



UNIVERSIDADE DO SUL DE SANTA CATARINA

MARIA LUIZA MEDEIROS FERREIRA

**DESIGN DIGITAL:
REDESIGN DO APLICATIVO MÓVEL DO SITE LAST.FM**

Florianópolis

2023

MARIA LUIZA MEDEIROS FERREIRA

**DESIGN DIGITAL:
REDESIGN DO APLICATIVO MÓVEL DO SITE LAST.FM**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado ao Curso de Design da
Universidade do Sul de Santa Catarina
como requisito parcial à obtenção do título
de bacharel.

Orientador: Professor Tiago André da Cruz

Florianópolis

2023

MARIA LUIZA MEDEIROS FERREIRA

**DESIGN DIGITAL:
REDESIGN DO APLICATIVO MÓVEL DO SITE LAST.FM**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado adequado à obtenção do título de Bacharel em Design e aprovado em sua forma final pelo Curso de Design da Universidade do Sul de Santa Catarina.

Florianópolis, 15 de junho de 2023

Professor e orientador Tiago André da Cruz
Universidade do Sul de Santa Catarina

Prof. Ricardo Goulart Tredezini Straioto, Dr.
Universidade do Sul de Santa Catarina

Prof. Armando Cardoso Ribas, Dr.
Universidade do Sul de Santa Catarina

Dedico esse trabalho de conclusão de curso à minha família, meus amigos e meu cachorro Freddie, que são absolutamente tudo para mim nesse mundo e sempre me amparam e me fazem mais feliz.

AGRADECIMENTOS

Ao chegar no fim dessa jornada acadêmica gostaria de expressar meu sincero agradecimento a todos que fazem parte da minha vida e que caminharam comigo nesta trajetória da graduação em Design.

Em especial, quero agradecer à minha família, que esteve ao meu lado em todos os momentos, proporcionando um suporte diário incondicional. Agradeço em especial à minha irmã, que me apoiou muito emocionalmente ao longo dessa jornada, mesmo estando a quase nove mil quilômetros de distância.

Gostaria de expressar minha gratidão ao professor Tiago André da Cruz, meu orientador neste trabalho, por sua dedicação, orientação e conhecimento. Seu auxílio foi fundamental para a evolução da minha pesquisa, com orientações que foram essenciais para o sucesso deste trabalho. Também gostaria de agradecer ao professor Dr. Ricardo Goulart Tredezini Straioto, com visões cruciais para enriquecer o meu trabalho. Sou muito grata por sua confiança, me acolhendo com apoio emocional em meio a empecilhos pessoais. Agradeço também a todos os professores que cruzaram comigo nessa jornada no curso e a todos os momentos felizes que passamos juntos, todas as risadas e troca de conhecimentos.

Especialmente aos meus melhores amigos do curso, Bruno, Larissa e Liana, que se tornaram praticamente meus irmãos. Nossa amizade transcende a esfera estudantil e os levarei comigo para o resto da vida. Obrigada por sempre me fazerem sentir acolhida e compreendida, não consigo imaginar um mundo sem vocês. Obrigada por nossa jornada juntos. Aos meus demais colegas de curso, que também compartilharam momentos inesquecíveis comigo, sou eternamente grata. Poder trocar momentos com vocês foi maravilhoso e sentirei muita saudade.

Por fim, gostaria de expressar minha gratidão a todos que, de uma forma ou de outra, estiveram presentes nesta jornada. Com o apoio de vocês, adquiri confiança e pude realizar este sonho que por muito tempo pareceu distante. Muito obrigada!

RESUMO

Este trabalho acadêmico tem como premissa efetuar o redesign do aplicativo móvel do site Last.fm, com o intuito de atribuir conceitos e metodologias do design de interface e de experiência do usuário em uma pesquisa científica, que servirá como ponto de partida para a realização de um protótipo não funcional do aplicativo, a fim de buscar alternativas e inovações para otimizar a sua usabilidade, de forma que atenda os princípios do design digital, facilite a sua navegação, sua interação e que atenda às necessidades do usuário. O projeto visa situar-se dos comportamentos de usuários do aplicativo móvel do Last.fm em relação à interface atual do aplicativo, bem como a compreensão do contexto atual no ambiente digital, buscando trabalhar conjuntamente com os pesquisados através da pesquisa participante, para obter uma visão em primeira mão da realidade vivida por esses usuários, suas dores, sugestões, etc. Com uma abordagem centrada no ser humano, busca impulsionar o desenvolvimento e evolução da prática de design, tanto acadêmica quanto industrial, uma vez que utiliza de metodologias científicas apropriadas e promove o debate sobre a necessidade de as interfaces móveis estarem a par das mudanças constantes no mercado.

Palavras-chave: Design Digital. Aplicativo. Last.fm. Design de Interface. UX Design.

ABSTRACT

This academic work has the premise of redesigning the mobile application of the Last.fm website, with the aim of assigning concepts and methodologies of interface design and user experience in a scientific research, which will serve as a starting point for carrying out a non-functional prototype of the application, in order to seek alternatives and innovations to optimize its usability, in a way that meets the principles of digital design, facilitates its navigation, its interaction and that meets the user's needs. The project aims to understand the behavior of users of the Last.fm mobile application in relation to the application's current interface, as well as understanding the current context in the digital environment, seeking to work together with those surveyed through participant research, to obtain a first-hand view of the reality experienced by these users, their pain, suggestions, etc. With a human-centered approach, it seeks to drive the development and evolution of design practice, both academic and industrial, as it uses appropriate scientific methodologies and promotes the debate on the need for mobile interfaces to keep abreast of constant changes in the marketplace.

Keywords: Digital Design. Application. Last.fm. Interface design. UX Design.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Avaliação de usuário na plataforma de distribuição digital Google Play Store	15
Figura 2 - Interface atual do aplicativo móvel do Last.fm para IOS	17
Figura 3 - Usabilidade do ícone Scrobbles na Interface Atual do Aplicativo	18
Figura 4 - Usabilidade do ícone Relatórios na Interface Atual do Aplicativo	19
Figura 5 - Usabilidade do ícone Charts na Interface Atual do Aplicativo	19
Figura 6 - Primeira Interface do aplicativo móvel do Last.fm para IOS	23
Figura 7 - Primeira Interface do aplicativo móvel do Last.fm para Android	24
Figura 8 - UX Design: Os fundamentos do Design Thinking	30
Figura 9 - Detalhamento dos elementos da experiência do usuário	31
Figura 10 - Os elementos da experiência do usuário	32
Figura 11 - Canvas de Projeto	45
Figura 12 - Dificuldade dos usuários ao usar o aplicativo	49
Figura 13 - Telas principais do aplicativo	53
Figura 14 - Telas secundárias do aplicativo	54
Figura 15 - Telas de configuração e estatísticas do aplicativo Stats.fm	55
Figura 16 - Persona Pedro Costa	58
Figura 17 - Persona Mariana Lima	58
Figura 18 - Mapa de Empatia	59
Figura 19 - Brainstorming	61
Figura 20 - Mapa do Site	63
Figura 21 - Fluxo de Tarefas da Tela de Início	64
Figura 22 - Fluxo de Tarefas do Perfil do Usuário	65
Figura 23 - Fluxo de Tarefas de Home	65
Figura 24 - Fluxo de Tarefa dos Relatórios	66
Figura 25 - Fluxo de Tarefas do Explorar	67
Figura 26 - Fluxo de Tarefas de Mensagens	67
Figura 27 - Página Inicial do Protótipo em Papel	70
Figura 28 - Página Home do Protótipo em Papel	70
Figura 29 - Páginas Secundárias do Protótipo em Papel	71
Figura 30 - Wireframes	72

Figura 31 - Wireframe Versão Final	72
Figura 32 - Paleta de Cores do Last.fm	73
Figura 33 - Teste de Usabilidade de Cores na Interface	74
Figura 34 - Tipografia do Last.fm	76
Figura 35 - Testes de Usabilidade de Tipografia	77
Figura 36 - Tela de carregamento, criar conta ou fazer login atual e após o redesign	78
Figura 37 - Tela de informações de cadastro e login atual e após o redesign	79
Figura 38 - Perfil e scrobbles antes e após o redesign	79
Figura 39 - Perfil e configurações antes e após o redesign	80
Figura 40 - Relatórios antes e após o redesign	80
Figura 41 - Tela da Faixa antes e após o redesign	81
Figura 42 - Tela do Álbum antes e após o redesign	82
Figura 43 - Tela do Artista antes e após o redesign	82
Figura 44 - Tela Home	83
Figura 45 - Tela Explorar	84
Figura 46 - Tela de Mensagens	84

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Jornada do Usuário	60
Tabela 2 - Teste e avaliação de navegação	86
Tabela 3 - Feedback dos usuários sobre o redesign do aplicativo	87

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	12
1.1 PROBLEMÁTICA	13
1.2 OBJETIVOS	16
1.2.1 Objetivo geral	16
1.2.2 Objetivos específicos	16
1.3 JUSTIFICATIVA	16
1.4 PÚBLICO-ALVO	20
1.5 CONTEXTO	22
1.6 METODOLOGIA	25
1.6.1 Procedimentos de Pesquisa	25
1.7 APLICAÇÃO DOS MÉTODOS DE PESQUISA	26
1.7.1 Pesquisa Participante	26
1.7.2 Pesquisa Bibliográfica	28
1.7.3 Design Thinking	29
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	34
2.1 USER EXPERIENCE UX	34
2.2 DESIGN DE INTERFACE	35
2.2.1 Cor	38
2.2.2 Tipografia e Componentes	38
2.2.3 Arquitetura da Informação	39
2.2.4 Ícones	40
2.2.4 Wireframe	41
2.3 DESIGN DIGITAL	42
3 PROPOSTA DE PROJETO	44
3.1 ESTRUTURA VISUAL DO PROJETO	45
3.2 PESQUISA PARTICIPANTE E SUAS ETAPAS	45
3.2.1 Definição de Técnica de Coleta de Dados, Organização e Cronograma	45
3.2.2 Identificação da Estrutura Social dos Participantes	46
3.2.3 Descrição do Problema, Identificação das Causas e Formulação de Hipóteses de Ação	48
3.2.4 Elaboração de Ações Que Viabilizem a Análise Profunda do Problema Estudado	52
3.3 DESIGN THINKING	56
3.3.1 Estratégia	56

3.3.2	Escopo	61
3.3.3	Estrutura	62
3.3.4	Esqueleto	68
3.3.5	Superfície	73
4	PROTÓTIPO FINAL	78
4.1	TESTE DE USABILIDADE	85
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	88
	REFERÊNCIAS	91
	APÊNDICE A - Cronograma de Tarefas	95
	APÊNDICE B - Formulário de Pesquisa	96
	APÊNDICE C - Cronograma de Atividades da Pesquisa Participante	100
	APÊNDICE D - Card Sorting	101
	APÊNDICE E – Fluxo de Tarefas	104
	APÊNDICE F – Telas do Aplicativo Atual	108
	APÊNDICE G – Colagem com Todas as Telas do Protótipo Final	111

1. INTRODUÇÃO

É frequente levando em conta a evolução da tecnologia e suas ferramentas de metrificação de dados cotidianos, que pessoas amantes da arte musical se vejam mais e mais atraídas por ferramentas que permitem a medição de atividades relacionadas a *streaming*¹, como a busca pela coleta de dados musicais, tendo como motivação, em parte, a sensação de controle e organização que elas podem oferecer sobre gostos e interesses musicais, como forma de criar conexões entre as pessoas, fortalecer comunidades musicais e até mesmo aumentar a diversidade de gêneros musicais consumidos.

Com o intuito de utilizar como estudo de caso e para o desenvolvimento deste projeto, a versão do aplicativo móvel do site Last.fm será utilizada como exemplo. De acordo com Charoenpanich (2009, tradução nossa), a principal atividade do Last.fm é sugerir música para sua base de usuários, coletando e computando dados sobre o comportamento de escuta do usuário obtidos de parceiros como Spotify e YouTube.

Assim, o Last.fm exemplifica como a metrificação de dados pode ser aplicada no contexto da música, oferecendo uma experiência personalizada e ajudando os usuários a descobrir novas músicas com base em suas preferências pessoais. No aplicativo móvel, o usuário tem acesso à metrificação de suas músicas recentemente ouvidas, relatórios semanais, mensais e anuais sobre seus hábitos de escuta de música, que englobam álbuns e também artistas, bem como charts (parada musical) do próprio usuário.

Um estudo realizado pelo site Panorama Mobile Time/Opinion, em 2022, determinou que o contingente de pessoas no Brasil que já instalaram aplicativos em seus smartphones ultrapassou 98%, e que o número de pessoas que assinam plataformas de *streaming* de música também subiu, com um aumento de 4% (agora, chegando a 41%) nesse último ano. Esse aumento se vê em meio a polarização da cultura da música através de conexões mediadas pelo atual avanço da tecnologia, em que o mundo está conectado a todo momento, com pessoas influenciando umas às outras ao mesmo tempo em que são influenciadas.

Considerando que no mundo existem muitas interfaces obsoletas, que

¹ Transmissão, em português, é uma tecnologia que permite a recepção de dados, sobretudo de áudio e vídeo, em fluxo contínuo à medida que vão sendo enviados, sem necessidade de baixar o conjunto total de dados (Priberam, 2023).

priorizam outros recursos ao invés da experiência e usabilidade, inúmeros usuários diariamente sentem-se impotentes ao experienciar falhas em aplicativos móveis, desencorajando-os a consumir determinada mídia novamente.

O intuito desse projeto foi desenvolver o Redesign da interface da versão móvel do aplicativo Last.fm, de tal modo que com a ajuda de ferramentas e metodologias do design de interface e experiência do usuário, a navegação no aplicativo se deu de forma clara e objetiva, respeitando as etapas de interface gráfica e arquitetura da informação, tornando a experiência de metrificar músicas, socializar, quantizar relatórios e permitir a recomendação de artistas impopulares ágil, fácil e bem-sucedida.

1.1 PROBLEMÁTICA

Os aplicativos móveis se mostram cada vez mais essenciais no cotidiano, principalmente levando em conta a ascensão da posse celulares inteligentes. Podem servir aos usuários desde funções monetárias como de saúde, lazer, compras e assim por diante. Como facilitadores, apps requerem avaliações por meio de usuários como um catalisador de melhorias necessárias a fim de gerar *insights*² sobre a experiência do usuário, tomando como base avaliações que tendem a ser parecidas, confirmando a existência de um problema e a necessidade de uma solução. De acordo com DEVMAKER (2021):

Com o mercado de aplicativos aquecido e em constante evolução, não ter um planejamento, suporte, horas compradas para manutenção e/ou melhorias pode ter um custo muito alto. Se tornar obsoleto é muito mais caro do que se manter atualizado.

Partindo do que foi exibido na introdução, foi possível identificar a demanda por grande parte do público-alvo amante da música pela coleta de dados e metrificação de seus gostos musicais, baseados em plataformas que contabilizam esses dados, fornecendo estatísticas, relatórios e oferecendo recomendações personalizadas de acordo com as características dos usuários.

² Compreensão, percepção ou revelação repentina; Capacidade de introspecção ou de autoconhecimento (Priberam, 2023).

Por mais que esse desejo por coleta de dados musicais contribua na integração social de pessoas que compartilham desses interesses, não há muito incentivo desse feito por meio das principais plataformas de *streaming*, que não oferecem meios de metrificação contínuos para seus usuários, geralmente fornecendo métricas apenas em datas especiais, como no fim do ano. A resposta para isso se dá com a utilização de plataformas secundárias, vinculadas com esses sistemas de reprodução de áudios para que haja uma metrificação, possibilitando-os de coletar dados sobre a frequência de seus *streamings*, e com isso, descobrir novas músicas e artistas com base em suas preferências pessoais.

É importante ressaltar que:

A "audição fluida e sem atrito" oferecida pelo *streaming* leva a "uma experiência que pode ser totalmente previsível, mesmo quando você não sabe exatamente o que está por vir" com "a maioria dos algoritmos de recomendação das principais plataformas ... projetados para sugerir músicas semelhantes às que você já está ouvindo". Ao invés de fazer uma "viagem", o streaming permite que você fique imóvel [sic] '(HESMONDHALGH, 2021, p. 16 e 17 apud RICHARDS, 2017, tradução nossa).

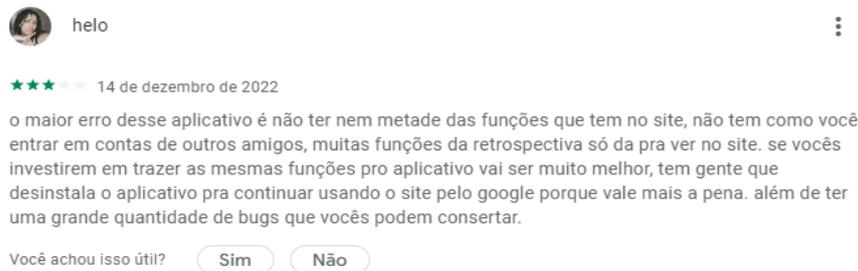
Baseando-se na fala de Richards, é possível analisar que os algoritmos de de recomendação de músicas de plataformas de *streaming* convencionais podem acabar tornando-se muito previsíveis, e é onde ferramentas de metrificação e recomendação são capazes de proporcionar experiências novas tanto para usuários como para artistas mais desconhecidos, uma vez que a as métricas reveladas contribuem para recomendações de artistas impopulares, que se encaixam nos gostos musicais metrificados pela plataforma de um usuário, tornando assim, a experiência de descoberta de músicas novas algo genuíno e intrigante. Vale ressaltar que:

Sistemas de recomendação têm por objetivo reduzir a sobrecarga de informação da web atual por meio da seleção de conteúdo baseada em preferências pelo usuário. (...) Modelos de recomendação baseiam-se na interseção dos contextos de usuários para estimar uma recomendação, o que tem sido feito através de dados semânticos ou pela análise de redes sociais." (FIGUEIRA FILHO *et al*, 2008, p.1)

Com a atual interface do aplicativo móvel do Last.fm, o usuário enfrenta dificuldades de navegação, com ruas sem saída, recursos limitados que redirecionam

para o *website*, e uma interface confusa ao que diz respeito a uma usabilidade intuitiva e de fácil navegação.

Figura 1 - Avaliação de usuário na plataforma de distribuição digital Google Play Store



Fonte: Google Play (2022).

O aplicativo atualmente possui uma avaliação de 3.1 estrelas na Google Play Store, serviço de distribuição digital do sistema operacional Android, com um total de 80,6 mil avaliações, e uma avaliação de 2.9 estrelas na App Store brasileira, serviço de distribuição digital da marca Apple, com 38 avaliações.

Dentre muitas das avaliações, destaca-se a ausência de boa parte das funções oferecidas no *website*, propondo uma experiência incompleta ao usuário, além de remarcar uma interface obsoleta, que não atende as expectativas de funcionalidade e agilidade que um aplicativo móvel deve proporcionar, e problemas com a validação dos chamados *scrobbles* (o ato de registrar e enviar informações sobre as faixas que o usuário ouve para o Last.fm), em que muitas vezes são duplicados ou não contabilizados de forma alguma.

Dessa maneira, inicia-se o desafio de criação do Redesign da interface do aplicativo móvel do Last.fm, com base nos princípios do UX Design e Design de Interface, que estudam a interação do usuário com uma interface dada e sua experiência ao redor de todas as tarefas que a atribuem, sejam elas visíveis a olho nu ou não, e com base na metodologia de *Design Thinking*, uma abordagem criativa centrada no usuário a fim de compreender suas dores e gerar soluções para problemas.

Desse modo, cria-se o questionamento: Como tópicos do Design visual, aplicados ao Design de Interface e de experiência do usuário, podem aprimorar a interface do aplicativo móvel do Last.fm de modo que seja possível identificar uma

melhoria da experiência do usuário com base na mudança da organização de informações, e aumentando sua cota de funções?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Desenvolver o redesign da interface do aplicativo móvel do site Last.fm.

1.2.2 Objetivos específicos

- Pesquisar e entender as necessidades e demandas do público-alvo;
- Avaliar a praticidade da usabilidade do aplicativo, identificando os principais problemas e dificuldades encontradas;
- Entender os princípios de design de interface e usabilidade;
- Avaliar a satisfação dos usuários após o redesign, para medir o impacto das melhorias feitas.

1.3 JUSTIFICATIVA

De acordo com a pesquisa anual feita pelo FGVcia (2022) são 242 milhões de celulares inteligentes em uso no Brasil. À medida que os aplicativos móveis se tornam cada vez mais integrados à experiência do *smartphone*, o aumento da base de usuários de telefones inteligentes impulsiona o desenvolvimento de uma variedade cada vez maior de aplicativos para atender às crescentes necessidades dos consumidores. A ascensão dos aplicativos móveis hoje em dia em comparação com websites para desktop é consolidada por uma série de fatores.

Assim como afirma Deshdeep (2021), “(...) os aplicativos móveis oferecem maior personalização e eficiência operacional, juntamente com vários outros recursos exclusivos.”.

Conforme Al-Khalifa (2011, tradução nossa), projetar um aplicativo móvel requer uma abordagem totalmente diferente do que apenas miniaturizar todas as funcionalidades de um *website*. Segundo Kim *et al.* (2016, tradução nossa), em essência, os aplicativos traduzem os esforços de comunicação em experiências

interativas do cliente, aumentando as respostas cognitivas, emocionais e comportamentais.

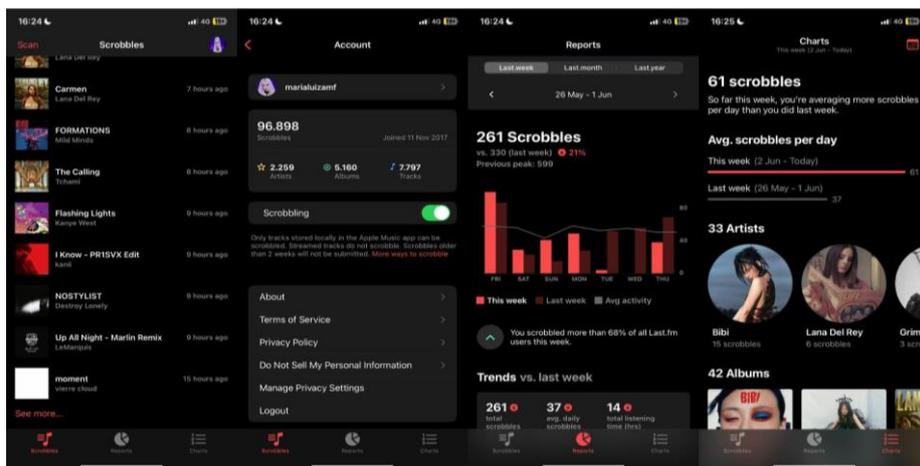
Visto isso, é possível afirmar que o redesign de um aplicativo móvel oferece uma ampla gama de vantagens para a experiência do usuário, já que a interface de design desempenha um papel essencial ao permitir uma interação intuitiva e eficiente, resultando em uma experiência gratificante e satisfatória para os usuários.

Segundo Norman e Nielsen (2010), uma interface de design bem planejada e intuitiva facilita a navegação e o uso do aplicativo, melhorando a usabilidade. Isso ocorre porque os elementos visuais e as interações são organizados de forma a orientar os usuários, permitindo que eles realizem suas tarefas de forma rápida e eficiente. Conforme Teixeira (2014):

UX designers trabalham para construir produtos que sejam fáceis de usar (a tal usabilidade), reduzindo a fricção e permitindo que os usuários completem a tarefa desejada em menos tempo, com menos ruído e obstáculos. Ao mesmo tempo, apoiam-se em princípios da psicologia para motivar o usuário e incentivá-lo a seguir adiante.

O design de interface também engloba uma série de fatores essenciais para concluir uma melhor experiência do usuário, que podem ser identificados entre 3 pilares: jornada, contexto e feedback. Quando uma UI tem uma jornada clara, um contexto bem definido e feedback satisfatório, ela tem tudo para atrair e engajar o público, além de atingir os objetivos comerciais do cliente (ROCK CONTENT, 2022).

Figura 2 - Interface atual do aplicativo móvel do Last.fm para IOS

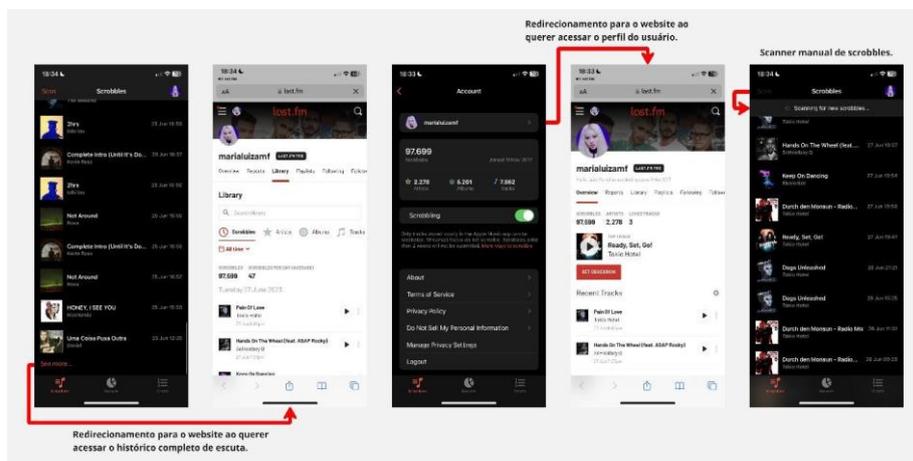


Fonte: Autora, 2023

O aplicativo móvel do site Last.fm atualmente apresenta uma interface escura, com tons de preto, cinza e vermelho. Conta com um índice que separa três principais páginas, os scrobbles, relatórios e charts.

Um resumo do perfil do usuário pode ser acessado na página de scrobbles, porém para obter acesso a todas as informações, o aplicativo redireciona o usuário para o site. A página de scrobbles mostra os últimos 50 scrobbles feitos pelo usuário, e para ter acesso a mais scrobbles, o aplicativo redireciona o usuário para o site. Nessa página também é possível escanear e enviar scrobbles à plataforma manualmente, o que é o caso do serviço de streaming Apple Music ou outros plug-ins. Os demais serviços de streaming oferecem esse recurso automaticamente, através da conexão desses serviços ao perfil do usuário do Last.fm. Detalhes podem ser observados na figura 3:

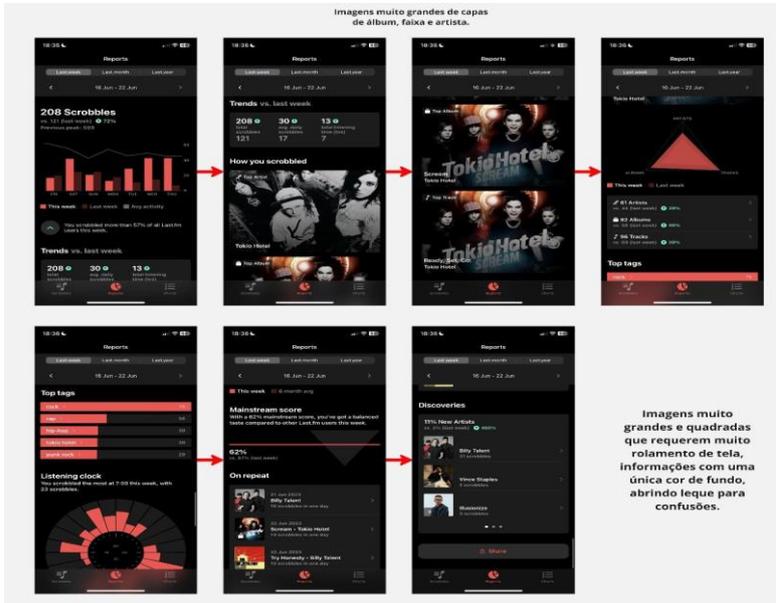
Figura 3 - Usabilidade do ícone Scrobbles na Interface Atual do Aplicativo



Fonte: Autora, 2023

A plataforma oferece acesso aos relatórios de escuta da semana anterior e do ano anterior (só usuários pagos podem acessar os relatórios do mês anterior). A interface dos relatórios é relativamente confusa e não intuitiva, com muitas informações concentradas em um só lugar, podendo cansar e frustrar o usuário. As fotos das capas de artistas e álbuns são relativamente grandes, fazendo com que os usuários levem mais tempo navegando no aplicativo ao ter que tocar mais vezes na tela para o rolamento até o fim da página. Mais detalhes podem ser observados na figura 4:

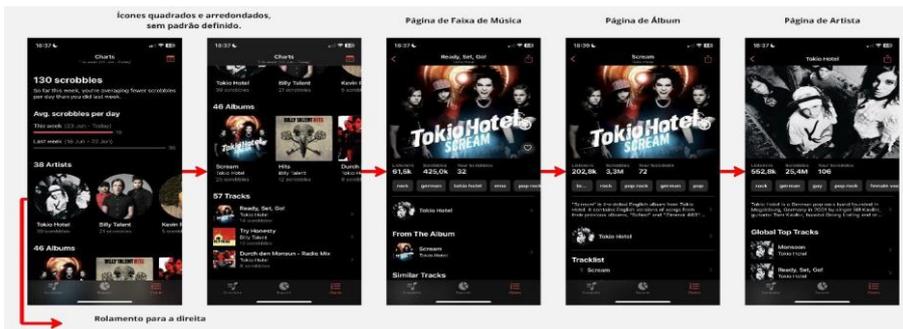
Figura 4 - Usabilidade do ícone Relatórios na Interface Atual do Aplicativo



Fonte: Autora, 2023

Também oferece acesso aos charts pessoais de artistas, álbuns e música de todo o período de inscrição até dos últimos 7 dias). Por último, oferece acesso a informações de tag, artista, artista similar e músicas, como observado na figura 5:

Figura 5 - Usabilidade do ícone Charts na Interface Atual do Aplicativo



Fonte: Autora, 2023

O presente projeto tem como objetivo a criação de uma nova interface para o aplicativo, a fim de atender às demandas das avaliações online e simplificar a experiência do usuário. Para tanto, busca-se proporcionar ao usuário acesso a todas as funções disponíveis no site, mas que são limitadas na versão móvel do aplicativo.

Além disso, almeja-se tornar a usabilidade intuitiva e a navegação simples, visando proporcionar uma melhor experiência do usuário.

Para o Last.fm, baseando-se nos princípios do design de interface e de experiência do usuário, bem como na metodologia do design thinking, almeja resultar em um impacto positivo na retenção de usuários e atração de novos, tornando-o a maior referência de plataforma de exploração e desfrutamento de música de maneira personalizada e social. Para a sociedade, trará uma experiência musical mais envolvente e personalizada, com uma interface intuitiva e funcionalidades aprimoradas, propagando a diversidade e um amplo enriquecimento da cultura musical da sociedade.

