



**INSTITUTO FEDERAL**

Rio Grande do Norte

Campus Pau dos Ferros

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO RIO GRANDE  
DO NORTE – CAMPUS PAU DOS FERROS**

**CURSO: Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas**

**PROFESSOR: Luiz Fernando**

**DISCIPLINA: Interface Humano-Computador**

**ALUNOS: Alana Cristina da Silva Freitas**

**Antônio Jhôanes Barbosa Freitas**

**Guia de Estilo**

**Pau dos Ferros – RN  
Março 2016**

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 Objetivo do guia de estilo

Este guia de estilo vem trazer especificações relacionados a usuários, nossa marca e aos elementos visuais, estilísticos e estruturais. Além de registrar as principais decisões de design tomadas e contribuir para uma melhor comunicação e interação entre equipes de desenvolvimento e de design.

## 1.2 Público alvo do guia de estilo

Os conteúdos deste guia são disponibilizados com foco em vários públicos, pois nosso objetivo é que o leitor consiga compreender o que nós estamos divulgando. Temos como público-alvo deste guia desenvolvedores, gerentes, designers, assim como os usuários.

# 2 RESULTADOS DE ANÁLISE

## 2.1 Análise

### 2.1.1 Perfil de usuário

Análise de perfil de clientes de salão de beleza.

Perfis:

A = Mais de 25 anos de idade

B = Menos de 25 anos de idade

Profissão	Cabeleireiro	
Perfil	A	B
Percentual de clientes no perfil	40%	60%
Número de clientes no perfil (total: 20)	8	12
Faixa etária	[25, 40)	[15, 25)
Quanto tempo utiliza serviços deste salão (anos)	[4, 5)	[3, 4)
Frequência de uso da tecnologia <i>constante: 5 [várias vezes ao dia]</i> <i>alta: 4 [todo dia]</i> <i>média: 3 [4-6 vezes/semana]</i> <i>ocasional: 2 [1-3 vezes/semana]</i> <i>baixa: 1 [menos de 1 vez/semana]</i>	3	5
Experiência com tecnologia <i>alta: 5 – faz tudo sem ajuda</i> <i>baixa: 1 – precisa de muita ajuda</i>	4	5
Atitude perante tecnologia <i>adora: 5</i> <i>odeia: 1 (só usa porque é obrigado)</i>	4	5
Formas de compras mais utilizadas	1 – Loja física; 2 – Representantes; 3 – Online.	1 – Online; 2 – Loja física; 3 – Representantes.

Aplicações mais utilizadas	1 – Ferramenta de busca; 2 – E-mail; 3 – Sites de interesses pessoais.	1 – Ferramenta de busca; 2 – Lojas online; 3 – Redes sociais; 4 – E-mail.
----------------------------	--	---

### 2.1.2 Persona

*Amanda Elizabeth Monteiro, universitária - “a aparência nos faz mais úteis”*



Amanda Elizabeth Monteiro, 20 anos, é uma universitária que adora frequentar salões de beleza. Além disso, ela ama as novidades tecnológicas, ao qual utiliza-a para resolver muitos dos seus problemas, tais como comprar produtos e pesquisar dicas de beleza. Ela tenta aproveitar ao máximo o que a internet oferece com relação à aparência pessoal e as facilidades de compra e venda pela internet.

Elizabeth gostaria ter a disposição um sistema que permitisse ela marcar horários no salão em que frequenta. Além disso, ela gostaria que o site disponibilizasse dicas de beleza e ofertasse produtos de que possa-os comprar. Ela costuma sempre frequentar o mesmo salão de beleza, então, ela gostaria que o site possibilitasse cadastro de usuários para que ela pudesse efetuar pagamentos on-line. Elizabeth ainda acha que o site deve descrever para os visitantes todos os serviços ofertados pelo salão.

### 2.1.3 Cenário

- Agendamento de horário em um salão de beleza, adquirir produtos que são vendidos neste estabelecimento e gerenciamento dos agendamentos pela dona do salão de beleza.

