



CENTRO UNIVERSITÁRIO RITTER DOS REIS

ÂNIMA EDUCAÇÃO

FACULDADE DE DESIGN

LUCIANO BORBA VARGAS

NÓS: UM APLICATIVO FOCADO EM MINORIAS SOCIAIS

Porto Alegre, 2023

LUCIANO BORBA VARGAS

NÓS: UM APLICATIVO FOCADO EM MINORIAS SOCIAIS

Trabalho de conclusão de curso apresentado ao Centro Universitário Ritter dos Reis, como requisito final para obtenção do título de Bacharel em Design Gráfico.

Orientador: Dr. Carlos Viana da Silva.

Porto Alegre, 2023

RESUMO

Este projeto tem como objetivo desenvolver um aplicativo focado em ajudar minorias sociais a escolher, com maior assertividade, locais seguros e receptivos às diferenças para que evitem desconforto ou preconceito, visando, principalmente, sua utilização para o planejamento de viagens em visitas a lugares novos pelo usuário, onde, provavelmente, o viajante não teria conhecimento prévio dos estabelecimentos. Para isso, a plataforma foi montada, de maneira híbrida, com base nas metodologias, Projeto E (MEURER E SZABLUK, 2011) e *Double Diamond* (DESIGN COUNCIL, 2004), para atingir de forma satisfatória o objetivo do projeto.

Palavras-chaves: Aplicativo, Minorias Sociais, Viagem.

ABSTRACT

The goal of this Project is to develop a mobile app focused on helping minorities choosing safe and receptive to diversity place to avoid discomfort or prejudice, looking, mainly, its usage for traveling planning where the user is visiting for the first time, and probably do not have the previous knowledge of the places . For that, it was used the methodologies *Projeto E* (MEURER E SZABLUK, 2011) and Double Diamond (DESIGN COUNCIL, 2004) in a hybrid way to achieve the Project goal.

Key words: App, Minorities, Traveling

SUMÁRIO

| | |
|--|-------------------------------|
| 1. INTRODUÇÃO | 6 |
| 2. JUSTIFICATIVA | 7 |
| 3. OBJETIVOS | 8 |
| 3.1. OBJETIVO GERAL | 8 |
| 3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS | 8 |
| 4. METODOLOGIA | 9 |
| 5. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO | 10 |
| 5.1. Descobrir | Erro! Indicador não definido. |
| 5.1.1 Criar espaço do projeto | 11 |
| 5.1.2 Escolher uma amostra de público | 11 |
| 5.1.3 Coleta e análise de dados | 12 |
| 5.1.4 Pesquisa quantitativa | 12 |
| 5.1.5 Identificação do usuário | 13 |
| 5.2 DESCOBRIR | Erro! Indicador não definido. |
| 5.2.1 Grupo focal | 13 |
| 5.2.2 Definição das personas | 15 |
| 5.2.3 Equilização dos fatores projetuais | 16 |
| 5.2.4 Análise de similares e referências | 17 |
| 5.2.4.1 Análise de similares | 17 |
| 5.2.4.1.1 Mapa lgbti+ | 18 |
| 5.2.4.1.2 AquiPode | 19 |
| 5.2.4.2 Análise de referências | 20 |
| 5.2.4.2.1 TripAdvisor | 20 |
| 5.2.4.2.2 Yelp | 21 |
| 5.2.5 Comparativa de funcionalidade | 22 |
| 5.2.6 Comparativa de identidade gráfico-visual | 23 |
| 5.3 DESENVOLVER | 23 |
| 5.3.1 Definir ferramentas, funcionalidades e conteúdos | 24 |
| 5.3.2 Wireframes estruturais | 25 |
| 5.3.3 Wireframes estruturais | 25 |
| 5.3.4 Casos de uso | 26 |
| 5.3.5 Editoração e diagramação | 27 |
| 5.3.6 Definição da assinatura visual | 27 |

| | | |
|----------|---|-----------|
| 5.3.7 | Definição da imagética | 28 |
| 5.3.8 | Definição da matriz cromática | 28 |
| 5.4 | ENTREGAR | 29 |
| 5.4.1 | Prototipar | 29 |
| 5.4.2 | Testar | 30 |
| 6 | Considerações finais..... | 30 |
| | REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 32 |
| | APÊNDICES | 34 |

1. INTRODUÇÃO

Ao tentar elucidar o que seriam minorias sociais (ou apenas minorias) encontramos no artigo de Siqueira e Castro (2017) que essa parcela da sociedade, na qual agrega diferentes grupos, possui em comum 4 elementos: posição de não-dominação junto ao corpo social; vínculo subjetivo de solidariedade entre seus membros para a proteção de sua identidade cultural; demandam uma especial proteção estatal; e sofrem uma opressão social.

