

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL  
FACULDADE DE ARQUITETURA  
CURSO DE DESIGN VISUAL

Fernanda Finkelstein

**AMPLAS:  
PLATAFORMA DIGITAL DE FORTALECIMENTO  
DA QUALIDADE DE VIDA NO CONTEXTO DE  
FEMINIZAÇÃO DA VELHICE E TRABALHO**

Porto Alegre

2023

Fernanda Finkelstein

**AMPLAS:**  
**PLATAFORMA DIGITAL DE FORTALECIMENTO**  
**DA QUALIDADE DE VIDA NO CONTEXTO DE**  
**FEMINIZAÇÃO DA VELHICE E TRABALHO**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao Curso de Design Visual, da Faculdade de Arquitetura da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Design de Visual.

Orientador: Prof. Dr. Sandro Fetter

Porto Alegre  
2023  
Fernanda Finkelstein

**AMPLAS:**  
**PLATAFORMA DIGITAL DE FORTALECIMENTO  
DA QUALIDADE DE VIDA NO CONTEXTO DE  
FEMINIZAÇÃO DA VELHICE E TRABALHO**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido ao Curso de Design Visual, da Faculdade de Arquitetura da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Design de Visual.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Dr. Fabiano Scherer – Universidade Federal do Rio Grande do Sul

---

Prof. Dr. Heli Meurer

---

Prof. Dr. Sandro Fetter – Universidade Federal do Rio Grande do Sul  
(Orientador)

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço primeiramente aos meus pais, por sempre me incentivarem constantemente, por me ensinarem o potencial transformador da educação desde pequena e por moverem montanhas para que eu pudesse estar onde estou hoje. Agradeço ao meu irmão por estar ao meu lado nessa jornada e me estimular a crescer sempre.

Às amigas com as quais a Universidade me uniu no primeiro semestre de curso e que cultivou um enorme carinho. Em especial, muito obrigada à Ana Carolina Porazzi e Carolina Borges Masuero que nessa etapa final de conclusão de curso me deram muito apoio, mesmo de longe. Ao Thomaz pelo suporte e dedicação em me ajudar nesta fase, sou grata pela parceria, pela paciência e por todas as refeições preparadas para que eu pudesse me dedicar a elaboração desse trabalho.

Agradeço também aos amigos por todo carinho, motivação e apoio concedido. Àqueles que doaram parte do seu tempo oferecendo feedbacks para o projeto e participando do teste de usabilidade. Agradeço a todos os professores da graduação por terem compartilhado seus conhecimentos e me auxiliado na minha formação como profissional do design e aos colegas que fizeram parte dessa trajetória. Agradeço principalmente ao orientador deste trabalho, Professor Sandro Fetter, pelo incentivo e me guiar no desenvolvimento deste trabalho. Por fim à Universidade Federal do Rio Grande do Sul, a qual tenho muito orgulho de ter feito parte e sou eternamente grata por oferecer ensino superior público, gratuito e de qualidade.



## RESUMO

O presente trabalho de conclusão de curso consiste no desenvolvimento de uma interface digital que apoie a trajetória profissional e pessoal de mulheres em fase de envelhecimento, principalmente daquelas que buscam se reinserir no mercado de trabalho. Durante a primeira etapa do estudo, foi realizado um aprofundamento sobre o público-alvo e suas dificuldades na sociedade em relação à idade e ao gênero no contexto de trabalho, bem como sua relação com tecnologias. Em seguida, foi conduzida uma pesquisa de referencial teórico sobre usabilidade, acessibilidade e projetos de design voltados para o público mais velho. Por meio de uma abordagem centrada no usuário, baseada nas metodologias *Human-Centered Design* e *Double Diamond*, o projeto avançou em direção ao desenvolvimento de uma plataforma digital que visa melhorar a qualidade de vida desse público, oferecendo suporte por meio de vagas de emprego, conteúdos e uma comunidade de apoio, criando assim uma rede de contatos e fortalecimento.

**Palavras-chave:** envelhecimento; gênero; trabalho; design de experiência; usabilidade.

## **ABSTRACT**

The present course conclusion work consists of developing a digital interface that supports the professional and personal journey of women in the aging phase, especially those seeking to reintegrate into the job market. During the initial stage of the study, an in-depth analysis was conducted regarding the target audience and their challenges in society related to age and gender in the workplace, as well as their relationship with technology. Subsequently, a theoretical literature review was carried out on usability, accessibility, and design projects tailored to the older demographic. Through a user-centered approach, based on Human-Centered Design and the Double Diamond methodologies, the project progressed towards the development of a digital platform aimed at enhancing the quality of life for this audience. This platform provides support through job opportunities, relevant content, and a support community, thereby creating a network of connections and empowerment.

**Keywords:** aging; gender; work; experience design; usability.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: As três lentes do HCD.....	14
Figura 2: O processo HCD.....	14
Figura 3: Double Diamond.....	16
Figura 4 – Metodologia Adaptada.....	17
Figura 5: Pirâmide Etária.....	20
Figura 6 - População Economicamente Ativa.....	25
Figura 7: Arquitetura da informação do aplicativo Mulheres Positivas.....	42
Figura 8: Telas da aba Conteúdos do aplicativo Mulheres Positivas.....	44
Figura 9: Telas da aba Vagas do aplicativo Mulheres Positivas.....	43
Figura 10: Arquitetura da informação do aplicativo Todas Group.....	45
Figura 11: Telas da seção Network do aplicativo Todas Group.....	46
Figura 12: Telas da seção Notas do aplicativo Todas Group.....	47
Figura 13: Arquitetura da informação do aplicativo Todas Group.....	48
Figura 14: Telas do site Maturi.....	48
Figura 15: Painel Semântico Expressão do Produto.....	54
Figura 16: Seletor de Personalidade.....	56
Figura 17: Sketches de Alternativas para Identidade Visual.....	57
Figura 18 – Assinatura principal, alternativa, secundária e reduzida da identidade visual.....	58
Figura 19 – Padrão Cromático.....	59
Figura 20 - Exemplo de teste com a ferramenta Colorable.....	59
Figura 21 - Tipografias da Identidade Visual Amplas.....	59
Figura 22 - Funcionalidades do sistema.....	61
Figura 23 - Cores.....	69
Figura 24 - Tipografia.....	70
Figura 25 - Grid.....	71
Figura 26 - Exemplo com Ilustrações de Denmark.....	71
Figura 27 - Exemplo com Ilustração de Snap.....	73
Figura 28 - Tab bar inferior.....	74
Figura 29 - Botão.....	74
Figura 30 - Botão Flutuante.....	75
Figura 31 - Cards da seção Vagas.....	75
Figura 32 - Telas Onboarding.....	76
Figura 33 - Personalizar (Objetivo).....	77
Figura 34 - Personalizar (preencher manual).....	78
Figura 35 - Homepage Vagas.....	79

Figura 36 - Classificadas! Componente.....	79
Figura 37 - Segment Picker Comunidade/ Eventos.....	80
Figura 38 - Homepage Conteúdos e Botão flutuante/Criar Fórum.....	81
Figura 39 - Push Notification para adicionar evento na agenda.....	80
Figura 40 - Homepage Conteúdos e Para Você.....	82
Figura 41 - Página do Conteúdo e Avaliação do Conteúdo.....	83
Figura 42 - Componente Menu Salvos.....	84
Figura 43 - Páginas da área Salvos.....	84
Figura 44 - Páginas da área Chat.....	85
Figura 45 - Páginas da área Perfil.....	86
Figura 46: Mapa Mental Relacionado ao Conceito.....	93
Figura 47: Fluxo do Usuário.....	94
Figura 48: Fluxo do Usuário II.....	94
Figura 49: Taskflows.....	95

## LISTA DE QUADROS E TABELAS

Quadro 1 - Matriz CSD (Certezas, Suposições, Dúvidas).....	34
Quadro 2 - Perfil das entrevistadas.....	39
Quadro 3 - Matriz Comparativa dos Similares.....	50
Quadro 4 - Necessidades das usuárias.....	51
Quadro 5 - Requisitos das usuárias.....	52
Quadro 6 – Matriz Seleção <i>Naming</i> .....	55

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>9</b>
1.1 JUSTIFICATIVA	10
1.2 DELIMITAÇÃO DO PROJETO	11
1.3 PROBLEMA DE PROJETO	12
1.4 OBJETIVOS	12
1.5 METODOLOGIA	13
1.5.1 Human-Centered Design	13
1.5.2 Double Diamond	15
1.5.3 Metodologia Adaptada	16
<b>2. DESCOBRIR</b>	<b>17</b>
2.1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	18
2.1.1 IDOSOS	18
2.1.1.1 Caracterização da velhice	18
2.1.1.2 Qualidade de vida no envelhecimento	20
2.1.1.3 Trabalho e gênero	22
2.1.1.4 Trabalho e idade	23
2.1.2 EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO E INTERFACE	26
2.1.2.1 Usabilidade	27
2.1.2.2 Acessibilidade	29
2.1.2.3 Projetando para terceira idade	30
2.2 PÚBLICO ALVO	32
2.3 PESQUISA QUALITATIVA	33
2.3.1 Avaliação do conhecimento preexistente	33
2.3.2 Entrevistas	34
2.2.1.1 Entrevista: Recursos Humanos	35
2.2.1.2 Entrevista: Psicólogo	36
2.2.1.3 Entrevista: Melhor aos 50	37
2.2.1.4 Entrevistas Específicas	38
2.2.1.5 Considerações sobre as Entrevistas Específicas	41
<b>3. DEFINIR</b>	<b>41</b>
3.1 ANÁLISE DE SIMILARES	41
3.1.1 Mulheres Positivas	42
3.1.2 Todas Group	44
3.1.3 Maturi	47
3.1.4 Considerações sobre os similares	49
3.2 NECESSIDADES DAS USUÁRIAS	50
3.3 REQUISITOS DAS USUÁRIAS E REQUISITOS DE PROJETO	51
<b>4. DESENVOLVER</b>	<b>52</b>
4.1 CONCEITO	53
4.2 NAMING	54
4.3 IDENTIDADE VISUAL	55
4.4 DEFINIÇÃO DE FUNCIONALIDADES	59

4.4.1 Especificações do sistema	60
<b>4.5 ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO</b>	<b>65</b>
<b>4.6 DEFINIÇÃO DA INTERFACE</b>	<b>67</b>
4.6.1 Cores	68
4.6.2 Tipografia	69
4.6.3 Grid	69
4.6.4. Elementos Gráficos	70
4.6.5 Elementos Gerais	72
<b>4.7 INTERFACE</b>	<b>75</b>
4.7.1 Onboarding	75
4.7.2 Personalizar	75
4.7.3 Vagas	77
4.7.4 Comunidade e Eventos	78
4.7.5 Conteúdo	80
4.7.6 Salvos	81
4.7.7 Chat	83
4.7.8 Perfil	83
<b>4.8 PROTÓTIPO</b>	<b>84</b>
4.8.1 Teste de usabilidade	85
<b>REFERÊNCIAS</b>	<b>86</b>

## 1. INTRODUÇÃO

A população idosa está crescendo significativamente em todo o mundo. Em 2020, o número de idosos atingiu 1,1 bilhão, de acordo com dados da ONU na Revisão de 2022 das Perspectivas da População Mundial. Comparando com os números de 1950, quando havia apenas 202 milhões de idosos, a previsão é que em 2100 o total alcance aproximadamente 3,1 bilhões, representando um aumento de 15,2 vezes (ONU, 2022). Esse aumento tem impacto em várias esferas socioeconômicas globais, incluindo a inserção e a permanência dos idosos no mercado de trabalho. Nesse contexto, é importante destacar a feminização da velhice, visto que as mulheres constituem a maioria da população idosa em todo o mundo. No Brasil, por exemplo, são 16,9 milhões de mulheres idosas, o que corresponde a 56% do total de idosos (IBGE, 2018). Nicodemo e Godoi (2010) constatam que viver mais não é sinônimo de viver melhor. No decorrer da vida as mulheres acumulam diversas desvantagens, entre elas salários inferiores, dupla jornada e baixa escolaridade, dependendo, assim, de mais recursos externos, culminando na busca de atividades que proporcionem sociabilidade e renda. (NICODEMO; GODOI, 2010)

Concomitantemente ao fenômeno do envelhecimento, verificamos que os inúmeros desafios trazidos pela modernidade acarretaram transformações importantes e decisivas no mundo do trabalho, como a industrialização e a urbanização, gerando consequências nas mais diferentes instâncias da vida das populações. (NASCIMENTO; RABELO, 2008, p. 338)

Para esses autores, os trabalhadores que não acompanharam essas mudanças e que não têm como preparar-se para responder às novas demandas impostas, estão automaticamente desligados e fora do mercado de trabalho. Sendo as implicações para uma mulher idosa ainda maiores.

Do ponto de vista profissional, o marco do envelhecimento é o término do período produtivo, que culmina com a aposentadoria. Esse fato é visto como motivo de alegria para uns, enquanto para outros significa dificuldades e angústias. Em estudo realizado por Santos (2016), foram quatro os fatores que contribuíram para que os respondentes da sua



pesquisa permanecessem em atividade laboral: identidade vinculada à atividade, relações sociais, manutenção da família e aspecto financeiro. Além disso, a identidade vinculada à atividade mostrou-se um forte preditor para continuar trabalhando.

A temática em questão é destacada pela Organização Mundial de Saúde (OMS), em seu Relatório Mundial de Envelhecimento e Saúde de 2015, referindo-se à empregabilidade da pessoa idosa como uma forma de contribuição para o envelhecimento ativo. Envelhecimento ativo é o processo de otimização das oportunidades de saúde, participação e segurança, com o objetivo de melhorar a qualidade de vida à medida que as pessoas ficam mais velhas (OMS, 2005).

Com o aumento da longevidade e o número de idosos que continua a exercer atividades laborais, novas demandas surgem, tanto para os idosos, quanto para as organizações. O Plano de Ação Internacional sobre o Envelhecimento (2002), realizado pela Organização das Nações Unidas, sugere que seja necessário fazer ajustes apropriados no ambiente trabalhista e nas condições de trabalho para assegurar que os trabalhadores idosos tenham conhecimentos, saúde e capacidade necessários para continuar trabalhando. Isso ressalta a necessidade de empregadores, sindicatos e profissionais de recursos humanos estarem mais atentos às novas práticas de trabalho, que podem facilitar a retenção e a participação produtiva de idosos na força de trabalho.

Visto que os fatores que afetam as mulheres idosas no mercado de trabalho merecem atenção especial, é importante que haja um incentivo às instituições públicas e privadas para viabilizar a participação e a manutenção de postos de trabalho para mulheres em fase de envelhecimento, contribuindo, desta forma, para uma velhice com uma renda mais adequada e seu bem-estar, além de facilitar a inclusão desse grupo nas diferentes esferas da sociedade.

## **1.1 JUSTIFICATIVA**

Diante do fenômeno do envelhecimento populacional observamos o surgimento de novas necessidades do público e mudanças na maneira de agir da sociedade e instituições. Pensar nas necessidades próprias e particularidades do envelhecimento frente às atuais mudanças sociais implica em estratégias que possam vir a favorecer a interação desse público. O termo Design Social tem diversos significados, para Fuad-luke (2009) se refere ao processo de design projetado para contribuir com a melhoria do bem-estar e da subsistência humana. Dentro do contexto apresentado acredito que o design pode ser um valioso fator de transformação social. Enquanto o objetivo principal do design para o mercado seja criar produtos para venda, a principal intenção do design social é a satisfação das necessidades humanas (FAUD-LUKE, 2009).

Uma característica importante destacada por Goldani (1999) é que homens e mulheres vivem de formas diferentes, portanto, ao envelhecer, também apresentam características diferenciadas. Fatores sociais e genéticos como: gênero, raça, classe social, situação conjugal e cuidados prévios com a saúde, propiciam aos idosos envelhecimentos específicos. Além disso, a mulher brasileira não teve, em muitos casos ao longo de sua vida, trabalho remunerado, noutros, essa mulher era trabalhadora doméstica ou fazia parte do mercado informal, deixando de ter garantida a sua aposentadoria. Ainda deve-se levar em conta os fatores de desigualdade de gênero no contexto de trabalho, como a diferença de salários (GOLDANI, 1999).

Este projeto objetiva dar um retorno à sociedade, funcionando como forma de disseminação, incentivo e procura de mudança social pelo design. Levando em consideração que projetar interfaces para terceira idade exige um cuidado extra com a organização das informações, interações, adaptação a diferentes ambientes, entre outros aspectos relacionados ao design e a usabilidade, mostrando-se necessária a identificação de diretrizes de usabilidade específicas (ALBAN et al, 2012, p. 02).

## **1.2 DELIMITAÇÃO DO PROJETO**

Este projeto será desenvolvido considerando um ambiente virtual como meio de impulsionar jornadas profissionais femininas para auxiliar a reduzir o número de mulheres desempregas em idade avançada e incentivar o uso de tecnologia por meio de um ambiente virtual acessível. Este trabalho não tem como objetivo o aprofundamento dos diferentes recortes e intersecções relacionados ao envelhecimento feminino, apesar de entender a relevância de pesquisas nesse campo. A proposta será elaborada considerando o design para experiência e acessibilidade e o produto será desenvolvido levando em conta dois públicos-alvo: mulheres em fase de envelhecimento, a partir dos 50 anos, e que procuram trabalho e as organizações que podem as contratar.

## **1.3 PROBLEMA DE PROJETO**

O problema do projeto foi delimitado com base na seguinte pergunta: como projetar uma interface digital que contribua na qualidade de vida no contexto de trabalho de mulheres em processo de envelhecimento, a partir da abordagem de design centrado no humano?

## **1.4 OBJETIVOS**

Buscando responder ao problema de projeto colocado, foram definidos os objetivos geral e específicos. O objetivo geral é projetar uma plataforma digital que contribua na qualidade de vida no contexto de trabalho de mulheres em processo de envelhecimento.

Frente ao problema de projeto e com base no objetivo geral, tem-se os seguintes objetivos específicos:

- a) Identificar as necessidades e dores das mulheres em processo de envelhecimento e estratégias de transformação no contexto de trabalho;
- b) Investigar o que as organizações estão fazendo em prol das mulheres que envelhecem no contexto de trabalho;
- c) Compreender as atitudes dos idosos em relação à tecnologia e os

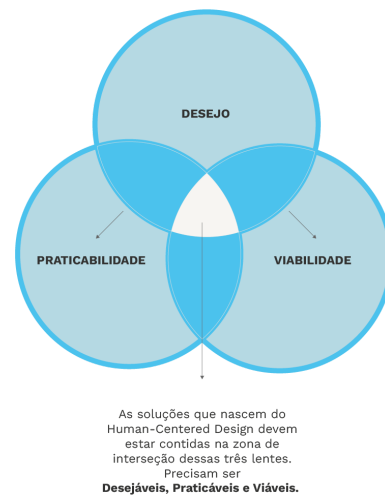
- desafios de usabilidade enfrentados;
- d) Explorar a aplicação do design de experiência no aprimoramento da acessibilidade em interfaces digitais.
  - e) Elicitar os requisitos dos usuários e do sistema e avaliar o protótipo com as usuárias e especialistas.

## **1.5 METODOLOGIA**

Para o desenvolvimento deste trabalho, optou-se por utilizar uma união das metodologias *Human-Centered Design* e *Double Diamond*. Por tratar-se de um trabalho que propõe inovação a partir do design, a autora optou pelo método HCD, que é composto por diversos conjuntos de ferramentas que auxiliam na solução do problema, além da premissa principal ser a centralização das pessoas para quem se está projetando. Enquanto isso, a abordagem complementar considera e estuda as particularidades do público adolescente. Assim, a combinação dessas metodologias é capaz de permitir o desenvolvimento de um projeto adequado em relação às necessidades das usuárias e decisões de design.

### **1.5.1 *Human-Centered Design***

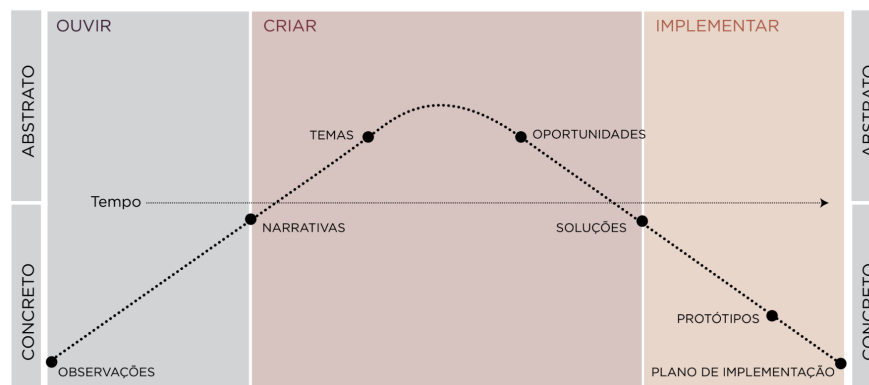
O Human-Centered Design é um processo para criar novas soluções, desenvolvido em 2009 pela IDEO, agência global de design e consultoria em inovação, que tem como missão gerar projetos com impacto social para comunidades. Segundo a organização (IDEO, 2015), a razão pela qual esse processo é chamado de “Centrado no Ser Humano” é que ele começa pelas pessoas para as quais a solução será criada.

**Figura 1: As três lentes do HCD**

Fonte: Adaptado de "Field Guide to Human-Centered Design"

Para tal, o método se baseia na intersecção de três lentes (Figura 1), começando pela lente do Desejo, construindo empatia com o público e procurando ouvir e entender as pessoas cujas vidas serão influenciadas pelas soluções. Uma vez identificado qual é o Desejo do usuário, examina-se as soluções através das lentes da Praticabilidade e da Viabilidade.

As três fases (Figura 2) que dão seguimento ao processo de Estratégia Centrada no Ser Humano (Human-Centered Design) são: Ouvir (Hear), Criar (Create) e Implementar (Deliver). Durante o processo, o pensamento concreto e o abstrato se alternam, identificando temas e oportunidades e, mais tarde, com soluções e protótipos. (IDEO, 2015).

**Figura 2: O processo HCD**

Fonte: Field Guide to Human-Centered Design (IDEO, 2015)

Na primeira fase, inicia-se com um momento de observação e escuta, em que torna-se possível a aprendizagem a partir de pessoas reais, descobrindo suas expectativas e aspirações para o futuro. Para tal, são sugeridos métodos qualitativos de pesquisa que permitam desenvolver empatia pelas pessoas para as quais o projeto está sendo desenvolvido, além de permitir o entendimento das necessidades e restrições do público. (IDEO, 2015, p.17-50).

Na segunda etapa, “Criar”, o objetivo é entender os dados coletados, identificar padrões, definir oportunidades e criar possíveis protótipos. Para tal, é preciso passar por um processo intermediário de síntese e interpretação, para isso requer-se filtrar e selecionar informações e traduzir insights para o desenvolvimento de oportunidades. Neste momento deve acontecer a compreensão dos dados e identificação de padrões para a criação de soluções. Após definir as oportunidades, adota-se um ponto de vista generativo para criação de diversas soluções, sendo algumas delas convertidas em protótipos. (IDEO, 2015, p. 51-79)

Na terceira e última fase, “Implementar”, é o momento de entender como tornar as soluções desejáveis criadas em projetos viáveis, a fim de selecionar as melhores ideias. Neste momento é necessário identificar as capacidades necessárias, criar um modelo financeiramente sustentável e desenvolver projetos de inovação por meio de pilotos e medir o impacto gerado. (IDEO, 2015, p. 80-102).

### **1.5.2 Double Diamond**

O design é uma disciplina que busca solucionar problemas por meio da criação de soluções estéticas e funcionais. Nesse sentido, o método Double Diamond é uma abordagem de design que tem como objetivo auxiliar os designers a alcançarem soluções inovadoras e eficazes. Esse método foi desenvolvido pelo Design Council, uma organização britânica que promove o design como uma ferramenta estratégica para o desenvolvimento econômico e social. O método é composto por três fases principais (Figura 3), que fazem parte dos dois diamantes, que representam um processo de exploração de uma questão de forma mais ampla ou profunda (pensamento

divergente) e, em seguida, tomada de ação focada (pensamento convergente). (DESIGN COUNCIL, 2019).

**Figura 3: Double Diamond**



Fonte: Adaptado pela autora de Design Council (2015a)

A primeira etapa do método Double Diamond é a “Descoberta”. Nessa fase, o objetivo é compreender o problema a ser resolvido, identificar as necessidades dos usuários e as oportunidades de mercado. Essa fase é importante porque permite familiarizar-se com o contexto do problema e entender as complexidades envolvidas. Para isso, deve-se realizar uma pesquisa extensiva, coletando informações sobre o mercado, o público-alvo, os concorrentes e outras informações relevantes.

Na segunda etapa, “Definição”, o objetivo é sintetizar as informações coletadas na etapa anterior e definir o problema a ser resolvido. Essa fase é importante porque permite que se tenha uma compreensão clara do problema e possa estabelecer objetivos específicos para o projeto. Para isso, propõe-se analisar as informações coletadas na fase anterior e criar um briefing que defina claramente o problema e os objetivos do projeto.

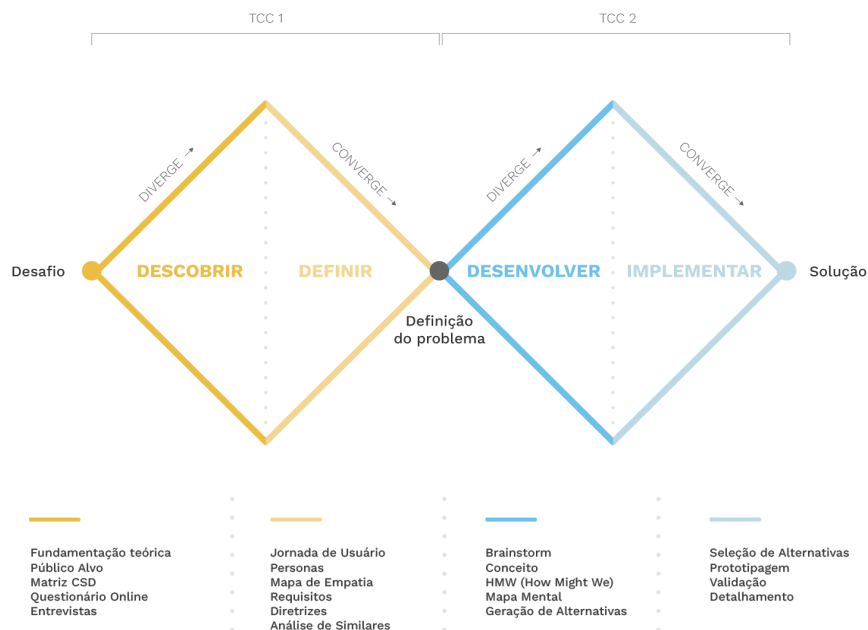
A terceira fase do método *Double Diamond* é o desenvolvimento. Nessa fase, o objetivo é gerar uma ampla gama de soluções para o problema definido na fase anterior. Essa fase é importante porque permite que se explore diferentes abordagens e ideias, aumentando as chances de encontrar uma solução inovadora e eficaz para o projeto e usuários. Para isso, sugere-se a utilização de técnicas de brainstorming e outras ferramentas de geração de ideias.

