



**UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS APLICADAS E EDUCAÇÃO
CURSO DE BACHARELADO EM DESIGN**

MARCELA BANDEIRA FERRAZ

**INTERFACE DIGITAL PARA EXPOSIÇÃO DO DESIGN GRÁFICO DE COMPACT
DISCS (CDs) DO MOVIMENTO PERNAMBUCANO MANGUEBEAT**

RIO TINTO

2024

MARCELA BANDEIRA FERRAZ

**INTERFACE DIGITAL PARA EXPOSIÇÃO DO DESIGN GRÁFICO DE
COMPACT DISCS (CDs) DO MOVIMENTO PERNAMBUCANO MANGUEBEAT**

Trabalho de Conclusão de Curso submetido
ao Curso de Design da Universidade
Federal da Paraíba como parte dos
requisitos para obtenção do grau em
Bacharel em Design.

Orientador: Prof. Dr. Renato Fonseca
Livramento da Silva

RIO TINTO

2024

Catálogo na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

F381i Ferraz, Marcela Bandeira.

Interface digital para exposição do design gráfico de compact discs (CDs) do movimento pernambucano Mangubeat / Marcela Bandeira Ferraz. - Rio Tinto, 2024.

75 f. : il.

Orientação: Renato Fonseca Livramento da Silva.
TCC (Graduação) - UFPB/CCAIE.

1. Design. 2. Interface digital. 3. Acesso à informação. 4. Contracultura pernambucana. 5. Mangubeat. I. Silva, Renato Fonseca Livramento da. II. Título.

UFPB/CCAIE

CDU 7.012:004.273



UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS APLICADAS E
EDUCAÇÃO CURSO DE BACHARELADO EM
DESIGN

MARCELA BANDEIRA FERRAZ

INTERFACE DIGITAL PARA EXPOSIÇÃO DO DESIGN GRÁFICO DE
COMPACT DISCS (CDs) DO MOVIMENTO PERNAMBUCANO MANGUEBEAT

O presente Trabalho de Conclusão do Curso de Bacharelado em Design da Universidade Federal da Paraíba foi avaliado em defesa pública no dia 03 de Maio de 2024 e aprovado pela banca examinadora composta pelos seguintes membros:

Documento assinado digitalmente
gov.br RENATO FONSECA LIVRAMENTO DA SILVA
Data: 13/05/2024 11:39:00-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Prof. Dr. Renato Fonseca Livramento da Silva
Orientador(a), Presidente da Banca

Documento assinado digitalmente
gov.br LEANDRO LOPES PEREIRA
Data: 10/05/2024 17:06:24-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Prof. Dr. Leandro Lopes
Pereira
Membro Examinador Interno

Documento assinado digitalmente
gov.br ANGELICA DE SOUZA GALDINO ACIOLY
Data: 13/05/2024 10:24:12-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Profa. Dra. Angélica de Souza Galdino
Acioly Membro Examinador Interno

RIO TINTO, PB
Maio/2024

Dedico àqueles que vêm me apoiando ao longo da vida. Em especial, ao meu avô Edmundo (*in memoriam*) por ter despertado o meu amor à cultura.

AGRADECIMENTOS

Ao todo corpo docente do curso de Design, cuja dedicação e expertise foram fundamentais para o meu desenvolvimento ao longo dessa jornada acadêmica. Em especial, as professoras Louise Brasileiro, Angélica Acioly, Luciene Lehmkuhl e Myrla Torres. Seus ensinamentos e orientações deixaram uma marca inegável em minha formação.

A banca avaliadora, o professor Leandro Lopes e a professora Angélica Acioly por aceitarem o convite de fazer parte do enriquecimento deste projeto.

Ao professor Renato, por ter aceitado ser meu orientador e me apoiado durante todo o processo. Sua sabedoria e incentivo foram fundamentais para a construção deste trabalho.

Aos meus pais, Mônica e Marcelo, por terem me dado a vida, o amor e apoio incondicional. Eles me fizeram ser quem sou hoje. Aos meus irmãos, Aline e João, por terem me mostrado parceria e encorajamento durante todo esse processo e durante toda a vida.

A minha companheira, Laricia, que foi minha base sólida durante diferentes jornadas pessoais e profissionais. Esse trabalho é o reflexo do amor, apoio e inspiração que você trouxe para mim.

Aos amigos, João e Mylena, por terem mostrado que os momentos de descontração e divertimento são tão importantes como qualquer outro.

A todos que de alguma forma contribuíram para este trabalho, meu sincero agradecimento. Que este seja apenas o início de uma jornada de descobertas, aprendizados e realizações.

RESUMO

Os produtos digitais desempenham um papel importante no acesso à informação e à cultura, oferecendo oportunidades de interação *online*, democratização do conhecimento e valorização cultural. Por outro lado, mesmo havendo um movimento crescente de instituições culturais, no sentido de disponibilizar seus acervos digitais no formato de acesso aberto na *web*, ainda há uma escassez de conteúdos dessa natureza. Dessa forma, este trabalho teve como objetivo geral, propor uma interface digital para acesso aos conteúdos da produção musical da contracultura pernambucana nos anos 1990, o Mangubeat. O movimento mesclou diferentes referências regionais e internacionais com letras musicais que abordam temas sociais, políticos e econômicos, destacando a resistência e identidade do local. A metodologia aplicada no desenvolvimento deste projeto utilizou referências do *Design Thinking*, passando por fases de imersão onde foram realizados levantamentos sobre o uso da tecnologia digital no Brasil, acesso à informação, à cultura e ao movimento Mangubeat, além de identificar e analisar concorrentes. Na fase de análise e síntese foram utilizadas ferramentas para identificação e caracterização do público-alvo, para aproximar o produto dos potenciais usuários. Em seguida, na fase de ideação, foram criadas soluções conforme o contexto do problema e identificada a melhor solução. Na última fase, a ideia selecionada foi prototipada em baixa e alta fidelidade. Com a conclusão das etapas mencionadas, o objetivo geral do projeto foi alcançado por meio da construção de uma interface digital intitulada 'Manguetown' que apresenta a discografia do movimento e suas características.

Palavras-chave: Design; Interface digital; Acesso à informação; Contracultura pernambucana; Mangubeat.

ABSTRACT

Digital products play an important role in access to information and culture, offering opportunities for *online* interaction, democratization of knowledge and cultural appreciation. On the other hand, even though there is a growing movement by cultural institutions to make their digital collections available in open access format on the *web*, there is still a shortage of content of this nature. The general aim of this work was to propose a digital interface for accessing the contents of the musical production of Pernambuco's counterculture in the 1990s, Mangubeat. The movement mixed different regional and international references with musical lyrics that addressed social, political and economic issues, highlighting local resistance and identity. The methodology applied in the development of this project used *Design Thinking* references, going through immersion phases where surveys were carried out on the use of digital technology in Brazil, access to information, culture and the Mangubeat movement, as well as identifying and analyzing competitors. In the analysis and synthesis phase, tools were used to identify and characterize the target audience, in order to bring the product closer to potential users. Then, in the ideation phase, solutions were created according to the context of the problem and the best solution was identified. In the last phase, the selected idea was prototyped in low and high fidelity. With the conclusion of the aforementioned stages, the overall objective of the project was achieved through the construction of a digital interface entitled 'Manguetown' that presents the movement's discography and its characteristics.

Keywords: Design; Digital interface; Access to information; Pernambuco counterculture; Mangubeat.

TABELA DE FIGURAS

Figura 1 - Tela de Preço da Uber	17
Figura 2 - Livro 'Ilustração e Artes Gráficas'	19
Figura 3 - Frevo: patrimônio cultural imaterial do Brasil	21
Figura 4 - Ilustração do original manifesto "Caranguejos com cérebro"	22
Figura 5 - Banda Nação Zumbi nos anos 1990	23
Figura 6 - Capa do cd Mundo Livre S/A - Samba Esquema Noise	24
Figura 7 - Equilíbrio do design thinking	25
Figura 8 - Fluxograma do projeto	26
Figura 9 - Fluxograma da fase 1: Imersão	26
Figura 10 - Fluxograma da fase 2: Análise e síntese	27
Figura 11 - Fluxograma da fase 3: Ideação	29
Figura 12 - Fluxograma da fase 4: Prototipação	30
Figura 13 - Análise Paramétrica	33
Figura 14 - Mapa Conceitual	34
Figura 15 - Moodboard do público-alvo	35
Figura 16 - Personas	36
Figura 17 - Mapa de Empatia da persona Clarice	37
Figura 18 - Mapa de Empatia da persona Ícaro	38
Figura 19 - Jornada das personas	39
Figura 20 - Moodboard: Design Gráfico Anos 90	40
Figura 21 - Moodboard: Pôsteres Brasileiros	41
Figura 22 - Moodboard: Capas de CDs do Manguebeat	42
Figura 23 - Brainstorming de tipografias e cores	43
Figura 24 - Elementos escolhidos	43
Figura 25 - Brainstorming da interface	44
Figura 26 - Matriz de Posicionamento	44
Figura 27 - Estrutura da Interface	45
Figura 28 - Protótipo em Baixa Fidelidade	46
Figura 29 - Menu e banner da página 'Home'	47
Figura 30 - Protótipo em Alta Fidelidade	47
Figura 31 - Prototipação no Figma	48
Figura 32 - Momento da aplicação do teste	49
Figura 33 - Respostas da Seção 1: Perfil Sociodemográfico	50
Figura 34 - Respostas da Seção 2: Estrutura de Interface	51
Figura 35 - Respostas da Seção 3: Aspecto Formal da Interface	52
Figura 36 - Comentários sobre Estrutura e Aspecto Formal da Interface	53
Figura 37 - Página de 'Home' com botão de "Ver agora a discografia"	54
Figura 38 - Página de 'CDs' com botão de voltar	54

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

DI — Design da Informação

TIC — Tecnologia da Informação e da Comunicação

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

PL — Projeto de Lei

DCU – Design Centrado no Usuário

UCD – *User Centered Design*

OP — *Open Access*

IBGE — Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

SIIC — Sistema de Informações e Indicadores em Cultura

SUMÁRIO

1 Introdução	12
1.1 Contextualização	12
1.2 Objetivos	14
1.3 Justificativa	14
2 Fundamentação teórica	15
2.1 Design e Tecnologia	15
2.2 O acesso aberto à informação e à cultura	17
2.3 Design Gráfico e Manifestações culturais	19
3 Procedimentos metodológicos	24
3.1 Caracterização do projeto	24
3.2 Procedimentos técnicos	25
4. Resultados e Discussões	31
4.1 Imersão	31
4.2 Análise e síntese	34
4.3 Ideação	39
4.4 Prototipação	45
5. Considerações finais	55
Referências	56
Apêndice A — Página de ‘Home’	62
Apêndice B – Página de ‘CDs’	63
Apêndice C – Página de ‘Recife ‘90’	64
Apêndice D – Página de ‘Movimento’	65
Apêndice E – Página de ‘Artistas’	66
Apêndice F – Página de ‘Fotos’	67
Apêndice G – Página de ‘Sobre’	68
Apêndice H – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido	69
Apêndice I – Questionário de Teste de Uso	71

1 Introdução

1.1 Contextualização

Na contemporaneidade, o design digital surge como uma disciplina que associa o desenvolvimento de interfaces junto aos usuários e à tecnologia, promovendo uma triangulação multidisciplinar entre o design, a tecnologia e a experiência do usuário (Guerra, Terce, 2019). Guerra e Terce (2019) continuam seu pensamento, definindo o designer habituado ao ambiente digital como alguém que busca combinar a estruturação de conteúdo com o visual gráfico adaptado às telas.

As transformações desses conteúdos são consideradas 'infoprodutos' e podem se apresentar em diferentes formatos, como aplicativos para smartphones e tablets, sites e até livros eletrônicos (Machado, 2018). Os infoprodutos se tornam materiais de informação que são desenvolvidos e distribuídos de forma paga ou gratuita nos formatos digitais.

Uma das formas de unir o visual gráfico e o bom uso e estruturação de materiais de informação utilizados nesses produtos é por meio do Design da Informação (DI). Segundo a Sociedade Brasileira de Design da Informação (2002), o design de informação é responsável por equacionar contextos, planejamentos, produções e interfaces gráficas de informação junto ao público-alvo. Com isso, o princípio básico do DI é otimizar o processo de compreensão das informações, tornando-as mais acessíveis.

Essas interfaces gráficas junto à informação possibilitam uma maior capacidade de interação entre o usuário e o ciberespaço do *world wide web*, possibilitando novas descobertas (Cardoso, 2012). Dessa forma, o digital começa a ter um papel social fundamental, uma vez que facilita a comunicação mediante processos de percepção, leitura, compreensão, memorização e o uso da informação apresentada, transmitindo de forma clara e objetiva o conhecimento (Frascara, 2011).

O indivíduo que participa dessa construção coloca em prática habilidades, conhecimentos e atitudes para resolver problemas e oportunidades a partir da interação eficaz com a informação (Díaz, 2008). Para ser competente nessa área, é necessário entender a necessidade da informação e ser capaz de identificar

recursos disponíveis para explorar conteúdos, compreendendo a informação disposta e identificando a sua relevância (Abell et al., 2004).

Esse cenário digital e informacional reforça o conceito de democratização da informação referida por Norberto Bobbio na sua obra “O futuro da democracia - Uma defesa das regras do jogo”. É dito que um processo democrático contém a participação do maior número possível de pessoas em determinado processo, e disso, a internet se torna um dos maiores meios de interação e se apoia em tecnologias emergentes como *Open Data*, *Open Hardware*, *Open Networks* e *Open Knowledge* (Junior, Spitz *apud* Bobbio, 2016).

Em conjunto a isso, os espaços do *world wide web* também abriram portas para a distribuição da cultura na internet. A cultura no âmbito digital passou a utilizar as tecnologias em prol do desenvolvimento social, chamados de Inovação Social Digital (Junior, Spitz, 2016). Esse processo de inovação é entendido como ideias, estratégias, produtos, serviços, entre outros que fortalecem relações e ações sociais (Mulgan, 2010).

Um dos exemplos de produtos que conseguem unir tais domínios são os acervos digitais de livre acesso. Disponibilizados por meio de plataformas digitais, sua importância vai da digitalização de coleções físicas à redescoberta das instituições de memória, possibilitando o fácil acesso e a inserção em novos contextos. O acervo digital atua como meio disseminador de bens culturais e serve de apoio para coleções físicas, ultrapassando barreiras e se tornando acessível a mais usuários (Martins, Dias, 2019).

Essa cultura vem de toda a existência humana de um povo que tem um papel de intermediar uma realidade, retratando histórias, conhecimentos, ideias ou crenças e sendo libertadora e transformadora (Patriota, 2002). Nesse contexto, o presente trabalho se encontra utilizando inspirações do livre acesso à informação e da importância da cultura para uma sociedade para contribuir de forma tangível para o acesso a conteúdos que foram e são referências.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo Geral

Propor uma interface digital para acesso a conteúdos da produção gráfica do campo musical da contracultura pernambucana nos anos 90.

1.2.2 Objetivos Específicos

- Levantar dados sobre o papel dos produtos digitais como facilitador de acesso à informação.
- Buscar referências da contracultura musical pernambucana.
- Criar protótipos de alta e baixa fidelidade de página *web*.

1.3 Justificativa

A escolha para o desenvolvimento deste trabalho, foi motivada pelos dados da TIC Cultura 2018³ (NIC.br) que diz que entre as instituições culturais que possuem acervos de suas obras, o percentual das que disponibilizam esse conteúdo no formato de acesso aberto na internet é baixo (Martins, Dias, 2019). Esse dado aliado ao pensamento de Misuko (2004), o qual diz que a formação humana se dá através da cultura, construindo percepções, referências e tradições, e ao interesse pessoal da autora quanto ao movimento contracultural Mangubeat faz com que surja a oportunidade do desenvolvimento do trabalho.

A Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural da UNESCO (Art. 5, pág.3, 2002) reitera o posicionamento desse projeto ao destacar que “os direitos culturais são parte integrante dos direitos humanos, que são universais, indissociáveis e interdependentes”. Ou seja, o desenvolvimento de um ambiente virtual para a transmissão de conhecimento estaria de acordo com essa declaração.

A presença cultural no âmbito digital serve como ferramenta para possíveis estudos e pesquisas, fortalecendo as organizações humanas e compartilhando conhecimento. Dessa forma, criar uma interface digital que tenha o propósito de disseminar informações sobre o movimento cultural Mangubeat assume um papel de mediador entre o conteúdo cultural e a sociedade.

2 Fundamentação teórica

2.1 Design e Tecnologia

O autor e designer Bernhard E. Bürdek em seu livro ‘História, teoria e prática do design de produtos’ (2010), elabora uma definição que caracteriza o design como uma espécie de ato cerebral, um senso de invenção e inovação técnica. Esse processo estaria ligado a atividades agregadas a conceitos e valores da criatividade, resultando nas soluções de design conhecidas nos dias de hoje.

No contexto brasileiro, o Projeto de Lei PL nº 1965/1996 atribui ao design (também denominado de “desenho industrial” no Projeto de Lei) um caráter multifacetado de elementos técnico-científico, criativo e artístico. Por meio disso, o design começa a ser entendido como uma disciplina que atende às necessidades humanas ao desenvolver projetos e mensagens virtuais de maneira significativa.

Dentro das áreas de atuação do Design, duas disciplinas vêm se destacando na atualidade, seja pela sua preocupação com a interação do usuário ou pela tecnologia aplicada. Conhecidas como Design de Interação e Design da Informação, essas áreas, vem fazendo crescer o desenvolvimento de soluções para projetos virtuais dos mais variados tipos e finalidades.

A primeira área mencionada, o Design de Interação, surge para investigar o uso dos objetivos e o domínio-alvo (*target domain*) com uma abordagem de desenvolvimento centrada no usuário (Rogers, Sharp, Preece, 2013). Buscando identificar suas necessidades, estabelecendo requisitos, e desenvolvendo designs alternativos para encontrar a solução que se encaixa melhor com o problema e/ou necessidade e a avaliando-as, para medir sua aceitabilidade por parte do usuário que irá interagir com a solução.

Já o Design da Informação, por sua vez, busca projetar informações de forma ordenada, a fim de auxiliar o usuário a se situar no ambiente informático, evitando fadiga e cansaço cognitivo. Essa disciplina do design pode ser definida como um domínio onde essas informações são visualizadas por meio da seleção, ordenamento, hierarquização, conexões e distinções visuais que proporcionam um entendimento eficaz do conteúdo (Bonsiepe, 1999).

Uma das ferramentas para viabilizar os ambientes informáticos construídos pelo Design da Informação e Interação é a Tecnologia. O dicionário *Oxford* caracteriza a tecnologia como uma teoria geral e/ou estudo sobre técnicas, processos, métodos, meios e instrumentos de domínio da atividade humana (*Oxford Languages*) (2024).

A Tecnologia, utilizando meios similares ao da ciência, combina teoria com produção e eficácia para cumprir as necessidades dos problemas que demandam da sua aplicação. Um desses exemplos é o uso da tecnologia em função de novas demandas e exigências sociais que modificam toda uma amplitude de valores e costumes agregados e colocados como parte essencial da cultura (Veraszto et al, 2009).

Esse recurso permite que dois ou mais sistemas trabalhem em conjunto, possibilitando que o Design da Interação e da Informação, sejam vistos como uma solução de interação sistemática e possível de ser visualizada de forma ordenada. Além de possuir características voltadas para o Design Centrado no Usuário (DCU ou UCD, *User Centered Design*), os dois meios buscam as melhores soluções para o desenvolvimento de projetos.

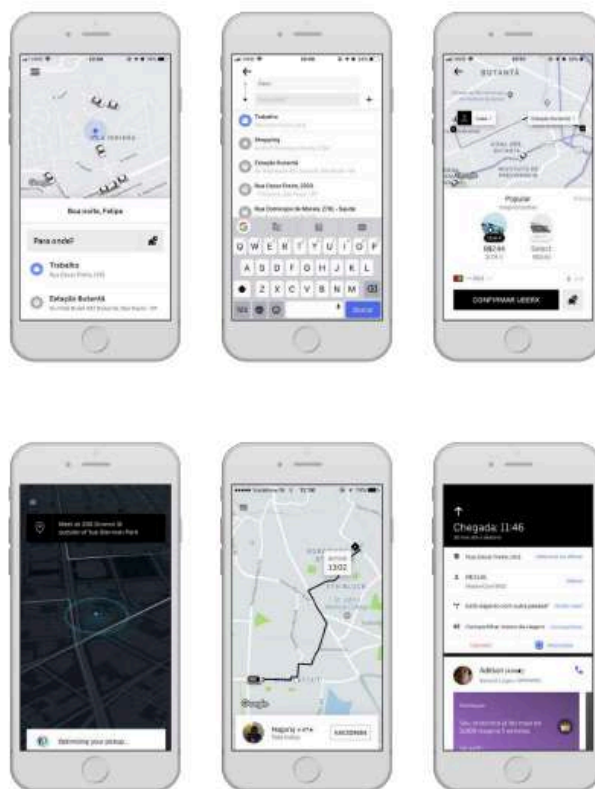
É possível compreender que essa tríade, em momentos de construção de projetos voltados principalmente ao meio digital, desenvolva produtos com interfaces digitais capazes de alcançar um nível maior de sucesso no mercado e entre os usuários, justamente por considerar suas necessidades reais durante o desenvolvimento.

Segundo Agner (2018), as coisas mudaram rapidamente na comunicação digital, o que antes era considerado apenas noções iniciais, formou uma cultura e práticas profissionais que cresceram e se tornaram práticas consolidadas, como o design de interfaces digitais e experiência do usuário.

Um exemplo prático conhecido por muitos atualmente é o aplicativo do serviço Uber. O aplicativo leva em consideração o dito anteriormente sobre as necessidades reais do usuário e sobre o desenvolvimento de interfaces digitais. Logo após ser adicionado o endereço que se deseja ir, a exibição do valor até o destino surge e atribui ao usuário o controle sob o serviço (Figura 1). Dessa forma, o produto-experiência se comunica de forma eficaz com o indivíduo, deixando-o no

controle se irá ou não confirmar a corrida e transmitindo a sensação de segurança e monitoramento (Santos, 2019).

Figura 1 - Tela de Preço da Uber



Fonte: Santos (2019).

2.2 O acesso aberto à informação e à cultura

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) define o acesso aberto do inglês *Open Access* (OP), como um movimento que torna as publicações online imediatamente disponíveis de forma gratuita e livre de restrições. Essas características estariam ligadas ao princípio da abertura, que visa promover a democratização do conhecimento e da construção de uma sociedade informada e engajada.

A *Budapest Open Access Initiative* e *Berlin Declaration on Open Access to Knowledge in the Sciences and Humanities*, são iniciativas que buscam acelerar o esforço internacional para tornar disponíveis na internet, não só artigos de pesquisa em todas as áreas acadêmicas, mas também, disseminar o conhecimento geral

traçando uma sociedade com amplo acesso à informação. Essa movimentação do Acesso Aberto (AA), com o design da informação como ferramenta essencial para a facilitação do acesso, disponibiliza recursos de alfabetização, conhecimentos gerais, juventude, artes, entre outros.

Atualmente, a informação se transforma em um ponto central para construção de opinião e a tomada de decisão, sendo possível caminhar entre uma ampla magnitude de disponibilização, principalmente devido ao crescimento digital (Dick, Gonçalves, Vitorino, 2017). Ela traz consigo desafios, pois tanto o excesso quanto a falta de informação podem representar fatores de exclusão. Além disso, as tecnologias que possuem ligação com mídias de comunicação e têm influência quanto a falta ou excesso da informação nesses espaços informacionais.

Para se ter uma ideia do crescimento digital, uma pesquisa publicada pelo Sistema de Informações e Indicadores de Culturais do IBGE (SIIC, 2022) o celular aparece como o meio mais utilizado para acessar a internet tendo cerca de 98,9% daqueles que acessaram o meio digital, sendo cerca de 159,9 milhões de acessos. Em comparativo com as conexões por outros equipamentos (como televisores ou computadores), quase a metade (47,7%) utilizou esses meios para o acesso, indicando, por exemplo, o uso para *streaming* e *videogame*.

Nesse contexto, o design da informação coloca-se como uma ferramenta dentro das tecnologias comunicacionais e espaços digitais, capaz de facilitar o acesso e o entendimento do conteúdo disponibilizado. A garantia de que a mensagem informacional seja transmitida de forma eficaz e dentro dos conceitos dessa área do design torna-o fundamental para a compreensão e formação cidadã dos indivíduos (Redig, 2004).

Um dos fatores que também influencia na formação da cidadania é a cultura. Para Misuko (2004), a cultura está essencialmente vinculada à formação das organizações humanas, possuindo um caráter dinâmico, multifacetado e, como é visto atualmente, a diversidade de comportamentos, valores, tradições, referências e percepções é ampla e variada.

Há diferentes meios de disponibilização da cultura no meio informacional/cultural que influenciam na formação de uma sociedade engajada e bem informada. Um exemplo prático que se pode perceber é a produção do livro “Ilustração e Artes Gráficas: Periódicos da Biblioteca Pública do Estado de

Pernambuco (1875 - 1939)” de Sebastião Cavalcante e Silvio Barreto Campello (Figura 2). A produção conta com obras gráficas pernambucanas encontradas em revistas da época e seus registros fotográficos. Também conta com obras datadas e com os nomes de alguns artistas gráficos, tendências artísticas, sociais e tecnologias gráficas de cada época abordada.

Figura 2 - Livro ‘Ilustração e Artes Gráficas’



Fonte: Acervo pessoal da autora (2024).

Com registros fotográficos e leituras dos materiais, os autores e equipe realizaram um compilado dos materiais gráficos de Pernambuco, organizando numa linha cronológica e explicativa, expondo a criatividade e técnica dos profissionais vigentes. Nesse exemplo, é possível perceber a comunicação eficiente do conteúdo, satisfazendo a forma estética e técnica por meio de toda a mensagem transmitida, comunicando-as de forma não somente fotográfica, mas também textual.

2.3 Design Gráfico e Manifestações culturais

O Design Gráfico é definido por Cardoso (2008) como sendo um conjunto de atividades voltadas para a produção de objetos da comunicação visual, em sua maioria impressos, como livros, revistas, jornais, folhetos e outros materiais. Hoje, com o avanço no desenvolvimento tecnológico e nos meios digitais, o Design Gráfico

também passa a se fazer presente nesse meio. Ainda conforme Cardoso (2008), os avanços em plataformas e meios eletrônicos, principalmente na internet, vem gerando diferentes oportunidades para a inserção do Design Gráfico, sendo possível dar vida a ilustrações digitais, construir identidades visuais, produtos digitais, serviços, campanhas digitais, entre outros.

Segundo Horn (1998), as pessoas passaram a usar os recursos do computador gráfico para criar elementos de uma nova ferramenta de comunicação. Disso, baseava-se na combinação e utilização de elementos com os elementos visuais, conferindo a esta atividade o nome de “Linguagem Visual”, posteriormente difundida devido à digitalização, o que contribuiu para a passagem de uma nova era na comunicação gráfica.

A disposição eficaz dos projetos gráficos gera uma comunicação criativa e inteligente, através do uso de matérias-primas, técnicas e ferramentas especializadas como o *Adobe Creative Suite* ou o *Figma*, ambas amplamente utilizadas por profissionais da área. Essa abordagem propõe uma informação visual que consegue transmitir diferentes conteúdos com uma expressão impactante para o público-alvo (Cardoso, 2008).

No que diz respeito à expressão impactante, manifestações populares, expressões da cultura pop, questões sociais e características pessoais são comumente utilizadas para a produção do design (Dória, 2018). Para Villas-Boas, o “design gráfico possui uma dimensão culturalmente tão forte que, por fim, acaba se confundindo com a própria cultura, sendo posto numa posição de artefato da cultura” (De Oliveira *apud* Villas-Boas, 2002a p.18; 2000a; 2000b).

Tais artefatos são referências fundamentais que colaboram para o conhecimento dos povos e sociedades, dessa forma, produzem e refletem em significados que influenciam a vida das pessoas. O design assume, assim, um papel de influenciador na construção de valores, práticas e hábitos, sendo co-responsável na criação e qualidade dos objetos que compõem a cultura de uma sociedade (Misuko, 2004).

No *Oxford Languages* (2024), a cultura é caracterizada como um “complexo de atividades, instituições, padrões sociais ligados à criação e difusão das belas-artes, ciências humanas e afins”. Isso inclui desde museus, galerias e escolas de arte, universidades até movimentos culturais, críticas artísticas ou publicações

acadêmicas. A partir disso, essa conexão de diferentes áreas que formam o conhecimento e a valorização da cultura em suas diferentes dimensões.

Para Bauman (2013), a cultura é responsável por auxiliar as pessoas na busca por significados e estabilidade emocional, estando ligada a um espaço de reflexão e experimentação, permitindo que significados e identidades sejam construídas de forma particular num contexto de constante transformação da sociedade. Dessa forma, a cultura é capaz de atender às necessidades dos indivíduos e fornecer orientação para a resolução de problemas e conflitos individuais da vida.

Partindo de um pensamento de mudança, questionamento e proposta de busca pelo novo, as manifestações culturais são uma forma subjetiva que as pessoas e comunidades encontram para expor seus interiores, o que pensam, desejam realizar ou mudar (Carvalho, 2007). Seja em forma de música, literatura, dança, festa ou rituais, as manifestações culturais se tornam a expressão cultural de um lugar, povo ou contexto, sendo amplas as formas de recorrer à celebração. Alguns exemplos de expressões culturais declaradas patrimônio cultural imaterial do Brasil são: frevo (Figura 3), samba de roda, feira de caruaru e roda de capoeira (IPHAN).

Figura 3 - Frevo: patrimônio cultural imaterial do Brasil



Fonte: IPHAN (2016).

Especificamente, em relação à contracultura pernambucana, o Manguebeat fez parte de uma parte significativa da cultura local. O movimento nasceu numa época que Recife, capital de Pernambuco, passava por uma grande turbulência devido à crise econômica da “década perdida” de 1980, sem condições de lazer e com uma alta inflação, a população tentava sobreviver em meio a tanta desigualdade social. Foi um momento onde a cultura que era valorizada pertencia a um padrão folclórico, colorido e festivo que valorizava a música regional raiz e isolava a cidade do circuito da música nacional (Bezerra, Reginato, 2017).

O Manguebeat envolvia processos de reelaboração de identificações sociais e encenação da produção cultural de Recife, nos anos 1990 (Mendonça, 2008). Com o seu início com o manifesto “Caranguejos com cérebro” (Figura 4), artistas como Chico Science & Nação Zumbi (Figura 5), Fred Zero Quatro e Mundo Livre S/A criticavam a estagnação econômica e cultural da época.

Figura 4 - Ilustração do original manifesto “Caranguejos com cérebro”



Chamagnathus granulatus sapiens.

Fonte: Manguebizz (2013)

O movimento se tornou um exemplo de transculturalidade com a interação dinâmica da cultura popular com *pop music*, linguagem popular e instrumentos musicais próprios da região. Ele ofereceu à sociedade uma proposta pós-moderna de um novo estilo de vida e uma nova forma de encarar o mundo e as relações

sociais, mostrando uma faceta contracultural das mensagens do movimento (Markman, 2007).