Atores: Luiza Pereira (dona), Clarisse Campos (cliente), Marina Correa (cliente)

Luiza Pereira é dona de salão de beleza a seis anos, ela sempre está atualizada sobre as novidades do seu ramo de atuação, seja em lojas ou feiras, ou em sites especializados. Ela tem um grande número de clientes e está a todo tempo agendando horários destes na sua planilha do Excel, porém ela enfrenta problemas com conflitos de horários e quase sempre tem que estar consultando a planilha para verificar se um certo horário está disponível ou não. Luiza possui um e-mail e uma rede social, mas acha que esses meios não são tão eficientes para os agendamentos dos clientes. Ela gostaria ter uma ferramenta gerenciasse os horários e verificasse a disponibilidade. A sua cliente Clarisse Campos sempre utiliza os serviços do salão de beleza e marca com antecedência o seu atendimento. Ela tem sempre à mão os contatos de Luiza, mas nem sempre consegue efetuar ligações devido a eventos externos, como: falta de sinal no celular ou o celular da sua cabeleireira é de outra operadora. Clarisse não usa o computador com muita frequência, apenas usa a sua rede social e as vezes pesquisa sobre assuntos do seu interesse. Marina também é cliente de Luiza, e além de usar seus serviços, também adquire os produtos que são vendidos no salão. Ela sempre costuma fazer compras online, e gostaria que os produtos de Luiza estivessem disponíveis em um site, pois seria mais fácil de adquirir e efetuar pagamentos, considerando que ela mora distante do salão.

### Análise do cenário

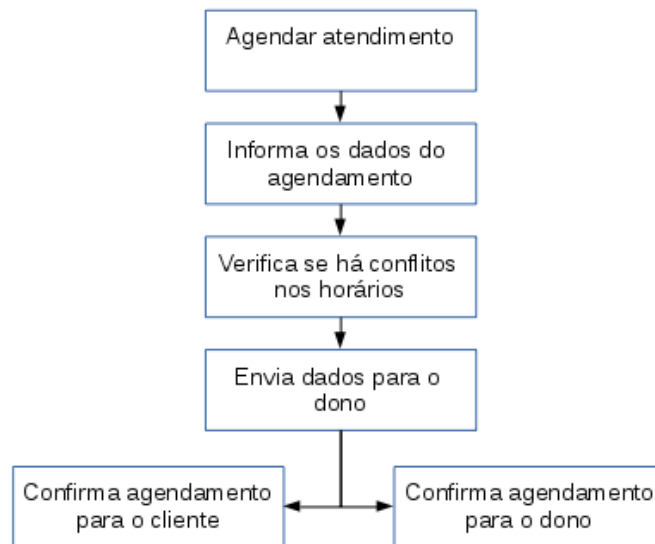
- Pontos problemáticos:

- Dificuldade no gerenciamento de agendamentos, na questão de verificar e estar sempre

- anotando os horários;
- Apenas uma forma de vender os produtos (estabelecimento físico);
- Problemas para agendar horários, por parte dos clientes;
- Dificuldade para adquirir os produtos, por morar distante do salão ou para efetuar pagamento;

#### 2.1.4 Tarefas

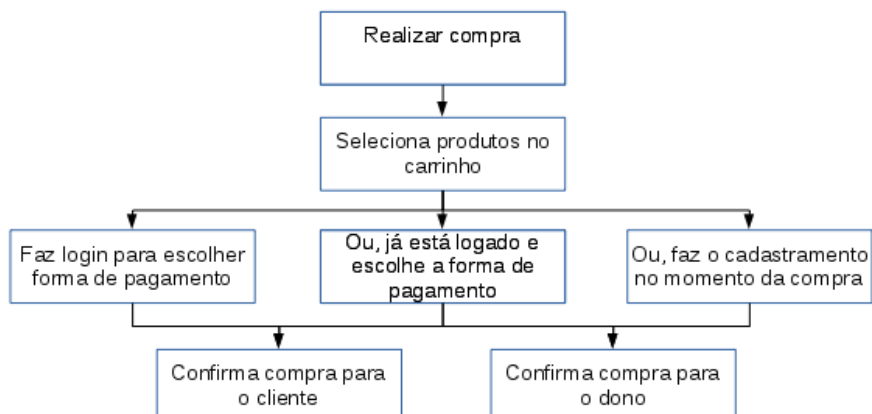
##### 2.1.4.1 Tarefa de agendamento de horário



