



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

Beatriz Blanco Guimarães

**LIZZY: UM APLICATIVO DE COMPARTILHAMENTO DE LEITURAS E CLUBE DO
LIVRO DIGITAL**

Salvador

2025

Beatriz Blanco Guimarães

**LIZZY: UM APLICATIVO DE COMPARTILHAMENTO DE LEITURAS E CLUBE DO
LIVRO DIGITAL**

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: Prof. Dra. Josemeire Machado Dias

Salvador

2025



FOLHA DE APROVAÇÃO

TÍTULO: " LIZZY: UM APLICATIVO DE COMPARTILHAMENTO DE LEITURAS E CLUBE DO LIVRO DIGITAL "

BEATRIZ BLANCO GUIMARÃES

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Design da Universidade Estadual da Bahia, em 04 de julho de 2025, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de Bacharel em Design, conforme avaliação da Banca Examinadora:

Orientadora: Profa. Dra. Josemeire Machado Dias – UNEB
Doutorado em Educação e Contemporaneidade - UNEB

Profa. Dra. Andrea de Matos Machado - UNEB
Doutorado em Artes Visuais - UFBA

Prof. Me. France Ferreira de Souza Arnaut – IFBA
Mestrado profissional em Gestão e Tecnologias Aplicadas à Educação - UNEB

RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso consiste na elaboração de um protótipo navegável de aplicativo móvel de um clube do livro digital, com o objetivo de compartilhar leituras e interagir entre os usuários. A metodologia adotada contemplou a revisão de literatura para fundamentar teoricamente a pesquisa, além da análise de referências similares, com o intuito de contextualizar o problema e identificar abordagens já empregadas em estudos ou projetos correlatos. A metodologia utilizada foi design *thinking*, seguindo as etapas: empatia, definição, ideação, prototipação e teste.

Palavras-chaves: UX design. Clube do livro. Aplicativo mobile.

ABSTRACT

This final project consists of developing a navigable prototype of a mobile application for a digital book club, with the aim of sharing readings and interacting among users. The methodology adopted included a literature review to theoretically support the research, in addition to the analysis of similar references, with the aim of contextualizing the problem and identifying approaches already used in related studies or projects. The methodology used was design thinking, following the steps: empathy, definition, ideation, prototyping and testing.

Keywords: UX design. Book club. Mobile app.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Interface do Goodreads.....	17
Figura 2 - Interface do Skoob.....	17
Figura 3 - Interface do Youtube.....	18
Figura 4 - Interface do Instagram.....	19
Figura 5 - Interface do TikTok.....	20
Figura 6 - Exemplo de visibilidade.....	23
Figura 7 - Exemplo de feedback.....	24
Figura 8 - Exemplo de restrição.....	25
Figura 9 - Exemplo de mapeamento.....	26
Figura 10 - Exemplo de consistência.....	27
Figura 11 - Exemplo de Affordance.....	28
Figura 12 - Exemplo de nível visceral.....	29
Figura 13 - Exemplo de nível comportamental.....	30
Figura 14 - Exemplo de nível reflexivo.....	31
Figura 15 - Etapas do Design Thinking.....	34
Figura 16 - Pesquisa quantitativa - Gênero.....	35
Figura 17 - Pesquisa quantitativa - Idade.....	35
Figura 18 - Pesquisa quantitativa - Rotina de leitura.....	36
Figura 19 - Pesquisa quantitativa - Participa de clube um do livro.....	37
Figura 20 - Pesquisa quantitativa - Onde são feitos os encontros.....	37
Figura 21 - Pesquisa quantitativa - Se utilizam aplicativos para leitores.....	38
Figura 22 - Pesquisa quantitativa - Aplicativos para leitores.....	38
Figura 23 - Pesquisa quantitativa - Redes sociais.....	43
Figura 24 - Persona - Julia.....	45
Figura 25 - Persona - Pedro.....	46
Figura 17 - Interface - Amazon Kindle.....	49
Figura 27 - Interface - Skoob.....	51
Figura 28 - Interface - Goodreads.....	53
Figura 29 - Interface - Wattpad.....	55
Figura 30 - Logotipo.....	59
Figura 31 - Moodboard.....	60
Figura 32 - Paleta de cor.....	61
Figura 33 - Tipografia Berkshire Swash.....	62
Figura 34 - Tipografia Inter.....	63
Figura 35 - Primeira etapa de brainstorm.....	64
Figura 36 - Segunda etapa de brainstorm.....	65
Figura 37 - Arquitetura de informação: Introdução.....	66
Figura 38 - Arquitetura de informação: Home.....	67
Figura 39 - Wireframe: Introdução.....	68
Figura 40 - Wireframe: Home.....	69
Figura 41 - Wireframe: Área de Notificações.....	69
Figura 42 - Wireframe: Chat.....	70

Figura 43 - Wireframe: Agenda, loja, biblioteca, clubes, configurações e sair da conta..
70

Figura 44 - Agenda.....	71
Figura 45 - Loja e biblioteca.....	71
Figura 46 - Desafios.....	72
Figura 47 - Perfil.....	72
Figura 48 - ícones.....	73
Figura 49 - Introdução.....	74
Figura 50 - Login.....	75
Figura 51 - Home.....	76
Figura 52 - Menu.....	77
Figura 53 - Ebook.....	78
Figura 54 - Agenda.....	79
Figura 55 - Desafios.....	80
Figura 56 - Bate papo.....	81
Figura 57 - Busca e publicação.....	82
Figura 58 - Notificação.....	83
Figura 59 - Perfil.....	84
Figura 60 - Configuração.....	85
Figura 61 - Captura de tela do FIGMA.....	86
Figura 62 - Exemplos de visibilidade do status do sistema.....	88
Figura 63 - Exemplos de correspondência com o mundo real.....	89
Figura 64 - Exemplo de controle do usuário.....	89
Figura 65 - Exemplos de consistência visual.....	90
Figura 66 - Exemplo de prevenção de erros.....	91
Figura 67 - Exemplo de eficiência de uso.....	92
Figura 68 - Exemplo de design minimalista.....	93
Figura 69 - Exemplo de reconhecimento.....	94
Figura 70 - Exemplo de suporte à recuperação de erros.....	95
Figura 71 - Exemplo de ajuda e documentação.....	96

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Análise de similares: Amazon Kindle.....	49
Quadro 2 - Análise de similares: Skoob.....	51
Quadro 3 - Análise de similares: Goodreads.....	53
Quadro 4 - Análise de similares: Wattpad.....	56

LISTA DE ABREVIações

UX Design User Experience Design

RGE Rio Gráfica Editora

GRWC A General Federation of Women's Clubs

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	10
1 CLUBE DO LIVRO.....	13
1.1 Origem do Clube do livro.....	13
1.2 Os primórdios do clube do livro.....	13
1.3 Expansão e inclusão da mulher na literatura.....	14
1.4 O Clube do Livro da Oprah.....	15
1.5 Clube do livro no Brasil.....	15
1.6 Clubes de Leitura Online.....	16
2 INTERFACE DE APLICATIVOS MÓVEIS.....	21
2.1 Aplicativos Móveis.....	21
2.2 Interface.....	21
2.3 User Experience Design.....	22
2.4 O seis princípios de design do Donald Norman.....	22
2.5 O emocional de Donald Norman.....	28
3 METODOLOGIA.....	32
4 ETAPA DE IMERSÃO OU EMPATIA.....	35
5 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA E DESAFIOS.....	44
5.1 Personas.....	44
5.2 Delimitando o foco do projeto.....	46
5.3 Análise de similares.....	48
6 ETAPA DE IDEIAÇÃO.....	59
6.1 Identidade visual.....	59
6.2 Brainstorm.....	63
7 CONSTRUÇÃO DO PROTÓTIPO.....	66
7.1 Arquitetura da informação.....	66
7.2 Wireframes.....	67
7.3 Ícones.....	73
7.4 Protótipo.....	74
7.5 Validação do protótipo.....	86
7.5.1 Visibilidade do status do sistema.....	88
7.5.2 Correspondência com o mundo real.....	88
7.5.3 Controle do usuário.....	89
7.5.4 Consistência.....	90
7.5.5 Prevenção de erros.....	90
7.5.6 Eficiência de uso.....	91
7.5.7 Design minimalista.....	92
7.5.8 Reconhecimento em vez de memorização.....	93
7.5.9 Suporte à recuperação de erros.....	94
7.5.10 Ajuda e documentação.....	95

7.6 Resultado e discussões.....	96
8 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	98
REFERÊNCIAS.....	99
ANEXO.....	101

INTRODUÇÃO

As redes sociais têm revolucionado a maneira como as pessoas interagem, compartilham informações e constroem comunidades. No entanto, a maioria dessas plataformas prioriza interações rápidas e superficiais, o que muitas vezes leva a um consumo de conteúdo de pouco aprofundamento. Nesse contexto, surge a proposta de desenvolver uma rede social com foco em uma comunidade de leitores, funcionando como um clube do livro online. Esta plataforma visa conectar pessoas que compartilham o gosto pela leitura, proporcionando um espaço para discussões enriquecedoras, troca de ideias e recomendações de livros, além de promover a formação de grupos de leitura com interesses específicos.

Esta rede é dedicada à conversas e à profundidade das análises literárias, incentivando os usuários a participarem de debates sobre obras literárias em um ambiente colaborativo e culturalmente enriquecedor. A proposta é que cada membro tenha a possibilidade de criar ou participar de clubes de leitura virtuais, onde possam ler um livro em comum e discutir semanalmente suas impressões e reflexões, fomentando uma maior apreciação e compreensão das obras literárias. Além dos debates, também é possível compartilhar fotos e vídeos relacionados às experiências literárias.

Este trabalho tem como objetivo explorar os desafios e as oportunidades envolvidas na criação dessa plataforma, desde o desenvolvimento tecnológico até o desenho de uma experiência de usuário que incentive a participação ativa e o engajamento contínuo.

OBJETIVOS

Objetivo Geral

Desenvolver um protótipo de um aplicativo mobile que funcione como uma plataforma social para leitores, permitindo a interação e o compartilhamento de experiências literárias.

Objetivos Específicos

- Realizar uma pesquisa quantitativa e qualitativa para identificar as preferências e necessidades do público-alvo, além de desenvolver personas que representem esses usuários.
- Analisar concorrentes para identificar pontos fortes e oportunidades de diferenciação.
- Desenvolver uma identidade visual alinhada ao perfil do público-alvo e ao posicionamento pretendido para o aplicativo.
- Criar um protótipo inicial de baixa complexidade, com foco nas funcionalidades básicas.
- Conduzir testes com usuários para avaliar a usabilidade e a experiência do usuário.
- Finalizar o protótipo com um nível avançado de complexidade, incorporando os ajustes identificados nos testes.

JUSTIFICATIVA

No contexto atual, onde a leitura é uma das formas de acesso à informação e entretenimento, torna-se relevante a criação de ferramentas que incentivem o compartilhamento da leitura. Aplicativos dedicados a leitores representam uma forma de unir tecnologia e literatura, oferecendo um espaço onde a leitura pode ser uma atividade social e interativa. A falta de um espaço digital adequado para a criação de clubes do livro, organização de encontros literários e compartilhamento de recomendações entre leitores dificulta a formação de uma rede colaborativa. Diante do problema, surge a necessidade de desenvolver um aplicativo específico para leitores, que funcione como uma rede social voltada para a troca de experiências literárias. Esse aplicativo permitirá que os usuários compartilhem suas leituras, participem de discussões em tempo real e formem comunidades com base em gêneros, autores ou temas de interesse comum. Além disso, a plataforma poderá ser utilizada para a organização de encontros presenciais ou virtuais, criando uma versão digital e acessível dos tradicionais clubes do livro. Dessa forma,

o aplicativo não só proporcionará um espaço de interação, como também incentivará a leitura e a troca de ideias entre seus membros.

A Lizzy alia funcionalidades de rede social a recursos específicos para leitores, promovendo o compartilhamento de conhecimento, experiências literárias e criar conexões com a comunidade através de clubes literários na forma digital.

Diante do exposto, esse texto foi organizado em capítulos, nas quais o capítulo um descreve o que é o clube do livro, sua origem desde os primórdios até os dias atuais nas plataformas digitais. O capítulo dois descreve o que são as interfaces de aplicativos móveis e *UX Design*, utilizando os princípios de Donald Norman. Em seguida temos o capítulo três explicando a metodologia utilizada, na qual foi o *Design Thinking*. Por fim, os capítulos de quatro a sete descrevem as etapas realizadas para o desenvolvimento do aplicativo: etapa de imersão, definição de problema, ideação e construção de protótipo.

1 CLUBE DO LIVRO

1.1 Origem do Clube do livro

Há muito tempo as pessoas têm interesses em comum e, conseqüentemente, compartilhá-los, foi a partir disso que surgiu o conceito de “clube do livro”. O clube do livro é um encontro de pessoas que leram o mesmo livro e desejam compartilhar opiniões, impressões e sentimentos sobre um livro em particular. A ideia de clubes de leitura existe desde os séculos XVII e XVIII e preserva sua popularidade até os dias atuais.

Os clubes de leitura são grupos formados por pessoas com o objetivo de discutir e compartilhar experiências relacionadas a livros lidos coletivamente. Esses grupos, desde sua origem, foram criados com a finalidade de promover o aprendizado contínuo e o desenvolvimento intelectual, especialmente entre aqueles que buscavam formas de crescimento fora das instituições educacionais formais. A prática dos clubes de leitura possui raízes históricas profundas, tornando difícil determinar a origem exata do primeiro clube, mas é possível traçar sua evolução ao longo dos séculos.

1.2 Os primórdios do clube do livro.

A origem do clube do livro ainda não é muito bem datada, mas têm registros da Grécia Antiga na qual existiam as *sympósia* (significa “beber em companhia”), na qual eram reuniões entre homens com o objetivo de discutir assuntos como filosofia, literatura e política. Apesar de não terem debates sobre um livro escolhido, podemos dizer que é um dos primeiros registros que puderam contribuir para a criação do clube do livro que conhecemos atualmente.

A partir do XVII, como conseqüência do Iluminismo, um movimento que defendia a razão e a discussão aberta como formas de progresso social, surgiram os primeiros clubes de leitura informais. Segundo Jonathan Rose (2001), na Inglaterra os cafés se tornaram centros de debate intelectual, onde pessoas se reuniam para conversar sobre temas literários, filosóficos e políticos. Esses encontros eram, muitas vezes, marcados pela leitura e discussão de livros e

panfletos. Esses clubes eram exclusivos da elite, a leitura e a educação não eram acessíveis, tornando o clube do livro pouco inclusivo. Grupos como a Royal Society of London, fundados em 1660, também promoviam encontros de intelectuais, cientistas e escritores que discutiam teorias e novas descobertas, frequentemente baseadas na leitura compartilhada de obras.

1.3 Expansão e inclusão da mulher na literatura.

Segundo Heidi Brayman Hacke (2008), houve uma explosão do clube do livro no século XIX, especialmente nos Estados Unidos, onde começaram a criar organizações mais formais. Isso ocorreu devido a expansão da alfabetização, principalmente entre as mulheres. Esses grupos eram formados por mulheres nas quais eram excluídas dos encontros intelectuais tradicionais. Elas desejavam se educar e debater ideias, um dos exemplos é o Clube Literário de Boston, formado em 1844 e surgiu com o objetivo de proporcionar uma formação intelectual e social aos seus membros. Era composto por mulheres da classe média e alta, que viam a leitura como uma forma de auto aperfeiçoamento e elevação moral.

Além de discutir sobre livros, também existiam conversas sobre causas sociais. A General Federation of Women's Clubs (GFWC), fundada em 1890 nos Estados Unidos, começou como uma organização de clubes de leitura feminina, mas logo expandiu seu foco para incluir o ativismo social, defendendo a educação e os direitos das mulheres.

Esses clubes femininos impactaram no desenvolvimento da educação, do ativismo social e da participação das mulheres no espaço público. Esses grupos não eram apenas uma maneira de ler e discutir livros, mas também de fornecer uma forma de educação alternativa para mulheres, que ainda tinham acesso limitado à educação formal. Os clubes de leitura femininos também desempenharam um papel significativo na promoção da literatura escrita por mulheres. Durante os séculos XIX e XX, muitos dos autores mais aclamados em círculos femininos eram mulheres, como a Jane Austen que hoje é conhecida pelo livro *Orgulho e Preconceito*, um dos maiores clássicos da literatura inglesa.

1.4 O Clube do Livro da Oprah

O Clube do Livro da Oprah (*Oprah's Book Club*) foi criado pela apresentadora Oprah Winfrey em 1996, e tornou-se uma das influências no mercado editorial dos Estados Unidos. O clube foi inicialmente uma extensão do seu famoso *talk show*, *The Oprah Winfrey Show*, onde Oprah selecionava livros de diferentes gêneros para discussão e recomendava para o seu público. A ideia era promover a leitura e criar uma comunidade de leitores que pudessem discutir e compartilhar suas impressões sobre os livros escolhidos. Essa iniciativa colaborou na expansão e incentivo da literatura, ao recomendar livros em seu programa de TV, Oprah Winfrey ajudou a transformar muitos títulos em *best-sellers*. Isso marcou um ponto de virada para os clubes de leitura ao envolver as discussões sobre literatura para além dos círculos literários tradicionais.

1.5 Clube do livro no Brasil

O conceito de "clube do livro" no Brasil surgiu principalmente como uma maneira de incentivar a leitura e democratizar o acesso aos livros. A ideia começou a ganhar força no país em meados do século XX, com a criação de clubes que ofereciam uma seleção mensal de livros aos seus associados, geralmente a preços mais acessíveis do que nas livrarias.

No Brasil, existiu um clube com mais de 800 mil sócios, chamado *Círculo do Livro* em 1973. Era uma editora que funcionava como um clube, inspirado em modelos europeus e americanos de clubes de leitura, o *Círculo do Livro* funcionava de maneira simples: os associados pagavam uma mensalidade e recebiam catálogos com uma seleção de livros, entre os quais podiam escolher obras para adquirir com desconto. A editora *RGE (Rio Gráfica Editora)* foi uma das responsáveis por trazer o modelo ao Brasil, em parceria com a *Bertelsmann*, um conglomerado editorial alemão e a *Abril*. Em 1975 chegaram com 250 mil sócios e em 1983 foram 800 mil, sendo presente em 2.850 municípios.

O *Círculo do Livro* oferecia uma ampla variedade de títulos que iam desde clássicos da literatura mundial até lançamentos contemporâneos. Os livros eram vendidos com preços acessíveis, e o clube tinha edições exclusivas com capas duras, que se tornaram marca registrada da empresa. O modelo de clube de livros

criou uma sensação de comunidade entre os leitores, e a chegada dos catálogos em casa era sempre aguardada pelos associados. Além dos descontos e do acesso a obras exclusivas, o *Círculo do Livro* também estimulava o hábito da leitura em uma época em que a internet e outras formas de entretenimento digital ainda não existiam, o que aumentava seu apelo.

O fim do *Círculo do Livro* começou nos anos 1990, com a popularização de outras formas de distribuição de livros, como grandes redes de livrarias e, mais tarde, o comércio eletrônico. A concorrência e a mudança nos hábitos de consumo fizeram com que o clube perdesse força. Em 1996, o *Círculo do Livro* encerrou suas atividades. Mesmo depois de seu encerramento, o *Círculo do Livro* continua sendo lembrado com carinho por muitas pessoas que cresceram associadas ao clube. Seu impacto no estímulo à leitura e no acesso a livros de qualidade, em um formato mais acessível, é uma marca deixada na história editorial do Brasil.

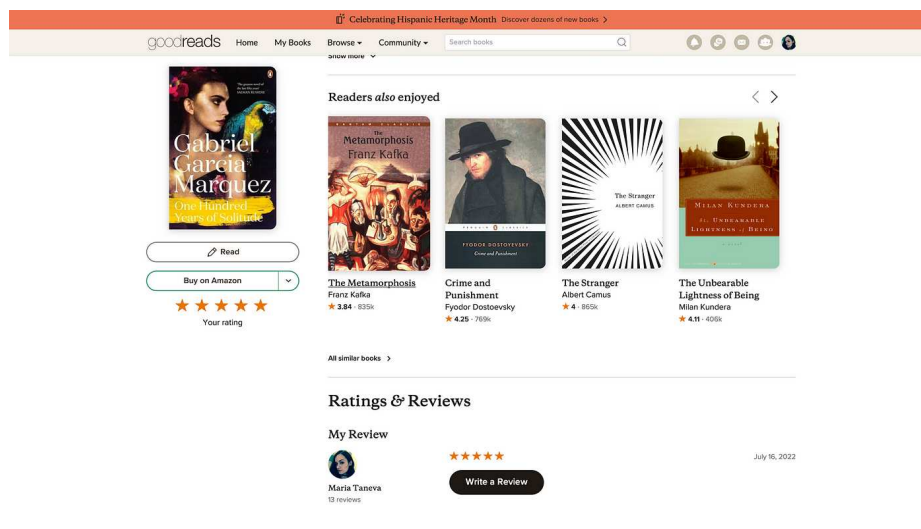
1.6 Clubes de Leitura Online

A leitura social mediada por aplicativos digitais tem se consolidado como tendência nos últimos anos, ampliando as possibilidades de interação entre leitores. Lucas Garcia e Marina Souza (2022) destacam que esses aplicativos potencializam o engajamento ao integrarem recomendações personalizadas, grupos de discussão e ferramentas de organização de leituras, criando uma experiência mais conectada e motivadora.

Com o surgimento da internet, os clubes evoluíram junto com a tecnologia. Plataformas como *Goodreads*, *skoob* e redes sociais como *Instagram*, *Facebook*, *Youtube* e *Tiktok*, criaram espaço para os leitores se comunicarem. Os clubes de leitura online possibilitam que leitores discutam livros sem limitações geográficas, e as plataformas digitais facilitam o compartilhamento de recomendações, resenhas e análises. Além dos clubes de leitura online, a atriz Emma Watson tem seus próprios clubes de leitura, promovendo obras e criando comunidades de discussão.

Criado em 2007, o *Goodreads* (figura 1) é uma plataforma social focada em leitura e livros, sendo muito popular nos Estados Unidos. A plataforma permite que os usuários possam adicionar livros no seu catálogo virtual, avaliar livros e interagir com outros leitores.

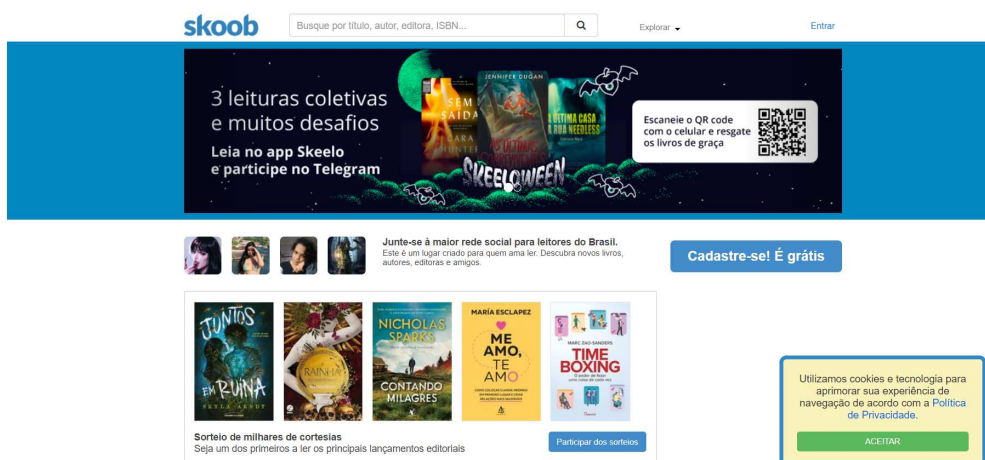
Figura 1 - Interface do Goodreads



Fonte: Medium (2022)

No Brasil a plataforma mais popular é o *Skoob* (figura 2). Os usuários podem cadastrar livros que leram, estão lendo ou desejam ler, além de avaliar e escrever resenhas sobre essas obras. A plataforma também oferece funcionalidades como listas de leitura, a possibilidade de seguir outros usuários, participar de grupos de discussão e acompanhar as novidades do mundo literário.

Figura 2 - Interface do Skoob



Fonte: Autoral (2024)

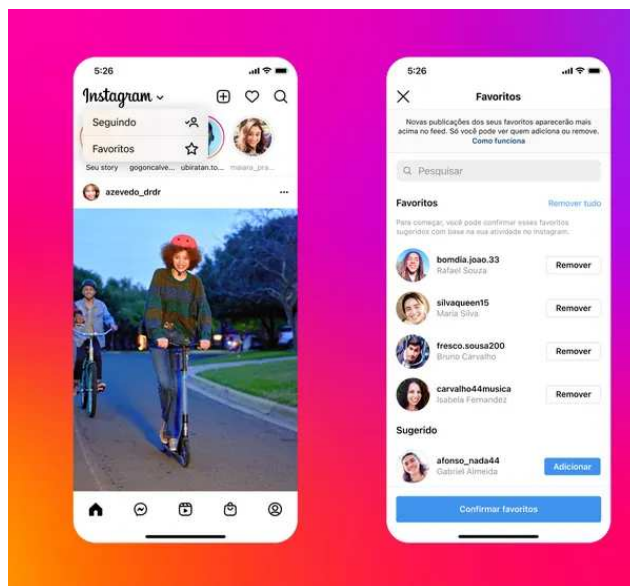
Além de plataformas do nicho da literatura, também existem as redes sociais que não possuem nicho específico. No início dos anos 2000, uma das redes sociais que mais cresceu foi o *Youtube* (figura 3), uma plataforma que possui vídeos longos. Pode ser encontrado vídeos com conteúdo mais detalhes e de fácil acesso. É uma ferramenta que pode ser utilizada para entretenimento ou aprendizagem. No nicho da literatura, os vídeos podem falar sobre resenhas de livros, livros recebidos no mês e recomendações.

