

2019

**MARIA LEONOR  
MOREIRA PIMENTEL  
DIAS**

**EXPERIÊNCIA DO UTILIZADOR  
APLICADA EM SISTEMAS INTERNOS**



2019

**MARIA LEONOR  
MOREIRA PIMENTEL  
DIAS**

## **EXPERIÊNCIA DO UTILIZADOR APLICADA EM SISTEMAS INTERNOS**

Relatório de Estágio apresentado ao IADE – Faculdade de Design, Tecnologia e Comunicação da Universidade Europeia, para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Design e Cultura Visual realizada sob a orientação científica da Doutora Cláudia Pernencar, Professora do IADE – UE.



**palavras-chave**

design; experiência do utilizador; sinalização; digital; sistemas

**resumo**

O presente relatório é o resultado de um estágio curricular na consultora Everis entre 5 de Novembro de 2018 e 5 de Fevereiro de 2019, ocorrido no âmbito do Curso de Mestrado em Design e Cultura Visual.

A estrutura deste documento inclui: Primeiro uma breve apresentação da empresa acolhedora e qual o papel de Designer Júnior para as áreas de UX/UI. Depois, uma contextualização da área científica em que se enquadra o projeto realizado e os estudos criativos e de conceção por detrás da elaboração do mesmo. Terceiro, é apresentado o projeto realizado durante o estágio, e que consiste no aperfeiçoamento de um website interno para controlo de instâncias. Por fim, uma reflexão sobre os constrangimentos encontrados ao longo do processo de estágio e qual foi o desempenho pessoal perante os desafios propostos.



**Keywords**

design; user experience; digital; signage; systems

**abstract**

This report is the result of an internship occurred in Everis company between November 5th, 2018 and February 5th, 2019, within a Master Degree in Design and Visual Culture. The structure includes: First, a presentation of the company and a role as Junior Designer for UX / UI fields. After that, contextualization of the scientific approach in what the presented project carried out. The studies behind creativity and conceptualization are shown. Third, the internal project that was carried out during the internship related to improvements in the instance control related to a website. At least, a reflection about the constraints that happened during the internship and that was the personal performance in the face of the proposed challenges.



## ÍNDICE

ÍNDICE DE FIGURAS.....	11
GLOSSÁRIO.....	13
1. INTRODUÇÃO.....	15
2. ESTÁGIO.....	16
2.1. Local e tutor.....	16
2.4. Orientação Científica.....	16
2.5. Objetivos Principais.....	17
2.6. Integração na Empresa.....	18
3. EVERIS.....	18
3.1. História da empresa.....	18
3.2. Missão, Visão e Valores.....	19
3.3. Organização e Estrutura.....	20
4. PERGUNTAS DE INVESTIGAÇÃO.....	21
5. DESIGN DIGITAL - ENQUADRAMENTO TEÓRICO.....	22
5.1. O que é <i>User Experience</i> e <i>User Interface</i> ?.....	22
6. PROJETO.....	25
6.1. “Intelligent Digital Signage”.....	25
6.1.1. 1ª Fase.....	29
6.1.2. 2ª Fase – Definição do User Interface.....	34
6.1.3. 3ª Fase – Resolução de problemas de navegação.....	43
7. REFLEXÕES.....	48
8. CONCLUSÕES.....	49
9. BIBLIOGRAFIA.....	50
10. WEBGRAFIA.....	51



## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Diagrama dos Valores da Everis (2018)	19
Figura 2: Logo do Website Intelligent Digital Signage (2018)	25
Figura 3: Website Intelligent Digital Signage (2018)	26
Figura 4: Infografia da organização do IDS (2018)	27
Figura 5: Screenshot da Página das Instâncias do website antigo (2018)	27
Figura 6: Screenshot da Página dos Profiles do website antigo (2018)	28
Figura 7: Screenshot da Página dos Layout Details do website antigo (2018)	29
Figura 8: Everis: Manual da Marca (2018)	30
Figura 9: Everis: Manual da Marca (2018)	30
Figura 10: Mapa de funcionalidades –Estrutura inicial do Website (2018)	31
Figura 11: Screenshot Sign Up, consultada a 16 de Novembro de 2018:	32
Figura 12: Screenshot Sign Up, consultada a 16 de Novembro de 2018:	32
Figura 13: Screenshot Sign Up, consultada a 16 de Novembro de 2018:	33
Figura 14: Screenshot Dashboard, consultada a 16 de Novembro de 2018:	33
Figura 15: Screenshot Dashboard, consultada a 16 de Novembro de 2018:	34
Figura 16: Screenshot da primeira proposta de Login (2018)	35
Figura 17: Screenshot da segunda proposta de Login (2018)	35
Figura 18: Wireframe do modelo da Dashboard (2018)	36
Figura 19: Screenshot da primeira proposta de modelo da Dashboard (2018)	37
Figura 20: Screenshot da Proposta final de modelo da Dashboard (2018)	39
Figura 21: Screenshot de Detalhe de Overlay e Quick Actions dos cartões da Dashboard (2018)	39
Figura 22: Screenshot da Proposta final de Login (2018)	40
Figura 23: Screenshot de Modelo de mensagem de confirmação (2018)	41
Figura 24: Screenshot da Página dos detalhes de perfil do website antigo (2018)	41
Figura 25: Screenshot da Proposta para página dos detalhes de Perfil (2018)	42
Figura 26: Screenshot da Proposta para página dos detalhes de Layout (2018)	43
Figura 27: Screenshot da Página do agendamento de Layout no website antigo (2018)	44

Figura 28: Mapa de navegação do separador “Profiles” (2018)	44
Figura 29: Estrutura do separador “Instâncias” (2018)	45
Figura 30: Quick actions dos cartões da Dashboard (2018)	46
Figura 31: Página de schedulling do website antigo (2018)	46
Figura 32: Screenshot da nova proposta para página de Schedulling (2018)	47
Figura 33: Screenshot da nova proposta para página de novo evento (2018)	47

## **GLOSSÁRIO**

### **Briefing**

*A meeting in which people are given instructions or information*

### **Dashboard**

*A page or a website where you can access information about its various functions*

### **High-Fidelity Prototype**

*An interactive prototype that simulates the real system or site's functionality and design details*

### **Input**

*The act of putting information into a computer; the information that you put in*

### **Layout**

*The way in which the parts of something such as the page of a book, a garden or a building are arranged*

### **Pixel**

*Any of the small individual areas on a computer screen, which together form the whole display*

### **Pop-Up**

*A computer menu, window, etc. that can be brought to the screen quickly while you are looking on another document; A window that is opened up by the browser, not by the user.*

### **Overlay**

*To put something on top of a surface so as to cover it completely; to lie on top of a surface*

**Wireframe**

*A basic image, or a set of images, that represents the structure of a web page or website, showing the information on it, how it is arranged and how a user can find the information, but not showing what it will look like; A highly simplified sketch of the important information in a page. Also known as page architecture, page schematic, or blueprint*

## 1. INTRODUÇÃO

O presente relatório de estágio, desenvolvido durante o 2º ano do curso de Mestrado em Design e Cultura Visual para a obtenção do grau de Mestre, resulta no desenvolvimento de um único projeto, mas de maior dimensão, desenvolvido pela aluna, e que descreve a experiência como designer júnior para as áreas de *User Experience* (UX) e *User Interface* (UI) na entidade acolhedora, a empresa Everis. O estágio ocorreu no 2º ano do Mestrado de Design e Cultura Visual, para a obtenções de grau de mestre do mesmo.

A opção de estágio proporcionou-se como consequência de uma vaga de três meses ao abrigo do Protocolo de Cooperação de Estágios entre o IADE-UE e a consultora Everis. Neste sentido, a aluna apresentou candidatura em Agosto de 2018 e, após entrevista com o atual tutor, o Designer Pedro Lavinha – Alumni da instituição, foi selecionada para integrar a equipa de Design. Desde o início, foram estabelecidos os campos de ação, ou seja, desenvolvimento de projetos no âmbito do Design Gráfico e do Web Design.

A opção de realização de estágio deveu-se à necessidade de desenvolvimento pessoal de competências na área do Design e da necessidade de entrar no mercado de trabalho com experiência adquirida no terreno.

O presente documento encontra-se dividido em sete partes. A primeira parte consta na introdução e dos motivos levaram a aluna a optar por realizar o estágio. A segunda parte pretende apresentar os objetivos principais do estágio e, de seguida na terceira parte, apresentar a entidade acolhedora, a sua história, os seus valores e como se encontra estruturada. A quarta parte pretende apresentar as metodologias de trabalho e os procedimentos realizados para a conceção dos projetos. A título de Enquadramento Teórico, na quinta parte são abordados os conceitos de Design mais relevantes para uma melhor compreensão do teor das atividades relatadas na sexta parte, denominadas de projetos. Por fim, a sétima parte apresenta as considerações finais da aluna e respetiva avaliação.

## **2. ESTÁGIO**

Este documento é o resultado do trabalho de três meses na empresa Everis, que permitiu aprofundar os conhecimentos de Design Gráfico adquiridos no Mestrado, como também estudar outras áreas menos conhecidas: o Design de Interação aplicado como uma ferramenta interna da empresa, como o controlo da sinalização digital das respetivas instalações.

A investigação exposta surge em resposta ao desafio colocado pela Everis, o redesign de um website que me levou a trabalhar a temática “O Design de Interação aplicado a sistemas digitais internos”. Para além do desafio, a investigação exposta fala sobre o estudo do Design em contexto de uma Consultora.

### **2.1. Local e tutor**

A entidade acolhedora, a consultora Everis, encontra-se estabelecida em Lisboa. Atualmente conta com mais de 21.000 colaboradores tendo vários escritórios espalhados pela Europa e América Latina, tendo a sede em Espanha.

Durante os 3 meses do estágio curricular, contou-se com a supervisão do Designer Pedro Lavinha, Diretor Criativo de UX/UI. Antigo aluno do IADE-UE, frequentou também o Mestrado em Design e Cultura Visual. O seu percurso profissional iniciou-se na empresa Grand Union do grupo Fullsix como *Digital Designer*, passando depois para a agência de publicidade t\_insight, como *Digital Art Director* e de seguida para outra agência do mesmo ramo, a Ogilvy, até chegar à Everis em 2017, dando assim início à construção da equipa de design dentro desta organização.

### **2.4. Orientação Científica**

A aluna teve como orientador científico a Prof.<sup>a</sup> Doutora Cláudia Pernencar. O papel da orientadora foi fundamental para a realização do trabalho, como também permitiu que os objetivos do estágio fossem cumpridos e que fossem ao encontro do Mestrado de Design e Cultura Visual.

## 2.5. Objetivos Principais

Integrada no processo de estágio, foi decidido pelas três partes, a aluna, o supervisor e a orientadora, estabelecer os seguintes objetivos, divididos em duas categorias, *hard skills* e *soft skills*..:

### **Hard Skills:**

- Aplicar os conhecimentos adquiridos ao longo da Licenciatura em Artes Visuais - como os princípios básicos do Design Gráfico - bem como durante o primeiro ano de Mestrado em Design e Cultura Visual do IADE-UE;
- Adquirir experiência em contexto profissional;
- Aprofundar conhecimentos técnicos em várias áreas do Design, mais especificamente em UX/UI;
- Construção de portfólio com projetos profissionais na área de UX/UI;
- Aprofundar as competências técnicas relativamente aos programas informáticos como por exemplo o Adobe® Illustrator e o Adobe ®Photoshop, como criação de vetores e edição de imagem.

### **Soft Skills:**

- Aprender a lidar com a pressão do trabalhar de forma mais autónoma e responsável em contexto real;
- Obter experiência de trabalho como designer em ambiente corporativo, sendo neste caso numa consultora, muito diferente do que provavelmente iria encontrar numa agência de publicidade.
- Saber gerir os projetos de acordo com os prazos e objetivos estabelecidos, respondendo de forma adequada aos requisitos do cliente;
- Melhorar a capacidade de resposta perante os problemas que foram surgindo ao longo do desenvolvimento dos projetos;
- Saber manusear outros programas informáticos nos quais nunca tinha tido contacto como por exemplo, o Sketch, um programa para criar protótipos de alta fidelidade;

- Adaptação a novos desafios e à dinâmica existente na equipa de Design.

## **2.6. Integração na Empresa**

Nos primeiros dias de trabalho, a aluna foi apresentada à equipa, e foi também explicado a filosofia projetual da empresa, que se traduz na confiança total nos seus funcionários, com o compromisso de total responsabilidade na execução dos seus projetos e tarefas nos prazos estabelecidos. Numa fase inicial, o supervisor Pedro Lavinha solicitou um pequeno exercício, elaborar um modelo de apresentação – *template*, para ser utilizado nas diversas interações com os seus clientes.

