

CENTRO PAULA SOUZA

ESCOLA TÉCNICA ETEC DE POÁ

Curso Técnico Integrado ao médio de Informática para internet

Cesar Henrique Paiana

Hernani Rafael Santos Ribeiro

Yaathe Management

Conectando mentes criativas para encantar o mundo

Poá

2021

Cesar Henrique Paiana
Hernani Rafael Santos Ribeiro

Yaathe Management
Conectando mentes criativas para encantar o mundo

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso Técnico em informática para Internet da Etec Poá, orientado pelo Prof. Kelly, como requisito parcial para obtenção do título de técnico em informática para internet.

Poá

2021

EPÍGRAFE

“A observação é uma das minhas artes preferidas. Pois, percebi que a vida nada mais é do que aquilo que percebemos ”.

- Thiago Figueiredo

RESUMO

O Yaathe Management é uma rede para criação, o compartilhamento e a apreciação da arte, nossa missão é facilitar a vida dos profissionais dessa área, que muitas das vezes sofrem de dificuldades para a produção de suas obras seja no cunho financeiro, quanto social. Nosso slogan resume nossas pretensões, “Conectando mentes criativas para encantar o mundo”, essa ideia resume nosso plano estratégico, queremos criar um ambiente prospero para criação de ideias, e gerar visibilidade para estes profissionais para o público consumidor ou as empresas. Durante o projeto buscamos realizar pesquisas afim descobrir o público desta área, com os dados descobrimos como situação do setor para os profissionais é precária, pois poucos possuem acesso a ferramentas para divulgação de seus projetos. Quando iniciamos a criação do site, avaliamos quais ferramentas seriam necessárias para gerar um engajamento com plataforma, uma delas foram as TAG`s que facilitam as buscas dos clientes, produtores e investidores. Quando pensamos em arte associamos muitas vezes com obras eruditas ou figuras monumentais, contudo a arte faz parte de nossa vida diariamente seja quando lemos uma notícia ou vamos até um museu, ela é uma cultura modal que se adaptadas das mais diversas formas para expressar suas ideias, aparecendo em um cartaz de loja, um folder ou uma campanha de marketing, o profissional de arte por trás dessas peças, expressa uma mensagens direta ou indireta, com o intuito de chegar até o expectador, e gerar uma reflexão ou analise. A arte é a forma mais bela de expressar uma mensagem pois a partir dela existem infinitas possibilidades de ter uma nova visão deste mundo e suas lindas obras de “Arte”.

ABSTRACT

Yaathe Management is a network for the creation, sharing and appreciation of art, our mission is to make life easier for professionals in this area, who often suffer from difficulties in the production of their works, both financially and socially. Our slogan sums up our pretensions, "Connecting creative minds to enchant the world", this idea summarizes our strategic plan, we want to create a thriving environment for the creation of ideas and generate visibility for these professionals to the consuming public or companies. During the project we sought to carry out research to discover the public in this area, with the data we discovered how the situation in the sector for professionals is precarious, as few have access to tools to publicize their projects. When we started creating the site, we evaluated which tools would be needed to generate engagement with the platform, one of which was the TAG`s that facilitate the searches of customers, producers and investors. When we think of art, we often associate it with erudite works or monumental figures, however art is part of our daily life, whether we read a news item or go to a museum, it is a modal culture that adapts itself in various ways to express its ideas , appearing on a store poster, a folder or a marketing campaign, the art professional behind these pieces expresses a direct or indirect message, in order to reach the viewer and generate reflection or analysis. Art is the most beautiful way to express a message because from it there are infinite possibilities to have a new vision of this world and its beautiful works of "Art".

Lista de Ilustrações

| | |
|--|----|
| Figura 1 – Modelo Scrum..... | 17 |
| Figura 2 – Canvas..... | 19 |
| Figura 3 – Tela Inicial..... | 27 |
| Figura 4 – Tela de Login..... | 28 |
| Figura 5 – Tela de Cadastro..... | 28 |
| Figura 6 – Tela de Chat..... | 29 |
| Figura 7 – Tela de Equipe..... | 30 |
| Figura 8 – Tela de Rascunho..... | 30 |
| Figura 9 – Tela de Perfil..... | 31 |
| Figura 10 – Tela de Perfil modo escuro..... | 32 |
| Figura 11 – Tela de Perfil preto e branco..... | 32 |

SUMÁRIO

| | |
|--|-----------|
| 1. INTRODUÇÃO | 8 |
| 1.1. ANÁLISE DE MERCADO | 10 |
| 1.2. PROBLEMA | 12 |
| 1.3. JUSTIFICATIVA | 12 |
| 1.4. HIPÓTESE | 13 |
| 1.5. OBJETIVO GERAL | 14 |
| 1.5.1. OBJETIVO ESPECÍFICO | 14 |
| 2. METODOLOGIA..... | 15 |
| 2.1. ANÁLISE DE REQUISITOS | 15 |
| 2.1.1. Lista dos Requisitos Funcionais | 15 |
| 2.1.2. Lista dos Requisitos não Funcionais | 16 |
| 2.2 TÉCNICAS UTILIZADAS | 16 |
| 2.3. MODELO DE DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE..... | 17 |
| 2.5. CANVAS | 18 |
| 3. ANÁLISE DE SISTEMAS | 20 |
| 3.1. ANÁLISE DE BANCO DE DADOS..... | 20 |
| 3.1.1. DICIONÁRIO DE DADOS | 20 |
| 3.1.2. MER | 23 |
| 4. PLANO DE DIVULGAÇÃO..... | 24 |
| 4.1. FORMAÇÃO DA EMPRESA | 24 |
| 4.2. LOGO E SLOGAN | 24 |
| 4.3. MISSÃO, VISÃO E VALORES | 25 |
| 4.4 DIVULGAÇÃO..... | 25 |
| 5. PROTÓTIPO | 27 |
| 5.1. TELAS E FUNCIONALIDADES | 27 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS | 33 |
| REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 34 |

1. INTRODUÇÃO

Nossa esfera de busca nos leva a compreender e entender a arte e como ela se difundiu a longo do tempo, é um processo complexo pois a arte passou por diversas mudanças, porém seu significado continua sendo o mesmo: “transmitir uma mensagem, sentimento ou ideia de forma única e expressiva”.

A história da arte acompanha desde o início a história do ser humano e apesar do termo “Arte Narrativa” se manifestar apenas após a década de 1960, as primeiras obras identificadas do tipo são da idade do bronze. Por arte narrativa se entende diversas formas de artes visuais como vídeos, esculturas, fotografias, pinturas, ilustrações e vitrais sobre diversos suportes como tijolos, paredes, telas, faixas de bronze, colunas e outros que tem como objetivo final apresentar um acontecimento ou história fictícia ao leitor.

A história dessa arte revela a importância dela, como por exemplo a obra Paleta de Narmer descoberta em 1989, uma das primeiras manifestações dessa arte, é uma escultura em baixo relevo que conta a história da unificação do baixo e do alto Egito que na época ficou sob o poder do faraó Narmer, outro grande exemplo são as inúmeras obras relacionadas a vida de Cristo e a passagens bíblicas que preservaram a cultura e a religião, complementaram o entendimento e principalmente auxiliaram na sua disseminação e na transferência de informações para a população majoritariamente analfabeta na idade média. Como pontua Mário Feijó:

Não era apenas decorativo, mas também e principalmente, registrar acontecimentos ou reforçar mitologias e crenças religiosas. Por quê? Porque a comunicação por meio de imagens reconhecíveis sempre permitiu que se atingisse um público muito mais amplo do que aquele capaz de ler no sentido tradicional (ler palavras e frases), ou seja, o público alfabetizado. [...]. Na Idade Média, por exemplo, a igreja abusava da arte sequencial para divulgar episódios da vida dos homens santos ou histórias religiosas junto a fiéis de pouca educação formal (FEIJÓ, 1997, p.14).

Depois do surgimento e da difusão da escrita essas obras começaram a se alinhar cada vez mais, dando início tempos atrás a estruturas como jornais, cartuns, charges, revistas, tirinhas, graphic novels, histórias em quadrinhos, entre outros.

Já a arte em forma de ilustrações em livros também é antiga, muitas vezes até muito bem detalhadas, no passado eram presentes principalmente em livros bíblicos e enciclopédias, são exemplos de antigas obras: O fragmento de Quedlinburg Itala, A Coluna de Trajano, a Tapeçaria de Bayeux, entre outros.

