



**Politécnico  
Castelo Branco**

Escola Superior  
de Artes Aplicadas



**FACULDADE DE ARQUITETURA**  
LISBON SCHOOL OF ARCHITECTURE  
UNIVERSIDADE DE LISBOA

# **O impacto do *design* gráfico no planeamento por parte dos *designers* e estudantes de *design***

Beatriz da Silva Vieira

## **Orientadora**

Especialista Isabel Castro

Trabalho de Projeto apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em *Design* Gráfico, realizado sob a orientação científica da Professora Adjunta Convidada do Instituto Politécnico de Castelo Branco, Isabel Lopes de Castro.

Dezembro, 2025



# **COMPOSIÇÃO DO JÚRI**

## **PRESIDENTE DO JÚRI**

**Doutor, João Vasco Matos Neves**

Professor Coordenador da Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco

## **VOGAIS**

**Doutor, Marco Neves (Arguente)**

Professor Associado com Agregação da Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa

**Especialista, Isabel Lopes de Castro (orientadora)**

Professora Adjunta Convidada da Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco



## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço à minha orientadora, a professora adjunta convidada Isabel Lopes de Castro, por ter aceitado a responsabilidade de orientar o trabalho de projeto. Adicionalmente, pela orientação, acompanhamento e disponibilidade durante todo o processo.

Agradeço também, ao professor adjunto convidado João Cabral, pelo apoio e disponibilidade para o desenvolvimento prático do projeto.

## **RESUMO**

A pouca produtividade aliada da falta de organização afeta cada vez mais a sociedade. A presente dissertação, de natureza teórico-prática, visa abordar quais as estratégias no âmbito do *design* gráfico, que ajudem a melhorar a organização e o planeamento dos *designers* e estudantes de *design* no quotidiano. A partir da investigação, em complementaridade, com questionário e estudo de casos é possível desenvolver um protótipo de um aplicação móvel, que apoie na organização e planeamento. Espera-se no final da investigação, a sua disseminação através da defesa, do repositório aberto do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

## **PALAVRAS-CHAVE**

Organização Pessoal, *Design* Gráfico, Planeamento, *designers*, *UX design*

## **Abstract**

*Low productivity combined with a lack of organisation is increasingly affecting society. This theoretical and practical dissertation aims to address strategies in the field of graphic design that help improve the organisation and planning of designers and design students in their daily lives. Based on complementary research, including questionnaire and case studies, it is possible to develop a prototype mobile application that supports organisation and planning. At the end of the research, it is expected to be disseminated through the defense and the open repository of the Polytechnic Institute of Castelo Branco.*

## **KEYWORDS**

*Personal Organization, Graphic Design, Planning, Designers, UX Design*



# ÍNDICE GERAL

Índice de figuras.....	XI
Índice de tabelas .....	XIV
1. Enquadramento .....	1
1.1. Temática.....	1
1.2. Objeto de estudo.....	1
2. Questões de Partida.....	3
2.1. Questão de Partida Principal.....	3
2.2. Questão de Partida Secundária .....	3
3. Objetivos.....	3
3.1. Objetivo Geral .....	3
3.2. Objetivos Específicos.....	3
4. Argumento .....	4
5. Estrutura do documento .....	5
6. Metodologia da investigação .....	6
6.1. Organograma do processo investigativo .....	7
Capítulo I – Enquadramento teórico .....	8
1.1. Diagrama de Venn do enquadramento teórico .....	8
1.2. Gestão de Tempo .....	9
1.2.1. Organização e Planeamento .....	10
1.3. Design Gráfico .....	16
1.3.1. Marca .....	17
1.3.2. Sistemas de Identidade Visual .....	21
1.3.3. Design de Informação .....	36
1.3.4. UX Design.....	39
Síntese do capítulo.....	45
Capítulo II – Questionário e Estudo de casos.....	47
2.1. Questionário .....	47
2.2. Estudo de Casos .....	53
2.2.1. Notion.....	58
2.2.2. xTiles.....	78
2.2.3. Evernote .....	96
2.2.4. Habitica.....	116
2.2.5. Trello .....	133
2.2.6. Todoist .....	155
2.2.10. Comparação das Plataformas .....	177

Síntese do capítulo.....	185
Capítulo III – Desenvolvimento projetual.....	187
3.1 Identidade de Marca.....	187
3.2. Posicionamento.....	188
3.3. Público-alvo.....	188
3.4 Sistema de Identidade Visual.....	191
Elementos Básicos.....	191
Logótipo.....	195
Elementos complementares.....	196
Elementos Aplicados.....	196
Manual de identidade Visual.....	196
3.5 UX Design.....	197
3.5.1 Fase de Investigação.....	198
3.5.2 Fase de Aplicação.....	199
3.5.3 Fase de Feedback.....	207
Conclusão.....	210
Disseminação.....	211
Referências Bibliográficas.....	212
Apêndices.....	222
Apêndice I - Declaração de Consentimento da Comissão de Ética do IPCB.....	222
Apêndice II – Inquérito por Questionário.....	223
Apêndice III – Respostas do Inquérito por questionário.....	238
Apêndice IV – Análise Breve de Aplicações de Organização Pessoal e Planeamento.....	266
CLICKUP.....	266
MILANOTE.....	269
ASANA.....	273
GOOGLE CALENDÁRIO / GOOGLE AGENDA.....	276
GOOGLE KEEP.....	281
OUTLOOK CALENDAR.....	284
CANVA.....	291
PLANTIE.....	292
Apêndice V – Manual Identidade Visual.....	294
Apêndice VI – Wireframes.....	305
Apêndice VII – Protótipo.....	307
Apêndice VIII – Respostas testes de usabilidade Maze.....	308

# Índice de figuras

Figura 1: Organograma do processo investigativo .....	7
Figura 2: Diagrama de Venn do enquadramento teórico .....	8
Figura 3: Logótipo do Google (Fonte: Wikipedia (2020) <a href="https://en.wikipedia.org/wiki/Google_logo">https://en.wikipedia.org/wiki/Google_logo</a> ).....	30
Figura 4: Logótipo da Coca-Cola (Fonte: Pngwing (s.d.). <a href="https://www.pngwing.com/pt/free-png-nfert/download">https://www.pngwing.com/pt/free-png-nfert/download</a> ) .....	30
Figura 5: Logótipo da IBM (Fonte: Pngwing (s.d.). <a href="https://www.pngwing.com/pt/free-png-btddc/download">https://www.pngwing.com/pt/free-png-btddc/download</a> ) .....	31
Figura 6: Logótipo da CNN (Fonte: Pngwing (s.d.). <a href="https://www.pngwing.com/pt/free-png-pjmxx/download">https://www.pngwing.com/pt/free-png-pjmxx/download</a> ) .....	31
Figura 7: Logótipo do Twitter (Fonte: Logo.wine. (s.d.) <a href="https://www.logo.wine/logo/Twitter">https://www.logo.wine/logo/Twitter</a> ) .....	31
Figura 8: Logótipo da Apple Cleanpng.com. (s.d). <a href="https://www.cleanpng.com/png-apple-logo-portable-network-graphics-desktop-wallp-7292099/">https://www.cleanpng.com/png-apple-logo-portable-network-graphics-desktop-wallp-7292099/</a> .....	31
Figura 9: Logótipo da KFC (Fonte: Wikipedia. (2025). Wikipedia.org. <a href="https://sco.wikipedia.org/w/index.php?title=File:KFC_logo.svg&amp;oldid=905221">https://sco.wikipedia.org/w/index.php?title=File:KFC_logo.svg&amp;oldid=905221</a> )	32
Figura 10: Logótipo do Burger King (Fonte: Logos PNG (2019) <a href="https://logospng.org/logo-burger-king/">https://logospng.org/logo-burger-king/</a> ) .....	32
Figura 11: Logótipo da Starbucks (Fonte: PNGEgg. (s.d.) <a href="https://www.pngegg.com/en/png-nybtw">https://www.pngegg.com/en/png-nybtw</a> ) .....	33
Figura 12: Gráfico relativo ao recurso a ferramentas digitais (Fonte: autora, 2025)	48
Figura 13: Logótipo do Notion (Notion Labs (2025). <a href="https://www.notion.com/">https://www.notion.com/</a> )	58
Figura 14: Símbolo do Notion (Notion Labs (2025) <a href="https://www.notion.com/">https://www.notion.com/</a> )....	59
Figura 15: Captura de ecrã das tipografias disponíveis (Fonte: autora, 2025).....	60
Figura 16: Captura de ecrã das cores utilizadas na Notion (Fonte: autora, 2025)	61
Figura 17: Captura de ecrã das ilustrações da Notion (Fonte: autora, 2025).....	61
Figura 18: Captura de ecrã da icnografia da Notion (Fonte: autora, 2025).....	62
Figura 19: Captura de ecrã das possibilidades de autenticação do utilizador (Fonte: autora, 2025).....	63
Figura 20: Captura de ecrã exemplificativa da categorização das metas, personalização das metas, classificação das metas (Fonte: autora, 2025) .....	66
Figura 21: Captura de ecrã exemplificativa da personalização de tarefas (Fonte: autora, 2025).....	66
Figura 22: Captura de ecrã demonstrativa do botão check (Fonte: autora, 2025)	67
Figura 23: Captura de ecrã de exemplificação da separação por categorias (Fonte: autora, 2025).....	68
Figura 24: Captura de ecrã com possibilidade de visualização de dados (Fonte: autora, 2025).....	69
Figura 25: Captura de ecrã de exemplo de utilização das cores (Fonte: autora, 2025) .....	71
Figura 26: Captura de ecrã exemplo da versão mobile (Fonte: autora, 2025) .....	72
Figura 27: Captura de ecrã exemplo da versão desktop (Fonte: autora, 2025) ....	72
Figura 28: Logótipo do xTiles (xTiles. (2025) <a href="https://adhd.xtiles.app/">https://adhd.xtiles.app/</a> ) .....	78
Figura 29: Versão azul do símbolo (xTiles. (2025) <a href="https://adhd.xtiles.app/">https://adhd.xtiles.app/</a> ) .....	79
Figura 30: Versão azul e amarela do símbolo (xTiles. (2025) <a href="https://adhd.xtiles.app/">https://adhd.xtiles.app/</a> ) .....	79
Figura 31: Captura de ecrã das possibilidades de autenticação do xTiles (Fonte: autora, 2025).....	82
Figura 32: Captura de ecrã da funcionalidade de botão check para as tarefas concluídas (Fonte: autora, 2025) .....	84

Figura 33: Captura de ecrã de funcionalidade de calendário (Fonte: autora, 2025)	85
Figura 34: Captura de ecrã de mensagem de feedback (Fonte: autora, 2025) ....	86
Figura 35: Captura de ecrã a possibilidade de utilização de cores para ordens prioritárias (Fonte: autora, 2025) .....	88
Figura 36: Padrão de posicionamento versão desktop .....	89
Figura 37: Padrão de posicionamento versão mobile (Fonte: autora, 2025) .....	89
Figura 38: Logótipo do Evernote (Evernote Corporation. (2025). <a href="https://evernote.com/pt-br">https://evernote.com/pt-br</a> ) .....	96
Figura 39: Mads, símbolo do Evernote (Evernote Corporation. (2025). <a href="https://evernote.com/pt-br">https://evernote.com/pt-br</a> ) .....	97
Figura 40: Captura de ecrã às possibilidades de autenticação (Fonte: autora, 2025) .....	100
Figura 41: Captura de ecrã da limitação de dispositivos sincronizados (Fonte: autora, 2025).....	101
Figura 42: Captura de ecrã a possibilidades de personalização (Fonte: autora, 2025) .....	102
Figura 43: Captura de ecrã a possibilidades de personalização das tarefas (Fonte: autora, 2025).....	103
Figura 44: Captura de ecrã ao lixo dentro do Evernote (Fonte: autora, 2025)....	106
Figura 45: Captura de ecrã a cores a separar categorias (Fonte: autora, 2025))	107
Figura 46: Captura de ecrã a confirmação para ação (Fonte: autora, 2025).....	114
Figura 47: Logótipo da Habitica (Habitica Wiki (2019) <a href="https://habitica.fandom.com/wiki/Habitica_Wiki">https://habitica.fandom.com/wiki/Habitica_Wiki</a> ).....	116
Figura 48: Símbolo da Habitica (Habitica Wiki (2019) <a href="https://habitica.fandom.com/wiki/Habitica_Wiki">https://habitica.fandom.com/wiki/Habitica_Wiki</a> ).....	117
Figura 49: Captura de ecrã às possibilidades de autenticação (Fonte: autora 2025) .....	119
Figura 50: Captura de ecrã de introdução à utilização (Fonte: autora, 2025).....	120
Figura 52: Captura de ecrã ao feedback para prevenção de erros (Fonte: autora, 2025) .....	125
Figura 54: Captura de ecrã de ilustrações do Trello (Fonte: autora, 2025) .....	135
Figura 55: Captura de ecrã de exemplos de icnografia do Trello (Fonte: autora, 2025) .....	136
Figura 56: Captura de ecrã da aplicação da mascote (Fonte: autora, 2025).....	137
Figura 57: Captura de ecrã exemplificativa da criação de conta no Trello (Fonte: autora, 2025).....	138
Figura 58: Captura de ecrã exemplificativa da introdução na utilização (Fonte: autora, 2025).....	139
Figura 59: Captura de ecrã de criação de tarefas (Fonte: autora, 2025) .....	141
Figura 60: Captura de ecrã da possibilidade de adicionar comentários (Fonte: autora, 2025).....	142
<i>Figura 61: Captura de ecrã da funcionalidade de botão check (Fonte: autora, 2025) .....</i>	<i>142</i>
Figura 62: Captura de ecrã de exemplificação de como é feita a separação por categorias (Fonte: autora, 2025).....	143
Figura 63: Captura de ecrã da disponibilidade de lembretes (Fonte: autora, 2025)	143
Figura 64: Captura de ecrã do histórico de tarefas (Fonte: autora,2025).....	144
Figura 65: Captura de ecrã da visualização de tarefas diárias (Fonte: autora, 2025) .....	145
Figura 66: Captura de ecrã da possibilidade de adicionar anexos (Fonte: autora, 2025) .....	145
Figura 67: Captura de ecrã da possibilidade de editar o texto (Fonte: autora, 2025) .....	150

Figura 68: Captura de ecrã de confirmação de ação (Fonte: autora, 2025).....	153
Figura 69: Símbolo da Todoist (Doist,inc. (s.d.) <a href="https://www.todoist.com/pt-BR">https://www.todoist.com/pt-BR</a> )157	
Figura 70: Captura de ecrã das cores disponíveis (Fonte: autora, 2025).....	160
Figura 71: Captura de ecrã dos layouts disponíveis e limitações (Fonte: autora, 2025) .....	160
Figura 72: Captura de ecrã ao sistema de gamificação (Fonte: autora, 2025).....	161
Figura 73: Captura de ecrã à criação de tarefas (Fonte: autora, 2025) .....	162
Figura 74: Captura de ecrã: à personalização de duração de tarefas (Fonte: autora, 2025).....	163
Figura 75: Captura de ecã ao feedback sobre tarefas .....	163
Figura 76: Captura de ecrã aos níveis no Karma (Fonte: autora, 2025).....	164
Figura 77: Captura de ecrã à possibilidade de adicionar comentários (Fonte: autora, 2025).....	164
Figura 78: Captura de ecrã ao botão check e resultado (Fonte: autora, 2025)...	165
Figura 79: Captura de ecrã à configuração de lembretes (Fonte: autora, 2025)	166
Figura 80: Captura de ecrã ao registo de atividade (Fonte: autora, 2025) .....	166
Figura 81: Captura de ecrã à visualização diária (Fonte: autora, 2025).....	167
Figura 82: Captura de ecrã à possibilidade de adicionar anexos (Fonte: autora, 2025) .....	168
Figura 83: Captura de ecrã ao feedback de ações (Fonte: autora, 2025).....	169
Figura 84: Captura de ecrã para a confirmação de ações (Fonte: autora, 2025)169	
Figura 85: Captura de ecrã à página do INPI.....	192
Figura 86: Paleta Cromática (Fonte: autora, 2025) .....	193
Figura 87: Resultado do estudo de cor (Fonte: Asada (2019) <a href="https://asada.website/webCVS/">https://asada.website/webCVS/</a> ).....	193
Figura 88: Captura de ecrã ao teste cromático (Fonte: autora, 2025) .....	193
Figura 89: Tipografia Rubik (Fonte: autora, 2025).....	194
Figura 90: Logótipo da Plannie (fonte: autora, 2025) .....	195
Figura 91: Grafismos (fonte: autora, 2025).....	196
Figura 92: Arquitetura de informação (Fonta: autora, 2025) .....	199
Figura 93: Abertura do protótipo (Fonte: autora, 2025).....	200
Figura 94: Processo de criação de conta (Fonte: autora, 2025) .....	201
Figura 95: Página inicial da aplicação (fonte: autora, 2025) .....	201
Figura 96: Calendário na aplicação (fonte: autora, 2025).....	202
Figura 97: Notas Rápidas na aplicação (Fonte: autora, 2025).....	203
Figura 98: Categoria projetos na aplicação (Fonte: autora, 2025) .....	203
Figura 99: mensagens de confirmação (Fonte: autora, 2025).....	204
Figura 100: mensagens motivacionais (Fonte: autora, 2025).....	204
Figura 101: Interior da categoria de projetos (Fonte: autora, 2025) .....	205
Figura 102: Categoria Estudos (fonte: autora, 2025).....	206
Figura 103: Categoria Vida Pessoal (Fonte: autora, 2025).....	206
Figura 104: barra com sistema de scroll horizontal (fonte: autora, 2025) .....	208
Figura 105: barra com sistema de setas (Fonte: autora, 2025) .....	208

## **Índice de tabelas**

Tabela 1: Tabela comparativa das funcionalidades (Fonte: autora, 2025).....	177
Tabela 2: Tabela comparativa do design de interface (Fonte: autora, 2025) .....	180
Tabela 3: Tabela comparativa do design de interface (Fonte: autora, 202.....	182





# INTRODUÇÃO

## 1. Enquadramento

### 1.1. Temática

#### **CAMPO DA INVESTIGAÇÃO**

O campo de investigação é o *design* gráfico.

#### **TEMA**

O tema da investigação é a organização pessoal e o planeamento.

#### **TÍTULO**

O impacto do design gráfico no planeamento por parte dos *designers* e estudantes de *design*

#### **ÁREAS DE INVESTIGAÇÃO**

As áreas de investigação são o *design* gráfico, *design* de informação, *UX design*.

#### **NATUREZA DE INVESTIGAÇÃO**

A presente investigação consiste num projeto final de natureza teórico-prática.

### 1.2. Objeto de estudo

A presente investigação visa contribuir, por via do desenvolvimento de um projeto de uma aplicação, para a melhoria da rotina e forma como os designers e estudantes de design se organizam, através de estratégias de *design* gráfico. A motivação para desenvolver esta investigação surge da observação dos desafios enfrentados por muitos designers, tanto estudantes como profissionais, especialmente em períodos de maior pressão, tais como nos momentos de entrega de projetos. Nesses momentos, é comum perceber um aumento no nível de *stréses* e uma dificuldade acentuada na organização de tarefas, e das informações referentes às tarefas o que dificulta na organização. A sobrecarga de atividades e a necessidade de equilibrar diferentes aspetos da vida – como estudos, trabalho, vida pessoal e momentos de lazer – podem tornar-se uma fonte de ansiedade e até impactar qualidades de saúde e qualidade do trabalho. Com base nessas dificuldades, o

interesse por esta investigação é motivado pela busca por estratégias práticas para que os *designers* gerenciem melhor as tarefas. Assim, a motivação prende-se com a vontade de oferecer ferramentas, mais especificamente o desenvolvimento de uma aplicação, que através do *design* gráfico, facilitem a organização e o planeamento, do dia a dia dos *designers* e dos estudantes de *design*.

A realização de uma investigação acerca do impacto que o *design* gráfico pode ter na organização e no planeamento pode originar diferentes benefícios tanto para a comunidade, sejam por exemplo, estudantes ou profissionais *freelancers*, como para quem desenvolve o estudo.

O desenvolvimento do estudo pode originar benefícios a nível profissional e da saúde para a comunidade de *designers*. Em termos profissionais pode contribuir a uma organização melhor do tempo, o que pode transparecer numa maior motivação e na realização de trabalhos com resultados mais satisfatórios. A nível da saúde é possível notar efeitos a nível da redução do *stress* e da ansiedade, que afeta muitas pessoas, principalmente em momentos de maiores trabalhos, entregas e avaliações.

Enquanto mestranda também existem diversos benefícios. A elaboração de uma investigação permite desenvolver novas competências e aplicar diferentes metodologias de investigação para a criação de uma aplicação.

## **2. Questões de Partida**

### **2.1. Questão de Partida Principal**

De que forma o *design* gráfico pode contribuir para melhorar a organização pessoal e o planeamento de trabalho dos *designers* e estudantes de *design*, no dia a dia?

### **2.2. Questão de Partida Secundária**

1. Quais os motivos que levam a uma falta de organização e planeamento?
2. Quais as ferramentas que contribuem para a organização pessoal e planeamento?
3. Que aplicação desenvolver para melhorar a organização pessoal e o planeamento de trabalho dos *designers* e estudantes de *design*?

## **3. Objetivos**

### **3.1. Objetivo Geral**

Propor soluções no âmbito do *design* gráfico que ajudem a melhorar a organização pessoal e planeamento dos *designers* e estudantes de *design*.

### **3.2. Objetivos Específicos**

1. Compreender quais os motivos que provocam a falta de organização e planeamento.
2. Identificar e analisar ferramentas, bem como estratégias de *design* de interface que contribuem para a organização, produtividade e motivação.
3. Desenvolver e testar uma aplicação que auxilie *designers* e estudantes de *design* a melhorar a organização pessoal e o planeamento.

## 4. Argumento

O *design* gráfico contribui para o desenvolvimento de suportes de comunicação consistentes através de fontes tipográficas legíveis, paletas cromáticas adequadas, que garantam o contraste, utilização de icnografia reconhecível. Estes elementos reforçam a hierarquia de informação, e promovem a legibilidade e leitura confortável em diferentes suportes de comunicação.

Adicionalmente, o *UX Design* introduz metodologias centradas no utilizador que asseguram a usabilidade e a acessibilidade das interfaces. Através de fluxos de navegação simples, *feedback* visual eficaz e terminologia clara, o *UX design* transforma o planeamento em uma experiência fluída e motivadora.

Assim, o design gráfico e o *UX design* assumem um papel ativo na construção de soluções que apoiam a organização e planeamento do trabalho, dos estudos e do quotidiano, potenciando a realização dos objetivos pessoais e profissionais.

## 5. Estrutura do documento

O relatório encontra-se estruturado em três grandes capítulos, antecidos por uma introdução e seguidos pela conclusão, referências bibliográficas, bibliografia e anexos.

Na introdução, foram apresentados o enquadramento da investigação, sendo abordados, a temática, o objeto de estudo, as questões de partida, os objetivos de estudo, o argumento e metodologia de investigação, complementada por um organograma do processo investigativo.

O primeiro capítulo, consiste no Enquadramento Teórico, no qual são estabelecidas as bases conceptuais da investigação. Neste capítulo são abordadas as áreas como a gestão de tempo, a organização e o planeamento, o *design* gráfico e o *UX design*. No tópico do *design* gráfico será abordada a marca, os sistemas de identidade visual, e o *design* de informação. Durante a abordagem do *UX design* também será abordada a arquitetura de informação e a usabilidade.

O segundo capítulo, corresponde às metodologias de investigação adotadas, o questionário e Estudo de Casos. Assim, neste capítulo são analisados os resultados do questionário aplicado. Relativamente ao estudo de casos serão analisadas e comparadas plataformas relevantes à área de estudo.

No terceiro capítulo, procede-se ao desenvolvimento projetual. Assim, neste capítulo será desenvolvida proposta passando pela criação da marca, a identidade visual, a criação do protótipo do aplicação digital, e o teste de usabilidade ao protótipo.

Seguidamente, na conclusão sintetiza-se os resultados alcançados e reflete-se sobre o impacto e a eficácia das soluções propostas. Por fim, o documento integra as referências bibliográficas, que reúnem as obras citadas; a bibliografia, que inclui todos os conteúdos consultados; e os anexos, onde se encontram os materiais complementares da investigação.

## 6. Metodologia da investigação

A investigação está estruturada em três fases principais (exploratória, generativa e avaliativa), conforme apresentado no organograma (**figura 1**).

A fase exploratória é a etapa inicial, que visa estabelecer a base teórica e o foco do estudo. Nesta fase, é desenvolvido enquadramento teórico da investigação. Sendo definidas as temáticas centrais, o objeto de estudo, as questões de partida, os objetivos do estudo, o argumento.

A segunda fase, a fase generativa, é composta pela coleta de dados empíricos e pelo desenvolvimento prático. As metodologias adotadas serão inquéritos por questionário e estudo de casos. A realização dos inquéritos por questionário possibilita a recolha de informações e dados junto de um grupo de pessoas, que possibilitem tirar conclusões sobre o tema em estudo (Santos e Henriques, 2021). Assim, no âmbito da presente investigação, o inquérito por questionário irá ser aplicado a uma amostra do público, de forma a conseguir analisar as preferências do público, as suas necessidades, e os maiores obstáculos que sentem em manterem-se produtivos e organizados. Os dados obtidos orientam o desenvolvimento prático do projeto prático.

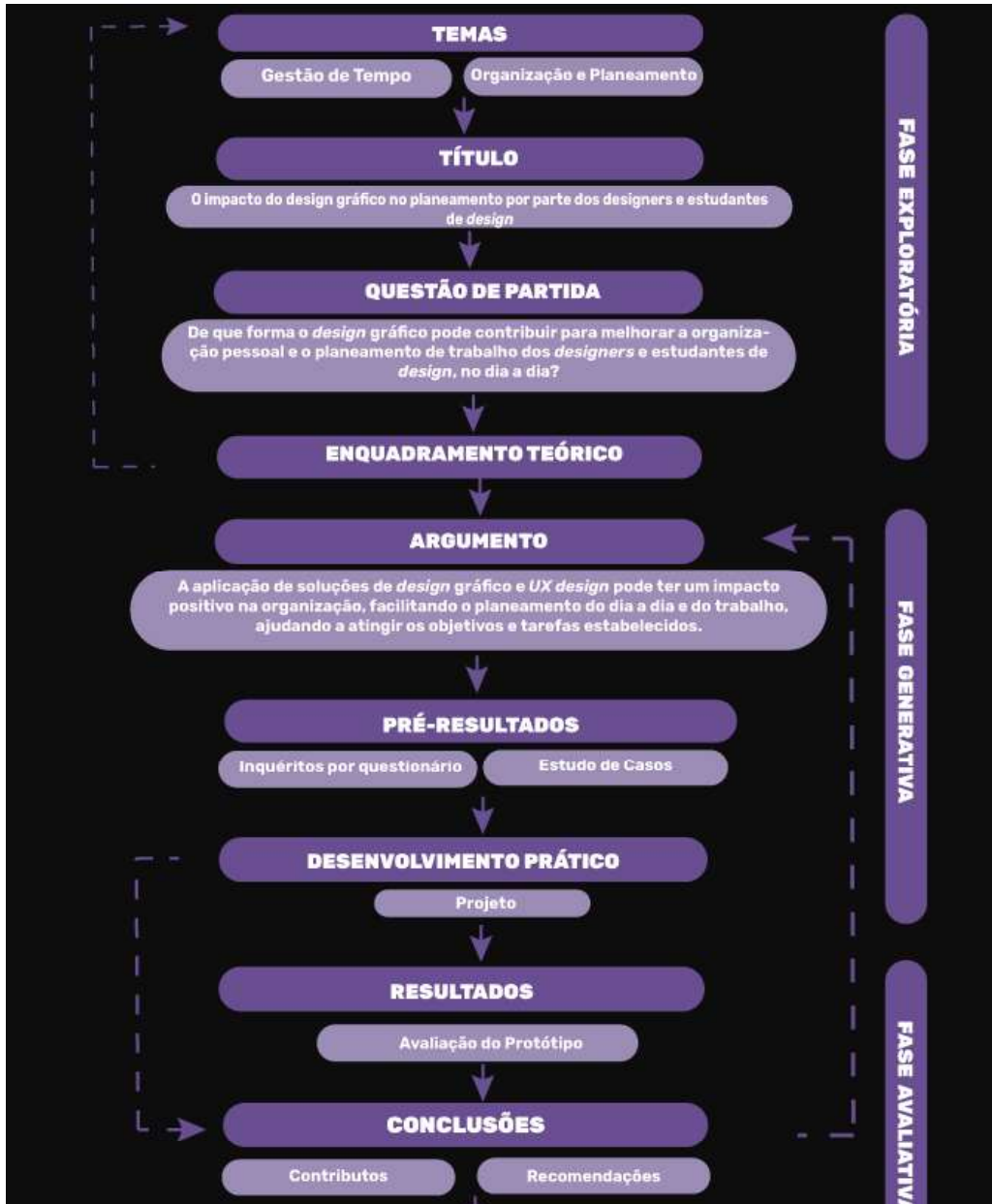
O estudo de casos é uma técnica de investigação que consiste “na observação detalhada dum contexto, ou indivíduo, de uma única fonte de documentos ou de um acontecimento específico” (Merriam, 1988, citado em Bodgan e Biklen, 1994, p.89). Nesta etapa serão analisados projetos já desenvolvidos a nível da organização, produtividade aliado com o *design* gráfico, de forma a compreender quais as melhores soluções.

Assim, nesta fase serão exploradas as metodologias propostas para desenvolver a investigação, e procede-se ao desenvolvimento prático do projeto, projetando a solução que auxiliará no planeamento e na organização do quotidiano dos designers gráficos e dos estudantes da área. Para garantir a eficiência e usabilidade desta fase serão executados testes junto de uma amostra de possíveis utilizadores.

Por último, a fase avaliativa consiste na análise e avaliação dos resultados obtidos durante as fases anteriores. Os resultados são minuciosamente estudados para que se possam tirar conclusões relevantes, destacando as contribuições e recomendações voltadas para a melhoria da organização e produtividade dos designers, com base nas práticas de design gráfico. Esta fase finaliza com uma avaliação, onde os resultados são divulgados, contribuindo assim para o avanço teórico e prático do tema em questão.

## 6.1. Organograma do processo investigativo

Apresenta-se a seguir, na figura 1, o organograma do processo investigativo que vai guiar a realização da presente investigação.



# Capítulo I - Enquadramento teórico

Este capítulo desenvolve o Enquadramento Teórico, dividido em duas partes: o Diagrama de *Venn* do enquadramento teórico, que sintetiza graficamente as interseções entre as áreas de estudo, e a sua respetiva redação, fundamentada em contributos de autores que investigaram as temáticas previamente delimitadas.

## .1. Diagrama de Venn do enquadramento teórico

Apresenta-se a seguir, na figura 2, o diagrama de *Venn* do enquadramento teórico que ilustra as áreas de estudo do enquadramento teórico. O diagrama de *Venn* evidencia dois tópicos principais, Gestão de Tempo e *Design* Gráfico. No tópico de Gestão de Tempo, também é abordado a Organização e Planeamento. Por outro lado, o tópico do *Design* Gráfico, integra os subtópicos Marca, Sistema de Identidade Visual, *Design* de Informação e *UX Design*.



Figura 2: Diagrama de Venn do enquadramento teórico

## **.2. Gestão de Tempo**

A gestão ou administração do tempo é uma ferramenta imprescindível nos dias de hoje, em que se está com constante pressa, e a ser pressionado pela rapidez com que se tem de executar as tarefas. Assim, é essencial saber definir o que é que tem de ser feito e em que ordem, tendo em conta o fator da prioridade e urgência. Neste sentido, a gestão de tempo visa contribuir para melhorar a qualidade de vida, evitando situações de stress e ansiedade (Araujo, 2019 e Reis, 2006). A realização da gestão do tempo contribui para conseguir reconhecer quais são os compromissos e tarefas a realizar, de forma a perceber quais apresentam mais urgência, ou quais iram necessitar de mais tempo o mais energia. (Meinerz et.al, 2022)

Segundo Araujo (2019), a falta de gestão de tempo pode afetar a produtividade e levar também à perda de tempo, devido ao não existir um planeamento nem se ter a perceção do que se tem a fazer nem da urgência das tarefas, pelo que cada notificação ou novo pedido remove a concentração das prioridades, o que pode promover a perda de datas de entrega, ou ansiedade pelos prazos estarem próximos. Desta forma, é fundamental proceder à organização do que se tem a fazer, que pode ser através do planeamento diário do que se tem a fazer, ordenando por grau de importância, priorizando as que têm de ser entregues primeiro. Além disso, é importante realizar um cronograma de datas que ajude a visualizar as datas e as entregas. (Araujo, 2019 e Meinerz et.al, 2022).

Moura (2016) desenvolveu uma Fórmula de Priorização de Tarefas, que consiste na contabilização da percentagem de urgência, importância e prioridade de cada tarefa. E, assim, possibilita definir o que se tem de fazer primeiro.

Os estudantes, e os trabalhadores em teletrabalho ou *freelancers* estão encarregues de definir os seus períodos de trabalho, e definir o que têm de fazer de forma mais autónoma, o que requer mais responsabilidade e organização, de forma a cumprir todas as metas. Assim, estes casos, são exemplos de que é importante a gestão de tempo. Neste sentido, é essencial cronogramas e a organização das informações, de forma a obter uma eficaz gestão do tempo, evitando a perda de prazos e a procrastinação (Meinerz et.al, 2022)

Desta forma, é possível compreender que a falta de gestão de tempo pode influenciar na produtividade, levando a uma maior procrastinação por parte dos indivíduos.

### **1.2.1. Organização e Planejamento**

“O planejamento do ambiente permite retomar o controle e se tornar o arquiteto da sua vida. Seja o criador do seu mundo e não apenas seu consumidor.” (Clear, 2019, p.105)

O conceito de organização pode adquirir diferentes significados tendo em conta o sentido em que a palavra é utilizada. No âmbito da presente investigação considera-se organização como a maneira de agir que envolve organizar, preparar ou planejar algo. (Infopédia, s.d.).

Neste sentido como uma das principais formas de organização pode-se considerar o planeamento. De acordo com o dicionário Infopédia (s.d.) como planeamento entende-se a determinação das metas que se quer atingir, e as tarefas a realizar para alcançar esse fim. “O planeamento visa a preparação de decisões para alcançar objetivos específicos tendo como finalidade melhorar o uso e gestão dos recursos bem como a qualidade dos ambientes naturais e sociais” (Infopédia, s.d.).

O planeamento é uma técnica utilizada para organizar por escrito o quotidiano, aplicada no âmbito da organização e da gestão de tempo, de forma a organizar tudo o que se tem de fazer. Esta técnica ajuda a identificar o que é preciso fazer e os seus prazos, de forma a prevenir situações de stress e ansiedade resultantes de atrasos nos prazos. (Reis, 2006). Segundo Araujo (2019)

“A melhor maneira de administrar as atividades importantes é priorizá-la através de um planejamento, um cronograma, uma definição das atividades urgentes, importantes e as rotineiras, de modo que elas não se tornem um problema mais a frente.” (Araujo, 2019, p.16)

O planeamento pode ser feito com diversas frequências, podendo ser anualmente, mensalmente, semanalmente e diariamente. Contudo é importante que se faça o planeamento com diferentes frequências, bem como é essencialmente a sua monitorização. (Estrada, et. Al, 2011). O planeamento anual consiste na projeção das expectativas e metas para os doze meses seguintes. Este tipo de planeamento normalmente acontece no final de um ano, ou no seu início. Contudo, pode se realizar

em qualquer mês. (Reis, 2006). O planeamento mensal serve para acompanhar e atualizar as metas anuais, adicionando novos objetivos e revendo o progresso. O planeamento semanal, é essencial para organizar o dia a dia, contribuindo para ganhar tempo, permitindo priorizar atividades de acordo com as necessidades. Por fim, a última forma de planeamento é o planeamento diário. Esta forma de planeamento consiste na realização de lista de tarefas a serem realizadas no dia, priorizando as mais importantes em relação ao planeamento anterior (Reis, 2006, e Estrada et.al, 2011).

A monitorização do planeamento consiste na supervisão e avaliação das metas e tarefas que se pretende alcançar. A monitorização pode ser semanal e diária. A diária consiste na verificação diária do que foi cumprido, de forma a permitir adaptar o que se necessita realizar no dia seguinte. Por outro lado, o planeamento semanal consiste no final de cada semana se avaliar o que se realizou e o que falta fazer. (Estrada, et. Al, 2011).

### **1.2.1.1. Ferramentas de Organização Pessoal e Planejamento**

De forma a auxiliar o planejamento pode-se fazer uso de diferentes ferramentas, que podem ser digitais e físicas, ou utilizar ambas. Contudo, estas têm de ser utilizadas de forma adequada, uma vez que mal utilizadas podem atrapalhar, provocando a perda de tempo e redução da produtividade (Reis, 2006). Karlson (2017 citado por Alvim de Sá et.al, 2018) destaca alguns princípios que podem auxiliar na decisão de quais as ferramentas escolher para apoiar no planejamento e organização. No que às aplicações diz respeito, o primeiro ponto que destaca é a capacidade de trabalho colaborativo, ou seja, permitir que duas ou mais pessoas trabalhem e atualizem a informação, em simultâneo. O preço da aplicação também é um fator de destaque. Por exemplo saber se a ferramenta tem versão gratuita e quais as suas funcionalidades, bem como os custos associados às versões pagas. Outros fatores são os idiomas disponíveis na aplicação, isto é, se tem a língua de interesse para o utilizador. O *layout* da interface também é importante, pelo que deve ser intuitivo, fácil e agradável. Outros princípios estão relacionados com a existência de suporte técnico para ajudar, a compatibilidade com outros sistemas operativos, por exemplo estar disponível para Windows, Android e IOS. (Karlson, 2017 citado por Alvim de Sá et.al, 2018).

A nível de ferramentas físicas existem várias que apoiam na organização, nomeadamente as agendas, os blocos *To Do List*, o *Backblog* e o *Bullet Journal*.

A agenda é uma ferramenta frequentemente utilizada, em que o utilizador deve colocar as informações para administração da vida pessoal, conciliando-as com a vida académica ou profissional (Reis, 2006). Os blocos *To Do List*, permitem a realização de listas de tarefas, bem como assinalar quando estas estão concluídas.

O *backblog* de tarefas é uma técnica de planejamento que pode ser feita a nível físico, através de agendas, ou blocos de notas. O *backblog* de tarefas trata-se de “uma lista priorizada das tarefas a serem realizadas para atingir uma ou mais metas” (Moura, 2016, p.53). A lista de tarefas é desenvolvida tendo em conta as prioridades e os assuntos. É essencial que todas as tarefas a realizar estejam disponíveis no mesmo espaço para evitar que sejam esquecidas (Moura, 2016). Moura oferece algumas recomendações para o desenvolvimento do *backblog*, tais como usar verbos no início das tarefas; estipular prazo de validade para cada tarefa, de forma a ajudar a definir as prioridades. O *backblog* deve ser atualizado, consoante a finalização e surgimento de novas tarefas (Moura, 2016).

O *bullet journal*, também denominado como *Bujo*, é uma ferramenta de planejamento física, criada pelo designer americano Ryder Carroll (Journal, 2024). O

*Bullet Journal* “vai ajudá-lo a se organizar, fornecendo ferramentas e técnicas simples que darão clareza, orientação e foco aos seus dias.” (Carroll, 2018, p.18). Esta forma de organização é semelhante a uma agenda, contudo esta permite que o seu utilizador explore a sua criatividade e uma maior personalização. Além disso, permite que mensalmente se modifique as páginas, tendo em conta as necessidades. (Boaventura, 2017). Esta ferramenta permitirá uma melhor organização e planeamento em três momentos, o *bullet* jornal ajudará organizar o passado, planear o presente e a conceber o futuro (Journal, 2024). Segundo Carroll (2018), o *bullet journal* é uma forma de planeamento que vai ajudar a manter o foco e motivação, uma vez que proporciona o contato regular, além de ser personalizável e adaptado aos gostos do utilizador. A criação de um *bullet journal*, não requer a utilização de muitos materiais, nem que estes sejam caros. Para começar a fazê-lo apenas se necessita um caderno, e uma caneta ou lápis. Contudo, o utilizador é livre para adicionar materiais e personalizar criativamente cada página, podendo fazer uso de colagens, autocolantes, de desenhos, e cores. Cada mês as páginas adotadas podem ser diferentes, assim como, podem ter um diferente tema. No que diz respeito às páginas, o *bullet journal* adota páginas semelhantes às tradicionais agendas, tais como o calendário, a visão mensal, e diária do mês. Além disso, pode-se adicionar páginas de controle de hábitos, de dinheiro, de leituras, de séries e filmes assistidos, e páginas com frases (Boaventura, 2017). Assim, o *bullet journal* é uma ferramenta de organização e de planeamento que permite explorar a criatividade. Além disso, enquanto o utilizamos além de planear, podemos o utilizar também como uma ferramenta de reflexão (Yiannouli, 2019).

Atualmente, o *bullet journal*, já está presente também do digital, visto que já contém uma aplicação para ajudar na organização e planeamento, disponível em Android e iOS. No entanto, vale ressaltar que neste caso a ferramenta digital não substitui, mas complementa o método tradicional em papel, pois oferece recursos como: digitalizar os cadernos, fazer cópias de segurança e definir lembretes (Journal, 2024).

Como ferramentas digitais temos os aplicativos que se destinam à organização e ao planeamento, disponíveis para os telemóveis e computadores. Como exemplos destas aplicações temos o *Notion*, o *Trello*, o *Evernote*, *May: Beautiful Bullet Journal*, *Tick Tick*.

O *Trello* é uma plataforma de acesso gratuito de utilização individual ou em grupo, que visa ajudar no planeamento e organização das tarefas. O *Trello* está disponível via *web* ou aplicação, ademais de funcionar em diferentes sistemas

operativos. Nesta aplicação é possível a personalização do fundo de acordo com o gosto do utilizador. O utilizador pode criar listas do que necessita de fazer, e acompanhar o seu estado, podendo indicar se ainda não começou, se está em andamento ou já está acabada. Além disso, é permitido criar cartões com a informação que apoia na realização de algum trabalho (Alvim de Sá et.al, 2018, Meinerz et.al, 2022 e Atlassian, 2023).

O *Evernote* consiste numa aplicação de fácil utilização que se destina à organização, podendo ser utilizada em várias dimensões da vida, como a nível pessoal, académico e profissional. O *Evernote* permite importar arquivos como documentos, imagens e áudios. Esta ferramenta está disponível via *web* ou aplicação, ademais de funcionar em diferentes sistemas operativos. (Alvim de Sá et.al, 2018, Meinerz et.al, 2022 e Evernote, 2025).

O *Notion* é uma plataforma, que permite acesso via *web* e aplicação compatível com diferentes sistemas operativos. A interface tem versão gratuita e paga, bem como a opção de trabalho individual e em grupo. O *Notion* combina ferramentas de planeamento de tarefas, produtividade e organização que podem ser adaptadas para vários objetivos. O utilizador tem liberdade para personalizar o seu espaço de trabalho conforme deseja, ou então pode utilizar *templates* disponibilizados pela plataforma ou por outros utilizadores, mediante pagamentos ou gratuitos. É possível criar um ilimitado número de páginas com diferentes hierarquias, e ainda adicionar *links* externos para complementar a informação (Haas, 2023). Além disso, existem diferentes produtos que complementam o *Notion*, tais como *The Productivity Method* que vende ferramentas de planeamento físico e digital, sendo que os planeadores digitais, são similares a *templates* para a aplicação, e são acedidos através do *Notion* (Beverley, 2024).

O *May: Beautiful Bullet Journal* trata-se de uma aplicação com vertente gratuita e *premium*, disponível em Android e iOS, contudo não tem versão para computador ou *tablet Windows*. Esta aplicação permite ao utilizador administrar o seu tempo, guardar as suas memórias preciosas e organizar o dia, o trabalho ou os estudos, de acordo com o seu gosto pessoal, através dos autocolantes, cores e desenhos (May, 2024 e May | Beautiful Bullet Journal, 2024).

O *Tick Tick* é uma plataforma disponível em *web* e aplicação em quase todos sistemas operativos. Esta plataforma consiste numa ferramenta de organização que permite ter tudo num só lugar, desde listas de tarefas, possíveis de adicionar por voz,

adicionar lembretes, visualização de calendário, temporizadores para a realização de tarefas, possibilidade de colaborar. (TickTick, 2024)

### 1.3. Design Gráfico

“Os *designers* são fundamentais na criação de qualquer produto uma vez que o seu trabalho está presente nas mais pequenas coisas do nosso dia-a-dia.”  
(Rodrigues, 2016, p.36)

O conceito de *design* gráfico deriva da junção de dois termos já existentes, “*design*” e “gráfico”. Deste modo, é importante definir, primeiramente, estes dois conceitos.

O conceito de design não apresenta uma definição concreta, todavia existe uma definição geral, que defende que o, “Design é o processo de pensamento que compreende a criação de alguma coisa.” (Miller, 1988, s.p., João de Souza Leite, Trans). De acordo com Cardoso (2008, p.1), o *design* está relacionado com a execução de projetos.

Regressando ao *design* gráfico, este é uma das subáreas do *design*, que se pode entender como o conjunto de atividades associada à criação de projetos e materiais de comunicação visual (Cardoso, 2008). Para Rodrigues (2016), o *design* gráfico procura dar resposta aos problemas de comunicação, a partir de projetos visuais de forma a clarificar e simplificar a imagem que se quer transmitir.

O *design* só foi entendido como uma área de trabalho, durante o século XX. Foi durante este século, que se começou a produzir material teórico e a aparecerem as primeiras escolas de *Design*. De acordo com Meggs e Purvis (2009) e Bomeny (2009) o avanço design gráfico esteve diretamente ligado à pintura, poesia e arquitetura modernas, o que levou à transformação das regras da comunicação visual, indo contra o que estava pré-definido.

Segundo Almeida (2012), em Portugal, o *design* gráfico só começou a ser visto como uma profissão a partir do ano de 2007. No entanto, o design começou a ganhar destaque durante a década de noventa do século XX. Os primeiros cursos datam da década de 1970, contudo muitos dos professores eram pintores ou escultores. Os arquitetos e os pintores muitas vezes eram procurados para desenvolver o trabalho de um *designer* gráfico, principalmente quando os empregadores não encontravam nenhum profissional da área (Almeida, 2012).

O trabalho do *designer* gráfico insere-se em projetos de cariz visual, nomeadamente na criação de identidades visuais. Atualmente o mercado está cada vez mais globalizado e competitivo. O número de empresas a fornecer o mesmo serviço

ou produto é crescente, o que leva a uma maior necessidade de diferenciação para conseguir que o consumidor não opte pela concorrência. Neste sentido tem se vindo a notar o aumento da importância dada à criação de uma identidade visual (Pedro, 2022).

### **1.3.1. Marca**

A marca vai para além de um nome ou logótipo; trata-se essencialmente, de uma construção na mente dos consumidores. Enquanto os produtos são fisicamente criados na fábrica, a marca está associada aos aspetos simbólicos e intangíveis, tais como experiências, e emoções que o consumidor associa quando nela pensa (Wheeler, 2006). “Uma marca é, portanto, um bem ou serviço que agrega dimensões que, de alguma forma, o diferenciam de outros produtos desenvolvidos para satisfazer a mesma necessidade” (Kotler e Keller, 2012, p.258). Assim, a marca tem um papel crucial na criação de confiança e na perceção do público quanto à qualidade, confiabilidade e eficiência dos produtos ou serviços disponibilizados (Almeida, 2023). A conexão entre a marca e o consumidor é reforçada em cada ponto de contato, que pode incluir *e-mails*, *websites*, recomendações, telefonemas, palestras, apresentações, sinalização, embalagens, *newsletters* e anúncios. (Wheeler, 2006). A marca é o elemento que permite ao consumidor reconhecer a origem do produto ou serviço que utiliza, ajudando assim a diferenciá-lo da concorrência (Rezende, 2010 e Kotler e Keller, 2012). Neste sentido, a marca pode influenciar o comportamento do consumidor no momento da escolha, tendo em conta as suas experiências com a mesma. Enquanto, “(...) consumidores satisfeitos podem facilmente optar de novo pelo produto (Kotler e Keller, 2012, p.258)”, o consumidor com uma má experiência, pode significar uma perda que danificará a imagem da marca (Wheeler, 2006).

### **1.3.1.1. Identidade de Marca**

“Indivíduos, comunidades e organizações expressam a individualidade por meio da sua identidade” (Wheeler, 2006, p.10)

De acordo com Vilar (2006), na perspectiva de uma organização, a identidade refere-se ao que é fundamental, único e duradouro, isto é a sua essência, o que a diferencia das demais, e o que se mantém ao longo do tempo. Assim, é fundamental que a identidade represente a personalidade da marca, bem como a sua missão, valores, visão e a sua essência, criando uma imagem única e reconhecível no mercado. Desta forma, a personalidade da marca é composta por um conjunto de traços humanos que a caracterizam, estabelecendo a forma como comunica e interage com o seu público. Neste contexto, Aaker (1997) elaborou um modelo com cinco dimensões fundamentais para a definição da personalidade de marca: sinceridade, excitação, competência, sofisticação e robustez. Estas cinco dimensões possibilitam que as marcas se posicionem de forma estratégica no mercado, gerando associações emocionais e destacando-se entre os concorrentes. Desta forma, a dimensão da sinceridade representa marcas que são reconhecidas pelos seus traços autênticos, honestos e amigáveis, regularmente associadas a valores familiares e tradicionais. Estas marcas transmitem uma aura de proximidade e credibilidade, como exemplificado pela Hallmark (Aaker, 1997). A excitação ou o entusiasmo abrangem marcas dinâmicas, modernas e ousadas, que transmitem energia, criatividade e inovação. Traços como espírito aventureiro e jovialidade estão ligados a essa dimensão. A MTV, representa esta dimensão através da sua reconhecida comunicação vibrante e irreverente (Aaker, 1997). Por outro lado, a competência está associada a marcas que se mostram confiáveis, eficientes e responsáveis, que evocam uma sensação de segurança e profissionalismo. Marcas como *IBM* e *The Wall Street Journal* ilustram esta dimensão (Aaker, 1997). A sofisticação é uma qualidade de marcas que refletem elegância, charme e status; frequentemente associadas ao luxo e a *glamour*, como é o caso da Chanel e da Mercedes-Benz (Aaker, 1997). Por último, a robustez abrange marcas que se destacam pela sua força, resistência e durabilidade, frequentemente conectadas à natureza e a um estilo de vida ao ar livre. Exemplos notáveis incluem Jeep e *Marlboro*, que evocam uma imagem de aventura e masculinidade (Aaker, 1997).

A visão é a base inspiradora das marcas, que representa as aspirações da empresa em relação ao futuro e direciona o seu crescimento. A missão, por sua vez,

estabelece o propósito e a razão de ser da marca, orientando as suas ações e decisões, enquanto também comunica os seus objetivos (Wheeler, 2006 e Wheeler, 2018).

Os valores constituem os princípios básicos que guiam a identidade e o comportamento da marca, fortalecendo a conexão com o público. Quando bem definidos, esses valores contribuem para a diferenciação no mercado e devem de se refletir na experiência dos consumidores (Davis, 2009 e Wheeler, 2018).

Neste sentido, as identidades de marca são construídas de forma a serem memoráveis, autênticas e flexíveis, e têm o poder de agregar valor à marca. Investir numa identidade de marca sólida oferece múltiplos benefícios para a empresa. Não só facilita a escolha dos consumidores em relação à vasta oferta de produtos e serviços, mas também contribui para a construção do *brand equity* (valor da marca), que representa a reputação e o valor agregado da empresa no mercado. Além disso, uma identidade coerente e atrativa facilita o trabalho de vendas ao comunicar de maneira clara a proposta única de valor da empresa. (Wheeler, 2006).

O design da identidade da marca é crucial pois ajuda os indivíduos a reconhecê-la, a poderem avaliá-la e a criar percepção sobre a mesma. (Wheeler, 2006 e Wheeler, 2018)

### **1.3.1.2. Posicionamento**

O posicionamento diz respeito ao lugar que a marca ocupa na mente dos consumidores e no mercado, criando uma ligação emocional e prática com o público, enquanto constrói uma percepção clara sobre o que a marca representa e o valor que proporciona (Davis, 2009 e Vilar, 2014). Este conceito surge da necessidade de reconhecimento e diferenciação dos produtos e instituições no mercado, em resposta à saturação de informação e produtos semelhantes disponíveis (Vilar, 2014).

De acordo com Wheeler (2006), o posicionamento possibilita que as empresas convertam desafios em oportunidades, sublinhando a sua relevância em mercados competitivos.

Um posicionamento bem definido deve ser apoiado por associações sólidas e uma imagem clara, permitindo que a marca se destaque de forma única em atributos valorizados pelo seu público-alvo. No entanto, falhas na implementação do posicionamento podem levar a problemas, como uma imagem demasiado geral e vaga,

uma visão restrita da marca, ou ainda posicionamentos confusos que transmitem mensagens contraditórias e posicionamentos duvidosos com imagens pouco credíveis ou promessas não cumpridas. (Vilar, 2014 e Davis, 2009)

### **1.3.1.3. Imagem de Marca**

“Uma boa Imagem faz uma boa marca, e é essa marca que fica memorizada na mente do consumidor” (Pedro, 2022, p.61)

A imagem de marca é a representação de uma organização na mente do consumidor, ou seja, as crenças e sentimentos que surgem a partir da experiência e observação de uma empresa, produto ou serviço. (Vilar, 2006). Na perspectiva de Wheeler (2006), a imagem de marca está inteiramente relacionada com a experiência do consumidor, pelo que uma má experiência pode condicionar a imagem da marca. Assim, esta é fundamental para a maneira como a marca é vista e valorizada no mercado.

A imagem de marca abrange tanto aspetos tangíveis, como logótipos e campanhas visuais, quanto elementos intangíveis, como credibilidade e valores. Essa combinação exerce um impacto significativo na maneira como os consumidores entendem e se relacionam com a marca, criando uma percepção que reflete a sua identidade, reputação e atitude. Neste sentido, a imagem de marca apresenta uma natureza flexível, adaptando-se às interações e vivências dos consumidores (Vilar, 2006).

De acordo com Pedro (2022), uma imagem bem construída e coerente torna-se num ativo essencial, fixando a marca na memória do consumidor e influenciando as suas decisões. Desta forma, é fundamental um cuidado rigoroso para garantir o sucesso no mercado e que a imagem se mantenha positiva, de forma a garantir a fidelidade dos consumidores.

De acordo com Vilar (2006), a imagem de marca constitui uma "relação simbólica" entre a organização e seu público-alvo. Essa conexão é crucial, pois é a imagem que orienta o consumidor nos seus momentos de decisão, especialmente quando as distinções entre as opções disponíveis no mercado não são claras. Desse modo, a imagem da marca traz diversas vantagens, como facilitar a escolha do consumidor ao apresentar razões para sua preferência, promover sentimentos positivos, permitir a diferenciação entre produtos, ajudar na memorização e reconhecimento, além de servir como base para a extensão de marcas (Vilar, 2006).

### **1.3.2. Sistemas de Identidade Visual**

O Sistema de Identidade Visual (SIV) refere-se à forma como se estabelece a identidade de maneira objetiva. Este conceito envolve a combinação de elementos básicos e complementares (Oliveira, 2013 e Peón, 2009). De acordo com Peón (2009), existem três categorias de Sistemas de Identidade Visual corporativos: extenso, completo e restrito. Os SIV extensos abrangem um vasto leque de aplicações, garantindo elevada qualidade e consistência, tanto em termos materiais quanto processuais, assim como na coerência entre as diversas aplicações. Este tipo de SIV é normalmente destinado a grandes empresas. Os SIV completos oferecem uma gama diversificada e pormenorizada de aplicações que permitem a projeção e implementação do sistema, sendo mais adequado para empresas de médio dimensão. Finalmente, o SIV restrito é voltado para micro e pequenas empresas, caracterizando-se por incluir poucos elementos e aplicações, o que pode dificultar a execução integral do projeto. Apesar disso, a sua manutenção pode ser tão complexa quanto a dos SIV extensos, mas frequentemente esbarra na limitação de recursos financeiros (Peón, 2009). A dimensão da empresa é um parâmetro que impacta a categorização dos SIV, pois as empresas de maior porte, tendem a dispor de verbas mais elevadas e, conseqüentemente, a realizar aplicações mais significativas. Em contrapartida, as empresas de pequeno porte apresentam verbas reduzidas, o que resulta numa seleção mais restrita, em virtude da sua limitada capacidade de investimento (Peón, 2009).

De acordo com Peón (2009), existem três objetivos principais dos Sistemas de Identidade Visual. Primeiramente, eles visam reforçar o posicionamento da marca, diferenciando-a da concorrência; em segundo lugar, asseguram uma identificação adequada da empresa por meio da aplicação dos SIV nos produtos, uniformes e materiais publicitários; e por último, procuram fortalecer a imagem corporativa para alcançar lucros e conquistar a preferência do público. Neste contexto, os sistemas de identidade visual desempenham diversas funções para atingir esses objetivos. A função mais importante é a diferenciação visual em relação aos concorrentes. Além disso, esses sistemas são responsáveis por transmitir os conceitos que se deseja associar ao produto ou serviço, sendo crucial que os valores de segurança, organização e solidez também estejam a eles associados (Peón, 2009).

Conforme Peón (2009), a implementação de um sistema de identidade visual requer a consideração de certos critérios. Dessa forma, a identidade visual precisa ser original, não necessariamente relacionada a algo completamente novo, devido às dificuldades impostas pela saturação do mercado, mas deve permitir uma

diferenciação em relação à concorrência. Além disso, a identidade visual deve ser aplicada de maneira consistente e uniforme, facilitando a memorização dos elementos pelo público. Estes elementos também precisam ser facilmente reconhecíveis, e viáveis em termos económicos, operacionais e técnicos. Além do mais, é essencial que o sistema seja flexível, permitindo adaptações a diversos contextos e características das aplicações, sem perder a legibilidade (Peón, 2009). A identidade visual é um componente essencial para a construção e consolidação da imagem de uma marca ou organização, representando a sua personalidade e valores através de elementos gráficos. Segundo Vilar (2006), a identidade visual facilita o reconhecimento e a lembrança de uma organização, evocando sentimentos positivos e criando um significado consensual para o público-alvo. Este conceito complexo e multifacetado abrange a forma como uma entidade comunica visualmente, englobando elementos tangíveis e concretos que formam a sua identidade. O nome, como primordial signo verbal identitário, inaugura o conjunto de elementos visuais que compreendem o logótipo, o símbolo, os grafismos, a tipografia, a paleta cromática, formando um sistema integrado de sinais. Estes elementos combinados, são selecionados criteriosamente, visando criar assim, uma linguagem visual coerente e distintiva, capaz de transmitir a essência e a personalidade da marca, através de mensagens consistentes tanto para o público interno como para o externo. (Coelho, 2014, Vilar, 2006 e Ribeiro, 2009).

Neste sentido, o design da identidade visual é crucial pois ajuda os indivíduos a reconhecer a marca. Sendo, o papel do designer transmitir a identidade da marca, através de elementos visuais, tornando-a memorável. De acordo com Wheeler (2006) “Uma identidade visual fácil de lembrar e imediatamente reconhecível viabiliza a conscientização e reconhecimento da marca” (Wheeler, 2006, p.16).

De acordo com Raposo (2008), para a marca ser reconhecível é necessário que todos os elementos que constituem a identidade visual sejam coerentes e estejam em sintonia entre si. Deste modo, um projeto de identidade visual de sucesso vai além da estética, transcendendo para se tornar um meio eficaz de comunicar de maneira precisa e coerente a essência e os valores essenciais da organização (Raposo, 2008).

Além disso, é importante a consistência, a identidade visual não pode estar presente em apenas alguns suportes. Esta deve de estar integrada em tudo o que permita identificar graficamente a empresa. Deste modo a identidade visual deve estar integrada na publicidade, nas montras internas e externas das lojas, em merchandising, na sinalética dos estabelecimentos, nas embalagens, nos uniformes

dos trabalhadores, no estacionamento e nos automóveis da empresa, no *website* e nas aplicações. O estacionamento engloba tudo o que são apresentações, cartas e cartões de visita. Na publicidade está integrado tudo o que são *outdoors*, cartazes, folhetos e permitem publicitar o negócio ao público. (Ribeiro, 2009; Penim, 2008). Os uniformes são um elemento importante pois permitem “reforçar a imagem de grupo junto do mercado e o sentido de pertença dos colaboradores à empresa.” (Penim, 2008, p.21). O *merchandising* engloba o material promocional que permita o aumento da visibilidade de produtos ou serviços, tais como brindes.

Um projeto de identidade visual bem-sucedido não se restringe apenas ao aspeto estético, mas transcende essa camada ao tornar-se um veículo capaz de comunicar de forma precisa e coerente a essência e os princípios fundamentais da organização (Raposo, 2008). Nesse sentido, o ponto de partida para o desenvolvimento de uma identidade visual reside na definição clara dos objetivos estratégicos – valores fundamentais, visão do futuro, personalidade, missão enquanto entidade no mercado, posicionamento estratégico e identificação precisa da tipologia dos serviços ou produtos que serão aplicados. A investigação minuciosa destes elementos reveste-se de grande importância no planeamento da identidade visual. Compreender a identidade da organização, a sua presença no mercado, o tom de comunicação e a personalidade que pretende transmitir são etapas cruciais. Esta investigação pormenorizada permite uma definição mais precisa e alinhada com a essência da empresa, conduzindo a um design que não apenas reflete, mas também potencializa e fortalece a identidade visual corporativa. É imperativo que um projeto de identidade visual seja hábil em traduzir estes elementos intangíveis em representações visuais tangíveis. Esta tradução eficaz não só contribui para a diferenciação da empresa em relação aos seus concorrentes, mas também estabelece uma conexão genuína e identitária com o público-alvo (Raposo, 2008).

A construção da identidade visual envolve, então, uma sequência cognitiva onde a forma, a cor e o conteúdo visual são percebidos em ordem. Formas e cores carregam associações emocionais e culturais, e podem evocar lembranças e associações intuitivas, enquanto o conteúdo textual e verbal é descodificado posteriormente. Wheeler (2006) também destaca o papel das imagens que, mais facilmente do que as palavras, podem ser lembradas e reconhecidas diretamente. Essas imagens não só facilitam a identificação da marca como também reforçam associações positivas, contribuindo para a consolidação da identidade.

Oliveira (2013) propôs um modelo para ajudar no diagnóstico e concepção de um sistema de identidade visual, através de uma abordagem esquemática e prática para lidar com a crescente complexidade das identidades visuais contemporâneas. O modelo utiliza diagramas como ferramenta central para esquematizar, simplificar e visualizar as relações entre os diversos elementos que compõem um sistema de identidade visual. O modelo organiza de maneira linear e sintetizada os componentes essenciais de um sistema de identidade visual, permitindo uma visão clara tanto do todo quanto das partes e suas inter-relações. Assim, o modelo começa pela estratégia, fase na qual se define a personalidade da marca, a sua arquitetura e os atributos que orientarão os aspectos visuais. A estratégia serve como base para a orientação criativa, uma fase inicial onde diretrizes visuais preliminares são exploradas para traduzir as ideias estratégicas em possibilidades visuais. Embora essa etapa não faça parte do sistema final, ela é fundamental para direcionar o desenvolvimento visual. A fase seguinte consiste no desenvolvimento do sistema de identidade visual, no qual é criada a marca gráfica, que sintetiza os elementos básicos e complementares numa materialização visual coerente, servindo como representação central da identidade. Os elementos básicos são os pilares do sistema visual e incluem o nome, a tipografia, o símbolo e a cor. O nome reforça a identidade verbal, enquanto a tipografia e as cores criam associações emocionais e estéticas. O símbolo sintetiza visualmente a ideia central da marca. Esses elementos são complementados pelos elementos complementares, que ampliam a diversidade visual do sistema, como imagética (fotografias e ilustrações), formas tridimensionais, movimento (animações) e som (música associada à marca). O modelo também inclui o conceito 5º elemento, um componente visual que pode se destacar como as três listras da Adidas ou a grelha frontal dos carros *BMW*.

A marca gráfica é disseminada através das aplicações, que podem ser produtos, serviços, ambientes e materiais gráficos. A linguagem visual reúne todos os componentes num estilo unificado, traduzindo o conceito de *Brand Language*, que define a essência e o estilo visual geral da marca. Finalmente, a última fase, traduz-se na normalização e exemplificação do sistema de identidade visual que engloba os manuais de normas e *brandbooks*, que se destinam a formalizar e regulamentar a aplicação do sistema visual, garantindo consistência e clareza na comunicação. (Oliveira, 2013)

Os **Elementos Básicos** constituem os alicerces dos Sistemas de Identidade Visual, podendo dar origem à marca gráfica. (Oliveira, 2013). Peón (2009) denomina os

elementos básicos, como elementos primários, defendendo que estes são os elementos base da restante SIV. Sendo que a constante utilização destes elementos nas aplicações é crucial para o funcionamento do sistema. Oliveira (2013), defende que são quatro os elementos básicos: **nome**, **tipografia**, **símbolo** e **cor**. Em contrapartida, Peón (2009), que estes elementos são o logótipo, o símbolo e a marca.

O **nome** da marca é o signo primordial. A sua escolha é um passo fundamental para uma empresa, pois representa o primeiro ponto de interação entre o negócio ou serviço e seus clientes. O nome está presente em todos os pontos de contacto entre a empresa e o consumidor. Assim, a sua função é estabelecer, delinear e gerir a identidade verbal, tornando-se um elemento indispensável para a eficácia da marca (Rezende, 2010). De acordo com Wheeler (2006, p.56) “O nome certo é atemporal, não cansa, é fácil de dizer e memorizar, representa alguma coisa e facilita as extensões da marca”.

É imprescindível que o nome seja escolhido com cuidado, pois uma escolha inadequada pode trazer repercussões negativas para a empresa. “Um nome mal escolhido (...) pode atrapalhar os esforços de marketing, pela má comunicação ou porque as pessoas não conseguem pronunciar-lo ou lembrá-lo.” (Wheeler, 2006, p.56). A seleção de um nome implica um processo rigoroso. Na fase de criação, é fundamental considerar alguns aspetos essenciais que ajudam a avaliar se um nome é “bom”. Nesse contexto, os nomes das marcas devem ser simples, distintivos, memoráveis e significativos, bem como ter potencialidade para design. A fonética do nome é igualmente crucial, pois as formas verbais ou sonoras podem gerar associações com a marca e contribuem para a sua sonoridade e capacidade de pronúncia, facilitando assim a memorização do nome. Outra característica importante é a habilidade do nome em criar uma imagem mental, o que ajuda na formação de ligações emocionais com a marca, ao contrário dos nomes abstratos. Adicionalmente, é relevante que o nome provoque emoções, uma vez que isso fortalece as conexões com os consumidores e pode influenciar o momento da decisão (Almeida, 2023). Ainda é essencial considerar os significados dos nomes em diversos idiomas, uma vez que um mesmo nome pode ter interpretações variadas em diferentes línguas. Isso pode resultar numa conotação negativa para a marca, que não corresponde ao significado original, trazendo implicações para a percepção que o consumidor tem dela. (Wheeler, 2006).

É fundamental desenvolver um nome que se destaque, que reflita a identidade e estabeleça uma conexão emocional com o público. Nesse contexto, há diversos tipos de nomenclaturas, cada uma com suas particularidades, que as marcas podem

considerar: nomes toponímicos, patronímicos, descritivos, sugestivos, criativos e siglas. (Almeida, 2023) Os nomes toponímicos estão ligados à localização geográfica da marca, mas podem apresentar dificuldades no seu registo devido à disponibilidade, que varia conforme a popularidade do local. Exemplos notáveis desse tipo de nome incluem a *CBS (Columbia Broadcasting System)* e a *NOKIA*, que está associada a um rio com o mesmo nome localizado na Finlândia. Segundo Wheeler (2018), os nomes toponímicos estão englobados nos nomes metafóricos ou simbólicos, que são associados a coisas, animais, locais e nomes mitológicos, que têm como objetivo aludir à qualidade dos serviços prestados. Os nomes patronímicos, que têm origem nos fundadores da marca, podem ser mais memoráveis e mais simples de registar legalmente. Marcas como *McDonald's*, *Ford*, *Nestlé*, *Lacoste* e *Ferrari* ilustram bem esse tipo de nome. Os nomes descritivos são aqueles que transmitem de forma clara o produto ou serviço oferecido pela marca. Eles ajudam o consumidor a ter uma compreensão inicial da marca, especialmente quando esta é apresentada pela primeira vez. Exemplos incluem *ToysRus*, *Pizza Hut* e *Rent a Car*. Os nomes sugestivos têm a capacidade de aumentar a memorização e o envolvimento do consumidor, estabelecendo uma conexão emocional com a marca e despertando a sua curiosidade. Nomes como *Duracell*, *Instagram* e *Snapchat* ilustram essa categoria. Já os nomes criativos resultam da combinação de letras e palavras sem significado específico. Esses nomes são mais fáceis de proteger legalmente e ajudam a diferenciar a marca da concorrência, tais como as marcas *Pinterest*, *Kodak* e *Häagen-Dazs*. A classe de palavras conhecidas como palavras mágicas é composta por nomes que surgem a partir da modificação da grafia, buscando criar um nome distinto e passível de registo, como é o caso de *Netflix* e *Tumblr*. Por fim, existem as siglas, que são formadas pela junção das iniciais de palavras relacionadas aos produtos ou serviços da empresa ou até mesmo localidades. Esses nomes apenas podem ser soletrados; assim como os exemplos *IBM (International Business Machines)*, *KFC (Kentucky Fried Chicken)* e *HP (Hewlett-Packard)* (Almeida, 2023; Wheeler, 2018).

O **símbolo** trata-se de um dos elementos fundamentais de um sistema de identidade visual, que visa a transmissão da essência, da personalidade e dos valores, bem como promover a identificação e consolidar a imagem da identidade corporativa. (Raposo, 2008 e Peón, 2009). Na perspectiva de Peón (2009) o desenho dos símbolos deve ser cuidadoso, de forma a contribuir que a sua leitura e identificação seja imediata, e evitar que haja algum erro ou falha de reprodução que dificulte ou prejudique a sua identificação.

Segundo Raposo (2008), as associações de logótipo e símbolo podem confundir-se

“Devido às conotações que recebe o logótipo, este também é, por si, um símbolo, embora falar do símbolo da marca seja referir-se ao identificador não linguístico e apenas visual” (Raposo, 2008, p.16).

De acordo com Peón (2009) existem quatro categorias de símbolos: tipográfico, ideograma, abstrato e figurativo. Os símbolos tipográficos são formados pela inicial ou iniciais do nome da empresa que representam. Essa categoria de símbolos distingue-os dos logótipos por se limitar a representar apenas a inicial, sem designar o nome completo da empresa. Quando as iniciais são utilizadas para identificar o nome da empresa, como no caso da I.B.M., são consideradas logótipos. O símbolo figurativo é caracterizado por um ícone, isto é uma representação visual de um objeto, que visa facilitar o reconhecimento desse objeto. Esse tipo de símbolo retrata de forma clara o que está a ser apresentado, como um produto, um serviço, um local ou um edifício. O símbolo abstrato consiste numa representação realizada de forma a dificultar a sua associação a um objeto específico. Contudo, um símbolo abstrato deve de incluir elementos que possibilitem a sua identificação, como formas geométricas ou objetos do cotidiano, favorecendo sua memorização. Por fim, o símbolo denominado como ideograma funciona como um intermediário entre os símbolos abstratos e figurativos, pois expressa uma ideia por meio de uma figura estilizada de um objeto. Assim, o ideograma é um desenho que comunica a ideia pretendida, podendo não ter relação direta com a aparência do produto ou serviço oferecido. (Peón, 2009)

A **cor** desempenha um papel fundamental na criação de vínculos emocionais entre as marcas e os seus públicos, gerando reações, promovendo a empatia e reforçando ligações emocionais. Sendo crucial ter em consideração as paletas de cores, especialmente dada a crescente variedade de paletas utilizadas atualmente. (Oliveira, 2013)

De acordo com Rezende (2010), a cor possui uma forte capacidade de comunicação, tendo efeitos psicossociais e culturais significativos. É um dos componentes que ajudam a formar a imagem da marca, facilitando perceções e aumentando a rede de significados associada à identidade da marca. Wheeler (2018) destaca o poder da cor para evocar emoções e criar associações com a marca, além de promover diferenciação e acelerar o reconhecimento. Um exemplo evidente do

impacto da cor é a Coca-Cola, frequentemente ligada ao vermelho, demonstrando como as cores podem refletir a personalidade e essência de uma marca (Wheeler, 2018).

Wheeler (2006) salienta que as associações culturais e regionais das cores são variadas, tornando-se imperativo considerar os significados contextuais das cores em diferentes países. A cor é um símbolo poderoso de identidade, principalmente quando utilizada de forma coerente em diversos elementos comunicacionais. (Wheeler, 2006)

De acordo com Raposo (2008), as cores podem auxiliar na distinção de linhas e subcategorias de produtos, desde que a sua semântica e retórica estejam em consonância com os valores estratégicos da marca. A seleção das paletas de cores deve ser feita de forma estratégica, pois estas são fundamentais para a unificação das identidades visuais e para a definição da arquitetura da marca, podendo ainda ajudar a diferenciar produtos ou linhas de negócios (Wheeler, 2006). Peón (2009) argumenta que a utilização de duas ou três cores institucionais é o mais adequado para garantir coerência e evitar despesas desnecessárias. Estas cores precisam ser definidas para se adaptarem a diferentes suportes e técnicas, constituindo um elemento essencial do pormenor técnico do sistema de identidade visual (Peón, 2009).

A utilização de paletas de cores complementares expande as possibilidades de comunicação, conferindo novos significados e enriquecendo as conotações da marca. É crucial levar em conta os desafios técnicos, como a sensibilidade das cores em relação aos formatos de arquivo e à impressão gráfica, sendo fundamental realizar testes rigorosos para assegurar a consistência visual. (Wheeler, 2006)

Desta forma, a escolha, aplicação e coerência na utilização das cores tornam-se aspetos essenciais para uma comunicação efetiva e para a formação da identidade visual da marca, fortalecendo a sua presença no imaginário cultural e emocional dos consumidores.

A **tipografia** tem um papel crucial na padronização dos textos presentes nas aplicações visuais, constituindo um dos componentes essenciais dos sistemas de identidade visual. Geralmente, é abordada sob duas vertentes: a institucional, que se refere à tipografia utilizada para a Marca Gráfica, e a auxiliar, que complementa a comunicação feita no âmbito da Identidade Visual. Pode haver apenas uma família tipográfica que satisfaça estas diretrizes, mas muitas vezes são escolhidas diferentes famílias para cada uma das vertentes (Peón, 2009 e Oliveira, 2013). Assim, as famílias tipográficas escolhidas costumam ser de fácil acesso e aquisição. Além disso, devem ser flexíveis com várias variações, como itálico e bold. (Peón, 2009 e Oliveira, 2013).

A escolha da família tipográfica deve atender a critérios específicos, uma vez que esta é responsável por transmitir a mensagem escrita e criar associações com a personalidade da marca, assim como acontece com os outros elementos visuais. Segundo Oliveira (2013), a tipografia expressa os valores, a personalidade e o propósito de uma organização ou produto, contribuindo para uma linguagem visual coerente e reforçando a perceção da marca em diferentes pontos de contacto, tais como logótipos, embalagens, sites e materiais publicitários.

Nesse contexto, os critérios para seleccionar a tipografia incluem a harmonia com outros elementos visuais, seja através da semelhança ou do contraste; legibilidade para assegurar uma transmissão eficaz da informação ao público; e adequação ao posicionamento e à identidade corporativa. Além disso, a tipografia possui expressividade semântica, independentemente do conteúdo textual (Peón, 2009).

De acordo com Wheeler (2006), a aplicação da tipografia deve ser estratégica, assegurando a consistência e clareza na mensagem da marca em todas as aplicações. Assim, a tipografia deve ser escolhida cuidadosamente para refletir os valores e a personalidade da marca, além de ser flexível ou suficiente para se adaptar a diferentes plataformas e contextos, sem comprometer a identidade central. Essa flexibilidade é essencial para garantir uma experiência de marca consistente, independentemente do ponto de contato, seja um site, embalagem ou material impresso. (Wheeler, 2006)

A **marca gráfica** reflete de forma concisa a ideia principal e a personalidade da marca por meio de uma representação visual. (Oliveira, 2013) Neste sentido, a marca gráfica é fundamental na Identidade Visual Corporativa, uma vez que está presente na maioria das interações que a empresa tem com os seus públicos, que a identificam rapidamente com características corporativas específicas (Raposo, 2008).

De acordo com Raposo (2008), uma marca gráfica é definida como "um signo visual que poderá ser constituído (individualmente ou em par) por um logótipo, um sinal, um ícone ou um símbolo" (Raposo, 2008, p. 16). A possibilidade de utilizar a marca de maneira isolada, como por exemplo apenas o símbolo, ou em combinação com outros elementos, proporciona uma maior flexibilidade nas suas aplicações e expande as opções criativas para satisfazer as particularidades de cada marca e situação. (Raposo, 2008, e Peón, 2009). No entanto, existem instituições que não possuem um símbolo; nestes casos, a marca gráfica limita-se ao logótipo. Por outro lado, há empresas que operam unicamente com um símbolo sem logótipo. (Peón, 2009)

Um dos componentes fundamentais da identidade visual é o **logótipo**, que atua como uma representação gráfica que simboliza uma marca, empresa, produto ou instituição. Este elemento é o mais facilmente reconhecido pelo público e está presente em diversas plataformas de comunicação, tanto diretas quanto indiretas. (Walsh et al., 2012) Assim, a criação do logótipo deve ser feita de maneira única, com o objetivo de facilitar a identificação visual e transmitir a essência e os valores da marca aos consumidores. (Wheeler, 2009) Além disso, os logótipos devem ser elaborados não apenas para serem distintos, mas também visando a sua durabilidade.

Neste sentido, podem assumir diversas características, podendo ser compostos por imagens, fontes tipográficas ou uma combinação de ambos. Assim, podem-se destacar algumas tipologias de logótipos: tipográficos, monogramas, simbólicos, abstratos, com mascote, combinados e emblemas. (Wheeler, 2009)

Os logótipos tipográficos utilizam fontes tipográficas ou *lettering* para apresentar o nome da marca de maneira singular e memorável. Essa categoria pode recorrer a tipografias já existentes ou a letras criadas sob medida. Marcas como Google e Coca-Cola (**figuras 3 e 4**) são exemplos que adotaram esses logótipos, usando fontes exclusivas para estabelecer familiaridade e confiança (Wheeler, 2018 e Lupton, 2006).