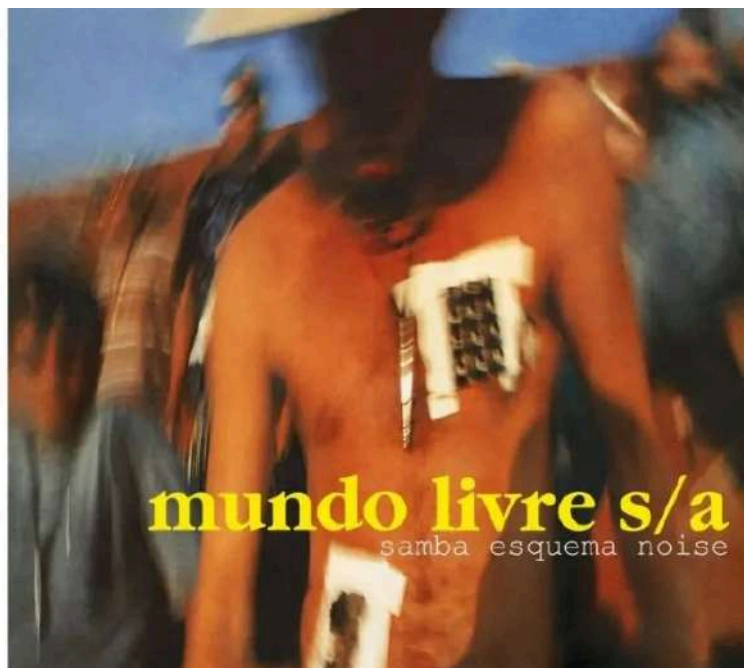
Figura 5 - Banda Nação Zumbi nos anos 1990



Fonte: Minuto Música (2013)

Além da música, o Manguebeat também trouxe elementos gráficos para sua estética visual e identidade cultural. As cores vibrantes, imagens de caranguejos, iconografia regional do mangue e da cidade e a fusão de estilos refletiam a energia e a criatividade do movimento. O design gráfico desempenhou um papel fundamental na valorização da cultura local e suas tradições, fundindo elementos da música com recursos da herança cultural recifense.

Figura 6 - Capa do cd Mundo Livre S/A - Samba Esquema Noise



Fonte: Banguela Records (1994)

3 Procedimentos metodológicos

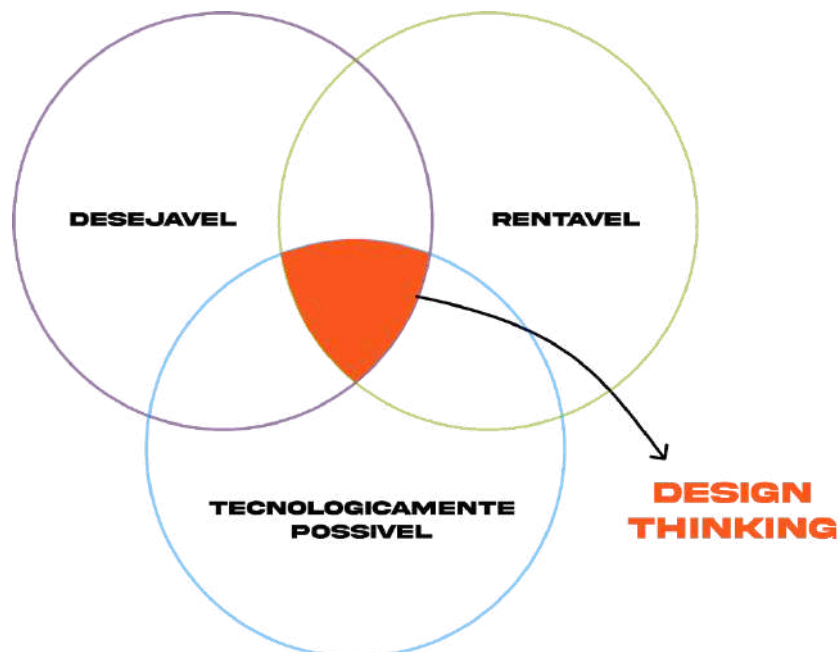
Este capítulo aborda a definição e estruturação de uma abordagem qualitativa para o desenvolvimento do projeto, que se baseia no *design thinking*. O *design thinking* é conhecido pela sua aplicação em diferentes áreas de atuação, oferece uma abordagem centrada no usuário, visando entender suas necessidades para a criação de soluções eficazes e inovadoras.

3.1 Caracterização do projeto

O *design thinking* para Brown (2010) possui uma natureza interativa e não linear, com um processo exploratório, repleto de criatividade e com foco nas necessidades do usuário, buscando *insights* através da observação e empatia. Podendo ser aplicada a diferentes organizações, o *design thinking* é considerado por Brown (2010) uma “receita simples e fácil” que integra o desejável ao tecnológico e economicamente viável. Essa abordagem, quando aplicada da forma correta, pode fundamentar novas ofertas e aumentar suas chances de aceitação ao serem vinculadas a comportamentos já existentes, utilizando ferramentas que possibilitem o

entendimento aprofundado dos usuários de determinado produto e/ou serviço. Com uma natureza integradora, o *design thinking* (Figura 7) possibilita uma abordagem à inovação “centrada no ser humano”, que privilegia o usuário final e equilibra as perspectivas dos usuários, da tecnologia e dos negócios (Brown, 2010).

Figura 7 - Equilíbrio do *design thinking*



Fonte: adaptado de Brown (2010)

3.2 Procedimentos técnicos

Dessa forma, assim como apresentado por Gomes (2013), o desenvolvimento será dividido em 4 etapas: Imersão, Análise e síntese, Ideação e Prototipação. Em cada uma dessas fases, foi empregado um conjunto de ferramentas e técnicas visando um melhor aproveitamento do processo de construção do produto, conforme demonstra a Figura 8.

Figura 8 - Fluxograma do projeto



Fonte: a autora (2024).

3.2.1 Imersão

Etapa inicial que busca entender a contextualização do problema, conhecimento dos aspectos relacionados à área de atuação do projeto, imersão e exploração de diferentes aspectos, desenvolvendo a empatia proposta pelo autor. Para isso, serão seguidas algumas ferramentas de desenvolvimento.

Figura 9 - Fluxograma da fase 1: Imersão



Fonte: a autora (2024).

3.2.1.1 Pesquisa Desk

Para o entendimento do contexto a ser trabalhado, foi utilizada a ferramenta de Pesquisa *Desk* que, segundo Vianna (2011), utiliza a pesquisa em diferentes fontes, seja em *websites*, *blogs*, livros, artigos, entre outros, para fornecer insumos para definição do problema e dos perfis de usuário.

3.2.1.2 Análise Paramétrica

Para Baxter (2000) a análise paramétrica é uma ferramenta que ajuda na identificação e comparação de produtos concorrentes que atendem às mesmas funções e podem satisfazer as mesmas necessidades do consumidor, seja em questões de funções, estilos, cores ou conceitos.

3.2.2 Análise e síntese

A fase seguinte utiliza os dados coletados na primeira etapa, analisa e organiza os insights para a obtenção de padrões e desenvolve ferramentas que auxiliem na compreensão do problema.

Figura 10 - Fluxograma da fase 2: Análise e síntese



Fonte: a autora (2024).

3.2.2.1 Mapa Conceitual

Para o início da fase de análise e síntese, será utilizada a ferramenta de Mapa Conceitual. Segundo Vianna (2011), essa ferramenta funciona como uma estrutura de dados para simplificar a organização e visualização gráfica dos conteúdos coletados na primeira fase de Imersão.

3.2.2.2 Definição de Público-alvo e Persona

Logo após a estruturação dos dados, foram definidos, segundo Pazmino (2015), às segmentações geográficas, demográficas, psicográficas e comportamentais dos usuários ou consumidores do produto desenvolvido. Dessa forma, é possível representar motivações e desejos desses usuários a partir de arquétipos e personagens fictícios através da Persona (Vianna, 2011), alinhando informações dos usuários com o propósito do projeto.

3.2.2.3 Mapa de Empatia

O mapa da empatia, descrito por Vianna (2011), sintetiza as informações sobre o público e provém entendimentos de situações do contexto do problema, a fim de ganhar empatia e identificar as necessidades e oportunidades do projeto.

3.2.2.4 Jornada do Usuário

Com as informações sobre os usuários coletadas nas ferramentas de Definição de Público-alvo e Persona e Mapa de Empatia, a Jornada do Usuário (Vianna, 2011) vem para representar graficamente o relacionamento entre o usuário e o produto, descrevendo o passo-a-passo da relação entre os dois e expondo as expectativas do usuário a cada momento da interação.

3.2.3 Ideação

A fase visa gerar ideias que estejam conforme os dados coletados e analisados. Para isso, foram utilizadas ferramentas para estimular a criatividade e criar soluções conforme o contexto do problema.

Figura 11 - Fluxograma da fase 3: Ideação



Fonte: a autora (2024).

3.2.3.1 Definição de Requisitos

A definição de requisitos é essencial para guiar o desenvolvimento do produto, visando um alinhamento com as necessidades e expectativas do usuário. Utilizando as definições de Rogers, Sharp, Preece (2013), foram definidos 6 requisitos para o desenvolvimento desse projeto: Requisitos Funcionais (o que o produto deve fazer), Requisitos de Dados (informações que o sistema irá armazenar), Contexto de Uso (circunstância que o produto irá operar), Requisitos do Usuário (características do público-alvo), Requisitos de Usabilidade (metas de usabilidade para o produto).

3.2.3.2 Brainstorming

O *brainstorming*, assim como dito por Baxter (2000), é uma técnica de geração de alternativas para a solução de um determinado problema. A base principal da ferramenta é o incentivo à livre expressão de ideias, com o objetivo de produzir e explorar o máximo de ideias que foram criadas a fim de encontrar a solução mais eficaz para o contexto do problema.

3.2.3.3 Matriz de Posicionamento

Para finalizar a fase de Ideação, foi utilizada a ferramenta Matriz de Posicionamento para obter uma análise estratégica das ideias geradas durante o processo criativo. De acordo com Vianna (2011), essa técnica funciona para apoiar o processo de decisão, utilizando critérios norteadores e a comparação das diferentes soluções. Esse processo destaca os benefícios e limitações de cada solução, a fim de encontrar a solução mais eficaz para o problema.

3.2.4 Prototipação

Nessa fase, a solução dita como mais eficaz foi tangibilizada, passando de um meio abstrato para um digital. O protótipo serviu para auxiliar e validar a ideia da fase de ideação, sendo feito através do desenvolvimento da sua estrutura, visual e uso (Vianna, 2011). O protótipo foi feito em baixa (representação conceitual) e alta fidelidade (representação mais similar ideia) pelo *software Figma* a fim de dar forma e avaliar a solução.

Figura 12 - Fluxograma da fase 4: Prototipação



Fonte: a autora (2024).

3.2.4.3 Teste de Uso

O teste foi realizado utilizando o protótipo construído para verificar sua eficácia de uso. A eficácia, segundo Jordan (1998) se refere a extensão na qual uma meta/objetivo é alcançada ou uma tarefa é realizada. Neste trabalho, foram

selecionados 5 usuários mapeados na persona da etapa ‘Definição de Público-alvo e Persona’, estes usuários foram escolhidos por conveniência e disponibilidade para participar no teste.

Para sua execução, foram definidas algumas tarefas a serem realizadas. A tarefa, segundo Lida (2016) é definida como um conjunto de objetivos prescritos que os usuários devem executar em um produto, seja ele físico ou digital. As tarefas definidas foram: 1 - Localizar o ‘Menu’ e acessar a aba ‘Recife ‘90’. 2 - Acessar o ‘Menu’ e ir para a página ‘Movimento’. 3 - Acessar o ‘Menu’ e ir para a página ‘Artistas’. 4 - Ir para o ‘Menu’, ir para a ‘Home’, localizar o CD “Da Lama Ao Caos” e acessar as informações sobre o item.

4. Resultados e Discussões

Esse capítulo abordará as quatro fases do *design thinking* para o desenvolvimento e construção da solução. Os resultados foram divididos seguindo o processo descrito no procedimento metodológico deste trabalho, que aborda desde o entendimento do contexto e identificação do problema até a construção do protótipo e seu teste de uso.

4.1 Imersão

Na imersão, o passo essencial para o entendimento do contexto foi a pesquisa *desk*. Dentro dessa abordagem, foram examinadas três áreas principais: tecnologia, acesso à informação e a cultura e o movimento Mangubeat.

Segundo o TIC Domicílios 2023, o acesso à internet está presente em 84% das casas brasileiras, aumentando 4% entre os anos de 2022 e 2023. A pesquisa ainda afirma que 42% dessas conexões foram feitas através de aparelhos de computador, enquanto 41% utilizaram o computador e o celular numa mesma frequência e 58% acessam apenas por meio de dispositivos celulares. Entre esses usuários da internet, 65% ouvem músicas, 64% assistem a vídeos e 29% ouvem podcasts.

Ainda compreendendo o tema de acesso, relacionado a cultura, em uma pesquisa realizada pela JLeiva Cultura e Esporte, em parceria com o Datafolha (2018) foi compartilhado que 23% da população no Brasil depende de eventos culturais gratuitos para ter contato com a cultura e informação. Dividindo entre as regiões do país, o Norte e Nordeste apresentaram a menor porcentagem de acesso a serviços de cultura. O SIIIC afirma que apenas 29,6% dos municípios brasileiros possuem museus em suas infraestruturas, tendo em destaque o estado de Pernambuco, com o maior número de acesso a equipamentos culturais, revelando um investimento superior em cultura comparado aos demais estados nordestinos.

Já numa pesquisa sobre hábitos culturais em 2023, feita pela Fundação Itaú em parceria com o Datafolha, 81% da população entrevistada afirma que a participação em atividades culturais diminui a sensação de solidão, enquanto 86% dizem que esses programas reduzem o estresse e a ansiedade. Dentre esses números, se opondo às porcentagens de apoio à cultura, quatro em cada dez brasileiros não costumam praticar nenhuma atividade cultural.

Conforme a exploração do contexto, é possível identificar uma lacuna no acesso à cultura no Brasil, onde é estimado que menos da metade da população não tenha nenhum contato com práticas culturais. Dessa forma, utilizando o estado de Pernambuco como referência, já que o mesmo possui um destaque para atividades culturais, viu-se o insight e a oportunidade de contribuir para compartilhar informações de forma gratuita e livre para a população. No caso deste trabalho, foi selecionado um dos movimentos mais conhecidos do estado como base, o movimento contracultural Mangubeat.

O movimento surgiu num momento de grande turbulência no Recife devido à crise econômica, sem opções para lazer e com a população tentando sobreviver à desigualdade social, momento em que a cultura tinha um papel folclórico, cheio de cores e festivo, valorizando a cultura local (Bezerra, Reginato, 2017) e ignorando os problemas da época. Disso, surgiu o mangubeat, movimento que fazia críticas à economia e à própria cultura da época, mostrando uma personalizada contracultural (Markman, 2007).

Adicionando as informações coletadas na pesquisa *desk*, foi realizada a análise paramétrica para identificar tendências e padrões dentro dos produtos concorrentes existentes no mercado hoje. Foram selecionados 3 produtos similares,

o acervo digital Gráfica Ilustrada del Uruguay, o Projeto Tropicália e o Museu da Cidade do Recife, e cada um deles foi analisado (Figura 13) conforme a análise paramétrica de Baxter (2000).