A quarta e última etapa do método é a “Entrega”. Nessa fase, o objetivo é refinar e implementar a solução escolhida na fase anterior. Essa fase é importante porque é o momento de verificar se a solução é viável e se atende às necessidades do usuário. Para isso, utiliza-se a criação de protótipos e testes com os usuários, refinando a solução até que ela esteja adequada para ser implementada. (DESIGN COUNCIL, 2015).

### 1.5.3 Metodologia Adaptada

Acredita-se que a aplicação da abordagem de Design Centrado no Ser Humano, aliada ao conjunto de recursos fornecidos pelo *IDEO Design Kit* (IDEO, 2015), possa ajudar no progresso de um projeto que priorize o usuário e suas necessidades. Enquanto isso, o método *Double Diamond* oferece uma estrutura mais clara para as fases, graças ao uso do pensamento convergente e divergente, em sintonia com o contexto do projeto (Figura 4). Foram selecionadas as ferramentas mais adequadas para cada fase do projeto, a partir das sugestões feitas pela *IDEO* em seu *kit*.

**Figura 4 – Metodologia Adaptada**



Fonte: Autora (2023)



## **2. DESCOBRIR**

A partir de Design Council (2015), a primeira etapa da metodologia consiste em compreender o público-alvo e na coleta de informações relativas ao tema e ao problema para o desenvolvimento adequado das próximas etapas do projeto. Este capítulo engloba a fundamentação teórica, definições e pesquisa sobre público alvo e pesquisa qualitativa, sendo essa composta por entrevistas.

### **2.1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Esse capítulo aborda conceitos centrais e pertinentes para o desenvolvimento do trabalho, por meio de revisão da literatura e pesquisa bibliográfica, acerca de assuntos relevantes ao tema. Primeiramente serão apresentados dados gerais sobre o envelhecimento populacional e consequências para a estrutura social e econômica. Além disso, os conceitos de qualidade de vida na terceira idade serão introduzidos. A seguir será abordado brevemente um panorama sobre o mundo do trabalho, sobretudo, problematizando a desigualdade de gênero e os papéis assumidos pelo trabalho no envelhecimento. Em seguida são apresentados os conceitos relacionados ao design, que incluem Design de Experiência do Usuário e Interface, Usabilidade, Acessibilidade e diretrizes de projetos de Interface para Terceira Idade.

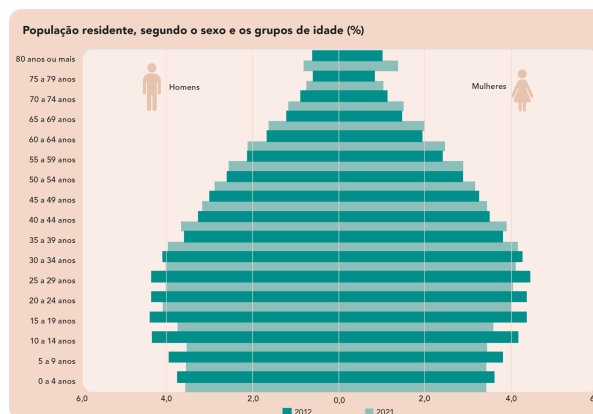
#### **2.1.1 IDOSOS**

A velhice é um fenômeno complexo e multifacetado que afeta indivíduos de diferentes culturas e contextos socioeconômicos. No Brasil, o envelhecimento populacional tem sido um tema de crescente preocupação, uma vez que a população idosa aumentou significativamente nas últimas décadas. Este capítulo tem como objetivo discutir a caracterização da velhice no Brasil, relacionando velhice, gênero e mundo do trabalho.

### 2.1.1.1 Caracterização da velhice

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população idosa brasileira (com 60 anos ou mais) representava 14,6% da população total em 2019, o que corresponde a cerca de 31 milhões de pessoas (IBGE, 2019). Essa proporção vem crescendo progressivamente nas últimas décadas, devido ao aumento da expectativa de vida e à redução da taxa de fecundidade.

A pirâmide (Figura 5) mostra que o envelhecimento da população brasileira aumentou em 2021, se comparado a 2012. Esta mudança pode ser observada pela menor porcentagem encontrada em 2021 nos grupos etários mais jovens (base da pirâmide), ao mesmo tempo em que houve aumento nas porcentagens dos grupos de idade que ficam no topo da pirâmide. Notamos que, nos grupos de idade a partir dos 60 anos, o número de mulheres supera bastante a de homens, tendo uma proporção aproximada de 78,8 homens para cada 100 mulheres. A feminização da velhice é um fenômeno observado em vários países, incluindo o Brasil, e se refere ao aumento da proporção de mulheres em relação aos homens na população idosa. Essa tendência pode ser explicada por diversos fatores, como a maior expectativa de vida das mulheres, a menor mortalidade em decorrência de doenças cardiovasculares e a maior utilização de serviços de saúde. No entanto, a feminização da velhice também pode estar relacionada a questões socioeconômicas, como a maior inserção das mulheres no mercado de trabalho e a diminuição do número de filhos. (Lima-Costa; Peixoto, 2014).

**Figura 5: Pirâmide Etária**

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Pesquisas por Amostra de Domicílios, PNAD Contínua 2012/2021.

A velhice no Brasil é marcada por desigualdades sociais e econômicas, uma vez que a maioria dos idosos vive em situação de vulnerabilidade, segundo dados do IBGE, em 2019, cerca de 62,2% dos idosos brasileiros não tinham renda própria, dependendo principalmente de aposentadorias e pensões (IBGE, 2019).

A exclusão social dos idosos é um fenômeno que tem impactos negativos significativos na qualidade de vida dos idosos e na sociedade como um todo. A exclusão social se manifesta de diferentes formas, incluindo o isolamento social, a discriminação e a falta de oportunidades de participação em atividades sociais e econômicas (Esteban, Domínguez, Cañón, 2020). Um dos principais fatores que contribuem para a exclusão social dos idosos é a idadeísmo, que se refere a atitudes e comportamentos negativos em relação aos idosos, incluindo estereótipos negativos, discriminação e preconceito. O idadeísmo pode levar à marginalização dos idosos na sociedade e limitar suas oportunidades de participação em atividades sociais e econômicas. (Katz; Calasanti, 2015).

Nas sociedades contemporâneas, na sua maioria, ser velho significa estar excluído de vários lugares sociais. Um desses lugares é aquele relativo ao mundo do trabalho. A velhice está diretamente relacionada ao alijamento do mundo produtivo nas sociedades capitalistas contemporâneas, onde os aspectos negativos de improdutividade, decadência, devido à valorização da força de produção, criam barreiras para a participação do velho em diversas dimensões da vida social. (CARVALHO, 2007)

A caracterização da velhice no Brasil revela um panorama complexo e multifacetado, marcado por desigualdades sociais e econômicas, problemas de saúde e falta de acesso a serviços básicos. É fundamental que sejam implementadas políticas públicas que visem garantir a proteção social e o acesso a serviços de saúde de qualidade para a população idosa brasileira.

### **2.1.1.2 Qualidade de vida no envelhecimento**

A população mundial está envelhecendo rapidamente, e é esperado que em 2050, 22% da população global tenha mais de 60 anos de idade. A elevação da qualidade de vida, de forma geral, trouxe diversos avanços que possibilitaram o salto da expectativa de vida de 45,5 anos, estimada em 1940, para 77 anos, em 2022, segundo dados recentes do IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). O aumento da expectativa de vida tem sido acompanhado por um crescente interesse em promover a qualidade de vida (QV) e o bem-estar na terceira idade (ONU, 2019). O conceito de QV é complexo e multidimensional, e inclui aspectos subjetivos e objetivos, como a saúde física e mental, as relações sociais, a autonomia, o meio ambiente e o nível socioeconômico (Gruenewald, T.L. & Seeman, T.E. (2010).

A qualidade de vida pode ser definida como a percepção subjetiva da situação de vida de uma pessoa em relação aos seus objetivos, expectativas, valores e padrões culturais, em relação aos seus recursos e possibilidades para satisfazer as suas necessidades básicas e desenvolver o seu potencial (OMS, 1993). O bem-estar, por sua vez, pode ser definido como um estado subjetivo de felicidade e satisfação com a vida, em que a pessoa se sente realizada e capaz de enfrentar os desafios e oportunidades da vida (Diener, 2000).

Na terceira idade, a qualidade de vida é influenciada por diversos fatores, como a saúde física e mental, a participação social, a independência funcional, a segurança e o acesso a serviços e recursos. A saúde física é fundamental para a qualidade de vida na terceira idade, pois afeta diretamente a capacidade da pessoa de realizar atividades diárias (SANTOS et al., 2016), quanto a saúde mental afeta o bem-estar emocional

e social. A participação social pode fornecer suporte emocional e prazer, bem como oportunidades para a realização pessoal e o desenvolvimento de habilidades (MACEDO et al., 2018). A independência funcional permite à pessoa viver de forma autônoma e independente, o que pode aumentar a autoestima e a satisfação com a vida (VASCONCELOS et al., 2020).

O trabalho também é um fator importante que afeta a QV e o bem-estar, inclusive na terceira idade. Estudos mostram que o trabalho pode fornecer um senso de propósito e realização, além de ser uma fonte de integração social e estímulo cognitivo para os idosos (FRIAS, CARAMASCHI, & LIMA, 2014). No entanto, também pode trazer estresse e riscos à saúde, especialmente se não houver uma adaptação adequada às capacidades físicas e mentais dos trabalhadores mais velhos (MENEZES et al., 2016). O trabalho pode ser benéfico na medida em que fornece suporte financeiro e social, mas também deve ser equilibrado com outras atividades que promovam a saúde e o bem-estar, como atividades físicas e de lazer (MENEZES et al., 2016).

### **2.1.1.3 Trabalho e gênero**

A relação de trabalho e gênero é um tema de grande relevância na sociedade atual, uma vez que as mulheres vêm conquistando cada vez mais espaço no mercado de trabalho. No entanto, essa relação ainda apresenta desigualdades e dificuldades que foram construídas historicamente. No Brasil, o campo de estudos de gênero só veio a se consolidar no final dos anos 70, paralelamente ao fortalecimento do movimento feminista no país (FARAH, 2004).

No entanto, apesar do aumento da participação feminina no mercado de trabalho, as mulheres ainda enfrentam desigualdades salariais e de oportunidades. Dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) de 2021 indicam que as mulheres brasileiras recebem, em média, 22,5% menos que os homens em trabalhos formais e com a mesma escolaridade e experiência profissional (IBGE, 2021). Além disso, as mulheres ainda encontram barreiras para acessar empregos considerados masculinos

e ocupam, em sua maioria, cargos de menor remuneração e menor prestígio social (MURAKAMI, 2019). A falta de representatividade feminina em cargos de liderança é outra questão relevante, já que a maioria dos cargos de gestão são ocupados por homens (IBGE, 2021).

A desigualdade de acesso à educação no Brasil tem um impacto significativo na situação de pobreza e dependência econômica que muitas mulheres brasileiras idosas enfrentam. Devido à falta de oportunidades de emprego remunerado ao longo de suas vidas, essas mulheres muitas vezes dependem exclusivamente de benefícios mínimos de aposentadoria para sobreviver (NICODEMO; GODOI, 2010).

Conforme pesquisadores destacam, mulheres enfrentam inúmeras dificuldades decorrentes de seu gênero e idade à medida que envelhecem. Para apoiá-las, é fundamental reconhecer suas necessidades e compartilhar responsabilidades entre organizações, criando programas, políticas e práticas que gerem consequências positivas tanto para as mulheres quanto para suas instituições (Gordon & Whelan, 1998). Nesse sentido, é crucial compreender as diferentes condições e demandas das mulheres que envelhecem nos diferentes âmbitos de trabalho.

Para proporcionar uma melhor qualidade de vida para as mulheres que envelhecem no contexto de trabalho no Brasil, algumas estratégias têm sido propostas. Entre elas, destacam-se a criação de uma cultura na qual os funcionários se sintam à vontade para falar sobre problemas de saúde, a redução das fontes de estresse e a atenção à temperatura e ventilação no local de trabalho, especialmente considerando os efeitos da menopausa (Fernandes et al., 2019). Além disso, outras variáveis têm se mostrado relevantes para a manutenção da presença das mulheres no mercado de trabalho à medida que envelhecem, como relações interpessoais, autonomia, flexibilidade e interesses fora do trabalho (Shacklock, Brunetto, & Nelson, 2009).

Também é importante destacar que, a desagregação em grupos populacionais por cor ou raça, assim como o recorte por sexo, são também fundamentais para o reconhecimento das desigualdades de rendimentos no Brasil. Em 2021, a população ocupada de cor ou raça branca ganhava, em

média, 73,4% mais do que a de cor ou raça preta ou parda e os homens, 25,0% mais que as mulheres, indicando uma desigualdade estrutural (IBGE, 2022).

Apesar dessas dificuldades, as mulheres têm conquistado cada vez mais espaço no mercado de trabalho e têm contribuído significativamente para o crescimento da economia do país. Para a autora deste trabalho, é importante continuar lutando por igualdade de direitos e oportunidades no mercado de trabalho, para que as próximas gerações de mulheres tenham mais chances de sucesso em suas carreiras e as mulheres com mais idade tenham a oportunidade de se reinventar profissionalmente se assim desejarem.

#### **2.1.1.4 Trabalho e idade**

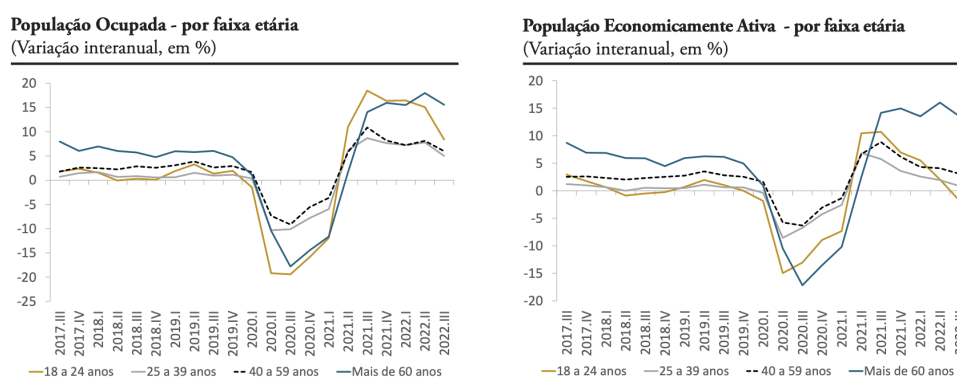
A permanência de idosos brasileiros em atividades laborais está relacionada não apenas a questões financeiras, como a necessidade de complementar a renda ou auxiliar a família, mas também à necessidade de se manterem ativos e sociáveis (TELMACHUCK, 2005). A participação no mercado de trabalho pode favorecer a construção de uma identidade própria para o indivíduo, que inclui a autoestima e a sensação de utilidade (MARTINS, 2014). Além disso, o trabalho pode promover a integração social e o senso de pertencimento a um grupo, proporcionando oportunidades de socialização e troca de experiências (ARAUJO; BAZZO, 2016). Em conjunto, esses fatores destacam a importância do trabalho como um aspecto fundamental na vida de muitos idosos, indo além da questão puramente financeira.

Outro motivo para a permanência no mercado laboral por mais tempo é a reforma da Previdência, em vigor a partir de novembro de 2019, que instituiu a idade como condição para mulheres e homens se aposentarem. Em 2023, elas devem ter 62 anos completos e eles, 65. O tempo mínimo de contribuição é de 15 anos em ambos os casos. No entanto, apesar das mudanças na legislação previdenciária, não houve uma adaptação do mercado de trabalho para garantir a permanência dos trabalhadores mais

velhos em seus empregos (LOURENÇO et al., 2018). Isso pode dificultar a inserção e a atualização digital constante desses trabalhadores, que muitas vezes têm dificuldades em se adaptar às novas tecnologias (IBGE, 2022).

De acordo com a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (PNAD) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), em 2018 cerca de 7,5 milhões de idosos, correspondentes a 7,2% dos trabalhadores ocupados, compunham o contingente de idosos no mercado de trabalho brasileiro. Apesar de apresentar uma proporção menor em relação à população de trabalhadores mais jovens e adultos, a partir do terceiro trimestre de 2016, a proporção da população ocupada com mais de 60 anos vem apresentando o maior crescimento (Figura 6).

**Figura 6 - População Economicamente Ativa**



Fonte: PNAD Contínua (IBGE)

O Relatório Mundial de Envelhecimento e Saúde de 2015 da Organização Mundial da Saúde (OMS) destaca a importância da empregabilidade da população idosa como uma forma de promover o envelhecimento ativo (OMS, 2015). As expectativas dos idosos e as necessidades econômicas da sociedade exigem que possam participar na vida econômica, política, social e cultural de suas sociedades. Para que isso seja possível, o Plano de Ação para o Envelhecimento (2002), especificamente no Artigo 12, fala que os idosos devem ter a oportunidade de trabalhar por quanto tempo desejarem, desempenhando atividades produtivas e satisfatórias, além de continuar tendo acesso à educação e a programas de capacitação. A capacitação dos idosos e a promoção de sua



plena participação são fundamentais para um envelhecimento ativo. É crucial fornecer sistemas de apoio social adequados e sustentáveis para as pessoas idosas (ONU, 2002).

As organizações devem, portanto, adotar medidas para promover o envelhecimento bem sucedido de seus trabalhadores e mantê-los em atividade por mais tempo, se assim desejarem. Algumas dessas medidas incluem:

- a) **Flexibilização do trabalho:** a flexibilização do horário e do local de trabalho pode ser benéfica para os trabalhadores mais velhos, permitindo que eles trabalhem em um ambiente mais confortável e com mais autonomia (Carr et al., 2018).
- b) **Treinamento e capacitação:** é importante que as organizações ofereçam treinamento e capacitação para os trabalhadores mais velhos, especialmente em relação às novas tecnologias (Kooij et al., 2017). Essa medida pode ajudar a garantir que esses trabalhadores tenham as habilidades necessárias para desempenhar suas funções de forma eficiente.
- c) **Adaptação do ambiente de trabalho:** a adaptação do ambiente de trabalho às necessidades dos trabalhadores mais velhos pode ser benéfica para a saúde e o bem-estar desses profissionais (Carr et al., 2018). Por exemplo, a instalação de equipamentos ergonômicos pode ajudar a prevenir lesões e dores musculares.
- d) **Promoção de políticas de saúde e bem-estar:** a promoção de políticas de saúde e bem-estar pode ajudar a garantir que os trabalhadores mais velhos estejam em boas condições físicas e mentais para desempenhar suas funções (Kooij et al., 2017). Por exemplo, programas de atividade física e prevenção do estresse podem ser benéficos para esses profissionais.

Ao contrário do que é definido pelo senso comum, quando os sujeitos são submetidos a testes cognitivos relacionados às tarefas de seu próprio trabalho, raramente indivíduos de idade avançada apresentam déficit no

desempenho (Greller & Simpson, 1999). De acordo com Stone e Tetrick (2013), trabalhadores mais velhos são mais comprometidos com a organização, faltam menos ao trabalho e demonstram ser mais satisfeitos com suas atividades.

### **2.1.2 EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO E INTERFACE**

Experiência do Usuário (UX) é um conceito que tem se tornado cada vez mais importante no campo do design de interfaces. Segundo Hassenzahl (2010), a UX está relacionada à percepção subjetiva do usuário em relação à interface, envolvendo fatores como emoções, sentimentos e expectativas. A UX é considerada um fator crítico para o sucesso de uma interface, influenciando diretamente a satisfação e fidelização do usuário, além da usabilidade e acessibilidade da interface (Preece et al., 2015).

De acordo com Norman (2013), a UX é composta por três componentes: a usabilidade, a estética e a experiência emocional. O primeiro componente, a usabilidade, é responsável por garantir que a interface seja fácil de usar e eficiente em relação às tarefas que o usuário deseja realizar. Para isso, é necessário que a interface forneça feedbacks claros e imediatos, que os elementos de navegação estejam organizados de forma lógica e intuitiva, e que a interface seja consistente em todas as suas partes. O segundo componente, a estética, está relacionado à aparência visual da interface. Segundo Norman (2013), uma interface visualmente atraente pode tornar a interação com o usuário mais agradável e proporcionar uma sensação de confiança. Além disso, uma interface esteticamente agradável pode tornar a interface mais fácil de usar, permitindo que o usuário encontre mais rapidamente os elementos que precisa. O terceiro componente, a experiência emocional, diz respeito às emoções e sentimentos que o usuário experimenta ao utilizar a interface. Segundo Norman (2013), a experiência emocional pode ser dividida em dois tipos: emocionalidade visceral e emocionalidade comportamental. A emocionalidade visceral está relacionada a reações imediatas e instintivas, como a primeira impressão ao ver a interface. Já a emocionalidade

comportamental está relacionada a como a interface é percebida ao longo do tempo e como a interface se comporta durante o uso.

### 2.1.2.1 Usabilidade

A usabilidade é um conceito amplamente discutido em projetos de design, sendo definida como a facilidade e eficiência com que os usuários podem interagir com um sistema ou produto, gerando satisfação e atendendo às suas necessidades (NIELSEN, 1993; NORMAN; NORMAN, 2013). Para garantir a usabilidade de um projeto, há diversas diretrizes e metodologias que podem ser aplicadas, entre as quais se destacam as heurísticas de Nielsen (NIELSEN, 1994):

- 1) **Visibilidade do status do sistema:** o sistema deve manter os usuários informados sobre o que está acontecendo, através de feedbacks claros e imediatos. Isso ajuda a reduzir a incerteza e a ansiedade dos usuários.
- 2) **Correspondência entre o sistema e o mundo real:** o sistema deve seguir as convenções do mundo real, para que os usuários possam entender facilmente como usá-lo. Por exemplo, se um botão vermelho em um dispositivo é normalmente associado a "parar" ou "alerta", deve-se seguir esta convenção.
- 3) **Controle e liberdade do usuário:** o sistema deve permitir que os usuários possam voltar atrás em suas ações e desfazer ou corrigir erros. Isso dá aos usuários um senso de controle e aumenta sua confiança.
- 4) **Consistência e padrões:** o sistema deve ser consistente em toda a sua interface, seguindo as convenções e padrões da plataforma ou do sistema operacional, para que os usuários possam antecipar o que acontecerá quando realizarem uma determinada ação.
- 5) **Prevenção de erros:** o sistema deve ser projetado de forma a evitar erros ou minimizá-los, com a adoção de mecanismos de validação de dados e de confirmação de ações importantes.

- 6) **Reconhecimento em vez de memorização:** o sistema deve ser projetado para que os usuários possam reconhecer facilmente as opções disponíveis, em vez de exigir que eles memorizem o que fazer em cada situação.
- 7) **Flexibilidade e eficiência de uso:** o sistema deve ser projetado para permitir que os usuários realizem suas tarefas com rapidez e eficiência, com opções de atalhos e outras facilidades para tarefas comuns.
- 8) **Estética e design minimalista:** o sistema deve ser esteticamente agradável e possuir um design minimalista, com elementos visuais claros e bem organizados.
- 9) **Ajuda aos usuários a reconhecer, diagnosticar e corrigir erros:** o sistema deve fornecer mensagens claras e concisas para ajudar os usuários a entender o que deu errado e como corrigir o problema.
- 10) **Ajuda e documentação:** o sistema deve ser projetado para que os usuários possam encontrar ajuda e documentação facilmente, caso necessário. Isso inclui documentação de ajuda online e opções de suporte ao usuário.

De acordo com Jakob Nielsen e Rolf Molich, a avaliação da usabilidade deve ser realizada em diferentes fases do processo de design e desenvolvimento, incluindo o planejamento, a prototipagem, o teste e a avaliação do produto final. É necessário envolver os usuários na coleta de feedbacks e na realização de testes de usabilidade formais, a fim de identificar problemas e oportunidades de melhoria (NIELSEN, MOLICH, 2010).

### **2.1.2.2 Acessibilidade**

A acessibilidade é uma importante preocupação no desenvolvimento de projetos de interface digital, especialmente no que se refere à inclusão de usuários idosos. De acordo com a ISO 9241-171:2018, acessibilidade é definida como a "capacidade de uma interface de usuário ou produto de

tecnologia da informação ser utilizado por todas as pessoas, independentemente de suas habilidades físicas ou mentais" (ISO, 2018, p. 2).

As Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG) do World Wide Web Consortium (W3C) e as Diretrizes de Design Inclusivo do Google são alguns dos principais guias de acessibilidade disponíveis. Esses guias oferecem recomendações gerais para tornar a interface mais acessível, incluindo garantir que os elementos da interface sejam percebidos pelos usuários, permitir que sejam operados de diferentes formas, garantir que o conteúdo seja compreensível e proporcionar uma experiência consistente e previsível para o usuário. As WCAG incluem quatro princípios fundamentais que devem ser considerados ao projetar e desenvolver interfaces digitais acessíveis:

- 1) **Perceptível:** os usuários devem ser capazes de perceber o conteúdo e a informação apresentados na interface.
- 2) **Operável:** os usuários devem ser capazes de operar a interface, navegando pelos conteúdos e interagindo com eles.
- 3) **Compreensível:** os usuários devem ser capazes de compreender o conteúdo e a informação apresentados na interface.
- 4) **Robusto:** os usuários devem ser capazes de acessar a interface em uma ampla variedade de dispositivos e tecnologias assistivas.