**Figura 3: Logótipo do Google (Fonte: Wikipedia (2020) [https://en.wikipedia.org/wiki/Google\\_logo](https://en.wikipedia.org/wiki/Google_logo))**



**Figura 4: Logótipo da Coca-Cola (Fonte: Pngwing (s.d.). <https://www.pngwing.com/pt/free-png-nfert/download>)**

Já os logótipos com monogramas (*Letterforms*) são compostos por uma letra ou combinação de várias, como nos casos da IBM e da CNN (**figuras 5 e 6**). Esses monogramas proporcionam simplicidade e ajudam na memorização, favorecendo uma identificação visual mais rápida.

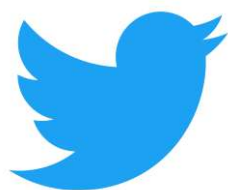


**Figura 5: Logótipo da IBM (Fonte: Pngwing (s.d.).<https://www.pngwing.com/pt/free-png-btddc/download>)**



**Figura 6: Logótipo da CNN (Fonte: Pngwing (s.d.). <https://www.pngwing.com/pt/free-png-pjmxx/download>)**

Os logótipos pictográficos, por sua vez, são constituídos por símbolos ou ícones que representam a marca sem envolver texto. A *Apple* (**figura 8**), com seu logótipo que é uma maçã mordida, e o *Twitter* (**figura 7**), que adota a imagem de um pássaro, são exemplos notáveis desse tipo de logótipo.



**Figura 7: Logótipo do Twitter (Fonte: Logo.wine. (s.d.) <https://www.logo.wine/logo/Twitter>)**



**Figura 8: Logótipo da Apple Cleanpng.com. (s.d.) <https://www.cleanpng.com/png-apple-logo-portable-network-graphics-desktop-wallp-7292099/>**

Os logótipos abstratos empregam formas não representativas para simbolizar uma marca, o que proporciona uma interpretação visual mais abrangente, embora alcançar um resultado satisfatório seja uma tarefa desafiadora. Marcas como Pepsi e Adidas são exemplos deste tipos de logótipos. Por outro lado, os logótipos com mascote apresentam um personagem que se liga à marca, como é o caso do *KFC* (**figura 9**), que utiliza o Coronel *Sanders* para estabelecer uma conexão emocional com os consumidores.



**Figura 9: Logótipo da KFC (Fonte: Wikipedia. (2025). Wikipedia.org. [https://sco.wikipedia.org/w/index.php?title=File:KFC\\_logo.svg&oldid=905221](https://sco.wikipedia.org/w/index.php?title=File:KFC_logo.svg&oldid=905221))**

Os logótipos combinados integram texto e ícones, podendo ser utilizados juntos ou isoladamente, o que facilita sua aplicação em diferentes meios de comunicação. O *Burger King* (**figura 10**) é um exemplo claro de marca que faz uso dessa abordagem.



**Figura 10: Logótipo do Burger King (Fonte: Logos PNG (2019) <https://logospng.org/logo-burger-king/>)**

Por último, os emblemas combinam texto e ícone numa única forma que não pode ser usada separadamente, como ocorre na marca Starbucks (**figura 11**). Um dos principais desafios desses logótipos é garantir a legibilidade quando utilizados em tamanhos menores. (Wheeler, 2018 e Almeida, 2023)



**Figura 11: Logótipo da Starbucks (Fonte: PNGEgg. (s.d.) <https://www.pngegg.com/en/png-nybtw>)**

Do ponto de vista de Airey (2010), os logótipos com designs icónicos têm como características serem: simples, relevantes, duradouros, distintos, memoráveis e adaptáveis. Um logótipo deve apresentar simplicidade, o que o torna mais versátil e fácil de reconhecer, além de contribuir para que se torne atemporal e duradouro. Outra característica essencial é a relevância tanto para a empresa quanto para o público. No entanto, não é necessário que mostre de forma literal o que a empresa faz. A durabilidade é fundamental: um logótipo deve ser pensado para existir ao longo de toda a vida do negócio que representa. Embora possa ser atualizado ao longo do tempo para trazer um toque de novidade, a ideia central deve permanecer constante. Um logótipo único e diferenciado facilita a distinção em relação aos concorrentes. A flexibilidade e adaptabilidade são outras características fundamentais, uma vez que, um design ideal deve ser capaz de manter sua integridade mesmo num tamanho mínimo, sem comprometer a clareza de detalhes, como puxadores de fecho e etiquetas de roupa. (Airey, 2010)

Os **Elementos Complementares** enriquecem e expandem o Sistema de Identidade Visual, pois têm um papel crucial ao trazer versatilidade e dinamismo à comunicação da marca. Assim, os Elementos Complementares são a **Imagética**, a **Forma**, o **Movimento** e o **Som**, cada um apresentando características únicas e funções estratégicas. Quando esses elementos são integrados e aplicados de maneira eficaz, contribuem para fortalecer a percepção da marca em diversas plataformas e contextos, resultando numa identidade coesa, consistente, memorável e impactante. (Oliveira, 2013)

As **Aplicações** ou **Elementos Aplicados** têm como objetivo projetar a imagem da marca, e criar pontos de contacto com o público-alvo consumidores. As aplicações devem de ser planeadas com o intuito de transmitir uma mensagem clara e consistente, de forma a garantir a coerência e uniformidade da imagem da marca.

(Oliveira, 2013, Munhoz, 2009). A identidade visual pode ser aplicada de diversas formas e meios, sempre mantendo a harmonia. (Wheeler, 2006)

Desta forma, os elementos implementados podem ser utilizados com diversas finalidades, como assegurar uma apresentação profissional da instituição, reforçar a identidade visual em documentos, consolidar a imagem da marca e promover de forma estratégica a identidade visual junto do consumidor; além de fomentar conexões com os consumidores.

O sistema de identidade Visual, deve de ser apresentado e regrado através da criação de um **manual de identidade visual**, que reúne as informações fundamentais para entender o conceito de identidade, a sua relevância e a correta aplicação. (Raposo, 2008). Os Manuais de Identidade Visual são, assim, guias que estabelecem as diretrizes sobre a identidade visual.

Os manuais têm uma função importante na afirmação e consolidação da identidade da marca. Segundo Olins (1995), esses documentos não se limitam a descrever aspetos técnicos; mas também capturam o tom, o estilo e os valores que a marca pretende comunicar ao público. Deste modo, os manuais de identidade visual assumem uma função estratégica ao assegurar que o sistema de identidade visual seja reproduzido, de forma precisa e consistente. Eles especificam normas detalhadas, como a aplicação correta do logótipo em diferentes fundos coloridos, as dimensões mínimas para reprodução, as proporções a serem mantidas e as adaptações necessárias para formatos horizontais e verticais. O principal objetivo é preservar o equilíbrio visual, evitando distorções ou alterações que possam comprometer a integridade do *design* (Olins, 1995), bem como prevenir erros e utilizações inadequadas que possam comprometer a uniformidade e a perceção da marca (Penim, 2008 e Wheeler, 2018).

Para além disso, a ausência desse manual pode gerar inconsistências na comunicação visual, provocando confusões como cartões de visita impressos em tonalidades diferentes em cada impressão ou o uso da tipografia incorreta nas comunicações internas. Estes erros prejudicam a imagem da marca e dificultam o reconhecimento da marca no mercado (Penim, 2008). De acordo com Chaves (1988), esses manuais vão além de simples guias práticos para a reprodução de elementos gráficos; eles são também ferramentas essenciais para fortalecer o design e comunicação institucional, como a perceção da marca. A aplicação rigorosa das diretrizes contidas no manual é indispensável para que a marca preserve uma identidade coesa e facilmente reconhecível. Além disso, empresas com uma identidade visual forte conseguem um diferencial competitivo num mercado cada vez mais atento

à estética, ao design e à coerência gráfica. Isso não só fideliza os clientes como também fomenta o sentimento de pertença entre os colaboradores, reforçando o vínculo com a organização e a imagem da marca.

Os manuais de identidade visual podem ser organizados de várias maneiras, distinguindo-se pelo formato e tamanho. No entanto, geralmente são compostos por cinco capítulos essenciais. O primeiro capítulo oferece uma introdução onde são expostos os objetivos e as orientações para a utilização do sistema de identidade visual. No segundo capítulo, são apresentados os elementos básicos que compõem o sistema, incluindo o logótipo, símbolo, marca, paleta cromática e tipografia. O capítulo seguinte dedica-se à explicação das regras para a aplicação da identidade visual, abordando *layouts*, formas de utilização dos símbolos, paleta cromática e tipografia selecionada. Em seguida, são ilustradas algumas aplicações da identidade visual em diversas formas de comunicação, como o estacionário (uniformes, placas de identificação, cartões de visita, cartas) e elementos publicitários e de comunicação da marca. No quinto capítulo, há a inclusão de complementos técnicos, que consistem nos arquivos de arte essenciais para a reprodução da identidade visual. (Villafañe, 1999 citado por Almeida, 2023).

A reprodução de manuais de identidade visual costuma ocorrer em escala reduzida, dependendo sobretudo do tamanho da empresa e dos seus objetivos. Contudo, a tendência atual é que a publicação aconteça principalmente no formato digital, que se revela não apenas mais económico, mas também mais simples de partilhar (Raposo, 2008).

De acordo com Raposo (2008), a noção de que os manuais de identidade visual são segredos bem guardados está-se a dissipar, pois já se compreende que não é possível replicar com sucesso uma identidade visual, mas apenas reproduzir produtos e realizar imitações de baixa qualidade da marca.

### **1.3.3. Design de Informação**

O *Design* de informação é uma das disciplinas do design gráfico. A origem do *design* de informação vem do termo inglês "*information design*". (Passos, 2014).

Esta disciplina do *design* tem como objetivos a organização, e apresentação de dados, tornando-os significativos e a transmissão clara da informação ao público (Louraço, 2016, e Quintão e Triska, 2014). Segundo Louraço (2016, p.55), "O *design* de informação é a área da concepção de comunicações claras e compreensíveis, que teve a sua génese no *design* gráfico e editorial."

Passos (2014, p.55) define o design de informação como "a arte e a ciência de preparar informações para que ela possa ser usada por seres humanos, com eficiência e eficácia.". Dick et.al (2017) argumenta que o *design* de informação está relacionado com a comunicação visual da informação, com elementos textuais ou não-textuais, ou combinando ambos, através de suportes digitais ou físicos.

Segundo Frascara (2011) citado por Quintão e Triska (2014) um bom *design* de informação é aquele que possibilita uma leitura e compreensão rápida e inequívoca dos dados, sem provocar cansaço ao utilizador. Ademais é bom o design que seja atrativo e desperte o interesse do público.

Para Maya et al. (2016) o profissional desta área deve atuar em três frentes em simultâneo. Assim, o *designer* deve atuar como emissor da mensagem, isto é, aquele que transmite a mensagem ao público. Em segundo lugar, desempenha o papel de selecionar os meios pelos quais se vai transmitir a mensagem ao utilizador, levando em conta qual será o suporte mais eficaz para transmitir a mensagem. Por fim, o terceiro papel do *designer*, consiste no de codificador a informação ao público, com o objetivo de que esta seja de clara interpretação, sem margem para equívocos (Maya et al., 2016). Dessa forma o *design* de informação explica claramente os dados por meio de tipografia, ilustrações, textos, gráficos e cores (Passos, 2014). De acordo com Frascara (2004) citado por Dick et al. (2017) há várias etapas a serem seguidas no desenvolvimento de um projeto de design de informação, incluindo planejar, projetar, coordenar, selecionar e organizar as informações.

O *design* de informação está presente em diversos objetos que usufruímos no nosso quotidiano, nomeadamente em infografias de diversos temas, cartazes, manuais de instrução, embalagens, guias de viagem, sinalizações, receitas, mapas, formulários de cadastro, infografias, livros, manuais, jornais, imagens médicas e promocionais (Maya et al, 2016, Quintão e Triska, 2014, Dick et.al., 2017).

Louraço (2016) realça o facto de que a interpretação do *design* de informação será influenciada de acordo com a literacia visual que o utilizador tem para compreender os símbolos. Assim, a compreensão será condicionada consoante a capacidade de interpretação correta dos dados (Louraço, 2016). Neste sentido, torna-se fundamental fazer pesquisa e realizar testes para conhecer a eficácia do design de informação, que poderá ser influenciada pelo tamanho dos elementos como pela capacidade de entendimento dos dados (Passos, 2014).

O professor de *design* gráfico Edward Rolf Tufte definiu alguns princípios relativos ao design de informação. Tufte expôs princípios gerais para a qualidade do design.

“três princípios gerais de excelência gráfica: (1) a apresentação bem planeada de dados interessantes, uma questão de substância, estatística e design; (2) a comunicação de ideias complexas com clareza, precisão e eficiência; e (3) o oferecimento, ao usuário, do maior número de ideias no menor tempo possível, com a menor quantidade de tinta no menor espaço.” (Quintão e Triska, 2014, p.113)

Além disso, *Tufte* definiu sete princípios para a representação visual eficaz da informação, que ficaram conhecidos como princípios de *Tufte*. O primeiro princípio defendido consiste em Remover a desordem. Ou seja, o *design* deve focar-se na informação, ou seja, tudo o que seja elementos extras deve ser removido para evitar a distorção da mensagem. O segundo princípio é a simplificação dos conceitos. A representação visual dos conceitos deve ser clara, o que por vezes deve-se recorrer à subdivisão da informação a ser trabalhada para uma interpretação mais clara, simples e eficaz. A simplificação da mensagem é o terceiro princípio defendido por *Tufte*. Neste princípio defende-se que os conceitos desenhados devem proporcionar ao público uma interpretação mais imediata da informação. O quarto princípio está relacionado com evitar a distorção. Assim, os grafismos e as ilustrações utilizados devem ser escolhidos de forma a representar bem a informação, evitando erros de interpretação. A paleta cromática reduzida é o quinto princípio defendido. Para *Tufte*, a paleta de cores utilizadas no design de informação deve ser reduzida para evitar a confusão do leitor. Ademais as cores não devem ser próximas para ajudar na mais fácil identificação dos dados. O sexto fundamento consiste em assegurar foco do leitor no conteúdo. A

atenção do leitor deve estar presa na informação a transmitir e não na forma. Este princípio defende que a componente estética deve servir a mensagem. Por fim, o sétimo princípio de *Tufte* está relacionado com a precisão. O princípio defende que para evitar erros de interpretação, as informações e dados devem ser precisos (Garcês, 2019).

As teorias da *Gestalt*, da autoria de Kurt Koffka, Wolfgang Köhler e Max Wertheimer consideram um conjunto de princípios psicológicos que explicam como os seres humanos percebem formas, padrões e organização visual. De acordo com Rodrigues (2012) são várias as Leis da Gestalt, tais como:

1. A **Lei da Proximidade** defende que quando observamos objetos próximos entre si entendemo-los como um grupo.
2. **Lei da semelhança**. Para esta lei os objetos semelhantes tendem a ser interpretados como parte de um grupo. Como atributos semelhantes podem ser considerados as cores, as texturas, a dimensão.
3. A **Lei da Continuidade** afirma que a percepção humana costuma procurar seguir uma linha, ou associar diferentes objetos para formar um caminho. Desta forma, os elementos organizados em linhas retas ou curvilíneas originam uma relação de continuidade.
4. **Lei do Cerco ou Região Comum** defende que quando formas diferentes estão dentro dos limites tendem a ser compreendidos como parte de um grupo.
5. A **Lei da Simetria** acredita que os objetos simétricos são mais facilmente assimilados pelo público, em contraste com os objetos assimétricos.
6. **Lei da Pregnância ou Simplicidade** defende que os elementos simples, como as figuras geométricas são mais facilmente assimilados.
7. **Lei do Destino Comum** assume que os elementos que estão dispersos na mesma direção são entendidos como parte de um grupo.
8. **Lei da Experiência** argumenta que vários objetos diferentes podem formar uma figura, contudo a sua interpretação está dependente do conhecimento da sua forma por parte do público.

### 1.3.4. UX Design

“A compreensão da perceção, necessidades, expectativas e formas de interação com determinado produto são fundamentais para garantir uma opinião positiva do usuário.” (Garcez et al., 2021, p.120)

O *UX design* é uma das áreas do design de interfaces, juntamente com o *UI design*. Como *UX design* entende-se o design centrado no utilizador, ou seja, “(...) o processo utilizado a fim de melhorar a usabilidade de um produto” (Barbosa, 2019, p.45). Dessa forma, a cada etapa da execução de um projeto são considerados os desejos, objetivos, necessidades e limitações do utilizador (Brito, 2016). Neste sentido o *UX design* proporciona uma melhor comunicação entre o utilizador e o produto, que pode ser físico ou digital (Santos et al., 2022). Barbosa (2019) identifica como principal objetivo do *UX design* reconhecer os desafios e carências do utilizador, visando aprimorar e aperfeiçoar a experiência deste com o produto.

Para entender em que consiste o *UX design*, é também importante compreender em que consiste o *UI design*, uma vez que este faz parte do *UX design*. Deste modo, o *UI design* tem como finalidade, melhorar a experiência do utilizador e fornecer as orientações necessárias para uma navegação eficaz no produto, através do design da interface. (Barbosa, 2019 e Brito, 2016)

Para Brito (2016) um processo de *UX design* segue três fases: a investigação; aplicação e *feedback*. A fase da investigação é constituída por algumas etapas relacionadas com a recolha de informação sobre o público e os produtos já existentes. Assim, neste momento são efetuadas três tarefas. A primeira, consiste na análise de concorrência, ou *benchmarking*, com o objetivo de conhecer os concorrentes e os seus públicos. Neste momento poderá fazer-se uso de técnicas de investigação como observação, entrevistas e questionários a potenciais utilizadores para compreender o que necessitam e o que lhes falta. A segunda tarefa prende-se com a criação de personas, isto é, a criação de personagens fictícias que representem os possíveis utilizadores. Para esta tarefa deverá fazer-se uso das informações adquiridas na tarefa anterior. E desta forma criar as personas, atribuindo-lhes dados biográficos (nome, idade, localização, profissão), motivações, objetivos, personalidade e gostos (Barbosa, 2019, Brito, 2016 e Santos et al., 2022). Por fim, realizam-se os “diagramas que representam a rota de um utilizador para realizar determinadas tarefas” (Brito, 2016, p. 4).

A segunda etapa consiste na aplicação da informação adquirida através da definição da arquitetura de informação, da realização de *wireframes* e da realização de um protótipo, ou o guia de passo a passo para simular a utilização.

A terceira etapa está associada à recolha de *feedback*. Esta é realizada no fim de se terem os protótipos feitos, a fim de entender junto de uma amostra de possíveis utilizadores, quais os obstáculos que eles enfrentam, na utilização, o que não lhes agrada, podendo os mesmos darem sugestões de melhorias. (Brito, 2016 e Santos et al., 2022) “Os testes de usabilidade devem ser realizados desde as primeiras iterações do projeto, pois o custo de emendar os problemas encontrados é muito menor” (Krug, 2014 citado em Brito, 2016, p. 5).

Segundo Santos et al. (2022) o *UX design* pode ser aplicado em diversos produtos, oferecendo alguns exemplos onde esta área é aplicada, nomeadamente em mensagens que facilitem a abertura de embalagens. Outro exemplo está relacionado com formulários extensos

“Um bom exemplo sobre a aplicação do conceito, é a frustração que o cliente tem em realizar uma tarefa do dia a dia, como um site complicado de entender, com formulários enormes que no fim apresentam algum erro ou não mostra alguma mensagem de finalização.” (Santos et al., 2022, p.6)

Na visão de Santos et al. (2022) o compromisso do profissional desta área do design, ou seja, do *UX designer* é tornar a utilização de um produto mais agradável, tornando-a mais rápida e fácil.

Jesse James Garrett, na sua obra, propôs uma abordagem estruturada para o design centrado no utilizador, dividida em cinco planos interdependentes, que juntos formam a base para a criação de experiências eficazes e satisfatórias. Cada plano é projetado para abordar diferentes aspetos do desenvolvimento de produtos digitais e garantir que as necessidades dos utilizadores sejam atendidas enquanto se cumprem os objetivos estratégicos. O Plano Estratégico é a base de todo o processo, e foca na definição de objetivos do produto e nas necessidades dos utilizadores. Neste plano, é importante definir o propósito do produto, alinhando as metas de negócios com as expectativas do público-alvo. As métricas de sucesso também são estabelecidas, como taxas de conversão ou engajamento, para medir o desempenho do produto. O segundo plano, o Plano de Escopo, traduz os objetivos estratégicos em requisitos

específicos de funcionalidade e conteúdo. Este plano define o que o produto irá oferecer, como funcionalidades específicas e tipos de conteúdo, e também o que não será incluído, ajudando a evitar o aumento descontrolado do escopo do projeto. Este processo é crucial para eliminar ambiguidades, estabelecer limites e garantir que todos saibam o que será ou não desenvolvido no projeto. No Plano de Estrutura, o foco está na organização lógica do conteúdo e na interação do utilizador com o produto. Ele define como o conteúdo será estruturado e como as funcionalidades serão apresentadas, visando facilitar a navegação e a interação do utilizador. Este plano envolve tanto o *design* de interação, que trata de como os utilizadores se vão relacionar com o sistema, como a arquitetura da informação, que organiza o conteúdo de maneira hierárquica e acessível. O Plano de Esqueleto é onde as decisões de estrutura começam a ganhar forma visual. Este detalha como os elementos da interface serão dispostos, incluindo o design de navegação, *layout* e a apresentação de informações. Esse plano foca na usabilidade e clareza visual, com a criação de *wireframes* que ajudam a mapear a disposição dos elementos sem a preocupação com aspetos estéticos ainda. Por fim, o Plano de Superfície trata da aparência visual do produto, considerando os aspetos sensoriais que afetam a perceção do utilizador, como cores, tipografia e contraste. Este plano é onde o design ganha vida, criando uma experiência visual que deve ser atraente e ao mesmo tempo coerente com a identidade da marca e funcional. A consistência visual e a utilização de guias de estilo são fundamentais para garantir que todos os elementos gráficos se integrem de forma harmoniosa. (Garret, 2011)

### **1.3.4.1. Arquitetura de informação**

“O termo arquitetura da informação faz uma metáfora com o termo arquitetura, enquanto área do conhecimento que planeja, estrutura e cria ambientes para tornar os espaços funcionais e eficientes.”(Lima, 2016, p.49)

O crescimento acelerado da Internet tem resultado na sua desordem, o que motivou as primeiras iniciativas de implementação do conceito de Arquitetura da Informação. (Reis, 2006) Assim, a Arquitetura da Informação (AI) é reconhecida como uma prática fundamental que procura organizar e aprimorar a navegação em ambientes digitais, exercendo uma função crucial na promoção de uma experiência eficaz para os utilizadores. (Lima, 2016)

Contudo mesmo sendo possível aplicar no mundo da *web*, o termo surgiu previamente. A origem do conceito é datada na década de 1960, pelo autor Wurman, que destaca que o conceito pode ser aplicados em ambientes *offline* tais como bibliotecas. O autor Saul Wurman escreveu um livro chamado *Information Architects*, em 1997, no qual defende que esta disciplina se dedica à organização de objetos informacionais físicos de forma a facilitar a sua utilização. (Lima, 2016 e Corrêa, 2011).

De acordo com Corrêa (2011) e Reis (2007), são três os pilares essenciais para entender o conceito: utilizadores, contexto e conteúdo. O primeiro pilar refere-se aos utilizadores, focando na identificação de suas necessidades, hábitos, comportamentos e nas atividades que precisam de realizar. O segundo pilar está ligado ao contexto, uma vez que cada organização possui as suas próprias exigências, características e particularidades. Por fim, o terceiro pilar diz respeito ao conteúdo, que abrange documentos, dados, aplicativos e medias diversas que podem emergir futuramente. (Corrêa, 2011 e Reis, 2007).

No contexto da *web*, Corrêa (2011), enfatiza que a disciplina da Arquitetura da Informação é fundamental para estruturar a organização das informações, concentrando-se na qualidade da categorização e na eficiência da navegação. Ele identifica quatro componentes centrais desta disciplina: organização, busca, rotulagem e navegação. Esses aspetos garantem que os conteúdos sejam apresentados de forma clara e acessível, o que, por sua vez, melhora a usabilidade e enriquece a experiência do utilizador.

### 1.3.4.2. Usabilidade

Compreender o que é a usabilidade é essencial quando se aborda os conceitos de *UX Design* e de Arquitetura de Informação. (Corrêa, 2011 e Botelho, 2018).

“O conceito de *User Experience (UX)* pode ser considerado uma evolução do conceito de Usabilidade, já que o ambiente digital desenvolveu a importância da experiência em detrimento da mera operacionalidade. Neste sentido é possível afirmar que a usabilidade se converteu numa das componentes da *User Experience*.” (Botelho, 2018, p.19)

O conceito de usabilidade remonta ao final da década de 1950, quando começou a ser explorado nos estudos sobre a interação entre humanos e máquinas. Com o passar dos anos, esse conceito foi-se desenvolvendo e, finalmente, ganhou uma definição formal por meio de normas como a ISO/IEC 9126:1991. Esta norma classifica usabilidade como uma característica de qualidade, relacionada ao esforço requerido para utilizar um produto e à avaliação da experiência do utilizador. Fatores como compreensão, aprendizagem e operabilidade são fundamentais para essa avaliação, além de outros atributos sugeridos por Nielsen (1993), mencionados por Botelho (2018), como a facilidade de memorização e a eficiência. Com o tempo, a noção de usabilidade passou a fundir-se com o conceito mais abrangente de *UX* (experiência do utilizador), que considera todos os pontos de contato entre este e a empresa, os seus produtos e serviços. A norma ISO 9241-210:2010 reforça essa abordagem ao descrever *UX* como as percepções e reações de um indivíduo em decorrência do uso de um produto.

De acordo com Corrêa (2011, p. 29) “Usabilidade não se aplica somente a sistema, mas a qualquer objeto/produto que de alguma forma interaja com o ser humano”.

Neste sentido, nas suas obras os autores Botelho (2018) e Corrêa (2011), citam Nielsen (1993) para uma possível definição de usabilidade que assenta em cinco princípios: facilidade de aprendizagem, eficiência da utilização, facilidade de memorização, erros e satisfação. O primeiro atributo mede a facilidade de aprendizagem para a utilização de um sistema, sendo usável o produto no qual o

utilizador consegue aprender a usá-lo facilmente. O segundo atributo mede a sua eficiência tornando eficiente aquele em que o utilizador consegue completar as tarefas necessárias. A facilidade de memorização é o seguinte princípio, que defende que que o sistema deve ser fácil de lembrar, nomeadamente os passos a seguir pelo utilizador, mesmo após um período sem utilização. A usabilidade também se mede pela quantidade de erros cometidos pelo utilizador e se conseguem corrigir os mesmos, sendo que uma aplicação usável é aquela em que existe uma baixa quantidade de erros, e os que ocorrem são fáceis de ser ultrapassados. Por fim, o quinto atributo está relacionado com o grau de satisfação do utilizador com o produto. (Botelho, 2018 e Corrêa, 2011)

## Síntese do capítulo

O enquadramento teórico articula duas temáticas essenciais: gestão de tempo e *design* gráfico.

Gestão de tempo, organização e planeamento são temas interligados. Com base na informação recolhida, é entendido que para uma eficaz gestão de tempo é essencial uma organização e planeamento prévio dos compromissos. Deste modo são várias as ferramentas que podem ser adotadas para auxiliar no processo, podendo ser físicas ou digitais.

A nível do *design* gráfico, através da disciplina do *design* de informação, que organiza e hierarquiza conteúdos de forma clara e acessível as informações por meio de tipografia, ilustrações, textos, gráficos e cores. Adicionalmente, o *UX design* garante usabilidade, acessibilidade e fluidez, transformando a interação numa experiência envolvente e intuitiva



## Capítulo II - Questionário e Estudo de casos

Neste capítulo, serão apresentadas as duas metodologias de investigação adotadas no âmbito deste estudo, o questionário e o estudo de casos.

Primeiramente, para a construção do inquérito por questionário foi elaborado um guião com o objetivo de analisar as preferências dos *designers* e estudantes de *design*, identificar as suas necessidades e compreender os principais obstáculos que enfrentam na manutenção da produtividade e da organização pessoal. O questionário foi disponibilizado *online*, através da plataforma *Google Forms*, e a sua divulgação foi realizada através do *email* e das redes sociais, de modo a alcançar uma amostra diversificada de respostas. Importa referir que, antes da aplicação do inquérito, foi obtido parecer favorável da Comissão de Ética do Instituto Politécnico de Castelo Branco, pode ser consultado no **apêndice I**. O questionário e as respostas ao questionário podem ser consultados nos **apêndices II e III** respetivamente.

Neste capítulo será também apresentado o estudo de casos realizado a algumas plataformas que se destinam à organização pessoal e planeamento, tendo sido composta uma lista detalhada das componentes a analisar, com base em autores. Adicionalmente, no **apêndice IV**, estão analisados de forma breve alguns casos referenciados no questionário.

### 2.1. Questionário

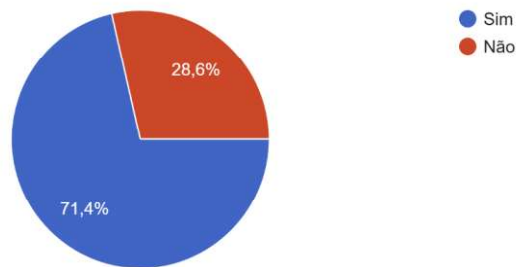
O questionário recebeu um total de 35 respostas. Antes de começar, os participantes precisaram marcar uma opção confirmando que leram o consentimento informado, que era claro e livre para fins de pesquisa científica, e que estavam cientes do que esperar ao participar do estudo.

A primeira parte do questionário corresponde à investigação do perfil do participante. Assim, a amostra considerou o intervalo de idades entre os 19 e 50 anos, sendo que as idades mais incidentes são os 22 e 24 anos (22,9%). Relativamente ao género, os participantes foram maioritariamente do género feminino (77,1%). A respeito da ocupação, maioria das respostas corresponderam a estudantes de *design* (48,6%), sendo que 28,6% das respostas corresponderam a trabalhadores da área e 22,9% a trabalhadores-estudantes. Assim, os trabalhadores da área perfizeram um total de 18

participantes, sendo que a sua maioria estava relacionada com trabalhadores por conta de outrem (61,1%). 27,8% trabalham como *freelancers* e 11,1% possuem a sua própria empresa. Relativamente a quanto tempo os participantes trabalham ou estudam na área de design, as respostas variaram entre 2 meses e 20 anos. A respeito do tipo de projetos em que participam (equipa ou individuais), 25,7% dos participantes trabalha em projetos individuais e 14,3% trabalha em projetos em equipa.

A segunda parte do questionário corresponde à análise dos hábitos de organização pessoal e planeamento. De forma a analisar a preferência dos participantes, questionou-se a preferência pelas ferramentas digitais, sendo que 71,4% afirmou utilizar ferramentas digitais. As plataformas digitais apresentaram grande destaque tais como o *Google Calendar* e o *Notion*. Alguns utilizadores também fazem uso de listas de tarefas e alarmes ou lembretes.

Costuma organizar as suas tarefas com recurso a ferramentas digitais (aplicações, calendários, layouts Canva planners, templates gráfico)?  
35 respostas



**Figura 12: Gráfico relativo ao recurso a ferramentas digitais (Fonte: autora, 2025)**

Os inquiridos, foram questionados sobre das opções quais as mais os motiva a organizar, sendo possível selecionar mais do que uma. Assim, a maioria está associada aos prazos e compromissos (70%), seguido pelos desejo de ser produtivo, e a necessidade de equilibrar várias atividades, ambas as opções com 60%.

A maioria dos participantes só costuma planejar, às vezes, a semana com antecedência (45,7%). Sendo que 37,1% das respostas estavam associadas a inquiridos que planeiam ou dia ou a semana com antecedência. As respostas relativas à frequência com que ajustam os planos, são diversas, sendo que a maioria faz ajustes diários. No que diz respeito às principais dificuldades enfrentadas na tentativa de organização, as respostas evidenciaram que a procrastinação, a falta de tempo e a sobrecarga eram os principais obstáculos. Sendo que a dificuldade em definir prioridades e a má gestão do tempo também foram amplamente referidas.

No que diz respeito à forma como os participantes se organizam para trabalhos em equipa, a estratégia mais referida foi a divisão e delegação de tarefas e definição de prazos para a execução de tarefas. A comunicação entre os membros também foi mencionada, sendo que muitos optam pela realização de reuniões, mensagens em grupos trabalho ou grupos de *WhatsApp*. Sendo que, muitos também recorrem a documentos partilhados, como o *Google Docs*, ou ferramentas colaborativas, tais como o *Trello*.

Na terceira fase do inquérito foram identificadas as ferramentas e métodos de Organização Pessoal e Planeamento utilizadas pelos inquiridos. 71,4% costumam organizar as suas tarefas com recurso a ferramentas digitais (aplicações, calendários, layouts *Canva planners, templates* gráfico). Sendo que as que estes inquiridos mais utilizam são ferramentas como *Google Calendar*, o *Notion*, *Trello*, *ClickUp* e *Sticky Notes*. A preferência por estas aplicações está associada com a praticidade de poder aceder desde qualquer lugar pelo dispositivo que o utilizador preferir, poder receber avisos e lembretes. As ferramentas visuais tais como *Canva* e *Milanote* também são referidas por facilitarem a visualização do que precisa de ser feito, através de listas esquemas.

Os inquiridos que não utilizam as ferramentas digitais justificam a sua escolha através da contínua preferências por métodos tradicionais, tais como agendas e anotações em papel. Sendo que alguns referem a falta de confiança na tecnologia para alertar sobre os compromissos, sentem que perdem mais tempo a inserir dados em plataformas digitais, e que escrever e ter possibilidade traz a sensação de maior produtividade.

Sobre a possibilidade de poderem mudar algo nas ferramentas digitais que utilizam, os inquiridos referem o desejo de maior acessibilidade, sugerindo a remoção de limitações das plataformas desbloqueadas por planos pagos, especialmente para estudantes, sincronização eficaz e responsiva ente desktop e mobile. bem como a eliminação de anúncios que interrompem a utilização. Os inquiridos também destacam a necessidade de tornar as interfaces mais simples e intuitivas, reduzindo a complexidade e o excesso de informações, bem como melhorias no *layout* para facilitar a identificação rápida de tarefas. Adicionalmente é mencionada a preferência por mais opções de personalização visual, oferecendo maior liberdade criativa e incentivo à produtividade. Um ponto de destaque são também a importância de funcionalidades que permitam colaboração em tempo real, com partilha de comentários, além da disponibilização de tutoriais que facilitem a aprendizagem e a utilização autónoma da

plataforma. Quando questionados se costumam recorrer a agendas físicas (agendas, *bullet journal*, caderno *To Do*, outros) para se organizarem a maioria (71,4%) respondem positivamente. Aos que responderam afirmativamente, foi questionado sobre quais utilizam, tendo sido referidas agendas, calendários de mesa, listas *to do*, cadernos com lista *to do* com visão semanal, cadernos, *bullet journal*, *post its* e um quadro branco. A escolha é justificada pelos inquiridos pela satisfação de poder riscar um tarefa quando cumprida, possibilidade de utilizar cores para classificar as tarefas, e a possibilidade de colocar em locais visíveis, de forma a dar a possibilidade de ver o que falta fazer. Um inquirido refere a preferência por utilizar folhas soltas onde pode fazer o seu calendário e escrever o que tem para fazer e deixando-as num sítio visível, por nunca se lembrar de consultar a sua agenda. Os inquiridos que afirmam que não utilizam ferramentas físicas, defendem a sua escolha pela preferência e a praticidade oferecida pelo digital, e a falta de motivação para manter uma agenda ativa. Quando questionados sobre a possibilidade de mudar algo nas agendas físicas, revelam que gostariam que oferecessem mais espaços de escrita, e em primeiro lugar uma vista mensal, semanal e só depois diária. Outra mudança seria colocar a semana a aparecer num só *spread*, ou seja, que a semana apareça toda em apenas duas páginas para a puder ver toda ao mesmo tempo e ter uma noção geral melhor da minha semana. Também foi referida a adição de frases motivacionais para incentivar a trabalhar.

Relativamente, às plataformas que utilizam ou que já utilizaram a predominância incide no *Google* Calendário, com 88,6%, das respostas, seguida pelo *Notion* (57,1%) e pelo *Trello* (34,3%). Sendo que o *Evernote* também apresenta destaque com 22,9% das respostas. A maioria dos inquiridos (57,1%) continua a utilizar as plataformas. Relativamente a quais os participantes continuam a utilizar, O *Notion*, *Google Calendar* e o *Trello* são as com maior destaque, sendo também referida o *Milanote*. A escolha está associada com a possibilidade de escolher *templates* pré-definidos ou criar os próprios *templates*. A acessibilidade de ser de fácil utilização também é destacado pelos inquiridos. Relativamente aos motivos que levaram aos inquiridos de deixar de utilizar estão relacionados com a necessidade de simplificação, gastar muito tempo na personalização, necessidade de pagar para obter mais recursos, não estar disponível em português. O mais valorizado pelos inquiridos é a facilidade de utilização, possibilidade de personalização, acesso em diferentes dispositivos, funcionalidades colaborativas, e integração com outras plataformas.

Relativamente às funcionalidades fundamentais as mais destacadas são a visualização de calendário mensal, semanal e diário, adição de compromissos e

lembretes com notificação, criação de notas rápidas, e possibilidade de personalização. Quando questionados sobre como descreveria o recurso de gestão de tarefas ideal, os inquiridos indicam que estas devem ser simples, prático, visualmente intuitivas e de fácil utilização, permitindo a organização por prioridades, categorias ou projetos, integrar plataformas externas e adicionar lembretes, e oferecer visão do progresso com estatísticas ou metas diárias, possibilidade de riscar ou dar *check* às tarefas realizadas. Outra funcionalidade destacada para descrever o recurso de gestão de tarefas ideal prende-se com a possibilidade de gamificação ou integrar um sistema de recompensas, com prémios. Adicionalmente é destacada a uma ferramenta que complementa uma agenda semanal em papel e calendário digital.

Por fim a quarta e última parte do questionário está associada com o papel do Design Gráfico na organização pessoal e planeamento. Neste sentido, a maioria dos inquiridos (88,6%) considera que o *design* gráfico pode influenciar a forma como organiza e planeia as suas atividades. Questionados como consideram que o design gráfico influencia, os inquiridos consideram que um design apelativo, intuitivo e bem estruturado pode tornar a experiência mais motivadora, agradável e eficaz. Elementos como cores, tipografia, ícones, hierarquia visual e *layout* são apontados como fatores que facilitam a leitura, destacam prioridades e tornam a navegação mais fluida. Muitos referem que um bom design aumenta a vontade de utilizar ferramentas de organização, promove uma maior clareza das tarefas e reduz a sensação de confusão. No entanto também é realçado que a funcionalidade deve prevalecer sobre a estética, ou seja, há um consenso de que o design gráfico não é apenas decorativo, mas sim um componente essencial da usabilidade. A maioria das respostas revela que os inquiridos acreditam que a personalização é importante. Os inquiridos justificam a sua opinião afirmando que poder ajustar cores, *layouts* e temas e poder adaptar a ferramenta ao estilo e às necessidades individuais de cada pessoa, contribui para tornar a experiência mais confortável, apelativa e funcional. A personalização contribui para uma organização mais eficaz, facilitando a categorização de tarefas, a definição de prioridades e a rápida identificação de compromissos importantes. Ainda referem que um visual agradável e adaptado ao gosto pessoal aumenta a motivação, a concentração e o uso recorrente da plataforma. Para alguns, até pequenos ajustes visuais, como o uso de determinadas cores ou esquemas minimalistas, têm impacto direto na clareza mental e na produtividade. As ferramentas simples e minimalistas, personalizáveis, visuais e intuitivas são as que se revelam a preferência dos inquiridos. Por último, os inquiridos são questionados sobre os conselhos que dariam aos

designers que se encontram a desenvolver recursos de gestão de tempo. Assim, os participantes aconselham a criação de interfaces fáceis intuitivas, claras, simples e fáceis de usar, e que contenham a possibilidade de personalização. Inquiridos destacam a importância de integração de recursos de gamificação e recompensas para aumentar a motivação, contudo também tem participantes que não consideram importante. Recomendam que a ferramenta seja acessível em várias plataformas e adequada a diferentes níveis de familiaridade com a tecnologia, estando aberta a possíveis atualizações. Além disso, recomendam que os designers testem as soluções com utilizadores reais, incorporem *feedback* e se inspirem nas melhores funcionalidades de plataformas já existentes. Aconselham também a ter resiliência e coragem para enfrentar clientes insatisfeitos com a *app*.

Em síntese, os resultados do questionário evidenciam que os participantes reconhecem a importância das ferramentas de organização pessoal e planeamento, privilegiando sobretudo as soluções digitais pela sua acessibilidade e praticidade. As respostas revelam ainda que fatores como usabilidade, clareza visual, hierarquia da informação e possibilidade de adaptação às necessidades individuais são determinantes para a eficácia das ferramentas utilizadas. Paralelamente, destaca-se o papel do design gráfico e do UX design como elementos centrais para tornar a experiência de organização mais intuitiva, motivadora e funcional.

O questionário e as respetivas respostas podem ser consultados nos apêndice II e III.

## 2.2. Estudo de Casos

Este capítulo centra-se no estudo de casos, desenvolvida sobre as plataformas *Notion*, *xTiles*, *Evernote*, *Habitica*, *Trello* e *Todoist*.

A escolha dos casos está associada à diversidade de abordagens que oferecem à organização pessoal e ao planeamento digital. Estas plataformas permitem observar diferentes paradigmas de design gráfico e UX design, desde soluções minimalistas, personalizáveis, soluções individuais, colaborativas e soluções com componentes de gamificação, proporcionando uma análise abrangente das potencialidades e limitações no apoio à organização e planeamento.

Para a análise das plataformas foi elaborada uma lista detalhada de componentes, dividida em quatro parâmetros: Identidade Visual; Conteúdo / Funcionalidades, Design de Interface; Interface. No primeiro parâmetro procedeu-se à avaliação dos elementos que estruturam a identidade visual das plataformas em análise. O segundo parâmetro, relativo ao conteúdo e às funcionalidades, centra-se à análise das principais funcionalidades e conteúdos que uma aplicação deve incorporar para garantir uma experiência eficaz e segura ao utilizador. O terceiro parâmetro, dedicado ao design de interface, contempla os aspetos visuais e funcionais que compõem a interface, com especial enfoque na usabilidade e na qualidade da experiência do utilizador. Finalmente, o quarto parâmetro, foca-se no Design de Interface, abrangendo a análise dos aspetos relacionados com a segurança, a acessibilidade e a facilidade de utilização, elementos essenciais para garantir uma interação confiável e inclusiva.

Com base nestes parâmetros, apresenta-se de seguida a listagem detalhada das componentes que orientam a análise do estudo de casos.

### 1. IDENTIDADE VISUAL (segundo Oliveira, 2013 e Lázaro, 2017)

- Estratégia (*inputs* a partir da personalidade da marca)
- Orientação criativa (interveniente no processo de conceção)
- Nome
- Símbolo
- Tipografia e legibilidade
- Cor
- Imagética
- Forma

- Movimento
- Som
- Aplicações
- Mascotes

## **2. CONTEÚDO / FUNCIONALIDADES**

- Autenticação do utilizador, através da criação de conta na aplicação, de forma a conseguir identificar o utilizador (Bonifácio, 2014, Bitarães, 2020 e Ordem dos Psicólogos Portugueses, 2022)
- Sincronização entre aplicações, isto é, ferramenta que facilite a iniciar sessão em diferentes aplicações em simultâneo (Bonifácio, 2014)
- O utilizador pode utilizar a aplicação em diferentes dispositivos em simultâneo
- Introdução e ajuda na utilização (Lázaro, 2017)
- Possibilidade de escolha de idiomas, principalmente o idioma materno (Bitarães, 2020)
- Política de privacidade transparente: O utilizador é informado sobre o tratamento de seus dados (Ordem dos Psicólogos Portugueses, 2022).
- A aplicação é personalizável (Ordem dos Psicólogos Portugueses, 2022)
- Organização e planeamento:
  - Possibilidade de gamificação, podendo ser utilizada ou não pelo utilizador (Lázaro, 2017 e Bitarães, 2020)
  - A aplicação contém incentivos
  - Desafios a ser cumpridos para ajudar a motivar o utilizador (Lázaro, 2017)
  - Categorização das metas, personalização das metas, classificação das metas (Bitarães, 2020)
  - Descrição de tarefas, período de duração, frequência (Bitarães, 2020)
  - *Feedback* e estatísticas sobre as tarefas (Bitarães, 2020)
  - Possibilidade de adicionar comentários em cada tarefa (Lázaro, 2017)
  - Botão *check* para as tarefas concluídas (Lázaro, 2017)
  - Separação por categorias (Lázaro, 2017)
  - Lembretes e alarmes sobre tarefas (Lázaro, 2017)
  - Histórico de tarefas (Lázaro, 2017)
  - Indicador de atividade, isto é, momentos em que os utilizadores estão ativos ou em pausa (Lázaro, 2017)

- Opção de visualização de tarefas do dia na interface (Lázaro, 2017)
- *Dashboard* com percentagem da atividade (Lázaro, 2017)
- Opção de armazenar ideias para organizá-las mais tarde (Lázaro, 2017)
- Possibilidade de anexar informações ou documentos externos, que podem ser vídeos, áudios, *links*, fotografias, documentos (Lázaro, 2017)
- Possibilidade de *feedback* de forma a evitar erros e prevenir perdas de dados (Lázaro, 2017 e Bonifácio, 2014)
- A aplicação apenas funciona *online* ou também funciona *offline* (Ordem dos Psicólogos Portugueses, 2022)
- Disponibilidade em diferentes sistemas operativos (Bitarães, 2020)
- Versão *web* (Bitarães, 2020)
- Versão *premium* da *app* (Lázaro, 2017)

### 3. DESIGN DA INTERFACE

- Utilização de mascotes (Lázaro, 2017)
- Cor para destacar funcionalidades
- Cor a destacar o conteúdo selecionado (Bonifácio, 2014)
- Utilização de cores nas categorias e na ordem prioritária de cumprimento (Lázaro, 2017)
- Padrão de posicionamento de elementos na tela (Bitarães, 2020)
- Resolução/qualidade dos gráficos usados para os ícones, botões, menus, conteúdos (Ordem dos Psicólogos Portugueses, 2022)
- Utilização de ícones reconhecíveis pelo utilizador. Caso não tiverem fácil reconhecimento, estão acompanhados por texto (Lázaro, 2017)
- Disposição e dimensão dos ícones, botões, menus, conteúdos no ecrã adequada (Ordem dos Psicólogos Portugueses, 2022)
- Utilização de metáforas - como cadernos ou florescimento de plantas (Lázaro, 2017)
- Evitar a adoção de botões e ícones que possam resultar em contradições e ambiguidades (Lázaro, 2017)
- Simplicidade dos ícones adotados, tais como as figuras geométricas são mais facilmente assimilados. (Gestalt)
- Respeito e seguimento das leis da *Gestalt* (Lázaro, 2017)
- Linguagem visual coerente, entre todos os elementos (Lázaro, 2017)

- Linguagem textual e visual mais simplificada (Lázaro, 2017)
- Família tipográfica grande legível (Lázaro, 2017)
  - Tipografia que a leitura não gere dúvidas sobre o conteúdo escrito (Lázaro, 2017)
  - Família tipográfica com diferentes pesos para reforçar a hierarquia (Lázaro, 2017)
  - Utilização de uma tipografia caligráfica, para ajudar a aproximar a escrita à mão.
    - Segundo Lázaro (2017), esta é uma opção que ainda não foi muito explorada pelos concorrentes

#### **4. INTERFACE**

- Utilização segura (Lázaro, 2017)
- Tem custos associados (Ordem dos Psicólogos Portugueses, 2022)
- Disponibilidade em sistemas operativos e *features* (Ordem dos Psicólogos Portugueses, 2022)
- A aplicação foi validada a nível de usabilidade e exequibilidade (Ordem dos Psicólogos Portugueses, 2022)
- A aplicação é fácil de utilizar (Ordem dos Psicólogos Portugueses, 2022)
  - Botões e termos reconhecíveis (Lázaro, 2017)
  - Eficiência na utilização (Lázaro, 2017)
  - Fácil aprendizagem para a utilização (Lázaro, 2017)
  - Legibilidade – aspetos que dificultam ou facilitam a leitura da informação, tais como cores, contrastes, espaçamento entre parágrafos, tamanho da letra (Maya e Castro, 2018)
  - As interações são intuitivas (toques, *swipes*, *scrolls*) (Ordem dos Psicólogos Portugueses, 2022)
  - Flexibilidade de caminhos de navegação- oferece mais de que uma opção de atalhos para alcançar o mesmo objetivo. (Maya e Castro, 2018)
  - Todos os botões contêm ligações (Ordem dos Psicólogos Portugueses, 2022)
  - Boa organização e fácil recordação (Lázaro, 2017)
  - A navegação é lógica, apropriada, precisa e de fácil aprendizagem (Ordem dos Psicólogos Portugueses, 2022)
- Densidade de informação adequada para uma boa experiência para o utilizador (Maya e Castro, 2018)

- Rapidez e funcionalidade dos *features* (ex.: menu e botões) (Ordem dos Psicólogos Portugueses, 2022)
- As informações e dados devem ser precisos, de forma a evitar erros (Tufte)
- Compatibilidade e Similaridade das aplicações nos diferentes ecrãs (computador, *tablet*, telemóvel) (Ordem dos Psicólogos Portugueses, 2022 e Maya e Castro, 2018)

## 2.2.1. Notion

A *Notion* é uma plataforma que pretende reunir tudo num só lugar, facilitando a organização e a gestão de tarefas. A *Notion* foi oficialmente lançada em 2016, pela *Notion Labs Inc.*, uma *startup* de São Francisco, que foi fundada em 2013, por Ivan Zhao e Simon Last, o *Notion* foi oficialmente lançado em 2016. O número de utilizadores de *Notion* tem tido um aumento constante. No entanto, foi em 2020, durante a pandemia de covid-19 e o aumento do trabalho remoto, que sua popularidade disparou. Em 2021, a plataforma alcançou a marca de 20 milhões de utilizadores. Neste sentido, a plataforma consolidou-se como uma ferramenta extremamente personalizável, com diversas funcionalidades tais como anotações, gestão de projetos, bancos de dados, *wikis* e listas de tarefas, criação de calendários, através de um espaço de trabalho unificado que ajuda na organização e na gestão das informações, tanto para trabalho individual quanto em equipa.



Figura 13: Logótipo do Notion (Notion Labs (2025). <https://www.notion.com/>)

### 1. IDENTIDADE VISUAL

#### ➤ **Estratégia (inputs a partir da personalidade da marca)**

A estratégia de identidade visual da *Notion* é baseada na sua personalidade de marca que une simplicidade, minimalismo, flexibilidade e eficiência. A marca apresenta-se como uma ferramenta versátil e organizada oferecendo alto nível de personalização e promovendo uma experiência fluida e intuitiva.

#### ➤ **Orientação criativa (interveniente no processo de conceção)**

A abordagem criativa da *Notion* está ligada a um design que é ao mesmo tempo funcional, minimalista e esteticamente agradável, evitando gráficos excessivos que poderiam prejudicar a clareza e a eficiência do sistema. A identidade visual da *Notion* evolui em harmonia com a experiência e as necessidades dos utilizadores. Desta forma, a identidade da *Notion* não é uma imposição, mas atua como um cenário neutro e estruturado, permitindo que cada utilizador individual ou em equipa crie seu próprio

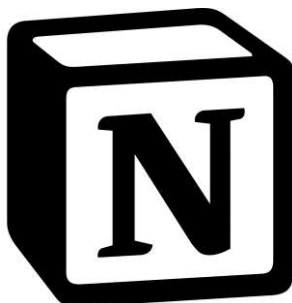
ambiente de trabalho de maneira fluida e singular, onde a criatividade é o seu único limite.

➤ **Nome**

A escolha do nome da plataforma não está divulgada para o público. Contudo, a palavra "*Notion*", que designa a plataforma, tem suas raízes no inglês e traduz-se como "noção", "ideia" ou "conceito". Nesse contexto, o nome carrega a essência da ferramenta, que busca estabelecer um ambiente que una diferentes vertentes da vida num só lugar.

➤ **Símbolo**

O símbolo da *Notion* apresenta um cubo em 3D, com a letra "N" estilizada numa tipografia serifada, enquadrando-se na categoria tipográfica, segundo as categorias analisadas por Peón (2009). A opção por um cubo simboliza a flexibilidade e a modularidade da plataforma, possibilitando que os utilizadores adaptem o seu ambiente de trabalho de acordo com as suas demandas, ao combinar blocos de construção. A tipografia serifada reforça os ideais de clareza, fluidez e organização, que são aspetos fundamentais da proposta da *Notion*. O *design* em preto e branco do ícone enfatiza a estética minimalista, assegurando sua fácil identificação. **(Figura 14)**



**Figura 14: Símbolo do Notion (Notion Labs (2025)**  
<https://www.notion.com/>)

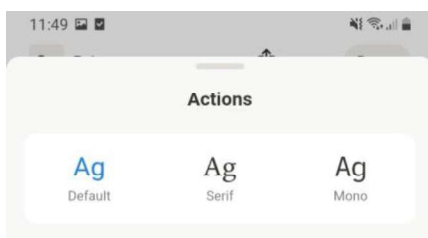
➤ **Tipografia e legibilidade**

A tipografia adotada na plataforma *Notion* assegura a harmonização com a identidade visual, além de proporcionar uma experiência agradável ao utilizador, garantindo legibilidade e alinhando-se à proposta minimalista e funcional da plataforma. O logótipo da *Notion* apresenta a combinação de duas fontes distintas: uma serifada, que enriquece o símbolo, e outra sem serifa, que forma o logótipo **(Figura 13)**.

A fonte utilizada no logótipo é a mesma aplicada nos materiais institucionais e no *site*. Assim, para as informações do *site* da *Notion*, foi utilizada uma fonte sem serifa, que favorece uma estética limpa, moderna e de fácil leitura. A hierarquia visual é

acentuada pela aplicação de tipografia em negrito para títulos e subtítulos, ou em tamanho maior, enquanto os textos descritivos preservam um peso mais sutil, proporcionando um conforto visual.

Na interface, a plataforma disponibiliza aos utilizadores três tipos de fontes (padrão, serifada e mono), permitindo que cada um personalize de acordo com suas preferências. A fonte padrão, uma opção sem serifa, é adequada para diversas situações. A fonte serifada, que apresenta serifa, é perfeita para conteúdos mais textuais ou formais. Já a fonte mono, também sem serifa, é a escolha ideal para rascunhos ou anotações. **(Figura 15)**



**Figura 15: Captura de ecrã das tipografias disponíveis (Fonte: autora, 2025)**

## ➤ **Cor**

A *Notion* utiliza uma paleta de cores que combina tons neutros (como preto, branco e diversas tonalidades de cinza) com cores primárias (amarelo, azul, roxo, laranja e vermelho). Para personalizar a interface a *Notion* oferece cores primárias em versões pastéis ou também denominado como HSV **(Figura 16)**.

O preto é destacado no logótipo e nos principais elementos da interface, nomeadamente textuais e ilustrações, favorecendo um contraste acentuado, o que favorece a legibilidade. O branco, por sua vez, é predominantemente aplicado no fundo da interface. O cinzento é reservado para alguns elementos textuais e para realçar certas informações. As cores primárias aparecem em alguns destaques e ilustrações. Embora a estética geral seja baseada em cores, a plataforma possibilita que os utilizadores personalizem as suas interfaces com tons pastéis ou HSV. Desta forma, a escolha de uma paleta de cores neutras permite que os utilizadores adaptem as suas páginas sem que a identidade visual da interface atrapalhe a experiência do utilizador.



**Figura 16:** Captura de ecrã das cores utilizadas na Notion (Fonte: autora, 2025)

### ➤ **Imagética**

A nível da imagética, a *Notion*, utiliza ícones e ilustrações gráficas, que ajudam a manter a interface intuitiva e funcional.

As ilustrações (Figura 17) adotadas pela Notion apresentam um estilo manual, predominantemente em preto e branco, com alguns detalhes coloridos. Estes elementos são utilizados no site, em materiais promocionais e nas comunicações dentro da plataforma, proporcionando uma abordagem mais próxima e memorável ao utilizador. A iconografia (**Figura 18**) da *Notion* fundamenta-se em símbolos claros e facilmente identificáveis, o que assegura uma navegação simples e intuitiva. Os ícones seguem um design minimalista, desprovidos de sombras ou gradientes, o que ajuda a manter a harmonia com a identidade visual global. Sendo que o utilizador pode escolher se as aplica a cores ou a preto e branco. Neste contexto, a escolha de ícones e ilustrações sutis reforça a proposta da *Notion* como uma ferramenta versátil e centrada na organização da informação, evitando distrações visuais desnecessárias.

Documentação

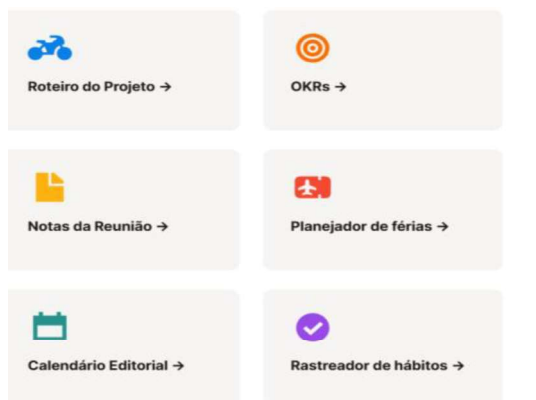
## A próxima geração de notas e documentos

Simples. Poderoso. Lindo. Comunique-se de forma mais eficiente com os blocos de construção flexíveis do Notion.

Obtenha o Notion gratuitamente



**Figura 17:** Captura de ecrã das ilustrações da Notion (Fonte: autora, 2025)



**Figura 18: Captura de ecrã da icnografia da Notion (Fonte: autora, 2025)**

➤ **Forma**

Não se aplica.

➤ **Movimento**

A plataforma faz utilização de movimentos subtis, em animações explicativas, e transições suaves, de forma a garantir uma experiência mais agradável e funcional. No *website* e materiais promocionais, a *Notion* incorpora animações em ilustrações e vídeos explicativos. Além disso, esses movimentos aparecem na interface em momentos específicos, como ao expandir ou recolher blocos, abrir menus e mover elementos arrastáveis, além de destacar informações importantes. Esses movimentos oferecem um *feedback* visual que ajuda os utilizadores durante a navegação e interação com a plataforma. Também é possível adicionar animações na área de trabalho, conforme as preferências e necessidades de cada utilizador.

➤ **Som**

A *Notion* não tem nenhuma identidade sonora incorporada na plataforma, contudo permite que o utilizador ouça música conforme as suas preferências ou necessidades. Assim, a plataforma possibilita a incorporação de ficheiros áudio, e também anexar *playlist* do *Spotify*.

➤ **Aplicações**

A identidade visual da *Notion* é aplicada de forma consistente em diferentes contextos, como na interface da plataforma, nas redes sociais e no *website*.

Na interface, essa identidade manifesta-se através dos ícones e dos *templates* oficiais, que os utilizadores podem usar ou personalizar.

Mesmo quando os *templates* são criados pelos próprios utilizadores, eles mantêm a coerência com a identidade visual da marca, já que as opções de personalização

seguem a estética minimalista da *Notion*. Esta abordagem é adaptada tanto na versão web quanto na aplicação para *desktop* e *mobile*. No *website* oficial, a *Notion* utiliza ilustrações e ícones que complementam seu estilo visual simples. Esta consistência ajuda a reforçar a imagem da marca e facilita o reconhecimento por parte dos utilizadores. A *Notion* está ativa em várias redes sociais, como *LinkedIn*, *Instagram*, *Facebook*, *X* (antigo *Twitter*), *TikTok* e *YouTube*. A presença nas redes sociais ajuda a *Notion* a alcançar mais pessoas e a aumentar seu reconhecimento. Nestas plataformas, é possível encontrar vídeos que mostram a interface da ferramenta e como alguns utilizadores a utilizam. Além disso, no *Instagram* e no *Facebook*, há publicações com as ilustrações que fazem parte da identidade visual da *Notion*.

### ➤ **Mascotes**

O *Notion* não possui uma mascote oficial.

## 2. CONTEÚDO / FUNCIONALIDADES

### ➤ **Autenticação do utilizador, através da criação de conta na aplicação, de forma a conseguir identificar o utilizador**

A utilização do *Notion* requer que o utilizador se registre por meio de *email*, *Google*, *Apple*, *Microsoft*, *passkey*, *Single sign-on (SSO)*. Isso facilita a identificação do utilizador e a sincronização dos dados. **(Figura 19)**



**Figura 19: Captura de ecrã das possibilidades de autenticação do utilizador (Fonte: autora, 2025)**

➤ **Sincronização entre aplicações, isto é, ferramenta que facilite a iniciar sessão em diferentes aplicações em simultâneo**

A plataforma destaca-se por possibilitar a sincronização com outras plataformas e importação de dados e arquivos de outras plataformas, nomeadamente arquivos de texto e *markdown*, *CSV*, *Microsoft Word*, *HTML*, *Trello*, *Asana*, *Google Docs*, *Dropbox Paper*, *Quip*, *Evernote* e *Workflowy*. Ademais, permitem a sincronização com bases de dados tais como, *Jira*, *GitHub*, *Asana* e *GitLab*

➤ **O utilizador pode utilizar a aplicação em diferentes dispositivos em simultâneo**

O *Notion* possibilita que o utilizador a utilize em diversos dispositivos em simultâneo.

➤ **Introdução e ajuda na utilização**

A utilização inicial da plataforma requer aprendizagem por parte dos utilizadores, contudo o *Notion* oferece tutoriais e guias que ajudam a compreender como é que funciona a interface, desde as funcionalidades mais básicas às funções mais avançadas.

➤ **Possibilidade de escolha de idiomas, principalmente o idioma materno**

A plataforma oferece uma variedade de idiomas na *interface*, incluindo o português, o que permite que um maior número de utilizadores possa escolher o idioma da sua preferência.

➤ **Política de privacidade transparente: O utilizador é informado sobre o tratamento de seus dados**

A plataforma tem a sua política de privacidade esclarecida no *website*. No que diz respeito à proteção de dados pessoais, a *Notion* segue as regulamentações de privacidade da GDPR (Regulamento Geral de Proteção de Dados), assegurando que os dados dos utilizadores sejam tratados com respeito e transparência.

➤ **A aplicação é personalizável**

A plataforma é altamente personalizável, permitindo aos utilizadores ajustar a interface às suas necessidades. Os utilizadores podem utilizar *templates* da interface, de outros utilizadores, adaptar *templates* já feitos, ou criar o seu *template* do zero, através de ajustes nos modelos e inclusão de diferentes páginas, ou variados tipos de conteúdos, tais como textos, imagens, vídeos, nas mais diferentes disposições.

➤ **Organização e planeamento:**

- **Possibilidade de gamificação, podendo ser utilizada ou não pelo utilizador**

A plataforma não tem nenhuma possibilidade gamificação explícita, contudo através da personalização o utilizador pode adicionar e criar os seus próprios incentivos, tais como *checklists*, cronogramas, estabelecer metas diárias, e utilizar recursos de categorização para acompanhar o progresso.

- **A aplicação contém incentivos**

A plataforma oferece alguns incentivos que podem motivar os utilizadores a utilizá-la, especialmente em relação à versão *premium*, através de descontos. A *Notion* possui um Programa de Afiliados que oferece 50% sobre todos os pagamentos indicados, quando o utilizador indica a *Notion* para os seus amigos e seguidores. Além disso, há um plano *Plus* voltado para estudantes, que é oferecido gratuitamente. Outro ponto interessante é a grande capacidade de personalização que a plataforma oferece, o que pode ser um atrativo a mais para os utilizadores. (Notion Labs, 2025)

- **Desafios a ser cumpridos para ajudar a motivar o utilizador**

A *Notion* não tem desafios internos como algumas plataformas de produtividade, contudo a plataforma permite que os utilizadores definam as suas metas, categorizem as suas tarefas e atribuam descrições, durações e frequências. Também há a possibilidade de adicionar prazos e categorização, facilitando o acompanhamento do progresso

- **Categorização das metas, personalização das metas, classificação das metas**

A plataforma oferece funcionalidades que permitem categorizar, personalizar e classificar as metas de forma muito prática. Isso significa que os utilizadores podem criar sistemas de organização que atendam às suas necessidades específicas. Os utilizadores podem desenvolver bases de dados personalizadas, onde cada meta pode ser associada a uma categoria definida pelo próprio utilizador, A plataforma oferece a liberdade de classificar as suas metas com base em diferentes critérios, como urgência, importância ou nível de progresso. Além disso, é possível personalizar as metas criando propriedades como prioridade, datas de início e término, nível de progresso e anotações extras. Os *layouts* da plataforma podem ser ajustados para diferentes estilos de visualização, como listas, quadros *Kanban* (quadros que descrevem o nível de progresso, como por exemplo, para fazer, em andamento, finalizada), tabelas e calendários. (Figura 20)



**Figura 20: Captura de ecrã exemplificativa da categorização das metas, personalização das metas, classificação das metas (Fonte: autora, 2025)**

- **Descrição de tarefas, período de duração, frequência**

A *Notion* permite a descrição, definição de período de duração e frequência das tarefas. A nível da descrição de tarefas, cada tarefa pode conter uma descrição detalhada, permitindo adicionar textos explicativos, *checklists*, *links*, imagens, anexos e até referências cruzadas com outras páginas. A *Notion* também possibilita a adição de datas de início e término para cada tarefa por meio de propriedades de data dentro das bases de dados e ainda é possível visualizar essas informações no calendário da *Notion*. Além disso, mesmo que não tenha uma funcionalidade específica para determinar a recorrência das tarefas, na *Notion* é possível configurar a frequência das tarefas, criando propriedades que indicam a frequência desejada (diária, semanal, mensal) e utilizando filtros e *templates* para regenerar as tarefas periodicamente. **(Figura 21)**



**Figura 21: Captura de ecrã exemplificativa da personalização de tarefas (Fonte: autora, 2025)**

- **Feedback e estatísticas sobre as tarefas**

Embora a *Notion* não forneça *feedback* automático (como recomendações de desempenho ou dicas baseadas em dados), ela permite que os utilizadores criem as suas próprias visualizações e gráficos para acompanhar o progresso nas tarefas e metas. Esse *feedback* visual pode ser muito útil para os utilizadores que gostam de quantificar e analisar seu desempenho.

- **Possibilidade de adicionar comentários em cada tarefa**

O utilizador pode adicionar comentários a cada tarefa, que pode ser através de texto, explicativos, *checklists*, *links*, imagens, anexos e até referências cruzadas com outras páginas.

- **Botão check para as tarefas concluídas**

O utilizador pode adicionar *checkbox* para marcar tarefas como concluídas. **(Figura 22)**



**Figura 22: Captura de ecrã demonstrativa do botão check (Fonte: autora, 2025)**

- **Separação por categorias**

A *Notion* permite que os utilizadores organizem os seus conteúdos em categorias, de acordo com suas preferências e necessidades. Assim, é possível criar propriedades personalizadas dentro das bases de dados, ajudando na classificação de informações em categorias específicas. Os utilizadores também podem aplicar filtros e ordenações para visualizar apenas o que desejam em cada categoria, ademais de oferecerem diferentes formatos de visualização, como listas, quadros *Kanban*, tabelas e calendários. **(Figura 23)**



**Figura 23: Captura de ecrã de exemplificação da separação por categorias (Fonte: autora, 2025)**

- **Lembretes e alarmes sobre tarefas**

A *Notion* permite a configuração de lembretes e notificações, ajudando os utilizadores a manter o foco nas tarefas

- **Histórico de tarefas**

Embora não haja um histórico de tarefas detalhado, a *Notion* permite visualizar alterações feitas nas páginas através do histórico de versões, facilitando o acompanhamento do progresso

- **Indicador de atividade, isto é, momentos em que os utilizadores estão ativos ou em pausa**

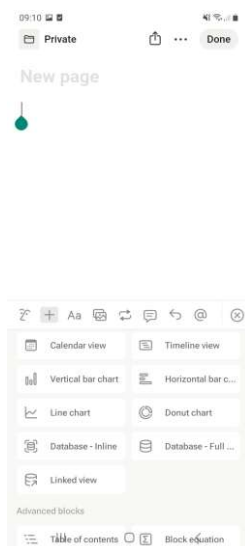
A *Notion* não possui um indicador de atividade em tempo real que mostre quando os utilizadores estão ativos ou em pausa. No entanto, na versão *premium* permite ao utilizador acompanhar a atividade de forma indireta através do histórico de modificações, que regista quem editou uma página e quando. Em caso de trabalho em equipa é possível constatar quando múltiplos utilizadores estão editando simultaneamente, os avatares aparecem no canto superior direito, indicando presença ativa.

- **Opção de visualização de tarefas do dia na interface**

A *Notion* permite a visualização de tarefas do dia através de filtros aplicados em bases de dados, exibindo apenas as tarefas com data correspondente ao dia atual ou através de outras formas de visualização, tais como calendário ou lista para organizar as atividades diárias.

- **Dashboard com percentagem da atividade**

A *Notion* permite criar gráficos diretamente a partir de bases de dados, pelo que permite ao utilizador a visualização de dados de forma gráfica, que podem ser gráficos de barras horizontal ou vertical, gráficos de linha, gráficos circulares. Além disso, o utilizador também tem a possibilidade de anexar *widgets*. **(Figura 24)**



**Figura 24:** Captura de ecrã com possibilidade de visualização de dados (Fonte: autora, 2025)

- **Opção de armazenar ideias para organizá-las mais tarde**

A plataforma permite criar espaços flexíveis onde os utilizadores podem rapidamente anotar pensamentos, ideias ou inspirações e organizá-los posteriormente, com base nas suas necessidades. O utilizar pode criar páginas simples ou blocos de texto para armazenar ideias de forma rápida e intuitiva, no formato que lhe seja mais conveniente.

- **Possibilidade de anexar informações ou documentos externos, que podem ser vídeos, áudios, links, fotografias, documentos**

O *Notion* oferece funcionalidades de anexar arquivos, documentos, *links*, vídeos, imagens e outros conteúdos externos. Na versão gratuita estes estão limitados a 5mb, contudo nas versões *premium* é ilimitado.

- **Possibilidade de *feedback* de forma de forma a evitar erros e prevenir perdas de dados**

O *Notion* oferece recursos para prevenir erros acidentais ou ajudar a desfazer erros acidentais. A *Notion* permite que bloqueie as páginas, pelo que contribui para evitar erros ou perdas de dados. Além disso, oferece a possibilidade de desfazer decisões tomadas, como por exemplo páginas apagadas.

➤ **A aplicação apenas funciona online ou também funciona offline**

A *Notion* permite a sua utilização e utilização no modo *offline*, sendo que as modificações são sincronizadas assim, que a conexão é restaurada.

➤ **Disponibilidade em diferentes sistemas operativos**

A *Notion* está disponível para sistemas operativos como *Windows*, *macOS*, *iOS*, *Android*, e também tem versão *app* ou *web*, garantindo a sua acessibilidade em diferentes dispositivos e plataformas.

➤ **Versão web**

A *Notion* contém versão web e aplicação, permitindo que os utilizadores utilizem a interface sem terem de realizar *download*.

➤ **Versão premium da app**

A plataforma *Notion* tem a versão gratuita com os recursos básicos, com criação de páginas, listas e bases de dados, *upload* limitado a 5mb, espaço de trabalho colaborativo, histórico de páginas de 7 dias e convidar 10 pessoas. Contudo também oferece uma versão *premium*, que desbloqueia novas funcionalidades. A versão *premium*, compreende dois planos diferentes: plano mais e o plano negócios. (Notion Labs, Inc., 2025)

### **3. DESIGN DA INTERFACE**

➤ **Utilização de mascotes**

A *Notion* não possui uma mascote oficial.

➤ **Cor para destacar funcionalidades**

A *Notion* não utiliza cor para destacar funcionalidades, contudo, permite ao utilizador mudar a cor de conteúdos textuais e títulos, ou a cor de fundo dos mesmos, o que contribui para a hierarquia da informação.

➤ **Cor a destacar o conteúdo selecionado**

A *Notion* utiliza um sistema de realce de cor para destacar o conteúdo selecionado, melhorando a usabilidade e organização visual da interface. Na versão *desktop* quando um utilizador seleciona algum conteúdo ou passa com o cursor por cima, a *Notion* aplica um realce cinzento-claro. Na versão *mobile* quando o utilizador clica em algum conteúdo, a *Notion* aplica um realce cinzento-claro, ou preenchimento dos ícones a preto dependendo da ação realizada.

➤ **Utilização de cores nas categorias e na ordem prioritária de cumprimento**

A plataforma não dispõe de cores pré-estabelecidas para colocar nas categorias consoante a sua prioridade. No entanto, o utilizador pode personalizar a cor das categorias, segundo suas preferências, dentro das cores disponíveis. **(Figura 25)**



**Figura 25: Captura de ecrã de exemplo de utilização das cores (Fonte: autora, 2025)**

### ➤ **Padrão de posicionamento de elementos na tela**

A *Notion* mantém um padrão de posicionamento de elementos na tela coerente entre as versões *desktop* e *mobile*, garantindo uma experiência uniforme, mas adaptando a interface para otimizar a usabilidade em diferentes dispositivos. Na versão *desktop*, a plataforma aproveita a largura do ecrã para organizar os elementos. A barra lateral fixa, posicionada à esquerda, permite o acesso rápido às páginas e bases de dados, facilitando a navegação sem necessidade de alternar telas. A área central exibe o conteúdo principal, permitindo a disposição de conteúdos, tabelas e gráficos, estruturadas em colunas ou na vertical, de acordo com as preferências e necessidades dos utilizadores. Além disso, há uma barra de ferramentas horizontal disposta na parte superior da página que mostra em que página o utilizador está, oferece as possibilidades de partilhar, ver comentários, adicionar aos favoritos, e ainda três pontos, que no caso que seja clicada mostra diversas ações que o utilizador pode efetuar. Por outro lado, na versão *mobile* a *Notion* adapta-se a um formato vertical, ajustando a disposição dos elementos para uma tela menor. A barra lateral fixa é substituída por um menu na parte inferior do ecrã. A área central passa a exibir os conteúdos de forma sequencial, priorizando a navegação em rolagem contínua, já que a disposição em colunas não se adapta bem a telas reduzidas. Além disso, a coluna superior e o cabeçalho visíveis na vertical na página em *desktop*, mantêm a disposição em versão *mobile*, adaptaram-se à largura do mesmo. **(Figuras 26 e 27)**

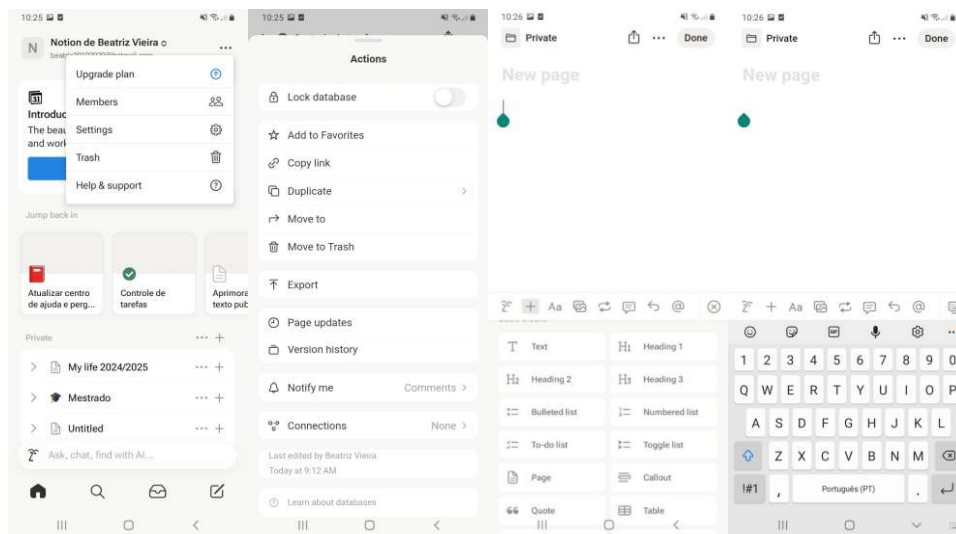


Figura 26: Captura de ecrã exemplo da versão mobile (Fonte: autora, 2025)

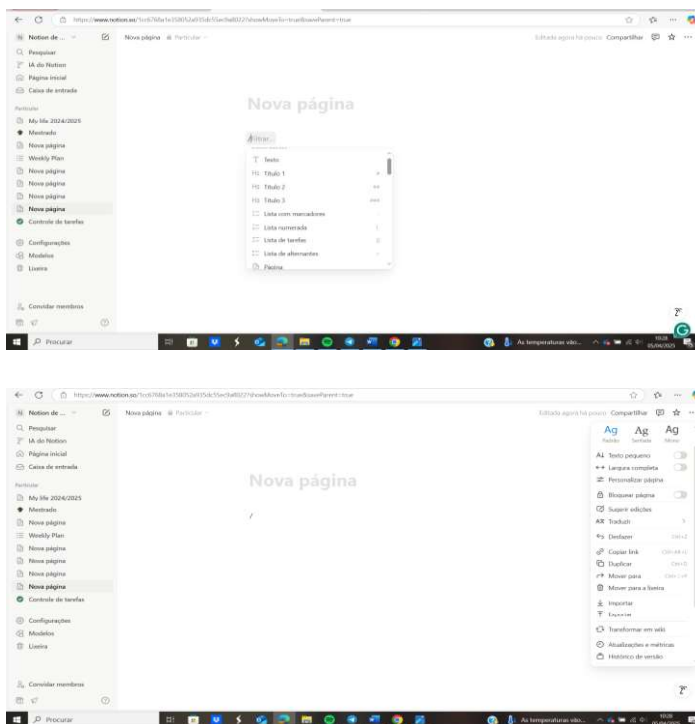


Figura 27: Captura de ecrã exemplo da versão desktop (Fonte: autora, 2025)

➤ **Resolução/qualidade dos gráficos usados para os ícones, botões, menus, conteúdos**

A *Notion* preocupa-se em manter a qualidade e a alta resolução de ícones, botões, menus e conteúdos, tanto na versão para desktop quanto na mobile. Os ícones e botões são criados com figuras geométricas, apresentando bordas suaves e linhas claras, o que facilita a visualização e torna a navegação mais simples e intuitiva. Em relação aos conteúdos, como imagens e gráficos nas páginas, a plataforma garante

que a qualidade das imagens seja preservada e adaptada ao tamanho da tela. A *Notion* utiliza um *layout* responsivo que ajusta automaticamente os elementos, evitando qualquer perda de qualidade ou distorção em dispositivos de diferentes tamanhos. Assim, mesmo nos dispositivos móveis, a plataforma oferece imagens e gráficos nítidos e bem definidos.