Figura 13 - Análise Paramétrica

	DESCRICAO	FUNCAO	ESTILO E CORES
	Acervo digital uruguaio para compartilhar o design gráfico ilustrado do país.	Expor o design uruguaio (1950-1980) de capas de vinil, capas de livros, posters, selos postais e logos.	• Visual minimalista; • Tipografia sans serif; • Preto e branco; • Maior destaque as imagens da obras/projetos;
	Projeto que expõe conteúdos completos sobre o movimento da Tropicália.	Expor informações sobre biografias, entrevistas e depoimentos, discografia, fotos e vídeos, sobre o movimento, contexto, festivais.	• Bege, vermelho, verde e laranja; • Tipografia sans serif; • Elementos orgânicos estilo groovy; • Grande foco em imagens da época;
	Site do Museu da Cidade do Recife no Forte das Cinco Pontas	Trazer textos informativos sobre o museu, imagens de eventos e exposições realizadas no seu espaço físico.	• Vermelho, branco e preto; • Tipografia sans serif; • Não utilizam elementos gráficos de apoio;

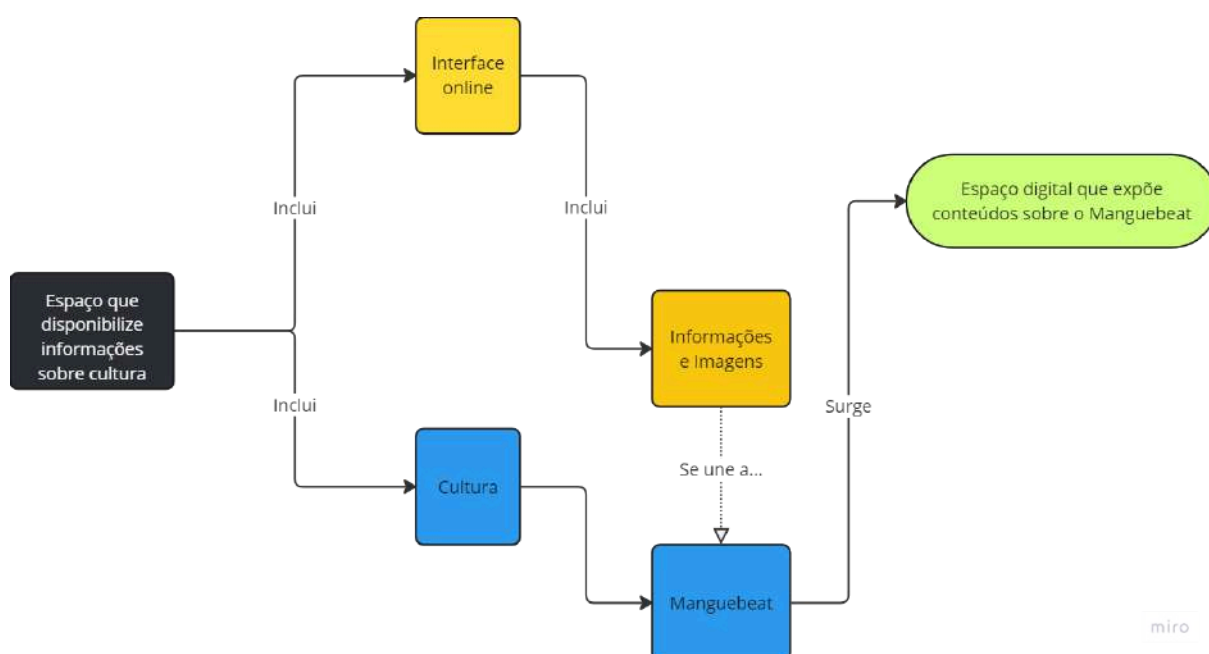
Fonte: a autora (2024).

Em cada um desses, foi analisado o estilo, cores, função e descrição do produto. Para a Gráfica Ilustrada del Uruguay, percebeu-se um visual mais minimalista, com foco nas imagens dispostas, utilizando uma tipografia *sans serif* e cores em preto e branco. Para o Projeto Tropicália, foi visto um estilo mais *groovy*, com elementos orgânicos e cores em bege, vermelho, verde e laranja, e também utilizando tipografia *sans serif*. Por fim, o Museu da Cidade do Recife trouxe tons em vermelho, branco e preto, também com tipografia *sans serif* e sem utilizar elementos gráficos auxiliares.

4.2 Análise e síntese

Na fase de análise e síntese, as informações coletadas são estruturadas e desenvolvidas para dar continuidade ao projeto. De início, foi utilizado o Mapa Conceitual (Vianna, 2011) para simplificar e organizar os pontos-chaves reunidos na fase de Imersão. Dessa forma, foi elencado palavras que fazem parte do universo do projeto, partindo do ponto central da fase 1, o acesso à informação e a cultura (Figura 14).

Figura 14 - Mapa Conceitual

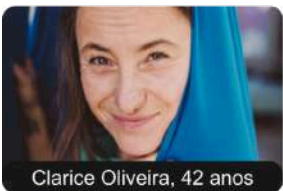
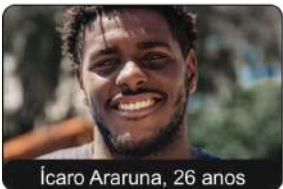


Fonte: a autora (2024).

Com o *insight* advindo da pesquisa *desk*, iniciou-se o mapa mental com a oportunidade: um espaço que disponibilize informações sobre cultura. O ponto inclui a possibilidade de disponibilizar cultura num meio de interface digital, onde podem ser vistas informações e imagens sobre o Manguebeat, resultando num espaço digital que expõe conteúdos sobre o movimento.

Logo após a organização e o desenvolvimento do mapa conceitual, foi iniciado o processo de definição de público alvo e persona que se encaixassem nessa oportunidade. Para o público-alvo, foi estipulado quatro categorias para defini-lo: características demográficas, geográficas, psicográficas e comportamentais. Disso, o público direcional desse produto inclui todos os gêneros,

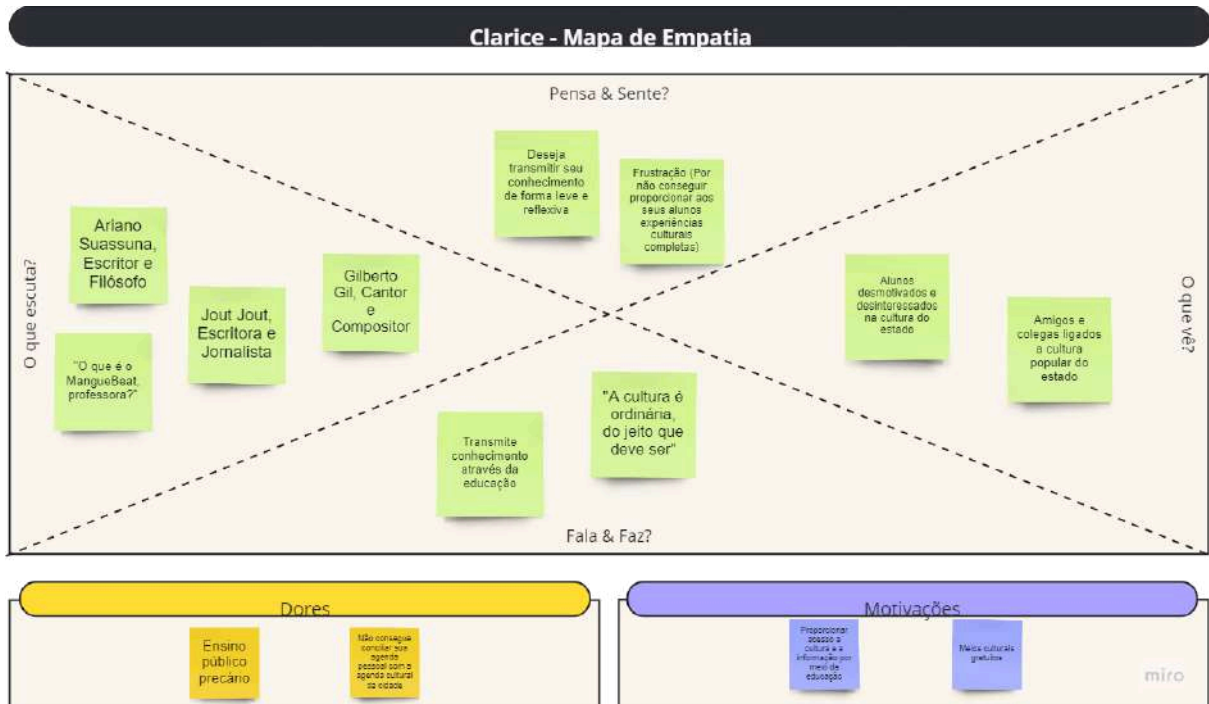
Figura 16 - Personas

	TRABALHO	LOCALIZACAO	ESCOLARIDADE
 Clarice Oliveira, 42 anos	Professora de Sociologia	Olinda, Pernambuco	Ensino Superior Completo
 Ícaro Araruna, 26 anos	Estagiário de Jornalismo	João Pessoa, Paraíba	Ensino Superior Incompleto

Fonte: a autora (2024).

Foi desenvolvido um Mapa de Empatia para mergulhar nos perfis construídos e entender suas dores, motivações, o que escuta, vê, pensa, sente, fala e faz. Ao aprofundar Clarice (Figura 17) identificamos dores como ensino público precário que participa e o fato de não conciliar sua agenda pessoal com a agenda cultural da cidade e motivações como proporcionar acesso à cultura e a informação por meio da educação e meios culturais gratuitos. A persona pensa e sente o desejo de transmitir seu conhecimento de forma leve e reflexiva junto a frustração por não conseguir proporcionar aos seus alunos experiências culturais completas. Ela vê alunos desmotivados e amigos e colegas ligados à cultura, assim como ela, transmitindo conhecimento através da educação. A mesma escuta pessoas como Ariano Suassuna, Gilberto Gil e Jout Jout.

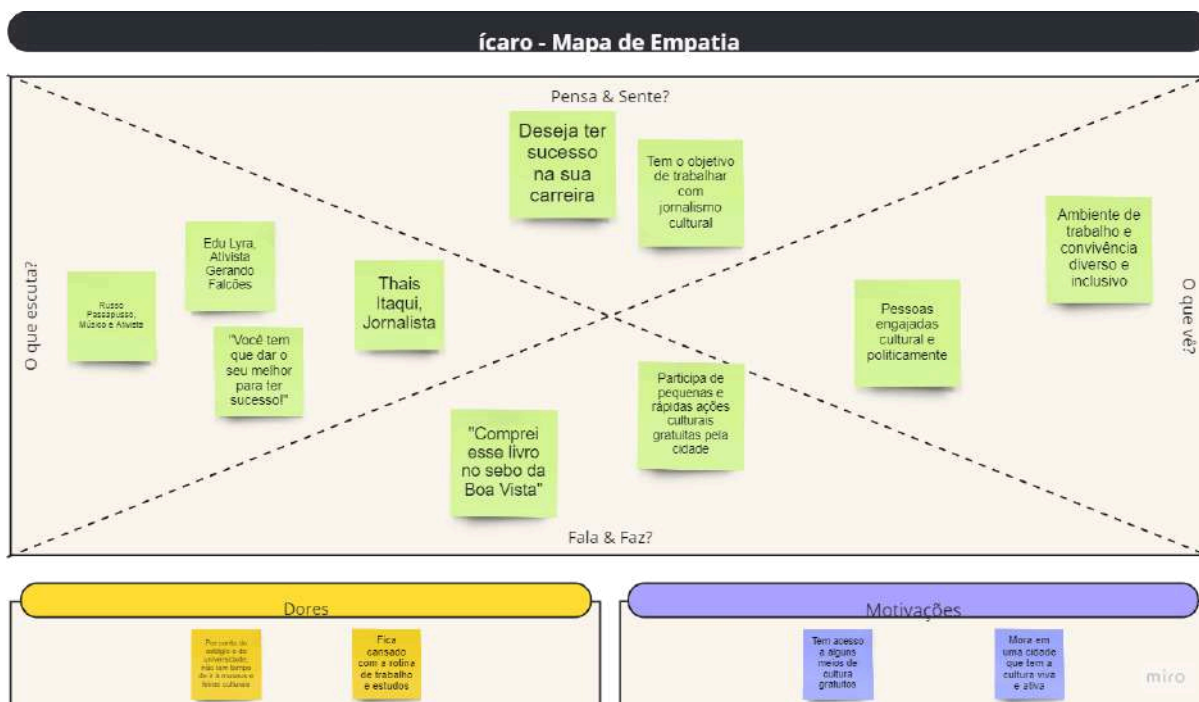
Figura 17 - Mapa de Empatia da persona Clarice



Fonte: a autora (2024).

Já na persona Ícaro (Figura 18), percebe-se dores como a falta de tempo para ir a museus e feiras culturais e o cansaço da rotina de trabalho e estudo e motivações como ter acesso a meios de cultura gratuitos e morar numa região que tem a cultura viva e ativa. A persona pensa num futuro de sucesso e sente a vontade em trabalhar com jornalismo cultural. Ele vê um ambiente de trabalho e convivência diverso e inclusivo e pessoas engajadas cultural e politicamente, enquanto participa de pequenas e rápidas ações culturais gratuitas pela cidade. O mesmo escuta pessoas como Russo Passapusso, Edu Lyra e Thais Itaqui.

Figura 18 - Mapa de Empatia da persona Ícaro

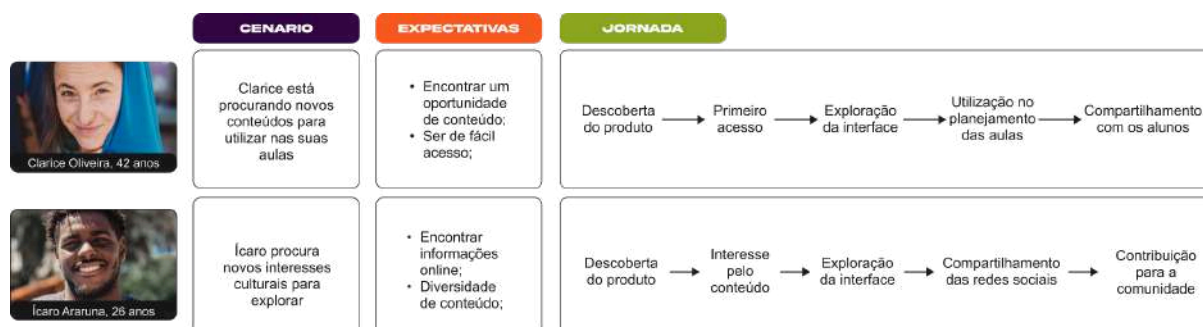


Fonte: a autora (2024).

Dentro dos dois mapas de empatia foi possível perceber algumas oportunidades e necessidades das personas. Os dois possuem algum grau de envolvimento com o meio cultural, seja por pessoas que escuta ou coisa que vê, assim como os dois possuem problemas em conciliar suas atividades do cotidiano com a agenda cultural do lugar em que estão inseridos. Além disso, as personas foram inseridas em um cenário que envolvessem a relação entre seu contexto e o produto a ser desenvolvido.

Expondo graficamente o passo-a-passo dessa interação, foi disposto na figura 19 o cenário, as expectativas e a jornada entre eles. Para a persona Clarice o cenário é a procura de novos conteúdos para suas aulas, com expectativas de encontrar a oportunidade de conteúdo e dele ser de fácil acesso. Sua jornada passa pela descoberta do produto, primeiro acesso, exploração da interface, utilização no planejamento das aulas e o compartilhamento com os alunos. Já para a persona Ícaro, seu cenário é a busca por novos interesses culturais, onde suas expectativas são encontrar as informações *online* e com diversidade de conteúdo. Sua jornada também se inicia com a descoberta do produto, interesse pelo conteúdo, exploração da interface, compartilhamento nas redes sociais e a contribuição para a comunidade, ao compartilhar informações culturais.

Figura 19 - Jornada das personas



Fonte: a autora (2024).

A construção e desenvolvimento das personas proporcionaram *insights* que guiarão o desenvolvimento deste projeto. Entre eles, destacam-se a importância da variedade de conteúdo, a gratuidade e a interatividade com a comunidade. Dessa forma, tornou-se evidente a oportunidade encontrada na fase de Imersão: desenvolver um produto que tenha um conteúdo livre e de fácil acesso sobre a cultura.

4.3 Ideação

Reunindo todos os insights das fases anteriores, a ideação de inicia com a prática de definição de requisitos do projeto com base em Rogers, Sharp, Preece (2013), com o propósito de estabelecer os objetivos, funcionalidades e características do produto:

- **Requisitos Funcionais:** A interface deve ser navegável e estável.
- **Requisitos de Dados:** A interface precisará mostrar diferentes exemplos de capas de CDs do Manguebeat e informações adicionais sobre o movimento.
- **Contexto de Uso:** Interface digital com acesso aberto e compartilhamento de informações, ambientes digitais e pesquisas exploratórias e introdução em conhecimentos gerais de cultura.
- **Requisitos do Usuário:** O usuário provavelmente será alguém ligado à cultura com idade entre 18 a 55 anos.
- **Requisitos de Usabilidade:** A interface necessita ser simples e eficaz, de forma que os usuários não sintam dificuldade em utilizá-la.