Para o Design, este projeto garantirá avanços nessa área ao explorar soluções criativas, aprimorar a experiência do usuário e aplicar princípios atualizados do design de interface, UX design e design thinking, abordagem centrada no ser humano que busca resolver problemas complexos por meio da empatia, colaboração e experimentação, oportunizando e impulsionando o desenvolvimento e evolução da prática de design tanto de forma acadêmica como industrial.

Para a economia, promoverá a atração de novos usuários e retenção dos já existentes, gerando um crescimento de uso da plataforma, culminando na demanda por serviços que são relacionados, como streaming de música, vendas de álbuns e ingressos para shows, o que contribuirá para o fortalecimento da indústria musical e da economia como um todo.

Em síntese, para a acadêmica de forma pessoal e profissional, o projeto será de suma importância pois proporcionará a oportunidade de vivenciar um projeto prático e aplicar os conhecimentos adquiridos em um contexto real, desenvolvendo habilidades essenciais, como pensamento crítico, resolução de problemas e colaboração, contribuindo para o seu crescimento e preparação para futuras oportunidades na área de design.

1.4 PÚBLICO-ALVO

Conforme Cobra (2010), o público-alvo constitui um grupo de indivíduos que possuem características semelhantes e são considerados como potenciais consumidores de um produto ou serviço específico. Ou seja, o público-alvo

caracteriza-se por um conjunto de pessoas que são a face de um produto, é quem a empresa busca atingir, com base no compartilhamento do mesmo interesse, podendo haver um padrão de idade, gênero, comportamento, atributo demográfico e assim por diante.

A coleta de dados para a definição do público-alvo do Last.fm foi realizada por meio do website Similar Web, tendo como referência o mês de abril de 2023, contando com dados analisados na modalidade *website*. De acordo com o Similar Web (2023), a audiência demográfica do Last.fm é 65,47% masculina e 34,53% feminina. A maior faixa etária de visitantes é de 25 a 34 anos, compondo 31,61% do total de usuários, em seguida da faixa etária de 18 a 24 anos, compondo 28,72% do total de usuários. Os outros 39,67% usuários estão distribuídos entre as restantes faixas etárias a partir de 35 anos.

Em questão comportamental, conforme o Similar Web (2023), os tópicos mais consumidos pelos usuários do Last.fm são respectivamente notícias, música, atividades online, compras e jogos. A distribuição das categorias mais visitadas pelos usuários do site analisado são consoles e acessórios para videogames, música, computadores, eletrônicos, tecnologia, publicação de notícias e mídia.

Geograficamente, segundo o Similar Web (2023), os cinco principais países que enviam tráfego para o Last.fm são Estados Unidos, com 22,38% de usuários, Brasil, com 6,69% dos usuários, Reino Unido, com 5,92% dos usuários, Rússia, com 5,10% dos usuários e Alemanha, com 4,61% dos usuários. Outros países compõem o resto dos 55,30% usuários.

Com base nos dados coletados, é possível constatar que a maior parcela de usuários é masculina, entre 25 e 34 anos, estadunidenses. Seus gostos variam entre videogames, música, notícias, compras, tecnologia e etc. Segundo Kotler (2016):

Depois de delimitar o público, (...) precisam traçar os perfis desse público e descrever suas personas, o que ajudará a imaginar como são na vida real. Por meio de uma pesquisa apropriada, também é preciso descobrir as ansiedades e os desejos deles – ou os problemas e as aspirações – que definirão suas necessidades de obter conteúdo específico. (...) devem então tentar fornecer conteúdo que ajude esse público a aliviar suas ansiedades e realizar seus desejos.

Isso comprova a importância da delimitação do público-alvo, uma vez que com um público bem definido, a empresa pode aplicar ferramentas e métodos de pesquisa e execução que auxiliem na projeção de um produto final que atenda às expectativas de usabilidade, conforme o esperado desse público. A apropriação de funções que atendam as necessidades e dores do público são fundamentais para um feedback positivo de plataformas, assim engajando, adicionando e retendo mais usuários satisfeitos.

1.5 CONTEXTO

Conforme o Last.fm (2023, tradução nossa), o site denomina-se um serviço global de música online, fundado em 2002, no Reino Unido, que rastreia os hábitos de escuta de música das pessoas - em vários dispositivos/plataformas e por meio de seu serviço de música personalizado de classe mundial - para ajudá-las a descobrir e compartilhar novas músicas por meio de recomendações, exploração e integração de ferramentas de redes sociais. Embora seu lançamento oficial só tenha acontecido em 2003, o Last.fm foi uma fusão de duas fontes diferentes que aconteceu em 2005: um mashup entre o plugin audioscrobbler e a plataforma social Last.fm que se transformou no nome oficial da comunidade (AMARAL, 2008).

Além disso, o serviço fornece dados abrangentes sobre artistas, álbuns e faixas, incluindo biografias, fotografias e letras musicais. Ele permite que o usuário conecte suas contas de diferentes plataformas de *streaming online*, como Spotify, Youtube, Apple Music, Tidal, Soundcloud e entre outros, por meio do cliente *web*, aplicativo ou *plug-ins*. Sua plataforma também possibilita a interação social entre usuários, o que gera uma comunidade ativa em torno do compartilhamento de música e interesses culturais (LAST.FM, 2023).

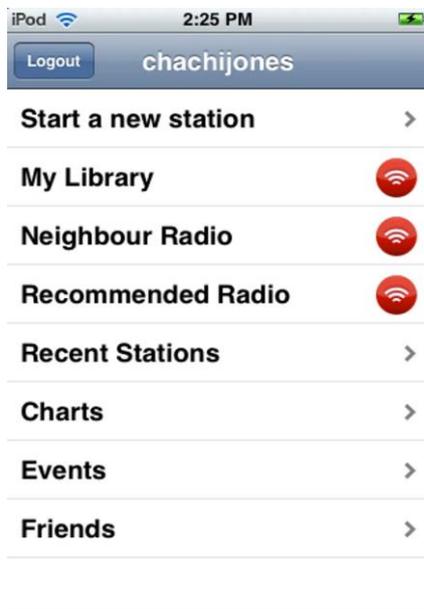
De acordo com o Last.fm (2023, tradução nossa), *scrobbles* não são exatamente o mesmo que reproduções. Um scrobble significa que você ouviu uma música do início ao fim, sem parar ou pular. Os scrobbles registram todo o seu histórico de escuta, não apenas no Last.fm, mas em todos os lugares.

Isso ajuda o Last.fm a mostrar com precisão o seu gosto musical e permite que você o compartilhe com outras pessoas, baseando as recomendações musicais e charts (paradas musicais) nas músicas que as pessoas reproduziram, e não que começaram e eventualmente pularam. Um scrobble não apenas conta quantas vezes

uma música foi ouvida, mas também registra quando ela foi reproduzida. O Last.fm reconhece que o gosto musical das pessoas muda ao longo do tempo e utiliza essas informações para recomendar músicas de forma mais precisa.

A primeira versão do aplicativo móvel para a plataforma móvel do sistema operacional IOS se deu em 2008, com a habilitação da Apple para execução oficial de aplicativos de terceiros para *Iphone* e *Ipod*. A interface do usuário do aplicativo era inspirada no aplicativo iPod da Apple e fornecia acesso direto às principais áreas e controles do Last.fm, como banir uma faixa recomendada e uma lista de eventos dos artistas favoritos. (ARSTECHNICA, 2008, tradução nossa).

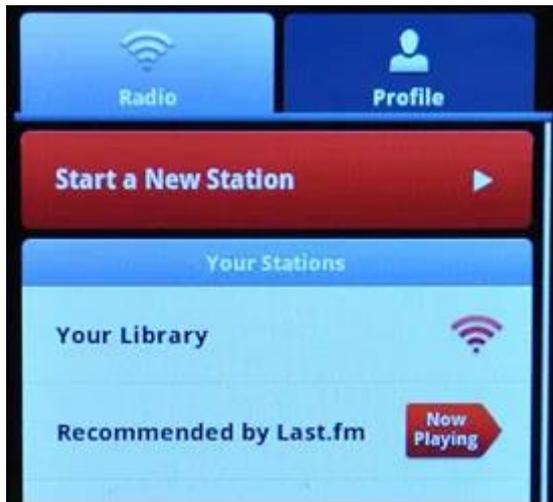
Figura 6 - Primeira Interface do aplicativo móvel do Last.fm para IOS



Fonte: Arsthenica (2008).

A primeira versão do aplicativo móvel para a plataforma móvel do sistema operacional Android, pelo Google, foi lançada em 2009. Com uma interface simples, o app servia basicamente como uma rádio. Como na época os recursos e funções do site também eram limitados, ele atendia às necessidades do período, porém era considerado muito bugado e lento, o que atrapalhava seu uso (PG MAG, 2009, tradução nossa).

Figura 7 - Primeira Interface do aplicativo móvel do Last.fm para Android



Fonte: PC MAG (2009).

Desde então, diversas atualizações vieram a acontecer devido ao amadurecimento dos sistemas operacionais, adequando-se às novas interfaces. Entretanto, com a desenvoltura dos aplicativos de streaming, a falta de necessidade de recorrer ao aplicativo Last.fm para escutar músicas em background e com o foco da usabilidade evoluindo para outras funcionalidades, o aplicativo passou a deixar a desejar no quesito operacional, levando em conta a desenvoltura do design de interface e experiência do usuário na atualidade.

Nesse contexto, surge uma demanda para reavaliar os conceitos de UI e UX design aplicados ao aplicativo móvel do Last.fm, projetizando um Redesign que tenha como objetivo atender às principais demandas hoje contextualizadas pelos feedbacks de usuários, possibilitando o crescimento de engajamento e retenção de usuários e popularizando a plataforma no meio móvel, com o intuito de tornar a experiência dos usuários mais satisfatória, efetiva, ágil e livre de empecilhos.

Isso abrange não somente aspectos estéticos e gráficos, mas também engloba a arquitetura de informação, a organização de conteúdo, a estrutura e a implementação de todas as funcionalidades do website de maneira clara e coesa.

Deve-se levar em conta as dores dos usuários, partindo de suas avaliações, para que haja um esclarecimento do que pode e deve ser trabalhado, com o intuito de centrar as melhorias na experiência do usuário, buscando o contentamento e popularidade de um aplicativo mais eficiente e que satisfaça as necessidades do consumidor.

Em essência, o redesign do aplicativo móvel do Last.fm transcenderá uma mera atualização estética, porque apresentará benefícios significativos tanto para os usuários existentes quanto para potenciais novos stakeholders. Por meio de uma nova interface, essa reformulação proporciona uma experiência envolvente e gratificante no uso do aplicativo.

Portanto, o redesign do aplicativo móvel do Last.fm vai além da estética, impactando positivamente a experiência do usuário e abrindo portas para novas parcerias e interações. Essas melhorias contribuem para uma experiência satisfatória e enriquecedora, consolidando o Last.fm como uma plataforma de referência no cenário musical atual.

1.6 METODOLOGIA

1.6.1 Procedimentos de Pesquisa

Com o intuito de contribuir na evolução de conhecimentos na área de estudo e solucionar os problemas encontrados a partir do estudo de fenômenos da área, este projeto abordará alguns tipos de pesquisas variadas, embasando-se em métodos científicos e buscando agregar novos conhecimentos às partes envolvidas, com uma abordagem analítica e crítica.

Para um entendimento do segmento de metodologia aplicado a este projeto, deve-se levar em conta as possíveis abordagens implementadas em uma pesquisa científica.

Como afirmam Gerhardt e Silveira (2009), a pesquisa qualitativa não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização e etc. Ou seja, ao invés de caracterizar-se como uma pesquisa concentrada em quantificação de casos, ela explora perspectivas, experiências e significados provindos dos participantes.

Assim sendo, os pesquisadores qualitativos recusam o modelo positivista aplicado ao estudo da vida social, uma vez que o pesquisador não pode fazer julgamentos nem permitir que seus preconceitos e crenças contaminem a pesquisa (GERHARDT E SILVEIRA, citada por GOLDENBERG, 1997, p. 34).

Já a pesquisa quantitativa, segundo Lozada e Nunes (2019), é útil em várias situações, uma vez que busca entender os significados de forma direta, por meio da

análise de dados objetivos e sem interpretações subjetivas, utilizando ferramentas de coleta de dados estruturadas, como questionário ou estatísticas, para obter informações que podem ser aplicadas a toda uma população estudada, compondo um tipo de pesquisa que visa quantificar fenômenos e informações por base de um levantamento de dados numérico, a fim de generalizar através de padrões, resultados quantificados que auxiliem o teste de hipóteses de um projeto.

Em suma, essas duas abordagens de pesquisa mostram-se extremamente importantes em um projeto de pesquisa, podendo adequar-se a determinados tipos de assuntos visando a obtenção de dados, gerando resultados concretos e satisfatórios de acordo com os objetivos gerais de um pesquisador.

1.7 APLICAÇÃO DOS MÉTODOS DE PESQUISA

O estudo em questão terá enfoque em uma pesquisa de forma qualitativa, que busca aprofundar os conhecimentos de compreensão de um grupo social, no caso os usuários do aplicativo móvel do Last.fm, de modo a investigar suas perspectivas e experiências, propondo assim uma solução viável, prática e eficaz para o redesign do aplicativo. Propõe-se assim a utilização da pesquisa participante, pesquisa bibliográfica e o design thinking como principal metodologia de pesquisa para a análise do problema e verificação dos resultados obtidos.

1.7.1 Pesquisa Participante

A pesquisa participante, assim como a pesquisa-ação, caracteriza-se pela interação entre pesquisadores e membros das situações investigadas (GIL, 1991, p.61). Este tipo de pesquisa caracteriza-se pelo envolvimento e identificação do pesquisador com as pessoas investigadas (GERHARDT E SILVEIRA, 2009).

O termo participante sugere a controversa inserção de um pesquisador num campo de investigação formado pela vida social e cultural de um outro, próximo ou distante, que, por sua vez, é convocado a participar da investigação na qualidade de informante, colaborador ou interlocutor (SCHMIDT, 2006, p.14). Sobre a pesquisa participante e seus principais conceitos pode-se afirmar que:

Trata-se, portanto, de um modelo de pesquisa que difere dos tradicionais porque a população não é considerada passiva e seu planejamento e condução não ficam a cargo de pesquisadores profissionais. A seleção dos problemas a serem estudados não emerge da simples decisão dos pesquisadores, mas da própria população envolvida, que os discute com os especialistas apropriados (NOVAES E GIL, 2009, p.145).

De acordo com Gil (1991, p.132), delinear uma pesquisa participante e delimitar suas etapas é uma tarefa um tanto difícil, já que historicamente, sendo concebida no Terceiro Mundo, abrange minorias, o que dificulta a elaboração de um plano rigoroso de pesquisa. Por esta razão, o planejamento de uma pesquisa participante tende a ser bastante flexível. Com isso, baseando-se na experiência de autores como Le Boterf (1984) e Gajardo (1984), Gil explica um modelo muito adotado por pesquisadores que optam por esse tipo de pesquisa, composto por quatro fases:

- a) Montagem institucional e metodológica;
- b) Estudo preliminar e provisório da região e da população pesquisadas;
- c) Análise crítica dos problemas;
- d) Elaboração do plano de ação.

A pesquisa participante caracteriza-se de grande importância no redesign do aplicativo móvel do Last.fm, e será o método a ser seguido para avaliar a sua eficácia no que diz respeito à compreensão dos usuários. Nesse projeto, o usuário participante não será limitado por uma determinada região, podendo prover de qualquer ponto. Com a esquematização de Le Boterf e Gajardo, o modelo será aplicado da seguinte forma:

1. Determinação das bases teóricas e das técnicas de coletas de dados da pesquisa, organização do processo de pesquisa participante (identificando dados básicos sobre os colaboradores), preparação do pesquisador e criação de cronograma de atividades;
2. Identificação da estrutura social dos usuários, descoberta do universo vivido pela pelos usuários e recenseamento dos dados socioeconômicos e tecnológicos;

3. Descrição do problema, identificação das causas do problema e formulação de hipóteses de ação;
4. Elaborar ações que possibilitem a análise mais adequada do problema estudado e que possibilitem a melhoria de média a longo prazo em nível amplo.

Em síntese, a fim de realizar a pesquisa participativa, um grupo de pessoas foi analisado e estudado como base para a utilização deste método de pesquisa, e com sua participação ativa na busca por solução do problema, com respostas valiosas sobre suas experiências, foram submetidos a um questionário, onde ofereceram opiniões sobre a atual interface do aplicativo em estudo e conseqüentemente relataram as capacidades de melhoria que uma nova interface poderia proporcionar para uma melhor experiência de uso.

1.7.2 Pesquisa Bibliográfica

Trata-se da consulta e apropriação por parte do pesquisador de material que já fora construído e publicado e que se encontra disponível para consulta, tais como livros e periódicos (revistas, revistas científicas, fascículos, entre outros) (MARCELINO, 2020, p. 18 e 19).

Boa parte dos estudos exploratórios pode ser definida como pesquisas bibliográficas. As pesquisas sobre ideologias, bem como aquelas que se propõem à análise das diversas posições acerca de um problema, também costumam ser desenvolvidas quase exclusivamente a partir de fontes bibliográficas (GIL, 1991, p.48).

A principal vantagem da pesquisa bibliográfica reside no fato de permitir ao investigador a cobertura de uma gama de fenômenos muito mais ampla do que aquela que poderia pesquisar diretamente (GIL, 1991, p.50). Dessa forma, a pesquisa bibliográfica oferece uma visão panorâmica que enriquece o embasamento teórico e a compreensão dos temas investigados, ampliando as possibilidades de análise e interpretação dos dados coletados.

No entanto, é necessário destacar que a procedência dos dados coletados a partir da pesquisa bibliográfica deve ser verificada, levando em conta a possibilidade

de encontros com fontes equivocadas. Ainda como Gil (1991), para reduzir esta possibilidade, convém aos pesquisadores assegurar-se das condições em que os dados foram obtidos, analisar em profundidade cada informação para descobrir possíveis incoerências ou contradições e utilizar fontes diversas, cotejando-as cuidadosamente.

A aplicação da pesquisa bibliográfica neste trabalho se dará por meio de fontes pesquisadas e verificadas, que passarão por um pente de aprovação para comprovar sua veracidade, com a busca por referências a fim de permitir que outros pesquisadores possam localizar e acessar as mesmas fontes para verificar as informações apresentadas, ao mesmo tempo que transmite transparência e ética acadêmica. Com esse conjunto de informações, será feita uma coletânea, resultando em respostas específicas para os problemas enfrentados e respeitando a delimitação do tema.

1.7.3 Design Thinking

O design thinking é uma disciplina que usa a sensibilidade e os métodos do designer para combinar as necessidades das pessoas com o que é tecnologicamente viável e o que uma estratégia de negócios viável pode converter em valor para o cliente e oportunidade de mercado (BROWN, 2008).

Surgido em meados dos anos 1969 e 1973, a IDEO, empresa de design e consultoria de inovação situada em Palo Alto, Califórnia, EUA, que se tornou conhecida pela difusão do conceito e da prática do design thinking dentro da sua organização para solucionar os problemas complexos dos seus clientes de forma criativa (PAREDES E SANTANA, 2018, p.5).

Ainda segundo Paredes e Santana (2018), design thinking é um novo jeito de pensar e uma abordagem criativa para identificar problemas e propor soluções inovadoras. Isto é, em meio a um mercado atual que requer inovação por parte de empresas, visando o destaque entre seus concorrentes, o design thinking pode servir como uma ferramenta de alta eficácia na solução de problemas, propondo soluções criativas, abraçando a experimentação e fugindo daquilo que já foi feito ou descoberto antes.

É fundamental compreender o design thinking como um processo de aprendizado contínuo, no qual cada elemento do projeto desempenha um papel ao

validar, questionar e reestruturar as ideias. De acordo com o que se diz sobre os processos e etapas de design thinking, o manual de Paredes e Santana apresenta a abordagem do design thinking distribuída em cinco etapas: Imersão; Análise e Definição do Problema; Ideação; Prototipação, e; Testes.

Figura 8 - UX Design: Os fundamentos do Design Thinking



Fonte: Pri520 Medium (2020).

Seguindo este panorama de etapas, pode-se definir cada um:

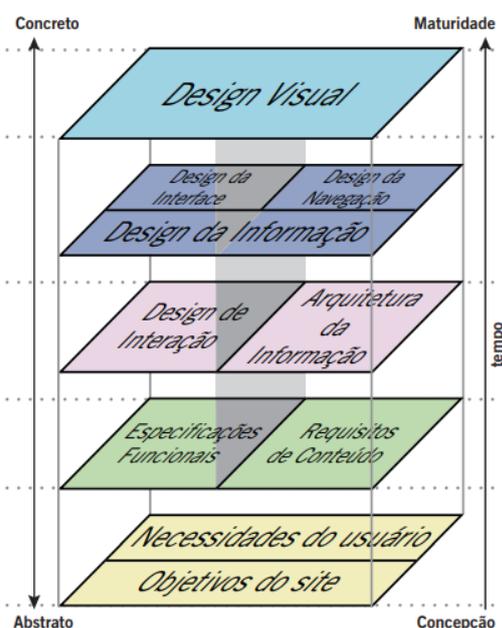
1. Na imersão, o principal objetivo é envolver as pessoas interessadas no contexto do problema, por meio da coleta de informações e observações relevantes. Nesta fase, é necessário o foco para a aprofundação e compreensão da situação problemática, buscando soluções bem-sucedidas;
2. Na análise e definição do problema, etapa adicional com fins de sintetizar o grande contingente de informações coletadas, é feito um processamento desses dados com o intuito de organizá-los de forma visual, facilitando a identificação de oportunidades e potenciais desafios;
3. A ideação propaga o pensamento de necessidade de criação de ideias inovadoras por meio de atividades colaborativas que promovam a criatividade e inovação, simulando a realidade e potenciais situações que venham a acontecer;
4. A prototipação visa materializar as principais ideias promovidas pela ideação, a fim de praticá-las, observar seus benefícios e criar um protótipo (ou mínimo produto viável – MPV) que possa ser testado;
5. Por fim, nos testes, as propostas de protótipo geradas na etapa anterior são validadas tanto pelos usuários que participaram da imersão quanto possíveis novos usuários, com o intuito de identificar eventuais necessidades de adaptação e promover um aprendizado contínuo durante a fase de testes.

Levando em conta que o design de aplicativos requer uma metodologia específica da experiência do usuário para sua elaboração, Garrett aborda em seu livro *'The Elements of User Experience'* cinco elementos que traduzem a importância da intenção consciente e explícita nos aspectos da experiência do usuário, combinados em um esquema que sirva como facilitador na abordagem do Design Thinking em um trabalho.

Para Garrett (2010, p.19, tradução nossa), a experiência de um usuário diante de uma interface específica é resultado de decisões sobre o design, funcionalidades e interações dessa interface, que somam para criar a experiência do usuário. Ao analisar os cinco principais planos de uma interface, pode-se entender como essas decisões são tomadas. Dentre esse esquema identificam-se os planos: superfície; esqueleto; estrutura; escopo e estratégia.

Em cada plano, os problemas a serem enfrentados ficam cada vez menos abstratos e mais concretos. À medida que se vai avançando pelos diferentes planos, as decisões que precisam ser tomadas se tornam mais específicas e envolvem níveis de detalhes mais refinados. Os planos dependem uns dos outros, a fim de obter-se um alinhamento de ideias para que os componentes se encaixem naturalmente. Na figura 9, é possível observar os planos de forma estrutural:

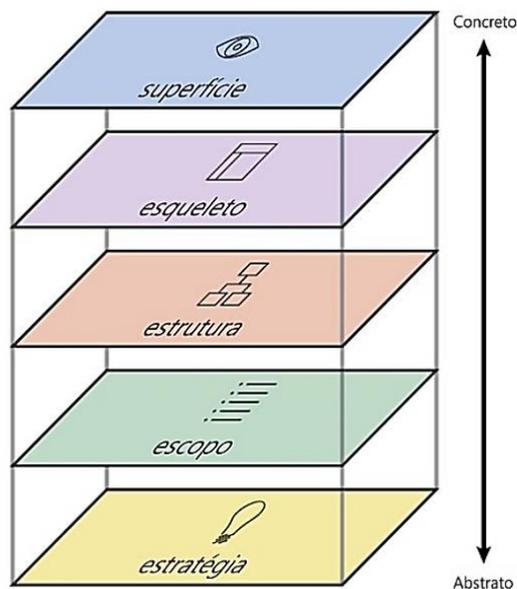
Figura 9 - Detalhamento dos elementos da experiência do usuário



Fonte: Garrett, 2010, tradução por Livia Labate, adaptado pela autora.

Com esse conjunto de especificações nomeia-se assim, os cinco planos de elementos da experiência do usuário de Garrett, conforme a figura 10:

Figura 10 - Os elementos da experiência do usuário



Fonte: Garrett, 2010, tradução por Livia Labate, adaptado pela autora.

Os planos definem-se:

1. Superfície: Focado no design sensorial, enxerga-se uma série de páginas, compostas por imagens e texto. Algumas dessas imagens são elementos clicáveis, que realizam alguma função, ou apenas ilustrações e fotografias, materializando uma forma.
2. Esqueleto: No esqueleto, encontra-se o design da informação, que pode ser dividido entre design de interface e design de navegação. É nesse plano onde está localizada a disposição de botões, controles, fotos e blocos de texto. Ele é projetado para otimizar o arranjo desses elementos para obter o máximo de impacto e eficiência, definindo a disposição dos elementos da interface na página, para que o usuário lembre onde encontrar botões para realizar determinadas funções sempre que precisar, permitindo a navegação por categorias.
3. Estrutura: A estrutura define o design de interação e a arquitetura de informação. O design de interação se refere às opções envolvidas na

realização e conclusão de tarefas, e a arquitetura da informação lida com as opções envolvidas na transmissão de informações para um usuário. A estrutura determina a maneira como os diferentes recursos e funções do site se relacionam e se organizam.

4. Escopo: No escopo é onde localizam-se as especificações funcionais e os requisitos de conteúdo. O escopo de uma interface constitui as funções e as funcionalidades encontradas na estrutura. Definir o escopo é um processo valioso que resulta em um produto valioso. O processo permite antecipar e resolver problemas antes que se tornem obstáculos reais, e o produto serve como referência para a equipe durante o projeto e proporciona uma linguagem comum para discutir o trabalho. Definir os requisitos elimina a ambiguidade do processo de design.
5. Estratégia: Focada nos objetivos do produto, define as necessidades dos usuários. Uma estratégia bem articulada dá quando sabe-se o tanto que uma organização quer que seu produto alcance quanto o que ela quer que o produto alcance para seus usuários, informando assim as decisões a serem tomadas sobre cada aspecto da experiência do usuário.

Seguindo este panorama de elementos, a aplicação destes cinco planos neste trabalho proporcionará um esquema de estrutura de experiência do usuário muito útil no desenvolvimento do projeto, levando em conta as intenções conscientes e explícitas da organização, bem como com o foco nas necessidades do usuário. Essa estrutura funcionará como um facilitador de etapas, proporcionando a concretude dos fatos abordados em planos que vão de ideias mais abstratas e indefinidas para ideias mais concretas e definidas.

A proposta de design thinking será de grande importância para o projeto, levando em conta a pesquisa participante, que coloca o pesquisador em meio à realidade dos participantes, essa abordagem trará um ponto de vista mais autônomo para o pesquisador, apesar de sua viabilidade depender dos usuários para a colaboração e coleta de dados e validação de testes.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Nos próximos parágrafos, discutiremos os seguintes temas: UX Design, Design de Interface e Design Digital.

2.1 USER EXPERIENCE UX

De acordo com Teixeira (1998, p.2) cada pessoa tem uma experiência única ao usar um produto. Essa experiência é influenciada por fatores pessoais, como habilidades e emoções, e fatores externos, como o ambiente ao redor. Apesar de serem subjetivas, essas experiências são projetadas por alguém. Alguém criou a interface de um determinado produto para que os usuários pudessem navegar em interfaces sem apoio de recursos externos. Essa interação entre humanos e máquinas é fundamental. É por meio da compreensão dessas experiências individuais e da aplicação de princípios de design adequados que se busca proporcionar uma interação eficaz e agradável entre os usuários e os produtos digitais. Teixeira (1998, p. ix) ainda afirma que:

Com as interfaces digitais dominando cada vez mais os novos aspectos de nossas rotinas, aumenta também a procura por profissionais especializados em Design da Experiência do Usuário (UX Design) para garantir que esses produtos sejam, acima de tudo, fáceis e agradáveis de usar. Em um mercado cada vez mais competitivo, diferenciam-se os produtos e empresas que colocam o usuário no centro do processo de Design, envolvendo-os desde as etapas de estratégia e concepção até as etapas de desenvolvimento e testes.

Pode-se dizer que UI e UX design estão interligados, mas o que os torna distintos um do outro são seus pontos de foco. Com o *user experience*, a ênfase é diretamente no usuário e em sua experiência com a interface ou um produto e fora dela. Essas experiências são subjetivas, podendo variar de acordo com quem as experiencia, mas todas têm algo em comum: foram projetadas por alguém.

É crucial salientar que:

Uma experiência do usuário, ou UX, abrange toda a experiência que os usuários têm com um produto. Essa experiência inclui a interface do usuário, mas também a transcende para incluir os internos com os quais os usuários

não interagem diretamente, bem como os externos, como o processo de compra, a experiência inicial do produto (geralmente chamada de experiência “fora da caixa”), suporte técnico e ao cliente, marca do produto, e assim por diante. (MCKAY, 2013, p.35).

Isso tudo engloba não só questões estéticas, visuais e de funcionalidade de uma interface, mas toda sua experiência com relação ao que diz um produto. Pode-se constatar assim que, o design da experiência do usuário é essencial para criar produtos digitais diferenciados no mercado. Ao priorizar as necessidades do usuário e envolvê-lo no processo de design, as empresas podem conquistar a preferência dos clientes e obter vantagens competitivas.

Buscando compreender ainda mais sobre as metodologias dentro do UX design, Teixeira (1998, p. 17 e 18) confirma que o design de experiência do usuário envolve a utilização de diversos métodos e ferramentas para criar produtos relevantes. Isso inclui estratégias de design, brainstorms, planejamento de funcionalidades, testes com usuários e pesquisas. Essas abordagens visam compreender as necessidades dos usuários e garantir que elas sejam atendidas. Ferramentas como personas, sitemaps e wireframes são utilizadas para obter insights e direcionar o trabalho do UX designer e da equipe.