➤ **Utilização de ícones reconhecíveis pelo utilizador. Caso não tiverem fácil reconhecimento, estão acompanhados por texto**

A *Notion* adota ícones reconhecíveis para garantir que os utilizadores possam navegar rapidamente pela interface sem confusão. A plataforma utiliza ícones simples, intuitivos e amplamente conhecidos para representar funções e ações. No entanto, os ícones que têm o reconhecimento mais difícil estão acompanhados por uma descrição curta.

➤ **Disposição e dimensão dos ícones, botões, menus, conteúdos no ecrã adequada**

A disposição e a dimensão dos ícones, botões, menus e conteúdos na *Notion* são projetadas de forma a garantir uma experiência de navegação intuitiva e eficiente. A disposição dos ícones, botões, menus, conteúdos nos diferentes ecrãs é adaptada, de forma a garantir uma melhor navegação. A nível da dimensão esta também é também adaptada aos ecrãs, sendo que os ícones e botões na versão desktop, na versão mobile a sua dimensão é maior, garantindo uma experiência de clique tátil confortável ao utilizador.

➤ **Utilização de metáforas - como cadernos ou florescimento de plantas**

Na interface da *Notion* pode-se notar a metáfora dos cadernos, contudo o florescimento de plantas não é visível. Assim, é possível visualizar a metáfora do caderno, uma vez que a plataforma tem uma estrutura que remete à ideia de um caderno digital, onde cada página pode ser tratada como uma folha de um caderno, permitindo que o utilizador pode adicionar diferentes tipos de conteúdo, como texto, listas, imagens e tabelas, de forma fluida e única.

➤ **Evitar a adoção de botões e ícones que possam resultar em contradições e ambiguidades**

A *Notion* adota um *design* para botões e ícones altamente reconhecíveis e similar ao utilizado em outras aplicações, o que ajuda a prevenir contradições ou ambiguidades. Contudo, a *Notion* faz uso de rótulos de texto ao lado de ícones, especialmente em áreas onde uma ação possa não ser imediatamente óbvia, o que proporciona uma

experiência de utilização clara e intuitiva, contribuindo para evitar erros, contradições e ambiguidades.

➤ **Simplicidade dos ícones adotados, tais como as figuras geométricas são mais facilmente assimilados**

A *Notion* adota ícones que são desenhados a partir de figuras geométricas, nomeadamente círculos, quadrados e triângulos, o que facilita a assimilação e compreensão por parte dos utilizadores, que favorece o reconhecimento.

➤ **Respeito e seguimento das leis da *Gestalt***

A interface do *Notion*, tanto na versão para *desktop* quanto na *mobile*, segue os princípios da *Gestalt*, o que a torna bem organizada e visualmente agradável. Isto garante que haja espaços adequados entre os elementos, facilitando a leitura e a navegação. O contraste é bem pensado, com fundo branco e texto preto, ou em modo escuro, onde o texto aparece em branco sobre um fundo escuro, garantindo boa legibilidade. Além disso, o uso de diferentes tamanhos de texto, negrito, itálico, sublinhado e sombreamento ajuda a destacar informações importantes e orienta a leitura, criando uma hierarquia clara. O princípio de agrupamento da *Gestalt* é utilizado com blocos e colunas, permitindo organizar os conteúdos, como textos, listas e bases de dados de maneira intuitiva. A estrutura das páginas e subpáginas ajuda a separar contextos diferentes, enquanto bordas, espaçamentos e divisórias sutis conectam visualmente elementos que estão relacionados.

➤ **Linguagem visual coerente, entre todos os elementos**

A *Notion* mantém uma linguagem visual coerente em toda a interface, garantindo uniformidade entre ícones, tipografia, cores e disposição dos elementos. A paleta cromática neutra e o design minimalista proporcionam uma experiência visual harmoniosa, sem distrações. Os ícones seguem um estilo padronizado, facilitando o reconhecimento das funções.

➤ **Linguagem textual e visual mais simplificada**

A *Notion* adota uma linguagem textual e visual simplificada para criar uma interface clara e intuitiva. No aspeto visual, a plataforma utiliza formas geométricas simples e cores suaves que não sobrecarregam o utilizador. Além disso, a tipografia utilizada é limpa e moderna, com uma fonte sem serifa, o que contribui para uma leitura fácil e fluida. A escolha por um *design* minimalista assegura que a interface seja funcional e sem elementos desnecessários, proporcionando uma experiência mais eficiente. No que diz respeito à linguagem textual, a *Notion* opta por uma comunicação clara e objetiva, com instruções curtas e diretas.

➤ **Família tipográfica grande legível**

- **Tipografia que a leitura não gere dúvidas sobre o conteúdo escrito**

A plataforma oferece fontes tipográficas com e sem serifa, ambas tendo como principal foco a legibilidade do utilizador, não provocando erros de leitura.

- **Família tipográfica com diferentes pesos para reforçar a hierarquia**

A interface oferece ao utilizador a possibilidade de reforçar a hierarquia de informação através da tipografia, através das funcionalidades negrito, itálico e sublinhado. Ademais, confere a possibilidade de classificar determinado conteúdo como título, subtítulo, destaque ou corpo de texto, modificando o peso e tamanho.

- **Utilização de uma tipografia caligráfica, para ajudar a aproximar a escrita à mão.**

A plataforma não adota tipografia caligráfica, sendo que apenas estão disponíveis dois sem-serifa e uma com serifa.

#### **4. INTERFACE**

➤ **Utilização segura**

A *Notion* adota práticas de segurança robustas, como autenticação de dois fatores (2FA) e políticas claras de privacidade. A plataforma oferece segurança em termos de dados pessoais, protegendo as informações dos utilizadores contra acessos não autorizados e garantindo uma navegação segura. (Notion Labs, Inc., 2025)

➤ **Tem custos associados**

A utilização da interface não tem custos associados para os utilizadores, a não ser que o utilizador adote um plano *premium*.

➤ **Disponibilidade em sistemas operativos e features**

A *Notion* está disponível em várias plataformas, incluindo *Windows*, *macOS*, *iOS*, *Android* e versão *web*, permitindo aos utilizadores acessar suas informações em diversos dispositivos. A funcionalidade é consistente em todas as plataformas, garantindo uma experiência uniforme para os utilizadores,

➤ **A aplicação foi validada a nível de usabilidade e exequibilidade**

A *Notion* demonstra ser uma interface com foco na usabilidade e exequibilidade, evidenciada através da sua interface limpa, modular, baseada em blocos de conteúdo que facilitam a criação e organização de tarefas, bases de dados e páginas. A plataforma adapta-se a diferentes contextos, como planeamento pessoal, gestão de projetos ou organização académica, e oferece compatibilidade com múltiplos

dispositivos (*desktop, mobile e web*). Além disso, oferece *templates* que ajuda na utilização.

➤ **A aplicação é fácil de utilizar**

○ **Botões e termos reconhecíveis**

Os botões e ícones na *Notion* são simples e reconhecíveis, o que facilita a interação do utilizador, tornando-a mais intuitiva.

➤ **Eficiência na utilização**

A interface do *Notion* é bem estruturada, garantindo uma utilização fluída e facilitando a aprendizagem e adaptação à mesma. Apesar de permitir que o utilizador crie o seu espaço de trabalho do zero, também oferece *templates* e tutoriais que auxiliam os novos utilizadores no processo de aprendizagem. Além disso, a experiência é consistente, tanto na versão para computador quanto na versão *mobile*.

○ **Fácil aprendizagem para a utilização**

A plataforma requer uma aprendizagem inicial, no entanto a plataforma oferece tutoriais e recursos disponíveis que ajudam no processo, facilitando aprendizagem e tornando a utilização da interface mais fácil.

○ **Legibilidade - aspetos que dificultam ou facilitam a leitura da informação, tais como cores, contrastes, espaçamento entre parágrafos, tamanho da letra**

As fontes tipográficas utilizadas na plataforma permitem uma experiência agradável ao utilizador. As fontes tipográficas utilizadas na interface conferem alta legibilidade. Além disso, dentro destas os utilizadores podem escolher a que melhor se adapta as suas necessidades.

○ **As interações são intuitivas (toques, swipes, scrolls)**

As interações na *Notion* são intuitivas, com navegação por toques, *swipes* e *scrolls*.

○ **Flexibilidade de caminhos de navegação - oferece mais de que uma opção de atalhos para alcançar o mesmo objetivo.**

A *Notion* oferece mais do que um caminho para executar a mesma função, o que permite uma maior flexibilidade ao utilizador, permitindo que este siga o caminho que seja mais eficaz.

○ **Todos os botões contêm ligações**

Todos os botões da *Notion* são funcionais e contêm ligações que conduzem diretamente à ação desejada, evitando a confusão do utilizador.

- **Boa organização e fácil recordação**

A interface é bem organizada, com uma estrutura clara e de fácil memorização, o que facilita a localização de funcionalidades e a navegação entre as páginas e seções.

- **A navegação é lógica, apropriada, precisa e de fácil aprendizagem**

Apesar de necessitar de uma aprendizagem inicial, a navegação é lógica, apropriada e precisa. Além disso a interface mantém um padrão coerente entre *desktop* e *mobile*, garantindo uma experiência fluida.

- **Densidade de informação adequada para uma boa experiência para o utilizador**

A *Notion* mantém uma densidade de informação adequada, evitando sobrecarregar o utilizador com dados excessivos, através da utilização de descrições curtas. A interface oferece espaço suficiente entre os itens e organiza as informações de maneira que o utilizador possa processá-las de forma eficiente. A aplicação permite ao utilizador personalizar a apresentação das informações de acordo com suas preferências.

- **Rapidez e funcionalidade dos features (ex.: menu e botões)**

A *Notion* apresenta um desempenho rápido e eficiente, com menus e botões que carregam rapidamente. A aplicação responde de maneira eficiente às interações do utilizador, o que garante uma boa experiência de utilizador.

- **As informações e dados devem ser precisos, de forma a evitar erros**

A *Notion* assegura que as informações e dados inseridos na plataforma sejam precisos e bem organizados.

- **Compatibilidade e Similaridade das aplicações nos diferentes ecrãs (computador, tablet, telemóvel)**

A *Notion* é compatível com diversos dispositivos, como computadores, *tablets* e *smartphones*. A experiência do utilizador é consistente em todas as plataformas, com a interface adaptada a diferentes tamanhos de tela.

## **OBSERVAÇÕES**

- A plataforma também oferece modo claro e escuro, adaptando-se às preferências do utilizador
- A *Notion* possui *templates* destinados a vários âmbitos da vida, o que inclui modelos para *designers* e para estudantes de *design*.

## 2.2.2. xTiles

A *xTiles* é uma plataforma de produtividade, lançada em 2021, que se posiciona como uma alternativa a outras ferramentas semelhantes. O seu objetivo é ajudar pessoas e equipas a organizarem as suas notas, tarefas e projetos de forma visual. Embora o número exato de utilizadores não seja muito divulgado, a *xTiles* tem se destacado como uma alternativa ao *Notion*, especialmente pela interface amigável e recursos voltados para criativos, designers e equipas que preferem uma abordagem visual na organização de informações. A plataforma oferece diversas funcionalidades que ajudam a otimizar a organização e aumentar a produtividade, tais como os quadros personalizáveis, a integração com outras ferramentas, a colaboração em tempo real e *layouts* flexíveis que podem ser adaptados, a partir de blocos.



**Figura 28: Logótipo do xTiles (xTiles. (2025) <https://adhd.xtiles.app/>)**

### 1. IDENTIDADE VISUAL

#### ➤ **Estratégia (inputs a partir da personalidade da marca)**

A estratégia do *xTiles* é oferecer uma plataforma de organização que proporciona um espaço de trabalho visual, onde o utilizador pode reunir as suas notas, tarefas e projetos, além de facilitar o trabalho em equipe, adaptando-se às necessidades de cada um. A plataforma tem como objetivo ser uma interface intuitiva e personalizável, permitindo que os utilizadores planeiem e organizem tudo num único lugar. Assim, não precisam perder muito tempo com a rotina e podem-se concentrar mais no trabalho criativo. A *xTiles*, pretende ser a substituta de todas as outras soluções disponíveis no mercado.

#### ➤ **Orientação criativa (interveniente no processo de conceção)**

A plataforma apresenta-se como uma solução versátil, atendendo a diferentes perfis de utilizadores, como profissionais criativos, estudantes, gestores e equipas de trabalho. O foco criativo do *xTiles* é oferecer um *design* que garanta uma experiência intuitiva e agradável. A preocupação com a usabilidade é clara na forma como os

elementos são organizados logicamente e no contraste entre texto e fundo, o que torna a leitura e a interação mais fáceis. A proposta visual permite que os utilizadores organizem as suas informações num ambiente que simula um mural digital interativo, que vai sendo preenchido em blocos. Esta abordagem demonstra o compromisso da plataforma em unir funcionalidade e estética, posicionando-se como uma alternativa eficaz a outras ferramentas de organização pessoal e planeamento.

➤ **Nome**

O nome "xTiles", através da utilização da palavra "Tiles", em inglês, significa "azulejos" ou "blocos", faz referência direta aos blocos que podem ser organizados de maneira flexível. A utilização do prefixo "X" traz um toque de originalidade e criatividade ao nome, tornando-o mais memorável. Esta combinação destaca a versatilidade da ferramenta, que permite uma experiência personalizada de organização e produtividade.

➤ **Símbolo**

O logótipo da plataforma é representado por um símbolo que consiste em um quadrado azul com bordas arredondadas. Dentro desse quadrado, há uma letra "X" estilizada, posicionada na diagonal, enquadrando-se como símbolo tipográfico, segundo o defendido por Peón (2009). Essa letra pode ser vista também como dois parênteses voltados um para o outro. A xTiles apresenta duas versões do símbolo: uma com o quadrado azul e a letra "X" em branco (**Figura 29**), e outra que combina azul e amarelo, dividindo o quadrado ao meio (**Figura 30**). Por sua vez, o logótipo é composto pelo símbolo e o descritivo, que contém o nome da marca xTiles, numa tipografia sem serifa.

(**Figura 28**)



**Figura 29: Versão azul do símbolo (xTiles. (2025) <https://adhd.xtiles.app/>)**



**Figura 30: Versão azul e amarela do símbolo (xTiles. (2025) <https://adhd.xtiles.app/>)**

### ➤ **Tipografia e legibilidade**

A nível da tipografia, a *xTiles* adotou uma combinação de duas fontes tipográficas sem serifa, aplicadas em diferentes momentos. Uma das fontes tipográficas é aplicada em títulos e destaques na informação constante no *website*, parecida com a “Outro Grotesk Semibold”, que tem um estilo moderno e que garante a legibilidade. A segunda fonte tipográfica, aplicada na *website* e na interface, é caracterizada pelo seu design simples e funcional, também com foco na legibilidade. A combinação das fontes tipográficas contribui para fazer distinção de conteúdos no *website*, contribuindo para uma experiência mais interativa, sem comprometer a legibilidade.

### ➤ **Cor**

A *xTiles* utiliza uma paleta de cores que inclui tons de azul, amarelo, roxo, preto e branco. No logótipo, as cores azul, amarelo e preto são utilizadas de acordo com a versão. O preto é mais aplicado em textos, enquanto o branco serve como fundo, ou para o texto dentro de botões sob fundo azul. Já o azul, o roxo e o amarelo são usados para destacar conteúdos ou informações importantes, como botões e títulos, além de dar um toque especial em algumas partes do fundo. Na interface, é permitido ao utilizador personalizar o seu espaço de trabalho, com mais cores, contudo limitadas, ao contrário da versão premium são ilimitadas.

### ➤ **Imagética**

A imagética do *xTiles* é projetada para fornecer uma experiência visual clara, organizada e focada no utilizador, com ênfase em simplicidade, funcionalidade e clareza. Assim, a *xTiles*, utiliza uma combinação de fotografias, ícones de fácil reconhecimento. A utilização desta imagética ajuda a manter a coerência e reforçar a identidade visual.

### ➤ **Forma**

Não se aplica.

### ➤ **Movimento**

Em relação ao movimento, a *xTiles* não contém muito movimento. Este apenas está presente em pequenas animações que servem de tutoriais de como o utilizador pode utilizar a interface, ou em transições entre menus e blocos, proporcionando uma navegação agradável e natural. Esta flexibilidade permite uma interação fluida e intuitiva, onde os elementos podem ser notados quando arrastados e posicionados livremente no espaço de trabalho, facilitando a criação de *layouts* personalizados.

➤ **Som**

A plataforma não faz uso de efeitos sonoros, contudo permite ao utilizador a incorporação de arquivos de áudio, facilitando a integração de conteúdos sonoros em diversos formatos. Deste modo, o utilizador pode manter a sua experiência silenciosa, ou acrescentar algum elemento sonoro, de acordo as necessidades ou preferências do utilizador. Esta funcionalidade é especialmente útil para profissionais criativos, estudantes e gestores de projetos que desejam complementar as suas notas e planos com gravações de voz, entrevistas ou qualquer outro conteúdo sonoro relevante.

➤ **Aplicações**

A identidade visual da *xTiles* é aplicada de forma consistente em diferentes contextos, como na interface da plataforma, desde o *website* a uma vasta gama de redes sociais. A respeito das redes sociais a *xTiles* marca presença no *LinkedIn*, no *Instagram*, no *Pinterest*, no *TikTok*, no *YouTube*, na rede social *X* (antigo *Twitter*), *Facebook*, *Discord*, *Slack*. No *Pinterest* a plataforma opta por partilhar diferentes modelos e tutoriais de como utilizar a aplicação. No *TikTok* e no *YouTube* a identidade visual é aplicada em vídeos curtos e tutoriais, utilizando fonte institucional e a paleta cromática da plataforma. O *Instagram* apresenta pequenos vídeos tutoriais, e publicações sobre modelos, sempre utilizando a paleta cromática azul, amarelo e roxo em postagens ilustradas, infográficos e *mockups* que demonstram o uso da ferramenta. A tipografia da marca aparece em títulos destacados, combinando pesos diferentes para ênfase em palavras-chave. Na interface da *xTiles*, a identidade visual é aplicada de forma funcional e coesa, através da paleta cromática, com o azul utilizado em botões e elementos interativos, enquanto o amarelo e o roxo aparecem como destaques em notificações e etiquetas. O *design* segue um conceito modular, com blocos organizados, criando uma experiência intuitiva e agradável ao utilizador.

➤ **Mascotes**

A *xTiles* não contém nenhuma mascote oficial.

## **2. CONTEÚDO / FUNCIONALIDADES**

➤ **Autenticação do utilizador, através da criação de conta na aplicação, de forma a conseguir identificar o utilizador**

A plataforma exige criação de conta antes de começar a utilização, permitindo login via Google, Apple ID e e-mail. Assim, só é preciso o utilizador fazer login com a conta

para aceder às informações partir de diferentes dispositivos, garantindo acesso contínuo. **(Figura 31).**



**Figura 31: Captura de ecrã das possibilidades de autenticação do xTiles (Fonte: autora, 2025)**

➤ **Sincronização entre aplicações, isto é, ferramenta que facilite a iniciar sessão em diferentes aplicações em simultâneo**

O *xTiles* permite a sincronização com outras aplicações nomeadamente, o calendário do Google, de forma que o utilizador não tenha de estar a alternar entre plataformas. Além disso, pretende alargar as aplicações com que se sincroniza em breve, nomeadamente com o Google Drive, o Zapier e o Folga.

➤ **O utilizador pode utilizar a aplicação em diferentes dispositivos em simultâneo**

O *xTiles* possibilita que o utilizador a utilize em diversos dispositivos em simultâneo.

➤ **Introdução e ajuda na utilização**

O *xTiles* oferece um tutorial breve de como utilizar a interface, além de fornecer *templates* que o utilizador pode utilizar, ou podem servir de ponto de partida e inspiração para diferentes tipos de organização. A plataforma ainda tem uma seção de suporte ao utilizador, com guias e respostas a possíveis questões que os utilizadores podem ter.

➤ **Possibilidade de escolha de idiomas, principalmente o idioma materno**

A interface está disponível em múltiplos idiomas tais como inglês, espanhol, português, alemão, francês e italiano, o que permite o acesso a um maior de utilizadores, em diversas partes do mundo.

➤ **Política de privacidade transparente: O utilizador é informado sobre o tratamento de seus dados**

A *xTiles* tem uma política de privacidade e proteção de dados clara e transparente, para que todos os utilizadores ou futuros utilizadores possam compreender de que forma as suas informações são tratadas. No que diz respeito à proteção de dados, a *xTiles* utiliza medidas de segurança, como a criptografia TLS 1.2, que protege a comunicação entre os navegadores dos utilizadores e a plataforma. Além disso, emprega a criptografia AES-256-bits para proteger as credenciais de acesso ao banco de dados e os dados armazenados. Em relação à política de privacidade, a *xTiles* compromete-se a informar os utilizadores, atuais e futuros, sobre como seus dados são coletados, armazenados e aplicados.

➤ **A aplicação é personalizável**

Os utilizadores desta plataforma podem personalizar o *layout* das páginas livremente, de acordo com as suas necessidades e preferências. Os utilizadores podem criar os seus próprios modelos de trabalho, ou adaptar os já existentes.

➤ **Organização e planeamento:**

- **Possibilidade de gamificação, podendo ser utilizada ou não pelo utilizador**

Esta plataforma não oferece possibilidade de gamificação.

- **A aplicação contém incentivos**

A interface não oferece nenhum incentivo explícito, como recompensas. Contudo, oferece possibilidades de personalização, integração de ferramentas externa, *feedback* visual, tudo de forma intuitiva, o que pode ser estimulante para o utilizador.

- **Desafios a ser cumpridos para ajudar a motivar o utilizador**

A plataforma não cria desafios, porém o utilizador pode criar as suas próprias metas, por exemplo através de *checkbox*, o que pode significar em motivação para o utilizador.

- **Categorização das metas, personalização das metas, classificação das metas**

A interface possibilita ao utilizador categorizar, personalizar e classificar as suas metas. Os utilizadores podem definir a prioridade, o estado em que se encontra a sua realização, etiquetas que descrevam o âmbito do trabalho, entre outras.

- **Descrição de tarefas, período de duração, frequência**

A *xTiles* permite a descrição detalhada de tarefas através de blocos editáveis, listas de verificação e anexação de arquivos. Os utilizadores podem definir manualmente a duração das tarefas, organizá-las por prazos e integrá-las ao *Google Calendar*. A

plataforma não contém nenhum sistema automatizado para a repetição, no entanto este pode fazê-lo manualmente, de acordo com as suas necessidades e preferências. Por exemplo, o utilizador pode criar tabelas que controlem a sua frequência.

- **Feedback e estatísticas sobre as tarefas**

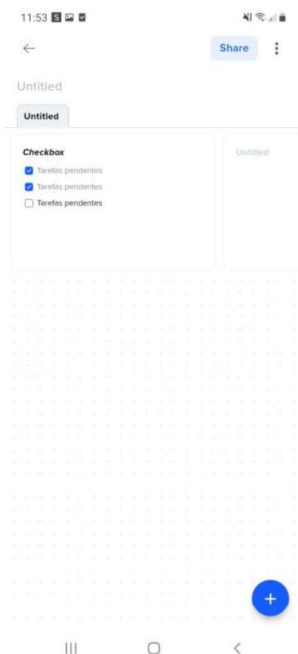
Apesar de não ter nenhum sistema de *feedback*, o utilizador pode acompanhar a sua evolução. Os utilizadores podem visualizar a evolução das atividades por meio de listas de verificação, organização por colunas (como "A Fazer", "Em Progresso" e "Concluído") e etiquetas de prioridade. Além disso, a interface permite adicionar *widgets* que mostrem a evolução das tarefas.

- **Possibilidade de adicionar comentários em cada tarefa**

Os utilizadores podem incluir blocos de texto editáveis dentro de cada tarefa, onde podem escrever observações, adicionar *links*, imagens ou outros elementos visuais.

- **Botão *check* para as tarefas concluídas**

A interface possibilita a colocação de *checkbox* para o utilizador poder clicar assim que finalizar a tarefa, e assim, ir acompanhando o seu progresso. **(Figura 32)**



**Figura 32: Captura de ecrã da funcionalidade de botão *check* para as tarefas concluídas (Fonte: autora, 2025)**

- **Separação por categorias**

O utilizador pode criar categorias e assim, separar as diferentes áreas da vida, ou trabalho, de acordo com as suas necessidades

- **Lembretes e alarmes sobre tarefas**

Através do calendário integrado, a interface permite ao utilizador integrar alertas e lembretes para relembrar de prazos ou compromissos importantes.

- **Histórico de tarefas**

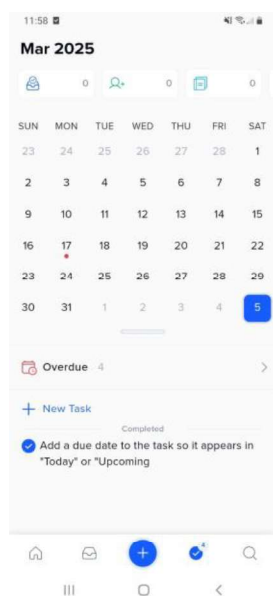
Como a plataforma é baseada num sistema visual flexível, os utilizadores podem criar colunas ou categorias específicas para armazenar tarefas finalizadas, facilitando a consulta posterior. Além disso, a possibilidade de duplicar, arquivar ou reorganizar blocos de informação permite manter um registo pessoal das atividades concluídas ao longo do tempo.

- **Indicador de atividade, isto é, momentos em que os utilizadores estão ativos ou em pausa**

Não possui um indicador de atividade em tempo real que mostra quando os utilizadores estão ativos ou em pausa, como em algumas plataformas colaborativas. No entanto, os utilizadores podem organizar seu fluxo de trabalho manualmente, executando tarefas entre categorias como "A Fazer", "Em Progresso" e "Concluído", permitindo um acompanhamento visual do progresso.

- **Opção de visualização de tarefas do dia na interface**

Os utilizadores podem organizar manualmente suas tarefas diárias criando blocos específicos para cada dia, utilizando etiquetas, cores ou colunas para destacar as atividades prioritárias. Além disso, oferece a possibilidade de visualização das informações em formato de calendário permite visualizar eventos e prazos externos, facilitando a gestão diária das tarefas dentro da plataforma. **(Figura 33)**



**Figura 33:** Captura de ecrã de funcionalidade de calendário (Fonte: autora, 2025)

- **Dashboard com percentagem da atividade**

Não possui um *dashboard* com percentagens de atividade ou métricas automáticas de progresso. Uma plataforma focada na organização visual e flexível das tarefas, permitindo que os utilizadores estruturem suas próprias formas de monitoramento. Para acompanhar o progresso, os utilizadores podem criar colunas para status das tarefas (por exemplo, "A Fazer", "Em Andamento", "Concluído")

- **Opção de armazenar ideias para organizá-las mais tarde**

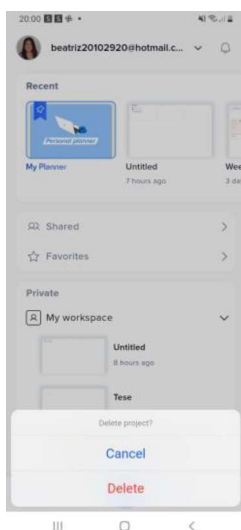
Oferece uma funcionalidade eficiente para armazenar ideias e organizá-las mais tarde. A plataforma permite criar blocos de notas flexíveis, onde os utilizadores podem registar ideias sem uma estrutura fixa. Esses blocos podem ser movidos, reorganizados e categorizados posteriormente conforme necessário.

- **Possibilidade de anexar informações ou documentos externos, que podem ser vídeos, áudios, links, fotografias, documentos**

A plataforma permite que sejam anexados ficheiros de outras plataformas, em diferentes formatos de media.

➤ **Possibilidade de *feedback* de forma de forma a evitar erros e prevenir perdas de dados**

A *xTiles* incorpora mecanismos de *feedback* e prevenção de erros. Assim, a *xTiles* quando procede a ações grandes, como eliminar páginas, oferece avisos para o utilizador confirmar se quer realizar a ação. Além disso, a interface permite que o utilizador retroceda ações prevenindo a perda de dados em caso erros. **(Figura 34)**



**Figura 34: Captura de ecrã de mensagem de feedback (Fonte: autora, 2025)**

➤ **A aplicação apenas funciona *online* ou também funciona *offline***

A *xTiles* permite utilização *offline*, sendo que os dados automaticamente quando a conexão com a internet é restabelecida.

➤ **Disponibilidade em diferentes sistemas operativos**

A plataforma está disponível para Windows, *macOS*, *Android* e *iOS*, além da versão web.

➤ **Versão web**

A *Notion* contém versão *web* e aplicação, permitindo que os utilizadores utilizem a interface sem terem de realizar *download*.

➤ **Versão premium da app**

A plataforma oferece uma versão gratuita com funcionalidades limitadas e uma versão *premium*, que inclui mais armazenamento, *templates* avançados e recursos extras.

### **3. DESIGN DA INTERFACE**

➤ **Utilização de mascotes**

A *xTiles* não contém nenhuma mascote.

➤ **Cor para destacar funcionalidades**

A interface possui cores a destacar funcionalidades, nomeadamente para upgrade, e possibilidade de criação de novos blocos de trabalho.

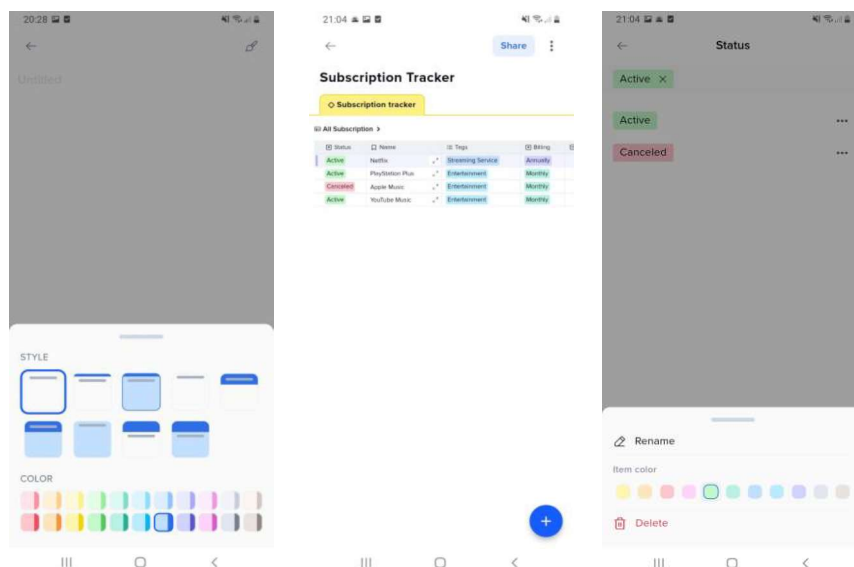
➤ **Cor a destacar o conteúdo selecionado**

Na versão *desktop* quando o cursor passa por cima de alguma funcionalidade, esta fica sombreada a cinzento-claro. Na versão *mobile*, quando o utilizador clica em algum conteúdo este fica preenchido a azul, exceto o de criar mais conteúdo que já está preenchida a azul.

➤ **Utilização de cores nas categorias e na ordem prioritária de cumprimento**

A *xTiles* não possui um sistema automático de atribuição de cores de acordo com a urgência das tarefas. No entanto, oferece opções de personalização, permitindo que cada utilizador escolha as cores que deseja usar para indicar o nível de urgência ou importância. Além disso, é possível selecionar a cor desejada para cada categoria.

**(Figura 35)**

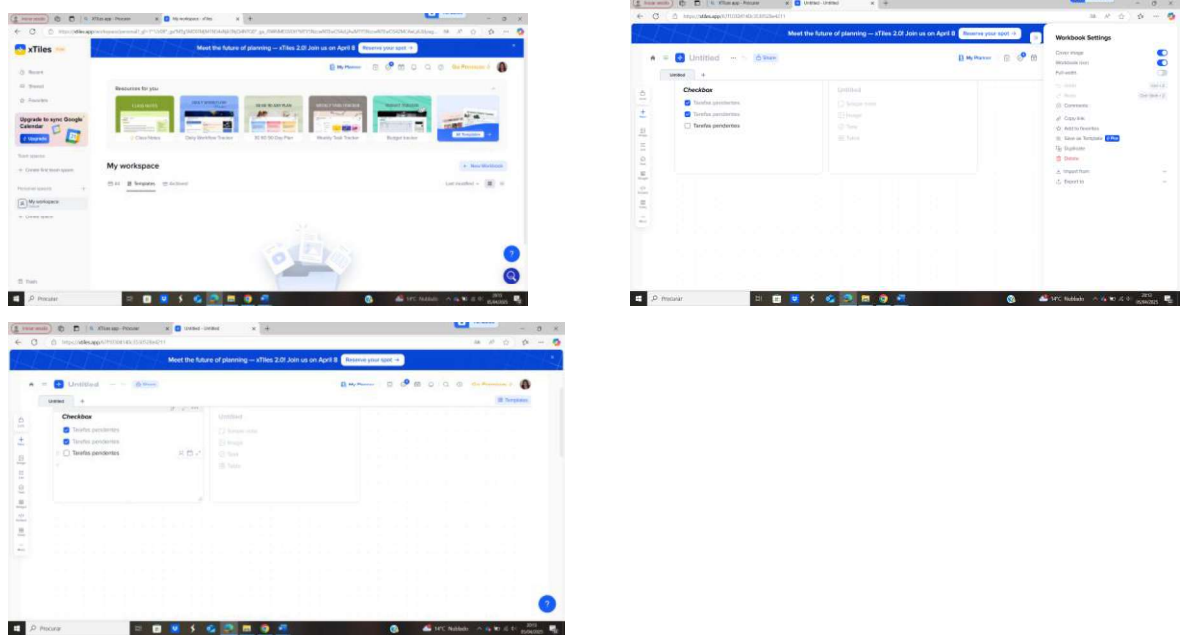


**Figura 35: Captura de ecrã a possibilidade de utilização de cores para ordens prioritárias (Fonte: autora, 2025)**

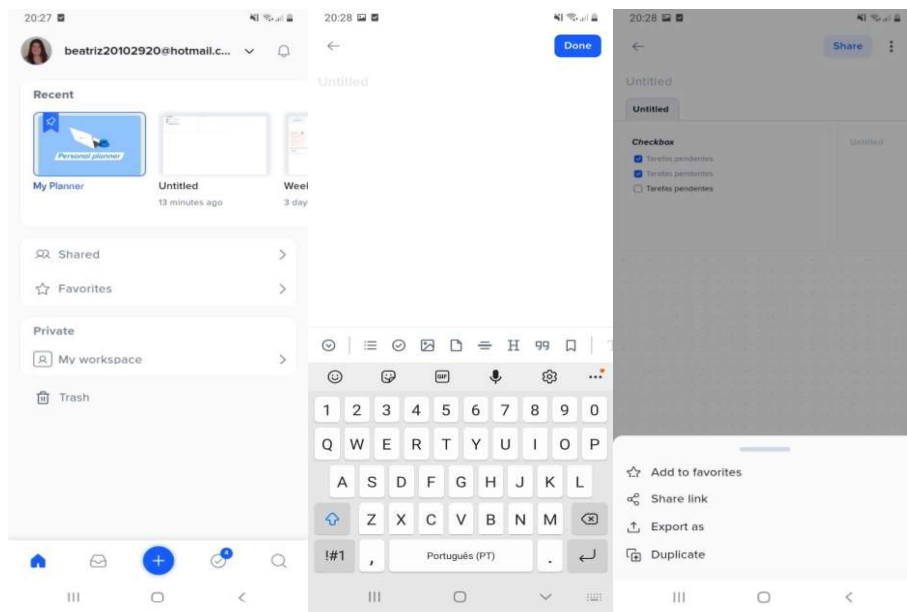
### ➤ Padrão de posicionamento de elementos na tela

A *xTiles* apresenta algumas diferenças significativas no posicionamento de elementos na tela, entre as versões *desktop* e *mobile*, devido à necessidade de readaptação aos tamanhos dos ecrãs e ajustando-se às particularidades de cada plataforma para garantir uma experiência de utilização otimizada. Na versão *desktop* a interface permite a disposição dos elementos de forma mais expansiva. A página inicial é constituída por uma parte central e por duas barras com funcionalidades, uma lateral e outra na parte superior (**Figura 36**). Por sua vez, na versão *mobile* a página inicial é disposta de uma forma vertical, com um menu na parte inferior do ecrã, que contém o acesso direto à página principal, ao acesso a notas, criação de novas notas ou tarefas, às tarefas e compromissos pendentes e ao motor de busca de projetos. Em relação aos espaços de trabalho e *templates*, estes são apresentados da mesma forma na versão *desktop* e *mobile*. No entanto na versão *mobile*, como o tamanho não é ajustado ao formato da tela, em casos de existência de vários blocos na horizontal, o utilizador tem de deslizar de forma a ler toda a informação (**Figura 37**).

## O impacto do design gráfico no planejamento por parte dos *designers* e estudantes de *design*



**Figura 36: Padrão de posicionamento versão desktop**



**Figura 37: Padrão de posicionamento versão mobile (Fonte: autora, 2025)**

➤ **Resolução/qualidade dos gráficos usados para os ícones, botões, menus, conteúdos**

A *xTiles* mantém a resolução e qualidade dos gráficos nas versões *desktop* e *mobile*. Os ícones e botões são desenvolvidos a partir de formas geométricas com bordas arredondas, o que facilita garantir que a qualidade das formas seja preservada. Ademais, preserva e garante que as imagens mesmo adaptadas aos diferentes ecrãs não perdem a qualidade.

➤ **Utilização de ícones reconhecíveis pelo utilizador. Caso não tiverem fácil reconhecimento, estão acompanhados por texto**

Os ícones adotados pela *xTiles* são de fácil reconhecimento por parte do utilizador, sendo semelhantes aos utilizados nas restantes interfaces. Ademais, estes estão geralmente acompanhados por um breve descritivo, por exemplo, na versão *desktop*, os ícones estão acompanhados pela descrição na lateral, ou quando o ícone é sombreado pelo cursor aparece o descritivo do mesmo. Na versão *mobile* alguns estão acompanhados por descritivo, mas o que não é de fácil reconhecimento pelo utilizador.

➤ **Disposição e dimensão dos ícones, botões, menus, conteúdos no ecrã adequada**

Os ícones, botões e menus têm tamanhos diferentes nas versões *desktop* e *mobile*. Na versão *mobile* eles são maiores o que ajuda os utilizadores a tocarem neles com mais facilidade. Quanto aos conteúdos os utilizadores podem personalizar o tamanho de acordo com suas necessidades e preferências. Em relação à disposição dos conteúdos ela é a mesma nos *templates* das duas versões, porém na versão *mobile* o utilizador pode mover os conteúdos tanto na horizontal como na vertical.

➤ **Utilização de metáforas - como cadernos ou florescimento de plantas**

Na interface apenas se pode constatar a metáfora dos cadernos, na medida em que a interface adota uma abordagem em que o espaço de trabalho é composto por blocos, e pode ser composto por vários separadores, tornando-se semelhante a um caderno ou dossiê, no qual o utilizador pode organizar notas, tarefas e projetos de forma flexível e intuitiva.

➤ **Evitar a adoção de botões e ícones que possam resultar em contradições e ambiguidades**

Os ícones e botões adotados na *xTiles*, são coerentes em ambas as versões *desktop* e *mobile*, são de forma geral acompanhados de um descritivo, e seguem uma linha minimalistas, partindo de formas geométricas, ademais de serem semelhantes ao já

utilizado pelo que facilita o reconhecimento por parte do utilizador, e afasta a possibilidade de caírem em contradições ou ambiguidades.

- **Simplicidade dos ícones adotados, tais como as figuras geométricas são mais facilmente assimilados.**

Os ícones adotados partem de figuras geométricas, o que contribui para a maior facilidade na assimilação e reconhecimento dos ícones por parte dos utilizadores.

- **Respeito e seguimento das leis da Gestalt**

Na *xTiles* é possível verificar a aplicação das leis da *Gestalt* no design da sua interface, nomeadamente na utilização de áreas de respiro, no contraste, na hierarquia visual e no agrupamento. As áreas de respiro estão presentes nos espaços entre blocos e nos espaçamentos entre conteúdos, o que proporciona uma leitura mais fácil e agradável. Além disso, possibilita estabelecer a hierarquia visual por meio do tamanho e peso da tipografia, diferenciando títulos, subtítulos, destaques textos, enquanto o contraste entre o fundo branco ou preto, consoante a versão clara ou escuro, e possibilitar a definição de cores e blocos com cores contrastantes. Relativamente ao princípio de agrupamento de elementos, é possível pela organização de grupos visuais coerentes, com padronização de cores.

- **Linguagem visual coerente, entre todos os elementos**

A *xTiles* mantém uma linguagem visual coerente em toda a sua interface, na medida que mantém o estilo minimalista e descomplicado em toda a interface. O espaço geral da interface é composto por um fundo branco com as informações a cinzento, e com os destaques a azul. Em relação aos ícones e elementos gráficos, estes adotam um estilo minimalista e consistente, reforçando a identidade visual sem sobrecarregar a interface. No espaço de trabalho e *templates* também é possível constatar a linguagem visual coerente, mesmo com a personalização de cada utilizador, na medida que todos eles são compostos por blocos de trabalho, de formato quadrado ou retangular, os mesmos utilizados nas páginas de instruções e informações.

- **Linguagem textual e visual mais simplificada**

A *xTiles* adota uma linguagem textual e visual simplificada, tornando a experiência do utilizador mais intuitiva e acessível. A nível textual, a plataforma utiliza frases curtas, diretas e objetivas, em que os únicos espaços com grandes dimensões é sobre políticas de dados e privacidade ou algumas informações sobre a plataforma, o que facilita a compreensão do utilizador e a perda de tempo a ler informações antes de realizar alguma ação. Relativamente à linguagem visual, esta mantém a paleta cromática reduzida, em que as cores são aplicadas pelo utilizador, uma tipografia que garante a

legibilidade, e ainda ícones, botões e blocos que têm como ponto de partida formas geométricas. Esta abordagem simplificada melhora a usabilidade e permite que os utilizadores organizem suas informações de forma rápida e eficiente.

➤ **Família tipográfica grande legível**

○ **Tipografia que a leitura não gere dúvidas sobre o conteúdo escrito**

A tipografia adotada garante a legibilidade ao leitor em diferentes ecrãs evitando erros na leitura do conteúdo escrito.

○ **Família tipográfica com diferentes pesos para reforçar a hierarquia**

A *xTiles* permite ao utilizador a personalização da tipografia através da possibilidade de colocar negritos, itálicos, sublinhado, escolha da cor e alterar o tamanho da letra, o que permite reforçar a hierarquia das informações, e de destacar informações.

○ **Utilização de uma tipografia caligráfica, para ajudar a aproximar a escrita à mão.**

A *xTiles* só tem uma tipografia para utilização do utilizador, sendo esta uma fonte sem serifa, pelo que não contém uma tipografia caligráfica, para ajudar a aproximar a escrita à mão.

#### **4. INTERFACE**

➤ **Utilização segura**

A *xTiles* adota práticas que favorecem uma utilização segura. Além de políticas de privacidade e políticas de proteção de dados. A *xTiles* também afirma que em caso de violação de dados, irá notificar o utilizador num prazo de 72 horas após tomar conhecimento do sucedido. Além disso, oferece a possibilidade de confirmar ações, voltar atrás nas mesmas, sincronização dos dados. Ainda tem os ícones e botões no mobile com maior dimensão e espaçamento entre eles o que contribui para redução de erros proporcionados pelo toque.

➤ **Tem custos associados**

A *xTiles* pode não ter nenhum custo associado ao utilizador, dependendo do plano que o utilizador escolher.

➤ **Disponibilidade em sistemas operativos e features**

A *xTiles* está disponível em diferentes sistemas operativos tais como *iOS*, *Android*, *Mac* e *Windows*.

➤ **A aplicação foi validada a nível de usabilidade e exequibilidade**

Não existem informações públicas sobre a realização de testes de usabilidade ou validações de exequibilidade na aplicação *xTiles*. Contudo apresenta um foco evidente na usabilidade ao primar por uma interface intuitiva e personalizável, de acordo com, as necessidades de cada utilizador, com uma curva de aprendizagem suave. A nível da exequibilidade a interface apresenta uma plataforma disponível em vários ecrãs, e permitindo a sua sincronização em simultânea. Além disso, flexibilidade para diferentes contextos e perfis de utilizador revelam atenção à exequibilidade técnica e funcional, garantindo que a aplicação se mantenha acessível e eficaz em diversos contextos. A *xTiles* também oferece a presença de documentação, exemplos de *templates* e integração com ferramentas como *Google Calendar* reforça sua exequibilidade na prática.

➤ **A aplicação é fácil de utilizar**

○ **Botões e termos reconhecíveis**

Os botões e termos adotados pela *xTiles* são semelhantes ao efetuado por outras interfaces o que os torna reconhecíveis e de mais fácil memorização, tornando a interface mais intuitiva.

○ **Eficiência na utilização**

A eficiência na utilização da *xTiles* está garantida pela interface intuitiva, interações simplificadas e personalização flexível. A plataforma permite a organização rápida e descomplicada de informações por meio de blocos, facilitando a estruturação de notas e tarefas. A integração com outras ferramentas e a colaboração em tempo real otimizam o fluxo de trabalho, tornando a experiência mais produtiva e eficaz.

○ **Fácil aprendizagem para a utilização**

Além de ser uma interface com uma aprendizagem intuitiva, a interface oferece *templates* que fornecem inspirações e podem ajudar na utilização da interface, e ainda fornece vídeos curtos a explicar o funcionamento desta.

○ **Legibilidade - aspetos que dificultam ou facilitam a leitura da informação, tais como cores, contrastes, espaçamento entre parágrafos, tamanho da letra**

A legibilidade pode ser influenciada pela personalização do utilizador.

○ **As interações são intuitivas (toques, *swipes*, *scrolls*)**

A *xTiles* oferece interações intuitivas, utilizando toques para selecionar e editar blocos, nas duas versões da interface. Na versão mobile *swipes* para arquivar ou mover itens em dispositivos móveis e *scrolls* para navegar vertical e horizontalmente. Esses gestos garantem uma experiência fluida e eficiente.

- **Flexibilidade de caminhos de navegação - oferece mais de que uma opção de atalhos para alcançar o mesmo objetivo.**

A *xTiles* oferece aos utilizadores diferentes caminhos para realizar a mesma ação, como por exemplo através de atalhos no teclado, fornecidos na interface para leitura do utilizador.

- **Todos os botões contêm ligações**

Todos os botões são funcionais e contêm ligações que conduzem diretamente à ação desejada, evitando a confusão do utilizador.

- **Boa organização e fácil recordação**

A *xTiles* proporciona boa organização e fácil recordação ao adotar uma estrutura visual modular e intuitiva. A utilização de blocos personalizáveis, categorização por cores e disposição flexível facilita a organização das informações de maneira lógica e acessível. Além disso, a interface minimalista reduz a sobrecarga cognitiva, permitindo que os utilizadores localizem e recordem rapidamente suas notas e tarefas. Estas opções contribuem para uma mais fácil recordação por parte do utilizador.

- **A navegação é lógica, apropriada, precisa e de fácil aprendizagem**

A interface é de fácil aprendizagem, com tutoriais de como utilizar a interface, atalhos de teclado, *templates* para utilização.

- **Densidade de informação adequada para uma boa experiência para o utilizador**

A interface é maioritariamente visual, contendo as informações textuais necessárias de forma clara e objetiva, o que evita grande densidade informacional. Além disso, em casos de maior volume de texto é garantido o espaçamento para contribuir para uma experiência mais agradável ao utilizador.

- **Rapidez e funcionalidade dos *features* (ex.: menu e botões)**

A interface é de rápida utilização, com botões intuitivos e com o menu que dirige às funcionalidades essenciais da interface. Assim, evita perda de tempo em realizar demasiados cliques e permite uma concretização mais rápida dos objetivos.

- **As informações e dados devem ser precisos, de forma a evitar erros**

A interface fornece as informações de forma direta e objetiva, de forma a possibilitar o utilizador de como deve proceder, evitando erros. Além disso, oferece a possibilidade de confirmar passos ou voltar atrás na ação, prevenindo o acontecimento de erros ou de forma a remediá-los.

➤ **Compatibilidade e Similaridade das aplicações nos diferentes ecrãs (computador, *tablet*, telemóvel)**

A *xTiles* é compatível aos diferentes de ecrãs, tais como o computador, *tablet* e telemóvel, contudo apesar de manter a coerência e consistência entre os ecrãs, apresenta algumas modificações devido à necessidade de adaptação ao tamanho dos ecrãs.

## 2.2.3. Evernote

O *Evernote* é uma plataforma que tem um propósito de organização pessoal, planeamento e produtividade, fundada por Stepan Pachikov, e lançada em versão beta pública a 24 de junho de 2008. Em 2014 alcançou o marco de mais de 100 milhões de utilizadores. A interface foi desenvolvida para os utilizadores individuais ou para grupos, permitindo que se lembrem de tudo e enfrentem todos os projetos com suas notas, tarefas e agenda tudo num só lugar. O objetivo é facilitar a captura, organização e acesso a informações em vários formatos, como texto, imagens, páginas da *web* e documentos digitalizados.



**Figura 38:** Logótipo do Evernote (Evernote Corporation. (2025). <https://evernote.com/pt-br>)

### 1. IDENTIDADE VISUAL

#### ➤ **Estratégia (inputs a partir da personalidade da marca)**

A estratégia de identidade visual da *Evernote* é construída com base na sua personalidade de marca, que se define como organizada, funcional, confiável e acessível. Estes traços orientam todas as decisões visuais e comunicacionais, refletindo a missão da marca de apoiar as pessoas e equipas a se manterem focadas e organizadas. A visão centrada na ideia de que, ao organizar a informação de forma inteligente, os utilizadores podem ser mais produtivos, criativos e eficazes. A *Evernote* posiciona-se como uma ferramenta *premium* de produtividade, o que exige uma imagem visual que comunique profissionalismo, estabilidade e clareza. Assim, a *Evernote* alinha o discurso visual e os valores da marca.

#### ➤ **Orientação criativa (interveniente no processo de conceção)**

Em 2018, a identidade visual da *Evernote* passou por uma transformação. Esta mudança foi motivada pela necessidade de renovar a marca, uma vez que não refletia mais o seu propósito original. A nova identidade visual foi criada para representar a missão de ajudar os utilizadores a focarem no que realmente importa, destacando características como otimismo, inteligência, confiança e clareza. Assim, a orientação criativa assentou em atualizar a imagem da marca, preservando sua essência

simbólica, ao mesmo tempo em que modernizava sua apresentação gráfica para se alinhar a um público mais digital e exigente.

➤ **Nome**

O nome *Evernote* resulta da combinação de duas palavras em inglês: “*ever*” (sempre) e “*note*” (anotação). As duas palavras juntas formam a expressão “anotação para sempre”, que transmite a ideia de uma memória contínua e acessível a qualquer momento. Assim, o nome reflete diretamente a missão da marca de ajudar os utilizadores a lembrarem-se e organizarem tudo o que é importante, num só lugar. A simplicidade do nome facilita a sua memorização e internacionalização, mantendo-se curto, direto e com sonoridade fluida, alinhando-se à promessa de durabilidade, confiança e utilidade da aplicação.

➤ **Símbolo**

O símbolo da *Evernote* é um elefante verde (**Figura 39**) chamado *Mads*, que é um dos principais elementos da sua identidade visual. O elefante tem um detalhe na orelha que representa a ponta de uma página dobrada. Para manter uma aparência equilibrada e suavizar as bordas, ele é desenhado com contornos arredondados. Assim, pode ser considerado um símbolo figurativo, tendo em conta as categorias de Péon (2009).



**Figura 39:** *Mads*, símbolo do *Evernote* (*Evernote Corporation*. (2025). <https://evernote.com/pt-br>)

Assim, este símbolo do elefante com a dobra na orelha como símbolo remete a dois significados. O primeiro referente ao animal em si, uma vez que o elefante é universalmente associado à memória e sabedoria, qualidades alinhadas com a proposta da *Evernote* de “se lembrar de tudo”. Em segundo lugar, a dobra na orelha do elefante remete visualmente à ideia de uma folha, página virada ou uma nota guardada, destacando o conceito de anotações, escrita e organização de ideias, funções primárias da interface.

### ➤ **Tipografia e legibilidade**

A *Evernote* adota duas fontes tipográficas, a *Soleil*, como fonte primária, e a *Helvetica Neue*, como fonte secundária. A *Soleil* é uma fonte tipográfica sem serifa, com formas de letra geométricas, adotada por conciliar o reconhecimento e clareza, com ser uma fonte moderna. As variantes utilizadas da fonte utilizadas são a *Soleil Regular*, *Bold* e *Light*. A nível das cores, o preto é a cor predefinida para texto, sendo que para títulos, ênfase ou hiperligações pode ser utilizado o verde. A *Helvetica Neue*, apenas é utilizada em aplicações, cujo a *Soleil* não está disponível. Esta fonte tipográfica é sem-serifa, associada ao modernismo, e caracterizada pela sua clareza. Assim, como a fonte *Soleil*, a *Helvetica Neue*, é utilizada a preto nos textos e a verde pode ser utilizada nos para títulos, ênfase ou ligações, nos pesos *Light*, *Regular* e *Bold*.

Ambas as fontes foram aplicadas respeitando princípios rigorosos de hierarquia visual, com distinção clara entre títulos, subtítulos e corpo de texto, além de um espaçamento generoso e contraste adequado. Esta abordagem favorece a experiência do utilizador, tornando o conteúdo acessível em qualquer dispositivo, o que reforça o posicionamento da *Evernote* como uma ferramenta intuitiva e centrada no utilizador.

### ➤ **Cor**

A *Evernote* adotou duas paletas tipográficas, uma primária e uma secundária. A paleta cromática primária é composta por duas cores, verde (com o código HEX #00A82D) e preto (com o código HEX #000000) que derivam do logótipo. A paleta cromática secundária é composta por verde-claro (com o código HEX #CEDC00), branco (com o código HEX #FFFFFF) e cinzento (com o código HEX #888B8D), e é utilizada como cores de destaque para ajudar a dar vibração ao sistema visual. A *Evernote* também faz utilização de outras cores, nos ícones e nas ilustrações presentes no *website* e na *aplicação*.

### ➤ **Imagética**

A imagética da *Evernote* é projetada, com o intuito de refletir os seus valores centrados na clareza e foco no que é importante, através de formas simples, padrões, texturas e uma paleta cromática limitada. A adoção de padrões foi pensada para permitir associações claras, sendo que as formas que compõe estes padrões podem ser aplicadas e utilizadas de diversas formas, nomeadamente como formas independentes, texturas, molduras, ou padrões, permitindo uma grande flexibilidade. As ilustrações adotadas são minimalistas e desenvolvidas a partir de formas geométricas, sendo que em algumas delas são adicionados traços humanos, como olhos, nariz, boca e braços, também com figuras geométricas, como círculos e retas. A

conjugação dos padrões, texturas e ilustrações surge da consciência de que para uma comunicação em larga escala, não seria suficiente as ilustrações.

➤ **Forma**

A forma não se aplica.

➤ **Movimento**

A identidade visual da *Evernote* incorpora o movimento de forma subtil e funcional, com o objetivo de melhorar a experiência do utilizador sem causar distrações. Assim, as animações são aplicadas principalmente em transições entre notas, na criação ou edição de conteúdos e em processos como sincronização, sempre com fluidez e leveza, e estão incorporados nas transições de páginas, com os elementos gráficos animados, para simbolizar o pensamento das páginas. Estes movimentos são utilitários, reforçando a hierarquia da informação e oferecendo *feedback* visual claro, sem recorrer a efeitos decorativos excessivos.

➤ **Som**

A *Evernote* não possui uma identidade sonora de marca elaborada, como *jingles* ou sons distintivos. No entanto, a aplicação utiliza sons funcionais discretos, como notificações de lembretes, que podem ser ativados ou desativados nas configurações do dispositivo, de acordo com as necessidades ou preferências do utilizador. Estes sons são projetados para fornecer *feedback* auditivo sem distrair o utilizador, alinhando-se com o foco da *Evernote* na produtividade e simplicidade.

➤ **Aplicações**

A identidade visual da *Evernote* está aplicada, na interface tanto na versão *desktop* como *mobile*, no *website* na plataforma, nas redes sociais, nomeadamente *Facebook*, *Twitter*, *Medium*, *Instagram* e *YouTube*. A nível das aplicações, a *Evernote* faz uso de publicações com as ilustrações e o símbolo do elefante características da plataforma, e de vídeos explicativos e demonstrativos da interface.

➤ **Mascotes**

A *Evernote* não utiliza mascotes no sentido tradicional, mas adota o símbolo do elefante como representação visual central da marca, que desempenha uma função simbólica próxima da de uma mascote. Embora não seja uma mascote no sentido literal, o elefante funciona como um símbolo emocional e identificador da marca. É visualmente memorável, aparece em várias aplicações da marca e carrega um significado que reforça os valores da *Evernote* tais como a memória, organização e continuidade.

## 2. CONTEÚDO / FUNCIONALIDADES

### ➤ **Autenticação do utilizador, através da criação de conta na aplicação, de forma a conseguir identificar o utilizador**

Para a utilização da interface é requerida a criação de uma conta, através do endereço de *email*, do *Google* ou da *Apple*. A criação da conta permite a identificação do utilizador e guardar as suas informações no seu perfil, ademais de facilitar a sincronização entre dispositivos. No entanto no plano gratuito, o utilizador só pode estar sincronizado ao *Evernote* num dispositivo de cada vez, ou seja, não pode estar com sessão iniciada, por exemplo, no computador e telemóvel ao mesmo tempo.

(Figura 40)

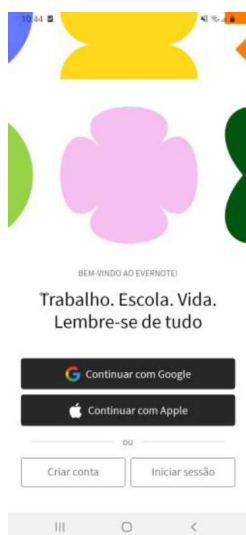


Figura 40: Captura de ecrã às possibilidades de autenticação (Fonte: autora, 2025)

### ➤ **Sincronização entre aplicações, isto é, ferramenta que facilite a iniciar sessão em diferentes aplicações em simultâneo**

O *Evernote* permite a sincronização com outras aplicações que o utilizador pode utilizar diariamente, nomeadamente *Google Agenda*, *Google Drive*, *Gmail*, *Slack* e o *Outlook*.

### ➤ **O utilizador pode utilizar a aplicação em diferentes dispositivos em simultâneo**

O *Evernote*, no plano gratuito apenas possibilita a utilização da plataforma num dispositivo de cada vez. Ademais de o cancelamento a sincronização está limitada a duas vezes por mês. Sendo que é necessário a subscrição de um plano premium para desbloquear dispositivos ilimitados bem como a dessincronização de dispositivos.

(Figura 41)



**Figura 41:** Captura de ecrã da limitação de dispositivos sincronizados (Fonte: autora, 2025)

### ➤ **Introdução e ajuda na utilização**

O *Evernote* não apresenta nenhum tutorial ao primeiro acesso, contudo oferece recursos de apoio que o utilizador pode consultar no momento que necessitar. Assim, a interface tem disponíveis guias de início rápido disponível no *website* oficial, que ensina como utilizar a interface; tutorias em vídeo disponíveis no seu canal de *YouTube*. Além disso oferece um centro de ajuda com artigos detalhados sobre funcionalidades.

### ➤ **Possibilidade de escolha de idiomas, principalmente o idioma materno**

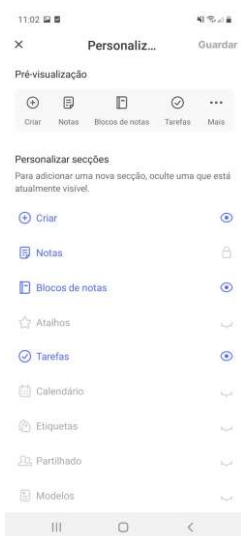
O *Evernote* está disponível em vários idiomas, nomeadamente, espanhol, inglês, espanhol, alemão, francês, italiano, japonês e coreano. Esta variedade de idiomas permite alcançar um maior número de utilizadores, bem como permitir que estes escolham a língua de sua conveniência, sendo maior a possibilidade que esteja disponível para escolha o idioma materno.

### ➤ **Política de privacidade transparente: O utilizador é informado sobre o tratamento de seus dados**

O *Evernote* mantém uma política de privacidade transparente, mantendo-a explícita no *website* oficial, informando os utilizadores sobre o tratamento dos seus dados pessoais. A política detalha os tipos de informações recolhidas, incluindo dados básicos do utilizador, dados de utilização, informações de localização e dados do dispositivo. O *Evernote* cumpre a Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD).

### ➤ **A aplicação é personalizável**

O *Evernote* permite que o utilizador personalize diversos aspetos da interface, que permite ao utilizador moldar a sua experiência. A interface permite ao utilizador personalizar os seus cadernos e notas de acordo com as suas necessidades e preferências. O utilizador também pode utilizar modelos de notas predefinidos ou criar os seus próprios modelos do zero. Na aplicação móvel permite ao utilizador personalizar a barra inferior, escolhendo quais os *widgets* presentes (**Figura 42**). Além disso, oferece a funcionalidade de alternar entre modo claro e escuro.



**Figura 42: Captura de ecrã a possibilidades de personalização (Fonte: autora, 2025)**

### ➤ **Organização e planeamento:**

- **Possibilidade de gamificação, podendo ser utilizada ou não pelo utilizador**

O *Evernote* não possui nenhum sistema de gamificação integrado.

- **A aplicação contém incentivos**

A *Evernote*, não contém incentivos explícitos no formato tradicional de gamificação, como pontos, conquistas ou recompensas visuais. No entanto, existem mecanismos indiretos de incentivo à utilização, sobretudo nas versões pagas.

- **Desafios a ser cumpridos para ajudar a motivar o utilizador**

A *Evernote* não integra desafios estruturados ou gamificados nativamente como forma de motivação direta do utilizador. No entanto, contém iniciativas que incentivam o uso contínuo e estruturado da aplicação, apoiando a motivação do utilizador por meio de

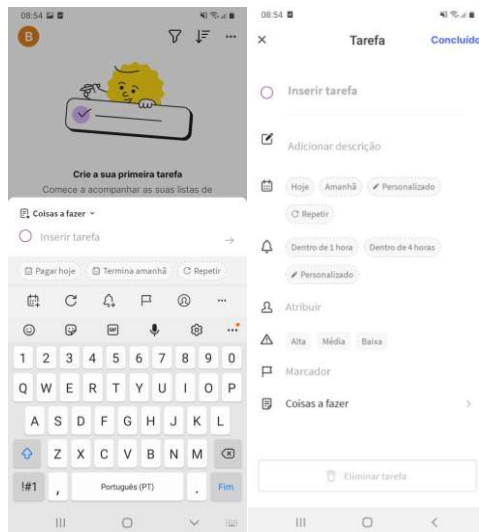
organização e progresso pessoal. Os utilizadores podem criar lembretes e alarmes nas tarefas para incentivar à sua conclusão a tempo.

- **Categorização das metas, personalização das metas, classificação das metas**

A *Evernote* não possui um sistema automático de gestão de metas, mas permite que o utilizador personalize, categorize e classifique os seus objetivos manualmente. A categorização pode ser feita através de cadernos e etiquetas, a personalização através de listas, lembretes e anexos, e pode ser feita a classificação como "urgente" ou "em progresso", oferecendo flexibilidade para organizar metas conforme as necessidades individuais de cada utilizador.

- **Descrição de tarefas, período de duração, frequência**

O utilizador pode editar a tarefa adicionando descrição, possibilidade de frequência, lembretes, atribuir função a outra pessoa, definir grau de prioridade, marcadores, e movimentar a mesma entre notas e cadernos (**Figura 43**).



**Figura 43: Captura de ecrã a possibilidades de personalização das tarefas (Fonte: autora, 2025)**

- **Feedback e estatísticas sobre as tarefas**

A *Evernote* não oferece *feedback* e estatísticas sobre as tarefas. No entanto, oferece ao utilizador funcionalidades que permitem ao utilizador visualizar ou organizar o seu avanço. O utilizador pode marcar tarefas como concluídas, oferecendo uma noção visual básica de progresso; definir prazos e lembretes, que ajudam na organização temporal das tarefas; e a visualização centralizada de tarefas (em "Tarefas"), onde o

utilizador pode acompanhar o que está pendente ou concluído, mas sem estatísticas numéricas.

- **Possibilidade de adicionar comentários em cada tarefa**

A *Evernote* não permite adicionar comentários diretamente em cada tarefa. As tarefas estão inseridas em notas, e qualquer anotação adicional deve ser feita no corpo da nota, sem campos específicos para comentários individuais por tarefa.

- **Botão check para as tarefas concluídas**

A interface oferece a opção de utilizador colocar o botão *check* para selecionar quando a tarefa está concluída. Quando este é selecionado é movido para a lista de tarefas concluídas.

- **Separação por categorias**

A *Evernote* permite a separação por categorias de forma manual, através da criação de notas que podem ser agrupados por temas ou áreas; permite categorizá-las com base na urgência (alta, média ou baixa). Além disso nas versões *premium* permite a criação de vários cadernos que podem agrupar notas considerando as categorias.

- **Lembretes e alarmes sobre tarefas**

A *Evernote* tem a possibilidade de adicionar lembretes e alarmes em cada tarefa, além de permitir adicionar recorrência de acordo com as necessidades do utilizador

- **Histórico de tarefas**

A *Evernote* não contém nenhum histórico de tarefas, pelo que a preservação das tarefas é de completa responsabilidade do utilizador. Quando a tarefa é marcada como concluída esta é movida para a lista de tarefas concluídas, no entanto, esta pode ser mantida ou eliminada consoante as preferências do utilizador. No momento que é eliminada, esta desaparece não existindo nenhum histórico.

- **Indicador de atividade, isto é, momentos em que os utilizadores estão ativos ou em pausa**

A *Evernote* não possui indicador de atividade em tempo real; não mostra quando os utilizadores estão ativos, em pausa ou *online*.

- **Opção de visualização de tarefas do dia na interface**

A *Evernote* permite visualizar tarefas do dia na secção "Tarefas", desde que tenham uma data atribuída, sendo que a lista é organizada automaticamente por ordem cronológica, das com a data mais recente para a data mais afastada.

- **Dashboard com percentagem da atividade**

A *Evernote* não possui um *dashboard* com percentagem de atividade.

- **Opção de armazenar ideias para organizá-las mais tarde**

A *Evernote* permite armazenar ideias rapidamente por meio de notas simples, com possibilidade de organizá-las depois usando cadernos e etiquetas, sendo ideal para registos imediatos e posterior estruturação.

- **Possibilidade de anexar informações ou documentos externos, que podem ser vídeos, áudios, links, fotografias, documentos**

O *Evernote* permite ao utilizador anexar documentos, fotografias, ficheiros de áudio, vídeos e links externos. Além disso, oferece o recurso de digitalização de documentos a partir da aplicação móvel. A possibilidade de anexar está disponível em todos os planos do *Evernote*, seja o gratuito ou o plano *premium*, contudo com limitações de *upload* mensal.

- **Possibilidade de *feedback* de forma a evitar erros e prevenir perdas de dados**

O *Evernote* incorpora várias ferramentas que ajudam a evitar erros e a prevenir perda de dados. O *Evernote* solicita confirmações antes de realizar algumas ações, como apagar cadernos. Outra funcionalidade importante é a sincronização automática em tempo real, o que garante que qualquer mudança feita em uma nota seja guardada e sincronizada imediatamente entre os dispositivos, diminuindo assim o risco de perder informações. Além disso, a aplicação avisa quando ocorre algum erro na sincronização. O *Evernote* também conta com uma lixeira integrada (**figura 44**), onde as notas eliminadas ficam temporariamente guardadas, permitindo que o utilizador as recupere, no caso de terem sido apagadas por engano. Para os utilizadores dos planos *premium*, há ainda a opção de acessar o histórico de versões, que possibilita restaurar versões anteriores das notas em caso de edições erradas ou exclusões acidentais.



**Figura 44: Captura de ecrã ao lixo dentro do Evernote (Fonte: autora, 2025)**

#### ➤ **A aplicação apenas funciona *online* ou também funciona *offline***

O *Evernote* funciona tanto de forma *online* como *offline*. O utilizador tem a opção de escolher quais notas e cadernos deseja realizar o *download* para o dispositivo, podendo ativar o *download* de todas as notas ou selecionar apenas algumas específicas.

#### ➤ **Disponibilidade em diferentes sistemas operativos**

O *Evernote* está disponível em diferentes sistemas operativos. Na versão *desktop* está disponível para *Mac* e *Windows*. Na versão *mobile*, está disponível em *Android* e *iOS*.

#### ➤ **Versão *web***

O *Evernote* contém versão *web* e aplicação, permitindo que os utilizadores utilizem a interface sem terem de realizar *download*.

#### ➤ **Versão *premium* da app**

O *Evernote* está disponível de forma gratuita, com funcionalidades limitadas, nomeadamente o limite de dispositivos sincronizados em simultâneo e contém quatro planos *premium* para utilização da interface, que através do pagamento permite o acesso a mais funcionalidades.

### **3. DESIGN DA INTERFACE**

#### ➤ **Utilização de mascotes**

A *Evernote* não utiliza mascotes no sentido tradicional, mas adota o símbolo do elefante como representação visual central da marca, que desempenha uma função simbólica próxima da de uma mascote. Embora não seja uma mascote no sentido

literal, o elefante funciona como um símbolo emocional e identificador da marca. É visualmente memorável, aparece em várias aplicações da marca e carrega um significado que reforça os valores da *Evernote* tais como a memória, organização e continuidade.

#### ➤ **Cor para destacar funcionalidades**

A *Evernote* utiliza maioritariamente o verde para destacar as funcionalidades, como criar de novas notas e blocos de notas. Ademais utiliza o roxo para a criação de novas tarefas. Utiliza também cor para destacar os blocos de rascunhos, que pode ser editada pelo utilizador.

#### ➤ **Cor a destacar o conteúdo selecionado**

Na versão *mobile*, aplicação faz uso do roxo para destacar as secções em que o utilizador se encontra. Na versão *desktop*, é utilizado o cinzento-claro para destacar as funcionalidades.

#### ➤ **Utilização de cores nas categorias e na ordem prioritária de cumprimento**

A *Evernote* oferece a possibilidade de caracterizar as categorias com base no grau de urgência (alto, médio ou baixo), que são diferenciados pela cor e por pontos de exclamação. As tarefas pouco urgentes são ilustradas com um ponto de exclamação a verde, urgência média com dois pontos de exclamação laranja, e urgência alta três pontos de exclamação a vermelho (**figura 45**).



**Figura 45:** Captura de ecrã a cores a separar categorias (Fonte: autora, 2025))

#### ➤ **Padrão de posicionamento de elementos na tela**

O padrão de posicionamento de elementos na tela é consistente e funcional. Na versão *desktop*, o *Evernote* contém uma barra de funções lateral e na área central exibe as notas, o bloco de rascunhos e os elementos anexados. Na versão *mobile*, o *Evernote*

contém um menu na parte inferior do ecrã, e uma área central que exhibe a lista de itens (notas ou tarefas), possibilidade de anexação de ficheiros, com base na seleção feita no menu.

➤ **Resolução/qualidade dos gráficos usados para os ícones, botões, menus, conteúdos**

Os gráficos aplicados na *Evernote* possuem qualidade visual, garantindo a clareza e a experiência do utilizador. Os ícones, botões, menus e conteúdos seguem um design minimalista e vetorial, desenhados a partir de formas geométricas, garantindo a nitidez diferentes escalas. Além disso, oferece *feedback* visual nas interações, como mudanças de cor ao clicar ou passar o cursor, o que reforça a experiência do utilizador com uma navegação fluida e acessível.

➤ **Utilização de ícones reconhecíveis pelo utilizador. Caso não tiverem fácil reconhecimento, estão acompanhados por texto**

Os ícones são geralmente de fácil reconhecimento, sendo semelhantes ao adotado no mercado. No entanto, estes estão acompanhados por um descritivo do mesmo, para facilitar ainda mais o reconhecimento.

➤ **Disposição e dimensão dos ícones, botões, menus, conteúdos no ecrã adequada**

A disposição e dimensão dos ícones, botões, menus e conteúdos na interface da *Evernote* são adequadas e bem equilibradas, seguindo princípios de usabilidade e acessibilidade. Os ícones são intuitivos, com tamanho suficiente para facilitar a identificação e o clique.

➤ **Utilização de metáforas - como cadernos ou florescimento de plantas**

O *Evernote* apenas tem presente a metáfora dos cadernos, pois a interface está organizada em cadernos ou blocos de notas, que agrupam as notas tais como acontece em cadernos físicos. Apesar de a possibilidade de criar mais do que um caderno seja limitado a versões pagas, a versão gratuita oferece a possibilidade de criar várias notas, que remete também aos cadernos físicos.

➤ **Evitar a adoção de botões e ícones que possam resultar em contradições e ambiguidades**

A interface da *Evernote* privilegia a adoção de botões e ícones reconhecíveis pelo utilizador, ademais de muitos dos botões são acompanhados de rótulos textuais o que contribui para reforçar a clareza, e uma navegação acessível e eficiente.

➤ **Simplicidade dos ícones adotados, tais como as figuras geométricas são mais facilmente assimilados.**

Os ícones adotados na interface da *Evernote* seguem uma abordagem de simplicidade visual, utilizando formas geométricas básicas e traços lineares que facilitam a assimilação rápida. Esta simplicidade contribui para uma navegação acessível e reduz a carga cognitiva do utilizador.

➤ **Respeito e seguimento das leis da *Gestalt***

A interface da *Evernote* respeita e aplica de forma consistente os princípios das leis da *Gestalt*, promovendo uma experiência visual coerente e intuitiva. A interface respeita as áreas de respiro, através da utilização de margens e do espaçamento entre blocos de texto, ícones e secções, o que contribui para melhorar a legibilidade e evitar a sobrecarga visual. O *Evernote* contém as funcionalidades agrupados em blocos visuais, o que facilita para uma utilização mais intuitiva por parte do utilizador. A lei da Similaridade e pregnância está presente na hierarquia visual presente através da variação de pesos tipográficos. O contraste destaca-se através da utilização de cores contrastantes entre os fundos e os conteúdos tipográficos, de forma a garantir a legibilidade e a experiência agradável.

➤ **Linguagem visual coerente, entre todos os elementos**

O *Evernote* contém uma identidade visual aplicada na interface, apresentando uma linguagem visual coerente, que se traduz na uniformidade dos ícones, da tipografia, paleta cromática e estética gráfica.

➤ **Linguagem textual e visual mais simplificada**

A *Evernote* adota uma linguagem visual e textual simplificada, que se complementa entre si, com o intuito de tornar a experiência só utilizador mais intuitiva. A linguagem textual é direta, com descrições e instruções acessíveis e esclarecedoras. A nível da linguagem visual adota ícones reconhecíveis e de fácil adaptabilidade, a respeito dos tamanhos. Ainda adota uma tipografia que prima a legibilidade.

➤ **Família tipográfica grande legível**

○ **Tipografia que a leitura não gere dúvidas sobre o conteúdo escrito**

A *Evernote* adota duas fontes tipográficas, a *Soilel*, como fonte primária, e a *Helvetica Neue*, como fonte secundária, que é aplicada como alternativa do sistema para quando a primeira não está disponível. Ambas as fontes tipográficas asseguram a leitura do conteúdo sem que este gere dúvidas garantindo a legibilidade e a fácil leitura dos conteúdos textuais.

A nível da utilização da interface, estão disponíveis 3 fontes distintas, *Sans serif*, *serif* e *monospace*, que privilegiam e garantem a legibilidade e a leitura agradável ao utilizador.

- **Família tipográfica com diferentes pesos para reforçar a hierarquia**

*Evernote* adota famílias tipográficas com diferentes pesos que garantem a hierarquia visual da informação. Assim, permite a aplicação dos pesos *Bold*, *Light* e regular, que ajudam a diferenciar os títulos, os subtítulos e os corpos de texto, aliados com os tamanhos e cores dos elementos textuais. Desta forma, é fornecida ao leitor uma interface com o conteúdo acessível, que garantem uma leitura mais confortável ao leitor.

A nível da utilização da interface, estão disponíveis 3 fontes distintas, *Sans serif*, *serif* e *monospace*, possível de editar de forma a realçar ou destacar informações. Assim, permite a colocação de informações a negrito, itálico, sublinhado, mudar de cor, sublinhar informação, mudar o tamanho, ainda permite editar que tipo de texto é, se texto normal, cabeçalho grande, cabeçalho médio ou cabeçalho pequeno.

- **Utilização de uma tipografia caligráfica, para ajudar a aproximar a escrita à mão.**

Apesar de oferecer ao utilizador escrever com três fontes diferentes, nenhuma delas se aproxima do estilo tipografia, estando apenas disponível, uma fonte sem serifa, serifa, e mono espaço.

### **3. INTERFACE**

#### **➤ Utilização segura**

O *Evernote* promove a proteção de dados e a utilização segura da interface aos utilizadores. A interface garante que os dados inseridos pertencem exclusivamente ao utilizador, e são utilizados única e exclusivamente para a utilização da plataforma, como para cópias de segurança, sincronização entre dispositivos, mediante as permissões solicitadas ao utilizador. A nível de segurança, a plataforma adota criação de uma conta com autenticação por *e-mail* e senha, permitindo a verificação em duas etapas (2FA). A política de privacidade é transparente e está em conformidade com regulamentos como o Regulamento Geral sobre a Proteção de Dados (RGPD), aplicável na União Europeia e, portanto, também em Portugal. Isso garante que os dados pessoais dos utilizadores sejam recolhidos, armazenados e utilizados com o devido consentimento e finalidade clara.

