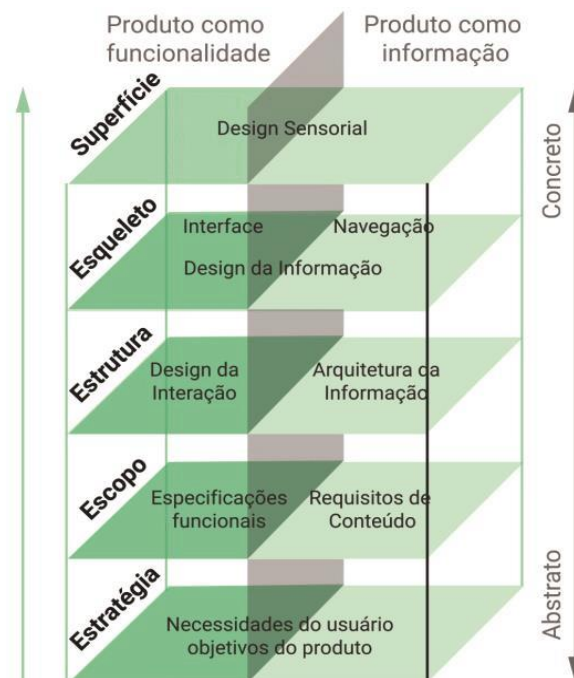
1. **Estratégia:** Começa a partir de um briefing, para a definição baseadas em duas metas: necessidades do usuário e nos objetivos comerciais do produto.
2. **Escopo:** Aplica-se às informações obtidas no plano de estratégia, em duas partes: na funcionalidade e no conteúdo do produto.
3. **Estrutura:** Constitui a criação da estrutura da interface em duas partes: Design de interação - Projetar interações do usuário com o produto para tornar a interação simples e prática. Arquitetura da informação - A estruturação e organização das informações para proporcionar uma estrutura e ações fáceis de serem interpretadas.
4. **Esqueleto:** Esta etapa refere-se à criação de um *Wireframe* - um protótipo estrutural mostrado de forma mais abrangente os fluxos definidos na estrutura,

elementos visuais, interações e estrutura de menus. Ainda não é a parte visual propriamente dita, com cores, tipografias e elementos de design.

5. **Superfície:** Composição entre o conteúdo, a funcionalidade e a estética representados visualmente no projeto, onde é definido a tipografia ideal, as fotos, imagens e ícones.

A Figura 3 apresenta a estrutura da metodologia mostrando as suas camadas e etapas a serem seguidas.

Figura 6 - Metodologia de design com foco na experiência do usuário.



Fonte: Elaborada pelos autores a partir de Garrett (2011)

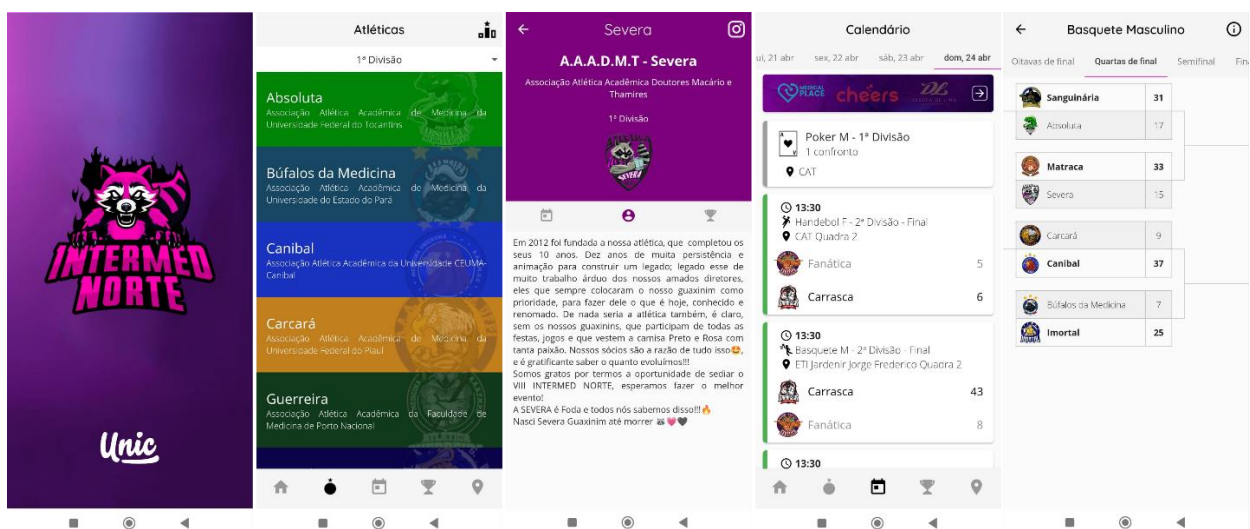
3.1 Análise de similares

A análise de similares é uma ferramenta de design com foco na estratégia, onde são identificados pontos negativos e positivos de aplicativos com propostas similares as do produto que será criado (PAZMINO, 2015). Para isso, utilizando a técnica do PNI, ferramenta que explora os pontos positivos, negativos e interessantes, foram

escolhidos dois aplicativos considerando os critérios de linguagem visual, funcionalidade, experiência do usuário e interação dos usuários.

O similar 1 é chamado de “Intermed Norte”, trata-se de um encontro de atléticas de medicina do Norte, localizada em Palmas do estado de Tocantins, no qual oferece informações sobre as atléticas, além de calendários dos jogos, chaveamentos das modalidades e classificações. A Figura 7 apresenta a estrutura das telas do aplicativo.

Figura 7 - Interface do aplicativo Intermed Norte



Fonte: Aplicativo Intermed Norte

A seguir, é apresentado o Quadro 2 contendo a análise PNI para este similar.

Quadro 2 – Estratégia do PNI do Aplicativo Intermed Norte

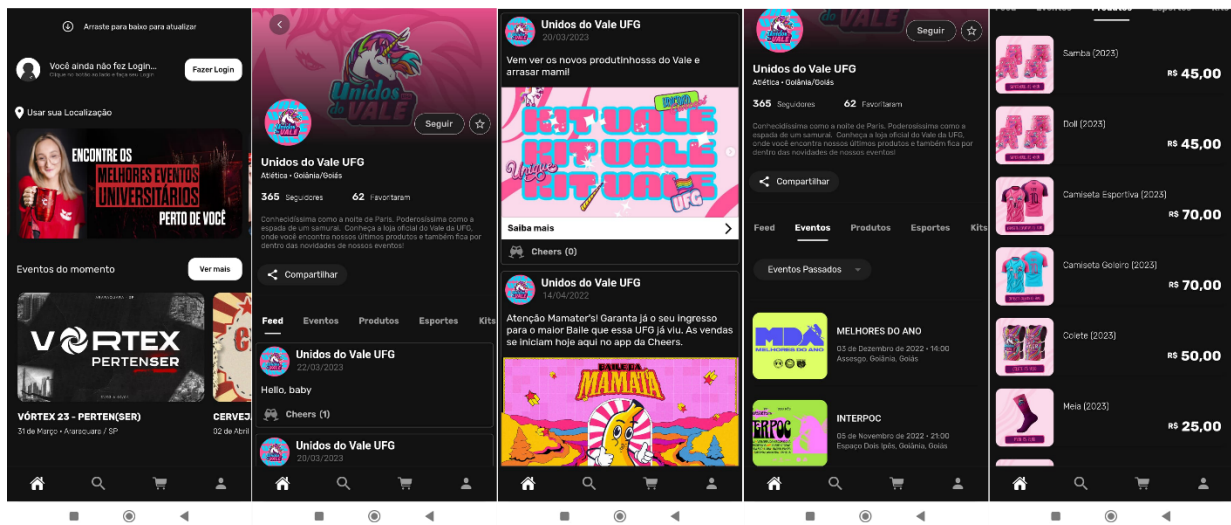
CRITÉRIOS	POSITIVO	NEGATIVO	INTERESSANTE
Linguagem visual	Layout simples com fundo na cor branca e as informações na cor preta, dando contraste para leitura e legibilidade.	Características e informações superficiais de cada atlética.	As atléticas são divididas com cores facilitando a identificação de cada uma.

Funcionalidade	Calendário de jogos, chaveamento das modalidades, tabela de classificações, informações sobre as atléticas, conferir resultados dos jogos.	Os produtos da lojinha não mostram de todas as atléticas. Os preços aparecem sem a possibilidade de compra pelo aplicativo. Página com modalidades apenas de categoria masculina.	Estatísticas dos jogos e do campeonato, resultados parciais em tempo real. Informações dos locais dos jogos, bem como a direção para eles (e integração com apps de transporte).
Experiência do Usuário	Ícones de acesso para calendário dos jogos, modalidades, jogos em tempo real, prêmios, menu inicial, torcidômetro, e elementos interativos. Sua navegação é intuitiva e ele sintetiza todas as informações de forma simples.	Ausência da página inicial de cadastro ou login, possibilita que qualquer pessoa possa ter acesso. Um problema no carregamento da pré-visualização dos locais.	Os variados recursos oferecidos tendem a prender a atenção do usuário. Opção de receber notificações segmentadas apenas a atlética escolhida.
Interação do Usuário	Página de festas com datas, locais e com ícones de como chegar.	Apenas os administradores podem interagir na página de notícias.	Página de notícias gerais com: começo dos torneios, jogos do dia, anúncios de festas e eventos.

Fonte: Próprio Autor, 2023

O similar 2 é chamado de “Cheers App”, trata-se de um aplicativo de loja virtual, no qual os universitários podem adquirir os produtos das atlética pertencente, e até mesmo comprar ingressos de eventos e se tornarem associados. A Figura 8 apresenta a estrutura das telas do aplicativo.

Figura 8 - Interface do aplicativo Cheers App



Fonte: Aplicativo Cheers App

A seguir, é apresentado o Quadro 3 contendo a análise PNI para o Aplicativo Cheers App.

Quadro 3 – Estratégia do PNI do Aplicativo Cheers App

CRITÉRIOS	POSITIVO	NEGATIVO	INTERESSANTE
Linguagem visual	Layout simples com fundo na cor preta as informações na cor branca, dando contraste para leitura e legibilidade.	Características e superficiais de cada atlética.	Não foi detectado
Funcionalidade	Compra e venda de ingressos para eventos e produtos, planos de sócio e as empresas parceiras	Características e informações superficiais de cada atlética.	Compra de ingressos totalmente digitais e compra de produtos, podendo visualizar e acompanhar o pedido.
Experiência do Usuário	Ícones de acesso para feed, eventos, produtos, esportes, kits, planos e parceiros. Página inicial, pesquisa, carrinho do pedido e perfil.	Não foi detectado	Para efetuar compras e alguns páginas como a de esportes, apenas fazendo login.

Interação do Usuário	Página de festas com datas, locais e com ícones de como chegar.	Apenas os administradores podem interagir na página do feed.	Visualização da página dos parceiros, podendo conhece-los, saber dos descontos oferecidos e entrar em contato.
-----------------------------	---	--	--

Fonte: Próprio Autor, 2023

Percebe-se que os aplicativos possuem objetivos distintos. O aplicativo Intermed Norte possui uma proposta de fornecer informações sobre calendários dos jogos, chaveamentos das modalidades e classificações, uma maneira de manter os alunos atualizados com as principais informações sobre os jogos. Já o *Cheers App* tem uma proposta de facilitar a compra de ingressos de eventos e produtos fornecidos pelas atléticas através do aplicativo.

Os aplicativos analisados possuem um ponto em comum, que é promover a interação dos alunos através dos eventos que cada atlética proporciona de forma mais rápida e de fácil execução das tarefas. Entretanto, ambos possuem um conjunto de várias atléticas diferentes que ocasiona uma superficialidade de informações sobre cada uma.

A escolha e aplicação dos ícones na interface é adequada e todos são de fácil compreensão. Eles podem ser “baixados” pelo sistema operacional do Android e IOS para *smarthphones* e *tablets*.

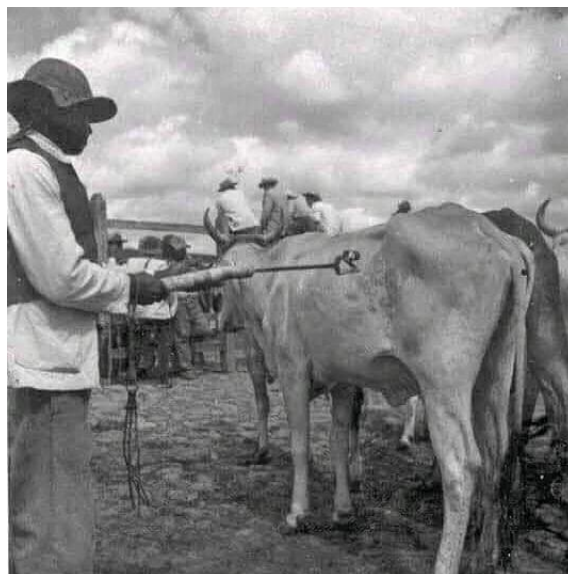
3.2 Redesign da marca

3.2.1 Marca, Branding e Identidade Visual

Para alcançar os objetivos deste texto, com o intuito de realizar o redesign da identidade visual do logotipo da Atlética do DCET, é necessário compreender as principais definições de marca, *Branding* e Identidade Visual para contribuir no processo de desenvolvimento.

No sentido etimológico, o termo “marca” deriva do germânico *marka* – que significa sinal e poderia designar tanto a ação de marcar como também o instrumento usado para fazê-lo. Em inglês *Brand*, tem o sentido de estigmatizar, atribuir uma marca criminal, um símbolo ou sinal indelével atribuído a determinada pessoa atestando-lhe uma condição. Que significava marcar o gado: gravar um símbolo a fogo no couro do animal (Consolo 2015). Ou seja, esse ato de marcar, surgiu para facilitar a identificação e distinção de algo através de elementos visuais específicos como mostrado na Figura 9.