Figura 3 - Interface do *Youtube*



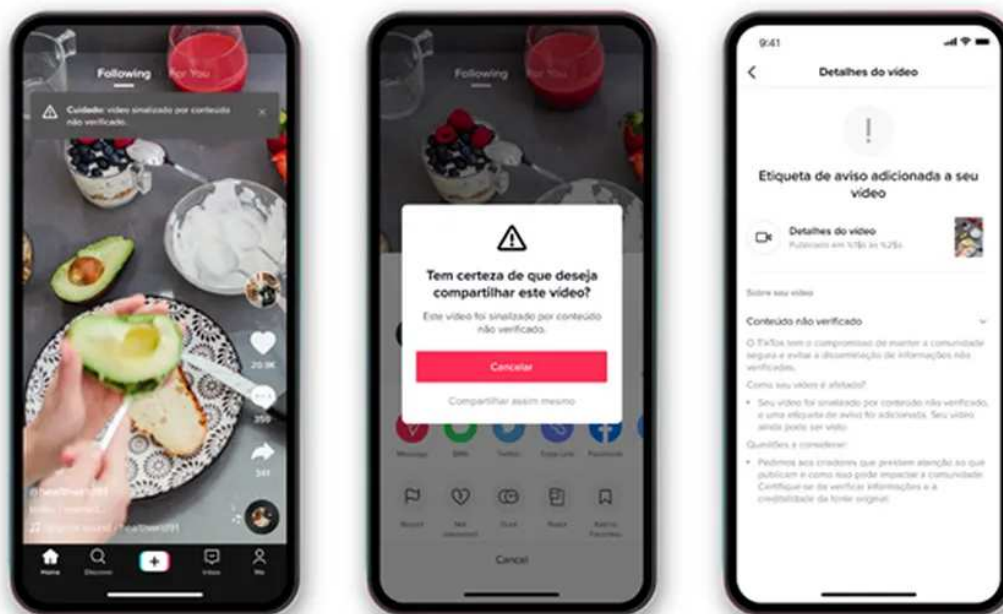
Fonte: Tecmundo (2024)

O *Instagram* (figura 4) é uma plataforma de mídia social voltada para o compartilhamento de fotos e vídeos. Foi criada em 2010 e, desde então, se tornou uma das redes sociais mais populares do mundo. Na plataforma existem os criadores de conteúdo que podem debater sobre o nicho da literatura, criando postagens sobre o livro que está lendo, resenhas e críticas. Diferente do *Youtube* (figura 2), o conteúdo pode ser criado com mais rapidez e com menos detalhes.

Figura 4 - Interface do *Instagram*

Fonte: Globo (2022)

Durante a pandemia do Coronavírus em 2020, os vídeos tornaram-se uma mídia mais popular, especialmente os vídeos curtos. Dessa forma, a pandemia influenciou na popularização do TikTok (figura 5), uma rede social focada em vídeos curtos. Surgiu um termo chamado “booktokers”, são os criadores de conteúdo do *TikTok* do nicho de livros. A plataforma ajudou a popularizar vários livros e escritores através de indicações de leitura e resenha criadas nos vídeos. Apesar do Youtube também ser uma plataforma de vídeos, o *TikTok* é uma forma de criar vídeos mais fáceis e curtos, sendo possível criar mais vídeos em um curto período de tempo. Porém, os vídeos do *TikTok* não terão o mesmo aprofundamento de conteúdo dos vídeos do *Youtube*.

Figura 5 - Interface do *TikTok*

Fonte: Globo (2021)

É importante uma análise das plataformas para entender os pontos fortes e pontos de melhorias na interface, dessa forma é possível apontar possíveis soluções para a Lizzy com base nas referências.

2 INTERFACE DE APLICATIVOS MÓVEIS

2.1 Aplicativos Móveis

Aplicativos móveis (também chamados de *app mobile*) são desenvolvidos para celulares e *tablets*. Os aplicativos móveis começaram a ser mais populares com o lançamento do primeiro *smartphone*, em 2007, com o sistema operacional iOS. O seu objetivo é funcionar de forma intuitiva e serem mais otimizadas, dessa forma existem diferenças das interfaces digitais de um computador e um celular. Existem algumas categorias e funcionalidades para os aplicativos, podendo ser utilitários, serviços, entretenimento, jogos, educativo, informativo e estilo de vida.

Uma pesquisa de 2023 da *G1* mostra que os brasileiros passam 9h por dia utilizando celular, um dos motivos pode ser o uso das redes sociais ou o trabalho. Ao comparar com o relatório de 2021 da consultoria *App Annie*, indica que usuários no Brasil passaram, em média, 5,4 horas por dia no celular. No entanto, as pesquisas direcionam o aumento do uso de aplicativos e o avanço da tecnologia. Pode-se dizer que os usuários esperam melhores experiências ao acessar os aplicativos.

2.2 Interface

Uma interface é um ponto de interação entre diferentes sistemas, dispositivos ou partes de um sistema, permitindo a comunicação e o controle entre eles. No contexto da tecnologia e design, ela geralmente se refere a uma superfície ou ambiente onde usuários interagem com máquinas, *softwares* ou dispositivos.

Segundo Márcio Venturelli (2023), a evolução das interfaces de operação industrial entre homem e máquina foi marcada nas últimas décadas. Desde a revolução industrial até atualmente, as interfaces têm passado por diversas mudanças, impulsionadas pelo avanço da tecnologia e pela melhor usabilidade.

2.3 User Experience Design

O *User Experience Design* (ou Design da Experiência do Usuário, UX Design) refere-se à experiência do usuário utilizando um produto ou serviço, seja este físico ou digital. Usamos diariamente objetos como celulares e computadores, e parte da responsabilidade do UX é projetar sistemas que ajudem as pessoas a terem boas experiências. Unger e Chandler (2010) descrevem o *User Experience Design* (ou *UX Design*) como o processo de desenvolver e harmonizar diversos fatores que influenciam diretamente a experiência de um usuário ao interagir com uma empresa. O objetivo é moldar suas percepções e comportamentos. Esses fatores podem incluir desde aspectos sensoriais, como o toque (produtos físicos e suas embalagens), o som (anúncios em rádio e TV), e o olfato (como o cheiro de pão fresco em uma padaria), até elementos digitais, como interfaces de sites e aplicativos móveis.

Garrett (2011) afirma que o *User Experience* se refere à maneira como o usuário interage externamente com um produto, e não ao funcionamento interno do mesmo. Para ele, a famosa frase "a forma segue a função", tradicionalmente usada no design de produtos, só se aplica ao funcionamento interno, ao qual o usuário não tem acesso. Já a parte externa, com a qual o usuário de fato interage, é orientada pela psicologia e pelo comportamento do usuário, e não apenas pela funcionalidade técnica.

Para que seja possível ajudar a criar boas experiências, é importante entender profundamente sobre o usuário e o mercado, criando produtos que impactam a vida das pessoas ao utilizá-lo. As necessidades do usuário precisam estar equilibradas com os objetivos do negócio. Também é importante contar com o lado analítico, que está relacionado a entender a parte estrutural e funcional do projeto. Além do analítico, o lado criativo também está presente, é através da criatividade que podemos encontrar soluções inovadoras.

2.4 O seis princípios de design do Donald Norman

De acordo com Norman (2006), objetos bem projetados são fáceis de interpretar e os mal concebidos podem gerar frustrações. As frustrações geram más

experiências, devido ao usuário se sentir incapaz de realizar o comando da interface, mas é apenas uma má projeção do produto.

Dessa forma, Norman (2006), defende os seis princípios do design para melhorar a experiência dos usuários. O primeiro é a visibilidade na qual os elementos importantes de um produto ou interface devem estar visíveis, permitindo que o usuário veja claramente quais ações estão disponíveis e como usá-las. Se as funções estão escondidas ou pouco evidentes, os usuários podem ter dificuldade em entender como o produto funciona. Um exemplo o *AliExpress*, na qual existe um botão em vermelho e evidente, deixando claro que irá sair da sua conta (figura 6).

Figura 6 - Exemplo de visibilidade

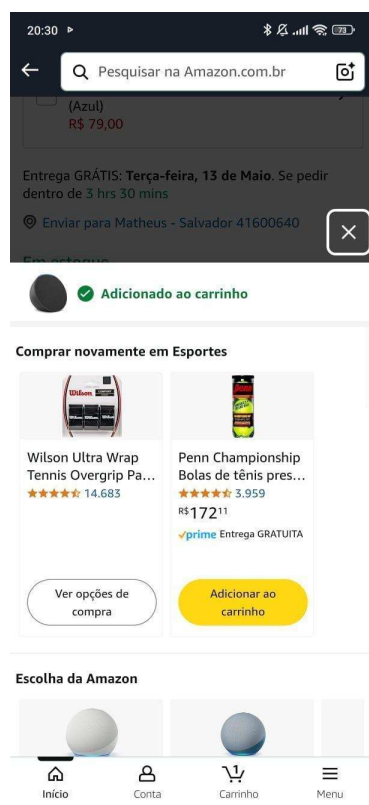


Fonte: Aplicativo *Aliexpress* (2025)

O *feedback* faz parte de um dos princípios, é através dele que após qualquer interação do usuário, o sistema deve fornecer uma resposta clara para indicar que a ação foi recebida e processada. Esse retorno pode ser visual (como uma mudança de cor), auditivo (um som) ou tátil (uma vibração), assegurando que o usuário saiba o que aconteceu após cada ação. Na tela da *Amazon* (figura 7) recebemos um

feedback após adicionar uma compra na no carrinho, e é evidenciado através da mensagem “adicionado ao carrinho” e no próprio símbolo do carrinho é visto o número 1, dessa maneira fornece a resposta que o usuário possui um produto no carrinho.

Figura 7 - Exemplo de *feedback*



Fonte: Aplicativo *Amazon* (2025)

O terceiro é a restrição, na qual o design deve limitar as ações que um usuário pode realizar de forma a evitar erros. Isso pode ser feito restringindo as opções disponíveis ou guiando o usuário através de etapas que previnem ações incorretas ou não intencionais. Isso é visto na página de login, na qual o usuário precisa ter uma conta e acessar através do seu login e senha, para que seja possível acessar o aplicativo (figura 8).

Figura 8 - Exemplo de restrição

20:37 ...

ss0.acesso.gov.br

gov.br

Identifique-se no gov.br com:

Número do CPF

Digite seu CPF para **criar** ou **acessar** sua conta gov.br

CPF

Digite seu CPF

Continuar

Outras opções de identificação:

Login com seu banco **SUA CONTA SEJA PRATA**

Seu aplicativo gov.br

Seu certificado digital

Seu certificado digital em nuvem

Está com dúvidas e precisa de ajuda?

Termo de Uso e Aviso de Privacidade

Fonte: Aplicativo Gov.br (2025)

O quarto é o mapeamento que estabelece uma relação clara entre controles e seus resultados. O mapeamento eficaz torna as interações mais intuitivas, associando os controles a funções ou movimentos que fazem sentido de acordo com a expectativa do usuário. Ícones podem ser uma boa ferramenta para mapeamento, como por exemplo a lixeira, na qual o usuário associa a excluir um item (figura 9).

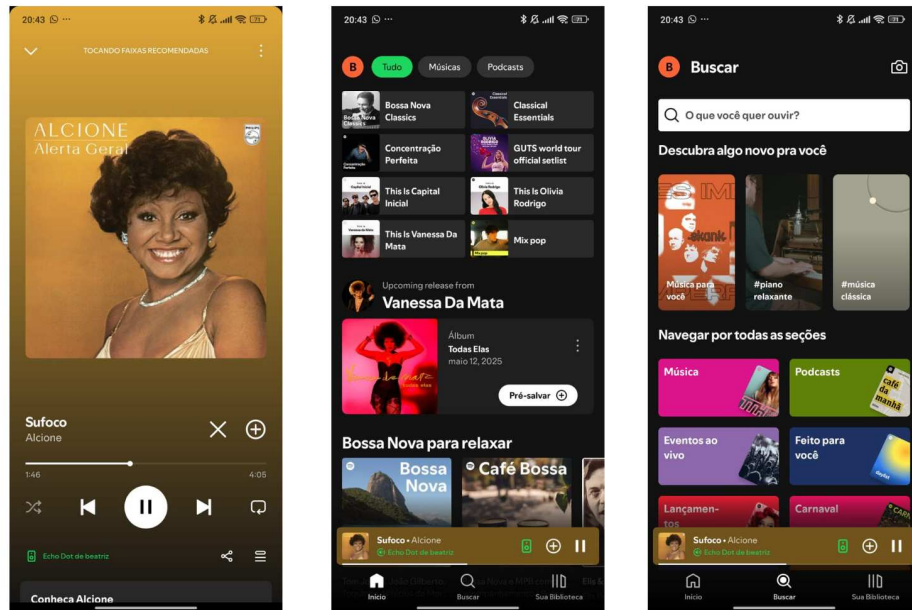
Figura 9 - Exemplo de mapeamento



Fonte: Aplicativo Amazon (2025)

O quinto é a consistência é onde interfaces e os produtos devem seguir padrões consistentes de design. Quando os elementos visuais, controles e interações seguem padrões familiares, o usuário pode transferir conhecimentos de outros produtos ou interfaces, facilitando o uso. Isso é visto no Spotify, utiliza elementos visuais consistentes e seguindo uma consistência visual (figura 10).

Figura 10 - Exemplo de consistência



Fonte: Aplicativo *Spotify* (2025)

E por último temos acessibilidade, também chamado de *Affordance*, esse princípio refere-se à propriedade de um objeto que indica de forma clara como ele pode ser usado. Por exemplo, um botão para comprar um produto online deve parecer clicável (figura 11). A *Affordance* torna a função de um objeto evidente, sem a necessidade de instruções.

Figura 11 - Exemplo de *Affordance*



Fonte: Aplicativo *Amazon* (2025)

2.5 O emocional de Donald Norman

Em seu livro "O design emocional", Donald A. Norman expõe como o lado emocional pode ser mais decisivo do que os elementos práticos. O objeto pode até cumprir com a funcionalidade, mas pode não causar as emoções certas ou criar boas experiências para os usuários.

De acordo com Norman (2003), "objetos atraentes funcionam melhor", a partir dessa afirmação podemos aplicar para os aplicativos mobile e refletir como podemos criar laços com os usuários. Segundo Norman (2003) em seu estudo realizado com os colegas do Departamento de Psicologia na Northwestern University, temos 3 níveis de estruturas do cérebro, sendo eles o visceral, comportamental e reflexivo.

O visceral é o nível mais básico e automático das respostas humanas. Está relacionado às reações imediatas e instintivas, que ocorrem antes mesmo de o

pensamento consciente entrar em ação. No design, o nível visceral se refere à aparência e ao impacto emocional imediato que um produto causa – ou seja, a primeira impressão que uma pessoa tem ao vê-lo ou tocá-lo. Ele lida com aspectos como cor, forma, textura e estética, e como essas características provocam sensações de prazer, medo, repulsa ou conforto. Na prática, um carro com um design aerodinâmico e esportivo pode evocar uma sensação de velocidade e excitação no nível visceral, antes mesmo de ser dirigido (figura 12).

Figura 12 - Exemplo de nível visceral



Fonte: *Forbes* (2018)

O comportamental está relacionado ao uso e à funcionalidade do produto. As emoções e reações são influenciadas pela facilidade de uso e pela eficácia das interações. O foco aqui é no desempenho, nas habilidades motoras e na interação prática com o produto. O design comportamental trata de garantir que o produto seja funcional, eficiente e fácil de usar, proporcionando uma experiência intuitiva. Um exemplo é o uso de um controle remoto que seja ergonomicamente confortável e tenha botões organizados de forma intuitiva que resulta em uma experiência de uso eficiente e satisfatória (figura 13).

Figura 13 - Exemplo de nível comportamental

Fonte: Amazon

Por fim temos o nível reflexivo que envolve o pensamento consciente e a avaliação crítica de um produto ou experiência. Está relacionado com o significado pessoal, a identidade e as emoções complexas que surgem após o uso do produto. As respostas reflexivas ocorrem mais tarde e envolvem julgamento, interpretação e análise. No design, esse nível se refere à forma como o usuário se sente em relação ao produto em termos de autoimagem, valores culturais e *status* social. Podemos ver esse nível através de um relógio de luxo que pode não ser mais funcional do que um modelo barato, mas, em um nível reflexivo, o proprietário pode valorizá-lo por seu prestígio, design icônico ou pela forma como ele reforça sua identidade social (figura 14).

Figura 14 - Exemplo de nível reflexivo



Fonte: *MoneyTimes* (2018)

Os três níveis de processamento não atuam de forma isolada, mas se entrelaçam. Para um bom design, podemos considerar o visceral para atrair o usuário emocionalmente, o comportamental para garantir que ele tenha uma experiência prática e satisfatória e o reflexivo para criar uma conexão mais profunda, que vai além da funcionalidade, gerando lealdade e significado a longo prazo.

Os três níveis são cruciais para entender como projetar produtos e experiências que não apenas funcionam bem, mas também criam impacto emocional e valor duradouro para os usuários.

Assim, o designer desempenha um papel fundamental no desenvolvimento de interfaces digitais, pois é responsável por criar experiências visuais e interativas que são intuitivas, funcionais e atraentes. A importância do design para interfaces digitais vai além da estética; ele influencia diretamente a usabilidade, acessibilidade e satisfação do usuário, elementos críticos para o sucesso de qualquer produto digital. Para a Lizzy, será necessário uma interface que apresente soluções dos usuários e que também seja intuitiva, funcional e atraente.

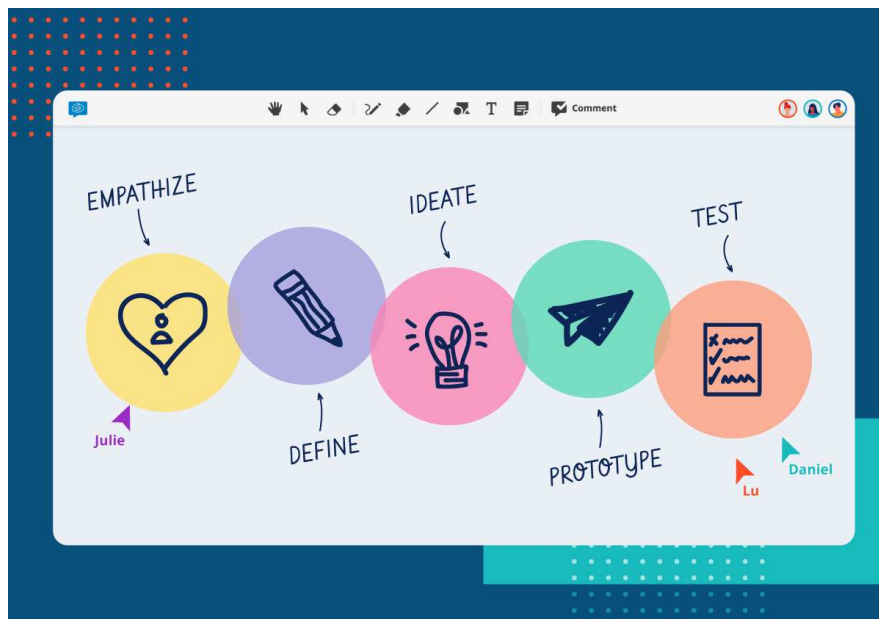
3 METODOLOGIA

O desenvolvimento da Lizzy foi baseado na metodologia *Design Thinking* (Figura 15). Esse método é adequado para o projeto por ser centrado ao usuário, sendo possível construir uma boa experiência do usuário e entender quais são as suas dores. O *Design Thinking* é um processo iterativo, podendo voltar aos passos anteriores para ajustes através dos feedbacks. As etapas da metodologia são:

- **Imersão ou empatia:** A primeira etapa consiste em entender sobre o público alvo, esse processo começa com a empatia e a definição. Nesta etapa, foi realizada uma pesquisa quantitativa e qualitativa com o público-alvo, utilizando formulários online (Google Forms). O objetivo foi compreender os hábitos de leitura, as principais dores e expectativas em relação aos clubes do livro digitais. Também foram conduzidas entrevistas abertas para aprofundar as percepções sobre funcionalidades desejadas e limitações encontradas em aplicativos existentes.
- **Definição:** Após a coleta de informações, é importante sintetizá-las para definir claramente o problema ou desafio que precisa ser resolvido. Essa etapa ajuda a delimitar o foco do projeto e entender quais problemas devem ser priorizados. Com base nos dados coletados, foram construídas duas personas, Julia e Pedro, representando diferentes perfis de usuários leitores. Essa definição permitiu delimitar o foco do projeto, evidenciando a necessidade de um aplicativo que unisse organização de leitura com interação social, em formato de clube do livro digital.
- **Ideação:** Aqui, ocorre o *brainstorming* e a geração de ideias. É a fase de explorar soluções para o problema definido. O objetivo é criar o máximo de ideias possíveis antes de filtrá-las. Nesta fase, foram realizadas sessões de brainstorming para geração de soluções que atendessem aos problemas identificados. A partir dessas ideias, elaborou-se a proposta de um aplicativo com funcionalidades integradas, incluindo biblioteca virtual, agenda de encontros, desafios de leitura, resenhas multimodais e criação de clubes virtuais, tanto síncronos quanto assíncronos.

- **Prototipação:** As melhores ideias são transformadas em protótipos ou modelos. Essa etapa permite materializar as ideias e ver como elas funcionam na prática, com o objetivo de entender se a solução atende ao que foi proposto. Com as ideias definidas, foram desenvolvidos wireframes de baixa fidelidade para organização da interface e navegação. Em seguida, construiu-se o protótipo navegável no software Figma, possibilitando a simulação completa das funcionalidades principais, layout, cores, tipografia e interações previstas para o aplicativo.
- **Teste:** Os protótipos são testados com usuários reais para obter *feedback*. Essa etapa permite identificar pontos de melhoria e ajustar a solução até que esteja pronta para ser implementada de forma eficaz. O teste é um dos processos mais importantes durante o projeto, através dele será validado as estratégias, se atendem às necessidades do público e se o produto gera uma boa experiência no usuário. Foi conduzido um teste de usabilidade com cinco usuários, que interagiram com o protótipo para realizar tarefas pré-determinadas. Além disso, foi aplicada a avaliação heurística, analisando aspectos como visibilidade do status do sistema, consistência, prevenção de erros e design minimalista. Os feedbacks coletados indicaram pontos fortes do projeto e melhorias necessárias para futuras iterações.

Figura 15 - Etapas do *Design Thinking*.



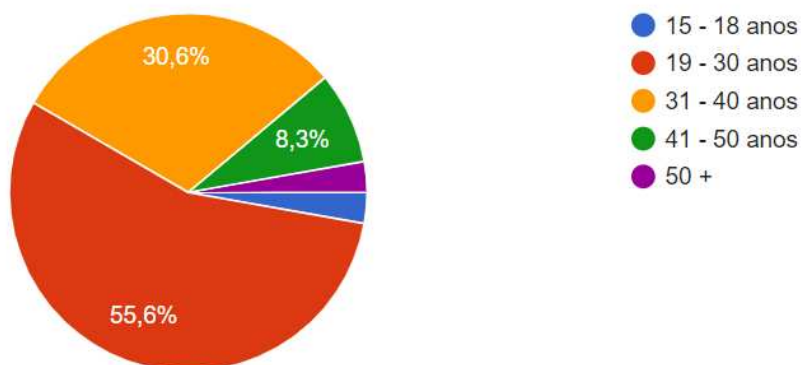
Fonte: Quadro Conceitual (Conceptboard) (2022).

Apesar da ordem das etapas, a metodologia tem um ciclo que pode ser repetido, não sendo limitado a essa ordem, sendo um processo não linear.

4 ETAPA DE IMERSÃO OU EMPATIA

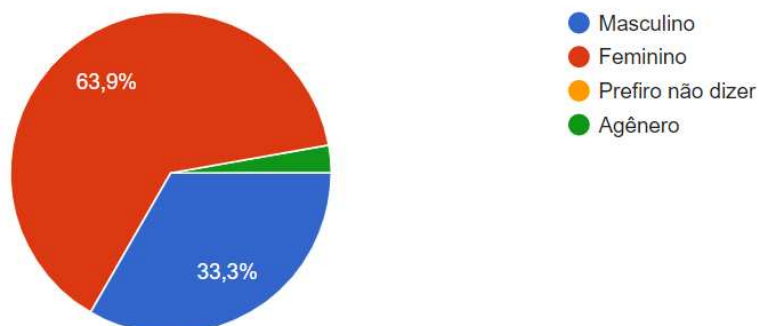
Para a etapa de imersão, foi feita uma pesquisa quantitativa e qualitativa através do Google Forms. Foi obtido o seguinte resultado: Aproximadamente 64% do público é feminino (figura 16) e 55,6% tem entre 19 a 30 anos (figura 17).

Figura 16 - Pesquisa quantitativa - Gênero.



Fonte: Autoral (2025)

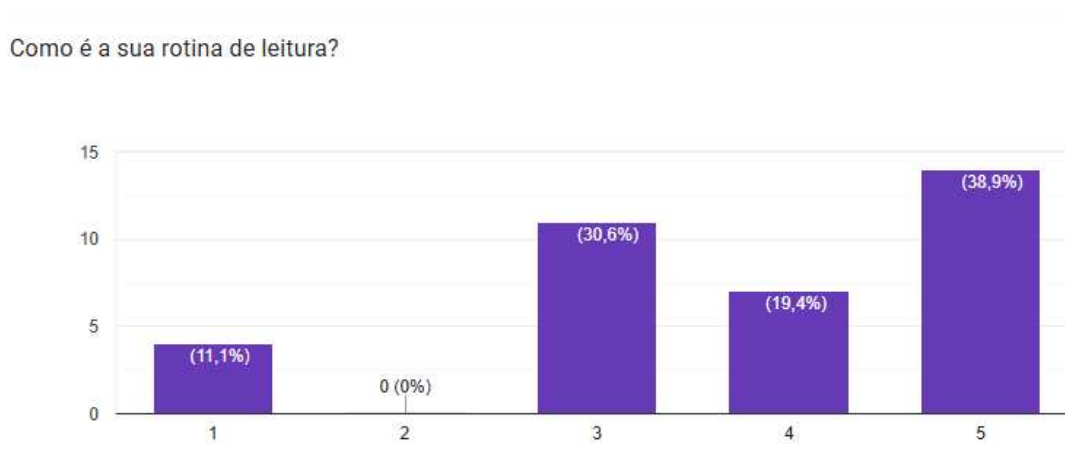
Figura 17 - Pesquisa quantitativa - Idade.