É importante destacar que a acessibilidade não é apenas uma questão técnica ou legal, mas também uma questão ética e de responsabilidade social. Todo produto digital, sempre que possível, deve garantir soluções acessíveis a todas as pessoas, independentemente de suas habilidades físicas ou mentais, para promover a inclusão e a igualdade de oportunidades.

### 2.1.2.3 Projetando para terceira idade

A integração dos idosos no ambiente digital se apresenta como uma estratégia para aproximar as diferentes gerações e promover a participação

em novas formas de interação social, além de ter um impacto positivo em seu bem-estar, reduzindo sentimentos de inutilidade e isolamento decorrentes de sua exclusão social (Pasqualotti & Both, 2008; Kachar, 2001). Nesse sentido, a inserção dos idosos na cultura digital pode melhorar sua qualidade de vida, proporcionando satisfação e fortalecimento dos vínculos sociais.

O envelhecimento é um processo natural do corpo humano que envolve alterações cognitivas e físicas. De acordo com pesquisas realizadas por Park e Reuter-Lorenz (2009), o declínio cognitivo pode afetar a velocidade de processamento, a memória de trabalho e a atenção seletiva, o que pode dificultar a aprendizagem de novas habilidades tecnológicas, como o uso de aplicativos. Além disso, problemas de visão, audição e destreza manual também são comuns em idosos. De acordo com a Organização Mundial de Saúde (OMS), em todo o mundo, 1 em cada 3 pessoas com mais de 65 anos têm algum tipo de deficiência física ou sensorial (OMS, 2021). Isso pode afetar a capacidade de navegar em telas pequenas e sensíveis ao toque, ouvir alertas sonoros e digitar em teclados virtuais. Outro desafio enfrentado pelos idosos é a falta de experiência prévia em tecnologia. Isso pode gerar uma sensação de desconforto e insegurança ao se deparar com um novo dispositivo ou aplicativo.

Todas essas dificuldades cognitivas e físicas podem afetar a inclusão digital dos idosos, que podem sentir-se excluídos e incapazes de acompanhar as mudanças tecnológicas da sociedade (Chen & Schulz, 2016). Portanto, é importante que as soluções tecnológicas desenvolvidas sejam acessíveis e adaptadas às necessidades dos idosos, além de promover a educação e treinamento digital para essa população (Charness & Boot, 2019). Peslak e Ceccucci (2011), sugerem as seguintes diretrizes que devem ser consideradas ao projetar para pessoas mais velhas:

- a) **Visibilidade e legibilidade:** as informações devem ser apresentadas de forma clara, com fontes grandes e cores de alto contraste, para facilitar a leitura e a compreensão das informações.

- b) **Consistência e familiaridade:** a interface deve seguir um padrão consistente em termos de organização de conteúdo e design, além de usar elementos familiares ao público-alvo, como botões grandes e ícones intuitivos.
- c) **Feedback e orientação:** é importante que a interface ofereça feedback imediato para as ações realizadas pelo usuário e que forneça orientações claras sobre o que deve ser feito em cada etapa da interação.
- d) **Controle do usuário:** a interface deve permitir que o usuário tenha controle sobre a navegação e as funcionalidades, permitindo que ele possa retornar a telas anteriores e cancelar ações.
- e) **Redução de carga cognitiva:** a interface deve evitar informações desnecessárias e simplificar o processo de interação, reduzindo a carga cognitiva do usuário.
- f) **Compatibilidade com as tecnologias assistivas:** a interface deve ser compatível com tecnologias assistivas, como leitores de tela e ampliadores de tela, para garantir a acessibilidade a pessoas com deficiência visual.
- g) **Testes com usuários idosos:** é importante realizar testes com usuários idosos para validar a usabilidade da interface e identificar possíveis problemas de interação.

Essas diretrizes estão em linha com outras recomendações relevantes sobre usabilidade e acessibilidade para pessoas idosas, como as apresentadas nas Diretrizes de Acessibilidade para Conteúdo Web (WCAG) do World Wide Web Consortium (W3C) e as Diretrizes de Design Inclusivo do Google.

## 2.2 PÚBLICO ALVO

A questão da discriminação de idade e gênero no mercado de trabalho tem sido objeto de discussão na literatura. Enquanto algumas pesquisas sugerem que as mulheres começam a enfrentar dificuldades em

decorrência de sua idade a partir dos 50 anos (MOORE, 2009), outros estudos apontam que a discriminação pode ocorrer ainda mais cedo, às vezes, quando elas têm apenas 40 anos (FINEMAN, 2014). De acordo com Fineman, a idade pode ser um "duplo prejuízo" para as mulheres, pois elas frequentemente sofrem discriminação em idades mais jovens do que os homens. Isso pode incluir menor probabilidade de contratação, promoção e remuneração mais baixa em comparação com seus colegas masculinos. Além disso, as oportunidades de desenvolvimento profissional e treinamento podem ser limitadas para as mulheres que envelhecem no mercado de trabalho (FINEMAN, 2014). A discriminação pode ser ainda mais acentuada para mulheres de minorias étnicas e grupos marginalizados, que enfrentam múltiplas formas de discriminação (FINEMAN, 2014).

Portanto, é importante reconhecer que a feminização do envelhecimento não se restringe apenas às mulheres idosas com 60 anos ou mais (Lei n. 8.842, 1994), mas também às mulheres que enfrentam desvantagens no mercado de trabalho ao longo de suas carreiras, em decorrência de sua idade e gênero. Nesse contexto, este trabalho escolhe por abordar, principalmente, mulheres a partir dos 50 anos que buscam se reinserir no mercado de trabalho.

## **2.3 PESQUISA QUALITATIVA**

De acordo com a IDEO (2015), a pesquisa qualitativa é uma abordagem que permite uma imersão no contexto dos usuários, possibilitando uma compreensão mais profunda de suas necessidades, dores, motivações e desejos. Esse processo viabiliza o desenvolvimento da empatia, impulsiona a obtenção de insights e resulta na geração de alternativas futuras que são alinhadas e relevantes ao público final.

### **2.3.1 Avaliação do conhecimento preexistente**

Para identificar os principais aprendizados obtidos na Fundamentação Teórica (Item 2.1) e avaliar o conhecimento prévio do problema, bem como



destacar as questões ainda a serem descobertas, utilizou-se a Matriz CSD (Certezas, Suposições e Dúvidas). Essa ferramenta é utilizada para iniciar projetos e consiste em responder três perguntas fundamentais: 1) O que já sabemos sobre o assunto? 2) Quais são nossas hipóteses? 3) Quais perguntas precisamos fazer para descobrir mais informações?

**Quadro 1 - Matriz CSD (Certezas, Suposições, Dúvidas)**

Certezas	Suposições	Dúvidas
Mulheres com 50 ou mais anos querem se reinserir no mercado de trabalho	As mulheres nesta faixa etária estão dispostas a investir tempo e recursos para se qualificar para novas oportunidades de carreira	Qual é o grau de interesse e disposição das mulheres nesta faixa etária para procurar um emprego?
Mulheres nesta faixa etária procuram opções de emprego que atendam às suas necessidades, como flexibilidade e treinamento	As mulheres nesta faixa etária estão dispostas a trabalhar em tempo parcial ou em cargos que não exigem habilidades específicas	Como garantir que as opções de emprego oferecidas atendam às necessidades e expectativas das mulheres nesta faixa etária?
Desafios para encontrar empregos adequados devido à idade, discriminação e falta de habilidades atualizadas	As mulheres nesta faixa etária estão dispostas a se adaptar às mudanças no mercado de trabalho	Quais são as principais dores das mulheres nesta faixa etária ao procurar emprego e como podem ser abordadas?
O mercado de trabalho está cada vez mais competitivo e exige habilidades tecnológicas	As mulheres nesta faixa etária estão dispostas a aprender novas habilidades	Qual a melhor forma para esse público aprender novas habilidades?
Medo de serem rejeitadas por causa da idade ou da falta de habilidades atualizadas	Dúvidas sobre como se destacar e se posicionar em um mercado de trabalho cada vez mais competitivo	Como abordar as inseguranças das mulheres nesta faixa etária e ajudá-las a se sentir mais confiantes e preparadas para se reinserir no mercado de trabalho?
A maioria das mulheres nessa faixa etária possuem <i>smartphone</i> e utilizam aplicativos	As mulheres nesta faixa etária preferem aplicativos que sejam fáceis de usar e tenham uma finalidade clara	Como garantir que os aplicativos sejam projetados para atender às necessidades e preferências das mulheres nesta faixa etária?

Fonte: Autora (2023)

### 2.3.2 Entrevistas

A partir de um roteiro semi-estruturado que visa responder às dúvidas mapeadas anteriormente, foi conduzido um estudo qualitativo que envolveu a realização de entrevistas específicas com o público-alvo, visando compreender seus comportamentos, necessidades, particularidades e desejos. Adicionalmente, foram realizadas entrevistas com profissionais das

áreas de recursos humanos, com o objetivo de obter uma compreensão mais ampla das demandas atuais do mercado em relação às organizações. Um profissional da área de psicologia foi entrevistado para a exploração de outras camadas do comportamento e necessidades das usuárias. Também foi entrevistada uma criadora de conteúdo e projetos para uma página voltada para pessoas em envelhecimento.

### **2.2.1.1 Entrevista: Recursos Humanos**

A coleta de dados foi realizada por meio de uma entrevista semi-estruturada com uma profissional de Recursos Humanos graduada em Psicologia e Administração, com mestrado em Recursos Humanos. Atua na área de Gestão de Pessoas há mais de 20 anos, área voltada ao desenvolvimento de pessoas, recrutamento e seleção, engajamento e motivação. A profissional relata que por mais que estejam acontecendo mudanças no mercado de trabalho, como a valorização da diversidade e inclusão nas empresas, que buscam incluir pessoas de diferentes gêneros, raças e origens, não há uma adesão tão forte em relação à idade, destaca que ainda há muito a ser feito para que haja uma inclusão mais efetiva.

A entrevistada fala que a contratação depende de muitos aspectos e a cultura da empresa influencia muito. Empresas com perfil jovem querem pessoas dinâmicas e pró-ativas, características atribuídas a pessoas mais jovens. Existe um preconceito, geralmente velado, em relação a contratação de pessoas com mais idade. Além disso, a idade pode permear vários momentos da carreira como um dificultador, também para as pessoas mais novas. Existem dificuldades com gerações novas, mas na hora de contratar há preconceito com pessoas mais velhas, por mais que tenham muitos benefícios na contratação de pessoas mais velhas, seja pelo potencial ou pelo perfil geracional de desempenho do trabalho.

A entrevistada percebe, de forma empírica, que tem recebido mais currículos de homens mais velhos do que mulheres, notando que existe uma desistência da mulher na reinserção no mercado de trabalho, muitas vezes associada à autoestima feminina inferior à do homem e inseguranças

para recomeçar profissionalmente. A entrevistada destaca a importância de dar oportunidade para mulheres fragilizadas pelo mercado e incentiva o desenvolvimento do projeto, salientando a importância de uma ferramenta de auxílio na autoestima e suporte a quem ficou afastada e busca recolocação no mercado de trabalho.

No que se refere à busca por vagas, é importante que essas mulheres estejam atualizadas sobre as novas formas de busca de emprego, e ter um perfil adequado no *LinkedIn* e currículo. Essas ferramentas são essenciais para a apresentação das habilidades e experiências prévias para os empregadores, mas muitas vezes não são utilizadas de forma eficaz. É necessário saber como descrever suas competências e experiências de maneira clara e objetiva, destacando seus pontos fortes e diferenciais.

#### **2.2.1.2 Entrevista: Psicólogo**

A coleta de dados foi realizada por meio de uma entrevista semi-estruturada com um Psicólogo Clínico, especialista na área de Psicologia Hospitalar e na Wainer Psicologia Cognitiva. Sua dissertação de mestrado no Programa de Pós-Graduação em Gerontologia Biomédica intitulada "O uso de jogos eletrônicos por pessoas idosas e sua relação com memória e atenção" indicaram que o uso de jogos eletrônicos por pessoas idosas pode estar relacionado com uma melhoria significativa na memória e na atenção. Segundo o entrevistado, a explicação para os resultados encontrados pode estar relacionada com os mecanismos envolvidos no processo de se envolver com jogos eletrônicos. Jogos eletrônicos geralmente exigem que os jogadores executem tarefas que envolvem a atenção, a memória e outras habilidades cognitivas, como raciocínio lógico, percepção visual e resolução de problemas. Além disso, jogos eletrônicos costumam ser envolventes e motivadores, o que pode aumentar o engajamento e a disposição dos jogadores para se esforçarem em executar as tarefas propostas. Ao jogar jogos eletrônicos, as pessoas idosas podem estar estimulando essas habilidades cognitivas, o que pode contribuir para a melhoria da memória e da atenção.

O entrevistado afirma que muitas mulheres em fase de envelhecimento estão passando por mudanças significativas em suas vidas, como aposentadoria, saída dos filhos de casa ou perda de um ente querido, o que pode causar sentimentos de incerteza e ansiedade. Ele destaca o papel do psicólogo no auxílio a essas mulheres, ajudando-as a lidar com tais sentimentos e a desenvolver estratégias para enfrentar essas mudanças. Isso inclui a identificação e regulação de emoções, bem como a construção de um sentido de propósito e significado para a nova fase da vida. Além disso, o psicólogo pode auxiliar o paciente a desenvolver habilidades de adaptação e resiliência, a fim de superar obstáculos e desafios que possam surgir ao longo do processo de transição.

O entrevistado ressalta a relevância de promover o autoconhecimento e a autoestima, por meio da identificação dos valores e interesses pessoais e auxiliando a pessoa a encontrar formas de se expressar autenticamente e com significado. Ele complementa que essa meta pode ser alcançada por meio de abordagens terapêuticas como a terapia cognitivo-comportamental, que visa a auxiliar o paciente a identificar e corrigir pensamentos negativos ou disfuncionais que possam estar afetando sua autoestima. Além disso, incentivar o paciente a se engajar em atividades que lhe proporcionem prazer e satisfação é de suma importância, pois isso pode contribuir para o fortalecimento da autoestima e da identidade pessoal.

### **2.2.1.3 Entrevista: Melhor aos 50**

A pesquisa foi realizada por meio de uma entrevista semiestruturada com uma das duas criadoras da plataforma Melhor aos 50, de acordo com ela, a plataforma tem como objetivo proporcionar atividades culturais e educacionais para mulheres maduras, incentivando-as a manter um estilo de vida saudável e ativo. A divulgação é feita pelo instagram e as inscrições e mais informações são obtidas pelo whatsapp.

A entrevistada destaca que a plataforma também busca criar um senso de comunidade entre as mulheres, incentivando a troca de experiências e a formação de laços de amizade. Para isso, são organizados

eventos e encontros presenciais, nos quais as mulheres podem se conhecer pessoalmente e fortalecer essas relações.

Segundo a entrevistada, a plataforma realiza uma curadoria de atividades culturais, como passeios a museus e peças de teatro, com o objetivo de proporcionar experiências enriquecedoras para as mulheres. Além disso, a plataforma oferece cursos e palestras online sobre diversos assuntos, desde nutrição e saúde até empreendedorismo e finanças pessoais. A entrevistada destacou que a plataforma busca sempre trazer temas relevantes para o público, de forma a estimular a aprendizagem e a reflexão. Também existem atividades físicas toda semana, a entrevistada destaca as aulas de dança e beach tennis, que são muito populares entre as participantes da plataforma. Segundo ela, essas atividades proporcionam benefícios físicos e emocionais, como o fortalecimento muscular, a melhoria da coordenação motora, a redução do estresse e a sensação de bem-estar. Além disso, essas atividades presenciais são uma oportunidade para as mulheres se socializarem e criarem novos vínculos.

Ao ser questionada sobre as formas de aprendizado que o público mais adere, a entrevistada respondeu que as atividades práticas e interativas são as que mais fazem sucesso. Segundo ela, as mulheres gostam de participar das atividades que a fazem sair de casa e conhecer algum lugar novo. Além disso, ela destacou as atividades que incentivam a reflexão e a troca de experiências, como os grupos de discussão, também têm uma adesão significativa. Ela menciona que mesmo depois da pandemia, quando a maioria das interações estavam sendo de forma virtual, os cursos e palestras online seguem tendo engajamento, por ser mais confortável e acessível para as usuárias.

A entrevistada destaca que a interação entre as mulheres na plataforma Melhor aos 50 tem sido cada vez mais rica, em virtude da mistura de idades. O que importa, segundo ela, é “a curiosidade sobre o outro e o desejo de agregar, além do bom humor presente na turma”. A entrevistada ressalta que uma das melhores coisas da plataforma é a oportunidade de conhecer gente nova, de se inspirar e inspirar, compartilhando histórias e reflexões. Ela afirma que “a plataforma busca

desconstruir a ideia de que aos 50 a vida tem uma pausa e é só ladeira abaixo”.

#### 2.2.1.4 Entrevistas Específicas

Foram realizadas entrevistas com quatro mulheres entre 53 e 72 anos com perfis profissionais diferenciados, além de diferentes graus de escolaridade. As entrevistas foram realizadas individualmente e de forma *online*, seguindo um roteiro pré-estabelecido. As entrevistadas foram selecionadas por conveniência, a partir de contatos pessoais e indicações via redes sociais.

**Quadro 2 - Perfil das entrevistadas**

	Idade	Escolaridade	Último emprego	Emprego atual	Desejos	Dores
<b>Entrevistada X</b>	65	Ensino médio completo	Corretora de imóveis	Aposentada (segue ativa como autônoma)	Deseja trabalhar em atividades que lhe permitam flexibilidade e equilíbrio entre vida pessoal e profissional	Não se sente confiante em relação às habilidades digitais
<b>Entrevistada Y</b>	60	Ensino superior completo	Arquiteta	Desempregada (vende artesanato)	Parou de trabalhar por motivos pessoais e deseja se reinserir na mesma área	Inseguranças em relação à idade e às expectativas dos empregadores em relação às habilidades digitais
<b>Entrevistada Z</b>	53	Ensino superior completo	Analista de sistemas	Desempregada (6 meses)	Procura recolocação em nova área e está atualizando suas habilidades	Frustração com o processo e teve que ajustar suas expectativas salariais.
<b>Entrevistada W</b>	72	Ensino superior completo		Professora em escola particular	Gosta do seu trabalho e não deseja parar no momento	Reconhece que há limitações em relação às oportunidades de crescimento profissional

Fonte: Autora (2023)

Durante a entrevista com **X**, ela demonstrou desejo em voltar a trabalhar na sua última área de atuação para complementar a renda da aposentadoria, que não é suficiente. Ela parou de trabalhar por causa de mudanças organizacionais na empresa que limitavam a flexibilidade e exigiam metas, que, segundo a entrevistada, seria um trabalho cansativo demais para suas condições de saúde, tanto mental, quanto física. Além disso, a **entrevistada X** preza por outras atividades de lazer, saúde e bem estar, menciona academia, curso de inglês e atividades sociais. Destaca a importância da sociabilização e a participação em grupos nessa e fase da

vida, fornecendo um senso de pertencimento, propósito, aprendizado e conexão social.

A **entrevistada Y**, gostaria de se reinserir no mercado de trabalho, mas expressou inseguranças em relação à sua idade e às expectativas dos empregadores em relação às habilidades digitais. Ela também mencionou que está preocupada com a forma de reiniciar sua carreira, e por esse motivo pensa em desistir. A **entrevistada Y** é uma profissional experiente e competente, mas devido ao longo afastamento na sua atuação e a falta de habilidades digitais a torna menos competitiva no mercado de trabalho atual. A **entrevistada Y** mostra adesão ao formato online, tendo familiaridade com aplicativos e preferindo o ambiente virtual para aprendizagem.

A **entrevistada Z**, 53 anos, perdeu o emprego 6 meses antes desta entrevista, e segue no processo de procura na área de tecnologia. Frustrada, ela descreve o processo como “muito desencorajador, chegando a afetar a autoestima”, são diversas rejeições que tem como motivação a idade, como ser “super qualificada” ou demandar um salário muito alto para a posição. Com isso, **Z** teve que ajustar suas expectativas salariais. Entretanto, a entrevistada segue motivada pois acredita que existe espaço e oportunidade para todas as pessoas. Menciona que em seu último trabalho tinha momentos em que sentia sua experiência valorizada, especialmente quando trabalhava com colegas mais jovens.

A última entrevistada, **W**, segue ativa, trabalhando há mais de 40 anos como professora. Hoje em dia atua em colégio particular e relata gostar muito do seu trabalho, por mais que seja cansativo em alguns momentos, diz ser muito gratificante trabalhar com educação. Além de sentir-se satisfeita e útil. Reconhece que há limitações em relação às oportunidades de crescimento profissional, mas que nessa fase da vida está confortável do jeito com que as coisas estão. Durante o período de pandemia teve que se atualizar para se adaptar ao ensino à distância.

A maioria delas mencionou que usa diversos aplicativos no seu dia a dia, mas, devido à falta de familiaridade e confiança com a tecnologia, sentem dificuldades ao utilizar aplicativos novos e inicialmente precisam de ajuda. Os aplicativos que mais utilizam são redes sociais, mensagens instantâneas, bancos e notícias. Em relação aos aplicativos de redes sociais e aplicativos de mensagens instantâneas, os utilizam para manter contato com familiares e amigos, a **entrevistada X**, por exemplo, usa para compartilhar experiências com seus familiares e seus filhos que moram longe. A **entrevistada Z** menciona a participação em grupos de interesse. Os aplicativos de bancos permitem que essas mulheres realizem transações financeiras, como pagamentos e transferências, de forma segura e rápida, sem precisar se deslocar até uma agência bancária. Por fim, os aplicativos de notícias permitem que as mulheres se mantenham atualizadas sobre os

acontecimentos ao redor do mundo e em áreas específicas de interesse, como saúde, política e economia.

### **2.2.1.5 Considerações sobre as Entrevistas Específicas**

As entrevistas revelaram que as mulheres que buscam se reinserir no mercado de trabalho enfrentam diversos desafios, incluindo a falta de opções de emprego adequadas às suas habilidades e interesses, inseguranças em relação à idade e às expectativas dos empregadores, falta de habilidades digitais e confiança em tecnologia, além de pressões para se adequar às expectativas dos empregadores em relação à aparência e comportamento. As entrevistadas também expressaram a necessidade de flexibilidade e equilíbrio entre vida pessoal e profissional, além da busca por oportunidades de trabalho alinhadas com seus valores pessoais e interesses.

## **3. DEFINIR**

A segunda fase do desenvolvimento do projeto consiste na análise e definição das oportunidades identificadas na etapa anterior (Descobrir), convergindo ideias. Esse processo resulta em uma clara definição do desafio que o projeto irá abordar (DESIGN COUNCIL, 2015a). Durante essa fase, são realizados diversos processos, incluindo a criação de cenários, mapeamento da jornada do usuário, identificação de necessidades e requisitos de usuários e, por fim, definição dos requisitos de projeto.

### **3.1 ANÁLISE DE SIMILARES**

Para a análise de similares, foi realizada uma busca por outras soluções desenvolvidas no mercado, com o objetivo de compreender melhor as oportunidades e os pontos críticos que o produto a ser desenvolvido pode considerar. Foram identificadas diferentes categorias de plataformas que apresentam relação com a proposta do projeto: 1) aplicativos e sites de vagas de empregos e 2) aplicativos de capacitação profissional. Foram



escolhidas plataformas direcionadas ao público feminino ou destinadas a um público mais velho.

### 3.1.1 Mulheres Positivas

A plataforma Mulheres Positivas (2010)<sup>1</sup>, tem o objetivo de promover o desenvolvimento pessoal e profissional de mulheres com mais de 200 cursos, vídeos de capacitação, e-books e oferta de vagas no mercado de trabalho em todo o Brasil. A plataforma foi criada em 2010 pela empreendedora Fabi Saad e, desde a parceria com a operadora de telefonia TIM, estabelecida em julho de 2021, a plataforma estima ter impactado 25 milhões de mulheres. O login pode ser feito tanto com o número do celular quanto com o endereço de e-mail.

**Figura 7: Arquitetura da informação do aplicativo Mulheres Positivas**



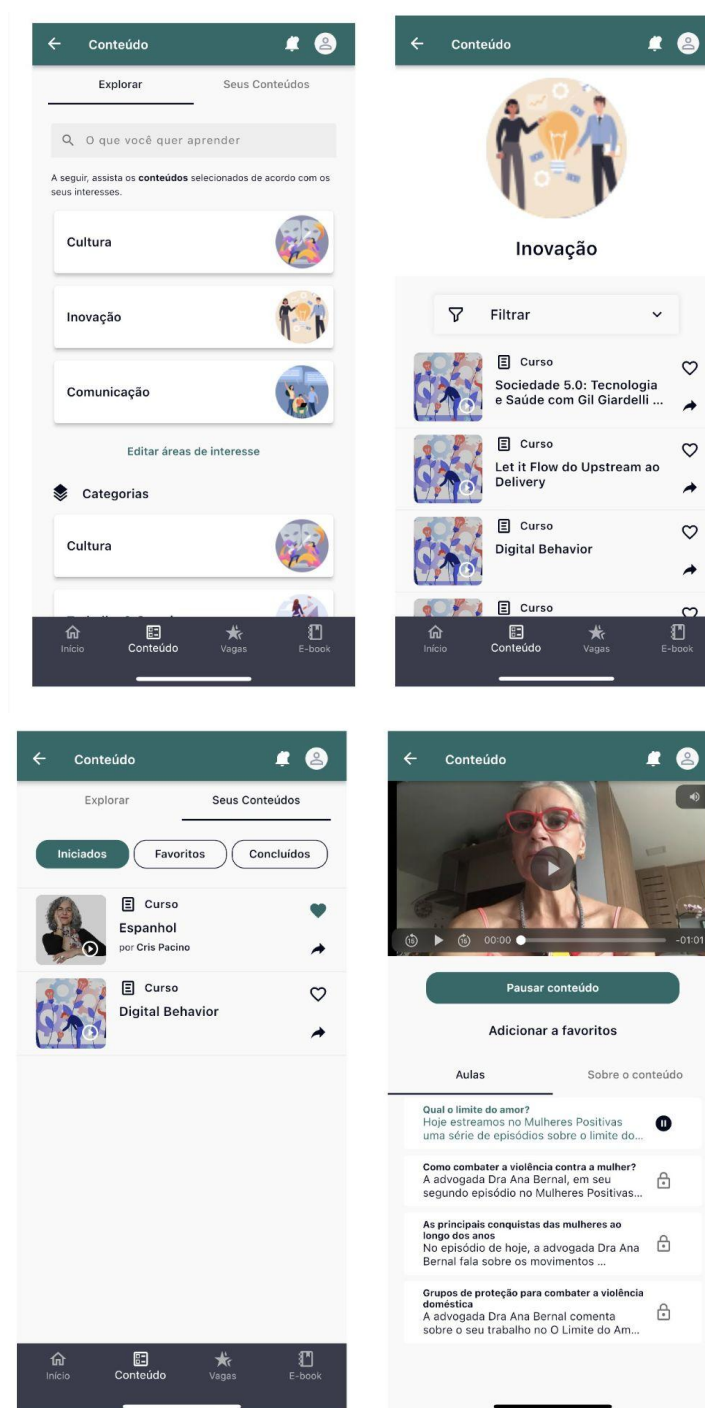
Fonte: Desenvolvido pela autora.