Após este exercício, projetos mais complexos de forma a explorar outras áreas do Design foram introduzidos permitindo à aluna ambientar-se com programas informáticos novos. A partir daqui, ficou estabelecido que a maioria dos projetos a serem desenvolvidos teriam foco em UX/UI.

## **3. EVERIS**

O estágio decorreu na empresa Everis, do grupo NTT DATA. É uma firma de consultoria multinacional que fornece soluções de negócio e de estratégia, desenvolvimento de aplicações, manutenção e serviços de *outsourcing*, que conta com mais de 21.000 colaboradores em todo o mundo. Tem uma forte presença na Europa (Espanha, Portugal, Reino Unido e Itália) assim como em vários países da América Latina incluindo Brasil, Chile, México, Argentina, Colômbia e Peru. Disponibiliza aos seus clientes uma vasta gama de serviços tecnológicos e consultoria estratégica, desenvolvimento de aplicações a clientes de topo tanto em Espanha e Portugal, como nos mercados latino-americanos, incluindo os sectores da banca, seguros, telecomunicações, administração pública, indústria e serviços.

### **3.1. História da empresa**

Fundada em 1996, iniciou a sua atividade como DMR Consulting, abrindo o primeiro escritório em Madrid, expandindo-se depois para outras regiões como

Barcelona, Sevilha, Valencia, Santiago do Chile, chegando a Portugal, neste caso Lisboa, em 1999. No seu décimo aniversário, alterou o nome e imagem corporativa para Everis.

Em 2014, a Everis foi adquirida pelo grupo japonês NTT DATA<sup>1</sup>, uma das maiores empresas de tecnologias de informação do mundo.

### 3.2. Missão, Visão e Valores

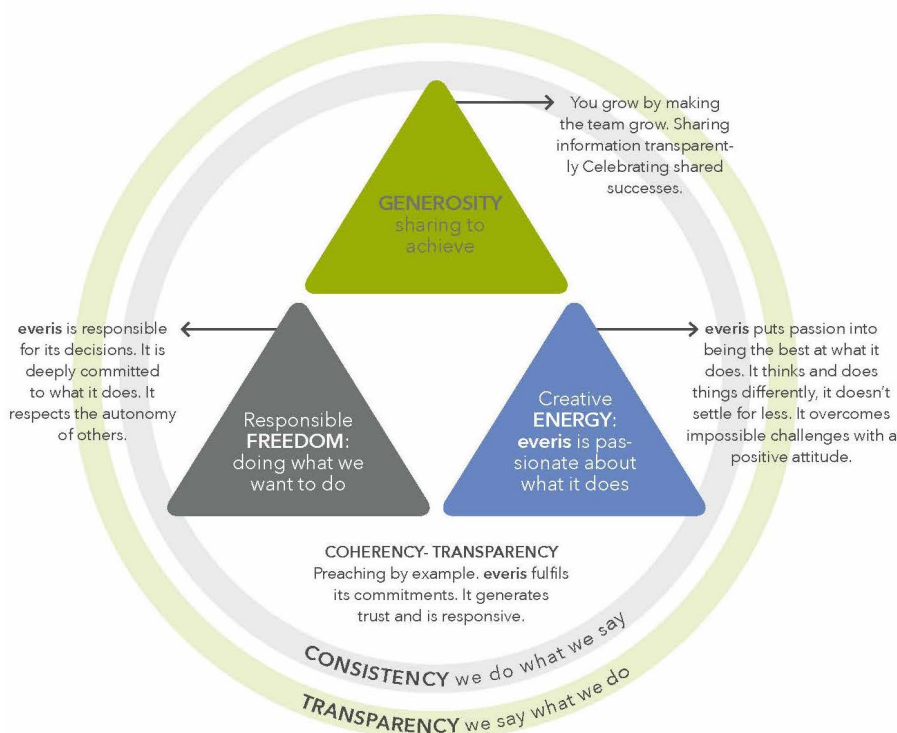


Figura 1: Diagrama dos Valores da Everis (2018) <sup>2</sup>

A missão da Everis é ser uma empresa global, excepcional em termos éticos e emocionais, liderada por valores onde qualquer sonho pode ser alcançado. Juntamente com a NTT DATA, a empresa trabalha todos os dias para se tornar a número um no mercado. A integração na NTT DATA permite que a Everis expande

<sup>1</sup> Website da NTT DATA <https://www.nttdata.com/global/en/#>

<sup>2</sup> Relatório de Contas do ano 2018, p. 48, consultado a 3 de Janeiro em [https://e17r5k-datap1.s3-eu-west-1.amazonaws.com/evercorp/s3fs-public/everis\\_annual\\_report\\_18.pdf?IPiu5LzpMM0xKVdYnJ6QRRqNIBHf.\\_FS](https://e17r5k-datap1.s3-eu-west-1.amazonaws.com/evercorp/s3fs-public/everis_annual_report_18.pdf?IPiu5LzpMM0xKVdYnJ6QRRqNIBHf._FS)

soluções e serviços, ajuda a fornecer respostas mais inovadoras e aumenta as suas capacidades tecnológicas, geográficas e recursos financeiros.

A visão estratégica da Everis é projetada para contribuir valor para a sociedade e, sobretudo, para um forte compromisso com cada cliente. Apesar disso não pára por aí. Também está comprometida em trabalhar com empresas que reforçam o seu trabalho, fomentem o talento e tenham capacidade de gerir alianças colaborativas com diferentes instituições de conhecimento, num círculo virtuoso que reforça a missão e a visão da empresa.

Conforme Figura 1 apresenta, os valores da empresa baseiam-se em:

- **Generosidade Exigente** – só se cresce ao fazer a equipa crescer;
- **Liberdade Responsável** – a empresa é responsável pelas suas decisões, sendo dedicada naquilo que faz, respeitando também a autonomia dos seus colaboradores;
- **Energia Criativa** – a Everis é apaixonada naquilo que faz, ultrapassando os seus desafios com uma atitude positiva;
- **Coerência e Transparência** – fazemos o que dizemos, dizemos o que fazemos.

### 3.3. Organização e Estrutura

Na Everis é possível esquematizar de duas maneiras como é que a empresa está organizada: (1) Através do tipo de serviços que prestam, e (2) através das indústrias com quem trabalham.

Encontramos cinco diferentes tipos de **serviços**<sup>3</sup>: **Disrupção**, que consiste na rutura para com o mundo dos negócios baseado em tecnologias exponenciais; **Consultoria**, que ajuda na gestão das empresas e operações diárias; **Transformação**, ou seja, colaborar para reinventar as plataformas tecnológicas que incorporem com sucesso as inovações dos próximos anos, pensando sempre no cliente, humanizando a experiência e criando novos processos que promovam

---

<sup>3</sup> Consultado em <https://www.everis.com/portugal/pt-pt> e no Relatório de Contas de 2018 p. 28-31, consultado a 3 de Janeiro em [https://e17r5k-datap1.s3-eu-west-1.amazonaws.com/evercorp/s3fs-public/everis\\_annual\\_report\\_18.pdf?IPiu5LzpMM0xKVdYnJ6QRRqNIBHf\\_FS](https://e17r5k-datap1.s3-eu-west-1.amazonaws.com/evercorp/s3fs-public/everis_annual_report_18.pdf?IPiu5LzpMM0xKVdYnJ6QRRqNIBHf_FS)

a relação com as pessoas e os objetos; **Tecnologia**, selecionando, implementando e otimizando as melhores soluções empresariais para acelerar o processo de transformação digital; **Operações**, que consiste em oferecer os melhores produtos e serviços aos seus clientes.

As **indústrias**<sup>4</sup> por onde a Everis trabalha são: Aeroespacial e Defesa; Banca; Bens de Consumo; Distribuição e Retalho; Ambiente e Sustentabilidade; Saúde; Infraestrutura e Imobiliário; Seguros; Logística e Transporte; Manufatura; Sector Público; Segurança; Telecomunicações e Media; Turismo e Lazer; Energia.

#### 4. PERGUNTAS DE INVESTIGAÇÃO

Para o enquadramento deste relatório optou-se por expor disciplinas como o Design de Interação, para uma melhor compreensão dos projetos efetuados ao longo do estágio. As questões de investigação que se consideram pertinentes para este relatório são relacionadas com a Era Digital são:

– Como é que o Design Digital pode ser uma mais-valia em ambiente corporativo como uma consultora?

Pretende-se explorar neste relatório qual a razão pela qual os designers que optam nos primeiros anos de trabalho por agências de publicidade, migram posteriormente para consultoras.

– Quais são os desafios que o ambiente corporativo de uma consultora traz para sua evolução profissional?

Para responder a isto utilizou-se uma metodologia suportada por uma breve exposição de literatura e apresentação de um caso de estudo desenvolvido no âmbito do estágio. O resultado final dos projetos irá também contribuir com algumas orientações para responder às perguntas de investigação.

---

<sup>4</sup> Relatório de Contas de 2018 p. 28-31, consultado a 3 de Janeiro em [https://e17r5k-datap1.s3-eu-west-1.amazonaws.com/evercorp/s3fs-public/everis\\_annual\\_report\\_18.pdf?IPiu5LzpMM0xKVdYnJ6QRRqNIBHf.\\_FS](https://e17r5k-datap1.s3-eu-west-1.amazonaws.com/evercorp/s3fs-public/everis_annual_report_18.pdf?IPiu5LzpMM0xKVdYnJ6QRRqNIBHf._FS)

## 5. DESIGN DIGITAL - ENQUADRAMENTO TEÓRICO

Vivemos numa era onde o Design se predomina digital, ou seja, tendo em conta que os suportes já não são os mesmos, as regras mudam. Tem que existir uma adaptação do projeto aos novos desafios que as mais recentes tecnologias assim o exigem. Com o surgimento de ferramentas de trabalho cada vez mais complexas e mais viradas para o meio tecnológico, houve uma maior preocupação em estudar e melhorar a experiência e a eficácia de quem utiliza essas mesmas ferramentas, que são os utilizadores.

### 5.1. O que é *User Experience* e *User Interface*?

**Design da Experiência do Utilizador**, ou na versão inglesa ***User Experience (UX)*** é o processo usado por equipas de Design para criar produtos que proporcionem experiências significativas e relevantes aos utilizadores. Envolve o design de todo o processo de adquirir e integrar o produto, incluindo aspetos de *branding*, design, função e usabilidade<sup>5</sup>. Ou seja, a preocupação não está somente na parte estética, mas abrange todo o espectro da experiência do utilizador, desde a aquisição do produto até à criação de um guia para solucionar problemas que possam surgir.

“User experience design, as its name suggests, is about designing the ideal experience of using a service or product. As such, it can involve all types of products and services—think, for instance, about the design involved in a museum exhibition. However, in the main, the term user experience design is used in relation to websites, web applications and other software applications.” (Soegaard, 2018, p.4).

Don Norman, um nome conhecido da área de UX, escreveu um artigo em 1998<sup>6</sup> onde afirma que “o primeiro requisito de uma experiência do utilizador exemplar é saber as necessidades exatas do cliente. De seguida, vem a simplicidade e a elegância que produzem produtos”. Soegaard (2018) também vem reforçar essa ideia, 20 anos depois, ao dizer que a metodologia principal utilizada

---

<sup>5</sup> Retirado de <https://www.interaction-design.org/literature/topics/ui-design>

<sup>6</sup> Retirado de <https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>

em maior parte dos projetos é o design centrado no utilizador, que consiste em trabalhar sempre com os comportamentos e necessidades do utilizador em mente. Ou seja, um designer de UX põe sempre em prioridade como é que o utilizador irá sentir ao usar um produto seja ele físico (por exemplo, um computador) ou não (um *website*).

“Regardless of the type of site, in virtually every case, a Web site is a self-service product. There is no instruction manual to read beforehand, no training seminar to attend, no customer service representative to help guide the user through the site.” (Garrett, 2010)

Quando o designer de UX cria um *website*, este tem de ser o mais simples e funcional, de forma a que o utilizador assim que entra, consegue encontrar aquilo que procura, ou, pela navegação do *website*, encontre por si próprio sem dificuldades. Tal como Garrett (2010) afirma na citação acima, os *websites* não vêm com manual de instruções por isso a navegação tem de ser bastante intuitiva e de rápido acesso, senão os utilizadores acabam eventualmente por desistir e fechar o *website*. Para evitar isto Krug (2014) estabeleceu que a primeira regra: colocarmo-nos no lugar do utilizador e não o fazer pensar porque “nada de importante nunca devia estar a mais de dois cliques de distância”(Krug, 2014).

– Onde as pessoas olham primeiro num ecrã de computador?

– Onde é que as pessoas olham a seguir?