Durante muito tempo houve um elitismo cultural, onde as manifestações artísticas se concentraram na aristocracia ou na nobreza, entretanto, com o passar dos séculos a arte foi sendo difundida pelo público, hoje em pleno século 21 com os avanços na área de comunicação e tecnologia não é muito difícil tirar uma fotografia ou pedir um autorretrato pintado, com o aumento da velocidade da internet que entrava na era dos megabytes por segundo, isso possibilitou que as redes sociais começassem a crescer e se espalhem pela web, segundo a pesquisa do We Are Social de janeiro de 2021, 4,2 bilhões de pessoas no mundo usam redes sociais e 4,66 bilhões de pessoas usam a internet ao redor do globo, logo o compartilhamento de vídeos e imagens aumenta exponencialmente, abrindo cada vez mais as portas para o consumo de mídias digitais. A arte digital nessas redes pode ser manifestada de várias formas além das já citadas, se estendendo desde campanhas de marketing aos memes.

A área de produção artística digital sofreu vários processos evolutivos ao longo dos últimos anos, no começo deste período era necessário pagar uma fortuna para ter acesso a um software de criação artística, agora eles muitas das vezes não possuem custo algum, também não é mais tão essencial um suporte robusto de exposição como museus, galerias e outros espaços físicos, o espaço digital facilitou o desenvolvimento, a exposição, a difusão de conhecimentos e outros, porém apesar desses recursos ainda existem muitos fatores que dificultam a viabilidade de produzir essas obras para artistas independentes, como falta de dinheiro, falta de público consumidor, como destaca o ilustrador André Ducci:

"Precisa conseguir conquistar o seu público. Eu, por enquanto vivo, das minhas ilustrações, e as HQs acabam sendo projetos esporádicos. Acho que são os desafios de qualquer segmento artístico. Chamar atenção das editoras e do público. No Brasil, temos o adicional de não ser comum consumir cultura de qualquer tipo"(DUCCI, André, 2019 apud VIEIRA, Nathan).

Além das dificuldades externas, a criação de grandes projetos e obras bem elaboradas é difícil e complexa, como descreve a ilustradora Fernanda Torquato:

“Cada um tem o seu jeito de desenvolver, o meu é escrevendo o roteiro primeiro. Em seguida eu busco por referências de estilo, paleta de cor, design de personagens. Daí é hora de fazer o storyboard, pra ver como encaixar as histórias nos quadros e definir quantas páginas terá, ou encaixar no número de páginas necessário, caso sejam limitadas. Depois é hora do primeiro rascunho, que demora bem porque tem que pegar todo o storyboard e colocar a perspectiva e posições de anatomia corretos. Depois de pronto, imprimo e passo pro papel de aquarela pela mesa de luz. Então começo a finalizar com o material que eu escolhi aquarela, lápis de cor, guache, o que for. Uma vez pronto, eu escaneio tudo e no Photoshop acrescento os balões e texto. Faço alguma correção de cor ou traço se necessário. E é isso!” (TORQUATO, Fernanda, 2019 apud FERREIRA, Luana).

1.1. ANÁLISE DE MERCADO

Este mercado recebeu um apoio tecnológico imenso nas últimas décadas, o surgimento de softwares de desenho, pintura digital, edição de imagens, edição de vídeos e equipamentos como mesas digitalizadoras, câmeras fotográficas, entre outros.

As movimentações econômicas mais atraentes desse mercado se concentram na América do Norte, de acordo com o levantamento da Comichron e da ICv2 constatou-se que a venda de Graphics novels e HQs durante a pandemia no ano de 2020 atingiu o seu recorde, movimentando aproximadamente 1.28 Bilhões de dólares, sendo 160 milhões de dólares de produtos digitais.

Já no Brasil em 2019, como a mudança geral neste segmento, em uma pesquisa do Poder360 feita com alguns dos jornais diários brasileiros mais relevantes constatou-se que o consumo de jornais digitais superou os impressos que tiveram uma redução de 51,7% de seus leitores de dezembro de 2014 a outubro de 2019. Considerando que em 2020 com pandemia do covid-19, grande parte das mídias físicas foi abandonada devido aos riscos de contaminação, o

acontecimento gerou um aumento geral de produtos digitalizados, como exemplo a plataforma de e-books brasileira Skeelo apresentou um crescimento de 275% no consumo de seus produtos durante o período de confinamento, relacionando o primeiro trimestre de 2020 e de 2021. Ainda outra pesquisa feita pela GfK (Growth from knowledge) mostraram que as histórias em quadrinhos passaram do quinto gênero mais consumido para o segundo gênero mais consumido durante a pandemia, mudando a balança de consumo no mundo da grande maioria dos leitores, passando agora a consumir suas revistas e HQs através de dispositivos digitais. Alguns desses pontos positivos são ressaltados na matéria do jornal da USP “A pandemia de covid-19 e o mercado de arte brasileiro, primeiros efeitos”:

“Apesar da pandemia ainda estar em curso, já é possível entender algumas consequências desta na dinâmica do mercado de arte. A rápida adesão à modalidade virtual, apesar dos percalços, tem gerado resultados positivos para os agentes, demonstrando que a presença virtual será cada vez mais forte nos próximos anos, aumentando as iniciativas das galerias em redes sociais, *on-line viewing rooms* e novas possibilidades que possam surgir futuramente. A inserção do virtual trouxe alguns benefícios no que se refere à internacionalização do mercado de arte, uma vez que permitiu o acesso a um público amplo, antes restrito devido a dificuldades geográficas” (PEREZ, Cassia; MARMIROLI, Erico, 2021).

Apesar da face positiva no consumo e venda de produtos online, muitos dos artistas sentiram o impacto da pandemia, uma vez que muitas vendas eram feitas em eventos que deixaram de acontecer:

"As vendas maiores eram feitas por meio de feiras, que foram todas canceladas em decorrência da pandemia. E quando um país enfrenta uma crise como essas, a venda de trabalhos artísticos cai bastante porque as pessoas acabam precisando focar na praticidade e nas contas que precisam serem pagas". (GULLICH, Gabriela apud VIEIRA, Nathan).

As pesquisas, demonstraram algumas plataformas da área de Artes digitais, no caso a domestika é uma plataforma que gerencia cursos de professores, artistas e outras pessoas da área da arte, ela é voltada na venda de cursos para a produção áudio visual, a segunda plataforma é amazona kidle devido ela ser uma plataforma para a leitura desde textos a quadrinhos sendo

uma plataforma mundial de vendas e por último temos o Wattpad uma plataforma para escritores e possíveis artistas independentes, você possui acesso a uma rede de divulgação mundial podendo realizar tanto financiamento quanto venda do seu produto quando finalizado, outras plataformas possuem núcleos de influência nas artes digitais, contudo todas as plataformas citadas têm o foco na venda de produtos, não no gerenciamento para a produção dos mesmos, servindo como inspirações e referências para a implementação de recursos na plataforma Facility Create.

1.2. PROBLEMA

Como promover as vias de comunicação entre os profissionais da área de artes digitais entre si e entre as Publisher de quadrinhos e revistas.

1.3. JUSTIFICATIVA

O projeto tem como cunho facilitar as vias de troca de informações, e aumentar a gama de contato das empresas com os profissionais das artes digitais, o principal ideal é desburocratizar os processos de buscas por profissionais da área de arte digital criando uma ponte de comunicação amigável entre profissionais, clientes e editoras, possibilitando um poder de negociação igualitário por ambas as partes, além de criar um ponto de acesso para os produtores independentes de negociação. As pesquisas levaram a uma observação crítica do mercado, o cenário atual na produção de arte digital é muito difícil, para a entrada de novos profissionais na área. Tendo pouco acesso a recursos e ferramentas para a organização de projetos não administrados por corporações. Seguem alguns dados coletados através de enquetes na web.

Na pesquisa realizada pelo grupo com 14 pessoas entre 0 e 35 anos, constatou-se que 78,6% deles têm alto grau de relação com a arte em suas vidas. Novamente 78,6% das pessoas pesquisadas já pensaram ou cogitaram criar uma história em quadrinhos.

Dos entrevistados, 78,6% consideram ser difícil produzir HQs no Brasil, dentre as principais dificuldades votadas estão: baixo investimento monetário 71,4%, pouco incentivo cultural interno 92,9%, pouco investimento governamental no patrimônio cultural 42,9%, falta de conectividade entre os artistas 42,9%. Dos entrevistados 50% responderam que usariam uma plataforma de gerenciamento na produção, e 50% responderam que talvez usariam a plataforma

Este setor apesar de vivo apresenta águas mornas na questão de gerenciamento existem muitas plataformas de vendas e estudos guiados na área de arte digital, contudo pouquíssimas no ramo de gerenciamento. Isto se deve ao fato de os pequenos produtores não gerarem lucros astronômicos, contudo uma plataforma do tipo não só enriqueceria o mercado como quebraria paradigmas basta pegar de exemplo a web comic de One Punch Man, ela veio de um produtor independente que ganhou destaque, posteriormente lançando junto de uma editora mangas oficiais, além disso obras e produções da internet são muito mais orgânicas pois muitas das vezes possuem mais de um cérebro por trás do projeto. Outros problemas encontrados é a falta de esmero de plataformas comuns gerenciamento quanto a esta área, muita das vezes sendo escassos recursos organizacionais e criativos nativos, algo grave para a produção digital quanto mais interconectado mais eficiente o processo pode ficar.