Dentro da plataforma Mulheres Positivas é possível definir três áreas de interesse, para que os conteúdos mais relevantes apareçam em destaque. Os conteúdos são divididos em 13 categorias (Figura 8): Cultura, Trabalho & Carreira, Autoestima, Finanças, Inovação, Empreendedorismo, Tempo, Comunicação, Família, Saúde, D&I - Equidade de Gênero e Tecnologia e Negócios. Cada curso possui aulas em vídeo e e-books complementares para aprimorar as habilidades pessoais e profissionais das usuárias. Os cursos não possuem certificação, por serem considerados

<sup>1</sup>Disponível em [Mulheres Positivas](#)

“cursos livres”, com menor duração, focado em um aprendizado pontual. É possível favoritar os conteúdos e utilizar a lupa para pesquisa.

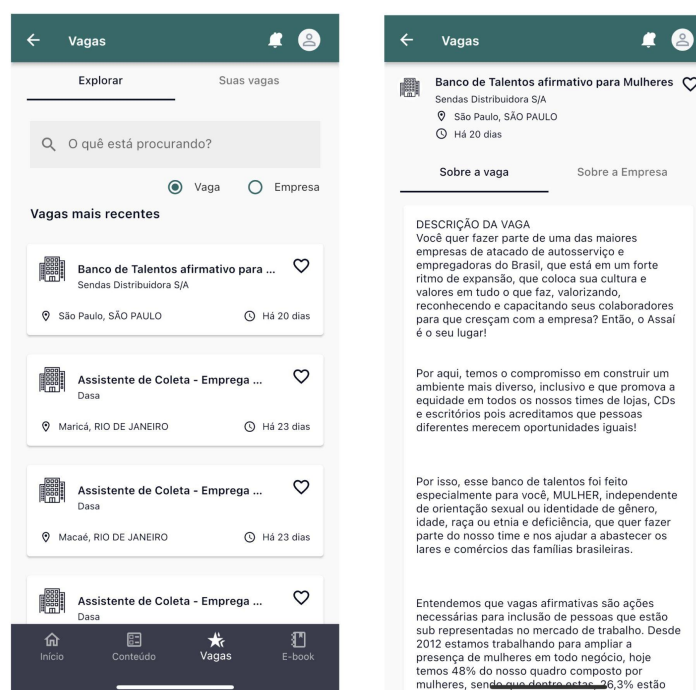
**Figura 8: Telas da aba Conteúdos do aplicativo Mulheres Positivas**



Fonte: Captura de tela do Aplicativo Mulheres Positivas

No menu inferior é possível acessar de forma eficiente a seção de vagas de emprego oferecidas no aplicativo (Figura 9). As vagas de trabalho estão organizadas por ordem cronológica, com as mais recentes aparecendo primeiro. No entanto, o aplicativo permite que o usuário pesquise por vagas ou empresas específicas, tornando a busca mais fácil. Quando uma vaga é aberta, o usuário consegue acessar informações sobre a mesma e também sobre a empresa contratante. No entanto, ao tentar se candidatar a uma vaga, o aplicativo direciona a usuária para outras plataformas, o que pode dificultar o processo e até mesmo levá-la a desistir.

**Figura 9: Telas da aba Vagas do aplicativo Mulheres Positivas**



Fonte: Captura de tela do Aplicativo Mulheres Positivas

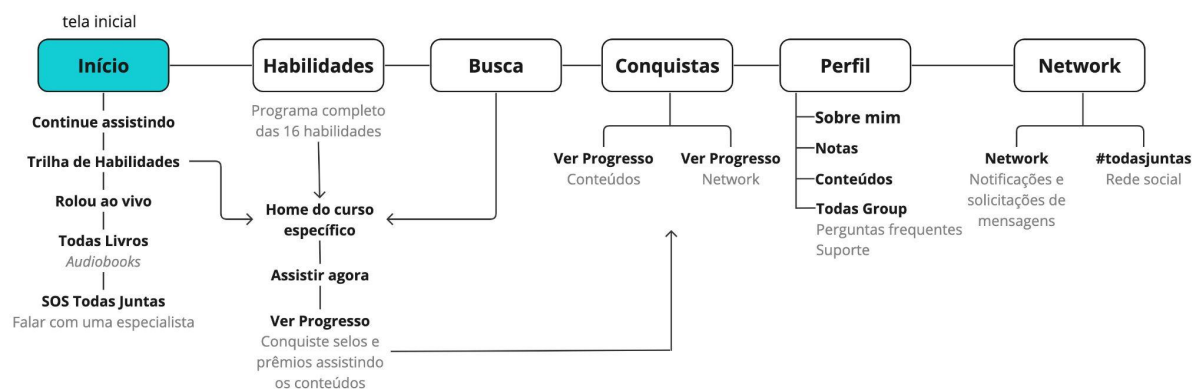
### 3.1.2 Todas Group

Todas Group<sup>2</sup> (Figura 10) é uma plataforma digital de desenvolvimento de carreiras a partir de 16 trilhas de aprendizado com lideranças femininas, cada habilidade é composta por aulas em vídeo e exercícios práticos. Ao concluir cada habilidade a participante recebe um certificado para compartilhar no seu LinkedIn. A plataforma também funciona como uma

<sup>2</sup> Disponível em [Todas Group](#)

rede social online voltada para mulheres, que tem como objetivo conectar mulheres de diferentes perfis e origens, criando uma rede de apoio e fortalecimento feminino. Alguns conteúdos são disponibilizados de forma gratuita, entretanto para acessar a maior parte dos conteúdos depende da assinatura *Premium*.

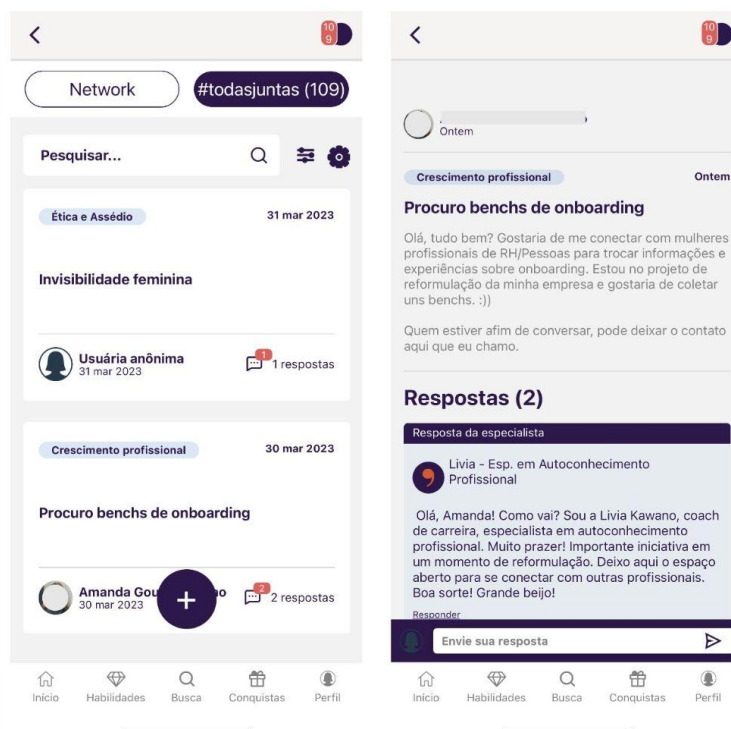
**Figura 10: Arquitetura da informação do aplicativo Todas Group**



Fonte: Desenvolvido pela autora.

A plataforma também conta com uma comunidade de mulheres para trocar experiências, através do *#TodasJuntas* (Figura 11) é possível compartilhar dúvidas e desafios e dentro de 48 horas uma profissional responde. Para publicar é necessário escolher um tema, as opções são: Crescimento profissional, Família, Bem estar, Transição de carreira e Ética e assédio. As mulheres podem se conectar com outras mulheres que possuem interesses, objetivos e vivências em comum, criar grupos de discussão, trocar mensagens e se apoiar mutuamente. A plataforma oferece um ambiente seguro e inclusivo, podendo compartilhar de forma anônima suas histórias e desafios e receber feedback e incentivo da comunidade.

**Figura 11: Telas da seção Network do aplicativo Todas Group**



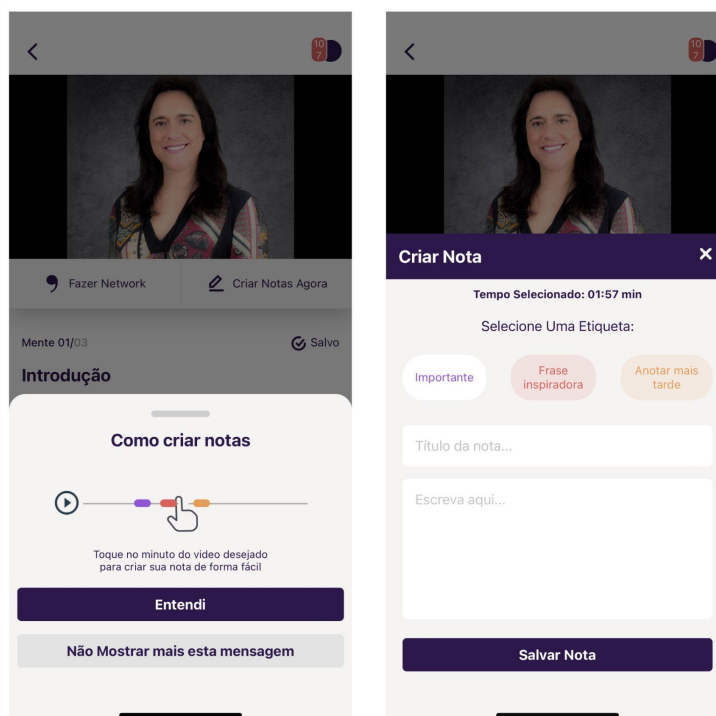
Fonte: Captura de tela do aplicativo.

As trilhas de aprendizado disponíveis no aplicativo Todas Group são apresentadas em formato de vídeo, algumas *features* interessantes destacadas pela autora são:

- **Assistir mais tarde:** Opção de salvar o conteúdo para assistir depois. Sinalizado por descritivo e ícone.
- **Avaliar:** Avaliação por número de estrelas, sendo 1 menor satisfação e 5 máxima satisfação com o conteúdo.
- **Curtidas e visualizações:** Número de curtidas e visualizações do conteúdo.
- **Criar Notas Agora** (Figura 12): É possível fazer notas que ficarão salvas de acordo com os minutos do conteúdo e poderão ser acessadas na aba Perfil. Sinalizado por descritivo e ícone.
- **Fazer Network:** Solicitação de conexão com a autora do conteúdo.
- **Comentários:** Escrever e ler comentários sobre o conteúdo. É possível excluir ou editar o comentário.

- **Acompanhar andamento:** É possível ver em qual etapa da trilha você está e o que falta para finalizá-la. Facilitando a monitoração do progresso.

**Figura 12: Telas da seção Notas do aplicativo Todas Group**



Fonte: Captura de tela do aplicativo.

O aplicativo utiliza um sistema de gamificação, dessa forma, o envolvimento e a participação das usuárias são maximizados, tornando o uso do aplicativo mais divertido e interessante. Sistemas de gamificação podem fazer com que os usuários se sintam mais motivados a explorar os recursos do aplicativo e a realizar as atividades propostas, o que pode levar a um aumento da fidelidade e do tempo de uso. Na plataforma Todas Group, é possível acompanhar sua evolução e acumular prêmios por cursos assistidos e interações na plataforma.

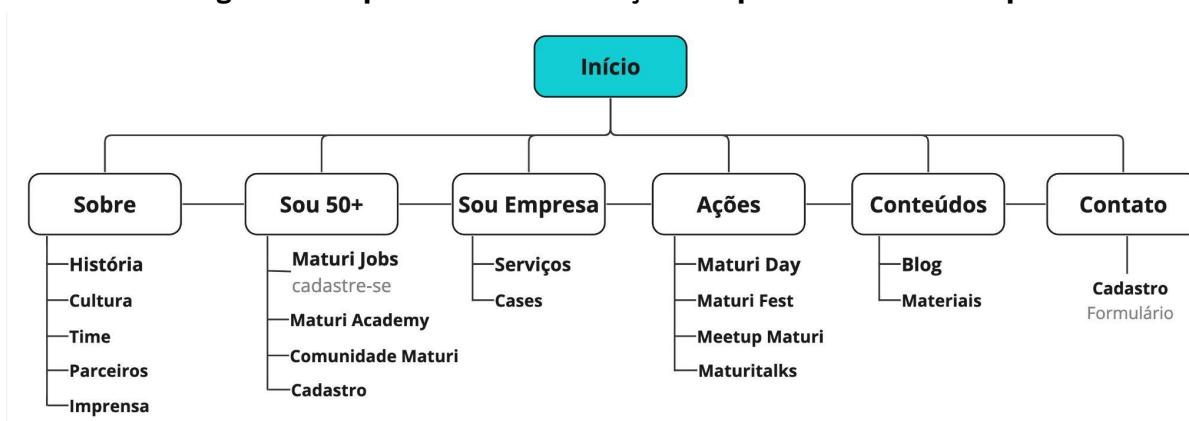
Ao acessar a página via *desktop* é possível fazer *login* como usuária ou como empresa. Diversas empresas de mais de dez segmentos fazem parte como colaboradores da plataforma, entre elas Banco Santander, Tim e L'oreal. Um dos benefícios em impulsionar a plataforma é receber o selo de posicionamento corporativo. Essas pequenas, médias e grandes empresas são caracterizadas por quererem investir em ferramentas práticas para

acelerar performance e apoiar lideranças femininas, reforçando seu posicionamento.

### 3.1.3 Maturi

O Maturi<sup>3</sup> (Figura 13) é uma plataforma digital brasileira que visa atender às necessidades e interesses da população madura e idosa do país. Fundado em 2015, o Maturi se destaca por oferecer um vasto leque de conteúdos e serviços que abrangem diversas áreas, como trabalho, educação, saúde, lazer e bem-estar. Em termos de trabalho, o Maturi oferece uma ampla gama de oportunidades de emprego e capacitação, fornecendo informações sobre as melhores práticas de empregabilidade para essa faixa etária, bem como orientação profissional e treinamento em habilidades específicas.

**Figura 13: Arquitetura da informação do aplicativo Todas Group**



Fonte: Desenvolvido pela autora.

O site trabalha com a arquitetura da informação hierárquica. Ou seja, a página inicial possui links que direcionam para outras páginas, que por sua vez também apresentam links para subpáginas, contendo assim três níveis principais de navegação. O primeiro nível de navegação é executado pelo menu horizontal superior apresentado na página inicial do site, que permite que navegue entre conteúdos, os conteúdos para o público alvo, os conteúdos para empresas, sobre, ações e contato. Ao longo da rolagem da página inicial é possível conhecer algumas organizações que confiam no Maturi e acessar os cases, conhecer mais sobre o Maturi Jobs, Maturi Academy, Branding (posicionamento de marca na comunidade Maturi) e o

<sup>3</sup> Disponível em [Maturi](#)



Selo *Age-Friendly Employer*. Ao continuar a rolagem é possível se cadastrar como usuário 50+ e ver os últimos artigos do *Blog*. A Linguagem visual do site apresenta como cores principais o azul e roxo, que segundo a psicologia das cores transmite confiança, serenidade e profissionalismo, além de estar associada a terceira idade (maturidade e sabedoria) e tecnologia.

**Figura 14: Telas do site Maturi**



Fonte: Captura de tela do aplicativo.

No que diz respeito à educação, o Maturi Academy disponibiliza uma série de cursos e palestras voltados para o público sênior, abrangendo temas como tecnologia, idiomas, arte e cultura. Além disso, o site possui uma seção dedicada a livros e publicações, oferecendo conteúdos exclusivos para enriquecer o conhecimento dos usuários.

Na área de saúde, o Maturi fornece informações e orientações sobre cuidados com a saúde física e mental, bem como sobre a importância de um estilo de vida saudável e equilibrado. O site também promove a conscientização sobre questões relacionadas ao envelhecimento e às doenças comuns nessa faixa etária.

Por fim, o Maturi oferece uma comunidade online onde os usuários podem compartilhar experiências e informações, participar de fóruns de discussão e eventos online, além de contar com um programa de mentoria para auxiliar na transição para uma nova fase da vida. O principal ponto de encontro virtual é o grupo no Facebook, para isso, o usuário precisa ter uma conta no Facebook e solicitar a participação na Comunidade Maturi.



### 3.1.4 Considerações sobre os similares

Com a finalidade de analisar os pontos observados nos similares apresentados, foi criada uma matriz comparativa que usa como parâmetros para a avaliação as heurísticas de Nielsen (item 2.1.2.1) e as recomendações para projetos de interface para idosos (item 2.1.3.5). Para isso foram elencados os pontos positivos e negativos:

**Quadro 3 - Matriz Comparativa dos Similares**

	Pontos positivos	Pontos negativos
<b>Mulheres Positivas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Linguagem amigável;</li> <li>• Possui lupa de busca;</li> <li>• Permite selecionar áreas de interesse;</li> <li>• Diversidade nas formas de conteúdo (vídeo e e-books);</li> <li>• Valoriza o protagonismo das mulheres em diversos campos da sociedade.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Letras pequenas, com pouca legibilidade;</li> <li>• Utiliza imagens genéricas com baixa qualidade (não é atrativo);</li> <li>• Lentidão para carregar imagens e informações.</li> </ul>
<b>Todas Group</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Consistência de comportamentos e componentes;</li> <li>• Conteúdo especializado e confiável;</li> <li>• Sinaliza com clareza onde o usuário se encontra, permitindo liberdade na navegação;</li> <li>• Deixa claro a evolução de tarefas;</li> <li>• Gamificação (contribui para motivação e engajamento);</li> <li>• Permite fazer notas enquanto consome o conteúdo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maior parte do conteúdo é exclusivo para quem possui plano <i>Premium</i>;</li> <li>• Não é possível interagir com outras usuárias (somente nos fóruns).</li> </ul>
<b>Maturi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Altamente personalizado para cada usuário;</li> <li>• Conteúdo especializado e confiável;</li> <li>• Diversidade de conteúdo;</li> <li>• Incentiva a Diversidade Étnica nas organizações.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Direciona o usuário para sites externos em diversos momentos;</li> <li>• Hierarquia de informação não é identificada pelo excesso de conteúdo.</li> </ul>

Fonte: Autora (2023)

Os diferentes similares evidenciaram como é interessante incluir uma comunidade que permita às usuárias a se conectarem e compartilharem suas dúvidas, experiências e frustrações. Além disso, identificou-se maneiras diferentes de se criar um vínculo do usuário com o produto, como pela personalização das áreas de interesse e sistemas de recompensas. Todos os similares analisados utilizavam vídeos como maneira principal de entregar o conteúdo, além de contar com outras ferramentas complementares.

### 3.2 NECESSIDADES DAS USUÁRIAS

A partir da ampla variedade de fontes apresentadas nos capítulos anteriores, incluindo fundamentação teórica, entrevistas com especialistas e entrevistas específicas e análise de produtos similares, foram coletados dados para identificar e organizar as necessidades dos usuários (Quadro 4).

**Quadro 4 - Necessidades das usuárias**

<b>Necessidades das Usuárias</b>	<b>Descrição</b>
<b>NU1. Capacitação e Atualização de Habilidades</b>	As mulheres com mais de 50 anos podem ter ficado fora do mercado de trabalho por algum tempo e podem precisar atualizar suas habilidades e conhecimentos.
<b>NU2. Acesso a oportunidades de emprego</b>	Disponibilizar vagas de emprego de organizações que apoiem a Diversidade Geracional.
<b>NU3. Diversos formatos de emprego</b>	Levar em consideração as diversas formas de empregabilidade (ex. autônomos e empreendedores).
<b>NU4. (Re)posicionamento</b>	Orientação práticas sobre o processo de reinserção no mercado de trabalho.
<b>NU5. Sociabilidade e Apoio</b>	Fazer novas relações significativas e ter uma rede de apoio para evitar o isolamento social, que é muito comum nessa faixa etária.
<b>NU6. Restrições com tecnologia</b>	A falta de habilidades digitais e medo de usar a tecnologia é uma realidade para grande parte do público-alvo

Fonte: Autora (2023)

### 3.3 REQUISITOS DAS USUÁRIAS E REQUISITOS DE PROJETO

Segundo Jesse James Garrett em seu livro *The Elements of User Experience*, os requisitos do usuário são a base do design de experiência do usuário. Para o autor “(...)se não entendermos as necessidades dos usuários, não podemos criar uma experiência de usuário significativa.” A partir da delimitação das necessidades das usuárias, foram levantados os requisitos pertinentes para a viabilização do cumprimento de cada uma delas. Já os

requisitos do sistema são a forma que o sistema responde aos requisitos e necessidades das usuárias

**Quadro 5 - Requisitos das usuárias e Requisitos de Projeto**

<b>Necessidades das Usuárias</b>	<b>Requisitos das Usuárias</b>	<b>Requisitos de Projeto</b>
<b>NU1. Capacitação e Atualização de Habilidades</b>	RU1. Facilitar o acesso às informações sobre cursos, treinamentos e <i>workshops</i> relevantes para cada área de atuação	RP1. Criar área de conhecimentos
	RU2. Facilitar o processo de aprendizagem	RP2. Segmentação por interesse e área de atuação pretendida
RU3. Facilitar o acesso a vagas de emprego disponíveis no mercado		RP3. Notificar a usuária quando novos conteúdos de interesse surgirem
	RU4. Facilitar a candidatura	RP4. Utilização de infográficos, imagens e vídeos para apresentação de conteúdo
<b>NU2. Acesso a oportunidades de emprego</b>		RU5. Disponibilizar conteúdo para profissionais autônomas e sobre empreendedorismo
	RU6. Orientar sobre etapas de recrutamento (ex. como fazer um currículo e como se preparar para entrevistas)	RP6. Busca com filtros para facilitar a navegação
RU7. Recursos para aumentar a autoestima e autoconhecimento		RP7. Área de perfil para armazenar informações e documentos da usuária (ex. currículo)
	<b>NU3. Diversos formatos de emprego</b>	RU8. Encontrar e se conectar com outras mulheres e profissionais
RU9. Recursos para o gerenciamento do estresse e da ansiedade durante a busca de emprego;		RP9. Guias e modelos de documentos
	<b>NU4. (Re)posicionamento</b>	RU10. Incentivar o uso da plataforma (evitar desistência por insegurança e medo)
<b>NU5. Sociabilidade e Apoio</b>		RP11. Criar comunidade
	<b>NU6. Restrições com tecnologia</b>	RP12. Fóruns de discussão para compartilhar experiências, obter suporte e tirar dúvidas
RU10. Incentivar o uso da plataforma (evitar desistência por insegurança e medo)		RP13. Fornecer feedback imediato e claro sobre as ações realizadas pelas usuárias
		RP14. Tutorial de ferramentas

Fonte: Autora (2023)

#### **4. DESENVOLVER**

O desenvolvimento do projeto abrange a concretização das descobertas feitas até o momento. Nessa fase, será realizado o processo de criação da marca, tanto em seu aspecto visual quanto conceitual. Além disso, serão definidas as características e funcionalidades do projeto, bem como a arquitetura da informação e a navegação que o guiará.

Outro ponto importante dessa etapa é o desenvolvimento formal da interface, que inclui a elaboração dos wireframes e seu posterior refinamento através de testes de usabilidade. Esse processo permitirá aprimorar a experiência do usuário e garantir que o projeto atenda às necessidades e expectativas das usuárias de forma eficiente.

#### **4.1 CONCEITO**

A criação de conceito desempenha um papel essencial no processo de design, pois é responsável por estabelecer a identidade, propósito e experiência desejada para o projeto em desenvolvimento. Segundo Norman (2013), um conceito claro e consistente proporciona uma base sólida para a tomada de decisões subsequentes ao longo do projeto. A partir dos dados coletados e organizados, o conceito foi sintetizado por meio de três palavras-chave: Conexão, Crescimento e Oportunidade.

Cada uma das palavras-conceito está associada a uma funcionalidade essencial da plataforma. A palavra "Conexão" está relacionada à criação de uma comunidade, onde mulheres na maturidade podem se conectar, compartilhar experiências e oferecer apoio mútuo. "Crescimento" representa a área de conteúdos oferecida pela plataforma, que engloba cursos, tutoriais e recursos para o desenvolvimento pessoal e profissional das usuárias. Por fim, a palavra "Oportunidade" refere-se às vagas de emprego disponibilizadas, onde as mulheres podem encontrar oportunidades profissionais adequadas às suas habilidades e interesses.

Também foi elaborado o painel semântico da expressão do produto como uma maneira de manifestar visualmente a emoção e os atributos associados à experiência (BAXTER, 2000), apresentado na Figura 15.

**Figura 15: Painel Semântico Expressão do Produto**



Fonte: Autora (2023)

#### 4.2 NAMING

O naming é um elemento fundamental na construção da identidade de um projeto de design, seja ele uma marca, produto, serviço ou mesmo um aplicativo. O nome é a primeira impressão que os usuários têm daquilo que está sendo oferecido, e pode influenciar diretamente a percepção e o envolvimento do público com a iniciativa em questão (WHEELER, 2017). Além disso, um nome bem escolhido pode ser um dos principais ativos intangíveis da marca, contribuindo para o reconhecimento e a diferenciação em um mercado cada vez mais competitivo. A geração do nome para a marca deste projeto começou com a elaboração de um mapa conceitual contendo palavras relacionadas ao conceito previamente criado. Para abranger o pensamento relacionado aos aspectos femininos, foi adicionado o termo "mulher" (Apêndice A).