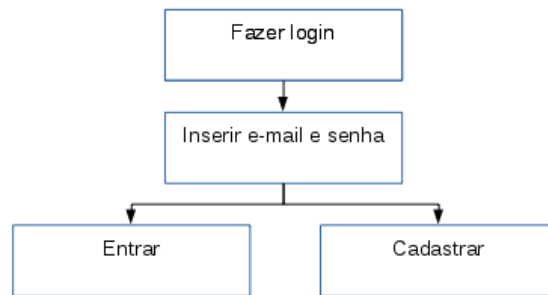
##### 2.1.4.2 Tarefa de cadastramento



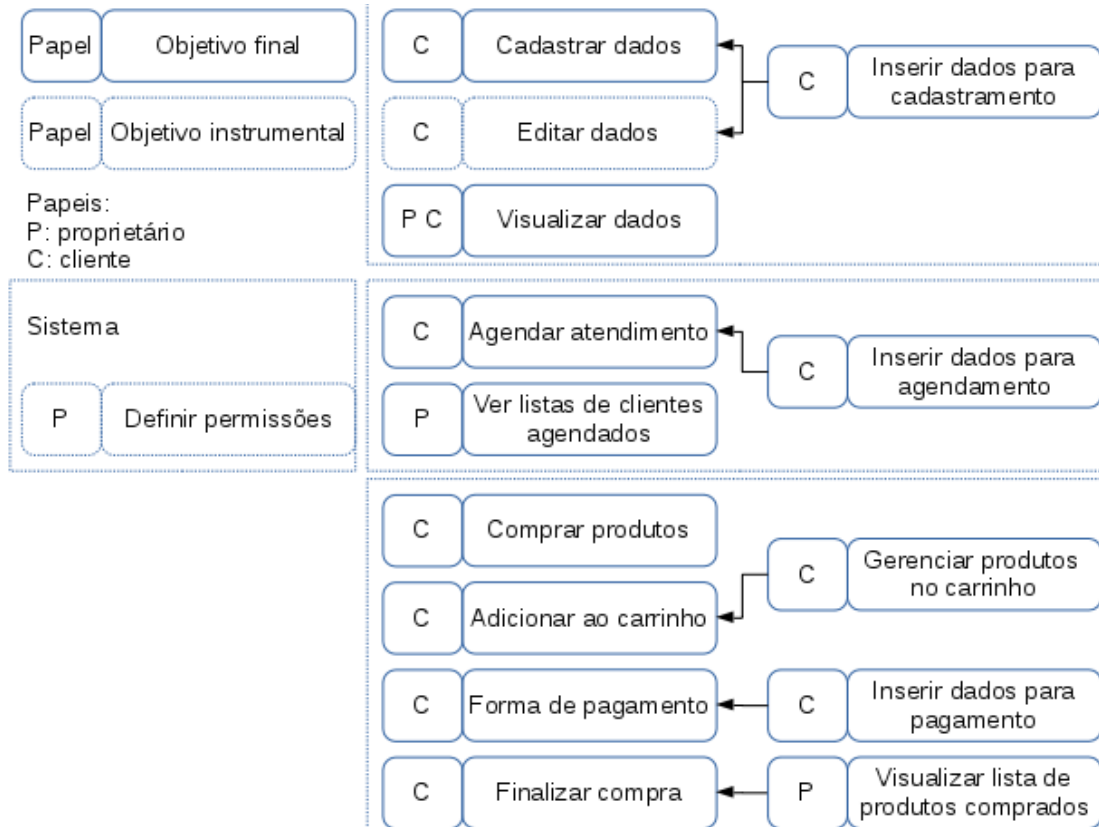
##### 2.1.4.3 Tarefa de realizar compras