Garrett (2010, p.19) destaca que a experiência do usuário em uma interface é moldada pelas decisões de design, funcionalidades e interações implementadas. Esses elementos se combinam para criar a experiência final vivenciada pelo usuário. E é com a criação de seu plano de elementos da experiência do usuário que assegura etapas metodológicas fundamentais a se seguir ao praticar o design da experiência do usuário.

2.2 DESIGN DE INTERFACE

Em analogia à Terceira Lei de Newton, em que toda ação tem uma reação, é possível contextualizar o princípio do design de interface, que caracteriza a interação entre o usuário e sistemas digitais, ou seja, uma ação é feita, e por consequência há uma resposta para isso.

Segundo Sobral (2019), o desenvolvimento de uma interface interativa foca em encontrar uma solução necessária, que promova a interação da interface com o usuário, incluindo o hardware e o software. Portanto, é de sumo valor a definição das dores do usuário, para que se estabeleça uma linha de raciocínio em que o designer consiga seguir um plano de desenvolvimento, que de acordo com os princípios do design digital, consiga transmitir uma mensagem de forma eficaz e robusta, para o melhor entendimento do usuário.

Para McKay (2013, tradução nossa), uma interface de usuário bem projetada se resume à comunicação, a atender os usuários de forma natural, profissional e amigável, fácil de entender e eficiente. Por outro lado, uma interface do usuário mal projetada não é natural, é tecnológica e mecânica, e exige que os usuários apliquem pensamento, experimentação, memorização e treinamento para traduzi-la em algo significativo.

Desse modo, fica claro que a comunicação é uma chave para um entendimento essencial entre o usuário e a interface, uma vez que é a partir de sua fácil compreensão que o usuário é capaz de transformar o visual em uma ação, retendo informações de modo que a usabilidade se torne eficiente.

Ainda para McKay (2013, tradução nossa), ao focar na comunicação, as decisões de design que inicialmente parecem subjetivas - como seleção de controle, design de ícone, layout, cor e animação - tornam-se muito mais objetivas. Assim sendo, é concebível que a subjetividade que engloba o design de interface, de forma visual, acaba se objetivando, tendo em vista que a solução para uma interface bem-sucedida é sua capacidade de comunicar soluções intuitivas para que o usuário seja capaz de realizar uma atividade sem pestanejar.

Ao focar na comunicação, as decisões de design que inicialmente parecem subjetivas - como seleção de controle, design de ícone, layout, cor e animação - tornam-se muito mais objetivas. Beleza, estilo e moda são amplamente subjetivos, mas o que constitui uma explicação de tarefa compreensível e intuitiva para o usuário de destino não é.

Levando em conta o livro *The Design of Everyday Things*, de Don Norman, os autores Fonseca, Campos, Gonçalves (2017) simplificaram os princípios que Norman cita em cinco principais categorias:

1. Visibilidade - Em que é importante estruturar uma interface de acordo com a visibilidade de suas funções, tornando a experiência do usuário mais fácil e dinâmica. Pode-se utilizar de um menu para funções muito ou pouco utilizadas.
2. Retorno - Onde conforme o usuário realizar uma ação, essa deve ser respondida de forma clara, tanto como retorno de ação, em que na interface a representação visual do clique ou toque faça com que certa função (geralmente um botão) mude de cor ou emita som, como retorno da reação, em que fica claro para o usuário que sua ação foi efetivada pelo sistema, com uma mensagem ou barra de progresso.
3. Restrições - Quando de forma preventiva de erros, a interface impossibilita a realização de tarefas que não sejam do modo correto, protegendo a integridade do projeto e ajudando o usuário a ter uma experiência suave.
4. Coerência - Na qual a sabedoria através da identificação de padrões em uma interface torne sua experiência descomplicada, porque sucumbe o usuário a identificar padrões coerentes, e com esse conhecimento, por meio de novas tarefas, ele tenha êxito em ao realizar tarefas similares. A coerência tende a impor um aspecto lógico e racional, trazendo confiança aos utilizadores. Já a incoerência causa um desgaste maior, porque induz o usuário a memorizar discrepâncias num design, aumentando a carga cognitiva e reduzindo o potencial de acerto na interação.
5. Mapeamento - Na situação em que há uma relação entre duas coisas, e em uma interface, é quando há relação entre os controles e resultados da ação nos controles. O usuário deve se sentir confiante de que ao realizar uma tarefa e obter êxito, realize outras de forma similar e também obtenha êxito, seguindo um padrão de autodidatismo.

Através da releitura dos princípios abordados por Norman, conclui-se que há pontos específicos a serem seguidos para a criação de uma interface dinâmica e funcional apoiados por pesquisas, que em conjunto, comunicam o usuário para uma experiência bem-sucedida. O design de interface por fato demonstra o que o usuário

sente e vê em relação ao meio de comunicação digital, e seguir uma linha lógica de estratégias faz com que a interação se torne viável e segura.

2.2.1 Cor

A escolha das cores em uma interface gráfica é um requisito de grande importância se levarmos em conta a teoria das cores e seus impactos na percepção do usuário. Segundo Sobral (2019, p.44), existem várias técnicas para escolher as cores das interfaces, podendo utilizar a mistura de matizes, brilho e saturação. Essas técnicas são importantes, mas também é necessário considerar outros elementos ao planejar e selecionar as cores. Deve-se levar em conta o usuário, como a tela do monitor será usada, o tipo de trabalho a ser realizado, a legibilidade, cansaço dos olhos e as distinções de diferentes funcionalidades.

Conforme Sobral (2019, p.45 e 46), a cor exerce muita influência sobre o usuário, causando sensações de aceitação, repulsa e até confusão, pois é capaz de manipular sentidos, emoções e o intelecto. Por isso, é de extrema necessidade estudar o uso das cores para utilizá-las em favor da interface e assim atingir objetivos específicos.

Portanto, para Sobral (2019), para uma utilização correta de cores, deve-se destacar a necessidade do entendimento da percepção do usuário, como as cores já utilizadas o impactam, a que emoção ele as associa e qual a sensação que ele sente ao depara-se com a interface. Essa compreensão viabiliza o estabelecimento de limites de decisão, podendo auxiliar nas pesquisas metodológicas abordadas neste projeto, com o intuito de servir como material para questões práticas como prototipagem.

2.2.2 Tipografia e Componentes

Silvestri destaca (2019, p. 42) que no design de interface, a tipografia não necessita ser um assunto complexo, e salienta que existem três pilares essenciais da tipografia em interfaces: a escala de tamanhos; utilização de boas fontes e por fim, alta legibilidade. Os tipos ou as fontes simbolizam uma forma de expressão por meio

da linguagem escrita. A tipologia escolhida incorretamente pode prejudicar todo um projeto (SOBRAL, 2019, p.49)

Tendo em vista que o Last.fm é uma plataforma consolidada, é necessário verificar a viabilidade de mudanças na tipografia já utilizada. Um aspecto que deve imprescindivelmente ser levado em consideração é o emparelhamento da tipografia com a cor. Essas precisam caminhar juntas em prol da boa legibilidade de um texto, trazendo uma visualização ágil, sem forçar a vista e que seja satisfatória.

Silvestri ainda enfatiza a composição da tipografia em componentes. São componentes: botões de ação; checkboxes; rádios; menus; formulários; seletores; dropdowns e cards. Segundo o ponto de vista de Silvestri (2019, p.50), é importante levar em conta três principais características ao trabalhar com componentes:

- a) Legibilidade: manipulação de tamanhos, cores e fontes para poder passar a impressão de que um botão está selecionado ou não. Sem a legibilidade ele perde sua principal função;
- b) Ênfase: ligada ao princípio da hierarquia visual, é através da manipulação de ênfase de um botão que se dá possível a melhor organização dos componentes da interface;
- c) Usabilidade: indicação de uma ação fácil e clara de entender, seja ícone ou texto, e um tamanho facilmente clicável (nem tão pequeno e nem tão grande).

Pode-se confirmar então, que a tipografia aplicada a um projeto de interface do usuário é um aspecto de extrema importância, uma vez que está diretamente relacionada com a percepção do usuário, sua capacidade cognitiva de interpretar diferentes tamanhos, fontes e relação com outros elementos, tipo cores, para a realização de uma tarefa dentro dessa interface com êxito, facilidade e agilidade. Portanto, deve-se manter a atenção em todos os aspectos abordados neste tópico para a conclusão do redesign do aplicativo móvel do Last.fm.

2.2.3 Arquitetura da Informação

Conforme Oliveira (2014), a área de Arquitetura da Informação (AI) desponta como um modelo de gestão do conhecimento nas organizações, estruturando e organizando a informação para mapear necessidades, relacionar processos e ser um suporte que facilita tomadas de decisões.

Um dos maiores objetivos da arquitetura da informação é proporcionar uma estrutura lógica que possa ajudar o usuário a encontrar a informação de que necessita, tornando acessível o que já existe na organização (OLIVEIRA, 2014). Segundo o que diz Pereira (2018):

Devido ao crescimento de novas tecnologias e novos processos de construção de sites, aplicativos e sistemas, o UX designer precisou se preocupar com várias outras atividades, e a disciplina de Arquitetura da Informação acabou ficando esquecida. Porém, o volume de informação hoje em dia está muito mais abundante do que antes, porque as pessoas não usam somente um computador; elas usam celulares, tablets, smartwatches, caixas eletrônicos e vários outros produtos que estão conectados à internet.

Com este pensamento, deve-se salientar que com a evolução rápida das tecnologias, o mundo não foi capaz de conseguir se adaptar tão facilmente com agilidade para conseguir contorná-las, já que o surgimento de diferentes dispositivos fez com que essa transição fosse feita precocemente, sem muitos estudos por trás. Salienta então, Pereira (2018), que é fundamental conhecer a essência de como podemos fazer uma boa Arquitetura de Informação, independente do contexto em que ela será aplicada.

Dessa forma, a Arquitetura da Informação desempenha um papel fundamental ao otimizar a localização e a acessibilidade das informações, contribuindo para a eficiência e eficácia de navegação dos usuários em busca do conteúdo relevante a um determinado aplicativo, site, entre outros.

2.2.4 Ícones

Conforme Babich (2016, tradução nossa), os ícones devem, inicialmente, comunicar significado. Ícones são, por definição, uma representação visual de um

objeto ou ação. Se aquele objeto ou ação não estiver claro para os usuários, o ícone imediatamente perde seu valor prático e se torna um ruído visual.

Nem todo ícone tem o mesmo tamanho e formato, portanto, manter cada um deles dentro de um contêiner de tamanho padrão facilita muito a vida do desenvolvedor. É necessário certificar-se de que os ícones tenham o mesmo tamanho dentro do contêiner em pelo menos uma dimensão para evitar que pareçam ter tamanhos diferentes (KAMENEZ, 2023).

Babich (2016, tradução nossa) também sintetiza que cada ícone deve ser reduzido à sua forma mínima, com cada ideia editada em sua essência — os ícones simplistas existem para reduzir a necessidade de uma curva de aprendizado. Ícones bem projetados são rapidamente reconhecidos, porque os designs garantem legibilidade e clareza mesmo em tamanhos pequenos. Quando feitos corretamente, os ícones podem ajudar a guiar os usuários intuitivamente por meio de um fluxo de trabalho sem depender de muitas legendas.

Shestopalov (2018, tradução nossa) faz alusão a fundamentos importantes da usabilidade de ícones em uma interface móvel. Alguns deles são a necessidade de uma grade óptica, para balanceamento de peso e importância; o nivelamento de detalhes padronizado, para que não haja um desbalanço de atenção, tornando alguns ícones mais pesados e atrativos que outros; o espaçamento de linhas em um ícone deve ser consistente para evitar falhas; a remoção de ícones repetitivos para evitar o ruído visual e apresentar melhor compreensão; seguir um padrão de estilo, seja ele 2D, 3D, delineado ou preenchido, auxiliando na compreensão de importância igual entre os ícones.

É necessário considerar como os diferentes tipos de ícones podem funcionar em um design, levando em conta o estilo geral, bem como os tamanhos nos quais os ícones serão usados, para poder aumentar a usabilidade de um site ou outro produto digital. (KAMENEZ, 2023)

2.2.4 Wireframe

Segundo o EJCM (2018), O wireframe, conhecido como protótipo de baixa fidelidade, permite uma representação simplificada e imediata das funcionalidades de uma aplicação, podendo ser criado manualmente ou digitalmente, sendo uma etapa essencial para esclarecer e visualizar o funcionamento da interface. Com isso, no

concebimento de um redesign de interface de um aplicativo móvel, o wireframe vê-se de extrema importância, uma vez que possibilita a visualização da interface como um todo, podendo familiarizar-se com possíveis erros gráficos ou de usabilidade, que podem ser corrigidos antes de a prototipagem final ser realizada, tornando a parte de programação algo mais ágil e dinâmico de reproduzir.

2.3 DESIGN DIGITAL

O conceito de design digital se declara conforme as fundamentações de design, que partem do embasamento na história da cultura visual, onde é possível identificar uma série de questões que culminam na promoção de reações diversas ao público-alvo final.

Para Cardoso (2021), o design digital trabalha com conceitos teóricos relacionados a princípios da semiótica, como signo, significado e significante, que são termos importantes para se pensar a representação de uma imagem e, conseqüentemente, de um projeto de design digital. Desta forma, pode-se analisar que a perspectiva do usuário é altamente relacionada e influenciada à forma como a arquitetura de informações digitais se porta, podendo adaptar-se conforme a demanda em pauta.

Vivemos em uma sociedade onde tudo está conectado, diariamente bombardeados por novas influências que ditam a maneira de interação do usuário com diferentes interfaces.

Segundo Cardoso (2021), é importante que o departamento de Design Digital esteja sempre antenado e em sintonia com as constantes inovações, que acabam por afetar também o próprio consumidor. Vale ressaltar que o gradual aperfeiçoamento da tecnologia pode impactar a resposta do consumidor de forma comportamental a diferentes tipos de mídia, e por isso mostra-se como uma necessidade na atualidade a atenção redobrada a mudanças e tendências de mercado, de forma que se alinhem às expectativas do usuário, respeitando a norma de estudos por trás da psicologia do design e como ela se manifesta em diferentes indivíduos.

De acordo com 99designs (2020, tradução nossa), atualmente, existem muitos dispositivos digitais diferentes, e cada um deles tem inúmeras possibilidades de uso que o designer precisa levar em consideração. É essencial entender as várias formas de design digital e os objetivos de cada uma delas se você quer obter os melhores

resultados, tanto para projetos específicos quanto para sua carreira em geral. As formas de design digital podem variar entre design de sites, design de páginas de destino, design de aplicativos, design de ícones de aplicativos, design de infográficos, design de e-mails, design de banners publicitários, design de páginas de mídia social, design de ebooks, design de templates do PowerPoint, design 3D e entre muitos outros.

Levando em conta que diferentemente do design gráfico, que está mais voltado para produtos impressos e que o design digital está mais voltado para conteúdo digital, pode-se dizer que os designers digitais tomam decisões sobre a direção visual do produto, e o que eles entregam ao cliente geralmente é um protótipo offline (seja por meio do Photoshop ou de uma ferramenta de prototipagem como o Figma). Os desenvolvedores, então, usam a linguagem de programação para transformar esse protótipo em um design digital funcional, como um site ou boletim informativo. (99designs, 2020, tradução nossa).

3 PROPOSTA DE PROJETO

A representação gráfico visual que será aplicada neste projeto para o redesign do aplicativo móvel do site Last.fm baseia-se conforme os princípios da fundamentação teórica abordada ao longo da dissertação. Com base na interface gráfica aplicada ao design de interface, será levado em conta os principais elementos tratados, juntamente com os levantamentos sobre os conceitos gerais de design digital, design de interface e UX design.

Pretendendo levar em conta os tópicos da interface gráfica, em questão de cor, o objetivo será manter a identidade visual da marca, mas proporcionando um modo colaborativo com o usuário, que poderá escolher uma interface de modo noturno ou diurno, buscando atender preferências de públicos maiores e os incentivando a testarem a usabilidade a seus gostos.

Na questão de tipografia, pretende-se torná-la de fácil legibilidade, que tenha alto contraste com o modo de interface escolhido para a cor, e que atenda aos requisitos de tamanho para que possa trazer com clareza ao usuário a informação descrita. Juntamente com os componentes, busca-se casar esses dois elementos de forma que trabalhem a favor do outro.

Atualmente a interface conta com capas de álbuns, músicas ou artistas com seus respectivos nomes predispostos em cima da imagem de forma não tão legível, então a utilização de componentes, por sua vez clicáveis, poderia viabilizar uma maior legibilidade desses títulos. Será necessário também atentar-se aos tamanhos e ilustrações dos componentes, para que sejam de fácil identificação e permitam uma navegação rápida e intuitiva do usuário.

A criação de wireframes será de boa ajuda para a visualização do andamento de projeto, a partir de testes de usabilidade tanto quanto do usuário participante como da pesquisadora, podendo identificar possíveis equívocos ou falta de recursos a tempo de corrigi-los e assim, garantir um projeto final eficaz e satisfatório.

Em síntese, a proposta de projeto do Redesign do aplicativo móvel do site Last.fm busca aumentar sua funcionalidade, trazendo aspectos do site para o aplicativo e buscando torná-lo interativo, de modo que atenda a arquitetura de informações adequada as interfaces atuais do mercado, sem perder sua identidade.

3.1 ESTRUTURA VISUAL DO PROJETO

A figura 11 engloba a aplicação do Canvas de Projeto para apresentar sua estrutura visual e como o projeto será executado.

Figura 11 - Canvas de Projeto

POR QUÊ?	O QUÊ?	QUEM?	COMO?	QUANDO E QUANTO?
JUSTIFICATIVA Para renovar a interface de usuário do aplicativo móvel do site Last.fm, buscando trazer para o app as funções retidas no site, bem como retendo e conquistando mais usuários para incentivá-los a apresentar uma experiência musical única com uma interface moderna e fácil de se usar.	PRODUTO Redesign do aplicativo móvel do site Last.fm	STAKEHOLDERS EXTERNOS <ul style="list-style-type: none"> • Usuários da plataforma • Possíveis novos usuários • UX designers • Designers de Interface • Bibliografias 	PREMISSAS Erradicar a frustração do público-alvo ao usar o aplicativo e maior retenção de usuários, através do Redesign do aplicativo móvel do site Last.fm	RISCOS <ul style="list-style-type: none"> • Pouco interesse em participação na pesquisa participante • Perda de identidade • Interface confusa • Interface não esteticamente agradável • Dificultar a usabilidade
OBJ SMART Criar um projeto de Redesign do Aplicativo móvel do site Last.fm.	REQUISITOS <ul style="list-style-type: none"> • Trazer todas as funções do site para dentro do aplicativo • Adequar as cores de acordo com a arquitetura da informação, tipografia e componentes • Acesso a todo histórico de escuta pelo aplicativo • Pesquisas bibliográficas e participativas • Entendimento de todas as dores do usuário • Coleta e análise de feedbacks negativos para propor melhorias e inovações • Interações sociais dentro do aplicativo 	EQUIPE Maria Luiza Medeiros Ferreira	GRUPO DE ENTREGAS <ul style="list-style-type: none"> • Introdução • Metodologia • Fundamentação Teórica • Proposta de Projeto • Estudo sobre o Last.fm • Análise Documental • Proposta de Redesign • Investigação de resultados • Considerações Finais • Referências Bibliográficas 	LINHA DO TEMPO De acordo com o cronograma de tarefas pressuposto anteriormente.
BENEFÍCIOS <ul style="list-style-type: none"> • Fácil usabilidade • Entendimento dinâmico • Interface moderna • Experiência única musical • Expandir o nicho de usuários • Engajamento social • Referência de plataformas de metrificação de música. 		RESTRICÇÕES Restrições de tempo insuficiente, restrições de comunicação com o pouco interesse de colaboração em pesquisas participativas, restrições de qualidade do projeto, restrições tecnológicas e restrições de normas da ABNT.		CUSTOS O projeto não gerará custos, por se tratar de uma pesquisa acadêmica individual, porém visa atribuir mais funções ao aplicativo que são gratuitas na versão website.

Fonte: Autora, 2023.

3.2 PESQUISA PARTICIPANTE E SUAS ETAPAS

A pesquisa participante, assim como a pesquisa-ação, caracteriza-se pela interação entre pesquisadores e membros das situações investigadas (GIL, 1991, p.61). Este tipo de pesquisa caracteriza-se pelo envolvimento e identificação do pesquisador com as pessoas investigadas (GERHARDT E SILVEIRA, 2009).

Como metodologia participativa entre pesquisadores e participantes, a pesquisa participante foi definida por quatro principais pontos neste trabalho, adaptados com base na esquematização desenvolvida por Le Boterf e Gajardo.

3.2.1 Definição de Técnica de Coleta de Dados, Organização e Cronograma

Como etapa fundamental em um estudo ou projeto, a coleta de dados é essencial para a compreensão e análise do tema em questão, a fim de obter informações e evidências que comprovem ou que acrescentem ao problema, possibilitando o pesquisador de adquirir um olhar diferente do seu ponto de vista, isento de preconceitos, tomando um olhar neutro.

A pesquisa participante conta com a imersão do pesquisador no mundo e atmosfera do pesquisado. Com o âmbito da tecnologia e maior facilidade de comunicação com muitas pessoas ao mesmo tempo de forma digital, a coleta de dados geral deste projeto foi feita por um formulário online.

A coleta foi feita anonimamente, e com o intuito de inserir a pesquisadora no projeto, a mesma também contribuiu com sua resposta no formulário. A tarefa determinada por parte dos usuários que participaram foi contribuir para a pesquisa com informações demográficas, como faixa etária, gênero, estado civil, nível de educação, ocupação, local em que reside e acesso à tecnologia, com o intuito de caracterizá-los de forma geral, compreendendo o perfil dos participantes em relação ao tema.

Depois disso, foram feitas perguntas mais específicas, diretamente voltadas à usabilidade de dispositivos eletrônicos e também ao site e aplicativo do Last.fm. Os pesquisados contribuíram com feedbacks sobre suas experiências, pontos problemáticos e sugestões de melhorias. As perguntas e respostas referentes à pesquisa estão no Apêndice B.

No contexto de pesquisa, a criação de um cronograma é vital para garantir a organização e o planejamento adequado das atividades. Ele orienta as etapas de pesquisa, estabelece prazos e distribui tarefas de forma equilibrada, com o intuito de evitar sobrecargas de atividades em determinados períodos, visualizar o fluxo de trabalho e manter o controle sobre o progresso da pesquisa.

Assim sendo, foi criado um cronograma de atividades (encontrado no Apêndice C) para melhor induzir a pesquisa, se tornando uma ferramenta valiosa para garantir a eficiência e o sucesso da pesquisa participante, facilitando a gestão e o entendimento claro das etapas e dos prazos envolvidos.

3.2.2 Identificação da Estrutura Social dos Participantes

A fim de compreender as relações sociais, hierarquias, papéis e interações presentes dentro do grupo de participantes, uma série de fatores socioeconômicos foram levados em conta nesta pesquisa.

Com essa síntese de dados socioeconômicos provinda do formulário de pesquisa, feito com 14 usuários do aplicativo, foi possível identificar que a

predominância de pessoas do gênero feminino, compondo 71,4% dos participantes, dentre 24-35 anos (78,6%), contando com a geração Y e Z, afetou numa determinada percepção e resultou em diferentes opiniões sobre a usabilidade do site e aplicativo.

Dentre essa maioria, por serem jovens estudantes (71,4%), principalmente em graduação superior (42,9%), e residirem no Brasil (85,7%), essa faixa etária corresponde a um período em que as pessoas estão construindo suas carreiras e se dedicando ao crescimento pessoal. Isso pode significar que elas estão em busca de inspiração, motivação e entretenimento através da música, o que pode afetar suas preferências e hábitos de uso do Last.fm.

Por serem residentes no Brasil, a cultura e os contextos sociais desse país podem influenciar suas escolhas musicais e interesses. Elas podem estar mais inclinadas a descobrir artistas brasileiros, acompanhar tendências musicais locais e se envolver em comunidades musicais brasileiras presentes no Last.fm.

Com o uso predominante de smartphones (85,7%), é provável que essas pessoas acessem o Last.fm principalmente por meio do aplicativo móvel. Isso sugere que elas apreciam a praticidade e a flexibilidade que esses dispositivos oferecem. Ao utilizar aplicativos móveis, elas têm a liberdade de desfrutar da música e explorar o conteúdo do Last.fm em qualquer momento e em qualquer lugar. Isso demonstra que a mobilidade é um aspecto valorizado por esse grupo, o que os permite ter uma experiência musical contínua e adaptada às suas necessidades e rotinas diárias.

Além disso, essa preferência por dispositivos móveis também pode indicar uma maior familiaridade e conforto com o uso de aplicativos e recursos específicos desses dispositivos. Isso pode influenciar suas expectativas em relação à interface, usabilidade e recursos do aplicativo móvel do Last.fm. Essas pessoas podem esperar uma experiência otimizada, intuitiva e adaptada às funcionalidades dos smartphones.

O fato de esse grupo de pessoas ter acesso a diversos dispositivos eletrônicos, com ênfase no uso de smartphones (100%), indica a importância de fornecer uma experiência de usuário móvel aprimorada e adaptada ao contexto desses dispositivos. Isso pode envolver o desenvolvimento de um aplicativo móvel robusto, com recursos intuitivos, uma interface responsiva e opções de personalização que atendam às expectativas e necessidades desse grupo específico de usuários.

A pesquisa através do questionário revelou uma qualificação da pesquisa de usuários globais do capítulo de introdução, mostrando a variedade do público-alvo no

quesito de idade e de gênero, evidenciando a diversidade e a representatividade dos participantes envolvidos no estudo.

3.2.3 Descrição do Problema, Identificação das Causas e Formulação de Hipóteses de Ação

Dando continuidade às perguntas formuladas no formulário de pesquisa, nessa parte foram analisados os seguintes dados: a frequência do uso do aplicativo móvel do Last.fm; quais os recursos do aplicativo mais utilizados; quais os recursos do site que não estão disponíveis no aplicativo mais utilizados; se a pessoa utiliza alguma função social do site como seguir outros usuários ou compartilhar músicas; opinião geral sobre a interface do aplicativo; se a interface atual do aplicativo é de fácil interação; se foi encontrado algum problema ao usar o aplicativo; elaboração do motivo para a resposta “sim” para a última pergunta; se se o aplicativo apresentasse todas as funções do website a pessoa o utilizaria mais; descrição da experiência geral com o Last.fm em si; sugestão de melhoria e espaço livre para comentários extras. De acordo com os dados obtidos, foi possível identificar:

Com as respostas anteriores sobre a usabilidade do aplicativo, pôde-se perceber que o aplicativo não é tão utilizado diariamente. Apenas duas pessoas o utilizam diariamente (14,3%), o que comprova que a sua falta de funções e limitações de usabilidade não convencem o usuário o suficiente para fazer o uso contínuo.

Dentro do aplicativo destacam-se três funções: histórico de scrobbles, charts pessoais e relatórios musicais. Apesar de serem funções primárias do website, ainda se mostram limitadas em comparação ao website. No website, destaca-se a função de histórico de scrobbles, porém em sua total capacidade. No site, os usuários possuem a liberdade de editar seus scrobbles, customizar as datas de escuta, entre outros, enquanto no aplicativo só é possível visualizar os últimos 50 scrobbles do usuário.

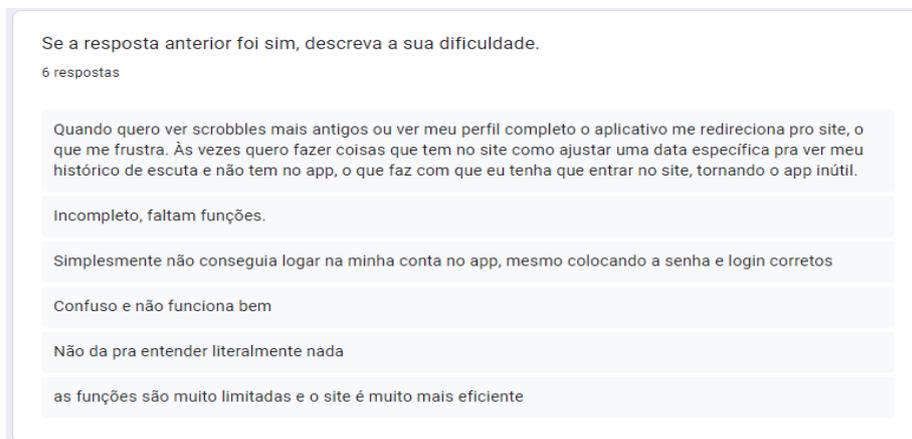
Também há o destaque a acesso a perfil de outras pessoas, comprovando o aspecto social do website, onde usuários podem entrar no perfil de amigos, comparar sua compatibilidade musical e ter acesso ao que outras pessoas estão escutando. Quando perguntados sobre a utilização de funções sociais no site, a maioria respondeu positivamente (78,6%). Ainda no âmbito social, muitas pessoas utilizam a

parte de mensagens diretas, notificações e o ao vivo, que mostra os artistas musicais que estão em ascensão no momento em todas as regiões globais no Last.fm.

Sobre a interface do aplicativo, há um contingente significativo de usuários que acreditam que a interface é de ruim (28,6%) a muito ruim (21,4%) visualmente, apesar de também possuir pontos fortes, com usuários que denominam a interface boa (28,6%) ou regular (21,4%). Sobre a facilidade de interação, a pesquisa também se dividiu, com uma resposta negativa de 35,7%, positiva também de 35,7%, enquanto outros 28,6% não souberam dizer, mostrando que muitos fatores podem afetar a percepção de uma pessoa e o que ela observa em uma interface.

Levando em conta a coleta de informações sobre interação com a interface, foi perguntado aos participantes se eles já experienciaram algum problema ao usar o aplicativo. Enquanto oito pessoas (57,1%) afirmaram não experienciar problemas, seis pessoas (42,9%) confirmaram a existência de um problema ou dificuldade ao usar o aplicativo, que será mostrado na Figura 12.

Figura 12 - Dificuldade dos usuários ao usar o aplicativo



Fonte: Autora, 2023.

De acordo com as experiências relatadas pelos usuários que encontraram alguma dificuldade, pôde-se concluir que as funções do aplicativo são muito limitadas em relação ao site, são incompletas. Isso acaba por deixar os usuários frustrados ao quererem fazer algo diretamente no aplicativo e não terem essa opção de função, ou o aplicativo redirecionando-os para o site, frustrando-os mais ainda.

Outra problemática identificada foi a ambiguidade do aplicativo. Os usuários relataram confusão ao utilizá-lo e problemas ao tentar entender sua funcionalidade.

