

# MENINO

**Rafic Farah**

e o design gráfico da revista Trip

Universidade Federal de Uberlândia  
Aline Vitória Marinho da Silva

## **MENINO: Rafic Farah e o design gráfico da revista Trip**

Trabalho de conclusão de curso referente ao curso de Design da FAUeD orientado pela Prof.(a) Dr.(a) Cristiane Pereira de Alcântara da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo e Design da Universidade Federal de Uberlândia.

Uberlândia  
2023

Esse material foi desenvolvido com o intuito de explicar o processo por trás do projeto MENINO, e por isso seu aspecto visual não pode se sobressair em relação ao objeto resultando do projeto.

Aqui foi utilizada apenas a tipografia **Barlow** e priorizadas as cores neutras no conteúdo, para enfatizar os aspectos visuais do objeto de estudo.

É possível acessar o resultado final nos links abaixo:



**Versão para computador**

Clique no link ou scaneie o QR Code



**Versão para celular**

Clique no link ou scaneie o QR Code



# Resumo

Este projeto surgiu com o intuito divulgar de forma intuitiva o trabalho de Rafic Farah e o período pós-modernista por meio de uma plataforma digital imersiva. A partir das descobertas da Iniciação Científica de Aline Marinho, orientada por Cristiane Alcântara, onde, em 2018, ambas fizeram uma entrevista com o designer e análise do seu trabalho na revista Trip, tendo como resultado um vasto conteúdo que alimenta este trabalho. O atual projeto utilizou o Design Thinking proposto por d.Stanford, começando pela etapa de ideação e elaborando toda a identidade visual a partir de uma imersão conceitual na linguagem do designer. Em seguida, foram feitos questionários e card sorting para levantar necessidades de uso, mapeamento de persona e arquitetura de informação para definição do site responsivo, e por fim protótipos em média e alta fidelidade, que foram testados de forma moderada e não moderada. O resultado de todo o processo é uma plataforma com identidade visual icônica que expressa a linguagem única de Rafic Farah, da revista Trip e do pós-modernismo, e que ainda assim atende aos objetivos e necessidades dos usuários, sendo uma experiência imersiva, intuitiva e visualmente cativante.

# Abstract

*This project emerged with the aim of intuitively disseminating the work of Rafic Farah and the post-modernist period through an immersive digital platform. Building upon the findings of Aline Marinho's Scientific Initiation, supervised by Cristiane Alcântara, where in 2018, both conducted an interview with the designer and analyzed his work in the Trip magazine, resulting in extensive content that informs this project. The current initiative employed the Design Thinking framework proposed by d.Stanford, commencing with ideation and developing the entire visual identity through a conceptual immersion in the designer's language. Subsequently, questionnaires and card sorting were employed to assess usage needs, followed by persona mapping and information architecture for the definition of the responsive website. Finally, prototypes of medium and high fidelity were created and tested both moderately and non-moderately. The outcome of this comprehensive process is a platform with an iconic visual identity that expresses the unique language of Rafic Farah, the Trip magazine, and post-modernism. Nevertheless, it still meets the objectives and user needs, providing an immersive, intuitive, and visually captivating experience.*

# Sumário

## 1. Problema de pesquisa 9

### 1.1. Experiência digital 11

## 2. Tema 15

### 2.1. Rafic Farah e a revista Trip 16

### 2.2. Contexto histórico: Pós modernismo 19

## 3. Análise de similares 22

### 3.1. Moodboard: Rafic e a Trip 24

### 3.2. Moodboard: Pós modernismo 26

### 3.3. Análise de Similares 28

#### 3.3.1. Next Gen Now 29

#### 3.3.2. Neuroinclusive Design 30

#### 3.3.3. AIT 31

#### 3.3.4. Digital Museum of Learning 32

#### 3.3.5. Museum of Military Medicine 33

## 4. Público alvo 34

## 5. Criatividade 37

### 5.1. Ideação 40

#### 5.1.1. Concept design 40

#### 5.1.2. Identidade visual 41

##### 5.1.2.1. Definição do símbolo 44

##### 5.1.2.2. Escolha tipográfica 46

##### 5.1.2.3. Paleta de cores 48

### 5.2. Empatia 49

#### 5.2.1. Questionário 49

#### 5.2.3. Card sorting 55

### 5.3. Definição 58

#### 5.3.1. Arquitetura de informação 58

#### 5.3.2. Personas 60

### 5.4. Prototipação e teste 63

#### 5.4.1. Protótipo de média fidelidade (wireframe) 63

#### 5.4.2. Teste de usabilidade moderado 70

#### 5.4.3. Protótipo de alta fidelidade 72

5.4.3.1. Guia de estilos (Style Guide) 72

5.4.3.2. Protótipo 75

5.4.4. Teste de usabilidade não moderado 88

5.4.4.1. Perfil dos participantes 89

5.4.4.1. Análise de mapa de calor 90

5.4.4.3. Questionário 95

**6. Considerações finais 99**

**7. Referências 101**

**8. Anexos 105**

Anexo 1 - Perfil de estudantes de Design 106

Anexo 2 - Perfil de estudantes de Design, Arquitetura e Artes 117

Anexo 3 - Roteiro Card Sorting 128

Anexo 4 - Teste de usabilidade moderado 130

Anexo 5 - Teste de usabilidade não moderado 132

**1**

# **Problema de pesquisa**

Esse projeto se propõe a divulgar de forma clara e intuitiva o trabalho de Rafic Farah e também o período pós-modernista, através de uma plataforma digital, tendo como conteúdo o que foi levantado no projeto de Iniciação Científica *Rafic Farah como designer autoral: uma análise da revista Trip*, feita em 2018. A pesquisa propiciou o registro de uma importante entrevista com o designer, em que pudemos estar presencialmente junto do autor, em seu estúdio, produzindo um vasto material que, posteriormente, foi transcrito e utilizado para análise.



**Figura 1**

Rafic em entrevista explicando características do seu trabalho.

Fonte: Cristiane Alcântara, 2018.

## 1.1. Experiência digital

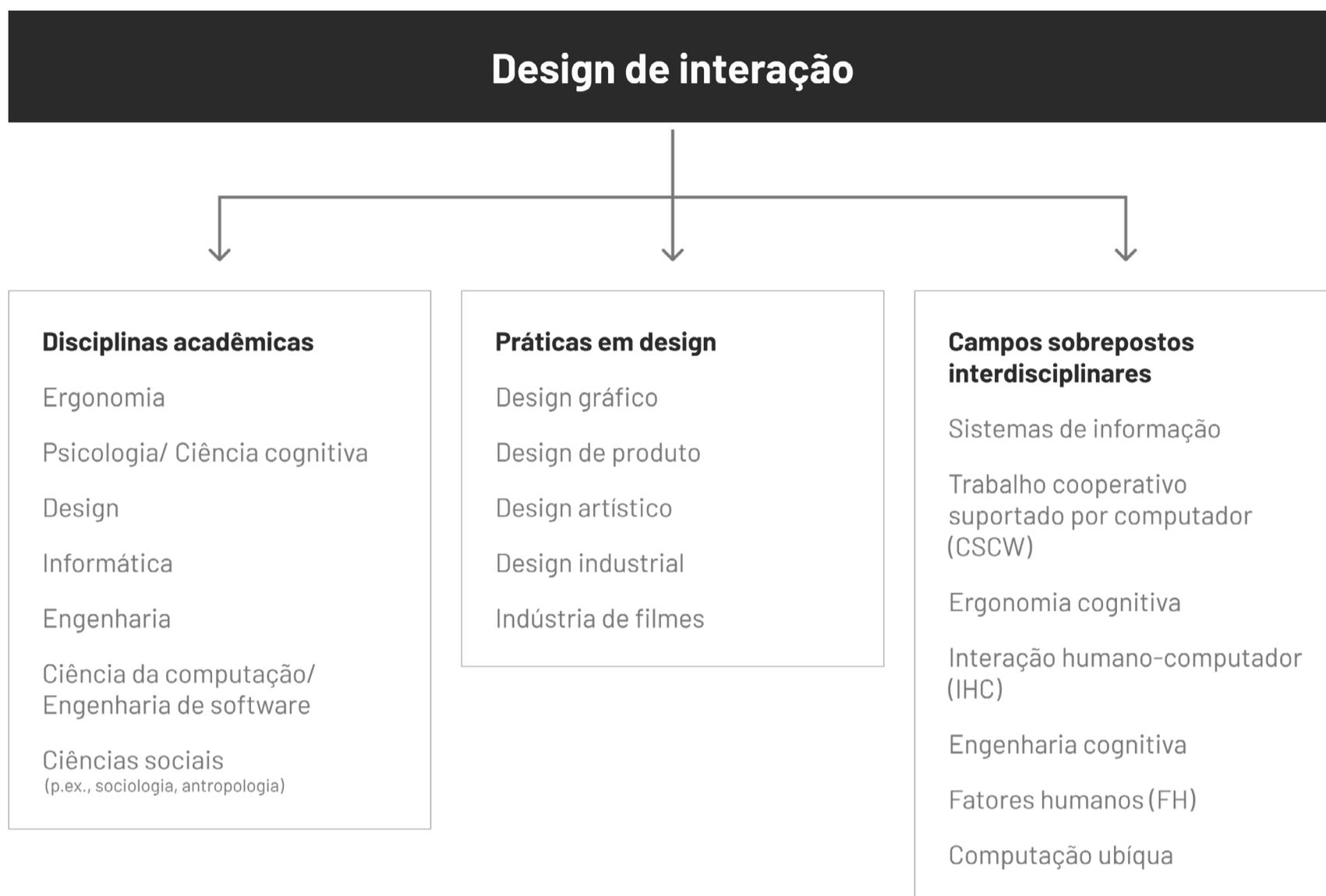
Pretende-se fazer uma experiência digital imersiva para disponibilizar o material coletado e assim permitir com que seja utilizado como fonte de consulta, aprendizagem e referência histórica, com foco principalmente em alunos da graduação, dos cursos de design, arquitetura e artes, que estejam tendo contato com o período pós-modernista pela primeira vez. A plataforma poderá, ainda, demonstrar valor para pesquisadores mais experientes e entusiastas do assunto, mesmo que estes não sejam o público alvo.

Dado a proposta de criar uma experiência digital intuitiva e interativa acerca do trabalho de Farah, primeiro faz-se necessário aprofundar-se no tema experiência digital, compreendendo suas características e contexto histórico a seguir.

Embora essa área de estudo tenha evoluído e sofrido mutações, vemos que investigações relacionadas à interação de um humano com uma máquina começaram muito antes da popularização do computador. Com a Segunda Guerra Mundial, surge o interesse em estudar a interação homem-máquina com o intuito de produzir armas mais eficazes, assim nascendo a Sociedade de Pesquisa em Ergonomia, em 1949 (Dix, 2004). A ergonomia em si sendo a área que “busca compreender os aspectos envolvidos na interação do homem com o mundo a sua volta, procurando tornar esta relação segura, confortável, eficiente e aceitável” (Lanutti et. al, 2016). A interação humano-computador (IHC) nasce, então, a partir da junção de aspectos ergonômicos e fatores humanos, agregando à análise física a percepção psicológica e cognitiva de tal interação.

Com a popularização dos computadores pessoais, que passam a ser utilizados pelo público amplo e não apenas por especialistas, e o aumento na complexidade de interações e tipos de dispositivos, os estudos acerca do tema se tornam cada vez mais especializados e focados na pessoa final e não apenas na eficiência homem-máquina. Nos anos 80 e 90 vemos nascer o design de interação e design centrado no usuário, ambos relacionados entre si, mas com enfoques sutilmente diferentes.

O design de interação (DI) pode ser definido como “criar experiências de usuário que melhorem e ampliem a maneira como as pessoas trabalham, se comunicam e interagem” (Rogers, Sharp e Preece, 2013). Segundo tais autoras, DI abrange um escopo maior de atuação do que IHC, dado que IHC possuía foco apenas na “avaliação e da implementação de sistemas de computação interativos para uso humano e estuda fenômenos importantes que os rodeiam” (ACM SIGCHI, 1992, p. 6, *apud* Rogers, Sharp e Preece, 2013). A partir disso, vemos uma integração sistematizada de disciplinas de design no estudo da interação, somando-se aos conhecimentos que já eram utilizados acerca de computação e psicologia.

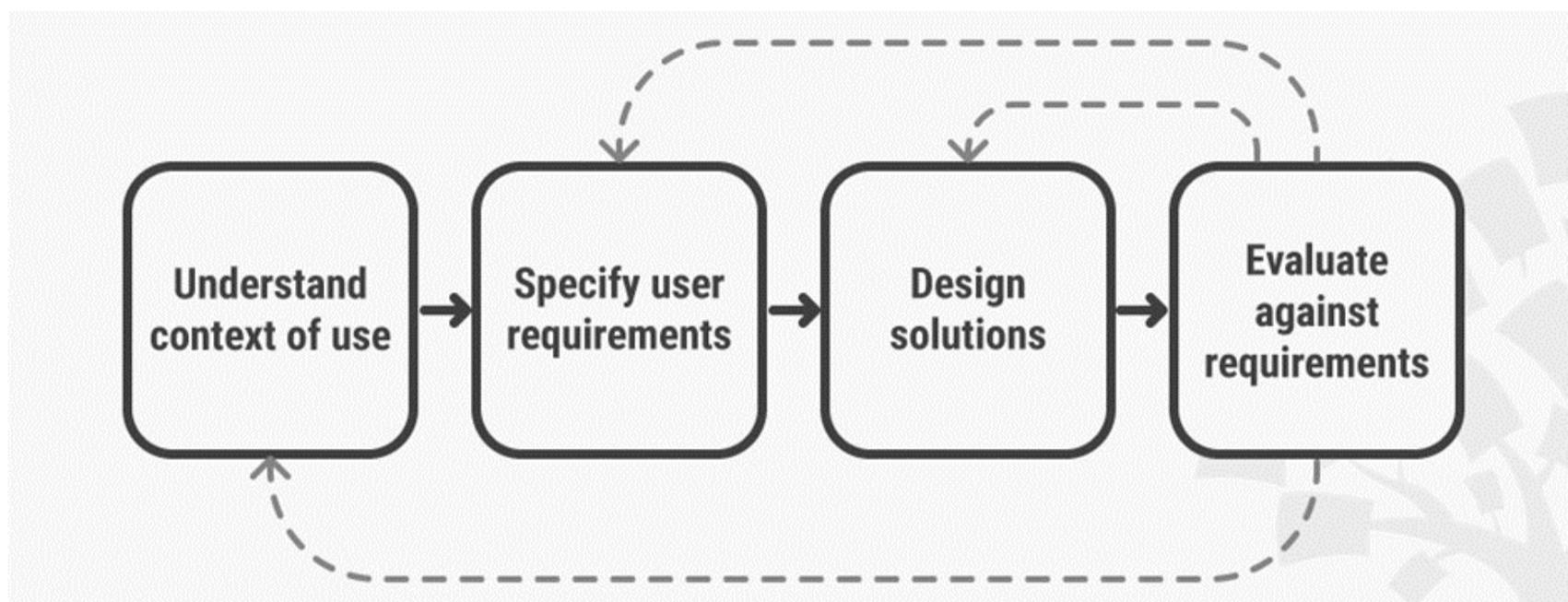


No mesmo período, temos Donald Norman, cientista cognitivo que estudou percepção, memória e atenção humana (Norman, 2018) e passa a usar de tais conhecimentos para questionar a forma como sistemas e interações são projetados para pessoas. Em seu icônico livro *O design do dia a dia*, Norman cita exemplos de produtos mal planejados e defende a abordagem do design centrado no usuário para melhorar a interação e experiência de uso de produtos digitais. Para o autor, o design centrado no usuário deve “assegurar que (1) o usuário pode descobrir o que fazer, e (2) que tenha condições de saber o que está acontecendo” (Norman, 2018, p.256). Ele defende ainda a importância de simplificar tarefas, a partir da utilização de conhecimento pré-existente, redução de estruturas de tarefas, mapeamento adequado de ações, apresentação clara de informações e, ainda, criação do design para cenários de erro em que as soluções anteriores não foram o suficiente.

**Figura 2**

Relação entre disciplinas acadêmicas, práticas de design e campos interdisciplinares.

Fonte: *Design de Interação* (Rogers, Sharp e Preece, 2013) - imagem adaptada.

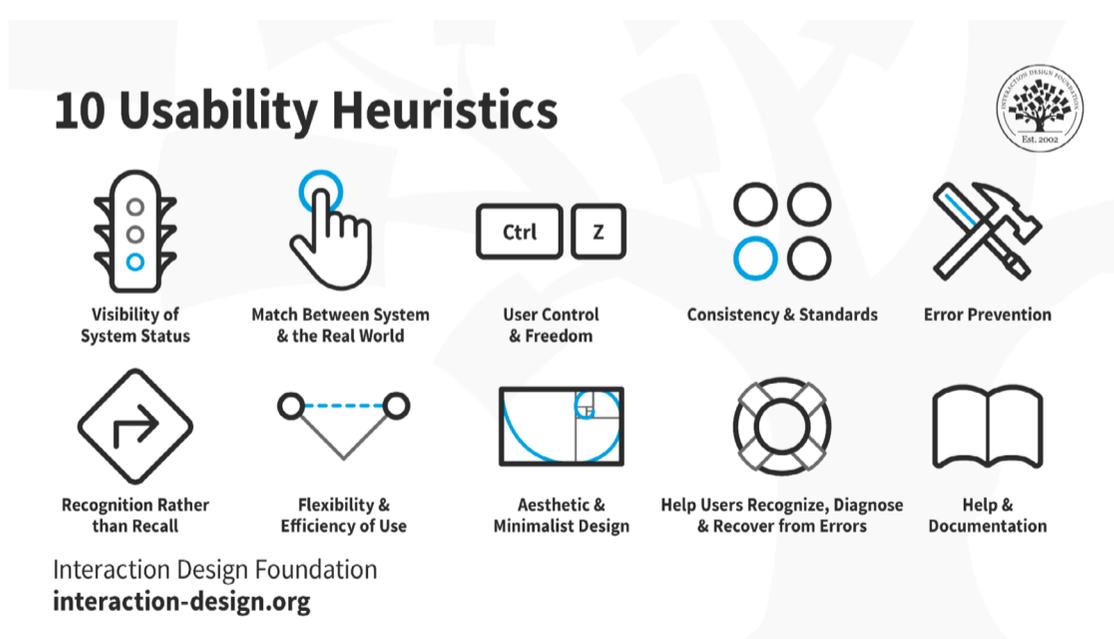


Outro autor renomado, Jakob Nielsen, defende os mesmos preceitos, mas pelo ponto de vista da usabilidade. Em seu livro Usability Engineering ele afirma que uma boa usabilidade de interfaces digitais depende de cinco aspectos: facilidade de aprendizagem, eficiência de uso, facilidade de memorização, baixa incidência de erros e satisfação de uso (Nielsen, 1993, p.26). Em 1994 o mesmo autor evoluiu esse pensamento criando as 10 heurísticas de Nielsen que são amplamente utilizadas para analisar a usabilidade de um produto digital até os dias atuais.

**Figura 3**

Processo de User Centered Design

Fonte: Interaction Design Foundation



**Figura 4**

10 Heurísticas de Usabilidade

Fonte: Interaction Design Foundation

**2**

**Tema**

## 2.1. Rafic Farah e a revista Trip

A fim de coletar as informações sobre o designer, foram utilizadas entrevistas e outros artigos escritos sobre o trabalho dele. Entretanto, a principal fonte de informações foi sua autobiografia: *Como Vi: o Design de Rafic Farah*.

Nascido em 1948, podemos notar aspectos da infância do designer na construção de seu repertório, como a origem multifacetada de seus pais e o contato com funcionárias domésticas de diversas culturas durante seu crescimento. Aos 20 anos ingressa na Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU - USP), onde adquire sua base de conhecimentos para iniciar a atuação como projetista. Nessa época, ele passa a ter contato com figuras importantes como Flávio Império, e vivencia o movimento Tropicália, do qual se considera parte, fortalecendo sua conexão com a cultura brasileira, aspecto que influenciaria seu trabalho ao longo de sua carreira.

Por outro lado, a Tropicália deslumbrou-me à luz de suas gamas. Tal a força, que o desenho foi para os ares, como à espera de outro momento. Enquanto isso, meus ouvidos aguçam-se mais aos sons do que as falas. Trazidos, reinterpretados e compostos à semelhança de uma antropologia. Musical. (Farah, 2000)

Quando formado, passa a trabalhar com gravuras e logo, já é solicitado para a criação de logotipos que, posteriormente, ganhariam fama, garantindo sua entrada no mercado de trabalho. Em 1979, funda o Estúdio São Paulo Criação, onde, até os dias atuais, desenvolve projetos na área do design gráfico, design de produto e da arquitetura. Fora do estúdio, Farah também trabalha com fotografia, música e cenografia, o que demonstra

o desejo do designer em expandir sua linguagem e conhecimento junto às artes

Em sua biografia, vemos que sua linguagem não se limitou apenas às bases teóricas modernistas obtidas durante seus anos na FAU. Desde o início de sua carreira, Rafic tinha a experimentação como parte do processo criativo, aproveitando de diversas superfícies, movimentos e recortes para atingir resultados inovadores, como podemos ver nesse trabalho feito poucos anos após sua formatura.



Cada artista inventava seus meios para conseguir essas distorções. Aqui, desenhei as letras sobre um papel extraduro (shoeller). Uma grande angular e muita luz garantiam profundidade de campo. Então, torcia-se e retorcia-se o papel. O resultado, só víamos na revelação. Trabalhando com afinco, em dois ou três dias se chegava à primeira arte final.

Each artist would come up with their own ways to get these distortions. Here I drew the letters on extra tough paper (shoeller). A wide-angle lens and plenty of light ensured field depth. Then the paper would be twisted and turned. The result we would only see once it was developed. Working hard, within two or three days we would get to the final draft.

KSG Indústria de abrasivos / Abrasive Industry 1978



Como base de informações para o levantamento histórico da revista Trip, foi utilizado principalmente o site oficial da editora e a dissertação de mestrado *Revistas, design editorial e retórica tipográfica: a experiência da revista Trip (1986-2010)* de Luiz Carlos Fetter.

A origem da revista Trip se inicia com Paulo Anis Lima, que já possuía experiência com o mercado jovem de esportes radicais por sua apresentação do programa de rádio Surf Report e da revista Overall em 1984. Sua experiência com outra publicação fez com que Lima trouxesse para a Trip uma abordagem diferente das demais revistas da época, indo além de mera cobertura de campeonatos e beldades, e assim “a Trip foi desbravadora ao realizar reportagens de fôlego e entrevistar figuras de

### Figura 5

Rafic explica o processo de criação de um logotipo.

Fonte: *Como Vi: o Design de Rafic Farah*. (Farah, 2000)

destaque de outras áreas de interesse além das tradicionais ondas havaianas.” (Fetter, 2011)

O objetivo da revista desde o início era ser jovem e inovadora, o que o levou diretamente à Rafic Farah, considerado o “designer da moda” no período. Segundo Farah, a concepção do logotipo veio de forma natural após o primeiro contato com Paulo, sendo baseada em arte havaiana e Gauguin, e ficando pronta em cerca de 2 semanas (informação verbal<sup>1</sup>).

Ganhadora de diversos prêmios nacionais e internacionais como o New York Art Directors Club, em 1998, ainda contou com o auxílio de outros prestigiados designers em seu projeto editorial, como o americano David Carson.

---

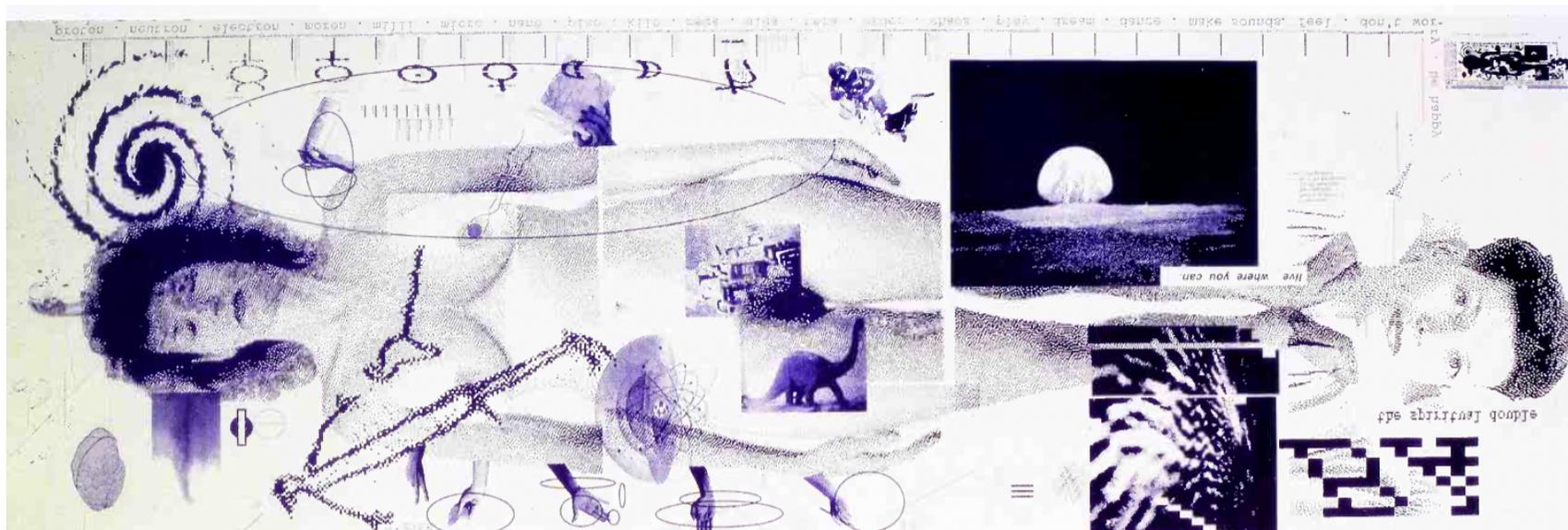
<sup>1</sup> Entrevista concedida por Rafic Farah em 08/08/2018 às autoras deste projeto.

## 2.2. Contexto histórico: Pós modernismo

Embora a popularização do computador tenha trago consigo o avanço dos estudos acerca de usabilidade e experiência, tal plataforma também trouxe maior liberdade de criação e expressão que até o momento não tinha sido vista no âmbito do design, especialmente no gráfico.

O movimento de desconstrução de vinha desde 1960 (Poynor, 2010), ganhava um novo significado agora que o design não precisava depender de uma superfície física. Nos anos 80, no design gráfico vemos o surgimento de uma experimentação que expandiu os horizontes de criação. Com a introdução dos primeiros computadores Macintosh, designers como April Greiman se encontram em um novo cenário de exploração, pois agora era possível experimentar sem deixar rastros.

Um lápis deixa marcas físicas e, mesmo que essas marcas sejam apagadas, quase sempre algum traço permanece, enquanto outras formas de marcação - giz de cera, tinta, nanquim, recorte e colagem - deixam impressões ainda mais indeléveis. Por contraste, a função "desfazer", como a própria [April] observou, permite que algo seja removido instantaneamente, sem deixar qualquer traço. A facilidade de apagar dá a cada aspecto do design uma qualidade efêmera, menos certa. Não existe mais uma forma definida, física, de modo que é muito menos necessário ter certeza de que uma decisão específica está "correta", uma vez que ela pode ser revertida e alterada instantaneamente. Essa condição de incerteza e instabilidade se estende sobre todo o design. No espaço digital, nada é terminado; enquanto o arquivo de computador sobreviver, qualquer elemento pode ser repensado. (Poynor, 2010)



Assim como Greiman quebra paradigmas, temos também David Carson que ganha popularidade ao quebrar regras e boas práticas pré-estabelecidas, pois ele nunca aprendeu o que não deveria fazer e por isso criava o que fazia sentido (Carson *apud* Poynor, 2010, p.13).

Citamos aqui Carson pela sua importância no design pós moderno, pela sua proximidade com Rafic Farah, e por este ter um ótimo exemplo dos dias atuais de como a criação de pós modernistas trabalha muito mais a relação do designer com o design, do que com o público. O site de Carson em 2023 contradiz muitas das boas práticas de Nielsen e Norman, pois não fica clara a forma de navegação, ações disponíveis ou se quer qual deveria ser a hierarquia de leitura do material.

### Figura 6

April Greiman, Design quaterly n.133, poster para uma revista, EUA, 1986

Fonte: *Abaixo às regras: design gráfico pós moderno.* (Poynor, 2010)

"a pioneer with profound impact" \_Apple computers, 2014

AIGA Gold Medal, 2014

"CARSON forged graphic design into a cultural force and a medium with its own shape and direction. AIGA, 2014"

"the most important work coming out of america" american center for design

"he changed the public face of graphic design" - newsweek

**davidcarsondesign.**  
Graphic Design. Branding. Advertising. Consulting. Web. print + digital.

see Davids 2021 Masterclass trailer :  
<https://www.youtube.com/watch?v=pJvgD-vjlc>

contact:  
**NEW EMAIL:**  
david@dcarsondesign.com

Instagram:  
#davidcarsondesigner

**newz**

nucollage: "This book is a gorgeous testament to fresh design thinking, spontaneous creation and mind-melting collages and stories of the work"  
-Paul Macfarlane, 2019

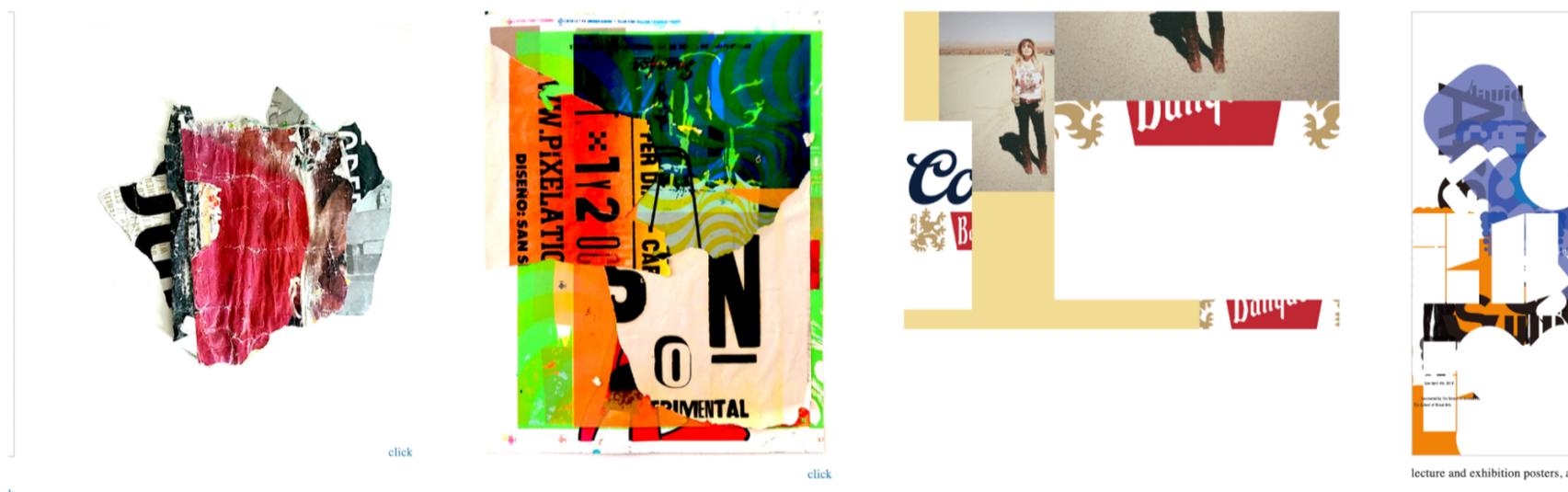
**AIGA eye on design:**  
august 2019  
"David Carson is a man who has transformed the field of graphic design throughout his career. Self-taught, resolutely grid-free, and unafraid to speak his mind (he's also very funny), Carson's work made designers realize that editorial layouts didn't have to stick to the rules around image placement, consistent typography, or doggedly flowing copy issue after issue.

His attitude—one he sees as partly underdog, partly "why not?"—carries projects like art directing Ray Gun magazine or his work for Transworld projects, surfboard designs, packaging design for potato chips, and more as ever.

It's rare to speak to a young designer who's into zines, music, and a generation that does not cite Carson as an influence. The American Center for Graphic Design made "the most important work coming out of America," while Creative Director of the era." In 2014, he was awarded the AIGA Gold Medal. But he's rather lovely when we chat—and pretty humble to boot. H

**Jeffery Sadoris:**  
august 2019  
"New Collages From Iconic Graphic Designer David Carson: A decade of graphic design for decades and has created iconic work for some of the most important brands in the world. In his latest book, *no collage.001*, of collages without the constraints of clients or creative briefs and the line that straddles the line between art and design. **This is Carson at his finest.**

august 2019:  
<https://eyeondesign.aiga.org/anti-grid-icon-david-carson-on-why-design-needs-to-liven-up/>



O site pessoal de Carson traz uma excelente amostra do seu trabalho como designer, e tangibiliza as características desconstruídas do design pós moderno no âmbito da experiência e interface de uso digital, de tal forma que utilização e consumo do conteúdo ficam prejudicados. Por esse motivo esse projeto se faz necessário, para que seja possível dialogar sobre pós modernismo em um formato que siga boas práticas de usabilidade, para que assim estudantes, professores e qualquer pessoa interessada pelo tema possa aprender e absorver o conteúdo de forma fácil e intuitiva, assim como prega o design centrado no usuário discutido por Norman e Nielsen.