1.4. HIPÓTESE

A partir das pesquisas e análises de mercado verificou-se que criar uma rede de comunicação exclusiva entre os profissionais da área e seus clientes, favoreceria grande parte dos artistas independentes ou iniciantes, permitindo que esses atendam pequenos e grandes projetos, expondo seus trabalhos e atraindo mais atenção do público e dos produtores.

1.5. OBJETIVO GERAL

Facilitar a comunicação entre profissionais da área de arte digital com outros profissionais da área, criando uma ponte de comunicação com as empresas e gerando um vínculo de diálogo com os clientes e produtores.

1.5.1. OBJETIVO ESPECÍFICO

- ◆ Gerar um ambiente propício para a criação de ideias e histórias;
- ◆ Facilitar as vias de comunicação e transporte de documentos;
- ◆ Disponibilizar ferramentas para organização de pessoas, equipes e projetos;
- ◆ Criar visibilidade para projetos independentes a partir da plataforma.

2. METODOLOGIA

O capítulo da metodologia é o responsável por apresentar os métodos que serão usados para desenvolver o projeto, facilitando o entendimento, a organização e o processo de criação do software.

2.1. ANALISE DE REQUISITOS

A análise de requisitos é responsável por definir as funções e necessidades do sistema, nele foi listado a lista de requisitos funcionais e não funcionais respectivamente.

2.1.1. Lista dos Requisitos Funcionais

| Autor: Cesar e Hernani | Revisão: | Data de atualização: 30/08/2021 |
|-------------------------------|-----------------|---|
| Nome | Código | Descrição |
| Cadastro de Usuário | RF01 | Realiza a coleta de informações para criar uma conta na plataforma |
| Login | RF02 | Cria um caminho para entrar na plataforma através do cadastro da conta. |
| Perfil de Usuário | RF03 | Local que dispõe as principais informações do usuário |
| Fazer publicação | RF04 | Cria um bloco com arquivo, mensagem ou imagem |
| Ver Publicação | RF05 | Abre o item da publicação selecionada |
| Excluir Publicação | RF06 | Retira do sistema o item publicado pelo usuário. |
| Chat | RF07 | Local para comunicação entre os usuários |
| Envio de Arquivos | RF08 | Função para o transporte de informações a um destinatário |
| Denuncia | RF09 | Realiza um alerta da publicação ou conduta de usuários e empresas |
| Cronograma | RF10 | Gera uma tabela com os horários e reuniões dentro de um calendário |
| Tipos de Usuário | RF11 | Uma característica que é atribuída ao perfil do usuário para uma identificação prévia |

| | | |
|----------------------|------|--|
| Criar uma equipe | RF12 | Gera um grupo para usuários participarem |
| Convidar para equipe | RF13 | Cria uma carta de convite para outros usuários |
| Entrar em uma equipe | RF14 | Cria uma passagem para ingressar de um grupo. |

2.1.2. Lista dos Requisitos não Funcionais

| Nome | Código | Descrição |
|--|--------|---|
| Acesso à internet | RNF01 | Restrição mínima de velocidade de internet 100kbps. |
| Permissão de compartilhamento de dados | RNF02 | Gera o vínculo com a plataforma e seus dados pessoais. |
| Compatibilidade de sistema | RNF03 | Compatibilidade de Sistemas: Windows 10, Mac OS X, Linux, Android 6 e IOS 8.0 |

2.2 TÉCNICAS UTILIZADAS

As técnicas usadas para o desenvolvimento dos requisitos foram baseadas nas pesquisas feita pelos autores, a pesquisa de mercado e a pesquisa feita pela plataforma Google Forms.

Além das pesquisas também foram realizadas reuniões e a técnica do brainstorming, com o propósito de reunir e selecionar ideias

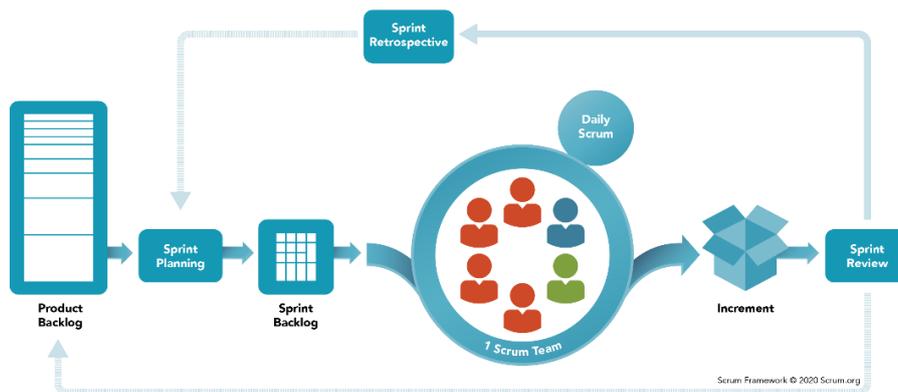
2.3. MODELO DE DESENVOLVIMENTO DE SOFTWARE

O modelo escolhido para o desenvolvimento é o *Scrum*. O *Scrum* é reconhecido como uma metodologia de desenvolvimento ágil (MANIFESTO, 2001). Ele foi fundado em 1993 por Jeff Sutherland e Ken Schwaber, hoje é utilizado por diversas empresas como: Microsoft, Google, BBC, Globo, entre outras.

O modelo *Scrum* se baseia em dividir os processos a serem desenvolvidos em tarefas menores e mais específicas, começando e terminando seus ciclos. As funções são mantidas em uma lista e chamadas de Product Backlog, e antes de começarem a ser desenvolvidas, existe um processo de planejamento para definir as prioridades e metas iniciais, logo após se iniciam as sprints, com o projeto em desenvolvimento a equipe se reúne diariamente numa rápida reunião para sugerir, reportar e se atualizar enquanto as exigências do dia, onde as metas iniciais podem ser adaptadas aos mais recentes parâmetros. Após o final do ciclo a equipe faz uma reunião de revisão e retrospectiva, para assim corrigir ou iniciar um próximo ciclo.

“A idéia central do Scrum é que o desenvolvimento de sistemas envolve diversas variáveis (ambientais e técnicas) e elas possuem grande probabilidade de mudar durante a execução de um projeto (por exemplo: requisitos, prazos, recursos, tecnologias etc.). Estas características tornam o desenvolvimento do sistema de software uma tarefa complexa e imprevisível, necessitando de um processo flexível e capaz de responder às mudanças”. (FRANCO, Eduardo Ferreira; HIRAMA, Kechi, 2007).

Figura 1 – Modelo Scrum



Fonte: <https://www.scrum.org/resources/what-is-scrum>, 2021

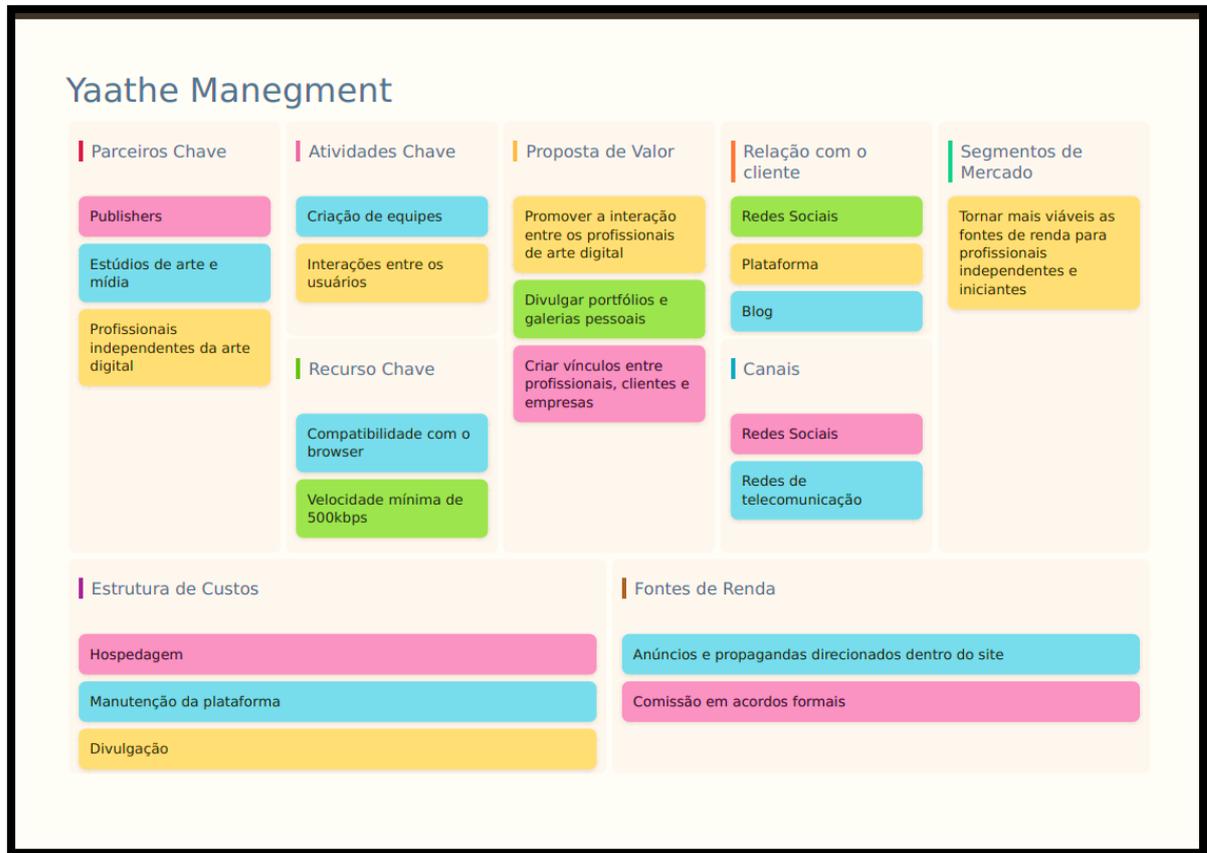
O modelo possui entre seus valores o compromisso, foco, abertura, respeito e coragem (GUIA SCRUM, 2020) e entre suas características únicas, a comunicação com as reuniões constantes, a abertura para um processo adaptativo e auto-organizado, as retrospectivas. Este modelo se adapta ao projeto porque os clientes participam ativamente do projeto o que se tornam mais que essencial para valorizar a opinião e as avaliações de quem de fato usa a plataforma, além disso por se tratar de um projeto que trabalha com processos criativos e colaborativos. Além do potencial que o método tem para ser combinado a outros.