A partir desses elementos, foi realizado um brainstorming individual, a partir do qual várias alternativas foram geradas. A autora selecionou cinco opções que demonstravam maior potencial e estavam alinhadas com o conceito estabelecido. A seleção do nome ocorreu por meio de uma matriz (Quadro 6), em que os critérios definidos foram inspirados pelas qualidades que Alina Wheeler (2009) julga um nome efetivo ter, deve ser significativo,

único, orientado ao futuro, modular, disponível legalmente, com conotações positivas e visual. Também foram estabelecidos critérios relativos à aceitação do nome.

**Quadro 6 – Matriz Seleção Naming**

Alternativa de nomes	Alinhado ao Conceito	Significado	Originalidade	Sonoridade/ Facilidade de Pronunciar	Aspecto Visual	Total
AmadureSkills	1	3	3	1	3	11
Amplas	5	5	3	5	5	23
AmplaJobs	5	5	3	3	5	21
Classificadas	3	5	5	5	3	21
ConectaTodas+	5	3	3	3	5	21

Legenda: 1 Pouco atende ao critério 3 Atende ao critério 5 Atende bem ao critério

Fonte: Autora (2023)

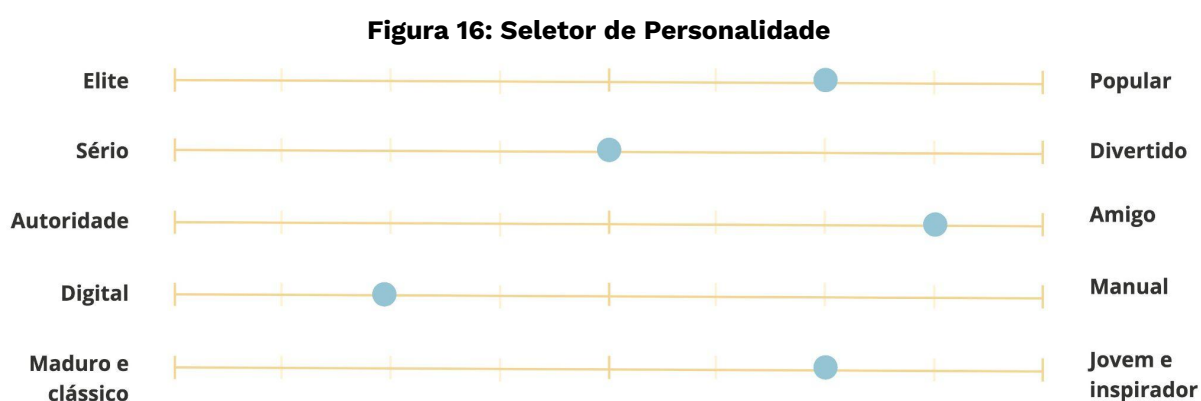
A matriz auxiliou a identificar que o nome com maior potencial para marca é "Amplas", palavra que remete a abrangência, diversidade e amplitude das oportunidades oferecidas pelo aplicativo, transmitindo a ideia de crescimento, empoderamento e expansão das perspectivas profissionais das usuárias. O nome escolhido é curto e fácil de ser pronunciado, permitindo rápida memorização do público. Além disso, sua sonoridade leve e agradável cria uma conexão positiva com as usuárias, transmitindo uma sensação de acolhimento e confiança.

### 4.3 IDENTIDADE VISUAL

Segundo Kaplan (2016), o conceito de marca pode ser definido como a representação de um produto, tornando-o facilmente identificável por meio de elementos como nome, logotipo, cores ou estilos de texto, entre outros. No entanto, com a ascensão da era digital, a dinâmica da marca passou por uma transformação significativa, pois sua interação com os usuários foi profundamente alterada, passando a ser um diálogo bilateral, no qual as

peças têm um maior acesso à informação e amplificação de suas próprias vozes por meio das plataformas de mídia social (KAPLAN, 2016). Nesse contexto, a representação de uma marca abrange muito mais do que apenas sua identidade visual, ela engloba também o tom e a voz da marca, suas posições e o conjunto completo de componentes visuais.

Para auxiliar na geração de alternativas para a identidade visual, foi realizado o "Seletores de personalidade", um dos seis exercícios propostos pelo designer Jake Knapp (2017), em seu processo metodológico para a elaboração e determinação de diferentes aspectos relacionados à marca, denominado Brand Sprint. O exercício, apresentado na Figura 16, consiste na escolha entre cinco dualidades, cuja combinação conferirá a personalidade única do negócio (KNAPP, 2017).



Fonte: Autora (2023)

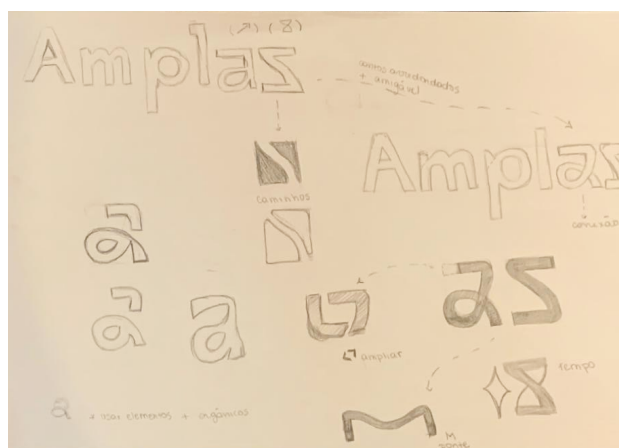
A partir da reflexão pessoal sobre as pesquisas iniciais, acredita-se que a personalidade da marca deve possuir uma abordagem amigável, mantendo o equilíbrio entre ser divertida, mas também mantendo a seriedade. Isso colabora com a criação de um momento leve e positivo para as usuárias que buscam na plataforma apoio para a etapa de busca de emprego após os 50 anos. Optou-se por um direcionamento mais popular do que elitista para a marca, de forma que a linguagem verbal e visual sejam acessíveis e amigáveis, facilitando o envolvimento das usuárias.

A partir do nome Amplas escolhido para o aplicativo, as gerações de alternativas visuais para a marca iniciaram por sketches manuais, considerando para as criações principalmente o conceito (conexão,

crescimento e oportunidade) e a personalidade (amigável, digital, orientada para o público feminino e mais popular que elitista), previamente definidos no projeto.

Durante a geração de alternativas (Figura 17), seguiu-se duas abordagens distintas, inicialmente, optou-se por empregar tipografias que incorporassem visualmente o conceito literal de Amplas, por meio da extensão das letras. Além disso, procedeu-se à exploração da combinação de tipografias ligadas e cursivas, visando conferir dinamismo e interligação à palavra. A alternativa julgada como mais consonante com os critérios preestabelecidos e que detinha o maior potencial para evoluir como a futura identidade visual da marca foi então aprimorada por meio de refinamentos adicionais.

**Figura 17 – Sketches de Alternativas para Identidade Visual**



Fonte: Autora (2023)

A identidade visual final utilizou a fonte Sora, disponível gratuitamente no *Google Fonts*, e segundo o site foi desenvolvida por Jonathan Barnbrook e Julián Moncada. A fonte Sora foi selecionada por suas formas geométricas e sua clareza e eficácia para aplicativos e interfaces *web* por causa do grande tamanho da altura-x (altura das letras minúsculas de uma família tipográfica). Modificou-se a fonte para transmitir uma sensação de amigabilidade, através de curvas suavizadas que conferem um ar mais acolhedor e acessível. Além disso, a letra "a" da fonte foi transformada em um símbolo de crescimento, assemelhando-se a uma seta para cima. Essa alteração não apenas acrescentou um elemento visual ao



logotipo, mas também capturou a essência da plataforma, representando o progresso e avanço constantes que a plataforma Amplas oferece às mulheres que a utilizam.

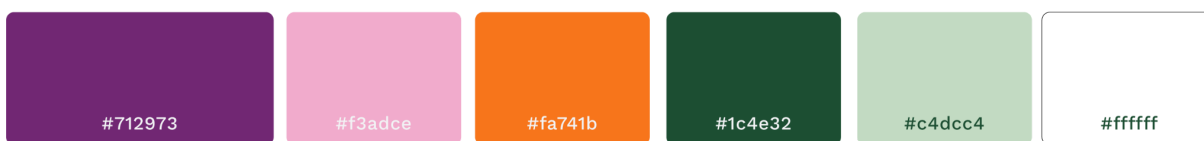
Foram definidas assinatura principal, alternativa e reduzida (Figura 18). Considerando que o produto do projeto é uma interface, a assinatura principal foi desenhada de forma simplificada para que tenha boa legibilidade e identificação em pequenas aplicações na plataforma. A assinatura alternativa conta com a presença de um ícone referenciando a personalidade da marca, para ser aplicada em momentos que não comprometam a leitura dos elementos. Já a assinatura reduzida é uma proposta para espaços menores de aplicação como o ícone do aplicativo nos celulares.

**Figura 18 – Assinatura principal, secundária e reduzida da Identidade Visual**

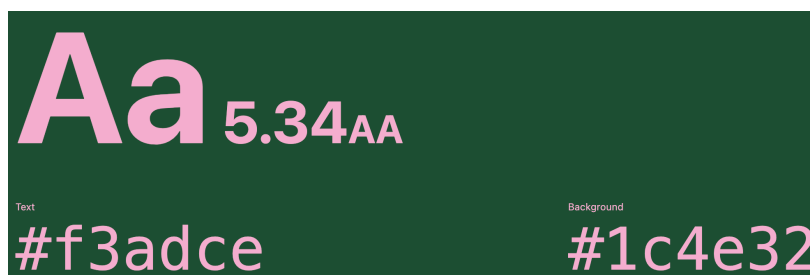


Fonte: Autora (2023)

A paleta cromática definida é composta por cores vibrantes como uma tentativa de estimular a energia, o entusiasmo e a criatividade, sendo o tom roxo como cor principal e o laranja, rosa, e tons de verde como secundárias (Figura 19). A acessibilidade desempenhou um papel fundamental na seleção das cores, garantindo que todos os tons passassem por testes na ferramenta Colorable. Isso assegurou a conformidade com as diretrizes de acessibilidade WCAG (Web Content Accessibility Guidelines) em relação ao contraste e à legibilidade.

**Figura 19 – Padrão Cromático**

Fonte: Autora (2023)

**Figura 20 - Exemplo de teste com a ferramenta Colorable**

Fonte: Captura de tela da ferramenta Colorable

Além da fonte Sora, foi escolhida uma tipografia adicional para compor a identidade visual da marca e ser utilizada na plataforma. A família tipográfica escolhida para o corpo de texto na interface é a Work Sans (versão atualizada de 2020), uma fonte sem serifa que se baseia em tipografias góticas e oferece uma ampla variedade de pesos. O desenvolvimento do projeto Work Sans é conduzido por Wei Huang, um designer de tipos sediado na Austrália (Figura 21).

**Figura 21 - Tipografias da Identidade Visual Amplas**

	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9
Títulos <b>Sora</b>	
Corpo de texto <b>Work Sans</b>	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Fonte: Autora (2023)

#### 4.4 DEFINIÇÃO DE FUNCIONALIDADES

Segundo o livro *About Face: The Essentials of Interaction Design*, as funcionalidades do sistema correspondem às operações ou ações que devem ser executadas nos objetos do sistema e normalmente são convertidas em controles de interface, eles definem o comportamento básico do sistema em condições específicas. Essas ações podem ser compreendidas como as ações do produto. Além disso, as funcionalidades também determinam os locais nos quais os objetos ou informações na interface devem ser exibidos.

De acordo com Garret (2017), em projetos Web existem duas perspectivas, a Funcional e a Informacional. A dimensão funcional se concentra no grupo de *features* do produto, enquanto a informacional lida com o conteúdo apresentado. Baseando-se nos requisitos do sistema, apresentado no item 3.3, foram definidas as funcionalidades necessárias para a execução do projeto (Figura 22). A perspectiva Informacional será abordada na seção 4.5.

**Figura 22 - Funcionalidades do sistema**

Requisitos de Projeto	Funcionalidades
RP7. Área de perfil para armazenar informações e documentos da usuária (ex. currículo)	<b>F1. Cadastro</b>
RP9. Guias e modelos de documentos	<b>F2. Login</b>
RP2. Segmentação por interesse e área de atuação pretendida	<b>F3. Personalizar</b>
	<b>F4. Perfil</b>
RP5. Criar área de vagas	<b>F5. Vagas/Classificadas</b>
RP6. Busca com filtros para facilitar a navegação	<b>F6. Filtros</b>
RP1. Criar área de conhecimentos	<b>F7. Conteúdos</b>
RP8. Trilhas de conhecimento específicas	<b>F8. Notificações</b>
RP3. Notificar a usuária quando novos conteúdos de interesse surgirem	<b>F9. Favoritar e Salvar</b>
RP4. Utilização de infográficos, imagens e vídeos para apresentação de conteúdo	
RP11. Criar comunidade	<b>F10. Comunidade/Fóruns</b>
RP12. Fóruns de discussão para compartilhar experiências, obter suporte e tirar dúvidas	<b>F11. Eventos</b>
RP10. Indicação de profissionais	<b>F11. Chat</b>
RP13. Fornecer feedback imediato e claro sobre as ações realizadas pelas usuárias	<b>F12. Ajuda</b>
RP14. Tutorial de ferramentas	

Fonte: Autora (2023)

#### 4.4.1 Especificações do sistema

Algumas funcionalidades podem requerer especificações técnicas mais detalhadas. As especificações do sistema podem ser interpretadas como a materialização das ações efetivamente executadas pelos requisitos do projeto (GARRET, 2011). A seguir, estão apresentados as especificações de cada Funcionalidade do Sistema.

##### F1. Cadastro

- Para realização do cadastro é solicitado que a usuária preencha:
  1. Nome Completo
  2. E-mail

3. Senha

4. Confirmação de senha

- O sistema deve permitir que a usuária faça o cadastro a partir de um perfil na rede social Facebook ou perfil no Gmail.

## **F2. Login**

- O sistema deve permitir que a usuária altere a sua senha clicando em “Esqueci minha senha” e receba um código de verificação no seu email ou número de celular.
- O sistema deve permitir que a usuária realize o login preenchendo email e senha ou a partir do perfil do Facebook ou Gmail.

## **F3. Personalizar**

- O sistema deve permitir que a usuária pule a etapa de personalização, podendo efetuar posteriormente acessando “Perfil”.
- Inicialmente a usuária preenche sua localização. O sistema deve permitir o preenchimento automático com ativação da localização do dispositivo da usuária.
- Depois, a usuária vai preencher seu objetivo no aplicativo, escolhendo somente uma das opções:
  1. Encontrar vagas de emprego
  2. Aprender e ampliar meus conhecimentos
  3. Fazer parte da comunidade Amplas
- O sistema deve personalizar a dashboard da usuária de acordo com o Objetivo (se a usuária selecionar a opção 1 sua página inicial será “Vagas”, se a opção 2 for selecionada a página inicial será “Conteúdos” e se a opção 3 for selecionada a página inicial vai ser “Comunidade”).
- Após selecionar o Objetivo, a usuária preenche as informações para criação do perfil (duração de 15 minutos):
  1. Área de atuação profissional
  2. Experiência (opcional)
  3. Educação (opcional)
  4. Certificados (opcional)

5. Línguas (opcional)
6. Habilidades
7. Bio - Descrição sobre a usuária
8. Últimos detalhes: Imagem, telefone, idade
  - O sistema deve permitir que a usuária faça upload do seu currículo para preenchimento automático do perfil, caso desejar.
  - A última etapa é referente aos interesses da usuária. O sistema deve permitir múltiplas escolhas:
    1. Autoestima & Saúde
    2. Trabalho & Carreira
    3. Negócios
    4. Tecnologia & Inovação
    5. Finanças
    6. Cultura
  - Após todas as etapas de Personalização, o sistema deve permitir que a usuária faça escolha de um *template* e o *download* em PDF do currículo gerado pelo preenchimento do perfil.

#### **F4. Perfil**

- O sistema deve indicar se o perfil está incompleto.

#### **F5. Vagas/Match de Vagas**

- As vagas devem aparecer por ordem de relevância, levando em consideração pesquisas recentes e o perfil da usuária.
- O sistema deve introduzir o “Classificadas - Os classificados de vagas selecionados para você” e explicar como utilizar a *feature*.
- Os *cards* que contêm o resumo das vagas devem conter a opção para salvá-la.
- O sistema deve oferecer preenchimento automático no cadastro de vagas.

#### **F6. Filtros**

- O sistema deve incluir filtros na busca de vagas de emprego:

1. Data de publicação
2. Formato de trabalho
3. Distância (opção para alterar localização)
  - O sistema deve incluir filtros na busca de conteúdos:
    1. Data de publicação
    2. Interesses
    3. Duração
    4. Nível
  - O sistema deve incluir filtros na busca na comunidade:
    1. Ordenar por: Mais recentes ou mais interações
    2. Interesses

#### **F7. Conteúdos**

- O sistema deve oferecer os conteúdos em formato de vídeo, com a possibilidade de incluir conteúdos complementares em formato de texto e áudio.
- O sistema deve indicar à usuária em qual fase do conteúdo ela se encontra, quais partes já foram visualizadas e o progresso restante necessário para concluir a sequência do conteúdo.
- O sistema deve permitir que as usuárias avaliem os conteúdos e façam comentários.

#### **F8. Notificações**

- O sistema deve solicitar a ativação de notificações do aplicativo no dispositivo da usuária.
- O sistema deve conter um indicador de notificações (*badge*) no ícone de notificações quando houver novos alertas.
- O sistema deve oferecer a opção de configurar os tipos de notificações que a usuária irá receber, acessando “Perfil” e em seguida “Configurações”.
- O sistema deve emitir uma mensagem de erro com linguagem acessível e amigável para informar a usuária sobre qualquer falha ocorrida no sistema.

**F9. Favoritar e Salvar**

- O sistema deve oferecer a opção de favoritar e salvar vagas, conteúdos, fóruns e eventos. Além disso, deve oferecer a opção de favoritar e responder comentários.
- Todos os salvamentos poderão ser encontrados na página “Salvos”, com fácil acesso na *tab bar*.

**F10. Comunidade/Fóruns**

- O sistema deve possuir um botão para a criação de novo fórum que, quando acessado a usuária preencherá:
  1. Tópico
  2. Título
  3. Descrição
  4. Opção para enviar anonimamente
  5. Opção para adicionar imagem e vídeo, localização e anexo
- O sistema deve possibilitar a exclusão de fóruns criados pela usuária

**F11. Eventos**

- O sistema deve permitir adicionar eventos ao calendário.
- O sistema deve permitir visualizar a localização do evento, caso seja presencial, no Mapas.
- O sistema deve possuir um botão para a criação de novo fórum que, quando acessado a usuária preencherá:
  1. Tópico
  2. Título
  3. Descrição
  4. Localização ou meio virtual de encontro
  5. Opção para adicionar imagem, vídeo e anexo
- O sistema deve permitir compartilhar os eventos

**F12. Chat**



- O sistema deve apresentar um ícone no perfil das conexões, indicando a opção de iniciar um chat.
- O sistema deve permitir que a recrutadora entre em contato com as usuárias selecionadas por meio do chat.
- O sistema deve possibilitar o envio de anexos, imagens e vídeos por meio do chat.
- O sistema deve possibilitar ligações e chamadas de vídeo por meio do chat.

### **F13. Ajuda**

- O sistema deve possuir uma página com perguntas frequentes e um chat de suporte para auxiliar as usuárias, ambos com acesso via “Perfil”.

## **4.5 ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO**

A arquitetura da informação é um campo fundamental no design de interfaces digitais, focado na organização, estruturação e apresentação das informações de modo a proporcionar uma experiência de usuário eficaz e eficiente. Com o objetivo de hierarquizar e organizar as informações no aplicativo para que o usuário possa encontrar com rapidez e precisão o que busca, a arquitetura da informação emerge como um elemento essencial para a aplicabilidade e eficácia da página (Morville & Rosenfeld, 2006). A elaboração de uma interface bem estruturada não somente destaca os principais tópicos oferecidos, mas também delinea os caminhos que o usuário pode percorrer, situando-o a todo momento e permitindo que retorne a etapas anteriores sem a necessidade de retrair todo o percurso (Rosenfeld & Morville, 1998).

De acordo com Rosenfeld e Morville (1998), a arquitetura da informação engloba a organização, rotulagem e estruturação de maneira a facilitar a descoberta e compreensão das informações pelos usuários. Isso envolve a criação de categorias claras, sistemas de navegação intuitivos e

formas de busca eficazes para permitir que os usuários alcancem seus objetivos de forma satisfatória.

Um dos elementos-chave da arquitetura da informação é a criação de mapas de site e fluxos de navegação que representem a estrutura e as relações entre as diferentes partes do aplicativo (Resmini & Rosati, 2011). Esses mapas oferecem uma visão geral das páginas, seções e links, permitindo uma compreensão clara da organização do conteúdo. A arquitetura de informação do aplicativo Amplas, localizada no Apêndice B, foi concebida com foco principal na *tab bar* inferior, as escolhas de design foram orientadas pelos padrões de navegação já familiares às usuária conforme relatado pelas entrevistadas (seção 2.2.1.5), entre os produtos digitais mais utilizados foram citados o Instagram, Whatsapp e Facebook, que adotam o agrupamento das principais funcionalidades do sistema em um mesmo nível de navegação, proporcionando aprofundamentos específicos dentro de cada um dos grupos.

No aplicativo Amplas, a *tab bar* inferior reuniu todas as áreas mais relevantes para as usuárias: “Vagas”, “Amplas” (Comunidade), “Conteúdos” e também “Salvos” e “Chat”. Assim, a navegação se torna mais previsível, com abas intuitivas e fáceis de usar. Elas indicam claramente a localização atual da usuária, aprimoram a organização do conteúdo ao reforçar a ideia de conexão entre itens individuais e adicionam consistência visual. Para acessar o “Perfil” e as “Notificações” a usuária deve estar na *homepage* de alguma das áreas principais do aplicativo (Vagas, Comunidade ou Conteúdos) via *tab bar* superior. A aba “Perfil” representa um elemento fundamental na estrutura de navegação e organização do conteúdo de um aplicativo. No contexto da arquitetura da informação, conforme o Apêndice C, essa funcionalidade desempenha um papel central na categorização e apresentação das informações específicas do usuário, incluindo suas preferências, histórico de atividades, dados pessoais e configurações individuais.

A abordagem de “prever os passos” dos usuários, como mencionado, se relaciona ao conceito de design centrado no usuário, onde a arquitetura da informação se baseia nas necessidades, expectativas e comportamentos

dos usuários (Norman, 2013). Isso requer a antecipação das ações prováveis dos usuários, a fim de orientá-los na direção desejada, tornando a experiência mais intuitiva e fluida. Para complemento da arquitetura da informação, utilizou-se *taskflows* para ações mais complexas, como Registro, Login e Personalização, conforme Apêndice D.

Os *taskflows* constituem representações sistemáticas das sequências de ações e interações que os usuários realizam para alcançar objetivos específicos dentro de um sistema ou aplicativo. No âmbito da arquitetura da informação, os *taskflows* desempenham um papel fundamental ao oferecerem uma abordagem estruturada para mapear o caminho que os usuários seguem enquanto interagem com a interface e buscam atingir suas metas. Os task flows têm como objetivo principal visualizar os diferentes estágios ou etapas que os usuários percorrem, desde o início até a conclusão de uma tarefa específica. Essas sequências permitiram compreender de maneira clara e concisa a jornada da usuária e identificar oportunidades de otimização e simplificação.

Após a concepção da arquitetura da informação, chega o momento de iniciar o planejamento da interface, iniciando pelo estabelecimento dos diversos elementos que, em conjunto, constituirão a aparência visual do aplicativo.

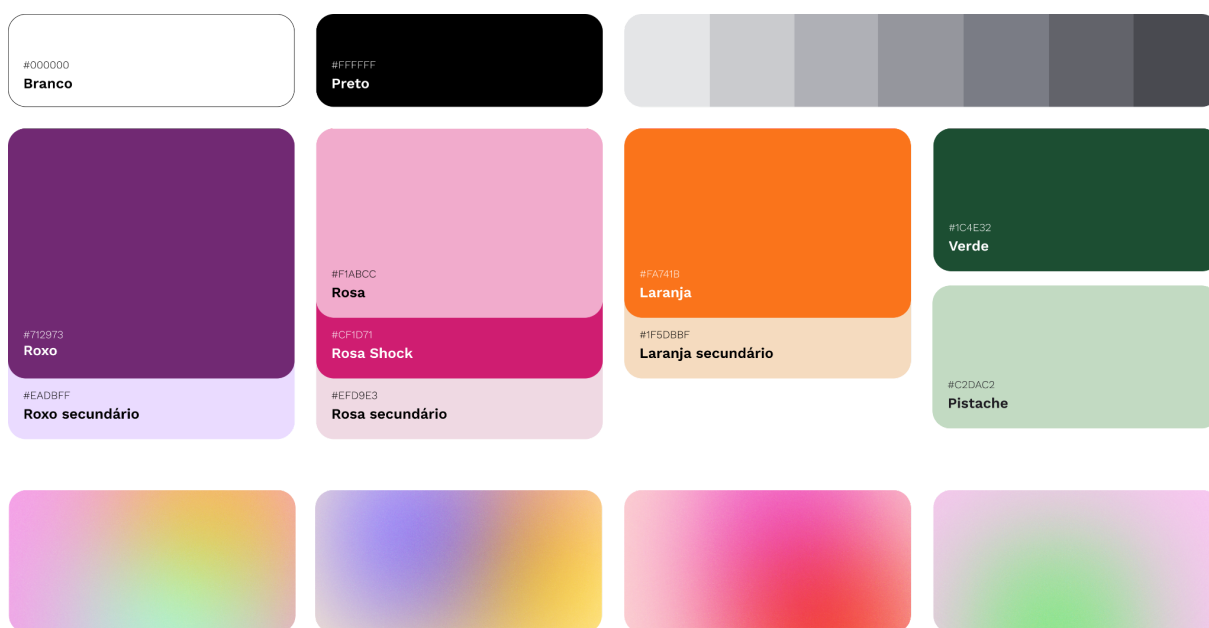
#### **4.6 DEFINIÇÃO DA INTERFACE**

O desenho da interface foi concebido tendo como fundamento os wireframes (Apêndice E) e a Identidade Visual (seção 4.3) apresentados. Utilizando ambos como guias, foi viável criar e desenvolver os componentes fundamentais do site, seguindo as diretrizes de cores e a tipografia previamente estabelecidas. Neste item serão definidos todos os elementos necessários para montar a interface tais como *grid* de construção, cores e tipografia, estilos de bordas, botões, sombras e outros componentes que integram o *Design System* do projeto.