Figura 9 – Capataz marcando gado em Feira de Santana (BA)



Fonte: IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (ano)

E foi queimando o gado na Idade Média que começou a surgir o conceito de marca. Os donos dos animais os identificavam usando ferros em brasa com símbolos específicos para marcar a origem e propriedade daquele gado. Além disso,

nessa mesma época, foram verificadas as marcações que artesãos e fabricantes colocavam em suas peças para provar a origem delas.

De acordo com a definição da *American Marketing Association* (AMA), "marca é um nome, termo, símbolo, desenho ou uma combinação desses elementos que deve identificar os bens ou serviços de um fornecedor ou grupo de fornecedores e diferenciá-los dos da concorrência" (2018, online).

Segundo Consolo (2015), a marca é o signo ou conjunto de elementos visuais que representam uma empresa, uma instituição ou serviço, adotados como elementos identificadores, sobre os quais são depositados todo o imaginário construído a seu respeito. Afirma que a compreensão dos conceitos da marca e sua identidade só é possível se ambos coexistirem, e que a identidade visual pode ser gerida por um símbolo, o signo visual, juntamente com um signo verbal, o logotipo. A autora ainda diz que a marca da identidade visual pode ser constituída só de símbolo, ou só de logotipo, ou pode ser a soma de ambos, evidenciando as marcas como reflexos de uma visão de mercado, que acaba tornando elementos indicadores da personalidade de determinadas pessoas em perfis próprios nas redes sociais.

As marcas como são conhecidas hoje começaram a adquirir todos esses significados quando a industrialização acelerada no século XIX obrigou as empresas a criar símbolos para identificar e diferenciar seus produtos. No século XX as empresas já não eram lideradas por uma pessoa ou família, então a marca foi criada justamente para representar grupos, e associação.

Quando se fala sobre *branding*, significa um conjunto de ações alinhadas com o posicionamento, propósito e valores de uma marca. O objetivo do *branding* é despertar os sentimentos e criar as conexões conscientes e inconscientes que são essenciais para que o cliente escolha a sua marca no momento da decisão de compra de um produto ou serviço.

Para Martins (2006) *Branding* é o conjunto de ações ligadas à administração das marcas. São ações que, tomadas com conhecimento e competência, levam as marcas além da sua natureza econômica, passando a fazer da cultura, e influenciar a vida das pessoas. Essas "ações" se relacionam a símbolos que tem a capacidade de simplificar e enriquecer as nossas vidas, num mundo cada vez mais confuso e complexo.

Segundo Consolo (2015), *branding* é o processo de “marcação”, gravar e manter a marca ativa na mente dos consumidores. As novas tendências do *branding* levam isso a sério, e toda a estratégia desenvolvida para efetivação da marca busca – nas acepções do *brand experience* – gravar seu significado na pele e na alma das pessoas.

Portanto, o branding pode ser resumido como uma ferramenta estratégica utilizada para melhorar ou alavancar uma marca, coisa ou pessoa. Seu foco é posicionar a marca, conectando experiência sensorial e elementos intangíveis com novas experiências de consumo para impressionar o consumidor e gerar maior valor, ganhando vantagem na hora de escolher. Portanto, o *branding* busca engajar toda a organização a fim de manter a marca no nível de entrega prometido. A administração da marca visa fortalecê-la e, assim, dar a ela valor.

De acordo com Strunk (2001), os principais elementos que formam uma identidade visual são o logotipo, o símbolo, as cores e a tipografia. Entende-se que identidade visual pode ser definida como um sistema de elementos visuais compostos principalmente pelas cores, formas, símbolos e tipografias, que são responsáveis em representar a personalidade e o estilo da marca, além de transmitir seus valores e características presentes.

Para Ribeiro (2017), a identidade é a que representará os conceitos e ideias da empresa visualmente. Sendo assim, lidar com comunicação visual deve ser bastante expressivo, pois exerce um impacto repentino por trabalhar diretamente com o ponto de vista do ser humano.

É importante entender que o responsável pela construção da identidade visual é o designer gráfico, profissional que está diretamente envolvido na materialização das ideias, dando sentido aos elementos visuais e transformando-os em informações valiosas.

Uma associação atlética pode ser considerada uma marca simplesmente por reunir os diversos elementos. Escolher um nome, conjunto de cores, mascote, identidade visual e as mensagens para representar a comunidade acadêmica é uma das primeiras tarefas que os diretores responsáveis precisam realizar ao criar uma atlética acadêmica em um ambiente universitário. Essas escolhas são cruciais para

causar uma boa impressão nos “calouros” e se consolidar no ambiente universitário, por isso precisam ser feitas de maneira criteriosa e coerente.

Portanto, como marca, a atlética tem a responsabilidade de desenvolver formas de ser reconhecida e compreendida pelo público, para ganhar notoriedade no meio acadêmico, aumentando assim sua relevância ao longo do tempo.

3.2.2 A marca da Atlética Kanguru

A Associação Atlética Acadêmica do Departamento de Ciências Exatas e da Terra - DCET, da UNEB Campus I, mais conhecida como Atlética Kanguru, foi criada em 2018 por um grupo de alunos com o objetivo de promover o esporte e a interação dos alunos dos cursos de Design, Física, Química, Urbanismo e Sistema de Informações.

O processo criativo para escolher os principais elementos que representaria a associação foi feito pela primeira gestão em 2018. A figura escolhida para representar a entidade foi um Canguru, animal que se destaca por ser musculoso e possuir pernas traseiras fortes, que conseguem garantir saltos a grandes distâncias, e para se defenderem usam a força dos seus pés para chutar os predadores. Além da proteção e acolhimento que os Cangurus fêmeas fornecem ao carregarem os seus filhotes em uma bolsa na frente. Para tal escolha, foi levado em consideração as características e qualidades físicas que o animal representa. E por reunir todos esses aspectos, o animal se tornou o símbolo de representação máxima da atlética. Com a ideia de se destacar entre as demais atléticas, foi escolhida cinco cores tecnicamente complementares que pudesse representar a atlética nos tons de amarelo, azul, branco, marrom e preto. A junção dessas combinações resultou no logotipo criado em 2018 mostrado na Figura 10.

Figura 10 – Variações logo da Atlético Kanguru



Fonte: Perfil Atlético Kanguru (2019)

Como forma de arrecadar recursos para custear as atividades de treinamentos da atlética, a direção optou pela venda de produtos personalizados, que permitisse sua inserção enquanto uma marca dentro da universidade. Para isso, foi necessário desenvolver uma estratégia que ajudasse a aumentar a visibilidade, e desta forma, a diretoria passou a criar produtos com um novo conceito representando a marca da Atlético Kanguru no espaço universitário. Logo após o lançamento dos primeiros produtos, a associação se destacou pela qualidade do design dos produtos, que rapidamente se tornaram populares e cobiçados pelos alunos. A base criativa do produto de design foi feita pela diretoria, que sempre adotou o conceito que pudesse representar os alunos. A Figura 11 mostra os produtos tradicionais da Atlético Kanguru, que consistem em copos de alumínio, tirantes, camisas casual e camisa esportiva.

Figura 11 – Kit de produtos da Atlético Kanguru



Fonte: Perfil Atlético Kanguru (2023)

Como forma de aproveitar a visibilidade para continuar se destacando entre as demais associações, em 2023, os diretores juntamente com o Nupe (Núcleo de Pesquisa e Extensão), um setor que atua na gestão das atividades de pesquisa e extensão da UNEB, entenderam o papel de transformação social que a entidade transmite, além da representatividade à comunidade. Mediante isso, foi solicitado o redesign do logotipo de maneira que o copo de chopp fosse retirado, pois a marca estava sendo vista como uma entidade que fazia apologia ao álcool e causando alguns problemas legais, sociais e de imagem, podendo até ser prejudicial a participação da atlética em determinadas competições.

3.2.3 Concepção do novo Logotipo

O objetivo do redesign é atualizar a identidade visual da marca para refletir melhor seus valores, visão e posicionamento. As próximas etapas deste texto consistem em apresentar o conceito, o *briefing*, o processo criativo e o manual de identidade visual da marca da Atlética Kanguru, evidenciando as variações formais da marca, especificando o uso correto da paleta de cores garantindo a uniformidade na utilização da marca, além de mostrar aplicações.

3.2.3.1 Conceito

No ambiente esportivo universitário, as atléticas se constroem baseadas nas características das pessoas que compõem aquele espaço, sejam os seus atletas, diretores, torcida, etc. Buscando valorizar a união, o acolhimento, a interação dos alunos, a vivência social, a confiança e a força, a consolidação da identidade da Atlética Kanguru vem de forma a aplicar o entendimento de que “juntos somos mais fortes”. E todas essas características fazem parte da figura animal Canguru que são fortes fisicamente e são animais sociáveis que vivem sempre em grupo para ajudar a proteger e defender os seus membros.

Para a nova identidade visual, a base do conceito que será adotado para realização do *branding*, redesign e aplicação da marca será a valorização de que “juntos somos mais fortes”. Um objetivo, no qual, a associação busca enfatizar desde a sua existência, já que juntos somos mais que uma equipe, somos uma família.

3.2.3.2 Briefing

Para desenvolvimento da nova identidade visual da Atlética Kanguru, foi realizada uma entrevista com a diretoria de Comunicação e Marketing para obter as informações necessárias para a criação, e foi definido o seguinte briefing:

Identidade Visual

- **Marca:** Associação Atlética Acadêmica do Departamento de Ciências Exatas e da Terra
- **Nome Fantasia:** Atlética Kanguru
- **Função:** Difundir a prática do desporto entre os estudantes e promover a integração e o espírito de amizade e colaboração entre seus associados.
- **Objetivo:** Redesign do logotipo e aplicação em produtos universitários

Elementos Visuais

- **Paleta de cor:** Azul Marinho, Branco, Marrom e Preto.
- **Mascote:** Canguru
- **Tipográfica:** Família Catamaran

Qualidades da Marca

- Criativa, Harmônica, Elegante e Autêntica

Público Alvo

- Estudantes universitários, docentes e servidores técnico-administrativos dos cursos de Design, Física, Química, Urbanismo e Sistema de Informações da UNEB, interessados em praticar atividades esportivas e culturais.

3.2.3.3 Processos Criativos

Seguindo as informações coletadas através da elaboração do *briefing* junto com a diretoria da Atlética, o desenvolvimento da nova identidade visual se baseará no entendimento que a logo anterior transmitia uma atitude de incentivar o consumo de bebidas alcoólica, tendo em vista a necessidade de alterá-la. Para isso, foi utilizada a Figura 12 como referência para a criação de um punho com uma mão para a figura do Canguru de forma a substituir o chopp, como apresentado na imagem a seguir.

Figura 12 – Homem musculoso flexionando seu bíceps



Fonte: Shutterstock

Para chegar à nova proposta da marca, contou-se com o auxílio dos softwares Photoshop e Illustrator⁵, tendo em vista uma solução que remetesse e demonstrasse o novo posicionamento do braço de forma que a marca não perdesse o seu conceito e um dos seus principais objetivos que é a confiança e a força.

Em relação a paleta cromática e a família tipográfica foi considerado manter os dois elementos permitindo que as aplicações se tornassem ainda mais memorável de maneira que não perdesse a essência e alguns traços da marca anterior.

⁵ Photoshop e Illustrator são programas da empresa Adobe. O Illustrator é para arte gráfica em vetor e o Photoshop para editar imagens e até mesmo gifs. A principal diferença é que o Illustrator por ser um programa de vetor, ou seja, trabalha em diferentes tamanhos sem perder a qualidade. Já o Photoshop por ser um editor de imagem, não tem essa mesma função.

3.2.3.4 Manual da Marca

A seguir, pode ser visualizada a nova proposta de marca para a Associação Atlética Acadêmica do Departamento de Ciências Exatas, mostrado na Figura 13.

Figura 13 – Nova logo da Atlética Kanguru



Fonte: Próprio Autor, 2023

Logo em seguida, é mostrado na Figura 14 a versão toda monocromática em preto e branco da nova marca da Atlética.

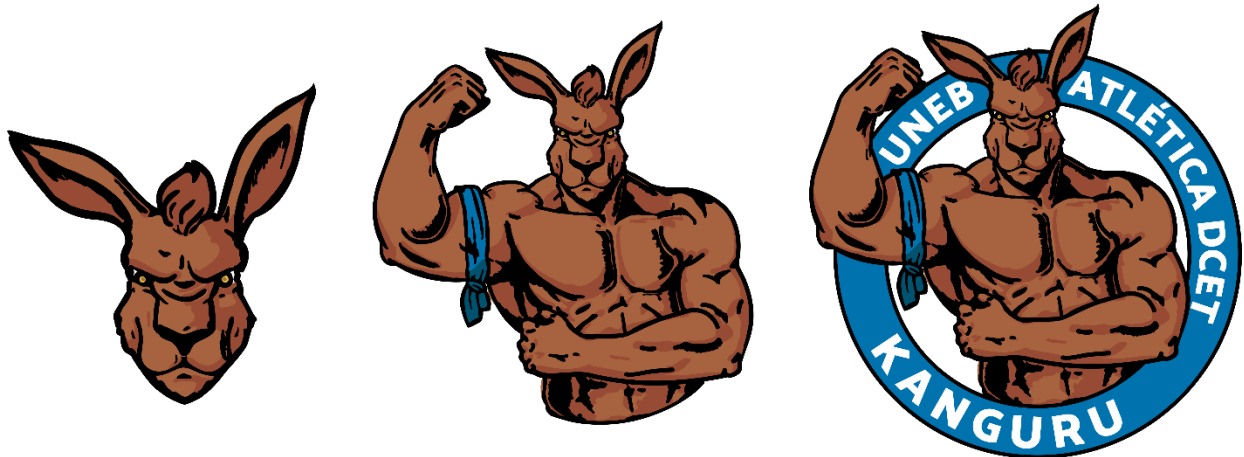
Figura 14 – Versão em escala de cinza



Fonte: Próprio Autor, 2023

Para a melhor usabilidade da marca, ela pode ser usada de três maneiras como demonstrada na Figura 15. Não poderá ser representada de forma distorcida, nas cores que não fazem parte da sua paleta original, nem com deformidades dos elementos que compõem a mesma.