Estas duas dúvidas levantam uma questão relacionada diretamente com os utilizadores: Depende parcialmente do objetivo, ou seja, qual o estilo de interação com determinado tipo de conteúdo. Se os utilizadores lerem um documento num idioma que se lê da esquerda para a direita, têm tendência de olhar para o ecrã da esquerda para a direita. Se for o contrário, direita para a esquerda, é o oposto. No entanto, não começam no canto superior. Porque as pessoas se acostumaram à ideia de que existem detalhes num ecrã de computador que são menos relevantes para a execução de uma tarefa, como por exemplo: logotipos, espaço em branco e barras interativas, focando eles o seu olhar para o centro da ecrã, evitando os cantos” (Weinschenk, 2011, p.13).<sup>7</sup>

O **Design de Interfaces**, ou **User Interface (UI)** é o processo de criar interfaces para aplicações móveis, dispositivos computadorizados entre outros

---

<sup>7</sup> Tradução livre da citação.

focando-se na aparência visual e no estilo de comunicação. Neste caso, a função do designer é visar projetos em que o utilizador considere a utilização de um produto e ou serviço digital agradável. A UI geralmente refere-se ao desenho das interfaces gráficas.

De acordo com McKay (2013), a UI trata-se de uma forma de comunicação, essencialmente uma conversa entre utilizadores e produtos para executar tarefas que atinjam os objetivos do utilizador. Para o autor, a UI comunica de forma eficaz quando tem a combinação apropriada destes atributos:

- **Útil, relevante, necessário:** providencia informação útil e relevante para a tarefa;

- **Com propósito:** ajuda os utilizadores a compreender a tarefa, focando-se nos objetivos e ligá-lo às motivações e objetivos do utilizador;

- **Claro e natural:** fala a linguagem do utilizador, como se fosse uma conversa natural, não utilizando gíria;

- **Fácil de entender:** mesmo que a informação seja de fácil compreensão, não deve exigir um conhecimento, experimentação ou documentação específica para se entender;

- **Específico e explícito:** providencia o nível certo de detalhe, de modo os utilizadores saberem o que fazer;

- **Conciso e eficiente:** providencia o nível certo de detalhe, mas quando apropriado, permite obter aos utilizadores mais detalhes quando realmente precisam deles;

- **Inspira confiança:** encoraja e constrói confiança entre os utilizadores quando fazem bem a tarefa. Avisos devem ser utilizados em problemas pouco frequentes e problemas menores não devem ser retratados como desastres;

- **Bom timing:** providencia a informação no momento certo, no contexto certo, não muito cedo nem muito tarde.

- **Boa personalidade e bom tom:** deve ser desenhado para se comportar como uma pessoa agradável;

- **Sem interrupções:** raramente interrompe e nunca quebra o workflow desnecessariamente para perguntar algo desnecessário, só quando tem uma razão muito boa para o fazer.

## 6. PROJETO

### 6.1. “Intelligent Digital Signage”

Como primeiro projeto, foi proposta à aluna o redesign de um *website* interno. O *website* denomina-se de “Intelligent Digital Signage” (ou IDS) – Figura 2, ou seja, é um sistema de controlo da sinalização digital colocado dentro das instalações da empresa num espaço que dispõe de vários suportes de sinalização digital para clientes da banca. O *website* tem como objetivo principal, facilitar as apresentações de projetos e produtos da Everis Bank - Customer Experience Banking de acordo com a imagem gráfica de cada cliente.



Figura 2: Logo do *Website* IDS (2018)<sup>8</sup>

A aluna teve a oportunidade de assistir a uma demonstração de como é que o *website* funcionava inicialmente, para perceber, posteriormente, como é que deveria organizar a sinalização digital, também denominada por instâncias, que representam todos os ecrãs dentro dos espaços comuns das instalações da empresa.

---

<sup>8</sup> Documento interno não disponível online para consulta externa

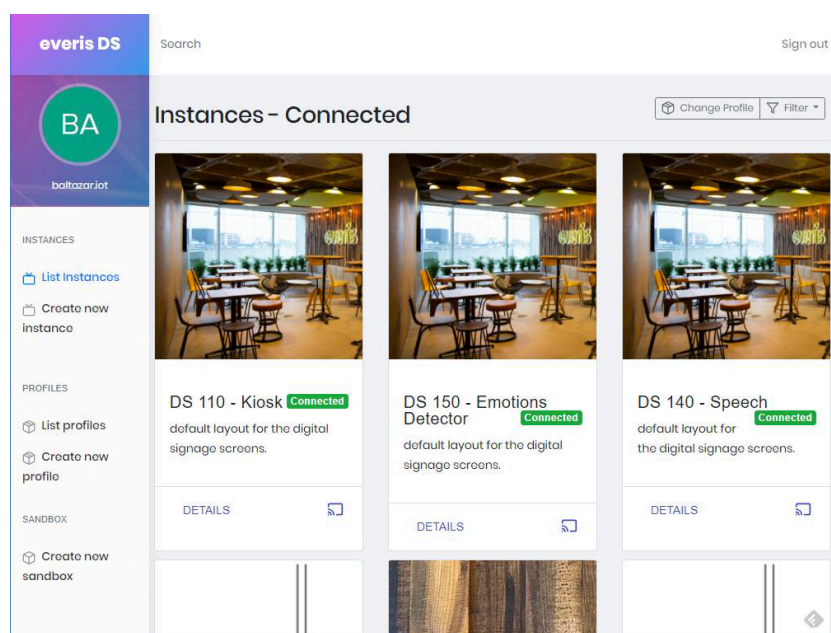


Figura 3: Website IDS (2018)

O "Intelligent Digital Signage" está dividido em três campos, tal como pode ser observado na Figura 4: **Instâncias**, **Profiles** e **Layouts**. Uma instância representa um ecrã onde um *Layout* é apresentado. Uma instância só pode ter um *Layout* associado, mas várias instâncias podem estar a comunicar o mesmo *Layout*. O *Profile* é um agregador de *Layouts*, que, neste caso são agrupados de acordo com cada cliente ou com os eventos internos da Everis. O *Layout* é um conjunto de conteúdos gráficos e têm de estar obrigatoriamente associados a um *Profile*. Na Figura 4 é mostrado como é que cada campo está ligado entre si, tendo o *Profile* no topo; composto por vários *Layouts*, cada um diferente, associados; esses mesmos *Layouts* a serem transmitidos em Instâncias, iguais ou diferentes.

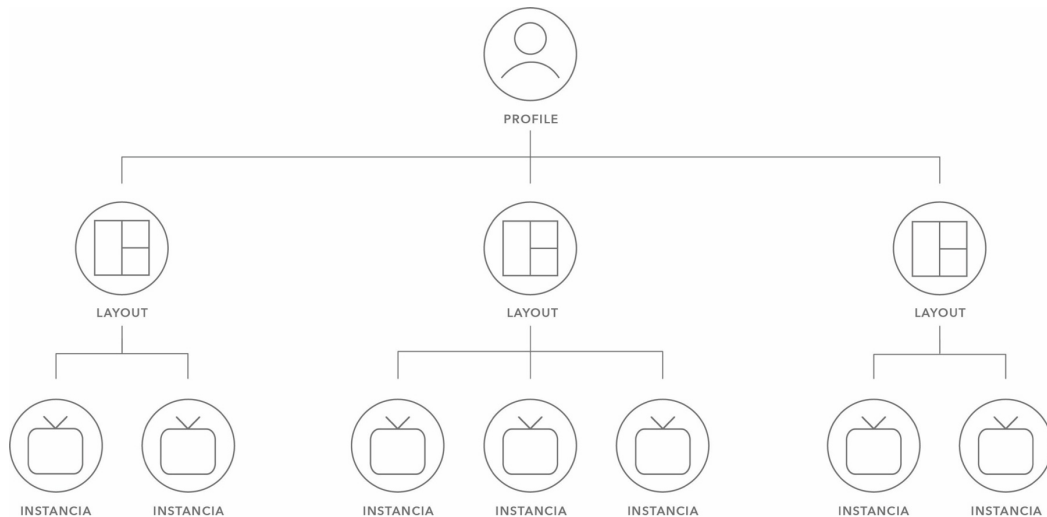


Figura 4: Infografia da organização do IDS (2018)

Posto isto, a aluna recebeu um *briefing* com vários problemas identificados a ter em conta para alterar nas diversas seções do *website* com os três separadores principais:

**Instâncias (fig.5):**

- No *Dashboard*, não é possível perceber qual o *Profile* e o *Layout* associado;
- Acrescentar mensagem de confirmação quando uma alteração é realizada;
- Ao alterar um *Layout*, indicar o respetivo *Profile*.

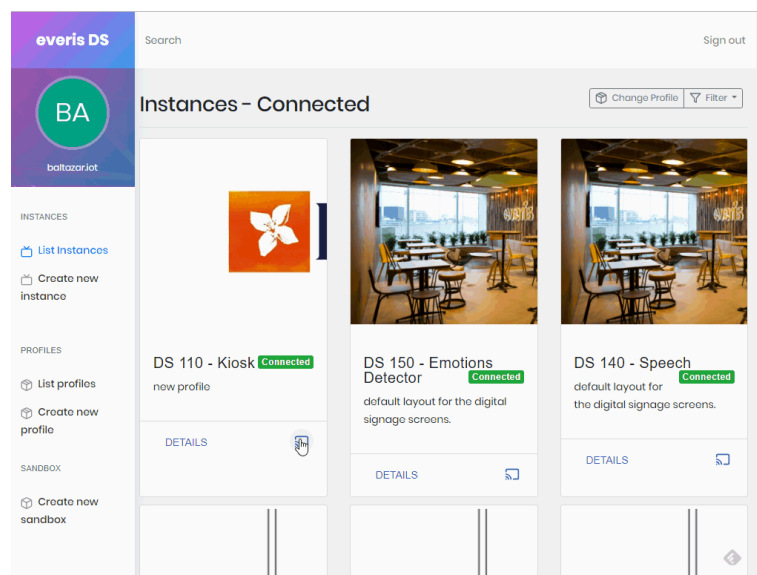


Figura 5: Screenshot da página das Instâncias do *website* antigo (2018)

### Profiles (fig. 6):

- No *Dashboard*, não é possível perceber visualmente que instâncias estão associadas;
- Na opção *“Clone Profile”* aparece erradamente *“New Profile”*;
- Ao duplicar um *Profile*, colocar a opção de escolha dos *Layouts* a serem clonados;
- Na página dos detalhes do *Profile*, acrescentar as instâncias associadas;
- O botão *“Save”* só está disponível no separador *“Profile Details”*.

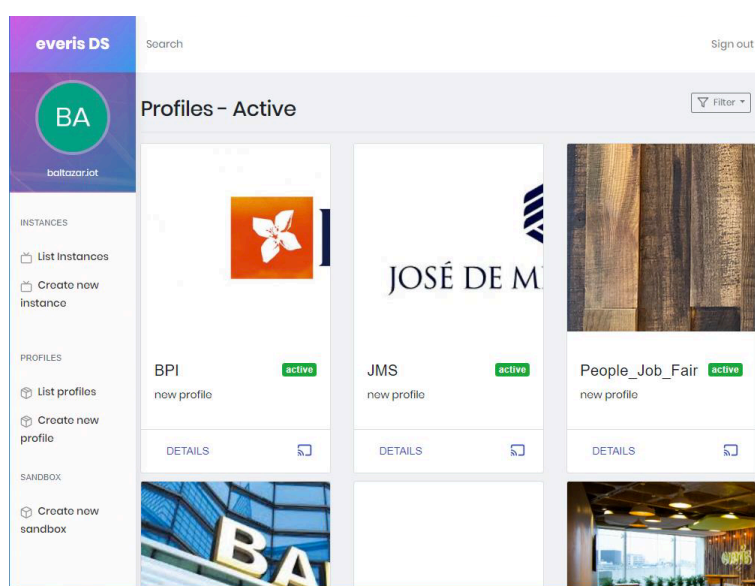


Figura 6: Screenshot da página dos *Profiles* do *website* antigo (2018)

### Layouts (fig.7):

- Acrescentar opção de renomear o *“Layout”*;
- Acrescentar o separador *“Files”*;
- Acrescentar as instâncias associadas;
- No separador *“Content Editor”* não é perceptível que conteúdo é que está a ser editado;
- No separador *“Scheduling”* não é possível ver os conteúdos agendados.