Um usuário também relatou problemas ao fazer login, o que o impossibilitou de usar o app por um todo. Ao serem perguntados se usariam mais o aplicativo caso ele tivesse as mesmas funções que o website, 92,9% dos pesquisados responderam positivamente.

A fim de entender profundamente a trajetória do usuário com a plataforma como um todo, também foi perguntado sobre as experiências dos pesquisados com o Last.fm e como o conheceram. Alguns pontos em comum entre os usuários foi a apreciação pela função de visualizar seu histórico de escuta, incluindo datas específicas, artistas mais ouvidos e gêneros musicais. Os relatórios e estatísticas disponíveis são considerados completos e compensam a falta deles em outras plataformas de streaming. A possibilidade de ver o que seus amigos estão ouvindo, seus históricos de escuta e a compatibilidade musical são recursos valorizados.

O Last.fm é visto como uma ferramenta útil para descoberta musical e para acompanhar a própria jornada musical ao longo do tempo. Os usuários sentem motivação ao perceber que estão ouvindo mais um determinado artista e são incentivados a explorar mais músicas desse artista. Por fim, a descoberta do Last.fm ocorreu por meio de influências de amigos, redes sociais como Twitter e recomendações online.

Essas respostas demonstram que os usuários valorizam a capacidade de explorar e acompanhar sua experiência musical de forma personalizada, descobrir novas músicas e artistas, bem como compartilhar e se conectar com seus amigos amantes da música.

Com a síntese de investigação dos hábitos dos usuários participantes da pesquisa, podemos relatar que o principal problema encontrado no aplicativo atualmente é a falta de funções oferecidas pelo site. Isso torna-o limitado e restritivo, podendo resultar em uma experiência frustrante e insatisfatória, aumentando a taxa de abandono do aplicativo ou até mesmo a procura de alternativas que atendam melhor às suas necessidades, nesse caso, usar o website.

A falta de funções pode limitar as possibilidades de interação, personalização e controle por parte dos usuários. Isso pode resultar em uma experiência menos envolvente, menos adaptada aos gostos e preferências individuais e menos capaz de atender às suas expectativas e demandas.

Outro principal problema encontrado a ser resolvido foi a questão do redirecionamento para o site, tornando-o menos prático e menos otimizado para uso

móvel. Ao redirecionar os usuários para o site, eles precisam sair do aplicativo e abrir o navegador em seus dispositivos móveis, podendo ser um processo mais demorado e inconveniente, resultando em uma experiência fragmentada e descontínua para os usuários, concretizando que uma experiência mais satisfatória e envolvente requer que funções-chave estejam disponíveis diretamente no aplicativo.

Como forma de elaborar hipóteses de ação (soluções e estratégias de ação a serem tomadas para resolver o problema), foi questionado aos participantes, independentemente se encontraram problemas ou não ao utilizar o aplicativo, que sugerissem ideias para solução de problemas ou possíveis melhorias sobre o que já está disposto. Para isso foi feita a pergunta “Você tem alguma sugestão de melhoria para o aplicativo móvel do Last.fm?”. Ao analisar as respostas, foi possível encontrar algumas sugestões em comum, e com isso, foi resumido os principais pontos levantados de possíveis melhorias:

1. Desejo por acesso a todas ou quase todas as funções presentes no site do Last.fm no aplicativo móvel.
2. Necessidade de acesso a histórico completo de escuta, com a possibilidade de ajustar manualmente as datas.
3. Interesse em poder visualizar o perfil de amigos, deixar mensagens em suas páginas e ter uma função semelhante a de “atividade de amigos” da plataforma Spotify para computador, para ver o que as pessoas que o usuário segue estão escutando no momento.
4. Sugestão de criar colagens das músicas mais escutadas, função atualmente feita por uma plataforma secundária, o TapMusic, e melhorar a parte dos relatórios, tornando-os mais visualmente atrativos e fáceis de entender.
5. Desejo por um espaço de comunidade semelhante ao Reddit, rede social que funciona como um agregador de notícias e postagens, de forma similar a um fórum, onde as pessoas possam conversar e interagir.
6. Necessidade de uma interface mais amigável para o usuário e simples, esteticamente atrativa, moderna, com a integração do login com redes sociais.

As respostas acima indicam algumas necessidades e expectativas dos participantes da pesquisa em relação ao redesign do aplicativo móvel do Last.fm. Esses usuários expressam o desejo de ter acesso a todas as funcionalidades do site, como histórico completo de escuta, acesso aos perfis de amigos, colagens de músicas mais escutadas e uma interface de relatórios mais clara.

Além disso, eles mencionam a importância de uma interface amigável e intuitiva, integração com redes sociais, visual mais agradável e a possibilidade de acompanhar as métricas de seus contatos. Essas informações são valiosas para orientar o processo de redesign, fornecendo insights sobre as áreas que precisam ser aprimoradas e as funcionalidades que podem ser adicionadas para atender às expectativas dos usuários.

Por fim, foi aberto um espaço para os participantes acrescentarem suas visões sobre a usabilidade do aplicativo. Poucos participantes utilizaram esse espaço, porém o que foi possível integrar de valioso para o projeto foi que se a usabilidade do aplicativo fosse melhor, o usuário se prenderia muito mais a ele, e o fato de muitas funções redirecionarem para o site frustra muito o usuário, deixando-o com vontade de abandonar a aplicação, mas não fazendo-o pelo seu amor pela música e suas métricas. No caso, se fosse qualquer outro aplicativo que não o cativasse tanto, a taxa de abandono seria maior.

Outro ponto a ser levado em consideração foi a importância de um aplicativo poder oferecer diferentes modos de cores, como modo noturno e diurno, aspecto que muitas interfaces de outros aplicativos oferecem atualmente, com o intuito de melhorar a usabilidade do aplicativo de acordo com as preferências do usuário.

3.2.4 Elaboração de Ações Que Viabilizem a Análise Profunda do Problema Estudado

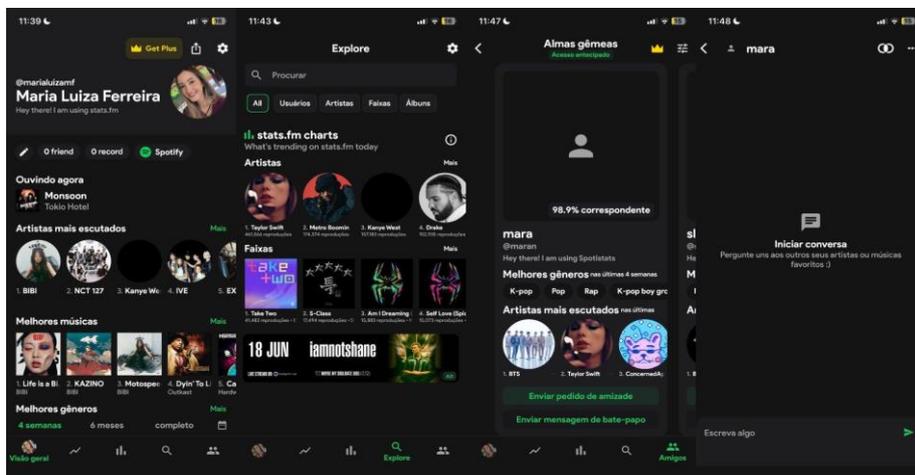
Após a coleta de dados de forma participativa com usuários, a parte de elaboração de ações é aplicada. Ela serve como embasamento para tomada de decisões: A análise adequada dos dados e informações permite embasar as decisões de forma mais precisa e fundamentada. Ao compreender o problema em profundidade e identificar oportunidades de melhoria, é possível tomar decisões mais informadas, considerando os impactos e as implicações a médio e longo prazo.

Para isso foram escolhidas duas ações que podem auxiliar na execução do projeto com informações valiosas e precisas sobre o problema e a usabilidade do aplicativo. Será realizada uma análise comparativa, onde será analisada a concorrência do Last.fm, avaliando como outros sistemas semelhantes estão atendendo às necessidades dos usuários e identificando melhores práticas e áreas de diferenciação; Card sorting, uma técnica na qual o participante organiza categorias ou elementos de informação de acordo com sua lógica pessoal, para avaliar a organização e estrutura do sistema.

Dando início ao segmento de análise comparativa, o principal concorrente direto identificado sobre o aplicativo móvel do Last.fm é o Stats.fm (anteriormente conhecido como Spotistats). Segundo o Stats.fm (2023), esse aplicativo surgiu no mercado com o intuito de acelerar o processo do Spotify Wrapped (ferramenta dentro do próprio Spotify disponibilizada a todos os usuários em dezembro com as métricas de escuta do ano todo em geral), que só ocorre no fim do ano, e oferecer relatórios detalhados sobre os hábitos de escuta de uma pessoa.

No stats.fm, o usuário não tem o acesso a todo o histórico de escuta, apenas com a versão paga do aplicativo. Ele contém uma plataforma de busca, onde o usuário consegue explorar outros usuários, artistas, faixas e álbuns. É possível visualizar também charts globais diários. Não só isso, mas o aplicativo também serve como uma plataforma social, onde você pode comparar suas estatísticas com seus amigos, adicioná-los, conversar por mensagens diretas. Pode-se observar um pouco da interface na Figura 13 a seguir:

Figura 13 - Telas principais do aplicativo



Fonte: Autora, 2023

Há também uma ferramenta de alma gêmea, onde com base nos seus gostos específicos, outros usuários com gostos compatíveis são recomendados, criando conexões sociais. O usuário é capaz de ajustar as configurações a seus gostos pessoais como layouts, mudança de idioma e tema, notificações, gerenciamento de serviços de streaming e personalização de perfil (Figura 14).

Figura 14 - Telas secundárias do aplicativo



Fonte: Autora, 2023

O aplicativo oferece acesso a banco de dados detalhado dos usuários, espaço para feedbacks sobre o aplicativo e possíveis novos recursos. Para o usuário obter estatísticas completas de escuta, é necessário assinar a versão Plus do aplicativo, uma compra única que está avaliada atualmente em R\$ 29,90 ou uma compra anual que está avaliada em R\$14,90, oferecendo uma série de vantagens para o usuário. O aplicativo inicialmente surgiu como ferramenta exclusiva do Spotify, por isso seu nome antigo, Spotistats. Atualmente, visa ampliar sua plataforma ao Apple Music, portanto a necessidade de mudança de identidade (Figura 15).

Figura 15 - Telas de configuração e estatísticas do aplicativo Stats.fm



Fonte: Autora, 2023

O aplicativo Stats.fm é atualmente o principal concorrente do Last.fm, por possuírem funções parecidas e terem uma premissa similar, porém com diferenças nas funcionalidades, acesso a informações e funções, etc. Enquanto uma pessoa só consegue ver o seu histórico de escuta no Last.fm a partir do momento em que se conecta com a aplicação, o stats.fm fornece estatísticas anteriormente à associação ao serviço de streaming de música.

O aplicativo do Stats.fm mostra-se mais completo, com funções engajadoras, respeitando a ergonomia do usuário ao possibilitar a adaptação de acordo com o gosto pessoal. O aspecto social do stats.fm também é de destaque, podendo inspirar o Redesign do aplicativo móvel do Last.fm. Um ponto a chamar atenção são as estatísticas que são designadas a membros pagos do Stats.fm. Essas mesmas estatísticas são oferecidas de forma grátis para usuários do Last.fm.

Em continuidade, segundo o que diz Spencer (2009, tradução nossa), o Card Sorting é melhor compreendido não como um método colaborativo para criar navegação, mas sim como uma ferramenta que nos ajuda a entender as pessoas para as quais estamos projetando.

O método é bastante simples. Você dá a uma pessoa um conjunto de cartões com conteúdo de exemplo escrito neles. Você pede às pessoas que classifiquem os cartões em pilhas de acordo com o que é semelhante e descreva os grupos que eles formam (classificação de cartão aberto). Ou você pode dar às pessoas um conjunto de cartões de conteúdo mais um conjunto de categorias e pedir que classifiquem os

cartões nas categorias (classificação de cartão fechado) (SPENCER, 2009, p. 6 e 7, tradução nossa).

Como ferramenta de possibilidade de entendimento sobre a navegação da atual interface do aplicativo móvel do Last.fm, foi separado as três principais categorias encontradas na barra de tarefas do aplicativo: Scrobbles, Relatórios e Charts; e 21 cartões contendo todas as funções e informações disponíveis no aplicativo. O card sorting foi feito no ambiente virtual, a partir da plataforma OP (Optimal Workshop). Três designers foram escolhidos para responder a esse estudo, como forma de implementação de uma avaliação de pessoas da área do Design no estudo. O gabarito e respostas dos respectivos designers podem ser encontrados no Apêndice D.

Conforme uma percepção do ponto de vista de um usuário novo, neste caso os designers que participaram da atividade de card sorting, é possível identificar que funções esses usuários em potencial associam sobre a interface atual de acordo com a barra de tarefas disponível no aplicativo.

Com a participação dos três designers, três categorias principais e 21 cartões com funções encontradas no aplicativo e a possibilidade total de acertos sendo 63 (100%), a margem de acertos foi de 24 (38%) e de erros 39 (62%). Isso ressalta a complexidade da interface para usuários iniciantes, que podem enfrentar dificuldades para encontrar as informações desejadas.

Esses usuários podem precisar investir tempo extra navegando pelo aplicativo, buscando compreender todas as suas funcionalidades e localizar as opções desejadas. Isso evidencia a necessidade de melhorias na usabilidade e na apresentação das informações, a fim de facilitar a experiência desses novos usuários.

3.3 DESIGN THINKING

Para Garrett (2010, p.19, tradução nossa), a experiência de um usuário diante de uma interface específica é resultado de decisões sobre o design, funcionalidades e interações dessa interface, que somam para criar a experiência do usuário.

3.3.1 Estratégia

Conforme o aprofundamento nos elementos da experiência do usuário de Garrett apresentados na metodologia, o Design Thinking neste trabalho será dividido em cinco etapas, seguindo o padrão da abordagem dos elementos da experiência do usuário. Para isso, a iniciação será feita com a estratégia, uma forma de imersão, elemento base para o foco nos objetivos do produto.

A estratégia define as necessidades dos usuários. Uma estratégia bem articulada dá quando se sabe o tanto que uma organização quer que seu produto alcance quanto o que ela quer que o produto alcance para seus usuários, informando assim as decisões a serem tomadas sobre cada aspecto da experiência do usuário (GARRET, 2010, p. 37, tradução nossa).

Para entender um pouco mais sobre as necessidades do usuário, e com base nos dados coletados a partir do formulário aplicado na pesquisa participante, será utilizada a ferramenta de Persona para criar um perfil que transmita a essência do usuário pesquisado, com fins de encontrar a pessoa-chave que o protótipo modelo servirá como base a ser seguido.

Personas são um método para aumentar o engajamento e realidade. Estamos descobrindo que eles são uma poderosa ferramenta de design em prática. O uso da persona não requer a eliminação de cenários ou qualquer outro método: é uma base sobre a qual construir cenários e coleta de dados. É uma infraestrutura de compromisso. É um meio de comunicação de dados que são coletados usando outros métodos de pesquisa do usuário (GRUDIN e PRUITT, 2002, p.3, tradução nossa).

Pode-se dizer que:

Personas são pessoas fictícias. Elas têm nomes, semelhanças, roupas, ocupações, famílias, amigos, animais de estimação, posses, e assim por diante. Elas têm idade, gênero, etnia, escolaridade, desempenho e status socioeconômico. Elas têm histórias de vida, objetivos e tarefas. Cenários podem ser construídos em torno de personas, mas as personas vêm primeiro. Elas não são 'agentes' ou 'atores' em um roteiro, são pessoas. (GRUDIN e PRUITT, 2002, p.3, tradução nossa)

Contando com a recapitulação de Grudin e Pruitt, com a pesquisa de público-alvo global na introdução, e com base nos dados obtidos através da pesquisa feita

pelo formulário, onde foi possível coletar informações socioeconômicas sobre usuários e seus hábitos de uso do aplicativo móvel do Last.fm, duas personas foram criadas com o intuito de ajudar a compreender as necessidades, desejos, comportamentos e características do público-alvo, o que permite direcionar suas estratégias de design, desenvolvimento e comunicação de forma mais eficaz.

Figura 16 - Persona Pedro Costa

PERSONA



SOBRE

Pedro nasceu em Miami, nos Estados Unidos, de pai estado-unidense e mãe brasileira. Se mudou com seus pais para Florianópolis - SC, Brasil, quando tinha 5 anos de idade. Tem uma irmã mais nova brasileira. É abertamente homossexual, e tem apoio de sua família e amigos, apesar de ter sofrido Bullying na infância. Na sua adolescência conheceu seu amor por música, especialmente por cantoras de Pop e grupos de K-pop femininos. É fotógrafo autônomo.

COMO DESCOBRIU O LAST.FM

Pedro conheceu o Last.fm através de comunidades no Orkut, quando tinha 16 anos. Como gosta de acompanhar notícias e novidades sobre suas cantoras favoritas, achou o Last.fm uma plataforma interessante em mostrar sua paixão por seus ídolos, podendo conhecer novas pessoas com gostos parecidos e conhecer novos artistas.

O QUE MAIS GOSTA NO LAST.FM

Gosta de descobrir novos artistas, inclusive foi com recomendações do Last.fm que conheceu grupos de K-pop como Girls Generation e Wonder Girls. Também gosta de conhecer pessoas com gostos parecidos e poder fazer novas amizades através da plataforma. Gosta de metrificar seus hábitos de escuta, compartilhando nas redes sobre quais artistas ou músicas mais ouviu recentemente.

O QUE PENSA DO APLICATIVO

Acha que o aplicativo é simples, de difícil visibilidade por sua interface escura que é diferente do website. Sente falta das funções sociais do site por ser uma das coisas que mais valoriza e fica frustrado com a navegação o redirecionar para o site quando quer acessar seu perfil.

NOME Pedro Costa
IDADE 31 anos
GÊNERO Masculino
LOCAL Florianópolis - SC
OCUPAÇÃO Fotógrafo
CLASSE Média

Fonte: Autora, 2023.

Figura 17 - Persona Mariana Lima

PERSONA



SOBRE

Mariana nasceu em Florianópolis - SC, é filha única e mora com os pais. Nunca namorou. Sempre foi bastante introvertida, então usa da internet e da música para se conectar com pessoas e por passatempo. É fã de bandas de rock, emo, pop, etc. Desde pequena possui vários amigos virtuais por conta de sua paixão pela música. Já foi em vários shows de suas bandas preferidas no Brasil.

COMO DESCOBRIU O LAST.FM

Mariana conheceu o Last.fm através do Twitter, por recomendação, há cerca de 5 anos. Por ser fã de música desde sempre, adora mostrar seu amor por suas bandas preferidas. Ao descobrir o Last.fm, Mariana se interessou pela ideia de acompanhar suas escutas de forma mais precisa.

O QUE MAIS GOSTA NO LAST.FM

Ela adora ver seus artistas, músicas e álbuns mais ouvidos, além de poder explorar seu histórico de escuta, ver sua trajetória musical anual, acessar a compatibilidade musical com amigos e conhecer pessoas com os mesmos gostos musicais.

O QUE PENSA DO APLICATIVO

Ela acha que o aplicativo é incompleto, faltando funções importantes, além de ser confuso e apresentar falhas de funcionamento. Sentiu que as opções são limitadas em comparação com o site, que ela considera mais eficiente. Ficou frustrada ao ser redirecionada para o site ao tentar acessar scrobbles antigos ou ver seu perfil completo. Achou a interface difícil de navegar.

NOME Mariana Lima
IDADE 25 anos
GÊNERO Feminino
LOCAL Florianópolis - SC
OCUPAÇÃO Graduanda em Psicologia na UFSC
CLASSE Média

Fonte: Autora, 2023.

O mapa de empatia é uma ferramenta de síntese das informações sobre o cliente numa visualização do que ele diz, faz, pensa e sente, e seu objetivo é organizar os dados da fase de imersão de uma maneira visual e prática para promover o

entendimento das diferentes situações de contexto, necessidades, comportamentos e preocupações dos clientes (PAREDES E SANTANA, 2018, p. 17).

Ou seja, ele permite compreender melhor as necessidades, desejos, expectativas e comportamentos dos usuários, colocando-os no centro do processo de design. Ele contribui para a criação de uma experiência mais satisfatória e alinhada com as expectativas dos usuários, resultando em um produto final bem-sucedido.

Para dar continuidade a pesquisa de estratégia, levando em consideração a compreensão dos diferentes públicos-alvo que englobam o Last.fm, com a persona Pedro Costa, qualificando a pesquisa de usuários globais da plataforma, e Mariana Lima, qualificando a pesquisa de questionário realizada na pesquisa participante, a persona escolhida para o prosseguimento de ferramentas foi a Mariana Lima, e sendo assim, foi criado seu mapa de empatia. Ao ter um mapa de empatia bem construído, será possível ter um embasamento sólido para tomar as decisões de design.

Figura 18 - Mapa de Empatia



Fonte: Autora, 2023.

A jornada de usuário é uma representação gráfica das etapas de relacionamento do cliente com um produto ou serviço, que vai descrevendo os passos chave percorridos antes, durante e depois da compra e utilização (VIANNA *et al*, 2012, p.85). Para isso, utilizou-se a persona Mariana Lima.

Tabela 1 - Jornada do Usuário

MARIANA LIMA	JORNADA DE USUÁRIO				
	ATRAIR	ENTRAR	USAR	SAIR	RETORNAR
FAZ	Descoberta através de redes sociais e influência de amigos.	Realização do Download do aplicativo do Last.fm em seu smartphone.	Exploração do histórico de escuta, visualização dos artistas, músicas, álbuns e tags mais ouvidos na última semana.	Fecha o aplicativo sem fazer logout porque ele fica conectado automaticamente.	Retorna pra ver se os seus scrobbles estão sendo contabilizados.
		Login em sua conta no aplicativo para começar a usar os recursos e funcionalidades oferecidos.	Visualização do relógio de reprodução, músicas que ouviu mais repetidamente, os artistas que descobriu na semana.		Retorna porque está viciada em uma música e quer ver o quanto ouviu ela ou o impacto dela no seu relatório.
PENSA	Que legal essa forma de ver os artistas que estou mais escutando!	Poxa, tive dificuldade de entrar na minha conta, precisei mudar a senha.	Cadê o perfil dos meus amigos? Não consigo ver as classificações com as pessoas que estou seguindo! Tá difícil de encontrar o que eu quero, essa interface é meio feia.	Vou ter que entrar no site pra ver todas as informações que eu queria, que chato!	Quero ver rapidinho aqui se os meus scrobbles foram contabilizados certinhos.
	Legal essa alternativa de saber que músicas que estou mais escutando e poder comparar com meus amigos!	Ansiosa pra ver tudo que vejo no site no aplicativo, fica mais fácil de usar no dia a dia.	Nossa, esse aplicativo não tem nem metade das funções que tem no site. Se eu quero ver o histórico completo me redireciona até pro site. Que isso?	Deu até vontade de excluir esse aplicativo, não tem nada do que eu quero, além de ser difícil de ver as coisas. Não dá pra fazer nada praticamente.	Quero ver se escutei mais esse artista novo essa semana do que a minha banda favorita que sempre escuto.
SENTE	Animação, felicidade, euforia.	Ansiedade e um pouco de frustração por demorar a fazer o login.	Descontentamento, raiva, impaciência, angústia, amargura.	Insatisfação, indignação, irritação, impotência.	Raiva por não conseguir fazer tudo que queria mas contentamento com o que tem porque gosta das funções básicas.
OPORTUNIDADE		Melhora na hora de fazer login, oportunidade de conectar com redes sociais como Facebook, e-mail.	Trazer todas as funções do site pro aplicativo, implementar aspectos sociais do site no app, melhorar a interface gráfica para uma experiência ágil e fácil, não redirecionar pro site	Otimizar a experiência do usuário pra sua retenção, espaço para feedback e sugestões,	Implementar notificações push para estimular o usuário a voltar ao aplicativo, a poder ver suas notificações, atividades, sistema de check-in para bônus.

Fonte: Autora, 2023.

A jornada do usuário foi cuidadosamente delineada com base na persona, revelando que esse indivíduo se envolve com a proposta da atividade e utiliza a plataforma do Last.fm para medir seus hábitos de escuta e explorar suas funções sociais de forma prática no aplicativo. Ao aplicar essa ferramenta, foi possível condensar as necessidades e dores da persona, com percepções significativas que serão fundamentais para a próxima etapa do projeto, fornecendo informações valiosas para orientar as próximas ações.

Conforme a obtenção de dados na etapa de estratégia, foi possível identificar com clareza toda a jornada de um usuário em sua experiência com o aplicativo móvel do Last.fm. Conforme suas necessidades e dores, foram constatadas inúmeras oportunidades de melhoria, desde a interface gráfica, a arquitetura de informações, a acrescentação de funções já concebidas na versão de website da plataforma, como possibilidade de novas funções que otimizem a experiência do usuário, fornecendo-o com uma interação completa e satisfatória.

3.3.2 Escopo

Do lado da funcionalidade, a estratégia é traduzida em escopo através da criação de especificações funcionais: um detalhamento descritivo do “conjunto de recursos” do produto (GARRETT, 2011, p. 29, tradução nossa). Essas especificações definem de forma clara e precisa como o produto irá atender às necessidades e expectativas dos usuários, fornecendo uma base sólida para o desenvolvimento e implementação. Essa etapa também constitui a fase de ideação do design thinking.

De acordo com Paredes e Santana (2018, p.19), é a etapa utilizada para gerar novas ideias, que sejam inovadoras. Nesse sentido, deve-se utilizar as ferramentas de síntese criadas na fase de análise para estimular a criatividade e gerar soluções que estejam de acordo com o contexto do assunto trabalhado.

Para tal, foi escolhida a ferramenta Brainstorming. Segundo Vianna *et al* (2012, p. 101), Brainstorming é uma técnica para estimular a geração de um grande número de ideias em um curto espaço de tempo. No processo de Ideação, o Brainstorming possibilita uma abordagem rica para gerar ideias em cima de questões relevantes que nasceram durante as fases de Imersão e de Análise. A seguir, analisa-se o Brainstorming deste projeto:

Figura 19 - Brainstorming



Fonte: Autora, 2023.

As ideias foram separadas em cores específicas, revelando um agrupamento de ideias com base em categorias pré-estabelecidas, de forma a organizá-las de uma maneira intuitiva e inovadora. Nas notas rosas, foram agrupadas ideias de melhoria do caráter de perfil do usuário, bem como ideias novas que se encaixam nesse guarda-chuva. Nas notas amarelas, foram observadas e agrupadas ideias de funções dentro do aplicativo, sejam elas trazidas do próprio website ou inéditas, buscando aumentar a cota de interação com o usuário. Nas notas verdes, foram agrupadas as demais ideias que não se encaixam em categorias específicas.

Pode-se concluir, a partir desta ferramenta, que existem inúmeras possibilidades de melhoria e implementação que tornarão a experiência do usuário mais fluida, ágil e intuitiva. Com recursos de engajamento, o aumento da taxa de retorno poderá aumentar drasticamente. As ideias serão levadas em consideração, e com este compilado de suposições, a direção que o projeto tomará mostrará mais agilidade, tornando sua reprodução viável.

3.3.3 Estrutura

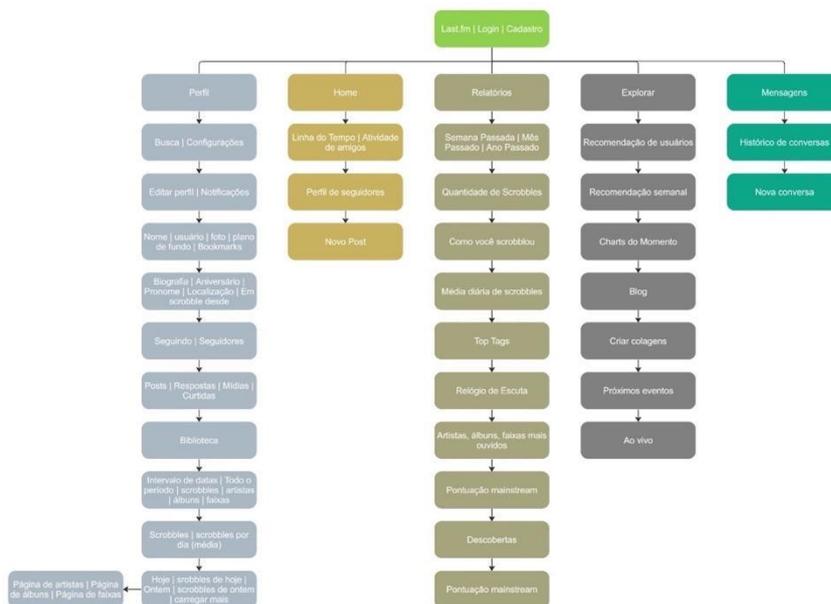
Para recursos de informação, a estrutura é a arquitetura da informação: o arranjo dos elementos de conteúdo para facilitar a compreensão humana (GARRETT, 2010, p.30). Ainda como afirma Garrett (2010), a estrutura determina a maneira como os diferentes recursos e funções do site se relacionam e se organizam. Ou seja, uma boa estrutura melhora a usabilidade, a navegabilidade e a compreensão do conteúdo, proporcionando uma experiência de usuário positiva e eficiente.

Considerando as ideias criativas e inovadoras, insights, perspectivas e identificação de oportunidades coletadas através do Brainstorming, uma seleção de principais funções do aplicativo foram feitas, levando em conta todas as ideias coletadas. Independentemente de serem viáveis ou não, elas mostram-se de grande importância, pois podem estimular a geração de novas ideias com base em sua adaptação.

No próximo segmento, foram estudadas duas possibilidades de ferramentas a serem utilizadas para a estruturação do projeto conforme a arquitetura da informação e o design de interação.

Segundo Teixeira (1998, p. 30 e 31), o mapa do site de um site é um dos métodos mais conhecidos de UX. Consiste em um diagrama das páginas de um site organizadas hierarquicamente. Ajuda a visualizar a estrutura básica e a navegação entre as diferentes partes do sistema. Portanto, segundo Garrett (2010) a estrutura determina a maneira como os diferentes recursos e funções do site se relacionam e se organizam.

Figura 20 - Mapa do Site



Fonte: Autora, 2023.

Dessa forma, o mapa do site foi elaborado para apresentar as principais páginas e recursos disponíveis.