Figura 15 – Variações de usabilidade da marca



Fonte: Próprio Autor, 2023

Como forma de guia da gestão da marca e para visualizar como a marca se encaixa melhor, foi feita uma aplicação da logo sobre fundos coloridos, apresentado na Figura 16 abaixo.

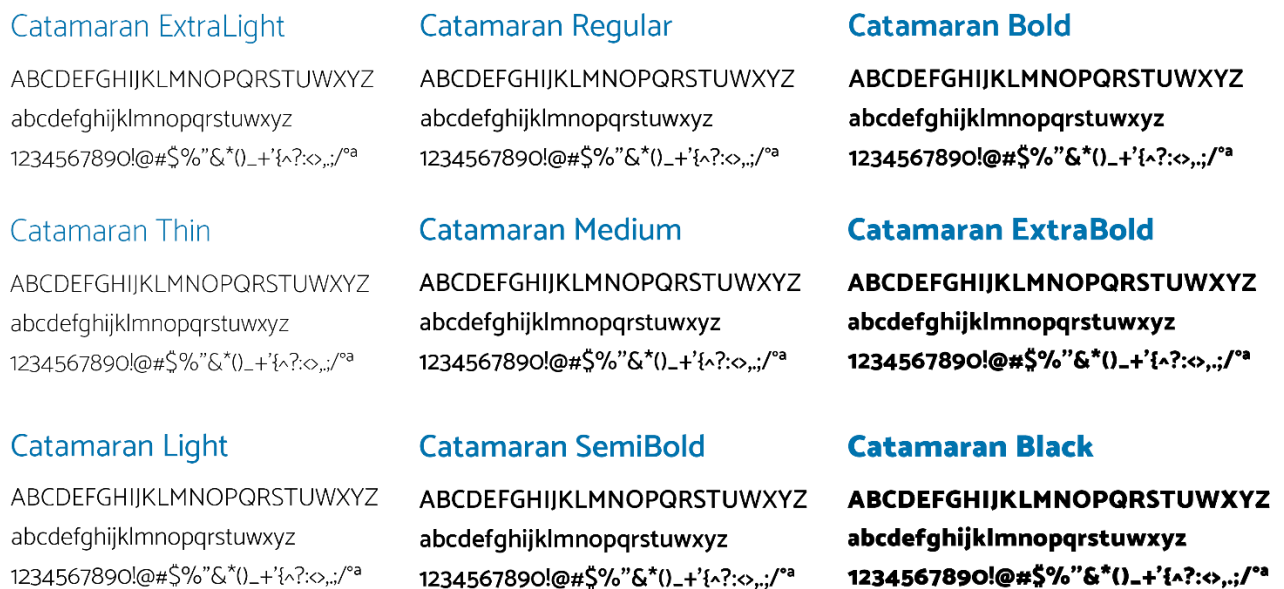
Figura 16 – Aplicação sobre fundos coloridos



Fonte: Próprio Autor, 2023

Pensando em uma boa legibilidade, proporção e na elegância da forma, foi considerado continuar com a família tipográfica Catamaran que consegue ser uma tipografia completa, simples e fácil de manusear. Dentro desta família tem nove formatos da mesma fonte, são elas: ExtraLight, Thin, Light, Regular, Medium, Semibold, Bold, ExtraBold e Black. Trabalhar com uma família de tipografia permite uma variação melhor na hora da criação de materiais de comunicação. Na construção da marca, foi usada a versão “Catamaran Black” para o nome “UNEB – ATLÉTICA DCET – KANGURU”. Abaixo, na Figura 17, pode-se observar todas as variações da família tipográfica.

Figura 17 – Família tipográfica



Fonte: Próprio Autor, 2023

Na paleta cromática, se manteve a cor primária azul, usada na maioria das vezes como cor de fundo predominante para se destacar das demais. Também se manteve a cor secundária marrom, usada pra realçar os detalhes e para compor a cor do Canguru, uma cor predominante poucas vezes, porém está presente. E usada sem predominância a cor amarela como terciária, o que antes era um destaque devido ao chopp, agora é um pequeno detalhe para os olhos do Canguru. Além das cores preto e branca usadas para realçar todos os detalhes. A seguir, é apresentado na Figura 18 a paleta de cores da Atlética Kanguru.

Figura 18 – Paleta cromática



CORES COMPLEMENTARES

C:75 / M:68 / Y:65 / K:90 R:0 / G:0 / B:0 HEX: #000000	C:96 / M:54 / Y:7 / K:0 R:0 / G:115 / B:174 HEX: #0073AE	C:27 / M:69 / Y:93 / K:16 R:167 / G:99 / B:63 HEX: #A7633F	C:9 / M:30 / Y:95 / K:0 R:233 / G:181 / B:63 HEX: #E9B53F
C:0 / M:0 / Y:0 / K:0 R:255 / G:255 / B:255 HEX: #FFFFFF	C:100 / M:67 / Y:40 / K:25 R:0 / G:82 / B:110 HEX: #00526E	C:28 / M:82 / Y:100 / K:25 R:151 / G:75 / B:52 HEX: #974B34	C:33 / M:56 / Y:88 / K:18 R:155 / G:112 / B:69 HEX: #9B7045

Fonte: Próprio Autor, 2023

A seguir, é apresentado na Figura 19 a aplicação da logo no padrão da papelaria da Atlética.

Figura 19 – Papelaria



Fonte: Próprio Autor, 2023

Para elaboração dos produtos, foi levado em consideração criar novos produtos para realçar a marca, são eles: camisa casual, caneca de alumínio, tirante e uniforme dos jogos do time, além dos produtos em lançamento, que são: mochila, bottons, garrafa térmica e boné. A seguir, nas figuras 20, 21, 22, 23, 24, 25 e 26, podem ser visualizados os novos produtos e lançamentos da Atlético Kanguru.

Figura 20 – Camisa casual



Fonte: Próprio Autor, 2023

Figura 21 – Caneca e Tirante



Fonte: Próprio Autor, 2023

Figura 22 – Mochila, Botton e Garrafa



Fonte: Próprio Autor, 2023

Figura 23 – Boné



Fonte: Próprio Autor, 2023

Figura 24 – Uniforme dos jogos



Fonte: Próprio Autor, 2023

Figura 25 – Uniforme completo



Fonte: Próprio Autor, 2023

Figura 26 – Uniforme completo com o uniforme do Goleiro



Fonte: Próprio Autor, 2023

4 METODOLOGIA APLICADA PARA CONSTRUÇÃO DO PROTÓTIPO

Para o desenvolvimento deste projeto de pesquisa, considerou-se a metodologia proposta por Garrett (2011) para projetos web baseada em Experiência do usuário (UX), seguida da aplicação de um teste de usabilidade do aplicativo. A escolha desta metodologia se deu por ter sempre o usuário no centro do processo o que garante um design centrado no usuário e por consequência um produto mais assertivo.

Conforme descrito na terceira parte deste texto, a metodologia é dividida em cinco etapas, a primeira das quais, segundo o autor, tem a forma de abstração das necessidades do usuário e objetivos do produto, até atingir a última etapa da forma mais concreta. As cinco etapas e definições de cada uma delas são:

1. Plano Estratégico: Objetivos do Produto e Necessidades do Usuário
2. Plano de Escopo: Especificações Funcionais e Requisitos de Conteúdo
3. Plano de Estrutura: Design da Interação e Arquitetura da Informação
4. Plano do Esqueleto: Design da Interface, Navegação e Informação
5. Plano de Superfície: Design Visual

Para aumentar a credibilidade dos resultados deste texto, faz-se necessário a aplicação das heurísticas de Nielsen, que são um conjunto de diretrizes de usabilidade criadas para auxiliar na identificação de problemas e na avaliação da usabilidade de interface do usuário, com o objetivo de validar as etapas desenvolvidas no método Garrett (2011).

4.1 Plano de Estratégia

Nessa primeira etapa da metodologia, Garrett descreve como plano estratégico definir com clareza os objetivos do produto e as reais necessidades do usuário. Seguido da criação de três personas para sintetizar o perfil do público-alvo.

Personas, para GARRETT (2011), são uma alternativa para transformar uma gama de usuários reais em personagens fictícios que representem as necessidades de todo um grupo. Elas são criadas basicamente das informações coletadas com as

pesquisas feitas anteriormente. Adicionar às personas (nome e foto) é importante por torná-los reais e presentes em todo processo de desenvolvimento.

4.1.1 Objetivo do produto

O projeto tem como objetivo a criação do protótipo de um aplicativo *mobile* para atlética acadêmica do DCET, que tem como propósito fornecer uma plataforma para engajar e interagir com os membros da atlética, incluindo atletas, treinadores, administradores, alunos e fãs. Além de fornecer acesso a informações importantes para os membros da equipe, como horários e localização dos treinamentos, calendários de jogos, resultados de jogos anteriores e estatísticas da equipe.

4.1.2 Necessidade do usuário

Para o desenvolvimento de um aplicativo que satisfaça as expectativas do usuário, é preciso entender o usuário e suas necessidades. Definindo essas necessidades, os usuários precisam de uma maneira fácil e rápida de se comunicar uns com os outros e receber informações atualizadas sobre a equipe e eventos relacionados à atlética de forma clara e organizada.

Além de ser um aplicativo fácil de usar e navegar, mesmo para usuários menos experientes em tecnologia. Uma interface intuitiva e simples que ajude a garantir que todos os usuários possam acessar as funcionalidades e informações do aplicativo sem dificuldade e de maneira eficaz.

4.1.3 Personas

Para tornar os usuários mais reais foi feita a construção de alguns personagens fictícios que representam as necessidades do conjunto de usuários, contribuindo assim para o desenvolvimento do projeto.

Para isso foram criadas três personas, que representam de forma mais geral os possíveis usuários do aplicativo, descritos abaixo:



Pedro, 20 anos, estudante de Design

Pedro é um jovem criativo e curioso, que sempre gostou de desenhar e criar coisas com as mãos. Ele escolheu o curso Design porque quer aprender técnicas e conceitos para transformar suas ideias em produtos concretos e úteis. Pedro é muito sociável e gosta de fazer parte de grupos e comunidades. Ele ouviu falar sobre as atléticas acadêmicas através de alguns amigos, mas não sabe muito sobre elas.

Pedro está interessado em participar das atléticas para conhecer novas pessoas e se divertir em atividades esportivas e culturais.



Ana, 22 anos, estudante de Urbanismo

Ana adora participar das atléticas acadêmicas da sua universidade. Ela é uma pessoa bastante criativa e energética, e acredita que as atividades esportivas são ótimas para aliviar o estresse do curso e para se conectar com outros estudantes. Ana adora jogar vôlei e participar de corridas de rua, além de ser uma grande fã de jogos de tabuleiro. Ela é muito engajada na organização dos eventos

esportivos da faculdade, e gosta de trazer ideias novas e criativas para torná-los ainda mais divertidos.



João, estudante de Física

João gosta muito de participar das atléticas acadêmicas de sua universidade. Ele é uma pessoa bastante curiosa e adora explorar novos desafios, tanto no seu curso como nas atividades esportivas. João é um grande fã de esportes de contato, como boxe e jiu-jitsu, mas também gosta de jogar futebol e tênis de mesa. Ele acredita que a prática esportiva ajuda a manter a mente e o corpo saudáveis, além de

contribuir para o seu desempenho acadêmico. João costuma incentivar seus colegas de curso a participarem dos eventos esportivos da faculdade, e acredita que isso ajuda a criar uma comunidade mais unida e integrada.

A partir das personas desenvolvidas foi possível articular possíveis necessidades dos usuários que auxiliarão na coleta de dados e construção do protótipo. Segundo Garrett (2011) isso não significa que tudo que foi definido será definitivo, é possível que ao longo do processo as informações irão continuar servindo de inspiração, evoluindo e sendo refinada.

4.2 Plano de Escopo

Na segunda fase da metodologia, segundo Garrett, as informações reunidas no plano estratégico se tornam o escopo quando são estabelecidos requisitos específicos relacionados à funcionalidade, conjunto de características do produto, e ao conteúdo do produto. Definir os requisitos, deixe de lado a possível ambiguidade do produto, focando nos conflitos e dificuldades do projeto e trazendo as personas da etapa anterior para o cenário de uso.

As especificações funcionais se referem ao que o produto deve fazer. Já os requisitos de conteúdo, é importante defini-los para estimar o tamanho de cada recurso. Seguindo esses conceitos, a seguir é apresentado no Quadro 4, as especificações funcionais e os requisitos de conteúdo necessários para projetar a estrutura da interface.