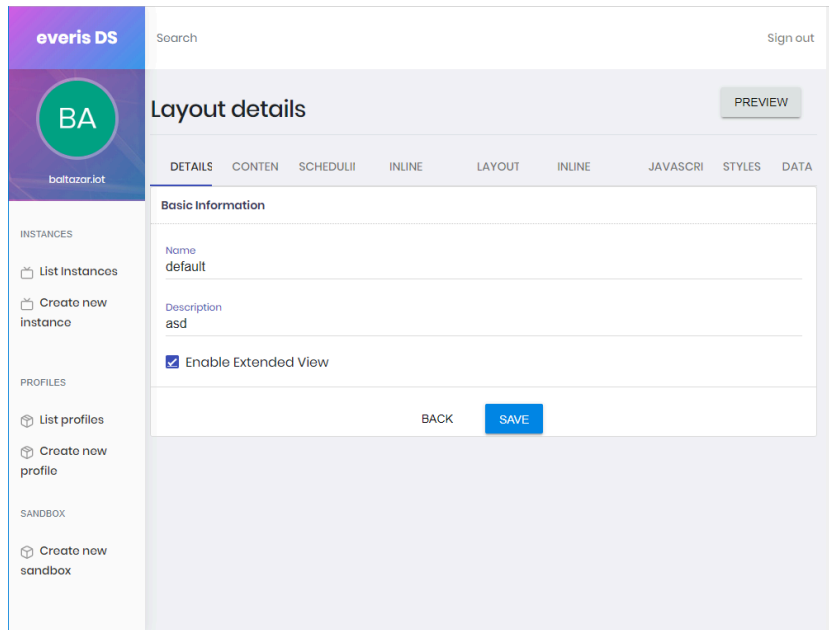


Figura 7: Screenshot da página dos “Layout Details” do *website* antigo (2018)

### 6.1.1. 1ª Fase

Após uma breve discussão de ideias com o Diretor Criativo, acordou-se que esteticamente seria melhor as instâncias ficarem mais simples e intuitivas visto que atualmente as mesmas se encontravam extremamente confusas a nível de UX e de difícil compreensão a nível de UI. Para tal, o Diretor Criativo forneceu algumas fontes de inspiração e mostrou um *website* que possui vários arquivos de elementos UI. A nível gráfico, o Diretor Criativo também estabeleceu normas gráficas a serem aplicadas no projeto: A fonte tipográfica a ser utilizada teria de ser a Avenir e os respetivos estilos (fig.8); As cores aplicadas do *website* teriam que corresponder aos mesmos tons da imagem corporativa, como o branco, o cinza e o verde correspondentes ao logotipo da empresa (fig.9); O redesign do *website* teria de ser mais simples e minimalista.

## 2.1 tipografías corporativas

Hemos seleccionado tres familias tipográficas modernas y sencillas (*avenir*, *helvetica neue* y *arial*).

**arial**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Utilizaremos esta tipografía para documentos de uso interno, documentos que se visualicen en pantalla, para intranet y web.

**helvetica**

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

**avenir**




abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

La *avenir* y la *helvetica neue* son las tipografías corporativas que utilizaremos para confeccionar comunicaciones comerciales, campañas publicitarias, bibliografía corporativa, etc. Su utilización será realizada por los profesionales (agencias de publicidad, imprentas) que elaboren este tipo de material.

Figura 8: Everis: Manual de Normas Gráficas da Marca (2018)

## 2.2 colores corporativos

Tres colores corporativos definen la comunicación de **everis**, el verde, el gris y el blanco.

			
Pantone	Pantone 397	Pantone 424	Pantone White
RGB	R 154 G 174 B 4	R 112 G 115 B 114	R 255 G 255 B 255

### Directrices de uso

Preferentemente los dos colores a combinar son el **verde** y el **blanco**, el **gris** se utilizará como tercer recurso cromático sólo si es necesario para crear otro nivel de lectura.

A continuación mostramos ejemplos de cómo utilizar nuestros colores corporativos a la hora de combinarlos con textos. En titulares, subtítulos, textos introductorios o bullets points podemos utilizar tanto el verde **everis** (Pantone 397), como el gris **everis** (Pantone 424) o ambos a la vez. Si estos van sobre fondo de color (verde everis) deberemos utilizar el color blanco para los textos. Para el cuerpo de texto, datos para gráficos, etc... utilizaremos el color negro.

Lorem ipsum  
dolor sit amet



Sed diam nonummy  
elismod non tempor  
incididunt ut labore et  
dolore magna aliquam  
erat volupstat. Ut enim ad  
minim enim.



Figura 9: Everis: Manual de Normas Gráficas da Marca (2018)

Depois de observar o *website* e de receber as instruções do supervisor, foi feito um mapa de funcionalidades da nova estrutura (fig. 10) antes de iniciar os

primeiros esboços visuais. Este processo foi alternando com uma pesquisa de *websites* existentes da mesma área e elementos gráficos essenciais como para por exemplo: Página de *Login* (figuras 11-13) ; *Dashboard* (figuras 14 e 15); *Pop-ups*, barra de menu e motor de pesquisa. O objetivo para com este processo – execução do mapa de funcionalidades, era perceber como estruturar a hierarquia de informação e quais seriam os tamanhos das fontes tipográficas mais adequadas, quais os ícones que representavam, visualmente, melhor cada função, , quais as melhores cores para serem utilizadas na *web* e informações e *links* úteis para melhorar a navegação, tendo em conta que o *website* iria ter muita informação armazenada e diversas e distintas funcionalidades.

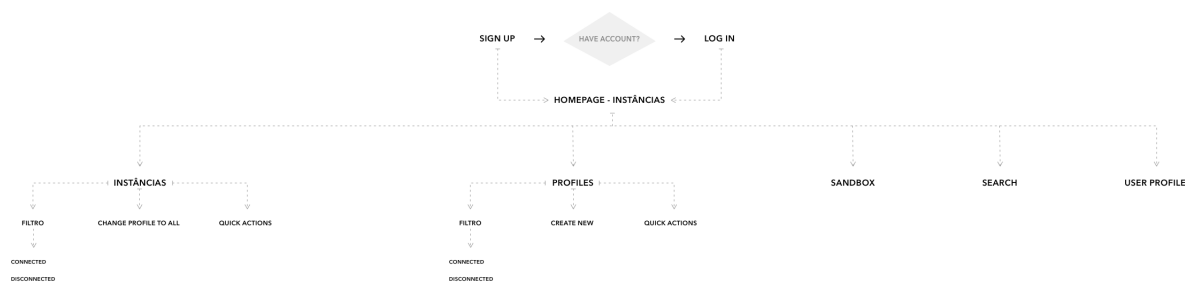


Figura 10: Mapa de funcionalidades –Estrutura inicial do *Website* (2018)

As primeiras referências visuais de UI observadas correspondiam as páginas de *Sign In* e *Log In* eram construídas e o que é que tinham em comum. Estes foram os exemplos mais difíceis para a aluna recriar visualmente de raiz pois, por muito que frequentemos *websites* todos os dias e que tenhamos que cumprir esta tarefa na maioria deles, não prestamos atenção aos detalhes que os tornam tão parecidos, como o design dos *inputs*, os botões de confirmação ou a presença do logotipo no próprio *website*.

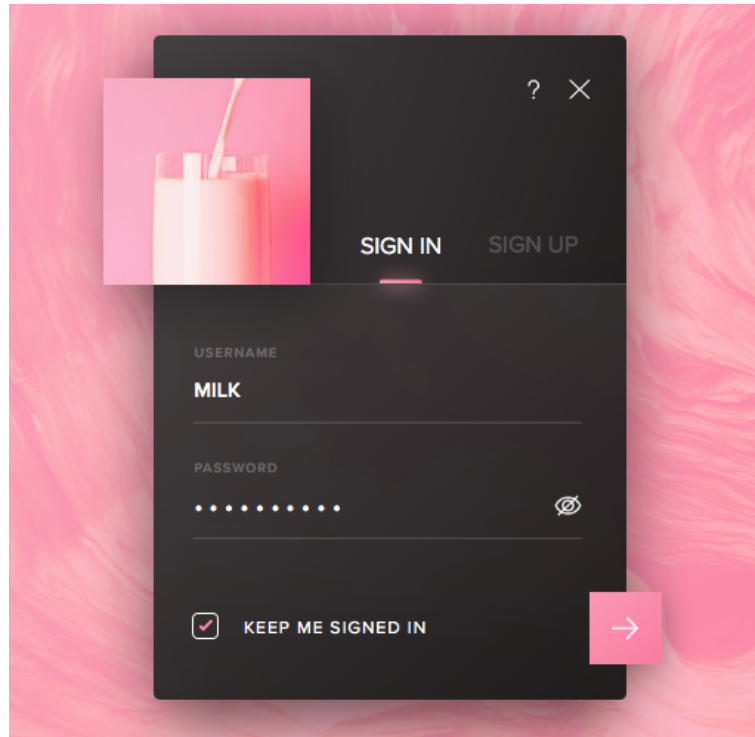


Figura 11: *Screenshot Sign Up*, consultada a 16 de Novembro de 2018:  
<http://collectui.com/designers/carlhauser/sign-up>

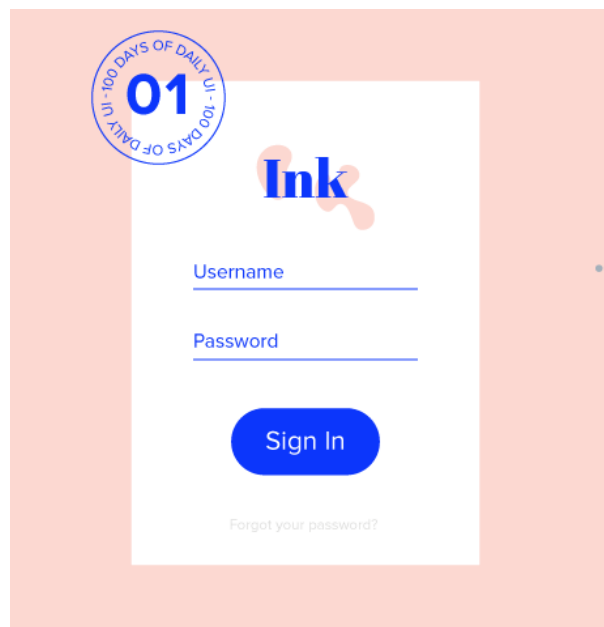


Figura 12: *Screenshot Sign Up*, consultada a 16 de Novembro de 2018:  
<http://collectui.com/designers/jkane/sign-up>

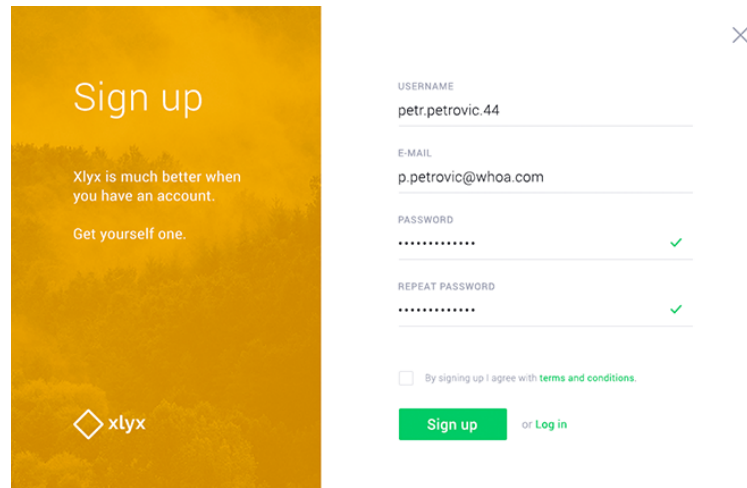


Figura 13: *Screenshot Sign Up*, consultada a 16 de Novembro de 2018:

<http://collectui.com/designers/piotrzeiba/sign-up>

Depois de observar diversos exemplos de *Login*, decidiu-se analisar quais seriam os elementos visuais comuns de uma *Dashboard*, como se pode ver nas figuras 14 e 15, que seria o elemento principal do *website*. Tal como no *website* já existente, decidiu-se que a *homepage* seria a mesma página das instâncias pois era o que fazia mais sentido tendo em conta o propósito do *website*. Com isto, esta pesquisa *online* serviu para ter uma noção de escala e de peso dos elementos gráficos e de como se poderia posicioná-los mediante as funções que iriam desempenhar.