Após a definição dos requisitos, o projeto entra na fase de *brainstorming*. Nesse estágio, foi possível explorar conceitos e abordagens para o desenvolvimento do produto e para dar vida a isso, por meio de imagens, cores e referências visuais, foram desenvolvidos *moodboards* com referências do design gráfico dos anos 90, pôsteres brasileiros e as capas dos CDs do Manguebeat.

Figura 20 - Moodboard: Design Gráfico Anos 90



Fonte: Google Imagens (2024).

Na Figura 20 é possível identificar o uso de fotografias manipuladas, colagens, cores vibrantes e neon aliados a uma textura áspera e granulada. Algumas dessas referências expõem um layout com espaços em branco com foco no produto ou serviço exposto e com tipografias robustas e expressivas.

Figura 21 - Moodboard: Pôsteres Brasileiros



Fonte: Google Imagens (2024).

Na Figura 21, a presença de cores com tons mais neutros e texturas se destacam, assim como no primeiro, especialmente pelo aspecto granulado e as tonalidades de azul, vermelho e amarelo. Aqui, as tipografias possuem uma forma mais irregular, acompanhadas por ilustrações relacionadas ao tema do pôster, oferecendo uma sensação de expressividade ao conjunto.

Figura 22 - Moodboard: Capas de CDs do Mangubeat



Fonte: Google Imagens (2024).

Já na Figura 22, dando foco às capas de CDs do movimento contracultural Mangubeat, é visto estilos gráficos experimentais. Colagens, fotografias, artes computadorizadas e ilustrações distorcidas aliadas a uma tipografia expressiva com temáticas regionais e culturais. Após reunir essas referências, o processo de construção da identidade visual e interface do produto se inicia com a utilização do *software Figma*, buscando incorporar as características observadas.

Durante o processo, o produto foi nomeado de “Manguetown” por fazer referência à cidade de Recife durante a época do movimento Mangubeat e também à música ‘Manguetown’ do álbum Afrociberdelia de Chico Science e Nação Zumbi. Para traduzir essa essência no visual, foi realizada uma seleção de tipografias e cores para identificar tons e formas que mais se encaixavam ao propósito do projeto.

Figura 23 - Brainstorming de tipografias e cores



Fonte: a autora (2024).

A tipografia escolhida é robusta e expressiva, característica identificada na Figura 20, refletindo a energia e vitalidade da época e do movimento estudado. Um detalhe foi adicionado a letra 'W' no nome, representando as garras de um caranguejo, símbolo associado ao mangue e a identidade cultural de Recife. Além disso, foi escolhido os tons mais neutros de azul, amarelo, vermelho e verde, a fim de remeter as tonalidades encontradas na Figura 21. Também foram selecionadas tipografias e formas auxiliares para o desenvolvimento da interface e demais conteúdos.

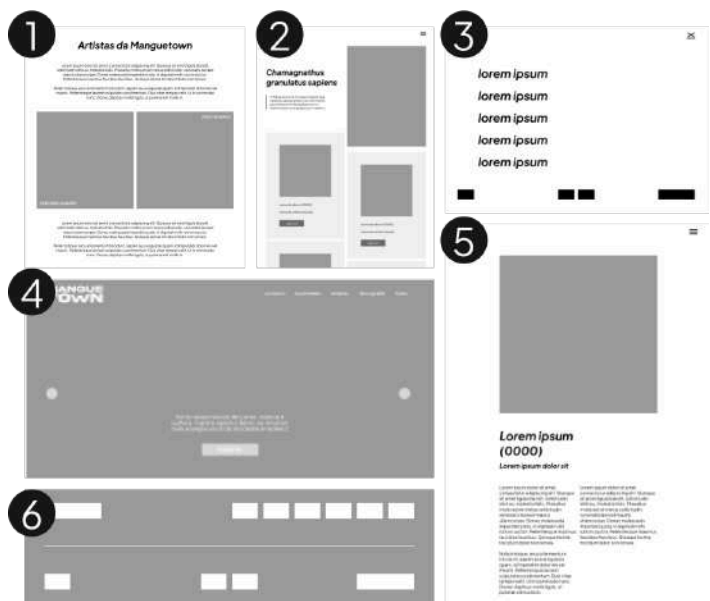
Figura 24 - Elementos escolhidos



Fonte: a autora (2024).

Seguindo o desenvolvimento das etapas, foi realizado o brainstorming dedicado à elaboração das opções de interface do produto. Nessa etapa, as ideias foram geradas utilizando como base as informações coletadas e analisadas nas fases de Imersão e Análise e síntese, esse processo criativo permitiu que diferentes ideias fossem projetadas e, assim, avaliadas na Matriz de Posicionamento.

Figura 25 - Brainstorming da interface



Fonte: a autora (2024).

Foram realizadas 6 ideias principais (numeradas na Figura 25) e as mesmas foram reunidas e avaliadas com base em 3 critérios delimitados a partir da definição de requisitos feita na fase de Ideação: navegação intuitiva, facilidade no compartilhamento de informações e simplicidade de uso.

Figura 26 - Matriz de Posicionamento

	OPC1	OPC2	OPC3	OPC4	OPC5	OPC6
Navegação intuitiva	✓	✗	✗	✓	✓	✗
Compartilhamento das informações	✓	✓	✗	✓	✓	✗
Simples	✓	✗	✓	✗	✓	✗
ESCOLHIDAS	OPC1				OPC5	

Fonte: a autora (2024).

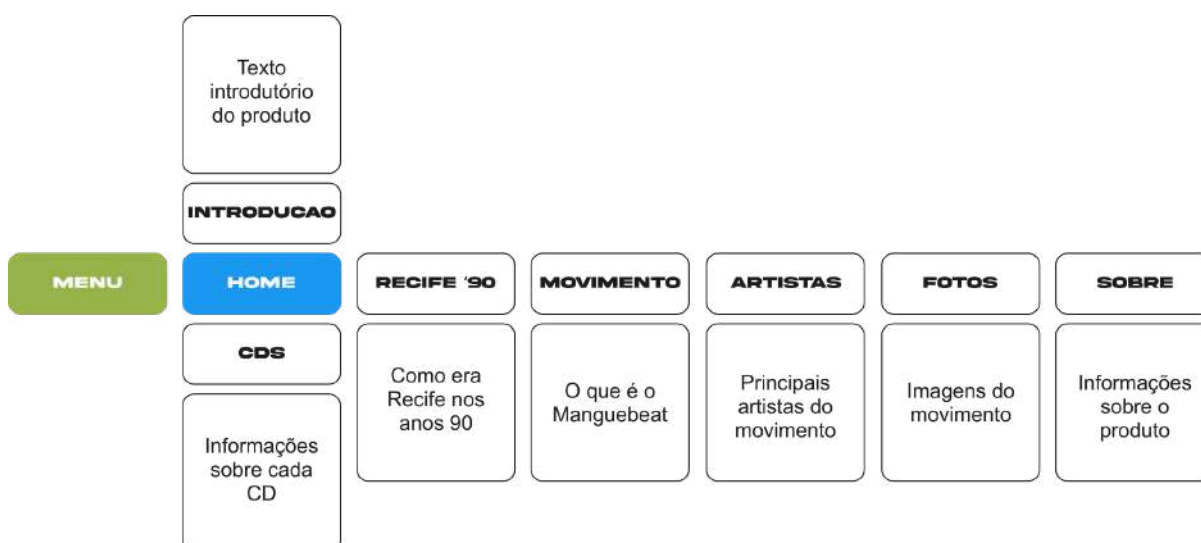
Com base nos critérios definidos, as opções 1 e 5 foram escolhidas como as soluções mais eficazes para o produto. As duas serão unidas e desdobradas durante a fase de prototipação, visando integrar uma interface digital com a navegação intuitiva, compartilhamento de informações eficaz e com o visual simples.

4.4 Prototipação

Na prototipação, etapa final do projeto, as ideias desenvolvidas e selecionadas durante a fase de Ideação foram tangibilizadas. Nessa fase, foi realizada a prototipação da interface, passando pela estruturação das páginas, aplicação e do visual estabelecido, que tomou como base a identidade visual escolhida. A construção da interface foi realizada no *Figma*, uma ferramenta amplamente utilizada no desenvolvimento de interfaces. Além da produção em alta fidelidade, fazendo com que o protótipo tenha um nível de acabamento mais próximo do esperado, também foi possível, graças a utilização da ferramenta, a construção de navegação na interface por meio da animação do protótipo, fazendo com que fique ainda mais próximo da sistemática de uso desejada para a experiência dos potenciais usuário.

Inicialmente, foi separada a estrutura que o protótipo deve ter para atender os requisitos do projeto. O protótipo contém as páginas de 'Home' (com uma introdução sobre o projeto), 'Recife '90' (informações sobre como era a cidade nos anos 90), 'Movimento' (o que é o Manguebeat), 'Artistas' (informações sobre os principais artistas), 'Fotos' (imagens do movimento) e 'Sobre' (informações sobre o produto), além dessas, a página de Home pode direcionar o usuário para a página de 'CD' (informações sobre os CDs). Cada uma das páginas está localizada no apêndice deste projeto.

Figura 27 - Estrutura da Interface



Fonte: a autora (2024).

Com a estrutura pronta, a versão em baixa fidelidade foi desenvolvida. A fim de esboçar a interface de forma simplificada e rápida, foram utilizadas formas geométricas na cor preta, para contrastar no fundo, em branco e representar espaços de texto ou imagens do produto final. Com essa representação mais conceitual, é possível identificar os pontos de maior interação do usuário com o produto e os espaços negativos necessários para o conforto visual (Santana, 2016).

Figura 28 - Protótipo em Baixa Fidelidade



Fonte: a autora (2024).

Em seguida, o protótipo foi refinado para uma versão em alta fidelidade, com mais detalhes visuais e interações completas. Nessa etapa, foram aplicadas cores, tipografias e formas definidas durante a fase de Ideação. Foram utilizadas imagens dos artistas, dos shows, capas de álbuns, imagens da cidade e ilustrações disponíveis na internet. Junto às imagens, foram utilizados textos feitos a partir da inteligência artificial *Chat GPT 3.5* e a seleção de palavras-chave das referências expostas no capítulo 'Design Gráfico e Manifestações Culturais' apresentado neste trabalho.

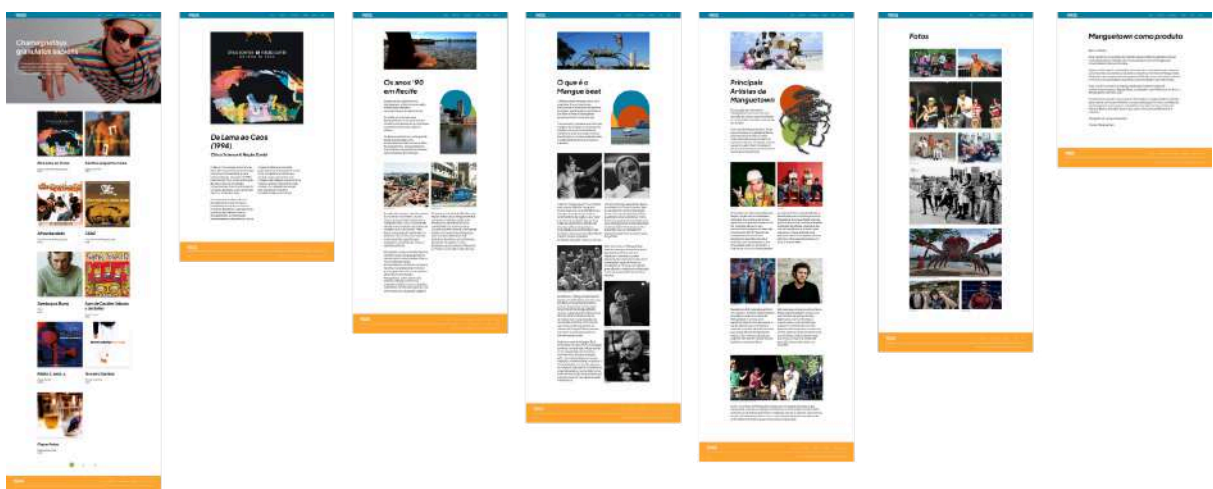
Figura 29 - Menu e banner da página 'Home'



Fonte: a autora (2024).

As cores foram aplicadas nos menus presentes no início e final de cada página, nas formas orgânicas das páginas de 'Movimento' e 'Artistas' e nas tonalidades das imagens escolhidas. Foi dada uma atenção maior a essas imagens, com a finalidade de transmitir maior imersão dentro do universo do Mangubeat para o usuário.

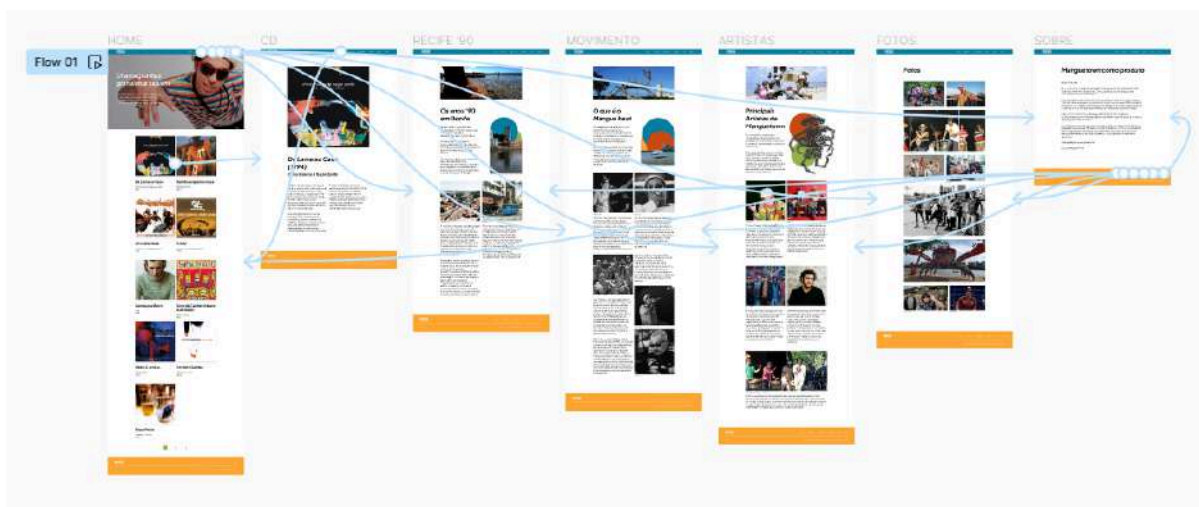
Figura 30 - Protótipo em Alta Fidelidade



Fonte: a autora (2024).

Com o protótipo em alta fidelidade estruturado, surge o momento de prototipar dentro da própria ferramenta *Figma*. Essa ação serve para criar as interações entre elementos e páginas da interface, conectando-os através de setas e configurações de animação, definindo a sistemática de uso. Com essa interação construída, o protótipo fica pronto para ter sua estrutura e interações testadas com os usuários ([Link do protótipo](#)).