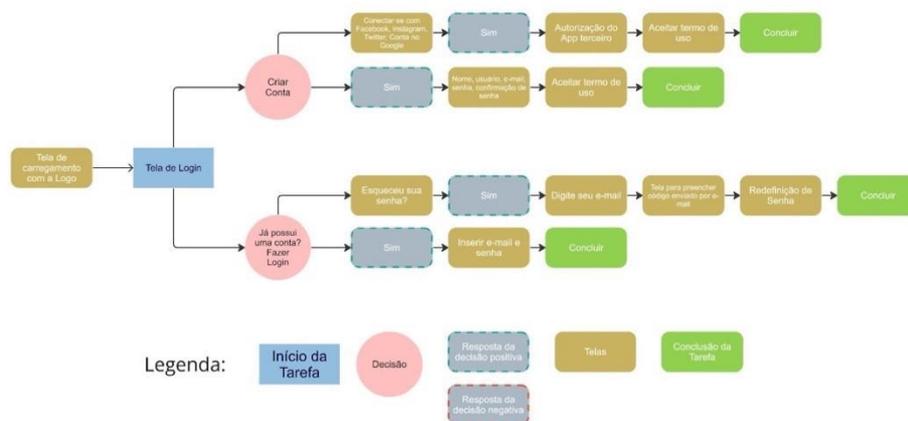
Conforme os conhecimentos de Teixeira na área de design de experiência do usuário, a base no plano de elementos da experiência do usuário de Garrett, e os detalhamentos de funções que o redesign do aplicativo apresentará, foram criados seis fluxos de tarefas, a fim de auxiliar na representação gráfica da estrutura fundamental e na navegação das diversas seções do sistema. Estes fluxos também estarão disponíveis no Apêndice F, para melhor legibilidade. As principais categorias foram denominadas:

1. Login ou criação de conta no aplicativo;

2. Perfil do usuário
3. Home
4. Relatórios
5. Explorar
6. Mensagens

O fluxo de tarefas número um, disponível na Figura 22, representou o primeiro contato do usuário com a plataforma. Nele desdobram-se as funções de login e seus possíveis resultados, bem como a função de criar uma conta. O usuário passará por duas decisões, e a partir disso, optar pela que prefere seguir.

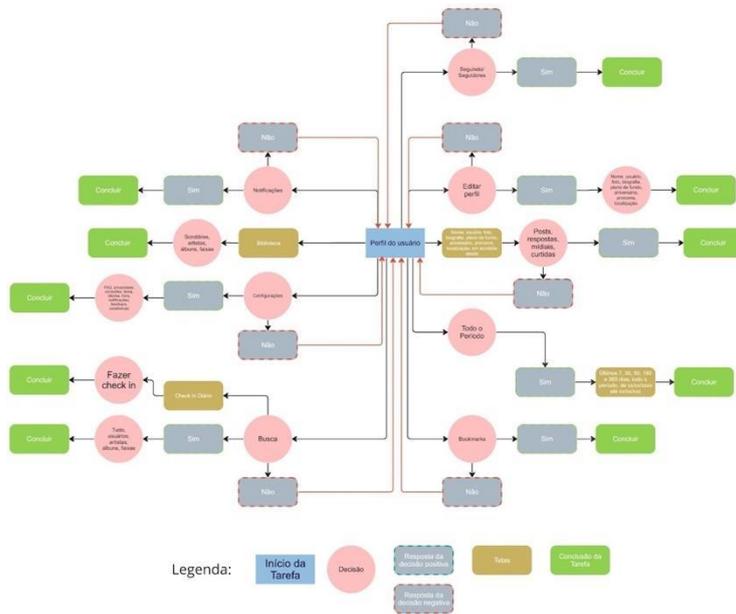
Figura 21 - Fluxo de Tarefas da Tela de Início



Fonte: Autora, 2023.

O fluxo de tarefas número dois, encontrado na Figura 22, representou a página de entrada no aplicativo, o perfil. O perfil englobou um compilado de funcionalidades, fornecendo ao usuário uma taxa de retorno, facilitando assim sua navegação por um todo. Nele, encontram-se informações como o nome do cliente, seu usuário, foto de perfil, plano de fundo, biografia, aniversário, pronome, localização e data de entrada na plataforma. A função de biblioteca foi potencialmente integrada ao perfil, com o intuito de torná-la de mais fácil acesso possível. Inúmeras outras funções também foram criadas. É a página que contém mais funções.

Figura 22 - Fluxo de Tarefas do Perfil do Usuário



Fonte: Autora, 2023.

O fluxo de tarefas número três, encontrado na Figura 23, categorizou a tela Home, onde o usuário poderá navegar em uma linha do tempo e ter acesso a posts de quem segue. Também será o local de acesso a atividades de escuta de amigos (pessoas que o usuário segue). Abre um leque de possibilidade de acesso a perfis de outras pessoas, bem como fazer um novo post.

Figura 23 - Fluxo de Tarefas de Home

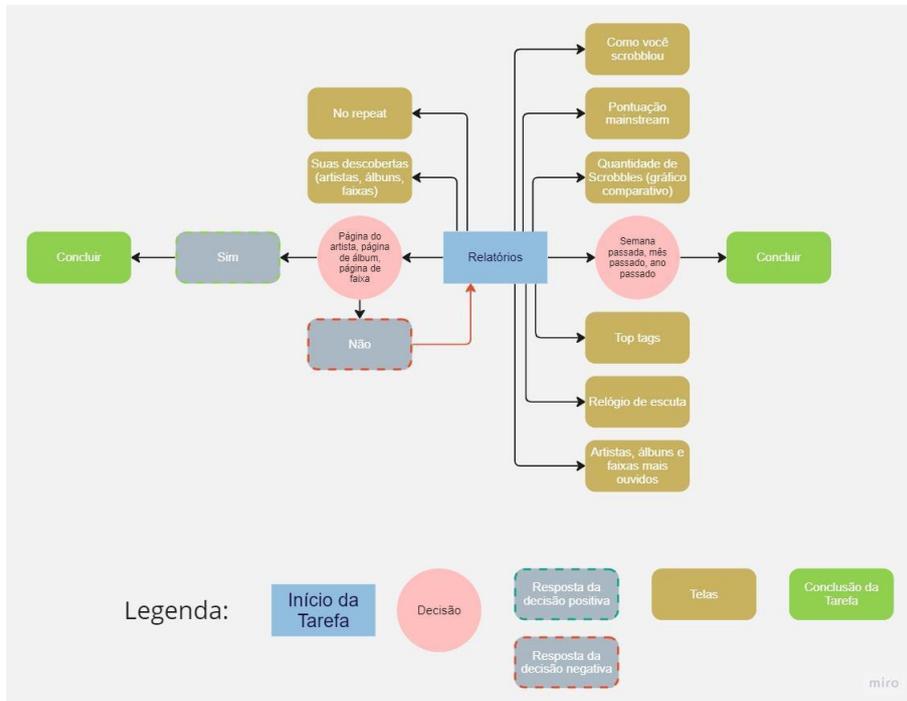


Fonte: Autora, 2023.

O fluxo de tarefas número quatro, disponível na Figura 24, exibiu a diferença entre os outros fluxos da barra de tarefas, pois é um fluxo onde se encontram mais telas de visualização do que funções e decisões a serem tomadas em si. Portanto, nessa etapa foi importante atentar-se para um maior cuidado ao criar um protótipo,

pois sua interação e usabilidade comprometem-se amplamente na identidade visual e gráfica.

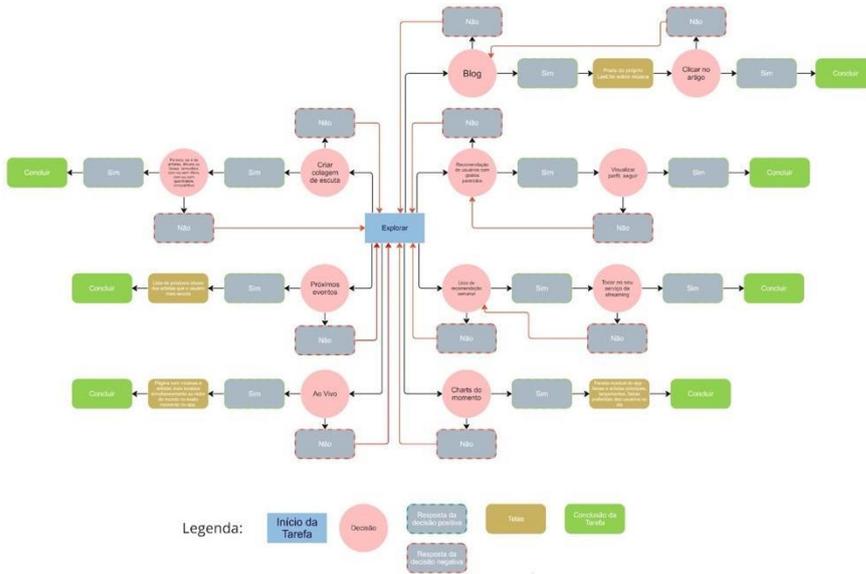
Figura 24 - Fluxo de Tarefa dos Relatórios



Fonte: Autora, 2023.

O fluxo de tarefas número cinco, disponível na Figura 25, revelou a parte de explorar da estrutura. Nele, foram englobados elementos que estão disponíveis atualmente na versão de website da plataforma, porém reformuladamente. Novas funções também foram geradas. É um fluxo onde o usuário tem acesso a diferentes funções que estão englobadas em uma página só, de forma mais organizada.

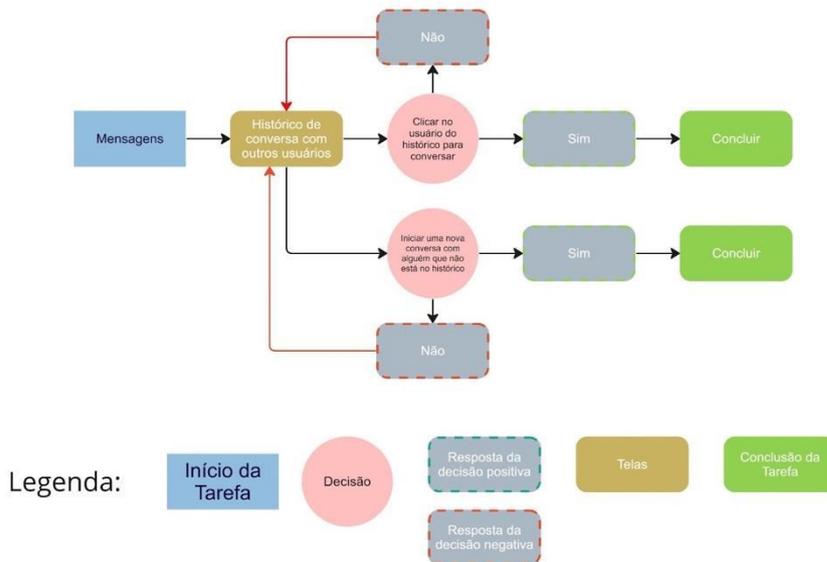
Figura 25 - Fluxo de Tarefas do Explorar



Fonte: Autora, 2023.

O fluxo de tarefas número seis e final, disponível na figura 26, demonstrou o segmento de mensagens da estrutura. É um fluxo simples que atende à uma principal função: enviar e receber mensagens diretas de outros usuários.

Figura 26 - Fluxo de Tarefas de Mensagens



Fonte: Autora, 2023.

Segundo o site Medium (2018), criar fluxos de tarefas é uma forma rápida de mapear os principais pontos de contato entre seu cliente e seu produto ou serviço.

Eles são úteis para alinhar o time sobre o objetivo do negócio e para guiar o desenvolvimento das telas e funcionalidades.

Portanto, compreender e simplificar o fluxo de tarefas de uma interface melhora a usabilidade e a experiência do usuário, tornando o aplicativo mais intuitivo, eficiente e satisfatório de usar. E é a partir desse ponto que a estrutura do projeto se mostra com clareza e de forma intuitiva, simplificando o processo de design.

3.3.4 Esqueleto

A estrutura conceitual começa a dar forma à massa de requisitos decorrentes de nossos objetivos estratégicos. No plano do esqueleto, refinamos ainda mais essa estrutura, identificando aspectos específicos de interface, navegação e design de informações que tornarão a estrutura intangível concreta. (GARRET, 2010, p. 126). Portanto, a base conceitual é o ponto de partida para definir os requisitos do projeto. Essa estrutura de esqueleto pode ser definida em um processo de transformar a visão inicial em algo mais definido e palpável, dando forma e consistência ao projeto.

Garrett (2010) ainda realça os elos do esqueleto por sua funcionalidade, lado que engloba a interface de design, como domínio de botões, campos e outros componentes da interface, e por sua informação, lado que engloba a navegação do design, adaptado para apresentar espaços de informação. Esses dois elementos são o que definem o design de informação.

Nesse caso, a consistência e a coerência ajudam muito: teoria das cores para diferenciação e aproximação de elementos, persistência de formas que criem familiaridade e agrupamentos dentro da interface de usuário, espaços em branco e gestalt que guiem o olhar e até mesmo a direção das sombras que o desenvolvedor utiliza precisa de um fio lógico. (ROCK CONTENT, 2022)

Levando em conta o estudo de caso com base na fundamentação teórica e com a coleta de insights valiosos sobre o público-alvo, utilizando-o como base para a aplicação de ferramentas dentro de metodologias do design, foi possível identificar dificuldade de usabilidade, navegação e identidade visual na atual interface do aplicativo móvel do site Last.fm. A navegação mostra-se um tanto desatualizada e com falta de feedback, redirecionando o usuário para o site, a interface pode ser de difícil compreensão por utilizar apenas uma cor como plano de fundo, com pouco

contraste e não obter um padrão de ícones de imagens, com imagens redondas, retangulares e de diferentes tamanhos.

Isso torna a experiência do usuário algo frustrante, aumentando a taxa de abandono. É a partir desse ponto que o esqueleto começa a tomar forma, com a utilização de meios estratégicos de visualização de projeto. Como método de prototipagem de baixa fidelidade, neste segmento foi decidido empregar wireframe para dar início a fase de desenvolvimento visual do projeto.

Conforme Paredes e Santana (2018, p. 21), a prototipação tem como função auxiliar a validação das ideias geradas, através da criação de um protótipo das melhores ideias identificadas nas fases anteriores do projeto.

O protótipo é a tangibilização de uma ideia, a passagem do abstrato para o físico de forma a representar a realidade - mesmo que simplificada - e propiciar validações. (VIANNA *et al*, 2012, p.122). Ainda como sintetiza Vianna *et al* (2012, p.124), protótipos reduzem as incertezas do projeto, pois são uma forma ágil de abandonar alternativas que não são bem recebidas e, portanto, auxiliam na identificação de uma solução final mais assertiva. Um protótipo pode ser desde uma representação conceitual ou análoga da solução (baixa fidelidade), passando por aspectos da ideia, até a construção de algo o mais próximo possível da solução final (alta fidelidade).

Iniciando a elaboração dos wireframes de baixa fidelidade, foi levado em conta os levantamentos e informações colhidos na parte de estrutura de Garrett, onde foram definidas as funções e onde a arquitetura da informação foi analisada através do fluxo de tarefas e mapeamento do site estabelecidos.

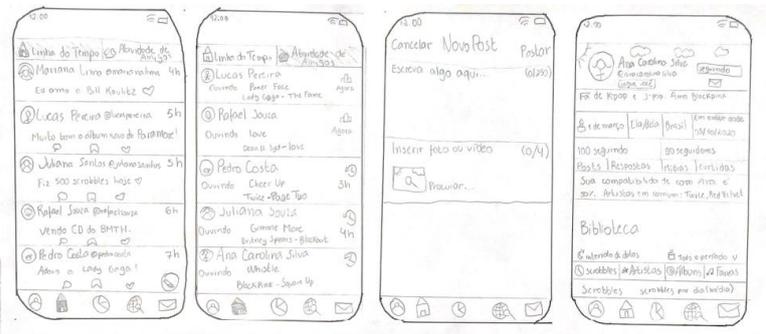
Como ponto de partida de prototipação, foi utilizada a ferramenta Protótipo em Papel para a realização dos wireframes de baixa fidelidade. Ainda como Paredes e Santana afirmam (2018, p. 22), protótipos em papel são representações de interfaces gráficas com diferentes níveis de fidelidade, desde desenhos à mão em pequenos pedaços de papel, até uma embalagem de sabonete com detalhes finais de texto e cores. Um protótipo em papel pode começar de maneira simplificada e ganhar complexidade ao longo das interações com o usuário ou com a equipe.

Figura 27 - Página Inicial do Protótipo em Papel



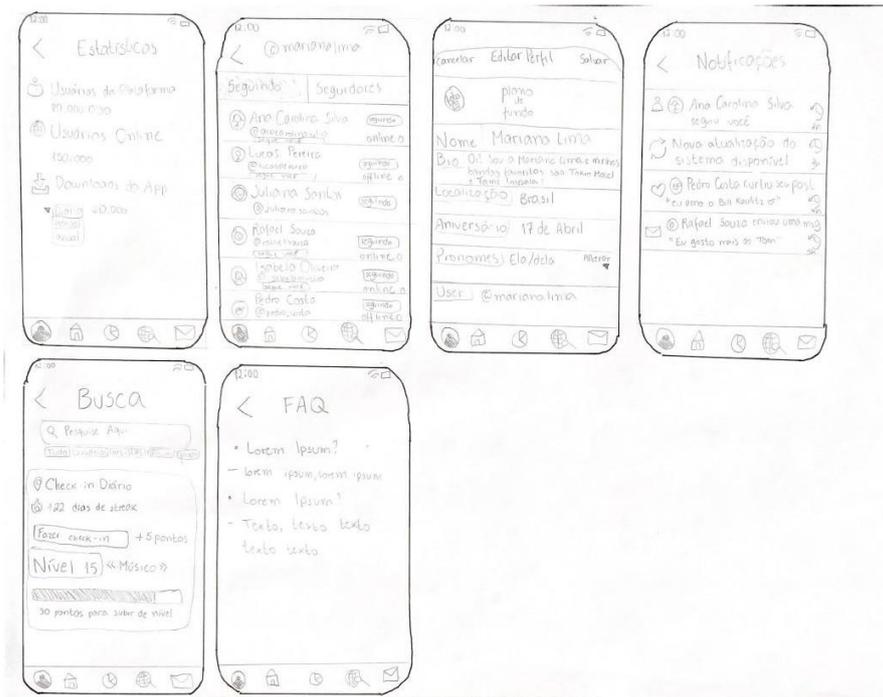
Fonte: Autora, 2023.

Figura 28 - Página Home do Protótipo em Papel



Fonte: Autora, 2023.

Figura 29 - Páginas Secundárias do Protótipo em Papel

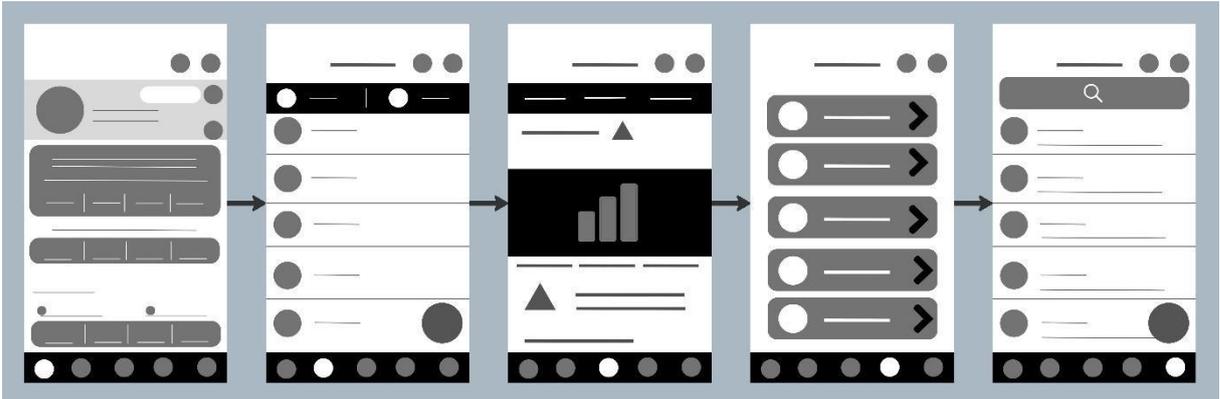


Fonte: Autora, 2023.

As funções gerais foram majoritariamente esboçadas, entretanto, abrindo leques para mudanças e simplificações na fase digital de prototipação. Foi possível identificar problemas de usabilidade, pontos confusos ou inconsistentes na interface e detectar possíveis melhorias de aplicação.

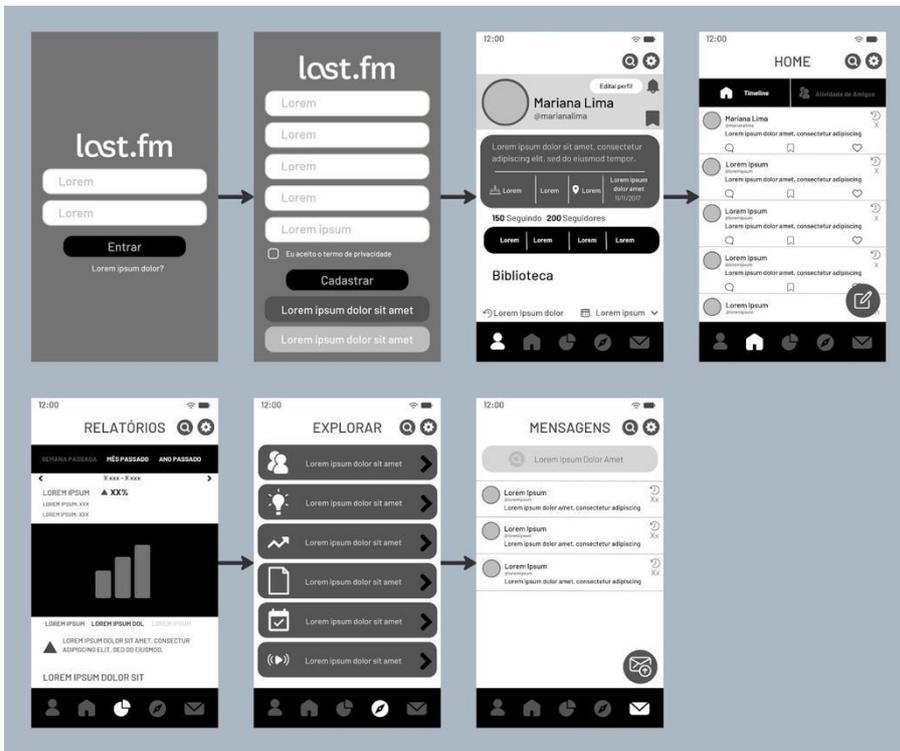
Seguindo a execução de wireframes, foram criadas versões digitais do protótipo de papel, a fim de obter uma visualização de projeto mais fiel à alternativa final. Nela, foram corrigidos alguns pontos de melhoria, trazendo ao objetivo final uma maior fidelidade de ideias. Na versão digital, foram feitas as telas iniciais principais correspondentes à barra de ferramentas do aplicativo:

Figura 30 - Wireframes



Fonte: Autora, 2023.

Figura 31 - Wireframe Versão Final



Fonte: Autora, 2023.

A criação do wireframe gráfico desempenhou um papel importante no projeto, fornecendo uma estrutura visual para o protótipo no papel. Isso permitiu uma visualização clara dos elementos e sua disposição na interface, facilitando a identificação de problemas e ajustes necessários. As páginas iniciais de cada botão da barra de tarefas serviram como referência para garantir a consistência visual e orientar o desenvolvimento das telas subsequentes. O uso do wireframe gráfico contribuiu para um design organizado, intuitivo e satisfatório para os usuários.

3.3.5 Superfície

Segundo Garrett (2010, p. 134), no plano de superfície, o designer busca tratar do design sensorial e apresentação dos arranjos lógicos que compõem o esqueleto do produto. Por meio da atenção ao design visual, determinamos como o arranjo dos elementos de informação da página deve ser apresentado visualmente. A última parada no processo de design de uma interface determina como tudo sobre o design de um projeto se manifestará aos sentidos das pessoas. Considerar e projetar considerando os sentidos que se aplicam a uma interface de aplicativo móvel pode enriquecer a experiência do usuário, proporcionando uma interação mais imersiva e envolvente.

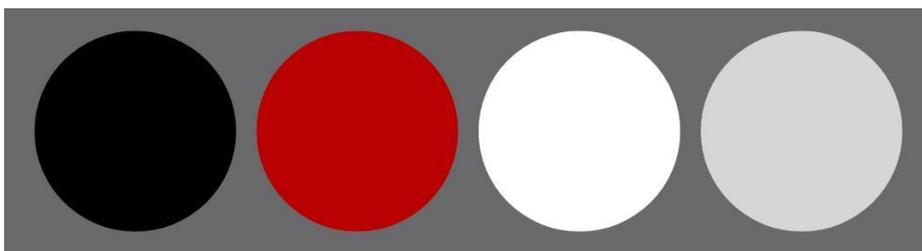
Em vista do fato de que o projeto pode viabilizar atendimento principal ao sentido óptico, foi levado em conta o sentido visão. A visão permite a percepção visual dos elementos visuais, como cores, formas e layouts.

É importante levar em conta, segundo Garrett (2010, p. 137), qual elemento do design inicialmente chama a atenção dos usuários, se eles são atraídos para algo importante no que diz os objetivos estratégicos do produto, ou se o primeiro objeto de sua atenção é uma distração de seus objetivos.

Portanto, atentando-se a cores, Garrett também sintetiza que o contraste é vital para chamar a atenção do usuário para os aspectos essenciais da interface. Ele ajuda o usuário a entender as relações entre os elementos de navegação na página e é o principal meio de comunicar grupos conceituais no design da informação.

Segundo Teixeira (1998, p. 79), é necessário utilizar cores para diferenciar as ações principais. O contraste pode ser usado a favor do desenvolvedor para atrair o olhar do usuário para a ação que você quer que ele faça. A figura a seguir determina a paleta de cores adotadas pela plataforma Last.fm em seu site e aplicativo:

Figura 32 - Paleta de Cores do Last.fm

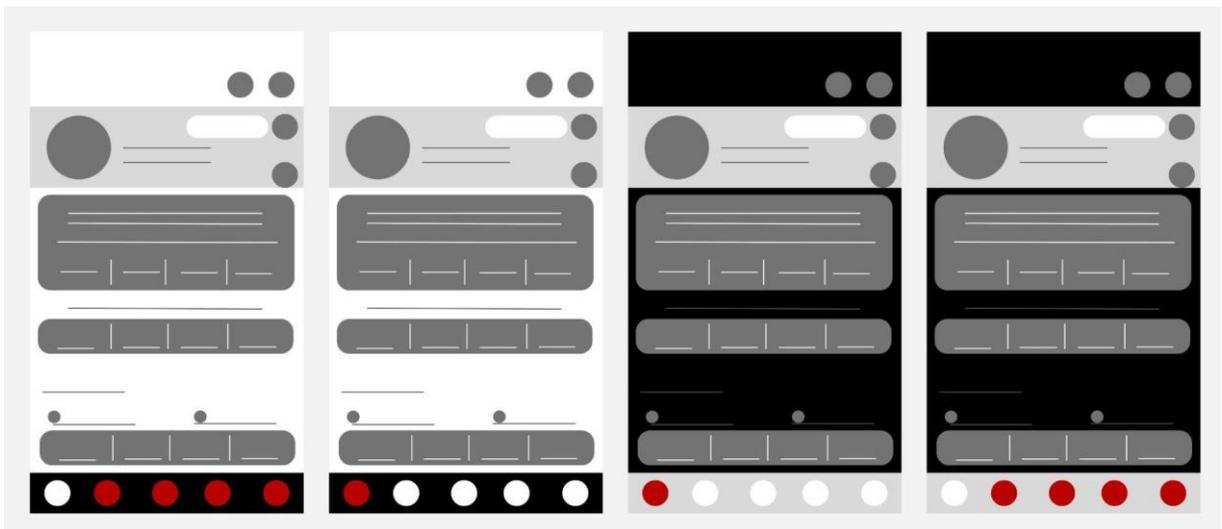


Fonte: Autora, 2023.

Garrett (2010) afirma que uma paleta de cores deve incorporar cores que se prestam a uma ampla gama de usos. Na maioria dos casos, cores mais vivas ou ousadas podem ser usadas para o primeiro plano do seu design - elementos para os quais você deseja chamar a atenção. Cores mais suaves são melhor usadas para elementos de plano de fundo que não precisam saltar da página. Ter uma variedade de cores para escolher nos fornece um kit de ferramentas para fazer escolhas de design eficazes.

A fim de realizar um estudo de densidade e atenção de ícones, foram geradas algumas alternativas de estudo de cores claras e escuras para o fundo, barra de tarefas e ícones principais da barra de tarefas, como apresentado na figura 33:

Figura 33 - Teste de Usabilidade de Cores na Interface



Fonte: Autora, 2023

Tomando como base a psicologia das cores por Rock Content (2020), diferentes disposições de cores foram testadas na interface.

Nesse teste foi possível observar a interface com dois tipos de plano de fundo, o branco e o preto. Apesar de o plano de fundo preto promover menos cansaço aos olhos e a profundidade, pode implicar numa falta de contraste com a barra de tarefas, deslocando a atenção do usuário diretamente para o resto da interface. Com o plano de fundo branco, há uma sensação de sobriedade e limpeza, e juntamente com a barra de tarefas preta, há um alto contraste, proporcionando ao usuário funções mais distintas.

No teste também foi possível observar a usabilidade de cores nos ícones. Enquanto o domínio de ícones era branco e a tarefa selecionada vermelha, a atenção se desviava muito para essa tarefa, podendo cansar a visão do usuário. Quando o domínio de cores era vermelho e a tarefa selecionada branca, havia um equilíbrio maior e melhor distribuição de atenção, porque a cor vermelha pode indicar agressão.