2.5. CANVAS

O Canvas é uma ferramenta de elaboração de estratégias para o seu negócio, foi criado por Alexander Osterwalder e propõe a organização de planejamento em 9 divisões visuais:

- Proposta de valor;
- Segmento de clientes;
- Os canais;
- Relacionamento com Clientes;
- Atividade-chave;
- Recursos principais;
- Parcerias principais;
- Fontes de receita;
- Estrutura de custos.

Figura 2 - Canvas



Fonte: Desenvolvido pelos autores, 2021

3. ANÁLISE DE SISTEMAS

A análise de sistemas é responsável por premeditar e planejar o sistema, para representar as funções e características do sistema com dicionários de dados e modelos.

3.1. ANÁLISE DE BANCO DE DADOS

O banco de dados do projeto contém oito entidades: Usuário, Admin, Publicações, Equipes, Reclamações, Galeria, Sugestões e Chat. Sendo a principal entre elas a entidade Usuário, nela se guardam informações como: o IP do usuário, nome, data de nascimento, e-mail, senhas, informações biográficas e as Tags do usuário.

As entidades Sugestões e Reclamações são um meio direto do Usuário reportar as suas intenções para o administrador(a), ambas possuem atributos referentes ao Id, texto e e-mail para o qual esses relatos e sugestões são enviados.

As entidades Chat e Equipes também estão intimamente ligados, são elas que os usuários utilizarão para se comunicarem e desenvolverem seus projetos e serviços, elas possuem quatro e dois atributos respectivamente.

Pelas entidades Publicações e Galeria o usuário é capaz de expor para demais os seus projetos, questionamentos, entre outros. Essas entidades têm respectivamente cinco e três atributos.

Responsável por gerenciar alguns conteúdos, a entidade Admin se refere ao administrador(a) do sistema, se relacionando direta e indiretamente com todas as outras. Essa entidade possui os seguintes atributos: Id, e-mail e senha.

3.1.1. DICIONÁRIO DE DADOS

Entidade: Usuário

| Atributo | Domínio | Tamanho | Descrição |
|----------|---------|---------|-----------|
|----------|---------|---------|-----------|

| | | | |
|-------------------|----------|-----|--------------------------------|
| Id_usuario | Numérico | | Auto incremento |
| Nome_usuario | Texto | 70 | |
| Data_nasc_usuario | Data | | Formato dd/mm/aaaa |
| email_usuario | Texto | 256 | Formato @ .com |
| senha_usuario | Texto | 100 | |
| bio_usuario | Texto | 500 | |
| tags_usuario | Texto | 256 | |

Entidade: Publicações

| Atributo | Domínio | Tamanho | Descrição |
|------------------|----------|---------|---------------------------------------|
| Id_publicacoes | Numérico | | Auto incremento |
| texto_publicacao | Texto | 4000 | |
| midia_publicacao | Texto | | Formato .png, .jpg, .jpeg, .gif, .mp4 |
| tags_publicacao | Texto | 256 | |
| Data_publicacao | Data | | Formato dd/mm/aaaa |

Entidade: Equipes

| Atributo | Domínio | Tamanho | Descrição |
|----------------|----------|---------|-----------------|
| Id_equipe | Numérico | | Auto incremento |
| num de usuario | Numérico | 40 | |

Entidade: Reclamações

| Atributo | Domínio | Tamanho | Descrição |
|------------------|----------|---------|-----------------|
| Id_reclamacao | Numérico | | Auto incremento |
| texto_reclamacao | Texto | 4000 | |
| email_reclamacao | Texto | 256 | Formato @ .com |
| tipo_reclamacao | Texto | 80 | |

Entidade: Galeria

| Atributo | Domínio | Tamanho | Descrição |
|---------------|----------|---------|---------------------------------------|
| Id_galeria | Numérico | | Auto incremento |
| midia_galeria | Texto | | Formato .png, .jpg, .jpeg, .gif, .mp4 |
| Data_galeria | Data | | Formato dd/mm/aaaa |
| tags_galeria | texto | 256 | |

Entidade: Admin

| Atributo | Domínio | Tamanho | Descrição |
|-------------|----------|---------|-----------------|
| Id_admin | Numérico | | Auto incremento |
| email_admin | Texto | 256 | Formato_@_.com |
| senha_admin | Texto | 100 | |

Entidade: Sugestões

| Atributo | Domínio | Tamanho | Descrição |
|----------------|----------|---------|-----------------|
| Id_sugestao | Numérico | | Auto incremento |
| texto_sugestao | Texto | 4000 | |
| email_sugestao | Texto | 256 | Formato_@_.com |

Entidade: Chat

| Atributo | Domínio | Tamanho | Descrição |
|------------|----------|---------|---------------------------------------|
| Id_chat | Numérico | | Auto incremento |
| Texto_chat | Texto | 4000 | |
| midia_chat | Texto | | Formato .png, .jpg, .jpeg, .gif, .mp4 |
| data_chat | Data | | Formato dd/mm/aaaa |

4. PLANO DE DIVULGAÇÃO

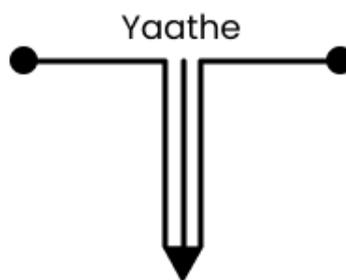
O plano de divulgação é referente as estratégias de marketing e de propagação da marca, é ideal para que mais pessoas conheçam e interajam com a marca, a fim de se tornarem usuários.

4.1. FORMAÇÃO DA EMPRESA

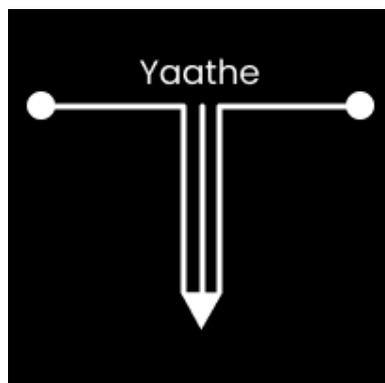
O projeto Yaathe é formado por dois estudantes do técnico em informática para internet da ETEC de Poá, Cesar Henrique Paiana e Hernani Rafael Santos Ribeiro. O projeto foi inspirado na percepção das dificuldades no ambiente da produção cultural brasileiro.

4.2. LOGO E SLOGAN

Logo Versão principal



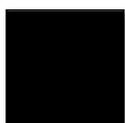
Logo versão preta



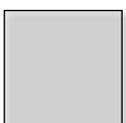
Padrão de Cores



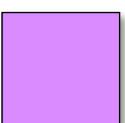
#FFFFFF



#000000



#CCCCCC



#D98BFF

Slogan

“Conectando mentes criativas para encantar o mundo”

O slogan foi criado no intuito de englobar as ideias do projeto, conectar pessoas para, através do processo criativo e do trabalho de desenvolvimento, criar obras afim de encantares o público e os clientes.