### Figuras 7 e 8

Recortes do site de David Carson

Fonte: <https://www.davidcarsondesign.com/>  
Acesso em 12/08/2023

**3**

**Análise de  
similares**

**P**ara entender a linguagem que poderia ser trabalhada no projeto, primeiro foi feita uma análise sobre as características existentes no trabalho de Rafic, no pós-modernismo e em outras plataformas consideradas imersivas e intuitivas.

Para esta análise, primeiro foram feitos dois moodboards, um de Rafic e outro de pós modernismo, uma vez que essa ferramenta permite reunir aspectos visuais e afetivos a respeito de um tema, de forma que o material possa ser utilizado para referência ao longo do projeto (Santa Rosa e Moraes, 2012, p.93)

Em seguida, foram analisados 5 sites de temáticas distintas que traziam em si características visuais que vemos em trabalhos pós-modernistas, mas sem que a usabilidade seja comprometida. Foram escolhidos 2 sites de museus, temática artística e educativa que acreditamos ter proximidade com a plataforma a ser feita sobre Rafic. E ainda, um site de uma escola digital, um de produtos sustentáveis e um guia para inclusão de neurodivergentes no ambiente de trabalho. Todos selecionados a partir da plataforma Awwwards, para que pudéssemos englobar a percepção comunitária no momento da análise.

## 3.1. Moodboard: Rafic e a Trip

Para a criação do moodboard de Rafic e a Trip, foram escolhidos trabalhos presentes no portfólio do seu estúdio São Paulo Criação. A escolha aconteceu de forma ampla, buscando representar diferentes frentes do trabalho gráfico de Rafic: materiais impressos, marcas, embalagens, catálogos, entre outros.

Quando colocados lado a lado, podemos notar que alguns aspectos recorrentes:

- \_ Uso de recortes feitos manualmente em papel;
- \_ Uso de cores primárias e secundárias saturadas, especialmente nos tons vermelho, amarelo, azul e verde;
- \_ Alto contraste entre figuras, formas e tipografia;
- \_ Sobreposição de camadas, criadas a partir de transparência e recortes.

A identificação destas características se torna algo essencial no projeto, que poderá guiar decisões estilísticas durante toda a concepção da marca e do site.



Figura 9

Moodboard com recortes do trabalho de Rafic Farah

Fonte: Compilado pela autora a partir do site São Paulo Criação

## 3.2. Moodboard: Pós modernismo

Para o moodboard sobre pós-modernismo, foram coletados cartazes e trabalhos gráficos disponíveis no livro *Abaixo as regras: design gráfico e pós-modernismo*, de Rick Poynor, considerado uma das principais referências sobre a história do design gráfico pós-moderno. Escolhemos trabalhos apresentados em todos os capítulos do livro, de forma a representar diversos aspectos e momentos do pós-modernismo.

Quando olhamos todos os trabalhos em conjunto, vemos características em comum, como:

- \_ Forte presença de ruído e excesso de informações na composição;
- \_ Caráter experimental no aspecto tecnológico;
- \_ Uso forte de preto e branco, deixando cores muito mais atreladas à imagens;
- \_ Baixa legibilidade e leiturabilidade, não sendo possível identificar a mensagem escrita na composição;
- \_ Distribuição de elementos compositivos que passam a ser desconstruídos.

Aqui temos aspectos visuais que devem ser considerados no projeto com cautela, de forma que representem o período visualmente não comprometam a usabilidade da plataforma a ser desenvolvida.

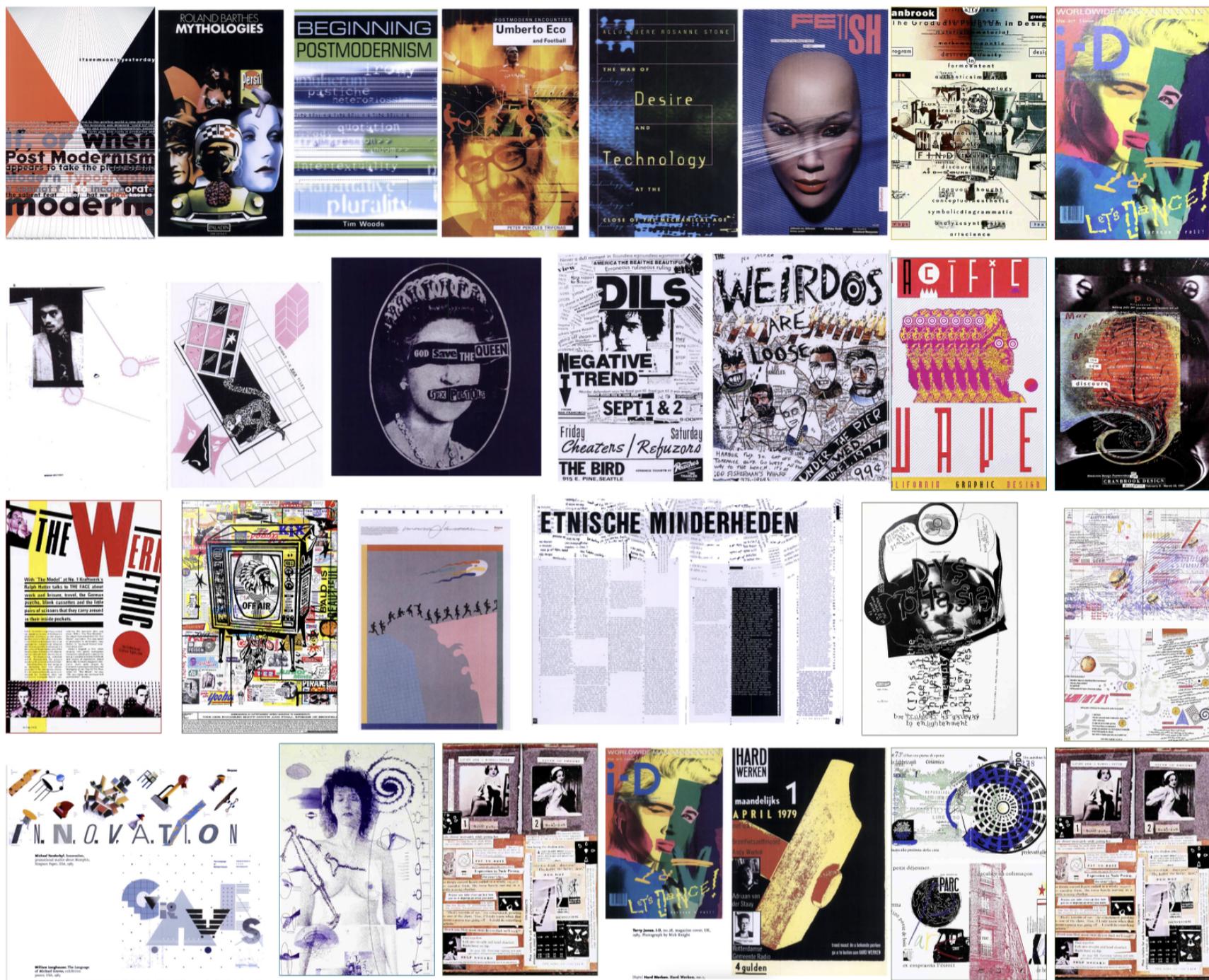


Figura 10

Moodboard com recortes do trabalho de designers pós modernos

Fonte: Compilado pela autora a partir do livro *Abaixo as Regras*, de Rick Poyner.

## 3.3. Análise de Similares

Todos os sites foram escolhidos a partir da plataforma Awwwards, onde usuários utilizam 4 aspectos (design, criatividade, usabilidade e conteúdo) para avaliar a qualidade do site. Aqui consideramos apenas sites com 10 ou mais avaliações e que assim tivessem boa representatividade público.

**Figura 11**

Tabela com notas atribuídas pela comunidade e descrição dos sites a serem analisados.

Fonte: Elaborado pela autora com base nos dados da plataforma Awwwards

Site analisado	Aspectos analisados pela comunidade				
	Design	Usabilidade	Criatividade	Conteúdo	Média
<b>Next Gen Now</b> Apresentação do projeto de uma empresa que desenvolve produtos sustentáveis.	9	8,8	9	8,7	<b>8,9</b>
<b>Neuroinclusive Design</b> Relatório e guia sobre como criar um ambiente de trabalho amigável para pessoas neurodivergentes	8,1	8,5	8	8,4	<b>8,2</b>
<b>AIT</b> Escola de artes, design e tecnologia	7,4	7,9	7,3	7,4	<b>7,5</b>
<b>Digital Museum of Learning</b> Museu digital com exposições sobre temas educativos, para alunos, estudantes e entusiastas.	7,4	7,5	7,1	8	<b>7,5</b>
<b>Museum of Military Medicine</b> Site do museu inglês sobre a história de médicos militares	7,3	7,2	7,7	7,7	<b>7,5</b>

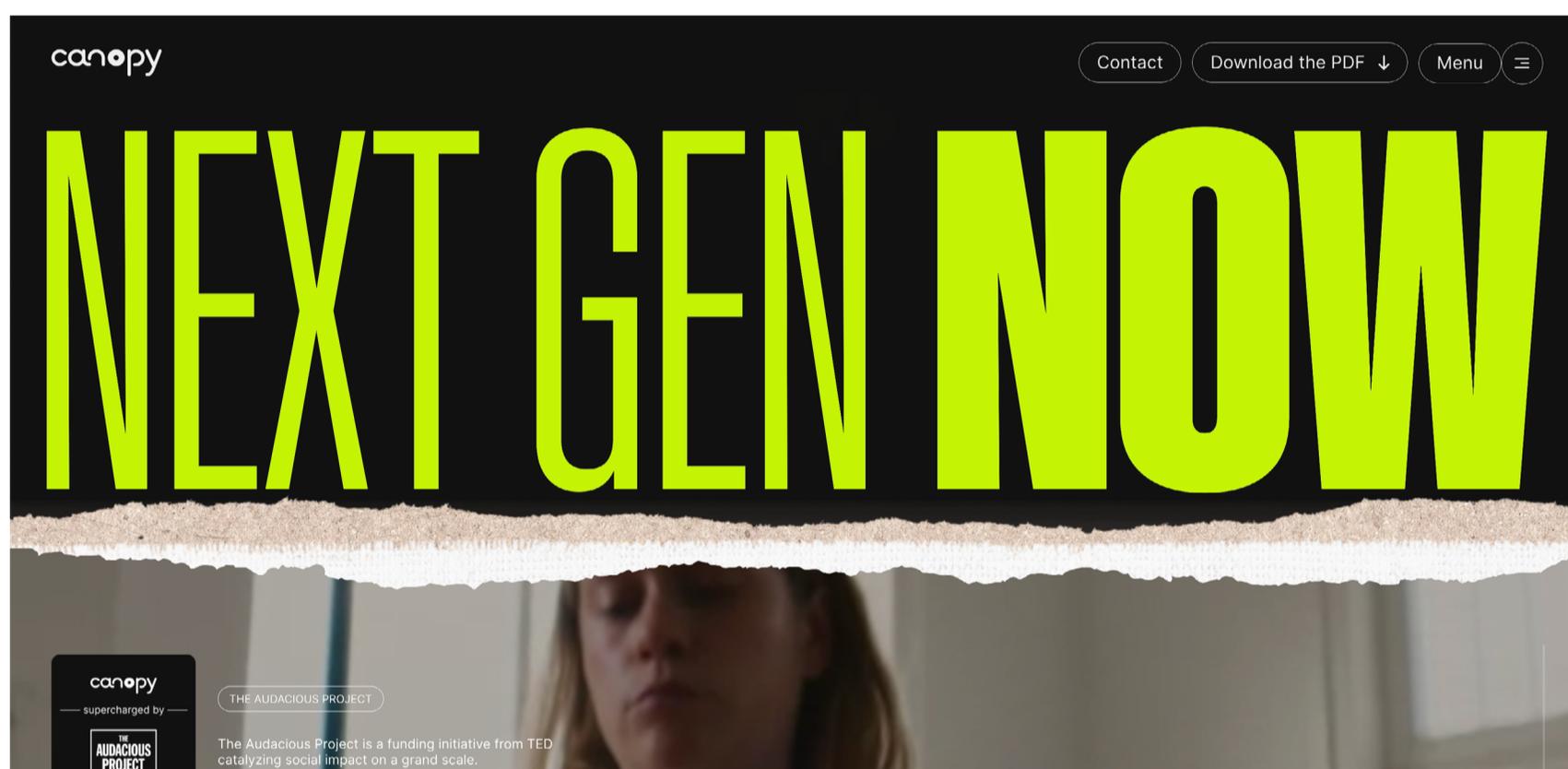
### 3.3.1. Next Gen Now

Com foco em um produto do futuro, aqui vemos o uso de tipografias pesadas e formas geométricas que contam uma história junto com o conteúdo. Os elementos são interativos e mudam de acordo com a navegação no site.

#### Figuras 12 e 13

Recortes do site analisado. É possível ver a navegação completa em vídeo na pasta de similares em [bit.ly/similares-tcc-rafic](https://bit.ly/similares-tcc-rafic)

Fonte: Next Gen Now



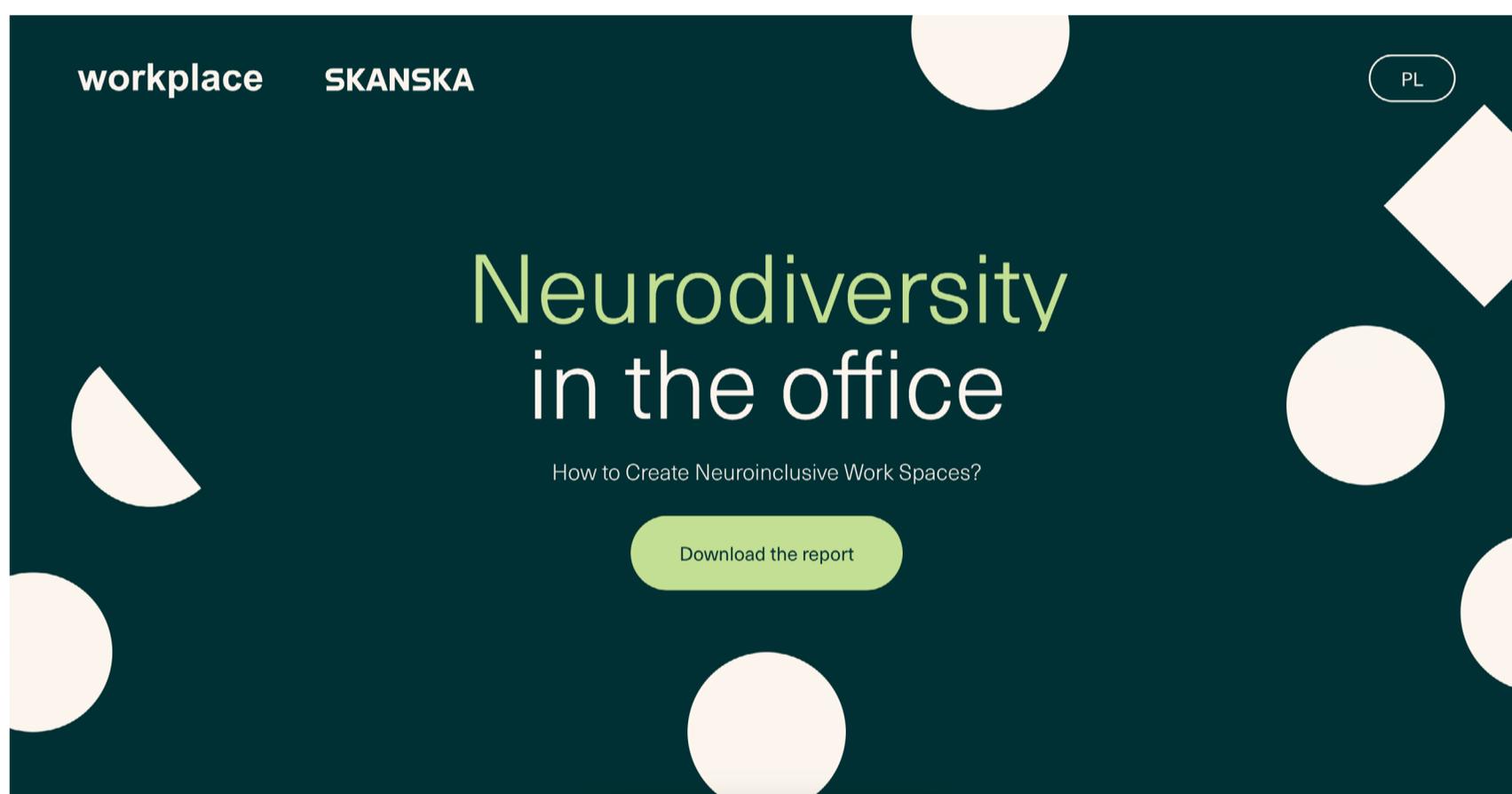
### 3.3.2. Neuroinclusive Design

Com formas geométricas e cores simples, esse site também usa a interatividade para contar uma história, levando o usuário ao longo da tela ao acompanhar um dos círculos do início ao fim. Temos poucos elementos visuais, mas as cores, tipografia e formas são tão refinadas que ele se torna completo pela sua composição.

#### Figuras 14 e 15

Recortes do site analisado. É possível ver a navegação completa em vídeo na pasta de similares em [bit.ly/similares-tcc-rafic](https://bit.ly/similares-tcc-rafic)

Fonte: *Neuroinclusive Design*



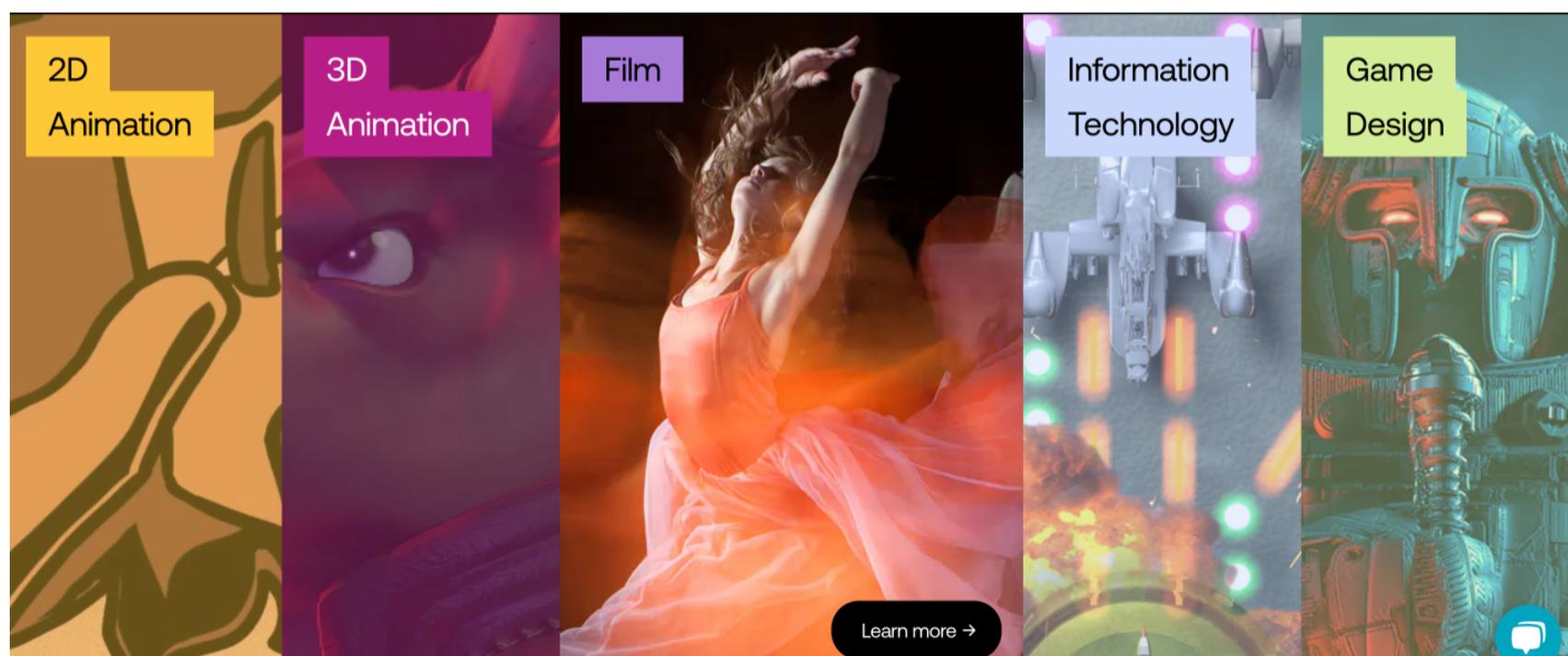
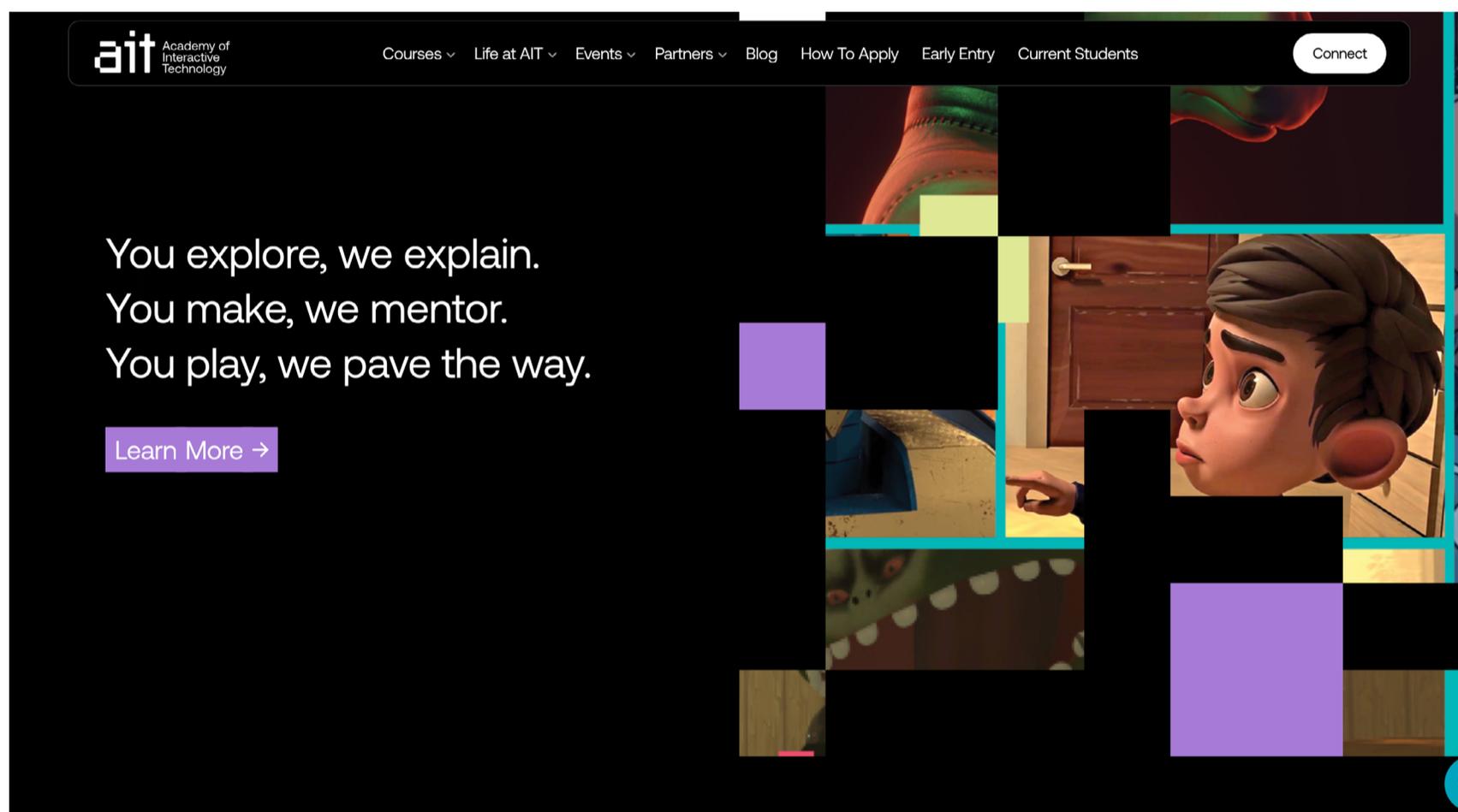
### 3.3.3. AIT

Sendo uma escola de design, aqui encontramos informações sendo apresentadas de forma clara e concisa. Diferente dos exemplos anteriores, não temos uma história sendo contada mas sim cursos, cases e exemplos sendo apresentados em forma de um catálogo interativo.

#### Figuras 16 e 17

Recortes do site analisado. É possível ver a navegação completa em vídeo na pasta de similares em [bit.ly/similares-tcc-rafic](https://bit.ly/similares-tcc-rafic)

Fonte: AIT



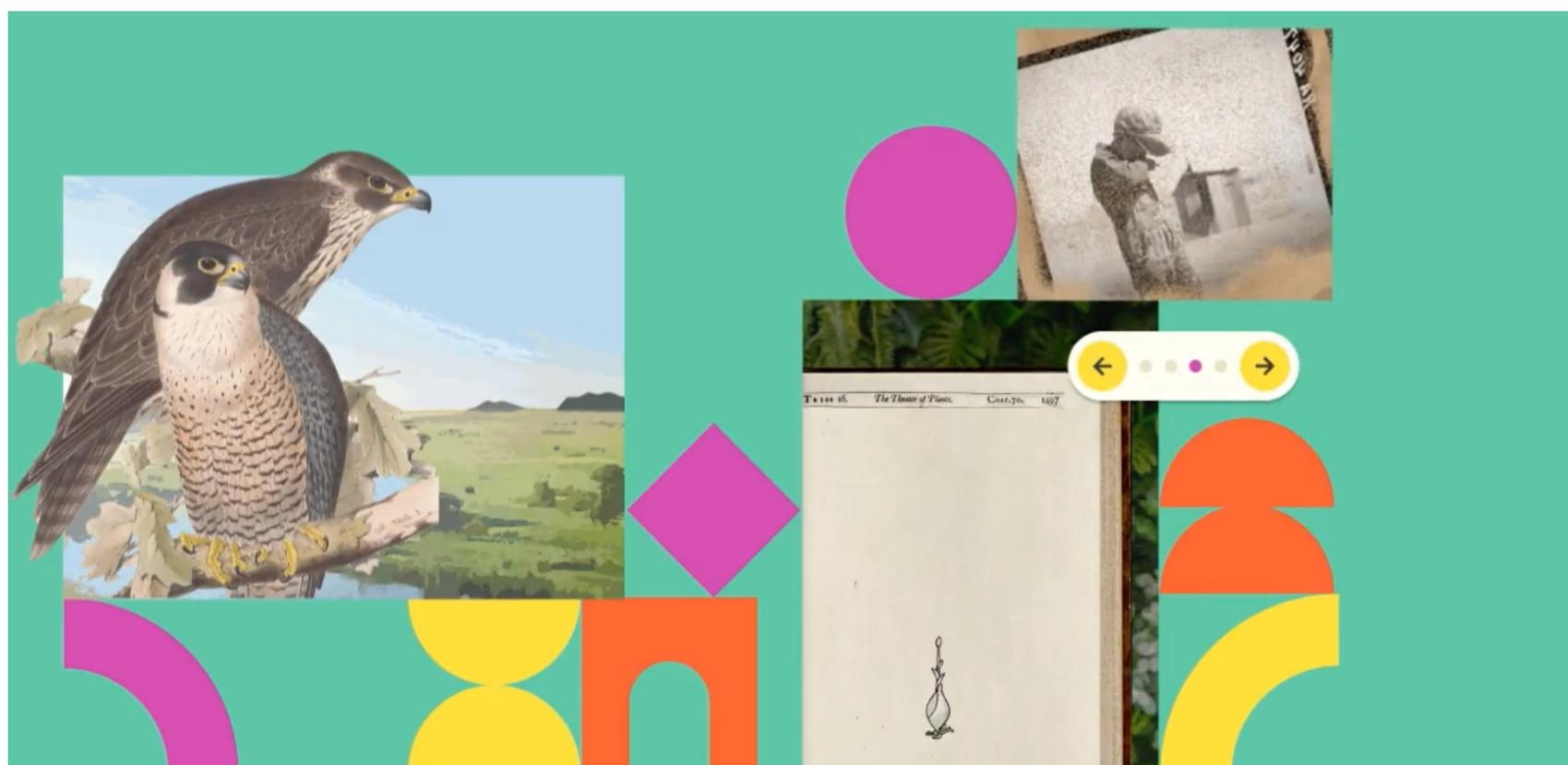
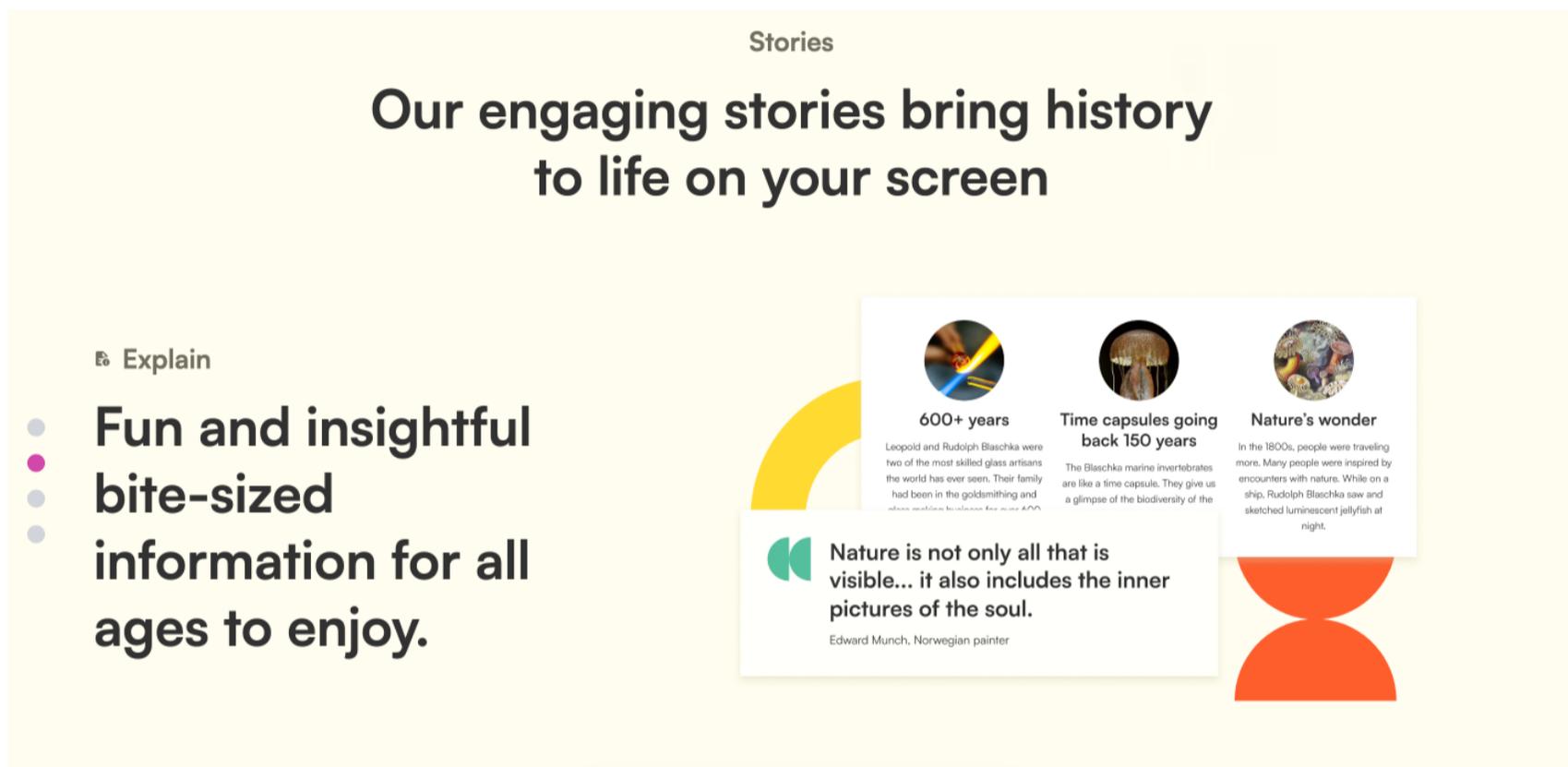
### 3.3.4. Digital Museum of Learning

A distribuição entre caixas de texto marcantes chama atenção para os conteúdos do site convidando os usuários a navegarem para outras seções. Além da interatividade, aqui vemos muitas animações em vídeo sendo utilizadas para ilustrar o conteúdo que é visto em outras páginas.