Quadro 4 – Especificações Funcionais e Requisitos de Conteúdo

Especificações Funcionais	Requisitos de Conteúdo
Cadastro de Membros	O sistema deve permitir que os membros da atlética universitária se registrem e criem um perfil com suas informações pessoais, como nome, número de matrícula, curso, telefone, endereço de e-mail e senha.
Acompanhamento de desempenho dos times	O aplicativo permite que os membros da atlética universitária acompanhem o desempenho esportivo das diversas modalidades ao longo do tempo. Isso pode incluir recursos

	<p>como registro de estatísticas coletivas, histórico de resultados, classificação de times e outras ferramentas para monitorar o progresso e identificar áreas de melhoria.</p>
<p>Agendamento de treinos</p>	<p>O sistema permite que os membros da atlética universitária agendem treinos em horários disponíveis. Isso pode incluir entrar em um grupo específico da modalidade escolhida para acompanhar todas as informações, como sugestões de horários e locais com base na disponibilidade e na capacidade dos membros. Além disso, o aplicativo pode fornecer opção de como chegar no local dos treinos de forma mais rápida e segura.</p>
<p>Acesso a conteúdo e descrição da atlética</p>	<p>O sistema permite que os usuários tenham acesso a descrição da atlética, quem são, quando surgiu, de onde é e quem são os membros da diretoria e suas funções.</p>
<p>Comunicação Interna</p>	<p>O aplicativo deve permitir que os membros da atlética universitária se comuniquem entre si, trocando mensagens diretas ou em grupos específicos e com as comissões organizadoras de eventos.</p>
<p>Acompanhamento e gerenciamento de Eventos</p>	<p>Os membros terão acesso aos próximos eventos e festas organizadas pela atlética acadêmica, juntamente com informações como data, hora, local, descrição do evento e como comprar ingresso.</p>
<p>Visualização e compra de produtos</p>	<p>O aplicativo permite que os usuários possam visualizar os produtos que são fornecidos pela atlética, além de ter acesso aos valores e como comprá-los.</p>

Fonte: Próprio Autor, 2023

Com a definição das especificações funcionais e requisitos de conteúdo, será possível iniciar a próxima etapa do projeto, que consiste no desenvolvimento da etapa da estrutura.

4.3 Plano de Estrutura

Na etapa da estrutura serão desenvolvidos os aspectos referentes ao **Design de Interação** e **Arquitetura da informação**, onde ambos se assemelham preocupando-se em definir padrões e sequências em que os usuários irão receber as informações, porém se diferem quando o Design de interação se preocupa com a performance e a realização de tarefas, já a Arquitetura da informação se preocupa como a informação será transmitida para o usuário. Independente das semelhanças e diferenças, ambos valorizam a compreensão dos usuários de como eles se comportam e como pensam.

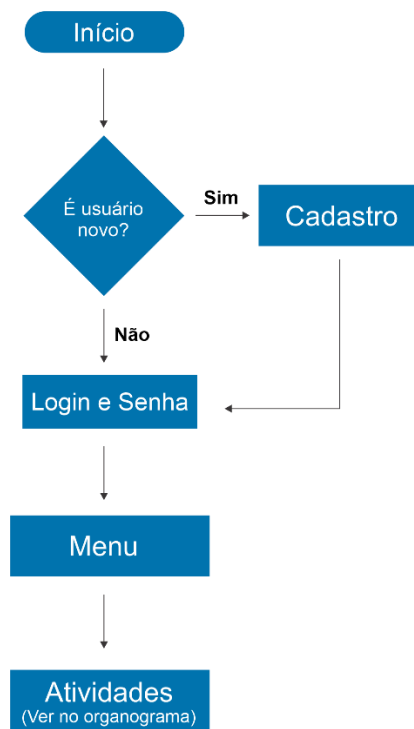
Segundo Garrett (2011, p.81), o “Design da interação preocupa-se com descrever possíveis comportamentos do usuário e definir como o sistema irá acomodar e responder a esse comportamento.” Já a Arquitetura da informação está preocupada em “como as pessoas processam cognitivamente a informação”.

Para desenvolvimento da interface, foram utilizadas duas representações gráficas: o fluxograma para definir o macrofluxo do processo e organograma para definir a estrutura organizacional das atividades.

Um fluxograma é uma representação visual de um processo ou fluxo de trabalho. Ele descreve as etapas sequenciais de um processo, indicando as atividades, as decisões e as emoções entre os diferentes elementos envolvidos. São úteis para mapear e analisar processos, identificar possíveis pontos problemáticos, e comunicar de forma clara e concisa a sequência de etapas necessárias para realizar uma tarefa. Enquanto o organograma é uma representação gráfica da estrutura hierárquica de uma organização. Ele ajuda a visualizar como as diferentes partes de uma organização se relacionam entre si e como a comunicação fluem dentro da estrutura.

Definidos os conceitos, foi criado um fluxograma do sistema na Figura 27 para organizar a distribuição das funções do aplicativo e estruturar a navegação geral dos usuários dentro do sistema.

Figura 27 – Fluxograma do Kanguru



Fonte: Próprio Autor, 2023

A seguir, é apresentado na Figura 28 a construção de um organograma para definir a estrutura organizacional das atividades.

Figura 28 – Organograma do Kanguru



Fonte: Próprio Autor, 2023

Ambas as ferramentas foram construídas para idealizar a estrutura das telas do aplicativo, tornando possível a visualização da navegação geral e de como completar as tarefas de forma mais eficiente, que serão utilizadas para a criação dos *wireframes* na próxima etapa.

4.4 Plano de Esqueleto

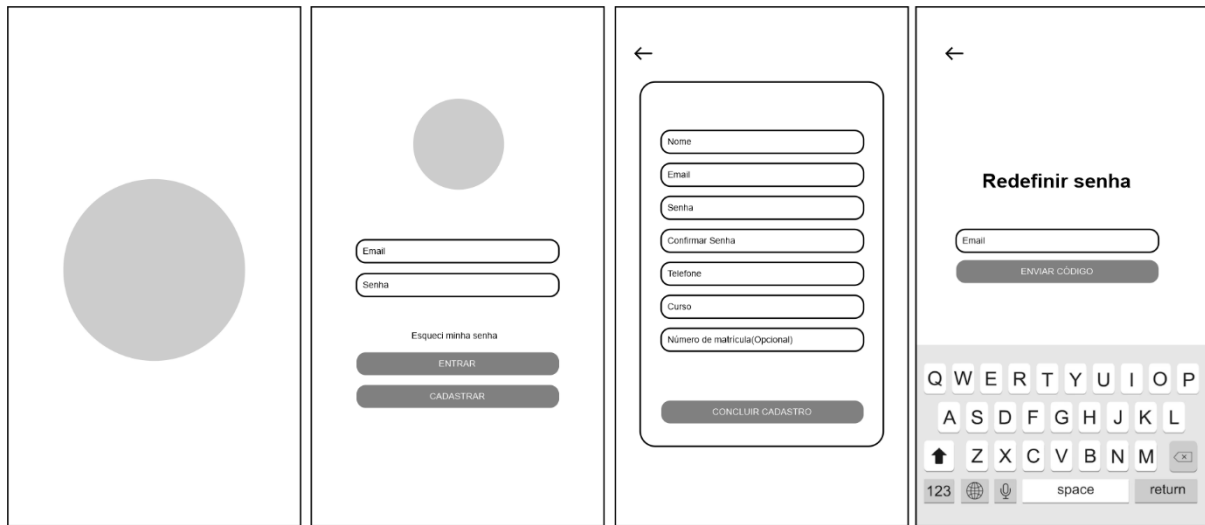
Nesta etapa, é feita a otimização dos principais elementos da interface, como botões, controles, fotos e blocos de texto. Dessa forma, a apresentação do produto é planejada a fim de facilitar a navegação e a interação. Dito isto, serão abordados nesta seção os *wireframes* e o design de navegação.

4.4.1 Wireframes

De acordo com Unger e Chandler (2009), os *wireframes* são protótipos de baixa fidelidade usados para identificar os elementos que serão exibidos nas telas do produto. Eles envolvem componentes como a navegação, as seções de conteúdo, imagem, forma de elementos e botões.

Ao acessar o aplicativo, a primeira tela que o usuário terá contato é a logo da Atlética Kanguru que tem como objetivo de aumentar o reconhecimento da marca. Em seguida, é apresentada a tela "login" e no caso de primeiro acesso, a tela "cadastro", seguindo o sistema do fluxograma apresentado na etapa anterior. Na interface de cadastro, o usuário deve preencher um formulário com suas informações pessoais para controle dos responsáveis do aplicativo. Caso o usuário esqueça a sua senha, existe uma tela para recuperação da mesma. A figura 29 abaixo representa as telas citadas.

Figura 29 – Telas logo Atlética Kanguru, Login, Cadastro e Redefinir senha



Fonte: Próprio Autor, 2023

Após o login, o usuário será levado à tela "início" (Figura 30), onde são destacados os principais conteúdos do aplicativo: acesso às informações de cada modalidade, chat coletivo, perfil da Atlética Kanguru, plano de sócio e os eventos. Além dos ícones de acesso rápido localizados na parte inferior da tela como: mensagens, plano de sócio, menu principal, eventos e lojinha.

Figura 30 – Tela Menu principal (Início)



Fonte: Próprio Autor, 2023

Ao selecionar o ícone localizado no canto superior esquerdo, será exibida a tela perfil do usuário (Figura 31). Nesta tela, estão localizadas as configurações do perfil do usuário, como a visualização e edição do perfil, mensagens, notificações e opção de sair do aplicativo.

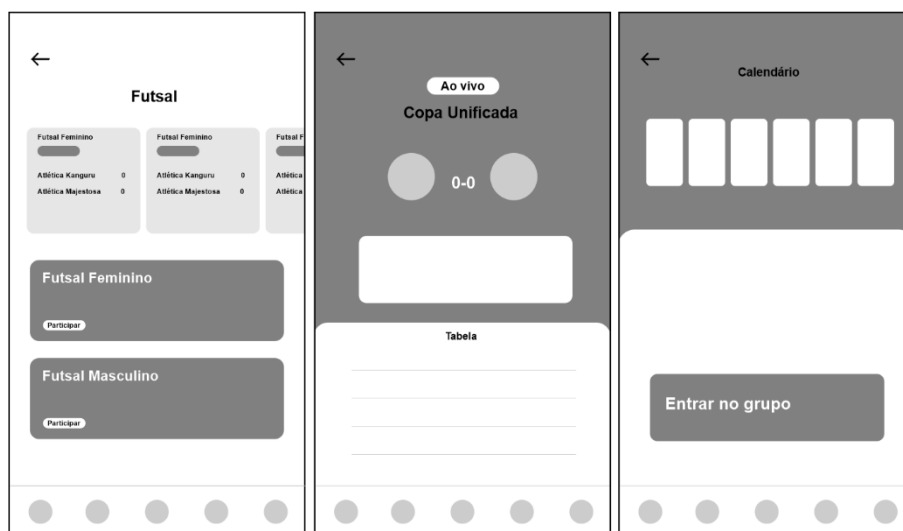
Figura 31 – Tela Perfil



Fonte: Próprio Autor, 2023

Para cada modalidade: Futsal, Volêi, Handball, Cheerleader e E-Sports será exibida uma interface onde o usuário pode ter acesso às partidas que estão acontecendo ao vivo, além de acompanhar a tabela de classificação, agendamento para participação dos treinos e participar do grupo exclusivo da modalidade escolhida. A Figura 32 abaixo representa as telas do futsal, em que o conteúdo se repete para a maioria das outras modalidades.

Figura 32 – Tela Futsal



Fonte: Próprio Autor, 2023

Os outros conteúdos, o usuário será levado às telas referentes ao *chat* coletivo, um grupo coletivo da Atlética, onde terão outros usuários interagindo, mandando mensagens e fotos simultaneamente. A tela do perfil da Atlética Kanguru, onde o usuário pode ter acesso a história da Atlética, acervo de fotos e conhecer a quem faz parte da diretoria. Existe uma interface para quem tem interesse em saber mais sobre o plano de Sócio. Além das telas com todos os detalhes dos eventos como: dia, data, descrição, valor de ingresso e como chegar ao local da festa. E a tela da lojinha, onde são exibidos os produtos da instituição. A Figura 33 mostra as primeiras telas ao acessarem os ícones citados acima.

Figura 33 – Tela Chat Coletivo, Perfil da Atlética Kanguru, Plano de sócio, eventos e lojinha



Fonte: Próprio Autor, 2023

Com isso, foram apresentadas as telas principais do aplicativo contidas na estrutura do fluxograma e organograma mostrados na etapa anterior e que representam as funcionalidades do aplicativo. As telas desdobradas a partir da sua navegação e que demonstram a usabilidade do produto, serão expostas no tópico de Design de navegação.

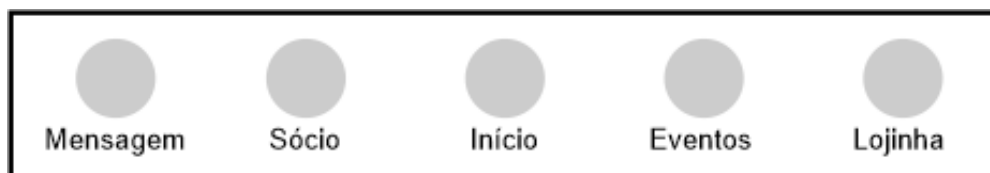
4.4.2 Design de navegação

De acordo com Garret (2011), o design de navegação deve ser objetivo para o usuário saber onde ele está e onde ele pode chegar, e para isso existem três objetivos para que a navegação seja bem sucedida: A Interface deve oferecer recursos para o usuário navegar de um ponto ao outro, facilitando o real comportamento do usuário. O Design da Navegação deve comunicar a relação que os elementos possuem, destacando os mais importantes, por exemplo. E deve haver um alinhamento entre conteúdo e o que a página está mostrando.

Para o usuário navegar pelo aplicativo Kanguru é necessário definir um conjunto de elementos que representem de forma apropriada o acesso à informação. Nesta interface, a navegação principal será contida na barra de navegação inferior, que se manterá visível na maioria das telas, com exceção dos momentos em que a tarefa que o usuário está realizando precisa de foco exclusivo. Logo, a conclusão de tarefas fica mais fácil, rápida.