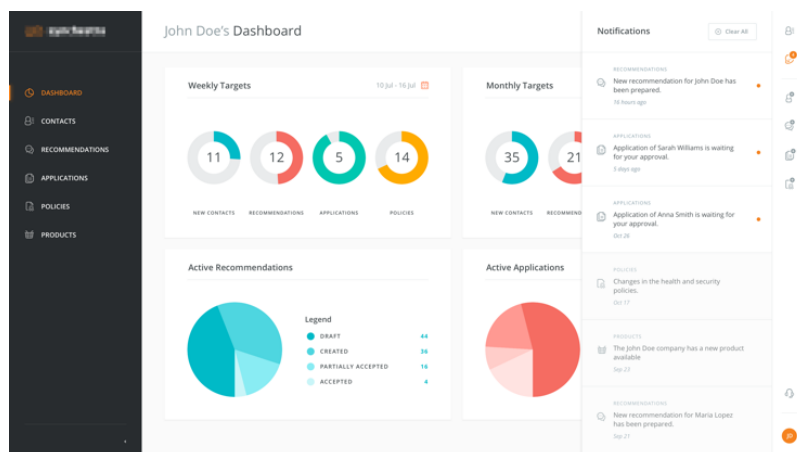


Figura 14: *Screenshot Dashboard*, consultada a 16 de Novembro de 2018:

<http://collectui.com/designers/siara/monitoring-dashboard>

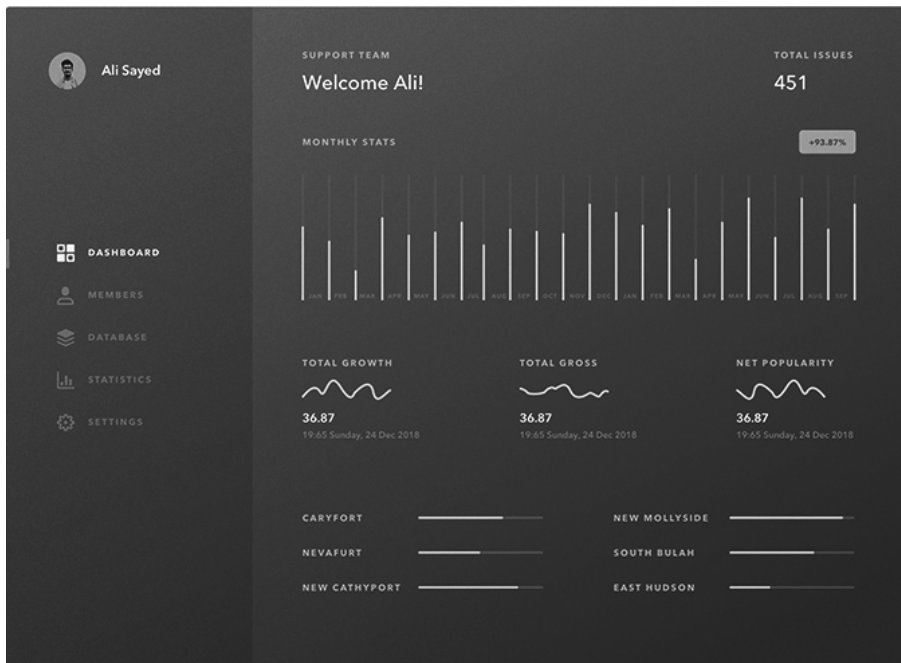


Figura 15: *Screenshot Dashboard*, consultada a 16 de Novembro de 2018:  
<https://dribbble.com/shots/4153965-Conceptual-Dashboard-UI-dark-Analytics>

### 6.1.2. 2ª Fase – Definição do User Interface

Depois da pesquisa e da construção do mapa de funcionalidades (fig. 10), a aluna decidiu avançar com os protótipos de alta fidelidade de como seria a página de *Login* e a *Dashboard*, que iriam servir de modelo para a página das três entidades principais, *Instâncias*, *Profiles* e *Layouts*.

Baseando na pesquisa que foi realizada, os primeiros protótipos – Figuras 16 e 17 – serviram para testar diferentes paletes de cores, e quais os tamanhos de letra mais adequados para se perceber a hierarquia tipográfica no texto, de acordo com as restrições impostas no manual de normas gráficas.

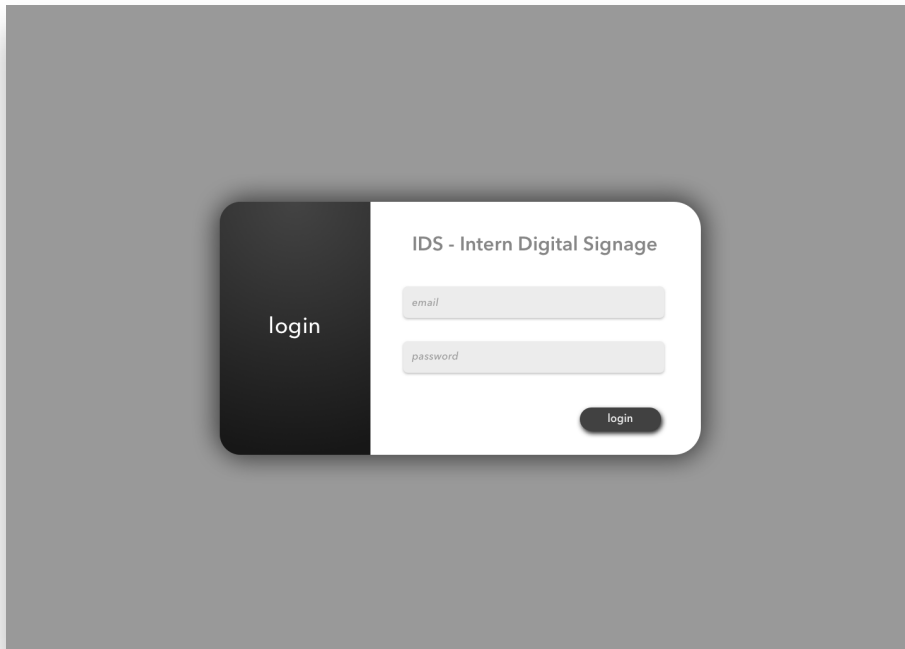


Figura 16: *Screenshot* da primeira proposta de *Login* (2018)

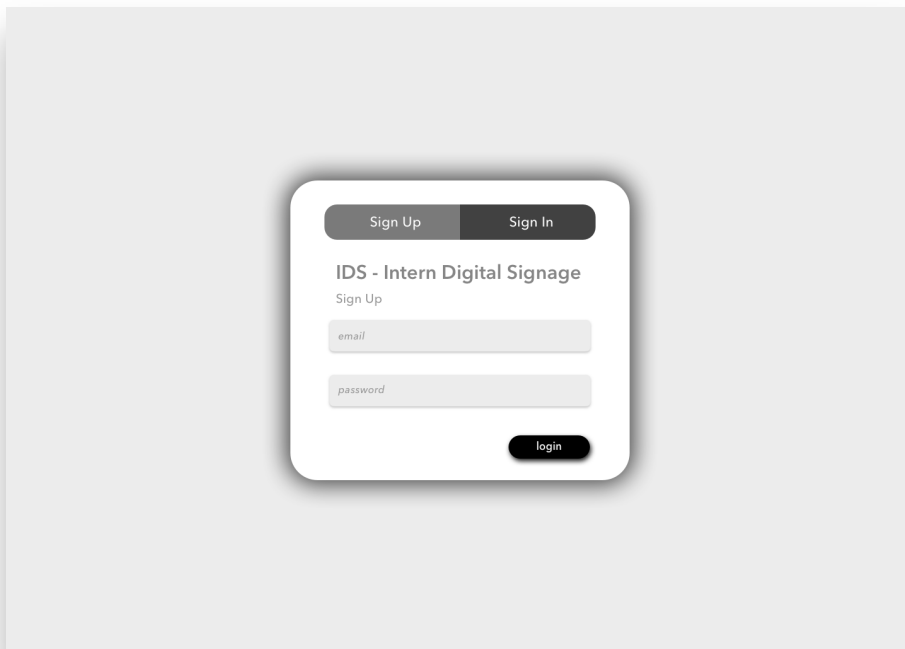


Figura 17: *Screenshot* da segunda proposta de *Login* (2018)

As primeiras propostas de *Login* também contribuíram para a aprendizagem do programa de design de *layouts* – o Sketch – no qual a aluna nunca tinha trabalhado. Depois de algumas experiências, o trabalho começou a ser mais fluído e conseguiu-se melhorar o desempenho e a capacidade de resposta.

Com a agilização dos processos, em simultâneo trabalhou-se na primeira abordagem, um modelo de *Dashboard* versátil que servisse para todas as secções do *website* que fossem precisar do mesmo. O *wireframe* – Figura 18 – criado em Sketch, consistia em criar um *header* com os separadores necessários, baseando na estrutura do *website* antigo: *Instâncias*, *Layouts* e *Sandbox*. Adicionou-se também uma hiperligação à página do perfil do utilizador e da *homepage*. Essa função cumpre-se carregando no logo. Como proposta para o motor de busca, seria o mesmo ficar centrado e de seguida aparecer os cartões das instâncias, onde poderíamos constatar o nome de cada uma, do **Profile** e do respetivo **Layout**. Cenário esse que pode ser observado na Figura 19.

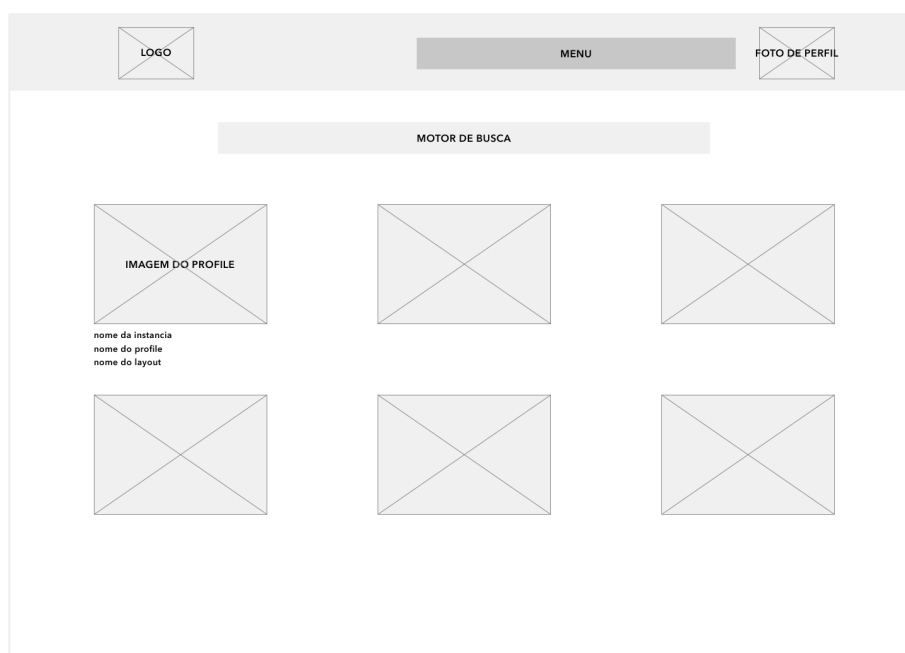


Figura 18: *Wireframe* do modelo da *Dashboard* (2018)

Nesta primeira fase, ainda estava por definir qual seria o posicionamento de outras funcionalidades, como por exemplo, a opção de renomear e ou apagar. Após esta fase de *wireframe*, iniciou-se a sua concretização em *software* Sketch (fig. 19). A primeira preocupação foi criar todos os elementos gráficos necessários e depois editá-los com as cores corretas e a tipografia pretendida. À medida que a página ia-se compondo, foram adicionadas outras funcionalidades que transitaram do *website* anterior, como por exemplo, a opção de filtro que define quais são as instâncias ligadas; a opção de mudança de perfil e da criação de uma instância nova. O motor de busca, assim e como uma solução provisória, teve de ser posicionado para a direita e com menos espaço. Em relação aos cartões não se pôs todas as legendas pretendidas porque concluiu-se que não seria a melhor solução.