Fonte: Autoral (2025)

Para entender o perfil do público, foi necessário entender a rotina de leitura, cerca de 39% tem uma rotina e constância (figura 18). Além da rotina, foi questionado se participam de algum clube do livro e onde fazem os encontros. O resultado foi que cerca de 86% não participa de um clube do livro (figura 19) e os que participam, 50% realizam os encontros através de videochamadas e uma pequena parcela realiza em livrarias e em casa (figura 20). As pessoas que não participam de um clube do livro dizem que não conhecem pessoas que gostam de ler, não tem tempo e não possuem espaço para realizar encontros.

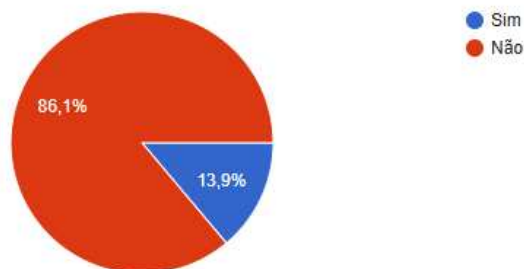
Figura 18 - Pesquisa quantitativa - Rotina de leitura.



Fonte: Autoral (2025)

Figura 19 - Pesquisa quantitativa - Participa de clube um do livro.

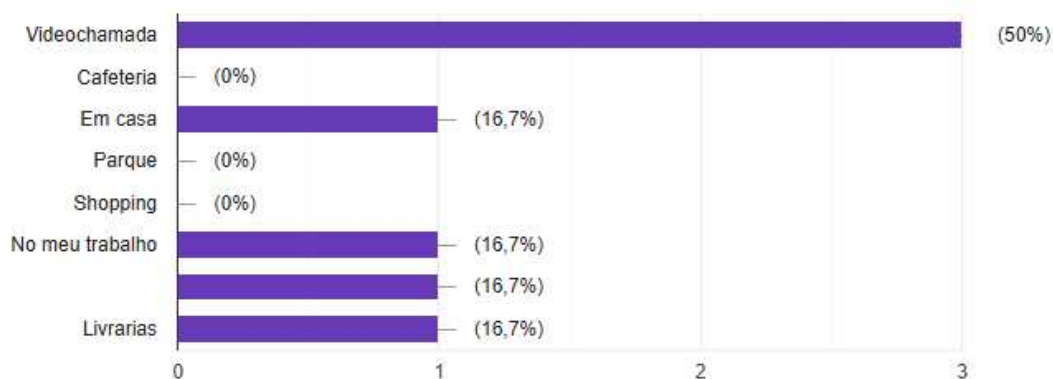
Você participa de um clube do livro?



Fonte: Autoral (2025)

Figura 20 - Pesquisa quantitativa - Onde são feitos os encontros.

Se a resposta anterior foi sim, onde vocês fazem encontros?



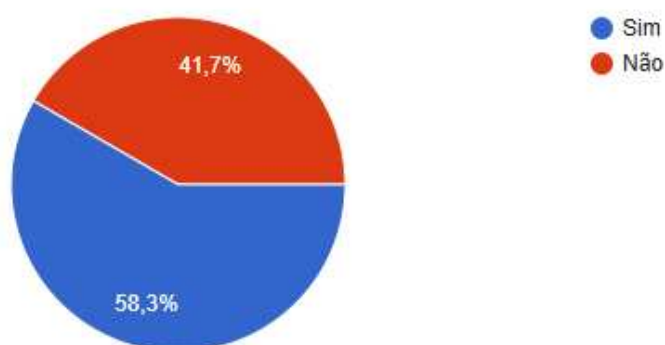
Fonte: Autoral (2025)

Foram feitas perguntas sobre aplicativos de leitura, para entender as dores dos usuários e o que mais gostam nas plataformas. Na qual o resultado obtido foi:

58,3% utilizam aplicativos de leitura (figura 21) e dos aplicativos mencionados, cerca de 60% utiliza *Amazon Kindle*, 30% utiliza *Skoob* e empatando com 17,4% temos o *Wattpad* e *Goodreads* (figura 22).

Figura 21 - Pesquisa quantitativa - Se utilizam aplicativos para leitores

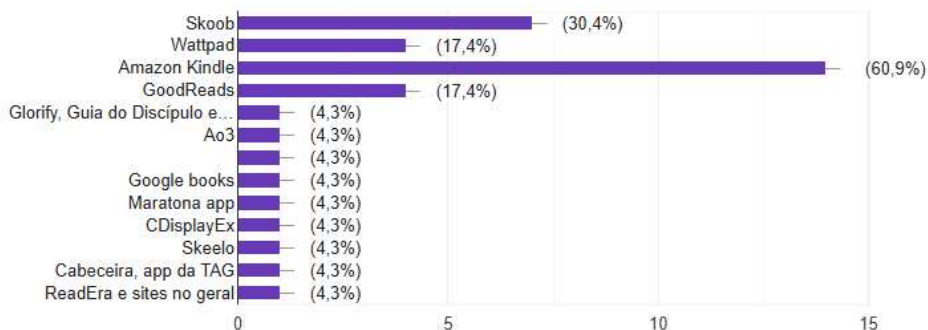
Você utiliza aplicativos para leitores?



Fonte: Autoral (2025)

Figura 22 - Pesquisa quantitativa - Aplicativos para leitores

Se a resposta anterior foi sim, quais aplicativos você utiliza?



Fonte: Autoral (2025)

A partir da análise das respostas ao questionário aplicado, foi possível identificar os principais pontos positivos e negativos percebidos pelos usuários em relação aos aplicativos de leitura mais utilizados. Os depoimentos evidenciam que as plataformas são escolhidas e utilizadas conforme suas funcionalidades específicas, que atendem a diferentes perfis de leitores (Anexo 1 e 2).

O *Amazon Kindle* foi amplamente valorizado por sua praticidade e integração. Os participantes destacaram a facilidade de adquirir, ler, organizar e interagir com os livros dentro de um único ambiente digital. A leveza do aplicativo, sua interface intuitiva e a possibilidade de personalizar a leitura (ajuste de fonte, marcação e compartilhamento de trechos) foram mencionadas como diferenciais importantes, especialmente por proporcionar mobilidade ao leitor. No entanto, os usuários apontaram a ausência de uma comunidade interativa como um ponto negativo. Embora o aplicativo permita avaliações e comentários sobre os livros, não há espaço para trocas mais dinâmicas entre os leitores. Também foi mencionada a interface ultrapassada do aplicativo e a limitação das recomendações automatizadas, que tendem a priorizar obras mais vendidas, em detrimento de indicações personalizadas que atendam a estilos de leitura diversos.

O *Skoob* foi apontado como uma ferramenta eficiente para o gerenciamento da leitura. Os usuários relataram utilizar o aplicativo para controlar livros lidos, desejados e em andamento, além de registrar opiniões por meio de resenhas. A funcionalidade de troca de livros, disponível no programa "*Skoob Plus*", foi destacada positivamente, assim como o aspecto social da plataforma, que permite conhecer novas obras por meio das interações com outros leitores. Os participantes relataram problemas tanto na estrutura quanto na usabilidade. A impossibilidade de criar coleções personalizadas e a limitação na adição de mídias visuais são vistas como barreiras à experiência do leitor. A interface pouco intuitiva, especialmente na versão para desktop, e a dificuldade de acesso a páginas importantes como a de resenhas refletem limitações no design da plataforma, o que pode comprometer a navegabilidade.

O aplicativo da *TAG* foi lembrado pela proposta de engajamento e incentivo à leitura, com funcionalidades como o registro da rotina e ritmo de leitura, metas anuais e desafios. Entretanto, foi mencionada uma possível pressão gerada por

esses objetivos, que, em alguns casos, geraram ansiedade. A integração com o clube de assinatura e a possibilidade de desbloquear comentários à medida que se avança na leitura foram vistas como recursos interativos que ampliam a experiência do leitor. No entanto, o aplicativo foi criticado pela instabilidade de acesso. A recorrência de quedas no aplicativo compromete sua confiabilidade e impacta negativamente a continuidade do uso, especialmente considerando que parte de sua proposta está centrada na rotina e constância da leitura, com metas e desafios.

No caso do *Wattpad*, os usuários ressaltaram a gratuidade do conteúdo e a oportunidade de publicar histórias próprias como aspectos positivos. A presença de comentários inseridos no corpo dos capítulos foi comparada à experiência de leitura compartilhada, evocando memórias de livros físicos anotados por outras pessoas. Por outro lado, foram destacados aspectos de desorganização visual e de curadoria. Uma participante, identificando-se como pessoa neurodivergente, relatou dificuldade de navegação por conta de um layout visualmente confuso. Isso levanta questões sobre a acessibilidade digital, especialmente em plataformas com grande diversidade de usuários. Além disso, a categorização das histórias e a predominância de obras populares, nem sempre bem escritas, dificultam o acesso a conteúdos de maior qualidade.

O *Goodreads* foi lembrado principalmente por sua dimensão internacional e pela grande comunidade de leitores, sendo considerado um espaço eficaz para recomendações e discussões literárias em escala global. A formação de comunidades de leitores mediados por plataformas digitais é apontada por Coscarelli (2016) como um fenômeno importante para a construção de vínculos afetivos e sociais por meio da leitura. No entanto, foram apontadas limitações na interface, considerada confusa, e a barreira linguística, uma vez que o aplicativo é majoritariamente em inglês, o que pode restringir sua utilização entre leitores brasileiros. Esse ponto evidencia a importância da localização de sistemas digitais, isto é, a adaptação de interfaces e conteúdos aos contextos linguísticos e culturais dos usuários (Preece et al., 2005).

Por fim, o *Maratona App* foi citado pelo diferencial de promover leituras coletivas, recurso que favorece o senso de pertencimento e o estímulo à continuidade da leitura. Entretanto, o aplicativo foi criticado pela rigidez na dinâmica

de leitura coletiva, que não se adapta bem a usuários com rotinas mais flexíveis ou ritmos diferentes de leitura. Apesar da proposta de interação, os usuários ainda percebem limitações em comparação com outras plataformas, especialmente no que diz respeito à organização e classificação de obras. Também foi mencionado que o design muito distinto e recente ainda demanda tempo de adaptação por parte do usuário.

De modo geral, os resultados indicam que os usuários valorizam aplicativos que oferecem organização pessoal da leitura, incentivo ao hábito leitor, possibilidades de socialização e personalização da experiência, ao passo que algumas funcionalidades podem se tornar excessivamente exigentes ou gerar desconforto, dependendo do perfil do usuário. Os relatos indicam que as principais limitações dos aplicativos de leitura estão associadas à falta de personalização, à baixa acessibilidade, à usabilidade limitada e à ausência de interações mais profundas entre leitores. Tais elementos são essenciais para o fortalecimento do hábito de leitura no meio digital e apontam caminhos possíveis para o aprimoramento dessas plataformas.

Durante a entrevista, obtive respostas que revelam expectativas claras por parte dos usuários em relação ao que ainda falta nos aplicativos de leitura para que proporcionem uma experiência verdadeiramente satisfatória e completa. A partir das falas dos participantes, emergem algumas dimensões fundamentais: intuitividade da interface, personalização, socialização, colaboração e multimodalidade.

Um dos pontos mais enfatizados foi a interface intuitiva, considerada essencial para que o usuário consiga navegar com fluidez e aproveitar todos os recursos disponíveis. Segundo Garrett (2011), o design centrado no usuário é indispensável para experiências digitais eficazes, pois a usabilidade impacta diretamente no engajamento. Os entrevistados ressaltaram que a ausência de organização visual e funcional dificulta a permanência nas plataformas, especialmente para novos usuários ou leitores com perfis neurodivergentes, como já apontado em outros momentos da pesquisa.

Outro aspecto relevante diz respeito à personalização das recomendações. Vários usuários mencionaram a frustração com sistemas automatizados que priorizam os títulos mais vendidos, sem considerar os interesses individuais. Essa

demanda reforça a importância de algoritmos que se baseiam em hábitos reais de leitura e preferências temáticas.

A necessidade de espaços de troca entre leitores também apareceu de forma recorrente. Os participantes expressaram o desejo de ter ambientes que funcionem como comunidades literárias, com fóruns, blogs, grupos de discussão e possibilidade de comentar coletivamente trechos de livros. Essa função colaborativa, semelhante a clubes de leitura, é um meio importante para fomentar o hábito de leitura e criar vínculos sociais mediados por obras literárias. A leitura passa, assim, de uma prática individual para uma vivência compartilhada e relacional.

Alguns entrevistados destacaram a importância de ferramentas colaborativas como anotações públicas em trechos dos livros, comentários por capítulo acessíveis a qualquer tempo, e possibilidade de marcar reações com fotos ou emojis.

Além disso, foi apontada a carência de diversidade nos formatos de resenha, sugerindo que os aplicativos devem aceitar textos, imagens e vídeos curtos como forma de expressão crítica. A organização dessas resenhas por abas, conforme sugerido, possibilitaria uma navegação mais dinâmica de acordo com as preferências do usuário no momento da leitura.

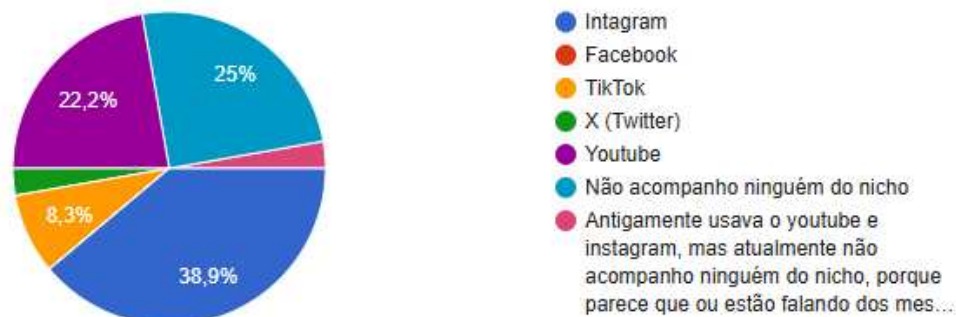
Por fim, destaca-se o desejo de leituras conjuntas com flexibilidade temporal, ou seja, que as plataformas ofereçam espaços para projetos coletivos que possam ser acessados de maneira assíncrona. Essa proposta favorece a inclusão de usuários com rotinas diversas e representa uma solução para o desafio da simultaneidade em clubes de leitura virtuais.

Os dados apontam que para um aplicativo de leitura ser realmente completo, ele precisa integrar leitura, interação e personalização. A criação de ambientes acolhedores, adaptáveis e multimodais, que reconheçam diferentes formas de ler, expressar e se conectar, é fundamental para o fortalecimento da cultura leitora no meio digital.

Também foi realizada uma pesquisa para identificar se o público utiliza redes sociais para consumir conteúdos do nicho de leitura. As redes sociais possuem usuários que postam sobre o nicho de leitura, é interessante entender como atingem esse público e como funciona a interface. Cerca de 39% utilizam o Instagram, porém 25% não acompanham ninguém do nicho (figura 22).

Figura 23 - Pesquisa quantitativa - Redes sociais.

Caso não utilize aplicativos específicos para leitores, você utiliza alguma dessas redes sociais para seguir influenciadores do nicho de leitura?



Fonte: Autoral (2025)

Após as pesquisas, foi definido que o público alvo são homens e mulheres, entre 18 a 35 anos, que gostam de ler e buscam conhecer pessoas e encontrar amigos para compartilhar leituras. A pesquisa foi importante para entender quem é o público e as suas dores. Apesar de uma boa parte do público gostar de ler, muitos não frequentam clubes por falta de oportunidades, na qual um aplicativo poderia ajudar a incentivar a participação. Os aplicativos utilizados possuem muitos pontos positivos como criar uma biblioteca virtual, criar resenhas e participar de leituras em conjunto. Porém, cada aplicativo possui um objetivo diferente, sendo necessário utilizar mais de um. Alguns aplicativos são exclusivos para leitura individual, quando é em grupo precisa ser de forma síncrona. Além de possuírem limitações para formatos de compartilhamentos de leituras, não existe um espaço para postar em formato de foto, vídeo e entre outros. Conclui-se que os usuários buscam uma interface intuitiva, que ofereça maior liberdade para publicar resenhas em diferentes formatos, criar comunidades, organizar suas leituras e interagir de forma online e assíncrona.

5 DEFINIÇÃO DO PROBLEMA E DESAFIOS

5.1 Personas

Para a etapa de definição, foi necessário criar as personas. As personas são personagens fictícios que representam os usuários do produto e ajudam a compreender o público-alvo, além de ajudar no desenvolvimento do aplicativo. Essas personas possuem características que representam o público, foram utilizados os dados demográficos e hábitos de leitura identificados na pesquisa anterior. Dessa forma, foi possível delimitar o foco do projeto e compreender os principais problemas que precisam ser solucionados.

Foram criadas duas personas: Julia e Pedro. A primeira é Júlia (figura 24), uma jovem de 22 anos que está cursando o quinto semestre de Jornalismo e atua como estagiária na área de redação em uma emissora de televisão. Ela tem o hábito de ler diariamente, é bastante presente nas redes sociais e costuma assistir a vídeos com resenhas e recomendações de livros. Apesar da rotina agitada entre a faculdade e o estágio, ela e suas amigas sempre tentam encontrar um momento para tomar um café e conversar sobre a leitura que estão fazendo. Embora consuma bastante conteúdo online, Júlia tem o desejo de ampliar suas conexões e interagir com pessoas de diferentes lugares.

Figura 24 - Persona - Julia



Idade e profissão	Hábitos	Dores
22 anos, está no 5º semestre de jornalismo e faz estágio como redatora em uma emissora de TV.	Ela gosta de ler todos os dias e é ativa nas redes sociais, consome vídeos de resenhas de livros e indicações.	Apesar da dificuldade de encontrar as amigas por conta da correria da faculdade e estágio, sempre tentam marcar um café e discutir sobre um livro que estão lendo no momento. Mesmo consumindo muito conteúdo nas redes sociais, ela tem o desejo de se conectar com mais pessoas de lugares diferentes.

Fonte: Autoral (2025)

Pedro tem 30 anos, é formado em Psicologia e trabalha atendendo em uma clínica (figura 25). Sua rotina de leitura é regular, embora ele não leia todos os dias, busca manter uma certa constância. A maior parte dos livros que lê está relacionada à sua área profissional, mas, sempre que possível, ele escolhe um romance de ficção para relaxar nos momentos de lazer. Apesar da falta de tempo, Pedro é um grande entusiasta da leitura e estabeleceu como meta pessoal ler ao menos 10 livros por ano. Para acompanhar esse objetivo, ele utiliza uma agenda para registrar suas leituras, já que não se adaptou bem às redes sociais voltadas para o universo literário. Ao tentar usar alguns aplicativos, precisou recorrer a mais de um para atender todas as suas demandas, o que acabou desmotivando seu uso. Seu principal interesse ao tentar utilizar essas plataformas era organizar suas leituras e descobrir novas recomendações e resenhas, já que não possui muitos amigos que compartilham o mesmo interesse por livros.

Figura 25 - Persona - Pedro



Persona 2
Pedro, dedicado e apaixonado por leitura.

Idade e profissão	Hábitos	Dores
30 anos, formado em psicologia e atende em uma clínica.	Ele possui uma frequência regular de leitura, não são todos os dias que ele lê, mas tenta manter uma constância. A maioria dos livros são sobre psicologia, mas sempre que pode busca ler um livro de ficção para os momentos de lazer. Apesar de não ter muito tempo para ler, Pedro sempre foi apaixonado pela leitura e possui uma meta de ler pelo menos 10 livros por ano.	Ao tentar utilizar os aplicativos de leitura, ele precisou instalar mais de um para suprir todas as suas necessidades, isso o desestimulou e não continuou a consumir as redes sociais. O intuito de usar as redes é organizar as suas leituras e encontrar indicações e resenhas de outros usuários, pois não tem um ciclo de amigos que gostam de ler.

Fonte: Autoral (2025)

As personas Julia e Pedro possibilitaram compreender os hábitos do público, os motivos pelos quais não consomem redes sociais do nicho de leitura e suas principais dores. O desenvolvimento do aplicativo considerou as necessidades dos usuários, unindo interação social à organização de leitura, de modo a criar um ambiente que funcione simultaneamente como clube do livro digital e espaço de organização pessoal.

5.2 Delimitando o foco do projeto

Ao desenvolver um aplicativo de clube do livro digital, diversos desafios precisam ser enfrentados, principalmente em relação às limitações observadas nos aplicativos existentes. A pesquisa indica que, embora uma parte significativa do público tenha interesse em leitura, muitos não participam de clubes de leitura devido à falta de oportunidades ou plataformas que atendam às suas necessidades. Um aplicativo poderia resolver esse problema, mas seria necessário superar diversos obstáculos para garantir que a experiência seja realmente envolvente e útil para os usuários.

Atualmente, os aplicativos de leitura são muito segmentados em termos de funcionalidades. Alguns se concentram em leitura individual, enquanto outros oferecem funcionalidades para leituras em grupo de forma síncrona. Isso leva os usuários a precisarem de múltiplos aplicativos para obter uma experiência completa. Será necessário criar uma plataforma única que permita aos usuários tanto a leitura individual quanto a participação em clubes de leitura, com a possibilidade de interagir com outros leitores de forma assíncrona e síncrona. Para as leituras individuais ou em grupo, é importante a presença de uma biblioteca virtual, na qual é possível comprar na loja online e criar uma leitura conjunta com os amigos.

Outro ponto importante observado é a limitação dos aplicativos atuais no que diz respeito à forma de resenhas. A maioria das plataformas permite apenas textos simples, o que restringe a liberdade dos usuários de expressarem suas opiniões de maneira mais rica e criativa. O desafio será proporcionar um espaço onde os leitores possam criar resenhas em diversos formatos, incluindo texto, imagens, vídeos e até áudio, para que cada usuário possa compartilhar suas experiências da maneira que preferir.

Apesar de alguns aplicativos permitirem a criação de grupos, não há uma plataforma que combine todas as funcionalidades necessárias para organizar leituras e criar comunidades dinâmicas. Será fundamental oferecer uma interface intuitiva onde os usuários possam facilmente se inscrever em leituras conjuntas, acompanhar o progresso dos membros e até discutir os livros em tempo real ou em momentos distintos, de forma assíncrona. Esse tipo de organização também deve ser flexível, permitindo que os usuários participem de vários grupos e comunidades simultaneamente, sem sobrecarregar a interface. A agenda também é um elemento importante, o aplicativo terá uma agenda na qual é possível criar encontros dos clubes, podem ser através de videochamada ou presencial.

A interação em grupos de leitura deve ser mais fluida, permitindo tanto trocas de mensagens rápidas quanto discussões mais profundas e longas, sem exigir que todos os membros estejam online ao mesmo tempo. O desafio será criar ferramentas que facilitem essas interações, com comentários, fóruns ou discussões baseadas em capítulos, permitindo que os leitores interajam com mais liberdade e flexibilidade, independentemente de fuso horário ou disponibilidade.

Por fim, é essencial que a interface do aplicativo seja fácil de usar e acessível para uma ampla gama de usuários. Isso inclui desde leitores iniciantes até aqueles

mais experientes com tecnologia. A simplicidade, aliada a um design atrativo e intuitivo, será um diferencial importante para garantir que o aplicativo seja adotado por um número significativo de usuários.

Em resumo, o desenvolvimento de um aplicativo de clube do livro digital envolve superar desafios como a integração de diversas funcionalidades em uma plataforma única, oferecendo liberdade nas formas de resenha, promovendo a criação de comunidades dinâmicas, incentivando interações online e assíncronas e garantindo uma interface fácil e acessível para todos. Com essas melhorias, seria possível criar um ambiente mais inclusivo e engajador para os leitores.

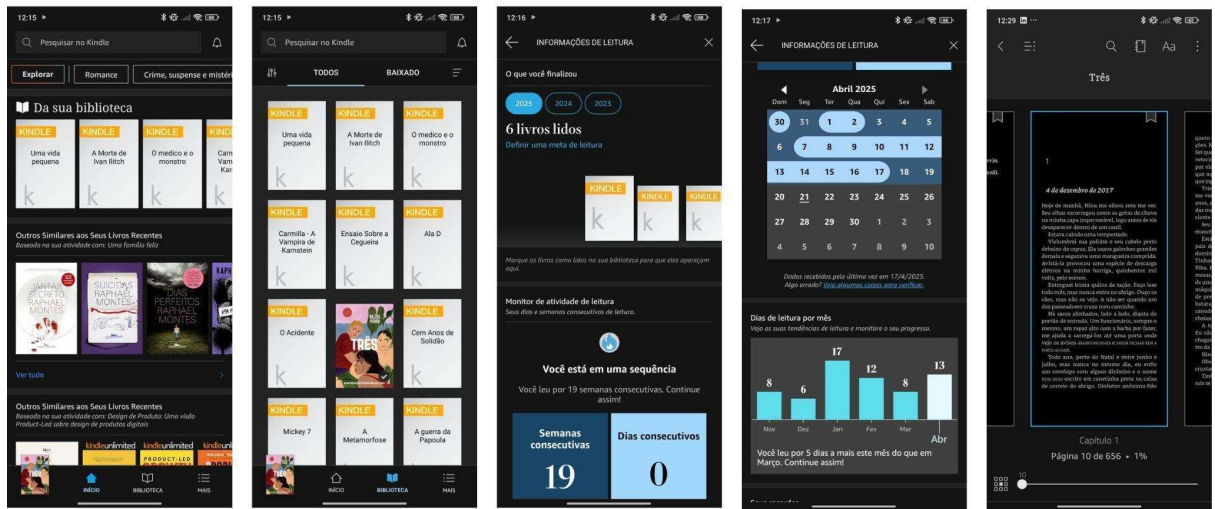
5.3 Análise de similares

A análise de similares é uma ferramenta de investigação e comparação entre um objeto de estudo (como um produto, tecnologia, marca, texto, projeto, etc.) e outros já existentes que sejam semelhantes em forma, função ou conceito. O objetivo é entender o que já existe, identificar diferenças e semelhanças, e avaliar aspectos como originalidade, inovação, possível infração ou posicionamento estratégico.