##### 2.1.4.4 Tarefa de login

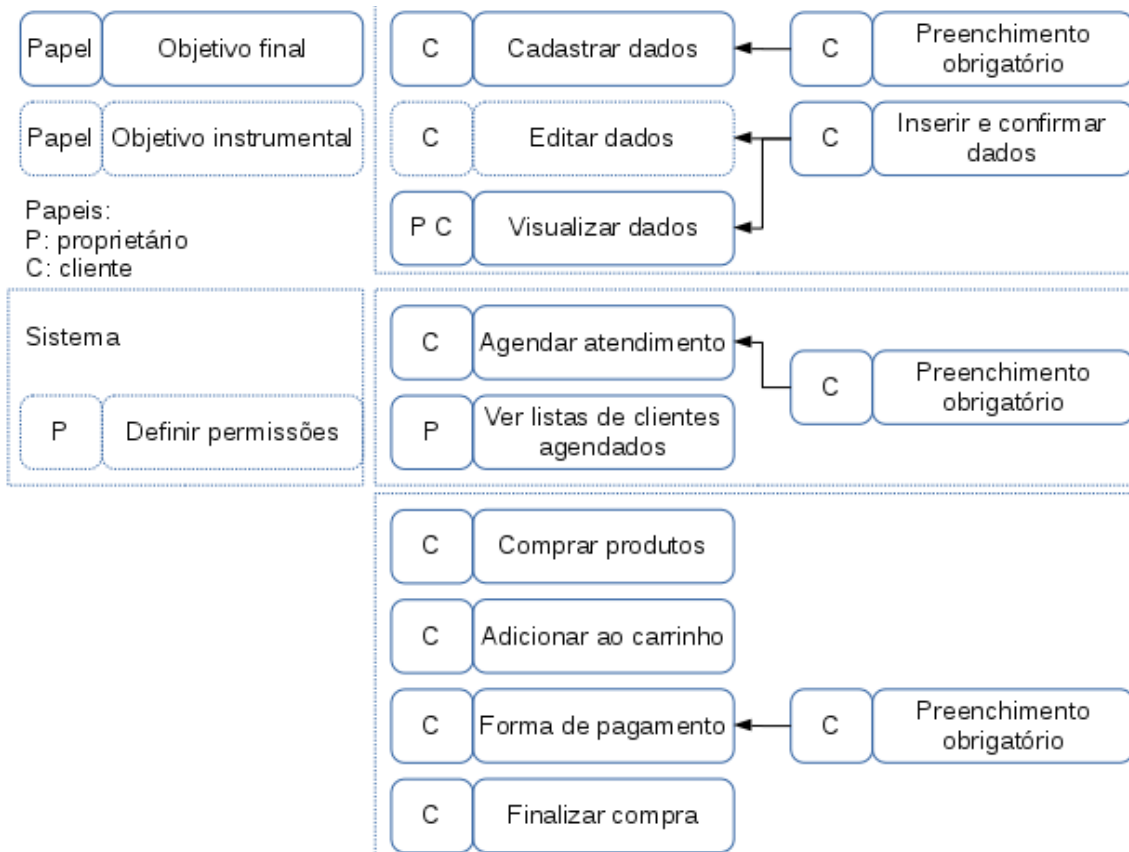


### 2.1.5 Objetivos

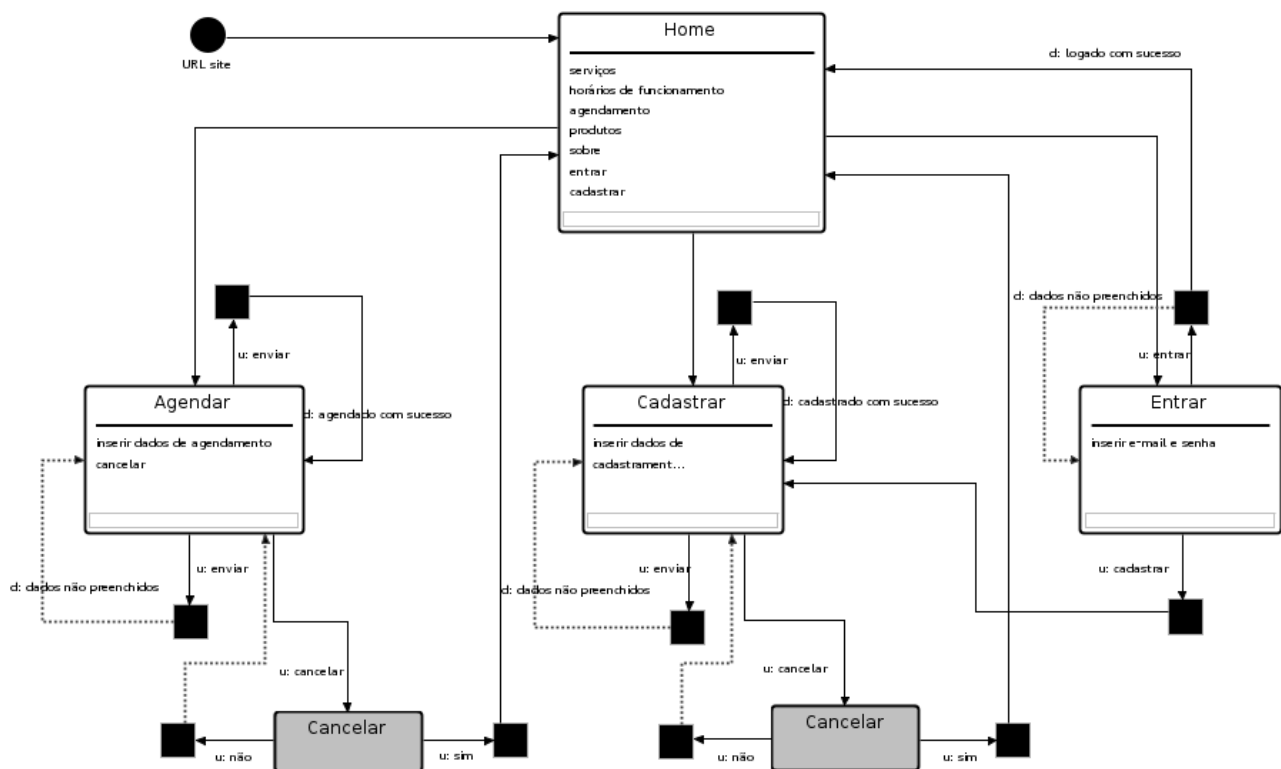


### 2.2 Síntese (Intervenção)

### 2.2.1 Tarefas, signos e rupturas



### 2.2.2 Diagrama MoLIC



### 2.2.3 Protótipo de baixa fidelidade

### 2.2.3.1 Home

Logo	<b>Home</b>	Serviços	Horários	Produtos	Entrar	Cadastrar
------	-------------	----------	----------	----------	--------	-----------

Link interno

Breve descrição

Produto	Produto	Produto	Produto	Produto
Descrição Preço	Descrição Preço	Descrição Preço	Descrição Preço	Descrição Preço

#### 2.2.3.2 Serviços

Logo	<a href="#">Home</a>	<b>Serviços</b>	<a href="#">Horários</a>	<a href="#">Produtos</a>	<a href="#">Entrar</a>	<a href="#">Cadastrar</a>
Link interno						
Listagem de serviços oferecidos						

### 2.2.3.3 Horários

[illegible]

#### 2.2.3.4 Agendamento

Logo	<a href="#">Home</a> <a href="#">Serviços</a> <a href="#">Horários</a> <a href="#">Produtos</a> <a href="#">Entrar</a> <a href="#">Cadastrar</a>
------	--