4.3. MISSÃO, VISÃO E VALORES

Missão

Oferecer um espaço dinâmico para que artistas produzam suas obras e ajudar o desenvolvimento do mercado cultural no Brasil.

Visão

Se tornar a principal ferramenta de conexão e gerenciamento de produções artísticas no meio digital.

Valores

- Empenho com os usuários;
- Ética;
- Livre manifestação artística;
- Livre de qualquer tipo de discriminação e preconceito.

4.4 DIVULGAÇÃO

Para a divulgação serão usadas contas nas seguintes redes sociais: Facebook, Twitter, Instagram. Promovendo anúncios através das ferramentas Facebook Ads, Twitter Ads, Instagram Ads, Além da divulgação da marca em si,

esses portais sociais também atuam como um meio de contato entre os usuários e a marca.

5. PROTÓTIPO

O protótipo é a versão visual do sistema, apresentando visualmente as principais funções e características do produto final. Todas as imagens foram desenvolvidas pelos autores usando o software de edição Figma.

5.1. TELAS E FUNCIONALIDADES

- **Tela Inicial:** Esta será a primeira tela na qual o usuário vai ter contato, nesta estão dispostas algumas imagens de destaque publicadas na plataforma. Nela encontra-se o acesso a muitas das funções do sistema, como a função equipe, chat, variação de tela, tradução, barra de pesquisa, entre outras.

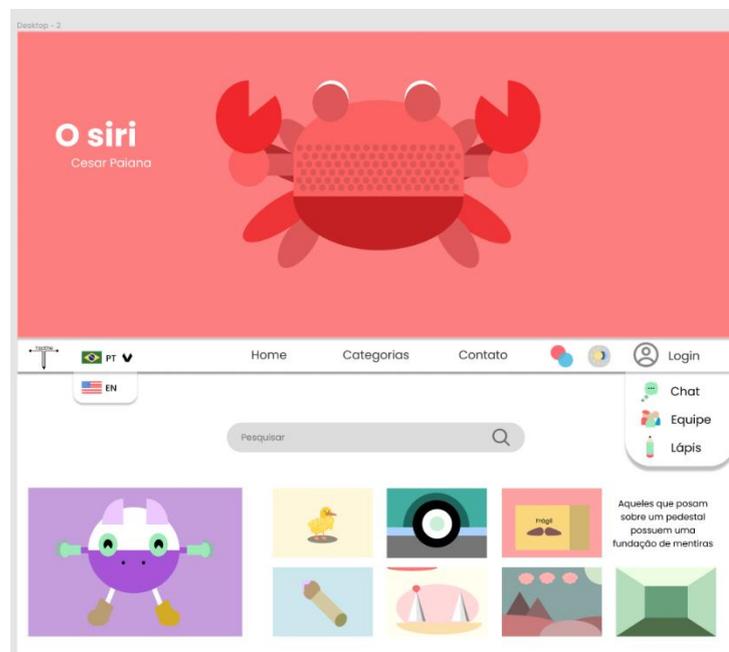


Figura 3: Tela Inicial

- **Tela de Login:** Na tela de login para desktop, o usuário é levado a colocar seus dados cadastrais e-mail/senha para acessar o próprio perfil.

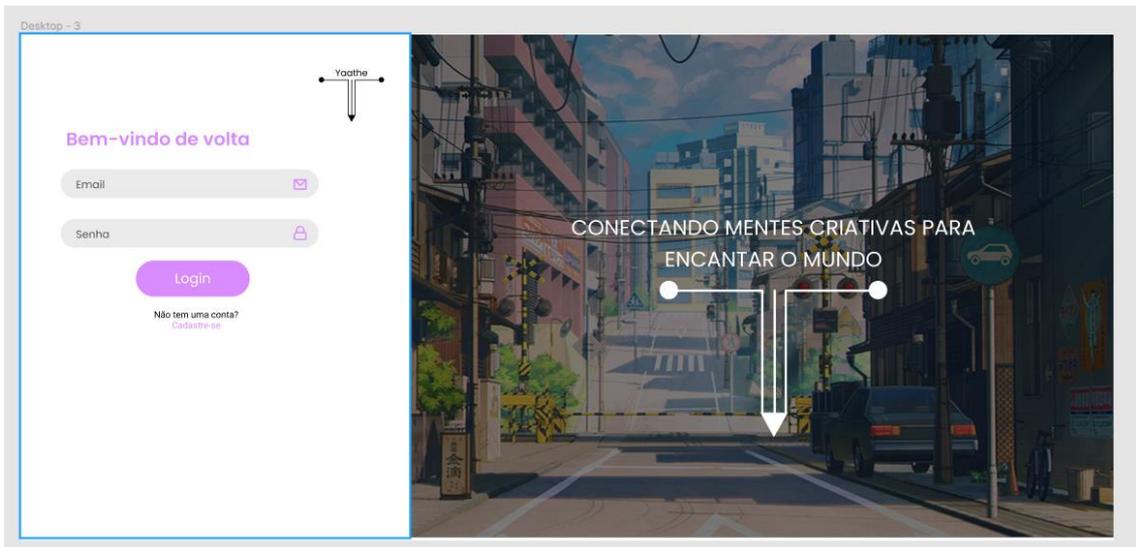


Figura 4: Tela de Login

- **Tela de Cadastro:** A tela de cadastro para desktop é feita para que os usuários criem a sua conta na plataforma, nela o usuário terá que inserir dados como: Nome completo, E-mail, Senha, Nome artístico/Pseudônimo, TAG's próprias e TAG's de Interesse. Alguns dados podem mudar de acordo com o tipo de cadastro feito, cadastro de empresas por exemplo também exigem que o usuário coloque dados como o CNPJ.

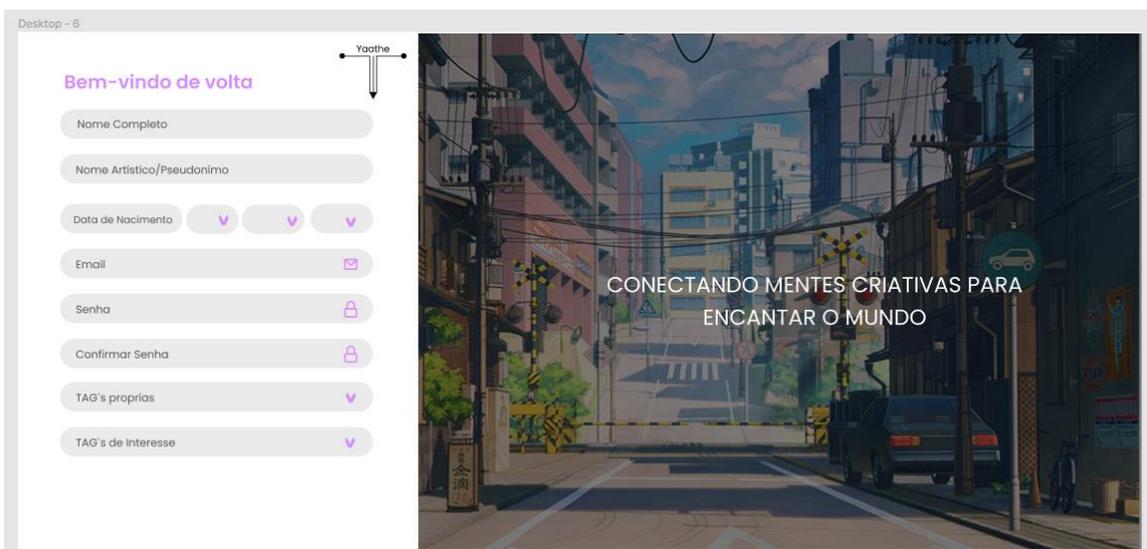


Figura 5: Tela de Cadastro

- **Tela de Chat:** A tela de chat para desktop permite que um usuário interaja com outros, nela além de arquivos de texto também podem ser enviados arquivos .png, .jpg, .jpeg, .gif, .mp4.