➤ **Tem custos associados**

O *Evernote* não apresenta custos associados para a sua utilização, contudo contem a utilização limitada a algumas funcionalidades básicas, nomeadamente a criação de notas, a sincronização limitada a um único dispositivo e um volume reduzido de uploads mensais. No entanto, caso o utilizador pretenda aceder a recursos mais avançados, a interface contém custos associados, mediante a subscrição de um dos planos premium, como o *Personal*, *Professional* ou *Teams*. Assim, o serviço é gratuito na sua versão base, sendo os custos apenas aplicáveis mediante a opção do utilizador por funcionalidades *premium*.

➤ **Disponibilidade em sistemas operativos e features**

A aplicação *Evernote* pode ser utilizada em *Windows*, *macOS*, *Android* e *iOS*, além de estar disponível em versão *web*, acessível através de qualquer navegador.

➤ **A aplicação foi validada a nível de usabilidade e exequibilidade**

A aplicação *Evernote* tem sido amplamente validada ao longo dos anos em termos de usabilidade e exequibilidade, tanto por especialistas da área como por utilizadores em avaliações práticas, sendo uma interface consolidada no mercado.

Do ponto de vista da usabilidade, o *Evernote* é frequentemente reconhecido por oferecer uma interface limpa, funcional e intuitiva, com princípios consistentes de design centrado no utilizador, com uma curva de aprendizagem acessível. Importa destacar que a interface segue boas práticas de usabilidade, apresentando “*feedback* visual imediato” quando um botão é clicado ou quando o cursor passa sobre ele (no *desktop*), o que confirma que esses elementos são interativos. Os ícones e botões são coerentes com as ações que representam, o que reduz a possibilidade de erro por parte do utilizador.

Relativamente à exequibilidade o *Evernote* apresenta boa performance em múltiplas plataformas (*Windows*, *macOS*, *Android*, *iOS* e *Web*), com sincronização eficaz entre dispositivos, o que valida a sua fiabilidade técnica. Contudo a versão gratuita está limitada às funcionalidades básicas, com limitações de armazenamento e sincronização em um único dispositivo em simultâneo.

➤ **A aplicação é fácil de utilizar**

○ **Botões e termos reconhecíveis**

Os botões adotados pelo *Evernote* são amplamente reconhecíveis ademais de estarem acompanhados de breves descritivos textuais, para garantir a compreensão.

- **Eficiência na utilização**

O *Evernote* é uma interface com uma utilização e que os utilizadores conseguem alcançar de forma rápida e fácil as funcionalidades que querem utilizar, principalmente as funcionalidades principais. Além disso, possui a função de pesquisa avançada que permite encontrar rapidamente conteúdos por palavras-chave, etiquetas ou datas, reduzindo o tempo de procura e as necessidades de cliques. Também oferece a possibilidade de criar atalhos para alcançar o que necessita mais rapidamente.

- **Fácil aprendizagem para a utilização**

Evernote apresenta uma curva de aprendizagem suave, apoiada por uma interface clara, recursos de apoio acessíveis e metáforas visuais familiares, promovendo uma experiência de uso acessível desde o início. A plataforma permite uma navegação simples, sem a necessidade de percorrer menus extensos, nem a necessidade de muitos cliques para encontrar o que procura, tanto na versão mobile com *desktop*, aliada com metáforas familiares, tais como cadernos e notas, que facilitam o reconhecimento e compreensão da *app*. Na primeira utilização possui algumas dicas essenciais para o utilizador. Ademais, no *website* da *Evernote* estão explicadas de forma detalhada as funcionalidades da interface e no canal de *YouTube* estão disponíveis vídeos explicativos da plataforma. Essa abordagem permite que o utilizador aprenda progressivamente, conforme as suas necessidades.

- **Legibilidade - aspetos que dificultam ou facilitam a leitura da informação, tais como cores, contrastes, espaçamento entre parágrafos, tamanho da letra**

O *Evernote* procura garantir a legibilidade proporcionando uma experiência agradável. O *Evernote* proporciona contraste cromático, ao adotar predominantemente fundos claros com texto escuro (ou vice-versa no modo escuro), assegurando uma leitura clara mesmo em sessões prolongadas. Outro ponto, é o tamanho da fonte padrão que é adequado e pode ser ajustado pelo utilizador, permitindo personalização conforme as preferências. O espaçamento entre linhas e parágrafos é equilibrado, evitando a sobreposição de blocos de texto e promovendo a organização visual. A tipografia foi escolhida de forma a favorecer a leitura digital. Além disso, a disposição da informação em blocos bem definidos e o uso de ícones simples e reconhecíveis contribuem para uma hierarquia visual clara. Os menus, botões e áreas de escrita são bem distribuídos, evitando confusão e promovendo uma navegação fluida.

- **As interações são intuitivas (toques, swipes, scrolls)**

As interações no *Evernote* são, de forma geral intuitivos e de bem identificados, além de acessíveis, de forma a não necessitar de muitos cliques para a utilização. Na versão *mobile*, Um *swipe* lateral permite aceder as configurações da nota, o download ou o apagar das notas rapidamente; o *scroll* vertical permite navegar fluentemente pelas listas de notas ou conteúdos extensos; e os toques, ou se pressionar algum conteúdo durante larga duração dão acesso a opções adicionais (como mover, partilhar ou duplicar uma nota). Na versão *desktop*, a navegação com o rato e teclado segue padrões convencionais, o que reduz a curva de aprendizagem.

- **Flexibilidade de caminhos de navegação - oferece mais de que uma opção de atalhos para alcançar o mesmo objetivo.**

O *Evernote* apresenta uma navegação flexível, permitindo que o utilizador alcance os mesmos objetivos através de diferentes caminhos, o que contribui para uma experiência personalizada e eficiente. Também oferece a presença de atalhos personalizáveis reforça ainda mais essa flexibilidade, tornando a navegação mais fluida e adaptável ao contexto de uso.

- **Todos os botões contêm ligações**

No *Evernote* todos os botões contêm botões com ligações para diferentes funcionalidade, sejam para funcionalidades internas da interface ou ligações para páginas externas.

- **Boa organização e fácil recordação**

O *Evernote* apresenta uma organização semelhante nas versões *mobile* e *desktop*, o que permite uma mais fácil recordação dos passos necessários. Ademais, a interface oferece um menu simplificado, com ícones reconhecíveis e acompanhados de rótulos, que possibilita a que o utilizador não precise de percorrer muitos passos. Além disso, possui o motor de pesquisa interna que permite encontrar de forma mais rápida as informações.

- **A navegação é lógica, apropriada, precisa e de fácil aprendizagem**

A interface possui uma curva de aprendizagem suave para o utilizador proporcionada por uma navegação intuitiva, resultado de um menu descomplicado, ícones e botões reconhecíveis, necessidade de poucos cliques, passos lógicos.

- **Densidade de informação adequada para uma boa experiência para o utilizador**

O *Evernote* apresenta uma densidade de informação equilibrada, essencial para proporcionar uma boa experiência ao utilizador. A aplicação distribui os conteúdos de

forma organizada e clara, evitando a sobrecarga cognitiva, garantindo a boa utilização do espaçamento e das margens. Em relação à densidade de informação nas notas e nos rascunhos esta é editada pelos utilizadores.

➤ **Rapidez e funcionalidade dos *features* (ex.: menu e botões)**

O *Evernote* demonstra rapidez e funcionalidade na sua utilização, na medida que muitas das ações não necessitam muitos cliques, tanto na versão e desktop, sendo cada ação executada de forma quase imediata. Além disso, a interface oferece um baixo tempo de resposta e apresentam *feedback* quase imediato, sendo quando são realizados cliques, ou se passa por cima com o rato (*desktop*), ou com o dedo (*mobile*) o conteúdo selecionado fica sombreado.

➤ **As informações e dados devem ser precisos, de forma a evitar erros**

O *Evernote* oferece rótulos e descrições precisas para ajudar a garantir que não existem erros de interpretação nem erros em passos executados. Além disso, o *Evernote* oferece algumas ferramentas que ajudam a perda de dados ou corrigir erros, na medida a que assegura que as informações são guardadas automaticamente, garantindo que todas as modificações são guardadas. Em caso de eliminar notas ou blocos, o *Evernote* oferece uma secção de lixo, que permite recuperar informações apagadas por engano. Sendo que antes de estas serem apagadas definitivamente do lixo, aparece uma janela para o utilizador confirmar que quer eliminar, prevenindo a perda de informações (**figura 46**). O *Evernote* também fornece *feedback* visual ao realizar ações, ajudando o utilizador a perceber que a ação foi concluída com sucesso.



**Figura 46: Captura de ecrã a confirmação para ação (Fonte: autora, 2025)**

➤ **Compatibilidade e Similaridade das aplicações nos diferentes ecrãs (computador, *tablet*, telemóvel)**

*Evernote* é compatível aos diferentes de ecrãs, tais como o computador, *tablet* e telemóvel. A interface é similar nos diferentes ecrãs, apesar de algumas adaptações derivada do tamanho do mesmo.

## 2.2.4. Habitica

A Habitica é uma interface com o foco em ajudar na organização pessoal e na produtividade, utilizados elementos de gamificação para tornar o processo mais divertido. A plataforma foi criada em janeiro de 2013, inicialmente com o nome de HabitRPG, por Tyler Renelle, através de uma campanha de financiamento coletivo no Kickstarter. Com o tempo, a interface foi sendo melhorado e ampliado por uma comunidade ativa de desenvolvedores e utilizadores, mudando para o nome atual, Habitica, em 2015. Em 2021, a plataforma já tinha mais de quatro milhões de usuários.



**Figura 47: Logótipo da Habitica (Habitica Wiki (2019))**  
[https://habitica.fandom.com/wiki/Habitica\\_Wiki](https://habitica.fandom.com/wiki/Habitica_Wiki)

### 1. IDENTIDADE VISUAL

#### ➤ **Estratégia (inputs a partir da personalidade da marca)**

A estratégia da Habitica baseia-se numa personalidade de marca lúdica, acolhedora, comunitária e motivacional. A aplicação apresenta-se como uma plataforma de organização pessoal através da gamificação, tornando o dia a dia mais divertido e promovendo a produtividade e a necessidade de completar as metas.

#### ➤ **Orientação criativa (interveniente no processo de conceção)**

A orientação criativa da Habitica partiu do conceito original, que combinou mecânicas de videojogos com gestão de hábitos pessoais. Assim, a visão baseou-se na ideia de transformar tarefas quotidianas em desafios motivadores, utilizando elementos de RPG como metáfora para o crescimento pessoal

#### ➤ **Nome**

O nome Habitica resulta da fusão entre a palavra inglesa *habit* (hábito) e uma terminação que evoca um universo fictício ou reino imaginário (*-ica*), reforçando a ideia de um mundo gamificado onde o utilizador desenvolve os seus hábitos como se estivesse a viver uma aventura.

### ➤ **Símbolo**

O símbolo da Habitica é um grifo estilizado em roxo, uma criatura mitológica que combina características de águia e leão, tradicionalmente associada à proteção, força e vigilância. Este símbolo reforça a narrativa heroica da aplicação, onde o utilizador é o protagonista da sua própria aventura de autodesenvolvimento. A escolha do grifo remete ao imaginário do *RPG*, alinhando-se com a estética e propósito da plataforma. **(figura 48)**



**Figura 48: Símbolo da Habitica (Habitica Wiki (2019))**  
[https://habitica.fandom.com/wiki/Habitica\\_Wiki](https://habitica.fandom.com/wiki/Habitica_Wiki)

### ➤ **Tipografia e legibilidade**

A Habitica adotou uma tipografia sem serifa, com o traço simples e claro que privilegia a legibilidade e a usabilidade em diferentes ecrãs. A escolha de fontes neutras e funcionais contrasta com os elementos visuais mais lúdicos da interface, equilibrando o aspeto gamificado com a clareza necessária para a gestão de tarefas. Os tamanhos e hierarquias tipográficas são bem definidos, facilitando a navegação e a identificação rápida de títulos, subtítulos e ações. Esta abordagem assegura que a informação é acessível, mesmo em ambientes visuais densos, contribuindo para uma experiência de utilizador fluida e intuitiva.

### ➤ **Cor**

A paleta cromática da Habitica é dominada por tons de roxo e lilás, cores associadas à criatividade, imaginação e fantasia, que reforçam o carácter lúdico e narrativo da aplicação. Estas cores principais são complementadas por tons claros e neutros, como branco e cinza suave, que equilibram visualmente a interface e garantem boa legibilidade. A utilização pontual de cores vibrantes, como amarelo e verde, é reservada para elementos interativos ou de recompensa, criando destaques visuais que orientam a atenção do utilizador. Esta paleta contribui para uma experiência visual coerente, acessível e envolvente, alinhada com a identidade de marca gamificada da Habitica.

### ➤ **Imagética**

A imagética da Habitica baseia-se fortemente no estilo *pixel art*, evocando o universo visual dos videogames retro. Esta escolha estética reforça o conceito de gamificação, transportando o utilizador para um ambiente que remete a aventuras clássicas de *RPG*. Os elementos visuais incluem personagens, mascotes, monstros e objetos, todos representados com simplicidade gráfica, mas com forte valor simbólico. Cada imagem serve uma função clara na interface – seja para recompensas, progressão ou desafios – facilitando a associação entre ação e consequência. A consistência desta imagética contribui para a construção de um universo coerente e envolvente, que motiva o utilizador através da fantasia visual, sem comprometer a clareza funcional.

### ➤ **Forma**

A forma não se aplica.

### ➤ **Movimento**

O movimento na Habitica é discreto e funcional, utilizado principalmente para reforçar ações do utilizador e transmitir *feedback* visual de forma clara e imediata. Animações simples, como o aumento de pontos de experiência, a conquista de recompensas ou a conclusão de tarefas, são apresentadas com efeitos breves que simulam dinamismo típico de videogames.

### ➤ **Som**

A Habitica, por padrão, não utiliza elementos sonoros integrados na sua interface, adotando uma abordagem silenciosa que favorece a concentração e a flexibilidade de utilização em diferentes contextos (como ambientes de trabalho ou estudo).

### ➤ **Aplicações**

A identidade visual da Habitica é aplicada de forma consistente em nos diversos meios, reforçando o reconhecimento da marca e a coerência da sua proposta gamificada. A identidade visual está claramente visível na aplicação *web* e móvel, onde está presente o estilo *pixel art*, a paleta cromática predominantemente roxa, a tipografia sem serifa, e os elementos gráficos que criam um universo visual unificado. A interface mantém uma linguagem visual coesa, independentemente do dispositivo utilizado, garantindo uma experiência fluida e reconhecível. O *website* que explica o funcionamento da interface (Habitica *Wiki*) transmite também a identidade visual através da utilização da cor, da tipografia e dos elementos gráficos. Nas redes sociais e canais de comunicação, como o *Discord*, *GitHub*, e fóruns oficiais, a Habitica aplica a sua identidade com avatares, ícones e *banners* temáticos, mantendo o tom informal e envolvente da marca.

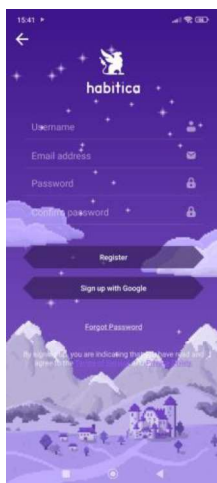
### ➤ **Mascotes**

A Habitica não possui nenhuma mascote ou personagem central que sirva como função identitária. No entanto, a interface aposta numa identidade visual gamificada e rica em elementos de *RPG*, como avatares personalizáveis, mascotes colecionáveis e diversos itens visuais, que contribuem para uma experiência visual diversificada, mas com fraca centralização simbólica. O avatar do utilizador é o principal elemento visual de representação, que evolui conforme o utilizador completa tarefas e acumula recompensas dentro do sistema. As recompensas servem como incentivo e motivador para o utilizador completar as suas tarefas. Além disso, Habitica apresenta características de um agente virtual denominado Justin, que serve como guia introdutório e apoio o processo de aprendizagem do utilizador. Contudo, este personagem não é marcante na utilização contínua da plataforma.

## **2. CONTEÚDO / FUNCIONALIDADES**

### ➤ **Autenticação do utilizador, através da criação de conta na aplicação, de forma a conseguir identificar o utilizador**

O utilizador para começar a utilizar a plataforma tem de criar uma conta / iniciar a sessão. A criação da conta pode ser através de *e-mail*, *Apple* ou *Google*. **(figura 49)**



**Figura 49:** Captura de ecrã às possibilidades de autenticação (Fonte: autora 2025)

### ➤ **Sincronização entre aplicações, isto é, ferramenta que facilite a iniciar sessão em diferentes aplicações em simultâneo**

A Habitica não disponibiliza um sistema de sincronização de sessão entre aplicações externas, mas garante a sincronização funcional de dados através do seu API e de extensões de terceiros. Após o utilizador iniciar sessão na aplicação (*web*, *Android* ou

iOS), é possível integrar ferramentas externas, como a extensão do *Chrome* ou calendários digitais, cujas ações se refletem automaticamente na conta. Desta forma, a plataforma assegura a continuidade e consistência da experiência, reforçando a ligação entre hábitos quotidianos e a progressão no sistema gamificado.

➤ **O utilizador pode utilizar a aplicação em diferentes dispositivos em simultâneo**

O *Habitica* possibilita que o utilizador a utilize em diversos dispositivos em simultâneo.

➤ **O utilizador pode utilizar a aplicação em diferentes dispositivos em simultâneo**

O *Habitica* permite que o utilizador esteja a utilizar a plataforma em diferentes dispositivos em simultâneo, tendo apenas de iniciar sessão com a mesma conta.

➤ **Introdução e ajuda na utilização**

A *Habitica* oferece uma introdução acessível e guiada para novos utilizadores. Neste sentido, após a criação da conta, o utilizador é convidado a personalizar o seu avatar e, em seguida, a adicionar tarefas nas categorias principais: hábitos, tarefas diárias e afazeres (*to-dos*), sendo explicado ao mesmo de que forma a que estas se diferenciam. Além disso oferece um guia simples com as dicas e instruções essenciais para utilização da plataforma como a atribuição de recompensas, a perda de pontos de vida ao falhar tarefas e a progressão do personagem. Para apoio contínuo, a *Habitica* disponibiliza uma base de conhecimento *online* (*Habitica Wiki*), com explicações detalhadas sobre funcionalidades, mecânicas do jogo e sugestões de uso avançado.

(figura 50)

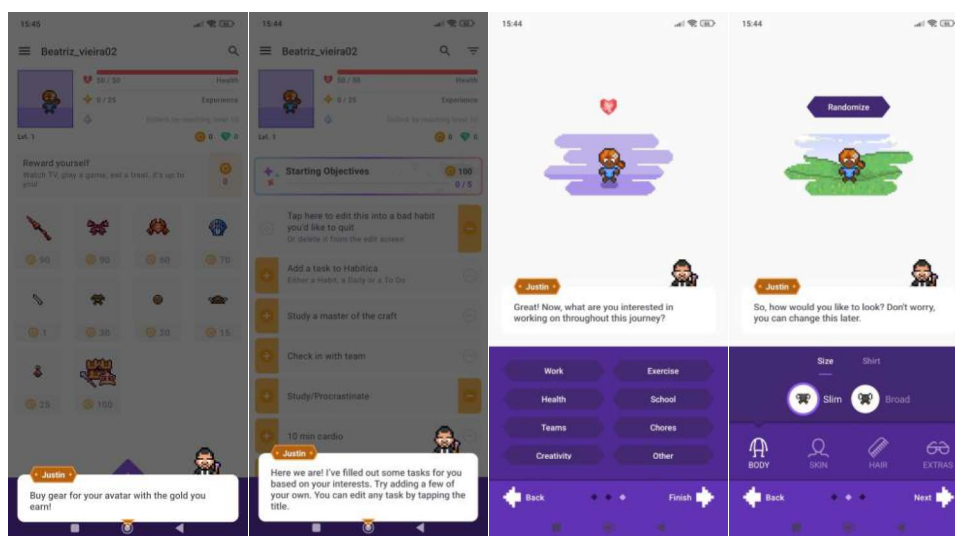


Figura 50: Captura de ecrã de introdução à utilização (Fonte: autora, 2025)

➤ **Possibilidade de escolha de idiomas, principalmente o idioma materno**

A Habitica está disponível em vários idiomas, incluindo português, o que possibilita a utilização por um maior número de utilizadores no seu idioma materno o que facilita a compreensão da aplicação.

➤ **Política de privacidade transparente: O utilizador é informado sobre o tratamento de seus dados**

A Habitica adota uma política de privacidade transparente, permitindo ao utilizador consultá-la a qualquer momento de forma a saber de que forma é que são utilizados e protegidos os seus dados.

➤ **A aplicação é personalizável**

A Habitica oferece a possibilidade de personalizar algumas partes da plataforma de acordo com as preferências do utilizador. A personalização começa com o avatar, que pode ser ajustado em termos de aparência, vestuário e acessórios, refletindo a identidade do utilizador dentro do universo gamificado. Além disso, os utilizadores podem criar e organizar tarefas em diferentes categorias (hábitos, tarefas diárias e afazeres), definir prioridades, recorrência e recompensas personalizadas. É também possível configurar notificações, métodos de reforço positivo (como itens, mascotes e equipamentos), e até grupos e desafios personalizados, incentivando a colaboração e a competição saudável. A interface também permite a escolha de idioma, modo escuro, preferências de exibição e diferentes tipos de moeda interna para recompensas, o que reforça a autonomia do utilizador na definição da sua experiência.

➤ **Organização e planeamento:**

- **Possibilidade de gamificação, podendo ser utilizada ou não pelo utilizador**

O foco da aplicação é gamificação para aumentar a produtividade. Assim, alguns recursos de jogo podem ser ignorados, mas a utilização da plataforma vai estar sempre relacionada com gamificação.

- **A aplicação contém incentivos**

A plataforma contém incentivos através de missões que incentivam a completar tarefas, sistema de recompensas e penalidades, para quando é ou não completada alguma missão. Além das recompensas dentro do jogo, como através de moedas, a interface incentiva o utilizador a auto recompensar-se, por exemplo com ver televisão.

- **Desafios a ser cumpridos para ajudar a motivar o utilizador**

Na Habitica, os desafios são uma funcionalidade central para aumentar a motivação dos utilizadores, promovendo o comprometimento com objetivos pessoais ou coletivos. Estes desafios consistem em conjuntos de tarefas predefinidas organizadas em torno de um tema específico, tais como trabalho, saúde mental, leitura, estudo ou atividade física. A conclusão das tarefas resulta em recompensas visuais, como moedas de ouro, equipamentos ou conquistas especiais, o que incentiva o utilizador a concluir as suas metas e tarefas, promovendo a produtividade.

- **Categorização das metas, personalização das metas, classificação das metas**

A Habitica permite ao utilizador através da categorização, personalização e classificação das metas. As metas podem ser categorizadas em três dimensões principais: hábitos (*habits*), tarefas diárias (*dailies*) e afazeres (*To-Dos*). Os hábitos são referentes a comportamentos recorrentes; as tarefas diárias dizem respeito a atividades que devem ser realizadas com uma frequência definida (diariamente, semanalmente, etc.), sendo reconfiguráveis conforme a rotina do utilizador. Os afazeres consistem em tarefas que necessitam de ser realizadas, com ou sem data-limite, úteis para organizar projetos ou compromissos específicos. A personalização das metas pode ser efetuada através da definição do nome e descrição da tarefa; atribuindo níveis de dificuldade (fácil, médio, difícil), que influenciam a quantidade de experiência e ouro obtida; adicionando etiquetas (*tags*) para organizar por áreas da vida (ex.: trabalho, saúde, estudos); ao programar a frequência (em dias da semana, datas específicas ou intervalos); e de forma a estabelecer recompensas. Por fim, também pode classificar as metas, de forma visual, através de cores e indicadores (ex.: vermelho para tarefas não cumpridas com frequência); de forma quantitativa, por meio de pontos de experiência e moedas ganhos; motivacional, quando combinadas com elementos de jogo como conquistas, mascotes ou evolução do avatar.

- **Descrição de tarefas, período de duração, frequência**

O utilizador pode personalizar as suas tarefas através da definição do nome e descrição da tarefa; atribuindo níveis de dificuldade (fácil, médio, difícil), que influenciam a quantidade de experiência e ouro obtida; adicionando etiquetas (*tags*) para organizar por áreas da vida (ex.: trabalho, saúde, estudos); ao programar a frequência (em dias da semana, datas específicas ou intervalos); e de forma a estabelecer recompensas.

- **Feedback e estatísticas sobre as tarefas**

A Habitica oferece *feedback* imediato e visual sobre o desempenho do utilizador através da gamificação. Ao completar tarefas, o avatar ganha recompensas virtuais relativas ao jogo, refletindo o progresso ou retrocesso conforme as ações realizadas. Além disso, as tarefas são coloridas para indicar o seu status: verde para tarefas concluídas regularmente, amarelo para tarefas intermediárias e vermelho para tarefas negligenciadas.

- **Possibilidade de adicionar comentários em cada tarefa**

Na Habitica, existe a possibilidade de adicionar comentários em cada tarefa, especialmente quando estas fazem parte de grupos ou desafios.

- **Botão *check* para as tarefas concluídas**

Na Habitica, o sistema de tarefas inclui um botão de *check* que permite ao utilizador marcar uma tarefa como concluída, gerando recompensas como pontos de experiência e ouro virtual. Além disso, a plataforma incorpora um sistema de *feedback* positivo e negativo: além de marcar tarefas como feitas (*check* positivo), o utilizador pode marcar como não foram realizadas (*check* negativo), e receber penalizações, que pode se traduzir no incentivo e compromisso para realizar as suas metas e funções a tempo.

- **Separação por categorias**

A Habitica permite a separação das suas metas e tarefas em três categorias distintas: hábitos (*habits*), tarefas diárias (*dailies*) e afazeres (*To-Dos*). Os hábitos são referentes a comportamentos recorrentes; as tarefas diárias dizem respeito a atividades que devem ser realizadas com uma frequência definida (diariamente, semanalmente, etc.), sendo reconfiguráveis conforme a rotina do utilizador. Os afazeres consistem em tarefas que necessitam de ser realizadas, com ou sem data limite, úteis para organizar projetos ou compromissos específicos.

- **Lembretes e alarmes sobre tarefas**

A Habitica oferece a funcionalidade de lembretes e notificações, permitindo que o utilizador defina alertas específicos para tarefas diárias ou pontuais.

- **Histórico de tarefas**

A habitica possui um histórico de tarefa, permitindo ao utilizar consultar as tarefas que já conclui.

- **Indicador de atividade, isto é, momentos em que os utilizadores estão ativos ou em pausa**

A Habitica não apresenta um indicador em tempo real que mostre se os utilizadores estão ativos ou em pausa, mas permite perceber a atividade através de sinais indiretos,

como a conclusão frequente de tarefas, a evolução do avatar, a participação em grupos e a interação nos chats.

- **Opção de visualização de tarefas do dia na interface**

A Habitica disponibiliza uma opção clara de visualização das tarefas do dia diretamente na interface principal. As tarefas diárias são listadas separadamente das tarefas pontuais e hábitos, permitindo ao utilizador focar-se no que precisa de ser feito naquele dia.

- **Dashboard com percentagem da atividade**

A Habitica não possui um *dashboard* com percentagens da atividade, como gráficos de desempenho ou relatórios estatísticos avançados. No entanto, fornece *feedback* visual simples e gamificado – como o progresso do avatar, cores das tarefas (do vermelho ao verde, conforme a frequência de conclusão) e barras de experiência e saúde – que funcionam como indicadores indiretos de produtividade.

- **Opção de armazenar ideias para organizá-las mais tarde**

A Habitica não possui uma funcionalidade específica dedicada ao armazenamento de ideias soltas. No entanto, os utilizadores podem usar a categoria de "Afazeres" (*To-Dos*) para guardar rapidamente ideias ou tarefas sem data definida, funcionando como uma lista temporária ou rascunho. Sendo possível editar, reorganizar e detalhar esses itens posteriormente, permitindo alguma flexibilidade para organizar ideias à medida que evoluem.

- **Possibilidade de anexar informações ou documentos externos, que podem ser vídeos, áudios, links, fotografias, documentos**

A Habitica não permite o anexo direto de ficheiros como vídeos, áudios, fotografias ou documentos nas tarefas. No entanto, é possível inserir *links* externos nos campos de descrição das tarefas (como *URLs* para vídeos, artigos, documentos em nuvem, etc.).

- **Possibilidade de *feedback* de forma de forma a evitar erros e prevenir perdas de dados**

A Habitica inclui mecanismos de *feedback* para evitar erros e prevenir perdas de dados, como mensagens de confirmação ao eliminar tarefas, alertas ao realizar ações irreversíveis e opções de desfazer em determinadas situações. **(figura 51)**



**Figura 51:** Captura de ecrã ao feedback para prevenção de erros (Fonte: autora, 2025)

➤ **A aplicação apenas funciona *online* ou também funciona *offline***

A aplicação também funciona de forma *offline*, porém com funcionalidades limitadas ao registo de tarefas, hábitos e afazeres, que serão sincronizados quando o utilizador se reconectar à *Internet*. Assim, é possível utilizar a aplicação de forma *offline*, contudo a sua utilização plena só é possível quando estiver online.

➤ **Disponibilidade em diferentes sistemas operativos**

O *Habitica* está disponível para *desktop* e dispositivos móveis. A nível *desktop* o *habitica* pode ser acedido através de navegadores como *Chrome*, *Firefox*, *Safari* e outros, e também através do *download* da versão aplicação. Nos dispositivos móveis, pode ser utilizado através do *download* da aplicação, disponível para *Android* ou *iOS*.

➤ **Versão web**

A *habitica* oferece versão *web* e versão *app* ao utilizador, permitindo a sua utilização sem necessitar o *download* da aplicação.

➤ **Versão premium da app**

A interface pode ser utilizada de forma gratuita, ou então através da subscrição de um dos planos *premium* disponíveis pela interface, que oferecem diferentes benefícios dentro da plataforma, e com distintos planos de pagamento.

### **3. DESIGN DA INTERFACE**

#### ➤ **Utilização de mascotes**

A Habitica não possui nenhuma mascote ou personagem central que sirva como função identitária. No entanto, a interface aposta numa identidade visual gamificada e rica em elementos de *RPG*, como avatares personalizáveis, mascotes colecionáveis e diversos itens visuais, que contribuem para uma experiência visual diversificada, mas com fraca centralização simbólica. O avatar do utilizador é o principal elemento visual de representação, que evolui conforme o utilizador completa tarefas e acumula recompensas dentro do sistema. As recompensas servem como incentivo e motivador para o utilizador completar as suas tarefas. Além disso, Habitica apresenta características de um agente virtual denominado Justin (51), que serve como guia introdutório e apoio o processo de aprendizagem do utilizador. Contudo, este personagem não é marcante na utilização contínua da plataforma.

#### ➤ **Cor para destacar funcionalidades**

O Habitica utiliza a cor para destacar funcionalidades, tais como o amarelo a destacar o botão com ícone positivo ou negativo relacionado com os hábitos, ou a destacar o botão *check* de conclusão de atividades. Ademais utiliza cor para sinalizar as recompensas ou penalizações nas notificações visuais breves que aparecem depois de sinalizar algum hábito ou tarefa. Também é utilizada nas barras do jogo a mostrar o progresso.

#### ➤ **Cor a destacar o conteúdo selecionado**

Na Habitica, a cor é utilizada para destacar o conteúdo selecionado de forma clara e intuitiva. Na versão desktop ao passar o cursor sob elementos, é adicionada profundidade, contorno em volta do elemento, ou sombreado. Em conteúdo selecionado este passa a estar a roxo. Na versão mobile, quando está uma página do menu está selecionada o ícone aparece preenchido a branco.

#### ➤ **Utilização de cores nas categorias e na ordem prioritária de cumprimento**

A Habitica não utiliza cores nas categorias e nem para definir ordem prioritária de cumprimento. Contudo aparece a vermelho quando a tarefa já passou de prazo e não foi marcada como concluída. Ademais de permitir definir através do número de losangos que aparece o grau de dificuldade da tarefa.

#### ➤ **Padrão de posicionamento de elementos na tela**

Na Habitica, o padrão de posicionamento dos elementos é adaptado consoante o dispositivo utilizado, mantendo a coerência visual entre as versões desktop e mobile,

apesar das diferenças motivadas pela dimensão das telas. Na versão *desktop*, os menus principais estão localizados na parte superior do ecrã, com as tarefas organizadas em colunas verticais no centro, facilitando a visualização ampla do conteúdo. Os elementos complementares, como recompensas, avatar e estatísticas, posicionam-se lateralmente ou em áreas visíveis no topo. Por outro lado, na versão *mobile*, os menus principais são deslocados para a parte inferior do ecrã, com ícones simplificados e acessíveis com o polegar. As tarefas são apresentadas em formato vertical e sequencial, numa só coluna, otimizando a navegação tátil. A organização segue uma hierarquia semelhante à da versão *desktop*, mas com foco na usabilidade e acessibilidade móvel. Além disso, no canto superior esquerdo, surge o ícone de três traços horizontais, que dá acesso a um painel lateral com opções como perfil, grupo, inventário e definições, mostrando as funcionalidade disponíveis no menu superior da versão *desktop*.

➤ **Resolução/qualidade dos gráficos usados para os ícones, botões, menus, conteúdos**

A Habitica contém uma boa resolução e qualidade dos gráficos. Apesar de nos elementos da gamificação parece que a plataforma careça de qualidade, esta é proposital indo de encontro com a estética visual adotada baseada em *pixel art*, ou seja, gráficos propositadamente pixelizados que remetem aos videojogos clássicos de RPG. Assim, esta escolha não resulta de uma limitação técnica, mas sim de uma decisão estilística consciente, que contribui para a identidade lúdica e gamificada da plataforma.

➤ **Utilização de ícones reconhecíveis pelo utilizador. Caso não tiverem fácil reconhecimento, estão acompanhados por texto**

Os ícones adotados pela Habitica são reconhecíveis de forma intuitiva. Os ícones relacionados com elementos do jogo, nomeadamente saúde, moeda virtual e equipamento, utilizam o estilo *pixel art* no seu *design*. Por outro lado, os ícones relacionados com ações estruturais da plataforma (recompensas, tarefas, hábitos e afazeres) possuem um *design* mais básico, fundamentado em formas geométricas.

➤ **Disposição e dimensão dos ícones, botões, menus, conteúdos no ecrã adequada**

A disposição e dimensão dos ícones, botões é adequada ao tamanho do ecrã garantido a legibilidade. A nível da disposição esta apresenta diferenças referentes à dimensão dos ecrãs. A respeito da dimensão esta é adequada, garantindo uma experiência de clique tátil confortável ao utilizador.

➤ **Utilização de metáforas - como cadernos ou florescimento de plantas**

Na Habitica, a metáfora central está ligada ao universo dos *RPG*, onde o utilizador representa um avatar que cresce e se fortalece ao cumprir tarefas diárias, vistas como missões ou batalhas. Em vez de metáforas tradicionais como cadernos ou florescimento de plantas, a plataforma utiliza elementos gamificados, como recompensas e penalizações, para simbolizar o progresso e motivar o utilizador na sua jornada de organização pessoal.

➤ **Evitar a adoção de botões e ícones que possam resultar em contradições e ambiguidades**

Os botões e ícones são de fácil reconhecimento, sendo semelhante ao utilizado em outras plataformas. Além disso, de forma geral estão acompanhados de descrições.

➤ **Simplicidade dos ícones adotados, tais como as figuras geométricas são mais facilmente assimilados**

Os ícones adotados de forma geral são de fácil assimilação. Apesar de os direcionados para a gamificação adotem um estilo *pixel art*, os ícones direcionados para as funcionalidades base destinadas à organização e planeamento são compostos por figuras geométricas o que facilita a assimilação.

➤ **Respeito e seguimento das leis da *gestalt***

A plataforma Habitica respeita e aplica de forma consistente vários princípios das leis da *Gestalt*. O princípio da proximidade é garantido na forma como tarefas semelhantes (hábitos, diárias, afazeres) são agrupadas em colunas ou secções distintas, facilitando a identificação e a navegação. A hierarquia visual é reforçada através da utilização de diferentes tamanhos de letra, cores e ícones que contribuem para destacar funcionalidades, e dar destaque em conteúdos textuais. O contraste entre texto e fundo é bem aplicado, pelo texto a escuro quando o texto é claro, e o mesmo ao contrário, garantindo legibilidade. Além disso, o princípio da continuidade é respeitado através de *layouts* consistentes, tanto na versão desktop como mobile, permitindo ao utilizador prever o posicionamento de funções e facilitar a utilização.

➤ **Linguagem visual coerente, entre todos os elementos**

Na Habitica, a linguagem visual é coerente e consistente, reforçando sua identidade gamificada. Apesar de adotar dois estilos distintos, estilo *pixel art* inspirado em *RPG*, com o *design* simples, este facilita a diferenciação dos elementos de gamificação dos mais relacionados com o planeamento. Além disso, a cor e a tipografia também contribuem para harmonização entre todos os elementos.

➤ **Linguagem textual e visual mais simplificada**

Na Habitica, a linguagem textual e visual é simplificada para facilitar a compreensão e a navegação dos utilizadores. Os textos são diretos e objetivos, evitando complexidades desnecessárias, enquanto os elementos visuais são claros, com ícones intuitivos.

➤ **Família tipográfica grande legível**

○ **Tipografia que a leitura não gere dúvidas sobre o conteúdo escrito**

A Habitica utiliza uma tipografia sem serifa com o traço simples que privilegia a legibilidade e a usabilidade em diferentes ecrãs, desde computadores até dispositivos móveis.

○ **Família tipográfica com diferentes pesos para reforçar a hierarquia**

A tipografia é utilizada em diferentes tamanhos e hierarquias o que reforça a hierarquia de informação e facilita a navegação e a identificação rápida de títulos, subtítulos e ações.

○ **Utilização de uma tipografia caligráfica, para ajudar a aproximar a escrita à mão**

A plataforma não utiliza a tipografia caligráfica ou com traços manuais como padrão, dando preferência à legibilidade e funcionalidade.

## **2. INTERFACE**

➤ **Utilização segura**

A Habitica promove uma utilização segura ao adotar práticas que protegem os dados do utilizador e garantem uma experiência confiável. A plataforma apresenta uma política de privacidade clara, informando como os dados são recolhidos, usados e armazenados, permitindo a sua consulta ao utilizador através da aplicação ou do website. Além disso, permite ao utilizador gerir suas próprias definições de conta e segurança, como email e palavra-passe. Não há partilha pública de dados sensíveis, e a interação entre utilizadores é limitada a espaços controlados, como grupos e desafios, reduzindo riscos. Assim, a Habitica assegura um ambiente digital seguro e respeitador da privacidade, recolhendo apenas dados essenciais tais como de contacto, de criação, fundamentais para transações, no caso de o utilizador subscreva algum dos planos *premium* ou realize compras na aplicação.

## **2. Tem custos associados**

A utilização não tem custos associados para o utilizador, a não ser que este subscreva algum dos planos de pagamento.

### ➤ **Disponibilidade em sistemas operativos e features**

A Habitica está disponível para *web*, *Android* e *iOS*, tanto em versão desktop como mobile, com sincronização em tempo real entre plataformas. Oferece funcionalidades como gestão de tarefas (hábitos, diárias e afazeres), sistema de recompensas gamificado, personalização de avatar, criação de desafios, notificações, modo escuro, filtros e etiquetas, além de suporte a vários idiomas. A sua versatilidade e compatibilidade tornam-na acessível a diversos perfis de utilizador.

### ➤ **A aplicação foi validada a nível de usabilidade e exequibilidade**

A interface da Habitica apresenta elevada usabilidade e exequibilidade, combinando um design intuitivo com funcionamento técnico eficiente. A estrutura clara dos conteúdos e a organização em colunas (hábitos, tarefas diárias, afazeres e recompensas) facilitam a navegação, mesmo para utilizadores iniciantes. Ícones reconhecíveis, botões bem identificados e *feedback* visual imediato tornam a experiência fluida, fácil de aprender e memorizar. Ao mesmo tempo, a interface é responsiva, estável e compatível com *web*, *Android* e *iOS*, mantendo coerência entre plataformas. Além disso, funciona com fluidez em diversos dispositivos e adapta-se bem a diferentes tamanhos de ecrã, demonstrando viabilidade técnica e acessibilidade.

### ➤ **A aplicação é fácil de utilizar**

#### ○ **Botões e termos reconhecíveis**

Na Habitica, os botões e termos usados são facilmente reconhecíveis e intuitivos para os utilizadores. Sendo que os que podem ser de mais difícil reconhecimento acompanhados de descritivos.

#### ○ **Eficiência na utilização**

Apesar de ser constituída por elementos de gamificação, a utilização da plataforma é eficiente, apoiando na organização e planeamento promovendo a produtividade através de um sistema de recompensas no jogo.

#### ○ **Fácil aprendizagem para a utilização**

A utilização da interface é de fácil aprendizagem para o utilizador. A interface fornece uma introdução guiada que ajuda novos utilizadores a entender rapidamente as principais funcionalidades, além de fornecer constante *feedback* visual.

- **Legibilidade - aspetos que dificultam ou facilitam a leitura da informação, tais como cores, contrastes, espaçamento entre parágrafos, tamanho da letra**

A legibilidade da habitica é garantida através da tipografia que proporciona fácil leitura, acompanhada pelo contraste de cores, o espaçamento entre conteúdos e o tamanho dos mesmo.

- **As interações são intuitivas (toques, swipes, scrolls)**

Na Habitica, as interações são intuitivas e bem-adaptadas aos diferentes dispositivos. A navegação na versão mobile através dos toques, *scrolls* e *swipes* é fluida, complementada pelos menus organizados de forma acessível e os ícones facilitam a identificação rápida das funções. A marcação de tarefas, o acesso a recompensas e a personalização do avatar seguem padrões de interação comuns, o que reduz a curva de aprendizagem e melhora a experiência do utilizador.

- **Flexibilidade de caminhos de navegação - oferece mais de que uma opção de atalhos para alcançar o mesmo objetivo**

A Habitica apresenta flexibilidade de caminhos de navegação, permitindo que o utilizador aceda às mesmas funcionalidades por diferentes percursos, o que torna a experiência mais adaptável e acessível. Contudo as funcionalidades são de fácil acessibilidades, mesmo para os utilizadores iniciantes, não necessitando de muitos cliques.

- **Todos os botões contêm ligações**

Na Habitica, todos os botões visíveis na interface são funcionais e contêm ligações claras para ações ou secções específicas da aplicação. Cada botão está associado a uma tarefa, funcionalidade ou navegação, como marcar uma tarefa como concluída, aceder ao inventário, editar metas ou visualizar estatísticas.

- **Boa organização e fácil recordação**

A Habitica apresenta uma boa organização visual e funcional, com os conteúdos divididos de forma clara por secções (como hábitos, diárias, afazeres e recompensas), e com geralmente o máximo de um toque para alcançá-los, o que facilita a navegação e o entendimento da estrutura. Os ícones e botões são consistentes e fáceis de reconhecer, acompanhados muitas vezes de descritivos, reforçando a memorização dos caminhos a seguir na utilização. A semelhante entre ecrãs (por exemplo: computador e telemóvel) também contribui para facilitar a memorização.

- **A navegação é lógica, apropriada, precisa e de fácil aprendizagem**

A navegação é lógica e bem estruturada, com uma hierarquia clara de menus e funcionalidades. Os elementos estão organizados de forma coerente, o que torna o percurso do utilizador previsível e intuitivo. A disposição das tarefas, recompensas e estatísticas segue um fluxo natural, tanto na versão *desktop* quanto *mobile*, facilitando o acesso às principais áreas da aplicação. Ademais é fornecido um guia de introdução à utilização da plataforma que facilita também a aprendizagem.

- **Densidade de informação adequada para uma boa experiência para o utilizador**

A Habitica mantém uma densidade de informação equilibrada, apresentando os dados essenciais de forma clara, sem sobrecarregar o ecrã. A interface organiza as tarefas em colunas distintas e usa ícones, cores e separações visuais para facilitar a leitura e a distinção entre conteúdos. Informações adicionais, como estatísticas ou configurações, são acessíveis em submenus, evitando poluição visual.

- **Rapidez e funcionalidade dos *features* (ex.: menu e botões)**

A *Habitica* oferece respostas rápidas e funcionais nas suas principais *features*, como menus, botões e atalhos. As ações são executadas quase de forma imediata, por exemplo, ao marcar uma tarefa como concluída, o sistema atualiza visualmente o progresso e aplica recompensas ou penalizações sem atrasos. Os menus deslizam ou abrem com fluidez, tanto na versão *mobile* como na versão *desktop*, garantindo uma experiência responsiva. Esta eficiência nas interações contribui para uma navegação fluida, intuitiva e sem frustrações, reforçando o compromisso da aplicação com a usabilidade.

- **As informações e dados devem ser precisos, de forma a evitar erros**

Na *Habitica*, as informações e dados apresentados são, em geral, precisos e atualizados em tempo real, o que ajuda a evitar erros na gestão de tarefas. A aplicação fornece *feedback* imediato ao concluir ou falhar uma tarefa, atualizando estatísticas, recompensas e penalizações de forma automática. Ademais fornecem *feedback* visual que requer confirmação em funcionalidades mais importantes.

- **Compatibilidade e Similaridade das aplicações nos diferentes ecrãs (computador, *tablet*, telemóvel)**

A *Habitica* é compatível em diferentes ecrãs, tais como computador, *tablet* e telemóvel. Além disso, mantém a similaridade entre ecrãs, apesar de algumas diferenças de *layout* referentes ao tamanho do ecrã, permitindo uma experiência consistente ao utilizador.

## 2.2.5. Trello

O *Trello* é uma plataforma digital de gestão de tarefas e projetos, concebida para apoiar utilizadores individuais ou equipas na organização, planeamento e acompanhamento do trabalho de forma visual, intuitiva e colaborativa. Esta ferramenta foi desenvolvida em 2011 por Joel Spolsky e Michael Pryor, pela empresa norte-americana *Fog Creek Software*, tendo posteriormente dado origem à criação da *Trello Inc.* Em 2017, o *Trello* foi adquirido pela *Atlassian*, empresa especializada em software de apoio à gestão de equipas e projetos, o que permitiu a sua expansão em termos de funcionalidades, integrações e base de utilizadores. Atualmente, estima-se que a plataforma conte com mais de 10 milhões de utilizadores em todo o mundo. As principais funcionalidades do *Trello* incluem a criação de quadros para organizar projetos, listas para categorizar etapas ou fluxos de trabalho e cartões que representam tarefas específicas. Cada cartão pode conter descrições, datas de entrega, etiquetas de cor, *checklists*, comentários, anexos e membros designados, facilitando o acompanhamento detalhado das atividades. A plataforma também permite a integração de ferramentas externas, tais como *Outlook Calendar*, *Google Calendar*, *Google Drive*, *Slack*, *Dropbox* e *Microsoft Teams*.

### 1. IDENTIDADE VISUAL

#### ➤ **Estratégia (inputs a partir da personalidade da marca)**

A estratégia do *Trello*, articulada com a personalidade de marca, visa transmitir atributos como praticidade, flexibilidade, colaboração, criatividade, produtividade e personalização. Neste sentido, a plataforma posiciona-se como uma superferramenta de produtividade que permite que o utilizador reúna, organize e resolva suas tarefas de qualquer lugar, de forma individual ou colaborativa.

#### ➤ **Orientação criativa (interveniente no processo de conceção)**

A orientação criativa do *Trello* funciona como ponte entre a identidade da marca e a experiência do utilizador, buscando conciliar uma interface simples, visual e intuitiva com ampla personalização, de modo que cada utilizador ou equipa possa adaptar a ferramenta às suas rotinas e necessidades, enquanto reforça os valores centrais da marca, como flexibilidade, colaboração e produtividade.

➤ **Nome**

O nome “*Trello*” não possui tradução literal em português, pois trata-se de um nome derivado da palavra inglesa “*trellis*”, que em português significa treliça, uma estrutura que visa fornecer suporte, organização e estabilidade. Assim, o termo treliça remete ao propósito da plataforma como uma ferramenta que ajuda na organização e gestão de projetos. Além disso, o nome é curto, simples e de fácil pronúncia, o que facilita sua memorização e adaptação em diferentes idiomas, fortalecendo a presença da marca em âmbito global.

➤ **Símbolo**

O símbolo do *Trello* consiste em dois retângulos verticais paralelos, com diferentes comprimentos, dentro de um quadrado arredondado, representando de forma abstrata as colunas ou listas que estruturam o fluxo de trabalho na plataforma. Desta forma, enquadra-se como símbolo abstrato nas categorias de Péon (2009). Este ícone reflete diretamente o elemento central da ferramenta, o modelo de quadro *Kanban*, em que as tarefas são organizadas em cartões dentro de colunas que podem ser movidos livremente. Assim, transcende a função de elemento ilustrativo que contribui para o reconhecimento, tornando-se um símbolo representativo do funcionamento da aplicação.

Relativamente ao logótipo, este é composto por duas partes: o símbolo acompanhado pelo descritivo à direita, com o nome da plataforma. A tipografia adotada no logótipo, é uma fonte com uma fonte sem serifa com bordas arredondadas, em negrito.

➤ **Tipografia e legibilidade**

O *Trello* adota as fontes definidas pela sua marca proprietária, *Atlassian*. O *Trello* adota duas fontes distintas, uma destinada à marca e outra ao produto, ou seja, à interface. Assim, para a marca, como no logótipo e materiais de comunicação é utilizada a fonte personalizada *Charlie Sans*, caracterizada por uma fonte sem-serifa, com traços arredondados que transmitem modernidade e clareza visual. Na interface, são utilizadas as fontes *Atlassian*, *Atlassian Sans* e *Atlassian Mono*, fontes sem-serifa que garantem a alta legibilidade, neutralidade e consistência em diferentes dispositivos e tamanhos de ecrã.

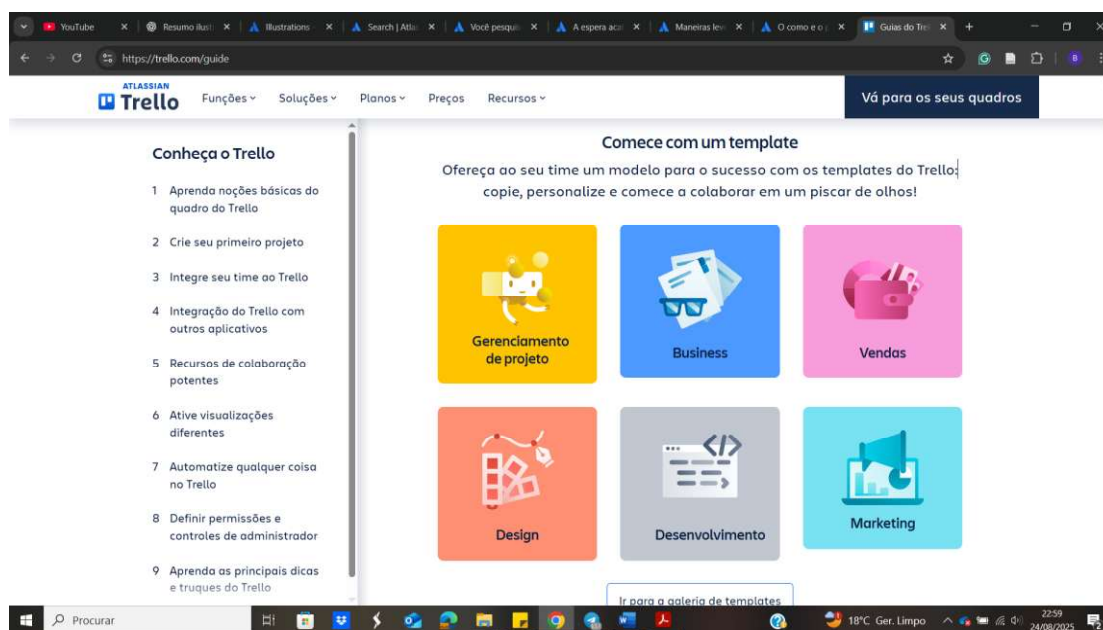
➤ **Cor**

A paleta de cores do *Trello* passou de quatro cores iniciais (azul, verde, vermelho e amarelo) para um sistema mais amplo, com cada cor tendo dez tonalidades diferentes. Ela inclui o azul institucional, conhecido como *Trello Blue*, que ajuda a reforçar a identidade da marca, além de verde, laranja, vermelho, amarelo, roxo, rosa, azul-claro

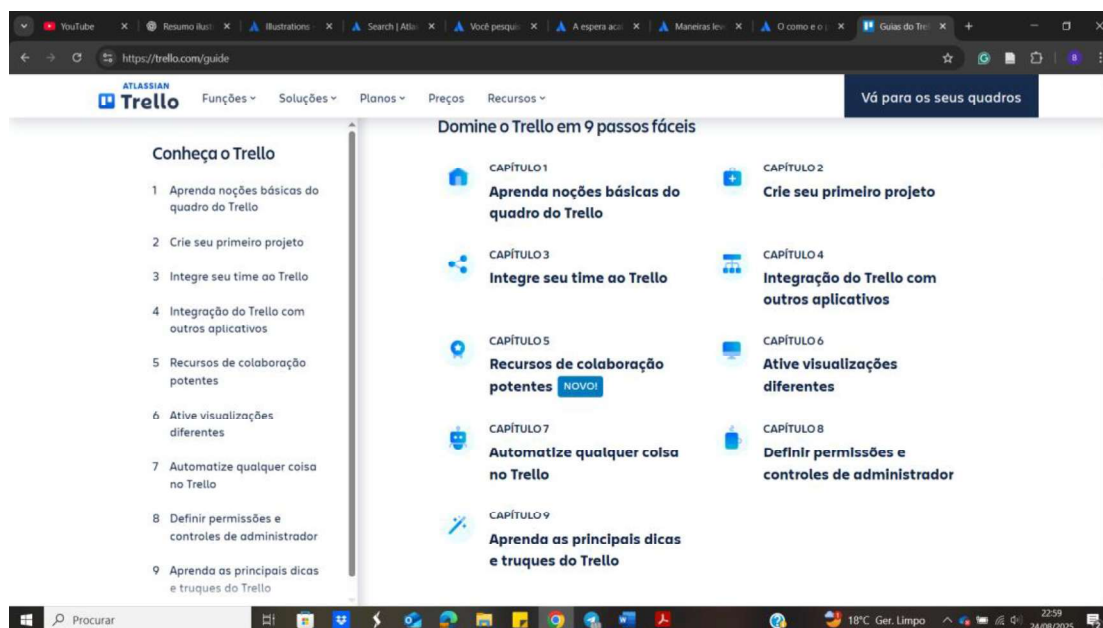
(sky), lima, cinza-claro e o *business blue*. O *business blue* é utilizado especialmente para distinguir a versão premium da plataforma, transmitindo uma sensação de sofisticação e exclusividade. Desta forma, a paleta apresenta cores vibrantes e alegres que funcionam como uma estratégia de identidade visual e personalização. Isso permite que os utilizadores ajustem a ferramenta ao seu estilo de trabalho, reforçando valores como flexibilidade, colaboração e produtividade. Além disso, essa variedade de cores facilita a comunicação entre equipas e garante que as cores permaneçam consistentes em diferentes plataformas, proporcionando uma experiência mais integrada. (Atlassian, 2023)

### ➤ **Imagética**

A imagética do *Trello* caracteriza-se por ilustrações ousadas, coloridas e de formas geométricas, personagens estilizados ou avatares, além de ícones funcionais e consistentes. As ilustrações têm como objetivo tornar conceitos complexos mais acessíveis e reforçar a identidade da marca (**figura 54**). A iconografia (**figura 55**) combina ícones e símbolos amplamente reconhecidos com metáforas visuais consolidadas, facilitando o entendimento e a identificação pelo público. Toda a imagética integra-se à paleta de cores vibrante da marca, criando consistência visual e orientando a navegação de maneira clara e eficiente.



**Figura 52: Captura de ecrã de Ilustrações do Trello (Fonte: autora, 2025)**



**Figura 53: Captura de ecrã de exemplos de icnografia do Trello (Fonte: autora, 2025)**

### ➤ **Forma**

A forma não se aplica.

### ➤ **Movimento**

O *Trello* apresenta movimento como parte de sua identidade visual, principalmente como *feedback* visual da interação do utilizador com a plataforma, ou animações no contexto de comunicação da marca. Assim, a plataforma contém movimento através de animações subtis de acordo com as interações dos utilizadores, tais como arrastar e soltar cartões, abrir e fechar listas ou marcar tarefas como concluídas, ativar ou desativar opções. Estas animações ajudam a criar *feedback* visual, orientando o utilizador e reforçando a percepção de fluidez e controle. Ademais, é possível constatar movimento em ilustrações animadas em materiais de comunicação, tais como nas redes sociais.

### ➤ **Som**

O som não integra a identidade visual do *Trello*. A plataforma prioriza o *feedback* visual para comunicar ações, atualizações e interações. Os sons podem ocorrer através de notificações do sistema, contudo, são externos à plataforma e não fazem parte da linguagem de design ou da marca.

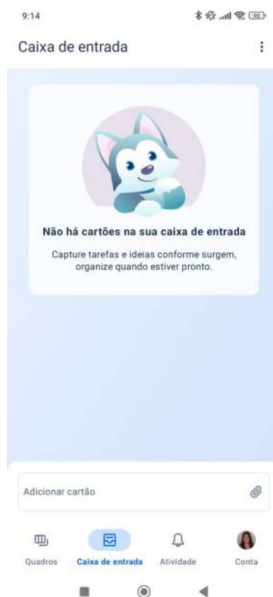
### ➤ **Aplicações**

A identidade visual do *Trello* é aplicada de maneira consistente em diversos contextos para reforçar a marca, melhorar a experiência do utilizador e garantir coesão visual. Na interface do produto, a identidade visual manifesta-se por meio de ilustrações,

avatares, ícones, cores e tipografia. Na comunicação e promoção da marca, como em *merchandising*, *websites*, *landing pages*, *e-mails*, *banners* e redes sociais, são utilizadas a paleta de cores e ilustrações para transmitir as mensagens de forma clara, atraente e alinhada à identidade visual do *Trello*.

### ➤ Mascote

O *Trello* tem uma mascote chamada Taco, que é um cão da raça *husky* siberiano (**figura 56**). É representado de forma ilustrada, com um visual carismático, muitas vezes com expressões bem-humoradas, acessórios divertidos ou em situações relacionadas à organização e à produtividade. Assim, o Taco atua como personagem presente em alguns elementos de comunicação e em alguns momentos na interface, tais como tutoriais e interações dentro da mesma, ajudando a reforçar a personalidade da marca transmitindo os valores de colaboração, positividade e criatividade. Isto torna-o um recurso eficaz para aproximar a marca do público, sem comprometer a clareza ou a seriedade funcional da plataforma.

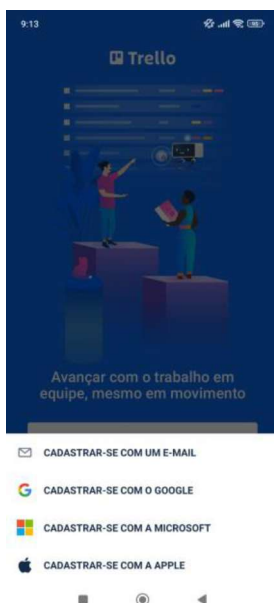


**Figura 54:** Captura de ecrã da aplicação da mascote (Fonte: autora, 2025)

## 2. CONTEÚDO / FUNCIONALIDADES

- **Autenticação do utilizador, através da criação de conta na aplicação, de forma a conseguir identificar o utilizador**

A utilização da plataforma requer que o utilizador crie uma conta, na qual serão armazenados os dados referentes ao utilizador. A criação da conta poderá ser efetuada através do *e-mail*, conta *Google*, *Microsoft* ou *Apple*. **(figura 57)**



**Figura 55:** Captura de ecrã exemplificativa da criação de conta no Trello (Fonte: autora, 2025)

- **Sincronização entre aplicações, isto é, ferramenta que facilite a iniciar sessão em diferentes aplicações em simultâneo**

O *Trello* permite a sincronização com outras aplicações e suporta autenticação unificada através do *Single Sign-On (SSO)*, que só está disponível quando usado com o *Atlassian Access*, e não diretamente na aplicação. Esta solução empresarial permite aos utilizadores aceder ao *Trello* com credenciais corporativas via serviços como *Google Workspace* ou *Azure AD*. Além disso, o *Trello* oferece integrações nativas e *Power-Ups* com ferramentas como *Slack*, *Google Drive* ou *Microsoft Teams*, permitindo sincronizar dados e facilitar a colaboração em tempo real num ambiente digital centralizado.

➤ **O utilizador pode utilizar a aplicação em diferentes dispositivos em simultâneo**

O *Trello* possibilita que o utilizador a utilize em diversos dispositivos em simultâneo.

➤ **Introdução e ajuda na utilização**

O *Trello* oferece recursos de introdução e ajuda para facilitar a utilização da plataforma. Na primeira utilização faz uma breve introdução à utilização da plataforma e principais funcionalidades. Além disso, oferece um guia de introdução ao *Trello* (**figura 58**), que o utilizador pode consultar a qualquer momento.



**Figura 56:** Captura de ecrã exemplificativa da introdução na utilização (Fonte: autora, 2025)

➤ **Possibilidade de escolha de idiomas, principalmente o idioma materno**

A plataforma tem uma vasta seleção de idiomas, entre os quais o português, permitindo ao utilizador escolher o idioma que preferir nomeadamente o materno. No entanto, a plataforma apenas tem disponível português do Brasil.

➤ **Política de privacidade transparente: O utilizador é informado sobre o tratamento de seus dados**

O *Trello* tem disponível a sua política de privacidade e a forma como os dados do utilizador são coletados, utilizados e divulgados. Além disso, como armazenam e protegem as informações coletadas, por quanto tempo as mantém, e como o utilizador pode consultar e controlar as informações.

➤ **A aplicação é personalizável**

O *Trello* é uma aplicação altamente personalizável, permitindo aos utilizadores adaptar a plataforma às suas necessidades específicas. É possível configurar livremente quadros, listas e cartões, bem como adicionar etiquetas, datas-limite, *checklists* e anexos para organizar a informação de forma eficiente. Através dos *Power-Ups*, os utilizadores podem integrar funcionalidades adicionais, como calendários, relatórios, automações e ligações com outras ferramentas, como *Slack* ou *Google Drive*. A funcionalidade *Butler* permite ainda criar automatizações personalizadas sem necessidade de programação. Adicionalmente, é possível personalizar o aspeto visual dos quadros, escolhendo cores ou imagens de fundo, o que contribui para uma experiência mais intuitiva e adaptada ao contexto de cada utilizador ou equipa.

➤ **Organização e planeamento:**

- **Possibilidade de gamificação, podendo ser utilizada ou não pelo utilizador**

A gamificação não é uma funcionalidade nativa do *Trello*. No entanto, o utilizador pode criar os seus próprios incentivos de forma a aumentar a motivação e a produtividade, por exemplo através criação de cartões de recompensas e uso de etiquetas como conquistas, os utilizadores adaptam a ferramenta às suas necessidades.

- **A aplicação contém incentivos**

O *Trello* não contém incentivos ou recompensas automáticas como parte da experiência de utilização.

- **Desafios a ser cumpridos para ajudar a motivar o utilizador**

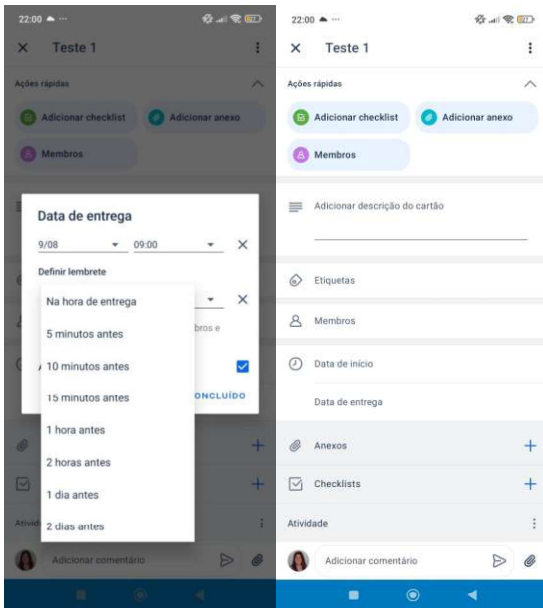
A plataforma não contém desafios.

- **Categorização das metas, personalização das metas, classificação das metas**

A plataforma permite a categorização, personalização e classificação das metas. Esta pode ser feita através da criação de diferentes quadros, cartões e listas.

- **Descrição de tarefas, período de duração, frequência**

A plataforma permite que o utilizador adicionar descrição, data e hora tanto de início como entrega das tarefas, e configurar lembretes sobre a entrega. O utilizador pode personalizar com quanto tempo de antecedência, o lembrete vai tocar, desde dois dias antes ou na hora da entrega. **(figura 59)**



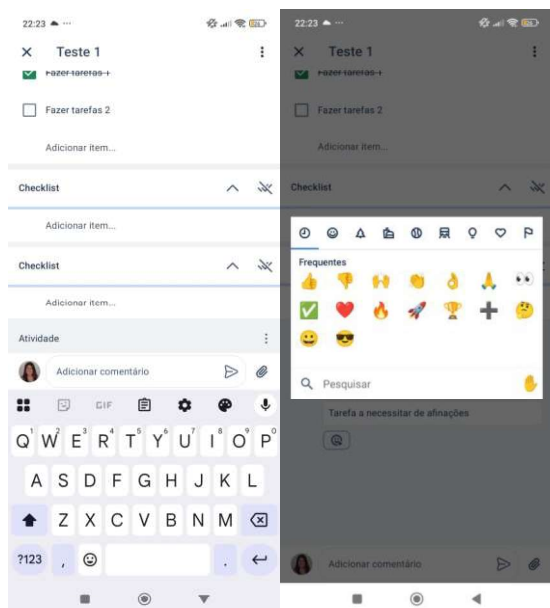
**Figura 57: Captura de ecrã de criação de tarefas (Fonte: autora, 2025)**

- **Feedback e estatísticas sobre as tarefas**

O Trello permite que o acompanhamento das tarefas através de *feedback* e estatísticas. O *feedback* acontece de forma colaborativa dentro dos próprios cartões, onde membros da equipa podem adicionar comentários, mencionar colegas, partilhar arquivos e registar atualizações em tempo real. As estatísticas podem ser obtidas através dos *power-ups*, como análises e relatórios. Contudo esta funcionalidade encontra-se limitada no mobile, sendo que não é possível aceder a todos os gráficos por meio destes dispositivos.

- **Possibilidade de adicionar comentários em cada tarefa**

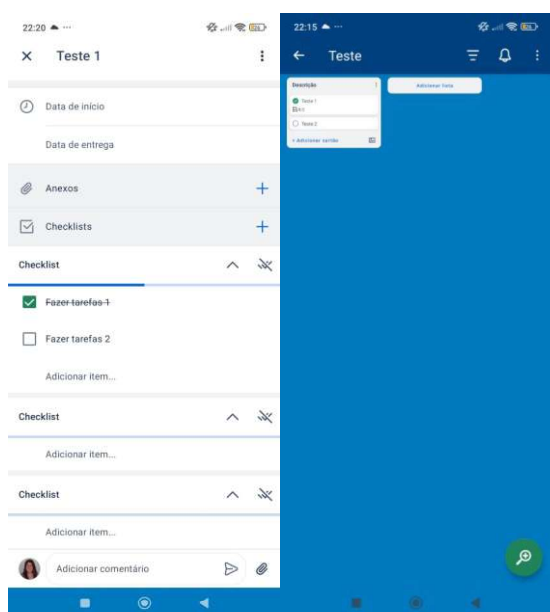
O utilizador pode adicionar comentários nas tarefas, ademais de poder adicionar reações, através da utilização de *emojis*. (figura 60)



**Figura 58: Captura de ecrã da possibilidade de adicionar comentários (Fonte: autora, 2025)**

○ **Botão *check* para as tarefas concluídas**

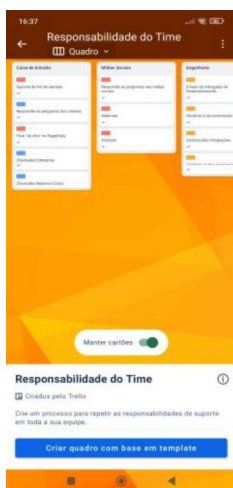
O *Trello* oferece a funcionalidade de botão *check* para marcar uma tarefa ou atividade como finalizada. O botão *check* está presente no cartão das listas, na qual quando o utilizador a seleciona este é sinalizada com um círculo verde preenchida com o ícone do certo a branco. No entanto dentro dos quadros é possível adicionar *checklist*, que quando selecionadas o quadrado é preenchido a verde com o certo a branco, e frase da tarefa aparece riscada. **(figura 61)**



**Figura 59: Captura de ecrã da funcionalidade de botão *check* (Fonte: autora, 2025)**

○ **Separação por categorias**

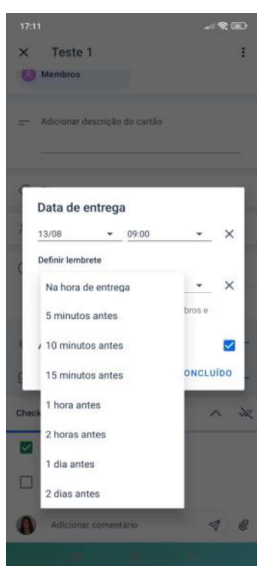
No Trello, o utilizador pode separar as suas metas e tarefas por categorias, de forma visual e intuitiva. Esta categorização pode ser feita através da criação de listas, ou de criação de quadros dentro de cada lista, que contribuem para uma separação visual. Adicionalmente, disponibiliza etiquetas coloridas que oferecem uma camada adicional de categorização, que permitem agrupar tarefas por critérios que sejam relevantes para o utilizador, tais como tipo, prioridade ou área de atuação



**Figura 60:** Captura de ecrã de exemplificação de como é feita a separação por categorias (Fonte: autora, 2025)

○ **Lembretes e alarmes sobre tarefas**

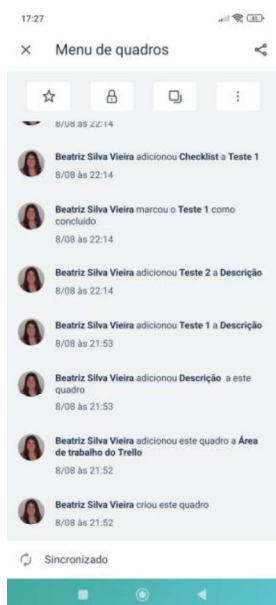
O utilizador pode configurar lembretes a data de entrega das tarefas. O utilizador pode personalizar com quanto tempo de antecedência, o lembrete vai tocar, desde dois dias antes ou na hora da entrega. (figura 63)



**Figura 61:** Captura de ecrã da disponibilidade de lembretes (Fonte: autora, 2025)

○ **Histórico de tarefas**

O Trello não oferece um histórico destinado às tarefas, contudo mantém um histórico detalhado de todas as ações realizadas nas tarefas (**figura 64**), permitindo que o utilizador acompanhe a evolução e mudanças realizadas em cada cartão ao longo do tempo. Dentro de cada cartão, existe um registo de atividade que mostra, em ordem cronológica, todas as alterações feitas, como mudanças de lista, atualizações de descrições, adição ou remoção de membros, inclusão de comentários, anexos e modificações de prazos.



**Figura 62: Captura de ecrã do histórico de tarefas (Fonte: autora,2025)**

○ **Indicador de atividade, isto é, momentos em que os utilizadores estão ativos ou em pausa**

O *Trello* não possui um indicador de atividade em tempo real que mostre exatamente quando cada utilizador está ativo ou em pausa. No entanto, possibilita verificar os momentos em que os utilizadores estiveram ativos através das atualizações e interações feitas nos cartões. Além disso, contém a possibilidade de integrar *power-ups* que ajudem a monitorar o tempo de atividade, tais como o cronómetro de trabalho que consegue mostrar o tempo de trabalho.

○ **Opção de visualização de tarefas do dia na interface**

A interface não possui um recurso exclusivo para a visualização das tarefas do dia. Porém, o utilizador pode adicionar esta visualização, através da personalização de quadros com listas com as tarefas do dia (**figura 65**). Adicionalmente o utilizador também consegue esta visualização através da integração do *Power-Up* de Calendário.

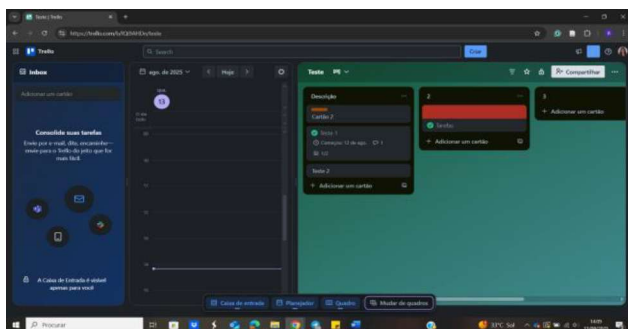


Figura 63: Captura de ecrã da visualização de tarefas diárias (Fonte: autora, 2025)

- **Dashboard com percentagem da atividade**

O *Trello* permite a integração de *Power-Ups* de *dashboard* e gráficos de atividade, que permitem ao utilizador visualizar o tempo gasto em cada tarefa, monitorar o avanço e progresso do trabalho.

- **Opção de armazenar ideias para organizá-las mais tarde**

O *Trello* não oferece nenhum recurso destinado a armazenar ideias para organizar mais tarde. No entanto, a alta possibilidade de personalização possibilita criar quadros, listas ou cartões com o propósito de armazenar para mais tarde organização, ou utilizar o recurso da caixa de entrada para esta finalização

- **Possibilidade de anexar informações ou documentos externos, que podem ser vídeos, áudios, links, fotografias, documentos**

O *Trello* oferece a possibilidade de anexar documentos, podendo ser através de fotografias capturadas no momento, arquivos do dispositivos (fotografias, vídeos, áudio, documentos), elementos copiadas na área de transferência, *link*, ou anexos do *Trello*, *Confluence* ou *Jira*. (figura 66)



Figura 64: Captura de ecrã da possibilidade de adicionar anexos (Fonte: autora, 2025)

➤ **Possibilidade de *feedback* de forma a evitar erros e prevenir perdas de dados**

O *Trello* oferece alguns mecanismos de *feedback* e salvaguarda, nomeadamente histórico de atividades, a funcionalidade de arquivar cartões e a sincronização automática das alterações e necessidade de confirmação para executar ações. Contudo nem todas as ações importantes, como por exemplo eliminar quadros, apresenta um aviso final detalhado, o que pode levar a perdas de dados irreversíveis se o utilizador não estiver atento. Assim, embora existam funcionalidades que contribuem para a prevenção de erros, a proteção contra perdas acidentais ainda apresenta limitações em determinadas situações.

➤ **A aplicação apenas funciona *online* ou também funciona *offline***

O *Trello* funciona principalmente como uma plataforma online, exigindo conexão à internet para sua utilização e para sincronizar dados em tempo real entre dispositivos e utilizadores. Na versão *mobile*, oferece algumas funcionalidades *offline*. Além disso, oferece a possibilidade de ativar uma opção que permite visualizar e editar os quadros sem conexão, e assim que o dispositivo voltar a estar *online*, tudo será sincronizado automaticamente. No entanto, a versão pelo navegador só funciona com conexão constante à internet.

➤ **Disponibilidade em diferentes sistemas operativos**

O *Trello* está disponível em múltiplos sistemas operativos, tais como *Windows*, *macOS*, *iOS*, *Android*, *Linux* e também tem versão aplicação móvel ou *web*.

➤ **Versão *web***

O *Trello* está disponível em versão aplicação e também em versão *web*. Sendo compatível em quatro navegadores modernos: *Chrome*, *FireFox*, *Edge* e *Safari*.

➤ **Versão *premium* da *app***

A plataforma pode ser utilizada de forma gratuita, ou então através da subscrição de um dos planos *premium* disponíveis pela interface, que desbloqueia funcionalidades avançadas. Assim, o *Trello* tem disponíveis três planos pagos *Standard*, *Premium* e *Enterprise*. O plano *Standard* oferece todas as funcionalidades da versão gratuita e ainda desbloqueia recursos, como quadros ilimitados com visualizações extras, como calendário, além de permitir anexar arquivos de até 250 MB. Ainda inclui automações mais avançadas e integrações com aplicações externas, além de controles administrativos básicos. O Plano *Premium* disponibiliza todos os recursos disponíveis do plano *Standard* e permite adicionar *Atlassian Intelligence* (AI) aos quadros e obter automação ilimitada. Além disso, desbloqueia a funcionalidade avançada do cartão de

espelhamento. Por fim, o plano *Enterprise* oferece todos os recursos do Plano Premium e adiciona segurança e controlos de alto nível. Esse plano inclui o *Atlassian Guard Standard* e o suporte em tempo integral para administradores empresariais. (Atlassian, 2023)

### **3. DESIGN DA INTERFACE**

#### ➤ **Utilização de mascotes**

O Trello tem uma mascote chamada Taco, que é um cão da raça husky siberiano. A mascote atua como personagem presente em alguns elementos de comunicação e em alguns momentos na interface, tais como tutoriais e interações dentro da mesma.

#### ➤ **Cor para destacar funcionalidades**

O *Trello* não utiliza cores próprias para destacar funcionalidades (como botões ou menus especiais em cores chamativas). Na versão *mobile* apenas a funcionalidade de criar é que aparece a roxo, o que lhe oferece destaque.

#### ➤ **Cor a destacar o conteúdo selecionada**

No *Trello*, o destaque de conteúdos e funcionalidades é feito de forma subtil, através de sombras e alterações de tom. Quando o utilizador seleciona um cartão ou passa o cursor sobre um elemento, este ganha realce visual, diferenciando-se do restante conteúdo. O mesmo acontece com os ícones das funcionalidades da aplicação, que ficam sombreados ou iluminados para indicar interação.

#### ➤ **Utilização de cores nas categorias e na ordem prioritária de cumprimento**

No *Trello*, é possível a utilização de cores para categorizar tarefas ou definir prioridades, contudo, esta depende da personalização feita pelo utilizador. Assim, cada equipa ou indivíduo pode escolher as cores que melhor se adequam às suas categorias e ao cumprimento.