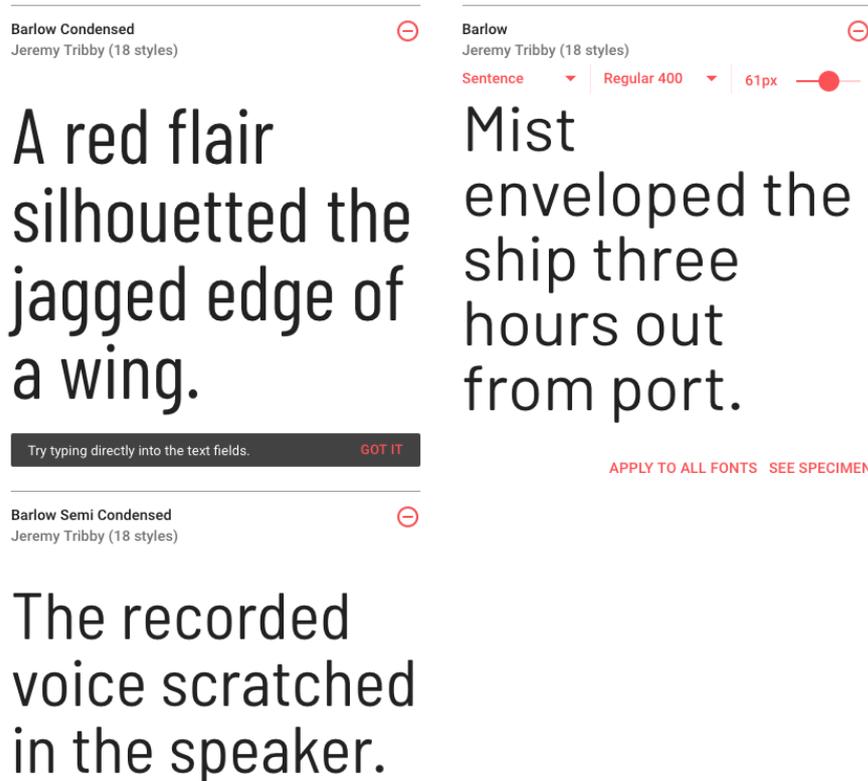
Com base na paleta de cores identificada do site, que tem o domínio de páginas claro, e levando em conta a interface atual do aplicativo, que tem um domínio de páginas escuro, foi decidido fazer uma mesclagem de cores no projeto final, a fim de otimizar o contraste entre elementos, facilitando assim a usabilidade e tornando o poder de fluxo visual eficiente. O poder de comunicação de identidade da marca é importante, portanto, foi mantido. Diferentes ícones, tipografias e botões utilizarão deste contraste para viabilizar a afirmação de tarefas dentro do aplicativo, fornecendo feedback imediato ao usuário sobre o que ele está fazendo, tornando a experiência intuitiva.

Habilitar o poder de escolha de temas na interface é um método criativo de inserir o usuário na experiência adaptada, portanto esse poder foi estabelecido nas configurações da plataforma. A cor principal da interface do Last.fm, que compõe sua logo, o vermelho, poderá ser modificada de acordo com os gostos pessoais do usuário, com cores pré-determinadas que não atrapalhem o poder de visão e usabilidade.

Para o corpo do texto – qualquer material que será apresentado em blocos maiores ou que será lido pelos usuários em trechos mais longos – mais simples é melhor. Nossos olhos se cansam rapidamente tentando absorver muito texto em um tipo de letra mais ornamentado. Para elementos de texto maiores ou rótulos curtos como os vistos em elementos de navegação, fontes com um pouco mais de personalidade são perfeitamente apropriadas. (GARRETT, 2010).

Os objetivos ao escolher uma tipografia para um trabalho não são sobrecarregar os usuários com desordem visual e usar uma variedade desnecessariamente ampla de fontes. A escolha cuidadosa da tipografia contribui para a organização visual, legibilidade e identidade da marca, estabelecendo uma comunicação visual coesa e impactante. A tipografia utilizada pelo Last.fm é a Barlow, como pode-se ver na figura a seguir:

Figura 34 - Tipografia do Last.fm



Fonte: Google Fonts, 2021.

A tipografia Barlow busca regularidade. É uma tipografia geométrica convencional sem serifa. De acordo com Viana (2019), fontes sem serifa transmitem clareza, leveza e organização. Ou seja, tende a ser de fácil recebimento por seu leitor, possuir uma ampla possibilidade de uso e demonstrando uma personalidade simples, ousada e forte. Ela se adequa a plataformas digitais por meio de design, como sites, logos, branding e aplicativos.

Para uma melhor visualização de como essa fonte e seus diferentes formatos podem impactar a leitura de textos e títulos na interface, foram feitos dois testes de legibilidade, um com a fonte Barlow Bold, e outro com a Barlow Light.

Figura 35 - Testes de Usabilidade de Tipografia



Fonte: Autora, 2023.

Segundo o IFMG (2021), o Bold, ou negrito, é um artifício que deixa as letras mais grossas. Ele pode ser utilizado tanto em títulos quanto em textos para dar destaque ao que está selecionado. Normalmente, as frases escritas com a fonte maior ou bold são lidas primeiro pois chamam mais a atenção do leitor.

Visto que as fontes bold podem chamar mais a atenção do leitor, utilizá-la em todos os títulos e corpos de texto em uma interface pode ser cansativo aos olhos, com uma sobrecarga de informações. Portanto, com base no teste de usabilidade de tipografia, foi constatado que deve-se utilizar de uma mescla dos dois tipos, Light e Bold, dando ênfase a títulos com o Bold, e menos ênfase a a corpos de texto com sua formatação Light. Diferentes tamanhos devem ser considerados de acordo com a ênfase de informação distribuída na interface.

Esta fonte é ideal para o segmento de escolha de tipografia para o trabalho, porque representa a identidade da marca, já sendo utilizada há muitos anos. Por isso, foi decidido mantê-la no trabalho, com então possibilidade de ser trabalhada de diversas formas, com aumento e diminuição do tamanho, escolha de cores, finura e grossura, de forma que atenda às demandas visuais do projeto e que se apresente de forma legível e clara.

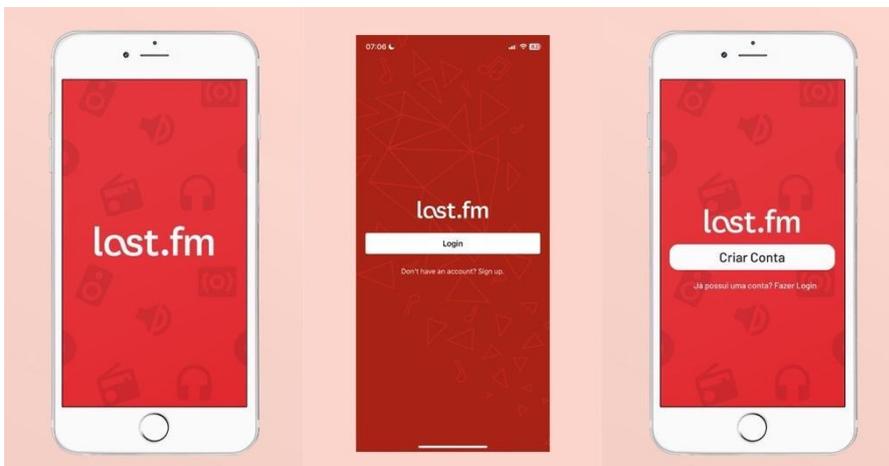
4 PROTÓTIPO FINAL

Ao avançar para o último capítulo, acontecerá a exibição do protótipo final do redesign da interface do aplicativo móvel do Last.fm. Haverá um levantamento de comparação entre as telas principais do redesign do aplicativo móvel do Last.fm com as telas anteriores ao redesign.

O protótipo final do aplicativo do Last.fm foi elaborado por meio de ferramentas digitais gráficas, um meio utilizado para criar, editar, manipular e produzir elementos gráficos de forma digital. Foram feitos mockups em um dispositivo móvel, com o intuito de representar fielmente a visualização do protótipo final em ação.

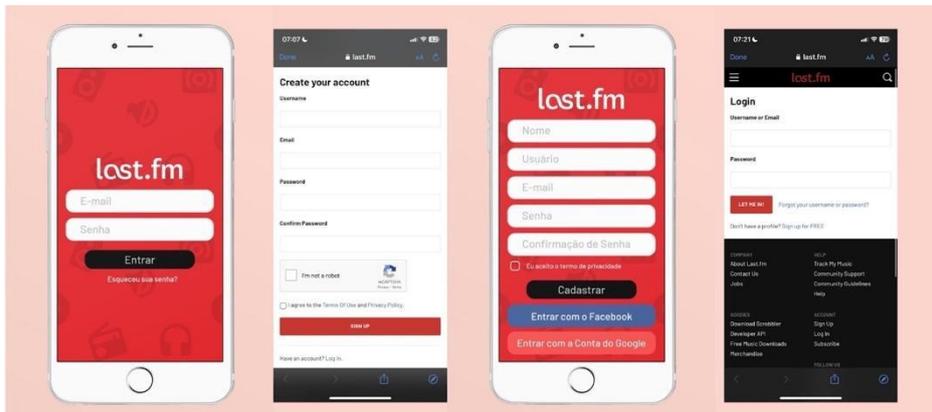
Levando em conta a fase de testes do design thinking, a ferramenta utilizada para validação do protótipo final foi o teste de usabilidade, conferido por uma avaliação feita com usuários da plataforma, em que avaliaram a usabilidade do novo aplicativo, com notas, a fim de validar o processo de redesign.

Figura 36 - Tela de carregamento, criar conta ou fazer login atual e após o redesign



Fonte: Autora, 2023.

Figura 37 - Tela de informações de cadastro e login atual e após o redesign

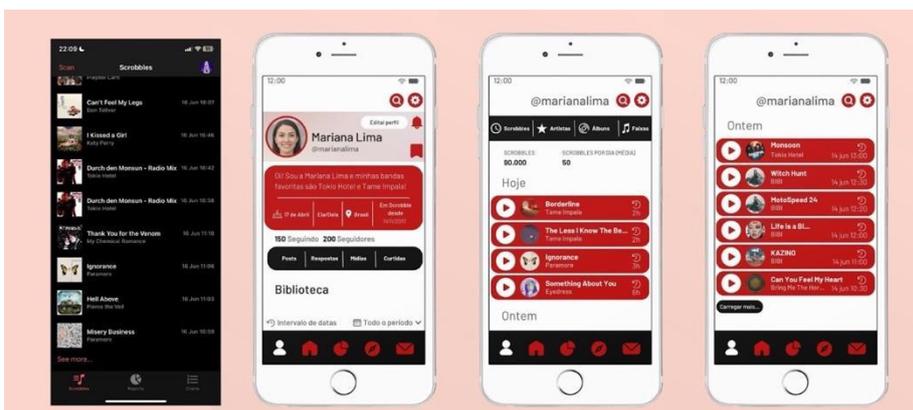


Fonte: Autora, 2023.

Após o usuário efetuar o login em sua conta, é redirecionado para a tela inicial. Na interface atual, é definida pelo menu scrobbles, onde o usuário possui apenas acesso a seus últimos 50 scrobbles, que ao clicar em carregar mais é redirecionado para o site. É onde o usuário pode acessar o perfil ao clicar na foto encontrada no canto superior direito, que está no conjunto das configurações. Para obter acesso ao perfil completo, o usuário também é redirecionado para o site.

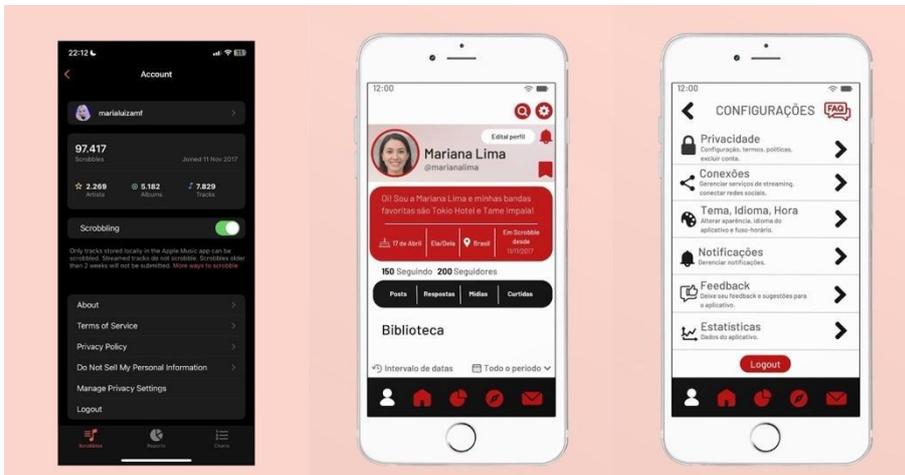
Em seguida, no redesign, a tela inicial denomina-se o perfil do usuário. Nele estão englobados os scrobbles, com o histórico total de escuta, podendo definir datas específicas em que o usuário quer acessar seu histórico de escuta, perfil completo com informações extras, botões de rede social, de notificações e outras funções como configurações e busca, que estão presentes em todas as telas do aplicativo, bookmarks e botão de edição de perfil. O redesign apresenta as configurações distintas do perfil, como encontrado na interface atual. (Figuras 38 e 39).

Figura 38 - Perfil e scrobbles antes e após o redesign



Fonte: Autora, 2023.

Figura 39 - Perfil e configurações antes e após o redesign

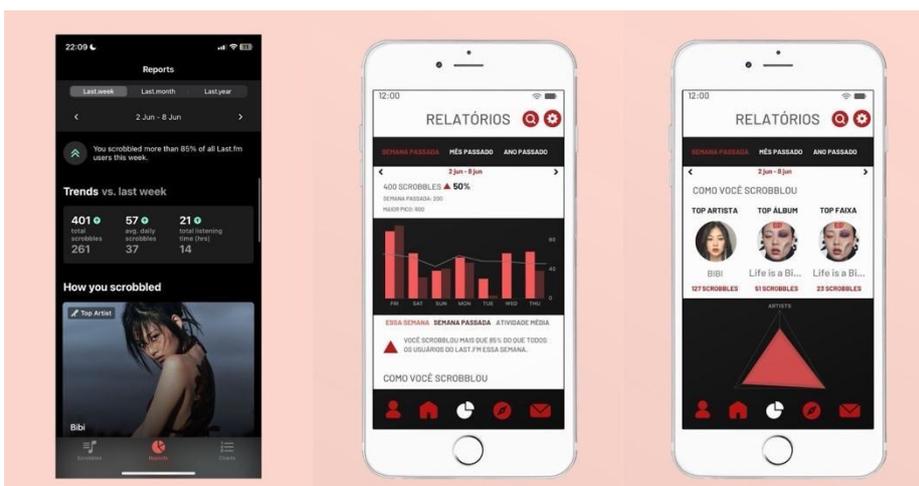


Fonte: Autora, 2023.

Na Figura 40, observa-se a segunda página da barra de tarefas da interface atual, os relatórios. Os relatórios possuem a arquitetura de informações confusa, com pouca visibilidade e sem distintividade, confundindo o usuário.

Com o redesign, os ícones com fotos de artistas, álbuns e faixas possuem ícones arredondados e mais fáceis de serem visualizados. A fluidez entre todas as informações encontradas no menu relatórios é mais precisa e visualmente atrativa.

Figura 40 - Relatórios antes e após o redesign

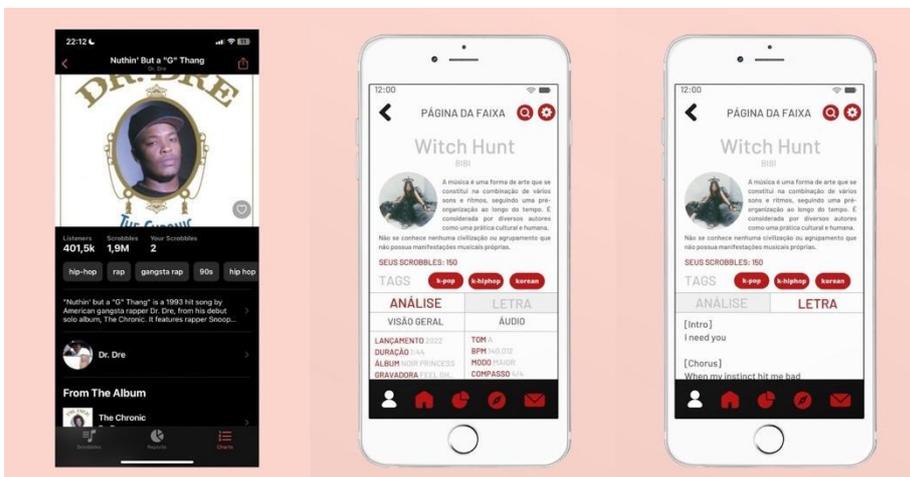


Fonte: Autora, 2023.

A seguir, nas figuras 41, 42 e 43, observa-se as páginas de artistas, álbuns e faixas. Na versão atual, essas informações estão conjugadas em botões que redirecionam para outra página com as informações completas.

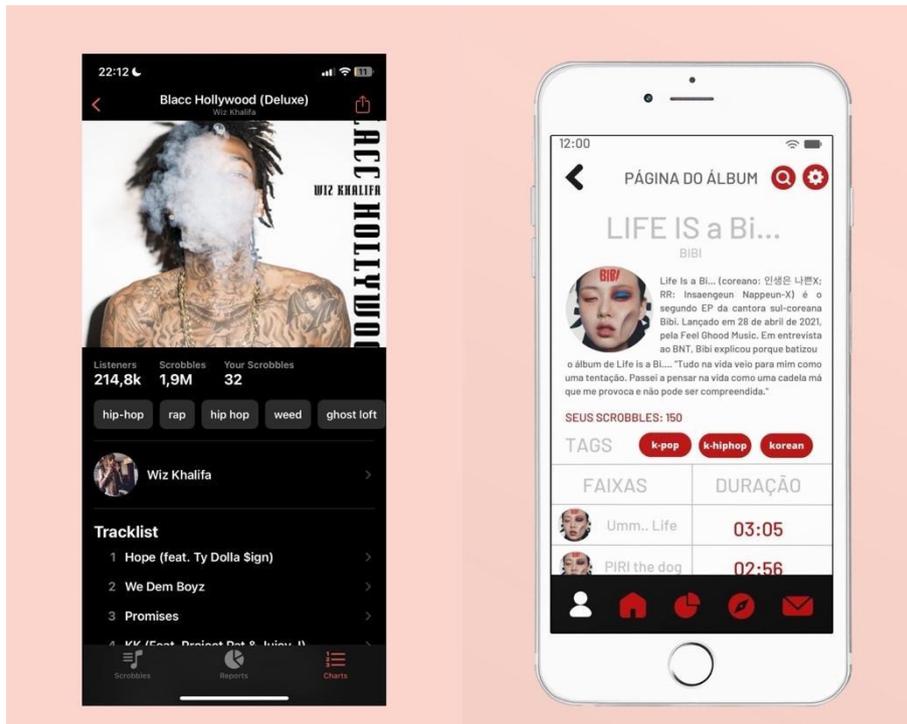
Após o redesign, essas informações são compiladas em uma única página de forma esteticamente atrativa, com um padrão de tamanho e forma de imagem (redondo), e que garante ao usuário todas as possíveis informações que busca sem precisar clicar em botões e precisar voltar para a página anterior para poder navegar outras informações. Ainda no redesign, na página da faixa, o usuário tem acesso a informações novas, como a análise completa de uma faixa ou a sua letra.

Figura 41 - Tela da Faixa antes e após o redesign



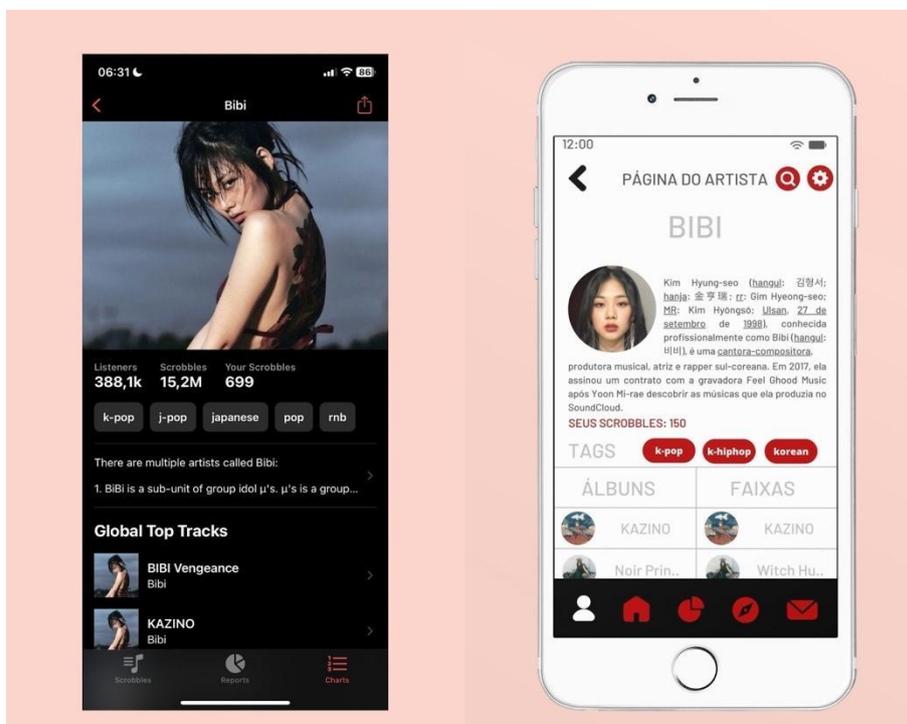
Fonte: Autora, 2023.

Figura 42 - Tela do Álbum antes e após o redesign



Fonte: Autora, 2023.

Figura 43 - Tela do Artista antes e após o redesign

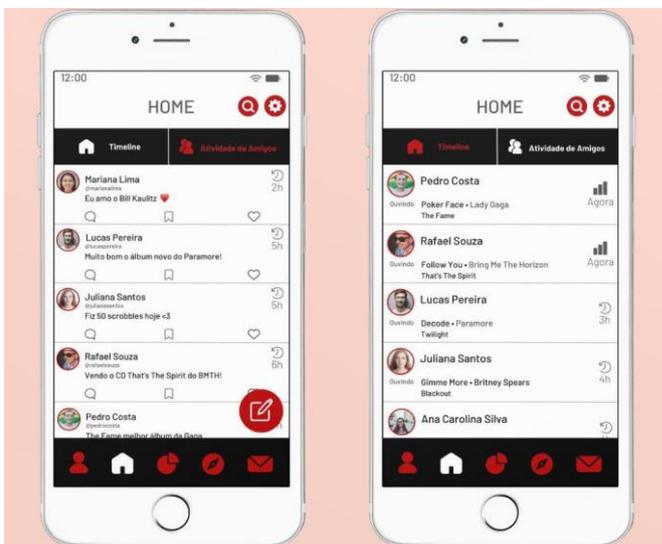


Fonte: Autora, 2023.

Seguindo para a próxima tela, foram implementadas três novas páginas principais na barra de tarefas, substituindo a página de charts da interface atual, que engloba informações que podem ser encontradas no perfil do usuário. A nova página home apresenta uma linha do tempo com posts de usuários que o usuário segue, podendo interagir com comentários, salvar uma publicação ou curtir-la. Também possui a funcionalidade de acessar a atividade de amigos, podendo visualizar em tempo real o que seus amigos (pessoas que estão seguindo) estão ou estavam escutando em tempo real.

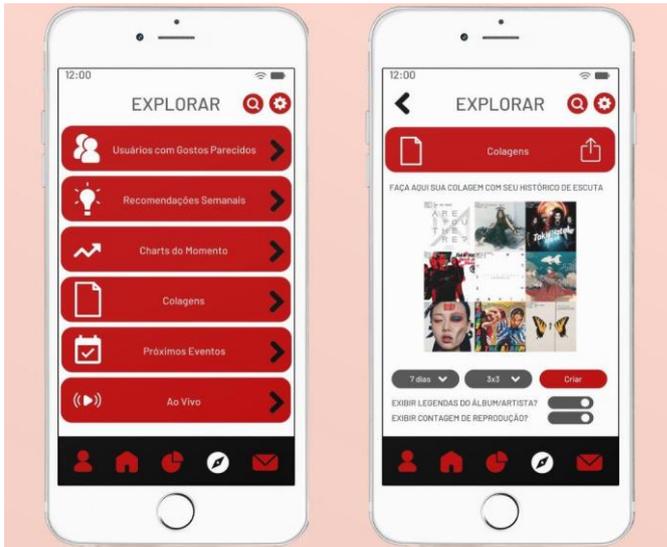
Na nova página chamada explorar, o usuário tem acesso a algumas funções que foram implementadas do site da plataforma, como recomendações musicais e de usuários, charts da plataforma, próximos eventos e ao vivo, bem como uma nova função de colagem, atualmente feita por aplicativos terceiros. A última nova página, de mensagens, foi feita com o intuito de oferecer ao usuário rápido acesso a mensagens diretas de outros usuários, podendo iniciar conversas e procurar conversas antigas. (Figuras 44, 45 e 46).

Figura 44 - Tela Home



Fonte: Autora, 2023.

Figura 45 - Tela Explorar



Fonte: Autora, 2023.

Figura 46 - Tela de Mensagens



Fonte: Autora, 2023.

O redesign levou em consideração as dores e necessidades dos usuários, resultando em melhorias na experiência do produto. Foram aplicadas técnicas de UX e UI para aprimorar a usabilidade, a navegabilidade e a estética da interface. A simplificação dos fluxos de tarefas e a organização clara das informações contribuíram para uma experiência mais eficiente. O resultado foi uma interface amigável e intuitiva, proporcionando uma experiência satisfatória aos usuários.

Tendo em vista que essas são as principais páginas do aplicativo do projeto, todas as telas atuais e as restantes telas que englobam as demais funções do

aplicativo após o redesign podem ser acessadas no Apêndice F e G. Após o redesign do aplicativo móvel do Last.fm, ficou evidente a implementação de recursos que definem aplicativos de métricas musicais.

Isso resultou em uma interface otimizada para dispositivos móveis, levando em consideração os estudos sobre interface gráfica dentro do design de interface, também de experiência do usuário, utilizando padronização de ícones redondos e preenchidos, também utilizado em imagens, assim como a implementação de funções inéditas que traduzem ideias captadas na formulação de hipóteses de ação da pesquisa participante. Se difere, o que pode agregar um valor maior no mercado.

O redesign promoveu uma experiência musical completa na palma das mãos, implementando aspectos da web em um só lugar, tornando seu uso possivelmente mais eficiente e impactando positivamente às demandas dos usuários.

4.1 TESTE DE USABILIDADE

Como forma de confirmação de usabilidade do teste e conforme a fase de testes detalhada no design thinking, o método de medição de usabilidade deste trabalho foi o teste de usabilidade.

Para isso, quatro usuários da plataforma foram expostos às principais telas do aplicativo e solicitados a descrever o caminho que realizaram para executar as seis tarefas exigidas, após avaliando a facilidade e navegação com notas de 1 a 5, sendo 1 (muito difícil); 2 (difícil); 3 (Ok); 4 (Fácil) e 5 (muito fácil). Após realizar essa avaliação, foi solicitado um feedback destes usuários sobre suas opiniões do redesign todo em si, agora com exposição a todas as telas do aplicativo por completo. Os resultados foram contabilizados e mostrados nas Tabelas 2 e 3.

Tabela 2 - Teste e avaliação de navegação

TAREFAS	Acessar o histórico de scrobbles completo	Acessar linha do tempo e atividades de amigos	Acessar colagens	Enviar mensagens	Fazer check-in	Acessar perfil de outras pessoas	Navegar por relatórios
Usuário 1	5	5	5	5	3	5	5
Usuário 2	5	5	4	5	3	5	5
Usuário 3	5	5	4	5	4	5	5
Usuário 4	5	5	5	5	2	5	5

Fonte: Autora, 2023.

Com as notas avaliativas observadas na tabela, as funções solicitadas pela navegação mostraram-se fáceis de se achar em geral, salvo exceção da função de fazer check-in, que contabilizou uma nota 2 (Difícil) e duas notas 3 (Ok), o que pode abrir um campo para aperfeiçoamentos futuros, como explicado nas considerações finais, no capítulo seguinte. Ao serem questionados sobre a facilidade, todos relataram ter uma experiência positiva em geral, sem precisar despende de muito tempo pensando no que fazer.

Tabela 3 - Feedback dos usuários sobre o redesign do aplicativo

	Feedback
Usuário 1	<p>Simplesmente adorei a ferramenta de streaks e check-in, atualmente tenho streaks em vários aplicativos e adoro a satisfação de voltar todos os dias e não perder. Achei que o aplicativo ficou muito completo, com um monte de função legal e com várias informações sobre músicas de fácil acesso sem ter que ficar pesquisando na internet. Achei muito legal poder ver o que os amigos tão escutando, me lembrou de quando tinha isso no MSN. Poder ver o histórico completo também foi muito bom, não ter que ficar indo no site pra ver essas informações extras.</p>
Usuário 2	<p>Ficou bem fácil de mexer em tudo, achei as funções do teste com bastante facilidade e gostei muito de poder ter acesso a todos os scrobbles podendo escolher a data específica que quero ver. Os relatórios ficaram muito bonitinhos, antes eu não entendia nada do que tava ali porque era muito complexo um monte de informação, mas agora deu pra ver e entender tudo o que ta falando. O perfil ficou muito legal, achei a parte de ver perfil de amigos e poder conversar muito boa porque antes só tinha no site. Além de parecer uma rede social mesmo.</p>
Usuário 3	<p>Achei que a parte de scrobbles ficou bem mais bonita, aquela anterior toda preta era feia, agora parece um app bem atual mesmo, com os ícones arredondados, cores do site mais misturadas, não só tudo preto, o que fazia ficar difícil de ler. Gostei como as páginas tão agrupadas e achei fácil de encontrar as tarefas que foram pedidas. Muito bom poder acessar o perfil completo pelo próprio app e não ficar sendo redirecionada pro site toda vez que queria ver uma informação mais completa, tá literalmente tudo no app e amei isso.</p>
Usuário 4	<p>O aplicativo ficou tão legal que dá até pena de não poder usar de verdade. Os artistas, álbuns e faixas em ícones redondos ficaram bem bacana, que nem a maioria dos aplicativos hoje em dia. Ficou esteticamente muito bonito, as cores, os ícones, a fonte igual a do site. Amei a possibilidade de fazer colagens diretamente no app, poder ver o que os amigos tão escutando, procurar informações de música, é tipo uma enciclopédia no app. Ver a compatibilidade nos perfis de amigos também é bem interessante, dá vontade de ficar indo no perfil de cada amigo pra ficar vendo a compatibilidade. No mais, adorei.</p>

Fonte: Autora, 2023.

Após a realização do teste de usabilidade, foi perceptível como o aplicativo se destacou pela sua facilidade de navegação. Os feedbacks dos usuários entrevistados confirmaram que os objetivos de atender às necessidades dos usuários foram alcançados de forma efetiva em geral, com a resolução de problemas existentes e dores encontradas ao realizar a coleta de dados de usabilidade, proporcionando uma experiência satisfatória aos usuários com o auxílio de novas funções, com possibilidade de aperfeiçoamentos futuros, e aprimoramento das já existentes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O principal objetivo deste projeto foi realizar o redesign do aplicativo móvel do Last.fm, a fim de tornar a experiência do usuário amante da música completa e compacta, aumentando as funcionalidades do aplicativo, bem como refinando o design de interface para uma experiência mais fluida e intuitiva.