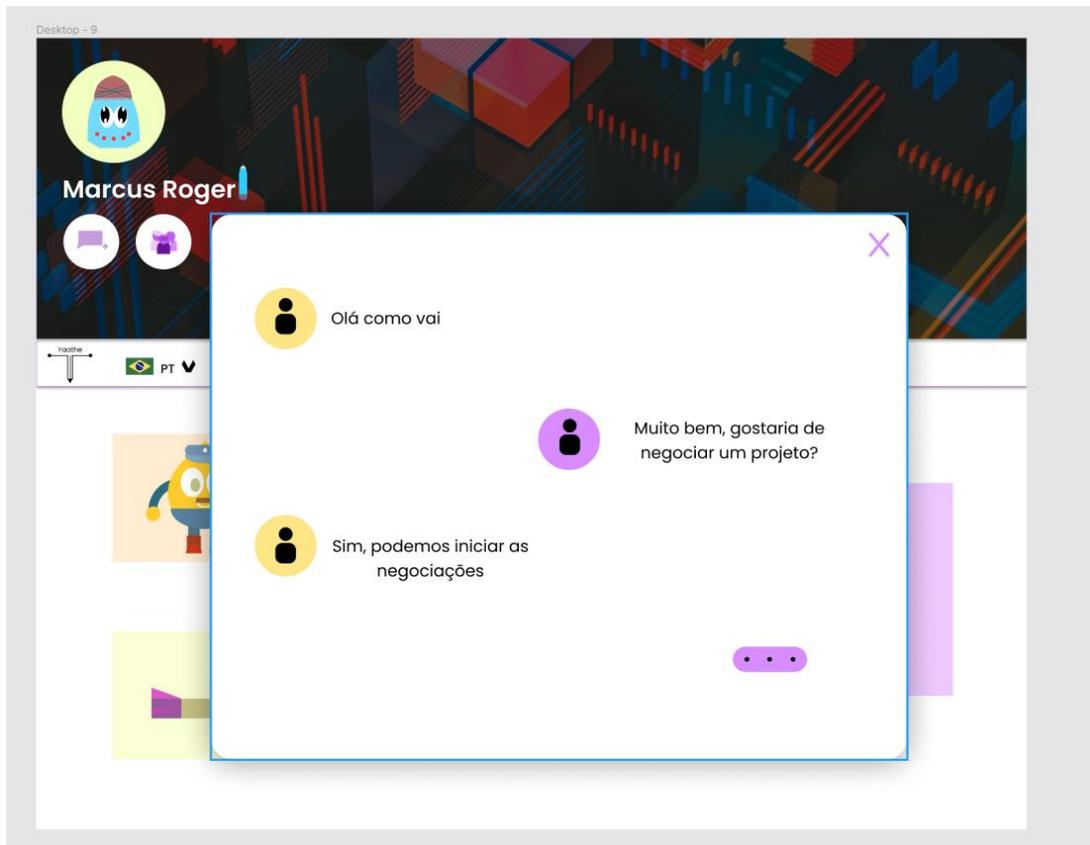


Figura 6: Tela de Chat

- **Equipes:** Pela tela de equipes em desktop o usuário poderá formar uma equipe de duas ou mais pessoas para desenvolver um projeto, assim que uma equipe é criada um chat é gerado exclusivamente para aquela equipe.

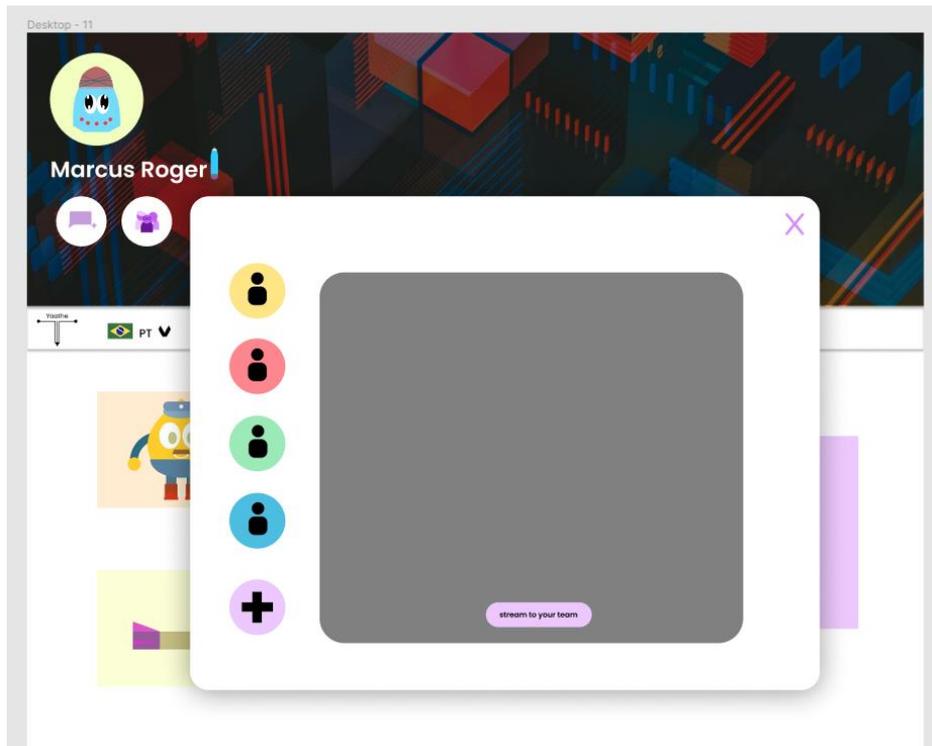


Figura 7: Tela de Equipes

- **Tela de Rascunhos:** Pela tela de rascunhos, os usuários poderão compartilhar em tempo real com outros os esboços dos projetos que pretendem desenvolver.

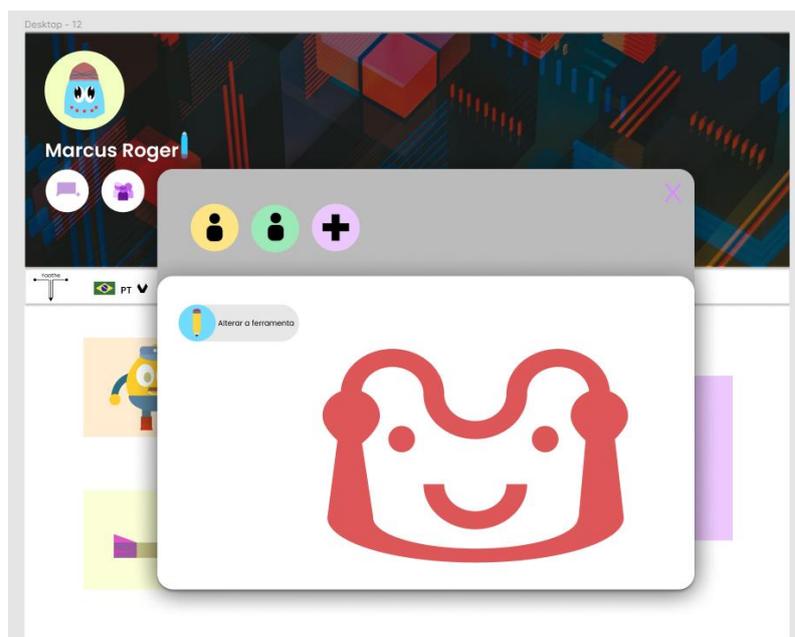


Figura 8: Tela de Rascunhos

- **Tela de Perfil:** Pela tela de perfil o usuário se apresentará para a comunidade, expondo suas publicações e obras pela galeria.

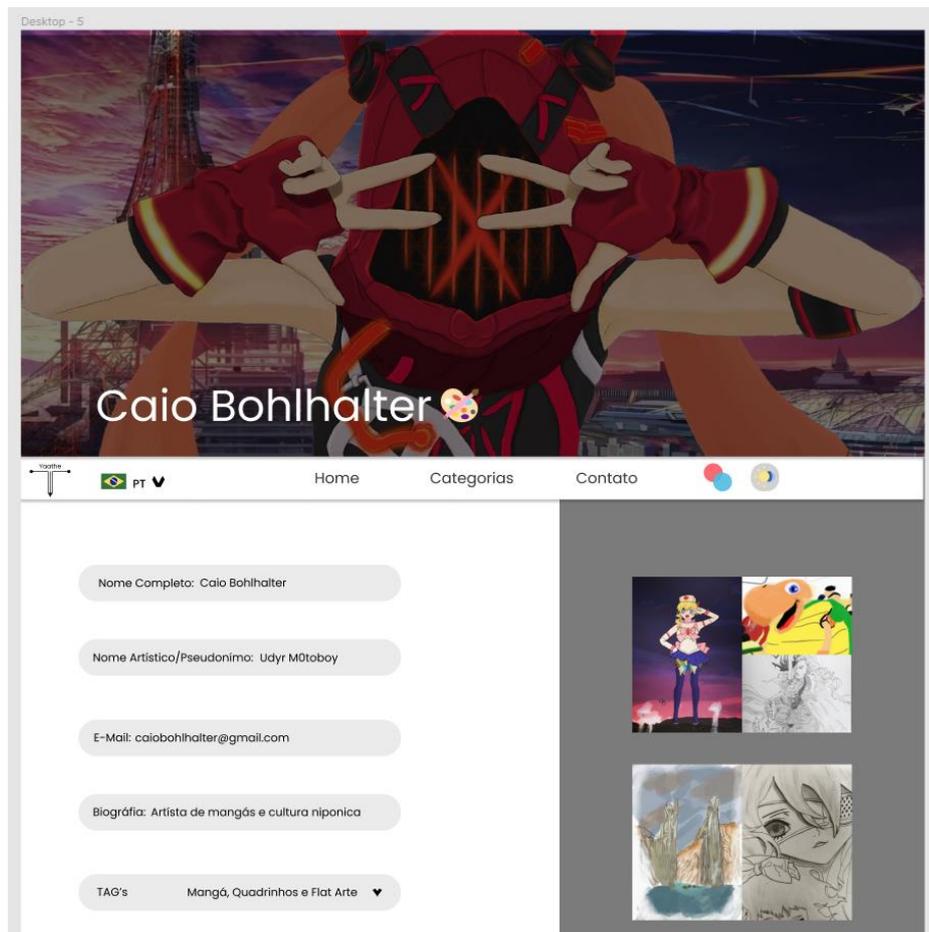


Figura 9: Tela de Perfil

- **Variações de tela:** As telas possuem variações para que se adaptem melhor ao gosto e as necessidades do usuário