Os itens na navegação foram escolhidos de acordo com as funções definidas nos requisitos funcionais pela coleta de dados com usuários. Nas abas "mensagem", "sócio", "eventos" e "lojinha", oferece ao usuário o acesso direto à página inicial de cada item. E na aba "início" tem a função de direcionar para o Menu principal do aplicativo onde se encontra todos os itens que a interface fornece. A Figura 34 mostra todos os itens citados acima referente a barra inferior da interface.

Figura 34 – Barra de navegação Inferior



Fonte: Próprio Autor, 2023

4.5 Plano Superfície

Na etapa final, chegou-se ao plano de superfície que é o último plano descrito na metodologia Garret (2011). O plano tem o objetivo de tornar visuais os elementos definidos no plano de esqueleto, utilizando-se de contrastes, cores e tipografias para ajudar traçar um caminho visual.

Ainda falando sobre o caminho visual, não foi feita nenhuma alteração de marca e cor para a construção da interface. Procurou-se manter toda a linguagem visual do manual de marca elaborada e desenvolvida neste projeto para as suas aplicações.

Após a definição dos elementos, o protótipo será avaliado a partir das heurísticas de Nielsen para ajudar a identificar problemas comuns que podem comprometer a experiência do usuário, assim como entender se o fluxo e telas fazem sentido para o usuário e o que poderia ser melhorado.

Antes de detalhar a função de cada uma das telas, faz-se necessário uma explanação dos ícones, cores e tipografias utilizados nas telas do aplicativo.

1. Ícones

Com o objetivo de auxiliar os usuários a identificar e acessar rapidamente as diferentes partes do aplicativo, além de ajudar a se deslocarem pelo aplicativo de maneira intuitiva, a Figura 35 abaixo mostra todos os ícones presentes no aplicativo Kanguru.

Figura 35 – Ícones do aplicativo Kanguru

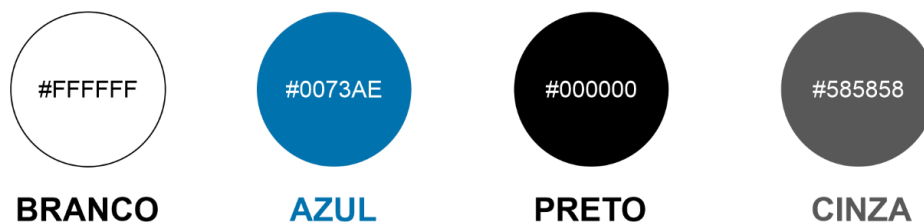


Fonte: Próprio Autor, 2023

2. Cores

Na paleta de cores do aplicativo, se mantem as cores branca, azul e preta, cores já evidenciadas na construção e desenvolvimento do logotipo da Atlético Kanguru. Na interface a maioria das telas possuem o fundo branco e o azul como contraste para dar destaque nas informações ou ícones mais importantes. O preto aparece na maioria das vezes para evidenciar títulos e o cinza é aplicado para os demais textos. A Figura 36 abaixo apresenta a paleta de cores do aplicativo Kanguru.

Figura 36 – Paleta de cores aplicativo Kanguru

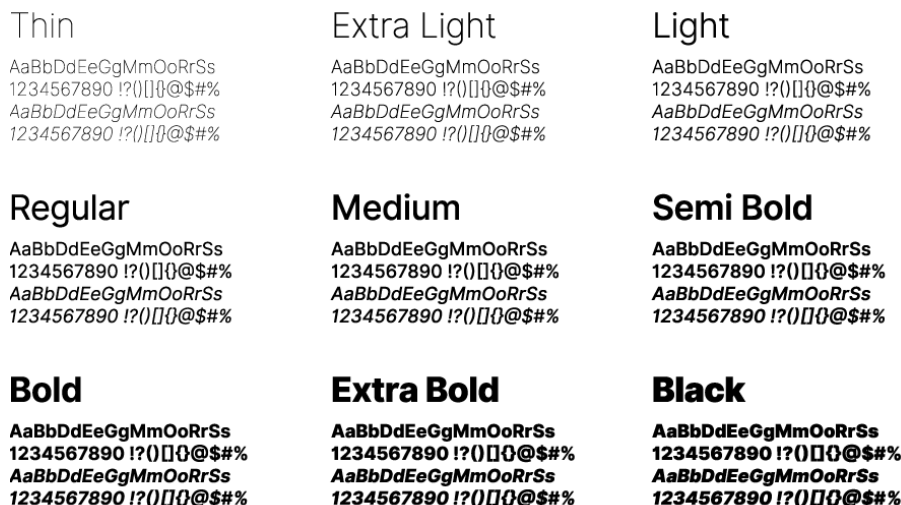


Fonte: Próprio Autor, 2023

3. Tipografia

A tipografia escolhida para ser utilizada no aplicativo Kanguru foi a família tipográfica Inter. Tendo em vista que é uma fonte que apresenta formas simples, possui uma boa legibilidade e uma variedade grande de estilos que permite trabalhar melhor com hierarquias. A Figura 37 apresenta a família tipográfica utilizada no protótipo.

Figura 37 – Paleta de cores aplicativo Kanguru



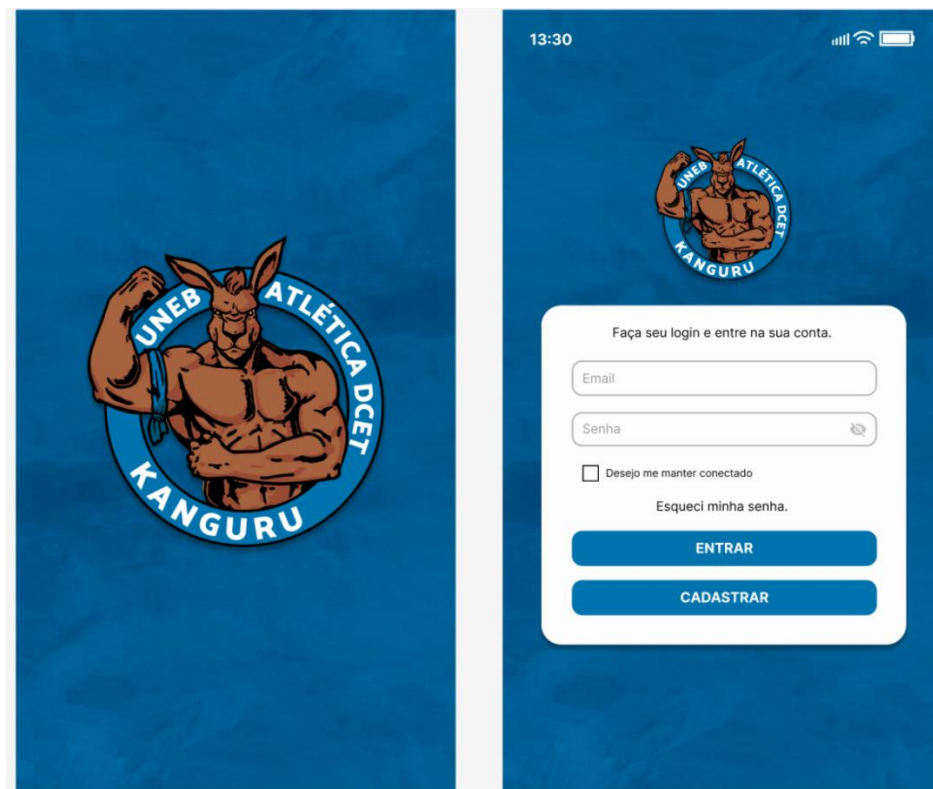
Fonte: Fontquirrel, 2019

4. Protótipo

O conjunto de todos os elementos apresentados até agora foi essencial para a definição de um estilo específico que auxiliasse na harmonia da identidade visual da interface. Dessa forma, os próximos passos deste trabalho seguiram com todas as etapas já executadas pela metodologia e a aplicação do estilo das sequências de telas para produzir o protótipo visual.

A marca desenvolvida foi aplicada nas telas iniciais de carregamento e de *login* (Figura 38). Além dessas aplicações, a marca será vista como um ícone no Menu principal para uma das funções do aplicativo que representa o perfil da Atlética.

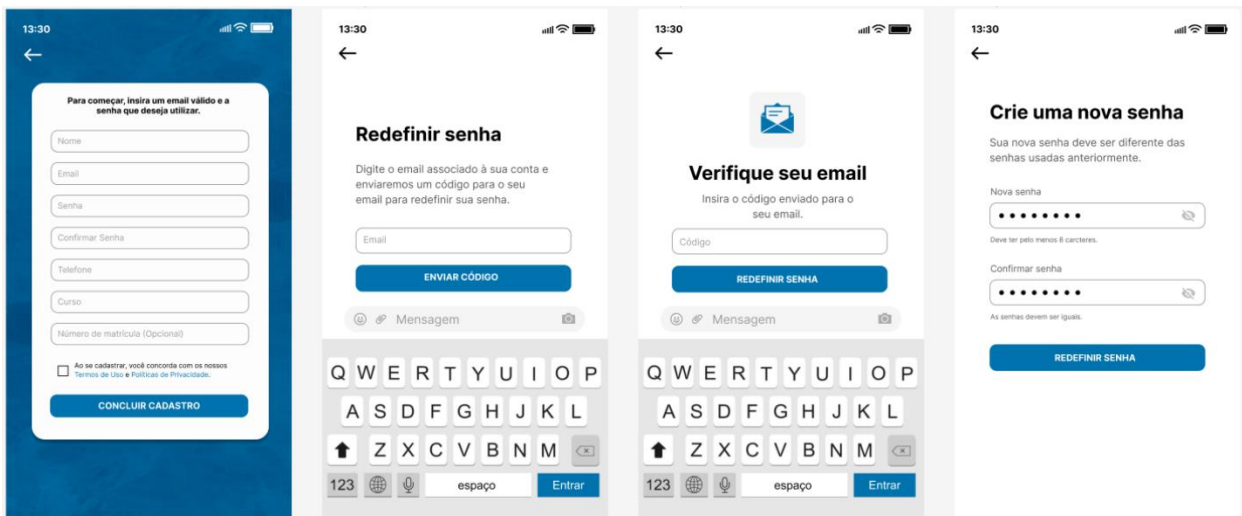
Figura 38 – Telas de carregamento e de *login*



Fonte: Próprio Autor, 2023

Na interface de cadastro, o usuário deve preencher um formulário com suas informações pessoais, caso o usuário esqueça a sua senha, existem as telas para recuperação da mesma. A figura 39 abaixo representa as telas citadas.

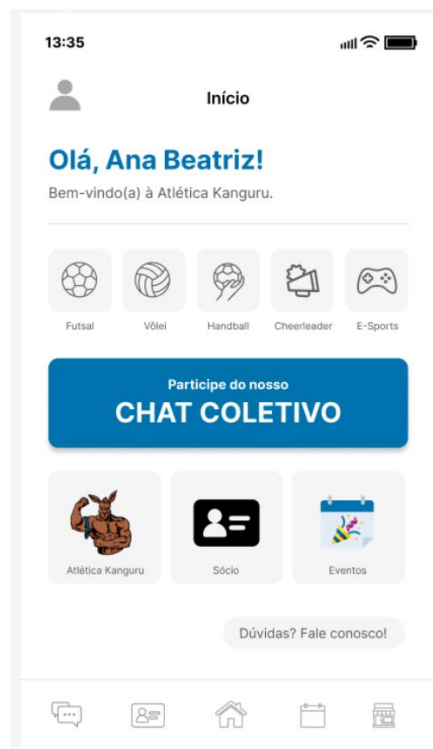
Figura 39 – Telas de Cadastro e Redefinir senha



Fonte: Próprio Autor, 2023

A interface conta com um estilo limpo, simples, fácil e de rápido acesso, essencial em momentos onde o usuário pode completar diversas tarefas, como apresentado no Menu Principal (Figura 40). Por isso, o foco se encontra no contraste e no espaço entre os elementos.