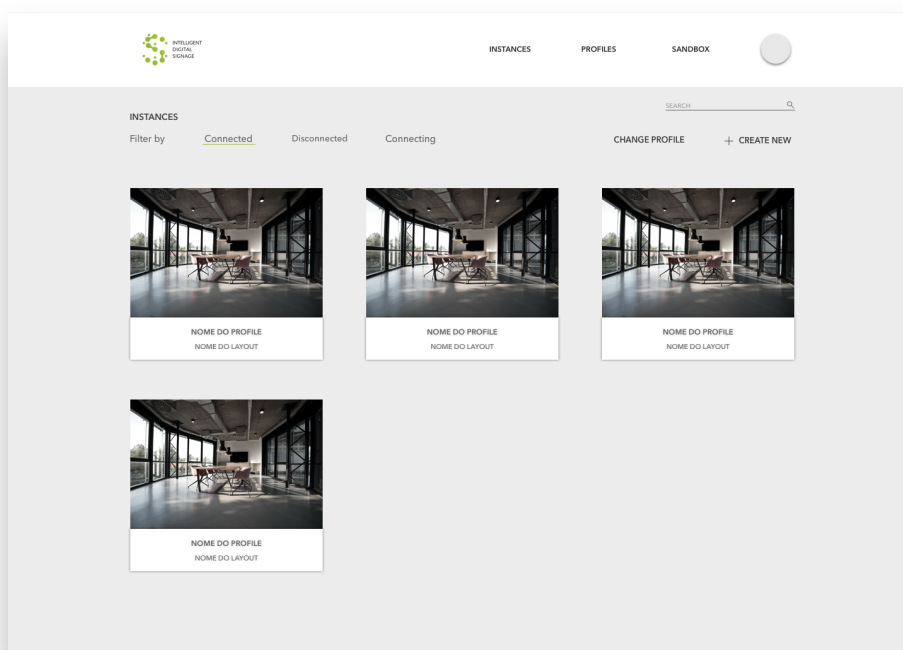


Figura 19: Screenshot da primeira proposta de modelo da *Dashboard* (2018)

Criada a primeira proposta, apresentou-se a mesma ao Diretor Criativo no intuito de receber *feedback* quanto ao design da página para a web. Após reunião, ficou concordado que ainda faltava aperfeiçoamento de muitos elementos. Um dos pontos mais importantes mencionados pelo supervisor foi o facto de que o designer

tem que se pôr no lugar do utilizador e que a navegação da página seria crucial para uma melhor experiência de navegação. Assim podemos tirar proveito disso para melhorar a nossa proposta. Outro ponto importante referia-se aos limites do *website* que era muito grande e que na visualização em ecrãs com polegadas maiores, essa característica seria muito mais impactante. Em relação ao design de interfaces, haveria certos detalhes que poderiam ser afinados como por exemplo, a harmonização das cores e a hierarquia tipográfica, ou seja, criar uma distinção entre títulos, legendas e ações.

Com estas novas alterações em mente, existiram algumas dificuldades na organização da informação, tendo em conta o mapa de funcionalidades definido inicialmente, e principalmente na perceção que seria necessária ter em relação às dimensões tipográficas. Tendo em conta que a maioria dos elementos visuais utilizados pertenciam aos *templates* de UI disponíveis no Sketch, procedendo-se somente à sua customização, as alterações efetuadas foram mais rápidas. No entanto, foi necessário conduzir vários testes ao design de interface até chegarmos ao resultado final.

A primeira alteração realizada foi colocar quatro cartões em fila e preencher a página demonstrando na *Dashboard* todas as instâncias. Em vez de fazer *scroll* optou-se pela paginação pois isto abrange as instâncias todas existentes nas instalações por isso o *scroll* não seria a melhor forma de navegação. Assim, a margem ficou mais pequena, como desejado e começaram-se a alinhar os elementos gráficos às margens dos cartões. Enquanto que eram alinhados, também eram alterados com as recomendações do diretor de UX, como a harmonização da paleta de cores. O fundo ficou mais claro, o contorno dos cartões foi retirado e quanto à escrita decidiu-se que todas as caixas de texto iriam estar em maiúsculas.

Nesta fase de criação, a navegação da página foi crucial para criar os novos elementos. A partir daqui tirou-se proveito da parte de UX para inserir um novo motor de busca e todas as ações associadas à instância. Por sugestão do supervisor, decidiu-se que as ações estariam escondidas na imagem, aparecendo em *hover*, ou seja, quando passamos com o cursor por cima da imagem, a mesma

responde com *feedback*. Também decidimos que iria aparecer em *overlay* o nome do Profile associado. Esta estratégia (fig. 21) irá facilitar bastante a navegação e fazer com que os conteúdos não pareçam estáticos. Com isto, conseguimos chegar a um estilo visual de interfaces mais “limpo” e minimalista colocando toda a informação e cumprindo com todos os pontos do briefing, que podem ser observados visualmente nas figuras 20 e 21:

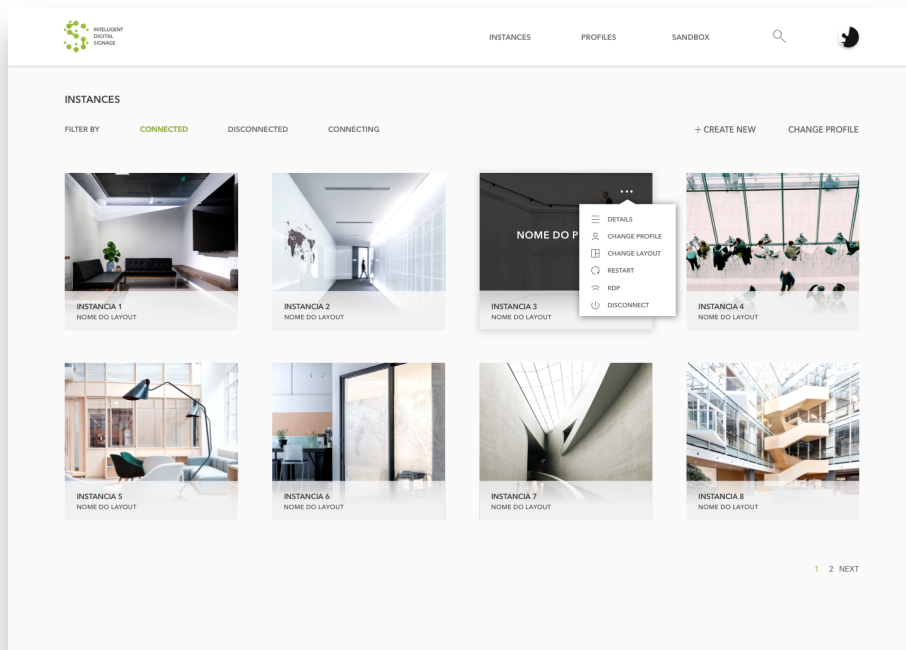


Figura 20: *Screenshot* da proposta final de modelo da *Dashboard* (2018)

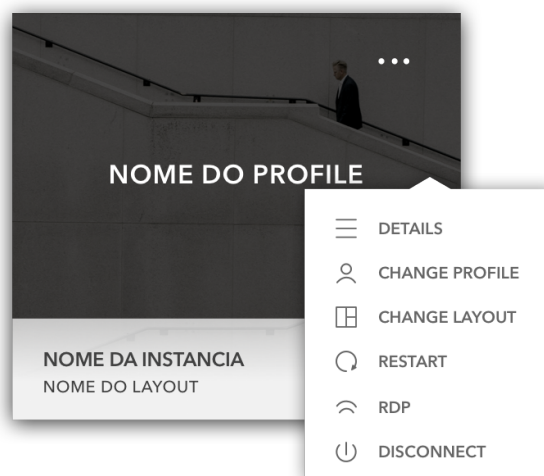


Figura 21: *Screenshot* de detalhe de *Overlay* e *Quick Actions* dos cartões da *Dashboard* (2018)

Após a criação de estilo gráfico, o processo de criação acelerou substancialmente pois este modelo estaria sempre presente na navegação. Em simultâneo, criou-se a proposta final para o *login*, baseada no design adaptado na *dashboard* final, onde inserimos o logo do IDS e integrámos a cor do mesmo e do logo da Everis. Criou-se aqui também o primeiro estilo de botão que iria ser replicado pelo *website* todo, alterando somente o texto representativo da função e a cor (fig.22).

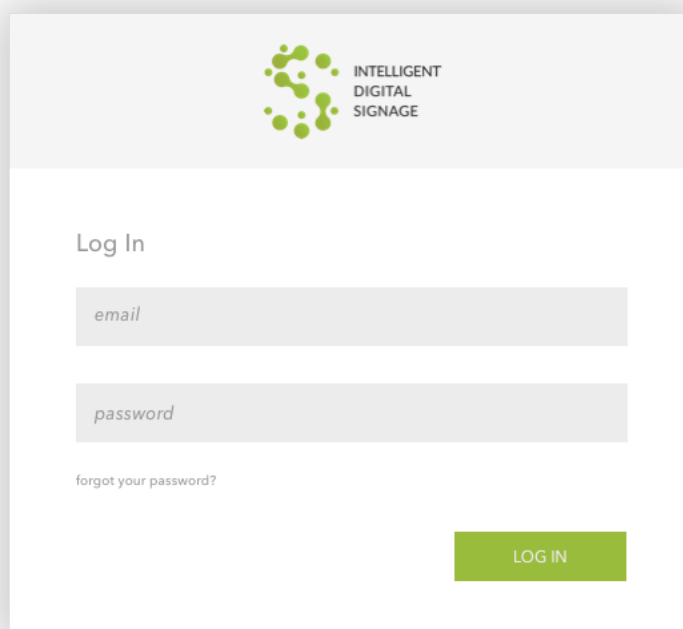


Figura 22: *Screenshot* da proposta final de *Login* (2018)

Outro ponto do briefing que também abrangia o melhoramento experiência da página eram mensagens de confirmação, pois nunca se sabia se alterações a um item ou a uma página eram salvas. Foi criada uma caixa de confirmação que iria aparecer sempre que alguma ação fosse concluída, mudando apenas a mensagem (fig. 23). Também foi definido que esta caixa iria surgir no *website* e iria estar associada a todas as ações realizadas pelo utilizador.

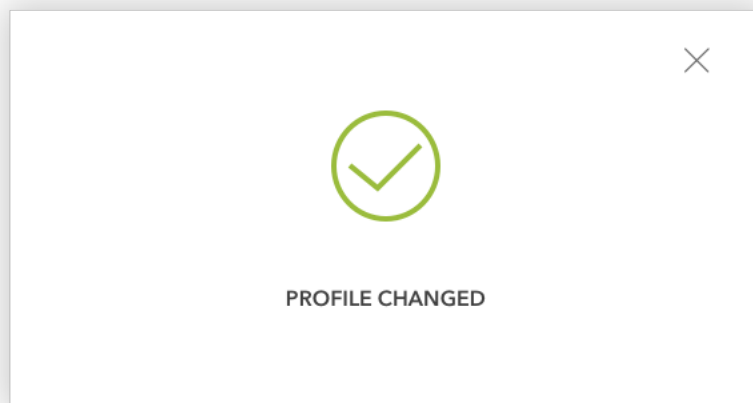


Figura 23: *Screenshot* de modelo de mensagem de confirmação (2018)

Com os elementos gráficos necessários praticamente desenhados, faltava um modelo para a página de detalhe do Perfil e do *Layout* que também só iriam alterar os nomes das opções e ações. Para isso, baseou-se nos separadores do *website* antigo (fig.24), que tinha a melhor solução funcional em termos de organização da informação em questão.

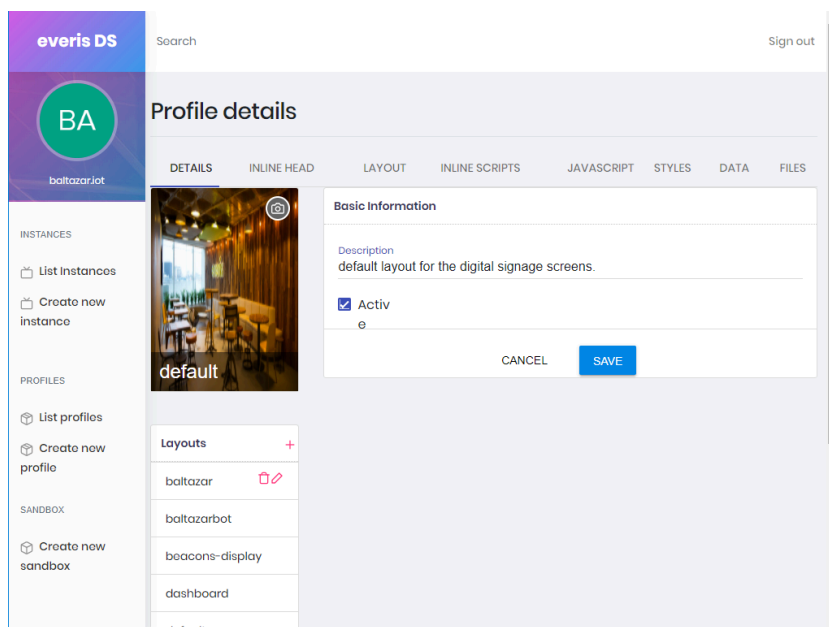


Figura 24: *Screenshot* da página dos detalhes de perfil do *website* antigo (2018)

De seguida, foi feita uma fusão entre o modelo antigo e o novo design. O menu lateral foi retirado e foram introduzidos mais elementos referidos no briefing. Os elementos criados de raiz foram o separador, as caixas de texto e a moldura da imagem da instância.