### 4.6.1 Cores

Como acréscimo à paleta de cores da Identidade Visual (seção 4.3), foram incorporados tons de cinza que desempenham uma função essencial no design de aplicativos digitais, ao proporcionar um alicerce neutro para a construção de interfaces coesas e acessíveis. Eles simplificam a análise da estrutura e do layout das telas, priorizando contrastes que viabilizam a legibilidade e a acessibilidade. Além disso, gradientes nas cores da marca foram aplicados às *homepages* de cada seção do aplicativo, contribuindo para uma experiência visualmente coerente e alinhada com a identidade da marca e remetendo à pluralidade (Figura 23).

**Figura 23 - Cores**



Fonte: Autora (2023)

A cor primária roxa, utilizada para os principais elementos (botões principais e barras) e sua variante a cor roxa mais escura é utilizada para detalhes ou tags. Para as cores secundárias foram adicionadas variações para utilizar em tags e outros detalhes. O plano de fundo preponderantemente branco coexiste com a tonalidade preta destinada aos títulos e corpo de textos e para as etiquetas e informações de menor peso hierárquico, tons de cinza foram adotados.

### 4.6.2 Tipografia

Como citado anteriormente no capítulo sobre Identidade Visual, as fontes utilizadas no projeto são a Sora e a Work Sans, ambas disponíveis no Google Fonts. Com elas foi elaborado os estilos de texto, usando os pesos e tamanhos apresentados na Figura 24:

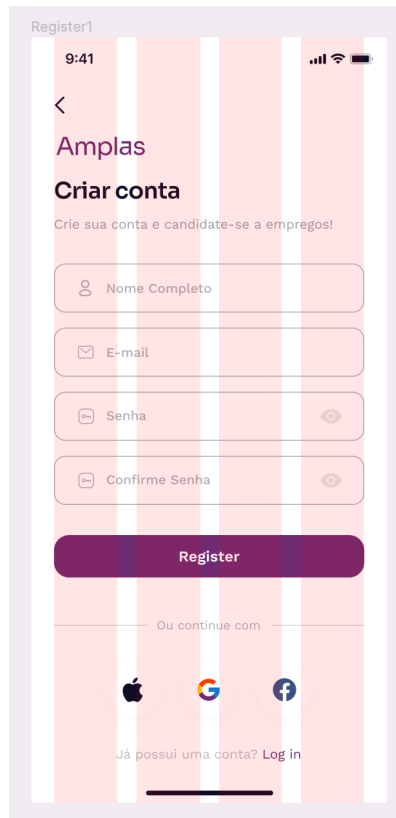
**Figura 24 - Tipografia**



Fonte: Autora (2023)

### 4.6.3 Grid

Como previamente estabelecido, a parte prática deste estudo se limita à criação da interface para celular, e a versão para telas maiores seria construída em uma continuação do projeto. A autora optou por fazer o protótipo em um Iphone 13 Mini com *viewport* de 375px × 812px, utilizando o 8pt grid, que consiste em usar múltiplos de 8 (ocasionalmente de múltiplos de 4, se a ocasião exigir) para definir tanto o espaçamento, quanto o tamanho dos elementos da página construídas. O *grid* do aplicativo Amplas contém quatro colunas, com uma margem de valor fixo de 24px e entre colunas (*gutter*) de 20px.

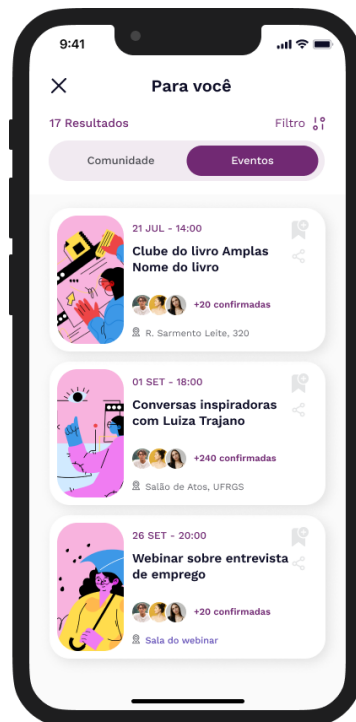
**Figura 25 - Grid**

Fonte: Autora (2023)

#### 4.6.4 Elementos Gráficos

A interface incorpora elementos ilustrativos de suporte, abrangendo imagens e ícones de ilustração. A seleção das imagens foi realizada em consonância com o painel de referência e a identidade visual da marca estabelecidos nas seções 4.1 e 4.3. Uma pesquisa foi conduzida no Figma Community para encontrar ilustrações adequadas, sendo a versão gratuita das ilustrações produzidas por Denmark<sup>4</sup> empregada para os propósitos de integração, particularmente nas etapas de Onboarding, bem como nas seções de Conteúdo e Comunidade. Essas ilustrações aderem a uma paleta de cores semelhante à utilizada para o Amplas, exibindo traços descontraídos e vibrantes, conforme ilustrado na Figura 26.

<sup>4</sup> <https://storytale.io/pack/330>

**Figura 26 - Exemplo com ilustrações de Denmark**

Fonte: Autora (2023)

Adicionalmente a interface também incorpora as ilustrações de Snap<sup>5</sup>, as quais são empregadas para elucidar processos e são inseridas em janelas pop-up. Estas ilustrações, também encontradas no Figma Community, foram selecionadas de forma a harmonizar com o conjunto de ilustrações de Denmark, previamente aplicadas ao longo do aplicativo. Essa integração se mostra altamente complementar, conferindo um caráter mais lúdico e fluido à comunicação com as usuárias (Figura 27).

<sup>5</sup> <https://storytale.io/pack/329>

**Figura 27 - Exemplo com Ilustração de Snap**

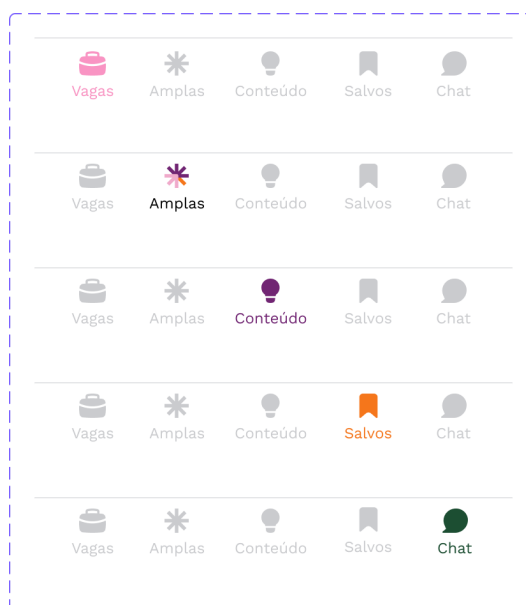
Fonte: Autora (2023)

#### 4.6.5 Elementos Gerais

Com o intuito de manter uma consistência visual e evitar a necessidade de refazer elementos repetitivos em diversas partes do aplicativo, foram criados componentes para diversos elementos. Dessa forma é possível garantir uma estética coesa em todo o projeto, economizando tempo no processo de desenvolvimento e garantindo uma experiência de usuário mais fluida e agradável. Esses componentes facilitam a aplicação de atualizações de design de forma consistente em todas as áreas do aplicativo.

Para a navegação principal foi adotada a barra de navegação inferior (Figura 28) para as principais áreas do aplicativo, garantindo um acesso conveniente praticamente a todo momento enquanto a usuária navega pela plataforma. Para distinguir cada área, optou-se por utilizar cores diferentes para o ícone ativado. No caso do ícone da Comunidade, utilizou-se a própria assinatura reduzida do logotipo, conferindo-lhe maior identidade e estabelecendo uma forte associação com a marca.



**Figura 28 - Tab bar inferior**

Fonte: Autora (2023)

Os botões que representam as ações principais são destacados pela cor primária roxa, possuindo cantos arredondados com um raio de 16px e uma altura fixa de 45px. A largura desses botões varia conforme sua utilização. Em seu estado padrão, eles são roxos. Quando estão inativos, assumem uma tonalidade cinza, e, quando utilizados como uma segunda opção juntamente com o botão padrão, apresentam-se em estilo *outline* (Figura 29).

**Figura 29 - Botão**

Fonte: Autora (2023)

Outro elemento empregado foi o botão flutuante (Figura 30), com um diâmetro de 64px, coloração principal roxa e sombra para se destacar dos

outros elementos. Ele desempenha um papel na área da Comunidade, permitindo a ação de adicionar um fórum, e na seção de Eventos, possibilitando a adição de um novo evento.

**Figura 30 - Botão Flutuante**

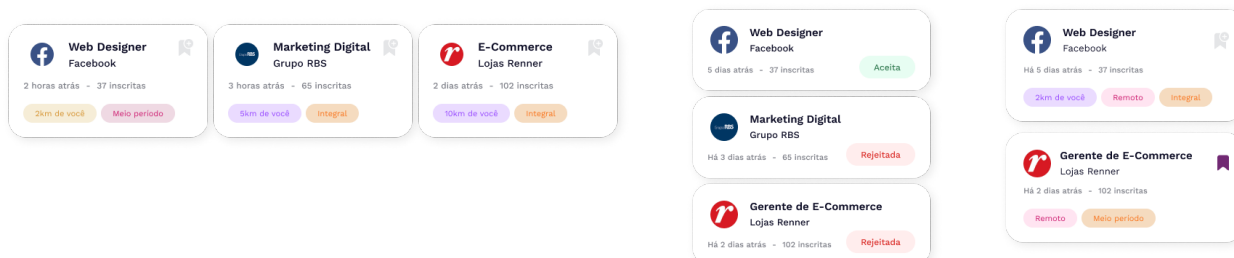


Fonte: Autora (2023)

Para organizar elementos optou-se pelo uso de cards, seguindo os princípios do Material Design: proporcionando visibilidade instantânea ao conteúdo, agrupamento lógico de informações relacionadas, flexibilidade de design responsivo, priorização de conteúdo e consistência visual. Esses elementos de design não apenas melhoram a usabilidade, mas também oferecem uma experiência mais coesa e acessível para os usuários, independentemente do dispositivo ou tamanho de tela, enquanto facilitam a organização e apresentação eficaz de informações diversificadas.

Os cards do aplicativo Amplas (Figura 31) possuem cantos arredondados com raio de 24px e largura e altura variáveis, sendo a largura máxima de 327px respeitando a margem do *grid*. Eles são realçados em relação ao fundo branco graças à sombra aplicada e possuem distância de 8px entre um e outro.

**Figura 31 - Cards da seção Vagas**



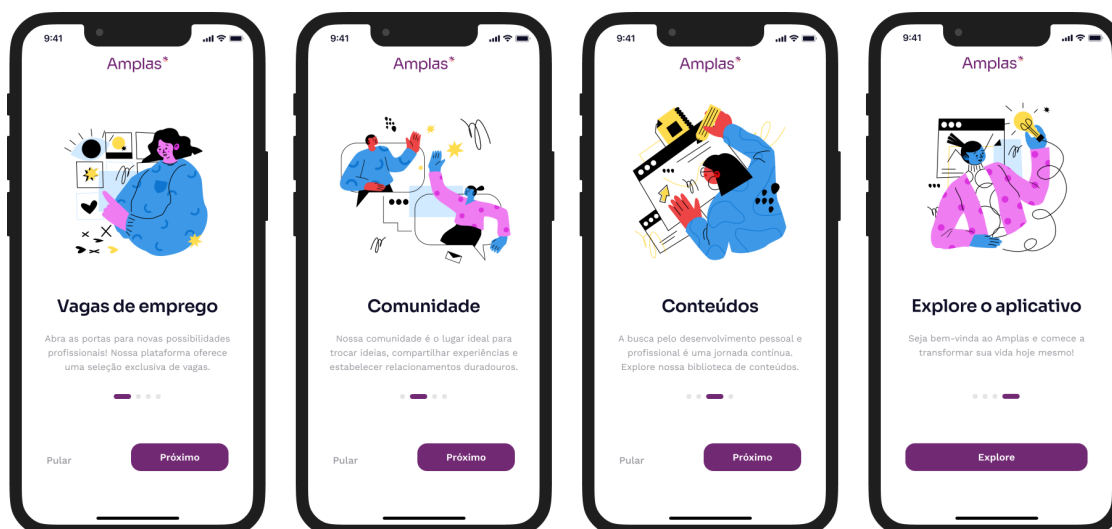
## 4.7 INTERFACE

O documento compreenderá um total de 88 páginas, distribuídas da seguinte forma: 4 páginas destinadas ao processo de Onboarding, 14 páginas para cadastro e login, 24 páginas destinadas à personalização, 16 páginas abordando vagas, 17 páginas dedicadas à comunidade Amplas, 8 páginas para conteúdo, 4 páginas destinadas aos itens salvos, 5 páginas para o perfil do usuário, 5 páginas para área do chat e, por fim, 3 páginas voltadas para notificações.

### 4.7.1 Onboarding

Primeiramente, haverá um processo de onboarding que fornecerá explicações sobre as principais funcionalidades do aplicativo, as quais englobam oportunidades de emprego, a comunidade e os diversos conteúdos disponíveis (Figura 32).

**Figura 32 - Telas Onboarding**



Fonte: Autora (2023)

### 4.7.2 Personalizar

A fase de personalização constitui a etapa mais abrangente do aplicativo, pois desempenha um papel fundamental na experiência da usuária ao longo da sua interação com o aplicativo. Por ser uma etapa mais extensa, tomou-se o cuidado de sempre mostrar o progresso, por meio de

uma barra de progresso e também na comunicação. Em conformidade com a orientação estabelecida na Funcionalidade do Sistema 3 (F3), delineada na seção 4.4.1, a dashboard da usuária será adaptada de acordo com a escolha de seu Objetivo. Caso a usuária opte pela alternativa 1, a página inicial será direcionada para "Vagas"; na seleção da opção 2, a página inicial será configurada para "Conteúdos"; e, ao escolher a opção 3, a página inicial será automaticamente estabelecida como "Comunidade" (Figura 33).

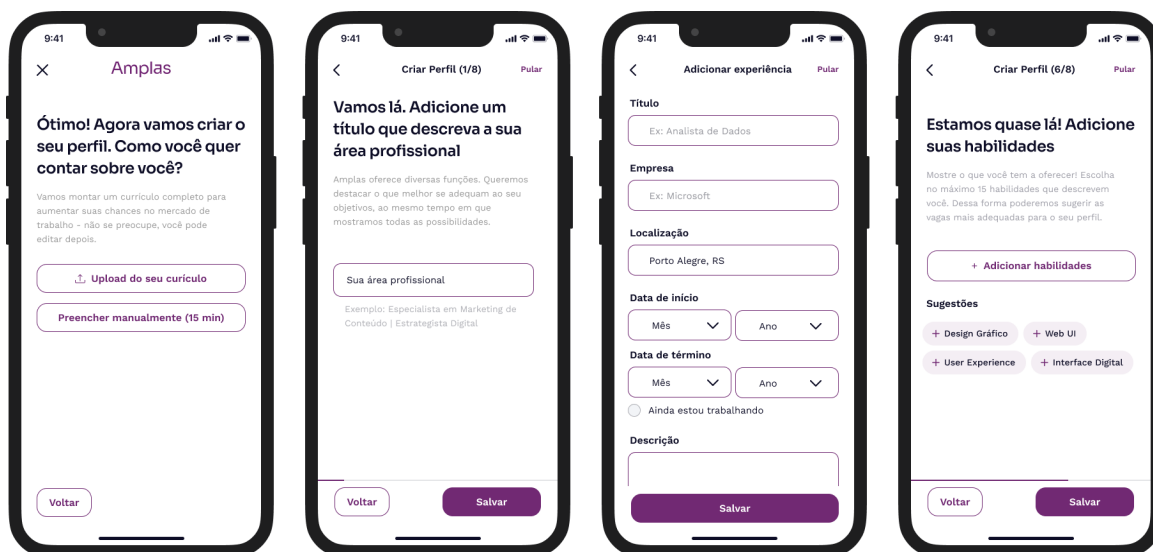
**Figura 33 - Personalizar (Objetivo)**



Fonte: Autora (2023)

Essa fase também influenciará a configuração do perfil da usuária, oferecendo a opção de importar um currículo pré-existente ou realizar a inserção manual dos dados. Após a conclusão do preenchimento manual (Figura 34), a usuária terá acesso a um currículo pronto que poderá ser baixado no formato PDF, possibilitando seu uso fora do âmbito do aplicativo.

**Figura 34 - Personalizar (preencher manual)**

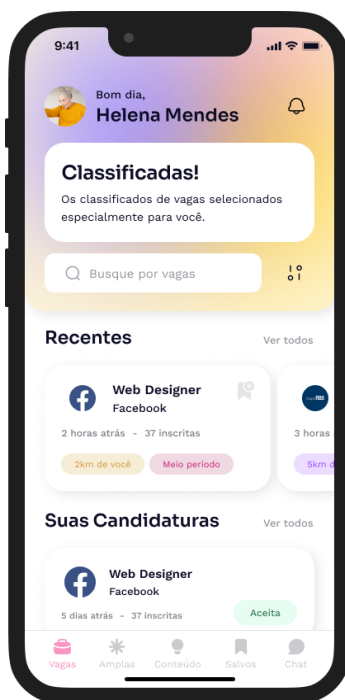


Fonte: Autora (2023)

### 4.7.3 Vagas

A página inicial da seção "Vagas" é composta pelos seguintes elementos: "Classificadas!", que apresenta vagas recomendadas para a usuária; uma lista de vagas recentes; e as candidaturas das usuárias, incluindo as ativas e as rejeitadas. Com o intuito de otimizar o espaço disponível na tela do dispositivo móvel, é empregado um *scroll* horizontal para visualizar as vagas recentes e um *scroll* vertical para acessar as candidaturas, as quais são exibidas em *cards* de altura reduzida (Figura 35).

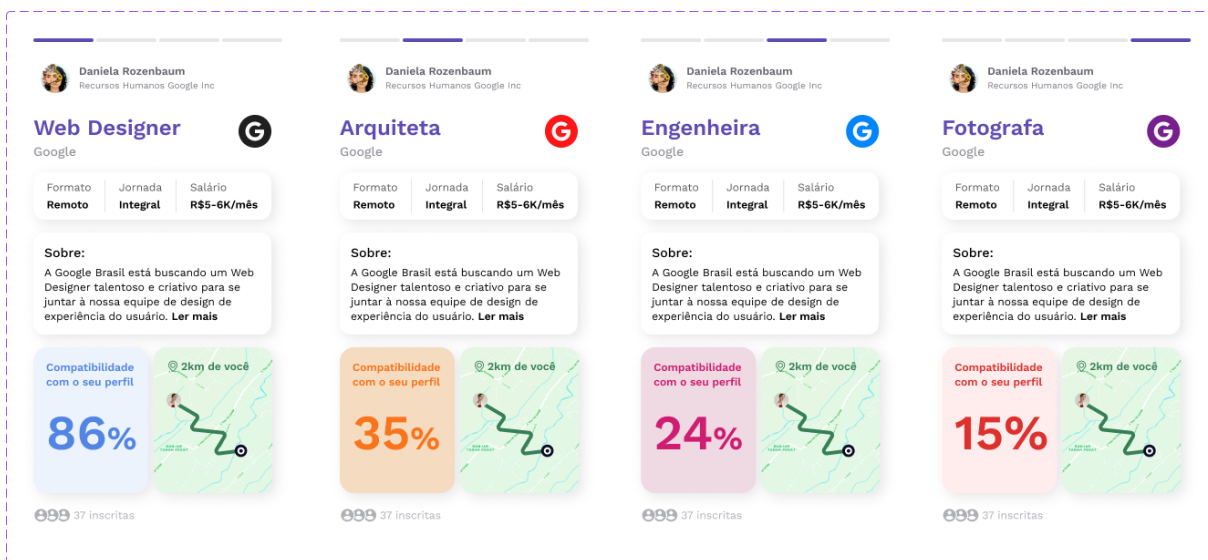
Figura 35 - Homepage Vagas



Fonte: Autora (2023)

Para criar a navegação da seção "Classificadas", foi empregado um componente de carrossel (Figura 36) e aproveitadas as funcionalidades de prototipação *drag* (arrastar e soltar) disponibilizadas pela ferramenta Figma.

Figura 36 - Classificadas! Componente



Fonte: Autora (2023)

#### 4.7.4 Comunidade e Eventos

A seção dedicada à Comunidade possui uma relevância equivalente à área de vagas, uma vez que ambas representam pilares fundamentais do conceito subjacente ao projeto: a conexão. Na página inicial da comunidade, é disponibilizado um botão de seleção que direciona os usuários para os Eventos, mantendo assim uma conexão contínua entre a Comunidade e as atividades realizadas, sem a necessidade de criar uma seção exclusiva para eventos (Figura 37).

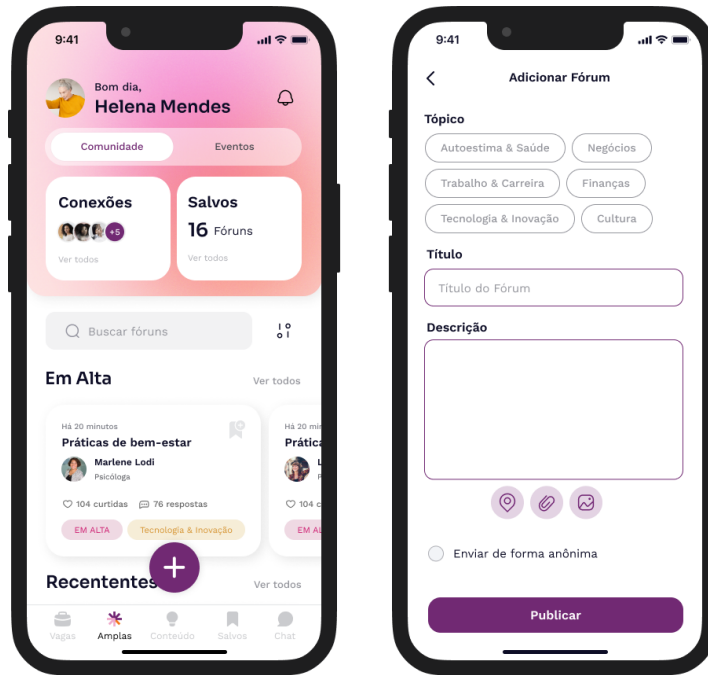
**Figura 37 - Segment Picker Comunidade/ Eventos**



Fonte: Autora (2023)

Na referida seção, emerge um componente específico: o botão flutuante. Este botão tem a finalidade de permitir a adição de novos fóruns para a comunidade ou eventos. Tanto os fóruns quanto as comunidades são organizados correspondentes aos tópicos, que são selecionados durante o processo de criação de um novo evento ou fórum. Essa abordagem simplifica a busca, a qual pode ser refinada por meio de filtros baseados nos tópicos (Figura 38).

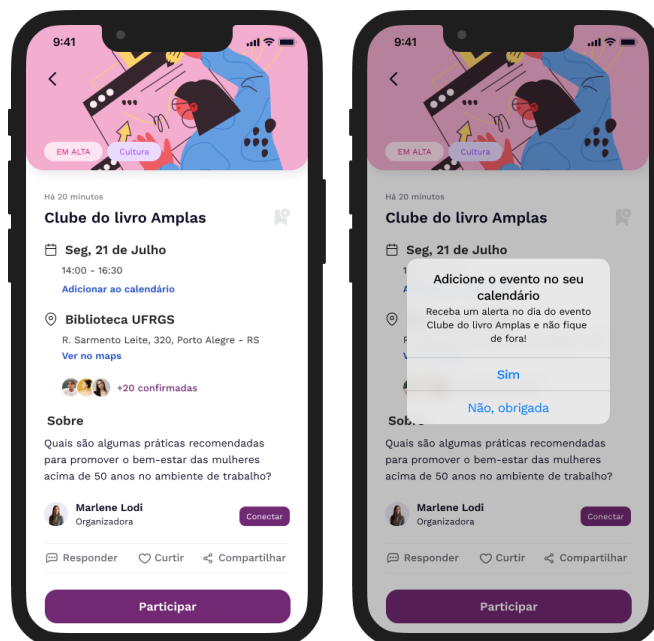
**Figura 38 - Homepage Conteúdos e Botão flutuante/Criar Fórum**



Fonte: Autora (2023)

De acordo com a especificação da Funcionalidade do Sistema 11 (F11), o sistema deve viabilizar a inclusão dos eventos no calendário do dispositivo móvel e permitir a visualização da localização do evento no mapa. Para esse propósito, uma notificação em formato push surge na tela, solicitando a confirmação, e, em seguida, proporcionando a abertura do aplicativo de calendário pessoal da usuária ou do aplicativo do mapa (Figura 39).

**Figura 39 - Push Notification para adicionar evento na agenda**



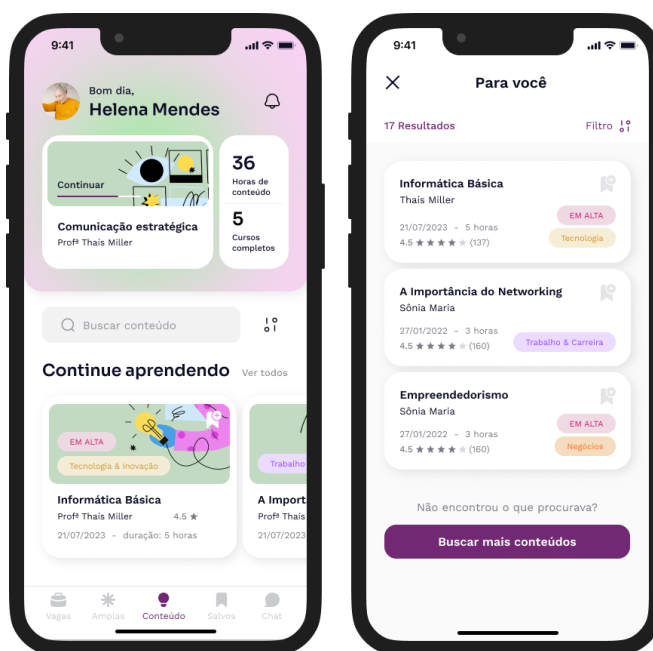
Fonte: Autora (2023)



### 4.7.5 Conteúdo

A página inicial da seção de conteúdo (Figura 40) adota a mesma estrutura de navegação que as seções de vagas e comunidade, iniciando com um *scroll* horizontal para acessar os conteúdos em andamento da usuária e, posteriormente, com *scroll* vertical, apresentando conteúdos sugeridos para a usuária.