Foram escolhidos quatro similares para avaliar os pontos positivos, negativos e de destaque, mas considerando os critérios: funcionalidade, experiência do usuário, interação do usuário e linguagem visual.

O similar 1 é o aplicativo *Amazon Kindle* (figura 17). Um aplicativo de leitura da própria *Amazon*. Com esse aplicativo é possível ler em leitores digitais, celular ou tablet.

Figura 17 - Interface - Amazon Kindle



Fonte: Aplicativo Amazon Kindle (2025)

Em seguida temos a análise da interface da *Amazon Kindle* representado no quadro 1.

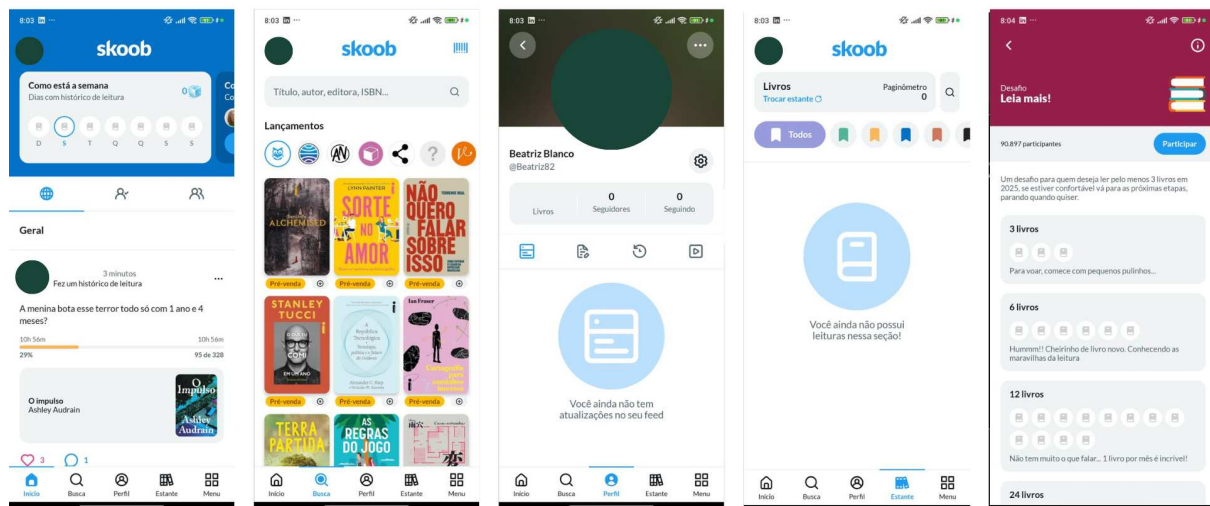
Quadro 1 - Análise de similares: Amazon Kindle

CRITÉRIOS	POSITIVO	NEGATIVO	DESTAQUE
Funcionalidade	<p>A organização de menus pode gerar confusão. Por exemplo, o botão “Mais” leva a opções escondidas que poderiam estar na navegação principal.</p> <p>Falta um botão de acesso rápido ao registro de leitura diretamente da capa do livro.</p>	<p>A organização de menus pode gerar confusão. Por exemplo, o botão “Mais” leva a opções escondidas que poderiam estar na navegação principal.</p> <p>Falta um botão de acesso rápido ao registro de leitura diretamente da capa do livro.</p>	<p>A função de registrar andamento do livro com porcentagem e páginas lidas é clara e direta na tela do livro.</p> <p>A tela de leitura é funcional e bem pensada para o usuário que quer imersão sem distrações durante a leitura.</p>
	A interface mostra elementos familiares (ex.: capas de livros, resenhas com	A primeira experiência pode ser um pouco solta, pois não há um	A personalização da estante com diferentes categorias e a exibição do progresso como

<p>Experiência do Usuário</p>	<p>estrelas), o que ajuda o usuário a se situar sem tutoriais.</p> <p>Animações suaves ao mudar de tela ajudam na fluidez.</p>	<p>onboarding guiado nem sugestões claras de como começar a usar.</p> <p>A interface não se adapta tão bem visualmente ao conteúdo personalizado do usuário (ex.: muita informação amontoadada em perfis com muitas atividades).</p>	<p>gamificação criam envolvimento com o usuário.</p>
<p>Interação do Usuário</p>	<p>Toque nas capas de livros leva diretamente a detalhes, o que é natural e rápido.</p> <p>O botão de “Curtir” ou comentar resenhas funciona com retorno visual, estimulando interação.</p>	<p>Elementos interativos são pequenos e às vezes muito próximos, o que prejudica quem tem dedos maiores ou usa telas pequenas.</p> <p>Falta de animações mais evidentes ou vibração leve para reforçar ações concluídas (como marcar livro como lido).</p>	<p>A barra de progresso é um ótimo exemplo de microinteração funcional: simples, visualmente clara e diretamente ligada ao hábito do usuário. A forma de navegação por capítulo são intuitivas e visuais.</p>
<p>Linguagem visual</p>	<p>Paleta clara reforça o foco na leitura e no conteúdo.</p> <p>Elementos visuais como capas de livros e ícones são padronizados e organizados.</p> <p>Usa bastante espaço em branco, o que ajuda na clareza visual.</p>	<p>Em algumas telas, como a de “Amigos” e “Perfil”, há excesso de elementos (botões, texto, imagens) juntos, o que quebra um pouco a hierarquia visual.</p> <p>Alguns ícones (como o de “adicionar livro” ou “interação com amigos”) são pequenos e sem rótulo, o que pode dificultar para novos usuários.</p> <p>Aparência pode parecer “fria” ou “impessoal” para usuários mais visuais ou vindos de apps com maior presença gráfica.</p>	<p>A tela de “Estante” se destaca visualmente pela apresentação limpa dos livros, com as capas bem posicionadas e foco no conteúdo.</p>

O similar 2 é o aplicativo *Skoob* (Figura 27). Uma rede social criada para compartilhamentos de leituras.

Figura 27 - Interface - *Skoob*



Fonte: Aplicativo *Skoob* (2025)

Em seguida temos a análise da interface da *Skoob* representado no quadro 2.

Quadro 2 - Análise de similares: *Skoob*

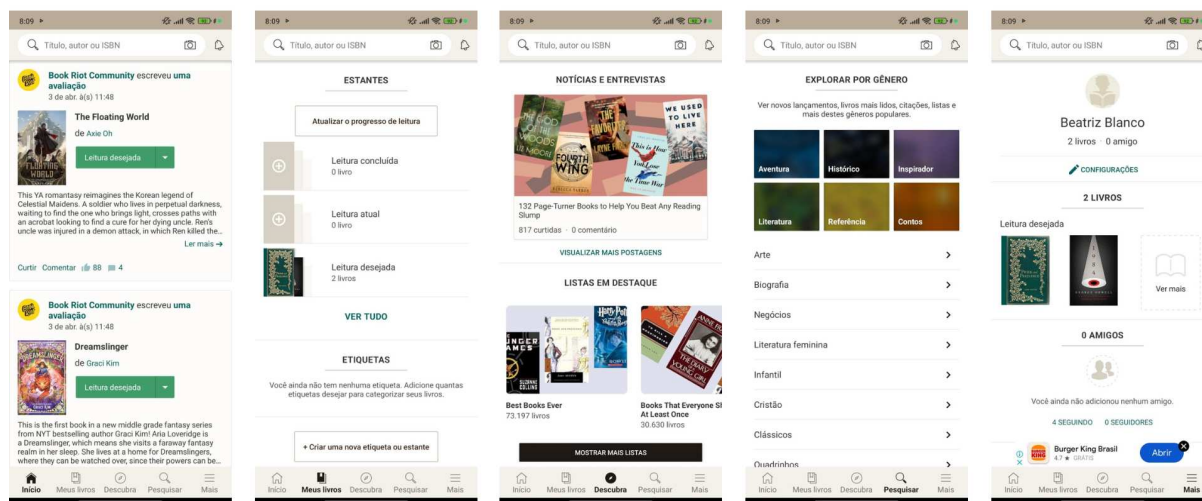
CRITÉRIOS	POSITIVO	NEGATIVO	DESTAQUE
Funcionalidade	<p>As funções principais (adicionar livros, criar lista de leitura) são fáceis de encontrar.</p> <p>Presença de botões de ação rápida como “Quero Ler” ou “Li”.</p>	<p>Não há destaque claro para funcionalidades de interação social (comentários, reviews), que são fortes no Skoob.</p> <p>Algumas funções importantes (como editar</p>	<p>Integração rápida entre catálogo de livros e listas pessoais.</p>

		lista) ficam escondidas em menus secundários.	
Experiência do Usuário	Fluxo de navegação intuitivo, não sobrecarregando o usuário com muitas opções de uma vez. Boas sugestões automáticas de livros para ler.	Falta uma explicação inicial (onboarding) para novos usuários entenderem as funcionalidades rapidamente. O excesso de textos nas listas pode cansar o leitor.	A categorização de livros é fluida e fácil de usar.
Interação do Usuário	Sistema simples de adicionar livros lidos e avaliar. Feedback visual após ações (por exemplo, ícones mudam de cor ao marcar um livro como lido).	Falta de incentivo a interações sociais (como fóruns, grupos de leitura, comentários em resenhas).	A interação é rápida e direta com a coleção pessoal do usuário.
Linguagem visual	Uso de cores suaves, que combinam bem com a temática de leitura. Tipografia clara e amigável, favorecendo a leitura contínua. Ícones bem distribuídos, facilitando o reconhecimento rápido de funções.	Espaçamento entre elementos poderia ser melhor para evitar poluição visual em algumas áreas. Alguns elementos gráficos competem entre si (como capas de livros muito pequenas próximas a textos grandes).	O uso de imagens de capa dos livros ajuda muito a criar identificação imediata com o usuário.

Fonte: Autoral (2025)

O similar 3 é o aplicativo *Goodreads* (Figura 28). Além de ser uma rede social e catálogo online de livros, também é um aplicativo da *Amazon*.

Figura 28 - Interface - Goodreads



Fonte: Aplicativo Goodreads (2025)

Em seguida temos a análise da interface da Goodreads representada no quadro 3.

Quadro 3 - Análise de similares: Goodreads

CRITÉRIOS	POSITIVO	NEGATIVO	DESTAQUE
Funcionalidade	<p>Ferramentas como adicionar livros à estante, avaliar e comentar estão acessíveis em poucos cliques.</p> <p>Busca eficiente por livros/autores/gêneros, geralmente com filtros úteis (nota, ano, tipo de livro).</p> <p>Recurso de recomendação</p>	<p>Em algumas interfaces, a criação de listas personalizadas (ex: "livros para ler", "favoritos") é limitada ou mal divulgada.</p> <p>Falta de integração direta com redes sociais em algumas alternativas (o Goodreads, por exemplo, permite compartilhar leituras no Facebook, mas nem todos similares</p>	<p>Algumas versões oferecem estatísticas de leitura personalizadas (ex: páginas lidas no mês, tempo médio por livro), o que é um diferencial para usuários mais engajados.</p>

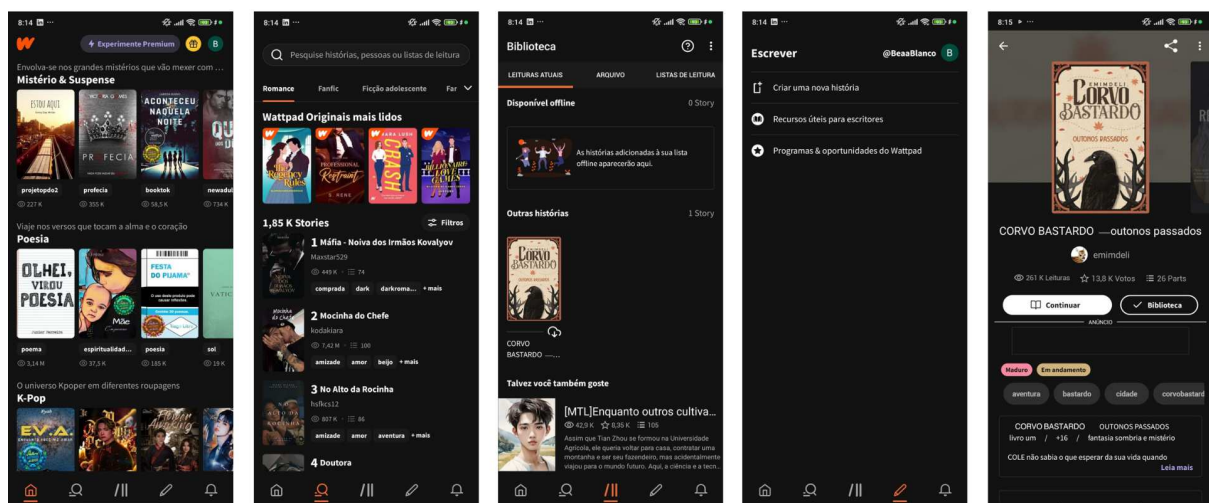
	<p>automática com base no histórico de leitura ou avaliações anteriores.</p>	<p>analisados permitem).</p> <p>Alguma inconsistência na fluidez dos processos (por exemplo: após avaliar um livro, deveria haver sugestões automáticas de próximos livros similares, mas isso nem sempre ocorre).</p>	
<p>Experiência do Usuário</p>	<p>Fluxos simples: o usuário entende rapidamente como adicionar, avaliar e organizar livros.</p> <p>Boa separação entre áreas de leitura, resenhas e descoberta de novos livros.</p> <p>Oferecimento de pequenos "tours" de onboarding para novos usuários em alguns casos.</p>	<p>Algumas telas iniciais são excessivamente cheias (recomendações + novidades + listas ao mesmo tempo), o que pode causar confusão.</p> <p>Em alguns exemplos, a edição de dados do usuário (perfil, estantes) não é tão intuitiva.</p> <p>Layouts de feed de resenhas muito semelhantes podem gerar uma sensação de "mesmice".</p>	<p>Algumas plataformas destacam a experiência comunitária, incentivando clubes de leitura e fóruns, o que cria maior retenção.</p>
<p>Interação do Usuário</p>	<p>Botões de ação grandes e posicionados no alcance do polegar (no mobile).</p> <p>Animações suaves para feedbacks (ex: ao adicionar livro à estante ou ao favoritar uma resenha).</p> <p>Feedback visual consistente após cada ação (ex: confirmação ao dar nota ou escrever resenha).</p>	<p>Pequenos atrasos no carregamento de listas ou estantes em alguns apps/websites analisados.</p> <p>Algumas interações de filtro/busca requerem recarregar a página toda, em vez de atualização dinâmica (filtro em tempo real).</p> <p>Falta de clareza em alguns ícones de ação (por exemplo: ícones de "favoritar" versus "marcar como lido" parecidos demais).</p>	<p>Uso de microinterações que aumentam o prazer de uso, como animações de "confete" ao completar uma meta de leitura.</p>

<p>Linguagem visual</p>	<p>Uso de paletas de cores suaves e fundo claro, que privilegia a leitura e gera pouco cansaço visual.</p> <p>Tipografias limpas e legíveis, com bom espaçamento entre linhas.</p> <p>Ícones simples e facilmente reconhecíveis, sem poluição visual.</p> <p>Hierarquia visual bem definida: títulos maiores, subtítulos discretos, botões com destaque correto.</p>	<p>Algumas telas possuem excesso de texto compacto, o que pode sobrecarregar o usuário na primeira vista.</p> <p>Falta de padronização em alguns elementos (por exemplo: variação de estilos de botão ou de apresentação de capa de livros entre páginas).</p> <p>Em alguns exemplos, imagens de capas muito pequenas ou desalinhadas prejudicam a estética geral.</p>	<p>Minimalismo funcional: a maioria das interfaces usa poucos elementos para guiar a atenção direto para os livros ou resenhas.</p> <p>Algumas versões incluem capas de livros em carrossel, criando movimento sem atrapalhar a navegação.</p>
--------------------------------	--	--	--

Fonte: Autoral (2025)

Por último, foi analisada a interface do *Wattpad* (Figura 29). É uma plataforma utilizada para escrever livros, ler e publicar conteúdos.

Figura 29 - Interface - *Wattpad*



Fonte: Aplicativo *Wattpad*

Em seguida temos a análise da interface da *Wattpad* representado no quadro 4, a seguir.

Quadro 4 - Análise de similares: *Wattpad*

CRITÉRIOS	POSITIVO	NEGATIVO	DESTAQUE
Funcionalidade	<p>Recursos como marcação de favoritos, continuação da leitura de onde parou e organização por biblioteca são intuitivos.</p> <p>Suporte a modos de leitura (escuro/claro), tamanho da fonte ajustável e rolagem contínua ou por página.</p>	<p>Alguns apps similares apresentam lentidão ou travamentos em dispositivos de entrada mais simples.</p> <p>Ferramentas como busca por palavras-chave ou filtros avançados (por gênero, status da história etc.) às vezes são limitadas ou mal implementadas.</p>	<p>A função de criação e publicação de histórias direto pelo app é um diferencial importante.</p> <p>Integração com redes sociais para compartilhamento de histórias e perfis.</p>
Experiência do Usuário	<p>Interface centrada na leitura: menus escondidos e destaque ao conteúdo.</p> <p>Processo de cadastro e personalização do perfil é rápido e fluido.</p>	<p>A quantidade de notificações e pop-ups em alguns apps pode atrapalhar a experiência.</p> <p>Dificuldade para usuários novos entenderem onde encontrar boas histórias, por falta de curadoria efetiva.</p>	<p>A personalização da linha do tempo ou feed com sugestões baseadas em leitura anterior é eficaz e aumenta o engajamento.</p>
Interação do Usuário	<p>Comentários em trechos específicos das histórias promovem engajamento ativo com o conteúdo.</p>	<p>Em alguns apps, o sistema de notificação de interações (comentários, curtidas) não é claro ou demora a carregar.</p> <p>A interação entre autores e leitores ainda</p>	<p>Comunidades, fóruns ou chats integrados oferecem um espaço para troca além das histórias, o que ajuda a criar um ecossistema de leitores e escritores.</p>

	Sistema de likes, votos e comentários é direto e fácil de usar.	é limitada em certas plataformas.	
Linguagem visual	<p>Uso predominante de tons neutros e escuros, que favorecem a leitura prolongada.</p> <p>Tipografia legível com bom espaçamento entre linhas, essencial para conforto visual.</p> <p>Imagens de capa bem destacadas nas listas de histórias, atraindo o usuário visualmente.</p>	<p>Algumas versões ou apps similares abusam do excesso de banners e anúncios visuais que poluem a interface.</p> <p>A falta de consistência visual entre páginas (por exemplo, entre tela de leitura e tela de comentários) pode quebrar a imersão.</p>	<p>O uso de design minimalista permite que o conteúdo (as histórias) seja o foco, algo que o Wattpad e seus similares valorizam.</p> <p>Ícones intuitivos e padronizados, o que facilita a navegação mesmo sem textos descritivos.</p>

Fonte: Autoral (2025)

A análise de similares revelou a diversidade de abordagens na construção de plataformas voltadas à leitura e interação literária. Cada aplicativo apresenta características específicas alinhadas ao seu público-alvo e propósito principal, o que se reflete diretamente na linguagem visual, funcionalidades, experiência do usuário e formas de interação.

O Amazon Kindle se destaca por seu foco absoluto na leitura, com uma linguagem visual minimalista e recursos altamente funcionais voltados ao conforto do leitor. Em contrapartida, oferece pouca interação social, limitando a troca entre leitores.

O Wattpad, por sua vez, valoriza a comunidade e a participação ativa dos usuários, com forte apelo visual e recursos voltados à publicação colaborativa. Sua interface favorece o engajamento, mas pode sofrer com ruído visual e sobrecarga informacional em alguns momentos.

O Skoob atua como uma rede social de leitores, priorizando a organização de leituras e a interação entre usuários. Embora ofereça um espaço rico em funcionalidades sociais, sua linguagem visual apresenta certa defasagem estética em comparação aos demais, o que impacta na experiência geral.

Já o Goodreads combina recursos de catálogo pessoal com recomendações e interações sociais, mantendo uma proposta intermediária entre Skoob e Kindle. Sua interface, apesar de funcional, apresenta desafios de usabilidade e acessibilidade, sobretudo para novos usuários.

De forma geral, a análise permitiu identificar boas práticas e também lacunas que poderão orientar o desenvolvimento de uma nova interface. A valorização da leitura, combinada a ferramentas sociais intuitivas e uma linguagem visual clara e atual, surge como um caminho promissor para uma plataforma que deseje unir experiência de leitura e interação comunitária de forma equilibrada.

6 ETAPA DE IDEAÇÃO

6.1 Identidade visual

A criação do logotipo (figura 30) do aplicativo Lizzy foi um processo fundamentado em escolhas simbólicas e estéticas que buscavam representar visualmente os valores e a proposta do projeto. O nome do aplicativo, Lizzy, foi inspirado na personagem Elizabeth Bennet, protagonista do romance *Orgulho e Preconceito*, da escritora britânica Jane Austen. Publicada em 1813, a obra tornou-se um clássico da literatura inglesa, e Elizabeth Bennet, também chamada de "Lizzy", é considerada uma das personagens femininas marcantes da literatura ocidental. A figura de Elizabeth, conhecida por sua inteligência, independência e espírito crítico, na qual demonstra estar à frente do seu tempo, simboliza o ideal de uma leitura ativa, questionadora e transformadora, sendo valores que orientaram o desenvolvimento do aplicativo. Assim, o aplicativo Lizzy não é apenas uma ferramenta de leitura, mas um espaço de descobertas, diálogo e empoderamento intelectual.

Figura 30 - Logotipo



Fonte: Autoral (2025)

A identidade visual foi desenvolvida a partir dessa inspiração literária, com o objetivo de estabelecer uma conexão entre o universo clássico da leitura e os elementos contemporâneos da tecnologia. Foi criado um *moodboard* com referências visuais para inspiração do logotipo (figura 31). Com o moodboard criado, foram analisadas as referências para definir a tipografia e as cores. A escolha da cor verde como predominante na composição visual remete, inicialmente, aos campos e paisagens naturais associados ao cenário rural presente em *Orgulho e Preconceito*. No entanto, para além da referência, optou-se por um tom mais forte e vibrante de verde, que evoca modernidade, dinamismo e inovação. Essa escolha cromática busca equilibrar tradição e tecnologia, criando uma identidade visual que se destaca no meio digital sem perder o vínculo com o contexto histórico-literário. Além do verde, sendo a cor principal, foi definido uma paleta de cor base para ser utilizado em alguns elementos do aplicativo com inspiração nas cores encontradas na natureza mas com um toque de modernidade (figura 32).

Figura 31 - Moodboard



Fonte: Autorial (2025)

Figura 32 - Paleta de cor



Fonte: Autoral (2025)

A tipografia utilizada no logotipo também foi escolhida com base nessa dualidade entre passado e presente. A fonte Berkshire Swash (figura 33) possui características que remetem à caligrafia das cartas manuscritas do século XIX, época em que se passa o romance de Jane Austen. Seus traços delicados e ornamentais trazem à tona a estética das cartas escritas a mão. No entanto, a tipografia apresenta um acabamento contemporâneo, com formas mais limpas e suaves, garantindo legibilidade e adaptabilidade aos meios digitais. Essa combinação de elementos clássicos e modernos reforça o conceito central do aplicativo Lizzy: uma plataforma digital que valoriza a leitura como experiência pessoal e comunitária, respeitando o legado literário ao mesmo tempo em que promove a inovação e a acessibilidade. Além da tipografia Berkshire Swash Regular utilizada na construção do logotipo, o aplicativo Lizzy adota a fonte Inter (figura 34) em sua interface textual. Utilizada especificamente para ambientes digitais, a Inter é uma tipografia sem serifa que prioriza a legibilidade em telas de diferentes tamanhos e resoluções. Sua estrutura limpa, espaçada e equilibrada torna a leitura

confortável, mesmo em trechos mais extensos ou em dispositivos móveis. A escolha da fonte Inter foi motivada pela necessidade de oferecer uma experiência de leitura fluida e acessível, respeitando os princípios de usabilidade e design centrado no usuário. Enquanto a identidade visual do logotipo carrega um caráter mais expressivo e simbólico, a tipografia da interface do aplicativo foi pensada de maneira funcional, com foco na clareza, na neutralidade e na adaptabilidade aos diferentes contextos de navegação. Dessa forma, a combinação entre uma tipografia decorativa no logotipo e uma fonte funcional na interface contribui para a construção de uma identidade visual equilibrada, que une estilo e desempenho no ambiente digital.