Com o intuito de viabilizar este projeto, foram aplicadas metodologias de projeto, como a pesquisa participante, inserindo o pesquisador no âmbito de usuários buscando entendê-los de forma verdadeira e livre de julgamentos, coletando informações vitais para o entendimento do público que a plataforma se refere, bem como a metodologia de design thinking, implementada pelos planos de elementos da experiência do usuário de Garrett, com a utilização de ferramentas cruciais para o posicionamento de decisões a serem seguidas para a execução do projeto.

Com a ascensão da tecnologia e o convertimento do uso do computador para smartphone, tema que pôde ser observado nos primeiros capítulos do projeto, viu-se que as empresas atualmente são praticamente forçadas a fazerem versões móveis de seus sites e plataformas já que a acessibilidade a celulares inteligentes proporcionou uma queda do uso de computadores.

Amantes da música e da plataforma virtual do Last.fm, por majoritariamente serem jovens entre seus 18-34 anos, que estão inseridos no meio virtual desde muito pequenos puderam observar essa transição para celulares de perto, e com a pressa dos dias atuais, ter acesso a todas as informações e funções interativas do site na palma de suas mãos é essencial para a retenção destes usuários na mesma.

Ao decorrer do projeto, diversas ferramentas provenientes das metodologias selecionadas foram executadas, como na pesquisa participante, onde ocorreu a criação de formulário de perguntas para a identificação da estrutura social, dores e necessidades do público-alvo, análise comparativa para buscar entender o mercado competitivo que acerca o aplicativo móvel do Last.fm e o card sorting com designers a fim de avaliar a navegação atual do aplicativo e sua eficácia como meio de identificar problemáticas a serem sanadas.

Na metodologia de design thinking, ocorreu a criação de uma representação fictícia de um usuário ideal por meio da definição da persona e seu mapa de empatia para ajudar a compreender melhor as necessidades, desejos e experiências dos usuários, a análise da jornada de usuário, colocando-se no lugar do usuário ideal e

com isso poder identificar pontos de melhoria, o brainstorming, técnica de geração de ideias que visa estimular a criatividade e o pensamento coletivo, mapeamento do site, a fim de entender as principais categorias de tarefas e sua sequência lógica, o fluxo de tarefas, detalhamento do fluxo de navegação das categorias selecionadas no mapa do site e wireframes, que servem como uma espécie de esqueleto ou mapa da interface, destacando a disposição dos elementos, a hierarquia de informações e a interação entre as diferentes partes do sistema, identificando ajustes para uma melhoria de prototipação e para a viabilização do protótipo final a ser executado.

A partir da pesquisa bibliográfica, que proporcionou conhecimentos sobre as áreas de design digital, UI e UX, foi possível agregar habilidades de escrita e estudos profundos com o intuito de agregar sabedoria nestes ramos.

A utilização de ferramentas do plano de estratégia de Garrett foi crucial para o melhor entendimento do público-alvo, pois ao criar o usuário ideal, a persona, obteve-se maior facilidade de entender a trajetória do usuário do aplicativo móvel do Last.fm, e a partir do brainstorming e coleta de ideias de projeção baseadas em insights obtidos com os formulários aplicados a usuários reais, ficou muito mais fácil de saber o que deveria ser feito ou não, o que poderia ou não ser implementado, além de agregar várias ideias que até então estavam soltas em um só lugar, podendo oferecer mesclagens, descartes e validações.

O projeto foi muito importante para o crescimento pessoal e profissional. No contexto atual, em que a estética e a usabilidade são cada vez mais valorizadas pelos consumidores, o design desempenha um papel estratégico nas empresas, contribuindo para a diferenciação e o sucesso de produtos e serviços no mercado.

Por isso, a importância do design está presente na formação de profissionais preparados para enfrentar os desafios contemporâneos e criar soluções inovadoras e impactantes, e refletindo na minha experiência com o redesign, sinto que evoluí exponencialmente no quesito de pensamento crítico, resolução de problemas e colaboração, o que viabilizou um crescimento e preparação para futuras oportunidades na área de design.

O manuseamento do tempo de execução de tarefas neste processo de redesign foi um empecilho a ser notado, pois revelou limitações no design a ser trabalhado, o que abriu um leque de possibilidades para aprimoramentos futuros, como um protótipo interativo em que a validação de usabilidade se torne mais clara,

podendo ser feitas correções e melhorias com o intuito de maximizar a verificação de tarefas, levando assim, a uma programação fluida e ágil.

Em síntese, foi possível identificar que o redesign do aplicativo móvel do Last.fm se mostrou eficaz e intuitivo, obtendo resultados satisfatórios que foram validados pelo teste de usabilidade, apesar de também abrir um espaço de oportunidades de melhoria em questão da função de realizar check-in, que recebeu notas inferiores significativas e que pode ser trabalhada e aprimorada futuramente.

À medida que as necessidades e expectativas dos usuários evoluem, assim como as tecnologias e tendências de design, é fundamental estar aberto a melhorias contínuas.

REFERÊNCIAS

- AL-KHALIFA, H. S. **Development of mobile government websites: a functional design approach**. In Proceedings of the 13th International Conference on Information Integration and Web-based Applications and Services, 2011. (p. 455-458).
- ARAÚJO, Camila. **App sem atualização, obsoleto será!** 2021. Disponível em: <https://www.devmaker.com.br/blog/vida-util-de-um-aplicativo-mobile>. Acesso em: 12 mai. 2023.
- BABICH, N. **Tips for Using Icons in Your App**. 2016. Disponível em: <https://uxplanet.org/tips-for-using-icons-in-your-app-541a6728e7d4>. Acesso em: 10 jun. 2023.
- BROWN, Tim. **Design thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas idéias**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010. (p.3)
- B.V., Statsfm. **Stats.fm for Spotify Music App**. 2020. Disponível em: <https://apps.apple.com/us/app/stats-fm-for-spotify-music-app/id1526912392>. Acesso em: 01 jun. 2023.
- CARDOSO, Leandro da Conceição. **Design Digital**. 1ª ed. Editora Intersaberes, 2021. (p. 13, 14, 15).
- CBS INTERACTIVE. **What is a Scrobble and what is Scrobbling?** 2022. Disponível em: https://cbsi.secure.force.com/lastfm/articles/en_US/Knowledge/What-is-scrobbling?retURL=%2Flastfm%2Fapex%2Fknowledgehome_lfm%3Frefereer%3Dlastfm.com&popup=false&categories=LastFM%3ALastFM_Eng&template=template_lastfm&referer=lastfm.com&data=&cfs=LFM. Acesso em: 17 maio 2023.
- CHARTIER, David. **Last.fm gets a makeover, ventures into iPhone, living room**. 2008. Disponível em: <https://arstechnica.com/uncategorized/2008/07/last-fm-gets-a-makeover-ventures-into-iphone-living-room/>. Acesso em: 18 maio 2023.
- CLEMENTE, M. **Entenda o que é Psicologia das Cores e descubra o significado de cada cor**. 2020. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/psicologia-das-cores>. Acesso em: 11 jun. 2023.
- COBRA, Marcos. **Marketing Básico: Uma Perspectiva Brasileira**. 3ª ed. Atlas, 2010. (p. 41-45).
- DESHDEEP, Nitin. **Mobile App or Website? 10 Reasons Why Apps Are Better**. 2023. Disponível em: <https://vwo.com/blog/10-reasons-mobile-apps-are-better/>. Acesso em: 20 maio 2023.
- FILHO, F. M. F., & Geus, P. L. **Sistemas de recomendação e interação na web social**. Universidade Estadual de Campinas, 2008. (p. 1).

GARRETT, J. J. **The Elements of User Experience**. 2ª ed. New Riders, 2010. (p. 19, 20, 21, 30, 35, 58).

GARRETT, Jesse J. **Os Elementos da Experiência do Usuário**. 2000. Disponível em: http://www.jjg.net/elements/translations/elements_pt.pdf. Acesso em: 12 maio 2023.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo; Org. **Métodos de Pesquisa**. Porto Alegre: Editora UFRGS, 2009. (p. 33, 34, 40).

GIL, A. C. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa** (3ª ed.). São Paulo: ATLAS, 1991. (p. 61 e 132).

GOOGLE FONTS. **Barlow Font**. Disponível em: <https://www.pinterest.com/pin/390054017720270661/>. Acesso em: 10 jun. 2023.

GOLDENBERG, M. **A arte de pesquisar**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

GONÇALVES, Daniel *et al.* **Introdução ao Design de Interfaces**, 2017. (p. 129, 130, 131, 132).

GRUDIN, J.; PRUITT, J. **Personas, Participatory Design and Product Development: An Infrastructure for Engagement**. 2020. Disponível em: <https://www.ece.uvic.ca/~aalbu/CENG%20412%202009/scenarios%20and%20personas.pdf>. Acesso em: 09 maio 2023.

HESMONDHALGH, D. **Streaming's Effects on Music Culture: Old Anxieties and New Simplifications**. Universidade de Leeds, Reino Unido, 2021. (p. 16-17).

KAMENEZ, G. **Understanding Icons in UI Design**. 2023. Disponível em: <https://uxcel.com/blog/understanding-the-icons-in-ui-design>. Acesso em: 10 jun. 2023.

Kim, J., & Yu, E. A. **The holistic brand experience of branded mobile applications affects brand loyalty**. *Social Behavior and Personality*, 44, 2016 (p. 77–88).

LEVANIER, J. **Digital Design**, 2020. Disponível em: <https://99designs.com/blog/web-digital/digital-design/>. Acesso em 07 de jun. de 2023.

LE BOTERF, G. **Pesquisa participante: propostas e reflexões metodológicas**. In: BRANDÃO, C. R. (Org.). **Repensando a pesquisa participante**. São Paulo: Brasiliense, 1984.

LIMA, Gercina Ângela Borém de Oliveira. **Arquitetura da Informação**. UFMG, 2015. (p.3).

LOZADA, Gisele; NUNES, Karina S. **Metodologia científica**. Porto Alegre: Grupo A, 2019. *E-book*. ISBN 9788595029576. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788595029576/>. Acesso em: 18 mai. 2023.

MARCELINO, C. A. A. da S. **Metodologia de Pesquisa**. Curitiba: Contentus, 2020. (p. 18 e 19).

MARKETING EJCM. **Prototipagem: o que significa baixa ou alta fidelidade?** 2018. Disponível em: <https://ejcm.com.br/prototipagem-baixa-alta-fidelidade/#:~:text=Um%20prot%C3%B3tipo%20de%20baixa%20fidelidade,funcionalidades%20de%20uma%20determinada%20aplica%C3%A7%C3%A3o>. Acesso em: 03 jun. 2023.

MCKAY, Everett N. **UI is Communication: How to Design Intuitive, User Centered Interfaces by Focusing on Effective Communication**. Elsevier Science, 2013. (p. 27, 28, 35).

MORAIS, John. **Os elementos da experiência do usuário**. 2021. Disponível em: <https://www.johnmorais.com/post/os-elementos-da-experiencia-do-usuario>. Acesso em: 06 jun. 2023.

MEIRELLES, Fernando S. Fundação Getúlio Vargas. **Panorama do Uso de TI no Brasil - 2022**. 2022. Disponível em: <https://portal.fgv.br/artigos/panorama-uso-ti-brasil-2022>. Acesso em: 10 maio 2023.

NOVAES, M. B. C. de; GIL, A. C. **A pesquisa-ação participante como estratégia metodológica para o estudo do empreendedorismo social em administração de empresas**. RAM - Revista de Administração Mackenzie, 10(1), Universidade Presbiteriana Mackenzie, 2009. (p. 145).

PAREDES, B. J. B.; SANTANA, G. A. de. **Manual Design Thinking: Uma abordagem inovadora para a sua empresa**. Recife: Cysneiros e Consultores Associados, 2018. (p. 5, 17, 21 e 22).

PEREIRA, Rogério. **User Experience Design: Como criar produtos digitais com foco nas pessoas**. Casa do Código, 2018 (p. 80 e 83).

PIERRE-LOUIS, Errol. **Pcmag. Last.fm (for Android)**. 2009. Disponível em: <https://au.pcmag.com/mobile-phones/2818/lastfm-for-android>. Acesso em: 19 maio 2023.

PIMENTA, Guilherme. Rock Content. **O que priorizar ao criar interfaces de usuário**. 2022. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/talent-blog/prioridades-na-interface-de-usuario/#:~:text=Uma%20boa%20interface%20de%20usu%C3%A1rio,os%20objetivos%20do%20seu%20cliente>. Acesso em: 04 maio 2023.

SALGADO, D. **Pesquisa sobre aplicativos no Brasil: apps mais populares, hábitos e preferências dos brasileiros**. Opinion Box, 2023. Disponível em: <https://blog.opinionbox.com/pesquisa-sobre-aplicativos-no-brasil/>. Acesso em 5 de mai. de 2023.

SCHMIDT, M. L. S. **Pesquisa Participante: Alteridade e Comunidades Interpretativas**. Psicologia USP, São Paulo, 2006. (p. 14).

SHESTOPALOV, S. **Designing tidy and balanced interface icons: applying human visual perception to icon design**. 2018. Disponível em: <https://medium.com/design-bridges/icon-set-3b4fc87dc6b5>. Acesso em: 09 jun. 2023.

SIMILARWEB LTD (United Kingdom). **Effortlessly Analyze Your Competitive Landscape - last.fm**. 2023. Disponível em: <https://www.similarweb.com/website/last.fm/#interests>. Acesso em: 15 maio 2023.

SOBRAL, Wilma S. **Design De Interfaces - Introdução**. Editora Saraiva, 2019. (p. 44, 45, 46, 88). *E-book*. ISBN 9788536532073. Disponível em: <https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788536532073/>. Acesso em: 19 mai. 2023.

SPENCER, Donna. **Card sorting: Designing usable categories**. Brooklyn, N.Y: Rosenfeld Media, 2009. (p. 6-7).

TECHCRUNCH. **Last.fm Takes On Imeem On Android**. 2009. Disponível em: <https://techcrunch.com/2009/01/23/lastfm-unveils-official-application-for-the-android-platform/?guccounter=1>. Acesso em: 12 maio 2023.

TEIXEIRA, Fabricio. **Introdução e Boas Práticas em Ux Design**. São Paulo: Casa do Código, 2014. (p. ix, 2, 17, 18, 30, 31 e 79)

TRAKTO T. **Como usar diferentes tipos de fontes de letras: tipografia para não designers**. 2021. Disponível em: <https://blog.trakto.io/diferentes-tipos-tipografia/>. Acesso em: 09 jun. 2023.

VAN BUSKIRK, Eliot. **Last.fm Arrives on Google-Powered Cellphones**. 2023. Disponível em: <https://www.wired.com/2009/01/lastfm-arrives/>. Acesso em: 28 maio 2023.

VIANNA, Maurício et al. **Design Thinking: inovação em negócios**. Rio de Janeiro: Mjv Press, 2012. (p. 85, 101, 122, 123, 124)

YACKULIC, Chris. **Android Headlines. Last.fm, Android App Review**. 2010. Disponível em: <https://www.androidheadlines.com/2010/04/last-fm-android-app-review.html>. Acesso em: 13 maio 2023.

APÊNDICE A - Cronograma de Tarefas

NÚMERO	TÓPICOS	DATA
1	Introdução	01/05 até 19/05
2	Pesquisa Bibliográfica	01/05 até 15/06
3	Pesquisa Participante	01/06 até 07/06
4	Design Thinking	07/06 até 15/06
5	Fundamentação Teórica	05/05 até 19/05
6	Proposta de Projeto	10/05 até 19/05
7	Estudo sobre o Last.fm	19/05 até 15/06
8	Análise documental	19/05 até 15/06
9	Proposta de Redesign	19/05 até 15/06
10	Investigação de Resultados	19/05 até 15/06
11	Considerações Finais	19/05 até 15/06
12	Referências Bibliográficas	01/05 até 15/06

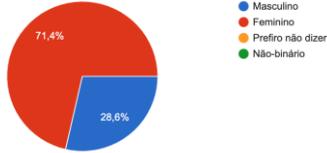
APÊNDICE B - Formulário de Pesquisa

Formulário - Perguntas

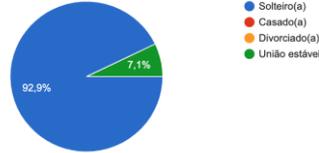
<p>Qual o seu gênero? *</p> <p><input type="radio"/> Masculino</p> <p><input type="radio"/> Feminino</p> <p><input type="radio"/> Prefiro não dizer</p> <p><input type="radio"/> Não-binário</p> <p><input type="radio"/> Outro: _____</p>	<p>Qual é o seu nível de educação? *</p> <p><input type="radio"/> Ensino médio incompleto</p> <p><input type="radio"/> Ensino médio completo</p> <p><input type="radio"/> Ensino técnico/profissionalizante</p> <p><input type="radio"/> Graduação incompleta</p> <p><input type="radio"/> Graduação completa</p> <p><input type="radio"/> Outro: _____</p>
<p>Qual é sua idade? *</p> <p><input type="radio"/> Menos de 18</p> <p><input type="radio"/> 18-24</p> <p><input checked="" type="radio"/> 25-34</p> <p><input type="radio"/> 35-44</p> <p><input type="radio"/> 45-54</p> <p><input type="radio"/> 55-64</p> <p><input type="radio"/> 65+</p>	<p>Qual é a sua ocupação/profissão?</p> <p><input type="radio"/> Estudante</p> <p><input type="radio"/> Empregado(a) em tempo integral</p> <p><input type="radio"/> Empregado(a) em meio período</p> <p><input type="radio"/> Estagiário(a)</p> <p><input type="radio"/> Desempregado(a)</p> <p><input type="radio"/> Outro: _____</p>
<p>Qual o seu estado civil? *</p> <p><input type="radio"/> Solteiro(a)</p> <p><input type="radio"/> Casado(a)</p> <p><input type="radio"/> Divorciado(a)</p> <p><input type="radio"/> União estável</p> <p><input type="radio"/> Outro: _____</p>	<p>Qual é o seu local de residência (cidade, país)? *</p> <p>Sua resposta _____</p>
<p>Qual o seu acesso a dispositivos eletrônicos? *</p> <p><input type="checkbox"/> Smartphone</p> <p><input type="checkbox"/> Tablet</p> <p><input type="checkbox"/> Laptop ou Notebook</p> <p><input type="checkbox"/> Desktop ou computador de mesa</p> <p><input type="checkbox"/> Smart TV</p> <p><input type="checkbox"/> Console de Videogame</p> <p><input type="checkbox"/> Outro: _____</p>	<p>Quais recursos do aplicativo você mais utiliza? *</p> <p><input type="checkbox"/> Histórico de torcidas</p> <p><input type="checkbox"/> Acessar o perfil</p> <p><input type="checkbox"/> Scan de cartões de Apple Music manualmente</p> <p><input type="checkbox"/> Relatórios musicais</p> <p><input type="checkbox"/> Chats pessoais</p> <p><input type="checkbox"/> Acessar perfil de artistas</p> <p><input type="checkbox"/> Acessar álbum de artistas</p> <p><input type="checkbox"/> Acessar informações de músicas de artistas</p> <p><input type="checkbox"/> Compartilhar link de relatórios musicais</p> <p><input type="checkbox"/> Compartilhar link ou arte de relatórios musicais</p> <p><input type="checkbox"/> Compartilhar link ou arte dos álbum, artistas e músicas mais escutadas</p> <p><input type="checkbox"/> Outro: _____</p>
<p>Hoje em dia, você utiliza mais o seu Smartphone ou o seu Computador? *</p> <p><input type="radio"/> Smartphone</p> <p><input type="radio"/> Computador</p>	<p>Quais recursos do website que não estão no aplicativo você utiliza? *</p> <p><input type="checkbox"/> Acessar o perfil de outras pessoas</p> <p><input type="checkbox"/> Acessar informações de eventos</p> <p><input type="checkbox"/> Histórico completo de escuta</p> <p><input type="checkbox"/> Mensagens diretas</p> <p><input type="checkbox"/> Acesso a notificações</p> <p><input type="checkbox"/> Lista</p> <p><input type="checkbox"/> Acesso aos mercados</p> <p><input type="checkbox"/> Descoberta de vídeos</p> <p><input type="checkbox"/> Tags</p> <p><input type="checkbox"/> Acesso a faixas preferidas</p> <p><input type="checkbox"/> Reprodução de música</p> <p><input type="checkbox"/> Acesso a recomendações de músicas</p> <p><input type="checkbox"/> Blocos</p> <p><input type="checkbox"/> Ao vivo</p> <p><input type="checkbox"/> Outro: _____</p>
<p>Com que frequência você utiliza o aplicativo móvel do Last.fm? *</p> <p><input type="radio"/> Diariamente</p> <p><input type="radio"/> Semanalmente</p> <p><input type="radio"/> Mensalmente</p> <p><input type="radio"/> Ocasionalmente</p> <p><input type="radio"/> Não uso o aplicativo móvel do Last.fm</p> <p><input type="radio"/> Só uso o Website</p>	
<p>No site, você utiliza alguma função social como seguir outros usuários ou compartilhar músicas? *</p> <p><input type="radio"/> Sim</p> <p><input type="radio"/> Não</p>	<p>Se a resposta anterior foi sim, descreva a sua dificuldade.</p> <p>Sua resposta _____</p>
<p>Qual é a sua opinião sobre a interface do aplicativo móvel do Last.fm? *</p> <p><input type="radio"/> Excelente</p> <p><input type="radio"/> Boa</p> <p><input type="radio"/> Regular</p> <p><input type="radio"/> Ruim</p> <p><input type="radio"/> Muito Ruim</p> <p><input type="radio"/> Outro: _____</p>	<p>Na sua opinião, se o aplicativo apresentasse todas as funções do website, você o * utilizaria mais?</p> <p><input type="radio"/> Sim</p> <p><input type="radio"/> Não</p> <p><input type="radio"/> Talvez</p>
<p>Na sua opinião, a interface atual do aplicativo móvel do Last.fm é de fácil interação?</p> <p><input type="radio"/> Sim</p> <p><input type="radio"/> Não</p> <p><input type="radio"/> Talvez</p>	<p>Descreva sua experiência com o Last.fm em geral. (O que mais gosta sobre, como conheceu) *</p> <p>Sua resposta _____</p>
<p>Você encontrou algum problema ou dificuldade ao usar o aplicativo? *</p> <p><input type="radio"/> Sim</p> <p><input type="radio"/> Não</p>	<p>Você tem alguma sugestão de melhoria para o aplicativo móvel do Last.fm? *</p> <p>Sua resposta _____</p>
	<p>Há algo mais que você gostaria de compartilhar ou acrescentar sobre o uso do aplicativo móvel do Last.fm?</p> <p>Sua resposta _____</p>

Respostas formulário:

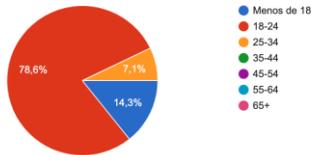
Qual o seu gênero?
14 respostas



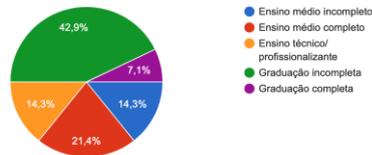
Qual o seu estado civil?
14 respostas



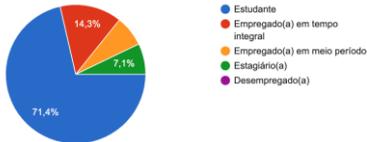
Qual a sua idade?
14 respostas



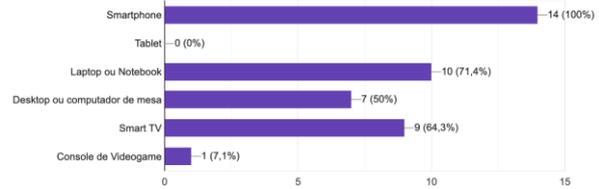
Qual é o seu nível de educação?
14 respostas



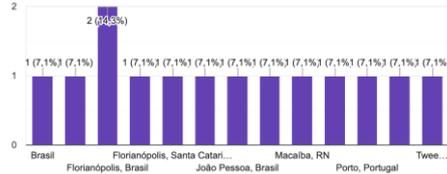
Qual é a sua ocupação/profissão?
14 respostas



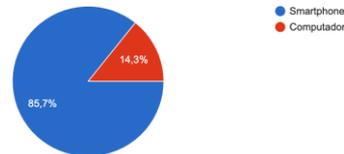
Qual o seu acesso a dispositivos eletrônicos?
14 respostas



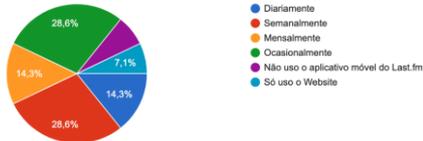
Qual é o seu local de residência (cidade, país)?
14 respostas



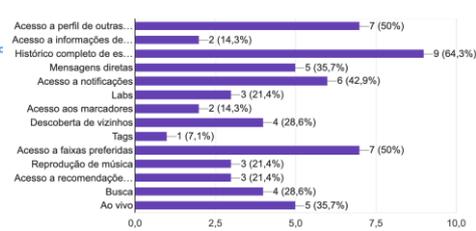
Hoje em dia, você utiliza mais o seu Smartphone ou o seu Computador?
14 respostas



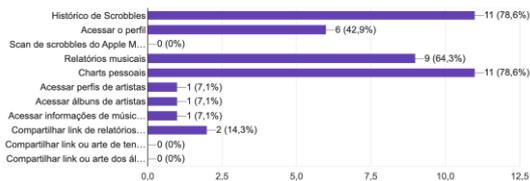
Com que frequência você utiliza o aplicativo móvel do Last.fm?
14 respostas



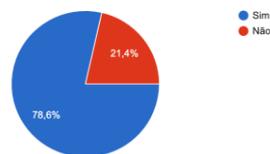
Quais recursos do website que não estão no aplicativo você utiliza?
14 respostas



Quais recursos do aplicativo você mais utiliza?
14 respostas

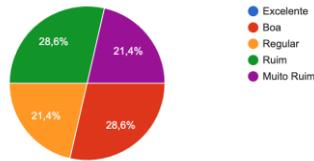


No site, você utiliza alguma função social como seguir outros usuários ou compartilhar músicas?
14 respostas



Qual é a sua opinião sobre a interface do aplicativo móvel do Last.fm?

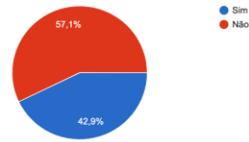
14 respostas



Copiar

Você encontrou algum problema ou dificuldade ao usar o aplicativo?

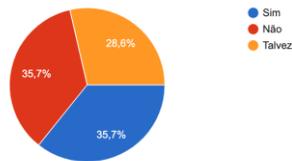
14 respostas



Copiar

Na sua opinião, a interface atual do aplicativo móvel do Last.fm é de fácil interação?

14 respostas



Copiar

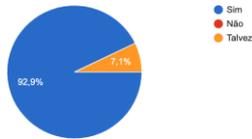
Se a resposta anterior foi sim, descreva a sua dificuldade.

6 respostas

- Incompleto, faltam funções.
- Confuso e não funciona bem
- Não da pra entender literalmente nada
- Simplesmente não conseguia logar na minha conta no app, mesmo colocando a senha e login corretos
- as funções são muito limitadas e o site é muito mais eficiente
- Quando quero ver scrobbles mais antigos ou ver meu perfil completo o aplicativo me redireciona pro site, o que me frustra. Às vezes quero fazer coisas que tem no site como ajustar uma data específica pra ver meu histórico de escuta e não tem no app, o que faz com que eu tenha que entrar no site, tornando o app inútil.

Na sua opinião, se o aplicativo apresentasse todas as funções do website, você o utilizaria mais?

14 respostas



Copiar

Descreva sua experiência com o Last.fm em geral. (O que mais gosta sobre, como conheceu)

14 respostas

Descreva sua experiência com o Last.fm em geral. (O que mais gosta sobre, como conheceu)

14 respostas

- Descobri há muitos anos e sempre gostei de usar para descobertas musicais e visualizar os estilos que mais estou ouvindo
- Gosto de monitorar meu scrobble e dos amigos também
- Gosto apenas pra utilizar como lista de scrobble, acho interessante saber o que escutei anteriormente
- Conheci o aplicativo pelo twitter por recomendação e minha experiência com ele em geral tem sido muito boa e produtiva!
- Conheci através de uma amiga, e gosto muito da função de saber quantas vezes escutei tal música, artista mais escutado, quais músicas meu amigos escutam

- Gosto muito do site e da ideia dele mesmo utilizando a parte social dele muito pouco, as opções de relatórios são muito boas e completas, compensam a falta delas no Spotify
- Conheci pelo Discord, pois meus amigos usam pra ver o 5x5 dos álbuns. Achei interessante e comecei a usar.
- Conheci com amigos, ótimo para amantes de música
- gosto que ele conta os scrobbles e consigo ver minha trajetória musical anual todo ano. conheci por meio de um amigo
- é legal ver os artistas, músicas e álbuns que eu mais escuto

Descreva sua experiência com o Last.fm em geral. (O que mais gosta sobre, como conheceu)

14 respostas

Eu amo poder ver o que eu escutei em tal data específica, que artistas eu tenho ouvido mais recentemente ou gêneros musicais. Quando vejo que tenho escutado muito mais um artista do que outros fico animada e mais motivada a escutar mais músicas desse artista. Gosto de ver também o que meus amigos estão escutando, o histórico de escuta deles e nossa compatibilidade musical. Acho legal que da pra fazer comparações se escutei mais música essa semana do que na semana passada, que horário eu mais escutei música. Acho que conheci o last.fm pelo twitter porque sempre fui fã de música, e desde pequena adorava a função do itunes para computador de poder ver quantas vezes escutei uma música, faz eu me sentir mais perto do artista, então entrei pro site e até hoje amo, adoraria ter conhecido antes. Isso já faz 5 anos.

Tudo

Descreva sua experiência com o Last.fm em geral. (O que mais gosta sobre, como conheceu)

14 respostas

artista. Gosto de ver também o que meus amigos estão escutando, o histórico de escuta deles e nossa compatibilidade musical. Acho legal que da pra fazer comparações se escutei mais música essa semana do que na semana passada, que horário eu mais escutei música. Acho que conheci o last.fm pelo twitter porque sempre fui fã de música, e desde pequena adorava a função do itunes para computador de poder ver quantas vezes escutei uma música, faz eu me sentir mais perto do artista, então entrei pro site e até hoje amo, adoraria ter conhecido antes. Isso já faz 5 anos.

Tudo

Conheci o aplicativo na virada do ano de 2019 para 2020, por influência de terceiros através da rede social Twitter, pouco antes do início da pandemia, e pouco depois de ter adquirido o spotify premium. Conectei minha conta spotify ao last fm no 1° dia do ano, e desde então, acompanho minhas métricas através dos charts pessoais do website. Acho muito divertido conhecer quais músicas mais ouvi, quantas vezes ouvi, que artistas eu ouço mais, e uso essas funcionalidades basicamente todos os dias, é como se eu pudesse ter o meu spotify wrapped diariamente.