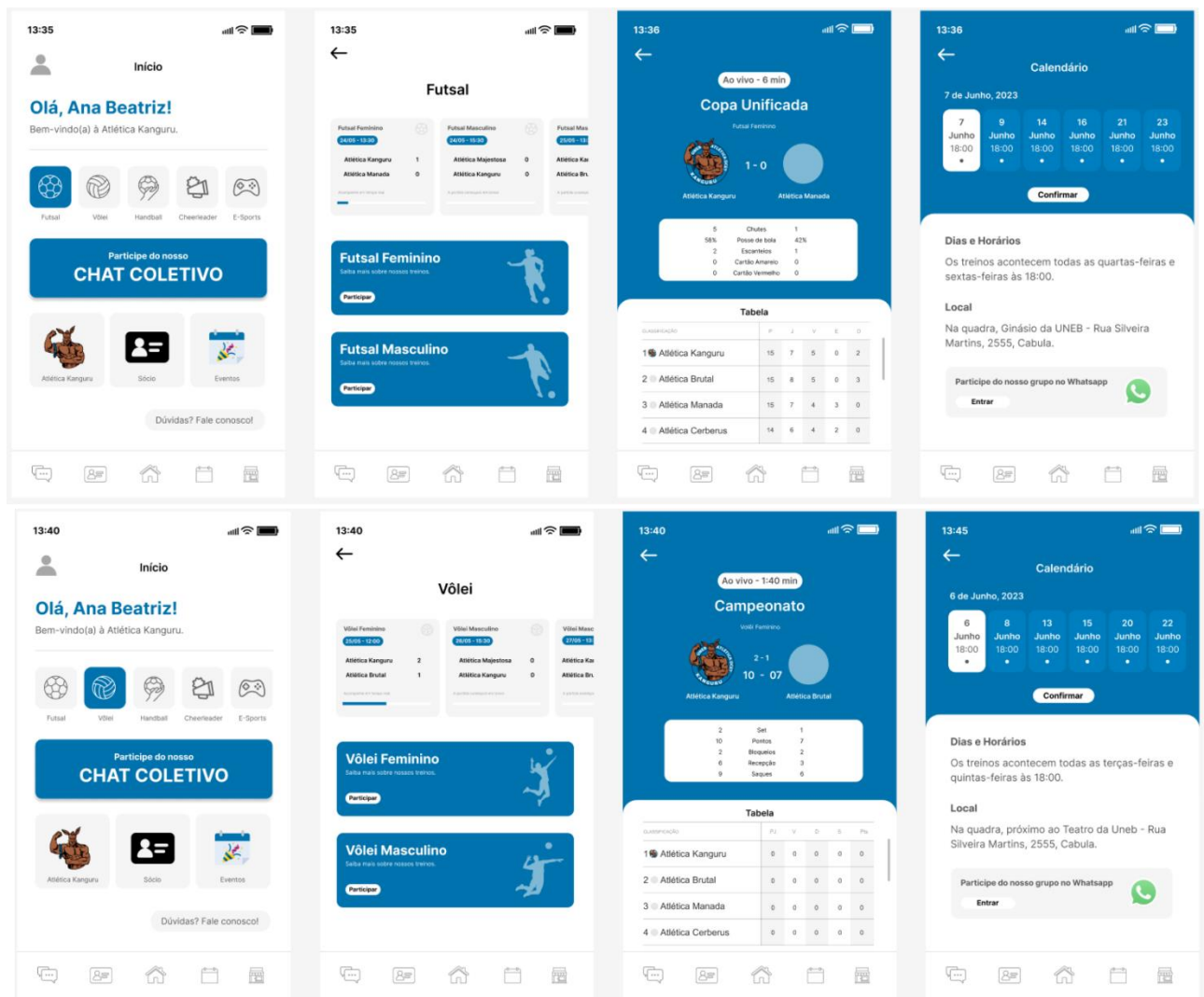
Figura 40 – Tela Menu principal



Fonte: Próprio Autor, 2023

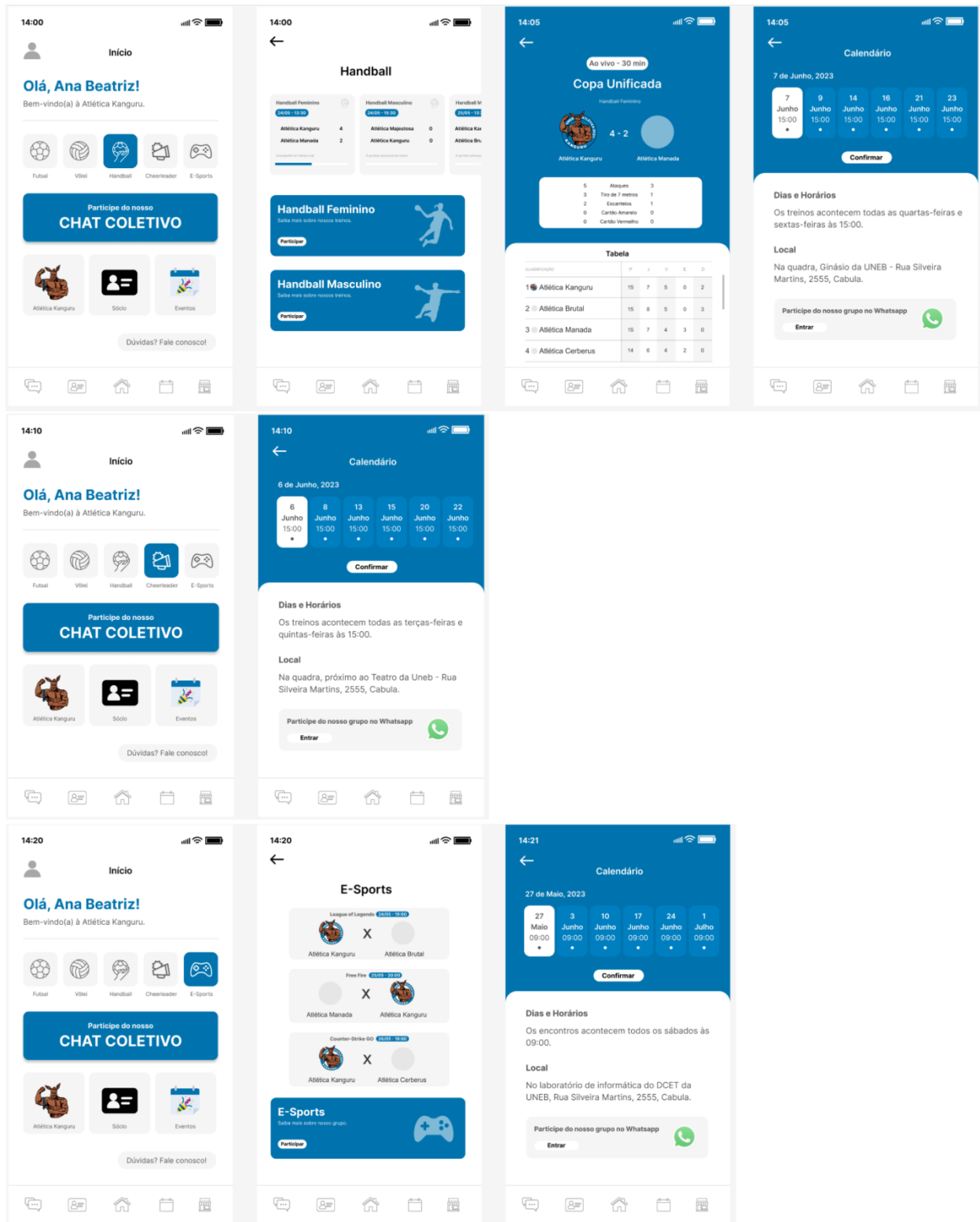
Para estabelecer uma harmonia entre as telas, os padrões da interface se repetem nas telas para cada modalidade esportiva, sendo diferenciadas por ícones para identificação e pelos títulos exibidos. Nessas telas o usuário pode ter acesso as partidas ao vivo, a tabela de classificação, agendamento para participação dos treinos e participar do grupo exclusivo da modalidade escolhida. As Figura 41 e 42 mostra todas as telas de todas as modalidades presentes no aplicativo.

Figura 41 – Telas de Fusal e Vôlei



Fonte: Próprio Autor, 2023

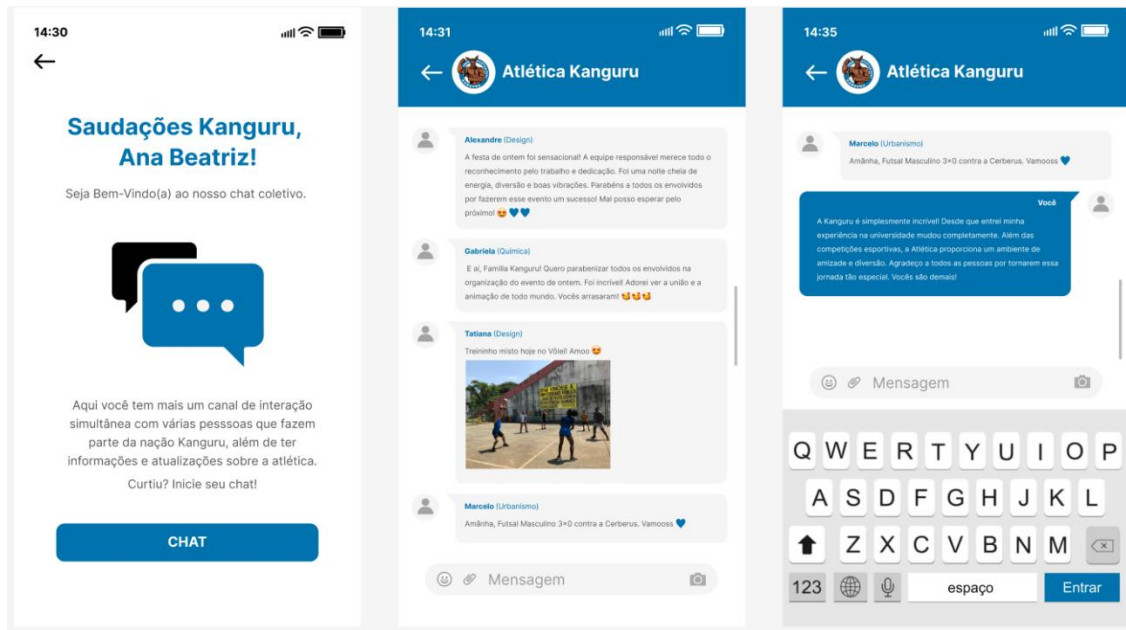
Figura 42 – Telas de Handball, Cheerleader e E-Sports



Fonte: Próprio Autor, 2023

Um das principais telas do aplicativo Kanguru é o *Chat Coletivo*, que é um grupo coletivo onde todas as pessoas que tem acesso ao aplicativo podem participar, com o intuito de unir e ampliar a interação com todos os usuários. A Figura 43 apresenta as telas do Chat Coletivo citada a cima.

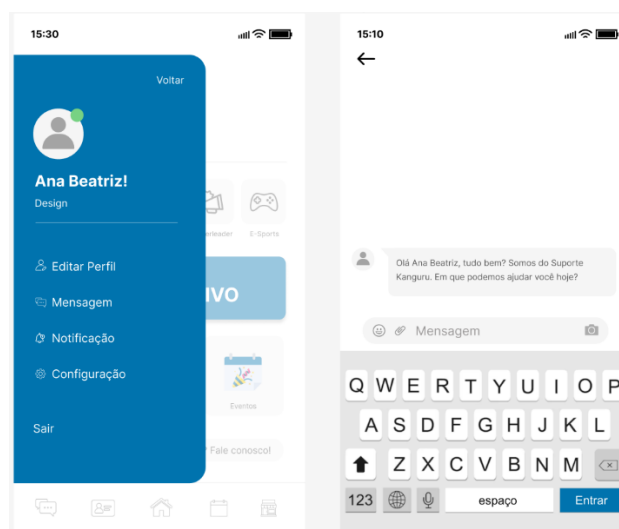
Figura 43 – Telas Chat Coletivo



Fonte: Próprio Autor, 2023

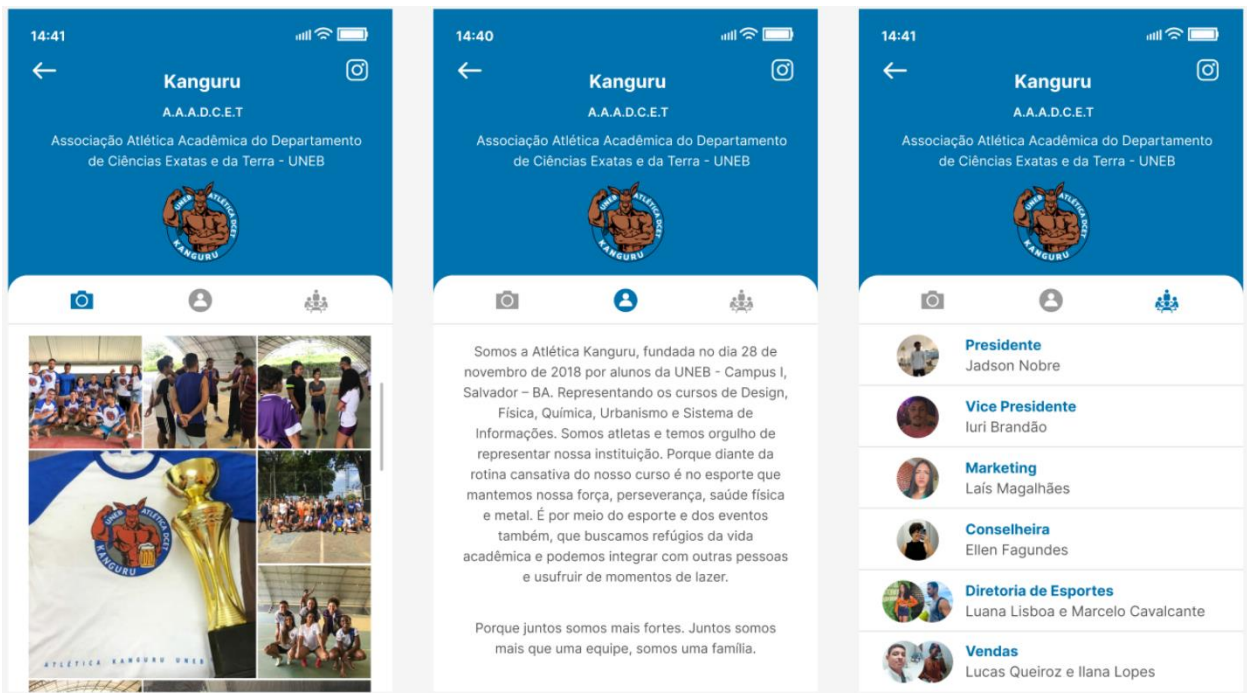
A interface segue os padrões estabelecidos na etapa anterior para que o usuário se sinta familiarizado através da consistência do design visual. Foi desenvolvido um conjunto com as demais telas expostas nas Figuras 44 a 47.