#### Figuras 18 e 19

Recortes do site analisado. É possível ver a navegação completa em vídeo na pasta de similares em [bit.ly/similares-tcc-rafic](https://bit.ly/similares-tcc-rafic)

Fonte: Digital Museum of Learning



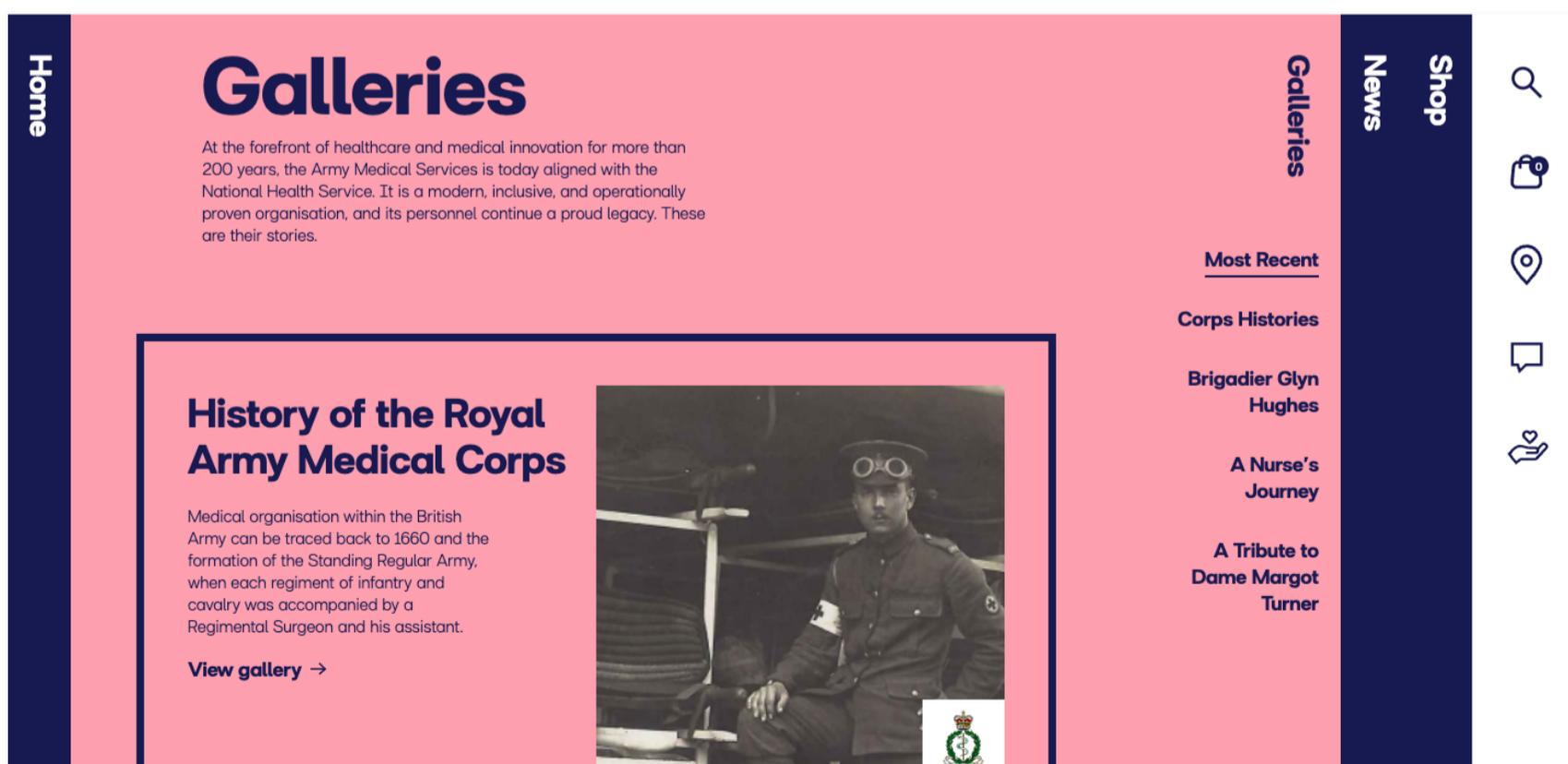
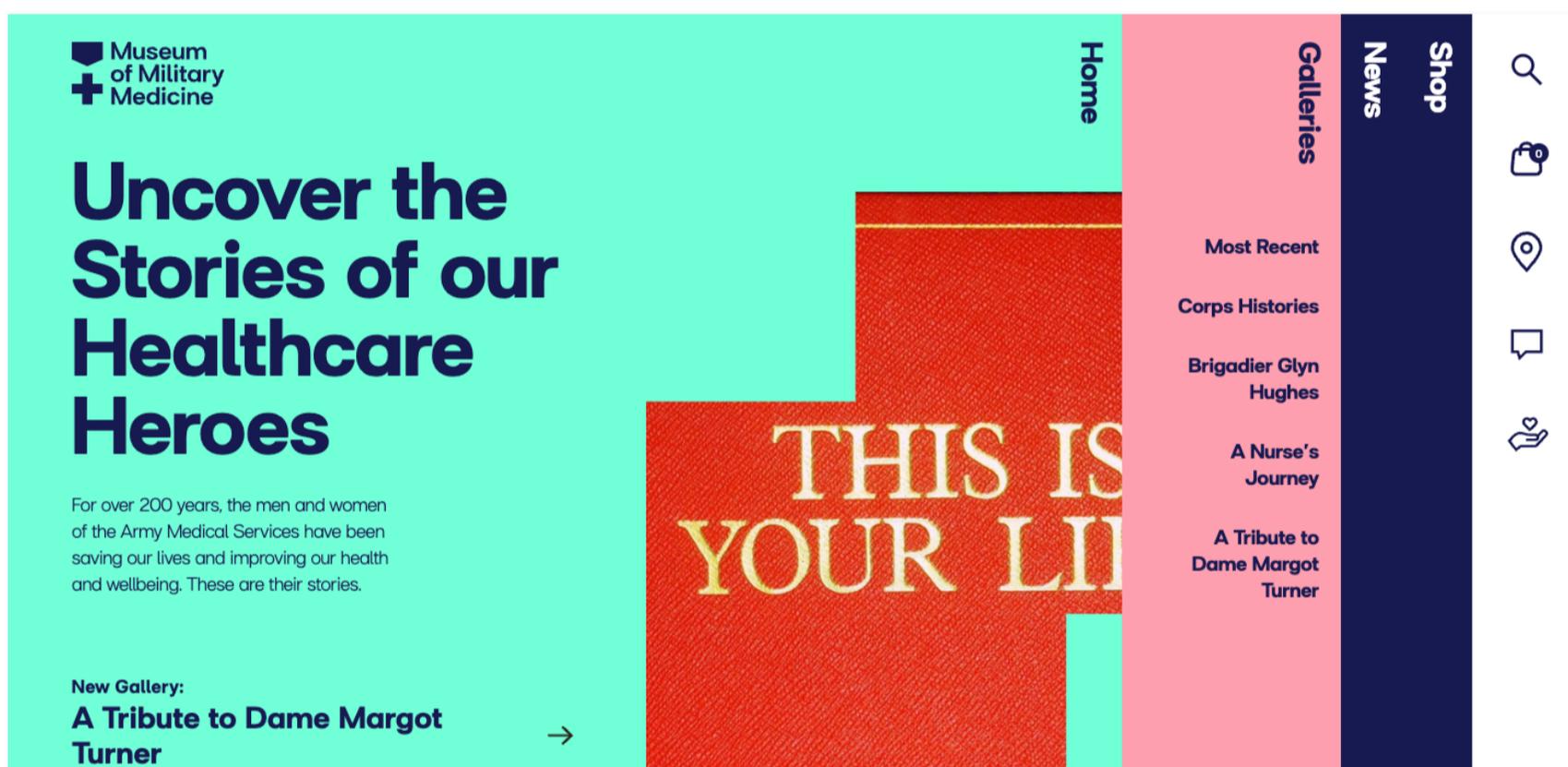
### 3.3.5. Museum of Military Medicine

A navegação horizontal ao invés de vertical destaca essa plataforma das outras. O formato faz com que o conteúdo pareça apresentado no formato de pastas, onde é possível folhear e aprender sobre o tema. Embora seja uma escolha ousada, a usabilidade não é prejudicada de forma alguma.

Figuras 20 e 21

Recortes do site analisado. É possível ver a navegação completa em vídeo na pasta de similares em [bit.ly/similares-tcc-rafic](https://bit.ly/similares-tcc-rafic)

Fonte: Museum of Military Medicine



**4**

**Público  
alvo**

**P**elo momento inicial do projeto optamos pelo uso de proto personas para a definição do público alvo. Esse formato parte das hipóteses que a equipe de design têm sobre os potenciais usuários, reunindo tais informações e criando um modelo que possa ser validado conforme a pesquisa avança, de tal modo que invertemos o processo e passamos a ter uma persona antes mesmo de despendermos meses fazendo pesquisas.

No modelo proposto por Gothelf (2013), as proto personas são desenhadas a partir de 4 quadrantes: imagem, demografia e comportamentos, dores e necessidades, e potenciais soluções. Nas duas últimas, o objetivo é que as soluções sejam pensadas com o intuito de sanar as dores.

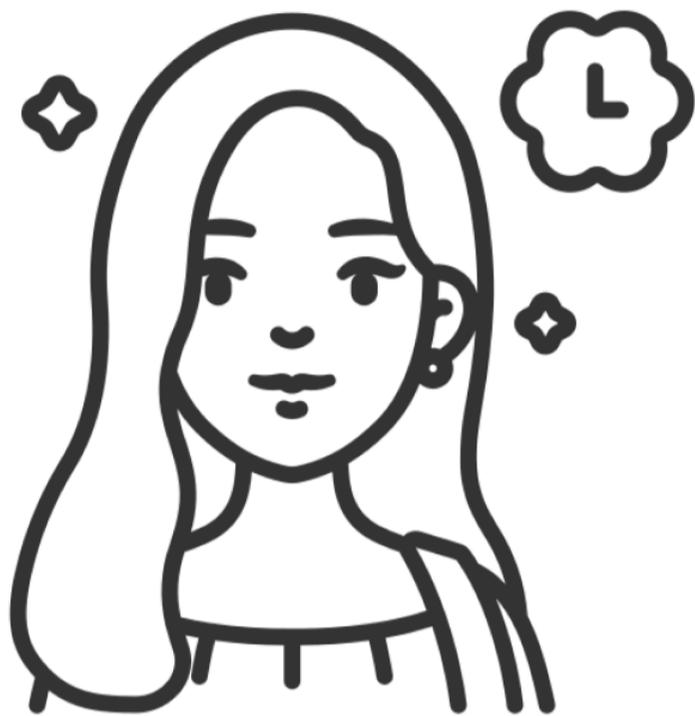
Aqui consideramos uma estudante de design para nossa proto persona dado o contexto de design gráfico onde Rafic Farah e Trip estão inseridos. Ana, como a chamamos, iniciou os estudos durante a pandemia, tem dificuldades em acompanhar a quantidade de temas aprendidos na faculdade, sempre busca estudar além das aulas e adora compartilhar os conhecimentos obtidos com colegas. Entretanto, ela possui muita dificuldade em encontrar materiais que possam servir de referência para seus estudos e trabalhos, o que faz com que se sinta frustrada com seu desempenho acadêmico.

Com essa proto persona, levantamos hipóteses acerca de comportamentos e necessidades de usuários que mais tarde serão avaliadas no questionário, tornando o processo de pesquisa mais assertivo.

**Figura 22** (a seguir)

Proto persona considerada no projeto

Fonte: Autoria própria



**Ana Soares**

### **Comportamentos e demografia**

- Cursando o 5º período de Design
- Mora em Uberlândia
- Dificuldade em absorver tudo que vê na aula presencial
- Quer seguir carreira em design gráfico
- 22 anos
- Pesquisa tudo no celular
- Começou a faculdade durante a pandemia

### **Dores e necessidades**

- Muitas vezes não sabe por onde começar a pesquisar quando o assunto é muito específico
- Alta quantidade de disciplinas e prestes a começar estágio, pouco tempo para estudar em casa o que a deixa frustrada
- Gosta de usar referências de outros períodos do design para não ter resultados "óbvios"
- Gosta de compartilhar no grupo de amigas as coisas que aprende sozinha
- Precisa de conceitos complexos muito bem explicados

### **Possíveis soluções**

- Ter um site com tudo sobre Rafic e Trip
- Ter o processo de Rafic bem explicado, com exemplos
- Ter como compartilhar com outras pessoas
- Apresentar muitas referências visuais
- Explicar sobre o contexto histórico (pós modernismo)
- O site precisa ser responsivo

5

**Criatividade**

**N**a literatura é difícil encontrar um consenso sobre as ferramentas e fases exatas do design centrado no usuário e muito disso se deve à sua constante evolução frente ao desenvolvimento tecnológico e humano.

Em seu mais recente curso *Design for the 21st century* (2022), Norman relaciona design centrado no usuário e design centrado no humano de tal forma que, segundo ele, ambos são a mesma coisa, onde um só surgiu em outro momento da história. Os dois possuem princípios como: focar nas pessoas, entender o problema principal, pensar de forma sistêmica e iterar em cima do que foi feito. Dado esses princípios, Norman ainda afirma que podemos considerar o design thinking como um desdobramento prático do que é abordado em UCD e HCD:

E, na verdade, algumas pessoas só chamam isso de “design thinking”. Design thinking tem outros atributos. Por exemplo, quando digo que temos 4 grandes princípios, não digo nada sobre como temos a grande ideia inovadora. Como nós de fato pensamos e fazemos o trabalho criativo? Então, grande parte da ênfase no mundo do design thinking são as técnicas e métodos que usamos para criar soluções novas, importantes, robustas e factíveis. Mas tudo isso tem que vir junto. Portanto, no mundo do design, devemos ter muitos, muitos métodos diferentes, muitas técnicas diferentes e muitas abordagens diferentes. (Norman, 2022 - tradução nossa)

Desta forma, para esse projeto consideramos as cinco fases do design thinking como propostas pela d.school da Universidade de Stanford devido à sua facilidade de delimitação de escopo. A título de ferramentas, utilizaremos algumas que vemos sendo abordadas em DT e em design participativo (Santa Rosa e Moraes, 2012), pois vemos que, independente de como é chamada a metodologia, as ferramentas de investigação e colaboração executam o mesmo propósito.

Neste ponto é importante citar que dado o cenário de construção de um trabalho baseado no pós-modernismo, o próprio processo sofre alterações. Algumas ferramentas já foram apresentadas anteriormente e a seguir outras serão executadas em ordem não linear, com o intuito de captar a essência de Rafic e da Trip em mais de um momento ao longo do trabalho, de tal forma que essas características também guiem etapas de pesquisa e definição, e não apenas criatividade.

**Figura 23**

Ferramentas e etapas trabalhadas ao longo de todo o projeto.

Fonte: Autoria própria



## 5.1. Ideação

Iniciamos pela etapa de ideação com foco na criação da marca e conceito visual, uma vez que esse aspecto estaria muito mais relacionado às características vistas no trabalho de Rafic, ao contrário dos aspectos de usabilidade que exigem estudos diretamente com o público.

### 5.1.1. Concept design

Com a coleta de material acerca do designer, do pós-modernismo e de referências visuais da atualidade, e ainda a definição de público alvo que pretendemos atingir com o projeto, partiu-se para os estudos de como representar todas essas características na experiência que seria construída.

No pós-modernismo temos uma linguagem que não prioriza o entendimento do conteúdo passado, mas sim a noção do público como autor - que absorve e interpreta o conteúdo como bem entende.

Por outro lado, um produto desenvolvido com boa usabilidade precisa atender às necessidades e expectativas de um usuário, ao conciliar o objetivo da tarefa e sua forma de execução de forma clara e intuitiva (Norman, 2018)

Retomando o objetivo principal deste projeto, que é divulgar de forma clara e intuitiva o trabalho de Rafic Farah e também o período pós-modernista através de uma plataforma digital, podemos concluir que a característica de inadequação do pós modernismo poderia dificultar a com-

preensão e absorção do conteúdo, e por isso, o aspecto desconstruído do período não poderia ser representado na navegabilidade do site.

Desta forma, decidiu-se por expressar Rafic e pós modernismo na linguagem visual e caráter imersivo da plataforma, utilizando da desconstrução, cores, recortes, contrastes e espaço em branco para criar uma experiência que represente o tema proposto, e que ainda sirva como guia para o usuário, tornando intuitivo o aprendizado acerca do designer e do período. Assim, garantimos que o objetivo do projeto seja atingido através da usabilidade da plataforma, enquanto a simbolização do designer e do período ficaria a cargo da linguagem visual.

### 5.1.2. Identidade visual

Para criação do logotipo e da marca concebemos o naming de: “Menino: Rafic Farah e o design gráfico da revista Trip”, tal ideia partiu de uma frase que o próprio designer cita durante a entrevista (2018), em que ele interpreta sua linguagem:

E o que é o menino? O menino é a liberdade e a virgindade do olhar. [...] Essa descoberta do novo, é o que você tem que ficar procurando no seu trabalho, nas suas atividades o tempo todo, até nas relações afetivas, nas relações amorosas. É você descobrir o novo, descobrir uma coisa que... São formas diferentes de enxergar a realidade ao teu redor, isso que é o principal né? Na vida prática, quando você pega um trabalho, você tem que olhar de um ângulo que as pessoas não estão olhando, é a arte né, e chamar a pessoa para esse lado... Por isso que me confundem com artista. (Rafic em entrevista em 08/08/2018)

Para sintetizar esse conceito, primeiro foram mapeadas as palavras-chave vistas na entrevista com Rafic, sendo selecionadas as 5 que melhor representam seu trabalho (Figura 24 a seguir).

Recorte	Radical	Estilete	Descoberta	Conceitual	Original	Textura
Autor	Liberdade	Singular	Ousadia	Colorido	Ironia	Inovador
Expressão	Infantil	Indisciplina	Irreverência	Irracionalidade	Sedução	Humor
Brasileiro	Sarcasmo	Desenho	Experimental	Inconsciente	Insubordinação	Olhar

**Figura 24**

Palavras-chave da entrevista de Rafic, com as 5 selecionadas indicadas.

Fonte: Autoria própria

Com essas palavras, optou-se por construir uma matriz morfológica, ferramenta que facilita a compreensão de um problema complexo a partir da separação de suas partes (Zavadil et. al, 2014), nesse caso sendo adequada para o ideograma composto de múltiplas palavras-chave: liberdade, descoberta, singular, olhar e infantil (Figura 25). Feita a matriz, 4 imagens foram selecionadas para a ideação, considerando sua conexão com o tema e semelhança visual com o trabalho de Rafic.

Liberdade						
Descoberta						
Singular						
Olhar						
Infantil						

**Figura 25**

Matriz morfológica feita a partir das 5 palavras principais. Os desenhos indicados foram selecionados para a próxima etapa.

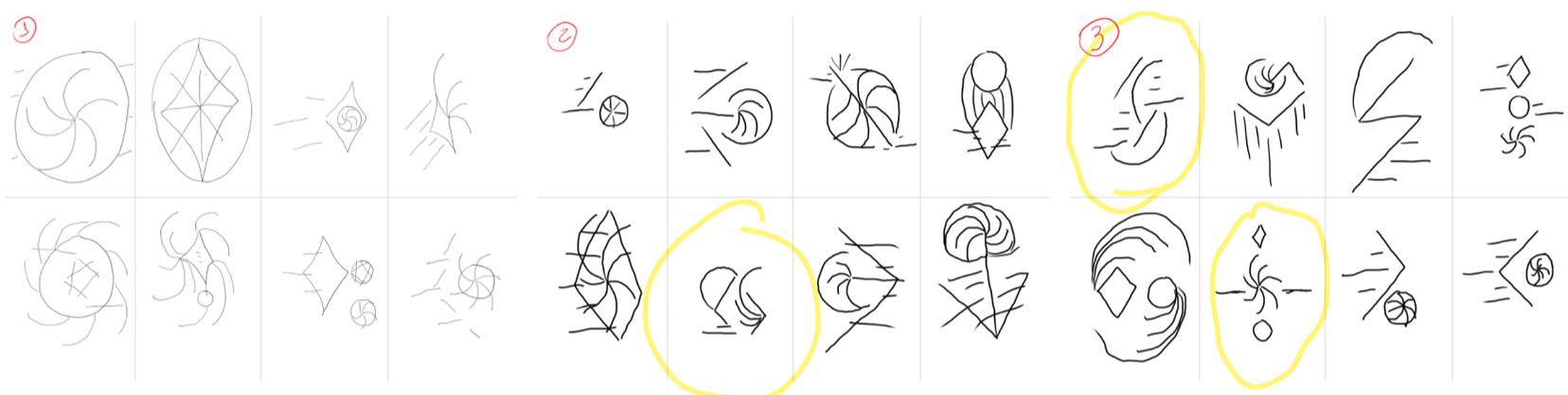
Fonte: Autoria própria

Com as figuras escolhidas, foram executadas 3 rodadas de ideação no modelo Crazy8s onde 8 ideias são desenhadas no período de 4 minutos, com 30 segundos para cada uma. O objetivo da ideação rápida foi a combinação livre de formas, quebrando os conceitos em símbolos abstratos, sem apego à características estéticas, para se aproximar com características pós-modernistas. Como resultado, rascunhos da segunda e terceira seções foram escolhidos para uma exploração mais aprofundada.

**Figura 26** (abaixo)

Rascunhos feitos nas 3 seções de ideação em Crazy 8's, com ideias selecionadas para a etapa seguinte.

Fonte: Autoria própria

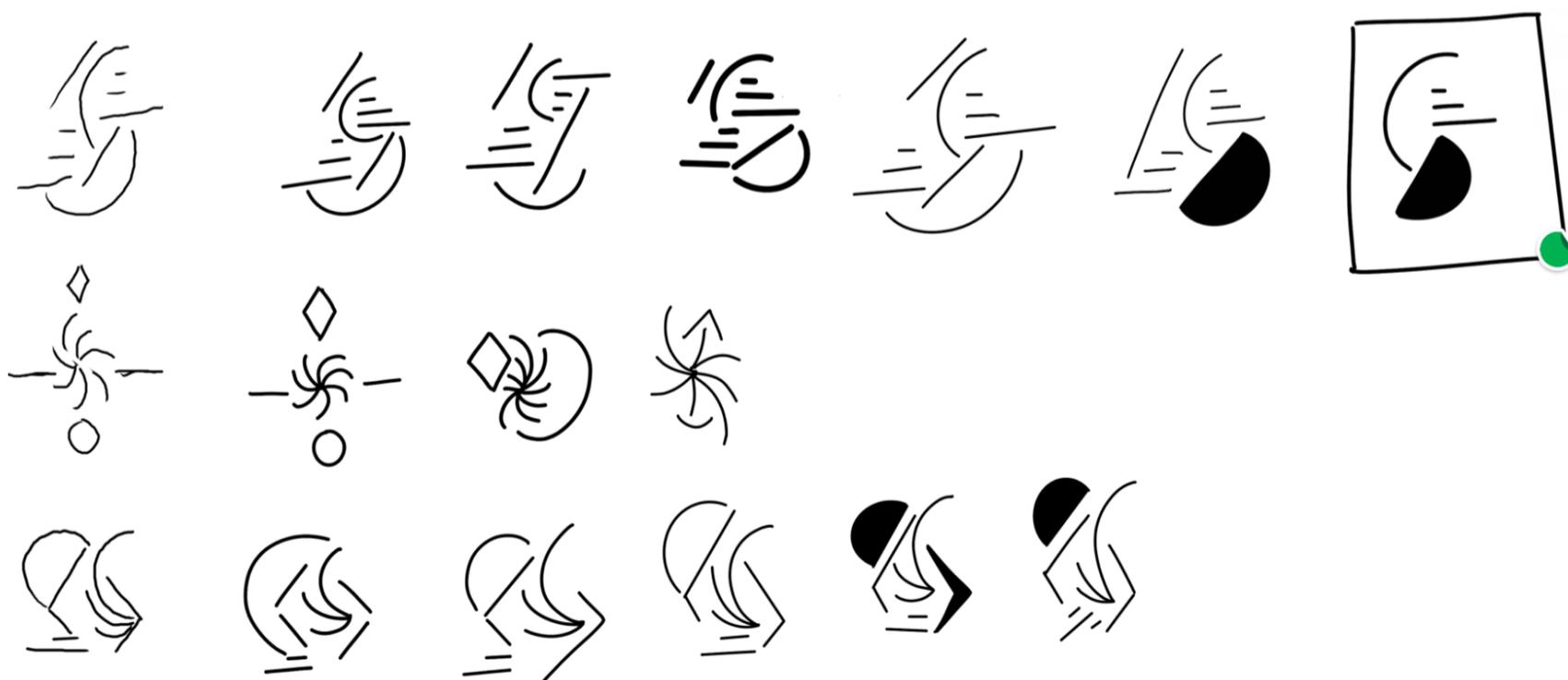


Com a forma definida, foram feitos estudos mesclando as opções e reforçando a presença do conceito chave. Aqui chegamos no modelo final do ideograma, que representa as linhas dinâmicas de liberdade, linha curva de singular, círculo do olhar e o losango visto em descoberta.

**Figura 27** (abaixo)

Estudos a partir dos 3 símbolos escolhidos, até chegar no símbolo final abstrato.

Fonte: Autoria própria



### 5.1.2.1. Definição do símbolo

Com o ideograma definido, era o momento de vetorizar e refinar o que foi desenhado. Aqui foram priorizadas formas geométricas e simplificação dos traços para garantir que a marca fosse facilmente reproduzível. Entretanto, dada a sua forma modular e a temática pós-modernista, percebeu-se que era possível utilizar a mesma estrutura mas com um símbolo mutável onde cada componente do ideograma poderia ser alterado para criar um logo completamente novo.

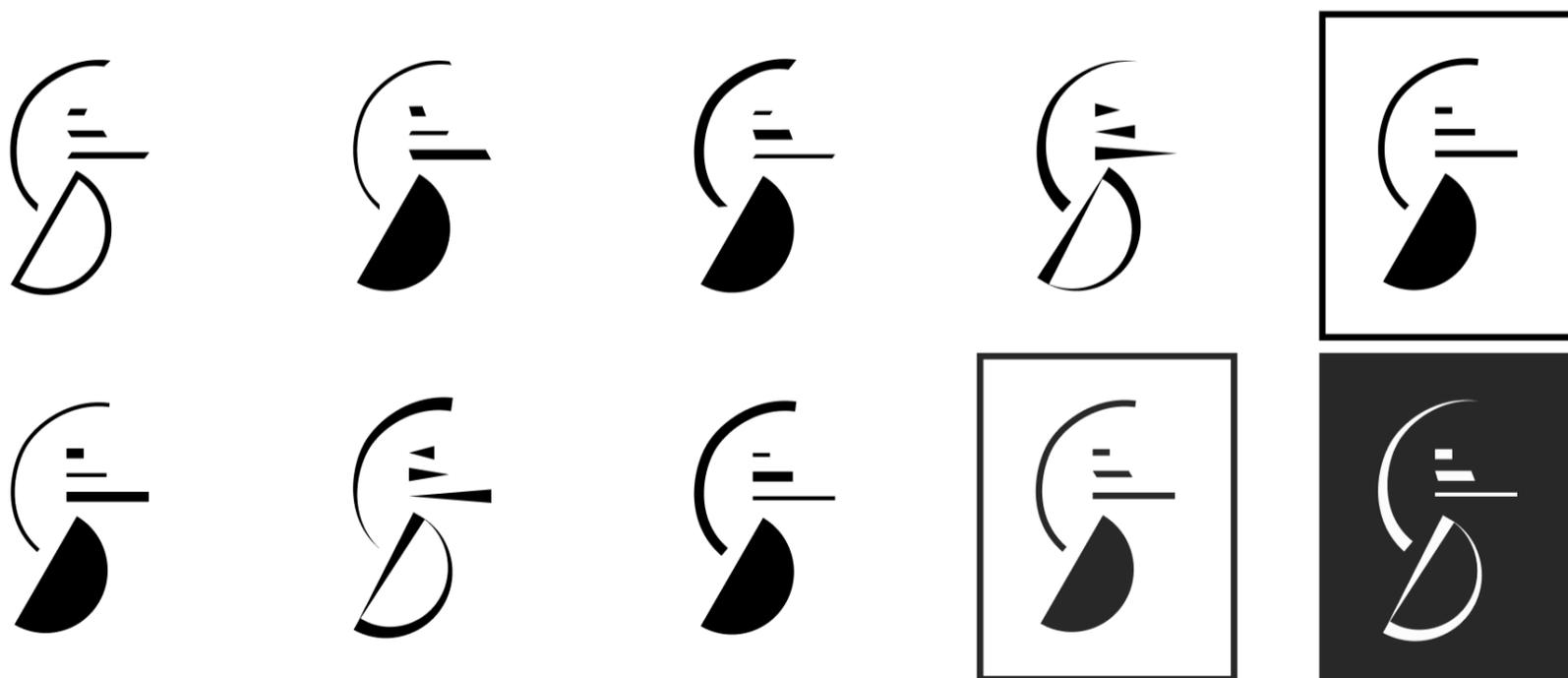
O símbolo foi separado em 3 linhas retas de tamanhos diferentes, uma linha curva e um semi-círculo, que poderiam alternar entre espessura, chanfro e cor, mas nunca de posicionamento. Desta forma, temos uma marca flexível mas que não perde sua estrutura, pregnância e significado originais.

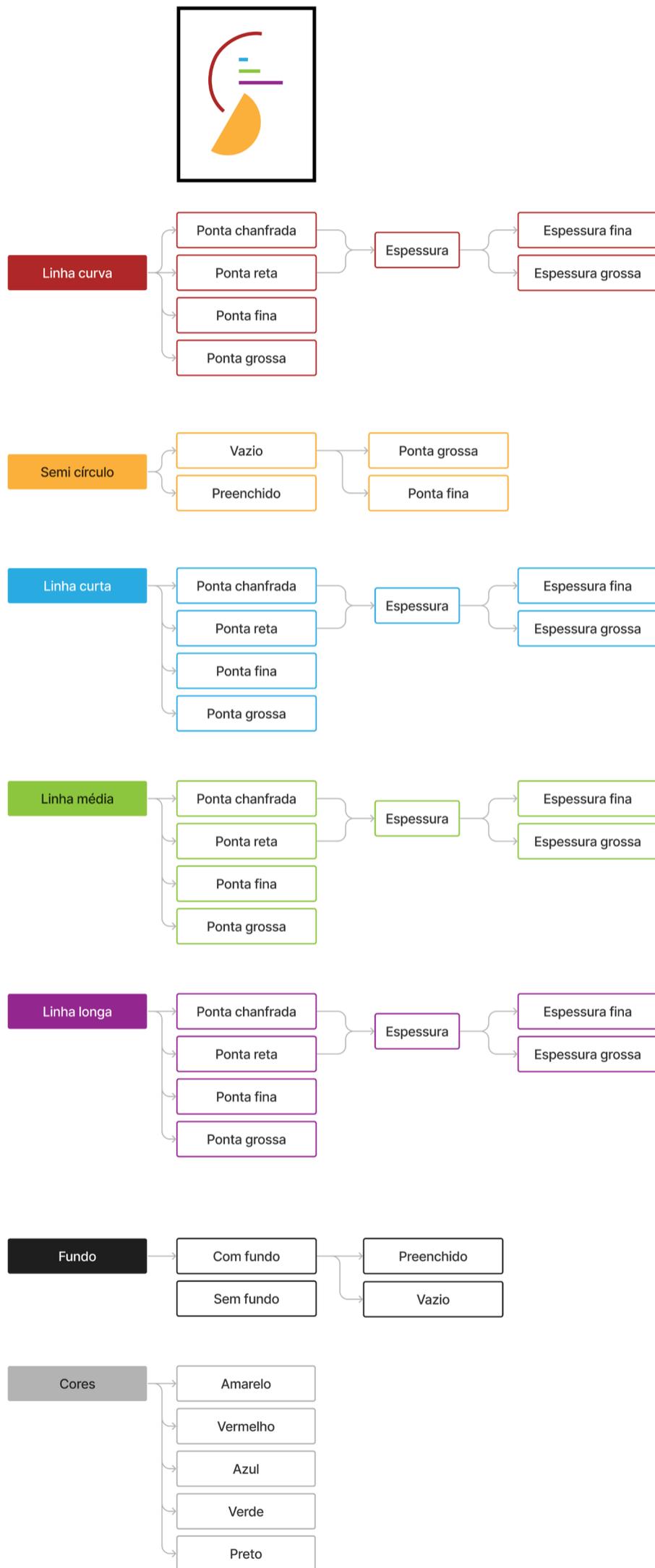
Considerando todas as possibilidades combinatórias, seria possível criar centenas de variações do símbolo, mas dado o tempo de projeto limitado optou-se por mapear as categorias de combinação (Figura 29, próxima página) para serem utilizadas como referência ao longo do projeto sem ser necessário criar todas as variáveis.