Figura 33 - Tipografia Berkshire Swash



Fonte: FontTr (2019)

Figura 34 - Tipografia Inter

Thin

AaBbDdEeGgMmOoRrSs
1234567890 !?()[]{}@#%
AaBbDdEeGgMmOoRrSs
1234567890 !?()[]{}@#%

Extra Light

AaBbDdEeGgMmOoRrSs
1234567890 !?()[]{}@#%
AaBbDdEeGgMmOoRrSs
1234567890 !?()[]{}@#%

Light

AaBbDdEeGgMmOoRrSs
1234567890 !?()[]{}@#%
AaBbDdEeGgMmOoRrSs
1234567890 !?()[]{}@#%

Regular

AaBbDdEeGgMmOoRrSs
1234567890 !?()[]{}@#%
AaBbDdEeGgMmOoRrSs
1234567890 !?()[]{}@#%

Medium

AaBbDdEeGgMmOoRrSs
1234567890 !?()[]{}@#%
AaBbDdEeGgMmOoRrSs
1234567890 !?()[]{}@#%

Semi Bold

AaBbDdEeGgMmOoRrSs
1234567890 !?()[]{}@#%
AaBbDdEeGgMmOoRrSs
1234567890 !?()[]{}@#%

Bold

AaBbDdEeGgMmOoRrSs
1234567890 !?()[]{}@#%
AaBbDdEeGgMmOoRrSs
1234567890 !?()[]{}@#%

Extra Bold

AaBbDdEeGgMmOoRrSs
1234567890 !?()[]{}@#%
AaBbDdEeGgMmOoRrSs
1234567890 !?()[]{}@#%

Black

AaBbDdEeGgMmOoRrSs
1234567890 !?()[]{}@#%
AaBbDdEeGgMmOoRrSs
1234567890 !?()[]{}@#%

Fonte: Fontsqurrel, 2019

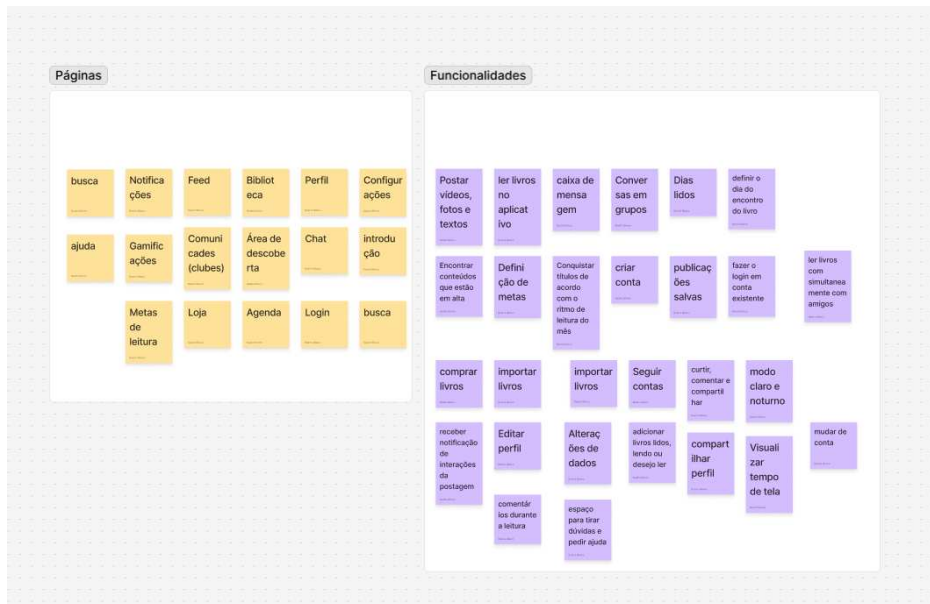
Desse modo, o logotipo do Lizzy foi concebido como um elemento visual que traduz a essência do projeto, unindo referências literárias à funcionalidade tecnológica. A homenagem à personagem Elizabeth Bennet, a escolha do tom de verde e a tipografia inspirada em cartas manuscritas configuram um conjunto coeso e significativo, que contribui para o posicionamento do aplicativo como uma ferramenta digital voltada à valorização da leitura, da cultura e da autonomia da mulher leitora contemporânea.

6.2 Brainstorm

Durante o processo de concepção do aplicativo Lizzy, uma das etapas fundamentais foi a realização de um brainstorm (figura 35) com o objetivo de gerar ideias para as telas e funcionalidades da plataforma. Esse momento inicial permitiu a exploração livre e colaborativa de sugestões, priorizando a criatividade e a diversidade de propostas. A dinâmica foi organizada por meio de quadros visuais que agruparam, de um lado, as páginas principais do aplicativo, como feed, perfil, biblioteca, comunidades, metas de leitura, agenda e configurações e, de outro, as funcionalidades que essas páginas deveriam comportar, como ler livros diretamente no aplicativo, postar textos e fotos, interagir por meio de comentários e mensagens,

importar livros, criar contas, acompanhar metas de leitura e personalizar a experiência com modo claro ou escuro.

Figura 35 - Primeira etapa de brainstorm



Fonte: Autoral (2025)

Em uma segunda etapa, o brainstorm foi refinado por meio do mapeamento entre as páginas e as funcionalidades correspondentes, criando uma visualização de fluxo e hierarquia entre os elementos (figura 36). Essa organização visual, representada na imagem com setas de ligação, permitiu identificar a função específica de cada seção do aplicativo, garantindo que todas as funcionalidades estivessem adequadamente distribuídas e contextualizadas dentro da jornada do usuário. A estruturação das conexões também foi essencial para prever a navegação e a lógica de uso da plataforma, antecipando como os usuários interagiriam com os recursos disponíveis. O uso do brainstorming, como técnica criativa coletiva, é amplamente defendido por autores como Osborn (1953), que destaca seu potencial para estimular ideias inovadoras em grupo. Assim, o brainstorm e o mapeamento funcional serviram como ferramentas estratégicas para transformar ideias abstratas em um sistema coeso, funcional e centrado na experiência do usuário.

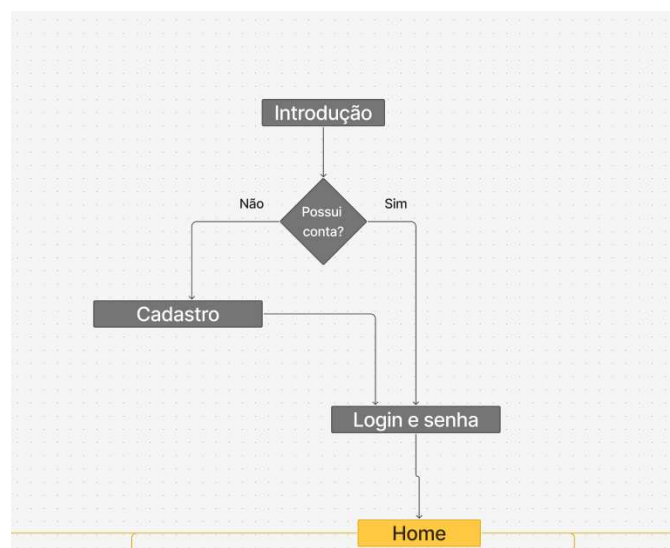
7 CONSTRUÇÃO DO PROTÓTIPO

7.1 Arquitetura da informação

A definição da arquitetura de informação foi uma etapa essencial no desenvolvimento do aplicativo Lizzy, permitindo estruturar a navegação e a organização dos conteúdos a partir da jornada do usuário. Para isso, foi elaborado um fluxograma com o objetivo de representar visualmente o caminho percorrido pelo usuário desde o primeiro contato com o aplicativo até a utilização das suas principais funcionalidades (figura 37). Essa representação gráfica facilitou a compreensão das etapas de acesso, bem como a disposição lógica e hierárquica das telas e menus da interface.

O fluxo se inicia com a tela de introdução, responsável por apresentar o aplicativo ao novo usuário. A partir desse ponto, é verificado se o usuário já possui uma conta: caso não possua, é direcionado para o cadastro; caso contrário, segue para a etapa de login com senha. Após o acesso autorizado, o usuário é conduzido à tela “Home”, que funciona como o ponto central de navegação, conectando as demais seções do aplicativo.

Figura 37 - Arquitetura de informação: Introdução

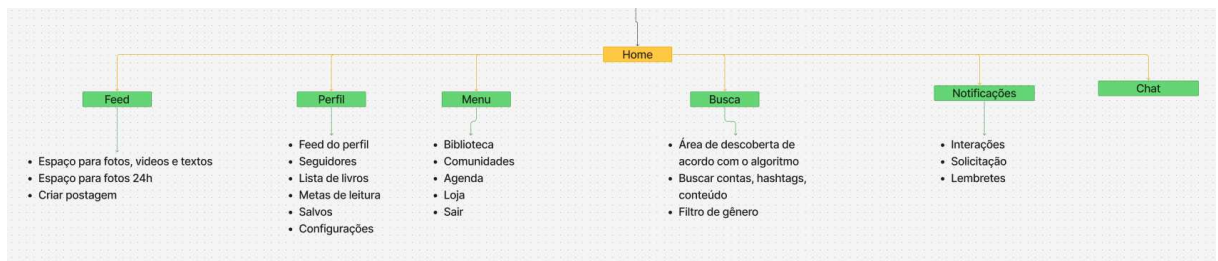


Fonte: Autoral (2025)

A partir da Home, a navegação se desdobra em seis grandes áreas: Feed, Perfil, Menu, Busca, Notificações e Chat (figura 38). Cada uma dessas áreas agrupa funcionalidades específicas, organizadas de maneira a facilitar a experiência do usuário. No Feed, por exemplo, é possível postar fotos, vídeos e textos, além de utilizar o recurso de postagens temporárias, similar ao formato de stories. A seção Perfil agrega funcionalidades como o feed individual, lista de livros, metas de leitura, publicações salvas, seguidores e acesso às configurações. Já o Menu reúne funcionalidades secundárias como Biblioteca, Comunidades, Agenda, Loja, mudança de conta e a opção de sair da plataforma.

A área de Busca é voltada à descoberta de conteúdos e perfis, com filtros por gênero e sugestões baseadas em algoritmo, enquanto a seção de Notificações centraliza interações, solicitações e lembretes. Por fim, o Chat oferece espaço para conversas diretas entre usuários. Essa organização reflete uma estrutura informacional clara, que segue princípios de usabilidade e navegação intuitiva, promovendo uma jornada fluida e coerente.

Figura 38 - Arquitetura de informação: Home



Fonte: Autoral (2025)

A elaboração desse fluxo permitiu antecipar e prever os caminhos mais recorrentes dos usuários, bem como identificar pontos de entrada, transição e saída dentro do sistema. Além disso, essa etapa contribuiu para o alinhamento entre design visual e funcionalidades técnicas, consolidando a base para o desenvolvimento das interfaces e da navegação do aplicativo.

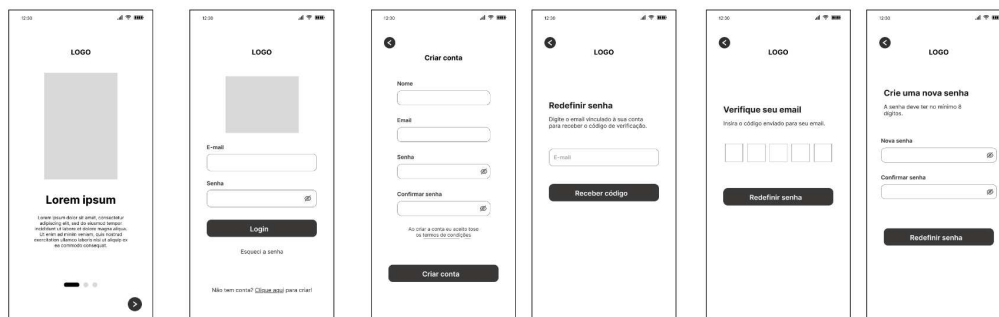
7.2 Wireframes

O *wireframe* é uma etapa fundamental no desenvolvimento de produtos digitais, especialmente em aplicativos que demandam múltiplas funcionalidades,

como é o caso de um clube do livro digital. Trata-se de uma representação visual simplificada das páginas do sistema, que tem como principal objetivo estruturar a navegação e a disposição dos elementos da interface antes da aplicação de aspectos estéticos e visuais. Segundo Baxter e Courage (2005), o *wireframe* permite uma abordagem centrada no usuário, pois antecipa a organização das interações, testando a lógica de navegação e a funcionalidade das páginas com foco na clareza e na usabilidade. A construção desse modelo auxilia não apenas os designers e desenvolvedores, mas também os envolvidos no planejamento do projeto, garantindo uma visão comum sobre o funcionamento da plataforma.

No caso do aplicativo de clube do livro digital, o *wireframe* foi elaborado considerando as necessidades do público-alvo e a complexidade de interações propostas. A primeira tela, nomeada como Introdução (figura 39), possui múltiplas funções: apresentar uma explicação clara e concisa sobre o propósito do aplicativo, além de oferecer as opções de login, recuperação de senha e criação de nova conta. Essa etapa inicial ajuda o usuário a compreender as funcionalidades do app.

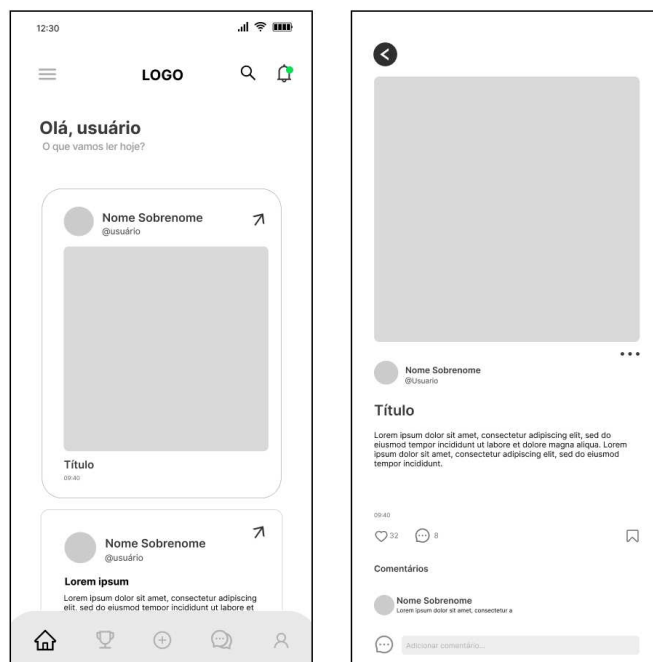
Figura 39 - Wireframe: Introdução



Fonte: Autoral (2025)

Na sequência, o *wireframe* organiza as funcionalidades principais em seções distintas e bem definidas. A *home* (figura 40) é uma área voltada à interação social, onde os usuários podem visualizar, curtir, comentar e compartilhar postagens relacionadas a livros, leituras em andamento e recomendações.

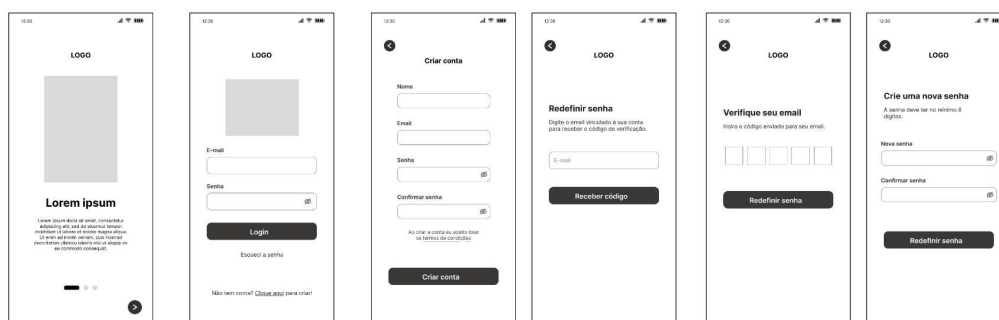
Figura 40 - Wireframe: Home



Fonte: Autoral (2025)

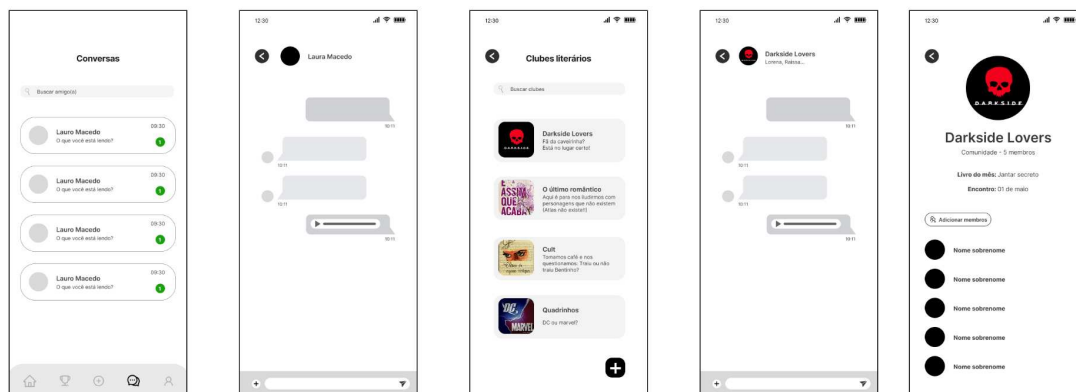
A Área de Notificações foi pensada para agrupar informações importantes, como solicitações de amizade, lembretes sobre atividades literárias e convites para eventos ou clubes de leitura (figura 41). O *Chat* permite a comunicação direta entre os usuários, fortalecendo o senso de comunidade e incentivando trocas literárias em tempo real, seja de forma individual ou em grupos que são chamados de Clubes (figura 42).

Figura 41 - Wireframe: Área de Notificações



Fonte: Autoral (2025)

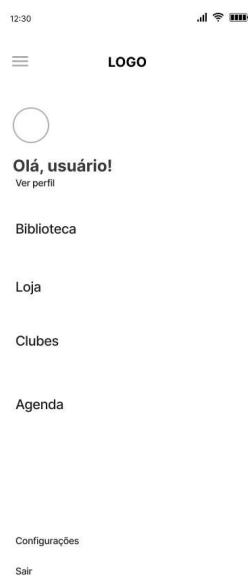
Figura 42 - Wireframe: Chat.



Fonte: Autoral (2025)

Ao clicar nos 3 traços no canto superior esquerdo, será possível acessar as áreas de: Agenda, loja, biblioteca, clubes, configurações e sair da conta (figura 43).

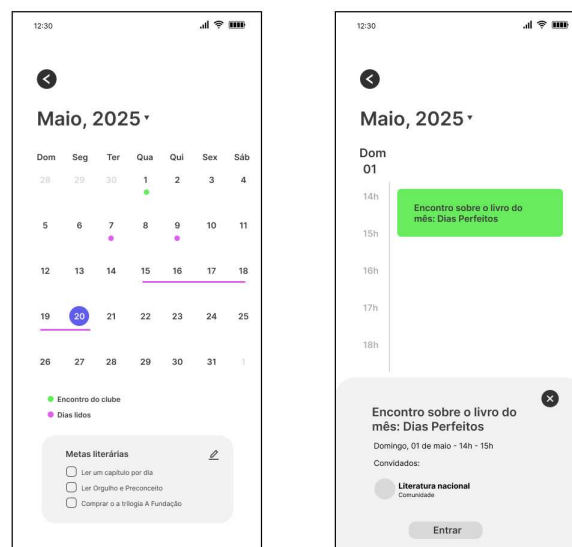
Figura 43 - Wireframe: Agenda, loja, biblioteca, clubes, configurações e sair da conta.



Fonte: Autoral (2025)

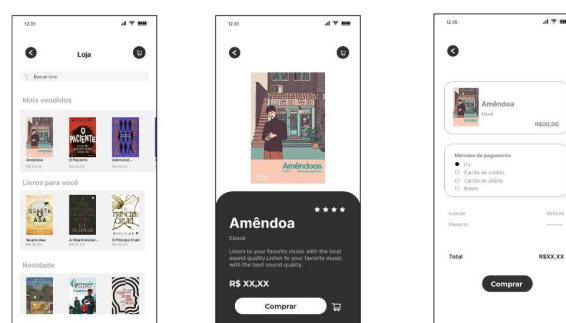
Outras seções foram desenhadas para auxiliar na organização pessoal e na exploração de conteúdos. A Agenda (figura 44) oferece ao usuário a possibilidade de registrar e acompanhar compromissos, como datas de início e término de leituras ou reuniões de clubes literários. A Loja (figura 45) é destinada à aquisição de ebooks, promovendo uma experiência mais completa. A Biblioteca (figura 45), por sua vez, reúne todos os livros já adquiridos ou salvos pelo usuário, funcionando como um acervo pessoal acessível.

Figura 44 - Agenda



Fonte: Autoral (2025)

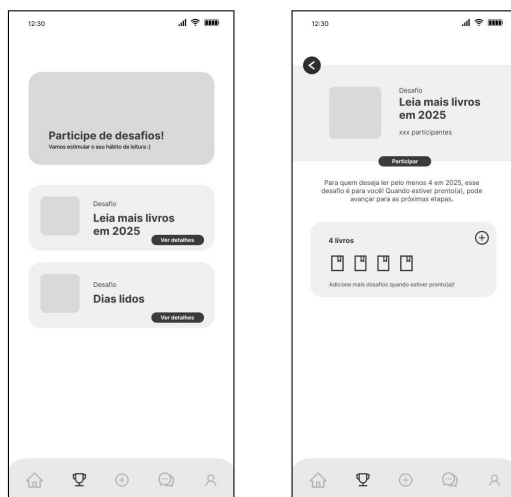
Figura 45 - Loja e biblioteca



Fonte: Autoral (2025)

A seção de Desafios (figura 46) propõe metas literárias, gamificando a experiência para aumentar o engajamento.

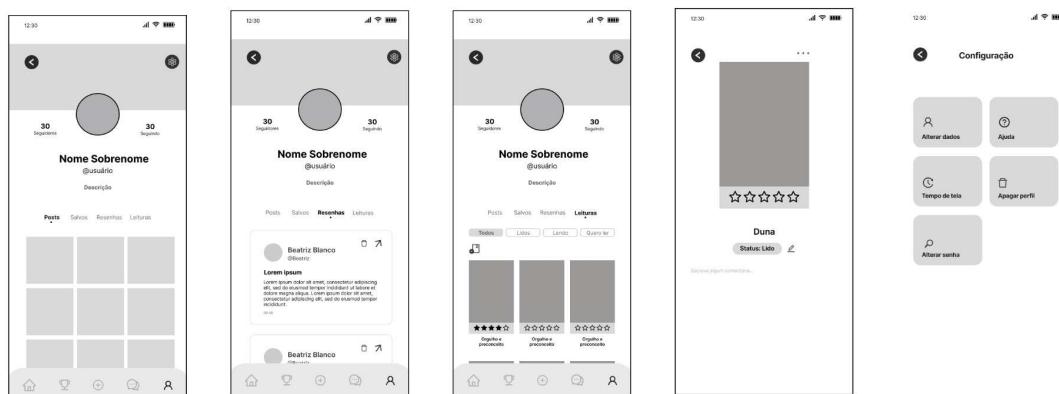
Figura 46 - Desafios



Fonte: Autoral (2025)

Por fim, o Perfil (figura 47) concentra informações sobre o usuário, como biografia, histórico de leituras e configurações.

Figura 47 - Perfil



Fonte: Autoral (2025)

Com base na estrutura apresentada, o *wireframe* desse aplicativo se revela uma etapa estratégica que proporciona organização, clareza e antecipação de eventuais falhas de usabilidade. Ele contribui diretamente para a criação de uma experiência fluida e eficiente, com foco no comportamento e nas necessidades do usuário.

7.3 Ícones

O uso de ícones no aplicativo tem como principal objetivo facilitar a navegação e a compreensão das funcionalidades por parte do usuário, promovendo uma interação mais intuitiva, rápida e acessível. Ícones são elementos visuais que sintetizam informações por meio de representações gráficas, reduzindo a dependência de textos explicativos e otimizando o tempo de resposta do usuário ao interagir com o sistema. A figura 48 abaixo, mostra todos os ícones presentes no aplicativo Lizzy.

Figura 48 - ícones



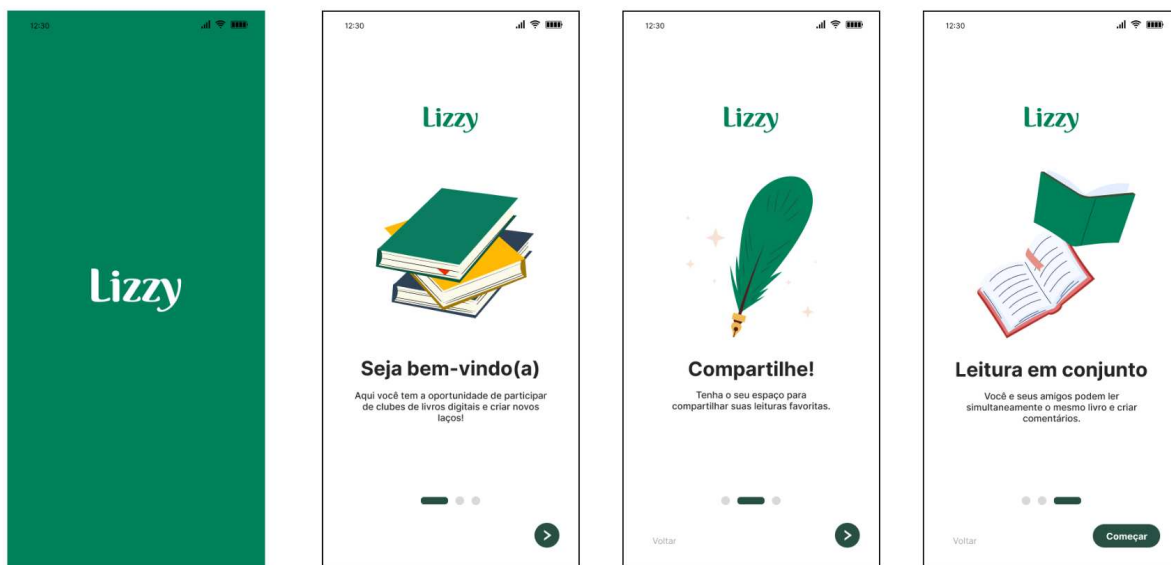
Fonte: Autoral (2025)

7.4 Protótipo

Todos os elementos abordados até o momento contribuíram de forma decisiva para estabelecer uma estética própria, capaz de garantir a coerência da identidade visual da interface. A partir disso, as etapas seguintes do projeto foram desenvolvidas com base na metodologia adotada, incorporando esse estilo nas telas subsequentes para a criação do protótipo visual.