Gosto do acesso aos históricos de músicas escutadas

Você tem alguma sugestão de melhoria para o aplicativo móvel do Last.fm?

14 respostas

Ficar mais parecido com outros apps ja existentes como o spotify
Trazer as funcionalidade do website e deixar visulamente mais agradável
Acredito que o design ser mais intuitivo, cores melhores talvez
Acredito que não
Mais funções que tem no website
Interface mais user friendly e simples, integrar login com redes sociais (semelhante a como o Spotify e várias outras redes e sites/apps fazem)
Não
Sim! Acho que poderia ter a opção de mexer nos scrobbles livremente como tem no computador

Você tem alguma sugestão de melhoria para o aplicativo móvel do Last.fm?

14 respostas

acrescentar mais funções do site
menos informações? tem muitas funções que ninguém usa aí fica aquele overload de informação na tela.
Adoraria que ele atribuisse todas ou quase todas as funções do site. Queria poder ter acesso ao histórico completo de escuta e poder mexer manualmente nas datas, queria poder acessar o perfil de amigos e deixar mensagens na página, queria que ele fizesse colagens das músicas mais escutadas, queria que a parte dos relatórios fosse mais bonita e fácil de entender porque atualmente acho bem confusa, queria que tivesse uma função que nem a do spotify para computador que você pode ver em tempo real o que as pessoas que você segue estão escutando, queria que tivesse um espaço para a comunidade tipo o reddit onde as pessoas conversam e interagem.
Nada a acrescentar.
Sendo uma "rede social", seria interessante poder acompanhar suas conexões, acredito que o nome seja "vizinhança", e poder ver as métricas deles no app também, do mesmo modo detalhado que você pode ver as suas.

APÊNDICE C - Cronograma de Atividades da Pesquisa Participante

Cronograma de Atividades da Pesquisa

NÚMERO	TÓPICOS	DATA
1	Definir método de coleta de dados	01/06 até 03/06
2	Definir participantes	01/06 até 03/06
3	Definir tarefas e decisões	01/06 até 03/06
4	Criação de Cronograma	01/06 até 02/06
5	Identificação da estrutura social de participantes	04/06 até 05/06
6	Descrição do problema e identificação das causas	04/06 até 06/06
7	Formulação de hipóteses de ação	06/06 até 07/06
8	Elaboração de ações	06/06 até 07/06

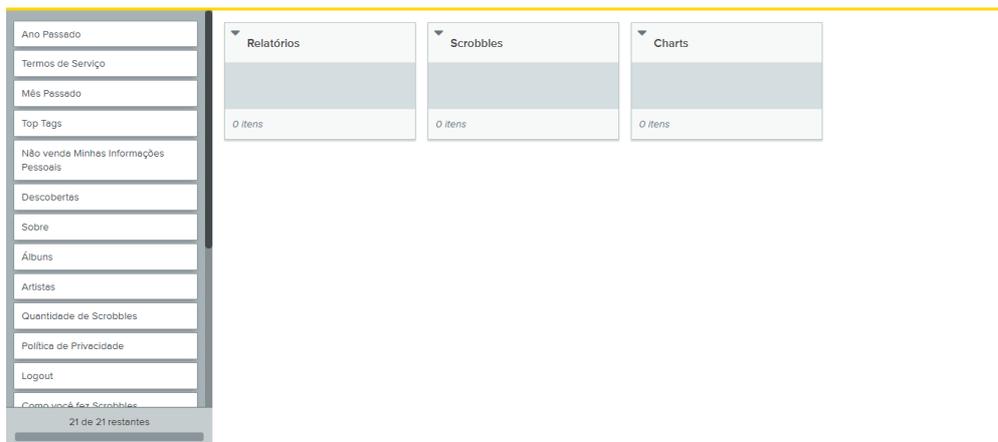
APÊNDICE D - Card Sorting

Gabarito:

CARD SORTING		
SCROBBLES	RELATÓRIOS	CHARTS
SCAN	SEMANA PASSADA	MÉDIA DE SCROBBLES POR DIA
PERFIL	MÊS PASSADO	ARTISTAS
SOBRE	ANO PASSADO	ÁLBUNS
TERMOS DE SERVIÇO	QUANTIDADE DE SCROBBLES	FAIXAS
POLÍTICA DE PRIVACIDADE	COMO VOCÊ FEZ SCROBBLES	
NÃO VENDA MINHAS INFORMAÇÕES PESSOAIS	TOP TAGS	
GERENCIAR CONFIGURAÇÕES DE PRIVACIDADE	RELÓGIO DE ESCUTA	
LOGOUT	PONTUAÇÃO MAINSTREAM	
	DESCOBERTAS	

Plataforma usada:

<https://app.optimalworkshop.com/login#/t/results/analysisTools/participants>



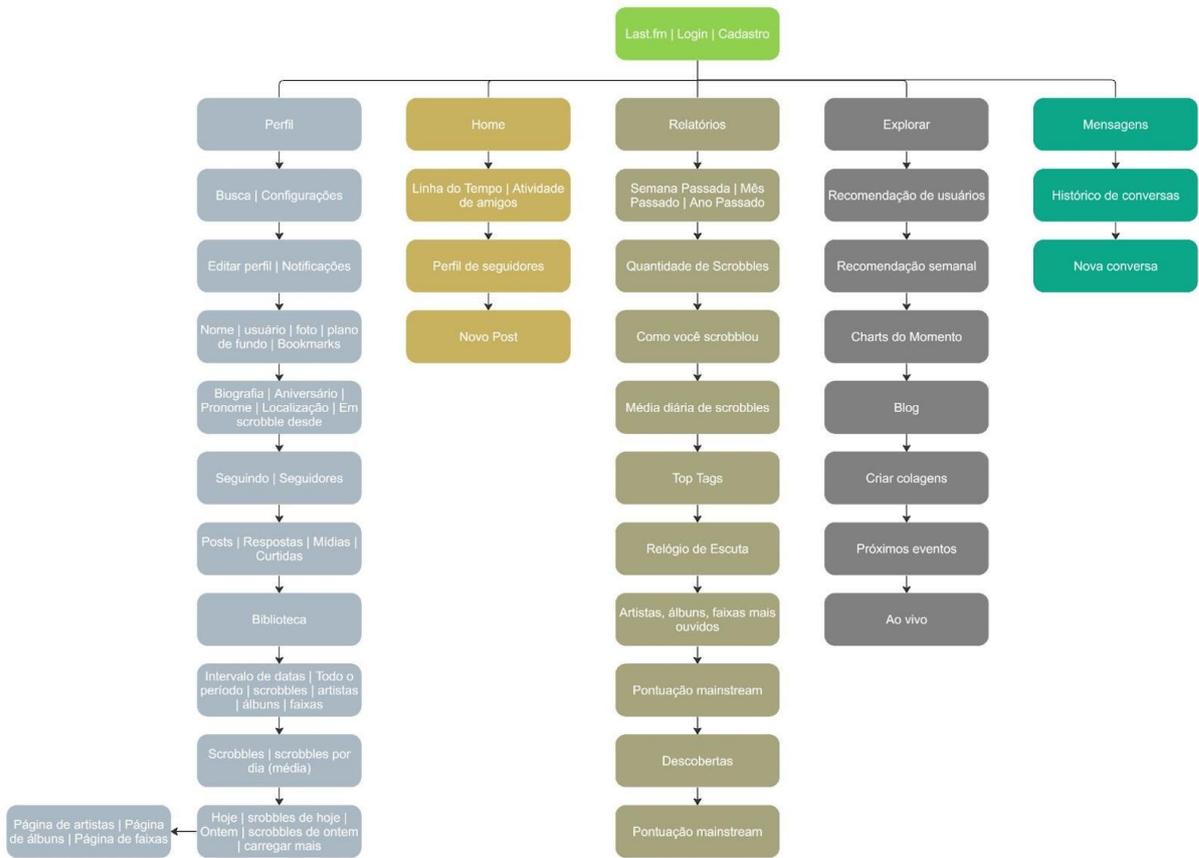
Popular placements matrix

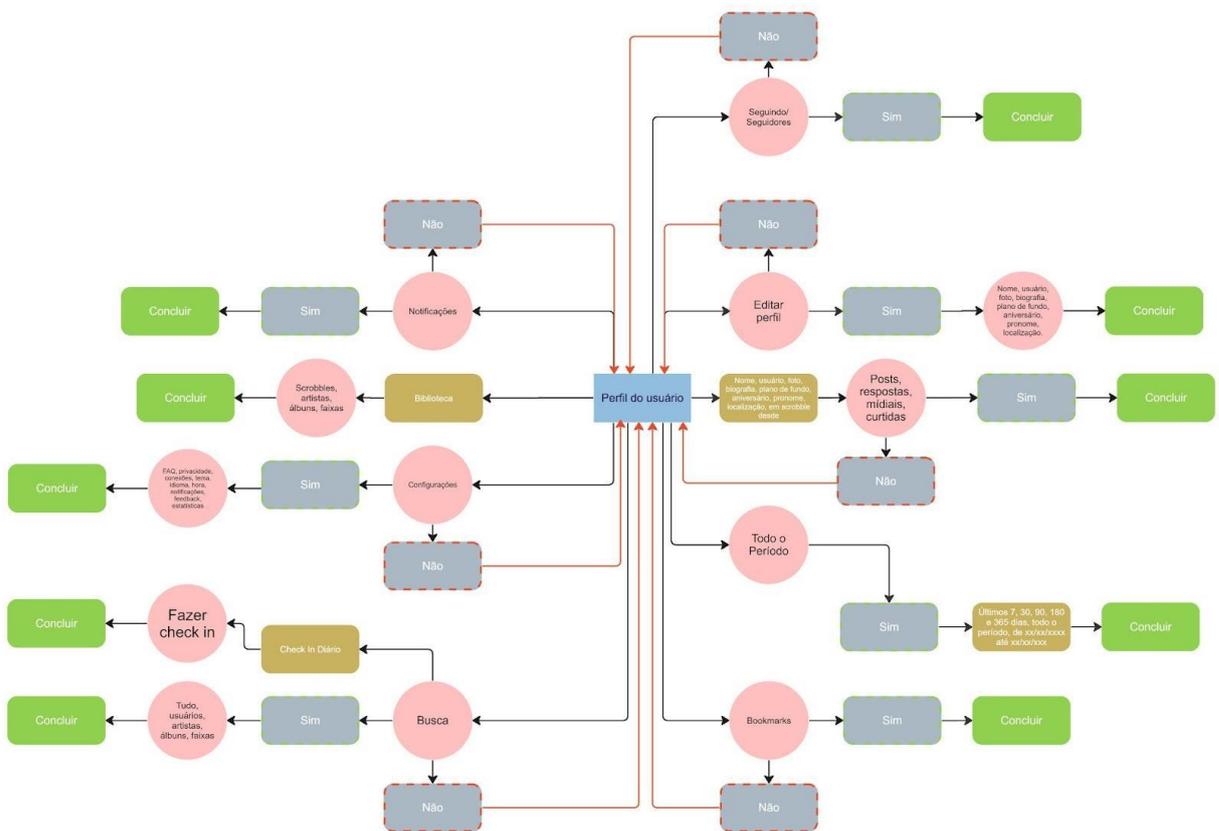
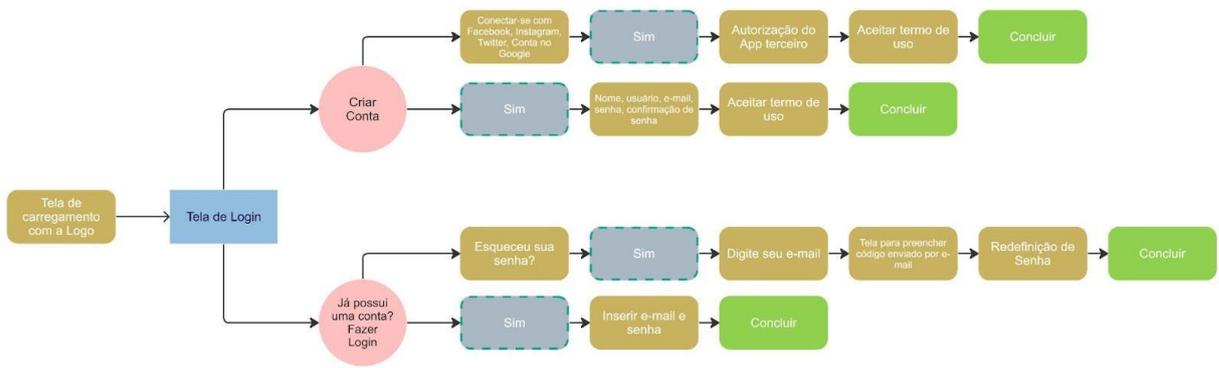
	Scrobbles	Relatórios	Charts
Ano Passado	67%	33%	
Como você fez Scrobbles	67%	33%	
Logout	67%	33%	
Média de Scrobbles Por Dia	67%	33%	
Mês Passado	67%	33%	
Perfil	67%	33%	
Quantidade de Scrobbles	67%		33%
Relógio de Escuta	67%	33%	
Semana Passada	67%	33%	
Descobertas	33%	33%	33%
Sobre		100%	
Gerenciar Configurações de Priva...	33%	67%	
Não venda Minhas Informações P...	33%	67%	
Política de Privacidade	33%	67%	
Scan	33%	67%	
Termos de Serviço	33%	67%	
Artistas			100%
Pontuação Mainstream			100%
Álbuns			100%
Faixas	33%		67%
Top Tags		33%	67%

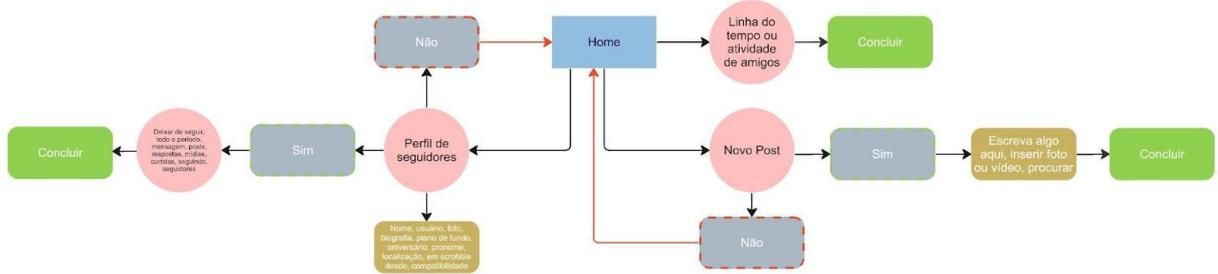
The results matrix [?](#)

	Scrobbles	Relatórios	Charts
Scan	1	2	
Perfil	2	1	
Sobre		3	
Termos de Serviço	1	2	
Política de Privacidade	1	2	
Não venda Minhas Informações P...	1	2	
Gerenciar Configurações de Priva...	1	2	
Logout	2	1	
Semana Passada	2	1	
Mês Passado	2	1	
Ano Passado	2	1	
Como você fez Scrobbles	2	1	
Quantidade de Scrobbles	2		1
Top Tags		1	2
Relógio de Escuta	2	1	
Pontuação Mainstream			3
Descobertas	1	1	1
Média de Scrobbles Por Dia	2	1	
Artistas			3
Álbuns			3
Faixas	1		2

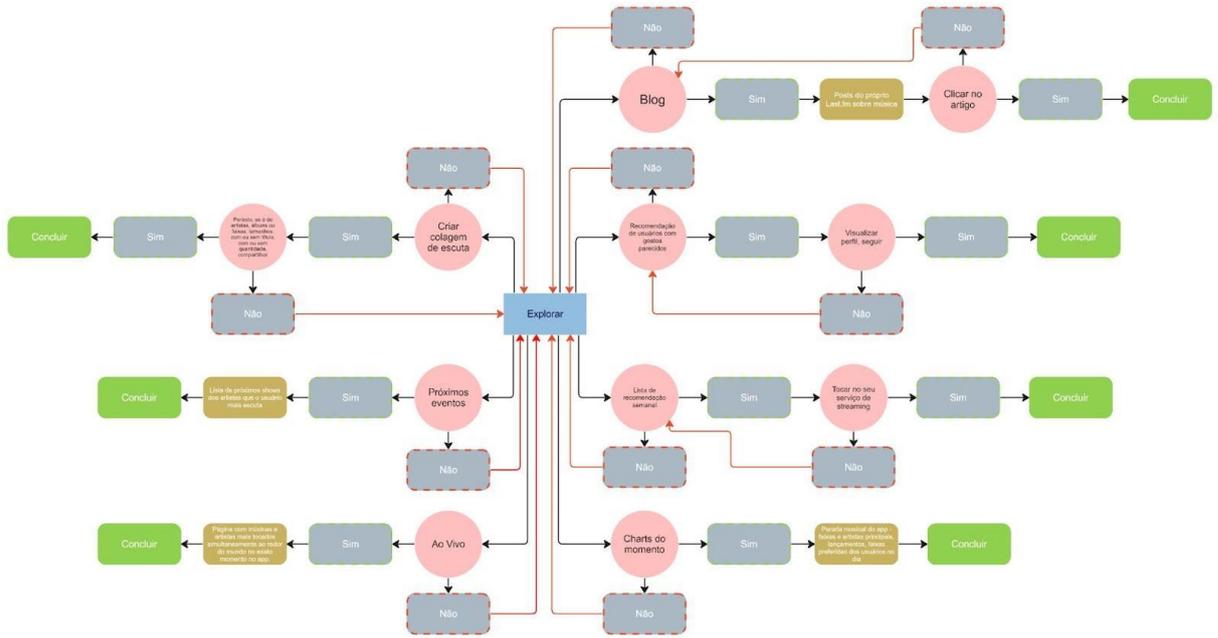
APÊNDICE E – Fluxo de Tarefas





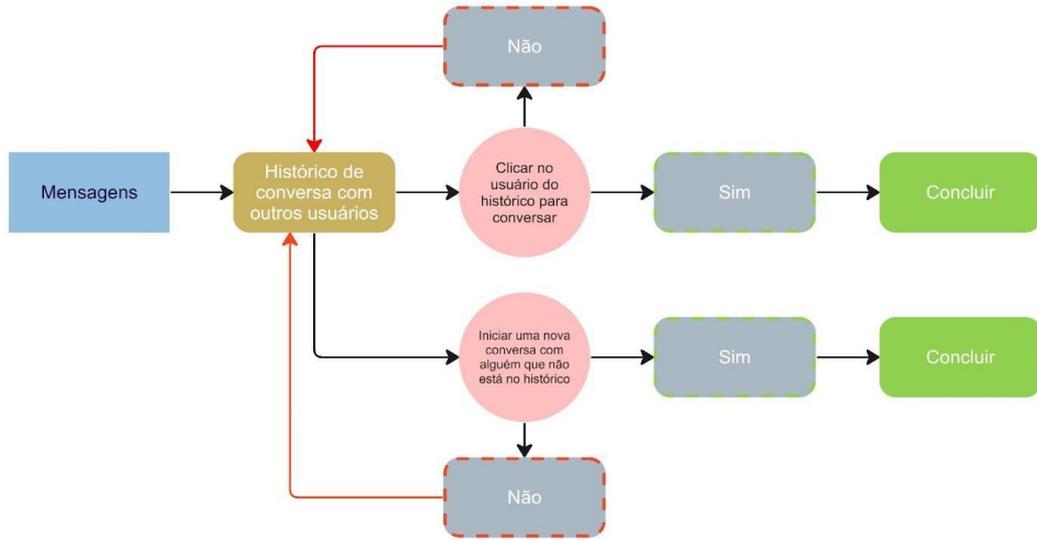


Legenda:



Legenda:

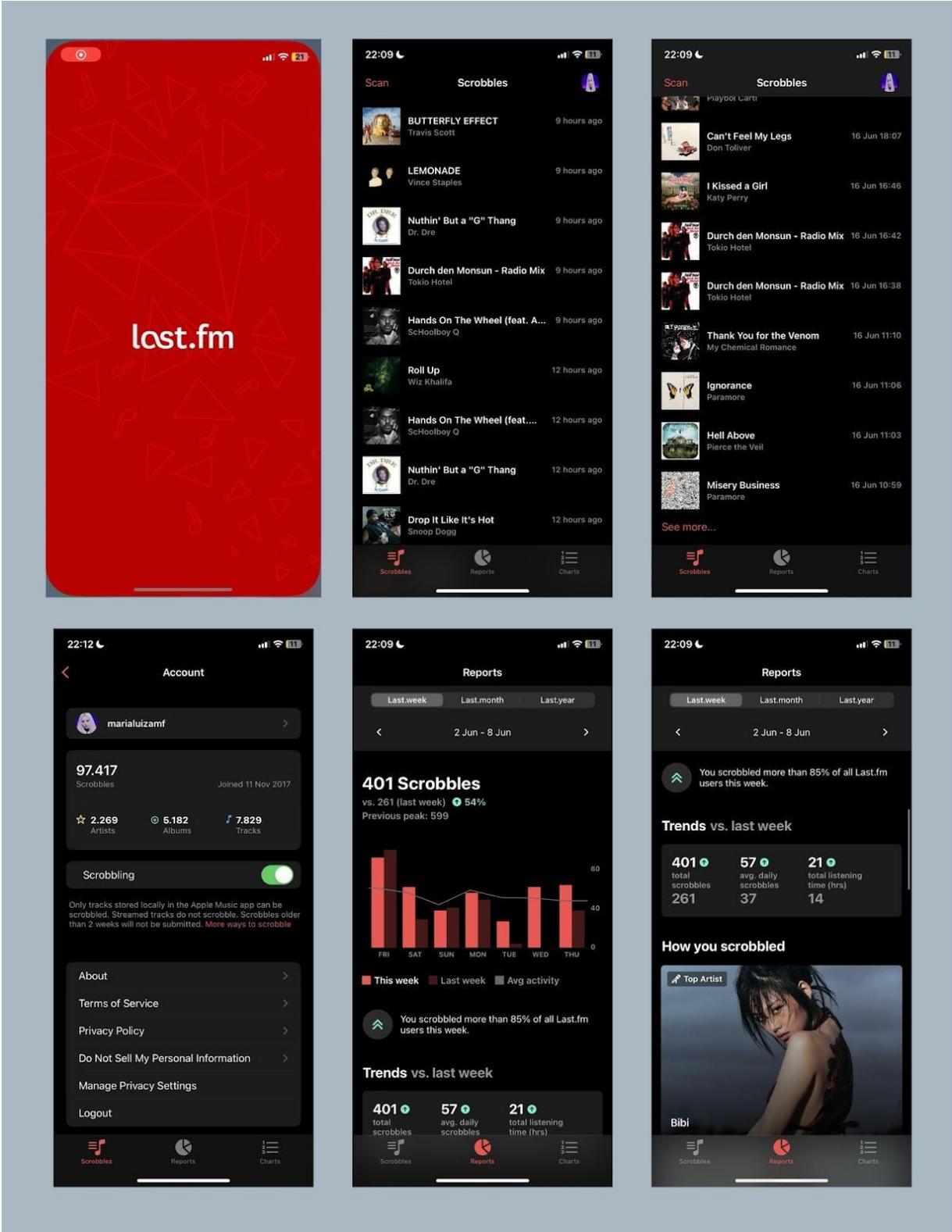


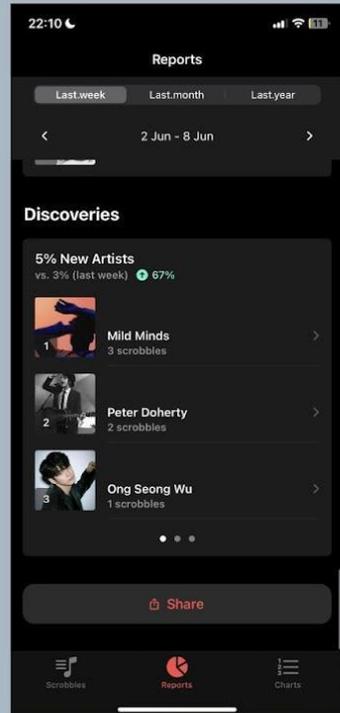
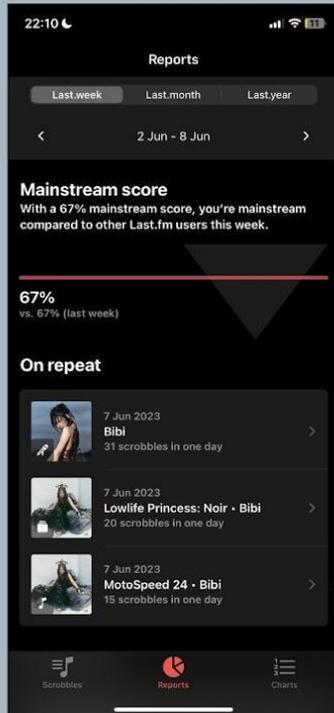
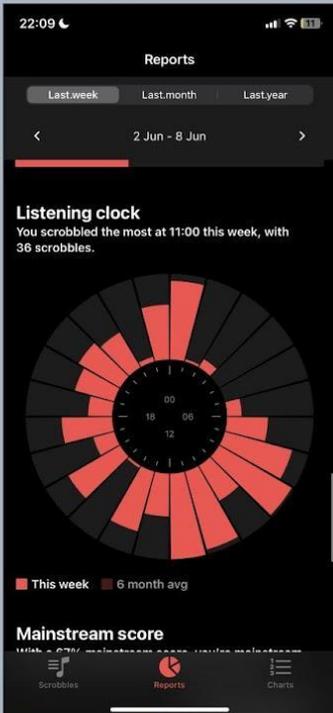
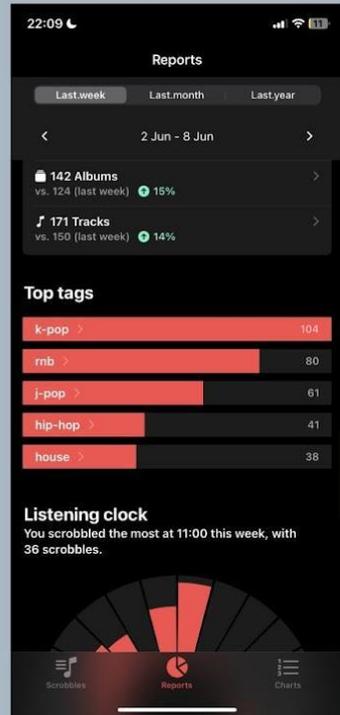
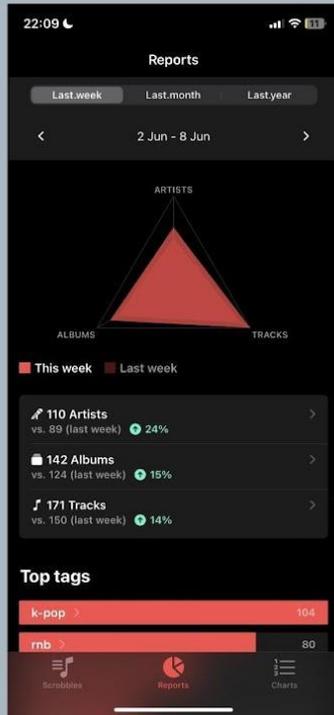
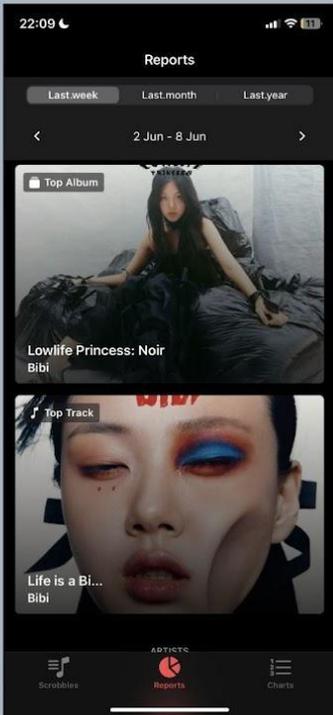


Legenda:



APÊNDICE F – Telas do Aplicativo Atual





22:10

Tokio Hotel



Listeners: 549,7k | Scrobbles: 25,3M | Your Scrobbles: 26

rock german gay pop rock female voc

Tokio Hotel is a German pop rock band founded in Magdeburg, Germany in 2001 by singer Bill Kaulitz, guitarist Tom Kaulitz, bassist Georg Listing and dr...

Global Top Tracks

- Monsoon - Tokio Hotel
- Ready, Set, Go! - Tokio Hotel

Scrobbles Reports Charts

22:12

Blacc Hollywood (Deluxe)



Listeners: 214,8k | Scrobbles: 1,9M | Your Scrobbles: 32

hip-hop rap hip hop weed ghost loft

Wiz Khalifa

Tracklist

- Hope (feat. Ty Dolla Sign)
- We Dem Boyz
- Promises
- KV (Feat. Drake & Lil Yachty)

Scrobbles Reports Charts

22:12

Nuthin' But a "G" Thang



Listeners: 401,5k | Scrobbles: 1,9M | Your Scrobbles: 2

hip-hop rap gangsta rap 90s hip hop

"Nuthin' but a "G" Thang" is a 1993 hit song by American gangsta rapper Dr. Dre, from his debut solo album, The Chronic. It features rapper Snoop...

Dr. Dre

From The Album

- The Chronic

Scrobbles Reports Charts

22:10

Charts

This week (16 Jun - Today)

58 scrobbles

So far this week, you're averaging more scrobbles per day than you did last week.

Avg. scrobbles per day

This week (16 Jun - Today): 29

Last week (9 Jun - 15 Jun): 17

34 Artists

- Tokio Hotel (7 scrobbles)
- Wiz Khalifa (6 scrobbles)
- Drake (3 scrobles)

45 Albums

Scrobbles Reports Charts

22:10

Charts

This week (16 Jun - Today)

Tokio Hotel (7 scrobles) | Wiz Khalifa (6 scrobles) | Drake (3 scrobles)

45 Albums

- Durch Den Mo... - Tokio Hotel (3 scrobles)
- Schrei (so laut... - Tokio Hotel (3 scrobles)
- Blacc H... - Wiz Kha... (3 scrobles)

47 Tracks

- Durch den Monsun - Radio Mix - Tokio Hotel (6 scrobles)
- I Don't Fuck with You - Big Sean (2 scrobles)
- Nuthin' But a "G" Thang - Dr. Dre (2 scrobles)

Scrobbles Reports Charts

APÊNDICE G – Colagem com Todas as Telas do Protótipo Final