**Figura 28**

Símbolo final vetorizado com variações de espessura, chanfro e preenchimento.

Fonte: Autoria própria





**Figura 29**

Mapeamento de possibilidades combinatórias do símbolo mutável.

Fonte: Autoria própria

### 5.1.2.2. Escolha tipográfica

Sabemos que a tipografia é de extrema importância na representação de uma marca pois segundo Lupton (2021, p. 68) o logotipo está contido em um programa de identidade visual mais abrangente, construído a partir de uma linguagem viva e mutável, que se adapta ao contexto de uso. Por isso, buscou-se representar aspectos do trabalho de Rafic na escolha tipográfica também, para garantir que todas as partes do logotipo fossem condizentes com o designer. Ambas tipografias, tanto para o logo quanto para o resto do projeto futuro, foram escolhidas a partir de estudos práticos, experimentando as combinações entre si e sua visualidade na composição de título + caixa de texto.

Para a tipografia de corpo, partiu-se da premissa de representação das características vistas na revista Trip, buscando por tipografias com altura X estendida, sem serifa e com boa legibilidade. Também foi dada preferência à famílias completas, com múltiplos pesos, de forma a facilitar aplicação de diversas formas enquanto ainda mantendo consistência em todo o produto. Para o corpo foi escolhida a família Barlow, sendo utilizada na tagline do logotipo e nos textos descritivos do site.

Nos títulos, buscou-se algo que simulasse os recortes e irregularidades que vemos no trabalho de Rafic, mas sem comprometer a legibilidade. Aqui, o objetivo era ter uma tipografia com maior peso visual que contrastasse com a legibilidade da tipografia de corpo do texto, trazendo maior destaque para os títulos. Assim foi escolhida a Changa, que foi utilizada no título "MENINO" do logotipo e nos títulos do site.

Barlow

# MENINO

Design gráfico pós moderno e Rafic Farah

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Quam viverra sit arcu ornare ultrices nisi. Eget magna ultrices sed nisi mollis tellus nunc tincidunt amet. Rhoncus ac est neque nullam dolor molestie. Erat elit sagittis amet eu quam ut neque eu. Est sit suscipit amet auctor viverra turpis curabitur a. Auctor mattis adipiscing lorem viverra dignissim porta urna viverra ut.

Barlow semi condensed

# MENINO

Design gráfico pós moderno e Rafic Farah

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Quam viverra sit arcu ornare ultrices nisi. Eget magna ultrices sed nisi mollis tellus nunc tincidunt amet. Rhoncus ac est neque nullam dolor molestie. Erat elit sagittis amet eu quam ut neque eu. Est sit suscipit amet auctor viverra turpis curabitur a. Auctor mattis adipiscing lorem viverra dignissim porta urna viverra ut.

Barlow condensed

# MENINO

Design gráfico pós moderno e Rafic Farah

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Quam viverra sit arcu ornare ultrices nisi. Eget magna ultrices sed nisi mollis tellus nunc tincidunt amet. Rhoncus ac est neque nullam dolor molestie. Erat elit sagittis amet eu quam ut neque eu. Est sit suscipit amet auctor viverra turpis curabitur a. Auctor mattis adipiscing lorem viverra dignissim porta urna viverra ut.

Sofia Sans

# MENINO

Design gráfico pós moderno e Rafic Farah

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Quam viverra sit arcu ornare ultrices nisi. Eget magna ultrices sed nisi mollis tellus nunc tincidunt amet. Rhoncus ac est neque nullam dolor molestie. Erat elit sagittis amet eu quam ut neque eu. Est sit suscipit amet auctor viverra turpis curabitur a. Auctor mattis adipiscing lorem viverra dignissim porta urna viverra ut.

Yantramanav

# MENINO

Design gráfico pós moderno e Rafic Farah

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Quam viverra sit arcu ornare ultrices nisi. Eget magna ultrices sed nisi mollis tellus nunc tincidunt amet. Rhoncus ac est neque nullam dolor molestie. Erat elit sagittis amet eu quam ut neque eu. Est sit suscipit amet auctor viverra turpis curabitur a. Auctor mattis adipiscing lorem viverra dignissim porta urna viverra ut.

Kanit

# MENINO

Design gráfico pós moderno e Rafic Farah

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Quam viverra sit arcu ornare ultrices nisi. Eget magna ultrices sed nisi mollis tellus nunc tincidunt amet. Rhoncus ac est neque nullam dolor molestie. Erat elit sagittis amet eu quam ut neque eu. Est sit suscipit amet auctor viverra turpis curabitur a. Auctor mattis adipiscing lorem viverra dignissim porta urna viverra ut.

Jost

# MENINO

Design gráfico pós moderno e Rafic Farah

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Quam viverra sit arcu ornare ultrices nisi. Eget magna ultrices sed nisi mollis tellus nunc tincidunt amet. Rhoncus ac est neque nullam dolor molestie. Erat elit sagittis amet eu quam ut neque eu. Est sit suscipit amet auctor viverra turpis curabitur a. Auctor mattis adipiscing lorem viverra dignissim porta urna viverra ut.

Mohave

# MENINO

Design gráfico pós moderno e Rafic Farah

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Quam viverra sit arcu ornare ultrices nisi. Eget magna ultrices sed nisi mollis tellus nunc tincidunt amet. Rhoncus ac est neque nullam dolor molestie. Erat elit sagittis amet eu quam ut neque eu. Est sit suscipit amet auctor viverra turpis curabitur a. Auctor mattis adipiscing lorem viverra dignissim porta urna viverra ut.

Teko

# MENINO

Design gráfico pós moderno e Rafic Farah

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Quam viverra sit arcu ornare ultrices nisi. Eget magna ultrices sed nisi mollis tellus nunc tincidunt amet. Rhoncus ac est neque nullam dolor molestie. Erat elit sagittis amet eu quam ut neque eu. Est sit suscipit amet auctor viverra turpis curabitur a. Auctor mattis adipiscing lorem viverra dignissim porta urna viverra ut.

Changa

# MENINO

Design gráfico pós moderno e Rafic Farah

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Quam viverra sit arcu ornare ultrices nisi. Eget magna ultrices sed nisi mollis tellus nunc tincidunt amet. Rhoncus ac est neque nullam dolor molestie. Erat elit sagittis amet eu quam ut neque eu. Est sit suscipit amet auctor viverra turpis curabitur a. Auctor mattis adipiscing lorem viverra dignissim porta urna viverra ut.

Oxanium

# MENINO

Design gráfico pós moderno e Rafic Farah

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Quam viverra sit arcu ornare ultrices nisi. Eget magna ultrices sed nisi mollis tellus nunc tincidunt amet. Rhoncus ac est neque nullam dolor molestie. Erat elit sagittis amet eu quam ut neque eu. Est sit suscipit amet auctor viverra turpis curabitur a. Auctor mattis adipiscing lorem viverra dignissim porta urna viverra ut.

Palanquin

# MENINO

Design gráfico pós moderno e Rafic Farah

Lorem ipsum dolor sit amet consectetur. Quam viverra sit arcu ornare ultrices nisi. Eget magna ultrices sed nisi mollis tellus nunc tincidunt amet. Rhoncus ac est neque nullam dolor molestie. Erat elit sagittis amet eu quam ut neque eu. Est sit suscipit amet auctor viverra turpis curabitur a. Auctor mattis adipiscing lorem viverra dignissim porta urna viverra ut.

Figura 30

Experimentações tipográficas para corpo de texto.

Fonte: Autoria própria

Figura 31

Experimentações tipográficas para títulos.

Fonte: Autoria própria

Figura 32

Combinação escolhida.

Fonte: Autoria própria



### 5.1.2.3. Paleta de cores

Pensar a paleta de cores é um momento crucial de qualquer projeto pois “cores são forças, energias radiantes que nos afetam positiva ou negativamente, estejamos conscientes disso ou não” (Itten, 1970, p.12, tradução própria).

Optamos por definir a paleta de cores a partir do moodboard feito com trabalhos de Rafic, onde percebemos forte presença de cores primárias: azul, vermelho e amarelo, e ainda do abasileirado tom de verde. Um aspecto importante é que todas as cores vistas nos projetos de Rafic se apresentam em sua forma mais pura, não havendo variação de tonalidade ou saturação, e desta forma resolvemos mantê-las no trabalho. Também foram adicionadas variações de tons de cinza para compor a neutralidade do projeto.

Embora a aplicação neste primeiro momento fosse dedicada à marca, essa mesma paleta foi utilizada em toda a concepção do site.



**Figura 34 (acima)**

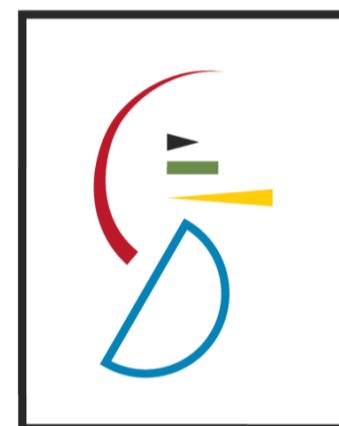
Análise cromática no moodboard de trabalhos de Rafic.

Fonte: Autoria própria

**Figura 33 (abaixo)**

Exemplos do símbolo variando cores.

Fonte: Autoria própria



## 5.2. Empatia

Na etapa de Empatia, buscamos entender o perfil, comportamento e modelo mental das pessoas que poderiam utilizar a plataforma, baseando o recrutamento no perfil da proto-persona definida anteriormente.

### 5.2.1. Questionário

Questionários são uma forma de coleta de informações que nos permite alcançar um volume maior de participantes, geralmente abarcando temas como dados demográficos e opiniões pessoais. O maior desafio nesse caso é elaborar perguntas de forma adequada para que não haja confusão durante as respostas, dado que a pessoa responderá sozinha (Rogers, Sharp e Preece, 2013, p.238-239).

O principal objetivo do questionário utilizado aqui foi entender o perfil e os hábitos de estudantes dos cursos de design, arquitetura e artes, bem como seus interesses relacionados a Rafic Farah e ao design gráfico pós-moderno. Dessa forma, pretendia-se encontrar padrões de comportamento que seriam utilizados como guia na construção da plataforma.

Essa pesquisa foi dividida em duas, uma destinada à turma de Teoria e História do Design II, do curso de Design da UFU, que tiveram uma apresentação sobre Rafic e por isso conheciam o tema, e outra aberta ao público em geral que poderia ou não conhecer o tema, com perguntas diferenciais entre ambas. Os dados foram coletados durante um período de 3 dias para a primeira turma, com 10

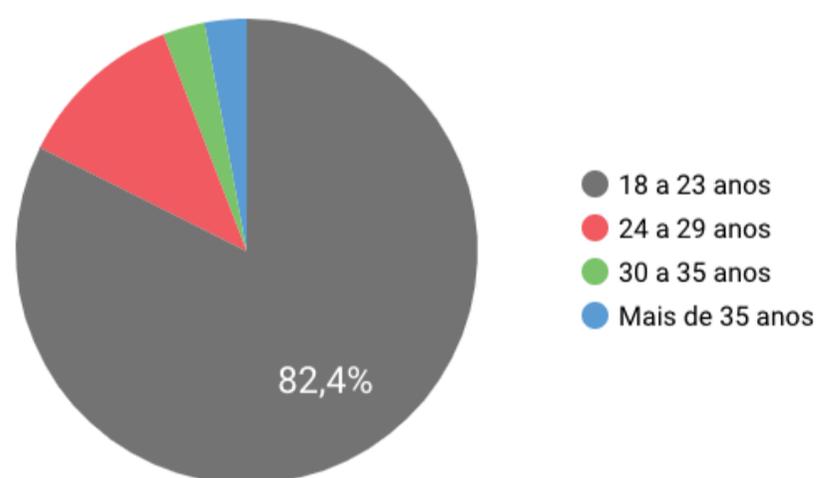
respostas e 3 dias para o público aberto, com 24 respostas, totalizando 34 participantes.

Foram abordados tópicos como idade das pessoas participantes, origem, formação, experiência de trabalho, atividades de lazer, uso de redes sociais, preferências de consumo de conteúdo, interesses de pesquisa em design e muito mais (Anexos 1 e 2).

Para análise dos resultados, apresentaremos o resumo de todas as pessoas participantes. Entretanto, vimos padrões de comportamentos diferentes entre pessoas dos cursos de design e artes, que estão há mais ou menos de 2 anos na faculdade. Essa diferenciação de perfil será melhor abordada no desenho de personas.

No geral, tivemos participação de pessoas entre 18 e 23 anos (82,4%), que estão há menos de 2 anos no curso (55,8%), que são principalmente do curso design (61,8%) e já trabalham na área (67,6%).

### Qual sua idade?

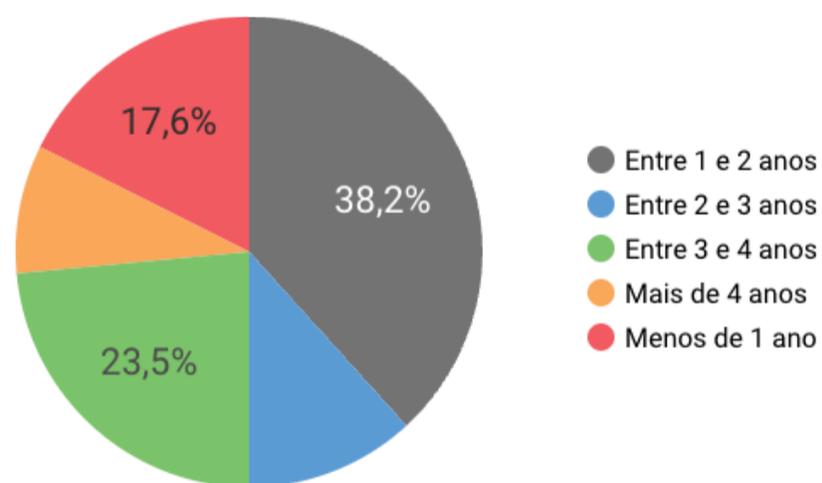


**Figura 35**

Gráfico de respostas sobre faixa etária.

Fonte: Autoria própria

### Há quanto tempo está no curso atual?

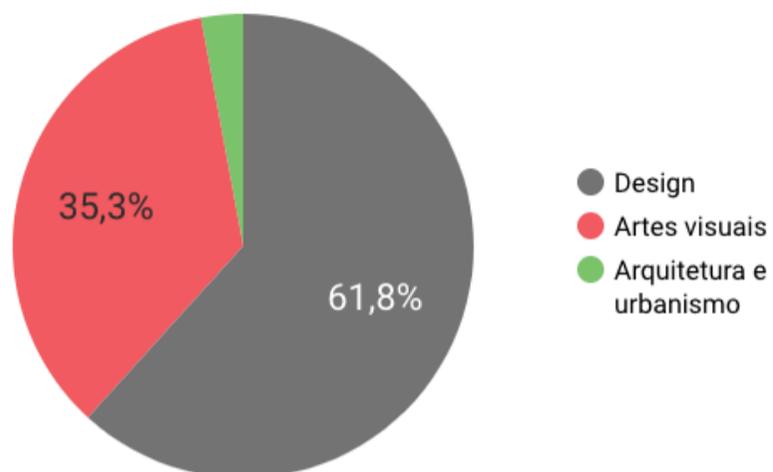


**Figura 36**

Gráfico de respostas sobre tempo de curso.

Fonte: Autoria própria

### O que está cursando atualmente?

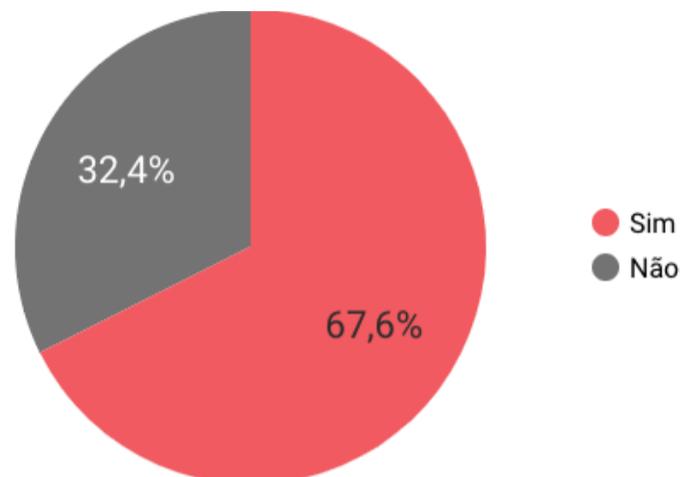


**Figura 37**

Gráfico de respostas sobre curso atual.

Fonte: Autoria própria

### Você trabalha ou já trabalhou nessa área?



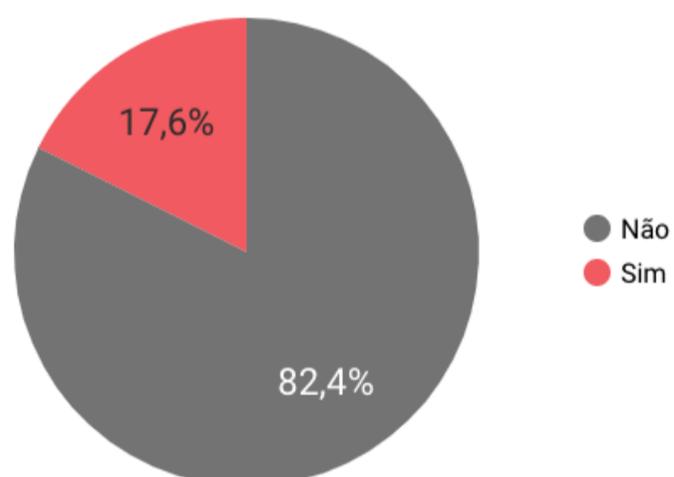
**Figura 38**

Gráfico de respostas sobre atuação profissional.

Fonte: Autoria própria

A grande maioria não conhecia o Rafic (82,4%) ou a revista Trip (79,4%). Aqui foram consideradas respostas dos alunos de THDII antes da aula dada sobre o tema.

### Você conhece o trabalho de Rafic Farah?

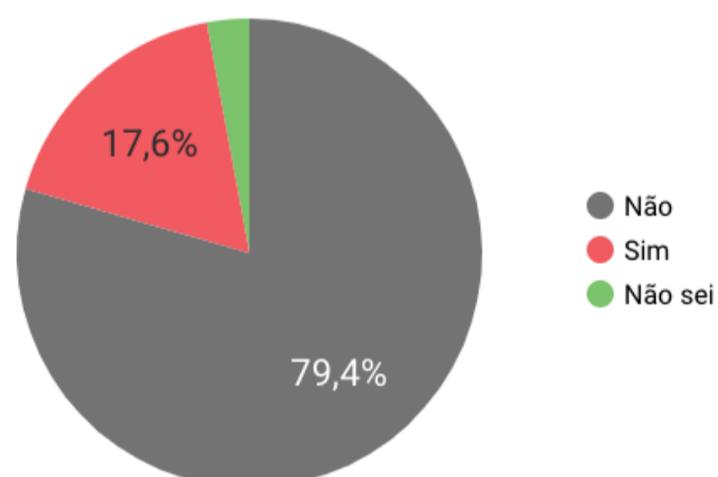


**Figura 39**

Gráfico de respostas sobre conhecer Rafic.

Fonte: Autoria própria

### Você conhece a revista Trip?



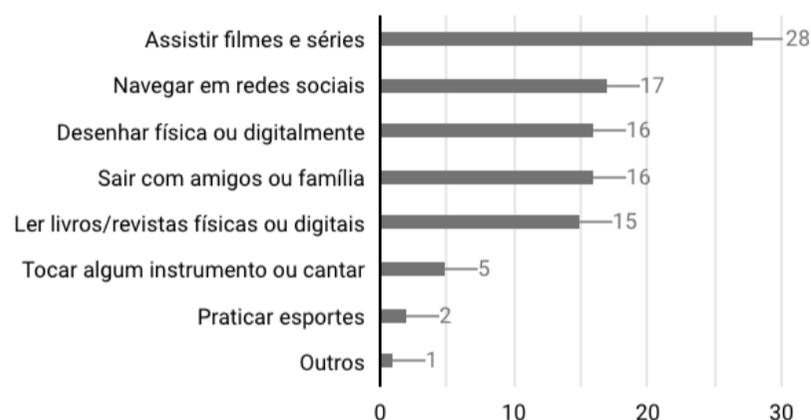
**Figura 40**

Gráfico de respostas sobre conhecer a Trip.

Fonte: Autoria própria

Suas principais atividades de lazer são assistir filmes e séries (28 respostas) e navegar em redes sociais (17r), geralmente Instagram (30r) ou YouTube (27r) o que justifica sua preferência por conteúdos de lazer no formato de vídeo (79,4%) com duração acima de 10 minutos (47,1%).

### Quais suas principais atividades de lazer?

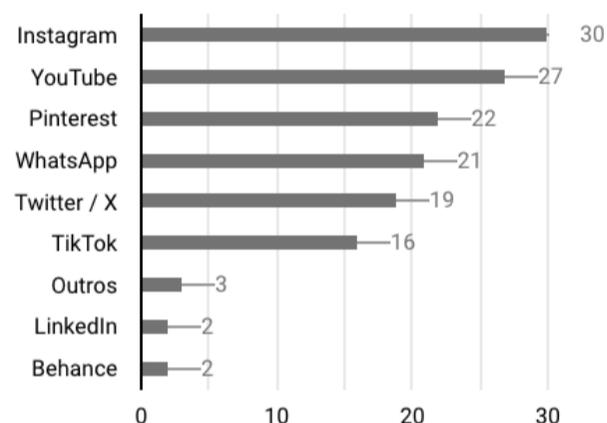


**Figura 41**

Gráfico de respostas sobre atividades de lazer.

Fonte: Autoria própria

### Quais redes sociais você utiliza mais?

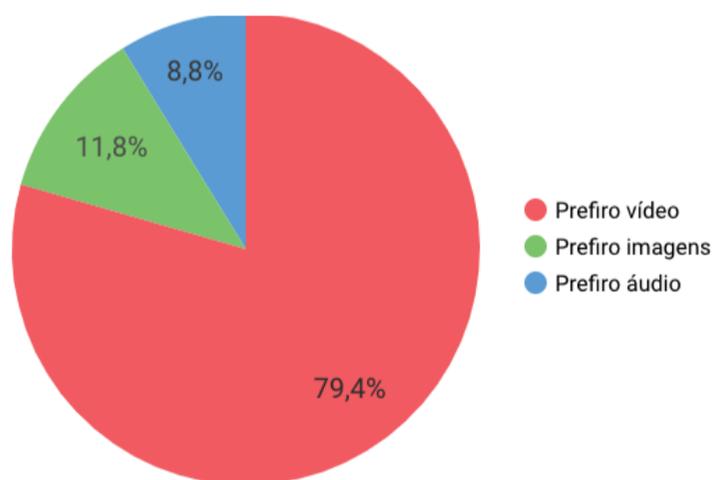


**Figura 42**

Gráfico de respostas sobre redes sociais.

Fonte: Autoria própria

### Como prefere consumir conteúdo de lazer?

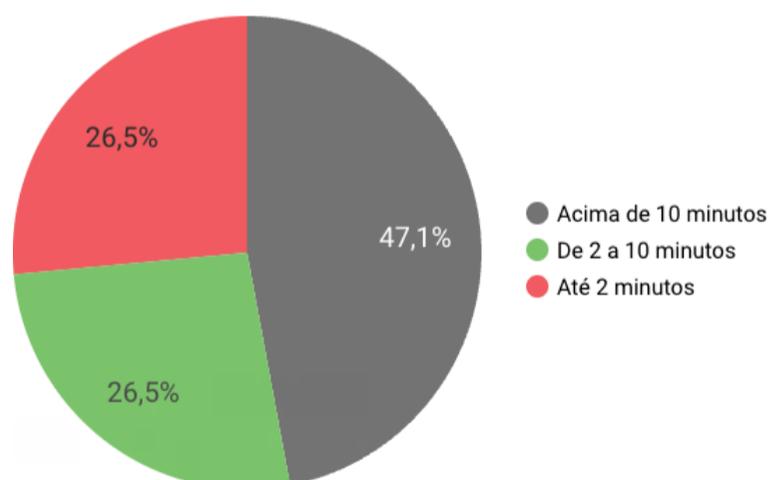


**Figura 43**

Gráfico de respostas sobre tipo de conteúdo.

Fonte: Autoria própria

### Qual a duração do que você consome?



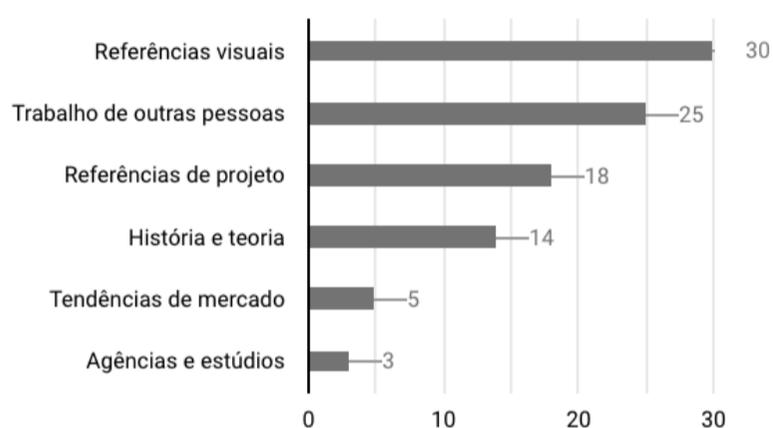
**Figura 44**

Gráfico de respostas sobre duração de conteúdo.

Fonte: Autoria própria

Ao estudar sobre sua área, normalmente buscam por referências visuais (30r) ou trabalho de outras pessoas (25r), começando sua pesquisa pelo Google (27r) ou Pinterest (22r), priorizando imagens/infográficos (44,1%). Quando buscam por pessoa ou estúdio específico, priorizam informações como trabalhos realizados (29r) e processo de trabalho (23r).

### Quais tipos de assunto você mais busca?

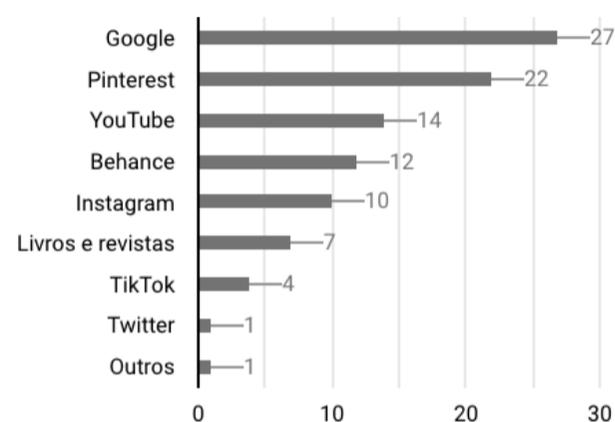


**Figura 45**

Gráfico de respostas sobre assuntos mais buscados.

Fonte: Autoria própria

### Por onde começa sua pesquisa?

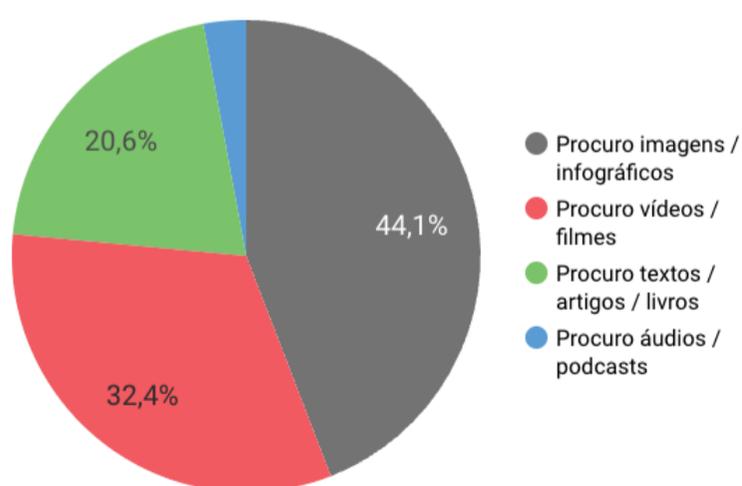


**Figura 46**

Gráfico de respostas sobre onde pesquisam.

Fonte: Autoria própria

### Em qual formato você busca informações?

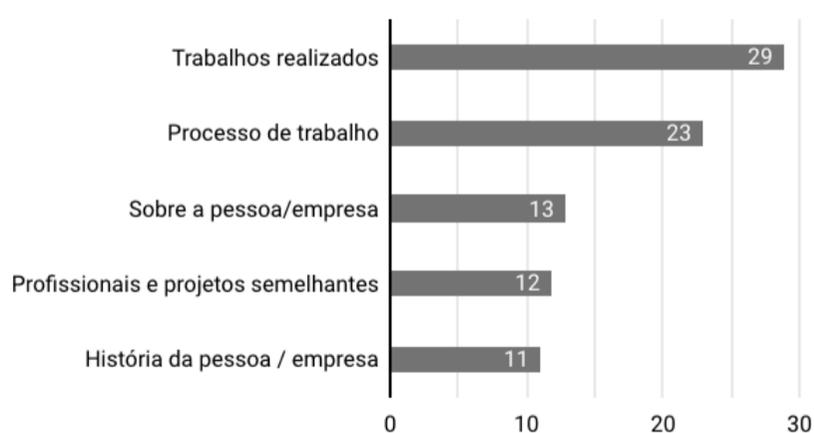


**Figura 47**

Gráfico de respostas sobre formato da informação buscada.

Fonte: Autoria própria

### O que você busca sobre pessoas específicas?



**Figura 48**

Gráfico de respostas sobre informações de pessoas específicas.

Fonte: Autoria própria

Essas pesquisas são feitas várias vezes por semana (50%) para aplicar em trabalhos práticos da faculdade (31r). Normalmente compartilham com pessoas da mesma área (73,5%) através de conversas presenciais (50%) ou mensagem direta (40%).

### Com que frequência faz essas pesquisas?

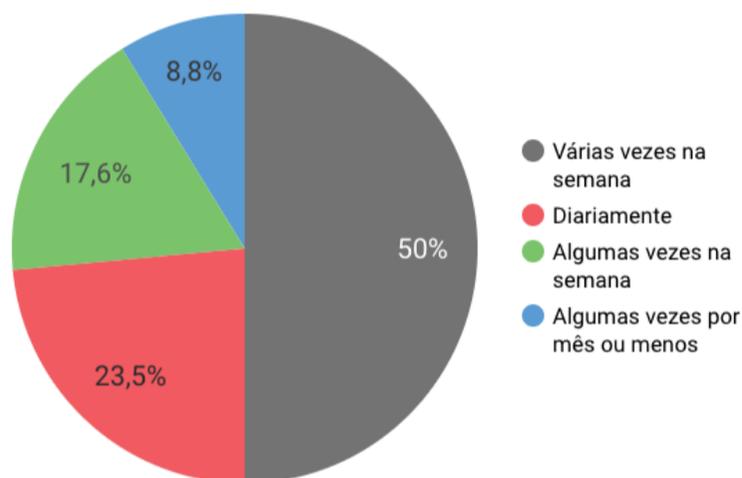


Figura 49

Gráfico de respostas sobre frequência de pesquisa.

Fonte: Autoria própria

### Onde aplica esse conhecimento?

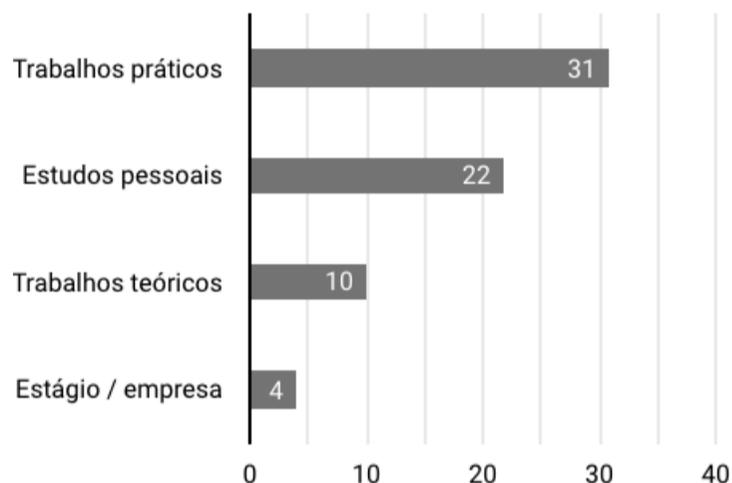


Figura 50

Gráfico de respostas sobre onde aplica o conhecimento.