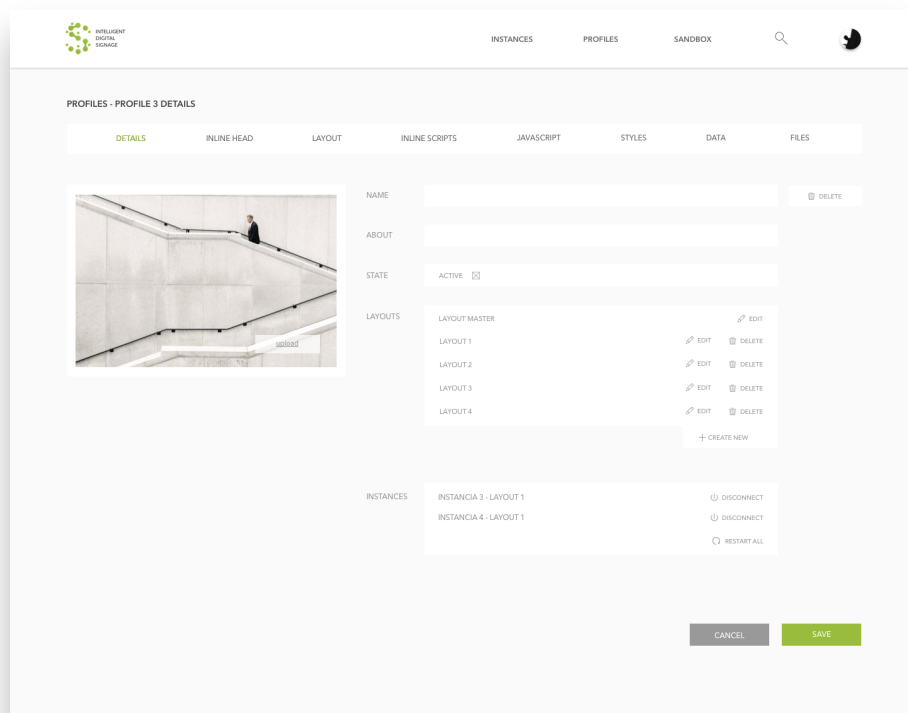


Figura 25: Screenshot da proposta para página dos detalhes de Perfil (2018)

A nova proposta de Design, representada na Figura 25, foi aplicada para os detalhes no *Layout*, que haveria de ter um separador, o “*Content*” onde se optou pela utilização de ícones para carregar conteúdos provenientes do Vimeo e do Youtube, em formato URL, HTML ou vídeo (fig.26). De acordo com o projeto original e com o *briefing*, os *layouts* teriam uma funcionalidade que seria o agendamento desses mesmos conteúdos na instância a que estavam associados.

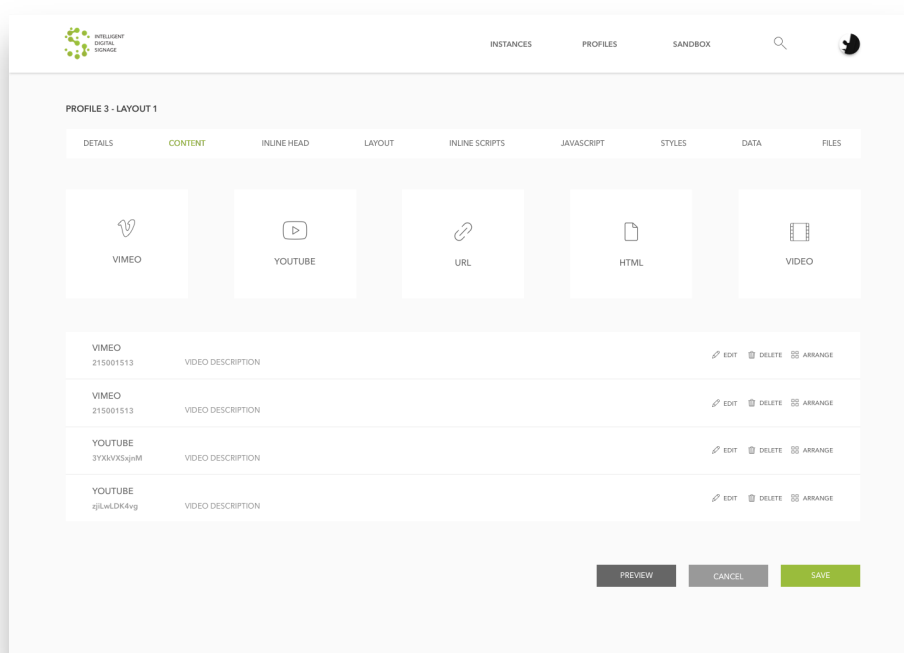


Figura 26: Screenshot da proposta para página dos detalhes de *Layout* (2018)

Esta opção foi alterada, devido a certos constrangimentos que iriam surgir na navegação e no bom funcionamento do *website* que a aluna verificou.

### 6.1.3. 3ª Fase – Resolução de problemas de navegação

Na fase final do projeto, quando o *website* se encontrava praticamente concluído, apareceram os primeiros constrangimentos relativamente à navegação. Tal como podemos observar no *website* antigo a opção de agendamento de conteúdos ou “*Schedulling*” estava situado na página dos detalhes de *Layout* (fig.27). Ao desenhar a nova proposta, a aluna verificou que tal não seria a melhor opção funcional pois não fazia sentido agendar conteúdos estáticos, mas sim, nas definições dos ecrãs.

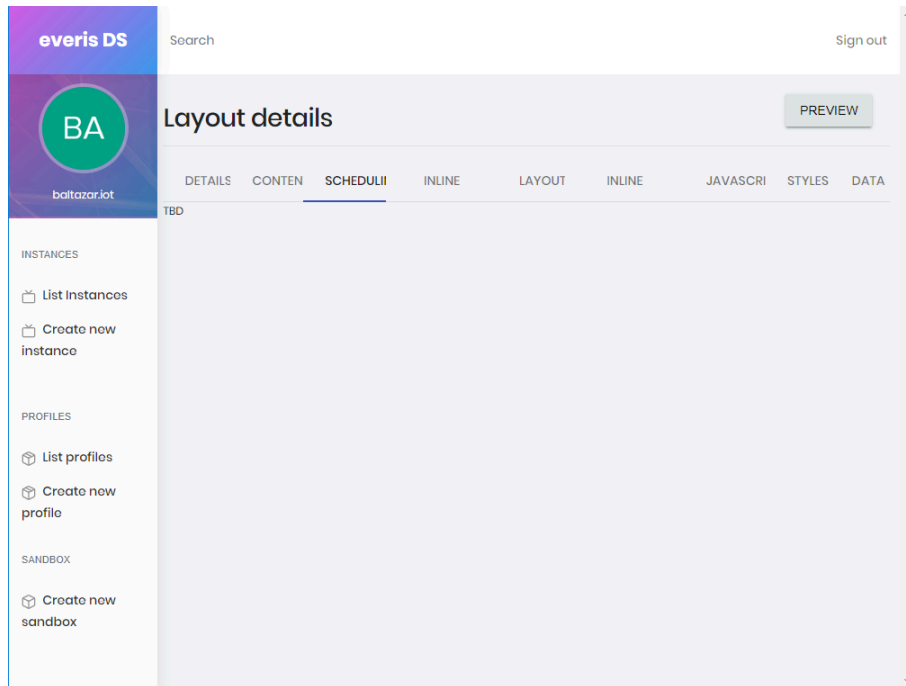


Figura 27: Screenshot da página do agendamento de *Layout* no *website* antigo (2018)

Isto levou a reorganizar a estrutura de navegação do *website* (figuras 28 e 29) e retirar a opção da página de *Layouts* e introduzi-la nas ações da instância, pois

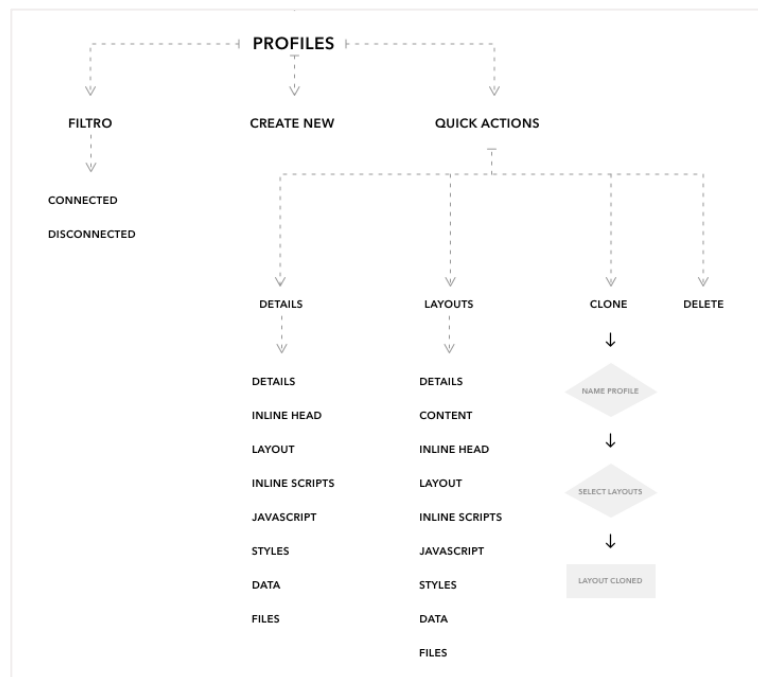


Figura 28: Mapa de navegação do separador “*Profile*” (2018)

quando pensamos em agendamento para um *website* de controlo de instâncias, o agendamento tem de ser ajustado em função dos ecrãs que existem, pois os *Layouts* podem estar associados a mais do que uma instância. Assim, o que iria acontecer era a alteração de ecrãs que não eram os desejados devido ao facto que terem um certo *layout* a ser transmitido.

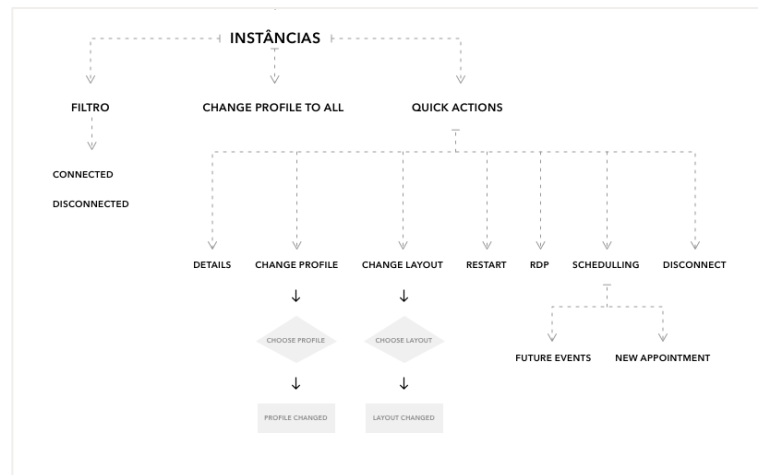


Figura 29: Estrutura do separador "Instâncias" (2018)

Esta alteração nova implicou uma abordagem diferente ao agendamento, criando uma página nova. Essa página, acessível através das opções da instância (fig. 30), levaria aos conteúdos agendados, que se passariam a chamar de "Eventos" e teríamos um calendário onde é possível visualizar os eventos marcados para o mês atual. A intenção era elaborar também uma opção de criar novos eventos, cuja página se iria basear no *schedulling* antigo (fig. 31) e, mais uma vez, adaptando ao design do *website*. A diferença entre o modelo antigo e a proposta nova está na visualização dos eventos agendados e, tendo em conta a preocupação no *briefing* em confirmarmos todas as nossas ações, seria crucial que esta página tivesse os elementos todos editáveis e personalizados.