Link externo

Agendamento

Nome:   
Tipo de serviço:   
Detalhes do serviço:  
  
Data:  Hora:

Limpar

Cancelar

Cadastre-se

#### 2.2.3.5 Produtos

Logo	<a href="#">Home</a> <a href="#">Serviços</a> <a href="#">Horários</a> <a href="#">Produtos</a> <a href="#">Entrar</a> <a href="#">Cadastrar</a>
------	--

Produtos ofertados	Link externo			
Produtos ofertados	Produto	Produto	Produto	Produto
Produtos ofertados	Descrição Preço	Descrição Preço	Descrição Preço	Descrição Preço
Produtos ofertados	Produto	Produto	Produto	Produto
Produtos ofertados	Descrição Preço	Descrição Preço	Descrição Preço	Descrição Preço

#### 2.2.3.6 Entrar



Logo	<a href="#">Home</a>	Serviços	Horários	Produtos	<b>Entrar</b>	Cadastrar
------	----------------------	----------	----------	----------	---------------	-----------

Popup

E-mail:

Senha:

#### 2.2.3.7 Cadastrar

Logo	<a href="#">Home</a>	Serviços	Horários	Produtos	Entrar	<b>Cadastrar</b>
------	----------------------	----------	----------	----------	--------	------------------

Link externo

Nome:


Sexo:

Data Nasc:

CPF:

#### 2.2.4 Protótipo de baixa fidelidade


#### 2.2.4.1 Home

HomeNossos ServiçosDisponibilidadeProdutosSobreEntreCadastre-se


# Salão Beauty Place

Mussum ipsum cacilds, vidis litro abertis. Consetis adipiscings elitis. Pra lá , depois divoltis porris, paradis. Paisis, filhis, espiritis santis. Mé faiz elementum girarzis, nisi eros vermeio, in elementis mé pra quem é amistosis quis leo. Manduma pindureta quium dia nois paga. Sapien in monti palavris qui num significa nadis i pareci latim. Interessantiss quisso pudia ce receita de bolis, mais bolis eu num gostis.


Suco de cevadiss, é um leite divinis, qui tem lupuliz, matis, aguis e fermentis. Interagi no mé, cursus quis, vehicula ac nisi. Aenean vel dui dui. Nullam leo erat, aliquet quis tempus a, posuere ut mi. Ut scelerisque neque et turpis posuere pulvinar pellentesque nibh ullamcorper. Pharetra in mattis molestie, volutpat elementum justo. Aenean ut ante turpis. Pellentesque laoreet mé vel lectus scelerisque interdum cursus velit auctor. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam ac mauris lectus, non scelerisque augue. Aenean justo massa.




Prancha  
R\$ 120,00




Prancha  
R\$ 135,00



Escova  
R\$ 99,00



Kit  
R\$ 110,00



Kit  
R\$ 130,00

#### 2.2.4.2 Nossos serviços

HomeNossos ServiçosDisponibilidadeProdutosSobreEntreCadastre-se

### Cuidados com o seu cabelo

- Escova
- Chapinha
- Progressiva
- Selagem
- Pintura

### Cuidados com a sua pele

- Limpeza
- Depilação
- Maquiagem
- Clareamento

### Cuidados com a suas unhas

- Manicure
- Pedicure
- Adesivos


#### 2.2.4.3 Disponibilidade

Salão de Beleza

HomeNossos ServiçosDisponibilidadeProdutosSobreEntreCadastre-se

Nossos horários

#### 2.2.4.4 Agendamento

Salão de Beleza

HomeNossos ServiçosDisponibilidadeProdutosSobreEntreCadastre-se

Agendamento

Nome completo:

Tipo de atendimento:  

☐ Cabelo

☐ Unhas

☐ Pele

O que você deseja?