#### ➤ **Padrão de posicionamento de elementos na tela**

O *Trello* apresenta um padrão de posicionamento consistente entre *desktop* e *mobile*, ajustando-se a cada dispositivo para otimizar a usabilidade, apresentando apenas as mudanças essenciais para se adaptar aos ecrãs. No *desktop*, os quadros são exibidos horizontalmente, com listas dispostas lado a lado e cartões arrastáveis, enquanto menus e funcionalidades adicionais, como *power-ups*, e filtros que ficam nas laterais ou no topo da tela, sem comprometer a visualização principal. Por outro lado, no *mobile*,

o *layout* é mais vertical. O menu divide-se entre a parte superior, com pesquisa, criação de cartões ou quadros e acesso ao menu geral, e a parte inferior, com atalhos fixos para o painel inicial, notificações, atividade recente e perfil.

➤ **Resolução/qualidade dos gráficos usados para os ícones, botões, menus, conteúdos**

O *Trello* apresenta alta qualidade gráfica em todos os elementos da interface, como ícones, botões, menus e conteúdos. As utilizações de design vetorial ajudam a garantir a nitidez e legibilidade em qualquer resolução ou dispositivo, independentemente do tamanho do ecrã.

➤ **Utilização de ícones reconhecíveis pelo utilizador. Caso não tiverem fácil reconhecimento, estão acompanhados por texto**

O *Trello* utiliza ícones de fácil reconhecimento, seguindo padrões universais, sendo de forma geral acompanhados de um descritivo textual para uma compreensão mais rápida e evitando erros.

➤ **Disposição e dimensão dos ícones, botões, menus, conteúdos no ecrã adequada**

Os ícones, botões, menus e conteúdos no *Trello* apresentam uma disposição e dimensão adequadas para facilitar a interação e evitar erros, seja na versão *desktop*, através do clique, ou na versão *mobile*, através do toque.

➤ **Utilização de metáforas - como cadernos ou florescimento de plantas**

O *Trello* recorre a metáforas visuais e conceituais que facilitam a compreensão e utilização da plataforma. Na plataforma é possível visualizar os cadernos ou blocos de notas para representar visualmente a organização de projetos. Cada quadro funciona como um caderno, contendo listas (como secções ou colunas) e cartões (semelhantes a *post-its* ou anotações), que representam tarefas ou ideias. Esta estrutura simples e intuitiva facilita a gestão do trabalho, tal como escrever e reorganizar informações num caderno físico.

➤ **Evitar a adoção de botões e ícones que possam resultar em contradições e ambiguidades**

Os botões e ícones adotados apresentam grande nível de reconhecimento, para além de serem acompanhados por descritivos textuais, o que facilita a compreensão.

➤ **Simplicidade dos ícones adotados, tais como as figuras geométricas são mais facilmente assimilados**

Os ícones adotados são vetoriais baseados em formas geométricas simples, como círculos, quadrados e retas, evitando problemas de legibilidade causados pela redução do tamanho dos mesmos, tornando-os imediatamente reconhecíveis.

➤ **Respeito e seguimento das leis da *gestalt***

No *Trello*, a interface respeita os princípios da teoria da *Gestalt*, garantindo uma organização visual clara e intuitiva. O *Trello* respeita as áreas de respiro, através de espaços em branco que evitam a sobrecarga e facilitam a leitura. Os elementos relacionados, como cartões e listas, são agrupados de forma lógica, reforçando conexões visuais. A hierarquia é marcada através do tamanho da tipografia, da cor e do posicionamento dos elementos, destacando informações mais importantes. Por fim, o contraste entre textos, ícones e fundos assegura legibilidade e facilita a distinção entre diferentes tipos de conteúdo, promovendo uma experiência de utilização harmoniosa e eficiente.

➤ **Linguagem visual coerente, entre todos os elementos**

No *Trello*, a linguagem visual é coerente e uniforme entre todos os elementos da interface. Os ícones, botões, menus e conteúdos seguem o mesmo estilo minimalista, com formas geométricas simples, cores consistentes e tipografia padronizada.

➤ **Linguagem textual e visual mais simplificada**

No *Trello*, a linguagem textual e visual é simplificada, utilizando textos curtos, instruções diretas e ícones minimalistas que permitem que o utilizador identifique rapidamente funcionalidades e informações relevantes. Esta abordagem reduz a complexidade, evita sobrecarga visual e textual, tornando a navegação mais intuitiva.

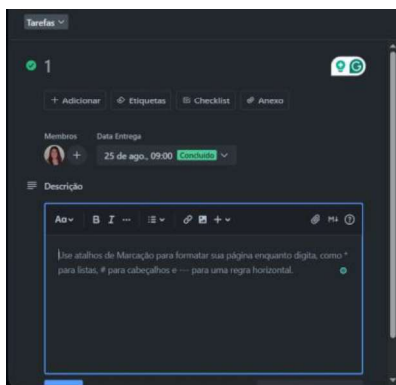
➤ **Família tipográfica grande e legível**

○ **Tipografia que a leitura não gere dúvidas sobre o conteúdo escrito**

O *Trello*, na interface, faz uso de tipografia sem-serifa, que garante a alta legibilidade e uma experiência agradável do utilizador, em diferentes dispositivos e tamanhos de ecrã.

○ **Família tipográfica com diferentes pesos para reforçar a hierarquia**

A tipografia adotada possibilita a sua utilização em negrito e itálico, contribuindo para reforçar a hierarquia da informação. (figura 67)



**Figura 65: Captura de ecrã da possibilidade de editar o texto (Fonte: autora, 2025)**

- **Utilização de uma tipografia caligráfica, para ajudar a aproximar a escrita à mão**

O Trello não utiliza tipografia caligráfica.

#### **4. INTERFACE**

##### ➤ **Utilização segura**

O Trello garante uma utilização segura ao adotar medidas que protegem tanto os dados do utilizador quanto a integridade da experiência na plataforma. A aplicação utiliza protocolos de encriptação (SSL/TLS) para a transmissão de informações, assegurando que os dados partilhados estejam protegidos contra acessos indevidos. Além disso, integra-se com sistemas de autenticação segura, como o login via *Google*, *Microsoft* ou *SSO* empresarial, reforçando o controlo de acesso. A gestão de permissões em quadros e equipas também contribui para a segurança, permitindo que o utilizador defina quem pode visualizar, editar ou apenas acompanhar tarefas.

##### ➤ **Tem custos associados**

A utilização da plataforma não tem custos associados, exceto se o utilizador subscrever algum dos planos de pagamento, para obter mais recursos.

##### ➤ **Disponibilidade em sistemas operativos e features**

O Trello está disponível em múltiplos sistemas operativos, tais como *Windows*, *macOS*, *iOS*, *Android*, *Linux* e também tem versão de aplicação móvel (para *desktop* e *mobile*) ou web (compatível com os navegadores modernos: *Chrome*, *Edge*, *Firefox* e *Safari*).

##### ➤ **A aplicação foi validada a nível de usabilidade e exequibilidade**

A aplicação Trello foi validada tanto a nível de usabilidade como de exequibilidade, garantindo a sua eficácia enquanto ferramenta de gestão de tarefas e projetos. Do

ponto de vista da usabilidade, a interface simples, intuitiva e consistente foi amplamente testada e reconhecida pelo mercado, permitindo que utilizadores de diferentes perfis, desde iniciantes até equipas empresariais, consigam adaptar-se rapidamente ao seu funcionamento. Em termos de exequibilidade, a aplicação demonstra ser robusta e viável tecnicamente, sustentada pela infraestrutura da *Atlassian*, com integração a diversos serviços externos, disponibilidade multiplataforma (*web, desktop e mobile*).

➤ **A aplicação é fácil de utilizar**

○ **Botões e termos reconhecíveis**

Os ícones definidos para a interface são de fácil reconhecimento para o utilizador, sendo semelhantes aos já utilizados no mercado. Adicionalmente, são acompanhados por descritivos textuais que ajudam o utilizador a identificar os botões.

○ **Eficiência na utilização**

O Trello destaca-se pela sua eficiência e intuitividade, uma vez que não exige muitos passos para a realização de tarefas e apresenta uma navegação simples. As ações a seguir são de fácil reconhecimento, o que reduz a curva de aprendizagem e torna a utilização imediata mesmo para novos utilizadores. Além disso, a aplicação evita funcionalidades excessivas que poderiam sobrecarregar a interface, mantendo apenas os recursos necessários para uma gestão clara, objetiva e produtiva. Apenas, a utilização de *Power-ups* é mais difícil, não sendo fundamental para a utilização eficaz da *app*.

○ **Fácil aprendizagem para a utilização**

O *Trello* destaca-se por ser uma interface intuitiva e baseada no método de arrastar e largar, com uma organização visual em quadros, listas. Além disso, a plataforma oferece tutoriais, dicas interativas e uma base de conhecimento acessível, o que contribui para uma curva de aprendizagem rápida e eficaz.

○ **Legibilidade - aspetos que dificultam ou facilitam a leitura da informação, tais como cores, contrastes, espaçamento entre parágrafos, tamanho da letra**

No *Trello*, a legibilidade da informação é favorecida por um design visual limpo e funcional. A plataforma utiliza cores contrastantes entre texto e fundo, que garantem uma leitura clara, enquanto os espaçamentos consistentes entre cartões, listas e parágrafos evitam sobrecarga visual. O tamanho e a tipografia das letras foram pensados para serem legíveis tanto em ecrãs grandes (*desktop*) quanto em dispositivos móveis, mantendo a clareza mesmo em contextos de visualização

reduzida. Além disso, o recurso às áreas de respiro e à hierarquia visual ajuda o utilizador a identificar rapidamente prioridades e informações relevantes.

- **As interações são intuitivas (toques, swipes, scrolls)**

No *Trello*, as interações são intuitivas e adaptadas aos diferentes dispositivos. Na versão *mobile*, gestos como toques, *swipes* e *scrolls* permitem navegar entre listas, abrir cartões, deslizar cartões ou reorganizar tarefas de forma simples e rápida. No *desktop*, essas ações são traduzidas para cliques e arrastar-e-soltar, mantendo a lógica de interação.

- **Flexibilidade de caminhos de navegação: oferece mais de uma opção de atalhos para alcançar o mesmo objetivo**

O *Trello* não oferece muita flexibilidade de caminhos, por priorizar uma navegação linear, pelo que, de forma geral, oferece um caminho principal e direto para alcançar.

- **Todos os botões contêm ligações**

No *Trello*, todos os botões disponíveis contêm ligações ou ações associadas, garantindo que cada interação tenha um efeito claro e esperado. Na plataforma, não existem elementos inativos ou decorativos que possam gerar confusão, o que contribui para a eficiência e previsibilidade da navegação.

- **Boa organização e fácil recordação**

O *Trello* apresenta boa organização e facilita a recordação das informações graças à sua estrutura clara e visual de quadros, listas e cartões. Cada elemento é visualmente distinto e categorizado de forma lógica, o que permite que o utilizador identifique rapidamente tarefas, prioridades e progressos. Ademais, permite que o utilizador personalize as cores e etiquetas, o que ajudam também na sua memorização

- **A navegação é lógica, apropriada, precisa e de fácil aprendizagem**

No *Trello*, os passos a seguir são intuitivos e diretos, exigindo poucos cliques ou interações para realizar tarefas. Esta simplicidade reduz a curva de aprendizagem, permitindo que novos utilizadores compreendam rapidamente como criar, organizar e acompanhar cartões, listas e quadros. Desta forma, a plataforma oferece uma navegação lógica, apropriada, precisa e de fácil aprendizagem.

- **Densidade de informação adequada para uma boa experiência para o utilizador**

No *Trello*, as funcionalidades apresentam descritivos curtos e diretos, facilitando a compreensão imediata de cada ação. As informações nos cartões, como etiquetas, prazos e *checklists*, são exibidas de forma concisa, enquanto os espaços em branco e áreas de respiro asseguram clareza e evitam sobrecarga visual. Além disso, as

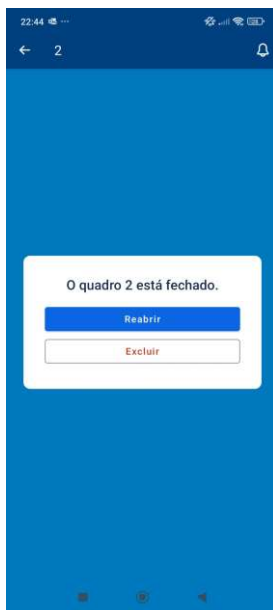
descrições das tarefas podem ser personalizadas pelos utilizadores, permitindo adaptar o conteúdo às suas necessidades e preferências, o que reforça a organização e a eficiência na gestão das atividades.

➤ **Rapidez e funcionalidade dos *features* (ex.: menu e botões)**

O *Trello* oferece uma interface rápida e funcional, uma vez que não exige muitos passos para concluir ações. Além disso, as respostas aos passos efetuados são praticamente imediatas.

➤ **As informações e dados devem ser precisos, de forma a evitar erros**

No *Trello*, as informações e dados apresentados são precisos, garantindo que os utilizadores possam gerir tarefas e projetos com confiança. A nível das instruções da plataforma, os ícones são acompanhados por descritivos textuais garantindo a compreensão da informação. Além disso, não permite eliminação direta de funcionalidades importantes, como quadros, sendo necessário em primeiro lugar fechá-los e depois o utilizador pode eliminar ou recuperá-los mediante a opção escolhida. **(figura 68)**



**Figura 66:** Captura de ecrã de confirmação de ação (Fonte: autora, 2025)

➤ **Compatibilidade e Similaridade das aplicações nos diferentes ecrãs (computador, *tablet*, telemóvel)**

O *Trello* apresenta alta compatibilidade e similaridade entre diferentes dispositivos, incluindo computador, *tablet* e telemóvel, mantendo a similaridade entre ecrãs. Os menus apresentam algumas diferenças entre o computador e o telemóvel, para adaptar a plataforma ao tamanho do ecrã. No entanto, o quadro mantém a lógica horizontal, sendo necessário no *mobile* o deslize horizontal para ver as listas todas.

**OBSERVAÇÕES:**

- O *Trello* tem disponível um modo compatível para utilizadores que sofrem de daltonismo.

## 2.2.6. Todoist

A plataforma Todoist foi criada em 2007 por *Amir Salihfendić*, um programador e empreendedor de origem bósnia, com o objetivo de fornecer uma solução digital eficiente para a gestão de tarefas pessoais e profissionais. Desde o seu lançamento, a aplicação tem evoluído continuamente, consolidando-se como uma das ferramentas de produtividade mais reconhecidas a nível global. De acordo com dados recentes disponibilizados pela empresa desenvolvedora, *Doist*, a plataforma conta com mais de 30 milhões de utilizadores registados, distribuídos por mais de 160 países, o que reflete a sua ampla aceitação e relevância no contexto contemporâneo de organização e produtividade digital.

O principal objetivo do *Todoist* é permitir aos utilizadores gerir as suas tarefas de forma intuitiva, flexível e acessível, promovendo uma maior eficiência na organização do tempo e das prioridades. Para tal, a plataforma oferece um conjunto diversificado de funcionalidades, entre as quais se destacam a criação e categorização de tarefas, a atribuição de prazos e prioridades, a organização em projetos e subprojetos, a utilização de etiquetas e filtros personalizados, bem como a possibilidade de colaboração em tempo real com outros utilizadores. Além disso, o *Todoist* integra funcionalidades de gamificação, como o sistema de pontos de produtividade "karma", que incentiva hábitos consistentes de organização.

A versatilidade da plataforma é reforçada pela sua compatibilidade com diversos sistemas operativos e dispositivos, incluindo aplicações para desktop, mobile e extensões para navegadores. O *Todoist* integra-se ainda com múltiplas ferramentas de produtividade e comunicação, como o *Google Calendar*, *Slack*, *Outlook*, entre outras, o que amplia significativamente o seu potencial de utilização em ambientes pessoais, educacionais e empresariais.

## 1. IDENTIDADE VISUAL

### ➤ **Estratégia (inputs a partir da personalidade da marca)**

A estratégia do *Todoist*, está centrada em oferecer clareza e tranquilidade mental por meio de uma ferramenta simples, mas poderosa, que funciona como uma extensão natural da mente. A plataforma visa capturar e organizar tarefas de forma rápida e intuitiva, permitindo que os utilizadores foquem apenas no que importa, no momento certo, seja individualmente ou em equipa. A marca posiciona-se como aliada no equilíbrio entre ambição e bem-estar, promovendo produtividade sem abrir mão da qualidade de vida. Esta visão se reflete em sua missão de capacitar pessoas e times a fazer mais com menos estresse, valorizando a diversidade global e uma forma de trabalho sem fronteiras. Ademais, a estratégia adota uma perspectiva de longo prazo, buscando construir soluções sustentáveis que apoiem os objetivos dos utilizadores ao longo de décadas. Os valores ambição, domínio, independência e comunicação orientam o desenvolvimento do produto quanto a cultura da empresa, reforçando a proposta de criar um impacto positivo e universal na vida e no trabalho das pessoas.

### ➤ **Orientação criativa (interveniente no processo de conceção)**

A orientação criativa do *Todoist* no processo de conceção é guiada pela clareza, assegurando uma experiência simples, intuitiva, funcional e natural em todas as interações. Ao mesmo tempo, busca a universalidade, fazendo com que o *design* e a comunicação sejam inclusivas e relevantes em diferentes contextos culturais e profissionais, refletindo a diversidade global. Cada solução é desenvolvida com foco em consistência e durabilidade, privilegiando uma visão de longo prazo. Assim, a orientação criativa garante que o *Todoist* seja concebido como uma extensão da mente e um aliado confiável no dia a dia de pessoas e equipas, unindo universalidade e soluções duradouras ao seu propósito.

### ➤ **Nome**

O nome *Todoist* resulta da combinação da expressão inglesa “*to do*”, que significa a fazer, com o sufixo em inglês “*-ist*”, utilizado para designar alguém que adota uma determinada prática. Assim, o termo pode ser interpretado como aquele que pratica a organização de tarefas, que reflete a missão central da plataforma, ajudar os utilizadores a gerir eficientemente as suas tarefas diárias, promovendo hábitos organizacionais consistentes e produtivos. Sonoramente pode ser associado a *to do list*, que significa lista de afazeres, que remete à funcionalidade da plataforma, de realizar listas de tarefas. Além disso, o nome é curto, de fácil memorização e

internacionalmente compreensível, o que contribui para a forte identidade da marca no mercado global de aplicações de produtividade.

➤ **Símbolo**

O símbolo da *Todoist* consiste num ícone minimalista em formato quadrado com cantos arredondados, preenchido pela cor vermelha característica da marca. No interior, do lado esquerdo do quadrado encontram-se três marcas de verificação estilizadas em branco. **(figura 69)** Este conjunto visual sintetiza, de forma imediata e universal, a função principal da aplicação: organizar e concluir tarefas. Assim, pode considerar-se um símbolo abstrato tendo em conta as categoria de Péon (2009). A simplicidade do desenho facilita o reconhecimento instantâneo e a sua aplicação em diferentes escalas e contextos, mantendo a legibilidade tanto em ecrãs de alta resolução como em ícones reduzidos para dispositivos móveis ou extensões de navegador.



**Figura 67:** Símbolo da *Todoist* (*Doist,inc. (s.d.)* <https://www.todoist.com/pt-BR>)

➤ **Tipografia e legibilidade**

A tipografia adotada pelo *Todoist* é sem serifa, com traços limpos e uniformes que reforçam a simplicidade, a clareza e a funcionalidade da marca. Esta escolha assegura um alto grau de legibilidade, proporcionando uma leitura fluida e uma experiência agradável ao utilizador, em diferentes dispositivos. A tipografia é utilizada de forma consistente no logótipo, na plataforma e nos materiais de comunicação, o que garante a coerência e consistência em toda a identidade do *Todoist*.

➤ **Cor**

A identidade visual da *Todoist* é composta por uma paleta cromática em que a cor principal é o vermelho utilizado no símbolo e em elementos de destaque da interface. A paleta principal inclui ainda branco, preto e cinza, que desempenham papéis essenciais na interface: o branco aparece nos fundos e no ícone do logótipo, proporcionando leveza e contraste; o preto é usado em tipografia e ícones, garantindo legibilidade e clareza; e o cinza é aplicado em elementos secundários, como textos auxiliares, ajudando a estruturar a hierarquia da informação.

### ➤ **Imagética**

A imagética do *Todoist* assenta em ilustrações minimalistas e iconografia universalmente reconhecível, concebidas para comunicar de forma clara e acessível em qualquer contexto cultural. As ilustrações seguem um estilo plano e neutro, associado a conceitos de produtividade e bem-estar, e funcionalidades da plataforma. A iconografia adotada é facilmente reconhecível pelo utilizador e está presente nos menus e na navegação da interface. A imagética adotada contribui para uma experiência intuitiva, funcional e inclusiva, em sintonia com a identidade global da marca.

### ➤ **Forma**

A forma não se aplica.

### ➤ **Movimento**

*Todoist* utiliza o movimento na interface, através de animações subtis, tais como transições suaves, na aparição de notificações, e expansão de menus ou funcionalidades, crescimento dos gráficos dentro do *Karma*. Neste sentido, o movimento na *Todoist* funciona como *feedback* visual, proporcionando uma experiência intuitiva. O movimento está presente em alguns momentos no *website*, em algumas animações simples.

### ➤ **Som**

O *Todoist* não tem uma identidade sonora própria. Embora permita configurar alarmes e lembretes, o som não é exclusivo do *Todoist*, estando dependente do sistema operativo do dispositivo (*iOS, Android, Windows, macOS*).

### ➤ **Aplicações**

A identidade visual da *Todoist* é aplicada em diversos contextos, desde a interface, ao *website* e às redes sociais, que ajudam na divulgação da marca. A identidade é aplicada sempre de maneira consistente, sendo sempre utilizada a mesma paleta cromática, a tipografia, a imagética. Ademais, nas redes sociais recorre-se a capturas da interface ajudando ao reconhecimento da mesma por parte do utilizador.

### ➤ **Mascotes**

A *Todoist* não utiliza mascotes.

## 2. CONTEÚDO / FUNCIONALIDADES

- **Autenticação do utilizador, através da criação de conta na aplicação, de forma a conseguir identificar o utilizador**

A utilização da plataforma requer a criação de uma conta na mesma, para garantir a sua autenticação e possibilidade de guardar os dados da mesma.

- **Sincronização entre aplicações, isto é, ferramenta que facilite a iniciar sessão em diferentes aplicações em simultâneo**

O *Todoist* possibilita a sincronização e integração de aplicações externas, facilitando a organização e possibilitando a personalização da plataforma.

- **O utilizador pode utilizar a aplicação em diferentes dispositivos em simultâneo**

O *Todoist* possibilita que o utilizador a utilize em diversos dispositivos em simultâneo.

- **Introdução e ajuda na utilização**

O *Todoist* facilita na introdução e ajuda na aprendizagem na utilização da plataforma. Apesar de não apresentar uma introdução à utilização automática após a criação da conta, a plataforma disponibiliza uma secção de ajuda e recursos, no qual é possível encontrar uma central de ajuda, um guia de primeiros passos, uma central de inspiração, vídeos do *YouTube*, opção de navegar pelos modelos, adicionar integrações e atalhos do teclado

- **Possibilidade de escolha de idiomas, principalmente o idioma materno**

O *Todoist* está disponível em diversos, possibilitando a utilização de um maior número de utilizadores. Apesar de também estar disponível em português, é no português do Brasil.

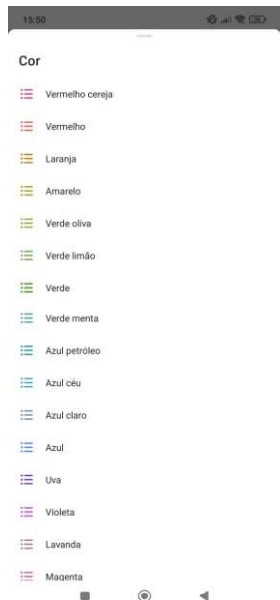
- **Política de privacidade transparente: O utilizador é informado sobre o tratamento de seus dados**

O *Todoist* contém uma política de privacidade transparente, através da disponibilização das informações sobre a forma como os dados são tratados, para consulta do utilizador.

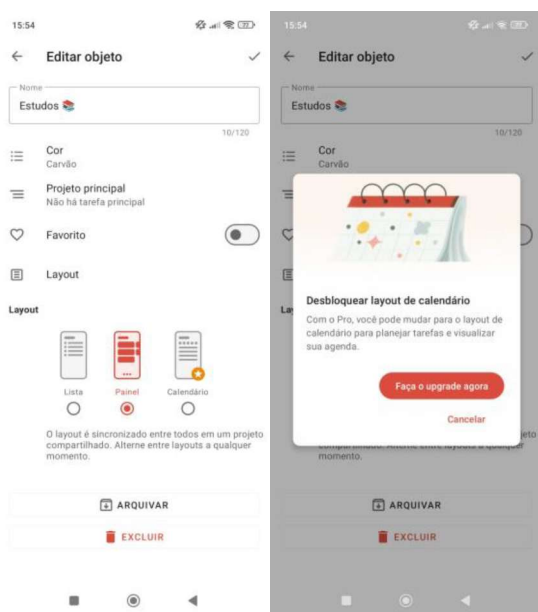
- **A aplicação é personalizável**

A *Todoist* apresenta um nível elevado de personalização na forma de organização e gestão das tarefas, permitindo ao utilizador criar e nomear projetos, adicionar descrições, definir prioridades, estabelecer etiquetas e filtros personalizados, bem como organizar tarefas por datas ou níveis de importância. No entanto, a nível visual a personalização é limitada, uma vez que o utilizador não pode alterar a disposição dos elementos, do tipo de letra ou de outros aspetos gráficos. A plataforma apenas permite

que o utilizador personalize mediante um conjunto restrito de temas de cores predefinidos (**figura 70**), além de permitir modificar o modo de visualização, entre lista, painel e calendário sendo que o terceiro está disponível em plano *premium* (**Figura 71**).



**Figura 68: Captura de ecrã das cores disponíveis (Fonte: autora, 2025)**

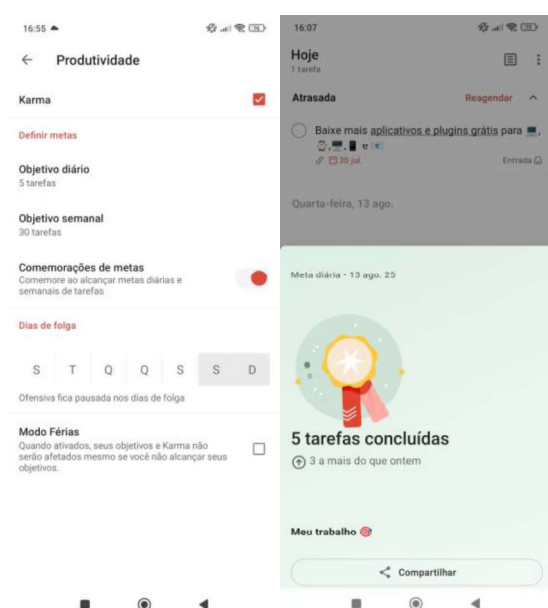


**Figura 69: Captura de ecrã dos layouts disponíveis e limitações (Fonte: autora, 2025)**

➤ **Organização e planeamento:**

- **Possibilidade de gamificação, podendo ser utilizada ou não pelo utilizador**

A *Todoist* integra um sistema de gamificação chamado *Karma*, que é opcional à utilização, e pode ser ativado ou desativado pelo utilizador a qualquer momento. Este mecanismo permite que o utilizador estabeleça metas diárias e semanais, acompanhe o seu progresso, ativar ou desativar comemorações de alcançar metas, definir dias de folga, ativar ou desativar o modo de férias, e receber recompensas simbólicas, como a atribuição de pontos e níveis de produtividade, de acordo com o desempenho do utilizador. **(figura 72)**



**Figura 70: Captura de ecrã ao sistema de gamificação (Fonte: autora, 2025)**

- **A aplicação contém incentivos**

A *Todoist* incorpora incentivos à produtividade através do sistema de gamificação *Karma*, que atribui pontos pelo cumprimento de tarefas e pela manutenção de hábitos organizacionais consistentes. Para além da pontuação, o sistema disponibiliza estatísticas visuais e níveis de progresso, permitindo acompanhar a evolução ao longo do tempo.

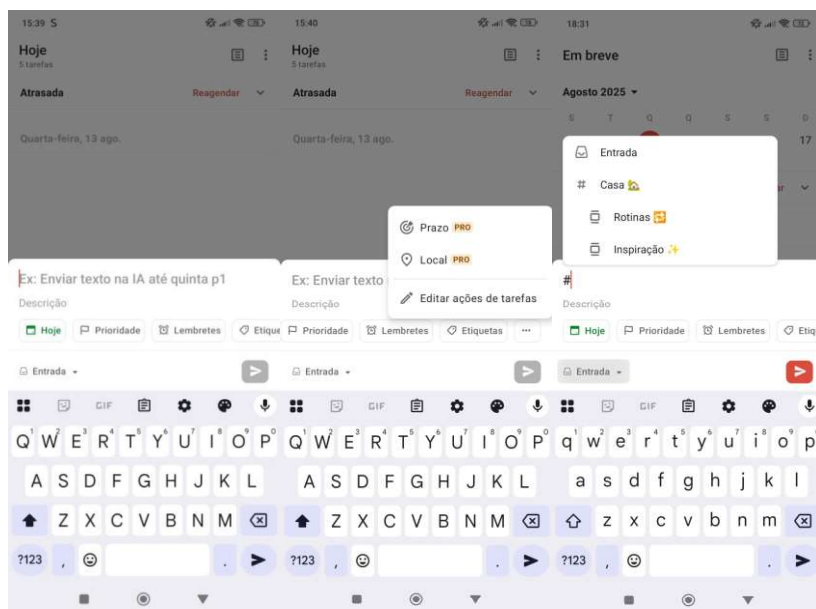
- **Desafios a ser cumpridos para ajudar a motivar o utilizador**

A interface incorpora desafios a ser cumpridos, mediante o sistema de gamificação, que são recompensados em formato de pontos e níveis de produtividade. Assim, os desafios podem assumir a forma de metas diárias ou semanais definidas pelo próprio

utilizador, tais como completar um determinado número de tarefas ou manter uma sequência de dias produtivos.

- **Categorização das metas, personalização das metas, classificação das metas**

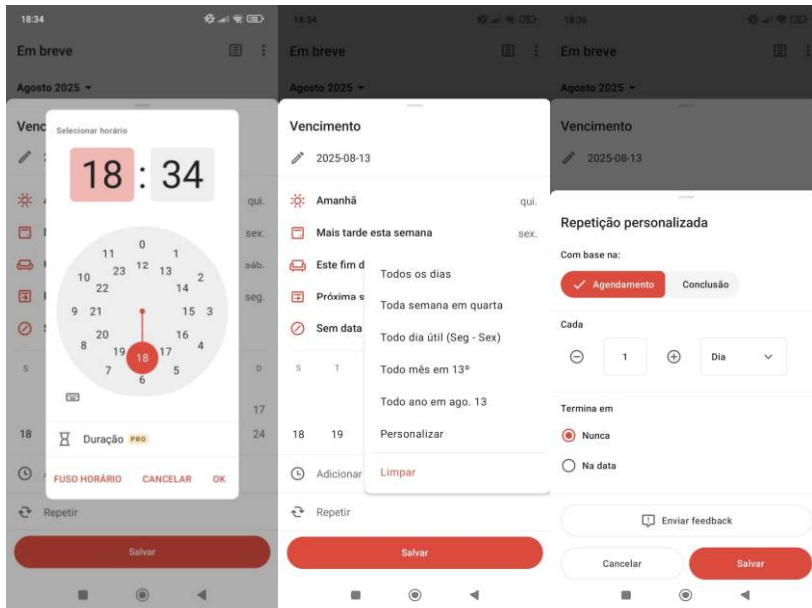
A interface possibilita categorizar, personalizar e classificar as metas e tarefas. Assim, o utilizador pode categorizar as tarefas por áreas de foco ou projetos, criados pelos mesmos, facilitando a sua organização. A personalização permite ao utilizador definir os prazos, adicionar descrições, definir lembretes, e o responsável pelas tarefas. A respeito da classificação o utilizador pode hierarquizar as metas com base na sua importância ou urgência, utilizando níveis de prioridade e também podem ser atribuídas etiquetas, definidas e criadas pelo utilizador.



**Figura 71: Captura de ecrã à criação de tarefas (Fonte: autora, 2025)**

- **Descrição de tarefas, período de duração, frequência**

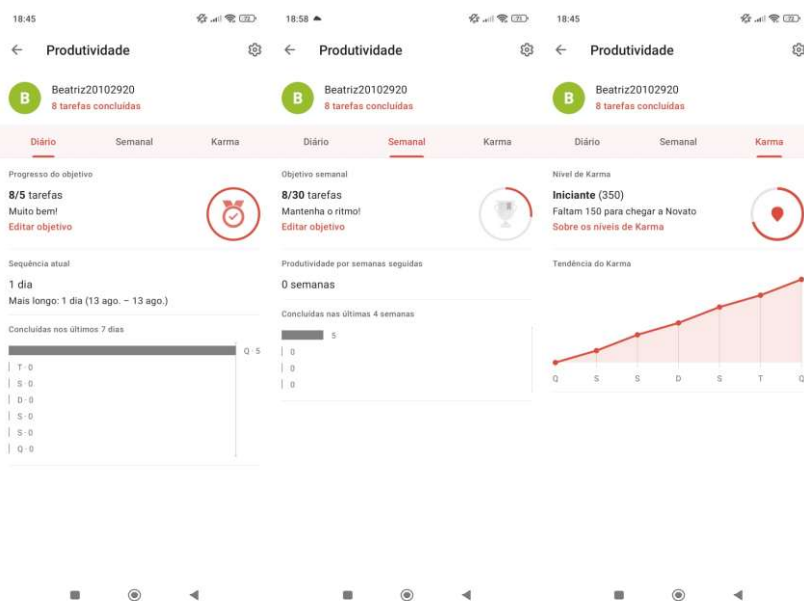
A *Todoist* permite ao utilizador adicionar uma descrição a cada tarefa, fornecendo contexto e informações complementares que facilitam a sua execução, definir o período de duração, especificando prazos de início e término, e adicionalmente lembrete relativamente ao seu término, contudo a duração do mesmo está limitada aos utilizadores premium. Adicionalmente, a aplicação oferece a opção de configurar a frequência de repetição das tarefas, permitindo a sua programação em intervalos diários, semanais, mensais, anuais ou personalizados. **(figura 74)**



**Figura 72: Captura de ecrã: à personalização de duração de tarefas (Fonte: autora, 2025)**

○ **Feedback e estatísticas sobre as tarefas**

A *Todoist* oferece *feedback* e estatísticas, de forma visual, através do *Karma*. A interface apresenta informações diárias, semanais e mensais, relativas ao número de tarefas concluídas ao progresso do objetivo, à sequência de dias produtivos, à tendência do *Karma*, ao nível de *Karma* no qual o utilizador se encontra. (figura 75 e 76)



**Figura 73: Captura de ecã ao feedback sobre tarefas**

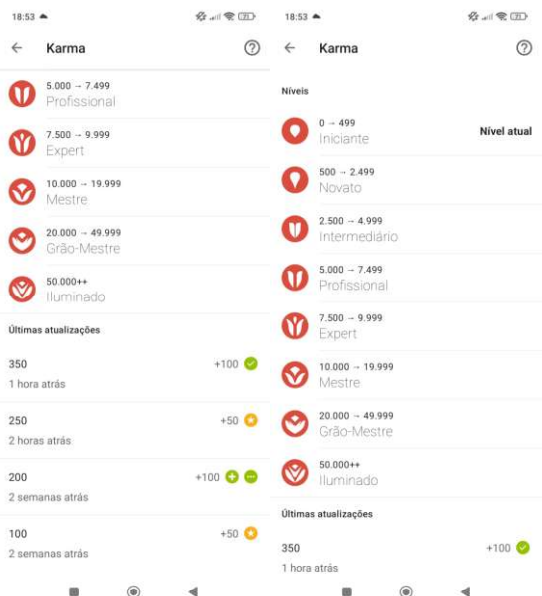


Figura 74: Captura de ecrã aos níveis no Karma (Fonte: autora, 2025)

- **Possibilidade de adicionar comentários em cada tarefa**

A interface possibilita que o utilizador adicione comentários em cada tarefa, proporcionando um espaço para registar informações adicionais, e tornando-se um espaço fundamental para quem utilize a aplicação de forma colaborativa. (figura 77)

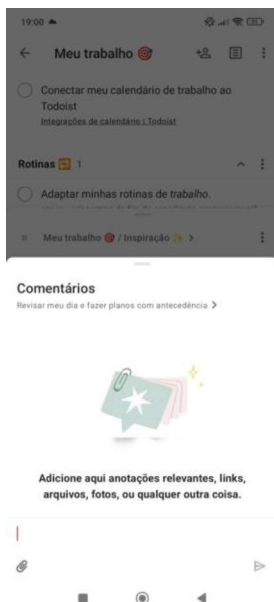
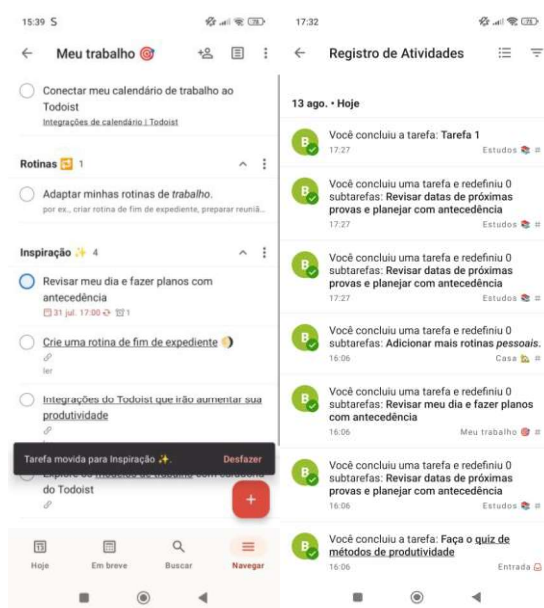


Figura 75: Captura de ecrã à possibilidade de adicionar comentários (Fonte: autora, 2025)

-

### ○ **Botão *check* para as tarefas concluídas**

A interface incorpora o botão *check* associado a cada tarefa, para as marcar como concluídas. Contudo, ao contrário do que costuma acontecer de a tarefa selecionada ficar riscada, neste caso a tarefa selecionada passa para outra secção destinada a todas as tarefas concluídas. **(figura 78)**



**Figura 76: Captura de ecrã ao botão *check* e resultado (Fonte: autora, 2025)**

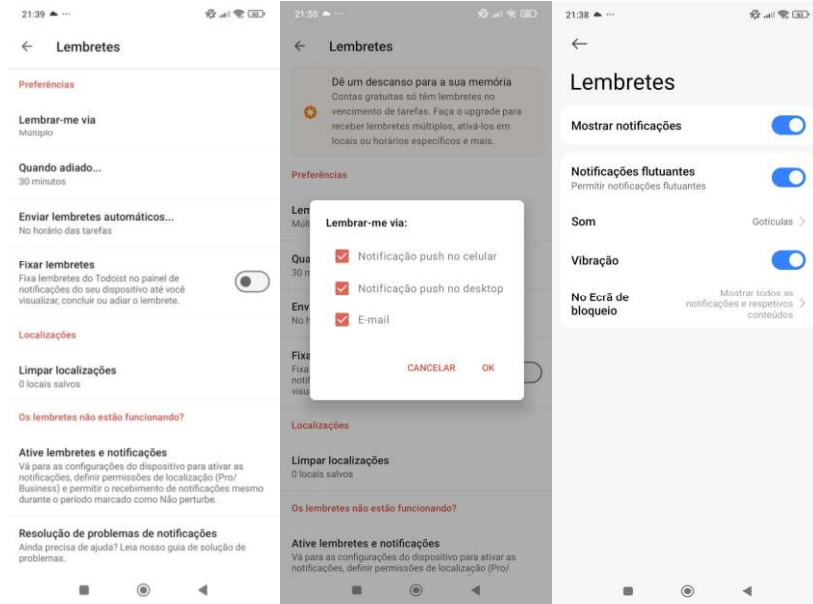
### ○ **Separação por categorias**

A Todoist permite a separação de tarefas por categorias, que é possível através da criação de projetos e da utilização de etiquetas. Cada projeto pode representar uma área de foco, um objetivo ou um trabalho específico, funcionando como uma pasta organizadora das tarefas relacionadas. As etiquetas, por sua vez, permitem agrupar tarefas de diferentes projetos com base em características comuns, como o tipo de atividade, a localização ou o nível de prioridade. Esta dupla abordagem possibilita uma organização flexível das tarefas.

### ○ **Lembretes e alarmes sobre tarefas**

A *Todoist* tem disponível a funcionalidade de lembretes e alarmes sobre as tarefas, que podem ser configurados em datas e horas específicos, para lembrar o utilizador para conclusão da mesma, ademais de ser possível configurar a repetição da tarefa. **(figura 74)** Adicionalmente os lembretes e notificações estão integradas em funcionalidades automáticas disponíveis como a revisão noturna, a visão geral da manhã e as notificações de projeto, para incentivar o utilizador. Estes lembretes podem ser feitos

através de notificação *push* no telemóvel ou no computador, ou via *e-mail*, conforme a preferência do utilizador. **(Figura 79)**



**Figura 77: Captura de ecrã à configuração de lembretes (Fonte: autora, 2025)**

○ **Histórico de tarefas**

O *Todoist* fornece dois tipos de históricos, registo de atividades geral, e o registo de atividades concluídas. No registo de atividades está presente o histórico de todas as criações e mudanças efetuadas nas tarefas. No registo de atividades concluídas estão presentes todas as tarefas marcadas como concluídas pelo utilizador.



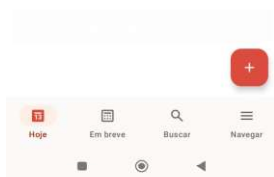
**Figura 78: Captura de ecrã ao registo de atividade (Fonte: autora, 2025)**

- **Indicador de atividade, isto é, momentos em que os utilizadores estão ativos ou em pausa**

A Todoist não disponibiliza um indicador de atividade em tempo real, contudo oferece um registo de atividade que permite acompanhar as ações realizadas pelos membros num projeto partilhado. **(figura 80)**

- **Opção de visualização de tarefas do dia na interface**

A plataforma permite a visualização as tarefas do dia, através da secção hoje na qual estão presentes as tarefas a realizar no dia. **(figura 81)**



**Figura 79: Captura de ecrã à visualização diária (Fonte: autora, 2025)**

- **Dashboard com percentagem da atividade**

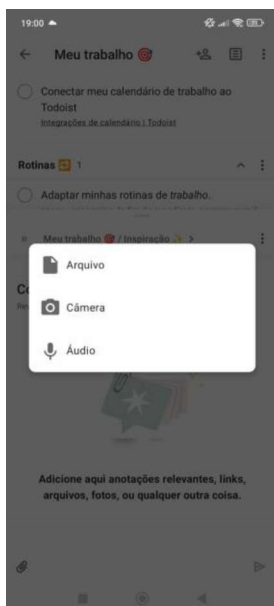
A Todoist disponibiliza *dashboards* que apresentam a percentagem de atividade do utilizador, refletindo o progresso na execução das tarefas e projetos ao longo de um determinado período, que pode ser diário, semanal ou mensal. **(figura 75)**

- **Opção de armazenar ideias para organizá-las mais tarde**

Embora a *Todoist* não tenha disponível uma funcionalidade explícita de armazenar ideias, a aplicação permite que o utilizador registe rapidamente as suas tarefas na caixa de entrada ou através da criação de um projeto destinado a este efeito. As tarefas podem ser guardadas assim, de forma provisória para evitar perdas de informação, e posteriormente classificadas, categorizadas e priorizadas, permitindo que o utilizador planeie e organize as suas tarefas de forma estruturada.

- **Possibilidade de anexar informações ou documentos externos, que podem ser vídeos, áudios, links, fotografias, documentos**

A *Todoist* oferece a possibilidade de anexar informações ou documentos externos, porém este recurso está disponível exclusivamente através da funcionalidade de comentários associados a cada tarefa. **(figura 82)**



**Figura 80:** Captura de ecrã à possibilidade de adicionar anexos (Fonte: autora, 2025)

- **Possibilidade de *feedback* de forma de forma a evitar erros e prevenir perdas de dados**

A *Todoist* disponibiliza mecanismos de *feedback* e confirmação de ações que auxiliam na prevenção de erros e na redução do risco de perda de **dados (figura 83 e 84)**. Sempre que uma tarefa é criada, editada ou eliminada, a aplicação apresenta notificações visuais garantindo que o utilizador está ciente das alterações realizadas e permitindo a reversão imediata da ação, se necessário.

Caso os projetos mesmo com o *feedback* sejam eliminados por engano, no plano *premium* da plataforma é possível manter cópias de segurança automáticas, que permitem restaurar versões anteriores dos projetos e recuperar informações em caso de eliminações acidentais ou perda de dados.



Figura 81: Captura de ecrã ao feedback de ações (Fonte: autora, 2025)

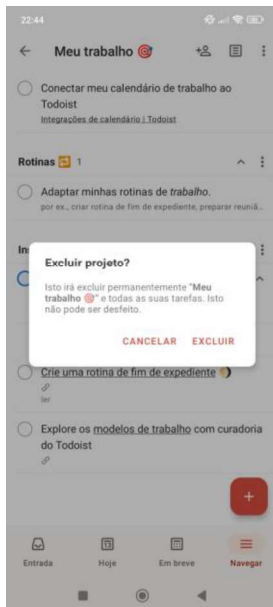


Figura 82: Captura de ecrã para a confirmação de ações (Fonte: autora, 2025)

➤ **A aplicação apenas funciona online ou também funciona offline**

A aplicação da Todoist pode ser utilizada tanto online como offline, permitindo que o utilizador mantenha a gestão das suas tarefas independentemente da disponibilidade de ligação à internet. Em modo *offline*, o utilizador pode continuar a registar, editar e concluir tarefas normalmente, sendo que todas as alterações ficam armazenadas localmente e são sincronizadas automaticamente assim que a ligação à internet é restabelecida.

### ➤ **Disponibilidade em diferentes sistemas operativos**

A *Todoist* destaca-se pela sua ampla disponibilidade em diferentes sistemas operativos e dispositivos, oferecendo uma experiência de utilização coerente e acessível em múltiplas plataformas. A aplicação dispõe de versões premiadas para sistemas *desktop*, compatíveis com *Linux*, *macOS* e *Windows*, disponíveis em aplicação e versão para navegadores web, tais como *Google Chrome*, *Firefox* e *Microsoft Edge*. No domínio do dispositivo móvel, está disponível para dispositivos com sistemas *Android* e *iOS*. Além disso, a *Todoist* estende-se a dispositivos *wearables*, nomeadamente *Apple Watch* e *WearOS*, facilitando o acompanhamento e a gestão de tarefas diretamente a partir do pulso do utilizador. Adicionalmente, também está disponível em extensões específicas para clientes e-mail, possibilitando a conversão de mensagens em tarefas sem sair da caixa de entrada, promovendo uma abordagem mais eficiente na gestão da informação.

### ➤ **Versão web**

A plataforma está disponível para utilização tanto em versão *web* como em formato de aplicação.

### ➤ **Versão premium da app**

A plataforma pode ser utilizada de forma gratuita (plano *Beginner*), contudo também oferece dois planos premium (*Pro* e *Business*) para a subscrição do utilizador, que podem ser pagos mensalmente ou anualmente.

## **3. DESIGN DA INTERFACE**

### ➤ **Utilização de mascotes**

A *Todoist* não utiliza mascotes.

### ➤ **Cor para destacar funcionalidades**

A cor é utilizada de forma estratégica, de forma a destacar funcionalidades e informações importantes, sendo maioritariamente utilizada o vermelho. Contudo, para destacar o grau de prioridade, além do vermelho, também são utilizados o laranja e o azul para diferenciar o grau de prioridade.

### ➤ **Cor a destacar o conteúdo selecionado**

Na *Todoist*, o conteúdo selecionado, como uma tarefa, projeto ou ícone, é realçado através de alteração cromática, geralmente a vermelho, reforçando a orientação dentro da interface e melhorando a experiência de navegação e usabilidade.

➤ **Utilização de cores nas categorias e na ordem prioritária de cumprimento**

A *Todoist* permite que o utilizador aplique cores de forma estratégica para categorizar projetos e tarefas, ou definir a prioridade das tarefas, permitindo ao utilizador distinguir visualmente diferentes áreas de foco ou tipos de atividade, bem como o grau de urgência de cada tarefa.

➤ **Padrão de posicionamento de elementos na tela**

A plataforma mantém o padrão estrutural nas versões *desktop* e *mobile*, preservando a lista de tarefas como elemento central da interface. A principal diferença está no menu de navegação, que surge fixo na lateral esquerda na versão *desktop* e na parte inferior na versão *mobile*, ajustando-se à dimensão do ecrã sem comprometer a lógica de usabilidade.

➤ **Resolução/qualidade dos gráficos usados para os ícones, botões, menus, conteúdos**

*Todoist* utiliza gráficos vetoriais em ícones, botões e menus, garantindo nitidez em qualquer dispositivo. Os elementos visuais são simples, geométricos, assegurando clareza, consistência estética e usabilidade.

➤ **Utilização de ícones reconhecíveis pelo utilizador. Caso não tiverem fácil reconhecimento, estão acompanhados por texto**

A plataforma utiliza alguns ícones de fácil reconhecimento e outros que suscitam maior dificuldade, contudo, todos são acompanhados por um descritivo textual para ajudar na correta interpretação das funcionalidades.

➤ **Disposição e dimensão dos ícones, botões, menus, conteúdos no ecrã adequada**

A plataforma apresenta uma disposição consistente e adequada dos elementos na interface, garantindo clareza e facilidade de uso. No *desktop*, o menu principal é fixo na lateral esquerda, os botões e ícones possuem dimensões proporcionais para fácil clique, e a lista de tarefas ocupa a área central como foco principal. No *mobile*, o menu está presente na parte inferior do ecrã, mantendo a lista de tarefas como elemento central. A dimensão dos ícones e botões adapta-se ao tamanho do ecrã, preservando legibilidade e funcionalidade, sem comprometer o toque.

➤ **Utilização de metáforas - como cadernos ou florescimento de plantas**

Apesar de a *Todoist* não recorrer a metáforas de forma explícita, é possível identificá-las indiretamente em alguns elementos da aplicação. Por exemplo, a criação de projetos pode ser interpretada como cadernos, simbolizando agrupamentos de tarefas e organização temática. Por outro lado, a metáfora do crescimento de plantas surge

nos níveis de *Karma*, representados por ícones que se assemelham a plantas que evoluem visualmente à medida que o utilizador completa tarefas.

➤ **Evitar a adoção de botões e ícones que possam resultar em contradições e ambiguidades**

Apesar de alguns ícones serem de mais difícil reconhecimento, estes estão acompanhados por um descritivo textual garantindo a correta interpretação das funcionalidades.

➤ **Simplicidade dos ícones adotados, tais como as figuras geométricas são mais facilmente assimilados**

Os ícones adotados pela plataforma são compostos por figuras geométricas e sem muitos detalhes, garantindo nitidez em qualquer dispositivo.

➤ **Respeito e seguimento das leis da *gestalt***

A interface da *Todoist* demonstra um respeito pelos princípios da *Gestalt*. A aplicação preserva as áreas de respiro, evitando a sobrecarga informativa e permitindo uma leitura clara e organizada. As tarefas e projetos são apresentados em agrupamentos lógicos, reforçando a proximidade e a relação entre elementos. A hierarquia visual é construída através da utilização de tipografia com diferentes pesos, das cores para distinguir o grau de prioridade e da disposição dos conteúdos, guiando naturalmente a atenção do utilizador.

➤ **Linguagem visual coerente, entre todos os elementos**

Todos os elementos seguem um estilo minimalista e uniforme, com utilização de formas geométricas, linhas simples, paleta cromática sólida e tipografia *sans-serif* consistente, reforçando a identidade da marca e garantindo que a interface é intuitiva e harmoniosa. Esta uniformidade visual facilita a aprendizagem, reduz ambiguidades e cria uma experiência de utilização fluida e profissional.

➤ **Linguagem textual e visual mais simplificada**

A *Todoist* adota uma linguagem textual e visual minimalista, privilegiando clareza e objetividade. Os textos são curtos, diretos e informativos. Visualmente, a interface utiliza ícones simples, cores sólidas e uma tipografia limpa, garantindo que a informação é facilmente assimilada pelo utilizador. Esta simplificação reduz a carga cognitiva, facilita a navegação e permite que os utilizadores se concentrem nas tarefas, reforçando a eficiência e produtividade na gestão diária de atividades.

➤ **Família tipográfica grande legível**

- **Tipografia que a leitura não gere dúvidas sobre o conteúdo escrito**

A tipografia adotada é sem serifa e garante um grande nível de legibilidade, evitando erros de leitura do conteúdo escrito

- **Família tipográfica com diferentes pesos para reforçar a hierarquia**

A família tipográfica adotada permite a exploração de diferentes pesos, nomeadamente negrito, itálico e regular, contribuindo para reforçar a hierarquia da informação.

- **Utilização de uma tipografia caligráfica, para ajudar a aproximar a escrita à mão.**

O *Todoist* não utiliza tipografia caligráfica na sua interface.

#### **4. INTERFACE**

➤ **Utilização segura**

A *Todoist* garante uma utilização segura através da adoção de medidas que visam garantir a proteção dos dados pessoais dos utilizadores, em conformidade com a Lei Geral da Proteção de Dados.

➤ **Tem custos associados**

A utilização da aplicação não acarreta custos ao utilizador, exceto quando este opta pela subscrição de um plano premium, que requer pagamento mensal ou anual.

➤ **Disponibilidade em sistemas operativos e features**

*Todoist* está disponível em múltiplos sistemas operativos, tais como *Linux, Mac, Windows, iPhone, iPad, Android, Apple Watch* e *WearOS*, versão de aplicação móvel (para *desktop* e *mobile*) ou *web* (compatível com os navegadores: *Chrome, Microsoft Edge, Firefox, Safari* e *Opera*).

➤ **A aplicação foi validada a nível de usabilidade e exequibilidade**

A *Todoist* foi validada a nível de usabilidade, destacando-se pela sua interface minimalista, coerente e intuitiva, que facilita a aprendizagem do utilizador. Em termos de exequibilidade da aplicação, comprova-se pela sua ampla adoção global, com milhões de utilizadores ativos, e pela disponibilidade em múltiplas plataformas e sistemas operativos, assegurando consistência na experiência de utilização.

➤ **A aplicação é fácil de utilizar**

A interface é fácil de utilizar uma vez que as principais funcionalidades são intuitivas e não necessitam de muitos toques ou cliques para efetuar as operações.

➤ **Botões e termos reconhecíveis**

Os botões da *Todoist* são representados por ícones de *design* minimalista, a partir de formas geométricas, alguns de reconhecimento imediato e outros menos intuitivos. Contudo, são acompanhados por descrições textuais, o que facilita a navegação e reduz ambiguidades na interação do utilizador.

➤ **Eficiência na utilização**

De forma geral, a plataforma revela uma utilização eficiente, sendo que as principais funcionalidades são intuitivas e acessíveis, não necessitando de muitos cliques para as utilizar. Contudo, a componente de gamificação através do sistema de *Karma*, embora acrescente valor motivacional, não é tão imediata, exigindo exploração e aprendizagem adicionais por parte do utilizador.

➤ **Fácil aprendizagem para a utilização**

*Todoist* apresenta uma curva de aprendizagem moderada. As funcionalidades centrais são fáceis de entender e utilizar, porém o sistema de gamificação, por não ser tão visível e intuitivo, requer uma maior exploração da plataforma.

➤ **Legibilidade - aspetos que dificultam ou facilitam a leitura da informação, tais como cores, contrastes, espaçamento entre parágrafos, tamanho da letra**

*Todoist* garante uma legibilidade elevada através da combinação de tipografia sem serifa, tamanhos de letra consistentes e cores com bom contraste em relação ao fundo. O espaçamento entre linhas e elementos é adequado, evitando sobrecarga visual e facilitando a leitura rápida das tarefas. A utilização de cores para prioridades e categorias também contribui para uma distinção imediata entre itens, sem comprometer a clareza.

○ **As interações são intuitivas (toques, *swipes*, *scrolls*)**

As interações na *Todoist* são intuitivas e consistentes, recorrendo a gestos familiares como toques, *swipes* e *scrolls* em dispositivos móveis, e a cliques em *desktop*. Por exemplo, tarefas podem ser concluídas com um simples toque no ícone de verificação ou a opção de seleccioná-las através de um *swipe* lateral.

➤ **Flexibilidade de caminhos de navegação - oferece mais de que uma opção de atalhos para alcançar o mesmo objetivo**

A *Todoist* permite que o utilizador realize a mesma ação de diferentes formas, adaptando-se às preferências individuais. Por exemplo, para gerir uma tarefa, o utilizador pode aceder ao menu de três pontos ou optar pelo *swipe* lateral no

dispositivo móvel. De igual modo, a criação ou conclusão de tarefas pode ser feita tanto por botões dedicados como por interações diretas na lista.

- **Todos os botões contêm ligações**

Na *Todoist*, todos os botões e ícones são interativos, estabelecendo ligações diretas às funcionalidades correspondentes.

- **Boa organização e fácil recordação**

A *Todoist* apresenta uma interface organizada e de fácil memorização. Na versão *desktop*, o menu lateral mantém-se sempre visível e a lista de tarefas destaca-se no centro, o que facilita a recordação das funcionalidades. Já na versão *mobile*, o menu é apresentado na parte inferior, mantendo a lista de tarefas, preservando a mesma lógica de navegação. De forma geral, a aplicação garante uma memorização rápida das funcionalidades. Contudo, o acesso ao sistema de gamificação (*Karma*) revela-se menos imediato, por estar localizado em menus secundários e não integrado diretamente no fluxo principal da utilização.

- **A navegação é lógica, apropriada, precisa e de fácil aprendizagem**

A curva de aprendizagem é moderada, uma vez que, apesar de as funcionalidades principais serem de fácil aprendizagem e navegação lógica, o sistema de gamificação requer uma maior exploração da plataforma para o utilizador.

- **Densidade de informação adequada para uma boa experiência para o utilizador**

Na *Todoist*, a densidade de informação é apenas a necessária para que o utilizador compreenda as funcionalidades e realize as suas tarefas sem sobrecarga cognitiva. A aplicação mostra o essencial no ecrã principal (lista de tarefas, prioridades, datas), enquanto mantém os detalhes secundários escondidos em menus ou opções adicionais, acessíveis apenas quando o utilizador decide explorá-los.

- **Rapidez e funcionalidade dos *features* (ex.: menu e botões)**

A *Todoist* assegura uma resposta rápida e eficiente nas interações com os seus principais recursos, como menus, botões e ícones. A navegação é fluida, com transições curtas permitindo que o utilizador execute ações de forma imediata. Os botões apresentam-se funcionais e intuitivos, conduzindo diretamente às funcionalidades correspondentes.

- **As informações e dados devem ser precisos, de forma a evitar erros**

A *Todoist* garante que as informações e dados apresentados são claros e precisos, com o intuito de minimizar os riscos de erros na gestão de tarefas. Por exemplo, ao eliminar uma tarefa ou projeto, a aplicação requer a necessidade de confirmação da ação de

forma a prevenir erros. Ademais, os botões são todos acompanhados por descritivos, garantindo o reconhecimento das informações.

➤ **Compatibilidade e Similaridade das aplicações nos diferentes ecrãs (computador, *tablet*, telemóvel)**

A *Todoist* está disponível em diferentes dispositivos, com ecrãs de diferentes dimensões, nomeadamente computadores, tablets e telemóveis. A plataforma garante a similaridade entre ecrãs, apresentando apenas diferenças devido à dimensão dos ecrãs, nomeadamente a localização do menu de navegação.

## 2.2.10. Comparação das Plataformas

O presente capítulo tem como objetivo comparar as interfaces analisadas, recorrendo à apresentação sistematizada em tabelas.

**Tabela 1: Tabela comparativa das funcionalidades (Fonte: autora, 2025)**

Funcionalidades	Notion	xTiles	Evernote	Habitica	Trello	Todoist	Observações
<b>Autenticação do utilizador, através da criação de conta na aplicação</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	A utilização requer a criação de uma conta
<b>Sincronização entre aplicações, isto é, ferramenta que facilite a iniciar sessão em diferentes aplicações em simultâneo</b>	✓	✓	✓	✗	✓	✓	
<b>Conectado em diferentes dispositivos em simultâneo</b>	✓	✓	—	✓	✓	✓	O <i>Trello</i> no plano grátis só permite ao utilizador ter a sessão iniciada num dispositivo de cada vez
<b>Introdução e ajuda na utilização</b>	✓	✓	—	✓	✓	✓	
<b>Possibilidade de escolha de idiomas</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Política de privacidade transparente: O utilizador é informado sobre o</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	

<b>tratamento de seus dados</b>							
<b>A aplicação é personalizável</b>	✓	✓	—	—	✓	—	
<b>Possibilidade de gamificação</b>	✗	✗	✗	✓	✗	✓	
<b>A aplicação contém incentivos</b>	✓	✗	—	✓	—	✓	
<b>Desafios a ser cumpridos</b>	✗	✗	✗	✓	—	✓	
<b>Categorização das metas, personalização das metas, classificação das metas</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Descrição de tarefas, período de duração, frequência</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Feedback e estatísticas sobre as tarefas</b>	✗	—	✗	✓	✓	✓	
<b>Possibilidade de adicionar comentários em cada tarefa</b>	✓	✓	✗	—	✓	✓	A <i>Habitica</i> permite adicionar comentários quando as tarefas fazem parte dos grupos ou desafios
<b>Botão <i>check</i> para as tarefas concluídas</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Separação por categorias</b>	✓	✓	—	✓	✓	✓	

Lembretes e alarmes sobre tarefas	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
Histórico de tarefas	—	✓	✗	✓	—	✓	
Indicador de atividade, isto é, momentos em que os utilizadores estão ativos ou em pausa	—	✗	✗	—	—	—	
Opção de visualização de tarefas do dia na interface	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<i>Dashboard</i> com percentagem da atividade	✓	✗	✗	—	✓	✓	
Opção de armazenar ideias para organizá-las mais tarde	✓	✓	✓	—	✓	—	
Possibilidade de anexar informações ou documentos externos	✓	✓	✓	—	✓	✓	Os planos limitam os documentos que podem ser anexados, por peso ou quantidade
Possibilidade de <i>feedback</i> de forma de forma a evitar erros e prevenir perdas de dados	✓	✓	✓	✓	—	✓	
A aplicação apenas funciona <i>online</i> ou	✓	✓	✓	✓	✓	✓	As aplicações funcionam de

<b>também funciona offline</b>							forma offline, mas com funcionalidades limitadas
<b>Disponibilidade em diferentes sistemas operativos</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Versão web</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Versão <i>premium</i> da app</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	

**Tabela 2: Tabela comparativa do design de interface (Fonte: autora, 2025)**

	<i>Notion</i>	<i>xTiles</i>	<i>Evernote</i>	<i>Habitica</i>	<i>Trello</i>	<i>Todoist</i>	Observações
<b>Utilização de mascotes</b>	✗	✗	✗	✗	✓	✗	
<b>Cor para destacar funcionalidades</b>	✗	✓	✓	✓	✗	✓	
<b>Cor a destacar o conteúdo selecionado</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Utilização de cores nas categorias e na ordem prioritária de cumprimento</b>	✓	✓	✓	✗	✓	✓	O <i>Evernote</i> utiliza cor e pontos de exclamação. No <i>Notion</i> , no <i>xTilves</i> e no <i>Trello</i> as cores são definidas pelo utilizador
<b>Padrão de posicionamento de elementos na tela</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Resolução/qualidade dos gráficos usados</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	

<b>para os ícones, botões, menus, conteúdos</b>							
<b>Utilização de ícones reconhecíveis pelo utilizador. Caso não tiverem fácil reconhecimento, estão acompanhados por texto</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Disposição e dimensão dos ícones, botões, menus, conteúdos no ecrã adequada</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Utilização de metáforas - como cadernos ou florescimento de plantas</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Evitar a adoção de botões e ícones que possam resultar em contradições e ambiguidades</b>	✓	✓	✓	✓	✓	—	Na todoist apesar de alguns ícones serem de mais difícil reconhecimento são acompanhados por descritivo
<b>Simplicidade dos ícones adotados, tais como as figuras geométricas, são mais facilmente assimilados.</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	

<b>Respeito e seguimento das leis da <i>gestalt</i></b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Linguagem visual coerente, entre todos os elementos</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Linguagem textual e visual mais simplificada</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Tipografia que a leitura não gere dúvidas sobre o conteúdo escrito</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Família tipográfica com diferentes pesos para reforçar a hierarquia</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Utilização de uma tipografia caligráfica, para ajudar a aproximar a escrita à mão.</b>	✗	✗	✗	✗	✗	✗	Nenhuma das plataformas analisadas faz uso de tipografia caligráfica

**Tabela 3: Tabela comparativa do design de interface (Fonte: autora, 202)**

	<b>Notion</b>	<b>xTiles</b>	<b>Evernote</b>	<b>Habitica</b>	<b>Trello</b>	<b>Todoist</b>	<b>Observações</b>
<b>Utilização segura</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Tem custos associados</b>	✗	✗	✗	✗	✗	✗	As plataformas não contem custos associados a não ser que

							sejam subscritos os conteúdos <i>premium</i>
<b>Disponibilidade em sistemas operativos e <i>features</i></b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>A aplicação foi validada a nível de usabilidade e exequibilidade</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Botões e termos reconhecíveis</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Eficiência na utilização</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Fácil aprendizagem para a utilização</b>	—	✓	✓		✓	✓	
<b>Legibilidade - aspetos que dificultam ou facilitam a leitura da informação, tais como cores, contrastes, espaçamento entre parágrafos, tamanho da letra</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>As interações são intuitivas (toques, <i>swipes</i>, <i>scrolls</i>)</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Flexibilidade de caminhos de navegação - oferece mais de que uma opção de</b>	✓	✓	✓	✓	✗	✓	

<b>atalhos para alcançar o mesmo objetivo</b>							
<b>Todos os botões contêm ligações</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Boa organização e fácil recordação</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>A navegação é lógica, apropriada, precisa e de fácil aprendizagem</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Densidade de informação adequada para uma boa experiência para o utilizador</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Rapidez e funcionalidade dos <i>features</i> (ex.: menu e botões)</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>As informações e dados devem ser precisos, de forma a evitar erros</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	
<b>Compatibilidade e Similaridade das aplicações nos diferentes ecrãs (computador, <i>tablet</i>, telemóvel)</b>	✓	✓	✓	✓	✓	✓	

## Síntese do capítulo

Neste capítulo foram analisadas diversas plataformas que revelam diferentes abordagens para apoiar à organização e planeamento, sendo adaptadas a diferentes necessidades dos utilizadores. *Notion* e *xTiles* destacam-se por serem altamente personalizáveis, permitindo o desenvolvimento de espaços de trabalho a partir do zero, com integração dos *templates*. O *Evernote* destaca-se por ser uma ferramenta de anotações, permitindo a sua organização através de cadernos e blocos de notas. O *Habitica* diferencia-se pela gamificação, transformando tarefas em desafios e recompensas que motivam o utilizador através de uma estética lúdica. O *Trello* aposta em quadros *Kanban*, oferecendo uma gestão visual de projetos individuais ou colaborativos. Por fim, o *Todoist* privilegia a simplicidade e eficiência, com listas de tarefas, prioridades e lembretes que favorecem a produtividade imediata. Adicionalmente oferece a possibilidade de gamificação, através da definição de metas.

Analisando as plataformas no que diz respeito à identificação de funcionalidades que possuem e que possam interessar a *designers* e estudantes de *design*, aquando do desenvolvimento de projetos de *design*, importa destacar: possibilidade de adicionar inspirações, *upload* e armazenamento de arquivos de *design*, espaço para anotações, *upload* de *briefings* e materiais de referência, possibilidade de criar *moodboards* digitais dentro da plataforma, quadro em branco para estruturar os projetos.

Relativamente à identidade visual, apesar de serem diferenciadas, estas apostam em comum na adoção de tipografia que garanta a legibilidade. Ainda é possível verificar, de forma geral a adoção de uma paleta cromática com cores vivas, cuja aplicação auxilie a experiência do utilizador.



## Capítulo III - Desenvolvimento projetual

O presente capítulo corresponde à fase de desenvolvimento do projeto. Neste sentido, o projeto assenta em dois momentos fundamentais, o desenvolvimento da aplicação digital, concebida para apoiar designers e estudantes de design na sua organização pessoal, no planeamento das atividades e na gestão de projetos e a criação da respetiva marca e o seu sistema de identidade visual, que asseguram diferenciação e coerência comunicacional.

A marca nasce assim da criação de uma solução digital concebida para auxiliar *designers* e estudantes de *design* na sua organização pessoal, planeamento e gestão de projetos e estudo. Assim, a sua origem está intrinsecamente ligada ao processo de desenvolvimento da aplicação, funcionando como a representação simbólica e comunicacional da ferramenta. Desta forma, a marca é concebida da necessidade de conferir personalidade, reconhecimento e consistência à aplicação, garantindo que esta seja percebida como uma solução diferenciada e relevante no universo das aplicações de planeamento e organização.

### 3.1 Identidade de Marca

A identidade da presente marca foi concebida para dar forma e consistência à solução digital desenvolvida, assegurando que a aplicação não seja apenas uma ferramenta funcional, mas também um produto com personalidade própria, capaz criar ligação emocional com os seus utilizadores.

Com base no modelo de Aaker (1997) a personalidade da marca centra-se nas dimensões de sinceridade e competência. A marca manifesta-se como confiável, organizada e responsável, e ao mesmo tempo motivadora e amigável.

A **missão** da marca traduz-se em facilitar e motivar o planeamento e a organização profissional, educacional e pessoal de designers e estudantes de design.

A **visão** da marca projeta-se no futuro como a ferramenta de organização e planeamento mais utilizada por designers.

Relativamente aos **valores**, a marca apresenta-se como organizada, garantindo clareza e estrutura na gestão de tarefas; motivadora, ao incentivar os utilizadores a alcançarem os seus objetivos e concluírem as suas atividades; criativa,

proporcionando espaço para explorar ideias e soluções visuais; e colaborativa, fomentando o trabalho em equipa e a partilha de processos.

## 3.2. Posicionamento

A marca posiciona-se como uma solução digital de organização e planeamento para designers, que integra três dimensões essenciais, que são a profissional, académica e pessoal, num único espaço. Assume-se como uma aplicação que permite ao utilizador uma experiência coesa e centralizada, que contribui para maximizar a produtividade, ajudando a estruturar tarefas, acompanhar projetos e explorar ideias de forma organizada e intuitiva.

Desta forma, a identidade da marca Plannie assenta numa **promessa** clara: “Maximiza tua produtividade, planificando o teu dia a dia”. Esta afirmação traduz a essência da marca, que se fundamenta na diferenciação, motivação e organização.

## 3.3. Público-alvo

O público-alvo da aplicação é constituído por designers, abrangendo os profissionais já inseridos no mercado, aqueles que estão em formação académica, ou os que se integram em ambos os grupos. Adicionalmente, está principalmente para aqueles que dentro deste grupo que enfrentam necessidades específicas relacionadas com a organização e planeamento, tais como procrastinação, sobrecarga de tarefas, interrupções/distrações, falta de tempo e dificuldade em definir prioridades, não saber por onde começar, dificuldade de equilíbrio entre tarefas, falta de motivação e cansaço.

A delimitação deste público permite posicionar a marca de forma estratégica no universo do design, assegurando que a solução responde às exigências reais de quem procura estruturar tarefas, gerir projetos e potenciar a sua produtividade sem comprometer a dimensão criativa.

Assim, de forma a representar os utilizadores ideais da plataforma, foram desenvolvidas cinco *personas*. Cada uma delas foi elaborada levando em conta detalhes como nome, idade, profissão, personalidade, gostos, necessidades, problemas e objetivos. Estas *personas* ajudam a entender melhor as características, expectativas e demandas dos diferentes tipos de utilizadores que identificamos, servindo como referências importantes durante o processo de criação e validação da solução da ferramenta desenvolvida.

### **Persona 1: estudante de design**

**Nome:** Maria

**Idade:** 19 anos

**Personalidade:** curiosa, criativa, desorganizada, desconcentrada

**Gostos:** Desenhar, explorar inspirações em ferramentas visuais e criativas

**Ocupação:** É estudante deslocada da Licenciatura em *Design* de Comunicação.

**Necessidades:** gerir os prazos académicos, organizar os trabalhos em grupo

**Problemas:** Procrastinação, dificuldade em gerir trabalhos, não saber por onde começar

**Objetivos:** Tornar-se mais organizada, combater o stress do final de semestre. Criar um portfólio sólido e competitivo, com os projetos que desenvolve no curso. Ter a primeira experiência profissional na área.

### **Persona 2: Trabalhador-estudante**

**Nome:** Duarte

**Idade:** 22 anos

**Personalidade:** focado, determinado, disciplinado

**Gostos:** apps de controle de tempo

**Ocupação:** trabalho *part-time* a conciliar com mestrado em *Design* de Comunicação

**Necessidades:** Conciliar trabalho com a universidade. Ter mais tempo para si e para descansar.

**Problemas:** falta de tempo, dificuldade em manter o foco, cansaço.

**Objetivos:** Não falhar as entregas. Completar o mestrado com sucesso. Construir um portfólio competitivo.

### **Persona 3: Freelancer**

**Nome:** Inês

**Idade:** 35 anos

**Ocupação:** Trabalha como *freelancer*

**Personalidade:** independente, criativa, perfeccionista, inovadora

**Gostos:** trabalhar em cafés acolhedores e espaços de *coworking*, explorar plataformas como *Behance* e *Dribbble*, para arranjar inspirações

**Necessidades:** Gerir melhor o fluxo de trabalho, manter a organização dos projetos e financeira, controlar prazos

**Problemas:** dificuldade em definir prioridades, equilibrar trabalho com vida pessoal, sobrecarga de trabalho, pressão

**Objetivos:** gerir melhor o fluxo de trabalho, selecionar clientes de maior valor, equilibrar tempo livre e crescer profissionalmente.

#### **Persona 4: trabalhador por conta de outrem**

**Nome:** Ricardo

**Idade:** 28 anos

**Ocupação:** Trabalha numa empresa de *Design* de Comunicação

**Personalidade:** dificuldade de concentração, dificuldade em gerir e conciliar trabalho com vida pessoal

**Gostos:** assistir séries e filmes para relaxar, *apps* minimalistas, passar tempo com as pessoas que gosta, investigar sobre *design* e realizar cursos rápidos

**Necessidades:** gerir projetos em equipa, acompanhar reuniões e prazos corporativos, equilibrar vida familiar.

**Problemas:** Excesso de interrupções e distrações, Dificuldade em manter tudo organizado

**Objetivos:** separar vida profissional e pessoal, manter-se atualizado em design, crescer na carreira.

#### **Persona 5: trabalhador por conta própria**

**Nome:** Joana

**Idade:** 40 anos

**Ocupação:** Proprietário de um estúdio de *design*

**Personalidade:** exigente, ambiciosa, líder, perfeccionista

**Gostos:** manter-se informada sobre tendências de design e negócios, ir a conferências internacionais

**Necessidades:** gerir equipa criativa, planejar estratégias de negócio,

**Problemas:** sobrecarga mental, falta de tempo, dificuldade em manter tudo organizado

**Objetivos:** otimizar gestão do tempo, ter visibilidade clara de projetos e da equipa, expandir o estúdio a nível internacional, posicioná-lo como referência em design

### 3.4 Sistema de Identidade Visual

Neste capítulo será elaborado o sistema de identidade visual da marca, com base no modelo proposto por Oliveira (2013) (consultar no capítulo I – Enquadramento Teórico).

#### Elementos Básicos

A escolha do **nome** da marca constitui um ponto de partida fundamental para a definição da identidade de qualquer projeto, sendo nesta fase inicial essencial investir na exploração de diferentes possibilidades que estejam em consonância com a visão e os objetivos previamente delineados. O processo de seleção desenvolveu-se em três etapas principais: *brainstorming*, pesquisa e validação.

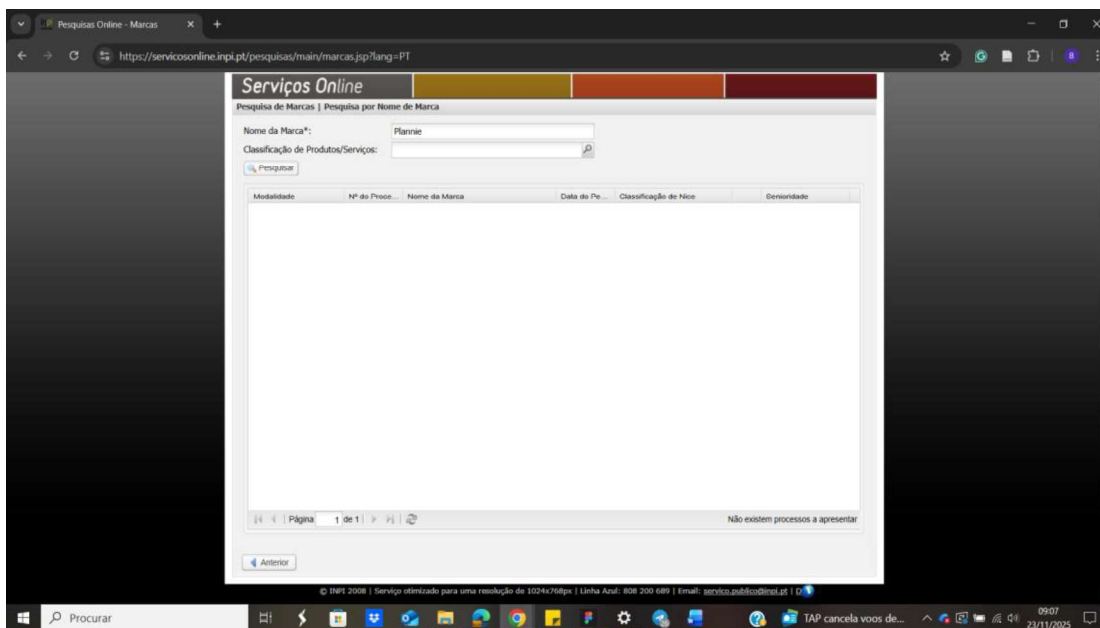
No momento de *brainstorming* foi elaborada uma lista de nomes relacionados com os propósitos e valores da marca, a partir da qual se geraram diversas propostas capazes de representar a identidade pretendida. Seguiu-se a fase de pesquisa, onde se procedeu à análise crítica das opções, selecionando os nomes que melhor correspondiam ao posicionamento desejado.