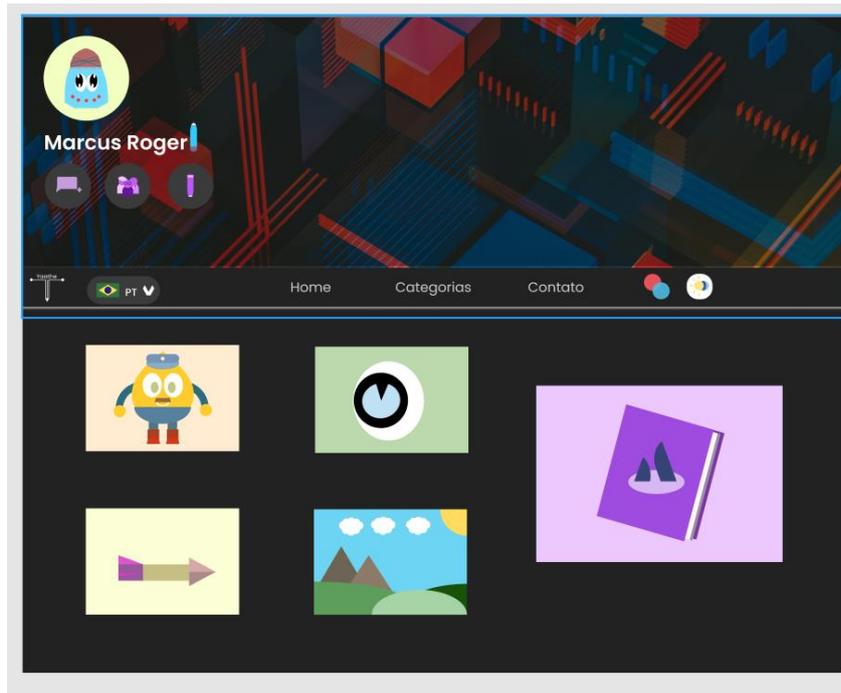


Figura 10: Perfil em modo escuro

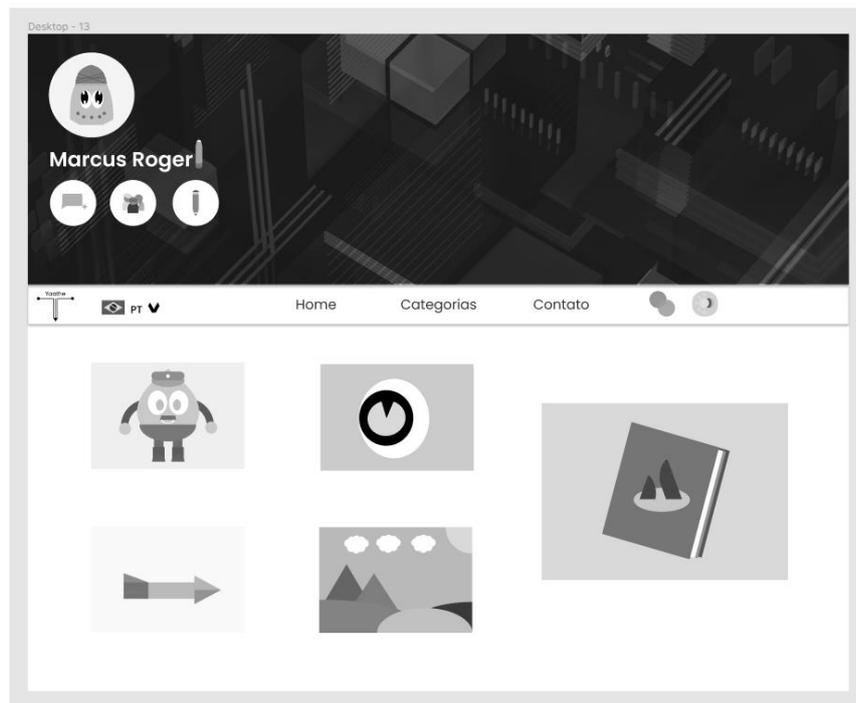


Figura 11: Perfil em modo preto e branco

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com decorrer da produção do projeto refletimos de uma maneira muito mais ativa quanto a importância da arte em nossas vidas, ela pode gerar experiências multissensoriais, criar uma dialética ou até um pensamento crítico da vida e sociedade, seu poder transformador vai além das palavras, nos transportando com na qual imagens pode se atribuir diversas reflexões.

As pesquisas demonstraram as dificuldades da arte para chegar até o público consumidor na nossa indústria nacional, havendo pouco espaço para novos artistas entrarem no meio e crescerem, isso ressaltou a importância do projeto em fomentar a troca de conhecimentos entre estes profissionais, gerando um senso de importância, por gerar visibilidade a estes artistas.

Um problema reportado com as pesquisas também, foi a falta de espaço negociável com as empresas do setor, gerando uma barreira para financeira para que esta arte se torne sustentável na vida destes profissionais, muita das vezes os contratos estão em desacordo com o necessário para uma rentabilidade, destes pequenos produtores de conteúdo.

No decorrer do projeto identificamos a importância do Yaathe Management, como um projeto que busca valorizar os profissionais do setor, e criar um ambiente propício para o florescer das ideias, pois a partir destas visões artísticas é demonstrada uma perspectiva diferente em nossas vidas quanto ao nosso “Planeta”.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

RODRIGUES, Fernando. Poder 360, Disponível em: <<https://www.poder360.com.br/midia/jornais-no-brasil-perdem-tiragem-imprensa-e-venda-digital-ainda-e-modesta/>>. Acesso em: onze de agosto de 2021.

ARTES DIGITAIS. Escola de Belas Artes UFMG, Disponível em: <<https://www.eba.ufmg.br/caad/index.php/artes-digitais/>>. Acesso em: dezesseis de abril de 2021.

ARTE NARRATIVA. HiSoUR Arte Cultura Exposição. Disponível em: <<https://www.hisour.com/pt/narrative-art-21586/>>. Acesso em: dezesseis de abril de 2021.

VOCÊ SABE O QUE É ARTE DIGITAL? Saga, 2020. Disponível em: <<https://blog.saga.art.br/voce-sabe-o-que-e-arte-digital/>>. Acesso em: dezesseis de abril de 2021.

HISTÓRIA EM QUADRINHOS E ANIMAÇÃO: ENTENDA COMO É O MERCADO E A CARREIRA NESSA ÁREA. Saga, 2020. Disponível em: <<https://blog.saga.art.br/historia-em-quadrinhos-e-animacao-entenda-como-e-o-mercado-e-a-carreira-nessa-area-2/>>. Acesso em: dezesseis de abril de 2021.

DESENHO DIGITAL: ENTENDA O MERCADO DE TRABALHO. Belas Artes Joinville, 2018. Disponível em: <<https://belas.art.br/desenho-digital-entenda-o-mercado-de-trabalho>>. Acesso em: dezesseis de abril de 2021.

BARROS, Diogo. **On-line a incorporação do digital no mercado da arte.** Artsoul, 2020. Disponível em: <<https://blog.artsoul.com.br/on-line-a-incorporacao-do-digital-no-mercado-de-arte/>>. Acesso em: dezesseis de abril de 2021.

HQS AO REDOR DO MUNDO. Editora JBC. Disponível em: <<https://editorajbc.com.br/mangas/inf/hqs-ao-redor-do-mundo/>>. Acesso em: dezesseis de abril de 2021.

COSTA, Juliana. **HQs Digitais e o Incerto Mercado que Ainda tem muito a crescer.** Folha de Pernambuco, 2018. Disponível em: <<https://www.folhape.com.br/cultura/hqs-digitais-e-o-incerto-mercado-que-ainda-tem-muito-o-que-crescer/64466/>>. Acesso em: dezesseis de abril de 2021.

ASSIS, Érico. **Como o Novo Coronavírus Pode Mudar o Mercado de Quadrinhos dos EUA.** Omelete, 2020. Disponível em: <<https://www.omelete.com.br/quarentena-coronavirus/coronavirus-mudanca-mercado-hqs-eua>>. Acesso em: dezesseis de abril de 2021.