Figura 44 – Telas configurações do Perfil e Fale conosco



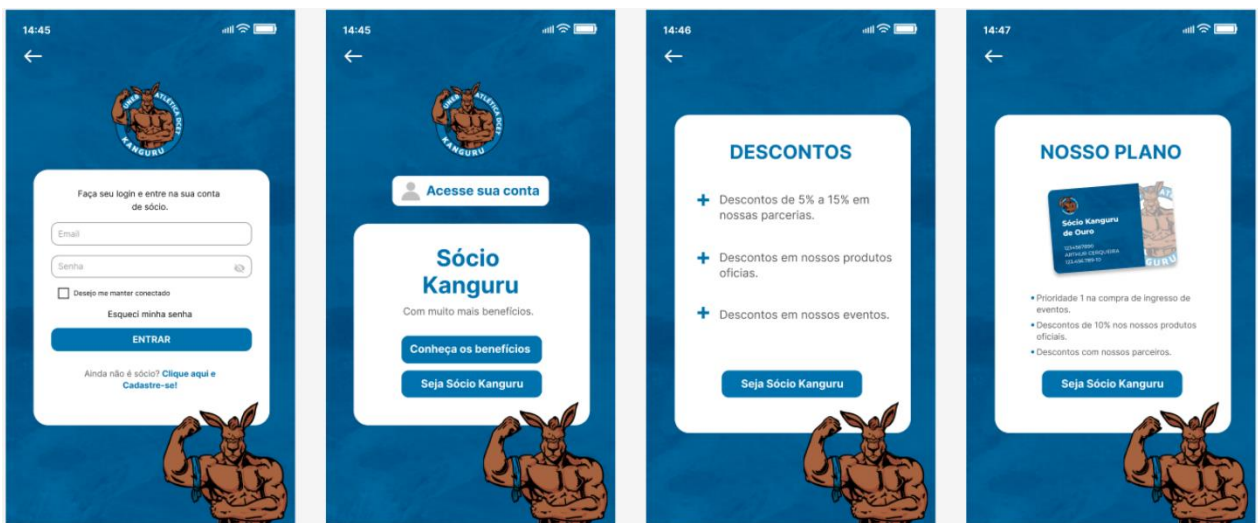
Fonte: Próprio Autor, 2023

Figura 45 – Telas Fotos, Atlético Kanguru e Diretores



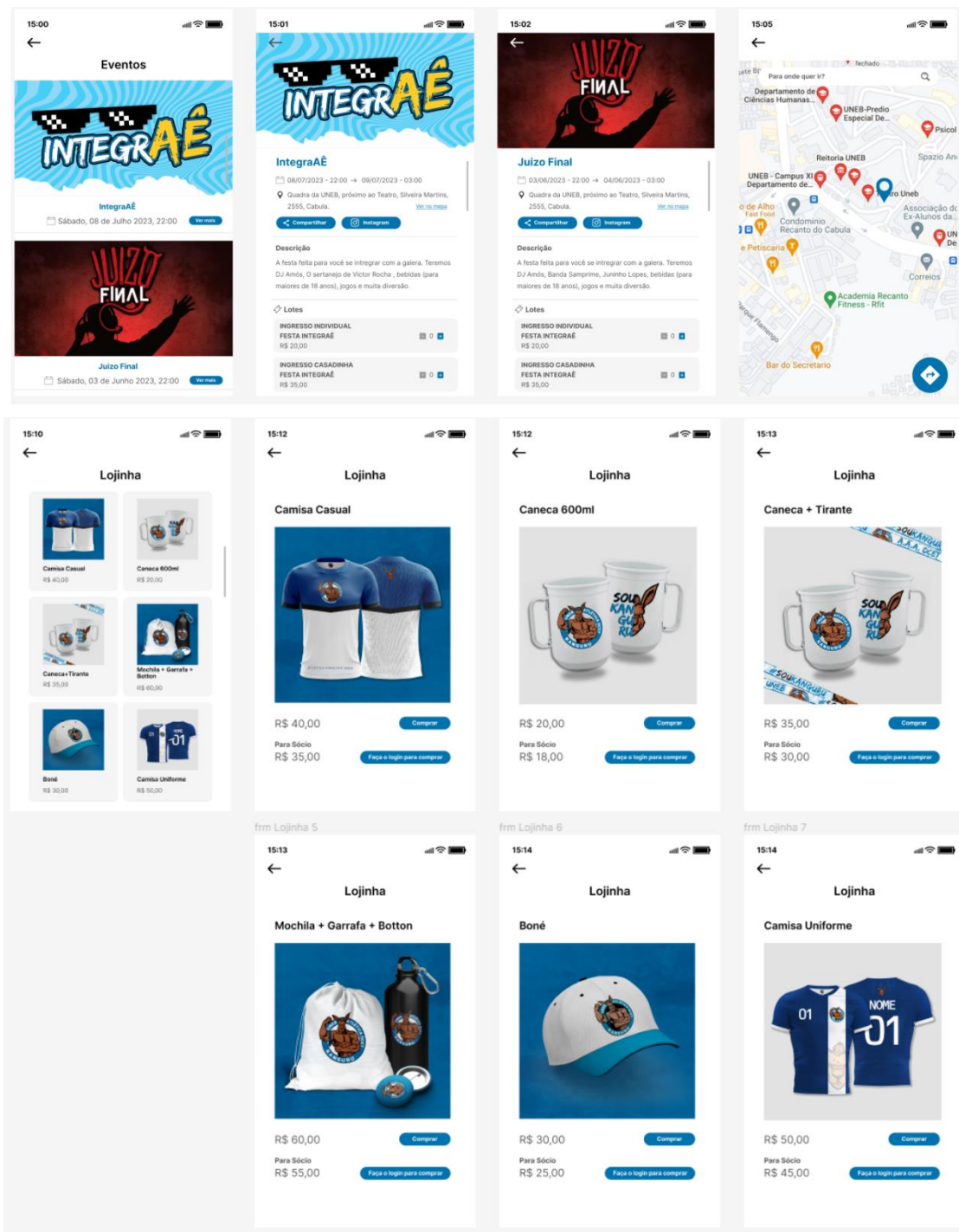
Fonte: Próprio Autor, 2023

Figura 46 – Telas Sócio Kanguru



Fonte: Próprio Autor, 2023

Figura 47 – Telas Eventos e Lojinha



Fonte: Próprio Autor, 2023

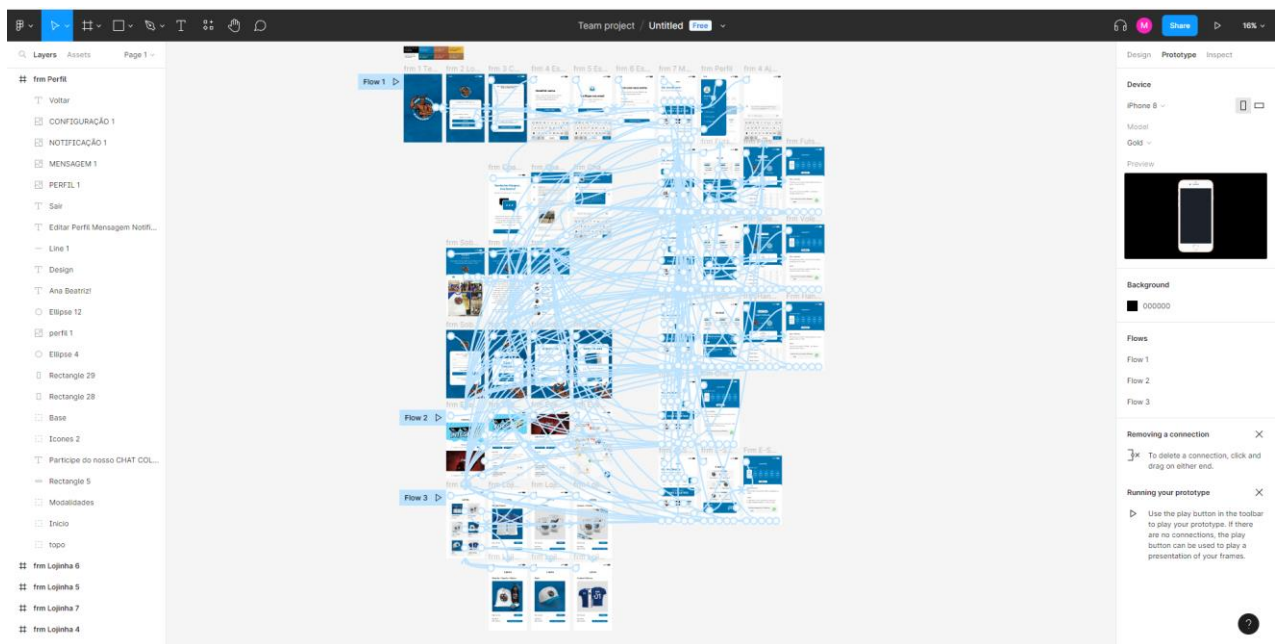
Para realizar a validação do protótipo com as telas que foram desenvolvidas viu-se necessário utilizar uma ferramenta que conseguisse simular o uso, e possíveis interações do usuário com o sistema. O protótipo do projeto foi criado usando a ferramenta FIGMA, protótipo esse navegável que conta com todas as interações de

botões, telas e ações simulando um produto real. Para melhor entendimento o protótipo utilizado encontra-se neste link:

[//www.figma.com/proto/ZOjx9ExiJTR7Y3FPLLwi7c/Untitled?type=design&node-id=5-3&scaling=scale-down&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=5%3A3&show-proto-sidebar=1](https://www.figma.com/proto/ZOjx9ExiJTR7Y3FPLLwi7c/Untitled?type=design&node-id=5-3&scaling=scale-down&page-id=0%3A1&starting-point-node-id=5%3A3&show-proto-sidebar=1)

A seguir, é apresentado na Figura 48 o software usado para criação do protótipo navegável.

Figura 48 - Captura de tela do software FIGMA, usado para criação do protótipo navegável



Fonte: Próprio Autor, 2023

4.6 Validação do protótipo

Esta etapa tem sua importância na validação do protótipo do aplicativo Kanguru desta presente pesquisa. O objetivo deste teste é identificar e avaliar possíveis problemas na usabilidade do aplicativo utilizando diretrizes e técnicas desenvolvidas por Jakob Nielsen, também conhecida como heurísticas de usabilidade de Nielsen.

Para Nielsen (2000) a avaliação é atividade fundamental em qualquer processo de desenvolvimento que busque produzir um sistema interativo com alta qualidade de uso, pois permite: fazer um julgamento de valor sobre a qualidade de uso e identificar problemas de interação. Assim, a avaliação visa verificar se o sistema apoia adequadamente os usuários a atingirem seus objetivos em um contexto de uso.

A Avaliação Heurística é um método de avaliação para encontrar problema de usabilidade; é uma inspeção sistemática da interface em busca de problemas que prejudiquem a usabilidade; é uma avaliação rápida e de baixo custo (NIELSEN, 2000).

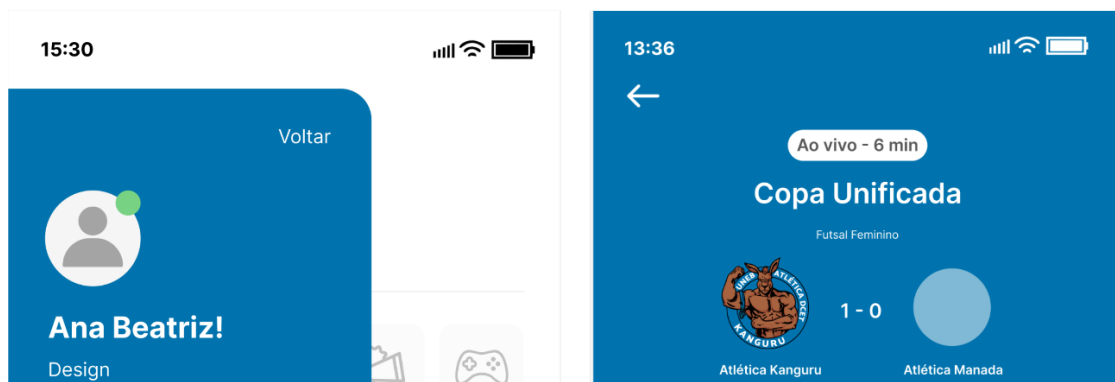
Esse método define um conjunto de diretrizes de usabilidade, que descrevem características desejáveis da interface e da interação.

Diante das definições, os resultados que serão apresentados mostram a aplicação do método de Heurística de Nielsen na avaliação do aplicativo Kanguru. Assim, será apresentada toda a dinâmica do aplicativo conforme as heurísticas a seguir:

- **Visibilidade do status do sistema:** O sistema permite que o usuário mantenha informado em real tempo.

O aplicativo fornece feedback sobre está conectado, como o ícone de online na configuração do perfil e o estado de acompanhar os jogos ao vivo, mostrado na Figura 49.

Figura 49 – Telas do Perfil e Jogo ao vivo

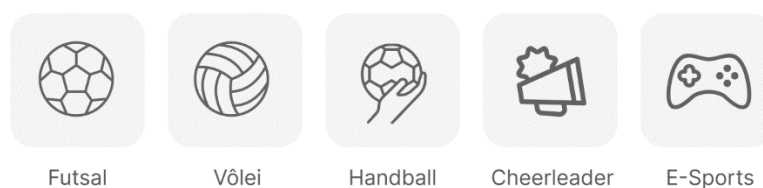


Fonte: Próprio Autor, 2023

- **Correspondência entre o sistema e o mundo real:** Uso de elementos intuitivos, facilitando a tomada de decisões do usuário.

O aplicativo utiliza ícones e conceitos familiares aos usuários, para que eles possam compreender e interagir com o sistema de forma intuitiva. Por exemplo, a opção das modalidades como "Futsal", "Vôlei" ou "Handball", que são termos mais familiares do que técnicos, mostrado na Figura 50.

Figura 50 – Barra de modalidades



Fonte: Próprio Autor, 2023

- **Liberdade de controle fácil pelo usuário:** Permite ao usuário a interação com suas decisões, podendo por exemplo, cancelar uma operação realizada.