**Figura 40 - Homepage Conteúdos e Para Você**

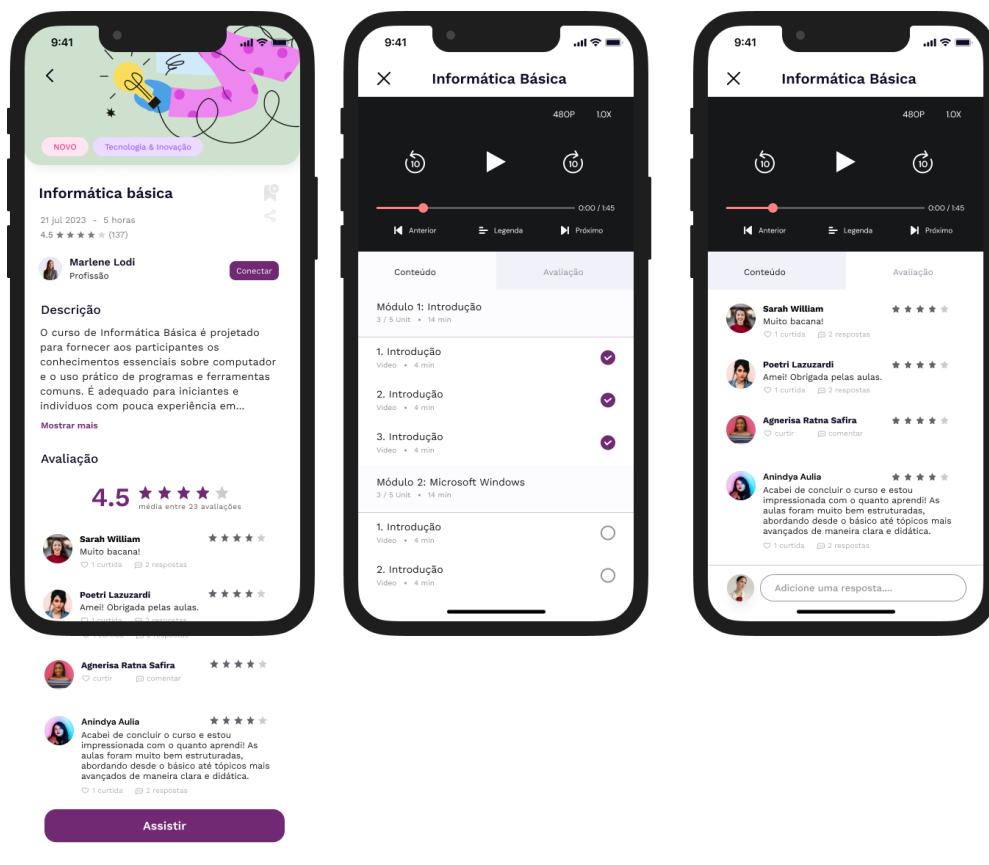


Fonte: Autora (2023)

No contexto do conteúdo, conforme estabelecido pela Funcionalidade do Sistema 7, o sistema tem a responsabilidade de informar à usuária a qual estágio do conteúdo ela está atualmente, destacando quais partes já foram visualizadas e indicando o progresso restante necessário para completar a sequência do conteúdo. Para alcançar esse objetivo, o conteúdo foi dividido em módulos, cada um deles contendo vídeos correspondentes às diferentes etapas de aprendizado, evitando assim a presença de um único vídeo extenso. A usuária consegue visualizar o que já foi assistido por meio de uma marcação em forma de *checkbox* circular, enquanto as partes não vistas permanecem sem essa marcação. Outra funcionalidade do sistema é permitir que as usuárias avaliem os conteúdos. Para isso, na mesma seção

de conteúdo, é possível visualizar as avaliações feitas por outras usuárias e interagir com elas por meio de respostas ou da opção de "curtir" (Figura 41).

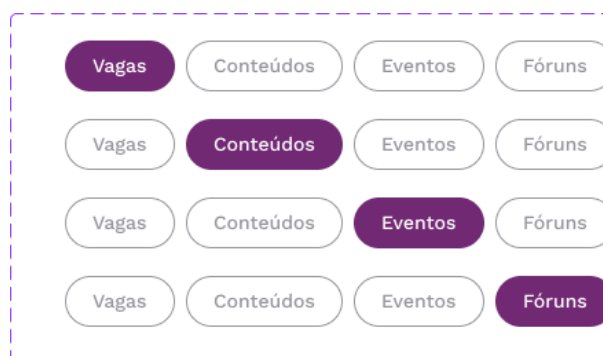
**Figura 41 - Página do Conteúdo e Avaliação do Conteúdo**



Fonte: Autora (2023)

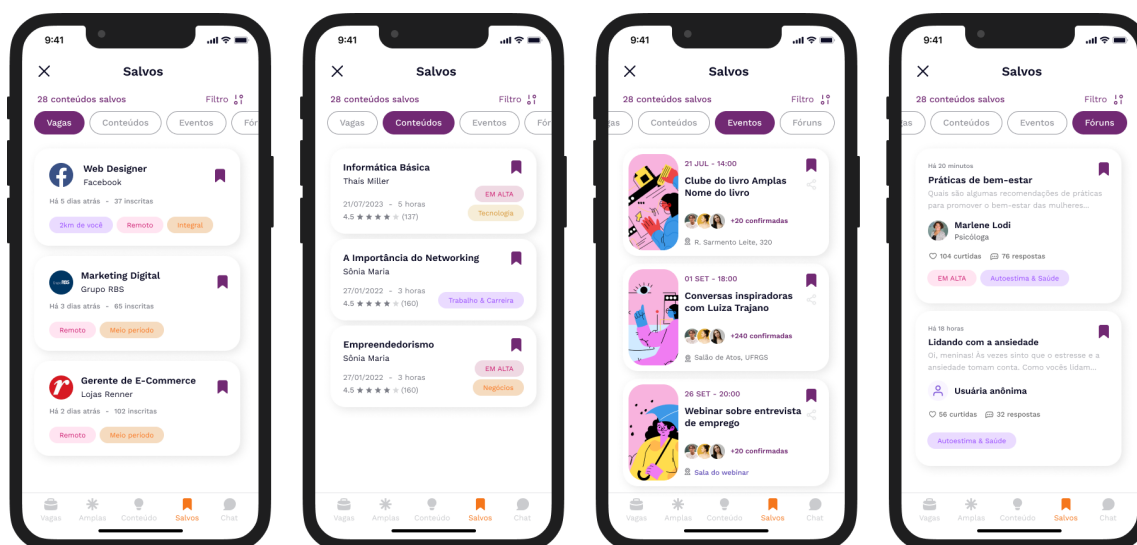
#### 4.7.6 Salvos

A seção "Salvos" também pode ser acessada por meio da barra de navegação inferior. Nesta seção, a usuária pode visualizar todo o conteúdo que foi salvo, tornando o acesso mais conveniente. Para organizar esses elementos, foi implementado um componente de menu superior (Figura 42) que lista as áreas do aplicativo nas quais é possível salvar conteúdo.

**Figura 42 - Componente Menu Salvos**

Fonte: Autora (2023)

Nesta seção, é evidente como a adoção consistente de cards contribui para a coesão do design do aplicativo. Isso resulta em uma comunicação uniforme entre todas as áreas, o que, por sua vez, aprimora significativamente a experiência de navegação, tornando-a mais intuitiva (Figura 43).

**Figura 43 - Páginas da área Salvos**

Fonte: Autora (2023)

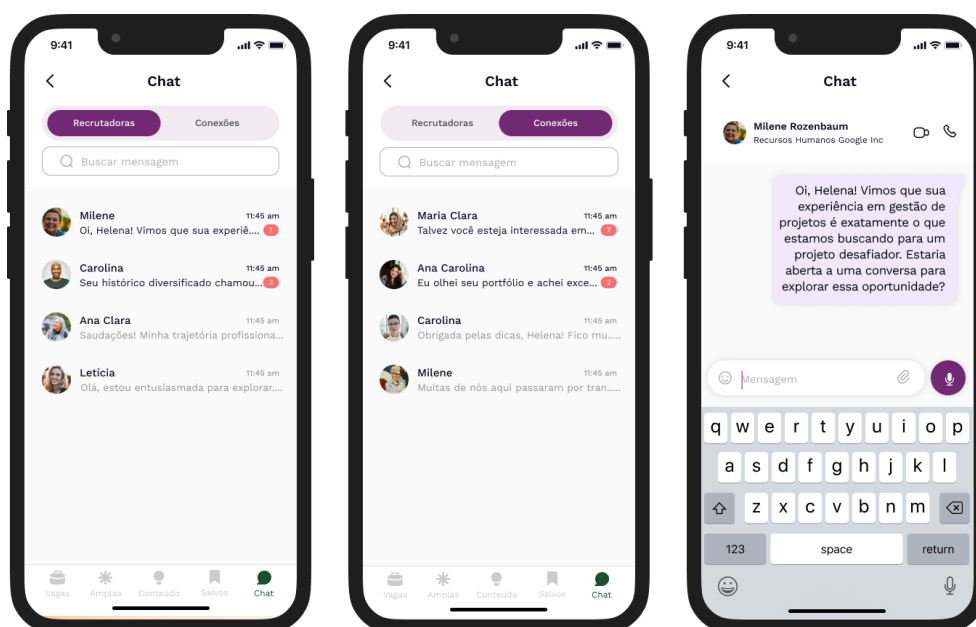
#### 4.7.7 Chat

Para estruturar o *chat* (Figura 44), ele é dividido entre mensagens provenientes de recrutadoras e de conexões, empregando o mesmo elemento de seleção utilizado na Comunidade e Eventos (seção 4.7.4) e adicionalmente, é incluída uma função de busca, representada por uma lupa, que permite às usuárias pesquisar mensagens ou contatos. Esse

arranjo contribui para reduzir as chances de erro por parte das usuárias, impedindo que enviem mensagens para as pessoas erradas.

O *chat* segue os princípios visuais adotados pelos aplicativos de mensagens mais populares entre as usuárias, como o *WhatsApp* e o *Facebook Messenger*. Optou-se por uma interface minimalista, direta e focada no seu principal objetivo: a troca de mensagens. Algumas das funcionalidades incluídas no *chat* abrangem a opção de realizar vídeo chamadas ou chamadas de voz, enviar anexos e imagens, bem como compartilhar mensagens de áudio.

**Figura 44 - Páginas da área Chat**



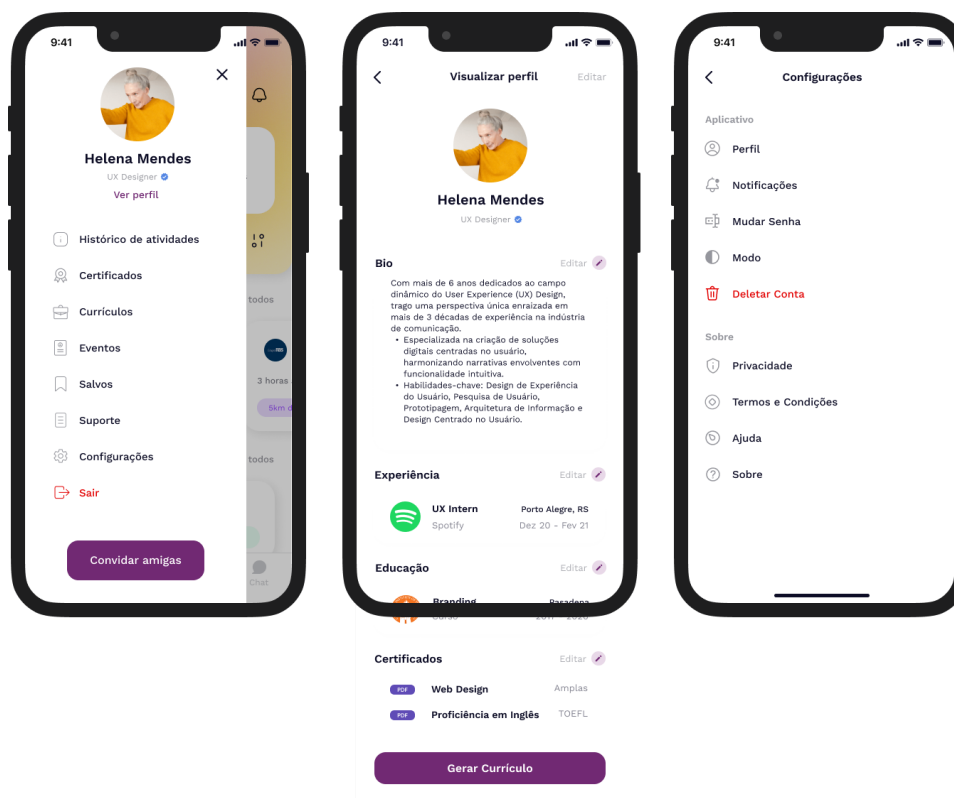
Fonte: Autora (2023)

#### 4.7.8 Perfil

É possível acessar o perfil a partir das três áreas principais do aplicativo: Vagas, Comunidade Amplas e Conteúdos. Em todas essas áreas, há um menu superior que permite acessar o perfil clicando na imagem de perfil à esquerda da tela. Ao clicar para acessar o perfil, ele desliza suavemente para a esquerda com um efeito de entrada suave conhecido como "move in". Esta área é composta por diversos elementos importantes que desempenham funções cruciais no contexto do aplicativo. Aqui, a usuária pode visualizar e editar suas informações de perfil como foto,

descrição e outras informações profissionais. Além disso, é possível acessar um histórico de atividades, como fóruns e interações na comunidade, visualizar seus certificados, gerenciar configurações de privacidade e notificações, bem como acessar recursos adicionais, como a seção de ajuda e suporte (Figura 45).

**Figura 45 - Páginas da área Perfil**



Fonte: Autora (2023)

## 4.8 PROTÓTIPO

A próxima fase engloba a criação de um protótipo interativo permitindo realizar o teste com as usuárias e a validação ou refutação das premissas (BANFIELD, LOMBARDO e WAX, 2016). A execução dessa etapa do projeto foi efetuada por meio da ferramenta Figma. É possível acessar o protótipo clicando [AQUI](#).

#### **4.8.1 Teste de usabilidade**

Para validação da interface foi conduzida um teste de usabilidade que envolveu o mapeamento das principais tarefas do sistema, conforme detalhado no apêndice F. O propósito do teste foi investigar os diversos caminhos que as usuárias podem seguir para cumprir as tarefas solicitadas, ao mesmo tempo em que avaliou a usabilidade da plataforma. A avaliação foi realizada com base nas heurísticas de Nielsen, priorizando a eficácia na conclusão das tarefas e a compreensão das mesmas por parte das usuárias.

Os testes foram conduzidos com base no protótipo de alta fidelidade e empregando a ferramenta Maze para condução remota. O Maze possibilita que o designer integre o protótipo, as tarefas a serem testadas e os caminhos considerados bem-sucedidos para cada tarefa, isso permite a identificação dos percursos percorridos pelas usuárias durante a conclusão das tarefas e oferece uma visão clara da eficácia em relação ao que foi previsto como o resultado esperado. A plataforma classifica as ações das usuárias como "Sucesso", "Sucesso Indireto" e "Desistência". A coleta de respostas foi de 24 usuárias para este projeto. O recrutamento das participantes foi realizado através da rede de contatos da autora, com foco na faixa etária acima de 50 anos.

Com base nos resultados do teste de usabilidade do aplicativo Amplas, conclui-se que a maioria das participantes teve uma experiência geralmente satisfatória no aplicativo, as participantes conseguiram concluir a maioria das tarefas atribuídas, embora tenham sido identificadas algumas oportunidades para tornar certas atividades mais eficientes. As telas utilizadas no teste não foram as de primeiro acesso, que possuem ferramenta de auxílio no uso do aplicativo, o que causou dificuldade inicial para realização de algumas tarefas iniciais. Isso reforça a importância de orientar a usuária em relação as features e modos de navegação do aplicativo.

As avaliações na escala de 1 a 10 também forneceram uma visão geral de satisfação com a usabilidade, com a maioria das avaliações situando-se em uma faixa positiva.

## **5. CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Os conteúdos e processos abordados durante o desenvolvimento deste projeto evidenciaram de maneira contundente a forte interseção do Design com questões sociais e a eficácia das ferramentas colaborativas no enfrentamento dessas questões. Embora tenham ocorrido avanços significativos no âmbito do movimento feminista, a discussão sobre igualdade de gênero continua sendo de extrema relevância. Além disso, a interseção das questões de gênero, idade e trabalho é um tema relevante atualmente e a análise das necessidades e peculiaridades desse público revela-se imperativa.

O trabalho até esta etapa representa uma contribuição significativa para a melhoria da qualidade de vida profissional e pessoal de mulheres em processo de envelhecimento. A plataforma desenvolvida apresenta um avanço notável na concepção do trabalho na fase madura, desempenhando também um papel importante na conscientização dos empregadores sobre essa demografia. A relevância deste projeto é multifacetada, abrangendo a promoção da igualdade de gênero, a melhoria das condições de trabalho para mulheres maduras, o incentivo à aprendizagem contínua e o fomento de uma rede de apoio.

A metodologia principal adotada, o Design Centrado no Humano (HCD), incorporado a ferramentas complementares, mostrou-se apropriada devido à sua abrangência de processos, permitindo flexibilidade ao longo do desenvolvimento. A revisão teórica proporcionou um entendimento aprofundado do público-alvo e de suas relações com a tecnologia. A análise de plataformas similares revelou as soluções existentes e oportunidades ainda não exploradas. Entrevistas com as usuárias delimitaram o escopo do projeto e identificaram os principais desafios enfrentados por essas usuárias, enquanto entrevistas com especialistas acrescentaram perspectivas do mercado em relação ao público-alvo. A pesquisa, por fim, permitiu a aplicação de conhecimentos em Design Visual na construção do projeto, empregando ferramentas como arquitetura da informação, wireframes, identidade visual e prototipação.

Apesar de certas limitações encontradas na fase final do teste de usabilidade, como a adaptação inicial à plataforma online Maze, que resultou em uma taxa moderada de desistência e aumento do tempo gasto nas tarefas, observou-se que, com o tempo, as tarefas se tornaram mais acessíveis à medida que os participantes se familiarizaram com a plataforma e o projeto em si. O feedback das usuárias após a conclusão dos testes de usabilidade indica um alto potencial de adesão dos profissionais da área ao projeto.

Em conclusão, este trabalho representa uma contribuição importante ao lançar luz sobre a interseção das questões de gênero, idade e trabalho, bem como ao fornecer uma opção para as necessidades das mulheres maduras em busca de desenvolvimento profissional e pessoal. A relevância deste projeto é evidenciada pela sua capacidade de incentivar a igualdade de gênero no ambiente de trabalho contribuindo para a discussão acerca da emergência de novos arranjos de trabalho que permitam maior equidade.

Considerando essas reflexões, os próximos passos para a evolução deste projeto envolvem aprofundar o enfoque no feminismo interseccional, levando em consideração variáveis como raça e identidade de gênero. Além disso, há a necessidade de aprimorar a usabilidade e acessibilidade da plataforma, o que pode ser realizado por meio de testes presenciais com as usuárias, proporcionando uma abordagem mais completa e direcionada para atender às suas necessidades específicas.



## REFERÊNCIAS

- ARAÚJO, D. G.; BAZZO, W. A importância do trabalho na vida dos idosos. *Psicologia em Pesquisa*, v. 10, n. 1, p. 48-55, 2016.
- Banfield, E., Lombardo, C., & Wax, K. (2016). Design de experiência do usuário: princípios e práticas para a criação de produtos digitais. Novatec.
- BAXTER, Mike. Projeto de Produto: guia prático para o design de novos produtos. 2ed. São Paulo: Blucher, 2000.
- BERQUÓ, E.; GOLDANI, A. M. Mulheres brasileiras: um perfil demográfico. São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1999. p. 302.
- CAMARANO, A. A. (2001). O idoso brasileiro no mercado de trabalho. Textos para Discussão – Diretoria de Estudos Sociais do IPEA, 830, 1415-4765.
- Carr, E., Hagger-Johnson, G., Head, J., Shelton, N., & Stafford, M. (2018). Working conditions as predictors of retirement intentions and exit from paid employment: a 10-year follow-up of the English Longitudinal Study of Ageing. *European Journal of Ageing*, 15(1), 73-82.
- CARVALHO, M. C. B. N. M. de. O diálogo intergeracional entre idosos e crianças: projeto “Era uma Vez... atividades intergeracionais”. 2007. Dissertação (Mestrado em Serviço Social), Departamento de Serviço Social do Centro de Ciências Sociais, Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro.
- Charness, N., & Boot, W. R. (2019). *Designing Technology for Older Adults*. Oxford University Press.
- Chen, Y., & Schulz, P. J. (2016). The Effect of Information Communication Technology Interventions on Reducing Social Isolation in the Elderly: A Systematic Review. *Journal of medical Internet research*, 18(1), e18.
- COOPER, Alan; REIMANN, Robert; CRONIN, David. *About Face: The Essentials of Interaction Design*. 4ª edição. Editora Wiley, p. 116, 2014.
- DESIGN COUNCIL. The Double Diamond: A universally accepted depiction of the design process. 2015a. Disponível em: <https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/double-diamond-universally-accepted-depiction-design-process> Acesso em: 18 de fev. de 2023.

DESIGN COUNCIL. The Double Diamond: Framework for Innovation: Design Council's evolved Double Diamond. 2019. Disponível em: <https://www.designcouncil.org.uk/our-work/skills-learning/tools-frameworks/framework-for-innovation-design-councils-evolved-double-diamond/> Acesso em: 18 de fev. de 2023.

Diener, E. (2000). Subjective well-being: The science of happiness and a proposal for a national index. *American Psychologist*, 55(1), 34-43.

Esteban, M. T., Domínguez, M. Á. P., & Cañón, A. M. A. (2020). Ageísmo: um estudo exploratório em idosos em Bogotá-Colômbia. *Revista Kairós Gerontologia*, 23(2), 73-90.

FARAH, M. F. S. Gênero e políticas públicas. *Cadernos de Pesquisa*, São Paulo, n. 117, p. 115-136, mar. 2004.

Fernandes, M. H., Leite, L. R., Vieira, L. F., Campos, M. T. F. S., Carvalho, M. C. S., & Marinho, M. E. S. (2019). Menopausa e qualidade de vida no trabalho: reflexões para a prática em enfermagem. *Revista Brasileira de Enfermagem*, 72(1), 259-265.

Fineman, M. A. (2014). The Vulnerable Subject: Anchoring Equality in the Human Condition. *Yale Journal of Law & Feminism*, 26(2), 1719-1738.  
Lei n. 8.842 de 4 de janeiro de 1994. Dispõe sobre a Política Nacional do Idoso. Disponível em: [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/leis/L8842.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/L8842.htm). Acesso em 02 Mar 2023.

FRIAS, C. E., CARAMASCHI, S., & LIMA, R. (2014). Qualidade de vida, atividade física e trabalho em idosos de municípios do Estado do Rio de Janeiro, Brasil. *Ciência & Saúde Coletiva*, 19(8), 3505-3514. doi: 10.1590/1413-81232014198.07922014

Fuad-Luke, A. (2009). *Design activism: beautiful strangeness for a sustainable world*. London, UK: Earthscan. p. 152.

GARRETT, Jesse James. *The Elements of User Experience*. 2ª edição. Editora New Riders, 2011.

Gruenewald, T.L. & Seeman, T.E. (2010). Social Connections and Aging. In: Schaie, K.W., & Willis, S.L. (Eds.). *Handbook of the Psychology of Aging* (7th ed., pp. 427-453). San Diego: Elsevier.

GOLDANI, A M. Mulheres e envelhecimento: desafios para novos contratos intergeracionais e de gênero. In: CAMARANO, A. A. (Org.). Muito além dos 60 os novos idosos brasileiros. Rio de Janeiro: IPEA. 1999. p. 75-113.

Gordon, J.R., & Whelan, C.B. (1998). Women and aging: Transcending the myths. Springer Publishing Company.

Governo Federal do Brasil. Confira as principais mudanças da Nova Previdência. Disponível em:  
<https://www.gov.br/inss/pt-br/assuntos/noticias/confira-as-principais-mudancas-da-nova-previdencia>. Acesso em 20 Mar. 2023.

Greller, M. M., & Simpson, C. G. (1999). Age, job complexity, and job satisfaction. *Journal of Business and Psychology*, 13(3), 371-389.

IBGE, 2018. 12 p. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua; Telefone celular; Televisão digital; Disponível em:  
[https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101794\\_informativo.pdf](https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv101794_informativo.pdf). Acesso em 02 Mar 2023.

IBGE. Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua - PNAD Contínua. Rio de Janeiro: IBGE, 2021. Disponível em:  
<https://www.ibge.gov.br/estatisticas/sociais/trabalho/9173-pesquisa-nacional-por-amostra-de-domicilios-continua-trimestral.html?=&t=downloads>. Acesso em: 22 fev. 2023.

IBGE. (2022). Síntese de indicadores sociais 2022. Rio de Janeiro: IBGE. Disponível em:  
<https://www.observatoriodasmetropoles.net.br/wp-content/uploads/2022/12/sintese-indicadores-sociais-ibge-2022.pdf>. Acesso em 07 Mar. 2023.

ISO. (2018). ISO 9241-171:2018 Ergonomics of human-system interaction -- Part 171: Guidance on software accessibility. International Organization for Standardization.

Kachar, V. (2001). Longevidade: Um novo desafio para a educação. São Paulo: Cortez

KAPLAN, Kate. Brand is Experience in the Digital Age. Disponível em:  
<https://www.nngroup.com/articles/brand-experience-ux/>

Katz, S., & Calasanti, T. (2015). Critical perspectives on aging: The political and moral economy of aging. Routledge.