Fonte: Autoria própria

### Com quem compartilha os aprendizados?

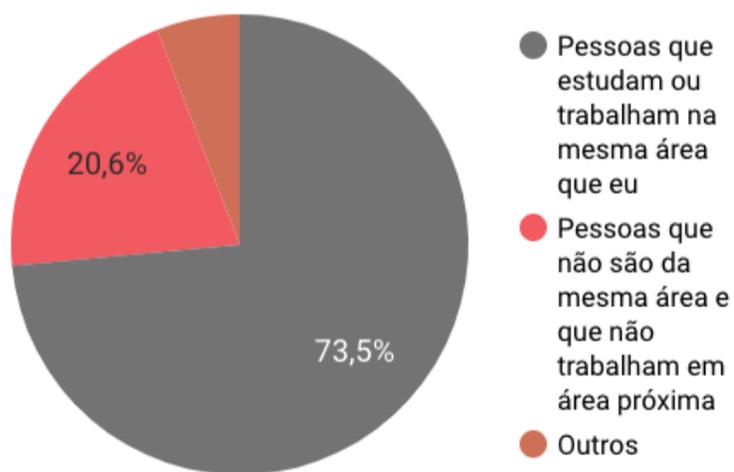


Figura 51

Gráfico de respostas sobre frequência de pesquisa.

Fonte: Autoria própria

### Como você compartilha?

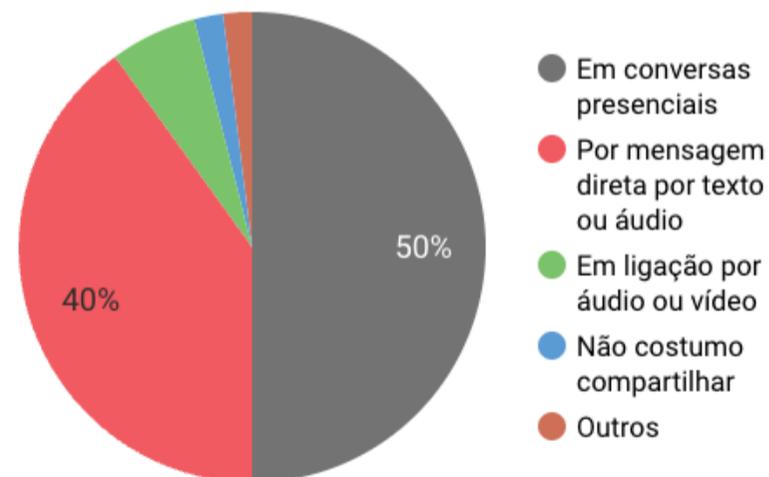


Figura 52

Gráfico de respostas sobre onde aplica o conhecimento.

Fonte: Autoria própria

Todos os gráficos e dados extraídos podem ser acessados em detalhes em: <https://bit.ly/graficos-rafic>

### 5.2.3. Card sorting

Uma vez que o objetivo do projeto é apresentar as informações de forma intuitiva, foi escolhida técnica de card sorting por possibilitar o entendimento de como tais informações seriam agrupadas e nomeadas de acordo com o modelo mental dos usuários, facilitando assim a construção uma arquitetura de informação mais intuitiva (Henriques, Pilar, Ignácio, 2022).

O card sorting foi conduzido com cinco participantes estudantes de design, que se enquadram dentro do público-alvo e foram selecionados com base na facilidade de acesso, dado que já haviam respondido o questionário e se disponibilizaram para participar de etapas futuras. Foram feitas duas seções individuais e uma em grupo com três pessoas, a fim de comparar se a discussão do grupo impactaria na definição das categorias de informações.

**Figura 53**

Tabela com perfil das pessoas participantes do card sorting.

Fonte: Autoria própria

Usuários	Idade	Curso	Como fez	Conhece Rafic
01	18 a 23 anos	Design 1 - 2 anos	Individual	Sim
02	18 a 23 anos	Design 3 - 4 anos	Em grupo	Não
03	18 a 23 anos	Design 3 - 4 anos	Em grupo	Não
04	18 a 23 anos	Design 3 - 4 anos	Em grupo	Não
05	35+ anos	Design 4+ anos	Individual	Sim

Os cartões foram definidos com base nos temas encontrados no questionário e nos temas disponíveis na pesquisa de iniciação científica que foi utilizada como base teórica para este trabalho.

**Figura 54**

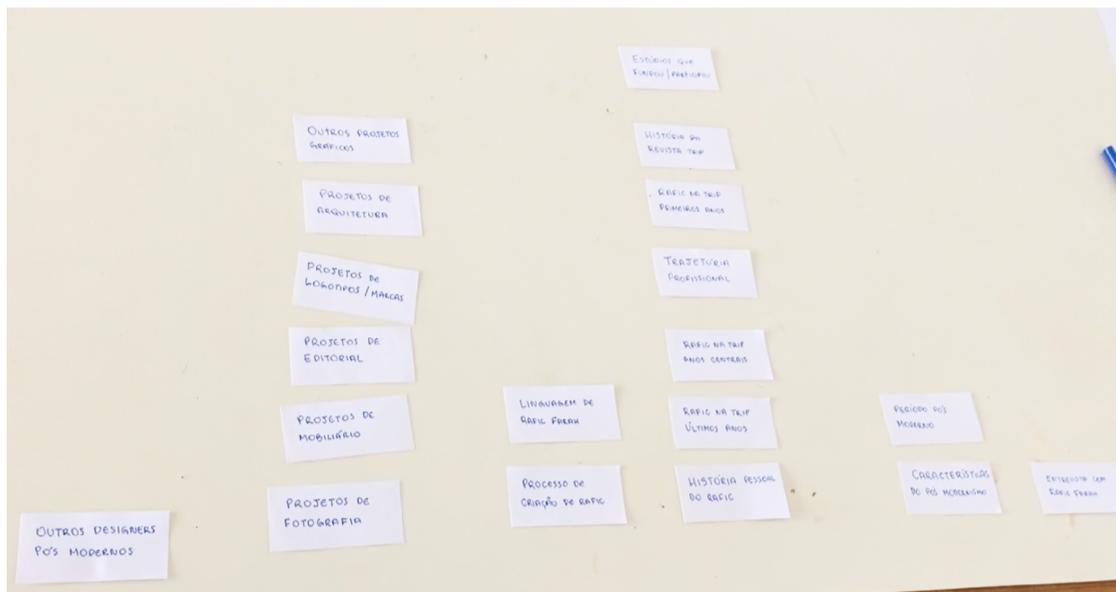
Versão digital dos cards que foram utilizados no card sorting.

Fonte: Autoria própria



Entre as etapas da dinâmica, as pessoas participantes começaram lendo todos os cartões que foram dispostos em ordem aleatória e expressando suas interpretações individuais. Em seguida, realizaram uma série de tarefas (Anexo 3), incluindo a criação de grupos, nomeação e classificação por importância considerando diferentes cenários de uso de acordo com o que foi identificadas no questionário. Como complemento, também era questionado o interesse por ver algum dos conteúdos em vídeo e qual sua duração, dado que identificamos essa como uma mídia relevante para o público-alvo.

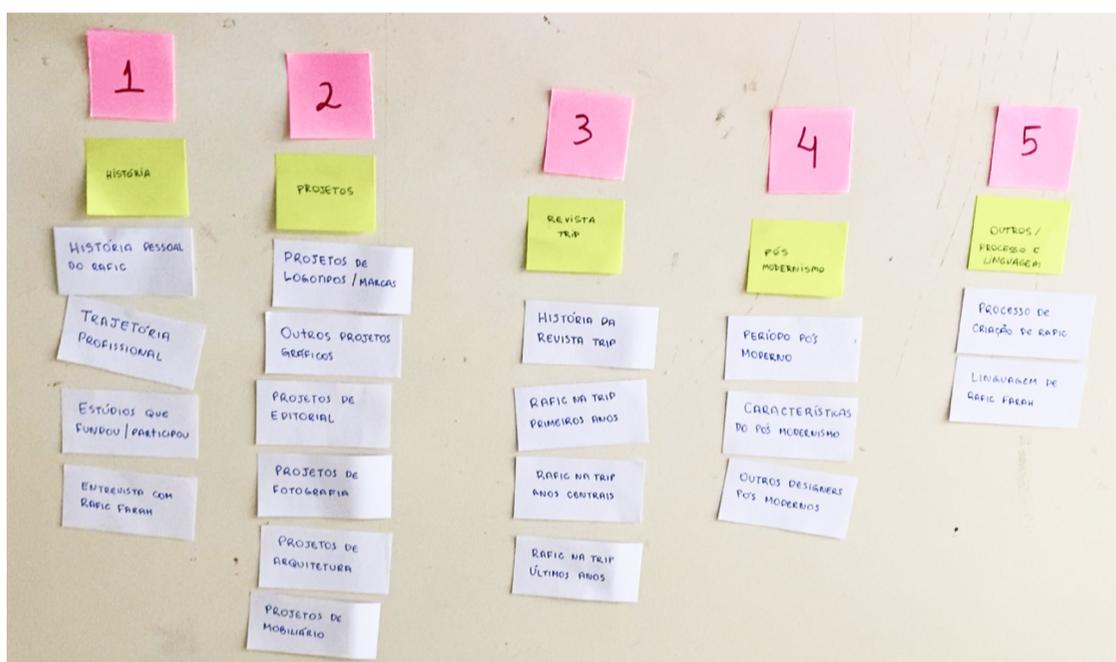
Após a conclusão do card sorting, os cartões não apresentaram unanimidade nas categorizações. No entanto, alguns tópicos apareceram repetidamente juntos, como a história de Rafic e da revista Trip, as edições da revista e outros projetos. Um aprendizado curioso foi o destaque a entrevista recebeu, sempre sendo um tema chave para todas as pessoas participantes e também sendo o conteúdo mais associado ao formato vídeo.



**Figura 55**

Foto do card sorting feito pelo Usuário 01.

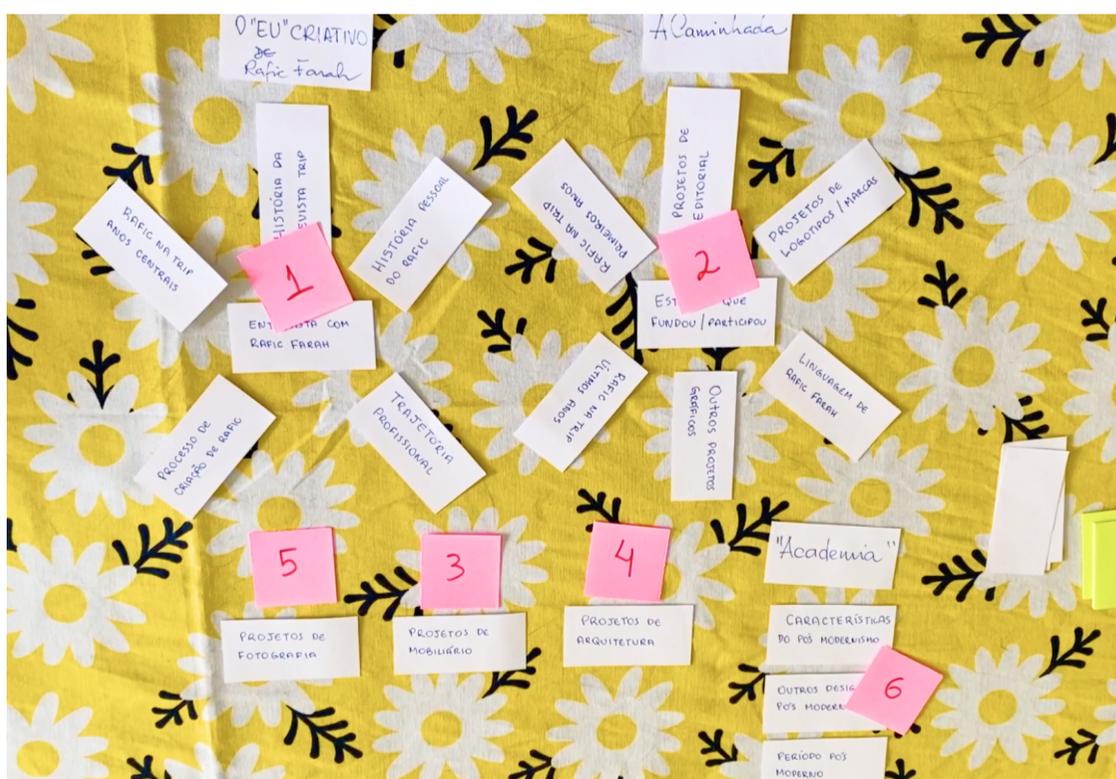
Fonte: Autoria própria



**Figura 56**

Foto do card sorting feito pelo grupo de Usuárias 02, 03 e 04.

Fonte: Autoria própria



**Figura 57**

Foto do card sorting feito pela Usuária 05.

Fonte: Autoria própria

## 5.3. Definição

Na Definição utilizamos as descobertas da etapa de Empatia para enquadrar o problema em questão e criar uma solução personalizada para esses usuários nesse contexto em específico.

### 5.3.1. Arquitetura de informação

Embora não tenha tido conclusões definitivas na etapa de Card Sorting, os aprendizados dessa dinâmica colaboraram para a criação de uma estrutura que simbolizasse o agrupamento de informações de acordo com as percepções das pessoas que usarão a plataforma. Para isso, foram consideradas as semelhanças no card sorting, especialmente em relação à ordem de prioridade e informações apresentadas em conjuntos múltiplas vezes.

Definiu-se que a entrevista com Rafic seria um aspecto central do projeto, sendo abordada na tela inicial. Ela teria duração de até 2 minutos e apresentaria brevemente o designer e seu trabalho, tendo a identidade visual da plataforma com animação de abertura.

Dado a quantidade de conteúdo para cada categoria de informação, definiu-se que o site seria feito no formato de página única, para diminuir a complexidade de navegação e permitir que os usuários pudessem acessar tudo que consideram importante em um único lugar.

Mesmo com a navegação em página única, seguimos a ordem proposta no Card Sorting, abordando: história de Rafic e Trip, a revista Trip, Projetos, Linguagem e Processo, e por último Pós-Modernismo.

Entrevista com Rafic	História	Revista Trip	Projetos	Linguagem e processo	Pós modernismo
	Estúdios que fundou / participou	História da revista Trip	Projetos de logotipos e marcas	Processo de criação de Rafic	Período pós moderno
	Trajetória profissional	Rafic na Trip - primeiros anos	Outros projetos gráficos	Linguagem de Rafic	Características do pós modernismo
	História pessoal do Rafic	Rafic na Trip - anos centrais	Projetos de editorial		Outros designers pós modernos
	História da revista Trip	Rafic na Trip - últimos anos	Projetos de arquitetura		
			Projetos de mobiliário		
			Projetos de fotografia		

**Figura 58**

Arquitetura final do site baseada nos grupos vistos no Card Sorting.

Fonte: Autoria própria

### 5.3.2. Personas

De acordo com Santa Rosa e Moras (2012), diversos autores conceituam personas como uma ferramenta que deve ser utilizada para representar as pessoas usuárias do produto, diminuindo viéses e aproximando os projetistas de uma figura real, que além de descrita pode ser incluída no processo como participante, sendo possível até consultá-la.

Os autores também reforçam a importância de criar personas baseadas em pesquisas reais com usuários, como questionários e entrevistas. Com isso, podem ser desenhadas com informações representativas, como uma foto amigável, citação típica, descrição, habilidades, necessidades e objetivos.

Aqui reunimos e sistematizamos o que foi encontrado nas pesquisas, refletindo dois perfis como citados anteriormente: estudante de Design no fim do curso e estudante de Artes Visuais no início do curso, dessa forma abordando todos os aspectos e outros perfis encontrados na pesquisa.

A primeira, Beatriz, é uma pessoa mais sociável e com maior repertório, inclusive conhecendo Rafic. Entretanto, por estar no fim da graduação, ela tem pouco tempo disponível para explorar e estudar outros assuntos, e dificuldade em aplicar tudo o que conhece. Vemos hábitos como consumo de conteúdo rápido e objetivo, fazendo poucas pesquisas mais direcionadas para os temas discutidos.

Por outro lado, Gustavo, ainda está mais imerso na faculdade, estudando um grande volume de informações e começando a descobrir muitas coisas agora, por isso ainda não conhece Rafic. Ele é mais curioso, e tem tempo para consumir conteúdo diverso e mais longo, tendo um perfil mais exploratório do que direcionado, mas com dificuldade para encontrar fontes confiáveis e devidamente aprofundadas.



## Beatriz Santos

"Estou sempre buscando referências para inovar nos projetos."

---

DEMOGRAFIA	FORMAÇÃO
Origem: Uberlândia - MG	Curso: Design
Idade: 24 anos	Período: 7º Período

---

### SOBRE

Estando no fim da faculdade, Beatriz já possui experiência e muito repertório, conhecendo inclusive Rafic. Ela está começando em um estágio e aplicando seus aprendizados na prática.

HÁBITOS	DORES E OBJETIVOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>☆ Gosta de sair com amigos e navegar no Instagram e Youtube - vendo vídeos rápidos</li> <li>☆ Pesquisa referências no Behance e outros designers, algumas vezes por semana, para projetos da faculdade e estágio</li> <li>☆ Compartilha pouco o que aprende porque não tem tempo. Geralmente fala só com pessoas que trabalham na mesma área.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☹ Precisa de formas rápidas para estudar coisas novas porque tem pouco tempo disponível</li> <li>☹ Ter formas fáceis de consultar referências e informações pra usar tanto na faculdade como no estágio</li> <li>☹ Precisa de uma forma fácil de aplicar todo o conhecimento que obteve nos anos de estudos</li> </ul>

**Figura 59**

Persona 1 - estudante de Design

Fonte: Autoria própria



## Gustavo Ferreira

"Quero aprender muitas técnicas artísticas e exercitar minha criatividade."

---

DEMOGRAFIA	FORMAÇÃO
Origem: Franca - SP	Curso: Artes Visuais
Idade: 19 anos	Período: 2º Período

---

**SOBRE**

Gustavo é curioso e procura diversos conteúdos diferentes pois acredita que isso influencia sua criatividade em qualquer esfera. Não conhece Rafic, mas teria interesse em estudar pós-modernismo.

HÁBITOS	DORES E OBJETIVOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>☆ Gosta de assistir filmes e séries e navegar no Instagram e Pinterest</li> <li>☆ Pesquisa referências no Pinterest e trabalhos de outros artistas, várias vezes na semana para projetos pessoais</li> <li>☆ Compartilha muito o que aprende, e fala com pessoas além da sua bolha de atuação.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☹ Precisa de materiais aprofundados sobre novos assuntos pra aprender de verdade</li> <li>☹ Por ainda estar no começo do curso sente que tem muita coisa pra estudar e é difícil encontrar conteúdo fácil pra tudo isso</li> <li>☹ É difícil explicar o que gosta pra outras pessoas, nem sempre os materiais são intuitivos</li> </ul>

**Figura 60**

Persona 2 - estudante de Artes Visuais

Fonte: Autoria própria

## 5.4. Prototipação e teste

Aqui vamos tratar as duas últimas fases do processo dentro da mesma seção visto que ambas são intrinsicamente interligadas através de uma abordagem iterativa.

Foram feitas duas rodadas de prototipação e teste: primeiro em média fidelidade com teste moderado, e com os feedbacks coletados foi feito outro protótipo em alta fidelidade com teste não moderado, por isso trazemos ambos aqui em ordem cronológica reforçando o caráter iterativo do projeto.

### 5.4.1. Protótipo de média fidelidade (wireframe)

Para garantir que o projeto atenda às demandas identificadas, é importante prototipar a experiência de forma que os usuários possam testar o que está sendo desenvolvido.

Foi feito um protótipo de média fidelidade, por ser tão rápido quanto um de baixa fidelidade, mas com detalhes interativos importantes como um de alta fidelidade (Rogers, Sharp e Preece, 2013, p.396), sendo um protótipo de profundidade horizontal por trazer uma visualização generalizada de toda a navegação (Nielsen, 1993, p.95).

Desta forma, o foco passou a ser a clareza de informações e a interação entre seções, e não sua navegabilidade entre páginas, contando então com diversos elementos para simular o que viria a ser o nosso maior desafio de usabilidade: a compreensão dos conteúdos internos.

Também optou-se por já utilizar elementos gráficos da linguagem de Rafic e do logo que foi elaborado, pois entende-se que a presença da linguagem do designer na página é uma característica essencial do reconhecimento do seu trabalho e do período pós moderno, e por isso também era necessária sua compreensão no entendimento inicial do site. Dado o tempo reduzido, foi priorizada a versão web por facilitar o teste.

A primeira seção do site conta com a entrevista em destaque, nome do projeto e chamada para ver o vídeo, seguidos de breve introdução sobre Rafic e Trip, ambos para contextualizar o que seria visto à frente.



**Figura 61**

Primeira e segunda seção do site no wireframe. O wireframe completo pode ser acessado no link: <https://bit.ly/wireframe-rafic>

Fonte: Autoria própria

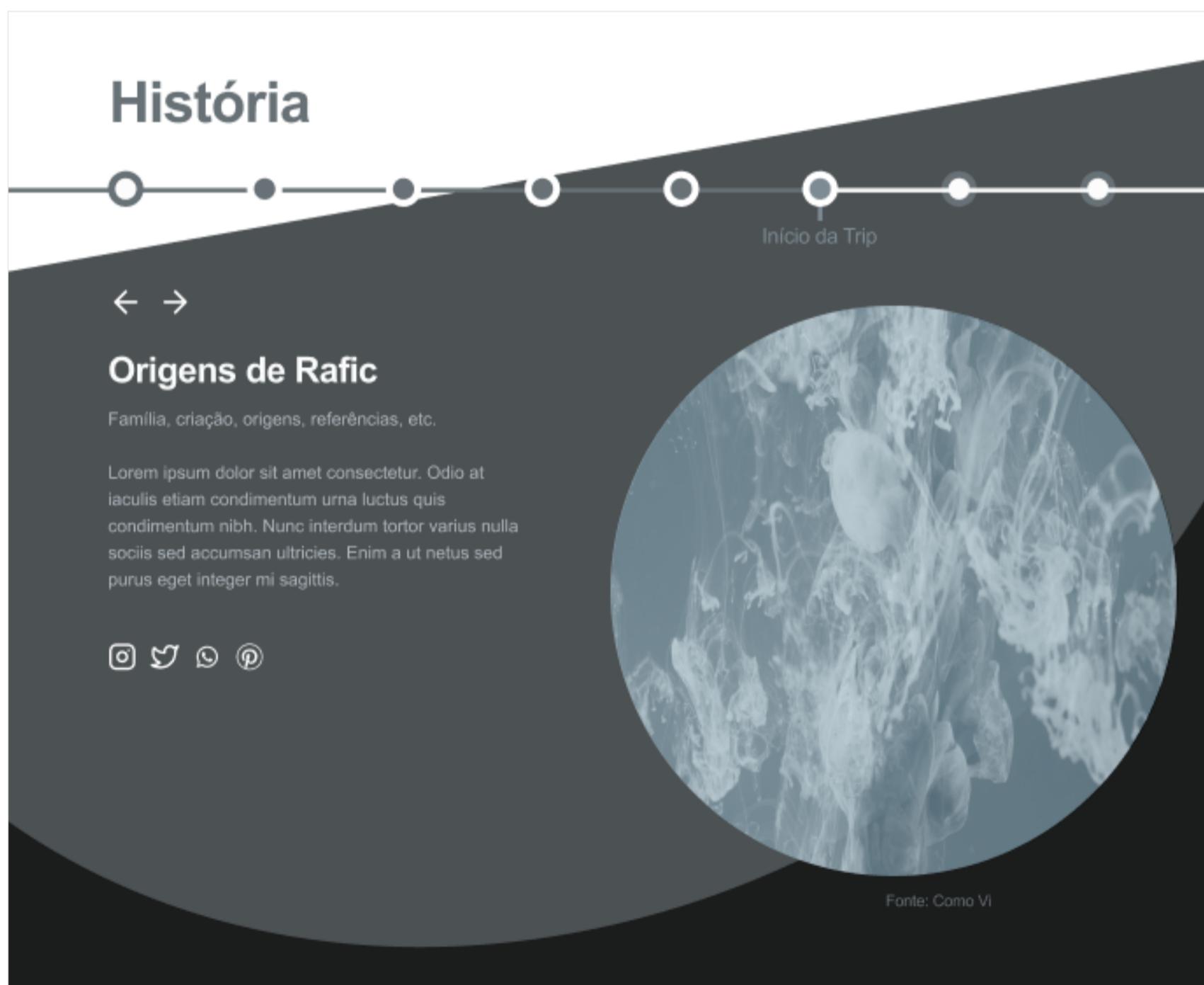
A seção de História contaria com uma timeline interativa contando a história de Rafic e o momento que ela se cruza com a Trip. Seguindo os aprendizados anteriores, aqui seriam vistas imagens de referência para cada momento, com um texto descritivo breve e a opção de compartilhar nas principais redes sociais que foram identificadas.

Por se tratar de um protótipo, as imagens utilizadas foram apenas para demarcação, assim como boa parte dos textos. As interações nesse primeiro momento ficaram limitadas à funcionalidades essenciais do protótipo, como nesse caso a opção de avançar e voltar até 2 slides.

### Figura 62

Seção com timeline histórica. O wireframe completo pode ser acessado no link: <https://bit.ly/wireframe-rafic>

Fonte: Autoria própria



Ao apresentar a revista Trip, a intenção era tanto remeter ao formato de revista quanto trazer a interatividade de um catálogo. Por isso, aqui separamos o conteúdo pelos períodos identificados durante a iniciação científica, permitindo um aprofundamento nas características que compunham aquele período.

Figura 63 (abaixo)

Visualização inteira da seção Trip. O wire-frame completo pode ser acessado no link: <https://bit.ly/wireframe-rafic>

Fonte: Autoria própria

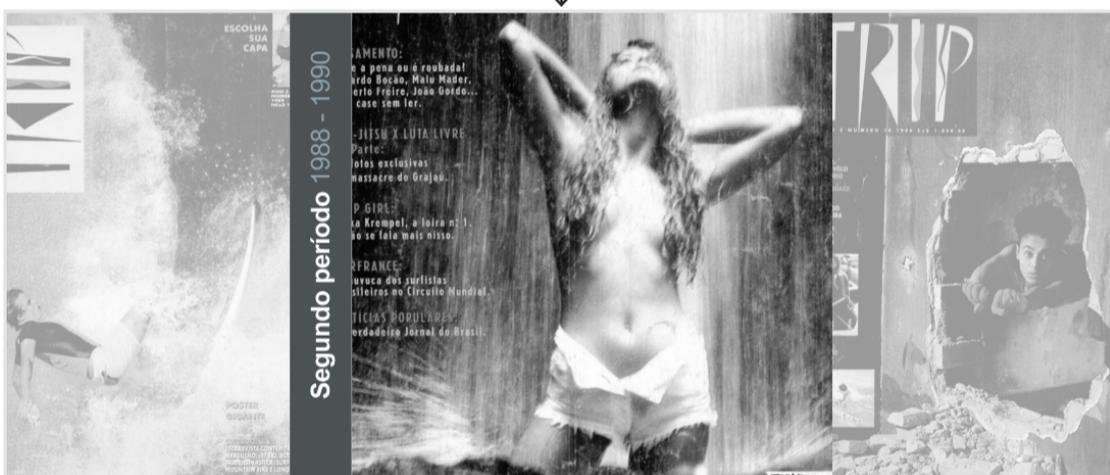


Figura 64 (acima)

Exemplo de interação da seção Trip, primeiro estático, depois com hover e depois do clique.

O wireframe completo pode ser acessado no link: <https://bit.ly/wireframe-rafic>

Fonte: Autoria própria

Os projetos foram considerados na pesquisa como elemento essencial para referência do trabalho do designer. Eles foram separados em categorias, onde era possível interagir e visualizar mais imagens de projetos da categoria selecionada.



**Figura 65 e 66**

Seção Outros Projetos na sua visualização padrão acima, e com a categoria Design Gráfico selecionada abaixo.

O wireframe completo pode ser acessado no link: <https://bit.ly/wireframe-rafic>

Fonte: Autoria própria

A seção de Pós Modernismo, com referência para outros designers pós modernos teve foco nas palavras-chave que representam o movimento, onde era possível interagir e ver uma breve descrição. Não era possível interagir com os designers.



**Figura 67 e 68**

Seção Pós Modernismo na sua visualização padrão acima, e com interação de mouse hover com a palavra Expressão abaixo.

O wireframe completo pode ser acessado no link: <https://bit.ly/wireframe-rafic>

Fonte: Autoria própria

O rodapé conteve apenas informações gerais sobre o projeto, autoria e formas de contato. Foi desenhado para ser a parte menos interativa do site, funcionando apenas como complemento informativo.



Figura 70 (acima)

Rodapé da página.

O wireframe completo pode ser acessado no link: <https://bit.ly/wireframe-rafic>

Fonte: Autoria própria

Quando olhamos para o site completo vemos uma conexão entre cada seção de forma a criar uma experiência contínua e imersiva, que guia o usuário a explorar cada parte do conteúdo. Esse aspecto narrativo se tornou algo essencial para também ser avaliado mesmo em um protótipo de média fidelidade por se tratar de algo estrutural no projeto.

Com isso, tínhamos um protótipo inicial que poderia testar a interatividade almejada com o site, e mesmo contando com informações de demarcação, possuía descrições e características essenciais, podendo ser bem compreendido no teste de usabilidade

Figura 69 (abaixo)

Site completo. O wireframe pode ser acessado no link: <https://bit.ly/wireframe-rafic>

Fonte: Autoria própria



### 5.4.2. Teste de usabilidade moderado

Com o protótipo pronto, foi planejado um teste de usabilidade a ser feito de forma moderada e remota, modelo que garantia um fácil acesso à usuários de diferentes localidades. Considerando o momento em que é aplicada, esse tipo de avaliação pode ser considerada exploratória e formativa, por buscar entender a percepção e preferência dos usuários a respeito de um produto em estágio inicial (Henriques, Pilar, Ignácio, 2022).

O roteiro abordou tarefas com foco no entendimento do conteúdo, por isso após introdução a respeito da dinâmica, os participantes foram convidados a navegar no site de forma livre, descrevendo o que veem e suas impressões iniciais.

Em seguida, foram feitas perguntas para identificar se entenderam quem é Rafic e a Trip e onde buscariam por informações como trabalhos de Rafic, detalhes sobre a revista, projetos específicos e características pós modernistas. Cada pergunta era direcionada para o entendimento de uma seção específica do site, onde sua resposta indicaria se o conteúdo e formato eram claros o suficientes. Todo o roteiro pode ser visto no Anexo 4 deste trabalho.

Foram selecionadas estudantes de Design de 3 universidades e Estados diferentes, e uma pós graduada, de forma a abranger diferentes perfis que poderiam interagir com o site. Todos os testes foram executados de forma remota, para garantir o acesso à pessoas de localidades diferentes. Por coincidência da disponibilidade no prazo estipulado, todas as participantes foram mulheres e apenas uma delas já tinha tido contato anterior com o projeto, através da participação no questionário e card sorting.

Usuárias	Idade	Curso	Universidade	Conhece Rafic
02	18 a 23 anos	Design 3 - 4 anos	UFU - MG	Sim
06	18 a 23 anos	Design 3 - 4 anos	UFU - MG	Não
07	24 a 29 anos	Design 1 - 2 anos	FAM - SP	Não
08	18 a 23 anos	Design 2 - 3 anos	UFPE - PE	Não
09	24 a 29 anos	Design Pós-grad.	UNESP - SP	Sim

No geral, o teste não apresentou grandes pontos de dor. Sua estrutura foi muito elogiada, tanto pela usabilidade quanto pelas características visuais e ficou claro de que se tratava de um material sobre Rafic e a Trip.

No quesito de melhorias, a seção que mais apresentou dificuldade foi a timeline histórica, onde não ficava claro que era possível navegar entre datas, nem que era possível compartilhar o conteúdo. A seção sobre a Trip não apresentou dificuldades na interação, mas a descoberta de informações detalhadas ficou prejudicada pelo formato do conteúdo dentro da área clicada.

#### Figura 71

Perfil de participantes do teste de usabilidade.

Fonte: Autoria própria

#### Figura 72 (a seguir)

Resultado do teste de usabilidade, onde 1 indica muita facilidade e 3 indica muita dificuldade.

Fonte: Autoria própria

Pergunta	U06	U07	U02	U08	U09	R	Observação
Quem é Rafic Farah?	1	1	1	1	1	1	Entenderam que é um designer do pós modernismo - veria pelo resumo ou pelo site inteiro
Onde você procuraria os lugares onde o Rafic trabalhou?	2	3	1	1	2	1,8	Dificuldade com a timeline. Também buscariam em outros projetos.
Onde você procurar uma edição de 1989 da revista Trip?	1	2	1	2	2	1,6	Facilidade em encontrar a revista Trip. Dificuldade de entender onde ficam as edições.
Onde você procuraria sobre o uso de tipografia na revista Trip?	1	1	1	1	1	1	Facilidade em entender que a tipografia fica dentro da revista. Expectativa de que clicar na capa leva pra revista
Onde você procurar o projeto do Banco Osso de Rafic?	1	1	1	1	1	1	Facilidade de buscar em Outros projetos > Mobiliário. Interesse em ver mais detalhes
Você quer saber mais sobre pós modernismo, algo aqui te ajuda?	1	1	1	1	1	1	Facilidade de entender as características e outros designers. Interesse em ver mais detalhes.