Por fim, na etapa de validação, as propostas finais foram verificadas quanto à sua disponibilidade legal através da consulta ao Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI).

Desta forma, chegou-se ao nome Plannie, resultante da combinação entre *plan* e *planning* (termos em inglês que significam “planeamento”), acrescido do sufixo estilizado *-nie*, que confere ao nome um carácter criativo, distintivo e mais amigável.

O nome evidencia-se pela sua simplicidade fonética e pela facilidade de memorização, atributos essenciais num ecossistema digital marcado por elevada concorrência e pela necessidade de diferenciação.

Assim, Plannie traduz de forma eficaz a proposta de valor da aplicação, remetendo diretamente para os principais objetivos da marca: o planeamento, a organização e a gestão de projetos, com especial enfoque no contexto dos designers. Por fim, importa salientar que o nome selecionado não apresenta registo no INPI (**figura 85**) reforçando a sua viabilidade enquanto elemento básico para o projeto.



**Figura 83: Captura de ecrã à página do INPI**

### **Paleta Cromática**

A paleta cromática foi cuidadosamente definida de forma a criar uma atmosfera coerente e harmoniosa para a identidade visual Plannie. Assim, a paleta cromática definida é composta por quatro cores distintas. Esta escolha está associada à necessidade de uma cor para a marca e três outras cores para representar cada uma das categorias em que se divide a aplicação, que são projetos, estudos e vida pessoal. Cada cor foi selecionada com base em critérios de contraste, legibilidade e associação simbólica, garantindo consistência. A cor definida como cor da marca foi o roxo (código hexadecimal #674791), que é associada à criatividade, imaginação e sabedoria, reforçando o carácter institucional da identidade. Para a categoria de projetos foi associado o vermelho (código hexadecimal #e64d49), uma vez que a cor remete a energia, dinamismo e urgência. O azul (código hexadecimal #4e4d97) foi a cor atribuída à categoria de estudos, que remete à estabilidade e concentração. Por fim, a vida pessoal é representada por laranja (código hexadecimal #f3946b), que sugere acolhimento, proximidade e acessibilidade. **(figura 86)**

Com o intuito de garantir acessibilidade visual, foram realizados testes de simulação de daltonismo, contemplando três tipos de deficiência de visão cromática: *protanopia*, *deuteranopia* e *tritanopia*. As simulações demonstraram que, em casos de protanopia e deuteranopia, algumas cores tendem a aproximar-se visualmente, embora o contraste se mantenha suficiente para assegurar a sua diferenciação. Relativamente, à *tritanopia*, a perceção cromática permite distinguir claramente as

quatro cores, assegurando a eficácia comunicacional do sistema cromático em diferentes contextos de visão. (figura 87 e 88)

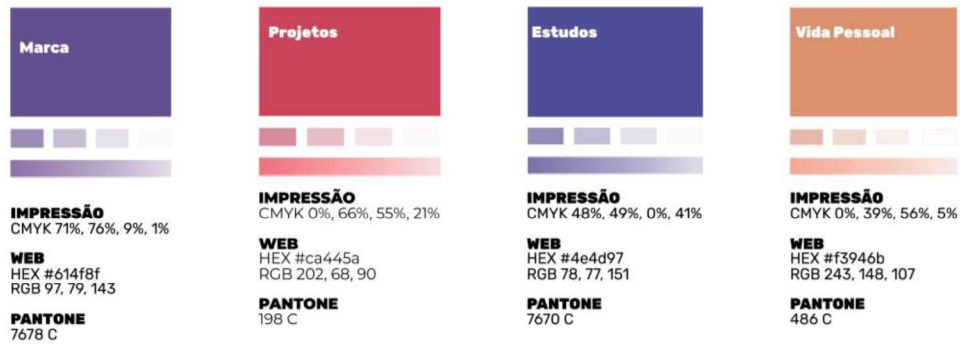


Figura 84: Paleta Cromática (Fonte: autora, 2025)

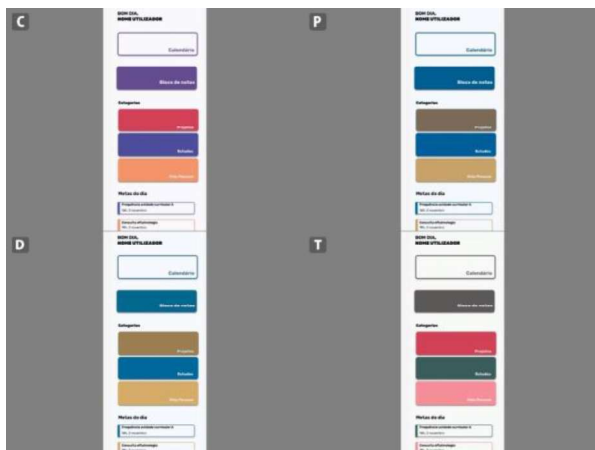


Figura 85: Resultado do estudo de cor (Fonte: Asada (2019) <https://asada.website/webCVS/>)



Figura 86: Captura de ecrã ao teste cromático (Fonte: autora, 2025)

## Tipografia

A escolha de uma fonte forte e adequada desempenha um papel crucial no processo da comunicação da marca, pois esta não afeta apenas a legibilidade e a clareza da comunicação, mas também transmite a personalidade e os valores da marca nos diversos suportes de comunicação.

Rubik foi a família tipográfica escolhida para identidade visual da marca (**figura 89**), por se tratar de uma fonte *sans serif* geométrica, que combina simplicidade e modernidade com elevada legibilidade. A sua estrutura equilibrada e versátil permite a aplicação em diversos suportes e em diferentes dimensões textuais, desde elementos mais concisos até conteúdos extensos, assegurando consistência e uniformidade visual. Adicionalmente, a variedade de pesos disponibilizada pela família tipográfica garante flexibilidade na hierarquia da informação, possibilitando destacar títulos, subtítulos e corpo de texto de forma harmoniosa e coerente. Neste sentido, esta fonte revela-se adequada para ambientes digitais, favorecendo a leitura em diferentes suportes, nomeadamente em aplicações móveis.

## Família Rubik

Desenhada por Hubert e Fischer, Meir Sadan, Cyreal, Daniel Grum e Omaira Dajani, em 2015.

Esta fonte é aplicada nos suportes de comunicação.

**A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z**

**a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z**

**0 1 2 3 4 5 6 7 8 9**

**Figura 87: Tipografia Rubik (Fonte: autora, 2025)**

## Logótipo

A conceção do **logótipo** Plannie considerou um símbolo tipográfico e um logótipo. **(figura 90)**

A construção do símbolo tipográfico oferece dupla leitura, por um lado a letra “P” estilizada, inicial da marca, que remete diretamente ao nome da mesma; por outro, a forma de um clipe, que acrescenta uma dimensão prática e simbólica, evocando o ato de prender e organizar documentos, uma metáfora visual clara da função da aplicação. Assim, a sua forma estilizada evoca simultaneamente a ideia de organização, fluidez e tecnologia.

O logótipo é constituído pelo nome “Plannie”, apresentado na fonte tipográfica *Rubik Medium*, que complementa o símbolo tipográfico e assegura legibilidade. A combinação entre símbolo e logótipo resulta numa marca gráfica harmoniosa. A escolha cromática recai estrategicamente sobre o roxo (código #674d91), cor tradicionalmente associada à criatividade, sofisticação e inovação, aproximando-a do seu público-alvo que são os designers gráficos e estudantes de design.



**Figura 88: Logótipo da Plannie (fonte: autora, 2025)**

## Elementos complementares

Relativamente aos **grafismos (figura 91)** desenvolvidos, estes foram concebidos de forma criteriosa para atuar como extensões complementares do símbolo tipográfico. Derivados diretamente dos seus planos, mantêm a linguagem visual e asseguram aplicabilidade em diversos suportes e contextos. Esta abordagem reforça a mensagem da marca ao criar elementos visuais consistentes e interligados, capazes de ampliar a força comunicativa da identidade e consolidar a sua presença de forma clara e distintiva.



**Figura 89: Grafismos (fonte: autora, 2025)**

## Elementos Aplicados

De forma a assegurar a consistência e a coerência do sistema de identidade visual da marca, este é aplicado de maneira uniforme em todos os suportes desenvolvidos. A aplicação móvel, em particular, incorpora os elementos definidos na identidade visual, integrando de forma harmoniosa os grafismos, a tipografia e a paleta cromática estabelecida, garantindo uma experiência visual sólida e alinhada com os valores da marca.

•

## Manual de identidade Visual

O manual de identidade visual desenvolvido estabelece diretrizes para a aplicação consistente da identidade visual da marca, incluindo o uso das tipografias, paleta cromática, bem como grafismos. O objetivo deste documento é garantir a uniformidade da própria identidade visual, em todos os suportes de comunicação, reforçando a identidade visual estabelecida

O manual de identidade visual pode ser consultado no apêndice V.

## 3.5 UX Design

O desenvolvimento de uma aplicação móvel assume um papel central neste projeto, sendo a materialização do mesmo. A aplicação é concebida como resposta prática às necessidades identificadas na fase inicial de investigação, funcionando como o principal artefacto que traduz os objetivos do estudo em soluções concretas e funcionais.

Este ponto apresenta o percurso de desenvolvimento do projeto, estruturado em três fases complementares: investigação, aplicação e *feedback*.

A fase de investigação permitiu compreender o contexto do problema, identificar lacunas na experiência dos utilizadores e reunir fundamentos teóricos e práticos que orientaram as decisões de design.

Na fase de aplicação, procedeu-se à construção do protótipo funcional da aplicação no *Figma*, com especial atenção à estrutura de navegação, à clareza das interações e à adequação das funcionalidades às expectativas dos utilizadores.

Esta etapa representou a concretização das ideias exploradas, através de testes internos e validações iterativas.

Por fim, a fase de *feedback* envolveu a realização de testes de usabilidade com utilizadores reais, permitindo avaliar a eficácia da solução, identificar pontos críticos e recolher *insights* valiosos para futuras melhorias. Esta abordagem garantiu que o desenvolvimento fosse sustentado por evidência empírica e centrado na experiência do utilizador.

Assim, este ponto do capítulo documenta o processo de transformação de uma ideia em produto, evidenciando o rigor metodológico e a preocupação constante com a qualidade da interação e a utilidade da aplicação desenvolvida.

### 3.5.1 Fase de Investigação

Nesta primeira fase procurou-se conhecer o público e a concorrência, através de duas técnicas de investigação, questionários e estudo de casos.

De forma a compreender o público começou-se por definir o público a que se destina esta aplicação, que são os designers e estudantes de design. A uma amostra deste público aplicou-se um questionário que permitiu compreender os seus problemas, necessidades e referências. O estudo encontra-se detalhado acima no relatório. A partir do questionário foi possível identificar funcionalidades valorizadas pelos participantes, que refletem as suas perspetivas numa aplicação. Assim, é de destacar, a possibilidade de visualização de tarefas mensal, semanal e diária, a possibilidade de receber notificações de compromissos, escrever notas rápidas, possibilidade de marcar tarefas como concluídas. Ainda, são destacadas também funcionalidades como personalização, colaboração em tempo real, possibilidade de riscar/fazer *check* de tarefas opções de gamificação, ou recompensas, e estatísticas.

Com o intuito de analisar a concorrência, foram analisados casos no âmbito do estudo de casos (possível consultar acima no relatório, adicionar), bem como a análise breve a oito plataformas destinadas à organização, planeamento e gestão de projetos. As plataformas analisadas algumas são destinadas em específico a designers e outras a um público mais amplo.

Analisando as plataformas no que diz respeito à identificação de funcionalidades que possuem e que possam interessar a *designers* e estudantes de *design*, aquando do desenvolvimento de projetos de *design*, importa destacar: possibilidade de adicionar inspirações, *upload* e armazenamento de arquivos de *design*, espaço para anotações, *upload* de *briefings* e materiais de referência, possibilidade de criar *moodboards* digitais dentro da plataforma, quadro em branco para estruturar os projetos.

Neste sentido, com base nas informações recolhidas foram elaboradas personas que representam os possíveis utilizadores da aplicação (apresentadas no capítulo 3.3 ). As personas desenvolvidas constituíram a base do mapeamento da jornada do utilizador, que permitiu identificar as motivações centrais, que estão associadas com o cumprimento de prazos e o desejo de aumentar a produtividade. Adicionalmente também foram evidenciadas as principais dificuldades que estão associadas com a procrastinação, a sobrecarga de tarefas e a dificuldade em definir prioridades. Em paralelo, revelou oportunidades de *design* relevantes, como a

valorização de interfaces simples e intuitivas, a integração eficaz com outras plataformas, a colaboração em tempo real e a possibilidade de personalização visual.

### 3.5.2 Fase de Aplicação

Na fase de aplicação, as informações recolhidas durante a investigação são transformadas em soluções concretas de design, materializando-se na proposta da aplicação. Este momento marca a transição entre a análise e a prática, onde os dados sobre necessidades, problemas e funcionalidades identificados se convertem em soluções tangíveis.

O processo inicia-se com a arquitetura de informação, que consiste na estruturação das funcionalidades de forma lógica e hierárquica, garantindo uma navegação intuitiva e coerente com as necessidades dos utilizadores. A estrutura proposta contempla eixos principais como perfil, calendário e projetos, acessíveis a partir da página inicial, permitindo ao utilizador iniciar sessão, personalizar o perfil, visualizar compromissos e desenvolver projetos com base em *templates* ou páginas em branco (figura 92).

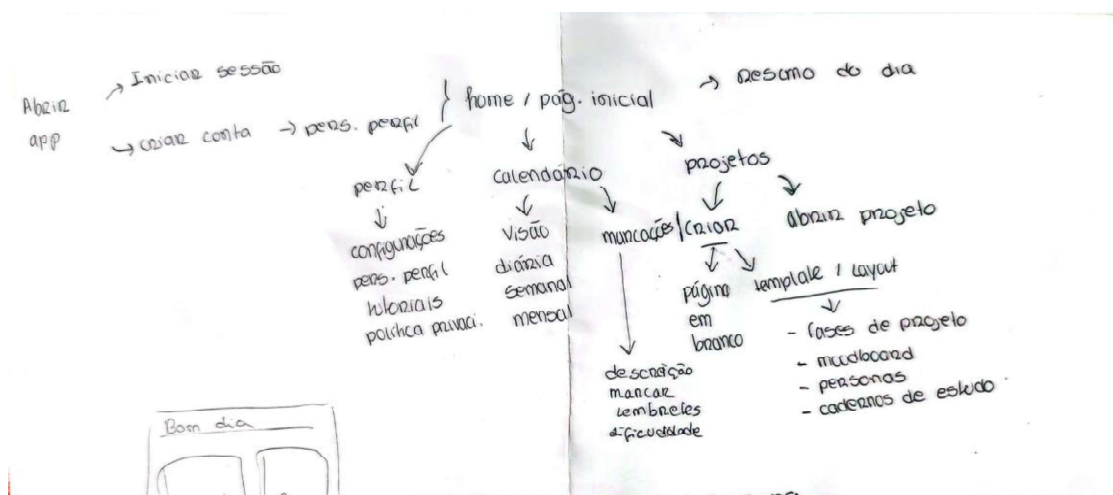


Figura 90: Arquitetura de informação (Fonte: autora, 2025)

Tendo como base na arquitetura foram desenvolvidos *wireframes*, através do *Figma* (consultar apêndice VI) que representam visualmente a disposição dos elementos na interface, facilitando a validação dos fluxos e da organização da informação.

Posteriormente, avançou-se para o desenvolvimento de protótipos de alta-fidelidade, através do *Figma*, que simulam a utilização da aplicação. O protótipo pode ser consultado no **apêndice VII**.

Ao abrir a aplicação, aparece uma página inicial ao utilizador a começar a utilização. Nesta página aparecem os grafismos definidos na identidade visual, adicionalmente aparece o logótipo, a promessa “*Maximiza a tua produtividade, planificando o teu dia a dia*”, e o ícone do *Instagram* que remete à página de *Instagram* da marca. **(figura 93)** De seguida, o utilizador é convidado a efetuar o login ou registar-se na plataforma, assegurando que a sua participação seja registada no sistema. A página mantém o *design*, contendo poucas diferenças. **(figura 94)**



**Figura 91: Abertura do protótipo (Fonte: autora, 2025)**

Se o utilizador opta pela criação de conta, o utilizador é convidado a seguir passo como colocação do nome, email, palavra-se passe, personalizar o perfil na qual terá de definir a data de nascimento e escolha do idioma, adicionar a fotografia. E, finalmente é convidado a escolher o objetivo da utilização, se a vida pessoal, projetos ou estudos, para a qual será dirigida automaticamente. **(figura 94)**

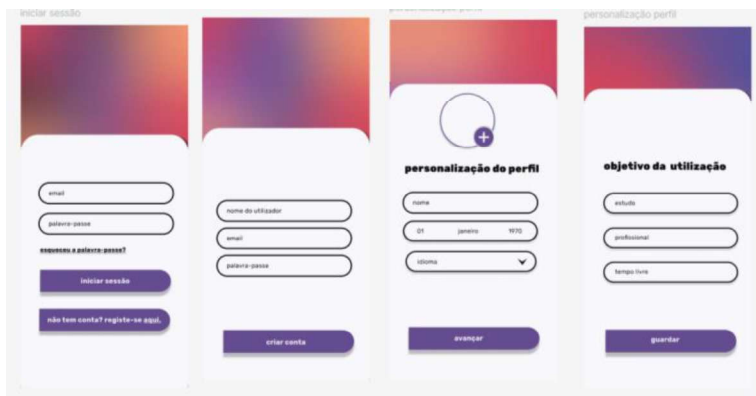


Figura 92: Processo de criação de conta (Fonte: autora, 2025)

Por outro lado, caso a opção escolhida for iniciar sessão, o utilizador terá de colocar o email e palavra-passe. De seguida, é direcionado para a página inicial, que foi concebida como o ponto central de navegação, reunindo de forma organizada as principais funcionalidades. Esta página, tem uma barra superior estão presentes quatro ícones, que permitem acessar à página fale connosco, direcionada à página de Instagram, às notificações, e às definições. Na parte central, aparece uma mensagem de bom dia ao utilizador, e abaixo a possibilidade de redirecionar ao calendário, e à página das notas rápidas. A baixo estão presentes as três categorias centrais da aplicação, Projetos, Estudos e Vida Pessoal. Por fim, no fim da página estão presentes as metas do dia, ou seja, o que necessitam de realizar no dia.



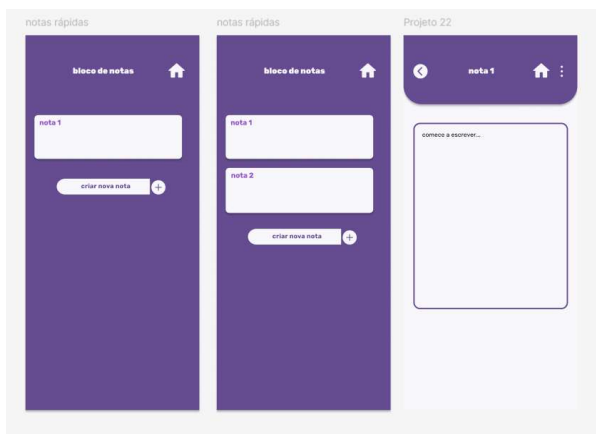
Figura 93: Página inicial da aplicação (fonte: autora, 2025)

Em relação à barra superior, o ícone do balão de fala direciona a uma página de fale connosco, onde estão informações sobre a marca o logótipo, os contactos, e a possibilidade de entrar em contacto. O ícone do *Instagram* destinará a aceder ao perfil da marca; o ícone do sino corresponde às notificações, que abre uma janela com mais recentes, e ao clicar em mais, dirige-se a uma página com as notificações do último mês. Por fim, o ícone de engrenagem remete às definições, onde poderão ser consultadas informações do perfil, de privacidade, mudar o idioma, arquivo, informação sobre a marca, e terminar a sessão. No arquivo estão os projetos, as unidades curriculares, ou a categoria de vida pessoal arquivada. Regressando à página inicial, se o utilizador escolher calendário, este é direcionado para uma página com o fundo a roxo, onde a visualização mensal surge destacada em branco. O dia selecionado aparece realçado em roxo, dentro de um quadrado branco, garantindo contraste e legibilidade. Os dias que possuem entregas ou tarefas agendadas surgem sublinhados a branco, permitindo uma identificação imediata dos compromissos. As marcações correspondentes ao dia selecionado são apresentadas na parte inferior da página, organizadas numa área branca dedicada, que facilita a leitura e a consulta rápida das tarefas associadas. **(figura 96)**



**Figura 94: Calendário na aplicação (fonte: autora, 2025)**

Caso o utilizador selecione a opção Notas Rápidas, é encaminhado para uma página dedicada onde surge a listagem das notas já existentes. Nesta secção, pode optar por aceder a uma nota previamente criada ou criar uma. As notas apresentam-se como elementos flexíveis, podendo ser compostas apenas por texto, por anexos, ou pela combinação de ambos, permitindo ao utilizador registar ideias, documentos ou imagens de forma rápida.



**Figura 95: Notas Rápidas na aplicação (Fonte: autora, 2025)**

O utilizador, a partir da página inicial, pode ainda se direccionar a uma das três categorias organizacionais: projetos, estudos ou vida pessoal. Cada uma destas categorias é apresentada com uma cor distinta, para ajudar na sua distinção, de forma visual (consultar a justificação de escolha cromática no sistema de identidade Visual, no Capítulo 3.4).

Ao escolher a categoria de projetos, é encaminhado para uma listagem que apresenta fundo vermelho e blocos brancos, onde se encontram o nome, a data de entrega, o estado de andamento e uma seta que facilita a navegação, e no final da página existe a possibilidade de criar um projeto. **(figura 98)** Dentro dos projetos **(figura 101)**, a área superior, a vermelho, integra elementos de navegação como a seta para retroceder, o ícone de casa para regressar à página inicial e o ícone de três pontos que disponibiliza opções de arquivar ou eliminar o projeto, sempre acompanhadas por uma mensagem de confirmação. **(figura 99)**



**Figura 96: Categoria projetos na aplicação (Fonte: autora, 2025)**



**Figura 97: mensagens de confirmação (Fonte: autora, 2025)**

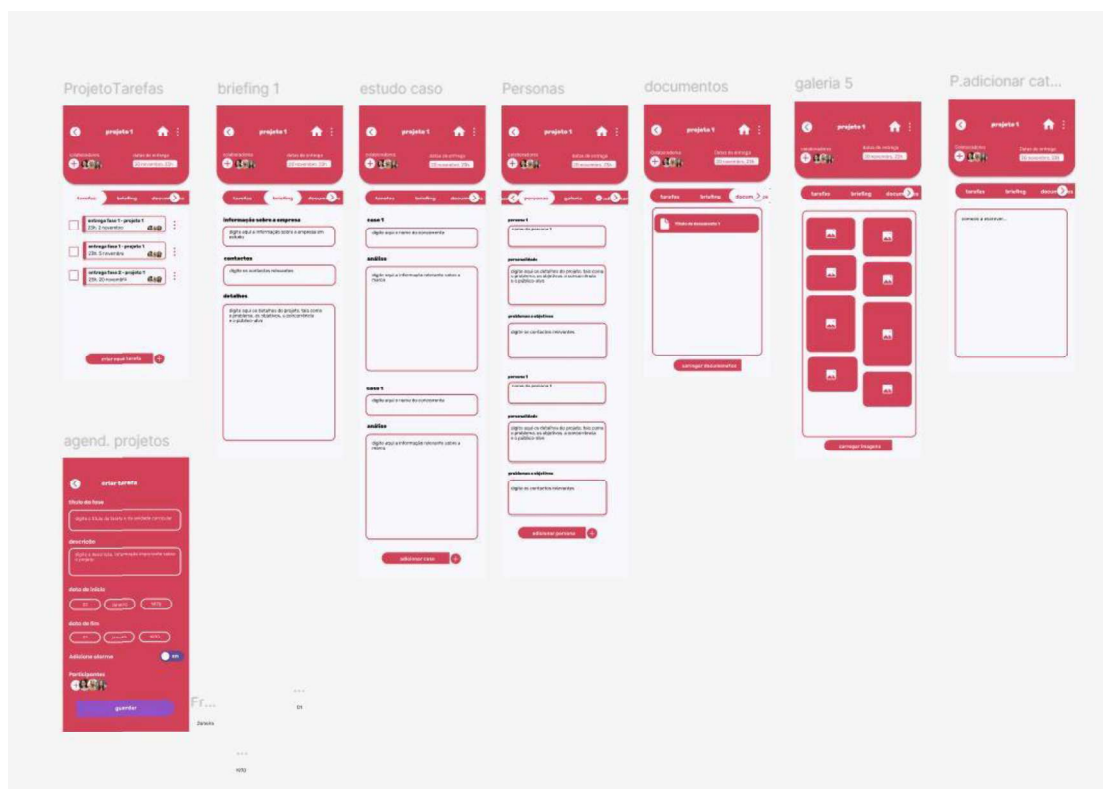
Os projetos arquivados permanecem guardados e, dentro da mesma área, surgem ainda o nome do projeto, os colaboradores, com possibilidade de convidar novos, e a data de entrega. Logo abaixo desta área está uma barra de navegação, com comportamento de *scroll* horizontal, que permite aceder às diferentes componentes oferecidas para o projeto, como tarefas, *briefings*, *personas*, estudo de casos, documentos, galerias ou adicionar categoria. A barra é vermelha, com o texto a branco, e a secção selecionada aparece destacada em branco com texto vermelho. A primeira secção apresentada é a de tarefas, onde se encontram listadas as atividades agendadas em ordem cronológica, com prioridade para as datas mais próximas, acompanhadas por *checkbox* que permitem marcar a sua conclusão. Ao concluir tarefas, surgem mensagens motivacionais como “Excelente trabalho! Completaste todas as tarefas do teu dia” ou “Completaste uma tarefa do teu dia”. **(figura 100)**



**Figura 98: mensagens motivacionais (Fonte: autora, 2025)**

Nesta mesma secção é possível criar tarefas, adicionando título, descrição, datas de início e fim, alarme opcional e participantes. As restantes secções oferecem funcionalidades específicas: os briefings apresentam sugestões de preenchimento com dados da empresa ou marca, contactos e detalhes do projeto; o estudo de casos

permitem registar concorrentes e respetivas informações, com possibilidade de duplicação; a secção de documentos destina-se a anexar ficheiros externos, como *pdf*; a galeria permite inserir referências visuais; e a opção adicionar categoria abre espaço para informações ou anexos adicionais consideradas pertinentes.



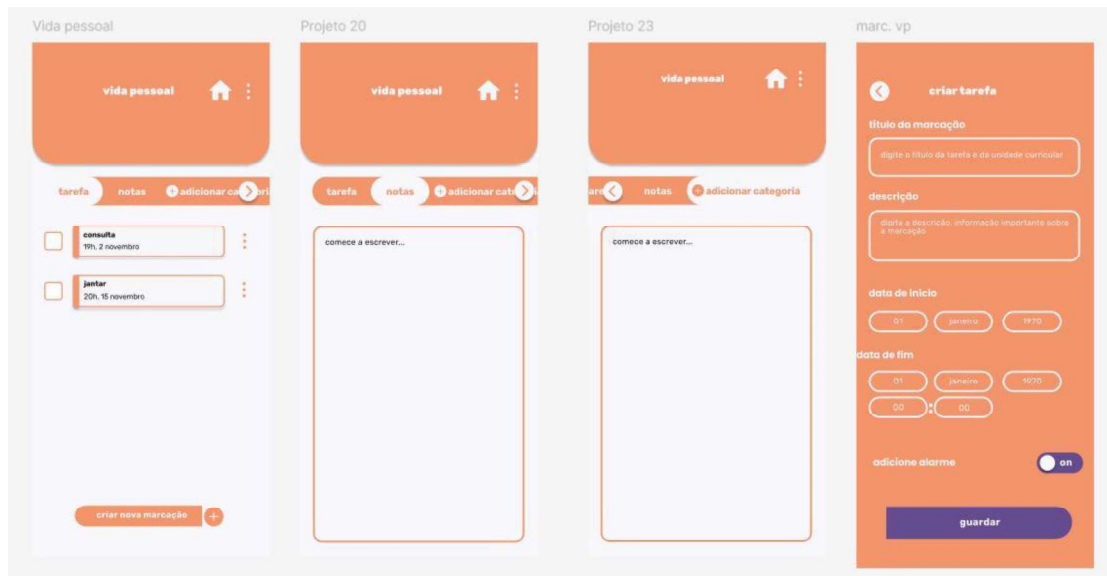
**Figura 99: Interior da categoria de projetos (Fonte: autora, 2025)**

Na categoria de estudos, o funcionamento é equivalente ao dos projetos, mas adaptado a esta categoria, começando pela cor adotada para a mesma. Dentro de cada unidade curricular, mantém-se a lógica de *design*, diferenciando-se apenas nas secções disponíveis, que passam a ser tarefas, notas e adicionar categoria. A secção de tarefas funciona de forma idêntica à dos projetos, com listagem, *checkbox*, criação de tarefas e mensagens motivacionais. A secção de notas destina-se ao registo de apontamentos relacionados com a unidade curricular, enquanto a opção adicionar categoria permite incluir informações ou anexos adicionais relevantes. **(figura 102)**



**Figura 100: Categoria Estudos (fonte: autora, 2025)**

Por fim, ao selecionar a categoria vida pessoal, o utilizador é direcionado para uma página semelhante às do interior dos projetos ou unidade curricular, mas com cor laranja associada. A barra de navegação apresenta três secções: marcações, notas e adicionar categoria. A secção de marcações funciona de forma equivalente às tarefas, apresentando a listagem dos compromissos, marcar a sua conclusão e criar marcações. A secção de notas é destinada ao registo de informações importantes do quotidiano, e a opção adicionar categoria possibilita anexar ou escrever conteúdos adicionais conforme as necessidades do utilizador. **(figura 103)**



**Figura 101: Categoria Vida Pessoal (Fonte: autora, 2025)**

### 3.5.3 Fase de Feedback

A fase de *feedback* corresponde ao momento em que os protótipos desenvolvidos são submetidos à avaliação de potenciais utilizadores, com o objetivo de validar as soluções propostas e identificar melhorias necessárias.

Os testes de usabilidade foram aplicados pela plataforma *Maze*, através da qual doze participantes efetuaram seis tarefas que ajudaram a compreender quais os possíveis problemas do protótipo, e o comportamento do utilizador. As respostas aos testes de usabilidade podem ser consultadas no **apêndice VIII**.

A primeira tarefa proposta, obteve uma taxa de sucesso de 100%, sendo que todos os participantes conseguiram consultar a tarefa marcada para o dia 20 de novembro de 2025. A taxa de cliques errados foi de 27%, porém foi apenas um dos participantes que demonstrou mais demora a chegar ao objetivo proposto.

A segunda tarefa, que consistia em aceder à página de criação de tarefas na categoria Projetos, obteve uma taxa de 90,6% de sucesso. Esta tarefa teve uma taxa de 40,5% de cliques incorretos, e uma desistência na participação (7,1% dos participantes abandonaram a missão).

A terceira tarefa que solicitava marcar a tarefa "Teste da Unidade Curricular 1" como concluída, alcançou uma taxa de sucesso de 100%. A taxa de cliques incorretos foi de 37,4%.

A tarefa quatro, solicitava arquivar o "Projeto 1", alcançou uma taxa de sucesso 100%, e 5,9% de cliques incorretos.

A quinta tarefa, obteve uma taxa de sucesso de 100%, uma vez que conseguiram aceder à página Fale Connosco, contudo a taxa de cliques incorretos foi de 21,9%.

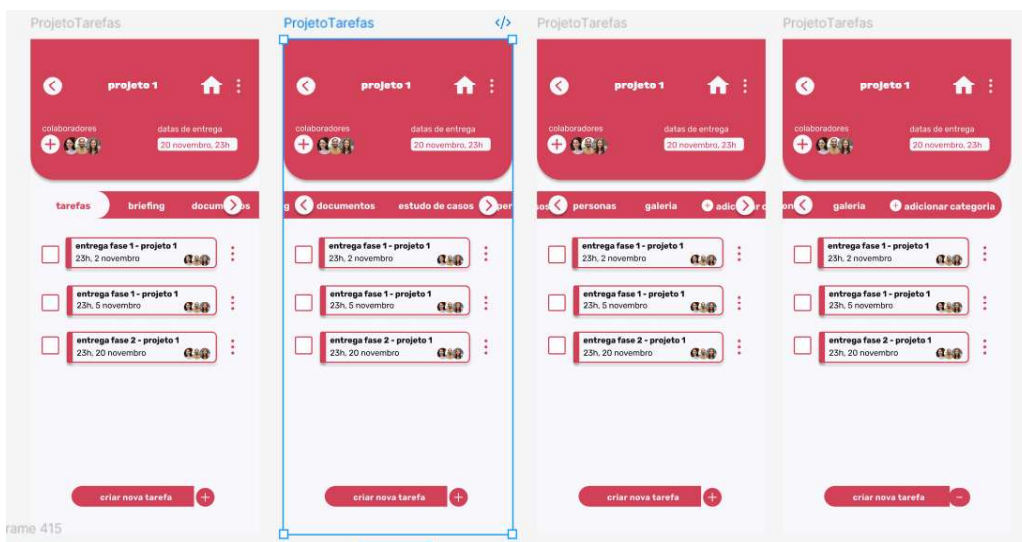
Por fim, a última tarefa, destinava-se a adicionar duas imagens na galeria dentro do Projeto 1, obteve 88,9% de taxa de sucesso. A respeito da taxa de cliques incorretos foi de 47,4% e 11,1% abandonaram a missão, ou seja, um participante não completou a missão.

Apesar do *feedback* globalmente positivo obtido nos testes de usabilidade, verificou-se que alguns participantes apresentaram dificuldade em identificar e utilizar a barra de navegação entre as secções de cada categoria. Este aspeto evidenciou a necessidade de realizar ajustes, com o objetivo de tornar a interação mais intuitiva. Assim, optou-se por substituir o sistema de *scroll* horizontal (**figura 104**) pela

utilização de setas de direcionamento (**figura 105**), solução que facilita a orientação do utilizador e promove uma navegação mais clara e eficiente.



**Figura 102: barra com sistema de scroll horizontal (fonte: autora, 2025)**



**Figura 103: barra com sistema de setas (Fonte: autora, 2025)**

### **Síntese do capítulo**

O Capítulo III descreve o processo de desenvolvimento do projeto, que se divide em dois momentos, o desenvolvimento da marca e da sua identidade visual; e o desenvolvimento do protótipo da aplicação movel.

A marca foi concebida para conferir personalidade e consistência à aplicação, posicionando-se como uma solução diferenciada para designers e estudantes de design.

Enquanto a materialização do protótipo da aplicação móvel significou o momento central do desenvolvimento projetual, na qual se aplicou a identidade visual definida. O desenvolvimento da aplicação seguiu três fases: investigação, aplicação e feedback. A investigação permitiu identificar funcionalidades das plataformas que revelam interesse para o público, as funcionalidades valorizadas pelos questionados e analisar a concorrência. A fase de aplicação materializou estas informações num protótipo de uma aplicação no *Figma*, que procurou alcançar as funcionalidades presentes em plataformas já existentes e as destacados pelos questionados. A fase de *feedback* validou a solução com utilizadores reais, fornecendo informação sobre os ajustes necessário na interface.

## Conclusão

Este capítulo sintetiza o trabalho apresentado ao longo do documento. O desenvolvimento deste projeto, começou pela definição do tema e enquadramento da investigação. O seguinte passo, foi o desenvolvimento do enquadramento teórico que ajudou a estabelecer as bases teóricas do estudo. Em seguida, foram colocadas em prática as metodologias de investigação, o questionário e o estudo de caso, que permitiram recolher informação essencial para o desenvolvimento projetual. Nesta parte, materializou-se o protótipo da aplicação móvel, a marca e a sua identidade visual. Após o seu desenvolvimento o protótipo foi testado a nível da usabilidade através da ferramenta *Maze*, que permitiu obter um *feedback* positivo da interface. Contudo permitiu identificar também as fragilidades de caminhos, que podem acabar subentendidos, na criação, mas revelarem-se mais complexos para o utilizador

As questões de partida e os objetivos de investigação de forma geral foram parcialmente respondidos. Com efeito, foi possível identificar os principais motivos associados à falta de organização, analisar ferramentas existentes e explorar estratégias de *design* de interface que contribuem para a organização, produtividade e motivação. Além disso, procedeu-se ao desenvolvimento e teste de um protótipo de aplicação destinado a apoiar designers e estudantes de design na melhoria da organização pessoal e do planeamento. Contudo, não foi possível avaliar de forma efetiva a utilidade da solução proposta. Desta forma, o argumento também só foi parcialmente alcançado, pois conseguiu investigar-se que efetivamente o *design* gráfico e o *UX design* assume um papel ativo no desenvolvimento de soluções, mesmo sem analisar a utilidade do projeto desenvolvido.

Assim, recomenda-se como etapa seguinte a realização de uma avaliação sistemática da aplicação junto de potenciais utilizadores, de modo a validar a sua eficácia e pertinência no contexto real de utilização. Adicionalmente, outra recomendação seria adicionar a funcionalidade de realizar *moodboards*. E ainda, voltar a realizar testes de usabilidade, para compreender se a forma como se resolveu a nova barra é eficaz e perceptível, junto do utilizador.

A nível das dificuldades encontradas, pode-se constatar inicialmente, encontrar referências relevantes para o desenvolvimento teórico. Outra dificuldade, foi arranjar respostas para os questionários, devido ao público restrito, apesar da partilha com diversas instituições de ensino. Por fim, realço como dificuldade, o desenvolvimento de um protótipo sólido dentro dos prazos delimitados, garantido a possibilidade de testagem a nível da usabilidade.

Concluindo, considero que apesar de ainda ter mais o que investigar e desenvolver, a presente investigação conseguiu recolher, analisar e sintetizar informação e dados sobre a temática.

## **Disseminação**

A respeito da disseminação, a presente investigação será difundida através da defesa e da sua disponibilização para consulta no repositório do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

## Referências Bibliográficas

- Airey, D. (2010). *Logo Love Design: a guide to creating iconic brand identities*. Obtido 22 de dezembro de 2024, de <https://pdfcoffee.com/logo-design-love-5-pdf-free.html>
- Almeida, D. I. O. (2023). *Identidade visual da marca: Elementos constituintes e processo de criação* [Tese de Mestrado, Universidade Fernando Pessoa]. <https://bdigital.ufp.pt/handle/10284/12437?mode=full>
- Almeida, P.O.F. (2012). Expansão e (in) definição do design, breves notas. [EAAD - Comunicações. Universidade do Minho. Instituto de Design de Guimarães \(IDEGUI\)](https://hdl.handle.net/1822/33177) <https://hdl.handle.net/1822/33177>
- Alvim De Sá, M., Eutéquio Benício Da Silva, A., De Freitas Oliveira, G., & Aparecida Da Silveira, J. (2018). O método Getting Things Done (GTD) e as ferramentas de gerenciamento de tempo e produtividade. *Navus - Revista de Gestão e Tecnologia*, 8(1), 72–87. <https://doi.org/10.22279/navus.2018.v8n1.p72-87.646>
- Araujo, T. de O. (2019). Administração do tempo e Produtividade Pessoal. *Pesquisa & Educação a distância*, 0(18), Artigo 18. <http://www.revista.universo.edu.br/index.php?journal=2013EAD1&page=article&op=view&path%5B%5D=8714>
- Asada, K. (2019). *Simulador de Visão Cromática*. <https://asada.website/webCVS/>
- Atlassian. (2023). *Sobre a gente: História, logos e clientes do Trello | Trello*. Disponível 16 de junho de 2024, em <https://trello.com/pt-BR/about>
- Baixe o logotipo do Twitter em formato vetorial SVG ou PNG. Logo.wine. (s.d.). <https://www.logo.wine/logo/Twitter>

Baixar | Logotipo da Coca-Cola, Coca-Cola Logo Company Business, cola, empresa, texto, fotografia png. Pngwing (s.d.). <https://www.pngwing.com/pt/free-png-nfert/download>

Baixar | Logotipo IBM, Logo Computer Company Brand Business, Logotipo IBM, azul, ângulo, empresa png. Pngwing (s.d.).<https://www.pngwing.com/pt/free-png-btddc/download>

Baixar | CNN International Television channel HLN, News Live, televisão, texto, marca registrada png. Pngwing (s.d.). <https://www.pngwing.com/pt/free-png-pjmx/download>

Barbosa, S. (2019). *MyESAD: Uma app como veículo de comunicação no meio académico* [Tese de Mestrado, Instituto Politécnico de Leiria]. <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/28190>

Beverley, G. (2024). *The Productivity Method by Grace Beverley*. Productivity Method. Disponível 17 de junho de 2024, de <https://productivitymethod.com/>

Bomeny M.H.W. (2009) O panorama do design gráfico contemporâneo: a construção, a desconstrução e a nova ordem [Tese de Doutoramento, Universidade de São Paulo] <https://doi.org/10.11606/T.16.2009.tde-17112010-094224>  
<https://doi.org/10.11606/T.16.2009.tde-17112010-094224>

Boaventura, N. (2017, maio 31). *Planejamento: Como fazer um bullet journal* | LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/planejamento-como-fazer-um-bullet-journal-nat%C3%A1lia-boaventura/>

Bogdan, R. C., & Biklen, S. K. (1994). *Investigação qualitativa em educação: uma introdução à teoria e ao método*. [https://www.academia.edu/6674293/Bogdan\\_Biklen\\_investigacao\\_qualitativa\\_em\\_educacao](https://www.academia.edu/6674293/Bogdan_Biklen_investigacao_qualitativa_em_educacao)

Bonifácio, B., Coutinho, W., Couto, E., Mar, C., & Fernandes, P. (2014). Avaliação de usabilidade de aplicativos móveis: um estudo de caso sobre um aplicativo de ensino.

*Conferências Ibero-americanas WWW/Internet e Computação Aplicada 2014*  
[https://www.researchgate.net/publication/280729293\\_AVALIACAO\\_DE\\_USABILIDADE\\_DE\\_APLICATIVOS\\_MOVEIS\\_UM\\_ESTUDO\\_DE\\_CASO\\_SOBRE\\_UM\\_APLICATIVO\\_DE\\_ENSINO](https://www.researchgate.net/publication/280729293_AVALIACAO_DE_USABILIDADE_DE_APLICATIVOS_MOVEIS_UM_ESTUDO_DE_CASO_SOBRE_UM_APLICATIVO_DE_ENSINO)

Brito, F. F. F. V. de. (2016). *Usabilidade e Design de Interfaces para uma Aplicação Web da Premium Minds* [Tese de Mestrado, Universidade Nova de Lisboa].  
<https://run.unl.pt/handle/10362/20078>

Cardoso R. (2008) *O design gráfico e a sua história*. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia  
<https://docentes.ifrn.edu.br/carlosdias/informatica/programacao-visual/o-design-grafico-e-sua-historia/view?searchterm=rafael+cardoso>

Carroll, R. (2018). *O Método Bullet Journal*. Fontanar.  
[https://www.academia.edu/42753420/Ryder\\_Carroll\\_O\\_M%C3%A9todo\\_Bullet\\_Journal](https://www.academia.edu/42753420/Ryder_Carroll_O_M%C3%A9todo_Bullet_Journal)

Chaves, N. (1988). *La imagen corporativa norberto chaves*. Obtido 15 de dezembro de 2025, de  
[https://www.academia.edu/43656748/La\\_imagen\\_corporativa\\_norberto\\_chaves](https://www.academia.edu/43656748/La_imagen_corporativa_norberto_chaves)

Clear, J. (2019). *Hábitos Atômicos; um Método Fácil e Comprovado de Criar Bons Hábitos e se Livrar dos Maus*. Alta Life.  
<https://dokumen.pub/habitos-atomicos-um-metodo-facil-e-comprovado-de-criar-bons-habitos-e-se-livrar-dos-maus-8550807567-9788550807560.html>

Coelho, A. R. M. (2014). *Semiótica da Marca: Contributos para a construção de uma sintaxe e retórica visual para a prática do design de identidade*. [Tese de Mestrado, Universidade do Porto]. <https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/71966>

Correa, D. F. B. (2011). *O papel da Arquitetura de Informação na experiência do usuário*.

[Especialização, Universidade de Minas Gerais]

<https://repositorio.ufmg.br/handle/1843/BUBD-9852HD>

Davis, M. (2009). *The Fundamentals of Branding*. Bloomsbury Publishing Plc.

Dick, M. E., Gonçalves, B. S., & Vitorino, E. V. (2017). Design da informação e competência em informação: Relações possíveis | Information design and information literacy: possible relationships. *InfoDesign - Revista Brasileira de Design da Informação*, 14(1), 1–13. <https://doi.org/10.51358/id.v14i1.500>

Doist.in. (s.d.) *A to do list para organizar o trabalho e a vida*. (s.d.). Todoist.

<https://www.todoist.com/pt-BR>

Estrada, R. J. S., & Flores, G. T. (2011). Gestão do tempo como Apoio ao Planejamento Estratégico Pessoal. *Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria* 2011, 4 (2)

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=273419420009>

Evernote Corporation. (2025). *Best Note Taking App—Organize Your Notes with Evernote*. <https://evernote.com/pt-br>

Garcez, L. V. M., Ferrari, A. L. M., Guimarães, I. S., & Jr, G. B. (2021). UX e Design Inovação: Evoluções metodológicas no processo de construção de apps. *Design e Tecnologia*, 11(23), Artigo 23. <https://doi.org/10.23972/det2021iss23pp116-126>

Garcês, J. (2019, novembro 22). Design shots: 7 princípios fundamentais da Visualização da Informação. *Infoportugal - Sistemas de Informação e Conteúdos*.

<https://infoportugal.pt/2019/11/22/visualizacao-da-informacao/>

Garrett, J. J. (2011). *The Elements of User Experience—Jesse James Garrett*. 2011.

Obtido 22 de dezembro de 2024, de

[https://www.academia.edu/33276128/The\\_Elements\\_of\\_User\\_Experience\\_Jesse\\_James\\_Garrett](https://www.academia.edu/33276128/The_Elements_of_User_Experience_Jesse_James_Garrett)

Habitica Wiki. (2019). Fandom.com. [https://habitica.fandom.com/wiki/Habitica\\_Wiki](https://habitica.fandom.com/wiki/Habitica_Wiki)

Infopédia. (s.d.). *Organização* | *Dicionário Infopédia da Língua Portuguesa*. infopedia.pt  
- Porto Editora. Disponível 29 de abril de 2024, de  
<https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/organiza%C3%A7%C3%A3o>

Infopédia. (s.d.). *Planeamento* | *Dicionário Infopédia da Língua Portuguesa*. infopedia.pt  
- Porto Editora. Disponível 29 de abril de 2024, de  
<https://www.infopedia.pt/dicionarios/lingua-portuguesa/planeamento>

INPI. (2008). *Pesquisas Online—Marcas*.  
<https://servicosonline.inpi.pt/pesquisas/main/marcas.jsp?lang=PT>

Journal, B. (2024). *The Bullet Journal Companion*. Bullet Journal.  
<https://bulletjournal.com/pages/app>

Journal, B. (2024). *Bullet Journal*. Bullet Journal. Disponível 16 de junho de 2024, de  
<https://bulletjournal.com/>

Kotler, P., Keller, K. L. (2012). *Administração de marketing com MyMarketingLab*.  
Pearson.

Kreutz, E. A. (2007). *Identidade Visual Corporativa Mutante: uma estratégia comunicacional contemporânea*. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da comunicação  
<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2007/resumos/r1695-1.pdf>

*File:KFC logo.svg* - *Wikipedia*. (2025). Wikipedia.org.  
[https://sco.wikipedia.org/w/index.php?title=File:KFC\\_logo.svg&oldid=905221](https://sco.wikipedia.org/w/index.php?title=File:KFC_logo.svg&oldid=905221)

Lazaro, D.J.P. (2017). *Um novo aplicativo para gerenciamento de tarefas e o envolvimento do usuário em sua elaboração*. [Trabalho de Conclusão de Curso, Universidade Tecnológica Federal do Paraná].  
<http://repositorio.utfpr.edu.br/jspui/handle/1/13818>

Lima, G.A.B.O. (2016). Arquitetura da Informação na Câmara dos Deputados. Em Miranda, R.C.R. (2016) *Arquitetura da informação na Câmara dos Deputados* (pp. 45-62) Brasília: Câmara dos Deputados, Edições Câmara, 2016. [https://www.researchgate.net/publication/359091792\\_Arquitetura\\_da\\_Informacao](https://www.researchgate.net/publication/359091792_Arquitetura_da_Informacao)

*Logotipo da Starbucks, Logotipo do Café Starbucks, Starbucks, folha, simetria png | PNG*, L. Logos PNG (2019, outubro 29).. <https://logospng.org/logo-burger-king/>

Louraço, D. G. E. (2016). *O design editorial como agente transformador da comunicação* [Tese de Mestrado, Escola Superior de Tecnologia de Tomar]. <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/18599>

*Manage Your Team's Projects From Anywhere | Trello*. (2024). Disponível 28 de abril de 2024, de <https://trello.com/>

*May | Beautiful Bullet Journal*. (2024). May | Beautiful Bullet Journal. Disponível 16 de junho de 2024, de <https://maybujo.com/>

*May: Beautiful Bullet Journal - Apps on Google Play*. (2024). Disponível 16 de junho de 2024, de <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.azeravn.bulletjournal&hl=en>

Maya, T. B., Franceschi, R., & Nerosky, M. R. (2016). *Design editorial e de informação*. [https://cm-cls-content.s3.amazonaws.com/201602/INTERATIVAS\\_2\\_0/DESIGN\\_EDITORIAL\\_E\\_DE\\_INFORMACAO/U1/LIVRO\\_UNICO.pdf](https://cm-cls-content.s3.amazonaws.com/201602/INTERATIVAS_2_0/DESIGN_EDITORIAL_E_DE_INFORMACAO/U1/LIVRO_UNICO.pdf)

*Meggs, P. B. & Purvis, A. W. (2009). História do design gráfico. Cosac Naify.*

Meinerz, E. A., Kuhn, N., Hofler, C. E., & Lopes, L. F. D. (2022). Percepções sobre gestão de tempo, desempenho e produtividade em home office. *Revista de Carreiras e Pessoas*, 12(3), 372–390. <https://doi.org/10.23925/recape.v12i3.53072>

*Melhor Aplicativo de Anotação—Organize Suas Notas com o Evernote.* (2024).

Evernote. Obtido 28 de abril de 2024, de <https://evernote.com/>

Milagres, R. (2013). Rotinas – Uma Revisão Teórica. *Revista Brasileira de Inovação*, 10(1),

161. <https://doi.org/10.20396/rbi.v10i1.8649013>

Miller, W.R. (1988). A definição do design (João de Souza Leite, Trans).

[https://www.academia.edu/15847251/William\\_Miller\\_A\\_defini%C3%A7%C3%A3o\\_de\\_design\\_The\\_definition\\_of\\_design](https://www.academia.edu/15847251/William_Miller_A_defini%C3%A7%C3%A3o_de_design_The_definition_of_design)

*Minimalist Apple Logo Design—Unlimited Download.* Cleanpng.com. (s.d).

<https://www.cleanpng.com//png-apple-logo-portable-network-graphics-desktop-wallp-7292099/>

Moura, D. (2016). *Mantra da Produtividade Aprimore sua produtividade com técnicas de foco e organização pessoal.* Casa do Código.

[https://www.academia.edu/40649778/Mantra\\_da\\_Produtividade\\_Aprimore\\_sua\\_produtividade\\_com\\_t%C3%A9cnicas\\_de\\_foco\\_e\\_organiza%C3%A7%C3%A3o\\_pessoal](https://www.academia.edu/40649778/Mantra_da_Produtividade_Aprimore_sua_produtividade_com_t%C3%A9cnicas_de_foco_e_organiza%C3%A7%C3%A3o_pessoal)

Notion Labs. (2025). *The AI workspace that works for you.* Notion.

<https://www.notion.com/>

Oliveira, F. (2013). Diagramas no processo de design: a esquematização na metodologia e no projecto de sistemas de identidade visual. *Convergências: Revista de Investigação e Ensino das Artes*. ISSN 1646 - 9054. N° 12.

<http://hdl.handle.net/10400.11/5637>

Ordem dos Psicólogos Portugueses (2022). *Análise Crítica OPP – Utilização de Apps de Saúde Mental.* Lisboa. Obtido 22 de dezembro de 2024, de

<https://recursos.ordemdospsicologos.pt/repositorio/estudo/utilizacao-de-apps-de-saude-mental>

Passos, R. F. (2014). *Design da informação: Um modelo para configuração de interface natural* [Tese de Douto, Universidade de Aveiro].

<https://ria.ua.pt/handle/10773/16917>

Vetores Grátis (2023, março 22). *Vetores Grátis Download Vetor Vector SVG EPS AI CDR*.

<https://vetores.org/download/>

Pedro, M. F.O. (2022). Estratégias para a construção da identidade visual corporativa institucional. [Dissertação de Mestrado, Instituto Politécnico de Tomar].

[https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/43484/1/23115\\_MartaPedro\\_Tese\\_Final.pdf](https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/43484/1/23115_MartaPedro_Tese_Final.pdf)

Penim, A.T. (2008). Identidade e Imagem Corporativa. *Dirigir. A Revista para Chefias e Quadros*, nº101.

[https://www.iefp.pt/documents/10181/702845/DIRIGIR\\_101.pdf/79447e9d-63e4-41ec-8eaa-3389ab253fe8](https://www.iefp.pt/documents/10181/702845/DIRIGIR_101.pdf/79447e9d-63e4-41ec-8eaa-3389ab253fe8)

Peón, M.L. (2009). *Sistemas de Identidade Visual*. 2AB Editora Ltda

*Logotipo da Starbucks, Logotipo do Café Starbucks, Starbucks, folha, simetria png.*

PNGEgg. (s.d. ). <https://www.pngegg.com/en/png-nybtw>

Quintão, F. D. S., & Triska, R. (2014). Design de informação em interfaces digitais:

Origens, definições e fundamentos. *InfoDesign - Revista Brasileira de Design da Informação*, 11(1), 105–118. <https://doi.org/10.51358/id.v11i1.243>

Ramos, B. S. (2021). *Desenvolvimento de um aplicativo para controle financeiro pessoal*. <http://www.monografias.ufop.br/handle/35400000/3134>

Raposo D. (2008). Design de Identidade e Imagem Corporativa. Branding, história da marca, gestão de marca, identidade visual corporativa.

[https://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/8296/1/livro\\_dr\\_design\\_identidade\\_imagem\\_corporativa.pdf](https://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/8296/1/livro_dr_design_identidade_imagem_corporativa.pdf)

- Reis, R. T. (2006). *Gestão do tempo e qualidade de vida como fatores de produtividade no trabalho*. <http://repositorio.uniceub.br/jspui/handle/123456789/857>
- Reis, G. A. dos. (2007). *Centrando a arquitetura de informação no usuário* [Dissertação, Universidade de São Paulo]. <https://doi.org/10.11606/D.27.2007.tde-23042007-141926>
- Rezende, M.A.A. (2010). *Guia de Identidade Visual e Naming*. Associação Brasileira de Anunciante. <https://www.marcarbranding.com/know-how/Identidade-Naming-ABA-Branding.pdf>
- Ribeiro, M.F. (2009). *Uma cidade, uma marca: o contributo do Design para a representação das cidades*. [Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro]. <https://ria.ua.pt/bitstream/10773/1200/1/2010000422.pdf>
- Rodrigues, M. V. (2016). *A importância do Design para a comunicação das organizações* [Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto]. [https://sigarra.up.pt/fbaup/pt/pub\\_geral.pub\\_view?pi\\_pub\\_base\\_id=167524](https://sigarra.up.pt/fbaup/pt/pub_geral.pub_view?pi_pub_base_id=167524)
- Rodrigues, D. A. C. C. (2012). *A infografia e os seus princípios* [Tese de Mestrado, Instituto Politécnico de Tomar]. <https://comum.rcaap.pt/handle/10400.26/5791>
- Santos, B. C. dos, Mauro, P. S. G., Ducatti, J. A., Souza, M. C., Corrêa, L. A. das G. G., Silva, H. M. da, Queiroga, A. P. G. de, & Souza, V. S. B. de. (2022). UX Design - um guia prático para iniciantes: UX Design - a practical guide for beginners. *Brazilian Journal of Development*, 8(7), 53140–53157. <https://doi.org/10.34117/bjdv8n7-299>
- Santos J.R., Henriques S. (2021). *Inquérito por questionário: contributos de conceção e utilização em contextos educativos*.
- Sirigni, Alessandra. (2022, abril 9). *Como organizar nossa vida através de hábitos e rotinas saudáveis* | LinkedIn. <https://www.linkedin.com/pulse/como-organizar-nossa-vida-atrav%C3%A9s-de-h%C3%A1bitos-e-rotinas-sirigni/>

TickTick. (2024). *TickTick*. TickTick. Disponível 16 de junho de 2024, em

<https://ticktick.com>

Vilar, E.T. (2006). O que é Imagem da Organização.

Vilar, E. (2014). Gestão da imagem: O design como recurso estratégico. FBA-CIEBA - Livros e Capítulos de livros. <http://hdl.handle.net/10451/11085>

Yiannouli, A. (2019, Agosto 10). The point of a bullet journal. *Veteranary Record*. Volume 185, lussue 6. <https://doi.org/10.1136/vr.l5089>

Walsh, M., Winterich, K., & Mittal, V. (2012). Do Logo Redesigns Help or Hurt Your Brand? The Role of Brand Commitment. *Journal of Product & Brand Management*, 19. <https://doi.org/10.1108/10610421011033421>

Wheeler, A. (2018). *Designing Brand Identity: an essential guide for the entire branding team* (5ª edição). Hoboken, New Jersey : John Wiley & Sons, Inc.


Wheeler, A. (2006). *Design de identidade de marca*. Tradução Joaquim Fonseca (2ª edição). Porto Alegre: Bookman, 2008.

Wikipedia. (2020, July 12). *Google logo*. Wikipedia. [https://en.wikipedia.org/wiki/Google\\_logo](https://en.wikipedia.org/wiki/Google_logo)

xTiles. (2025). *xTiles—Home*. xTiles. <https://adhd.xtiles.app/>

# Apêndices

## Apêndice I - Declaração de Consentimento da Comissão de Ética do IPCB



PARECER N.º 226 CE-IPCB/2025

**PARECER**

Título do projeto:	O IMPACTO DO DESIGN GRÁFICO NO PLANEAMENTO POR PARTE DOS DESIGNERS E ESTUDANTES DE DESIGN
Área científica:	Design gráfico
Investigador principal:	Beatriz da Silva Vieira
Equipe de investigação:	-
Orientador:	Isabel Lopes de Castro
Local do estudo:	ESART do IPCB
Tipo de estudo:	Estudo qualitativo que visa compreender os desafios enfrentados por designers e estudantes de design na organização e planeamento do seu dia a dia, bem como explorar de que forma o design gráfico pode ser uma ferramenta útil na criação de soluções mais eficazes
Submissão completa:	13/03/2025
Reunião e/ou reuniões de avaliação:	N.º 4, 09/04/2025
Relatores:	- Alexandre José Marques Pereira - Sara Margarida Araújo Ferreira

**RELATÓRIO**

Elaborado nos termos do n.º 7 do artigo 11.º do [Reg. IPCB.CE.01.02 – Regulamento da Comissão de Ética do IPCB](#).

No decorrer da avaliação deste projeto, foram solicitados esclarecimentos à investigadora responsável, de modo a garantir a conformidade com os requisitos éticos exigidos. As respostas foram fornecidas atempadamente e de forma completa, o que contribuiu para uma análise mais detalhada e precisa do estudo. Dessa forma, consideramos que todos os aspetos relevantes foram devidamente esclarecidos, permitindo a emissão de um parecer positivo.

**DELIBERAÇÃO**


**Parecer: Positivo\***

\*Assim que o projeto esteja concluído, o investigador deverá enviar o estudo final para arquivo na pasta do projeto existente nesta Comissão.

Mod IPCB.CE.06.02

Página 1 de 2

---



PARECER N.º 226 CE-IPCB/2025

Data de deliberação em reunião n.º 4: Castelo Branco, 9 de abril de 2025

Membros presentes: Alexandre José Marques Pereira, António Júlio Apóstolo Pereira Coutinho (online), Amandina Maria Abrantes de Loureiro, Eduardo Sabina dos Santos Valente, Isabel Maria de Sousa Lourenço, Maria João da Silva Guardado Moreira, Maria Luísa Faria de Sousa Cerqueira Correia Castilho, Maria Teresa Pita Fagado Gonçalves Rodrigues Coelho, Sara Margarida Araújo Ferreira (online).

**Relator**


Assinado por: Alexandre José Marques Pereira  
Num. de identificação: 1158872  
Data: 2025.04.09 09:25:47 AM  
Data: 2025.04.09 09:25:47 AM

**Relator**

Assinado por: Sara Margarida Araújo Ferreira  
Num. de identificação: 1985777  
Data: 2025.04.09 11:05:49 AM

**Presidente da Comissão de Ética**

Assinado por: ISABEL MARIA DE SOUSA  
LIMA  
Num. de identificação: 904787  
Data: 2025.04.09 10:54:07 AM



Mod IPCB.CE.06.02

Página 2 de 2

## Apêndice II – Inquérito por Questionário

Link do participante: <https://forms.gle/3NneQrHd4dKTKh5N9>

Secção 1 de 20

### *O impacto do design gráfico no planeamento por parte dos designers e estudantes de design*

**B** **I** U ☰ ✕

O presente questionário integra o projeto "O impacto do design gráfico no planeamento por parte dos designers e estudantes de design", desenvolvido no âmbito do Mestrado em Design Gráfico da ESART (Escola Superior de Artes Aplicadas), do Instituto Politécnico de Castelo Branco (IPCB), pela estudante Beatriz Vieira, sob orientação da Professora Isabel Castro.

O estudo tem como objetivo compreender os desafios enfrentados por designers e estudantes de design na organização e planeamento do seu dia a dia, e explorar de que forma o design gráfico pode ser uma ferramenta útil na criação de soluções mais eficazes. Assim, as temáticas gerais das questões serão sobre design gráfico, gestão do tempo e ferramentas de organização pessoal e planeamento. O questionário está dividido em quatro partes, que abordam:

1. Perfil do Participante;
2. Hábitos de organização pessoal e planeamento;
3. Utilização de Ferramentas e Métodos de Organização Pessoal e Planeamento;
4. Papel do Design Gráfico na Organização Pessoal e Planeamento.

A participação terá a duração estimada de 20 a 30 minutos. A participação é inteiramente voluntária e não tem riscos previstos associados e não acarreta custos. Os benefícios da participação incluem a contribuição para a compreensão dos desafios da organização pessoal no design e o desenvolvimento de ferramentas mais eficazes para designers. No entanto, o utilizador também pode desistir da participação no estudo a qualquer momento sem qualquer tipo de penalização.

Todas as informações recolhidas serão tratadas de forma anónima e utilizadas exclusivamente para este estudo, garantindo a confidencialidade dos dados. Os resultados serão divulgados num relatório final conferente ao grau de mestre, e na sua defesa e poderão contribuir para o avanço teórico e prático na área de design gráfico e organização pessoal. Após a finalização da investigação os dados compilados em formato digital serão apagados do computador e da nuvem. O estudo foi validado e recebeu parecer favorável da Comissão de Ética do Instituto Politécnico de Castelo Branco (IPCB).

Para qualquer esclarecimento, pode contactar a investigadora através do email: [beatriz20102920@hotmail.com](mailto:beatriz20102920@hotmail.com).

Antes de iniciar o questionário deverá assinalar opção que confirma que leu o consentimento informado esclarecido e livre para investigação científica e que está consciente do que espera quanto à participação no projeto. \*

Li (ou alguém leu para mim) o consentimento informado esclarecido e livre para investigação científica e...

Após a secção 1 Continuar para a secção seguinte ▼

**Secção 2 de 20**

Parte 1 - Perfil do participante ✕ ⋮

Descrição (opcional)

Qual a sua idade? Indica apenas o número correspondente à tua idade, por exemplo 20 \*

Texto de resposta curta

Qual é o seu género? \*

Feminino

Masculino

Prefiro não dizer

Outra opção...

Qual a sua ocupação? \*

Estudante de design

Trabalha na área

Ambos

Após a secção 2 Continuar para a secção seguinte

Secção 3 de 20

Parte 1 - Perfil do participante

Descrição (opcional)

No caso de ser profissional:

Trabalha como freelancer

Trabalha como contratado, ou seja por conta de outrem

Possui a sua própria empresa

Após a secção 3 Continuar para a secção seguinte

Secção 4 de 20

Parte 1 - Perfil do participante

Descrição (opcional)

Há quanto tempo trabalha ou estuda na área de design? \*

Texto de resposta curta

Atualmente trabalha / participa em: \*

Projetos individuais

Projetos em equipa

Ambos (trabalha em projetos individuais e em equipa)

Secção 4 de 20

Parte 1 - Perfil do participante



Descrição (opcional)

Há quanto tempo trabalha ou estuda na área de design? \*

Texto de resposta curta

Atualmente trabalha / participa em: \*

- Projetos individuais
- Projetos em equipa
- Ambos (individuais e em equipa)

Após a secção 4 Continuar para a secção seguinte



Secção 5 de 20

Parte 2 - Hábitos de Organização Pessoal e Planeamento



Descrição (opcional)

Como costuma organizar as suas tarefas e compromissos diários? \*

Texto de resposta longa

O que mais o motiva a planear e organizar as suas tarefas? \*

- Prazos e compromissos
- Desejo de ser produtivo
- Necessidade de equilibrar várias atividades
- Falta de tempo
- Sobrecarga de tarefas
- Falta de ferramentas adequadas
- Outra opção...

Costuma planear o seu dia/semana com antecedência? \*

- Sim
- Não
- Às vezes

Com que frequência ajusta os seus planos? \*

Texto de resposta curta

O que costuma atrapalhar ou dificultar organização do seu tempo de estudo e trabalho? \*

- Falta de ferramentas adequadas
- Falta de tempo
- Procrastinação

Costuma planejar o seu dia/semana com antecedência? \*

- Sim
- Não
- Às vezes

Com que frequência ajusta os seus planos? \*

Texto de resposta curta

O que costuma atrapalhar ou dificultar organização do seu tempo de estudo e trabalho? \*

- Falta de ferramentas adequadas
- Falta de tempo
- Procrastinação
- Dificuldade em definir prioridades
- Sobrecarga de tarefas
- Interrupções e distrações
- Outra opção...

Como se organiza para trabalhos em equipa? \*

Texto de resposta longa

Quais são as principais dificuldades que enfrenta ao tentar organizar o seu tempo de estudo e trabalho? \*

Texto de resposta longa

Após a secção 5 Continuar para a secção seguinte

Secção 6 de 20

Parte 3 - Utilização de Ferramentas e Métodos de Organização Pessoal e Planeamento

Descrição (opcional)

Costuma organizar as suas tarefas com recurso a ferramentas digitais (aplicações, calendários, *layouts Canva planners*, *templates gráfico*)? \*

Sim

Não

Após a secção 6 Continuar para a secção seguinte

Secção 7 de 20

Parte 3 - Utilização de Ferramentas e Métodos de Organização Pessoal e Planeamento

Descrição (opcional)

Se sim, Quais? Porquê? \*

Texto de resposta longa

Após a secção 7 Ir para a secção 9 (Parte 3 - Utiliza...al e Planeamento)

Secção 8 de 20

Parte 3 - Utilização de Ferramentas e Métodos de Organização Pessoal e Planeamento

Descrição (opcional)

Se não, porquê? \*

Texto de resposta longa

Após a secção 8 Continuar para a secção seguinte

**Secção 9 de 20**

Parte 3 - Utilização de Ferramentas e Métodos de Organização Pessoal e Planeamento ✕ ⋮

Descrição (opcional)

Se pudesse mudar algo nas ferramentas digitais que usa atualmente, o que seria? \*

Texto de resposta longa

Costuma organizar as suas tarefas com recurso a agendas (agendas, bullet journal, caderno To Do, outros)? \*

Sim

Não

Após a secção 9 Continuar para a secção seguinte ▼

**Secção 10 de 20**

Parte 3 - Utilização de Ferramentas e Métodos de Organização Pessoal e Planeamento ✕ ⋮

Descrição (opcional)

Se sim, quais? Porquê? \*

Texto de resposta longa

Após a secção 10 Ir para a secção 12 (Parte 3 - Utilizaç...oal e Planeamento) ▼

**Secção 11 de 20**

Parte 3 - Utilização de Ferramentas e Métodos de Organização Pessoal e Planeamento ✕ ⋮

Descrição (opcional)

Se não, porquê?

Texto de resposta longa

Após a secção 11 Continuar para a secção seguinte ▼

Secção 12 de 20

Parte 3 - Utilização de Ferramentas e Métodos de Organização Pessoal e Planeamento

Descrição (opcional)

Se pudesse mudar algo nas agendas que usa atualmente, o que seria?

Texto de resposta longa

Quais as plataformas ou recursos de gestão de tarefas que já experimentou? (ex.: Trello, Notion, Asana, Google Calendário) \*

- Trello
- Notion
- xTiles
- Google Calendário
- Evernote
- Habitica
- Todoist
- Aterefado
- Habitnow
- Outra opção...

Continua a utilizar alguma destas plataformas ou recursos de gestão de tarefas? \*

Sim

Não

Após a secção 12 Continuar para a secção seguinte

Secção 13 de 20

Parte 3 - Utilização de Ferramentas e Métodos de Organização Pessoal e Planeamento

Secção sem título

Descrição (opcional)

Se sim, quais? Porquê? \*

Texto de resposta longa

Após a secção 13 Ir para a secção 15 (Parte 3 - Utilizaç...oal e Planeamento)

Secção 14 de 20

Parte 3 - Utilização de Ferramentas e Métodos de Organização Pessoal e Planeamento

Descrição (opcional)

Se não, porque as deixou de utilizar? \*

Texto de resposta longa

Após a secção 14 Continuar para a secção seguinte

Secção 15 de 20

Parte 3 - Utilização de Ferramentas e Métodos de Organização Pessoal e Planeamento

Descrição (opcional)

O que valoriza / considera mais útil nestas plataformas? \*

- Facilidade de utilização
- Possibilidade de gamificação (sistema de recompensas, conquistas, etc.)
- Personalização (cores, temas, layouts)
- Funcionalidade colaborativa para trabalhos em equipa
- Acesso em diferentes dispositivos (mobile, desktop, tablet)
- Integração com outras plataformas (Google Calendar, e-mail, etc.)
- Estatísticas e relatórios de produtividade
- Visualmente apelativa
- Outra opção...

Quais as funcionalidades que acha fundamentais? \*

- Personalização da interface
- Possibilidade de gamificação (incentivos, desafios a ser cumpridos, etc.)
- Visualização de calendário diário, semanal e mensal
- Adição de compromissos e lembretes com notificações
- Descrição de tarefas, período de duração, frequência
- Categorização das metas, personalização das metas, classificação das metas
- Acompanhamento do progresso das tarefas
- Criação de notas rápidas
- Possibilidade de anexar informações ou documentos externos
- Botão check para as tarefas concluídas
- Sincronização entre dispositivos (smartphone, computador, tablet)
- Outra opção...

Como descreveria o recurso de gestão de tarefas ideal para a sua organização do seu tempo de estudo e trabalho? \*

Texto de resposta longa

Após a secção 15 Continuar para a secção seguinte

Secção 16 de 20

Parte 4 - Papel do Design Gráfico na Organização Pessoal e Planeamento



Descrição (opcional)

Na sua opinião, o design gráfico pode influenciar a forma como organiza e planeia as suas atividades? \*

Sim

Não

Após a secção 16 Continuar para a secção seguinte

Secção 17 de 20

Parte 4 - Papel do Design Gráfico na Organização Pessoal e Planeamento o sem título



Descrição (opcional)

Se sim, como? \*

Texto de resposta longa

Após a secção 17 Continuar para a secção seguinte

**Secção 18 de 20**

Parte 4 - Papel do Design Gráfico na Organização Pessoal e Planeamento

Descrição (opcional)

Acredita que a personalização (ex.: cores, layouts, temas) em recursos de gestão de tempo e tarefas é importante? \*

Sim

Não

Após a secção 18 Continuar para a secção seguinte

**Secção 19 de 20**

Parte 4 - Papel do Design Gráfico na Organização Pessoal e Planeamento

Descrição (opcional)

Se sim, porquê? \*

Texto de resposta longa

Após a secção 19 Continuar para a secção seguinte

Secção 20 de 20

Parte 4 - Papel do Design Gráfico na Organização Pessoal e Planeamento



Descrição (opcional)

Prefere recursos de gestão de tempo: \*

- Simples e minimalistas
- Com diversas funcionalidades
- Personalizáveis
- Visual e intuitivo
- Com elementos de gamificação (recompensas, níveis, desafios)
- Outra opção...

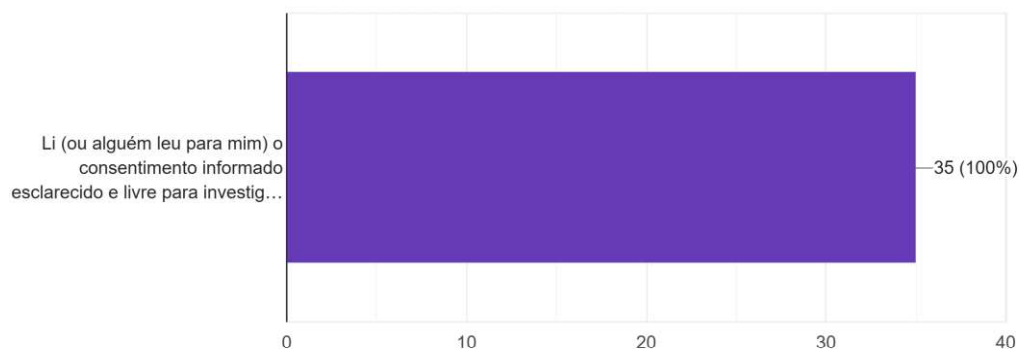
Que conselhos daria aos designers que se encontram a desenvolver recursos de gestão de tempo? \*

Texto de resposta longa

## Apêndice III – Respostas do Inquérito por questionário

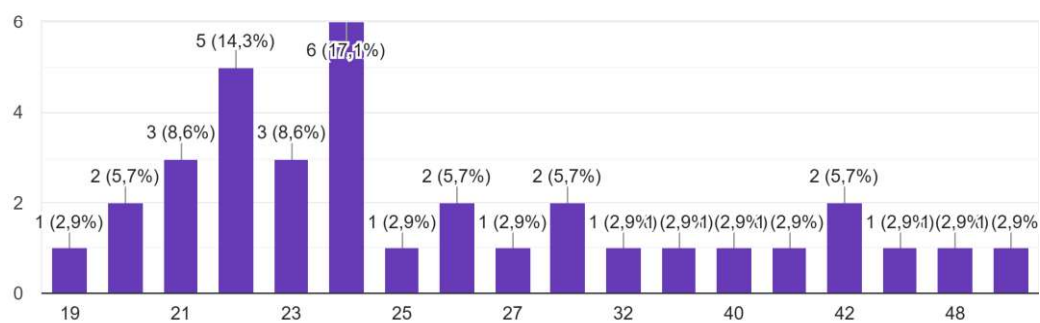
Antes de iniciar o questionário deverá assinalar opção que confirma que leu o consentimento informado esclarecido e livre para investigação científica do que espera quanto à participação no projeto.

35 respostas



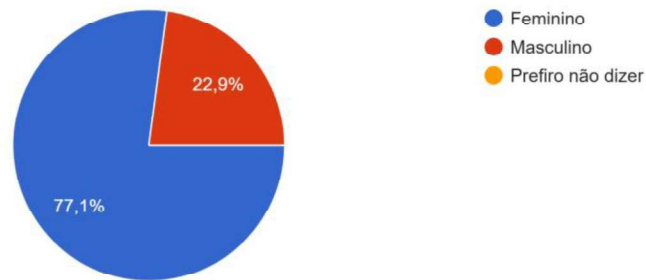
Qual a sua idade? Indica apenas o número correspondente à tua idade, por exemplo 20

35 respostas



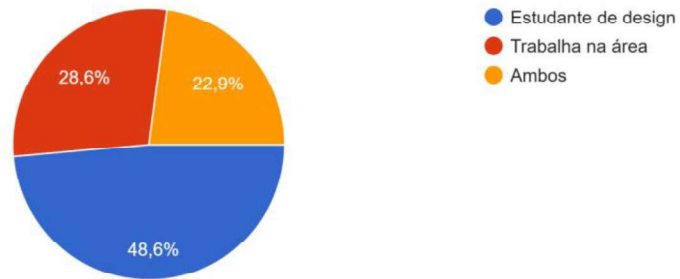
Qual é o seu género?

35 respostas



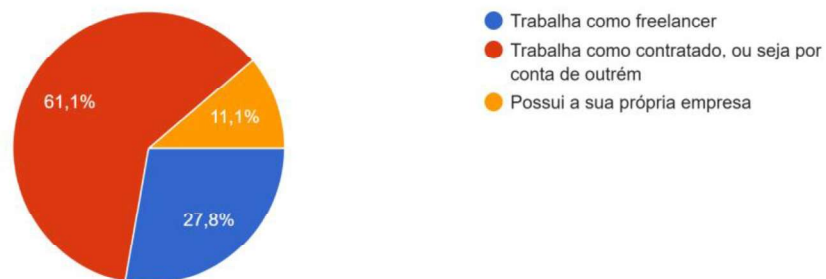
Qual a sua ocupação?