A marca desenvolvida foi aplicada na tela inicial juntamente com uma animação. Logo em seguida, para a introdução, foram feitas três telas com o objetivo de explicar e resumir as funções do aplicativo (figura 49). Nas três interfaces são usadas ilustrações para representar os resumos e juntamente com a paleta de cores da identidade visual.

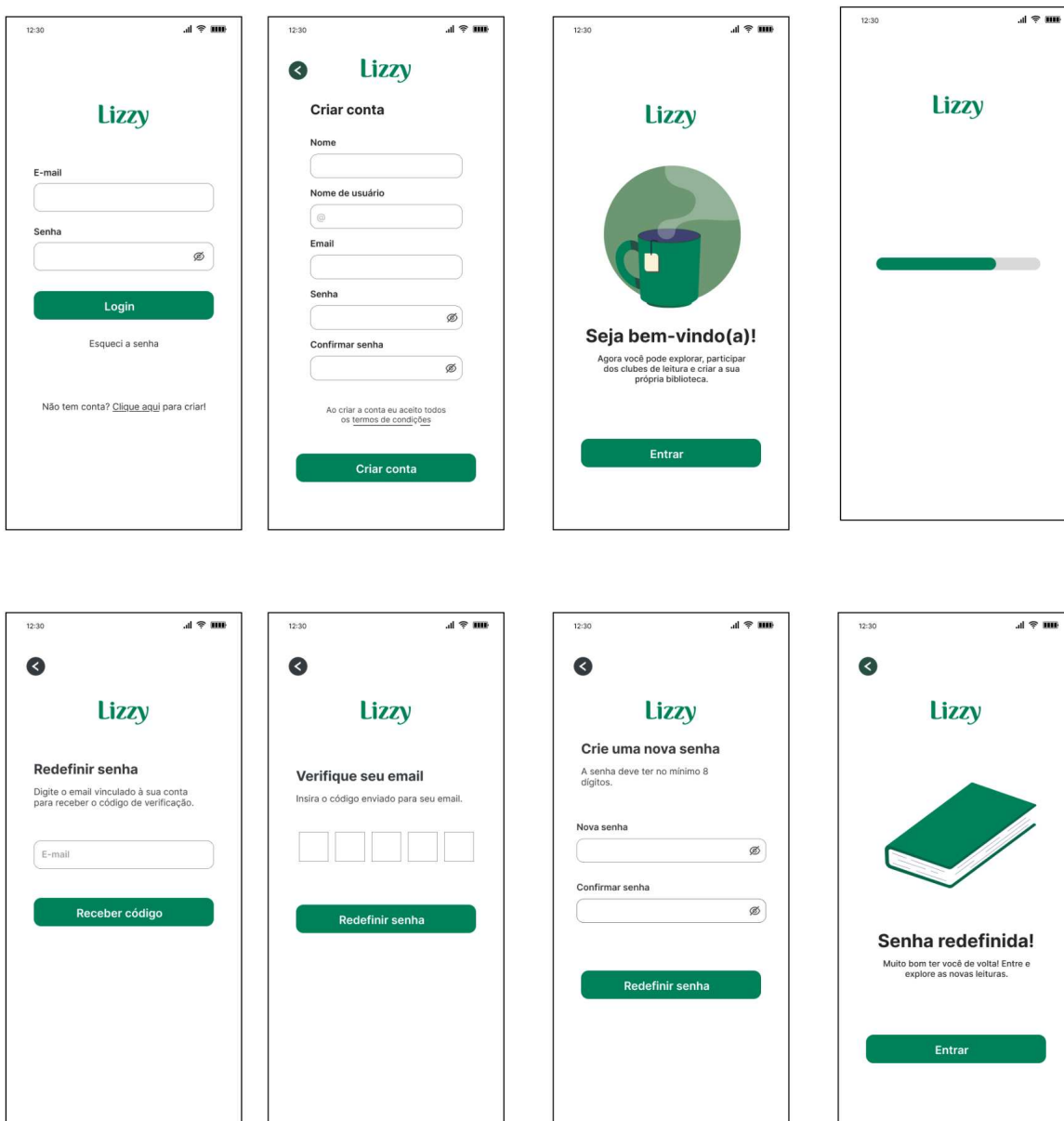
Figura 49 - Introdução



Fonte: Autoral (2025)

Após a introdução, é redirecionado para a tela de login (figura 50), na qual pode ser feito o login com a conta existente, criar conta ou redefinir senha. A redefinição de senha é feita através de um código de acesso enviado por email, tendo acesso ao email usado durante o cadastro, é possível realizar a redefinição de senha.

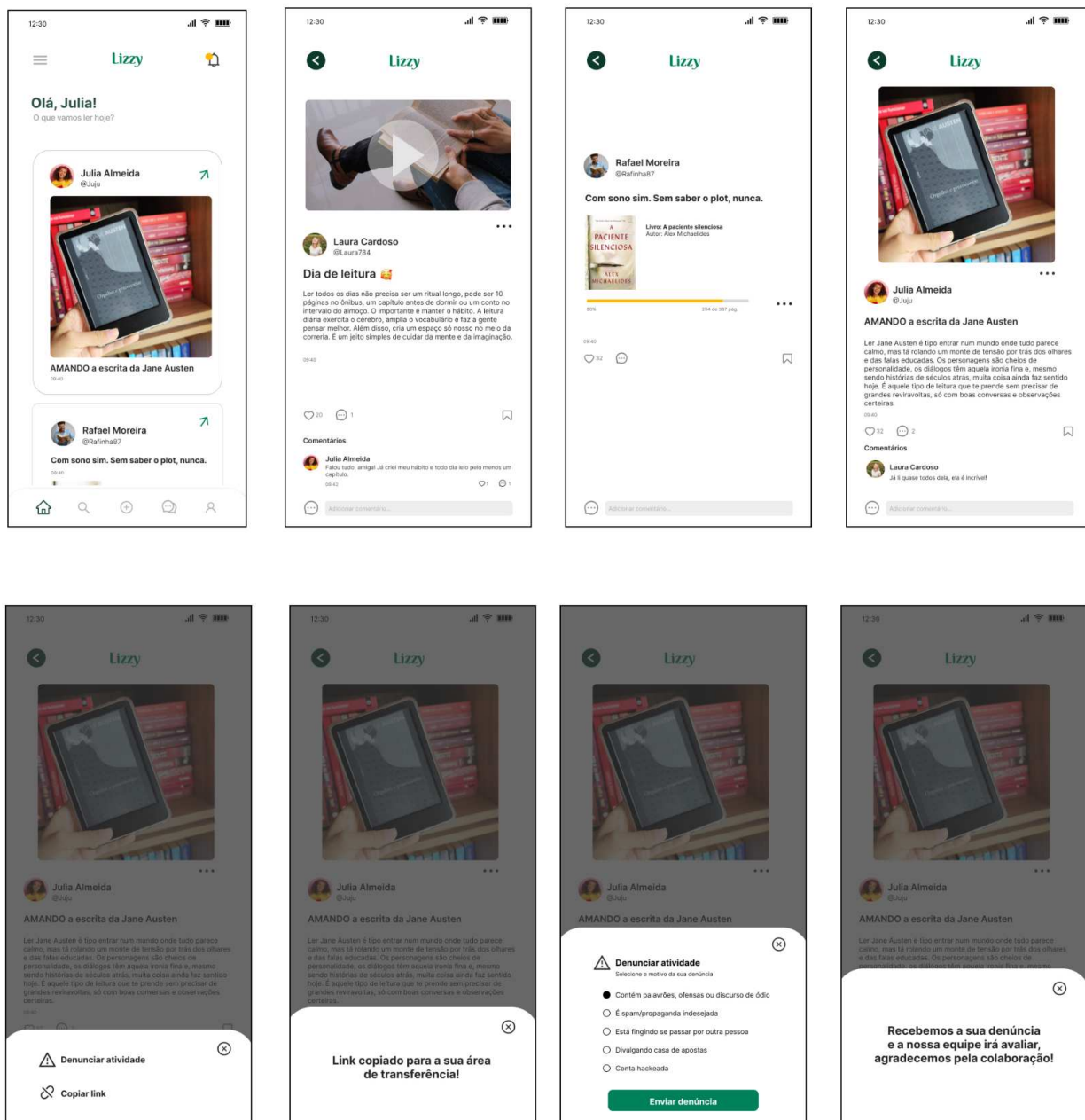
Figura 50 - Login



Fonte: Autoral (2025)

Ao acessar a conta, a primeira interface é a *home* (figura 51), na qual é possível visualizar o *feed* e interagir com as postagens e possui um estilo limpo e fácil acesso. Nas postagens é possível curtir, comentar, salvar, copiar link da postagem e fazer uma denúncia, caso o conteúdo seja impróprio ou desrespeite as diretrizes. As postagens podem ser no formato de foto, junto com um texto, vídeos ou comentários de alguma parte da leitura atual na qual é chamado de “resenha”, sendo possível colocar em qual página está e o percentual.

Figura 51 - Home

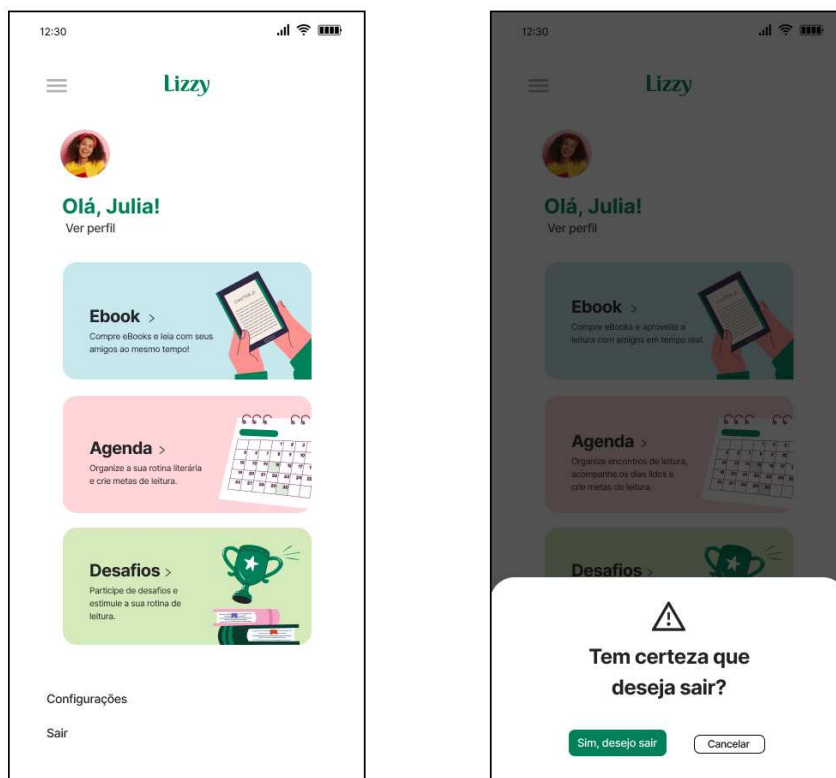


Fonte: Autoral (2025)

Clicando nos três tracinhos no canto superior esquerdo, é possível acessar a barra de menu (figura 52) que contém as seguintes funções: *Ebook*, agenda, perfil, configurações e a opção de sair da conta. O perfil pode ser acessado tanto na barra

de menu quanto na interface da *home* e as configurações também podem ser acessadas na interface do perfil.

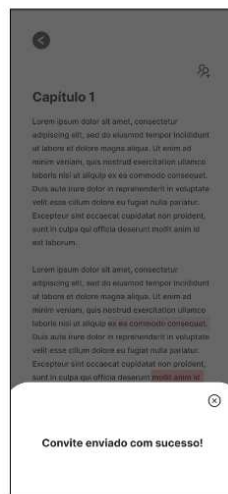
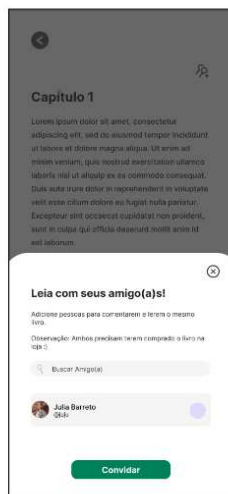
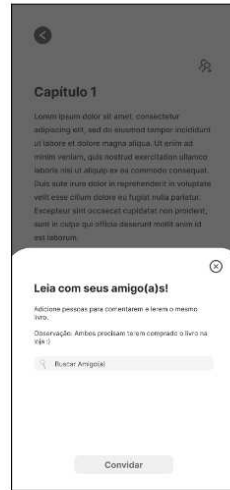
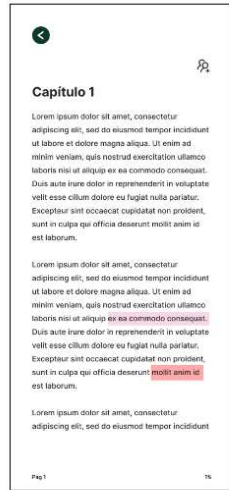
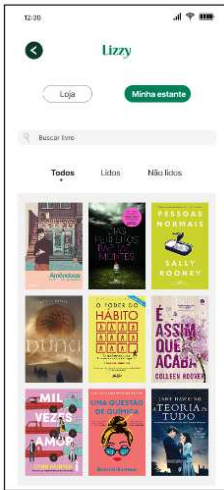
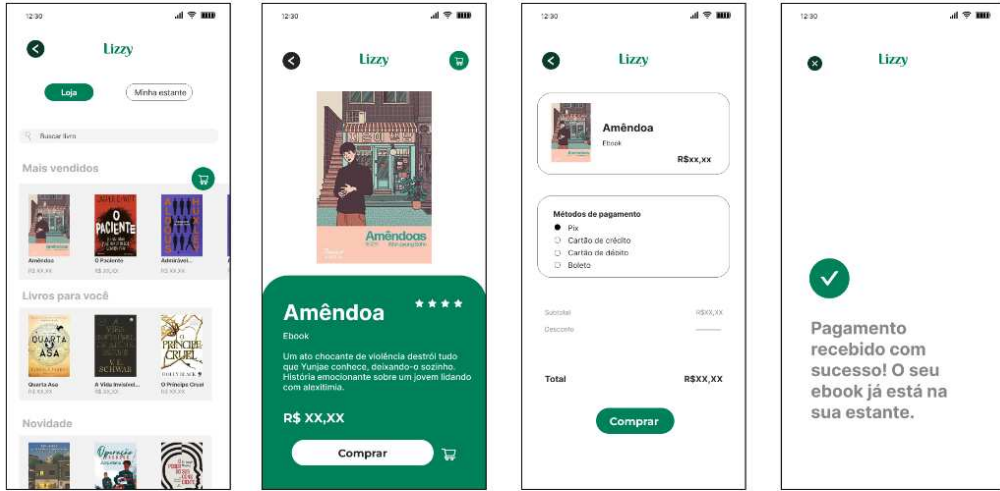
Figura 52 - Menu



Fonte: Autoral (2025)

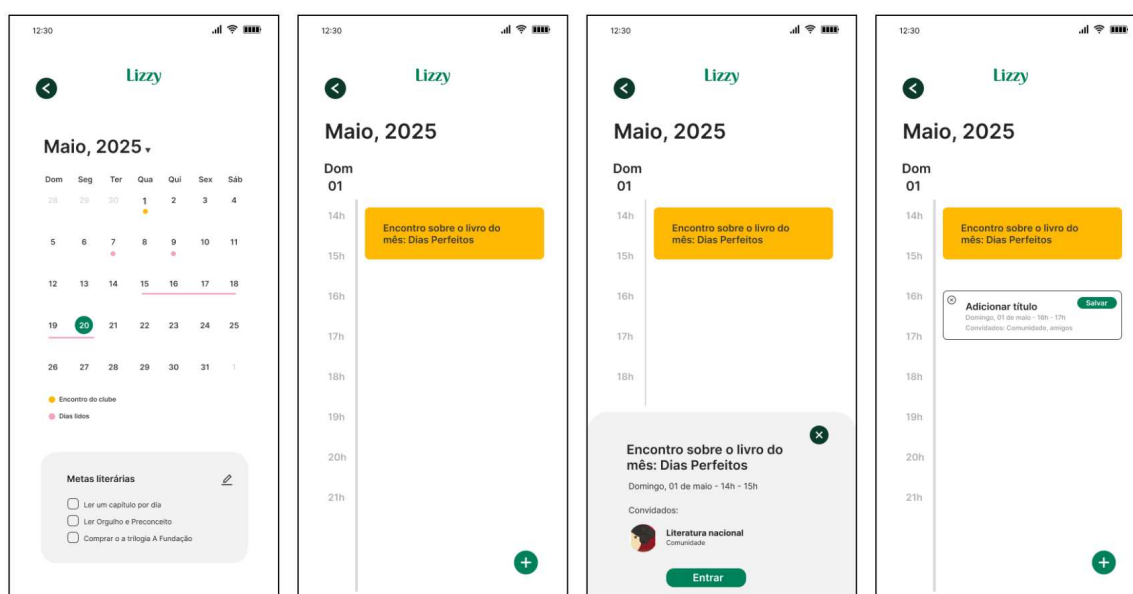
Na interface do *Ebook* (figura 53), é possível comprar um livro digital na aba “loja” e tem categorias como: mais vendidos, livros para você (de acordo com o algoritmo de recomendação) e novidades. Ao escolher um *ebook*, pode adicionar ao carrinho ou comprar diretamente, a compra aceita os seguintes métodos de pagamento: pix, cartão de crédito, cartão de débito e boleto. Após o pagamento recebido, o livro fica disponível instantaneamente na “minha estante”, na qual é uma aba ao lado da loja. Na estante, o usuário pode visualizar os livros adquiridos e filtrar para: todos os livros, lidos e não lidos. É possível adicionar outros amigos para lerem o mesmo livro simultaneamente e criarem comentários nos trechos dos livros, cada um sendo representado por uma cor. Mas para que isso seja possível, os dois precisam adquirir o mesmo livro e só será possível adicionar até cinco participantes.

Figura 53 - Ebook



Na agenda (figura 54) é o local para a organização dos dias que possui encontros do clube do livro, também é possível visualizar quais dias o usuário leu um livro e criar metas literárias em forma de *checklist*. Os encontros podem ser feitos de forma presencial ou remota e também é possível criar um encontro na agenda e adicionar amigos ou clubes para participar.

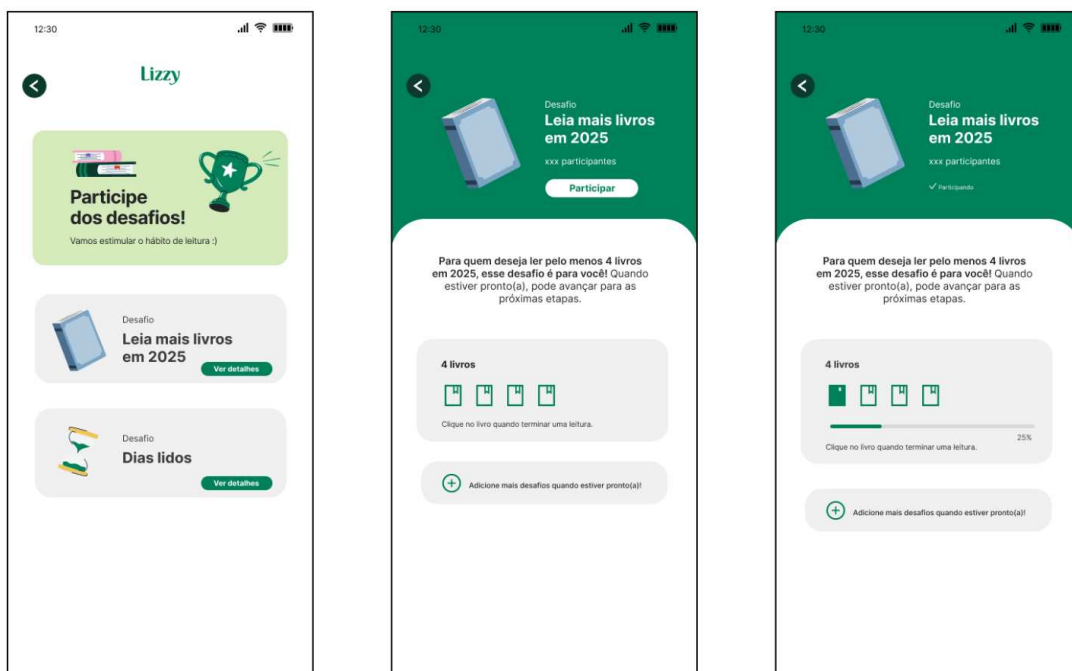
Figura 54 - Agenda



Fonte: Autoral (2025)

Na interface dos desafios (figura 55), ela foi criada para engajar os usuários e para se desafiarem. Não é uma competição, é apenas uma forma de estimular a leitura. Por exemplo: Um dos desafios é ler pelo menos 4 livros no ano de 2025, após cumprirem uma das etapas, o usuário pode dar um *check* clicando no ícone do livro e aumentando a barra de contagem. Quando se sentir pronto, pode criar outros desafios com mais quantidades de livros.

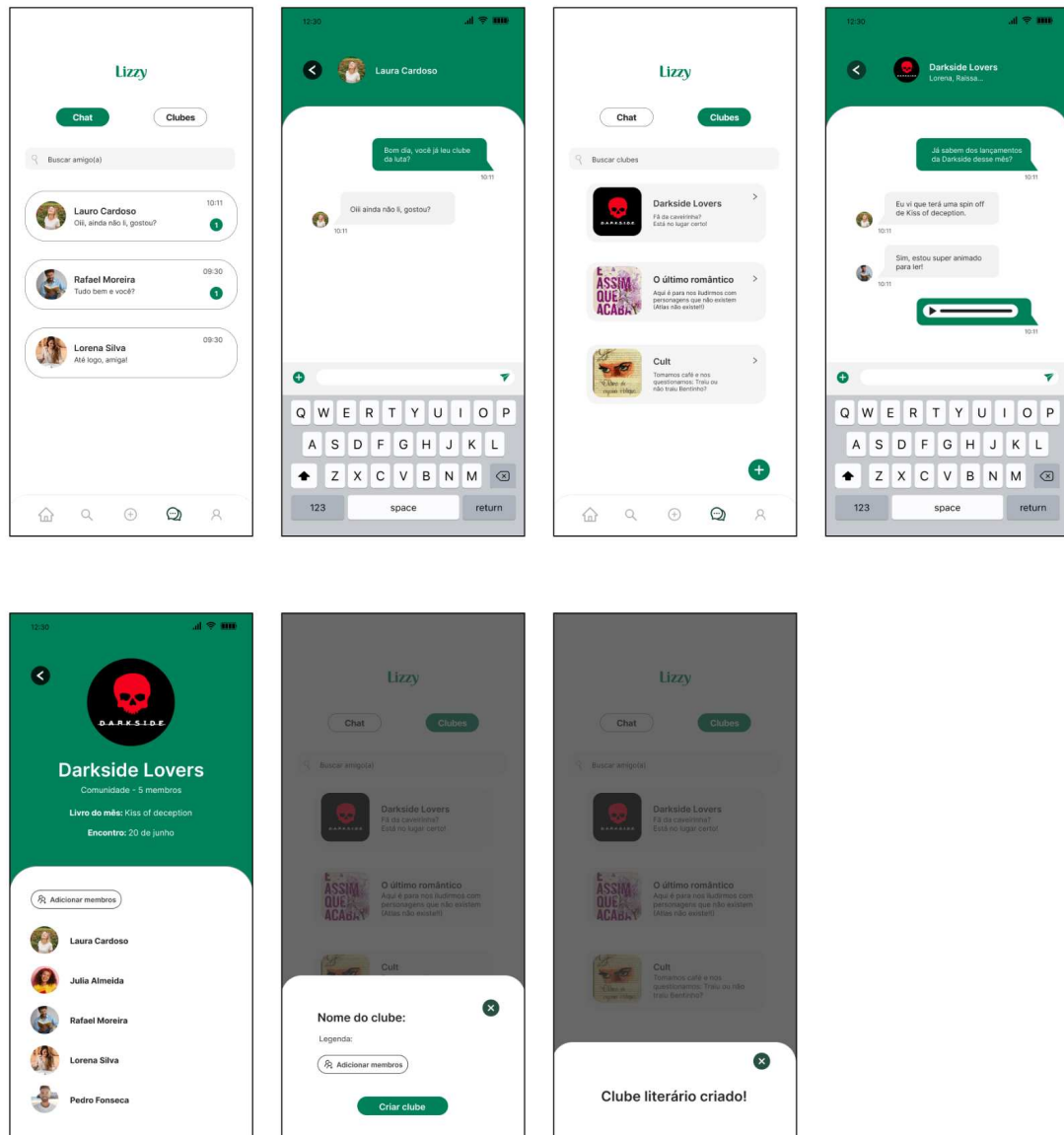
Figura 55 - Desafios



Fonte: Autoral (2025)

A comunicação é essencial em um clube do livro digital, por isso foi criado uma área de bate papo (figura 56). É dividida em duas abas: *chat* e *clubes*. O *chat* é uma área apenas com conversas privadas, os clubes são grupos que podem serem criados com amigos, solicitar para entrar ou adicionar. Esses clubes podem ser criados com temas específicos: por gênero, autor, série de livros e entre outros.