### 5.4.3. Protótipo de alta fidelidade

Os feedbacks coletados do teste e protótipo anteriores foram utilizados na criação de um segundo protótipo. Dessa vez, além das melhorias, seria utilizado o conteúdo final na criação e contaria com a versão web e mobile, onde a mobile seria a divulgada no teste não moderado para complementar o que já foi aprendido com o protótipo anterior.

#### 5.4.3.1. Guia de estilos (Style Guide)

Para garantir a consistência visual da plataforma, mesmo que sua composição fosse ousada, foi definida uma paleta de cores desdobrada a partir das cores selecionadas para a marca. Além disso, também foram definidos os tamanhos padrão de tipografia, de acordo com os estudos anteriores.

## H1

Changa Bold

56px / 100% line height

**Esse texto simula um título**

## H2

Changa SemiBold

36px / 100% line height

**Esse texto simula um segundo título**

## H3

Changa SemiBold

24px / 100% line height

**Esse texto simula um terceiro título**

## H4

Changa SemiBold

16px / 100% line height

**Esse texto simula um quarto título**

## Parágrafo

Barlow Regular

16px / 150% line height

Esse texto simula um parágrafo

## Legenda

Barlow Regular

12px / 150% line height

Esse texto simula uma legenda

## Ação

Changa Light

20px / 120% line height

Esse texto simula uma ação

## Figura 73

Tamanhos e estilos tipográficos utilizados tanto na web quanto no mobile.

Fonte: Autoria própria

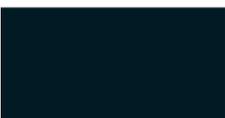
## Cinza

				
<b>Cinza 01</b> #FCFCFC rgb(252, 252, 252)	<b>Cinza 02</b> #E4E4E4 rgb(228, 228, 228)	<b>Cinza 03</b> #CDCDCD rgb(205, 205, 205)	<b>Cinza 04</b> #B5B5B5 rgb(181, 181, 181)	<b>Cinza 05</b> #9E9E9E rgb(158, 158, 158)
				
<b>Cinza 06</b> #868686 rgb(134, 134, 134)	<b>Cinza 07</b> #6F6F6F rgb(111, 111, 111)	<b>Cinza 08</b> #575757 rgb(87, 87, 87)	<b>Cinza 09</b> #404040 rgb(64, 64, 64)	<b>Cinza 10</b> #282828 rgb(40, 40, 40)

## Amarelo

						
<b>Dark 01</b> #332902 rgb(51, 41, 2)	<b>Dark 02</b> #776005 rgb(119, 96, 5)	<b>Dark 03</b> #BA9707 rgb(186, 151, 7)	<b>Base</b> #FECE0A rgb(254, 206, 10)	<b>Light 01</b> #FEDB4B rgb(254, 219, 75)	<b>Light 02</b> #FFE88D rgb(255, 232, 141)	<b>Light 03</b> #FFF5CE rgb(255, 245, 206)

## Azul

						
<b>Dark 01</b> #011A24 rgb(1, 26, 36)	<b>Dark 02</b> #033D55 rgb(3, 61, 85)	<b>Dark 03</b> #045F86 rgb(4, 95, 134)	<b>Base</b> #0682B6 rgb(6, 130, 182)	<b>Light 01</b> #48A3CA rgb(72, 163, 202)	<b>Light 02</b> #8BC5DD rgb(139, 197, 221)	<b>Light 03</b> #CDE6F0 rgb(205, 230, 240)

## Verde

						
<b>Dark 01</b> #161C0F rgb(22, 28, 15)	<b>Dark 02</b> #324124 rgb(50, 65, 36)	<b>Dark 03</b> #4F6739 rgb(79, 103, 57)	<b>Base</b> #6C8C4D rgb(108, 140, 77)	<b>Light 01</b> #93AB7D rgb(147, 171, 125)	<b>Light 02</b> #BAC9AC rgb(186, 201, 172)	<b>Light 03</b> #E2E8DB rgb(226, 232, 219)

## Vermelho

						
<b>Dark 01</b> #250508 rgb(37, 5, 8)	<b>Dark 02</b> #570C14 rgb(87, 12, 20)	<b>Dark 03</b> #89131F rgb(137, 19, 31)	<b>Base</b> #BB1A2A rgb(187, 26, 42)	<b>Light 01</b> #CD5763 rgb(205, 87, 99)	<b>Light 02</b> #DF949C rgb(223, 148, 156)	<b>Light 03</b> #F1D1D4 rgb(241, 209, 212)

### Figura 74

Tonalidades de cor utilizadas tanto na web quanto no mobile. Algumas cores podem ter sido definidas, mas não utilizadas.

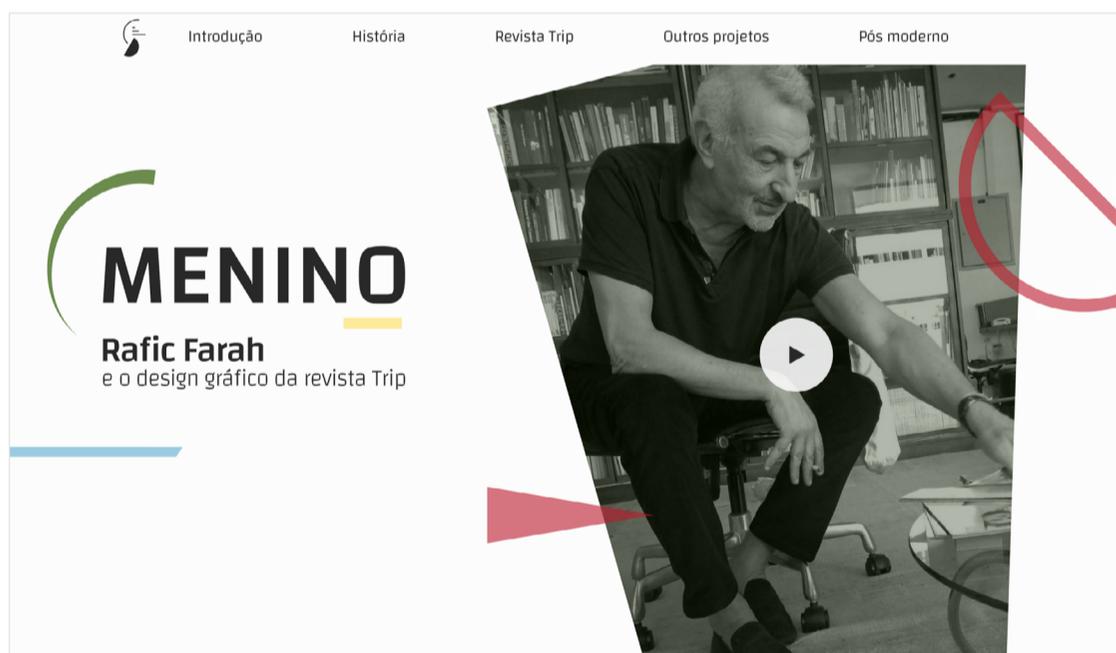
Fonte: Autoria própria

### 5.4.3.2. Protótipo

Os feedbacks coletados do teste e protótipo anteriores foram utilizados na criação de um segundo protótipo. Dessa vez, além das melhorias, seria utilizado o conteúdo final na criação e contaria com a versão web e mobile, onde a mobile seria a divulgada no teste não moderado para complementar o que já foi aprendido com o protótipo anterior.

No topo, manteve-se a estrutura do menu, mas retirando a pesquisa pois ela não teve destaque durante o teste de usabilidade e não seria extremamente necessária por ser um site de página única. No mobile, esse menu fica localizado dentro de um menu hamburguer.

O vídeo continua com maior destaque tanto na web quanto no mobile, desta vez junto com elementos da marca complementando sua composição.

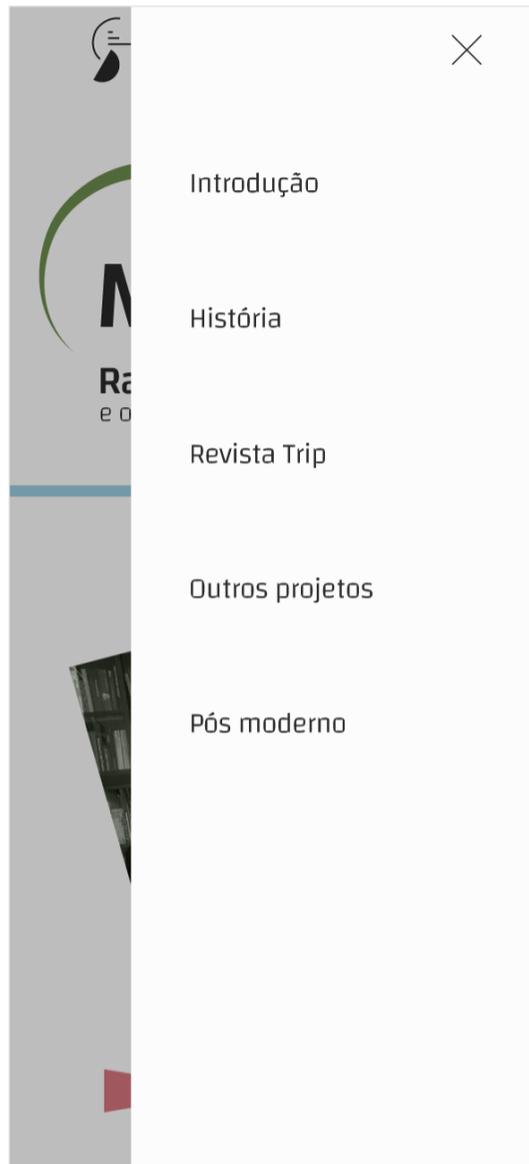


**Figura 75**

Seção inicial do site.

O protótipo completo pode ser acessado em:  
<https://bit.ly/web-rafic>

Fonte: Aatoria própria

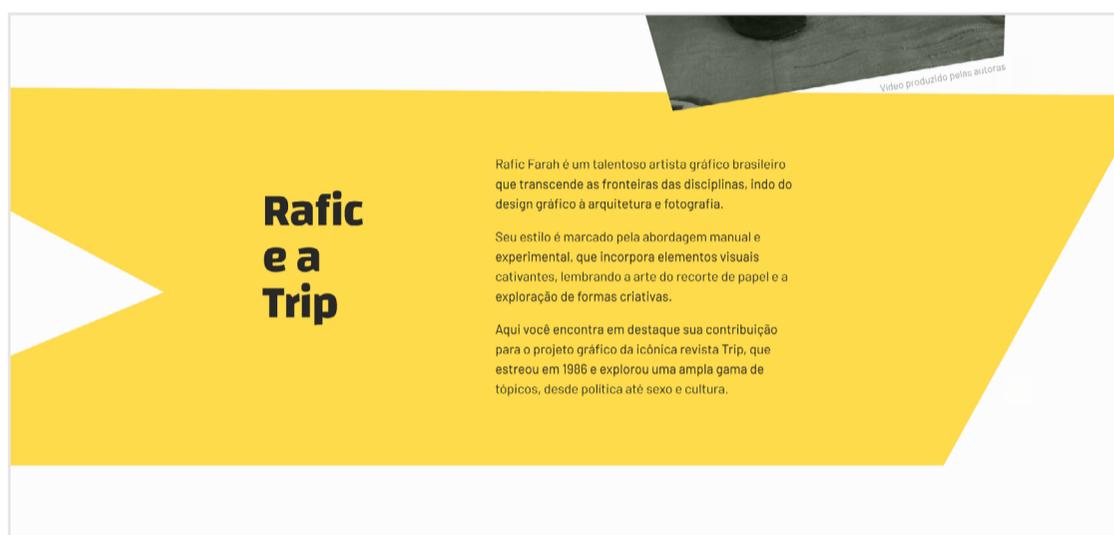


**Figuras 76 e 77**

Seção inicial no mobile, com menu aberto ao lado. O protótipo completo pode ser acessado em: <https://bit.ly/mobile-rafic>

Fonte: Autoria própria

A seção sobre Rafic e Trip ganhou mais destaque através da cor e mudança da forma. Aqui, a figura geométrica do fundo sofre alteração quando vista no mobile para se adaptar à plataforma. Por ser um conteúdo reduzido, não há nenhuma interatividade, mas o conteúdo já aparece em contato com a seção anterior, criando continuidade e profundidade na composição.



**Figura 78**

Seção de Rafic e Trip na versão web.

O protótipo completo pode ser acessado em:  
<https://bit.ly/web-rafic>

Fonte: Autorial própria



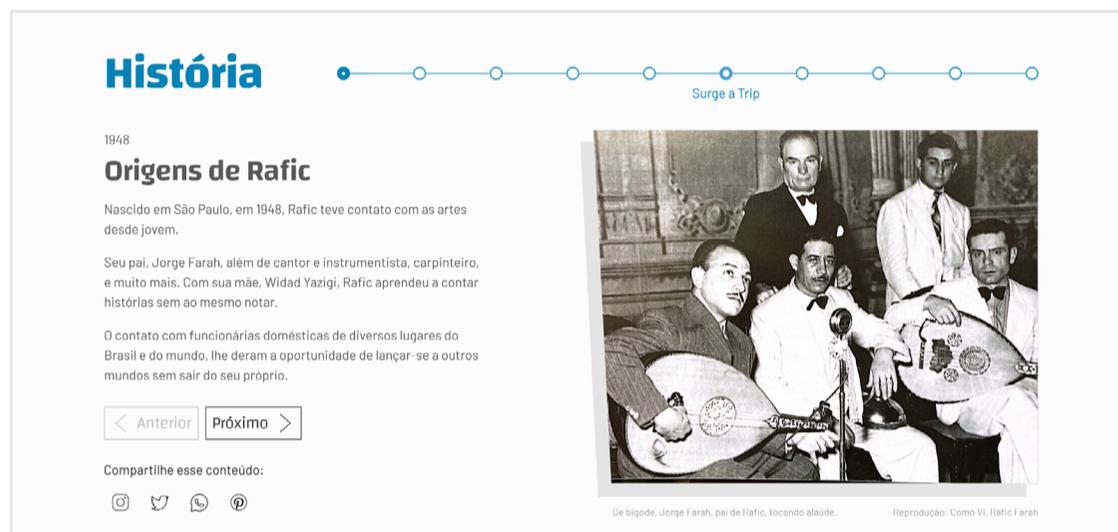
**Figura 79**

Seção de Rafic e Trip na versão mobile.

O protótipo completo pode ser acessado em:  
<https://bit.ly/mobile-rafic>

Fonte: Autorial própria

Na timeline, devido à grande dificuldade vista no teste de usabilidade, optou-se por simplificar o formato e deixar as ações mais claras, adicionando também textos indicativos. Além disso, foram coletadas informações do seu livro e seu site para complementarem as informações exibidas.



**Figura 80**

Seção de História na versão web.

O protótipo completo pode ser acessado em:  
<https://bit.ly/web-rafic>

Fonte: Autoria própria



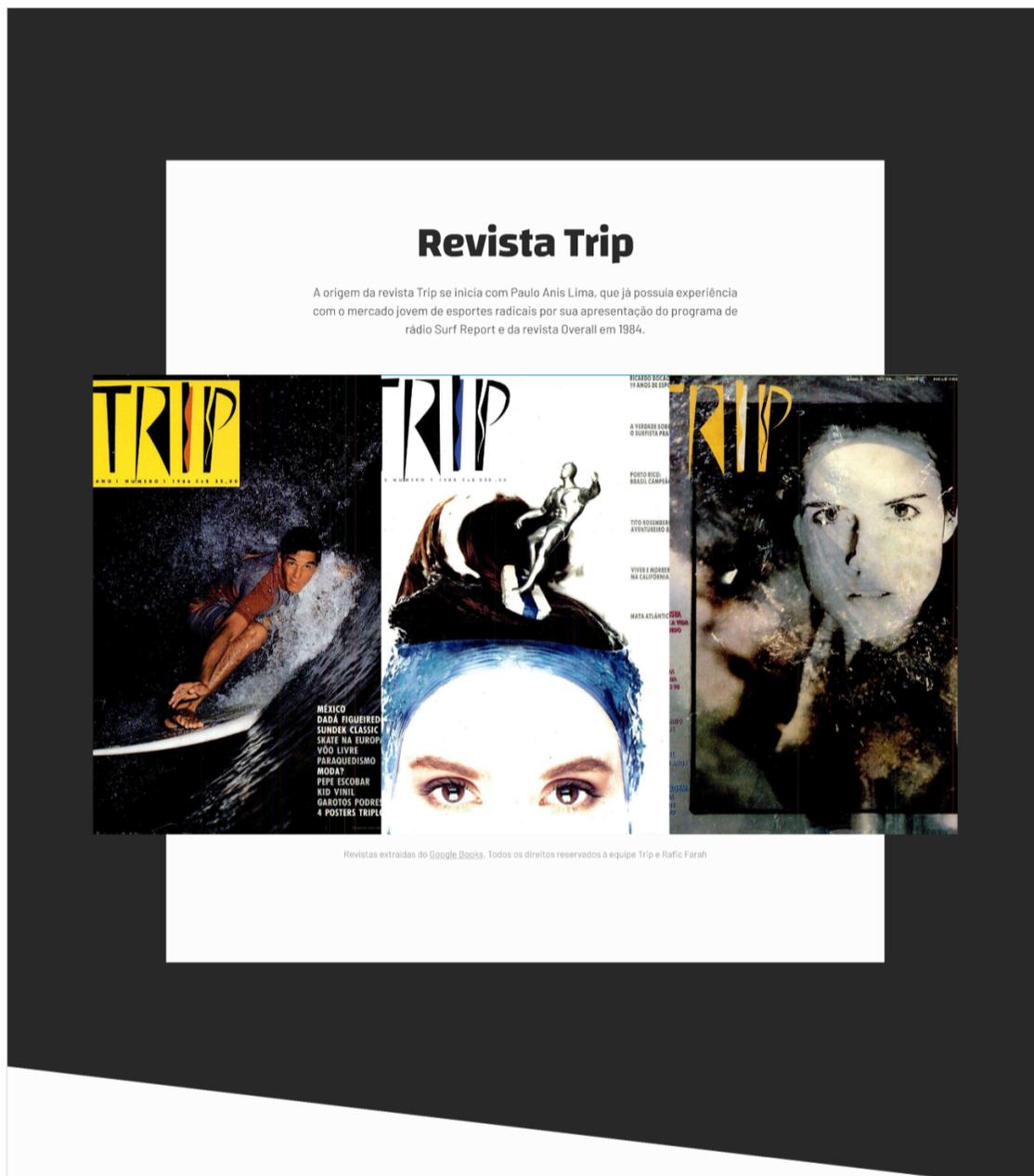
**Figuras 81 e 82**

Seção de História na versão mobile, dividida em duas partes devido ao tamanho.

O protótipo completo pode ser acessado em:  
<https://bit.ly/mobile-rafic>

Fonte: Autoria própria

A seção de revistas desempenhou muito bem no teste de usabilidade e por isso sua estrutura foi mantida, sofrendo alterações na área interna.

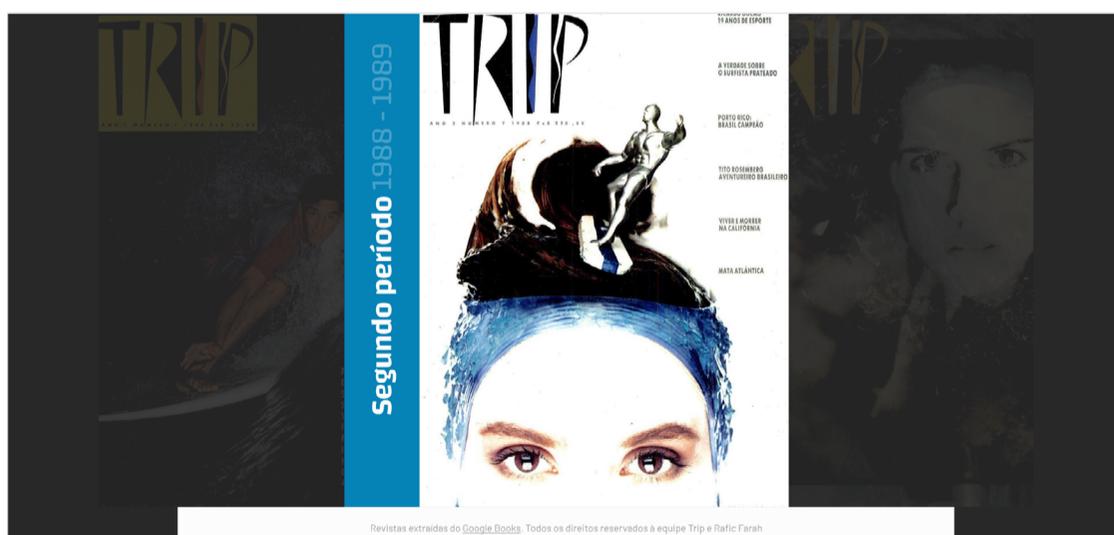


**Figura 83**

Seção da Revista Trip na versão web.

O protótipo completo pode ser acessado em:  
<https://bit.ly/web-rafic>

Fonte: Autoria própria



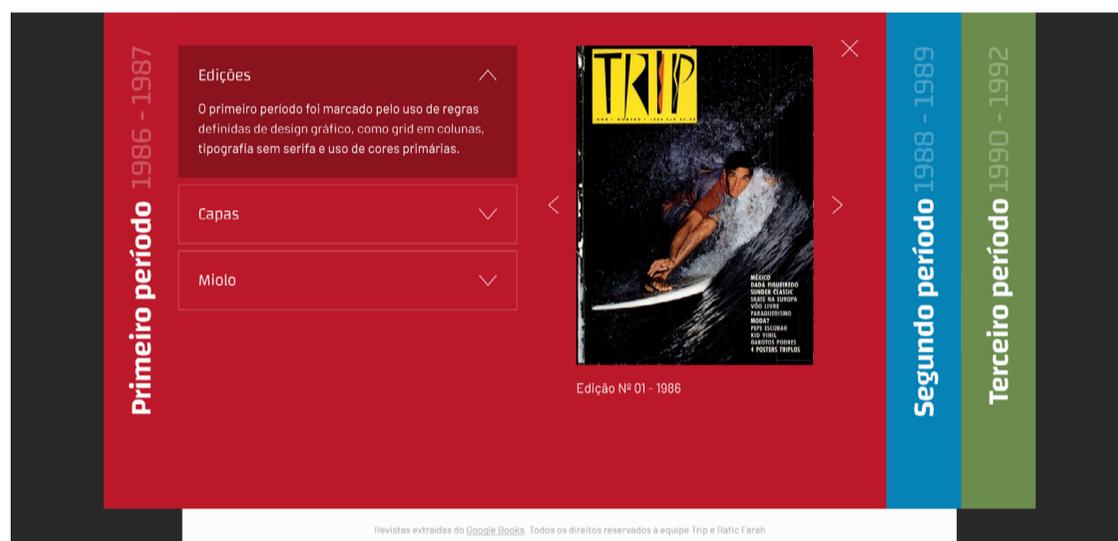
**Figura 84**

Interação de hover no segundo período.

O protótipo completo pode ser acessado em:  
<https://bit.ly/web-rafic>

Fonte: Autoria própria

Além de serem separadas por período, as revistas foram categorizadas em: edições, com as capas de todas as edições do período; capas, subdividido em aplicação do logo, temática e tipografia; e miolo, subdividido em composição, cor, tipografia chamadas e tipografia conteúdo. Todos trazendo descrições e imagens de exemplo.

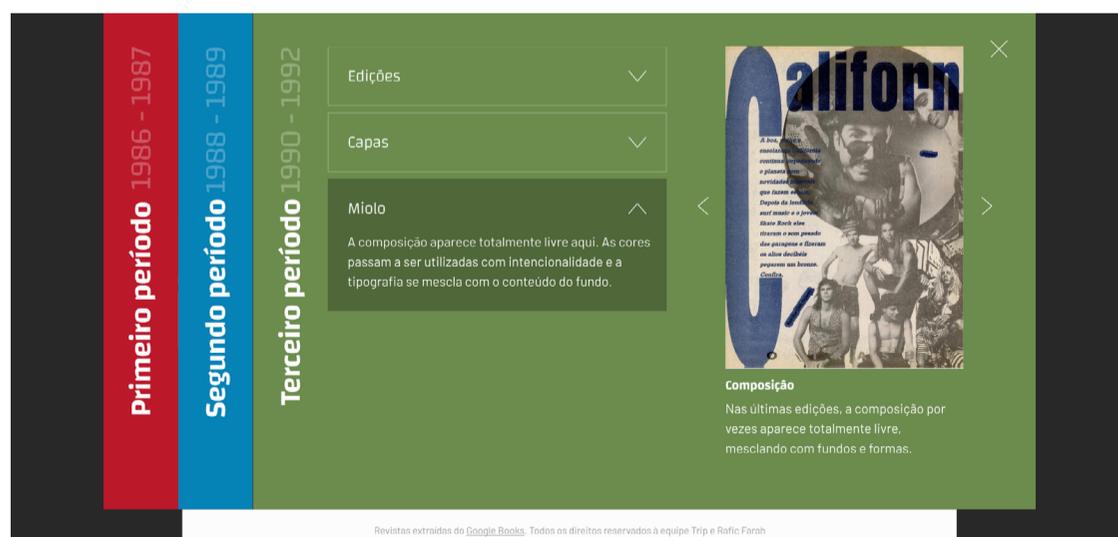
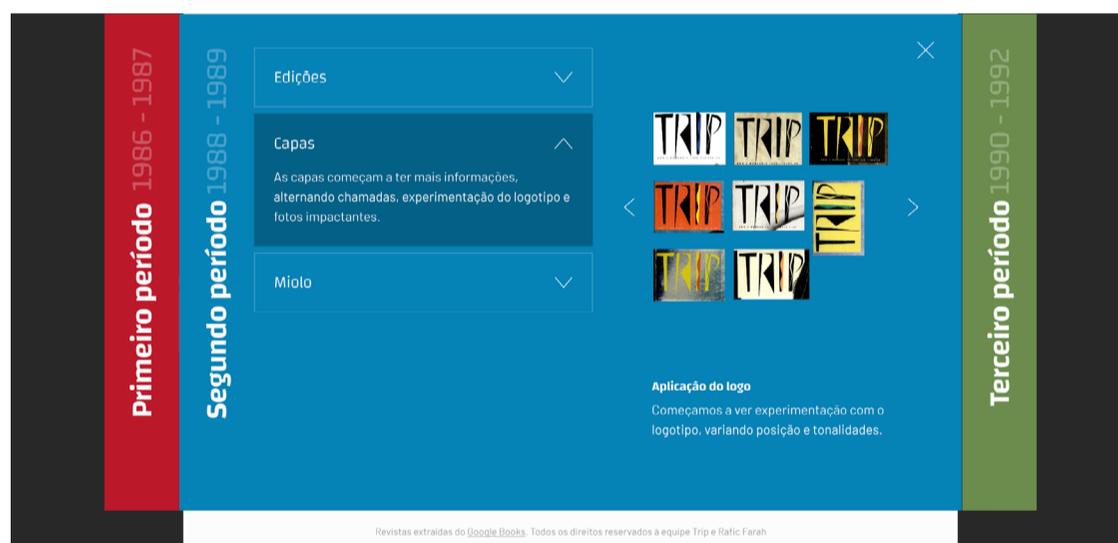


Figuras 85, 86 e 87

Seções dos períodos e exemplos de suas sub-categorias aplicados na web.

O protótipo completo pode ser acessado em: <https://bit.ly/web-rafic>

Fonte: Autoria própria



## Primeiro período

1986 - 1987

Edições Capas Miolo

O primeiro período foi marcado pelo uso de regras definidas de design gráfico, como grid em colunas, tipografia sem serifa e uso de cores primárias.

03 - 1987 Edição Nº 04 - 1987

## Segundo período

1988 - 1989

Edições Capas Miolo

As capas começam a ter mais informações, alternando chamadas, experimentação do logotipo e fotos impactantes.

**Temática**

Os temas passam a ser impactantes e começam a ser ousados, mas sem ter isso como premissa principal.

## Terceiro período

1990 - 1992

Edições Capas Miolo

A composição aparece totalmente livre aqui. As cores passam a ser utilizadas com intencionalidade e a tipografia se mescla com o conteúdo do fundo.

**Cor**

Aqui a cor é usada de forma intencional, trazendo unidade para sessões inteiras da revista, sendo trabalhada em tonalidades.

Figuras 88, 89 e 90

Seções dos períodos e exemplos de suas sub-categorias aplicados no mobile.

O protótipo completo pode ser acessado em: <https://bit.ly/mobile-rafic>

Fonte: Autoria própria

Na seção de Outros Projetos, foi adicionada uma página de mais detalhes, além da interação com cada categoria. Aqui a animação também foi ajustada para relacionar a visualização das imagens com a categoria selecionada.



**Figura 92**

Visão de outros projetos web.

O protótipo completo pode ser acessado em: <https://bit.ly/web-rafic>

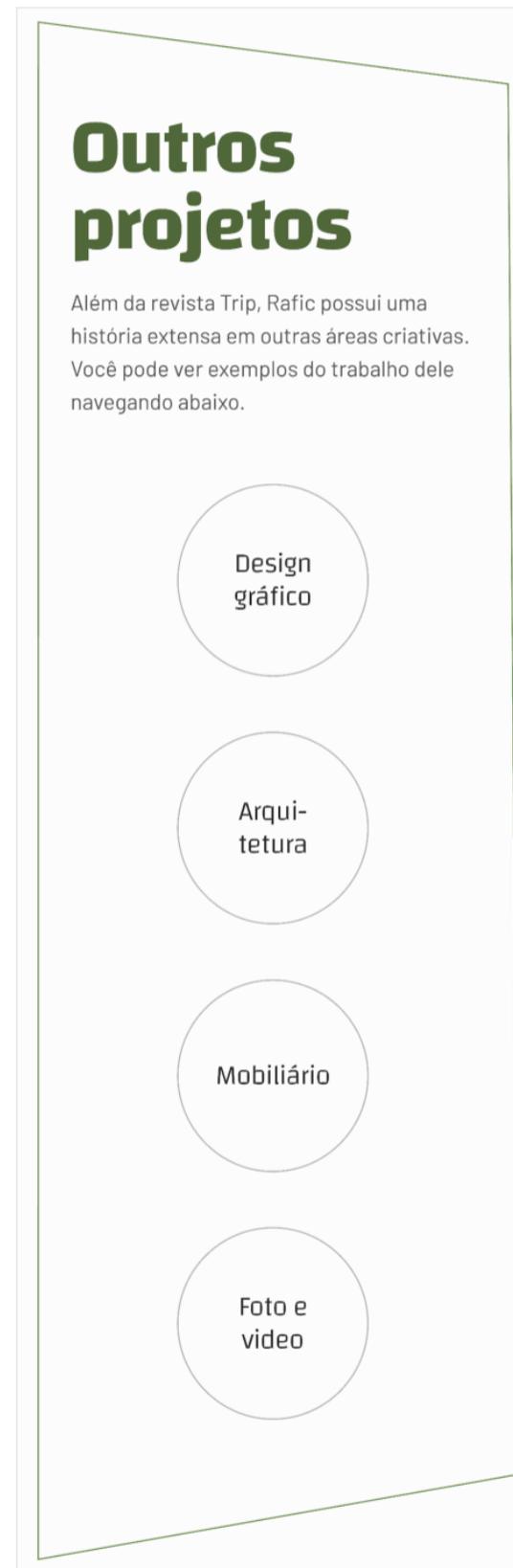
Fonte: Autoria própria

**Figura 91**

Visão de outros projetos mobile.

O protótipo completo pode ser acessado em: <https://bit.ly/mobile-rafic>

Fonte: Autoria própria





**Figuras 93 e 94**

Interação com outros projetos de design gráfico, à esquerda, e um projeto específico, abaixo.

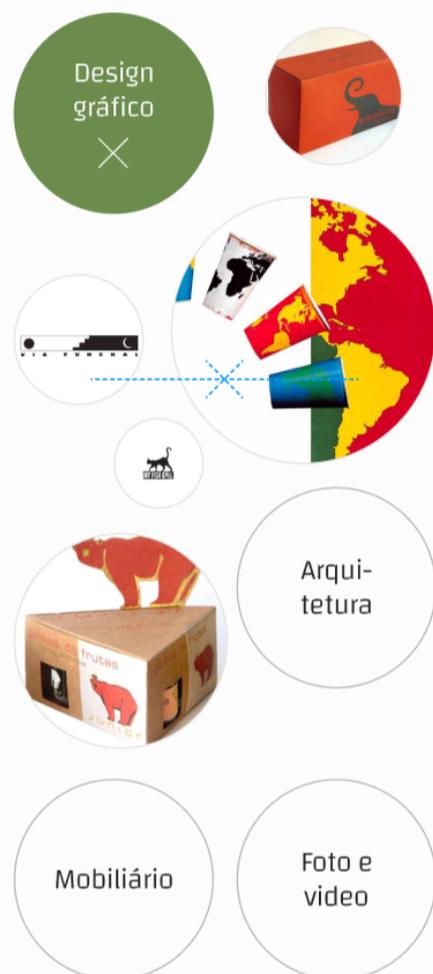
O protótipo completo pode ser acessado em: <https://bit.ly/web-rafic>

Fonte: *Autoria própria*



## Outros projetos

Além da revista Trip, Rafic possui uma história extensa em outras áreas criativas. Você pode ver exemplos do trabalho dele navegando abaixo.