Scrum.org. **What is Scrum.** Scrum.org, 2021, Disponível em: <<https://www.scrum.org/resources/what-is-scrum>>. Acesso em: 05/11/2021.

SAIBA MAIS SOBRE O MERCADO DE HQ NO BRASIL. Escola Panamericana de Arte e Design. Disponível em: <<https://www.escola-panamericana.com.br/acontece/saiba-mais-sobre-o-mercado-de-hq-no-brasil>>. Acesso em: dezesseis de abril de 2021.

SCHWABER, Ken; SUTHERLAND, Jeff. **O Guia do Scrum.** Publicado em: novembro de 2020. Traduzido por: Fábio Cruz; Eduardo Rodrigues Sucena; Rodrigo Paulo Camargo. Disponível em: <<https://scrumguides.org/docs/scrumguide/v2020/2020-Scrum-Guide-PortugueseBR-2.0.pdf>>. Acesso em: cinco de novembro de 2021.

FEIJÓ, Mario. **Quadrinhos em ação: um século de história.** São Paulo: Moderna, 1997.

DRUMOND, Claire. **Scrum – o que é, como funciona e por que é incrível.** Atlassian. Disponível em: <<https://www.atlassian.com/br/agile/scrum>>. Acesso em: cinco de novembro de 2021.

FRANCO, Eduardo Ferreira. **Um modelo de gerenciamento de projetos baseado nas metodologias ágeis de desenvolvimento de software e nos princípios da produção enxuta**. 2007. Dissertação (Mestrado em Sistemas Digitais) - Escola Politécnica, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2007. doi:10.11606/D.3.2007.tde-09012008-155823. Acesso em: 2021-11-05.

PEREZ, Cassia; MARMIROLI, Erico. **A pandemia de covid-19 e o mercado de arte brasileiro, primeiros efeitos**. Jornal da USP, 2021. Disponível em: <<https://jornal.usp.br/artigos/a-pandemia-do-covid-19-e-o-mercado-de-arte-brasileiro-primeiros-efeitos/>>. Acesso em: dezoito de novembro de 2021.

VIEIRA, Nathan. **Como viver de HQs no Brasil? Artistas falam sobre o cenário nacional**. Canaltech, 2020. Disponível em: <<https://canaltech.com.br/quadrinhos/como-viver-de-hqs-no-brasil-artistas-falam-sobre-o-cenario-nacional-169181/>>. Acesso em: dezoito de novembro de 2021.

FERREIRA, Luana. **O mercado do quadrinho independente**. Universo Expandido, 2019. Disponível em: <<https://medium.com/universoexpandido/quadrinistas-independentes-9e199ae2259d>>. Acesso em: dezoito de novembro de 2021.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

As questões relacionavam-se a:

- Faixa etária dos participantes;
- Relação da arte com a vida dos participantes;
- Dificuldade para produzir HQs no Brasil;
- Fatores que dificultam a produção de HQs no Brasil;
- Vivência na produção de HQs;
- Utilização da plataforma.

1 - Selecione sua faixa etária

14 respostas

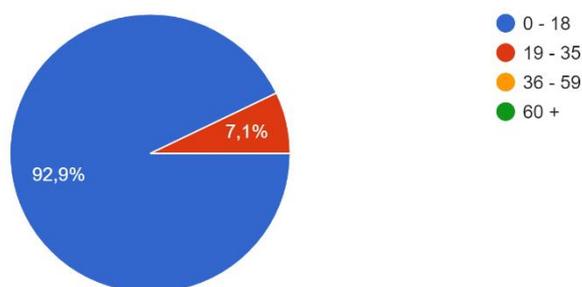


Gráfico 1: Faixa etária dos participantes.

2 - Qual o grau de relação da arte na sua vida ?

14 respostas

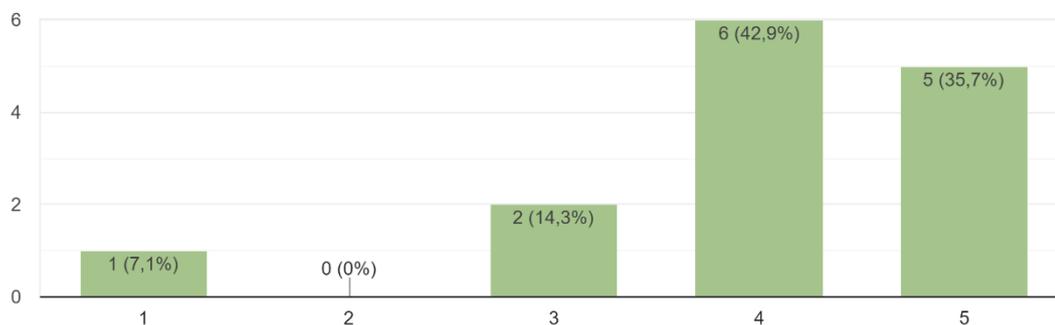


Gráfico 2: Relação da arte com a vida dos participantes.

4 - Em sua opinião, o quão difícil você acha que é produzir HQs no Brasil ?

14 respostas

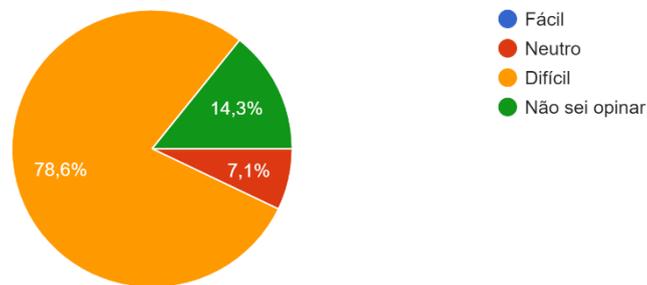


Gráfico 3: Dificuldade para produzir HQs no Brasil.

6 - Quais são as principais dificuldades em sua opinião para produção de HQs no Brasil ? - Marque todas as alternativas que achar relevante

14 respostas

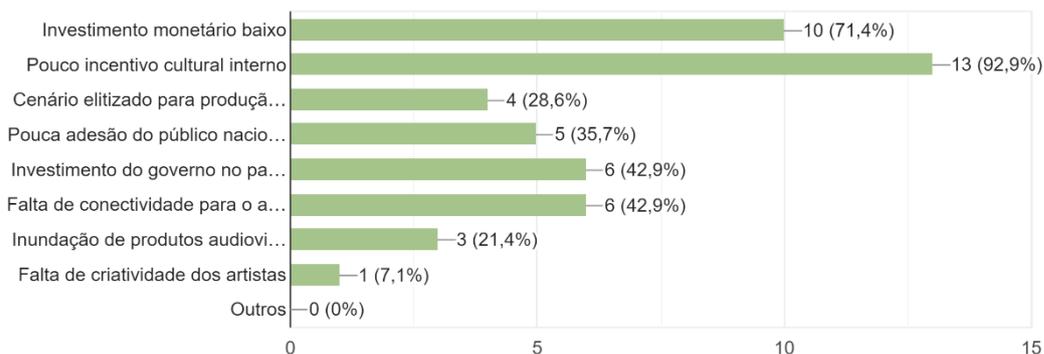


Gráfico 4: Fatores que dificultam a produção de HQs no Brasil.

5 - Já pensou em criar alguma História em quadrinhos ?

14 respostas

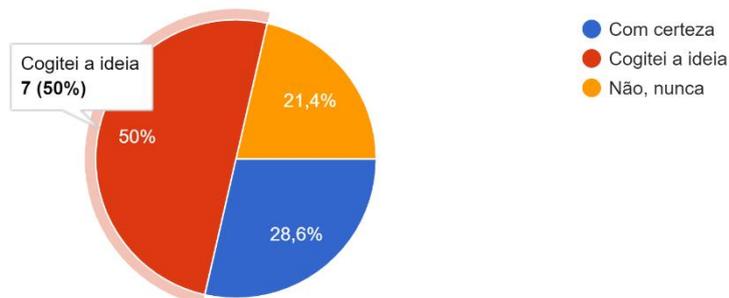


Gráfico 5: Vivência na produção de HQs.

7 – Você usaria uma plataforma para o gerenciamento da produção de Arte Digital, que auxilia nas conexões das diversas profissões que estão envolvidas no processo ?

14 respostas

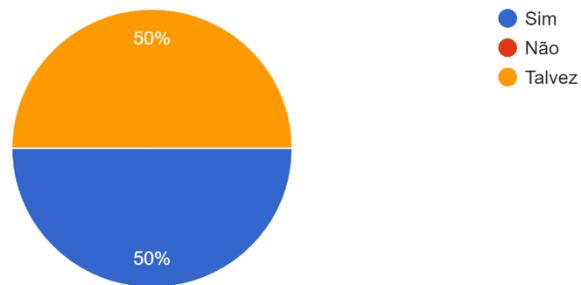


Gráfico 6: Utilização da plataforma.