Detalhe o seu atendimento

Data:  Hora:


\* Preenchimento obrigatório

Limpar

Cancelar

Enviar

#### 2.2.4.5 Produtos



Máscaras

Selagem

Tintura

Chapinhas

Secadores

Pele

Creme clareador

Creme para acne

Creme para mãos

Creme para pés

Creme para acne

Creme depilador

Unhas

Home

Nossos Serviços

Disponibilidade


Produtos

Sobre


Entre

Cadastre-se


### Produtos




Chapinha GA.MA Italy  
Ceramic Infrared  
R\$ 120,00




Chapinha GA.MA Italy  
Ceramic Infrared  
R\$ 120,00




Chapinha GA.MA Italy  
Ceramic Infrared  
R\$ 120,00




Chapinha GA.MA Italy  
Ceramic Infrared  
R\$ 120,00




Chapinha GA.MA Italy  
Ceramic Infrared



Chapinha GA.MA Italy  
Ceramic Infrared



Chapinha GA.MA Italy  
Ceramic Infrared



Chapinha GA.MA Italy  
Ceramic Infrared

#### 2.2.4.6 Sobre

### Nossos salões

Cidade tal - endereço tal

Cidade tal - endereço tal

Cidade tal - endereço tal

### Contato

tel.: XXXX - XXXX

tel.: XXXX - XXXX

example@email.com

### Redes sociais

 [facebook.com/salao](https://facebook.com/salao)

 [twitter.com/salao](https://twitter.com/salao)

 [instagram.com/salao](https://instagram.com/salao)

#### 2.2.4.7 Entrar



## 2.3 Avaliação

### 2.3.1 Método de inspeção semiótica

#### 2.3.1.1 Metacomunicação

- Popup de confirmação e cancelamento: a comunicação do designer é utilizada de forma a enviar um *feedback* ao usuário, em se tratando de confirmação de cadastramento ou agendamento realizados nos formulários disponíveis no site. Na parte de cancelamento, o usuário é notificado com uma popup ao clicar em cancelar o cadastramento, tendo a opção de voltar ao cadastramento ou cancelá-lo e migrar à página principal.
- Foco ou aviso em campos não preenchidos: neste ponto não é permitido que o usuário realize agendamento ou cadastro sem ter primeiramente preenchido todos os campos obrigatórios.
- Máscaras em campos de preenchimento: nesse recurso de designer, são disponibilizados exemplos de preenchimento dos formulários.
- Verificação de data e hora de agendamento: não é permitido que o usuário insira datas e horas em formatos inválidos. E no campo data não é possível agendar com data anterior ao dia em questão.

#### 2.3.1.2 Signos dinâmicos

- Popup entrar: esta popup é ativada ao clicar no item do menu “Entrar” em qualquer página referente ao site.
- Menu vertical e horizontal: o menu horizontal possui submenus que são ativados ao longo da navegação. Já o menu vertical só é visualizado na parte de produtos ao clicar no item “Produtos”.

#### 2.3.1.3 Signos estáticos

- Logomarca: a logomarca está presente em todas as páginas do site, ao clicar sempre redireciona à página inicial.

## 3 ELEMENTOS DE INTERFACE

### 3.1 Disposição espacial

A organização dos elementos de texto, background, menus, imagens, links e popups dos layouts se deram por divs hierárquicas e utilizando em todos os componentes como unidade de medidas a propriedade “em”, visando torná-los responsivos.

### 3.2 Janelas

Todos os elementos que compõem o layout foram programados para ocupar todo o espaço disponível no navegador, mesmo sendo em resoluções de telas de tamanhos diferentes. A propriedade de medida “em” utilizada proporciona que o layout se adapte às janelas do navegador. Com isso, o usuário ao utilizar o web site não precisará ajustá-lo à sua resolução.