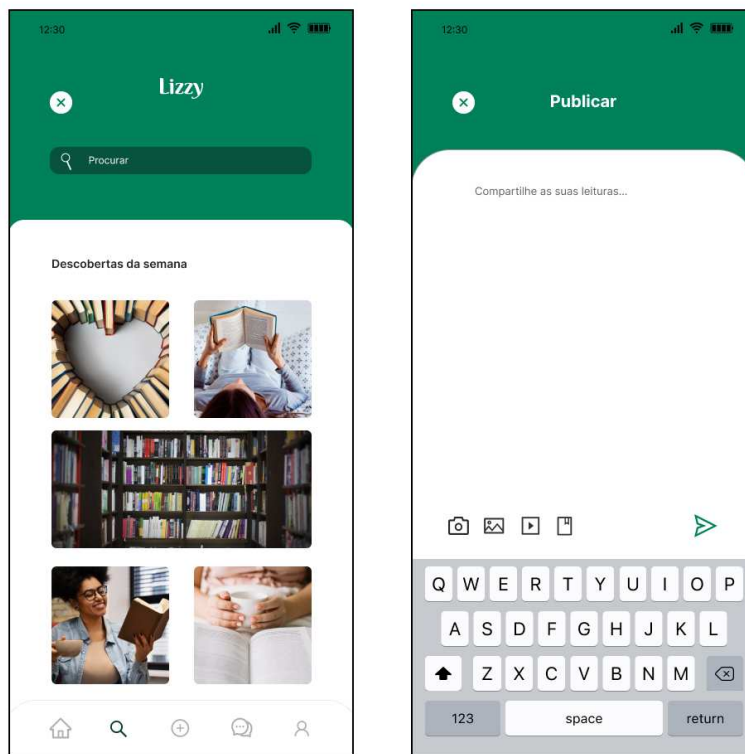
Figura 56 - Bate papo



Fonte: Autoral (2025)

Para o usuário procurar nome de editora ou amigos, pode ser feito na interface de “busca” (figura 57). Além dessa interface, também existe a de publicação, o local que o usuário irá postar foto, vídeo ou sobre algum livro no *feed* (figura 57).

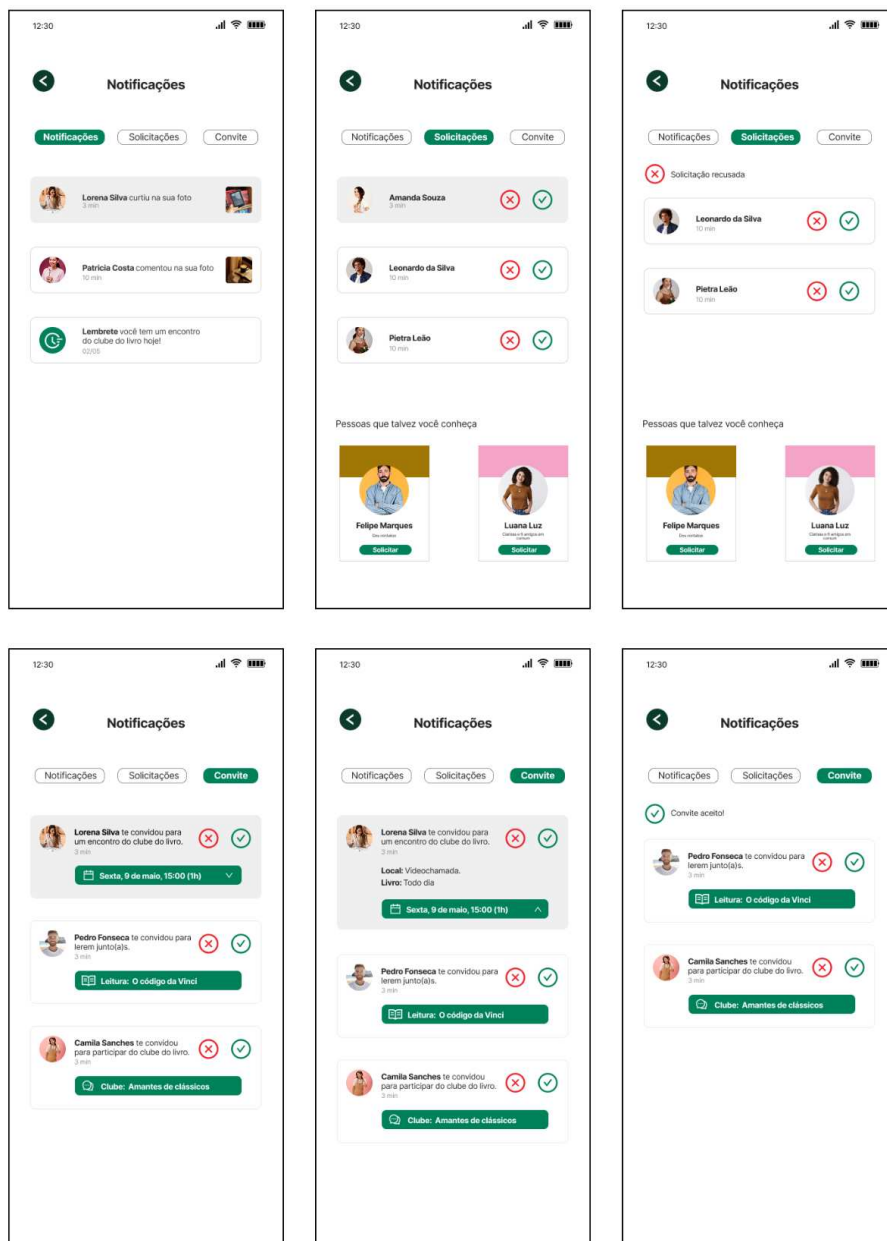
Figura 57 - Busca e publicação



Fonte: Autoral (2025)

Na notificação (figura 58), é um espaço dividido em três abas: notificação, solicitação e convite. Na abade notificação, é onde avisa as interações feitas nas postagem, podem ser curtida, comentário, curtida. Também é o local que lembra de algum compromisso da agenda. Em solicitação, é onde aparecem as solicitações de amizade, sendo possível aceitar ou negar, além de ter sugestões de amizades baseados em amigos em comum. Por fim, a abade convite é para notificar quais convites o usuário recebeu, pode ser para lerem o mesmo livro, entrar em um clube e participar de um encontro do clube do livro.

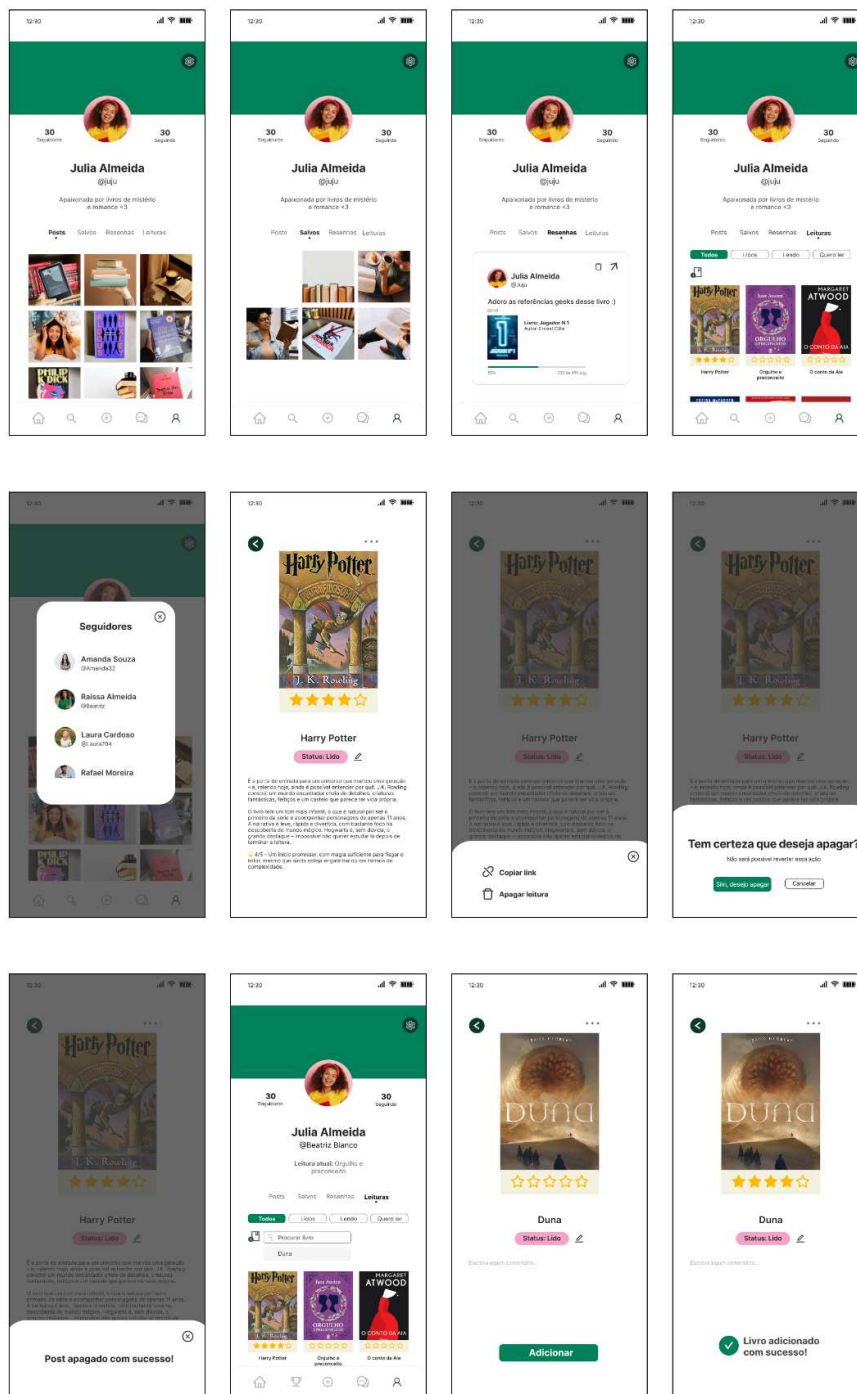
Figura 58 - Notificação



Fonte: Autoral (2025)

Na interface do perfil (figura 59), é o local que possui todas as postagens, publicações salvas, as resenhas e as leituras. Na página de leitura, é possível avaliar em quantas estrelas, adicionar comentários e categorizar se está lendo, já leu ou quer ler.

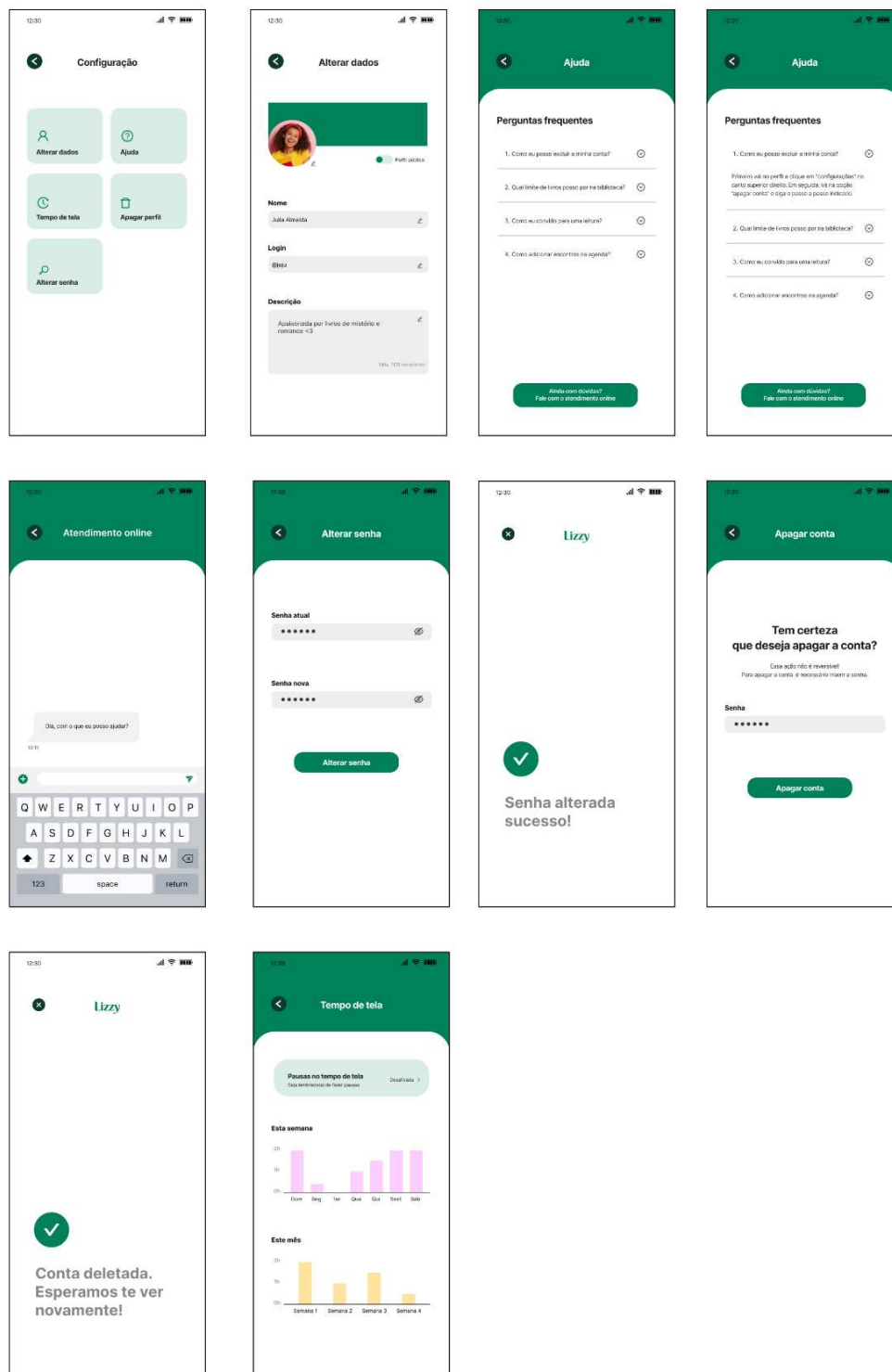
Figura 59 - Perfil



Fonte: Autoral (2025)

Por fim, a configuração é uma das interfaces do aplicativo que possui as seguintes funcionalidades: Alterar dados, ajuda, tempo de tela, apagar perfil e alterar senha. Ele segue com uma interface intuitiva e simples, sendo possível acessar as informações necessárias (figura 60).

Figura 60 - Configuração



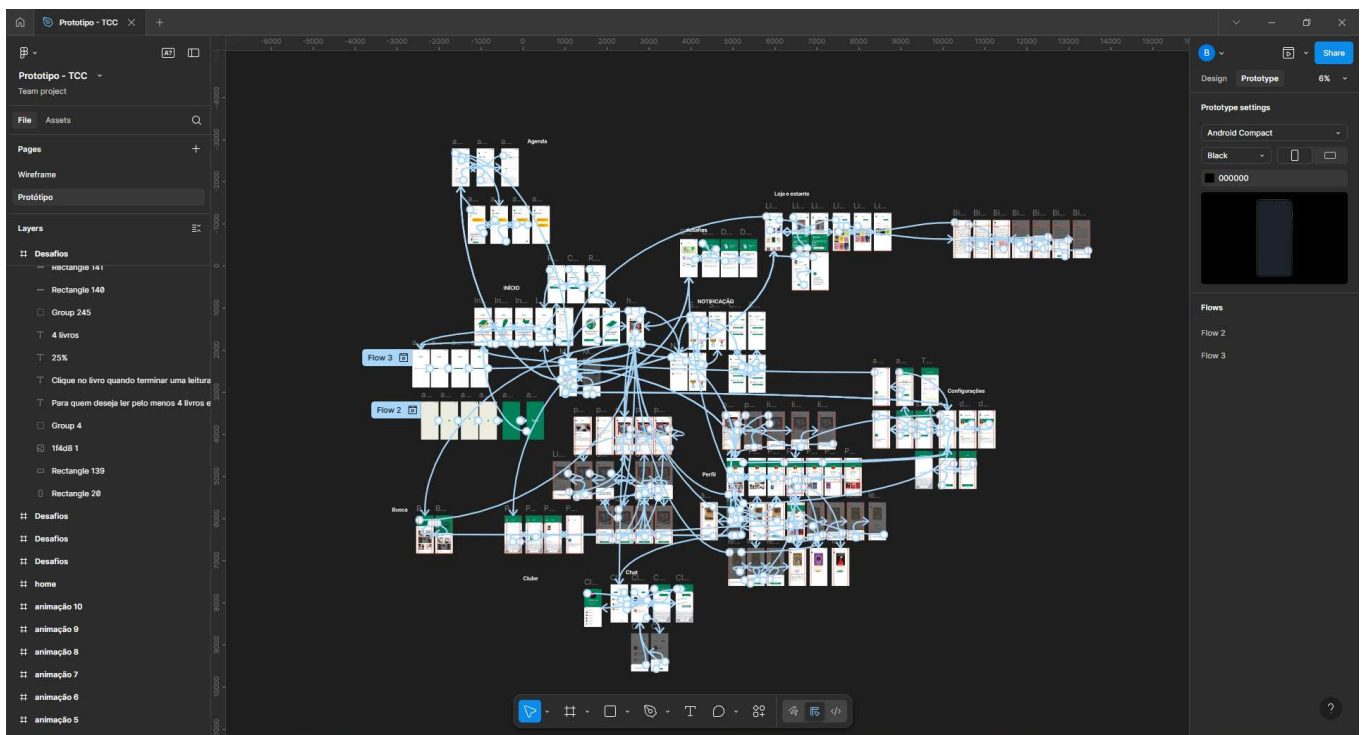
Fonte: Autoral (2025)

A interface possui um padrão estabelecido para que o usuário se sinta familiarizado com a consistência visual. O uso da paleta definida foi essencial para a consistência do design. A repetição de padrão trouxe harmonia entre as telas.

O protótipo foi criado no *FIGMA*, é um *software* de prototipação, sendo possível navegar no aplicativo, interagir nas telas e simular um aplicativo real. Segue o link para acessar e interagir com o protótipo: <https://www.figma.com/proto/NoeCvr0cTaa65dgvqxfXGH/Prototipo---TCC?node-id=67-161&t=TcC230q0FdMghp3s-1>

A seguir, a figura 61 mostra o protótipo do Lizzy criado no *FIGMA*.

Figura 61 - Captura de tela do *FIGMA*



Fonte: Autoral (2025)

7.5 Validação do protótipo

Foram realizados testes com usuários para a validação do aplicativo. O objetivo do teste é identificar e avaliar possíveis problemas de usabilidade seguindo as diretrizes da avaliação. A avaliação heurística, é uma técnica de análise de

usabilidade proposta por Jakob Nielsen (1994), baseada na verificação de um sistema por especialistas que utilizam princípios de usabilidade para identificar problemas na interface. Esse tipo de avaliação é fundamental no design centrado no usuário, pois contribui para interfaces mais intuitivas e acessíveis.

Para a avaliação, foi feito um teste com cinco usuários, na qual interagem com o protótipo e em voz alta diziam qual tarefa irá executar e quais são as suas percepções. Todos os testes foram realizados pelo Google Meeting e o usuário compartilhava a tela do computador, sendo possível anotar as ações executadas, além de ter sido realizada de forma anônima. Para a condução do teste, foi utilizado um roteiro na qual solicitava algumas tarefas para os usuários realizarem com algum contexto, como: “tente cadastrar uma conta”, “você teve dúvida sobre a plataforma e precisa de ajuda, procure no aplicativo”, “compre um livro e abra o ebook para ler”. Dessa forma, foi possível entender se o usuário encontrava a funcionalidade específica e quais eram os comentários e percepções sobre o aplicativo. Não houve nenhuma intervenção durante o teste, foi apenas observado se os usuários tinham dificuldades ou se realizavam as tarefas com sucesso. Diante do teste, foi obtido um resultado satisfatório devido a alta taxa de sucesso das tarefas. Os usuários relataram não terem dificuldades de encontrar funcionalidades, tornando-o intuitivo. O formato das postagens foi uma funcionalidade na qual os usuários destacaram durante o teste, acharam interessante a possibilidade de formatos de mídia. Além dos formatos, as interações como clubes e leitura com amigos também foram pontos de destaque entre os usuários. No geral, as tarefas e funcionalidades foram claras e fáceis de serem encontradas. No anexo 4 é possível visualizar o roteiro do teste e o anexo 5 os resultados e percepções dos usuários. De forma quantitativa, os resultados apontaram:

- 80% dos participantes avaliaram a interface como “intuitiva”.
- 30% dos participantes indicaram necessidade de ajustes nos ícones de clubes e agenda.
- 100% dos participantes afirmaram que utilizariam o aplicativo caso estivesse disponível.

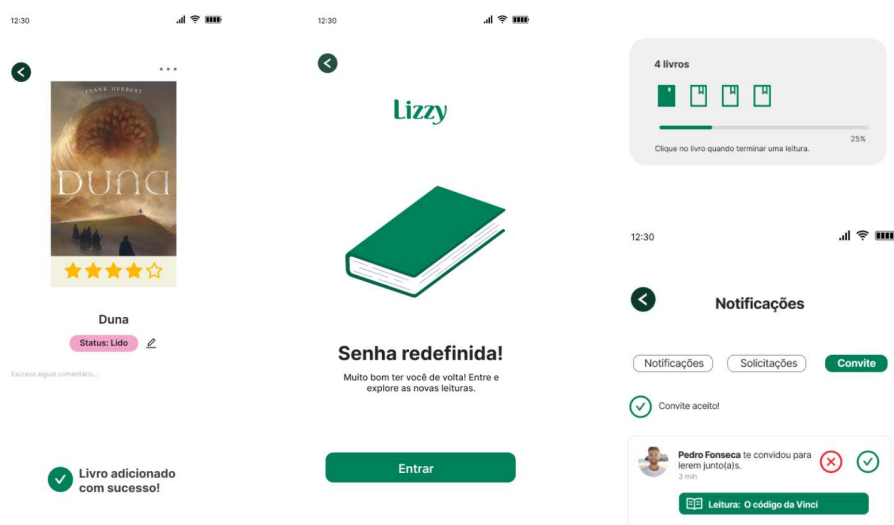
Embora os resultados quantitativos sejam limitados devido ao pequeno número de participantes, eles fornecem indícios importantes sobre a percepção inicial dos usuários, apontando caminhos para iterações futuras.

Com o teste realizado, foi feita uma avaliação heurística e obteve os resultados nos subcapítulos seguintes:

7.5.1 Visibilidade do status do sistema

Nesse pilar, o sistema deve sempre informar ao usuário o que está acontecendo, de forma clara e rápida. O Lizzy possui feedback para o usuário, através de confirmação visual através das cores. Por exemplo: ao clicar em um ícone e mudar de cor. Também existem mensagens de confirmação após uma ação: mensagem que o convite de amizade foi aceito ou negado, confirmação de senha alterada e confirmação de livro adicionado nas leituras (figura 62).

Figura 62 - Exemplos de visibilidade do status do sistema.



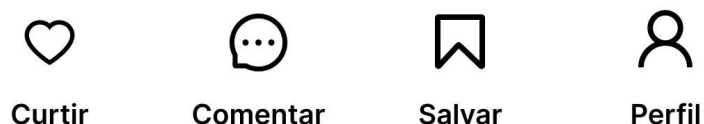
Fonte: Autoral (2025)

7.5.2 Correspondência com o mundo real

A interface deve usar linguagem familiar ao usuário, com termos e conceitos do mundo real. Para isso, foram utilizados ícones conhecidos no mundo real (figura

63). Por exemplo, o ícone do coração para "curtir", o balão de diálogo para "comentar", o marcador para "salvar" e a silhueta da pessoa para representar "perfil".

Figura 63 - Exemplos de correspondência com o mundo real.

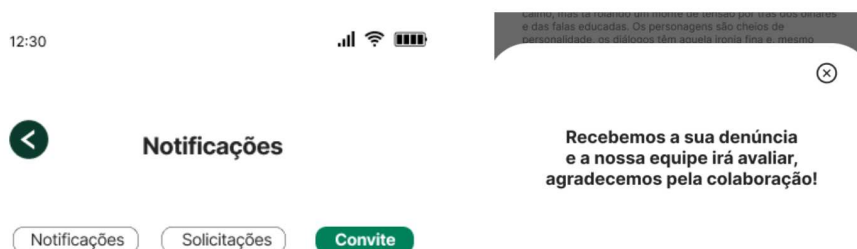


Fonte: Autoral (2025)

7.5.3 Controle do usuário

Usuários devem poder desfazer ações facilmente, como sair ou voltar atrás sem complicações. No aplicativo, os usuários podem sair de abas clicando em setas para voltar e clicar no X para fechar a aba (figura 64).

Figura 64 - Exemplo de controle do usuário.

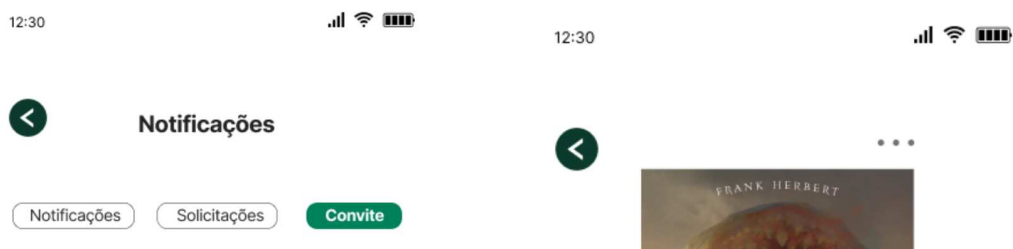


Fonte: Autoral (2025)

7.5.4 Consistência

A interface deve seguir padrões e manter consistência visual e funcional em todas as telas. O Lizzy mantém uma consistência visual, para que o usuário reconheça e entenda as ações com facilidade. Por exemplo, o ícone para voltar sempre está no canto superior esquerdo da tela (figura 65).