35 respostas



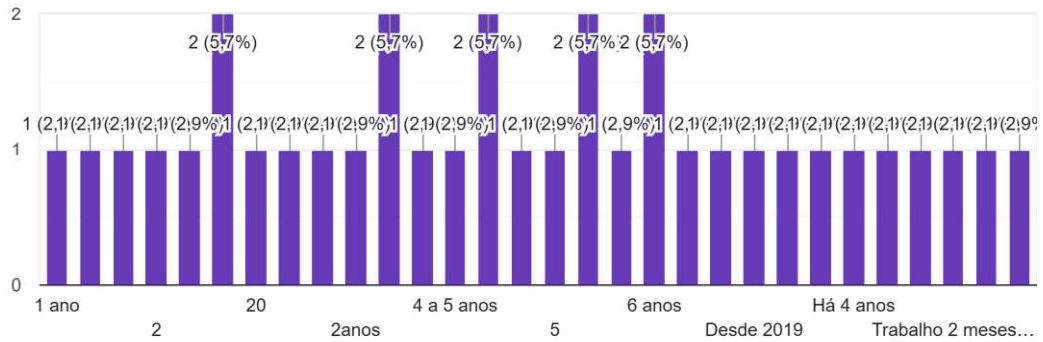
No caso de ser profissional:

18 respostas



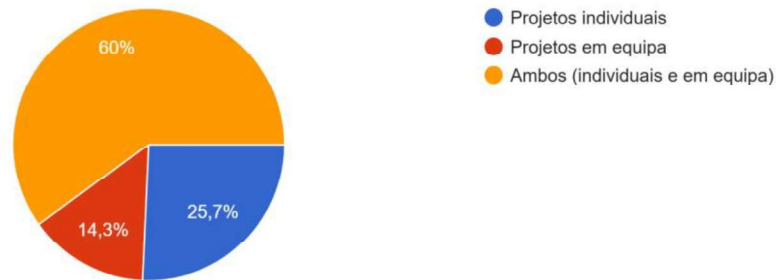
### Há quanto tempo trabalha ou estuda na área de design?

35 respostas



### Atualmente trabalha / participa em:

35 respostas



### Como costuma organizar as suas tarefas e compromissos diários?

35 respostas

- Anotações e programação na agenda do telemóvel
- Agenda e Calendário
- Nada
- utilizo muito as plataforma trello, google agenda e tambem faço anotações me minha agenda/caderno pessoa de papel.
- O meu trabalho não depende de organização de tarefas
- Sim
- Individualmente
- Através do bloco de notas do telemóvel ou lembretes / sticky notes do computador/ Notion

Notion

Google Calendar

Bloco de notas e calendário

Numa agenda

escrevo-os por ordem de prioridade

Agenda

Agenda digital

Agenda

lista de tarefas

De acordo com as prioridades.

planeamento semanal

Organizo as minhas tarefas por prioridade. Começo pelas mais importantes e pelas que estão mais perto do fim do prazo.

Através do telemóvel na agenda/ lembretes ou através de um caderno

Através da plataforma Notion

Por norma, um planeamento semanal,e diário

Google Calendar

.

Com um calendário, dividindo o tempo entre trabalho e vida pessoal, de forma a conseguir acabar os trabalhos no dia antes do pedido.

Organizo as tarefas de forma semanal e por prioridades

faço uma lista dos que tem mais prioridade (tem que ser entregues 1º)

Apontar na agenda

Organizando por uma agenda

Planeio tudo a 100% na minha agenda e faço montes de to-do lists

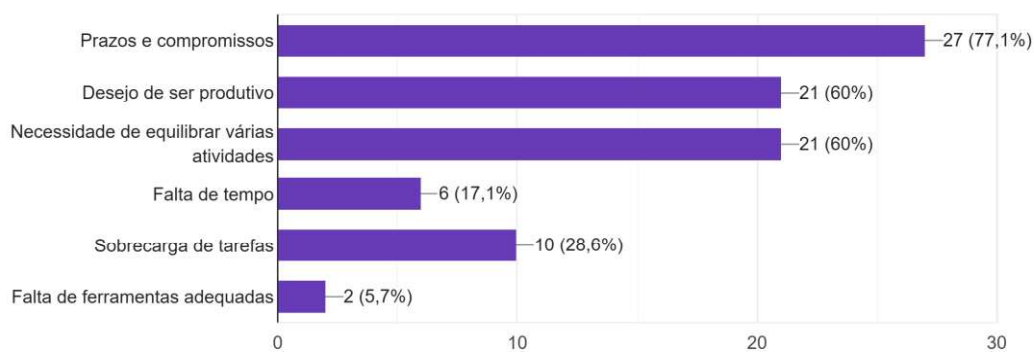
Utilizo o calendário da google para compromissos e locais onde devo estar e uma agenda de papel para pequenas tarefas diárias

sim



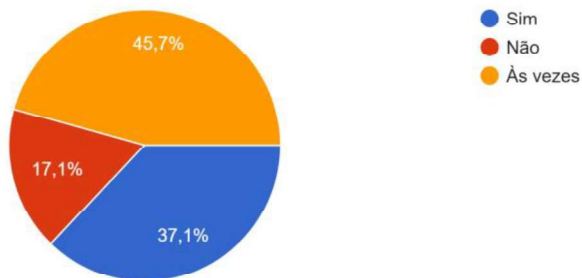
### O que mais o motiva a planear e organizar as suas tarefas?

35 respostas



### Costuma planear o seu dia/semana com antecedência?

35 respostas



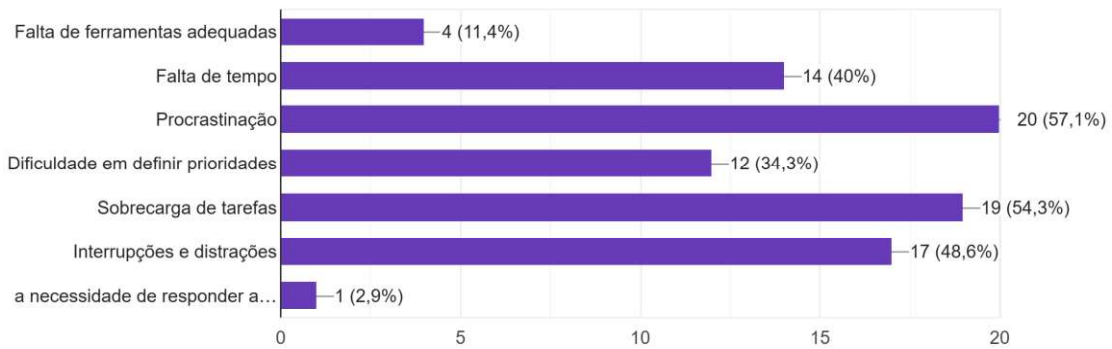
Com que frequência ajusta os seus planos?

35 respostas



O que costuma atrapalhar ou dificultar organização do seu tempo de estudo e trabalho?

35 respostas



### Como se organiza para trabalhos em equipa?

35 respostas

Do mesmo jeito, com anotações, mensagens em grupos de trabalho e anotações na agenda do telemóvel

Com os membros da equipa e depois ajusto a minha agenda

Nada

utilizando plataformas com o trello e google agenda, também através de conversar por email ou whatsapp

Cada um faz uma parte

Whatsap

Com antecipação

Através de divisão de tarefas / chamadas de grupo

Através de um documento on-line partilhado com a descrição individual de cada membro do grupo

Definindo tarefas e prazos para cada integrante

Calendário e ficheiro excel

Crio alguns diagramas e cronogramas que me ajudem a organizar a equipa, respetivas funções e prazos estabelecidos.

distribuição de tarefas, com prazos estabelecidos

Definir o que cada pessoa tem de fazer no trabalho

Criação de grupos através de Apps

Tomo liderança e distribuo tarefas

Apontamentos e todo o material possível a apresentar

Cumprir prazos e prioridades.

delegação de tarefas

Escolhemos as tarefas para cada um fazer.

Reunindo o grupo, através de chamada ou presencial e dividindo tarefas

Com uma boa comunicação e divisão de tarefas.

Modo funcional e já faz parte do plano semanal estar organizado

Normalmente tenho sentido de líder e consigo organizar as pessoas a fazerem tarefas que gostam.

Não organizo

Tento dividir igualmente as tarefas e não sobrecarregar ninguém ,tendo em conta as mais valias de cada a partir da definição de funções, tarefas e prazos

distribuindo tarefas e usando ferramentas "apps" de trabalho em conjunto

Depende do grupo, normalmente marco na agenda para executar o trabalho

Fazendo em conjunto os trabalhos

não se aplica

Costumo ser mais flexível nos ajustes dos meus horários, uma vez que as atividades em equipa existem uma maior conciliação de horários. Aqui a hierarquia também tem um papel importante, uma vez que uma pessoa com um cargo de direção normalmente tem uma agenda menos flexível.

definir prioridades e dividir tarefas, tanto por dias como por membros da equipa

Com base nos outros

definir exatamente as minhas funções e tarefas

Quais são as principais dificuldades que enfrenta ao tentar organizar o seu tempo de estudo e trabalho?

35 respostas

Não saber por onde começar, dificuldade em priorizar tarefas e má gestão do tempo

procrastinar

Nada

o equilíbrio entre as tarefas, principalmente quando há uma sobrecarga de tarefas o que faz com que o tempo disposto ao estudos acabe por diminuir para cumprir prazos de trabalho

A procastrinação

Tempo

Ter tempo para tudo

Nem sempre haver disponibilidade do grupo, horários e prazos

Os materiais costumam estar espalhados por diferentes drives; método de organização é diferente por professor

Definir prioridades e balancear

Sem paciência para o fazer

Provavelmente a procrastinação e a dificuldade de dar o impulso inicial para começar alguma tarefa.

procrastinacao

Muitas tarefas para fazer e pouco tempo

Dar resposta em tempo útil a todas as solicitações

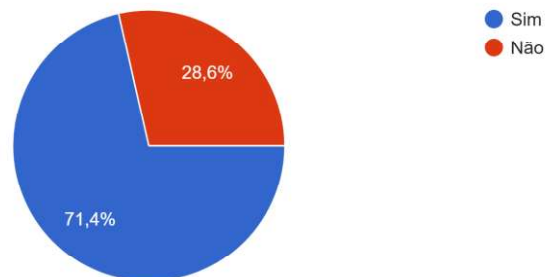
Procrastinação

As vezes o cansaço e sobrecarga de tarefas

- Tempo.
- a falta de tempo
- Falta de motivação e burnout
- Quando há muito trabalho e não sei por onde começar/dividir
- Gestão de tempo e procrastinação
- Todas as dificuldades possíveis e imaginarias
- Procrastinação e Medo de falhar e nao fazer o meu melhor
- Tempo
- Falta de tempo
- Interrupção e atividades externas que exigem atenção (ie. atividades de casa)
- uma boa aplicação que não seja paga ou muito cara
- Falta de organização, Pressão, Distração
- A gestão de tempo
- procrastinação
- No geral é perceber quanto tempo efetivamente demora uma tarefa, mas com o tempo e a prática melhora
- definir prioridades
- Falta de motivação "forçada", mas prazos tendem a ajudar
- sobretudo definir prioridades e não descansar

Costuma organizar as suas tarefas com recurso a ferramentas digitais (aplicações, calendários, layouts Canva planners, templates gráfico)?

35 respostas



## Se sim, Quais? Porquê?

25 respostas

Agenda do telemóvel, criar mensagens para mim mesma no Whatsapp, alarmes do telemóvel com descrição da tarefa, anotações detalhadas das tarefas, no Google Docs, durante trabalhos.

As aplicações ficam no telemóvel que anda sempre comigo, e são com as que uso com maior frequência de consulta, e também por conta da privacidade dada, ferramentas úteis, rápidas e fáceis de usar e seguras para o dia a dia. Mas também, porque não se paga nada, apenas usam registo de email, têm definições de acesso ilimitado e sem ads constantes ou que interrompem.

Calendários e Lembretes, de forma a ter tudo organizado e a receber avisos

Trello, Google Agenda, também já testei o Notion. Acho que facilitam quando se trata de um trabalho em equipe, e também são ferramentas rápidas para inserir ou alterar tarefas

Canva, porque é muito colorido e estimula as pessoas

Notion / sticky notes

Notion, apps do calendário e das notas no telemóvel

Google Calendar. Porque já está integrado ao email e alguns eventos já são adicionados automaticamente

Calendário do telemóvel, porque assim está sempre à mão; calendário da Google, porque permite ter os calendários da equipa de trabalho todos num só sítio; folha de Excel, tem o mesmo propósito que o calendário da Google;

Uso muitos cronogramas e diagramas que realizo manualmente, ou seja, em papel. Mas também costumo utilizar a aplicação Notion para gerir a minha organização no projeto, uma vez que dispõe de vários templates destinados à organização e também consigo criar os meus próprios. Caso seja em equipa, frequentemente recorro ao Figma, que por si está desenhado para projetos colaborativos e ajuda manter toda a equipa a par do processo de trabalho.

Calendário. Notas. Notion. Facilidade de acesso às informações em diferentes dispositivos. Sincronização.

Calendário do telemóvel e despertador, porque recebo lembrete no dia/hora

Canva e Notion

Clickup porque é uma ferramenta fácil de usar com outras pessoas

Sticky Notes, lembretes, agenda, notion / é uma boa forma de organizar as coisas

O notion, porque é uma ferramenta bastante versátil.

Calendário, notas e papel é ainda fundamental

Google calendar, porque é fácil de utilizar, e dá para adicionar todos os compromissos, mesmo os que não se relacionam com trabalho

Calendários e ou planners

Calendario e trello. Facilidade de acesso, mobilidade e facilidade de visualização

apps de calendário e listas, templates de calendário

Uso apenas a aplicação do Calendário para anotar. Utilizo por ser uma app mais prática.

Google calendário e agenda de papel

notion e google calendar, para poder ver a divisão de tarefas e de tempo de uma forma visual e intuitiva

Milanote, Google calendar. Para poder ver as tarefas mais delineadas. Listas e esquemas ajudem-me a ter uma ideia visual de tudo o que preciso fazer

notas iPhone, calendario google, planner canva

Se não, porquê?

10 respostas

Nasa

Não tenho necessidade

Habito

eu nao confio na tecnologia para me alertar de compromissos e prazos, prefiro escrever em sitios que eu veja sempre

Prefiro ter em papel e escrever

Prefiro agenda.

o tempo perdido a inserir dados, é tempo perdido em produção.

Não. Falta de tempo

Organizo todas as tarefas na minha agenda em papel

Riscar algo com a caneta faz-me sentir muito mais produtiva e realizada

Acho que nada. Na verdade as que utilizo são bastante práticas. Talvez juntar as duas funções- gestão horários e gestão de tarefas

Um maior fator de obrigatoriedade e maior destaque

sincronizar descktop com telemóvel responsivo

Se pudesse mudar algo nas ferramentas digitais que usa atualmente, o que seria?

35 respostas

Nada

nada

Não limitar o uso de ferramentas ou vezes de acesso através de planos a pagar para estudantes; não colocar ads que interrompam; criar formas de acesso em que dê para compartilhar o trabalho em equipa/simultâneo e em direto e compartilhar comentários; e ter tutoriais disponíveis para aprender a usar os softwares de forma autónoma e fácil.

ter mais opções de layouts e mais ferramentas de organização

Trello poderia ter mais ferramentas como o Notion, acho que seria mais interessante

Nunca pensei nisso

Acrescentava incentivos / várias opções de cores para a app / talvez um ajudante AI

Não mudava, não sinto necessidade de o fazer

Provavelmente a sua complexidade. Por vezes as ferramentas digitais dispõem de inúmeras funções e detalhes que são úteis, até certo ponto, mas não são essenciais. Isto faz com que exista demasiada informação e distração para um planeamento que deveria ser realizado de forma simples e direta.

a dificuldades que algumas delas levam para se saber o que se esta a fazer

Nada em concreto. As 3 são suficientes.

Poder programar um dia para o meu despertador

Serem gratuitas para termos acesso a mais vantagens

N/a

Não tenho nada em mente.

Acrescentava mais alarmes ou ferramentas que incentivassem a continuar o trabalho e não procrastinar, formas de dar motivação/incentivo a quem está a usar a ferramenta

Não sei

Notas, bloco de notas mais funcional

às vezes o layout não é o mais fácil. Por exemplo, no google calendar os eventos ficam identificados por cores, o que é bom, mas às vezes não apresentam os nomes dos compromissos então demoro mais a organizar-me e a lembrar-me das tarefas

Existem problemas porém me adaptei a eles, e não consigo pensar em nada para mudar agora

não serem pagas, terem hiperligações

Eu mudaria para algo que desse mais liberdade criativa para o utilizador

Os menus

Não se aplica

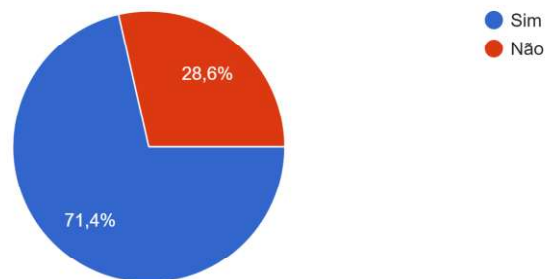
Acho que nada. Na verdade as que utilizo são bastante práticas. Talvez juntar as duas funções- gestão horários e gestão de tarefas

Um maior fator de obrigatoriedade e maior destaque

sincronizar desktop com telemóvel responsivo

Costuma organizar as suas tarefas com recurso a agendas (agendas, bullet journal, caderno To Do, outros)?

35 respostas



### Se sim, quais? Porquê?

25 respostas

Calendários e agendas de mesa e post-its

journal, to do é vista mensal. Dá para estar sempre a vista, o que é uma forma de me manter organizada e saber o que tenho pela frente

Google Agenda, facilita muito o trabalho em equipa, principalmente na hora de agendar reuniões

Hábito

Porque ajuda a organizar tudo

Agendas, porque me ajudam na organização diária

Nao

Caderno porque da para fazer rascunhos do que tenho pendente

Uso mais agendas, para organização das tarefas semanais e algumas To Do lists, apenas para ter a possibilidade de riscar a tarefa quando já está concluída.

Agenda, porque prefiro escrever

Calendário. Notion.

Não tenho uma agenda. Uso folhas soltas onde faço um calendário ou escrevo as tarefas que tenho para fazer e deixo-as num sítio visível, porque nunca me lembro de ver uma agenda

Agendas e to do lists

Agenda

agenda, listagem de prioridades planificação semanal. porque apesar não utilizar ferramentas digitais para fazer ajuste. a organização semanal é obrigatória.

é uma boa forma de gerir e planear o que é para fazer

Notas

No meu caderno diário, costumo fazer listas de todas as tarefas que é necessário fazer para acabar um trabalho, divididas ao milímetro, para evitar sentir um overload

Sim, planners

Bullet Journal. Gosto da satisfação de riscar a tarefa cumprida

bullet journal, agendas e cadernos para fazer com listas "what to do"

Eu uso apenas a app do Calendário

Uma agência simples e um caderno simples

Agenda de papel pois utilizo cores - verde para as tarefas que concretizei e vermelho para as que não concretizei - para me orientar e prever melhor o futuro. Para o planeamento de aulas que lecciono, utilizo o excel.

Com um quadro branco que mantenho perto da secretaria de trabalho para ser frequentemente lembrado do mapa de tarefas

Se não, porquê?

8 respostas

Nada

Não tenho necessidade

Basta-me o Google Calendar

nao necessito delas

Falta de motivação para manter uma agenda ativa.

Falta de temp

Não custumo usar ferramentas online de design

acabo por ter tudo no digital, visto que trabalho no computador é mais prático ter tudo num só sítio

Se pudesse mudar algo nas agendas que usa atualmente, o que seria?

23 respostas

Nada

Terem acesso à mesma forma de utilizar/ mesmo layout e design, mas em formato de app simples. Como nas agendas de telemóvel, com ferramentas simples e diretas.

mais espaço de escrita, menos confuso, ter sempre vista mensal, semanal e só depois diaria

Não sei

Não mudaria

Haver cada vez mais agendas que não fosse preciso descartar e sim apagar aquilo que já não é precisd

Podia ter uma UI mais intuitiva

Encontro poucas agendas em que a semana (segunda a domingo) aparece num so spread. Se eu quero organizar a semana quero que apareça toda em duas páginas para a puder ver toda ao mesmo tempo e ter uma noção geral melhor da minha semana

O que gostaria que as agendas tivessem era um espaço dedicado à colocação do lápis ou caneta, apenas para não andar sempre à procura da caneta que está perdida algures na mala. Mas também não gosto de colocar a caneta presa na capa da agenda porque eventualmente estraga um pouco a capa, então frequentemente sinto necessidade de ter um espaço integrado na agenda que permitesse a colocação da caneta e que fosse funcional e acessível nesse sentido.

Mais espaço em cada dia para poder escrever mais tarefas

Nada.

Não alterava nada

Uso a agenda adequada.

nada

Nada em mente

Notas com palavras motivacionais / recursos e lembretes com alarme para voltar a trabalhar e para fazer uma pausa, uma espécie de jogo que incentive a trabalhar, exemplo disso é a aplicação plantie

Mais interativa e funcional no sentido de alertar as respetivas tarefas

acho que por vezes nao sao convinientes porque como estou sempre no computador é mais facil elas serem digitais ou feitas no meu caderno de projeto.

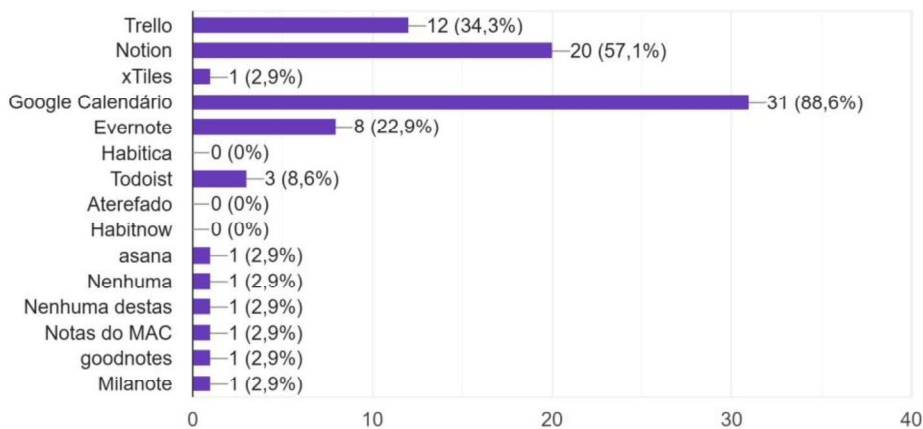
masi espaço para conseguir detalhar a tarefa

Serem menos pesadas para carregar na mochila

Nas poucas que uso, menos detalhes, mais simplificação

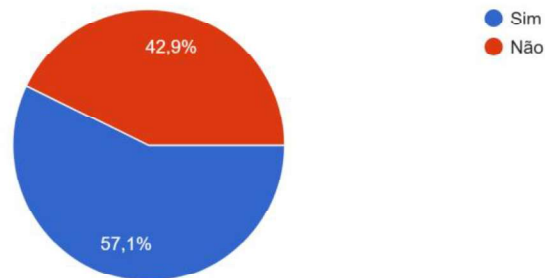
Quais as plataformas ou recursos de gestão de tarefas que já experimentou? (ex.: Trello, Notion, Asana, Google Calendário)

35 respostas



Continua a utilizar alguma destas plataformas ou recursos de gestão de tarefas?

35 respostas



Se sim, quais? Porquê?

20 respostas

- Trello, já disse anteriormente
  - Trello solicitado por equipe
  - Notion, porque é mais fácil de usar e tem várias opções
  - Nao
  - Google Calendar
  - Google calendar pelo motivo que já referi
  - Notion. Porque é uma ótima ferramenta para o planeamento e organização pessoal, permite escolher templates já pré-definidos ou criar os nossos próprios e de uma maneira muito simples e direta, o que me agrada.
  - Notion
- 
- O Notion
  - respondi noutra capitolo
  - google e notas
  - Google calendar
  - Nada. Falta de tempo
  - Trello e Calendario google. Funcionam bem para o meu dia a dia
  - goodnotes, google calendar, notion
  - Google calendário
  - Muito util para uma pessoa esquecida como eu

notion e google calendar porque são práticas e muito personalizáveis às minhas necessidades

Milanote. Considero o mais acessível e simples deles todos

google calendario

### Se não, porque as deixou de utilizar?

15 respostas

Muitas ferramentas de personalização e que acabam por usar muito tempo, número limitado para criação de projetos de forma gratuita e já existe o hábito de usar a agenda simples do telemóvel, quem também já vem inclusa na programação dos telemóveis

Quis simplificar e usar o Calendário e os Lembretes, e os materiais físicos

Nada

Nunca usei

Não me estimulava

desinteresse

Prefiro escrever em papel, sinto que me organizo melhor

Não usei

Prefiro escrever em agenda.

Esquecimento

Algumas porque era sempre necessário ou pagar-se para obter mais recursos / Ou porque estava em outra língua e perdia-se tempo a traduzir / porque usar uma aplicação no telemóvel é mais acessível e fácil de transportar para todo o lado, de forma a usufruir sempre e não perder a ligação/foco

Não tenho tido tempo

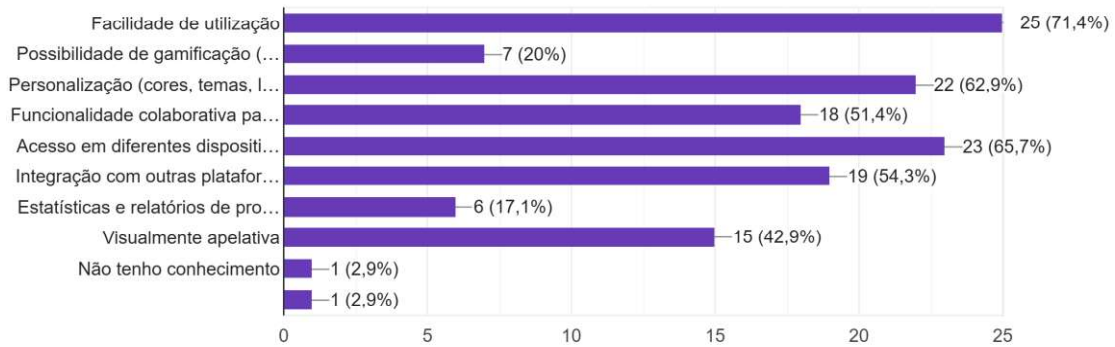
Prefiro manual

Não achei prático

Gosto mais do papel

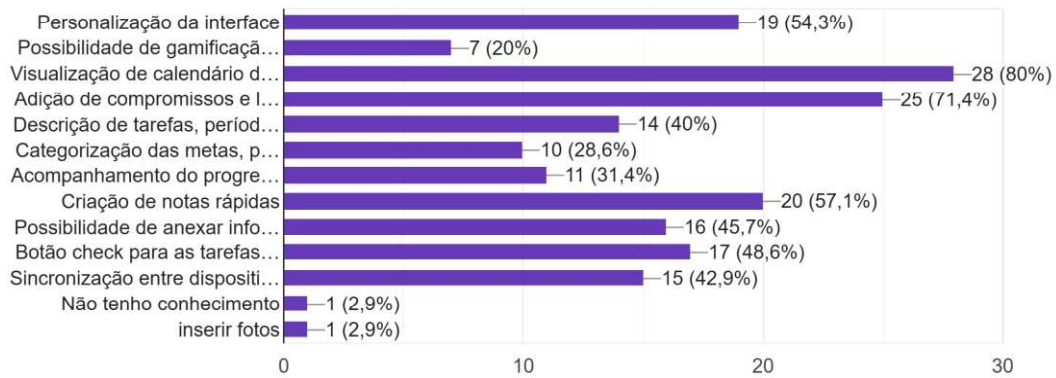
O que valoriza / considera mais útil nestas plataformas?

35 respostas



Quais as funcionalidades que acha fundamentais?

35 respostas



Como descreveria o recurso de gestão de tarefas ideal para a sua organização do seu tempo de estudo e trabalho?

35 respostas

Não sei

Não sei

Bom

Nada

Deve ser simples, visual e adaptável. Ele deve permitir planejar a semana com clareza, organizar tarefas por prioridade, categoria ou projeto, e reservar blocos de tempo para foco. Também deve contar com lembretes, integração com calendários e apps como Notion ou Google Agenda, e oferecer uma visão do progresso com estatísticas ou metas diárias. Além disso, seria útil incluir métodos como GTD (Getting Things Done) e permitir acesso em diferentes dispositivos, ajudando a manter a rotina produtiva e equilibrada.

Nada a apontar

Responsável

Uma app que desse para todos as plataformas, tipo IOs, android, pc, MacBook, etc e que fosse acessível de ser utilizado, com custos baixos, com uso de gamificacoes, pois assim incentiva-se a usar mais e a ser mais produtivo

Nao sei

Visualmente intuitivo

Agenda semanal em papel e calendário digital

Um recurso simples e direto, sem grandes ornamentos distrativos e sem função aparente. E ainda, que permitisse acompanhar o progresso do meu estudo e trabalho, com a possibilidade de riscar ou dar check às tarefas realizadas e ser recompensada de alguma forma por isso. O sistema de notificações que funcione como lembretes é algo também apelativo e que realmente faz a diferença, especialmente nos momentos de procrastinação, o que também seria algo a acrescentar.

eu normalmente escrevo as minhas tarefas e prioridades em sticky notes e colo-as a frente da minha secretaria por isso diria que um quadro com topicos das minhas tarefas seria o meu melhor recurso de gestao de tarefas

Quase perfeito

Visualmente simples, com cores chamativas, e que seja fácil de interagir

Minha agenda.

simples, rápido e eficaz

Algo útil que me ajuda no dia-a-dia a manter-me focado no que é mais importante fazer primeiro.

todas as opções acima, especialmente a gamificação, porque incentiva/vicia a querer alcançar algo do interesse do utilizador, como um prêmio (exemplo: desbloquear um wallpaper novo) e por isso faz com que se seja produtivo

Funcional e simples

Um pouco desorganizado mas funciona

Nada a dizer

Qualquer uma onde seja possível escrita manual e partilha com outros utilizadores

organização simples e facilitada que me permite liberdade de alteração

organizador/calendário/to do's

Algo prático para o dia a dia

Uma melhor gestão de tempo

Mesmo só uma agenda, um caderno e canetas coloridas

Uma plataforma que utilizasse AI para me ajudar a gerir melhor o meu tempo com base na gestão que já faço - aprendizagem de comportamentos - tivesse uma opção de tarefas a realizar. Ser user friendly e sincronizar com diferentes dispositivos. Talvez uma opção de recompensa para ajudar às pessoas menos disciplinadas - gosto bastante do interface da aplicação OPAL e dos relatórios semanais que faz.

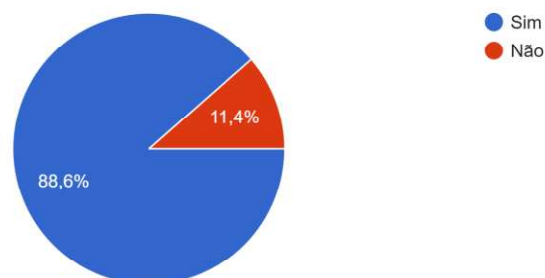
Apresentação e divisão das tarefas de forma visual e intuitiva, que permite ter colaboradores para ser mais fácil no que toca a trabalhos de equipa, que permite dar "check" nas tarefas já executadas e que inclui calendário e notificações das tarefas

Simples

o indicado anteriormente

Na sua opinião, o design gráfico pode influenciar a forma como organiza e planeia as suas atividades?

35 respostas



### Se sim, como?

31 respostas

Não sei explicar

sendo mais apelativo, as pessoas vão ganhar mais vontade de o fazer

Como designer gráfica, eu vejo que o design é essencial numa boa ferramenta de organização, não adianta ter mil funções se a interface for confusa ou feia. Um layout bem feito, com boa hierarquia, cores bem aplicadas e tipografia clara, faz toda a diferença pra guiar o olhar, destacar o que é mais importante e deixar o uso mais fluido. Além disso, quando o visual é leve e agradável, a gente sente até mais vontade de usar no dia a dia. Afinal, o design não é só estética, é parte da funcionalidade e da experiência como um todo.

Ficaria mais chamativo e interessante

Layout

Não sei explicar

O design gráfico é sem dúvida um elemento importante, pois só assim a organização, os layouts, design

O design gráfico é sem dúvida um elemento importante, pois só assim a organização, os layouts, design etc são possíveis de existir

As interfaces e a sua navegação influenciam muito

UI de fácil navegação e utilização sem treinamento prévio

Uma boa ferramenta de organização depende de bom interface, um interface confuso e pouco intuitivo não permite que o utilizador se organize quando o utiliza.

A simples disposição dos elementos gráficos num determinado layout já determina se a minha experiência como utilizador será boa ou má, no sentido em que se torna intuitiva a sua utilização ou não. Por isso, o design tem um papel fundamental na forma como me organizo e de que forma o faço.

Ser mais apelativo e dar mais motivação para uma boa organização

User Interface, estética e funcionalidades

Dá nos outra perspetiva de organizar o nosso planeamento e sermos mais criativos

Information Design

prefiro não responder

Um design bem feito pode levar a uma maior facilidade no trabalho e na sua organização, enquanto algo mal feito vai normalmente levar a confusão, o que aumenta o tempo de trabalho.

O design gráfico é sempre essencial na planificação pessoal, mas essencialmente através da sua beleza e caracterização, que se torna tão fundamental. O design gráfico oferece muitas ferramentas para organização e planeamento, através de programas e o próprio design que cativa o utilizador

Sim, o design gráfico pode influenciar significativamente a forma como organizamos e planeamos as nossas atividades. Elementos visuais bem estruturados, como cores, ícones, tipografia e layouts, ajudam a tornar a informação mais clara, acessível e atraente. Um bom design pode facilitar a leitura, destacar prioridades e melhorar a gestão do tempo, tornando o planeamento mais intuitivo e eficaz.

um bom layout

Criando alternativas que possam estimular de forma diferente as pessoas que necessitam de se organizar.

O facto de um planner, calendário ou plataforma ser visualmente apelativo ajuda a que queira ser usado

Uso em comparação com familiares que usam métodos semelhantes de organização o meu método de organização que aplico intuitivamente métodos de design fica muito mais simples e rápida a visualização

através da parte visual e gráfica, redesenhando uma app focada nas necessidades do user

Torna a organização mais simples e fácil de compreender

Pela questões da cor e da forma e também layout

através de uma interface mais apelativa

através de uma interface mais apelativa

O design muito além da estética trabalha comportamentos e ações dos utilizadores.

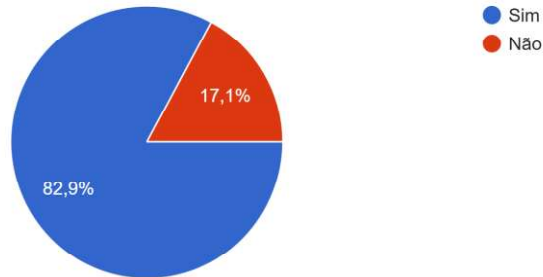
Um design apelativo e intuitivo ajuda a visualizar melhor as tarefas a fazer e incentiva a olhar para o plano e a cumpri-lo

Quanto mais apelativa a aplicação mais confiança tenho nela. Por exemplo, se calhar uma aplicação com ui mais desatualizada seja melhor em termos de funções e opções, mas como não me é apelativa provavelmente não farei download. O mesmo acontecerá ao contrário, algo se calhar muito apelativo, é só bonito e não funcional, então acho que funcionalidade é mais importante que o design mas sem dúvida que o design continua a ser extremamente relevante

para mim é fundamental a composição visual

Acredita que a personalização (ex.: cores, layouts, temas) em recursos de gestão de tempo e tarefas é importante?

35 respostas



Se sim, porquê?

29 respostas

acaba por haver uma maior organização

Sim, acredito que a personalização faz diferença. Poder ajustar cores, temas e layouts deixa a ferramenta mais confortável e com a nossa cara, o que torna o uso mais prazeroso e motiva a manter a organização. Além disso, um visual que combina com nosso estilo ajuda no foco e na produtividade.

Porque é melhor

Fhu

Na medida em que ajuda as pessoas

Porque é sempre importante haver opções de temas não só para a pessoa trabalhar com um tema que gosta como também para haver mais escolhas de tema de "escuro" "claro" ou "automático" consoante a hora do dia

Porque eu posso organizar de acordo como eu acho melhor

Sim para diferenciar prioridades (muito importante, pouco importante) estado das tarefas (por exemplo: verde para concluídas, amarelo para pendentes) tipo de tarefa (evento, reunião, entrega de documento).

cores e layouts nem tanto mas na parte dos temas considero sim uma parte importante

É mais apelativo

Em termos mentais facilita/organiza melhor a gestão de processos

Para eu de facto prestar atenção, a planificação tem de estar feita de forma completamente simples. Ou seja, todos os compromissos escritos a caneta preta ou azul, e as coisas importantes sublinhadas com cor fluorescente. Sendo que, opto sempre por usar o menor número de cores possível, reduzindo ao estritamente necessário para o meu pensamento não divergir

A visualização das cores faz com que nos chame a atenção as tarefas que temos para resolver

Information Design ajuda bastante

Personalização deixa as pessoas mais interessadas no trabalho e aumenta produtividade.

Muitas das vezes a "beleza" de uma aplicação, faz com que seja mais um incentivo de preferencia para aquela aplicação, assim como ser totalmente funcional e oferecer mais daquilo que é pretendido

Sim, a personalização em recursos de gestão de tempo e tarefas é importante porque permite adaptar as ferramentas às preferências e necessidades individuais. Escolher cores, layouts e temas que nos agradam pode aumentar a motivação, facilitar a identificação de prioridades e tornar a navegação mais intuitiva.

motivação

facil memorização

Pois da mais interesse ao layout e causa interesse em utilizar

Ajuda a separa prioridades e categorizar e definir a linguagem propria no momento da organização. A organização é minha com legendas, signos e simbolos que fazem sentido para mim

para diferenciar tarefas e a sua importância. E haver uma parte estética agradável para motivar a fazer as tarefas

é fácil para compreender

Porque com um layout bonito chama a atenção

Porque quando algo é personalizável é de acordo com o nosso gosto, temos mais tendência a fazer um uso recorrente

Porque nós somos visuais também

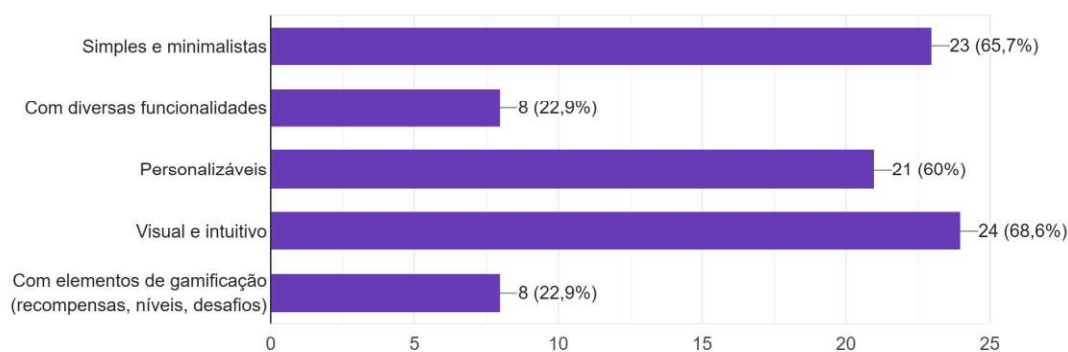
é importante adaptar o layout às nossas necessidades e ao que faz mais sentido para nós, além de que um design apelativo incentiva ao uso da plataforma

Como referi anteriormente. Apelativo, chamativo, e até mesmo acessibilidade. Diferentes cores e tamanhos ajudem-me a mais facilmente distinguir e organizar coisas

ajuda-me a organizar as diferentes tarefas

Prefere recursos de gestão de tempo:

35 respostas



Que conselhos daria aos designers que se encontram a desenvolver recursos de gestão de tempo?

35 respostas

Nada

.

diria para não complicarem, para tornarem apelativo mas simples

Eu diria para: priorizar a clareza, usar a hierarquia visual a favor da produtividade, não complicar demais a interface, deixá-la o mais simples dentro do possível, criar algo que ofereça personalização, criar fluxos que incentivem o uso constante da plataforma e o mais importante, testar com usuários reais, ouvir os feedbacks e aplicar as melhorias.

Coragem para enfrentar clientes insatisfeitos com a app

Simples

Muita resiliência

Especialmente investir nos temas da aplicação e na gamificação, pois incentiva muito a quem for usar, sem em papel como em digital

Não sei

Recursos como "drag and drop" e uniformidade no visual nas diversas plataformas

Manter o mais simples e intuitivo possível. Uma pessoa que quer organizar o seu tempo não precisa de inúmeras funções que possam complicar esse processo que deve ser fácil e rápido. Considerando que é algo que a pessoa faz pelo menos uma vez por semana não deve levar muito tempo.

Que não preencham os recursos de gestão de tempo com diversos elementos e funcionalidades que apenas se utiliza em situações muito específicas.

algo que de motivação para concluir essas tarefas

Fazer algo diferente que dê para as pessoas personalizarem

Que seja algo simples, intuitivo e imediato.

Manter as coisas simples

Simples mas chamativos para não gerar confusão

Visualização rápida, simples e intuitiva. User experiente e interface design.

criem algo simples, rápido e eficaz

Fazer algo simples mas com várias funcionalidades. Estas ferramentas devem ser tão fáceis de utilizar para uma pessoa que conhece tecnologias, como para alguém que não é familiar.

Que essencialmente apostem no design, especialmente quando os temas são do agrado de alguns utilizadores (por ex: ter opção de escolher o tema) / que apostem também em vários recursos e que sejam intuitivos / que apostem em elementos de gamificação, pois receber recompensas, ajuda a querer usar mais a aplicação / que seja de fácil acesso a todas as plataformas / que seja bem divulgado, pois muitas das vezes os utilizadores desconhecem por não haver divulgação / que contenham alarmes para avisar quando é para trabalhar ou fazer uma pausa etc.

Não sei

O mercado é difícil, e quanto mais organizados estivermos melhor, seja no local de trabalho como na vida diária.

que a pagina principal contenha toda a informação do mes, com os compromissos todos por mês, e ter um menu personalizavel, como o google calendar que tem o sistema que permite so ver certos compromissos de acordo com a cor. Acho que devia ser bastante frontal a pessoa abrir e ver todo o seu mes, e depois poder ver o resto

Que seja muito personalizavel

Não há necessidade de gamificação

que seja motivacional

No momento não tenho

Ser mais simples. E não complicar tanto em certos layouts

Não sei

Estudar muito os utilizadores e desenvolver uma aplicação que possa vir a ser melhorada no futuro sempre que necessário

analisar as diversas plataformas que já existem, obter os pontos positivos de todas elas e juntá-las numa plataforma só

Acessível, personalizavam, simples

focarem-se na usabilidade com os tópicos anteriores

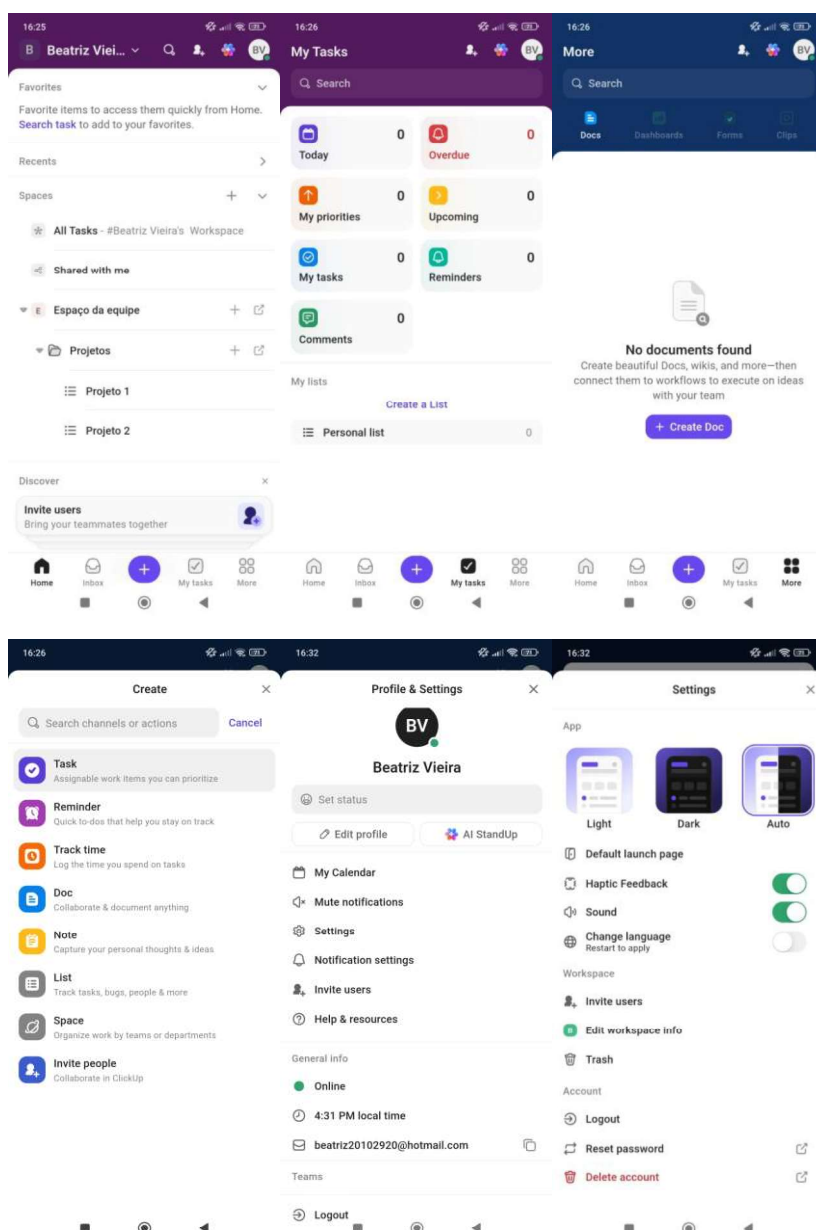
## **Apêndice IV - Análise Breve de Aplicações de Organização Pessoal e Planejamento**

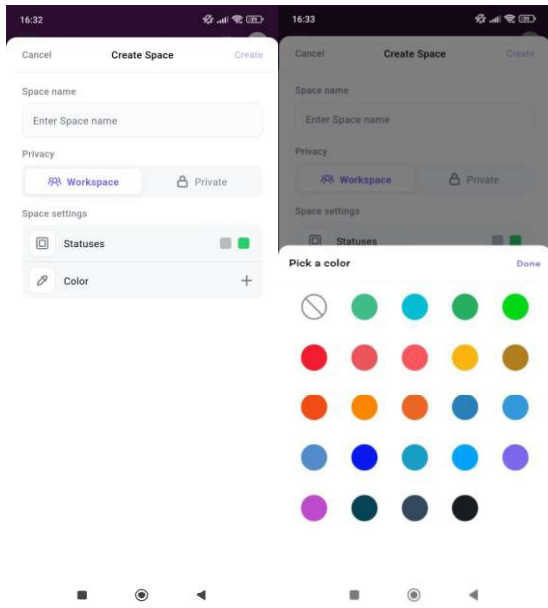
### **CLICKUP**

A plataforma *ClickUp* apresenta-se como uma solução digital multifuncional, desenvolvida para dar resposta às necessidades de produtividade, organização e gestão de projetos, destinada à sua utilização por utilizadores individuais e para a colaboração de equipas. Assim, a proposta baseia-se na centralização das ferramentas de produtividade, com o objetivo de eliminar a necessidade de alternar entre várias aplicações. Neste sentido, a plataforma oferece um amplo conjunto de funcionalidades, tais como a criação e organização de tarefas e subtarefas, definição de prioridades, atribuição de responsáveis, utilização de *checklists*. Disponibiliza diversas formas de visualização para acompanhamento do trabalho, como lista, quadro *Kanban*, calendário, cronograma, gráfico de *Gantt*, mapa mental e *dashboards* personalizáveis com indicadores de desempenho. Adicionalmente inclui ainda funcionalidades de colaboração em tempo real, como comentários em tarefas, menções entre utilizadores, chat integrado e edição colaborativa de documentos. A ferramenta permite o registo e controlo do tempo gasto nas tarefas e oferece suporte à definição de metas e objetivos com progresso visível. O *ClickUp* também é altamente personalizável, permitindo a criação de *templates* reutilizáveis, estrutura hierárquica flexível (espaços, pastas, listas), personalização visual e campos dinâmicos, possibilitando as áreas que o utilizador quer partilhar. As plataformas ainda integram diversas ferramentas externas, como *Google Workspace*, *Slack*, *Microsoft Teams*, *Zoom*, *GitHub*. Apesar das vantagens, a amplitude de opções e funcionalidades contribui para uma curva de aprendizagem acentuada, especialmente para utilizadores iniciantes. Ainda que a aplicação disponibilize tutoriais interativos, vídeos e centro de ajuda detalhado, o processo de adaptação exige tempo e empenho para alcançar fluência no uso.

A *ClickUp* está disponível para utilização de forma gratuita com um conjunto significativo de funcionalidades, suficiente para responder às necessidades de muitos utilizadores individuais ou pequenas equipas. No entanto, disponibiliza também versões premium, mediante subscrição, que desbloqueiam recursos mais avançados

No que respeita à compatibilidade, a plataforma encontra-se disponível em versões para *web* e aplicação através do *download*, para *macOS*, *Windows*, *Android* e *iOS*. A sincronização entre dispositivos é contínua e automática, permitindo uma experiência fluida e coerente. Além disso, mantém consistência visual, garantida através de uma interface responsiva que adapta a estrutura e a hierarquia da informação ao formato de cada ecrã sem grandes mudanças. A utilização é possível offline apesar de limitada a algumas funcionalidades, sendo as informações sincronizados quando recuperado o acesso à internet.





## MILANOTE

O *Milanote* é uma plataforma digital concebida com foco nas necessidades dos profissionais criativos, oferecendo um espaço flexível e visualmente orientado para planear, organizar e colaborar em projetos. Assim, a plataforma destina-se sobretudo a profissionais de áreas do design, escrita, publicidade e desenvolvimento de produtos. A plataforma permite reunir num único espaço o briefing, os recursos visuais, as tarefas e as interações com os diferentes intervenientes do projeto, sendo particularmente eficaz para o desenvolvimento de conceitos, *moodboards*, storyboards, mapas mentais e planeamentos de campanhas visuais. Os quadros (*boards*) do *Milanote* funcionam como superfícies digitais de organização, sobre as quais é possível posicionar imagens, listas de tarefas, notas, *links* e arquivos de forma livre e espacialmente distribuída. Esta estrutura visual, inspirada em quadros de cortiça ou *moodboards* físicos, promove a exploração de ideias de forma orgânica e personalizada. Assim, as principais funcionalidades da plataforma centram-se na possibilidade de criação de listas de tarefas integradas, carregamento de imagens e ficheiros em diversos formatos (*JPG, PNG, GIF, SVG*, entre outros), bem como a ferramenta de arrastar e soltar, que simplifica significativamente o processo de adição de conteúdos ao espaço de trabalho. Adicionalmente a aplicação *Milanote Web Clipper*, disponível para *Google Chrome*, permite guardar imagens, vídeos, páginas, *web* ou excertos de texto diretamente de qualquer site visitado, promovendo uma recolha ágil e contínua de referências visuais.

A interface do *Milanote* é minimalista e centrada na clareza visual, com foco na disposição espacial dos elementos e na ausência de uma hierarquia rígida. Este modelo favorece o pensamento visual e associativo, potenciando a geração e articulação de ideias. Para facilitar o arranque de novos projetos, a plataforma oferece dezenas de modelos (*templates*) integrados, que podem ser utilizados como ponto de partida ou adaptados segundo as necessidades de cada utilizador. Existe ainda a possibilidade de criação de modelos personalizados, assegurando a reutilização de estruturas frequentes no processo de *design*.

No que respeita à colaboração, o *Milanote* pode ser utilizado de forma privada ou individual, ou em equipa através de outros perfis, incluindo designers, gestores de produto, programadores e clientes, permitindo a edição colaborativa, a discussão de ideias e a inserção de comentários diretamente sobre os conteúdos.

A sincronização de dados é efetuada automaticamente e em tempo real através da nuvem, garantindo que qualquer alteração efetuada num dispositivo se reflete

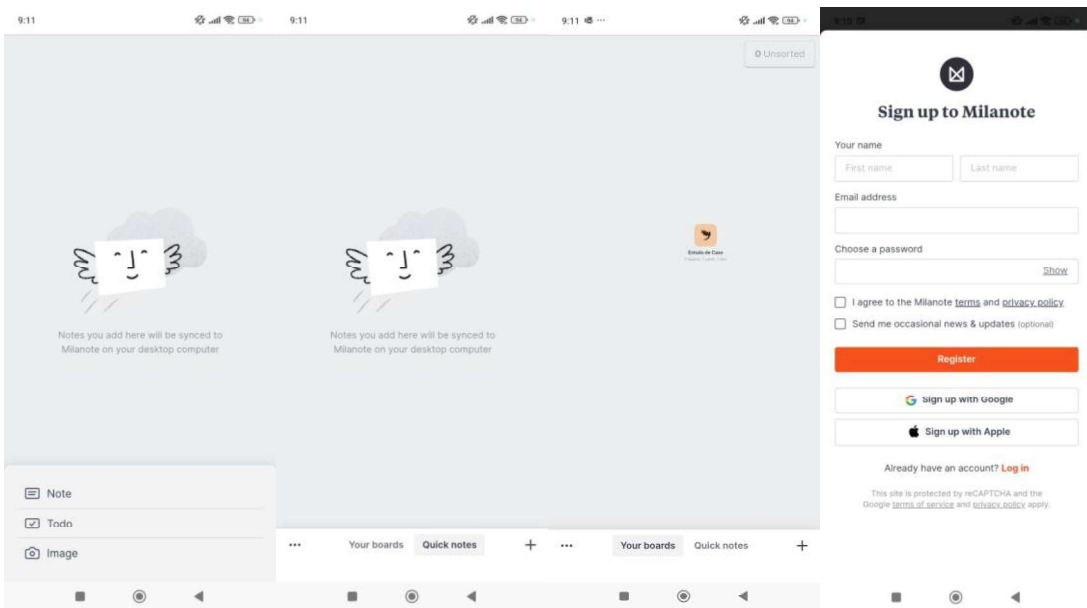
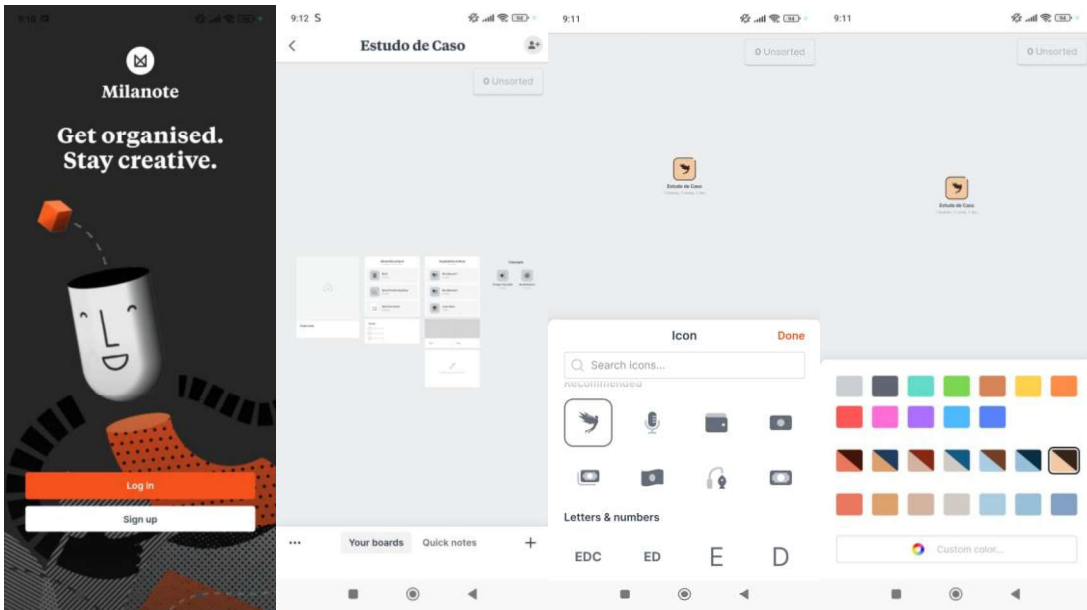
instantaneamente nos restantes. Este sistema assegura que os conteúdos estão sempre atualizados e disponíveis, independentemente do dispositivo utilizado para o acesso. O *Milanote* encontra-se disponível via *web* bem como dispositivos móveis para diferentes sistemas operativos, tais como *Windows*, *macOS*, *Android* e *iOS*.

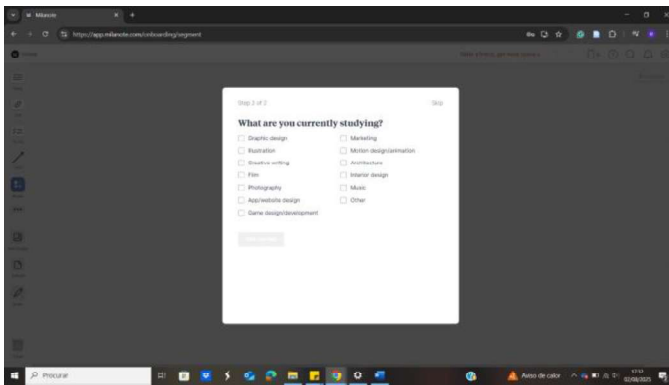
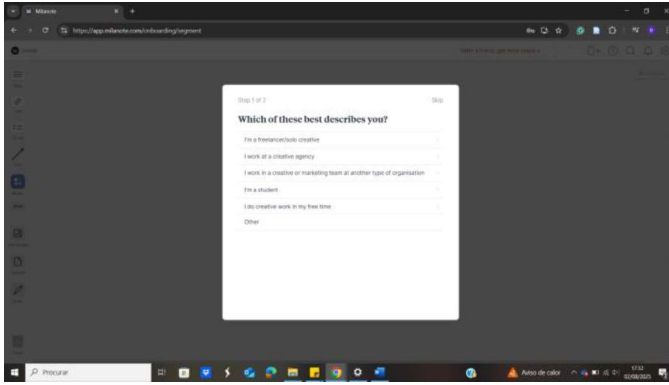
No que diz respeito à segurança e privacidade, o *Milanote* adota práticas robustas de proteção de dados, incluindo encriptação em repouso e em trânsito, backups em tempo real e restrições de acesso interno à informação dos utilizadores. Estes mecanismos reforçam a confiança no uso da plataforma para conteúdos sensíveis ou projetos confidenciais.

A versão gratuita do *Milanote* oferece acesso a uma parte significativa das funcionalidades, embora com limitações quanto à quantidade de conteúdos que podem ser adicionados. Contudo, também tem disponível uma versão premium com capacidades expandidas, incluindo armazenamento ilimitado, maior número de painéis ativos e funcionalidades colaborativas avançadas, como equipas maiores, projetos de longa duração ou utilização intensiva de recursos visuais.

Relativamente à curva de aprendizagem, esta revela-se acessível sobretudo para utilizadores com familiaridade prévia com ferramentas de *design* visual ou organização gráfica. A interface privilegia uma estética minimalista e clara, favorecendo a exploração por tentativa e erro e a aprendizagem intuitiva. Além disso, o *Milanote* oferece guias e uma central de ajuda que ajuda na utilização da plataforma.

## O impacto do design gráfico no planeamento por parte dos *designers* e estudantes de *design*





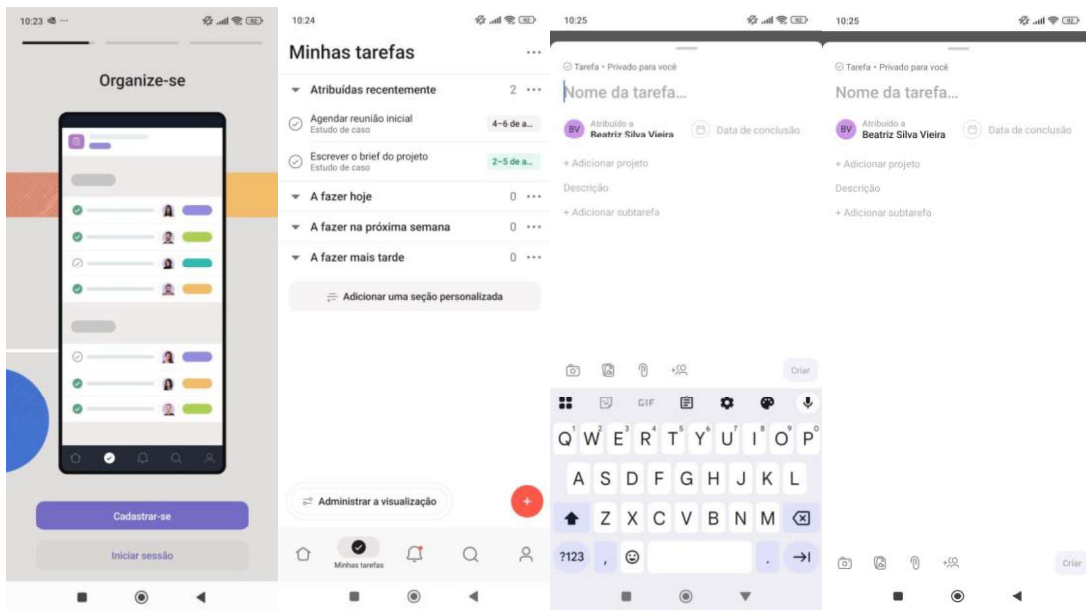
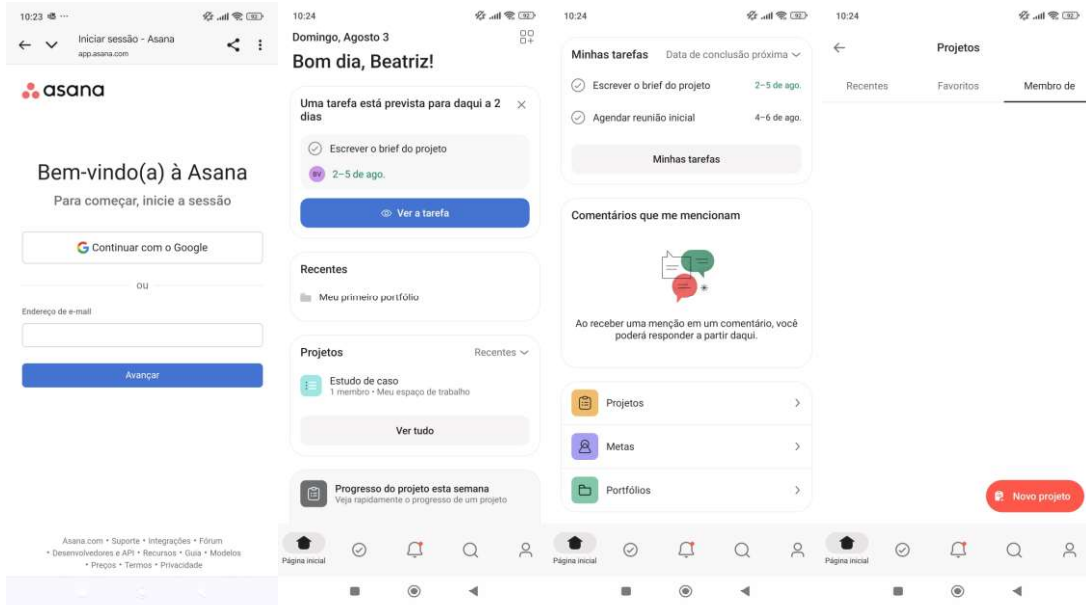
## **ASANA**

A plataforma *Asana* consiste numa ferramenta digital de gestão de projetos e tarefas, concebida com o intuito de facilitar a colaboração entre equipas, promovendo a organização de fluxos de trabalho de forma estruturada e visualmente clara, tanto para utilizadores individuais como a equipas multidisciplinares. A plataforma proporciona um ambiente digital centralizado onde é possível planear, atribuir, acompanhar e rever tarefas e projetos, através de recursos como criação de tarefas e subtarefas, definição de prazos e responsáveis, comentários colaborativos, anexação de ficheiros, etiquetas de prioridade, cronogramas visuais (*timelines*), quadros estilo *Kanban*, calendários e *dashboards* personalizáveis para o acompanhamento do progresso. A *Asana* propõe diferentes modos de visualização (lista, quadro, calendário, cronograma), que proporcionam que o utilizador ou as equipas escolham o que mais se adapte às suas necessidades e preferências.

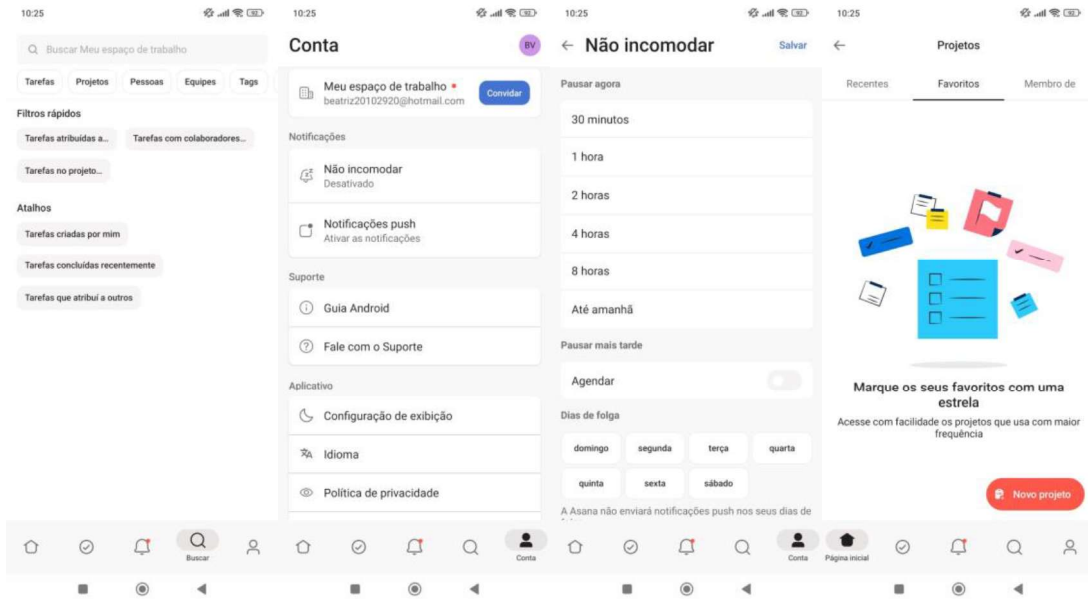
Relativamente à curva de aprendizagem, *Asana* apresenta-se como moderadamente acessível, especialmente devido à sua interface limpa, linguagem visual coerente e presença de elementos de design gráfico que auxiliam na identificação rápida das funções principais. Adicionalmente, a plataforma fornece apoio educativo por meio de tutoriais interativos, *webinars*, artigos de ajuda e integração de dicas contextuais diretamente na interface, o que contribui para a aprendizagem e aumento da familiaridade com as funcionalidades da plataforma.

A sincronização entre dispositivos é assegurada através da autenticação com conta única, sendo compatível com sistemas operativos *Web*, *Windows*, *macOS*, *Android* e *iOS*.

A *Asana* está disponível numa versão gratuita, que disponibiliza um conjunto abrangente de funcionalidades essenciais para o planeamento e acompanhamento de tarefas. No entanto, a plataforma disponibiliza também versões premium e business, que oferecem mais recursos.



## O impacto do design gráfico no planeamento por parte dos *designers* e estudantes de *design*



## **GOOGLE CALENDÁRIO / GOOGLE AGENDA**

O *Google* Calendário é uma aplicação gratuita de agenda digital desenvolvida pela *Google*, disponível tanto na versão web quanto em dispositivos móveis *Android* e *iOS*. A ferramenta permite aos utilizadores organizar compromissos, reuniões, tarefas e eventos pessoais de forma prática e sincronizada, sendo amplamente utilizada tanto para fins pessoais quanto profissionais. Por estar integrada ao ecossistema *Google*, a aplicação funciona de maneira fluida com serviços como *Gmail*, *Google Meet*, *Google Tasks*, *Drive* e outros produtos do *Google Workspace*.

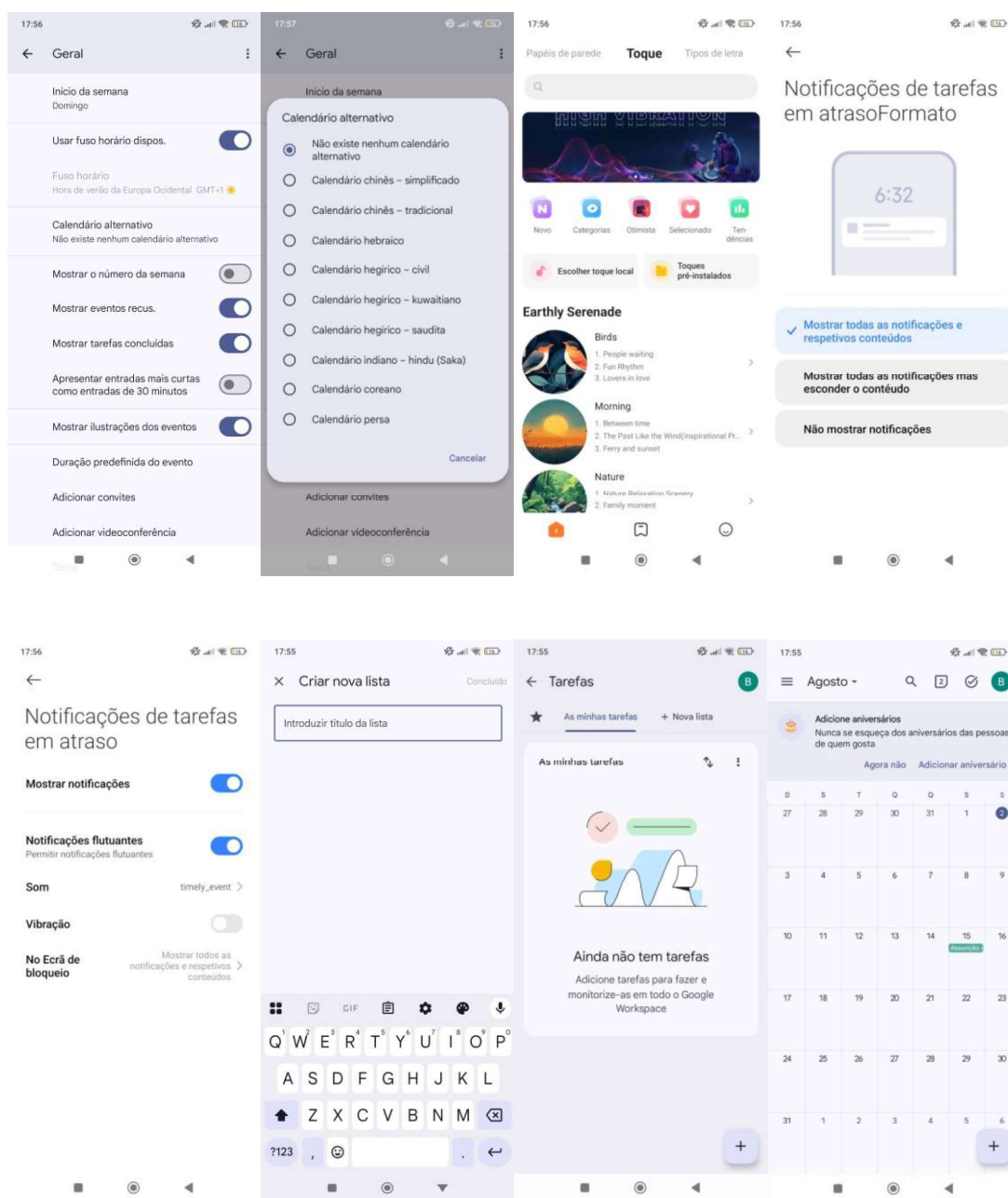
As principais funcionalidades do *Google* Calendário consistem na criação e gestão de eventos com data, hora, local, convidados, descrição e lembretes. Os utilizadores podem criar eventos únicos ou recorrentes (diários, semanais, mensais, etc.) e configurar notificações personalizadas por e-mail ou por notificação no smartphone. A aplicação também permite visualizações flexíveis do calendário, como por dia, semana, mês ou lista de compromissos futuros, tornando fácil adaptar a interface às preferências de cada utilizador.

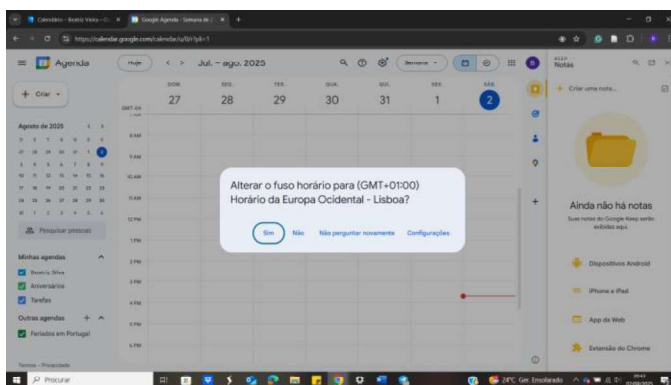
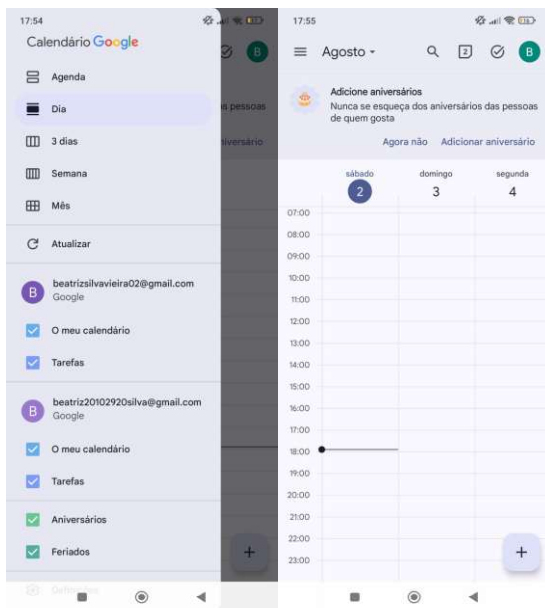
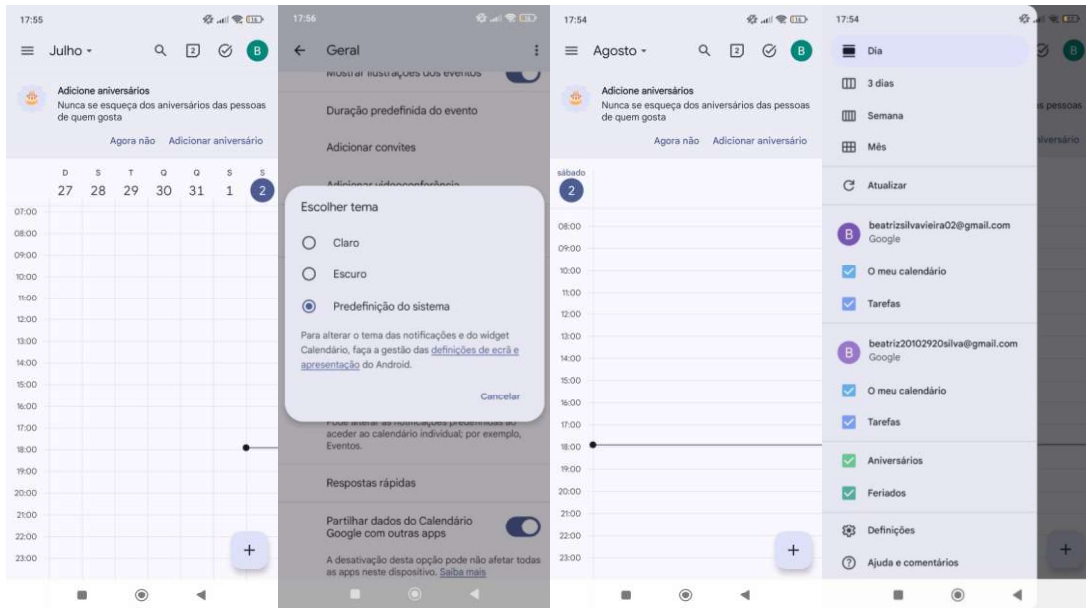
Outro ponto importante é a possibilidade de gerir múltiplos calendários dentro da mesma conta – por exemplo, separar compromissos pessoais dos profissionais – e compartilhá-los com outras pessoas, com diferentes níveis de permissão (ver apenas disponibilidade, ver detalhes, ou editar). Esta funcionalidade é particularmente útil em contextos de trabalho em equipa ou gestão familiar. A integração com o *Google Meet* e outras plataformas de videoconferência facilita também o agendamento de reuniões virtuais diretamente a partir de um evento.

Em termos de modelos de utilização, o *Google* Calendário oferece uma versão totalmente gratuita, que já inclui a maioria das funcionalidades principais. Essa versão é suficiente para a grande maioria dos utilizadores. Existe também uma versão *premium* quando o serviço é utilizado dentro do *Google Workspace* um pacote pago de produtividade voltado para empresas e instituições.

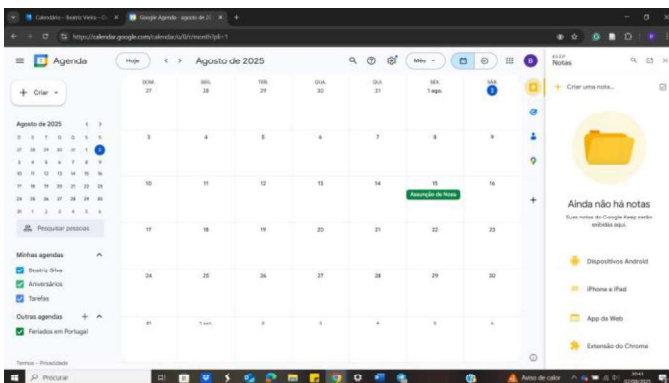
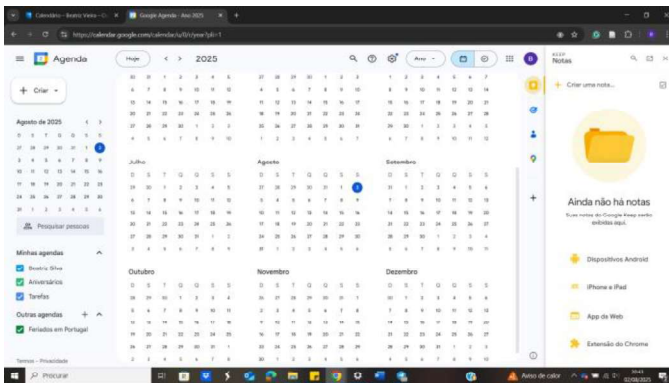
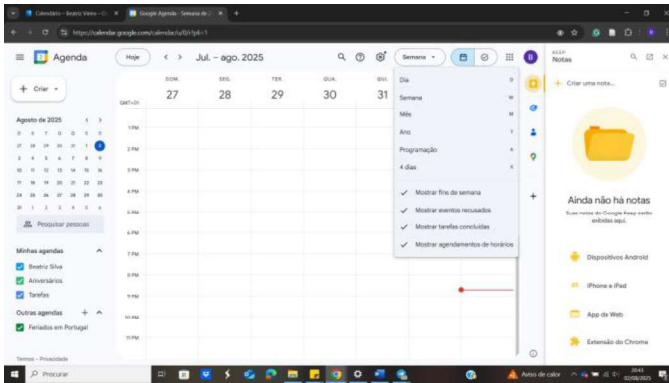
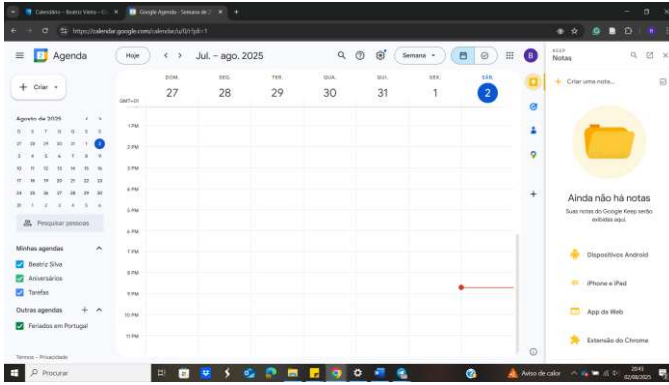
No que diz respeito à curva de aprendizagem, o *Google* Calendário é bastante intuitivo, sendo que os utilizadores iniciantes conseguem rapidamente criar e editar eventos com facilidade, graças a uma interface limpa e objetiva. As funções mais avançadas, como configurações de partilha, fusos horários e integração com aplicações externas, estão disponíveis, mas não sobrecarregam a experiência básica. Isso faz com que a ferramenta seja acessível tanto para utilizadores comuns quanto para perfis mais técnicos ou organizacionais.