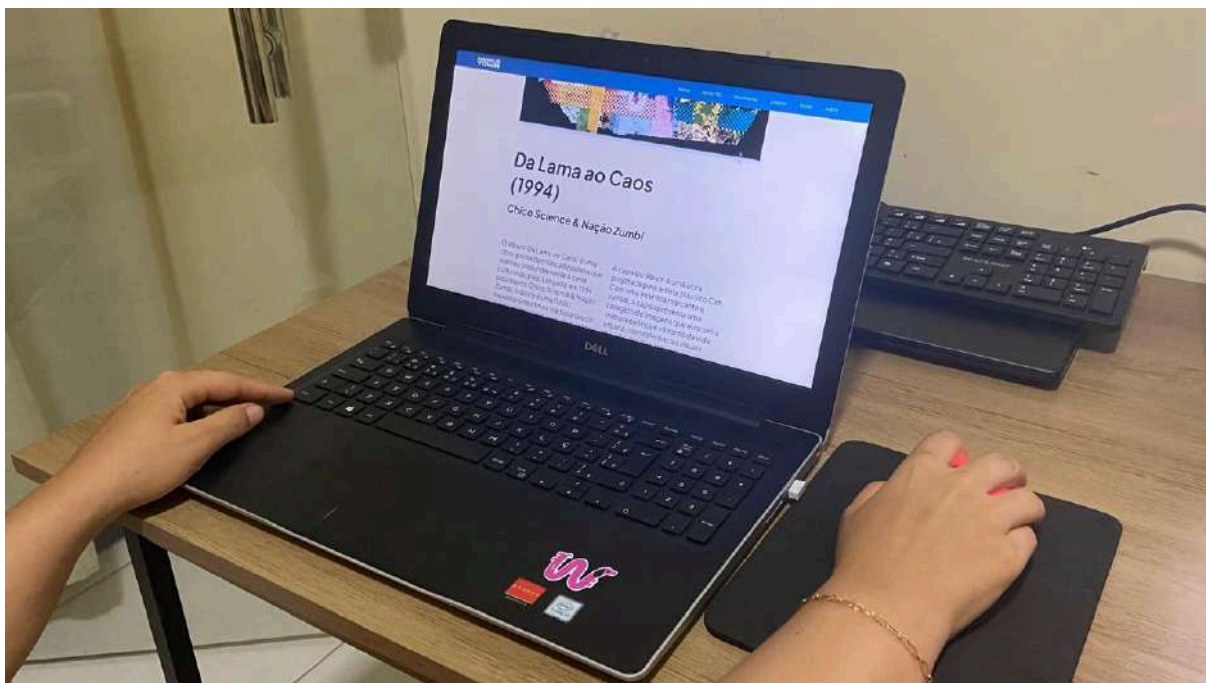
Figura 31 - Prototipação no Figma



Fonte: a autora (2024).

Para a aplicação do teste, foram seguidos os seguintes passos: apresentação e introdução do projeto com o usuário, assinatura do Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (Apêndice H), direcionamento para o produto e explicação das tarefas, avaliação do produto através do Questionário do Teste de Uso (Apêndice I). O questionário conta com três seções de avaliação, um perfil sociodemográfico, análise da estrutura da interface e análise do aspecto formal da interface.

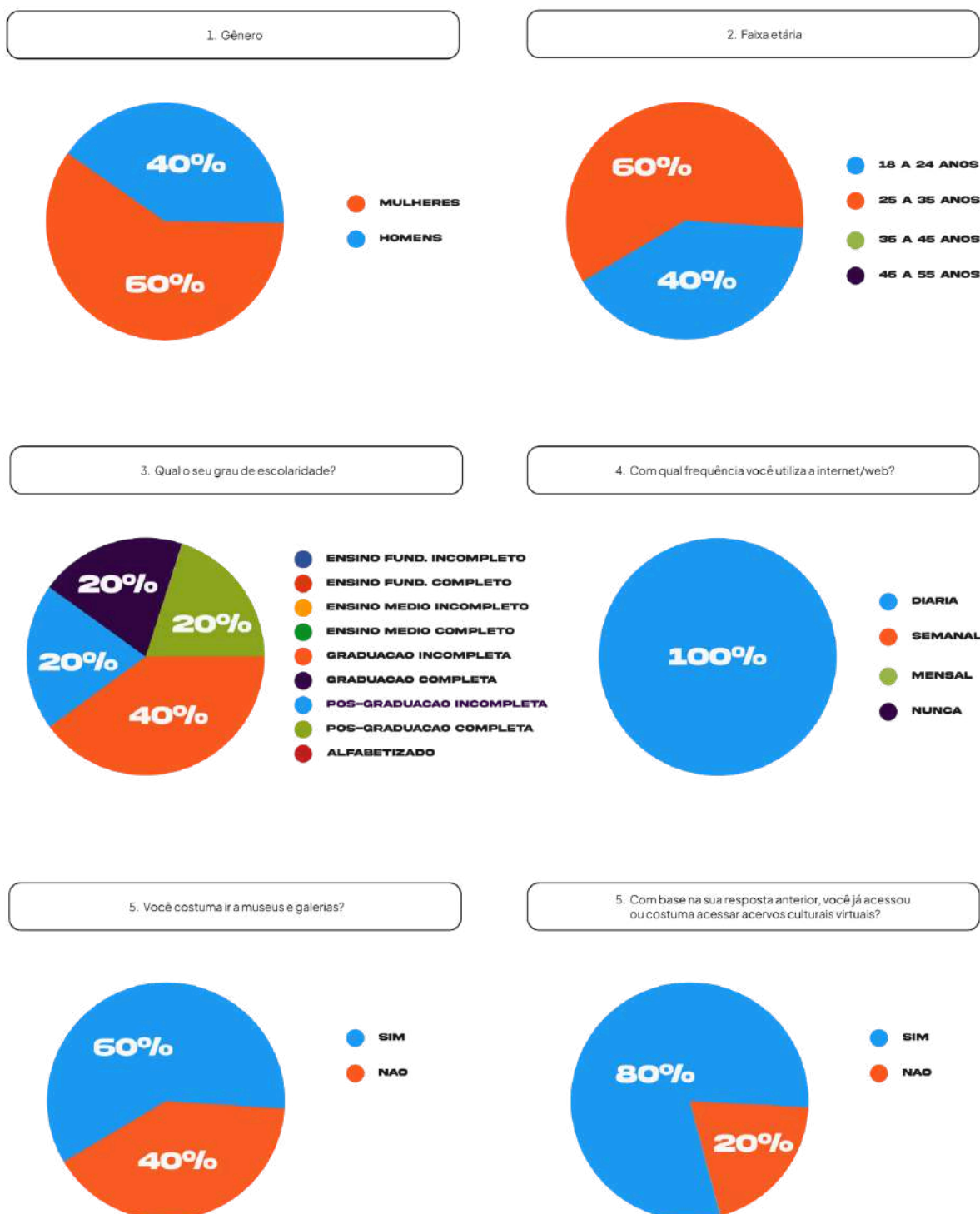
Figura 32 - Momento da aplicação do teste



Fonte: a autora (2024).

O teste foi aplicado com 5 usuários, os quais 60% eram mulheres e 40% eram homens. Os usuários possuíam uma faixa etária de 18 a 24 anos (40%) e 25 a 35 anos (60%), com graus de escolaridade de graduação incompleta (40%), graduação completa (20%), pós-graduação incompleta (20%) e pós-graduação completa (20%). Todos dos 5 (100%) usuários disseram que utilizavam a *internet/web* diariamente, dentre eles, 60% (3 usuários) disseram que costumam ir para galerias ou museus e 80% (4 usuários) disseram que já acessou ou costuma acessar acervos culturais virtuais.

Figura 33 - Respostas da Seção 1: Perfil Sociodemográfico



Fonte: a autora (2024).

A seção 2 do questionário era constituída pelas seguintes perguntas sobre a estrutura da interface: 1 - A linguagem de navegação nas telas é clara e fácil de entender; 2 - O website tem informações que são interessantes para mim; 3 - É fácil

encontrar as informações; 4 - As informações são apresentadas em uma forma agradável; 5 - Fica claro desde a primeira página (homepage) qual é o propósito do site.

Figura 34 - Respostas da Seção 2: Estrutura de Interface



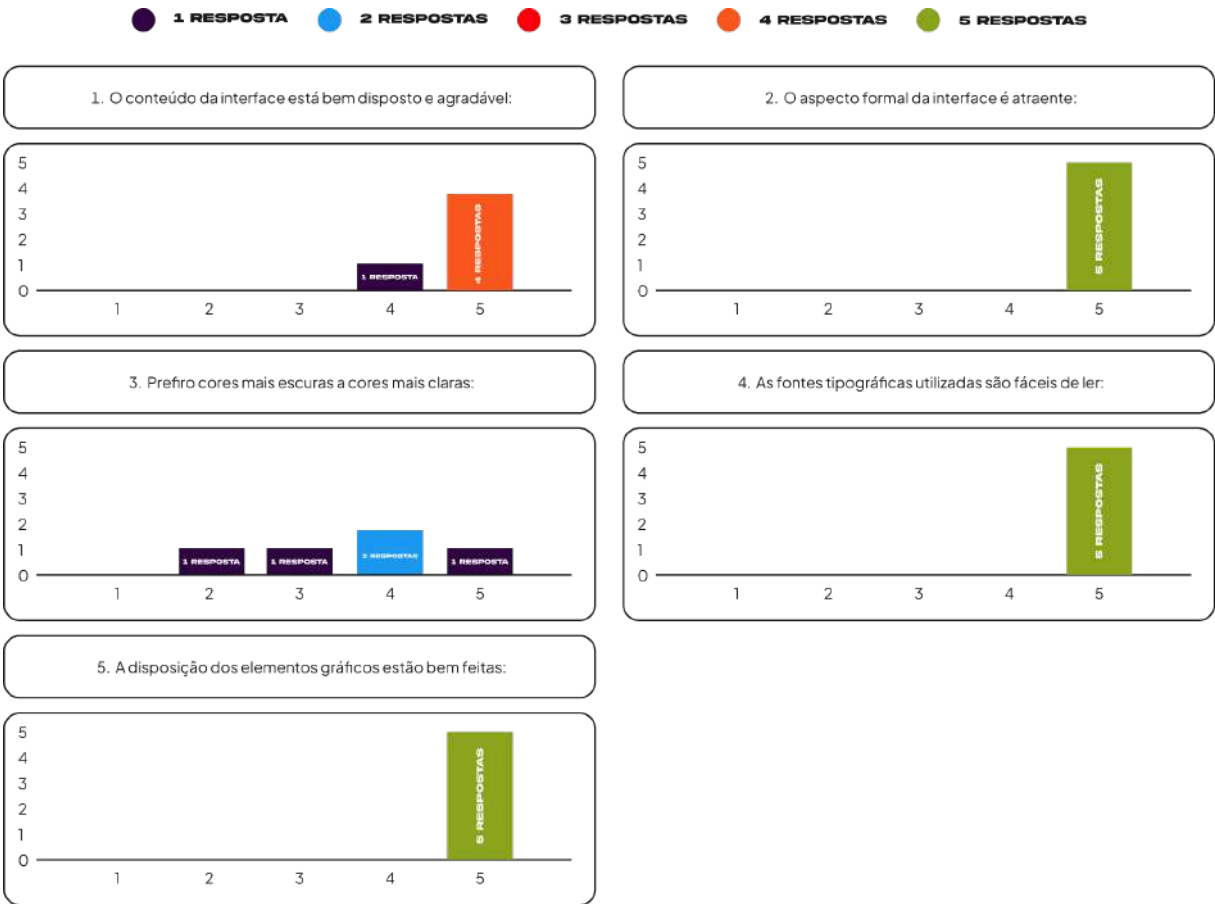
Fonte: a autora (2024).

Os usuários em sua totalidade (5 respostas) responderam que a navegação da interface está clara e fácil de entender, assim como suas informações são fáceis de encontrar e estão apresentadas de uma forma agradável. Em relação a afirmação de seus interesses quanto a interface, 60% (3 respostas) concordaram totalmente com a informação, 20% (1 resposta) concordou parcialmente e 20% (1 resposta) disse ser neutro em relação a essa afirmação. 80% (4 respostas) disse que a interface deixa claro desde a primeira página qual é seu propósito, enquanto 20% (1 resposta) concordou parcialmente com essa afirmação.

Já na terceira seção do questionário, os usuários tiveram que responder perguntas relacionadas ao aspecto formal da interface: 1 - O conteúdo da interface

está bem disposto e agradável; 2 - O aspecto formal da interface é atraente; 3 - Prefiro cores mais escuras a cores mais claras; 4 - As fontes tipográficas utilizadas são fáceis de ler; 5 - A disposição dos elementos gráficos estão bem feitas.

Figura 35 - Respostas da Seção 3: Aspecto Formal da Interface



Fonte: a autora (2024).

Os 5 usuários responderam que a disposição dos elementos e fontes tipográficas foram bem utilizados e são fáceis de ler, a mesma quantidade de respostas concorda totalmente que o aspecto formal da interface é atraente. Em questão a disposição do conteúdo, 80% (4 respostas) dos usuários concordam totalmente que o conteúdo está bem disposto e agradável, enquanto 20% concorda parcialmente com essa afirmação. Os usuários também foram perguntados sobre a preferência por cores mais claras ou escuras, 40% (2 respostas) afirmou concordar parcialmente, 20% (1 resposta) concordou totalmente, 20% (1 resposta) respondeu ser neutro a respeito dessa preferência e 20% (1 resposta) discorda parcialmente desta afirmação.

O questionário abriu espaço para os usuários fazerem comentários sobre o produto, tanto em relação à sua parte estrutural quanto ao seu aspecto formal. Veja abaixo:

Figura 36 - Comentários sobre Estrutura e Aspecto Formal da Interface

ESTRUTURA DA INTERFACE		ASPECTO FORMAL DA INTERFACE	
USUARIO 1	"Achei a ideia do projeto extremamente relevante! Como uma pessoa que gosta de saber mais sobre cultura e movimentos artísticos, achei a ideia do desenvolvimento do produto super interessante. Achei o uso da interface simples e bastante fluido, é fácil de localizar os principais itens e a linguagem é de fácil compreensão. Também achei as imagens interessantes além do formato de exibição dos principais CD's do movimento."	USUARIO 1	"Amei a estética da interface e a utilização dos elementos do manguebeat na construção dos elementos visuais da interface."
USUARIO 2	"Seria interessante um botão para voltar ou fechar nas informações dos CDs localizada na home (para facilitar a volta sem precisar subir ao menu ou utilizar a função do navegador), já estando no site."	USUARIO 5	"Os álbuns poderiam ficar em uma aba separada no menu"

Fonte: a autora (2024).

Com base nas respostas e comentários do questionário, foi possível perceber duas oportunidades de melhorias dentro da interface. Uma com relação a separação do conteúdo dos álbuns e outra a adição de uma nova interação entre as páginas de 'Home' e 'CDs'. Para melhorar a experiência de interação do produto, foi adicionado um botão de "Ver agora a discografia" na página de 'Home' logo abaixo do texto introdutório do Manguetown.

Figura 37 - Página de 'Home' com botão de "Ver agora a discografia"



Fonte: a autora (2024).

Além dessa alteração, houve a adição feita de um botão de voltar na página de 'CDs', ampliando as possibilidades do usuário de voltar ao 'Home'.

Figura 38 - Página de 'CDs' com botão de voltar



Fonte: a autora (2024).

5. Considerações finais

O objetivo geral pretendido ao longo da execução deste trabalho foi o de propor uma interface digital para acesso a conteúdos culturais do campo musical pernambucano, especificamente o Mangubeat. Para isso, todo o seu desenvolvimento foi pautado em levantar dados sobre o papel dos produtos digitais como facilitador de acesso à informação, a busca por referências da contracultura musical pernambucana e a criação de protótipos de alta e baixa fidelidade de uma página *web*.

Com a análise dos resultados alcançados após a conclusão do trabalho, é perceptível que os objetivos propostos foram alcançados de forma satisfatória. Por meio da pesquisa realizada, foi possível entender como os produtos digitais estão inseridos no âmbito de acesso à informação. Além disso, foi possível entender o contexto cultural e histórico do movimento Mangubeat, que deu subsídios para a construção do produto na fase de desenvolvimento.

Após a construção da interface, foi realizado um teste de uso com os usuários mapeados na construção das personas. A finalidade do teste foi a de analisar a aceitação da interface proposta pelos usuários, uma vez que é sabido que a interação direta com os usuários pode proporcionar melhor compreensão de suas necessidades reais (Norman, 2006). Com a realização do teste de uso, foi possível identificar oportunidades de melhorias na interface após os *feedbacks* de interação coletados. A participação de usuários em potencial no decorrer da fase de teste de uso foi fundamental para aprimorar o projeto e identificar oportunidades de melhorias, garantindo seu melhor uso e adequação às necessidades do público-alvo.