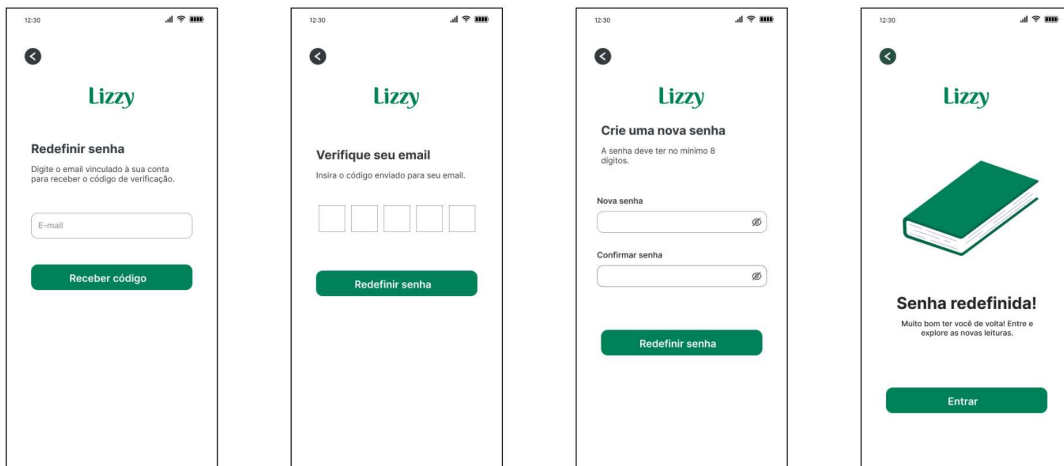
Figura 65 - Exemplos de consistência visual.



Fonte: Autoral (2025)

7.5.5 Prevenção de erros

É importante evitar que o erro aconteça é melhor do que exibir mensagens de erro depois. O aplicativo possui uma função de recuperar senha através de um código enviado ao email. Dessa forma, o usuário pode recuperar a conta através do passo a passo mostrado na tela (figura 66).

Figura 66 - Exemplo de prevenção de erros

Fonte: Autoral (2025)

7.5.6 Eficiência de uso

A interface deve atender tanto iniciantes quanto usuários experientes, com atalhos ou personalizações. Para isso, o aplicativo possui ícones na área de configuração e cada um possui uma descrição (figura 67).

Figura 67 - Exemplo de eficiência de uso.



Fonte: Autoral (2025)

7.5.7 Design minimalista

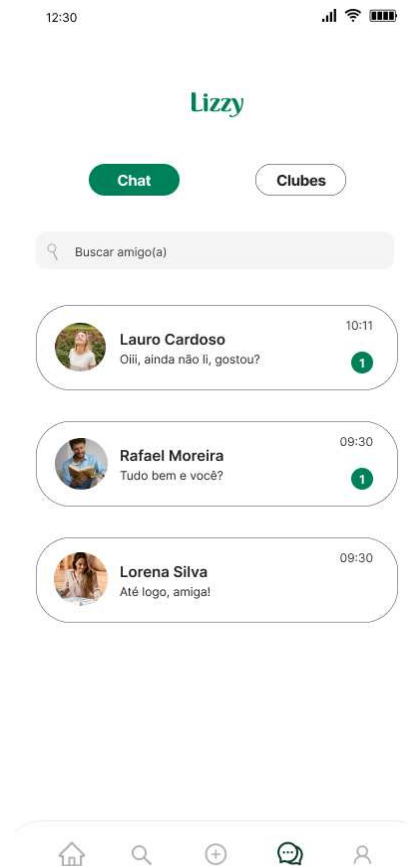
É importante que o visual esteja limpo e sem excesso de informações irrelevantes. O aplicativo possui uma interface minimalista e limpa, sendo intuitivo e com espaços equilibrados entre as cores e fontes, é visto essa estética na *home*, por exemplo (figura 68). O design mais limpo ajuda o usuário a focar na usabilidade.

Figura 68 - Exemplo de design minimalista

Fonte: Autoral (2025)

7.5.8 Reconhecimento em vez de memorização

O usuário não deve precisar lembrar de informações entre telas, opções e comandos devem estar visíveis. O aplicativo possui informações disponíveis de forma clara para o usuário, no chat é visível o histórico de conversas e quantas mensagens não foram lidas (figura 69).

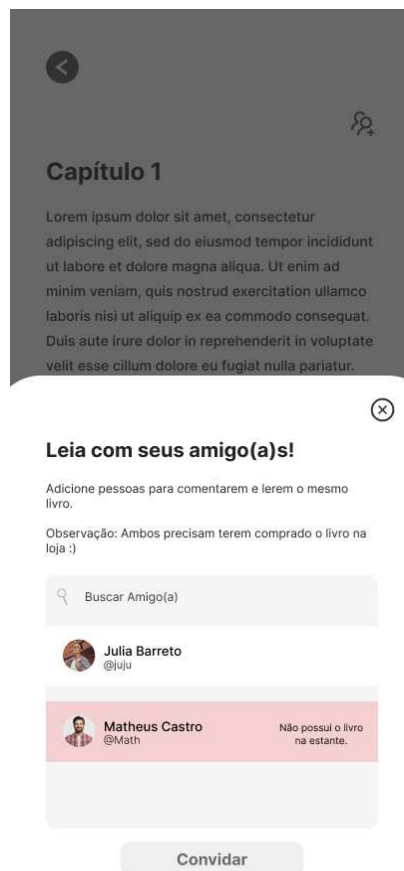
Figura 69 - Exemplo de reconhecimento.

Fonte: Autoral (2025)

7.5.9 Suporte à recuperação de erros

As mensagens de erro devem ser claras, explicar o problema e sugerir soluções. No Lizzy é visto esse tipo de mensagem ao adicionar um amigo para ler junto no ebook. Caso o amigo não possua o ebook, aparece uma mensagem escrita “não possui o livro na estante” e em vermelho, sinalizando que não é possível adicionar o amigo (exemplo 70).

Figura 70 - Exemplo de suporte à recuperação de erros.

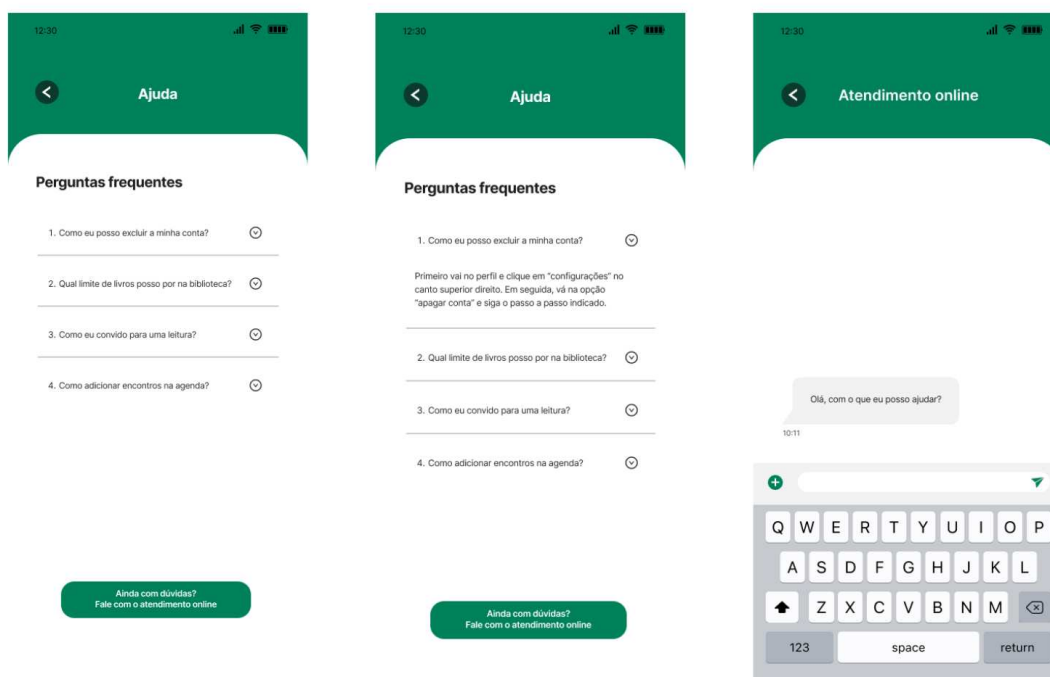


Fonte: Autoral (2025)

7.5.10 Ajuda e documentação

Mesmo que o sistema seja simples, é importante oferecer ajuda e documentação acessível ao usuário. Dessa forma, o aplicativo possui a interface de ajuda, na qual existem perguntas frequentes feitas pelos usuários com respostas prontas. Caso não consiga responder a dúvida, é possível entrar em contato com o atendimento online (figura 71).

Figura 71 - Exemplo de ajuda e documentação



Fonte: Autoral (2025)

7.6 Resultado e discussões

Os resultados indicam que a proposta do aplicativo Lizzy atende de forma significativa ao objetivo de integrar funcionalidades sociais e organizacionais em uma única plataforma. A boa aceitação dos fluxos principais valida as escolhas de arquitetura da informação e interface realizadas. Por outro lado, os pontos de melhoria apontados pelos usuários ressaltam a importância de etapas contínuas de teste e iteração para o refinamento da solução.

Esses resultados dialogam com Norman (2008), ao evidenciar que o design emocional positivo, percebido na estética e interação intuitiva, precisa estar alinhado à funcionalidade para gerar engajamento duradouro. Além disso, pesquisas recentes sobre clubes de leitura digitais apontam que a facilidade de uso e a clareza

das funcionalidades são determinantes para a adesão inicial e a manutenção do hábito de leitura social.

Portanto, os resultados obtidos não apenas validam a viabilidade da proposta, como também indicam caminhos de evolução, como a inclusão de tutoriais no onboarding e revisão dos ícones menos intuitivos, reforçando a centralidade do usuário no processo de design.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este Trabalho de Conclusão de Curso teve como objetivo principal desenvolver o protótipo de um aplicativo de clube do livro digital, voltado à promoção da leitura e à criação de uma comunidade interativa entre leitores. A proposta buscou unir tecnologia e literatura por meio de uma interface acessível, funcional e atrativa, com foco em proporcionar uma experiência de usuário envolvente.

A criação do protótipo no Figma permitiu a visualização clara das funcionalidades idealizadas, como a criação de grupos de leitura, fóruns de discussão, acompanhamento de progresso de leitura, indicação de livros e organização de eventos virtuais. A aplicação dos princípios de design centrado no usuário garantiu que as decisões de layout e navegação atendessem às expectativas e necessidades do público, reforçando a importância de aliar estética e usabilidade.

A relevância deste projeto está no incentivo à leitura de forma colaborativa e moderna, alinhada às novas formas de consumo cultural. Em um cenário onde o digital ocupa cada vez mais espaço nas práticas sociais, oferecer um ambiente digital voltado à leitura contribui para fortalecer o hábito literário e criar conexões significativas entre leitores.

Com a finalização do protótipo, conclui-se que os objetivos propostos foram alcançados de forma satisfatória. O projeto abre espaço para futuras implementações, como o desenvolvimento completo do aplicativo. Este trabalho, portanto, representa uma etapa importante no processo de inovação dentro do universo literário, mostrando como a tecnologia pode ser uma aliada no estímulo à leitura e na construção de comunidades leitoras.

REFERÊNCIAS

COSCARELLI, Carla. *Leitura e escrita na cibercultura*. São Paulo: Parábola Editorial, 2016.

PREECE, Jenny; ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen. *Design de Interação: além da interação homem-computador*. Porto Alegre: Bookman, 2005.

KELLEY, Mary. *Learning to Stand and Speak: Women, Education, and Public Life in America's Republic*. Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2006.

ROSE, Jonathan. *The Intellectual Life of the British Working Classes*. New Haven: Yale University Press, 2001.

GARRETT, Jesse James. *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond*. Berkeley: New Riders, 2011.

AUSTEN, Jane. *Orgulho e Preconceito*. Tradução de Celina Portocarrero. São Paulo: Penguin Companhia, 2011.

OSBORN, Alex F. *Applied imagination: principles and procedures of creative problem-solving*. New York: Charles Scribner's Sons, 1953.

BAXTER, Kathy; COURAGE, Catherine. *Understanding Your Users: A Practical Guide to User Requirements Methods, Tools, and Techniques*. San Francisco: Morgan Kaufmann, 2005.

NIELSEN, J. *Usability Engineering*. San Diego: Academic Press, 1994.

OPRAH DAILY. Oprah's 108th Book Club Pick: "From Here to the Great Unknown".

Disponível em:

<https://www.oprah.com/oprahsbookclub/oprahs-108th-book-club-pick-from-here-to-the-great-unknown>. Acesso em: 14 maio 2025.

PUBLISHNEWS. A história de um clube do livro com 800 mil sócios. 07 dez. 2012.

Disponível em:

<https://www.publishnews.com.br/materias/2012/12/07/71420-a-historia-de-um-clube-do-livro-com-800-mil-socios>. Acesso em: 14 maio 2025.

FISHKIN, Shelley. Feature: Book Club. *American Literary History*, v. 9, n. 1, p. 7-15, Spring 1997. Disponível em: <https://www.jstor.org/stable/2745263>. Acesso em: 14 maio 2025.

G1. Pesquisa mostra que brasileiros passam 9h por dia ao celular ou em outros aparelhos eletrônicos. 25 ago. 2023. Disponível em:

<https://g1.globo.com/hora1/noticia/2023/08/25/pesquisa-mostra-que-brasileiros-passam-9h-por-dia-ao-celular-ou-em-outros-aparelhos-eletronicos.ghtml>. Acesso em: 14 maio 2025.

NORMAN, Donald A. *O design do dia a dia*. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

NORMAN, Donald A. *Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia a dia*. Tradução de Fábio Fernandes. Rio de Janeiro: Rocco, 2008.

SILVA, Ana Carolina; SANTOS, Felipe. Clubes de leitura digitais: experiências e desafios no Brasil contemporâneo. *Revista Brasileira de Biblioteconomia*, v. 45, n. 1, 2021.

ANEXO

Anexo 1 - Pesquisa qualitativa: Pontos positivos

- Amazon Kindle: “A praticidade de encontrar, comprar, ler, avaliar e comentar tudo dentro do mesmo aplicativo”, “Poder criar as coleções para organizar os livros da forma que quiser” e “Alem de ser intuitivo e leve (permitindo carregar uma biblioteca na bolsa) a possibilidade de ajustar o tamanho da letra, salvar, enviar e compartilhar trechos que destaquei.”.
- Skoob: “Consigo ter um controle dos livros que tenho, que quero ler e que já li”, “ Gosto da forma de controle de leitura e resenha”, “Skoob tem o Plus para troca de livros pelos Correios.” e “Organizar os livros que possuo; organizar os livros que desejo ler; contabilizar as leituras feitas no ano em questão; registrar a minha opinião acerca da leitura realizada; ler a opinião de outros leitores acerca de livros que quero ler e livros que já li; despertar o interesse por novas leituras através da rolagem no feed principal”.
- TAG: “Eu utilizo o cabeceira porque assino a TAG, acho ele bom porque consigo colocar minha rotina de leitura e o ritmo de leitura, embora eu tenha parado de usar essa função porque tava achando que me deixava ansiosa ter uma meta pra ler. Agora ele tem uma lojinha dentro dele, e tem vários kits da TAG. O app da TAG eu acho muito massa que tem como uma rede social para você falar de livros de modo geral, mas ele é mais voltado pra os livros do clube de assinatura. Mas é legal porque você desbloqueia o livro e vai tendo alguns comentários bloqueados do livro e quanto você chega na página você consegue desbloqueá-lo. Acho que gera uma interação bacana. No cafezinho, que é a parte aberta, que você não olha para os livros do mês, é possível pegar várias recomendações de livros que as pessoas leram. Também comecei usar o cabeceira porque eu tinha perdido o hábito de leitura, e quis retomá-lo, ai têm alguns desafios, tipo "ler 12 livros durante o ano" e isso me deu uma estimulada.”

- Wattpad: “Gosto de ver os comentários no meio do capítulo, porque lembra a experiência de pegar livros emprestados e ler notas de outras pessoas”, “Conseguir ler gratuitamente” e “Poder publicar suas histórias”.
- Goodreads: “Goodreads tem uma comunidade global de leitores.
- Maratona App: “Pode começar/participar de leituras coletivas dentro do app”

Anexo 2 - Pesquisa qualitativa: Pontos negativos

- Amazon kindle: “Não existe exatamente uma comunidade. Você consegue ver avaliações dentro da página de venda do livro e os destaques mais frequentes, mas não tem uma interação mais dinâmica.”, “A interface do kindle é um pouco "antiga", poderia ser atualizada.” e “Entendo que as recomendações ainda estão ruins... por ser um produto Amazon, eles ainda ficam muito focados nos mais vendidos ou lidos, que dificilmente condiz com meu estilo de leitura. Sinto falta de recomendações mais refinadas e acabo frequentando as livrarias que gosto para pegar boas opções. Ex: Livraria Megafauna em Sp.”
- Skoob: “Não conseguir criar coleção de livros;”, “Acho que a opção de adicionar mídia poderia ser melhor, como um feed onde poderia ver e postar fotos dos livros”, “Só pode cadastrar livros com ISBN/ASIN.”, “Interface do site para desktop” e “As funcionalidades e layout do Skoob deixam bastante a desejar. A página de resenha, por exemplo, fica escondida. Há poucas informações sobre as obras. E o site não incentiva a troca entre leitores.”
- TAG: “O app da TAG cai muito o acesso.”
- Wattpad: “Como pessoa neurodivergente, acho a página um pouco bagunçada (não é uma navegação confortável, mas não sei apontar exatamente o quê. Entretanto, é o motivo para eu não usar com tanta frequência)” e “ As categorias são um pouco bagunçadas e nem

sempre as histórias mais populares de um assunto são as mais bem escritas, então fica difícil achar histórias com mais qualidade.”

- Goodreads: “A interface é um pouco confusa e há problemas quando entramos no aplicativo” e “Goodreads em inglês.”
- Maratona App: “A ideia da leitura coletiva é legal, mas não tem uma possibilidade de ser algo mais assíncrono, então para pessoas que não tem muito tempo ou leem em um ritmo mais tranquilo, fica mais difícil participar.”, “A ideia de migrar para o skoob para lá ainda não me apetece. Eles adicionaram novas reações para resenha, mas ainda prefiro a forma de organização e classificação do skoob (apesar de não ser perfeita).” e “Não é bem um ponto negativo, mas como comecei a pouco tempo e tem um design bem diferente, ainda estou me acostumando para usar com mais frequência.”

Anexo 3 - Pesquisa qualitativa: Desejos dos usuários

“Falta uma interface intuitiva, recomendações personalizadas, espaço para discussões enriquecedoras e integração com e-readers ou bibliotecas digitais.”, “Uma espaço tipo blog para conversar com outras pessoas que estão lendo o mesmo livro sem ser na dm ou num comentário específico dentro do livro”, “Na minha opinião, o app precisa ser intuitivo e ter recursos como destacar o texto, adicionar comentários e buscar as partes destacadas.”, “Ter uma comunidade integrada e voltada só para isso. Acho que alguns aplicativos até deram certo no início, mas depois saíram do “objetivo” principal, tornando-se um ambiente com outros propósitos que não puramente a leitura e laços literários.”, “Possibilidade de fazer leituras conjuntas. Podendo fazer comentários que outras pessoas, convidadas, poderiam ler e responder. A possibilidade de poder colocar fotos em certas partes para ver suas reações em determinadas partes também me agrada.”, “Que também tenha projetos de leituras de livros que pudessem ser leituras coletivas, mas também que pudessem ser acessados posteriormente para quem quiser ler em outro momento ou outro ritmo, e pudesse compartilhar e ler a opinião das pessoas por capítulos.” e “Seria interessante que aceitasse resenhas em vários formatos, como vídeos curtos, com fotos ou só texto, mas que cada um desses

formatos fossem em abas separadas, assim poderíamos escolher que tipo de resenha queremos ver no momento.”

Anexo 4 – Roteiro do teste

Orientações:

- **Tarefa 1 – Cadastro:** Tente se cadastrar ou fazer login na plataforma.
- **Tarefa 2 – Postagem:** Interaja no feed e veja quais são as funções.
- **Tarefa 3 – Perfil:** Interaja no seu perfil, com postagens, livros.
- **Tarefa 5 – Procurar algo específico:** Tente fazer uma busca, pode ser buscar o perfil de um amigo, editora, escritor.
- **Tarefa 6 – Notificação:** Interaja nas notificações e veja quais são as suas funções.
- **Tarefa 7 – Mensagem:** Tente enviar mensagem para alguém e depois para um grupo (clube).
- **Tarefa 10 – Reportar um problema ou conteúdo inapropriado:** Tente encontrar onde você poderia denunciar um conteúdo ofensivo ou com erro.
- **Tarefa 11 – Loja:** Compre um livro e abra o ebook para ler.
- **Tarefa 12 – Agenda:** Verifique que dia você tem encontro do clube do livro, tente entrar na videochamada e criar um encontro.
- **Tarefa 13 – Desafios:** Você quer participar de desafios, tente encontrar, participar e dar um check.
- **Tarefa 14 – dúvidas:** Você tem dúvidas sobre a plataforma e precisa de ajuda, busque no app.

Perguntas finais

- O que foi mais fácil de fazer?
- O que você achou confuso ou difícil?
- Teve algo que você esperava encontrar e não achou?
- Se pudesse mudar algo, o que mudaria?

Anexo 5 – Resultado do teste

Usuário 1

- Cadastro: Realizou com facilidade. Recebeu o código por e-mail e acessou rapidamente.
- Feed: Achou intuitivo, similar ao Instagram. Gostou de postar fotos e resenhas.
- Perfil: Adicionou livros com facilidade. Personalização funcional.
- Busca: Encontrou uma amiga pelo nome sem dificuldade.
- Notificações: Conseguiu visualizar curtidas, comentários e alertas de clubes.
- Mensagens: Enviou mensagens individuais e em grupo com sucesso.
- Denúncia: Encontrou facilmente a opção nos três pontos das postagens.
- Loja: Fez uma compra rápida e iniciou leitura com uma amiga.
- Agenda: Visualizou encontro marcado e entrou na videochamada com sucesso.
- Desafios: Localizou a aba, participou e deu *check* com facilidade.
- Ajuda: Usou o menu lateral para acessar a central de dúvidas.

Impressões finais:

- O que achou mais fácil: Ler e interagir com amigas.
- O que achou difícil: Nada relevante.
- Faltou algo: Modo escuro.
- Mudaria: Nada relevante.

Usuário 2

- Cadastro: Layout visual agradável e cadastro simples.
- Feed: Apreciou o formato de vídeos curtos.
- Perfil: Conseguiu editar e estilizar o perfil facilmente.
- Busca: Encontrou uma editora sem dificuldade.
- Notificações: Considerou a separação por tipo eficiente.
- Mensagens: Fluxo claro e funcional para contatos individuais e em grupo.
- Denúncia: Ícone de fácil acesso.
- Loja: Processo de compra fluido e leitor digital bem desenhado.

- Agenda: Funcionalidade clara, com botões objetivos.
- Desafios: Acessou a aba e completou um desafio sem problemas.
- Ajuda: Encontrou facilmente a central de suporte.

Impressões finais:

- O que achou mais fácil: Postar conteúdo.
- O que achou difícil: Nenhuma dificuldade relatada.
- Faltou algo: Personalização visual do layout.
- Mudaria: Nada relevante.

Usuário 3

- Cadastro: Integração com Google facilitou o processo.
- Feed: Gostou de interações visuais com fotos e textos.
- Perfil: A adição de livros agradou.
- Busca: Encontrou autora rapidamente.
- Notificações: Considerou bem organizadas.
- Mensagens: Destacou a semelhança com grupos do WhatsApp.
- Denúncia: Processo visível e prático.
- Loja: Leitor com tipografia confortável.
- Agenda: Criou um evento com facilidade.
- Desafios: Navegação intuitiva.
- Ajuda: Buscou por tótipo e foi atendido.

Impressões finais:

- O que achou mais fácil: Criar evento e mexer no perfil.
- O que achou difícil: Nada relevante.
- Faltou algo: Nada relevante.
- Mudaria: Nada relevante.

Usuário 4

- Cadastro: Fluido e estável.
- Feed: Gostou da opção de resenha com estrelas.
- Perfil: Apreciou a organização.

- Busca: Encontrou autor e obras com facilidade.
- Notificações: Úteis, especialmente nos clubes.
- Mensagens: Encontrou com facilidade a funcionalidade
- Denúncia: Processo direto.
- Loja: Avaliou como simples e eficiente.
- Agenda: Gostou das funcionalidades da agenda, não obteve dificuldades de encontrar.
- Desafios: Participação simples.
- Ajuda: Achou explicações diretas.

Impressões finais:

- O que achou mais fácil: Leitura e perfil.
- O que achou difícil: Criar um clube.
- Faltou algo: Mais filtros na busca.
- Mudaria: Ampliação das categorias da loja.

Usuário 5

- Cadastro: Intuitivo e rápido.
- Feed: Elogiou a funcionalidade de vídeos.
- Perfil: Personalizou com links e descrições.
- Busca: Encontrou autoras e seguiu perfis.
- Notificações: Apreciou os alertas de novos seguidores.
- Mensagens: Comunicação fluida.
- Denúncia: Destacou feedback visual positivo após o envio.
- Loja: Leitura simultânea foi destaque positivo.
- Agenda: Interface estável.
- Desafios: Sentiu-se incentivado.
- Ajuda: As perguntas frequentes e o chat facilitou a navegação.

Impressões finais:

- O que achou mais fácil: Criar conteúdo.
- O que achou difícil: Nenhuma dificuldade.
- Faltou algo: Lives e marcação nas postagens ou postagem em conjunto.

- Mudaria: Nada relevante