## Outros projetos

Além da revista Trip, Rafic possui uma história extensa em outras áreas criativas. Você pode ver exemplos do trabalho dele navegando abaixo.



Design gráfico - Identidade visual

### AMERICA

A preocupação com o projeto de arquitetura e decoração, o treinamento de funcionários, a programação visual constituíam uma novidade para o público presente em todos seus empreendimentos. Em decorrência disso: o sucesso.

1985

Fonte: [São Paulo Criação](#). Todos os direitos reservados à Rafic Farah e equipe.

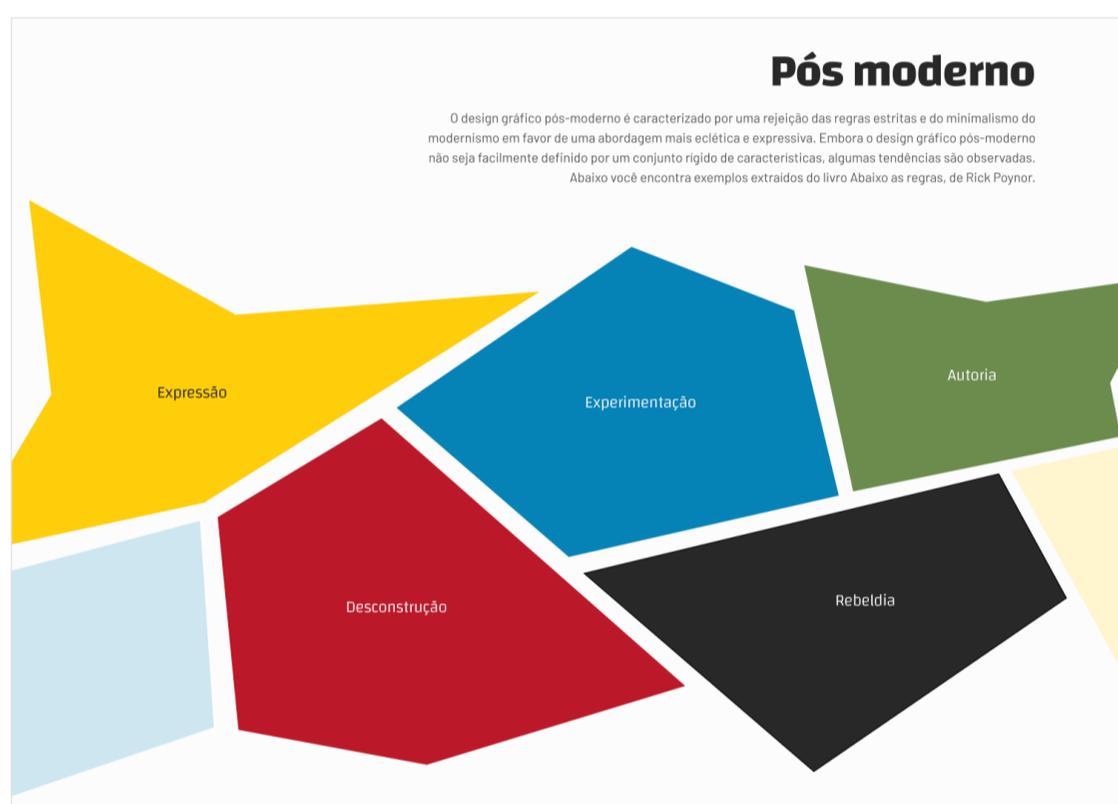
### Figuras 95 e 96

Interação com outros projetos de design gráfico e um projeto específico ao lado.

O protótipo completo pode ser acessado em: <https://bit.ly/mobile-rafic>

Fonte: *Autoria própria*

Essa seção foi renomeada para Pós moderno para se ajustar ao tamanho do menu. Para trazer um caráter mais interativo, as seções foram construídas como recortes de papel, que se afastam para exibir o conteúdo selecionado. Os trabalhos de outros designers ficaram contidos dentro de cada característica pois a falta de exemplos foi levantada como dor nos testes de usabilidade e dessa forma também desassociamos os designers do trabalho de Rafic.



**Figuras 97 e 98**

Seção de pós modernismo, com interação abaixo.

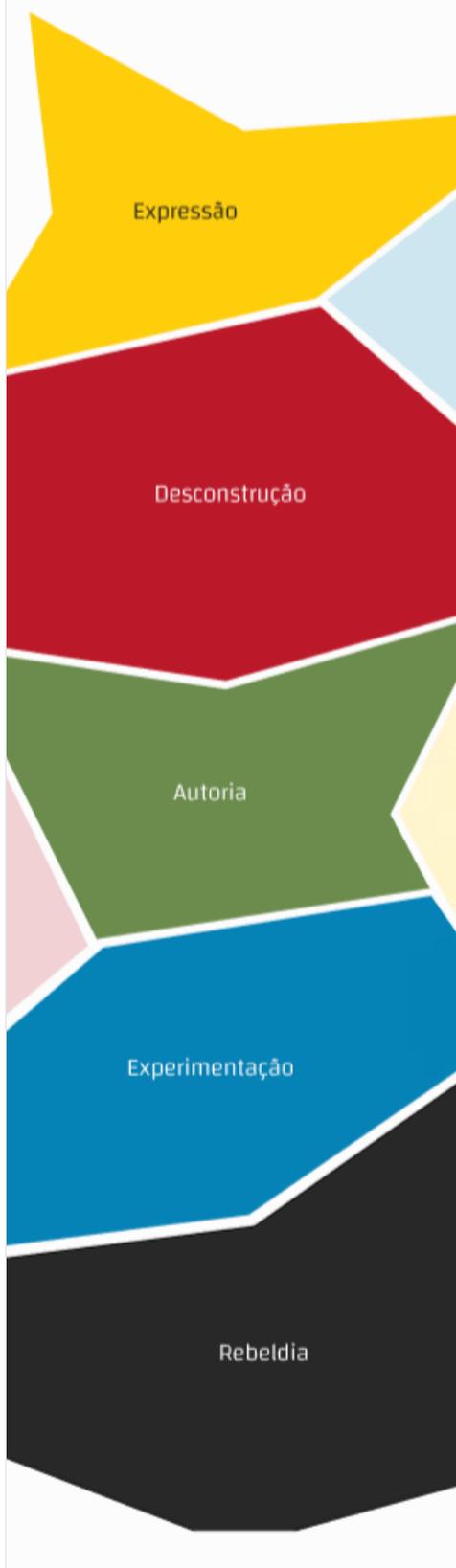
O protótipo completo pode ser acessado em: <https://bit.ly/web-rafic>

Fonte: Autoria própria



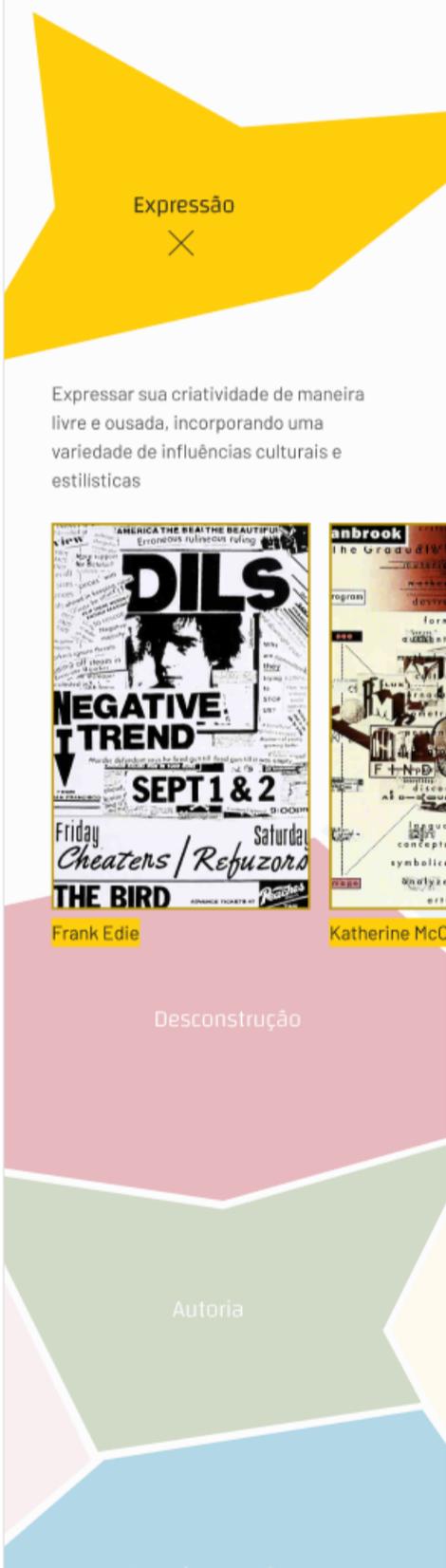
# Pós moderno

O design gráfico pós-moderno é caracterizado por uma rejeição das regras estritas e do minimalismo do modernismo em favor de uma abordagem mais eclética e expressiva. Embora o design gráfico pós-moderno não seja facilmente definido por um conjunto rígido de características, algumas tendências são observadas. Abaixo você encontra exemplos extraídos do livro *Abaixo as regras*, de Rick Poyner.



# Pós moderno

O design gráfico pós-moderno é caracterizado por uma rejeição das regras estritas e do minimalismo do modernismo em favor de uma abordagem mais eclética e expressiva. Embora o design gráfico pós-moderno não seja facilmente definido por um conjunto rígido de características, algumas tendências são observadas. Abaixo você encontra exemplos extraídos do livro *Abaixo as regras*, de Rick Poyner.



## Figuras 99 e 100

Interação com a seção Pós moderno e o item Expressão aberto ao lado.

O protótipo completo pode ser acessado em: <https://bit.ly/mobile-rafic>

Fonte: *Autoria própria*

O rodapé sofreu apenas ajustes de texto sobre compartilhamento e a complementação da fonte das informações, servindo como referência legal para o que foi executado e continuando como uma parte pouco interativa que oferece suporte ao resto do conteúdo.

**Sobre o projeto**

Esse é um trabalho acadêmico, desenvolvido única e exclusivamente com o objetivo de disseminar conhecimento. Nenhum conteúdo daqui pode ser utilizado para fins comerciais.

O projeto MENINO surgiu da pesquisa de iniciação científica de Aline Marinho, sob orientação de Cristiane Alcântara, que buscava entender a linguagem autoral do designer Rafic Farah durante seus anos na revista Trip.

**Sobre as autoras**

**Aline Marinho**  
Senior Product Designer e Graduada em Design pela Universidade Federal de Uberlândia. Possui habilitação técnica de nível médio em Comunicação Visual pela Etec Carapicuíba (2015). Foi bolsista de Iniciação Científica PIBIC/FAPEMIG/UFU entre 03/2018 e 02/2019.  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-4279-654X>

**Cristiane Alcântara**  
Doutora em Artes Visuais pela ECA, USP (2017). Mestre em Artes, pelo IDA, UnB (2005). Designer, com experiência em design gráfico e ênfase no design editorial voltado para o livro. Em seu doutorado pesquisou a relação entre o design editorial, a autoria e o tema do analógico/digital, voltados à produção do livro, pesquisa que originou a concepção de "O livro por vir".  
ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9980-2828>

**Cite este trabalho**

MARINHO, Aline; ALCÂNTARA, Cristiane. **MENINO**: Rafic Farah e o design gráfico da revista Trip. Disponível em: [www.menioraficfarah.com](http://www.menioraficfarah.com). Acesso em: 06 de out. 2023.

**Entre em contato**

**Aline Marinho**  
[alinevitoriamarinho@gmail.com](mailto:alinevitoriamarinho@gmail.com)  
<http://alinemarinho.com>  
<https://www.linkedin.com/in/alinevmarinho/>

Compartilhe nas suas redes sociais

Fonte de imagens e informações: Google Books (Trip), Livro Como Vi e São Paulo Criação. Todos os direitos reservados à Trip e Rafic Farah.

Figura 101

Rodapé do site na web.

O protótipo completo pode ser acessado em:  
<https://bit.ly/web-rafic>

Fonte: *Autoria própria*

**Sobre o projeto**

Esse é um trabalho acadêmico, desenvolvido única e exclusivamente com o objetivo de disseminar conhecimento. Nenhum conteúdo daqui pode ser utilizado para fins comerciais.

O projeto MENINO surgiu da pesquisa de iniciação científica de Aline Marinho, sob orientação de Cristiane Alcântara, que buscava entender a linguagem autoral do designer Rafic Farah durante seus anos na revista Trip.

**Sobre as autoras**

**Aline Marinho**  
Senior Product Designer e Graduada em Design pela Universidade Federal de Uberlândia. Possui habilitação técnica de nível médio em Comunicação Visual pela Etec Carapicuíba (2015). Foi bolsista de Iniciação Científica PIBIC/FAPEMIG/UFU entre 03/2018 e 02/2019.  
ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-4279-654X>

**Cristiane Alcântara**  
Doutora em Artes Visuais pela ECA, USP (2017). Mestre em Artes, pelo IDA, UnB (2005). Designer, com experiência em design gráfico e ênfase no design editorial voltado para o livro. Em seu doutorado

editorial, a autoria e o tema do analógico/digital, voltados à produção do livro, pesquisa que originou a concepção de "O livro por vir".

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-9980-2828>

**Cite este trabalho**

MARINHO, Aline; ALCÂNTARA, Cristiane. **MENINO**: Rafic Farah e o design gráfico da revista Trip. Disponível em: [www.menioraficfarah.com](http://www.menioraficfarah.com). Acesso em: 06 de out. 2023.

**Entre em contato**

**Aline Marinho**  
[alinevitoriamarinho@gmail.com](mailto:alinevitoriamarinho@gmail.com)  
<http://alinemarinho.com>  
<https://www.linkedin.com/in/alinevmarinho/>

Compartilhe nas suas redes sociais

Fonte de imagens e informações: Google Books (Trip) e São Paulo Criação. Todos os direitos reservados à Trip e Rafic Farah.

Figuras 102 e 103

Rodapé do site no mobile.

O protótipo completo pode ser acessado em:  
<https://bit.ly/mobile-rafic>

Fonte: *Autoria própria*

#### 5.4.4. Teste de usabilidade não moderado

Em um segundo momento, foi escolhido o modelo de teste não moderado para otimizar o desenvolvimento do projeto, deixando a coleta de dados ocorrer de forma orgânica enquanto outros aspectos, como este material, eram trabalhados.

O teste ocorreu pela plataforma Maze, que permite a criação de testes mesclados entre navegação e questionário. Ao participar, a pessoa era convidada a informar seu perfil e área de atuação, em seguida navegar no site e depois responder perguntas sobre a temática do que foi visto, palavras-chave associadas, informações encontradas, aplicabilidade e um campo aberto para sugestões e melhorias. O descritivo completo do teste está no Anexo 5.

O recrutamento aconteceu através de divulgação orgânica em páginas e grupos de cursos de design, artes e arquitetura de diversas universidades do país. A princípio, tivemos 42 participantes na etapa de perfil, 34 na navegação e apenas 15 ao fim da última pergunta do questionário. Mesmo sendo uma queda expressiva, de todo modo, essa taxa de participação pode ser considerada positiva por ter alcançado um número maior do que seria possível através de recrutamento direto, considerando o período de 12 dias em que o teste ficou disponível. Além disso, também ampliou o alcance para estudantes de outras universidades.

Mais uma vez é importante ressaltar que por se tratar de uma única página, o foco não foi a jornada de navegação, mas sim mensurar o interesse e entendimento do que foi visto em cada seção, por isso consideraremos análises de mapa de calor e as respostas ao questionário como resolutivas para estas questões.

### 5.4.4.1. Perfil dos participantes

Tivemos a participação marjoritária de estudantes e profissionais de design, provavelmente devido ao alcance de divulgação do teste. Tivemos pouca participação de estudantes de artes e nenhuma pessoa de arquitetura.

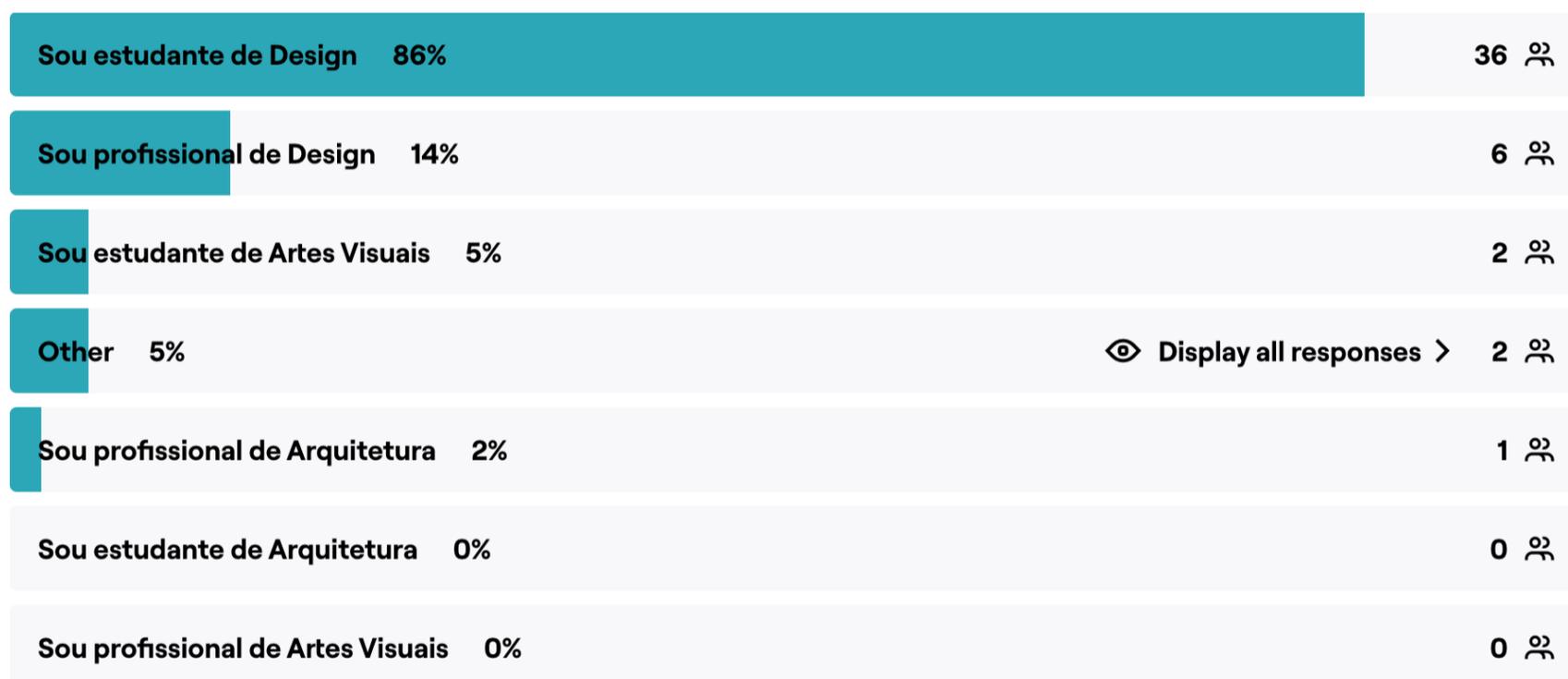
Infelizmente, ao avançar do teste, não conseguimos saber quais perfis seguiram até o final e quais abandonaram, devido à uma limitação da plataforma onde o teste foi feito, por isso assumiremos a partir daqui a porcentagem equivalente à respondida nessa primeira pergunta.

**Figura 104**

Gráfico feito automaticamente com respostas de sobre perfil e área de atuação.

Fonte: Maze

**Selecione até 2 opções que mais se enquadram na sua situação atual de estudo/trabalho:**



### 5.4.4.1. Análise de mapa de calor

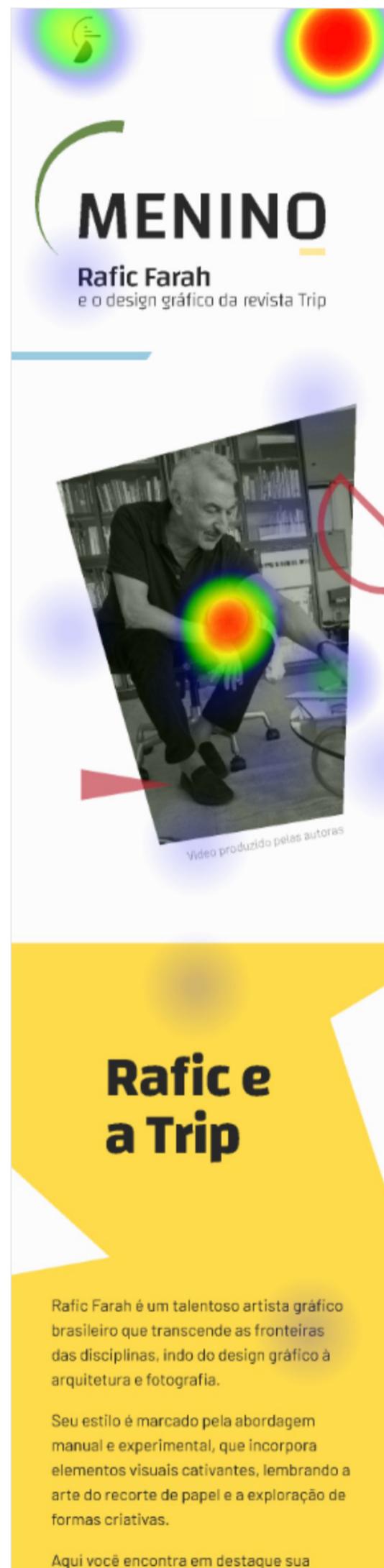
Uma vez que estamos analisando um site de página única onde não é possível navegar para outros lugares, sabemos que algumas partes do mapa de calor podem não estar completas, pois a plataforma só coletava a primeira interação e não as interações seguintes na mesma seção.

A análise será feita dividida por seções para seja possível visualizar as principais áreas de clique. Nesse caso, por exemplo, vemos um destaque expressivo no ícone de menu e no vídeo. Esse segundo reforça o que já foi descoberta nas etapas anteriores de como o conteúdo em vídeo atrai atenção inicial do público.

#### Figura 105

Mapa de calor do teste de usabilidade feito nas duas primeiras seções do site.

Fonte: Maze



Quando avançamos para a seção de História vemos um comportamento inesperado de clique no título. Isso se repete em outros momentos e pode levantar a hipótese de uma expectativa de ser direcionado para outra página a partir do título da seção.

Aqui vemos que fica clara a interação com botões que havia sido um problema no teste anterior, demonstrando que a correção do projeto foi feita adequadamente.

Quando analisamos primeiro e segundo cliques na página, vemos inclusive que o indicador de linha do tempo no topo atrai atenção tanto quanto ou até mais do que o botão.



Figuras 106 e 107 (acima)

Mapa de calor comparando primeiro e segundo cliques que foram feitos na página, nesse caso as pessoas interagiram com a sessão história antes do topo.

Fonte: Maze

Figura 108 (à direita)

Mapa de calor com indicativo de todos os cliques na seção História.

Fonte: Maze



De bigode. Jorge Farah, pai de Rafic, tocando alaúde. Reprodução: Como Vi, Rafic Farah

## Revista Trip

A origem da revista Trip se inicia com Paulo Anis Lima, que já possuía experiência com o mercado jovem de esportes radicais por sua apresentação do programa de rádio Surf Report e da revista Overall em 1984.

Na seção sobre a Trip, vemos o mesmo comportamento de clique no título, e quase nenhuma interação nas outras abas, tanto dentro de um período quanto em outro período.

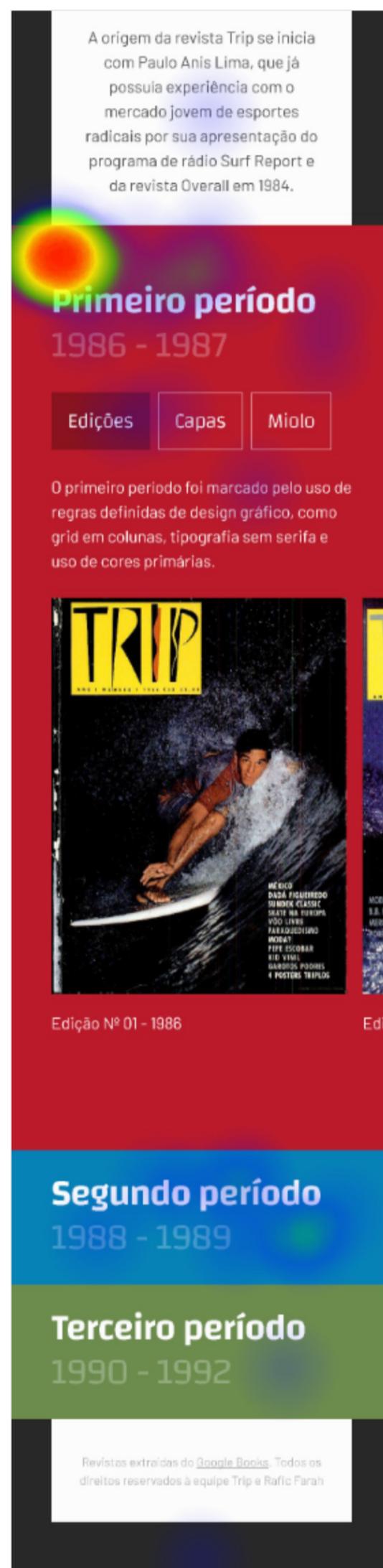
Aqui não conseguimos mapear interações com o carrossel, então não temos dados de uma possível interação com esse componente.

Temos então uma oportunidade de exploração, onde seria necessário um teste moderado para entender o comportamento e entendimento dos usuários a respeito dessa parte do conteúdo do site.

### Figura 109

Mapa de calor com indicativo de todos os cliques na seção Revista Trip.

Fonte: Maze



Em outros projetos, temos mais uma vez o comportamento de clique no título. Aqui também fica clara a interação com as categorias de projeto, em especial as primeiras. Infelizmente não foi possível levantar as interações nos projetos dentro da categoria devido à limitações da plataforma.

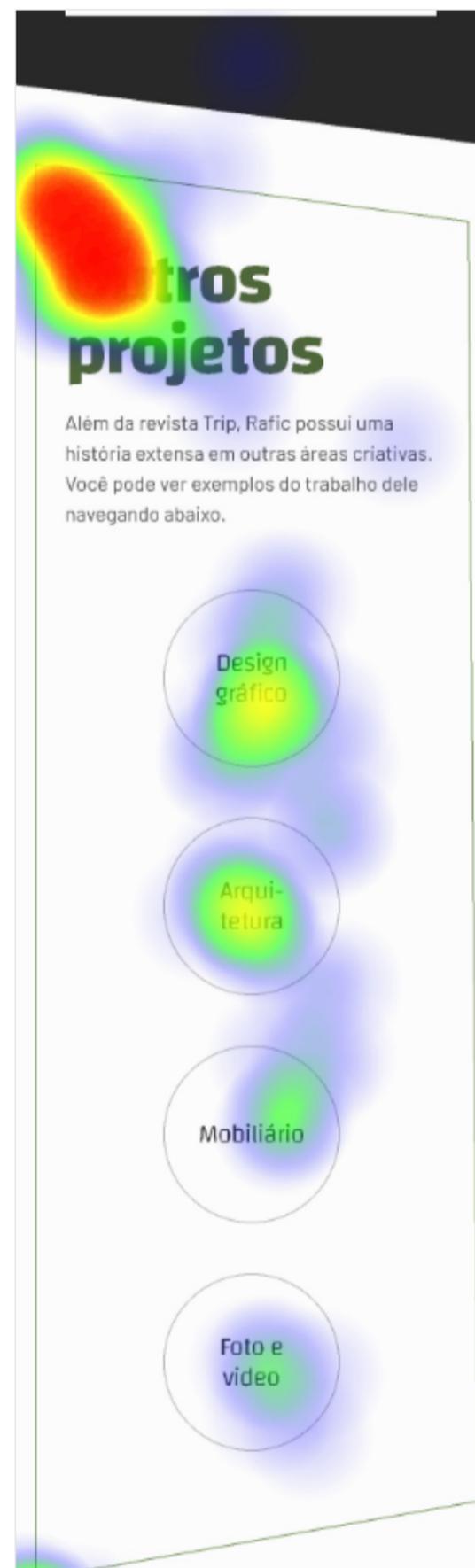
Quando analisamos segundo e terceiro clique de página, percebemos um interesse maior em mobiliário, e também maior interação com o texto que pode indicar a expectativa do usuário ser direcionado para outro lugar.



**Figuras 110 e 111**

Mapa de calor comparativo de segundo e terceiro cliques na página, o que pode indicar maior interesse em referências do que informações históricas.

Fonte: Maze



**Figura 112 (acima)**

Mapa de calor com indicativo de todos os cliques na seção Outros Projetos.

Fonte: Maze

Na seção Pós Moderno temos interação no título e pouca interação nos primeiros itens. Curioso notar também tentativas de clique em Rick Poynor, o que pode sugerir interesse na fonte dos conteúdos do site.

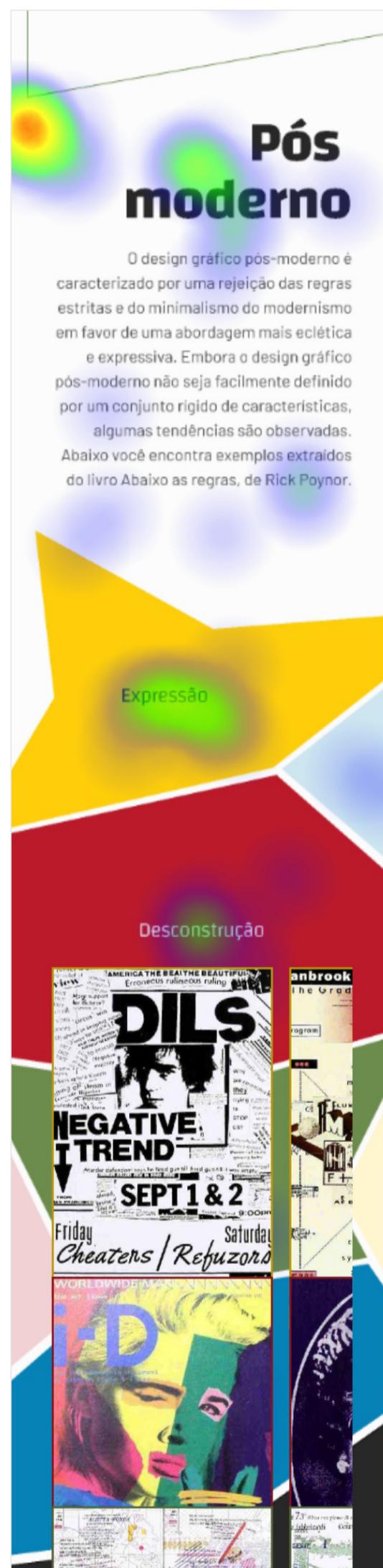
Aqui também não é possível coletar as informações de interação dentro das áreas clicáveis, tendo inclusive um bug na exibição das imagens da tela que dificulta a análise dessa parte do site.

Um fato interessante é que essa seção não apresentou primeiro, segundo nem terceiro cliques de página, sendo explorada apenas ao final da navegação.

### Figura 113

Mapa de calor da seção Pós Moderno.

Fonte: Maze





Quando questionados sobre a principal impressão do site visto, percebemos destaque para os aspectos estéticos (bonito) e intuitivos (simples e organizado), reforçando que o que foi construído se adequa aos interesses do público alvo.

Curioso notar que a linguagem também foi associada à outros movimentos do design, como modernista e bauhaus, bem como outros momentos históricos como anos 80, o que pode indicar as conexões que os usuários fazem com outros temas aprendidos, reforçando o aspecto educacional.

**Figura 115**

Nuvem de palavras feitas a partir palavras-chave indicadas pelos 17 usuários respondentes.

Fonte: Autoria própria

### Descreva o site que viu em 3 palavras chave



Com o objetivo de avaliar se os usuários navegaram em todas as seções e quais conteúdos ficaram claros e intuitivos, foram selecionadas informações de cada uma das seções e questionado se eles se lembravam de terem visto isso no site.