Contudo, é importante ressaltar que este trabalho não apenas atende a uma demanda prática pelo acesso a informações culturais, mas também está alinhado com princípios éticos e diretrizes internacionais, como a Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural da UNESCO.

Em suma, este trabalho representa uma contribuição para a valorização e promoção da cultura pernambucana. É esperado que esta interface não sirva apenas como ferramenta de acesso à informação, mas também como um meio de preservar e celebrar o Mangubeat.

Referências

ABELL, Angela et al. 2004. **Alfabetización en información: La definición de CILIP (UK)**. Boletín de La Asociación Andaluza de Bibliotecarios, n. 77, Diciembre, p.79-84.

AGÊNCIA IBGE. **Região Norte tem menor acesso a cinemas, teatros e museus**, 2023. Disponível em: <<https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2012-agencia-de-noticias/noticias/38502-regiao-norte-tem-menor-acesso-a-cinemas-teatros-e-museus>>. Acesso em: 15 de Março de 2024.

AGNER, Luiz. **Ergodesign e arquitetura da informação: trabalhando com o usuário**. 4ª ed, Senac Rio, 2018.

BAUMAN, Zygmunt. **A cultura no mundo líquido moderno**. Editora Schwarcz-Companhia das Letras, 2013.

BAXTER, Mike R. **Projeto de produto: guia prático para o design de novos produtos** / Mike R. Baxter; tradução Itiro Iida. - 2. ed. rev. - São Paulo: Blucher, 2000

BEZERRA, Júlia; REGINATO, Lugas. **Manguebeat**. Panda Books, 2017.

BONSIEPE, G. (1999). **Del objeto a la interfase: mutaciones del diseño**. Buenos Aires: Ediciones Infinito.

BRASÍLIA. **Câmara dos Deputados**. Projeto de Lei. PL 1965/1996. Regula o exercício da profissão de desenhista industrial e da outras providências. Disponível em: <<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=198210>>. Acesso em: 20 out. 2023.

BRIA, F.; SESTINI, F.; GASCO, M.; BAECK, P.; HALPIN, H.; ALMIRALL, E.; KRESIN, F. **Growing a Digital Social Innovation Ecosystem for Europe: DSI Final Report**. European Union, 2015.

BROWN, Tim; THINKING, Design. Uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. **Design Thinking**, 2010.

BÜRDEK, B. E. Design. **História, teoria e prática do design de produtos**. 1Reimp. São Paulo: Edgard Blücher, 2012.

CAMARGO, B. Cerca de 84% dos lares brasileiros têm acesso à internet, diz pesquisa. Disponível em: <<https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/cerca-de-84-dos-lares-brasileiros-tem-acesso-a-internet-diz-pesquisa/#:~:text=pesquisa%20%7C%20CNN%20Brasil-,Cerca%20de%2084%25%20dos%20lares%20brasileiros,acesso%20%C3%A0%20internet%2C%20diz%20pesquisa&text=Estudo%20divulgado%20nesta%20quinta%2Dfeira,se%20mantinha%20est%C3%A1vel%20desde%202020>>. Acesso em: 15 de Março de 2024.

CARDOSO, Rafael. O design gráfico e sua história. **Revista artes visuais, cultura e criação**, p. 1-7, 2008.

CARDOSO, Rafael. **Design para um mundo complexo**. São Paulo: Cosac Naify

CARVALHO, Samanta VC; ROCHA, B. **Manifestações culturais**. Noções Básicas de Folkcomunicação. Ponta Grossa (PR): UEPG, 2007.

COMPASS UOL. **Hábitos culturais 2023 - 4a edição** | Fundação Itaú. Disponível em: <<https://prod-fundacao-2023-front.fundacaoitau.org.br/observatorio/habitos-culturais-2023---4-edicao>>. Acesso em: 15 de Março de 2024.

ChatGPT. Openai.com. Disponível em: <<https://chat.openai.com/>>. Acesso em: 14 abr. 2024.

DE OLIVEIRA, Alexandre Santos. **Palavras e coisas: anotações sobre cultura, identidade cultural e Design Gráfico**.

DICK, Maurício Elias; GONÇALVES, Berenice Santos; VITORINO, Elizete Vieira. Design da informação e competência em informação: relações possíveis| Information design and information literacy: possible relationships. **InfoDesign-Revista Brasileira de Design da Informação**, v. 14, n. 1, p. 1-13, 2017.

DÓRIA, Bruna et al. Arte, **identidade cultural e design: o papel da arte na construção das identidades no design de interiores contemporâneo**. 2018.

Estudo do IBGE sobre setor cultural pode orientar políticas do MinC. Disponível em:

<<https://www.gov.br/cultura/pt-br/assuntos/noticias/estudo-do-ibge-sobre-setor-cultural-pode-orientar-politicas-do-minc>>. Acesso em: 15 de Março de 2024.

FRASCARA. J. (2011). **¿Qué es el diseño de información?** Buenos Aires: Ediciones Infinito.

GOMES, João Carlos. Design thinking, inovação em negócios. **Revista Processando o Saber**, v. 5, p. 107-109, 2013.

GUERRA, F.; TERCE, M. **Design Digital**. São Paulo: Editora Senac SP, 2019.

HORN, Robert E. Visual Language: **Global Communication for the 21st Century**. Bainbridge Island, Washington: Macro VU, Inc., 1998.

IIDA, Itiro; BUARQUE, L. I. A. **Ergonomia: projeto e produção**. Editora Blucher, 2021.

IPHAN. **Dossiê 14 - Frevo**, 2016. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/publicacoes/lista?categoria=&busca=Frevo>>. Acesso em: 15 de Março de 2024.

IPHAN. **Publicações - Patrimônio Imaterial - Dossiês**. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/publicacoes/lista?categoria=22&busca=&pagina=1>>.

Acesso em: 15 de Março de 2024.

JORDAN, Patrick W. Human factors for pleasure in product use. **Applied ergonomics**, v. 29, n. 1, p. 25-33, 1998.

JUNIOR, Clorisval Pereira; SPITZ, Rejane. Plataformas digitais para participação cívica: inclusão digital e inovação social digital. **Blucher Design Proceedings**, v. 2, n. 9, p. 3123-3133, 2016.

MACHADO, Carlos Henrique et al. Produtos digitais (infoprodutos): definição, processos criativos, mercado. **Design de Produto na Era Digital-Unisul Virtual**, 2018.

Manguebizz. **O Surgimento do MANGUEBEAT**, 2013. Disponível em: <<https://manguebizz.wordpress.com/2013/11/21/o-surgimento-do-manguebeat/>>.

Acesso em: 15 de Março de 2024.

MARKMAN, Rejane. **Música e simbolização: manguebeat: contracultra em versão cabocla**. Annablume, 2007.

MARTINS, Dalton Lopes; DE MIRANDA DIAS, Calíope Vítor Spíndola. Acervos digitais.

MENDONÇA, LUCIANA FM. Culturas populares e identificações emergentes: reflexões a partir do manguebeat e de expressões musicais brasileiras contemporâneas. **Revista Crítica de Ciências Sociais**, n. 82, p. 85-109, 2008.

MERINO, Giselle Schmidt Alves Díaz. **GODP – Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos: Uma metodologia de Design Centrado no Usuário**. Florianópolis: Ngd/Ufsc, 2016. Disponível em: www.ngd.ufsc.br. Acesso em: 02 out. 2023.

Minuto Música. “**Da Lama Ao Caos**” (1994) – **Chico Science & Nação Zumbi**, 2013. Disponível em: <<https://minutomusica.wordpress.com/2013/07/27/da-lama-ao-caos-1994-chico-science-nacao-zumbi/>>. Acesso em: 15 de Março de 2024.

MISUKO, Maristela Ono. Design, cultura e identidade, no contexto da globalização. **Revista Design em Foco**, v. 1, n. 1, p. 53-66, 2004.

MULGAN, G. **Social Innovation: What it is, why it matters and how it can be accelerated**. Skoll Centre for Social Entrepreneurship, University of Oxford. 2010.

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

O acesso à cultura no Brasil - Bogoricin Imóveis. 2018. Disponível em: <<http://bogoricin.com/o-acesso-cultura-no-brasil/>>. Acesso em: 15 de Março de 2024.

O MOVIMENTO DO ACESSO ABERTO. **Unesco**. Disponível em: <<https://en.unesco.org/open-access/open-access-movement>>. Acesso em: 25 out. 2023.

Oxford Languages. **culture noun**, 2024. Disponível em: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/culture_1?q=culture>. Acesso em: 15 de Março de 2024.

Oxford Languages. **technology noun**, 2024. Disponível em: <<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/technology?q=technology>>. Acesso em: 15 de Março de 2024.

PATRIOTA, Lucia Maria. Cultura, identidade cultural e globalização. **Qualit@s**, v. 1, n. 4, p. 1-9, 2002.

REDIG, J. (2010). **Não há cidadania sem informação, nem informação sem design**. InfoDesign - Revista Brasileira De Design Da Informação, 1(1), 51–59. <https://doi.org/10.51358/id.v1i1.4>

ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen; PREECE, Jennifer. **Design de interação**. Bookman Editora, 2013.

SÁNCHEZ DÍAZ, Marlery. Las competencias desde la perspectiva informacional: apuntes introductorios a nivel terminológico y conceptual, escenarios e iniciativas. **Ciência da Informação**, v. 37, p. 107-120, 2008.

SANTANA, Flavio. **O que o espaço em branco e UX tem em comum?** - Coletivo UX. Medium. Disponível em: <<https://coletivoux.com/o-que-o-espaco-em-branco-e-ux-tem-em-comum-f1c443f40f94>>. Acesso em: 14 abr. 2024.

SANTOS, Felipe Marçal Oliveira. **Expressão de marca via design de interação**.

SBDI. (2006). **Sociedade Brasileira de Design da Informação**. [s.l.]. Disponível em: <<http://www.sbd.org.br/>>.

UNESCO, NO BRASIL. **Declaração universal sobre a diversidade cultural**. 2002.

VERASZTO, Estéfano Vizconde et al. **Tecnologia: buscando uma definição para o conceito**. Prisma. com, n. 8, p. 19-46, 2009.

VIANNA, Maurício et al. **Design thinking: inovação em negócios**. Design Thinking, 2011.

Apêndice

Apêndice A — Página de 'Home'

SEMPRE
TOWN

Home

Artistas

Discografia

Álbuns

Shows

Links

Chamagnathus granulatus sapiens

O Chamagnathus é um arquivo digital que celebra a discografia do movimento pernambucano Manguebeat com a existência dos catenquipes com caráter.

Ver a página completa

Da Lama ao Caos
Chico Science & Nação Zumbi
1994

Samba esquema noise
Mundo Livre S/A
1994

Afrociberdelia
Chico Science & Nação Zumbi
1996

CSNZ
Chico Science & Nação Zumbi
1999

Samba pra Burro
Otto
1999

Som de Caráter Urbano e de Salão
Sheik Tosado
1999

Rádio S.amb.a.
Nação Zumbi
2000

Terceiro Samba
Mestre Ambrósio
2000

Fique Peixe
Quercus e Jacaré
2001

1

2

3

SEMPRE
TOWN

Home

Artistas

Discografia

Álbuns

Shows

Links

100

Reservado todos os direitos. Não é permitido o uso não autorizado.

MANQUE TOWN

home recife '90 movimento artistas fotos sobre

<



Da Lama ao Caos (1994)

Chico Science & Nação Zumbi

O álbum 'Da Lama ao Caos' é uma obra-prima da música brasileira que marcou profundamente a cena cultural do país. Lançado em 1994 pela banda Chico Science & Nação Zumbi, o disco é uma fusão inovadora de ritmos tradicionais do nordeste brasileiro com elementos de rock, funk e hip-hop.

A construção do álbum é uma jornada sonora que retrata as realidades sociais e culturais do nordeste brasileiro, trazendo letras que abordam temas como a desigualdade, a urbanização desenfreada e a resistência cultural.

A capa do álbum é uma obra projetada pelo artista plástico Cafi. Com uma estética marcante e surreal, a capa apresenta uma colagem de imagens que evocam a mistura caótica e vibrante da vida urbana, com referências visuais que vão desde o folclore nordestino até a cultura pop.

MANQUE TOWN

home recife '90 movimento artistas fotos sobre

2024

Este produto foi desenvolvido para o RDC de Marcela Bandeira Ferraz

Apêndice C – Página de ‘Recife ‘90’



Os anos '90 em Recife

Na época do surgimento do Manguebeat, o Recife e sua região enfrentavam desafios socioeconômicos significativos.

A cidade era marcada pela desigualdade social, pela falta de infraestrutura básica em muitas áreas e por altos índices de violência urbana.

Os bairros periféricos, onde grande parte da população vivia, enfrentavam problemas como falta de saneamento, precariedade na oferta de serviços públicos e baixas oportunidades de emprego.



Recife, anos 90



Recife, anos 90

A região do mangue, que deu origem ao nome do movimento, muitas vezes era associada à pobreza e à marginalização, com comunidades vivendo em condições precárias nas margens dos rios e canais. Além disso, a degradação ambiental e o descaso com os recursos naturais eram questões urgentes que afetavam a qualidade de vida dos habitantes locais.

No entanto, nesse contexto adverso, também havia uma efervescência cultural única. A diversidade étnica e cultural da população pernambucana se refletia na música, na arte e nas expressões culturais que surgiam nas ruas e nos espaços alternativos da cidade. O Manguebeat, como expressão artística, emergiu como uma resposta criativa a essas condições, mesclando influências regionais com elementos da cultura pop e global.

Portanto, a realidade do Recife e sua região na época do Manguebeat era complexa e multifacetada, com desafios sociais e econômicos coexistindo com uma rica cena cultural e uma fervilhante criatividade artística. O movimento não apenas capturou essa realidade, mas também a desafiou e a transformou, deixando um legado cultural duradouro que continua a influenciar a cidade e o país até os dias de hoje.

Apêndice D – Página de ‘Movimento’



O que é o Mangue beat

O Manguebeat emerge como uma poderosa força cultural que transcende as fronteiras do Recife e da região, espalhando sua influência por todo o Brasil e alçando reconhecimento internacional.

O movimento, que teve seu início nas margens do mangue e nos becos da cidade, torna-se um símbolo de resistência e de renovação cultural, desafiando as normas estabelecidas e redefinindo os limites da música brasileira.





CHICO SCIENCE

O termo "Mangue Beat" foi cunhado pelo músico Fred 04, do grupo Mundo Livre S/A, e faz referência ao mangue, ecossistema costeiro característico da região, e ao "beat", que remete à batida musical. Essa fusão de elementos e influências diversas reflete não apenas a diversidade cultural do Brasil, mas também a busca por uma identidade própria, fora dos padrões estabelecidos pela indústria cultural.



CHICO SCIENCE

Um dos principais expoentes desse movimento foi Chico Science, líder da banda Chico Science & Nação Zumbi. Com letras que abordavam questões sociais e políticas, Chico Science e sua banda trouxeram uma nova energia para a música brasileira, incorporando ritmos locais como maracatu, coco e ciranda com elementos eletrônicos e distorções de guitarra.



CHICO SCIENCE NA NAÇÃO ZUMBI

No entanto, o Mangue Beat não foi apenas um fenômeno artístico, mas também um movimento político-cultural. Suas letras muitas vezes denunciavam as desigualdades sociais, a degradação ambiental e a falta de oportunidades para as camadas mais marginalizadas da sociedade brasileira. Por meio de sua música e de suas ações, os artistas do Mangue Beat buscaram promover a conscientização e a transformação social.



CHICO SCIENCE

Além da música, o Mangue Beat também abraçou outras formas de expressão artística, como a literatura, o cinema e as artes plásticas. Artistas como o escritor e compositor Jorge du Peixe e o cineasta Lúcio Ferreira contribuíram para difundir a estética e as ideias do movimento para além do universo musical.