### 3.3 Tipografia e símbolos não tipográficos

Todos os elementos de texto do web site foram programados de acordo com a sua ênfase na

página, como nome do salão na página inicial, a descrição do salão, dos serviços e horários. O objetivo de usar diferentes tamanhos, e sendo a maioria em tamanhos relativamente grandes, foi o de proporcionar conforto ao usuário ao ler aquelas informações, sem a necessidade de aumentar o zoom da página. Contudo, se isso se fizer necessário, ao aumentar o zoom, as fontes se adaptam de acordo com o valor.

Elementos como imagens, hr, fieldsets também foram dispostas na propriedade “em” para adaptarem-se às resoluções.

### 3.4 Cores

Foram utilizadas cores em tons de vermelho e pastel nos menus, backgroundse e textos.

Maroon	#800000	(128,0,0)
DarkRed	#8B0000	(139,0,0)
FireBrick	#B22222	(178,34,34)
Brown	#A52A2A	(165,42,42)
Coral	#FF7F50	(255,127,80)
PeachPuff	#FFDAB9	(255,218,185)

### 3.5 Animações

Foram utilizadas transições de telas no momento em que um popup de cancelamento é ativado pelo clique do botão cancelar do cadastramento e agendamento. E também no popup para logar no sistema.

## 4 Elementos de ação

### 4.1 Preenchimento de campos

O preenchimento de campos dá-se de duas formas: obrigatória e opcional. Os campos obrigatórios levarão informações importantes para o sistemas, tais como usuário e senha; Caso o usuário não preencha esses campos, eles serão ou marcados, com bordas vermelhas, ou aparecerá alguma mensagem apontando o erro para o usuário. Os campos obrigatórios têm ainda máscaras que mostram para o usuários exemplos de como devem ser preenchidos os campos.

### 4.2 Seleção

Os itens de seleção são encontrados nos menus, cadastros, agendamentos, produtos e botões. No menu principal, quando selecionado algum item, o usuário será levado a parte ou a página conveniente ao item selecionado. Quando o mouse for posto sobre os itens esse é destacado dos demais com alguma animação.

Na página agendamentos encontra-se checkboxes, os quais o usuário deve selecioná-los, para que o sistema obtenha o tipo de atendimento desejado; além disso, a pagina tem três botões: limpar, para limpar o formulário, cancelar, para cancelar o agendamento e enviar, que envia as informações preenchidas para o servidor. Na página cadastro, as ferramentas de seleção disponibilizadas são a de

escolher um arquivo do computador para enviar ao servidor, spinner que o usuário deve selecioná-los afim de o sistema obter informações importantes e, também, os três botões descritos no agendamentos, com as mesmas funcionalidades.

Na página produtos, além do menu superior, o usuário poderá selecionar itens de um menu lateral. Esses itens dizem respeito a filtros de produtos para visualização no conteúdo principal.

## **5 Vocabulário e padrões**

### **5.1 Terminologia**

O uso da linguagem se encontra na forma culta da língua portuguesa. Apesar de o estilo dos usuários ser em sua maioria jovens, o uso de dialetos poderia por ocasionar conflitos nos usuários, por variar entre as regiões.

### **5.2 Tipos de tela**

A tela principal é a tela home (início); nela encontra-se as principais informações de uso rápido: conteúdo abordando passos para determinada finalidade, alguns produtos disponíveis, serviços oferecidos pela empresa, horários de atendimento e informações de localização e contato.

Uma outra tela é a de agendamento, a qual tem o propósito de o cliente poder agendar alguma visita a empresa. Além dela, o sistema ainda tem a tela produtos que disponibiliza ao usuário produtos para venda. Por fim, a tela cadastro oferece ao cliente a possibilidade de se cadastrar no sistema.

### **5.3 Sequência de diálogos**

O sistema disponibiliza *feedbacks* para os usuários conforme eles utilizam o sistema. Há confirmações para cadastro, login, nas opções de cancelar, quando os usuários não preenche campos obrigatórios ou quando preenche campos com dados inválidos. Sempre que não há o preenchimento de campos obrigatórios, ou se foi preenchido incorretamente, o sistema não permite o usuário prosseguir até que ele preencha como solicitado.