KNAPP, Jake. The Three-Hour Brand Sprint: GV's Simple Recipe For Getting Started On Your Brand. GV Library, mar., 2017. Disponível em: <https://library.gv.com/the-three-hour-brand-sprint-3ccabf4b768a>

Kooij, D. T., De Lange, A. H., Jansen, P. G., Kanfer, R., & Dijkers, J. S. (2017). Age and work-related motives: Results of a meta-analysis. *Journal of Organizational Behavior*, 38(5), 698-725.

Kumar, Vijay. 101 Design Methods: A Structured Approach for Driving Innovation in Your Organization. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons Inc., 2013.

Lima-Costa, M. F., & Peixoto, S. V. (2014). Tendências da feminização do envelhecimento no Brasil: uma análise regional. *Ciência & Saúde Coletiva*, 19(8), 3533-3540.

LOURENÇO, R. P. et al. (2018). A reforma previdenciária e o mercado de trabalho para pessoas com mais de 50 anos: impactos e desafios. Brasília: IPEA.

MACEDO, T. H. et al. Participação social e qualidade de vida na terceira idade: um estudo em Belo Horizonte (MG). *Revista Brasileira de Geriatria e Gerontologia*, v. 21, n. 5, p. 585-597, 2018.

MARTINS, M. F. Trabalho na velhice: a continuidade laboral e as percepções da velhice. 2014. 90 f. Dissertação (Mestrado em Psicologia) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.

MENEZES, R. L., SILVA, L. A., MENEZES, T. N., MOTA, J. A. C., JUNIOR, A. J. G., & MATOS, K. S. (2016). A qualidade de vida no trabalho de idosos no mercado de trabalho brasileiro. *Revista Brasileira de Geriatria e Gerontologia*, 19(4), 655-664. doi: 10.1590/1809-9823.2016.15192

MURAKAMI, G. K. S. Desigualdades de gênero no mercado de trabalho brasileiro: uma análise a partir da PNAD Contínua. *Revista Economia e Desenvolvimento*, Curitiba, v. 30, n. 1, p. 157-177, 2019

Moore, S. (2009). Older women: The invisible ageist targets. *Generations*, 33(3), 38-44.

Morville, P., & Rosenfeld, L. (2006). Information architecture for the World Wide Web. O'Reilly Media.

Resmini, A., & Rosati, L. (2011). *Pervasive Information Architecture: Designing Cross-channel User Experiences*. Morgan Kaufmann.

Rosenfeld, L., & Morville, P. (1998). *Information architecture: For the Web and beyond*. O'Reilly Media.

NASCIMENTO, A.J.R.; RABÊLO, F.C.E. Memória e envelhecimento: narrativas sobre questões de gênero e do mundo do trabalho. *Sociedade e Cultura*, v.11, n.2, 2008.v

Nielsen, J., & Norman, D. (2014). *Usability engineering*. Morgan Kaufmann.

Nielsen, J. (1994). Heuristic evaluation. In *Usability Inspection Methods* (pp. 25-62). John Wiley & Sons.

Nielsen, J., & Molich, R. (2010). Ten usability heuristics. *Communications of the ACM*, 53(9), 91-99.

NICODEMO, D.; GODOI, M. P. Juventude dos anos 60-70 e envelhecimento: estudo de casos sobre feminização e direitos de mulheres idosas. *Rev. Ciênc. Ext.* v.6, n.1, p.41-43, 2010.

Norman, D. A. (2013). *The Design of Everyday Things: Revised and Expanded Edition*. Basic Books.

OMS, 2005. p.13. Envelhecimento ativo: uma política de saúde; Disponível em: [https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/envelhecimento\\_ativo.pdf](https://bvsmms.saude.gov.br/bvs/publicacoes/envelhecimento_ativo.pdf). Acesso em 27 Fev 2023.

Organização Mundial da Saúde. (1993). The world health organization quality of life assessment (WHOQOL): Position paper from the world health organization. *Social Science & Medicine*, 41(10), 1403-1409.

Organização Mundial de Saúde. *Relatório Mundial de Envelhecimento e Saúde*. Genebra: OMS; 2015

Organização Mundial da Saúde (2021). *Envelhecimento e Saúde*. Disponível em: <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/envelhecimento-e-saude> . Acesso em 27 Fev 2023.

Peslak, A. R., & Ceccucci, W. (2011). Designing user interfaces for an aging population: towards universal design. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 6, 139-154.

Park, D. C., & Reuter-Lorenz, P. (2009). The adaptive brain: aging and neurocognitive scaffolding. *Annual review of psychology*, 60, 173-196.

Pasqualotti, A., & Both, A. (2008). Pessoa idosa, tecnologias de comunicação e interação e educação permanente: Um encontro esperado, um fato possível. In A. J. Ferreira (Orgs.), *Inclusão digital de idosos: A descoberta de um novo mundo*. Porto Alegre: Edipucrs.

SANTOS, N.M. PERMANÊNCIA DE IDOSOS NO TRABALHO: Fatores estruturais e psicossociais. Brasília: UnB. 2016

SANTOS, E. A. et al. Influência de programas de atividade física na saúde de idosos. *Revista Brasileira de Geriatria e Gerontologia*, v. 19, n. 1, p. 145-155, 2016.

Shacklock, K., Brunetto, Y., & Nelson, S. (2009). Age and gender differences in job satisfaction. *Gender in Management: An International Journal*, 24(1), 7-28.

Stone, D. L. & Tetrick, L. E. (2013). Understanding and facilitating age diversity in organizations. *Journal of Managerial Psychology*, 28(7/8), 725-728.

Telmachuk MSL. Sentidos do trabalho para idosos em exercício profissional remunerado [Dissertação]. Florianópolis: Universidade Federal de Santa Catarina; 2005

UNITED NATIONS. Department of Economic and Social Affairs: World Population Prospects 2022, 2022. Disponível em: <https://population.un.org/wpp/Graphs/Probabilistic/POP/60plus/900>. Acesso em 10 fev. 2023.

VASCONCELOS, L. F. et al. Impact of Functional Independence on Quality of Life in the Elderly. *International Journal of Health Sciences*, v. 8, n. 2, p. 167-173, 2020.

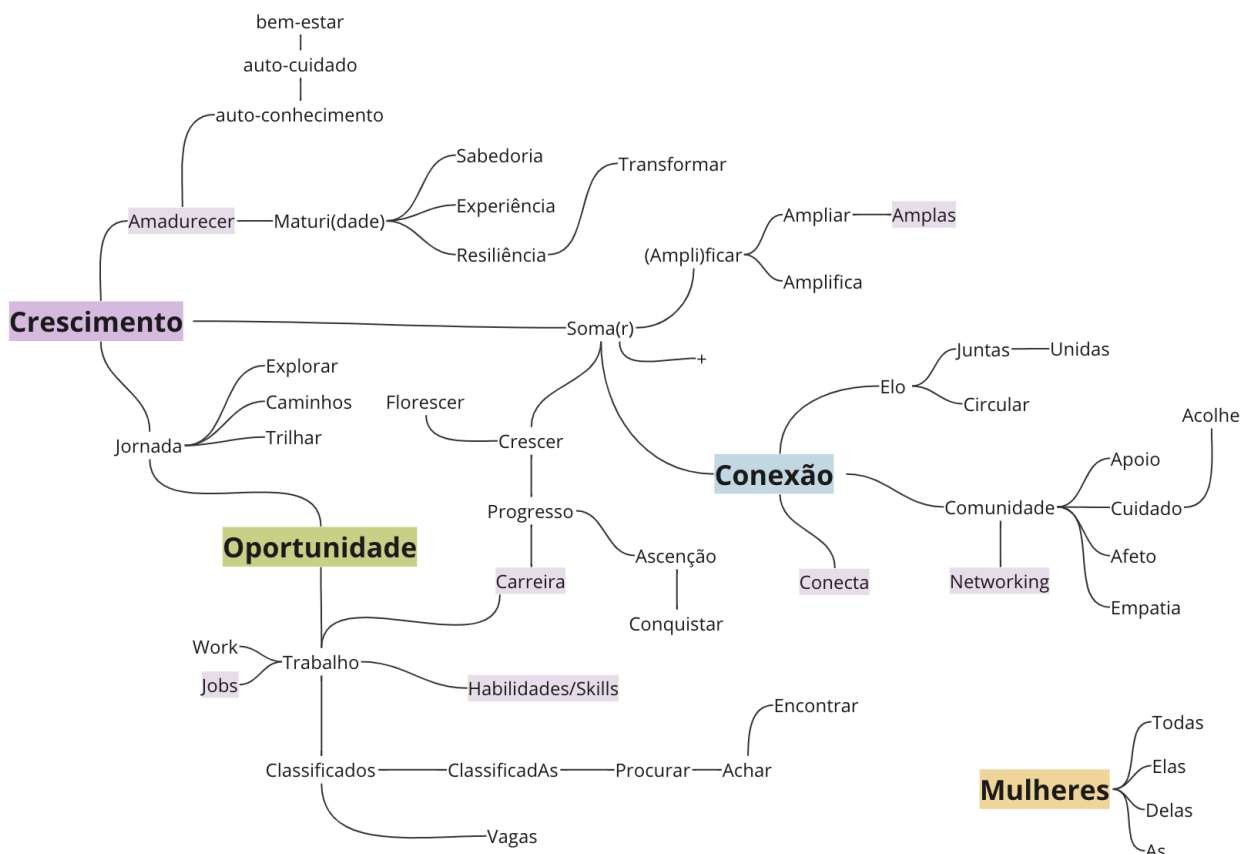
United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. (2019). *World Population Ageing 2019 (ST/ESA/SER.A/444)*.

WHEELER, A. *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. 4ª edição. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2017.

World Wide Web Consortium (W3C). (2018). Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) Overview. Disponível em: <https://www.w3.org/WAI/standards-guidelines/wcag/>. Acesso em 17 Mar. 2023.

## APÊNDICE A – Mapa Mental Relacionado ao Conceito

Figura 46: Mapa Mental Relacionado ao Conceito

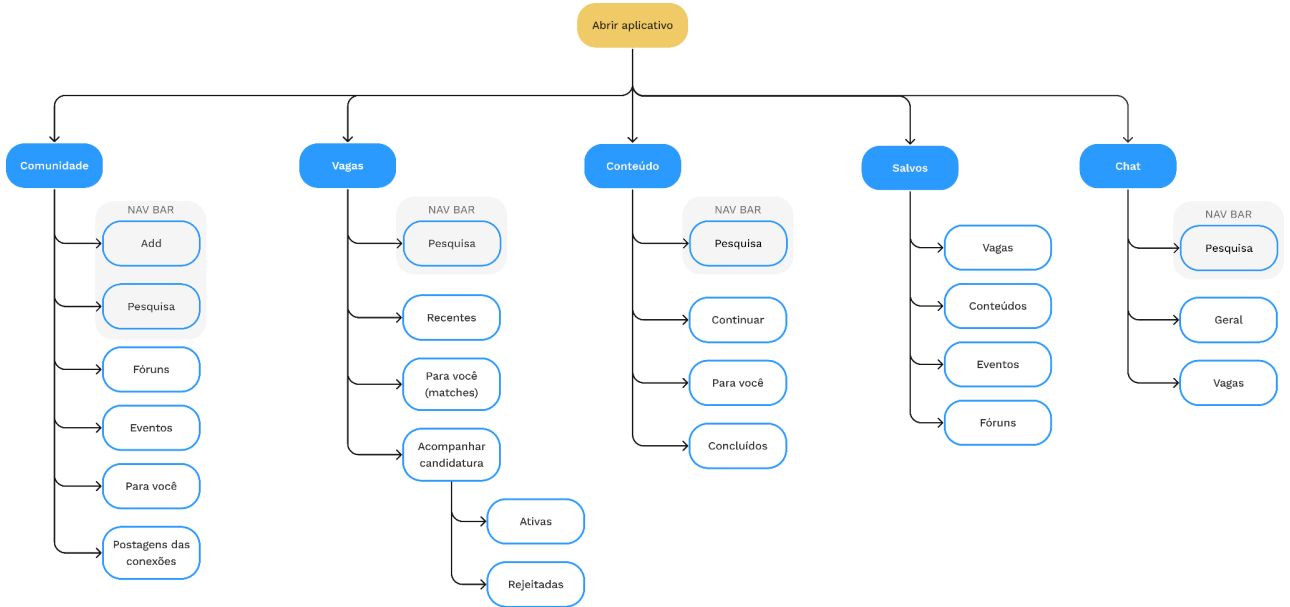


Fonte: Autora (2023)



## APÊNDICE B – Fluxo do usuário

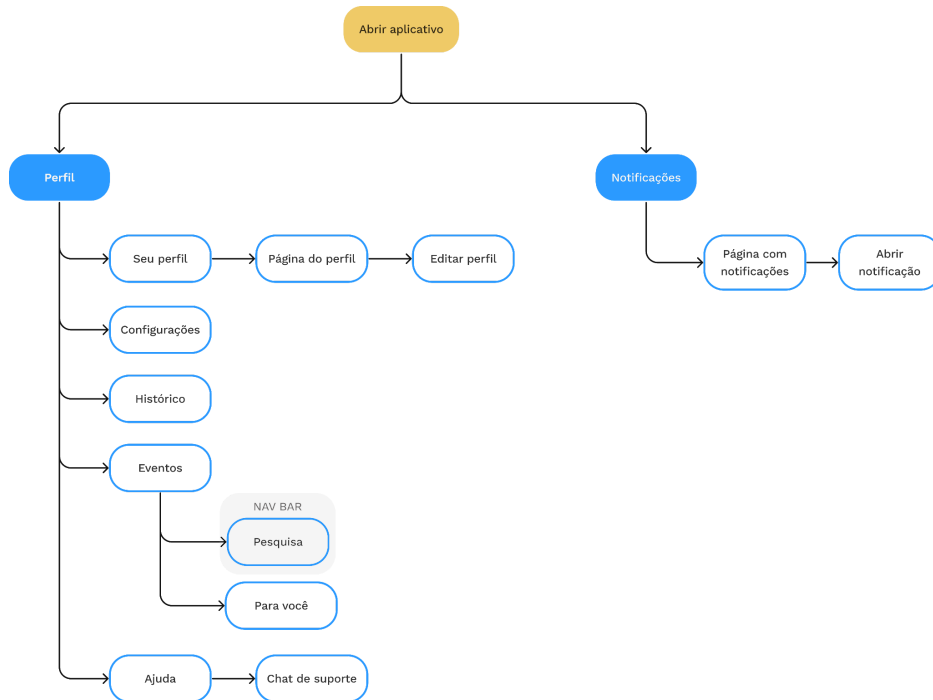
Figura 47: Fluxo do usuário



Fonte: Autora (2023)

## APÊNDICE C – Fluxo do usuário II

Figura 48: Fluxo do usuário II

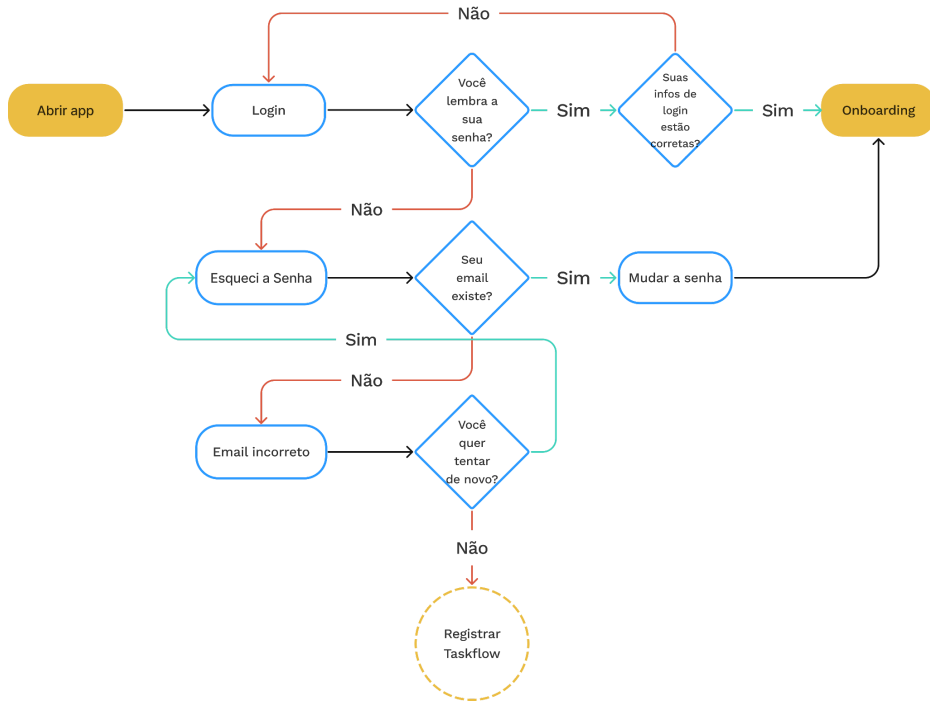


Fonte: Autora (2023)

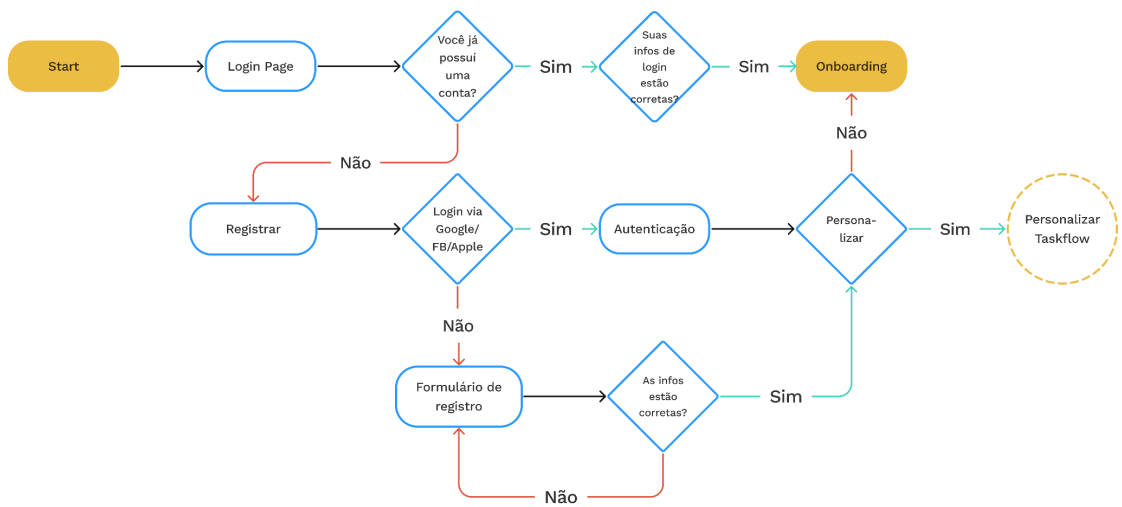
## APÊNDICE D – Taskflows

Figura X: Taskflows

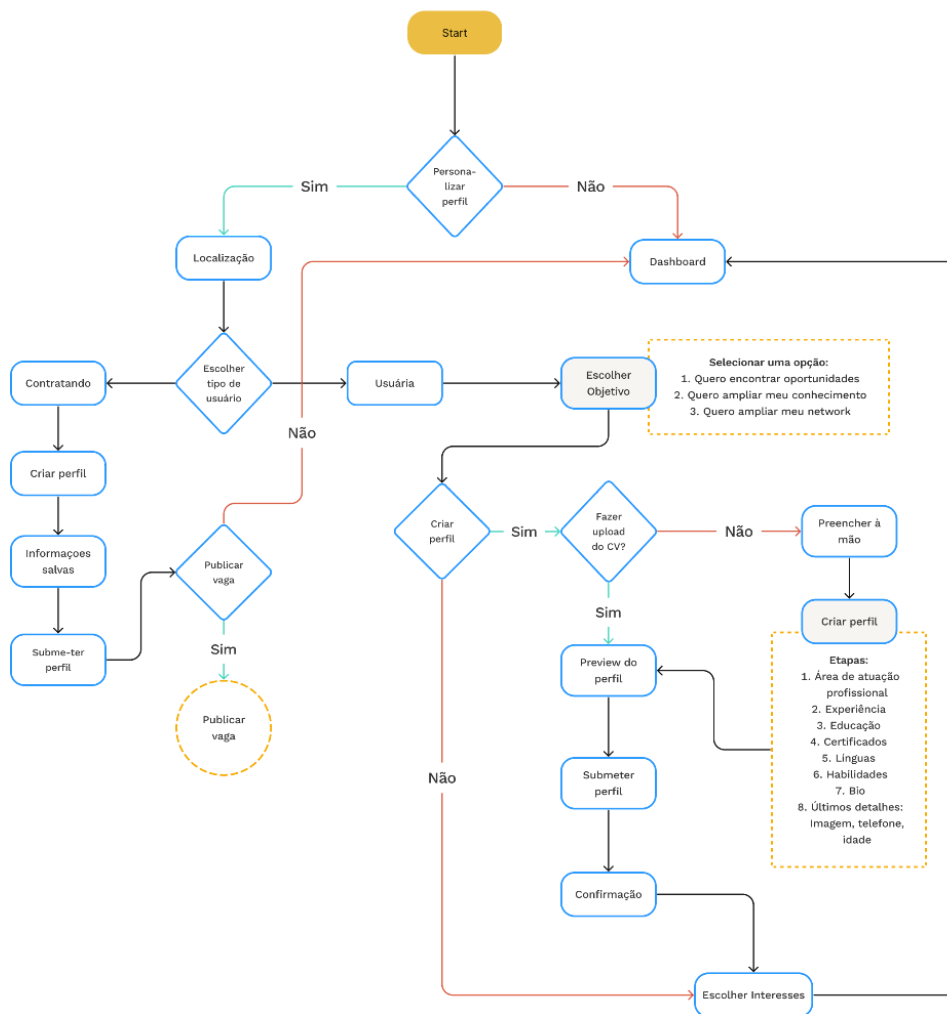
### Taskflow inicial - Login



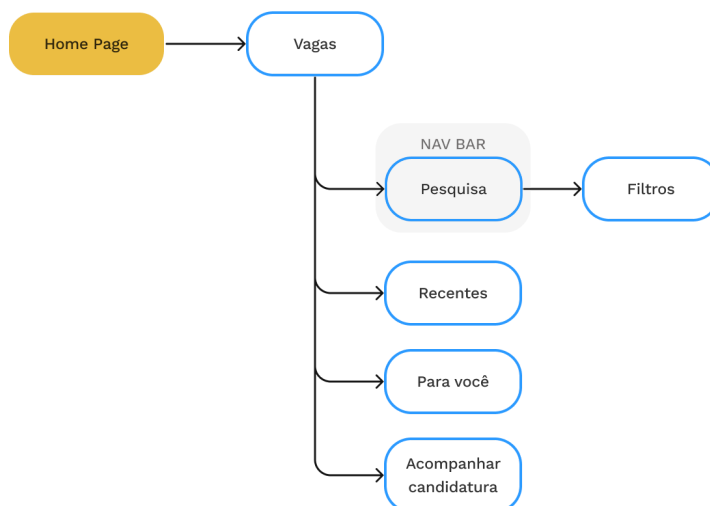
### Taskflow inicial - Registrar



### TaskFlow inicial - Personalizar



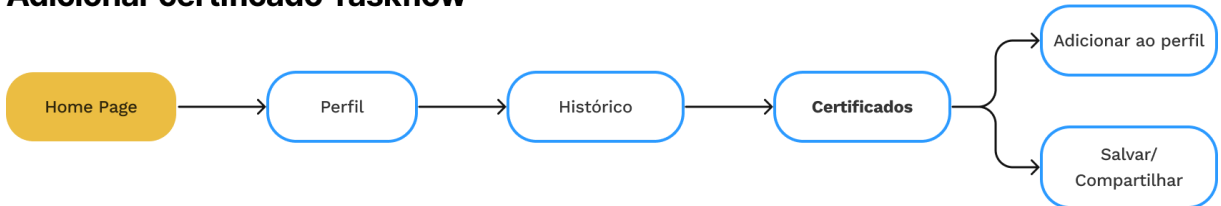
### Procurar vagas Taskflow



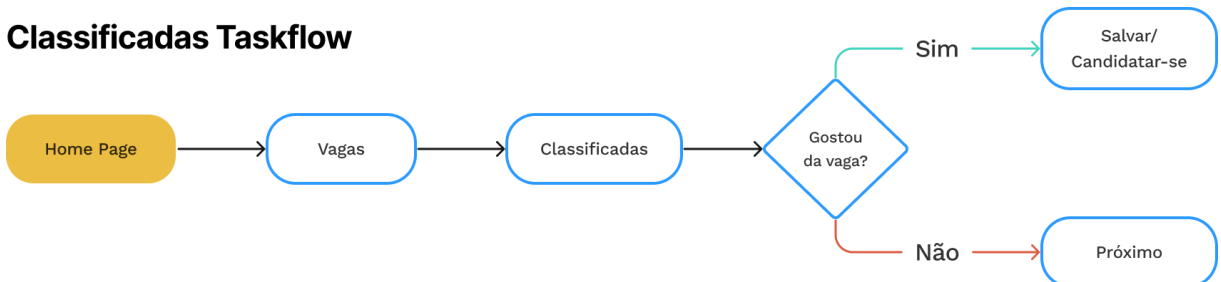
### Candidatar-se Taskflow



### Adicionar certificado Taskflow



### Classificadas Taskflow



## APÊNDICE E – Teste de Usabilidade

- 1) **Salve uma vaga de emprego:** Encontre uma vaga de emprego que lhe interesse e teste a função de salvar vaga.
- 2) **Inscriva-se na vaga salva:** Agora, vá até a vaga que você salvou e realize o processo de inscrição.
- 3) **Veja suas candidaturas em andamento:** Confira onde você pode encontrar informações sobre suas candidaturas atuais.
- 4) **Acesse a comunidade Amplas e veja um conteúdo:** Explore a seção da comunidade e encontre um conteúdo que lhe interesse.
- 5) **Faça um post na comunidade Amplas:** Adicione um fórum na comunidade.
- 6) **Salve um evento:** Procure um evento que chame sua atenção e teste a função de salvar eventos.

- 7) Adicione o evento salvo no seu calendário:** Agora, adicione o evento que você salvou no calendário do seu dispositivo.
- 8) Veja quantos certificados você possui acessando o seu perfil:** Vá até o seu perfil e encontre onde você pode verificar seus certificados.