CHICO SCIENCE

Embora o auge do Mangue Beat tenha sido nos anos 1990, seu legado continua vivo até hoje, influenciando uma nova geração de artistas e movimentos culturais no Brasil e além. Sua capacidade de mesclar tradição e modernidade, localismo e universalidade, o torna não apenas um capítulo importante na história da música brasileira, mas também uma fonte de inspiração para aqueles que buscam novas formas de expressão e resistência.

Apêndice E – Página de ‘Artistas’



[HOME](#)
[MANGUE TOWN](#)
[BIOGRAFIA](#)
[ARTISTAS](#)
[GALERIA](#)
[CONTATO](#)



Principais Artistas da Manguetown

No coração do movimento Manguebeat, encontramos uma geração de artistas que desafaram as convenções musicais e sociais do seu tempo.

Com suas batidas pulsantes, letras provocativas e uma paixão ardente pela expressão artística, esses músicos pioneiros se tornaram os arquétipos de uma revolução cultural que ecoou além das fronteiras do Recife, alcançando reconhecimento nacional e internacional.





Chico Science

Chico Science, líder carismático da Nação Zumbi, era um verdadeiro visionário. Sua mistura de ritmos regionais com elementos de rock e hip-hop deu vida a um som revolucionário que ecoou além das fronteiras do Recife. Suas letras inteligentes e provocativas abordavam questões sociais e políticas com uma energia crua e uma paixão ardente, tornando-o uma figura icônica do Manguebeat.



Nação Zumbi

Do lado de Chico, a Nação Zumbi se destacava como uma força musical inigualável. Com sua fusão única de guitarras distorcidas, tambores atados e batidas hipnóticas, a banda criou um som poderoso e inovador que capturou a imaginação de uma geração inteira. Seu legado perdura até hoje, influenciando artistas em todo o Brasil e além.



Mundo Livre S/A

Mundo Livre S/A, liderado por Fred Zero Quatro, também desempenhou um papel crucial no cenário do Manguebeat. Com seu som experimental e letras subversivas, a banda desafiou as convenções musicais e sociais, abrindo caminho para novas formas de expressão artística. Seu impacto duradouro pode ser sentido em toda a música brasileira contemporânea.



Além

Além desses nomes proeminentes, o Manguebeat também contou com uma miríade de outros artistas talentosos, como Otto, Nani Vasconcelos, e Lamento Negro, cada um contribuindo com sua própria voz única para o movimento. Juntos, esses artistas formaram uma comunidade criativa vibrante que continuou a inspirar e influenciar gerações futuras de músicos e ouvintes.



Manguebeat Sound

Assim, os artistas do Manguebeat deixaram um legado duradouro que transcende o tempo e o espaço, lembrando-nos do poder transformador da música e da arte para provocar mudanças sociais e culturais. Seus nomes e suas músicas permanecem vivos, como testemunhas de uma época de criatividade e resistência que nunca será esquecida.



[HOME](#)
[MANGUE TOWN](#)
[BIOGRAFIA](#)
[ARTISTAS](#)
[GALERIA](#)
[CONTATO](#)

100 | Biografia do Manguebeat - 1992-2012 | Recife e Pernambuco

Apêndice F – Página de ‘Fotos’

Fotos



Chico Bastos e Nêgô (Lula)



Chico Bastos



Chico Bastos e Nêgô (Lula)



Chico Bastos



Chico Bastos



Chico Bastos e Nêgô (Lula)



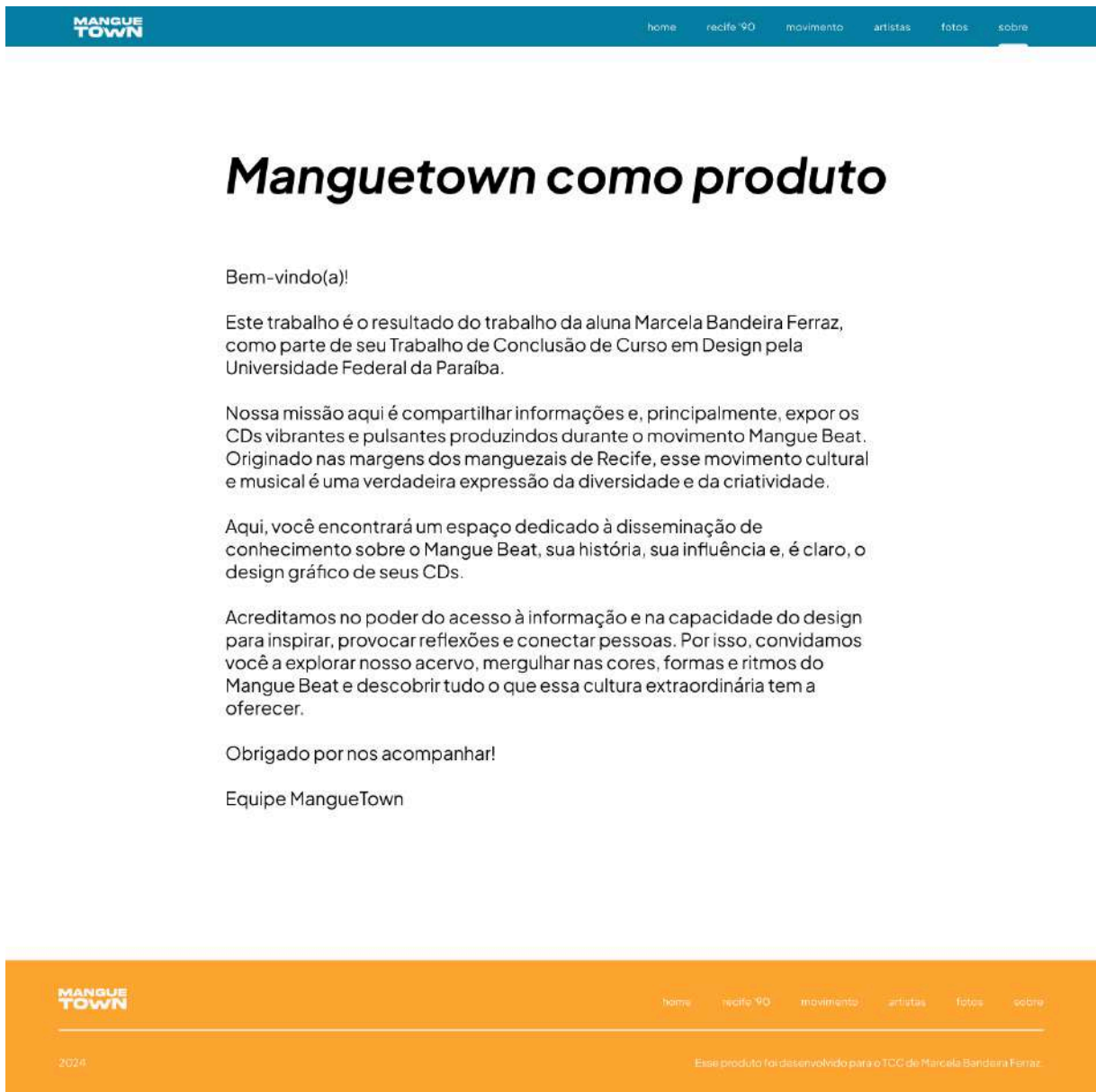
Chico Bastos e Nêgô (Lula)



Chico Bastos



Chico Bastos



Apêndice H – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido

17/04/2024, 22:34

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

A aluna do curso de Design da Universidade Federal da Paraíba, Marcela Bandeira Ferraz sob orientação da Prof. Dr. Renato Fonseca Livramento da Silva, convida você a participar do teste e questionário de uso do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) intitulado de **“INTERFACE DIGITAL PARA EXPOSIÇÃO DO DESIGN GRÁFICO DE COMPACT DISCS (CDs) DO MOVIMENTO PERNAMBUCANO MANGUEBEAT”**. Para tanto, você precisará assinar o TCLE que visa assegurar a proteção, a autonomia e o respeito aos participantes de pesquisa em todas as suas dimensões: física, psíquica, moral, intelectual, social, cultural e/ou espiritual – e que a estruturação, o conteúdo e forma de obtenção dele observam as diretrizes e normas regulamentadoras de pesquisas envolvendo seres humanos preconizadas pela Resolução 466/2012 e/ou Resolução 510/2016, do Conselho Nacional de Saúde e Ministério da Saúde.

O objetivo geral desta pesquisa é avaliar o uso da interface digital posta em teste focalizando na percepção do usuário. Espera-se que o resultado desta pesquisa possa promover discussões e melhorias na interação do usuário e a interface avaliada.

Sua decisão de participar neste estudo deve ser voluntária e que ela não resultará em nenhum custo ou ônus financeiro para você (ou para o seu empregador, quando for este o caso) e que você não sofrerá nenhum tipo de prejuízo ou punição caso decida não participar desta pesquisa. Todos os dados e informações fornecidos por você serão tratados de forma anônima/sigilosa, não permitindo a sua identificação.

Declaro ter sido esclarecido sobre os seguintes pontos:

I. A pesquisa tem por objetivo analisar o uso de uma interface digital, observando o manuseio e percepções de cada indivíduo.

II. As tarefas que devo realizar são: 1 - Localizar o 'Menu' e acessar a aba 'Recife '90'. 2 - Acessar o 'Menu' e ir para a página 'Movimento'. 3 - Acessar o 'Menu' e ir para a página 'Artistas'. 4 - Ir para o 'Menu', localizar o CD "Da Lama Ao Caos" e acessar as informações sobre o item.

III. A minha participação nesta pesquisa deverá ter, em média, a duração de 10 a 15 minutos.

IV. Não terei que arcar com nenhum custo financeiro ao participar desta pesquisa e poderei deixar de participar ou retirar meu consentimento a qualquer momento, sem necessidade de justificativa, não resultando em nenhum prejuízo pessoal. Estou ciente também que não haverá nenhum valor econômico por minha participação.

V. Meu nome será mantido em sigilo, assegurando minha privacidade e, se eu desejar, terei acesso às informações sobre o estudo, tudo que eu queira saber antes, durante e após minha participação.

VI. Estou ciente que os dados coletados serão utilizados para fins desta pesquisa e que os resultados poderão ser publicados.

https://docs.google.com/forms/d/1J-YdUY9alMX8Xg02XsC9TF_XQkqShBADLdivBI-I_Rw/edit

1/3

VII. Qualquer dúvida, pedimos a gentileza de entrar em contato com Marcela Bandeira Ferraz, pesquisadora responsável por esta pesquisa, através dos telefones: (83) 9 9693-9858 ou pelo e-mail: marcelabandeiraferraz@gmail.com

Solicito a sua autorização para registrar áudio e imagens da sessão. Estas informações serão tratadas com sigilo e confidencialidade, e utilizadas somente para fins científicos desta pesquisa. Importa frisar que os dados coletados serão utilizados apenas nesta pesquisa e os resultados serão divulgados em eventos e/ou revistas científicas, garantindo anonimato. Se houver desconforto psicológico, da sua participação na pesquisa, a pesquisadora se compromete em orientá-lo(a), acolhê-lo, e até cancelar a entrevista, caso seja necessário, sem nenhuma consequência, apenas para o pesquisador que terá que descartar os dados coletados.

Agradecemos antecipadamente a sua colaboração.

Eu declaro que li este documento e obtive dos pesquisadores todas as informações que julguei necessárias para me sentir esclarecido e ACEITO por livre e espontânea vontade participar do teste e questionário de uso do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) intitulado de "INTERFACE DIGITAL PARA EXPOSIÇÃO DO DESIGN GRÁFICO DE COMPACT DISCS (CDs) DO MOVIMENTO PERNAMBUCANO MANGUEBEAT".

* Indica uma pergunta obrigatória

1. Nome completo *

2. Você aceita participar do teste? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Aceito

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários

Questionário do Teste de Uso

Olá, seja muito bem vindo(a)!

Esse questionário faz parte do Teste de Uso do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do curso de Design da Universidade Federal da Paraíba (UFPB), intitulado: **INTERFACE DIGITAL PARA EXPOSIÇÃO DO DESIGN GRÁFICO DE COMPACT DISCS (CDs) DO MOVIMENTO PERNAMBUCANO MANGUEBEAT**. O trabalho tem como autora, a aluna Marcela Bandeira Ferraz, sob orientação do professor Dr. Renato Fonseca Livramento da Silva.

Os objetivos desse questionário são mapear o **perfil sociodemográfico** dos usuário participantes, assim como, sua **avaliação de uso** da interface posta em teste.

Obrigada pela sua colaboração!

* Indica uma pergunta obrigatória

1. Gênero *

Marcar apenas uma oval.

☐ Masculino

☐ Feminino

☐ Outro: _____

2. Faixa etária *

Marcar apenas uma oval.

☐ 18 a 24 anos

☐ 25 a 35 anos

☐ 36 a 45 anos

☐ 46 a 55 anos

☐ Outro: _____

3. Qual o seu grau de escolaridade? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Ensino fundamental incompleto
- ☐ Ensino fundamental completo
- ☐ Ensino médio incompleto
- ☐ Ensino médio completo
- ☐ Graduação incompleta
- ☐ Graduação completa
- ☐ Pós-graduação incompleta
- ☐ Pós-graduação completa
- ☐ Alfabetizado(a)
- ☐ Outro: _____

4. Com qual frequência você utiliza a internet/web? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Diária
- ☐ Semanal
- ☐ Mensal
- ☐ Nunca

5. Você costuma ir a museus e galerias? *

Marcar apenas uma oval.

- ☐ Sim
- ☐ Não

6. Com base na sua resposta anterior, você já acessou ou costuma acessar acervos culturais virtuais? *

Marcar apenas uma oval.

☐ Sim

☐ Não

Estrutura da Interface

Nesta etapa, estaremos focados na análise detalhada da estrutura da interface proposta. Seu feedback é de extrema importância para aprimorar o uso e a eficiência desta interface.

Use a escala de respostas para indicar o quanto você concorda ou discorda de cada afirmação, atribuindo o número correspondente à sua percepção (1 - Discordo totalmente; 2 - Discordo; 3 - Ok; 4 - Concordo; 5 - Concordo totalmente;).

7. A linguagem de navegação nas telas é clara e fácil de entender: *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Disc ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Concordo totalmente

8. O website tem informações que são interessantes para mim: *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Disc ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Concordo totalmente

9. É fácil encontrar as informações: *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Disc ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Concordo totalmente

10. As informações são apresentadas em uma forma agradável: *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Disc ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Concordo totalmente

11. Fica claro desde a primeira página (homepage) qual é o propósito do site: *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Disc ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Concordo totalmente

12. Você tem algum comentário adicional?

Aspecto formal da Interface

Nesta etapa, vamos focar na análise da estética da interface proposta. Queremos ouvir suas impressões sobre os aspectos visuais, incluindo design gráfico, cores, tipografia e elementos visuais.

Use a escala de respostas para indicar o quanto você concorda ou discorda de cada afirmação, atribuindo o número correspondente à sua percepção (1 - Discordo totalmente; 2 - Discordo; 3 - Ok; 4 - Concordo; 5 - Concordo totalmente;).

13. O conteúdo da interface está bem disposto e agradável: *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Disc ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Concordo totalmente

14. O aspecto formal da interface é atraente: *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Disc ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Concordo totalmente

15. Prefiro cores mais escuras a cores mais claras: *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Disc ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Concordo totalmente

16. As fontes tipográficas utilizadas são fáceis de ler: *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Disc ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Concordo totalmente

17. A disposição dos elementos gráficos estão bem feitas: *

Marcar apenas uma oval.

1 2 3 4 5

Disc ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Concordo totalmente

18. Você tem algum comentário adicional?

Obrigada pela sua participação!

Agradecemos sinceramente por dedicar seu tempo e compartilhar suas opiniões valiosas sobre nossa interface. Sua participação é essencial para o desenvolvimento e aprimoramento do nosso projeto.

Obrigado por contribuir para a melhoria da experiência do usuário.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pelo Google.

Google Formulários