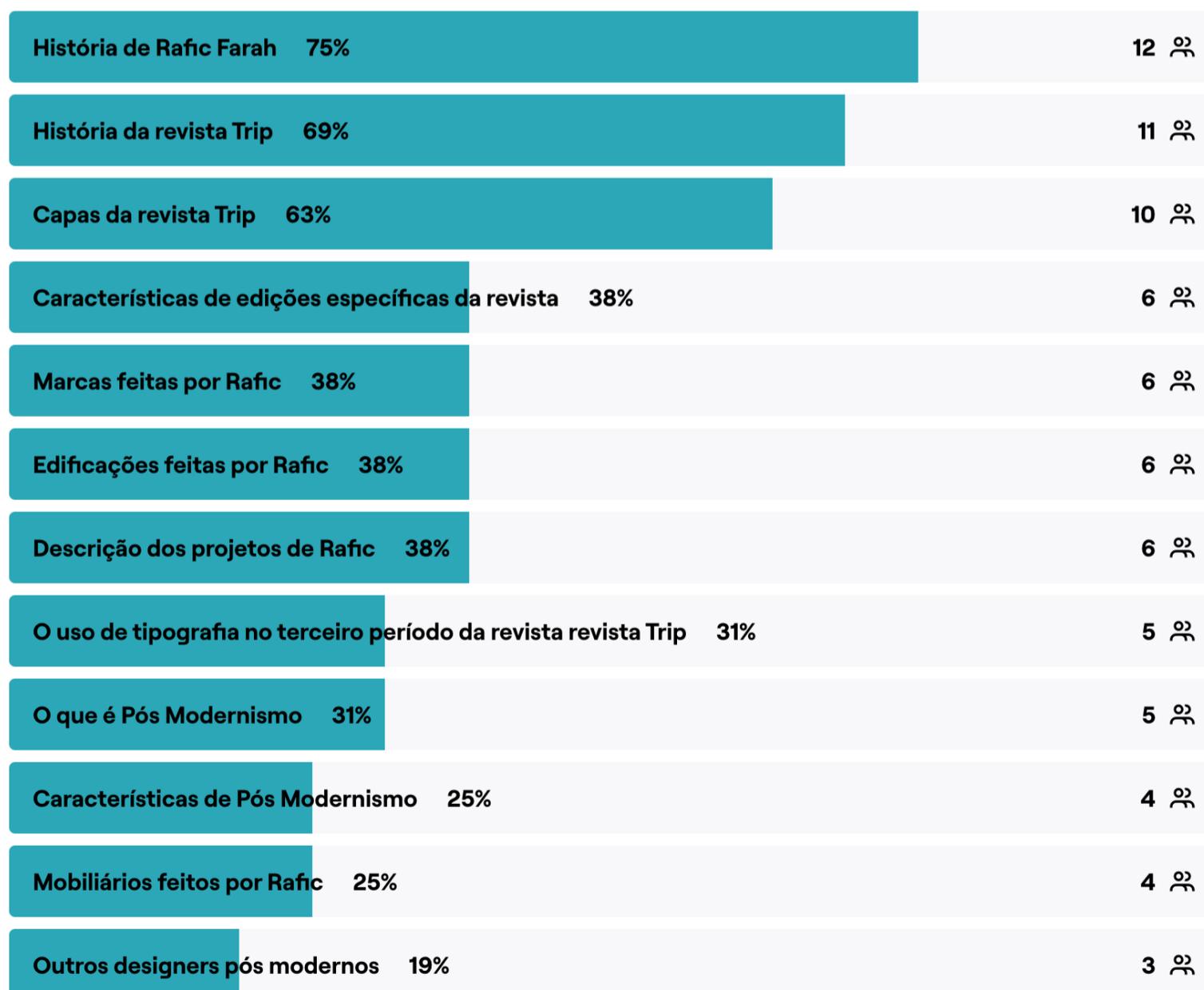
As informações sobre Rafic e a Trip aparecem como claras e intuitivas, mas quando entramos em informações mais detalhadas como projetos de mobiliário e o trabalho de outros designers notamos que os usuários podem não ter navegado dentro das seções, inclusive até a própria seção de Pós Moderno que aparece aberta em alguns momentos não foi vista, mesmo sendo necessário navegar até o final da página para prosseguir para a etapa seguinte.

**Figura 116**

Gráfico feito automaticamente indicando quais informações os 16 usuários responderam se recordaram de ter visto no site.

Fonte: Maze

### Quais dessas informações você encontrou no site?



Quando questionados sobre sugestões e melhorias, a maioria dos usuários (67%) não opinou em nada. Alguns sugeriram melhorias na seção Pós Moderno porque ela não parecia clicável ou era de difícil acesso.

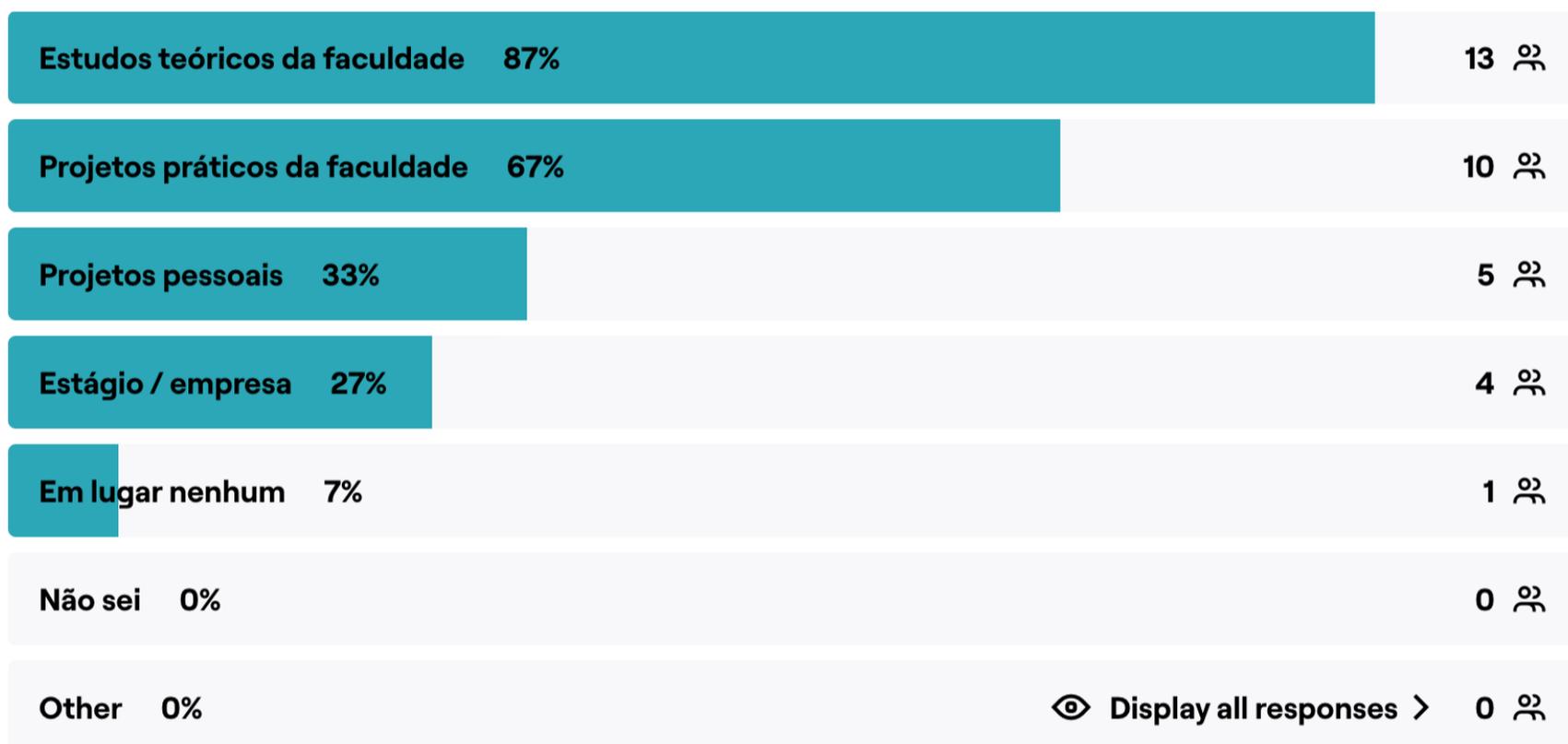
A respeito da aplicabilidade, o site ficou facilmente identificado como uma referência a ser utilizada em projeto teóricos da faculdade, atingindo nosso objetivo educacional.

**Figura 117**

Gráfico feito automaticamente a aplicabilidade que 15 usuários viram no conteúdo acessado.

Fonte: Maze

**Onde você aplicaria o que aprendeu nesse site?**



Com todos esses resultados, notamos que houve melhora na usabilidade do segundo protótipo, onde foi mais fácil identificar informações sobre Rafic e interagir com a grande maioria das seções, onde poucos usuários tiveram dificuldades ou apontaram sugestões.

Também vemos que em sua forma final, ele atinge seu objetivo de ser um material educacional a respeito de Rafic, a revista Trip e o período pós-moderno.

**6**

**Considerações  
finais**

**E**ste projeto nasceu com o intuito de tornar acessível o conteúdo sobre o trabalho de Rafic Farah na revista Trip e sua conexão com o período do pós-modernismo, incorporando características chave vistas na linguagem do designer.

Considerando a força da linguagem do trabalho de Rafic, observamos que termos iniciado o processo por meio da marca e pela imersão em tais características foi crucial para guiar a tomada de decisão a respeito da interface que seria feita, contribuindo fortemente para o aspecto imersivo que pode ser feito a partir dos elementos vistos no trabalho de Rafic.

O processo de pesquisa e estudos com usuários foi essencial para se criar uma experiência que fosse adaptada às necessidades do público-alvo, trazendo estudantes universitários para o centro do processo e resultando em uma experiência julgada por eles mesmos com intuitiva e instrutiva, com aspecto visual agradável e artístico.

Temos então um projeto que teve como resultado uma plataforma que atende às necessidades dos usuários, expressando a linguagem de Rafic Farah, da revista Trip e do período pós-moderno, tendo sido construído a partir de um processo imersivo e iterativo, com características visuais únicas trazendo uma experiência imersiva que é considerada intuitiva e, portanto, atende à todos os objetivos estipulados no início deste trabalho.

7

**Referências**

ACADEMY of Interactive Technology. Disponível em: <https://ait.edu.au/>. Acesso em: 29 out. 2023.

ACM SIGCHI (1992) The Association for Computing Machinery Special Interest Group on Computer-Human Interaction ([\[www.sigchi.org/\]](http://www.sigchi.org/))(<http://www.sigchi.org/>)(accessed February 7, 2011) *apud* ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen; PREECE, Jennifer. **Design de interação: Além da interação humano-computador**. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2013.

DIGITAL Museum of Learning. Disponível em: <https://www.museumoflearning.org/>. Acesso em: 29 out. 2023.

DIX, Alan *et al.* **Human-Computer Interaction**. 3 ed. Pearson Education Limited, 2004.

DOORLEY, Scott *et al.* **Design Thinking Bootleg**. 2018. Disponível em: <https://dschool.stanford.edu/resources/design-thinking-bootleg>. Acesso em: 11 nov. 2023.

FARAH, Rafic: entrevista [ago. 2018]. Entrevistadoras: Aline Marinho e Cristiane Alcântara. São Paulo. Entrevista concedida ao projeto de Iniciação Científica Rafic Farah como designer autoral: uma análise da revista Trip.

FETTER, Luiz Carlos. **Revistas, design editorial e retórica tipográfica: a experiência da revista Trip (1986-2010)** 2011. Dissertação (Mestrado em Comunicação e Informação) - Faculdade de Biblioteconomia e Comunicação. Universidade Federal do Rio Grande do Sul., Porto Alegre,

2011. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/30193>. Acesso em: 11 nov. 2023.

GOTHELF, Jeff. **Lean UX**. California: O'Reilly Media, 2013.

HENRIQUES, Cecilia; PILAR, Denise; IGNÁCIO, Elizete. **UX Research com sotaque brasileiro**: ou sobre como fazer pesquisas com usuários no Brasil sem apegos acadêmicos ou erros do mercado. Casa do Código, 2022.

HEURISTIC Evaluation. Interaction Design Foundation. Disponível em: <https://www.interaction-design.org/literature/topics/heuristic-evaluation>. Acesso em: 12 ago. 2023.

ITTEN, Johannes. **The elements of color**. New York: Van Nostrand Reinhold Company, 1970.

LANUTTI, Jamille Noretza de Lima ; PASCHOARELLI, Luis Carlos; SILVA, José Carlos Plácido da. Ergonomia e função simbólica: uma revisão. *In*: PASCHOARELLI, Luis Carlos (Org.); MENEZES, Marizilda dos Santos (Org.). **Design**: Estudos e proposições. Bauru: Canal6, 2016. cap. 15, p. 225-240.

LUPTON, Ellen. **Pensar com tipos**: guia para designers, escritores, editores e estudantes. Editoria Olhares, 2021.

MUSEUM of Military Medicine. Disponível em: <https://www.museumofmilitarymedicine.org.uk/>. Acesso em: 29 out. 2023.

NEURODIVERSITY in the office. Disponível em: <https://neuroinclusive.design/en/>. Acesso em: 29 out. 2023.

NEXT Gen Now. Disponível em: <https://nextgennow.canopyplanet.org/>. Acesso em: 29 out. 2023.

NIELSEN, Jakob. **Usability Engineering**. California: Academic Press Professional, 1993.

NIELSEN, Jakob. **10 Usability Heuristics for User Interface Design**. NN/g - Nielsen and Norman Group. Disponível em: <https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/>. Acesso em: 12 ago. 2023.

NORMAN, Don. **Design for the 21st Century**. Interaction Design Foundation. Disponível em: <https://www.interaction-design.org/courses/design-for-the-21st-century/>. Acesso em: 12 ago. 2023.

NORMAN, Donald A. **O design do dia a dia**. 1. ed. Rio de Janeiro: Anfi-teatro, 2018.

POYNOR, Rick. **Abaixo as regras: design gráfico e pós-modernismo**. Porto Alegre: Bookman, 2010.

ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen; PREECE, Jennifer. **Design de interação: Além da interação humano-computador**. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2013.

ZAVADIL, Priscila *et al.* **Possibilidades de uso da matriz morfológica no processo de geração de alternativas em design**. 11º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design, Gramado, v. 1, n. 4, p. 1126-1135, dez. 2014. Disponível em: <http://www.proceedings.blucher.com.br/article-details/possibilidades-de-uso-da-matriz-morfolgica-no-processo-de-gerao-de-alternativas-em-design-12723>. Acesso em: 11 nov. 2023

8

**Anexos**

# Anexo 1 - Perfil de estudantes de Design

Nome e sobrenome

-----

## Termo de consentimento livre e esclarecido

### Sobre a pesquisa

Essa pesquisa faz parte do projeto de TCC "Rafic Farah e a revista Trip: uma jornada digital pelo pós-modernismo no design gráfico brasileiro".

Você recebeu um convite para participar por se enquadrar no perfil de estudante que poderia demonstrar interesse a respeito do tema trabalhado.

Esse questionário possui 19 perguntas de múltipla escolha e 4 perguntas de resposta curta.

Tempo estimado de conclusão: 5 minutos

### Objetivo

Entender o perfil e hábitos de estudantes do curso de Design da UFU, bem como seus interesses a respeito de Rafic Farah e do design gráfico pós moderno.

## **Justificativa**

Essa pesquisa se faz necessária para que a plataforma final do projeto seja adequada às necessidades reais do público alvo.

## **Público alvo**

Esse questionário em específico é destinado para estudantes da disciplina de Teoria e História do Design II que tiveram contato com o trabalho de Rafic. Se você não faz parte desse público, favor desconsiderar a pesquisa.

## **Participação**

A participação nessa pesquisa é voluntária, desta forma não resultando em nenhuma bonificação à pessoa participante. Não é previsto nenhum risco ou desconforto, mas caso não se sinta confortável com alguma pergunta, você pode abandonar a pesquisa a qualquer momento.

## **Confidencialidade e uso dos dados**

A coleta de informações pessoais como nome e e-mail é necessária apenas para garantir individualidade nas respostas. Em nenhum momento o conteúdo desse questionário será utilizado para avaliar o conhecimento das pessoas participantes. Qualquer dado será compartilhando exclusivamente em âmbito acadêmico com respostas anonimizadas, de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

## **Descadastro**

A qualquer momento no futuro, você pode solicitar a exclusão dos seus dados dessa pesquisa, entrando em contato com a pesquisadora:

E-mail: alinevitoriamarinho@gmail.com

WhatsApp: (34) 99340-6547

**Você concorda em participar dessa pesquisa?**

Afirmo que li e concordo em participar de acordo com os termos acima

Não tenho interesse em participar

**Sobre você**

**Quantos anos você tem?**

Menos de 18 anos

18 a 23 anos

24 a 29 anos

30 a 35 anos

Mais de 35 anos

**Qual sua cidade de origem? (Cidade - UF)**

-----  
**Você já possui graduação concluída em algum outro curso além de Design?**

Sim

Não

**Há quanto tempo você está cursando Design na UFU?**

Menos de 1 ano

Entre 1 e 2 anos

Entre 2 e 3 anos

Entre 3 e 4 anos

Mais de 4 anos

**Você trabalha ou já trabalhou com Design?**

*Considere estágios, empregos fixos ou freelance*

Sim

Não

Outros...

**Sobre atividades de lazer****Quais suas principais atividades de lazer?**

*Selecione até 3 opções*

Assistir filmes e séries

Sair com amigos ou família

Navegar em redes sociais

Ler livros/revistas físicas ou digitais

Tocar algum instrumento ou cantar

Desenhar física ou digitalmente

Praticar esportes

Outros...

**Quais redes sociais você utiliza com mais frequência para consumir conteúdos em momentos de lazer?**

*Selecione até 5 opções*

Instagram

Facebook

TikTok

Twitter / X

LinkedIn

Reddit

YouTube

WhatsApp

Medium

Behance

Pinterest

Telegram

Snapchat

Outros...

**Como você prefere consumir conteúdo nos seus momentos de lazer?**

Prefiro vídeo

Prefiro áudio

Prefiro imagens

Prefiro textos

Outros...

**Em sua maioria, qual a duração dos conteúdos em mídia que você consome?**

*Considere conteúdos individuais, como 1 único vídeo ou 1 único episódio de podcast*

Até 2 minutos

De 2 a 10 minutos

Acima de 10 minutos

**Sobre seus estudos**

**Quais assuntos relacionados à design você mais pesquisa?**

*Selecione até 3 opções*

História e teoria

Referências visuais

Referências de projeto

Trabalho de outros designers

Agências e estúdios de design

Tendências de mercado

Outros...

**Onde você começa sua pesquisa sobre esses assuntos?**

*Selecione até 3 opções*

Google

Medium

Blogs em geral

Livros e revistas

Behance

Pinterest

TikTok

Instagram

YouTube

Outros...

**Em qual formato você mais busca essas informações?**

Procuvo vídeos / filmes

Procuvo áudios / podcasts

Procuvo textos / artigos / livros

Procuvo imagens / infográficos

**Com que frequência faz esse tipo de pesquisa relacionada à Design?**

- Diariamente
- Várias vezes na semana
- Algumas vezes na semana
- Algumas vezes por mês ou menos

**Na maioria das vezes, onde aplica esse tipo de conhecimento?**

- Trabalhos práticos
- Trabalhos teóricos
- Estágio / empresa
- Estudos pessoais
- Outros...

**Ao pesquisar sobre uma pessoa designer ou uma empresa de design específica, quais informações você procura?**

- Sobre a pessoa/empresa
- Trabalhos realizados
- Processo de design
- Prêmios recebidos
- História da pessoa / empresa
- Designers, empresas ou projetos semelhantes

Outros...

**Quais designers ou estúdios de design são referências para você?**

-----

**Agora nos diga como você compartilha seus conhecimentos de Design:**

**Com que frequência você compartilha esses aprendizados?**

Diariamente

Várias vezes na semana

Algumas vezes na semana

Algumas vezes por mês ou menos

**Com quem você compartilha com mais frequência?**

Pessoas designers

Pessoas não-designers, mas que trabalham em área próximas (arquitetura, publicidade, etc)

Pessoas não-designers que não trabalham em área próxima

Outros...

**Como você compartilha?**

Por mensagem direta por texto ou áudio (WhatsApp, Instagram, etc)

Em conversas presenciais

Em ligação por áudio (ligação) ou vídeo (vídeo-chamada)

Não costumo compartilhar

Outros...

## **Sobre o Rafic Farah**

**Já conhecia o trabalho de Rafic Farah antes dessa aula?**

Sim

Não

Não sei

Outros...

**Já conhecia a revista Trip antes dessa aula?**

Sim

Não

Não sei

Outros...

**Qual característica você achou mais marcante no trabalho de Rafic?**

-----

**Em 1 palavra, resuma o que é pós-modernismo para você**

-----

## **Participação em outros estudos**

Futuramente, poderão ser feitos testes e entrevistas com pessoas interessadas nesse tema.

Se tiver interesse em participar de pesquisas futuras, deixe seu WhatsApp para contato

Você pode deixar essa opção em branco caso não queira participar

-----

## Anexo 2 - Perfil de estudantes de Design, Arquitetura e Artes

Nome e sobrenome

-----

### Termo de consentimento livre e esclarecido

#### Sobre a pesquisa

Essa pesquisa faz parte do projeto de TCC "Rafic Farah e a revista Trip: uma jornada digital pelo pós-modernismo no design gráfico brasileiro".

Você recebeu um convite para participar por se enquadrar no perfil de estudante que poderia demonstrar interesse a respeito do tema trabalhado.

Esse questionário possui 20 perguntas de múltipla escolha e 5 perguntas de resposta curta.

Tempo estimado de conclusão: 5 minutos

#### Objetivo

Entender o perfil e hábitos de estudantes dos cursos de design, arquitetura e artes, bem como seus interesses a respeito de Rafic Farah e do design gráfico pós moderno.

## **Justificativa**

Essa pesquisa se faz necessária para que a plataforma final do projeto seja adequada às necessidades reais do público alvo.

## **Público alvo**

Esse questionário é destinado para estudantes dos cursos de design, arquitetura e artes, que possam ou não ter tido contato com o trabalho de Farah e que estejam em qualquer período do curso.

A única exceção são estudantes que estejam fazendo a disciplina de Teoria e História do Design II desse semestre, pois o questionário dessa turma em específico foi separado e por isso não devem responder novamente.

## **Participação**

A participação nessa pesquisa é voluntária, desta forma não resultando em nenhuma bonificação à pessoa participante. Não é previsto nenhum risco ou desconforto, mas caso não se sinta confortável com alguma pergunta, você pode abandonar a pesquisa a qualquer momento.

## **Confidencialidade e uso dos dados**

A coleta de informações pessoais como nome e e-mail é necessária apenas para garantir individualidade nas respostas. Em nenhum momento o conteúdo desse questionário será utilizado para avaliar o conhecimento das pessoas participantes. Qualquer dado será compartilhado exclusivamente em âmbito acadêmico com respostas anonimizadas, de acordo com a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

## **Descadastro**

A qualquer momento no futuro, você pode solicitar a exclusão dos seus dados dessa pesquisa, entrando em contato com a pesquisadora:

E-mail: alinevitoriamarinho@gmail.com

WhatsApp: (34) 99340-6547

### **Você concorda em participar dessa pesquisa?**

Afirmo que li e concordo em participar de acordo com os termos acima

Não tenho interesse em participar

## **Sobre você**

### **Quantos anos você tem?**

Menos de 18 anos

18 a 23 anos

24 a 29 anos

30 a 35 anos

Mais de 35 anos

### **Qual sua cidade de origem? (Cidade - UF)**

-----

**O que você está cursando atualmente?** Design Arquitetura e urbanismo Artes visuais Outros...**Você já possui graduação concluída em algum outro curso além do seu curso atual?** Sim Não**Há quanto tempo você está no seu curso atual?** Menos de 1 ano Entre 1 e 2 anos Entre 2 e 3 anos Entre 3 e 4 anos Mais de 4 anos**Você trabalha ou já trabalhou na área em que estuda?**

*Considere estágios, empregos fixos ou freelance*

 Sim Não Outros...

## Sobre atividades de lazer

### Quais suas principais atividades de lazer?

*Selecione até 3 opções*

- Assistir filmes e séries
- Sair com amigos ou família
- Navegar em redes sociais
- Ler livros/revistas físicas ou digitais
- Tocar algum instrumento ou cantar
- Desenhar física ou digitalmente
- Praticar esportes
- Outros...

### Quais redes sociais você utiliza com mais frequência para consumir conteúdos em momentos de lazer?

*Selecione até 5 opções*

- Instagram
- Facebook
- TikTok
- Twitter / X
- LinkedIn
- Reddit
- YouTube

WhatsApp

Medium

Behance

Pinterest

Telegram

Snapchat

Outros...

**Como você prefere consumir conteúdo nos seus momentos de lazer?**

Prefiro vídeo

Prefiro áudio

Prefiro imagens

Prefiro textos

Outros...

**Em sua maioria, qual a duração dos conteúdos em mídia que você consome?**

*Considere conteúdos individuais, como 1 único vídeo ou 1 único episódio de podcast*

Até 2 minutos

De 2 a 10 minutos

Acima de 10 minutos

## Sobre seus estudos

**Quais assuntos relacionados à design, artes ou arquitetura  
você mais pesquisa?**

*Selecione até 3 opções*

História e teoria

Referências visuais

Referências de projeto

Trabalho de outras pessoas

Agências e estúdios

Tendências de mercado

Outros...

**Onde você começa sua pesquisa sobre esses assuntos?**

*Selecione até 3 opções*

Google

Medium

Blogs em geral

Livros e revistas

Behance

Pinterest

TikTok

Instagram

YouTube

Outros...

**Em qual formato você mais busca essas informações?**

Procuvo vídeos / filmes

Procuvo áudios / podcasts

Procuvo textos / artigos / livros

Procuvo imagens / infográficos

**Com que frequência faz esse tipo de pesquisa relacionada a sua área de estudo?**

Diariamente

Várias vezes na semana

Algumas vezes na semana

Algumas vezes por mês ou menos

**Na maioria das vezes, onde aplica esse tipo de conhecimento?**

Trabalhos práticos

Trabalhos teóricos

Estágio / empresa

Estudos pessoais

Outros...

**Ao pesquisar sobre um profissional da sua área ou uma empresa específica, quais informações você procura?**

Sobre a pessoa/empresa

Trabalhos realizados

Processo de trabalho

Prêmios recebidos

História da pessoa / empresa

Outros profissionais, empresas ou projetos semelhantes

Outros...

**Quais designers ou estúdios de design são referências para você?**

-----

**Agora nos diga como você compartilha seus conhecimentos:**

**Com que frequência você compartilha esses aprendizados?**

Diariamente

Várias vezes na semana

Algumas vezes na semana

Algumas vezes por mês ou menos

**Com quem você compartilha com mais frequência?**

Pessoas que estudam ou trabalham na mesma área que eu

Pessoas que não são da mesma área, mas que trabalham em área próximas (interiores, publicidade, marketing, etc)

Pessoas que não são da mesma área e que não trabalham em área próxima

Outros...

**Como você compartilha?**

Por mensagem direta por texto ou áudio (WhatsApp, Instagram, etc)

Em conversas presenciais

Em ligação por áudio (ligação) ou vídeo (vídeo-chamada)

Não costumo compartilhar

Outros...

**Sobre o Rafic Farah****Você conhece o trabalho de Rafic Farah?**

Sim

Não

Não sei

Outros...

**Você conhece a revista Trip?**

Sim

Não

Não sei

Outros...

**Em 1 palavra, resuma o que é pós-modernismo para você**

-----

**Sobre o Rafic Farah**

**Como você conheceu trabalho de Rafic?**

-----

**Qual característica você acha mais marcante do trabalho dele?**

-----

**Participação em outros estudos**

Futuramente, poderão ser feitos testes e entrevistas com pessoas interessadas nesse tema.

Se tiver interesse em participar de pesquisas futuras, deixe seu WhatsApp para contato

Você pode deixar essa opção em branco caso não queira participar

-----

## Anexo 3 – Roteiro Card Sorting

### Apresentação

Eu vou te mostrar alguns conteúdos e pedir pra você reorganizar de acordo com o que for mais intuitivo pra você. A ideia é entender sua forma natural de interação, então não precisa se prender a como os lugares normalmente categorizam, faça o que é certo pra você. Lembre-se que não existe certo ou errado.

Você pode propor alterações nos textos a qualquer momento usando o post it verde. Também pode adicionar novos textos nos cards brancos.

Se tiver alguma dúvida pode perguntar.

### Introdução

Leia todos os cards e me diz o que entendeu de cada um.

#### Tarefa 1

Agrupe os itens de acordo com como você esperaria encontrar essas informações no seu 1o contato com o site.

#### Tarefa 2

Como você nomearia esses grupos? Por que assim?

#### Tarefa 3

Coloque números nos títulos dos grupos ordenando do mais

importante (que você gostaria de ver primeiro) pro menos importante.

#### **Tarefa 4**

Se você estivesse fazendo uma pesquisa sobre referências visuais, você manteria essas categorias? Mudaria a ordem de priorização?

#### **Tarefa 5**

Se você estivesse fazendo uma pesquisa sobre trabalhos específicos do Rafic, você manteria essas categorias? Mudaria a ordem de priorização?

#### **Tarefa 6**

Se você estivesse fazendo uma pesquisa sobre processo e projetos, você manteria essas categorias? Mudaria a ordem de priorização?

#### **Tarefa 7**

Alguns desses conteúdos você gostaria de ver em vídeo? Até quanto tempo? Por que esse conteúdo?

## Anexo 4 - Teste de usabilidade moderado

### Apresentação

Você vai ver um site agora, ele ainda está em fase inicial por isso nem tudo é o conteúdo final e nem todas as coisas funcionam. Você pode navegar livremente, e no final vou ter fazer algumas perguntas sobre o que você viu e o que você entendeu.

Não existe certo ou errado, isso não é uma avaliação de nenhuma forma. Eu quero descobrir realmente o que pode estar ruim e precisa de melhoria, então pode ser 100% sincera. Se ficar em dúvida, ou não souber algo, podemos pular a pergunta.

### Cenário

Você teve uma aula de história do design e agora está procurando referências de designers pós modernos e encontrou esse site.

### Perguntas

1. O que você entendeu do site?
2. Quem é Rafic Farah?
3. Onde você procuraria os lugares onde o Rafic trabalhou?
4. Onde você procurar uma edição de 1990 da revista Trip?

5. Onde você procuraria sobre o uso de tipografia na revista Trip?

6. Onde você procurar o projeto do Banco Osso de Rafic?

7. Você quer saber mais sobre pós modernismo, você vê algo que te ajuda nisso? Como?

## Anexo 5 - Teste de usabilidade não moderado

### Introdução

Olá!

Essa pesquisa faz parte do projeto de TCC *“Rafic Farah e a revista Trip: uma jornada digital pelo pós-modernismo no design gráfico brasileiro”*.

O objetivo é identificar melhorias no site proposto, através de um questionário feito após a navegação no mesmo, e se destina a estudantes e profissionais das áreas de design, arquitetura e artes visuais.

A participação é voluntária e não gera nenhuma bonificação para a pessoa participante. Ao final, nenhum dado sensível será registrado, e portanto nada será compartilhado.

#### **Você participará de 2 etapas:**

- . Navegação no site
- . Questionário sobre o site com 5 perguntas.

**Tempo estimado:** 5 minutos

**Para começar, selecione até 2 opções que mais se enquadram na sua situação atual de estudo/trabalho:**

Sou estudante de Design

Sou profissional de Design

Sou estudante de Artes Visuais

Sou profissional de Artes Visuais

Sou estudante de Arquitetura

Sou profissional de Arquitetura

Outro

### **Navegue no site a seguir**

Você pode clicar onde quiser e navegar livremente.

**Explore todas as sessões**, e ao final da página você encontra um botão de “Terminei e quero prosseguir”. Basta clicar nele para continuar para o questionário.

Caso seja direcionado para alguma página externa em algum momento, é só retornar para a página do teste e continuar de onde parou.

Este é apenas um protótipo, por isso **pode apresentar lentidão**. Agradeço sua compreensão e paciência.

**Na sua opinião, qual era o objetivo do site que acabou de ver?** (pergunta de resposta aberta)

**Descreva o site que viu em 3 palavras chave** (pergunta de resposta aberta)

**Quais dessas informações você encontrou no site?**

*Selecione quantas quiser.*

- História de Rafic Farah
- História da revista Trip
- Capas da revista Trip
- Características de edições específicas da revista
- Marcas feitas por Rafic
- Edificações feitas por Rafic
- Descrição dos projetos de Rafic
- O uso de tipografia no terceiro período da revista revista Trip
- O que é Pós Modernismo
- Características de Pós Modernismo
- Mobiliários feitos por Rafic
- Outros designers pós modernos

**Gostaria de sugerir alguma melhoria ou conteúdo a ser adicionado?** (pergunta de resposta aberta)

**Onde você aplicaria o que aprendeu nesse site?**

- Estudos teóricos da faculdade
- Projetos práticos da faculdade

Projetos pessoais

Estágio / empresa

Em lugar nenhum

Não sei

Outro



# MENINO

**Rafic Farah**

e o design gráfico da revista Trip

Por Aline Marinho