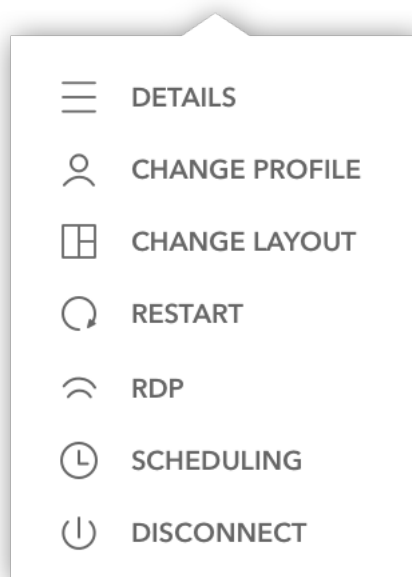


Figura 30: *Quick actions* dos cartões da *Dashboard* (2018)

Figura 31: Página de *scheduling* do *website* antigo (2018)

Com estas novas alterações, em vez de agendarmos o *Layout* agendamos o ecrã pretendido, pois facilita a utilização do *website* de quem está na equipa do Everis Bank, pois assim assegura-se que só está a alterar os ecrãs da *showroom* e não do resto das instalações. Os novos elementos a serem desenhados foram: um calendário e os cartões dos eventos futuros. Nas Figuras 32 e 33, é possível

observar, respetivamente as páginas do “Agendamento” e da criação de um “Novo Evento”:

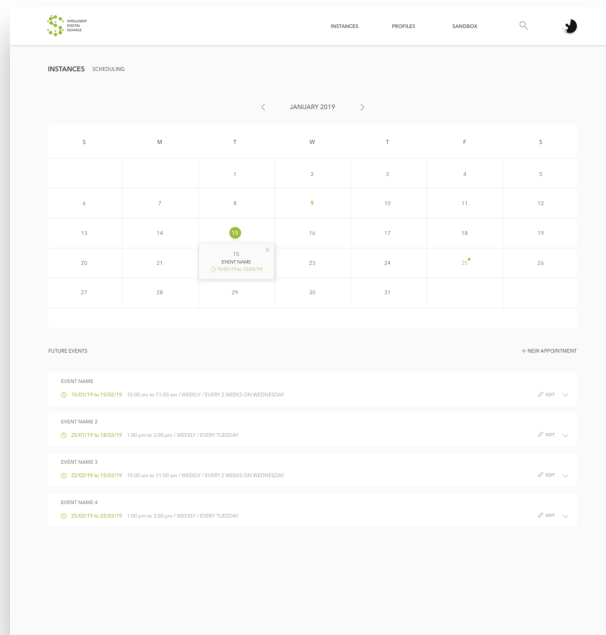


Figura 32: Screenshot da nova proposta para página de Scheduling (2018)

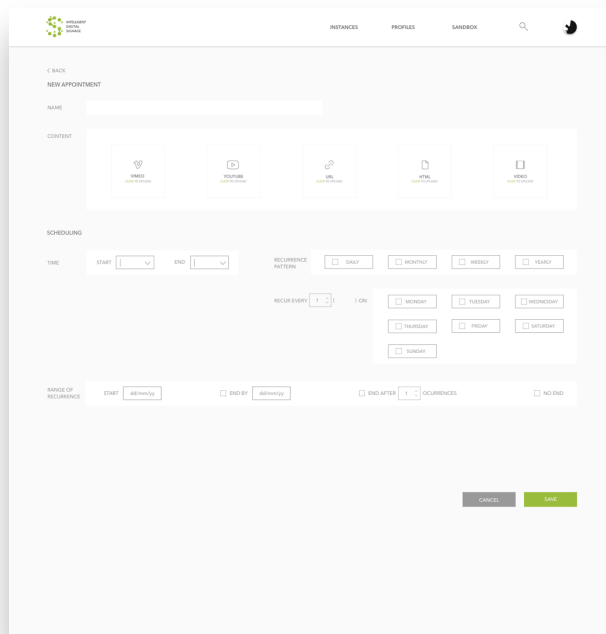


Figura 33: Screenshot da nova proposta para página de novo evento (2018)

Com estas alterações, foi feita uma revisão ao trabalho realizado até à data para verificar se todas as páginas estavam criadas e se os pontos do *briefing* tinham todos sido cumpridos.

## 7. REFLEXÕES

Apesar deste estágio não se enquadrar na formação nem nas prioridades profissionais, a aluna considerou-o uma experiência completa e construtiva para os seus conhecimentos de Design. Isto porque não corresponde de todo ao percurso académico da aluna, licenciada em Artes Visuais e Tecnologias na Escola Superior de Educação de Lisboa. Ter uma primeira experiência de trabalho como designer de UX/UI, sem ter nenhum *background* na área, fez com que a aluna adotasse algumas metodologias de forma intuitiva, no processo criativo de um projeto, como a construção do mapa de funcionalidades e a construção de *wireframes*, que são elementos comuns à área das Artes Visuais mas com outro propósito.

Outro constrangimento sentido, foi a terminologia utilizada nas áreas de UX/UI, que é muito específica e um pouco técnica, fez com que a aluna, por vezes, não conseguisse comunicar com a restante equipa de forma desejada.

Visto que a estagiária não possuía qualquer experiência profissional na área do Design, constatou-se que é um universo diferente do académico. O estágio tornou-se uma mais-valia para a consolidação das competências da aluna, como também despertou grande interesse para uma futura especialização na área.

Com o grande interesse nesta área, a aluna teve uma proposta de estágio profissional na área de UX/UI na Innovagency, que ajudou substancialmente no aprofundamento de conhecimentos. Também mudou a sua perspectiva no que toca ao ambiente de trabalho, tendo em conta que desta vez esteve em ambiente de agência.

Com os conhecimentos adquiridos neste estágio, a aluna refletiu sobre o seu trabalho na Everis e no que é que poderia ter melhorado. Embora os resultados obtidos no IDS foram satisfatórios, o processo não foi o mais correto. Ao separar

as áreas de *User Experience* e *User Interface*, a aluna teria usado os seguintes métodos:

***User Experience:***

- Elaboração de entrevistas aos utilizadores;
- Criação de personas;
- Criação de um *empathy map* tendo em conta a informação obtida nas entrevistas e personas;
- Criação de um *User Journey*, onde temos vários cenários representados da interação do utilizador com o IDS;
- Por fim, depois destas informações, a criação de *wireframes* das páginas principais do *website*.

***User Interface:***

- Criação de um *Style Guide*, para informar quais as cores e estilos de texto a serem utilizados;
- Ter mais cuidado com os alinhamentos entre os elementos, como também ter alinhamentos coerentes;
- Maior contraste de cores;
- Melhorar a hierarquia tipográfica, de modo a conseguir-se distinguir com mais clareza os títulos, subtítulos, texto e legendas.

## **8. CONCLUSÕES**

Após o estágio estar completo e depois da fase de reflexão, pretende-se finalizar este relatório respondendo às questões abordadas no Capítulo 4:

**– Como é que o Design Digital pode ser uma mais-valia em ambiente corporativo como uma consultora?**

Num ambiente com cariz corporativo como uma consultora, pode tirar proveito do design para a comunicação interna da empresa e fortalecer a relação que tem com os seus colaboradores. Por outro lado, o design digital aplicado a sistemas internos faz com que o trabalho do funcionário, ou do utilizador, seja muito mais simples, rápido e eficaz, e aumenta a qualidade da experiência de quem o beneficia.

**– Qual a razão pela qual os designers que optam nos primeiros anos de trabalho por agências de publicidade, migram posteriormente para consultoras?**

A aluna concluiu que, numa consultora, existe uma maior oportunidade de crescimento do que dentro de uma agência de publicidade, o que motiva mais os colaboradores a quererem ser mais eficientes e assertivos nas tarefas que executam. Isto resulta de um ambiente mais produtivo, sendo encorajador para os colaboradores e benéfico para a empresa.

**– Quais são os desafios que o ambiente corporativo de uma consultora traz para sua evolução profissional?**

O ambiente de uma consultora é bastante desafiante para um designer, pois o nível de criatividade tem de ser ajustada para um ambiente corporativo, mais contido em termos gráficos e com uma comunicação simples e humana, com que os seus colaboradores se possam identificar.

Após realizados os delineamentos e feito a pesquisa, a aluna conclui que o projeto realizado em estágio lhe permitiu aprender a trabalhar como designer de UX/UI em projetos reais.

Conclui-se que este estágio não correspondeu de acordo com a área profissional da aluna, mas superou as expectativas no que toca ao nível de aprendizagem que se obteve.

## **9. BIBLIOGRAFIA**

Garrett, J. J. (2010). *The Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond* (Edição: 2). New Riders.

Krug, S. (2014). *Don't Make Me Think, Revisited: A Common Sense Approach to Web Usability* (3 edition). Berkeley, Calif.: New Riders.

McKay, E. N. (2013). *UI is Communication: How to Design Intuitive, User Centered Interfaces by Focusing on Effective Communication* (Edição: 1). Morgan Kaufmann.

Soegaard, Z. (2018). *The Basics Of User Experience Design*.

Weinschenk, S. (2011). *100 Things Every Designer Needs to Know about People* (Edição: 1). Berkeley, CA: New Riders Publishing.

## 10. WEBGRAFIA

Affairs, A. S. for P. (2013, June 9). | Usability.gov. Acesso realizado a 10 de Setembro de 2019:

<https://www.usability.gov/what-and-why/glossary/tag/interaction-design/index.html>

briefing noun—Definition, pictures, pronunciation and usage notes | Oxford Advanced Learner's Dictionary at OxfordLearnersDictionaries.com. (n.d.). Acesso realizado a 25 de Agosto de 2019:

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/briefing?q=briefing>

dashboard noun—Definition, pictures, pronunciation and usage notes | Oxford Advanced Learner's Dictionary at OxfordLearnersDictionaries.com. (n.d.). Acesso realizado a 25 de Agosto de 2019:

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/dashboard?q=dashboard>

Everis (n.d.) Webpage. Acesso realizado a 4 de Janeiro de 2019:

<https://www.everis.com/portugal/pt-pt/about-us-portugal>

Everis (2013). NTT DATA anuncia uma aliança com o Grupo Everis. Acesso realizado a 4 de Janeiro de 2019:

<https://www.everis.com/portugal/pt-pt/news/newsroom/ntt-data-anuncia-uma-alianca-com-o-grupo-everis>

Everis (2018). Relatório de Contas. Acesso realizado a 4 de Janeiro de 2019:

[https://e17r5k-datap1.s3-eu-west-1.amazonaws.com/evercorp/s3fs-public/everis annual report 18.pdf?IPiu5LzpMM0xKVdYnJ6QRRqNIBHf](https://e17r5k-datap1.s3-eu-west-1.amazonaws.com/evercorp/s3fs-public/everis%20annual%20report%2018.pdf?IPiu5LzpMM0xKVdYnJ6QRRqNIBHf). FS

Hauser, C. (n.d.). Sign Up. Acesso realizado a 16 de Novembro de 2018:

<http://collectui.com/designers/carlhauser/sign-up>

input\_1 noun—Definition, pictures, pronunciation and usage notes | Oxford Advanced Learner's Dictionary at OxfordLearnersDictionaries.com. Acesso realizado a 25 de Agosto de 2019:

[https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/input\\_1?q=input](https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/input_1?q=input)

Jasiński, M. (n.d.). Dashboard. Acesso realizado a 25 de Agosto de 2019:

<http://collectui.com/designers/siara/monitoring-dashboard>

Jenkins, J. (n.d.). Sign Up. Acesso realizado a 16 de Novembro de 2018:

<http://collectui.com/designers/jkane/sign-up>

layout noun—Definition, pictures, pronunciation and usage notes | Oxford Advanced Learner's Dictionary at OxfordLearnersDictionaries.com. (n.d.). Acesso realizado a 25 de Agosto de 2019:

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/layout?q=layout>

pixel noun—Definition, pictures, pronunciation and usage notes | Oxford Advanced Learner's Dictionary at OxfordLearnersDictionaries.com. (n.d.). Acesso realizado a 25 de Agosto de 2019:

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/pixel?q=pixel>

pop-up\_1 noun—Definition, pictures, pronunciation and usage notes | Oxford Advanced Learner's Dictionary at OxfordLearnersDictionaries.com. (n.d.). Acesso realizado a 25 de Agosto de 2019:

[https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/pop-up\\_1?q=pop-up](https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/pop-up_1?q=pop-up)

Sylhet, A. S. (n.d.). Dashboard. Acesso realizado a 25 de Agosto de 2019:

<https://dribbble.com/alisayed>

The Definition of User Experience (UX). (n.d.). Acesso realizado dia 10 de Setembro de 2019 do website Nielsen Norman Group:  
<https://www.nngroup.com/articles/definition-user-experience/>

Wangler, A. (n.d.). Sign Up. Acesso realizado a 16 de Novembro de 2018:

<https://collectui.com/designers/annawangler/sign-up>

What is User Experience (UX) Design? (n.d.). Acesso realizado dia 10 de Setembro de 2019 do website The Interaction Design Foundation:  
<https://www.interaction-design.org/literature/topics/ux-design>

What is User Interface (UI) Design? (n.d.). Acesso realizado dia 11 de Setembro de 2019 do website The Interaction Design Foundation:  
<https://www.interaction-design.org/literature/topics/ui-design>

wireframe noun— Definition, pictures, pronunciation and usage notes | Oxford Advanced Learner's Dictionary at OxfordLearnersDictionaries.com. (n.d.). Acesso realizado a 25 de Agosto de 2019:

<https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/us/definition/english/wireframe?q=wireframe>

Zięba, P. (n.d.). Sign Up. Acesso realizado a 16 de Novembro de 2018:

<http://collectui.com/designers/piotrzeba/sign-up>