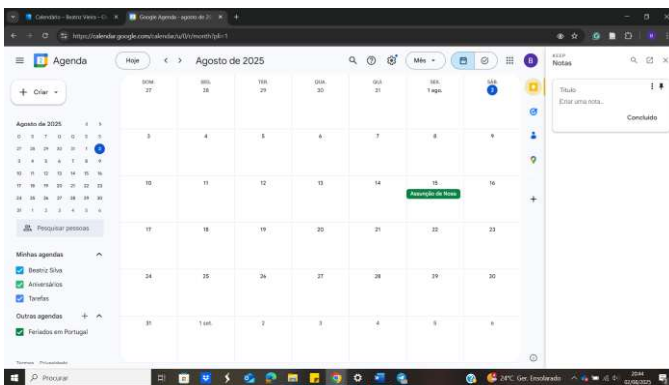
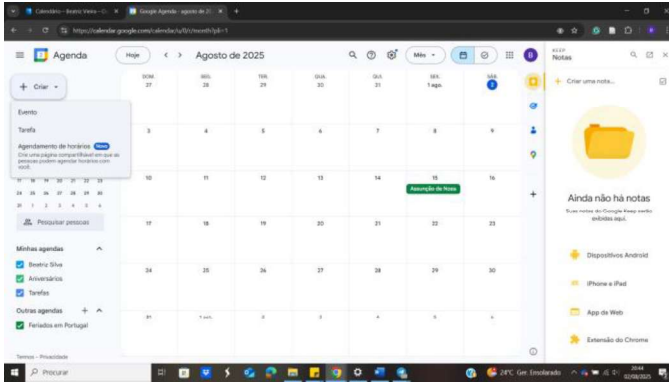
Quanto à compatibilidade entre dispositivos, o *Google* Calendário destaca-se por sua excelente sincronização. Ele pode ser acedido por qualquer navegador de internet em computadores, e também possui aplicações nativas para *Android* e *iOS*. As atualizações feitas num dispositivo são refletidas imediatamente nos demais, desde que haja conexão com a internet. Também é possível usar o calendário de forma limitada *offline*, consultando eventos e realizando algumas edições que serão sincronizadas posteriormente. Além disso, o *Google* Calendário pode ser integrado a outros calendários, como o *Outlook*, *Apple Calendar* e serviços como *Trello* ou *Slack*, o que garante ainda mais flexibilidade.





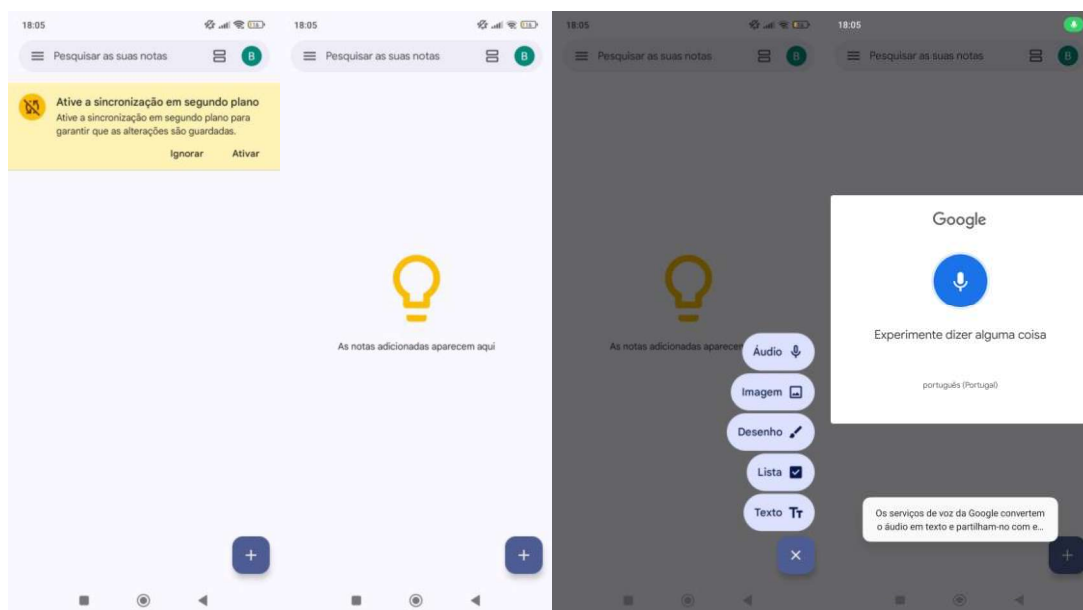
## O impacto do design gráfico no planeamento por parte dos *designers* e estudantes de *design*

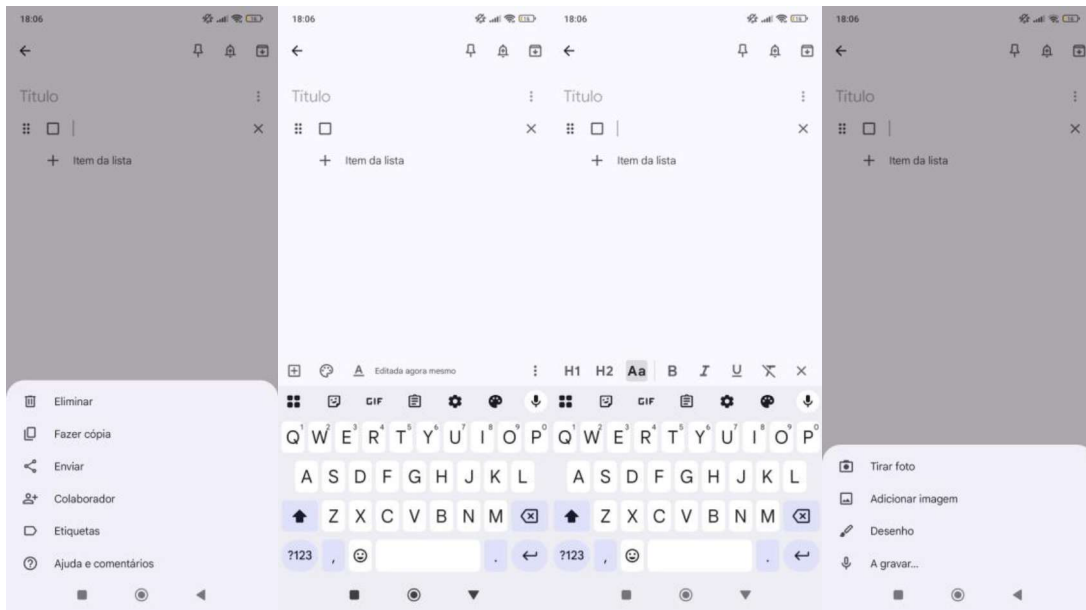
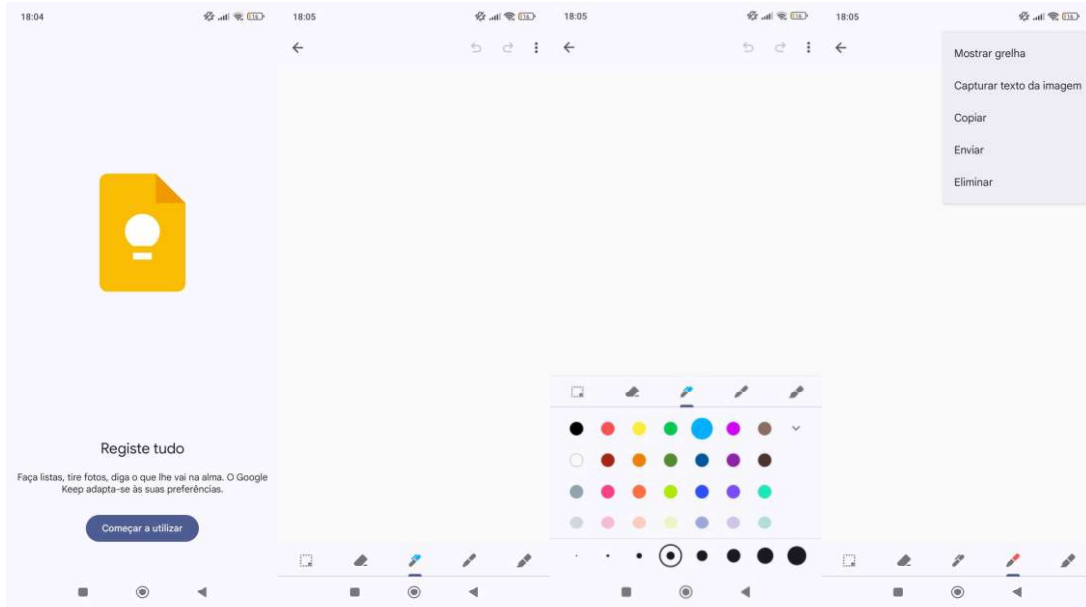




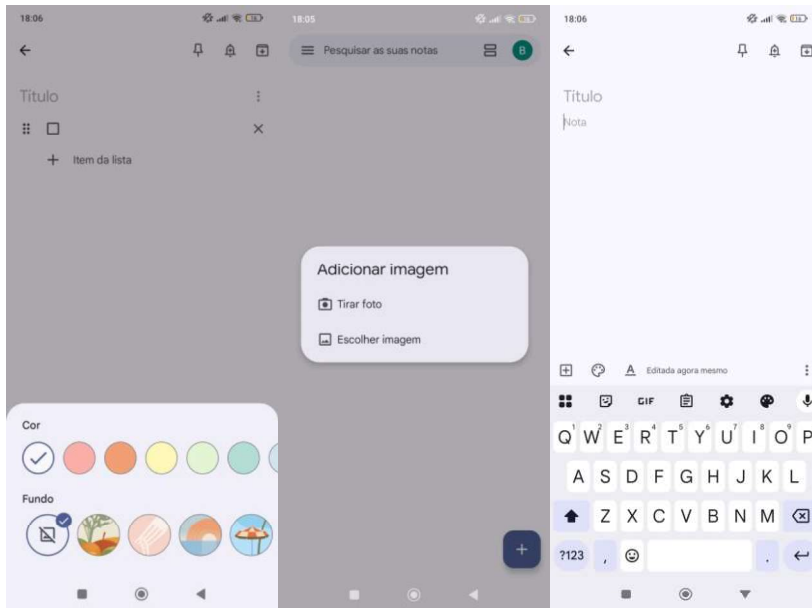
## GOOGLE KEEP

O *Google Keep* é uma ferramenta gratuita da Google para criação de notas rápidas, listas de tarefas e lembretes, disponível na web e em dispositivos móveis. Com uma interface simples e intuitiva, permite capturar ideias em texto, áudio, imagem ou desenho, organizar notas com etiquetas e cores, e definir lembretes por horário ou localização. Também possibilita colaboração em tempo real, permitindo que várias pessoas editem a mesma nota. Sua integração com o ecossistema Google é um dos principais pontos fortes, funcionando bem com o *Gmail*, *Google Docs*, *Google Assistente* e especialmente com o *Google Calendário*, onde os lembretes criados no *Keep* podem aparecer automaticamente. A sincronização entre dispositivos é eficiente, e a curva de aprendizagem é mínima, o que o torna ideal para utilização diária. Embora limitado em funcionalidades avançadas, é uma excelente opção para quem busca agilidade, simplicidade e integração com outros serviços *Google*.





## O impacto do design gráfico no planeamento por parte dos *designers* e estudantes de *design*



## OUTLOOK CALENDAR

O *Outlook* Calendário consiste numa ferramenta digital integrada no *Outlook*, desenvolvida pela *Microsoft* como parte do ecossistema *Microsoft 365*, com o objetivo de auxiliar os utilizadores na gestão de compromissos, definição de lembretes, organização do tempo. A plataforma é projetada tanto para utilizadores individuais como para equipas em contextos colaborativos, promovendo a centralização das tarefas e a sincronização em tempo real. Assim, as principais funcionalidades da aplicação são a criação de eventos e reuniões, definição de lembretes personalizados, gestão de múltiplos calendários, categorização cromática de tarefas, integração com o *Microsoft Teams* para agendamento de reuniões virtuais, e a possibilidade de partilha e edição colaborativa de calendários. A interface permite alternar entre diferentes modos de visualização do calendário, tais como diário, semanal, mensal e em formato de agenda, proporcionando flexibilidade e adaptabilidade às necessidades e preferências individuais dos utilizadores. Adicionalmente, o *Outlook* Calendário apresenta uma integração robusta com outras ferramentas do *Microsoft 365*, nomeadamente o *OneNote*, o *Microsoft To Do*, o *SharePoint* e o *Teams*, reforçando uma experiência digital coerente e centralizada. Sendo que o *OneNote* e o *Microsoft To Do* assumem-se como aplicações complementares, facilitando a organização de notas e o planeamento de tarefas, respetivamente.

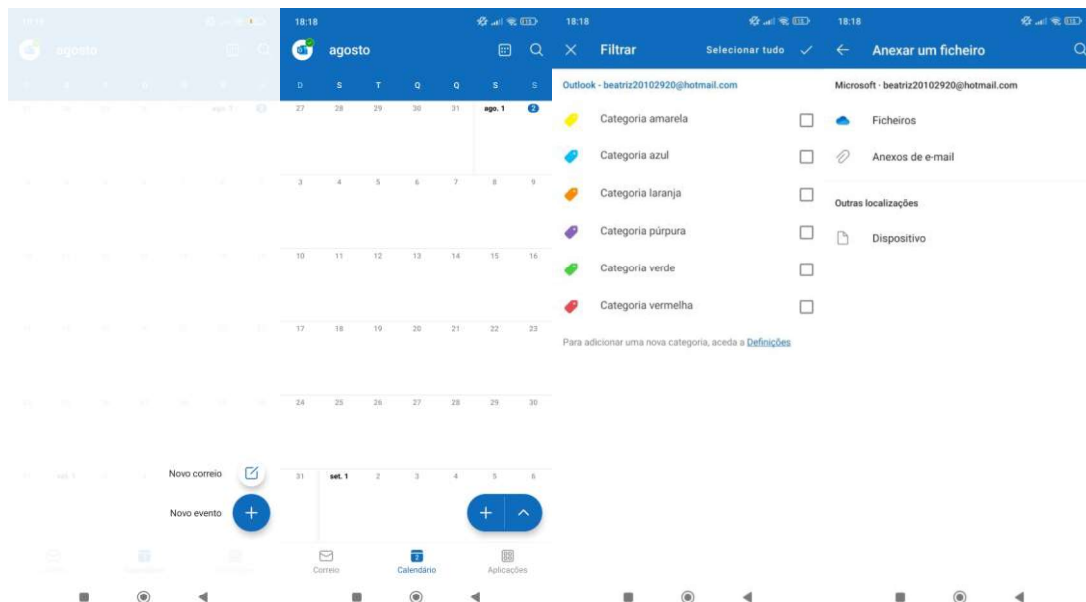
A sincronização de dados é automática e contínua, efetuada através da autenticação com a conta *Microsoft* do utilizador. Qualquer alteração realizada num dispositivo é imediatamente refletida nos restantes, assegurando consistência e atualizações em tempo real. Embora algumas funcionalidades estejam disponíveis em modo *offline*, operações como a atualização de calendários partilhados ou o envio de convites requerem ligação à internet, sendo sincronizadas automaticamente quando a conectividade é restabelecida.

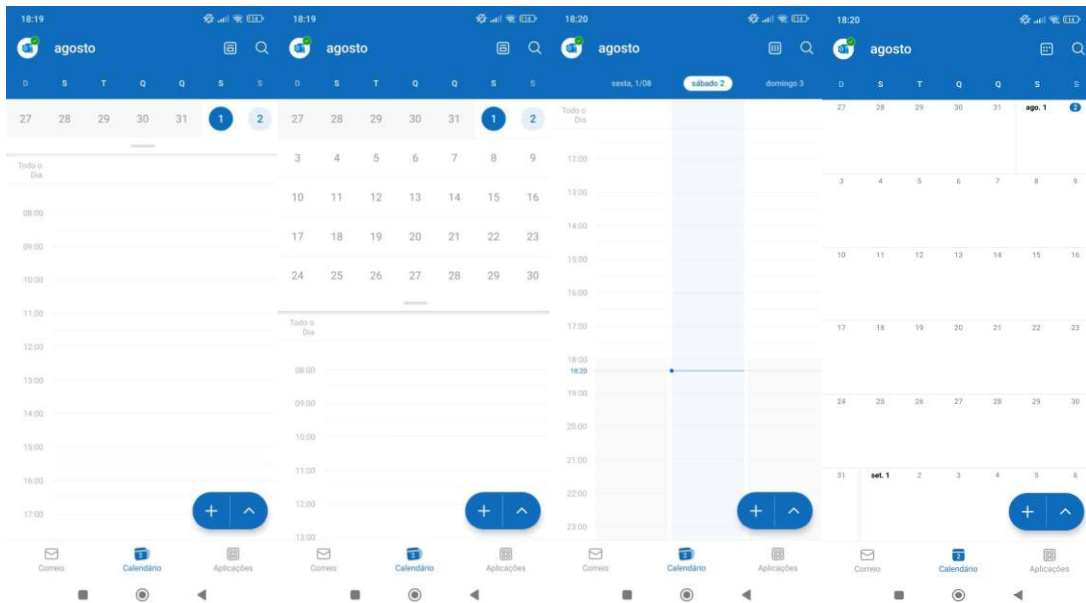
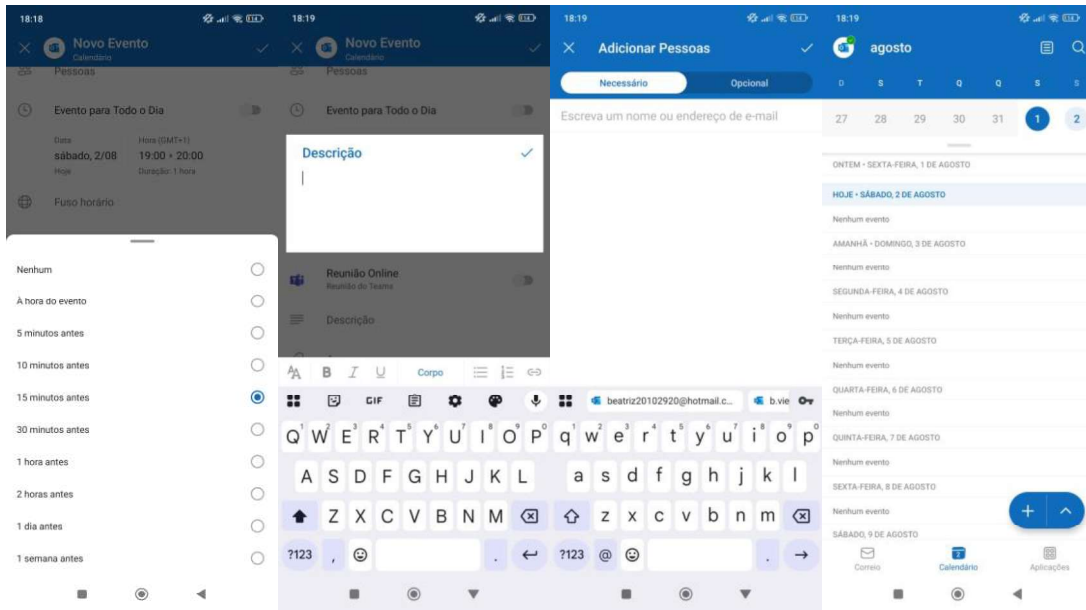
A plataforma está disponível em versões para *Web*, *Windows*, *macOS*, *Android* e *iOS*, mantendo uma estrutura responsiva que adapta a hierarquia e o *layout* da interface consoante o tipo de ecrã e sistema operativo. Esta consistência visual e funcional entre plataformas garante uma experiência de utilizador fluida e minimiza a curva de reaprendizagem ao alternar entre dispositivos.

A curva de aprendizagem, embora moderada, é apoiada por recursos como tutoriais interativos, artigos de ajuda e sugestões contextuais integradas na interface. Ainda

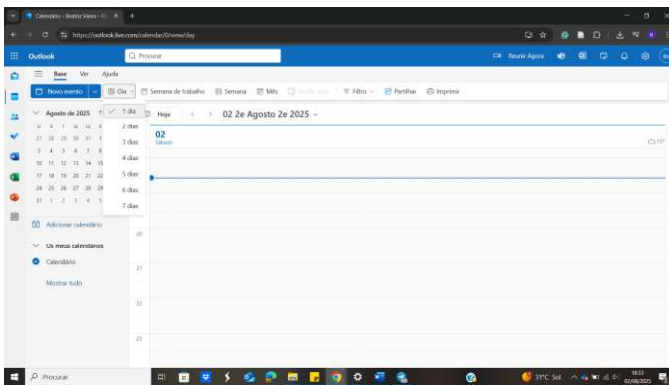
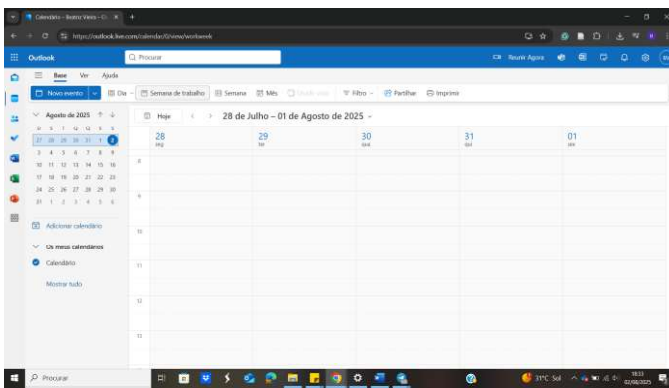
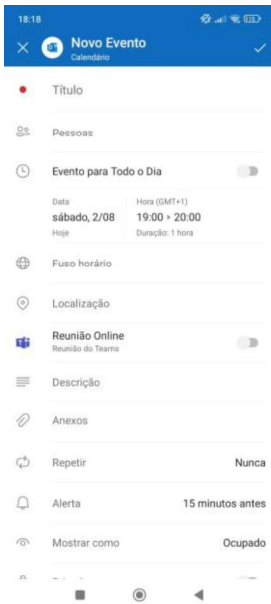
assim, a experiência do utilizador (*UX*) continua a depender em grande medida da familiaridade prévia com o paradigma de navegação dos produtos *Microsoft*.

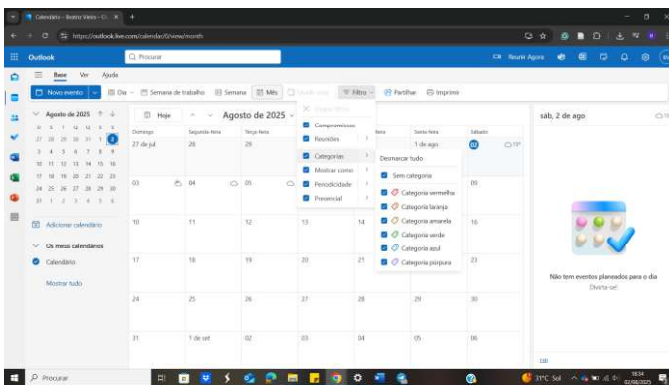
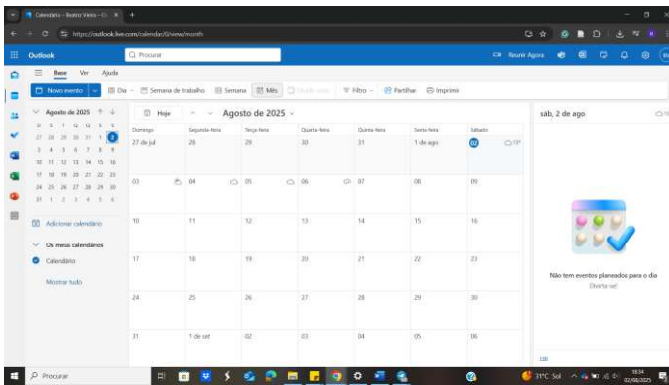
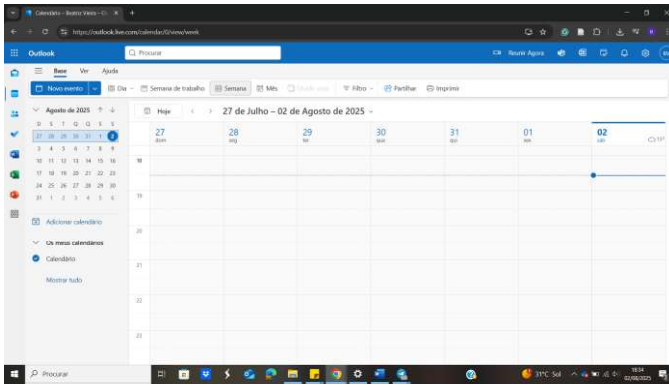
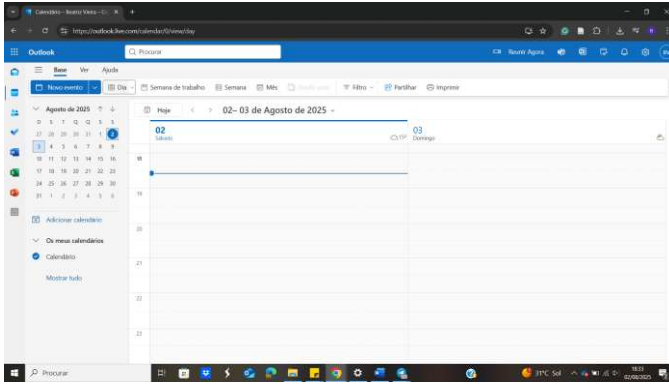
O *Outlook* Calendário encontra-se disponível gratuitamente, oferecendo acesso a funcionalidades essenciais como a criação de eventos, envio de notificações e sincronização entre dispositivos. Para utilizadores com necessidades mais avançadas, a versão premium disponibiliza vantagens adicionais, tais como maior capacidade de armazenamento, encriptação de dados avançada, permissões detalhadas de partilha e suporte técnico prioritário, representando assim uma solução mais robusta para ambientes profissionais exigentes.



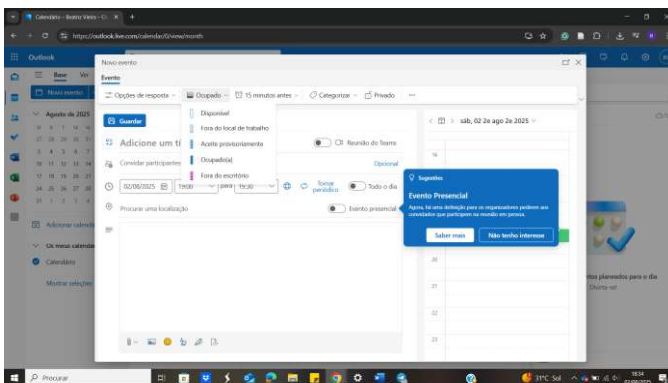
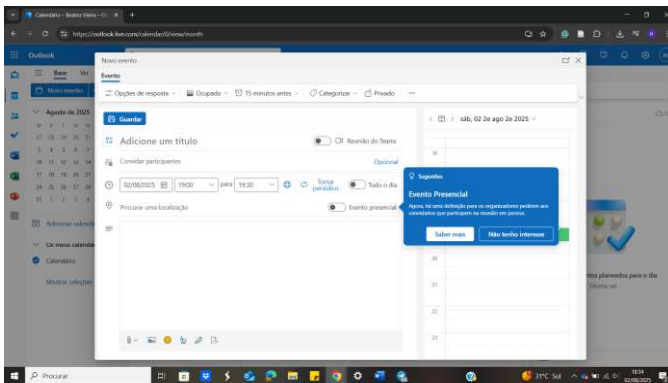
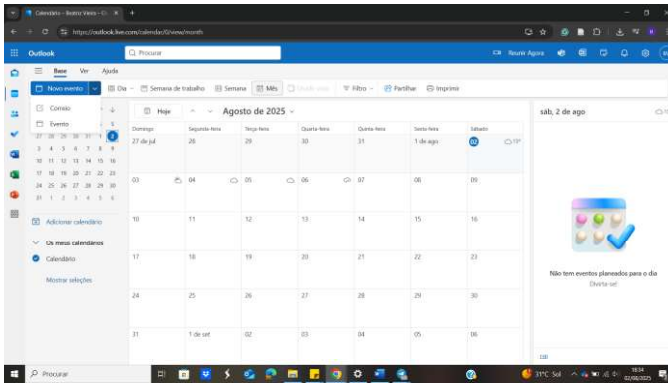
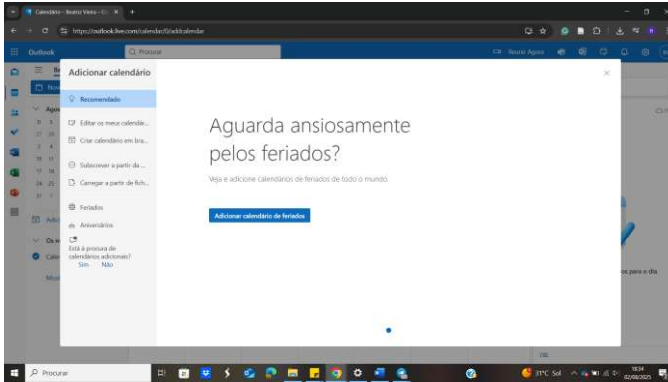


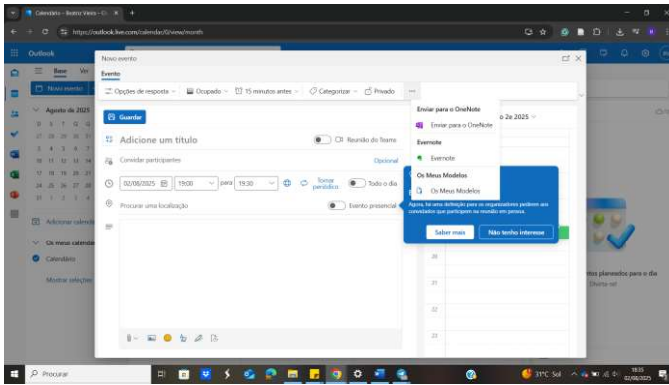
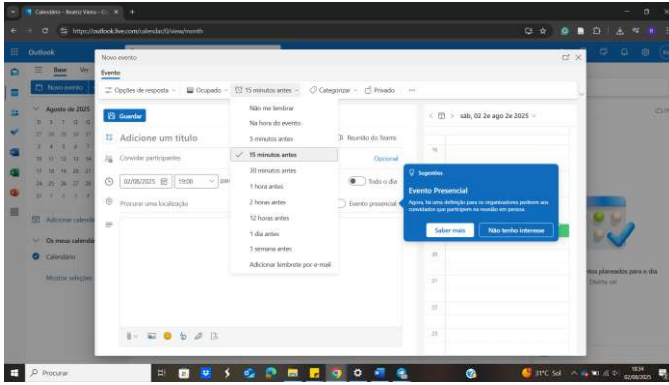
## O impacto do design gráfico no planeamento por parte dos *designers* e estudantes de *design*





## O impacto do design gráfico no planeamento por parte dos *designers* e estudantes de *design*





## **CANVA**

O *Canva* é uma ferramenta de design gráfico online que, embora não tenha sido originalmente concebida como uma plataforma de gestão de produtividade, oferece um conjunto de funcionalidades que podem ser eficazmente utilizadas como apoio à organização pessoal e ao planeamento. A sua principal valência, neste contexto, reside na criação de conteúdos visuais personalizáveis, o que permite ao utilizador desenvolver diversos materiais tais como *planners*, calendários, listas de tarefas, mapas mentais, quadros de visão (vision boards) e outros recursos gráficos que facilitam a estruturação de rotinas e para uma melhor organização e planeamento do dia a dia. Através da sua vasta biblioteca de modelos e elementos gráficos, o *Canva* possibilita a conceção de documentos esteticamente apelativos e adaptados às necessidades específicas de cada utilizador, podendo ser utilizados *templates* existentes, editá-los, ou criar *templates* do zero. O *Canva* pode funcionar como apoio a uma ferramenta física através da impressão dos materiais, ou em formato digital, através da utilização em computadores ou *tablets*, ou integrando outras plataformas digitais de produtividade, como o *Notion*.

A colaboração em tempo real, a organização de ficheiros em pastas e a partilha facilitada de projetos são outras características que tornam o *Canva* útil em contextos académicos e profissionais, e apelativa como complemento de outras ferramentas de organização, planeamento e gestão de trabalhos.

## PLANTIE

A plataforma *Plantie* consiste numa ferramenta digital com o intuito de ajudar no aumento da produtividade, foco e concentração, destinada principalmente a quem se distrai com facilidade. Desta forma a plataforma adota a técnica *Pomodoro*, através de cronómetros que permite ajustar sessões de foco com durações variáveis entre 10 e 180 minutos. Além disso, adota uma abordagem gamificada em que cada utilizador cria uma semente virtual, que cresce ou murcha, de acordo com o sucesso de cada sessão que for concluída. O crescimento da planta resulta em quatro estágios: da semente ao broto, do jovem ao adulto. O *Plantie* também inclui um sistema de recompensas em moedas baseadas na duração do foco e que permitem desbloquear novas plantas e recursos, ademais de emblemas de conquistas para marcos. Outra funcionalidade é o modo foco bloqueia a transição para outras aplicações ou o ecrã principal, penalizando qualquer distração com a interrupção do progresso da planta. A plataforma oferece sistema de estatística, que mostram os padrões de foco, permite acompanhar o progresso diário, semanal e mensal, identificar as horas mais produtivas e visualização de calendário de suas sequências de estudo. Adicionalmente, a plataforma contém a opção de modo escuro, adicionar sons de fundo da natureza, design com baixo consumo de bateria. A plataforma está disponível em mais de 18 idiomas, o que permite alcançar um elevado número de utilizadores. Contudo apesar desta amplitude de idiomas, o *Plantie* está limitado significativamente em termos de sincronização e compatibilidade multiplataforma. Sendo que o *Plantie* apenas está disponível para dispositivos *iOS*.

Quanto ao modelo de acesso, a aplicação está disponível gratuitamente, com todas as funcionalidades principais desbloqueadas. A versão *premium* consiste apenas na remoção de publicidade, mediante uma compra única de baixo valor, sendo que não dispõe de funcionalidades adicionais.

Neste sentido, existem plataformas semelhantes que utilizam a gamificação, a técnica Pomodoro ou outras estratégias visuais para promover o foco, a disciplina e a produtividade, que estão disponíveis tanto para *iOs* e *Android*.

**1. Forest: Stay Focused**, uma plataforma com o mesmo sistema de planta, em que quando o utilizador foca, planta árvores que crescem com o tempo. No entanto, ao abandonar a tarefa, a árvore morre. A plataforma está disponível para *iOS*, *Android*, extensão *Chrome*, *Web*. É possível utilizar de forma gratuita, contudo, a versão

premium Inclui estatísticas avançadas, múltiplas espécies de árvores, e integração com o calendário.

**2. *Focus Plant***, uma plataforma que combina técnica Pomodoro com um jogo de cuidar de plantas num mundo virtual, cujo as quais são regadas com gotas obtidas ao estudar. A versão *premium* desbloqueia funcionalidades extra e mais itens decorativos e criaturas. Relativamente à estética adotada, esta é mais lúdica e infantil, com criaturas e ambientes animados

**3. *Tide***, uma plataforma que oferece uma experiência mais minimalista e relaxante, destinada ao cuidado físico e mental, integrando o sono, a meditação, o relaxamento. Assim, a aplicação baseia-se na técnica Pomodoro e oferece sessões de concentração acompanhadas por sons ambientes como chuva, mar ou café. Além do foco, inclui funções de meditação, sono e pausa consciente. A gamificação é discreta, com registo de *streaks* e progresso diário. Está disponível para iOS, Android e Web. A plataforma encontra-se disponível para *iOS, Android, web*.

## Apêndice V - Manual Identidade Visual



### ÍNDICE

---

## 01

### INTRODUÇÃO - P.3

## 02

### LOGÓTIPO - P.5

Logótipo	P. 6
Versão positivo e negativo	P. 7
Dimensões mínimas	P. 8
Margem de segurança	P. 9

## 03

### PALETA CROMÁTICA - P.10

Logótipo	P. 11
Suportes de comunicação	P. 12

## 04

### TIPOGRAFIA - P.13

## 05

### APLICAÇÕES - P.15

Fundos institucionais	P. 16
Aplicações incorretas	P. 17

## 06

### GRAFISMOS - P.18

# 01 INTRODUÇÃO

## INTRODUÇÃO

4

O presente manual de identidade visual é um guia orientador, que estabelece os parâmetros e diretrizes para a aplicação da identidade visual da Plannie. Este manual delinea não apenas a utilização dos elementos visuais, mas também facilita a sua aplicação estratégica. O seu propósito principal é fortalecer a consistência visual e assegurar uma harmonia gráfica, fundamentos essenciais para representar a marca de forma coerente e atraente. Cada detalhe descrito neste manual é um fio condutor para a construção de uma imagem identitária sólida, capaz de traduzir não apenas a essência visual da marca, mas também a sua identidade cultural e emocional. Assim, as normas descritas neste manual devem ser sempre respeitadas. Só desta forma é possível criar uma imagem clara e reconhecida no mercado.

# 02 LOGÓTIPO

## LOGÓTIPO

---

6

### Versão Horizontal



### Versão Vertical



## VERSÃO POSITIVO E NEGATIVO

7



Logótipo horizontal a preto



Logótipo horizontal a preto versão negativo



Logótipo vertical a preto



Logótipo vertical a preto versão negativo

## DIMENSÃO MÍNIMA

8

Para assegurar a legibilidade e a qualidade da reprodução em diferentes escalas, torna-se imperativo seguir orientações específicas quanto ao tamanho mínimo do logótipo. Recomenda-se que, em circunstâncias diversas, o logótipo não seja reproduzido em dimensões inferiores a 24 mm para impressão, e 68 px para ecrã. Este direcionamento visa preservar a clareza e a identificação visual, garantindo que a marca mantenha a sua integridade quando apresentada em diversas aplicações.

### IMPRESSÃO



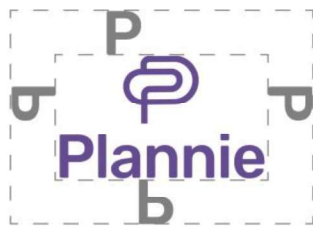
### ECRÃ



## MARGENS DE SEGURANÇA

9

Com o propósito de garantir uma leitura inequívoca e uma visibilidade eficaz, foi estabelecida uma área de segurança em torno do logótipo, tendo como referência a medida "P".



Gia ad exeria cus dolorent fugiam hicimpo sandandi nonsequam ent harum faccul  
 ecabor re dolut volut aliquam imus, volupturiae litaectiam nitatiam, simus, qui con-  
 sect uristiumipsaerferum non eatem autem il lipidusae sunt qui officirianiqui duciet  
 fugiae cupta dus, solessu ntotationsequasinverrorest, sitiam volores dolo eos et as mo-  
 lrior aut acipita temporiatut aut rem volores tibuscaerchicipsam saperspit adit, quiam  
 simodit re veribusapic to int.Ecaborerias conse idut ut ut adios evelluptatur re non  
 res dPos debis voluptia aut dolor aut laccabo remquae nat quidemqui nustiatis aspis  
 consequo sin re  
 nus maioriatem  
 sament duntum  
 ro bla cumqui  
 int enihicabore  
 rectas molores-  
 rero volora con-  
 modiam, Gitas  
 sed earchicia  
 as doluptaqui  
 tibus eaqui aut  
 tet facest auda  
 eiuscilit quam  
 nisti usanimo et  
 blaboria qui cus  
 cabor issinvenias  
 del magnati bu-  
 aliquassitis dolor-  
 officaere ipsus  
 cum que ratem  
 trum hario. Orpo-  
 sedit re corecatur  
 dolupta quamus,  
 venderu ptatur  
 nobit, od quun-  
 doluptur sum,  
 delluptature  
 fuga. Aspriet ve-  
 estrum estiundi  
 eaquis et, sa vella-  
 bor as in pore sit que quisquam fugiaspis de reTum clum se, Cupiciam concum auci  
 ca vigna, consillam vem manum ad in ad ne firter inguliam huctorumera testemum,  
 quemquis. Omnir auc omnes! Si in temus, eorte, ublicaetio mor aciem publi, pulu-  
 terferrei es hinerri tiente qui sessitenatum ad consilis atum morum tem dit.Ti aut aut  
 rernatempos unt.Ulluptat empelestrum volutae omnieni endandunt offic te niscilNem  
 sum doluptaepedi aspis aut aut dempore volento omni officabo. Labor alitam, atur,



# 03 PALETA CROMÁTICA

## LOGÓTIPO

11



**IMPRESSÃO**  
CMYK 71%, 76%, 9%, 1%

**WEB**  
HEX #614f8f  
RGB 97, 79, 143

**PANTONE**  
7678 C

## SUPORTES DE COMUNICAÇÃO

12



**IMPRESSÃO**  
CMYK 71%, 76%, 9%, 1%

**WEB**  
HEX #614f8f  
RGB 97, 79, 143

**PANTONE**  
7678 C



**IMPRESSÃO**  
CMYK 0%, 66%, 55%, 21%

**WEB**  
HEX #ca445a  
RGB 202, 68, 90

**PANTONE**  
198 C



**IMPRESSÃO**  
CMYK 48%, 49%, 0%, 41%

**WEB**  
HEX #4e4d97  
RGB 78, 77, 151

**PANTONE**  
7670 C



**IMPRESSÃO**  
CMYK 0%, 39%, 56%, 5%

**WEB**  
HEX #f3946b  
RGB 243, 148, 107

**PANTONE**  
486 C

# 04 TIPOGRAFIA

## TIPOGRAFIA

14

### **Família Rubik**

Desenhada por Hubert e Fischer, Meir Sadan, Cyreal, Daniel Grumer e Omaira Dajani, em 2015.

Esta fonte é aplicada nos suportes de comunicação.

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**

**0123456789**

# 05 APLICAÇÕES

## FUNDOS INSTITUCIONAIS

16



## APLICAÇÕES INCORRETAS

17



Deslocação de elementos

Cores incorretas

Tipografia incorreta



Distorção horizontal

Distorção vertical

Rotação incorreta

# 06 APLICAÇÕES

## GRAFISMOS

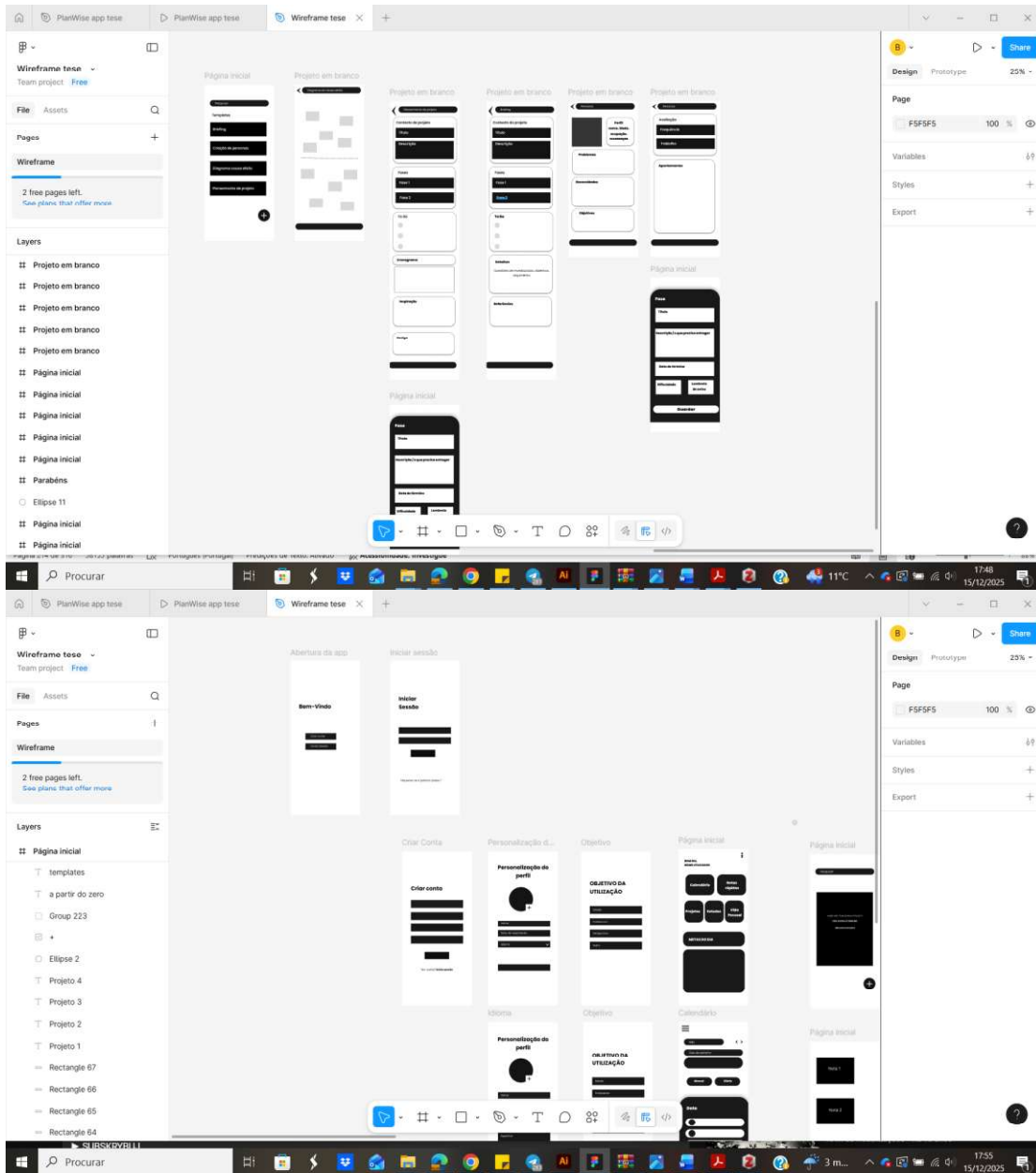
19

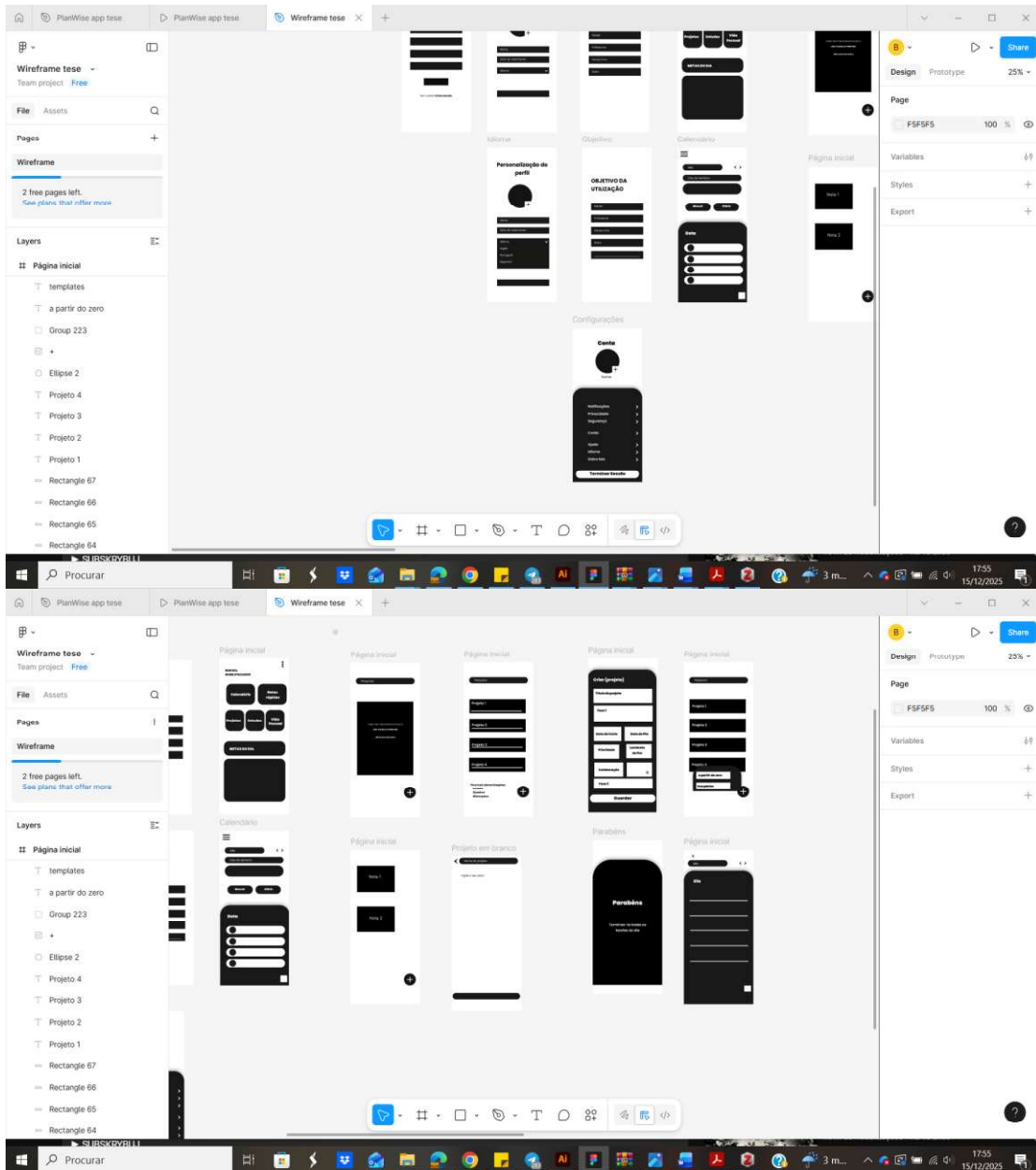
Os grafismos consistem em formas extraídas do logótipo, que podem ser aplicáveis em diversos suportes.





## Apêndice VI - Wireframes

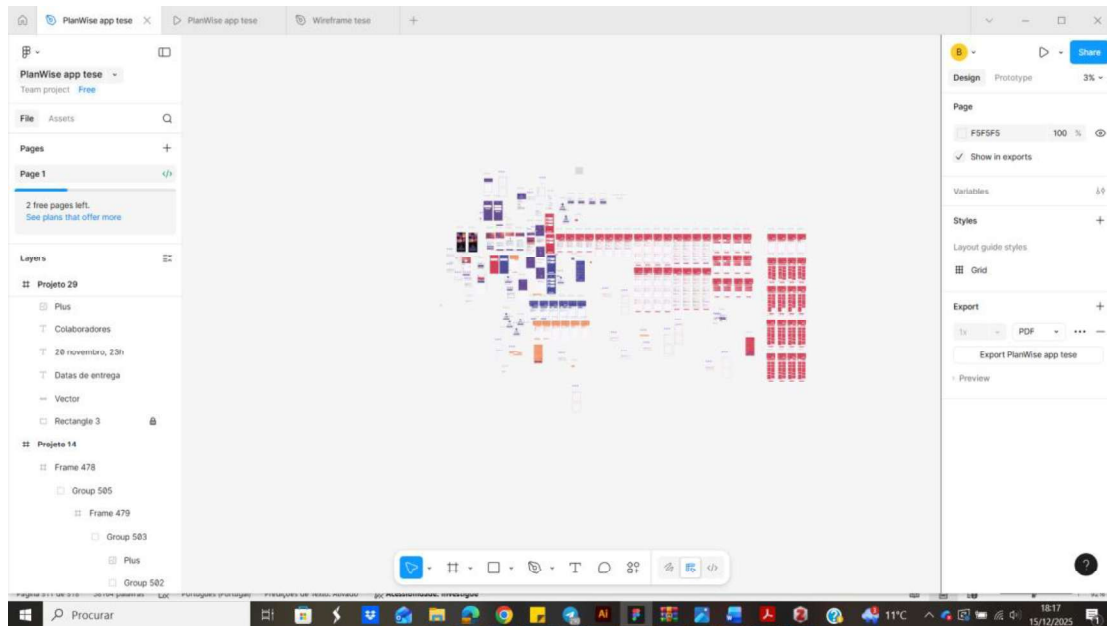




## Apêndice VII - Protótipo

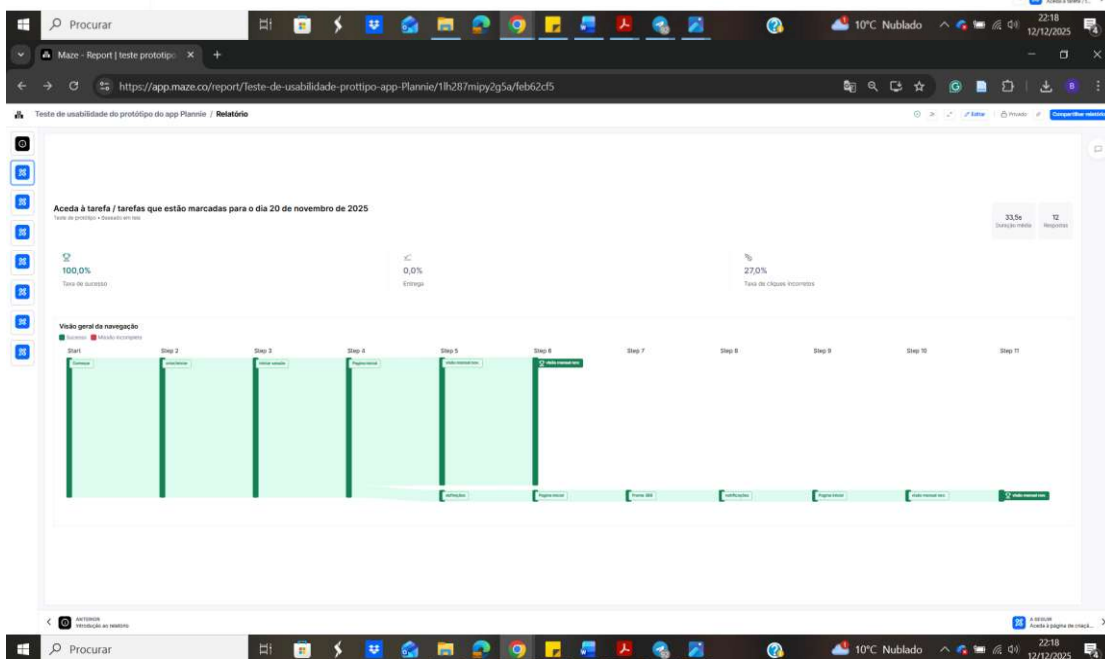
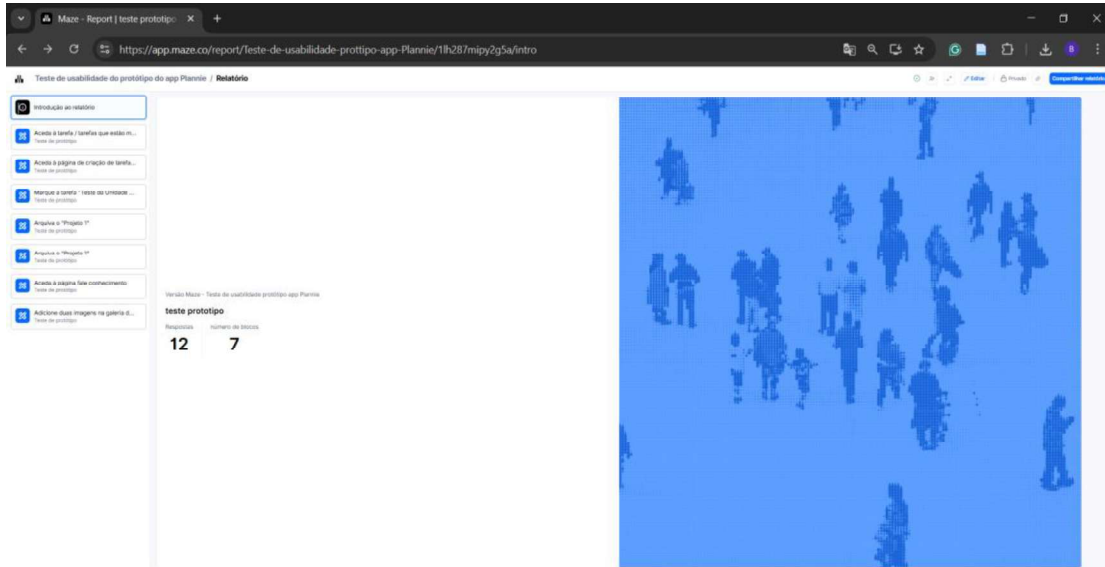
Link para o protótipo:

<https://www.figma.com/proto/gFqny10KQGH88NV50MISfW/PlanWise-app-tese?page-id=0%3A1&node-id=63-204&p=f&viewport=592%2C-1583%2C0.5&t=ITpcaDkFL6xY4y3D-1&scaling=scale-down&content-scaling=fixed&starting-point-node-id=63%3A204>

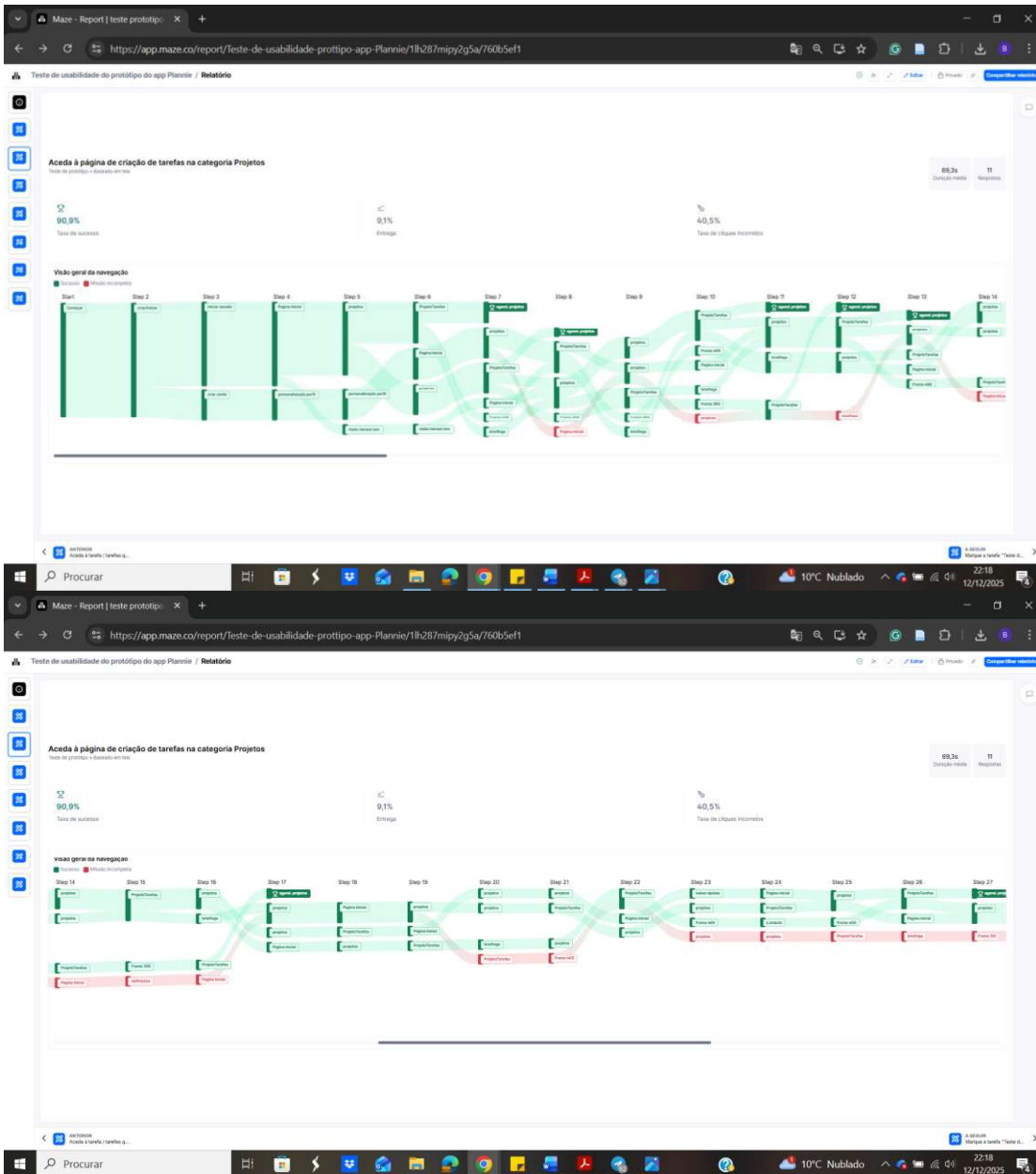


# Apêndice VIII - Respostas testes de usabilidade

## Maze

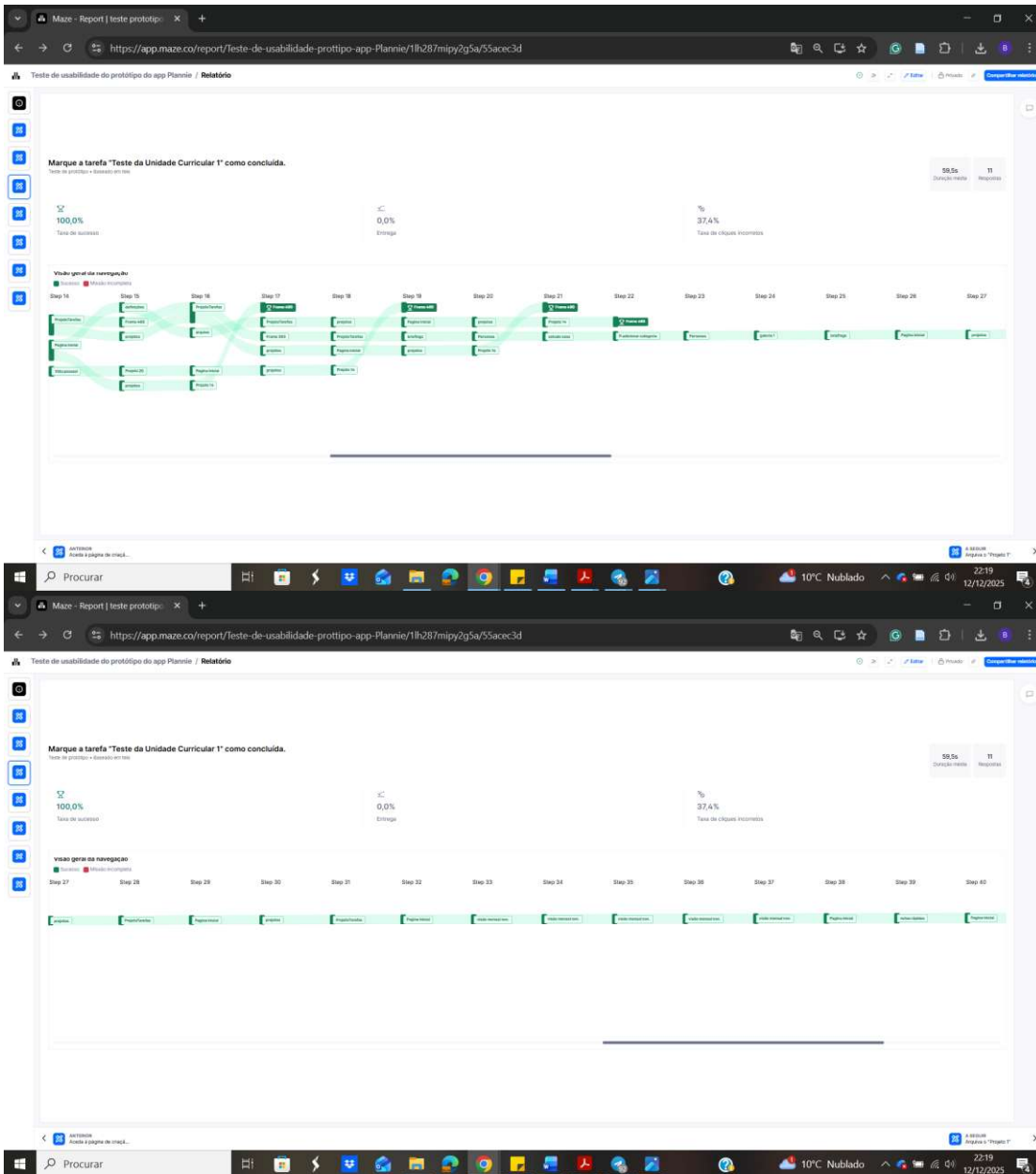


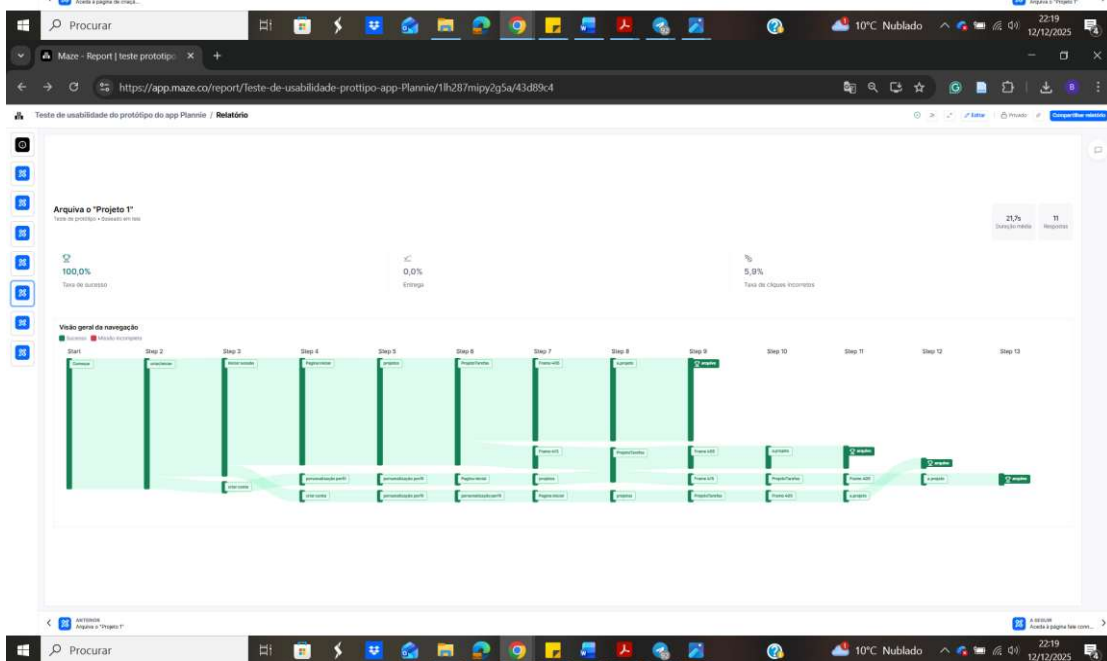
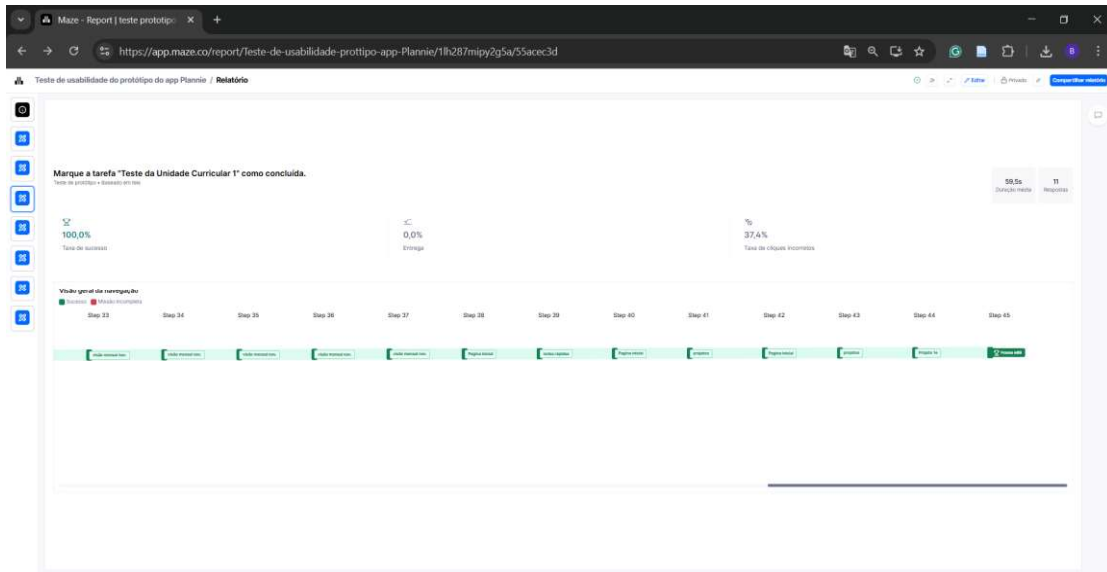
## O impacto do design gráfico no planeamento por parte dos *designers* e estudantes de *design*



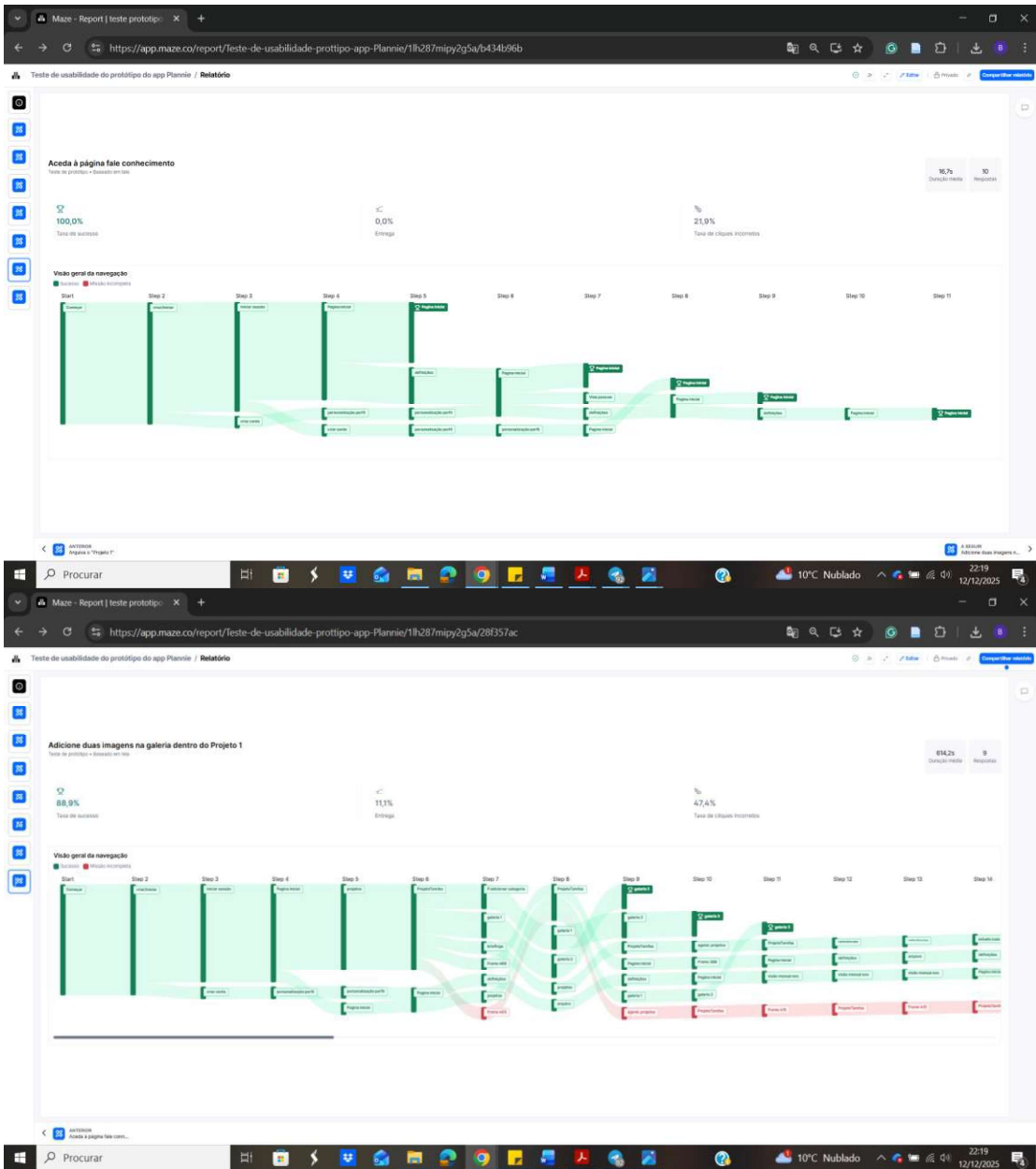


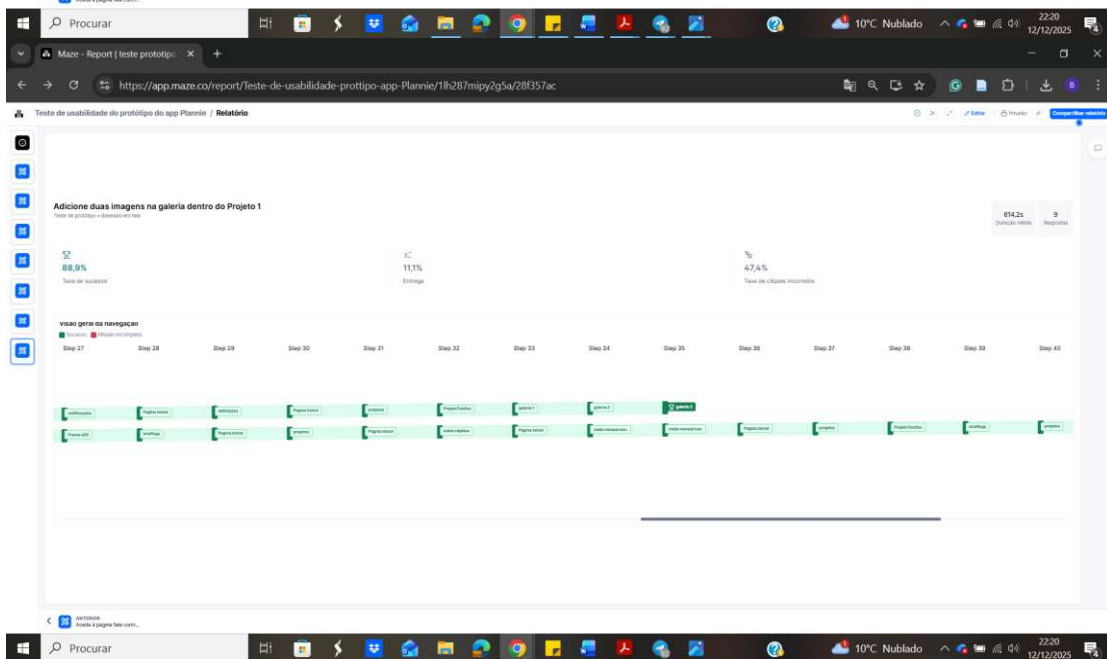
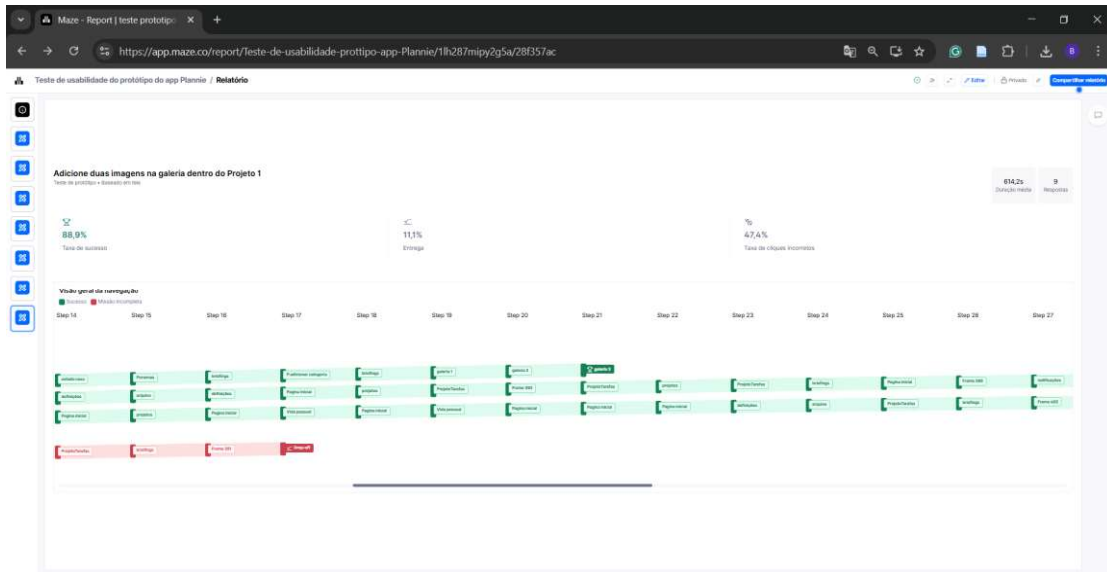
## O impacto do design gráfico no planeamento por parte dos *designers* e estudantes de *design*





## O impacto do design gráfico no planejamento por parte dos *designers* e estudantes de *design*





## O impacto do design gráfico no planeamento por parte dos *designers* e estudantes de *design*