O aplicativo permite que os usuários desfçam ações indesejadas ou errôneas, oferecendo opções de retorno ou cancelamento. Por exemplo, se um usuário selecionar o evento errado, o aplicativo fornece uma opção para voltar à tela anterior e corrigir a seleção, mostrado na Figura 51.

Figura 51 – Tela evento Integraê



Fonte: Próprio Autor, 2023

- **Consistência e padrões:** Mantem um visual padrão, permitindo a facilidade de visualização.

O aplicativo segue padrões e convenções de design comuns para que os usuários possam reconhecer e entender facilmente como realizar ações e navegar por diferentes telas. Elementos como botões, menus e ícones consistentes em todo o aplicativo. Por exemplo, o botão de "Voltar" está sempre localizado no canto superior esquerdo e tem a mesma aparência em todas as telas, mostrado na Figura 52.

Figura 52 – Tela título Lojinha

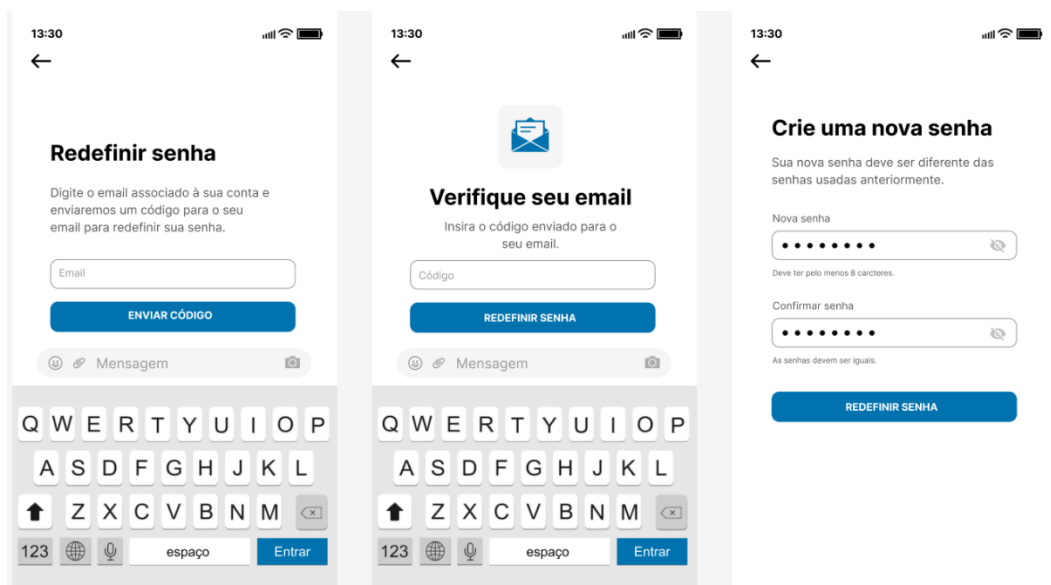


Fonte: Próprio Autor, 2023

- **Prevenção de erros:** O usuário ao realizar algum tipo de erro, o sistema bloqueia e auxilia em tomada de decisões corretas.

O aplicativo foi projetado de forma a evitar que os usuários cometam erros ou realizem ações indesejadas. Por exemplo, se um usuário esquecer a senha para acesso, o aplicativo mostra passo a passo com o usuário deve fazer para recupera-la, mostrado na Figura 53.

Figura 53 – Tela Redefinir senha



Fonte: Próprio Autor, 2023

- **Reconhecimento em vez de memorização:** O usuário não sente a necessidade de memorização para que chegue dentro do sistema utilizado.

O aplicativo apresenta informações e opções de forma clara e visível, para que os usuários possam reconhecê-las facilmente, em vez de ter que lembrar delas. Por exemplo, na confirmação da participação dos treinos que no aplicativo aparecerá a opção do dia escolhido e como confirmar, mostrado na Figura 54.

Figura 54 – Tela Calendário



Fonte: Próprio Autor, 2023

- **Flexibilidade e eficiência de uso:** Permite que usuários com baixo entendimento e alto entendimento se enquadrem dentro do sistema utilizado. O aplicativo oferece recursos e funcionalidades que incidem aos usuários realizar tarefas de forma rápida e eficiente, levando em consideração diferentes níveis de experiência e influência. Por exemplo, o aplicativo pode fornecer funções que para sua identificação possuem um ícone e a descrição logo abaixo, como mostrado na Figura 55.

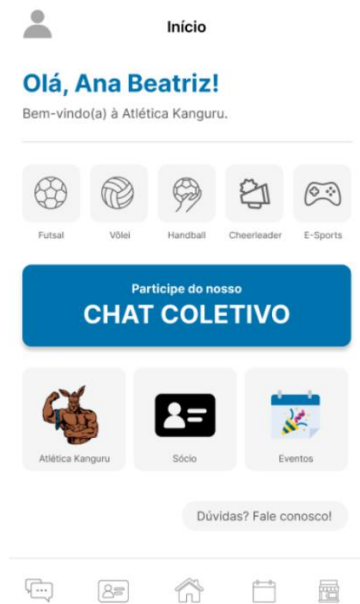
Figura 55 – Tela ícones do Menu Principal



Fonte: Próprio Autor, 2023

- **Estética e Design Minimalista:** Um layout simples e sem acréscimo de informação desnecessária. O aplicativo apresenta uma interface visual limpa, com elementos bem organizados e uma estética agradável. O design é intuitivo, com uso adequado de espaços em branco, cores e fontes, evitando o excesso de informações e elementos desnecessários. Isso ajuda os usuários a focarem nas tarefas principais e facilitar a compreensão e a navegação no aplicativo, como mostrado na Figura 56.

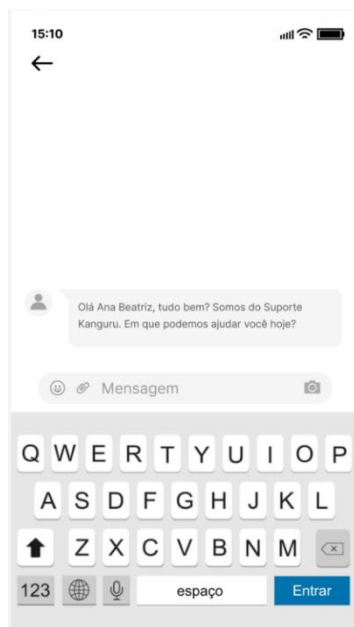
Figura 56 – Tela de Início



Fonte: Próprio Autor, 2023

- **Ajuda e Documentação:** O aplicativo deve fornecer recursos de ajuda e documentos para orientar os usuários em caso de dúvidas ou dificuldades. O aplicativo apresenta opção de conversar com o suporte. É importante que os usuários tenham acesso a informações claras e relevantes para solucionar problemas ou obter orientações sobre como utilizar o aplicativo de maneira eficiente. Como mostrado na Figura 57.

Figura 57 – Tela do Suporte



Fonte: Próprio Autor, 2023

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo se propôs a desenvolver o redesign da logo e criação de um protótipo de aplicativo para a Associação Atlética Acadêmica do DCET da UNEB, com o objetivo de proporcionar uma nova experiência de interação para os alunos. Através do redesign do logotipo, a identidade visual da atlética foi modernizada, entendendo a contribuição para fortalecer a identidade da Atlética e sua presença visual, além de novas formas de enxergar a Atlética como papel de transformação social e representatividade.

Deu-se início para reconstrução e refinamento da marca com base na pesquisa realizada durante o trabalho. Foi necessário levantar todas as informações com relação a associação, criando o seu conceito para fortalecer os seus valores e a sua nova identidade visual. E como resultado, ocorreu a criação de produtos aplicando o novo conceito da marca.

A pesquisa se propôs na etapa seguinte a desenvolver o aplicativo para otimizar as relações dos estudantes com a Atlética do DCET, com os objetivos específicos relacionados a compreensão e aplicação de princípios de usabilidade e navegação, capturando as necessidades do usuário, e aplicando a metodologia de Garrett para prototipação do aplicativo Kanguru. Este aplicativo oferece recursos como o acesso fácil a informações sobre as modalidades esportivas, a programação de eventos, além de possibilitar a interação entre os membros da comunidade acadêmica.

Este estudo mostrou também a importância de entender o contexto do usuário, suas necessidades e suas dores, aplicando assim métodos de pesquisa adequados ao sistema, para suprir dúvidas que vão surgindo no desenvolvimento do projeto. O fato é que um produto nunca tem um fim em sua pesquisa e em seu desenvolvimento, como próximos passos desse projeto seriam a aplicação do teste de usabilidade com os usuários reais para análises e melhorias que podem ser implementadas.

Sendo assim, o objetivo da pesquisa foi cumprido, sob o ponto de vista acadêmico. O aplicativo Kanguru se mostrou uma ferramenta aberta a novas atualizações sejam elas de funcionalidade e outras versões, sendo replicado para interfaces web, aplicativo para tablet, bem como outras tecnologias que possam surgir no futuro.

REFERÊNCIAS

AGNI, Edu. **Don Norman e o termo “UX”**: User Experience não se resume a um layout bonito, mas sim a forma com que você experiencia um produto ou serviço, 2016. Acesso em 16/03/2023.

ALMEIDA, L. S., & SOARES, A. P. (2003). **Os estudantes universitários: sucesso escolar e desenvolvimento psicossocial**. Em E. Mercuri & S. A. J. Polydoro (Orgs.), Estudante universitário: características e experiências de formação (pp. 15-40). Taubaté: Cabral.

AMERICAN Marketing Association. (2018). <https://www.ama.org/>. Acesso em 09/04/2023

BONILLA, M. H. **Escola aprendente: para além da sociedade da informação**. Rio de Janeiro: Quartet, 2005.

CONSOLO, C. (2015). **Marcas: design estratégico. Do símbolo à gestão da identidade corporativa**. Blucher

CYBIS, Walter; BETIOL, Adriana; FAUST, Richard. **Ergonomia e Usabilidade: Conhecimentos, Métodos e Aplicações**. 3.ed. São Paulos: Novatec Editora, 2015. p.488.

DIAS, Cláudia. **Usabilidade na web: criando portais mais acessíveis**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2003.

Digital 2021. **We Are Social UK**, 2021. Disponível em: <https://wearesocial.com/uk/blog/2021/01/digital-2021-uk/>. Acesso em 26/02/2023 às 14:00.

ESTATUTO da Associação Atlética Acadêmica do DCET – Kanguru. Salvador, 2019.

GARRETT, Jesse James. **Os elementos do utilizador experiência: design centrado no usuário para a web e além**. 2. ed. Berkeley - CA: Pearson Education, 2011.

LECHETA, R. R. **Google Android**. 5ª ed. São Paulo: Novatec, 2013.

LEE, V.; SCHNEIDER, H.; SCHELL, R. **Aplicações móveis: arquitetura, projeto e desenvolvimento**. São Paulo: Pearson, 2005. Citado na página 5.

LOURENÇO, Ana. **Passei, e agora? O que o calouro deve saber da vida universitária**. Disponível em: <https://guiadoestudante.abril.com.br/orientacaoprofissional/passei-e-agora-o-que-o-calouro-deve-saber-da-vida-universitaria>. Acesso em 26/02/2023.

MACHADO, Josemeire Dias. **Estratégias de Avaliação para o Desenvolvimento de MOOC – Massive Open Online Course**. Salvador, 2021. Acesso em 26/02/2023.

MAGALHÃES, Lais Guimarães. et al. **Estatuto Da Associação Atlética Acadêmica do Dcet – Kanguru**. Salvador, 2019.

MARTINS, J. R. **Branding**: o manual para você construir, gerenciar e avaliar marcas. 3 ed. São Paulo: Global Brands, 2006. 313p.

NIELSEN, J. **Projetando Web Sites**. Rio de Janeiro: Editora Campus, 2000.

NIELSEN, J. **10 Usability Heuristics for User Interface Design**. 1995. <http://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>.

NITAHARA, AKEMI. **Estudo mostra que a pandemia intensificou o uso das tecnologias digitais**. Rio de Janeiro, 2021.

NORMAN, D. **O termo "UX"**. [Entrevista cedida a] NNGroup. Califórnia, 2 jul. 2016. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=9BdtGjoiN4E>. Acesso em 15/03 2021.

OLIVEIRA, Guilherme César de. **Gestão Organizacional nas Atléticas**: um estudo sobre gerenciamento das Associações Atléticas Acadêmicas do DF. Brasília, 2016.

PAZMINO, A. V.: **40 Métodos Para Design de Produtos**. [S.l.]: Blucher, 1969.

RIBEIRO, G. M.; MARIN, E. C. Universidades públicas e as políticas de esporte e lazer. **Revista do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer**, v. 15, n. 3, 2012.

RIBEIRO, Milton. **Planejamento visual gráfico**. Brasília: LGE Editora. 2003. Disponível em: Acesso em: 11/04/2023

STRUNCK, G. L. **Como criar identidades visuais para marcas de sucesso**. Rio de Janeiro: Rio Books, 2001.

TEIXEIRA, Fabricio. **Introdução e boas práticas em UX Design**. São Paulo: Casa do Código, 2017. p. 263

UNGER, R.; CHANDLER, C. **A Project Guide to UX Design: For user experience designers in the field or in the making**. 1. ed. Berkeley: New Riders, 2009.

VELOSO, R. **Tecnologias da Informação e da Comunicação**: desafios e perspectivas. 1 a Ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

Brasileiros são os que passam mais tempo por dia no celular, diz levantamento. Disponível em: <https://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2022/01/12/brasileiros-sao-os-que-passam-mais-tempo-por-dia-no-celular-diz-levantamento.ghtml>. Acesso em 28/11/2022 às 21:00.