Além disso, Siqueira e Castro (2017, p. 110) trazem como definição de minorias

[...] traço cultural comum presente em todos os indivíduos, originando grupos específicos, são sujeitos ligados entre si, daí a denominação “minorias” [como especificação]. Entretanto nem sempre diz respeito a um grupo que possui o menor número de pessoas, pelo contrário, por vezes são numerosos. A exemplo, indígenas, homossexuais, negros, crianças, idosos.

Desta forma, reconhecendo os elementos apresentados, entende-se que a experiência de viajar em busca de lazer exige maior cuidado para as minorias aos lugares que visitam. Ao desenvolver um cronograma que inclui idas a restaurantes, festas, bares e outros estabelecimentos, alguns destes podem não ser tão receptivos com corpos dissidentes. Somente em São Paulo, segundo dados da matéria da Folha de São Paulo (2023) entre 2019 e 2023 foram registrados 2,4 casos de homofobia por dia na capital.

Dados como este mostram a necessidade de reestruturação social e educacional para maior inclusão, porém, sendo este um projeto social de viés governamental a longo prazo, pensou-se em uma solução de curto prazo e que conversasse diretamente com minorias sociais e a segurança destes grupos.

Desta forma foi montado, de maneira híbrida, através das metodologias “Projeto E” (MEURER E SZABLUK, 2011) e “*Double Diamond*” (DESIGN COUNCIL, 2004), um aplicativo que visa a busca de lugares seguros para aqueles que estão com dúvidas de quais seriam os estabelecimentos receptivos com as diferenças.

2. JUSTIFICATIVA

Ao reconhecer que a sociedade em 2023 está dividida em grupos de opressores e oprimidos, recorre-se a Paulo Freire e seu livro “Pedagogia do Oprimido” (1987, p. 20) para a seguinte reflexão:

A realidade social, objetiva, que não existe por acaso, mas como produto da ação dos homens, também não se transforma por acaso. Se os homens são os produtores desta realidade e se esta, na “invasão da práxis”, se volta sobre eles e os condiciona, transformar a realidade opressora é tarefa histórica, é tarefa dos homens.

Logo, sendo tarefa do homem alterar sua realidade, vê-se a necessidade de tentar ser parte da mudança, e para isso, utilizar as ferramentas disponíveis para ajudar aqueles que necessitam, pois, na diversa sociedade brasileira, os dados mostram como, ainda sim, essa diversidade pode não ser bem aceita pelos seus cidadãos.

Por exemplo, em uma pesquisa de 2023 feita pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) com dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD), mostra que mais de 56% dos brasileiros se declaram pretos ou pardos (IBGE, 2022), ao mesmo tempo em que a Inteligência em Pesquisa e Consultoria Estratégica (IPEC) mostra que 51% dos brasileiros declarou já ter presenciado um ato de racismo. Casos como o noticiado pelo G1 (2023) em fevereiro onde um homem foi denunciado por crime de racismo ao imitar um macaco para um grupo de mulheres negras é um dos exemplos que elucidam a pesquisa supracitada.

Para ajudar a reunir as diversas experiências, tanto positivas quanto negativas, em um local, foi pensado a criação de um aplicativo focado em minorias sociais focado em inclusão e acessibilidade tentando fortificar comunidades minoritárias e sua segurança já que há escassez de tal produto no mercado. O aplicativo busca um *leiaute* limpo e de alto contraste através da ergonomia para abranger o máximo do público possível, como por exemplo pessoas com problemas de visão. Teoria das cores, grid e ergonomia foram os principais estudos para alcançar o objetivo final.

3. OBJETIVOS

Na presente etapa estão expostos o objetivo geral e os objetivos específicos a serem alcançados neste projeto que determinam o seu propósito e o resultado intencionado.

Matias-Pereira (2007), diferencia os dois sub-tópicos como o primeiro refletindo uma visão global e abrangente do tema, quanto ao segundo sendo ideias mais específicas e concretas partidas do objetivo geral.

3.1. OBJETIVO GERAL

Propor um projeto gráfico de uma plataforma online com foco na segurança de minorias sociais que procuram lugares receptivos com as diferenças para traçar com maior assertividade uma rota turística que possa fazer sua estadia mais tranquila e prazerosa.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Propor uma plataforma online de fácil acesso pensada na usabilidade do usuário.
- b) Analisar redes de comunicação similares e de referência para traçar paralelos de como montar uma plataforma de fácil acesso e usabilidade;
- c) Entender o público-alvo para trazer a melhor experiência de usuário possível;
- d) Propor um ponto de contato entre estabelecimentos e consumidores para melhores resoluções de problemas;
- e) Desenvolver protótipo navegável de fácil acesso.

4. METODOLOGIA

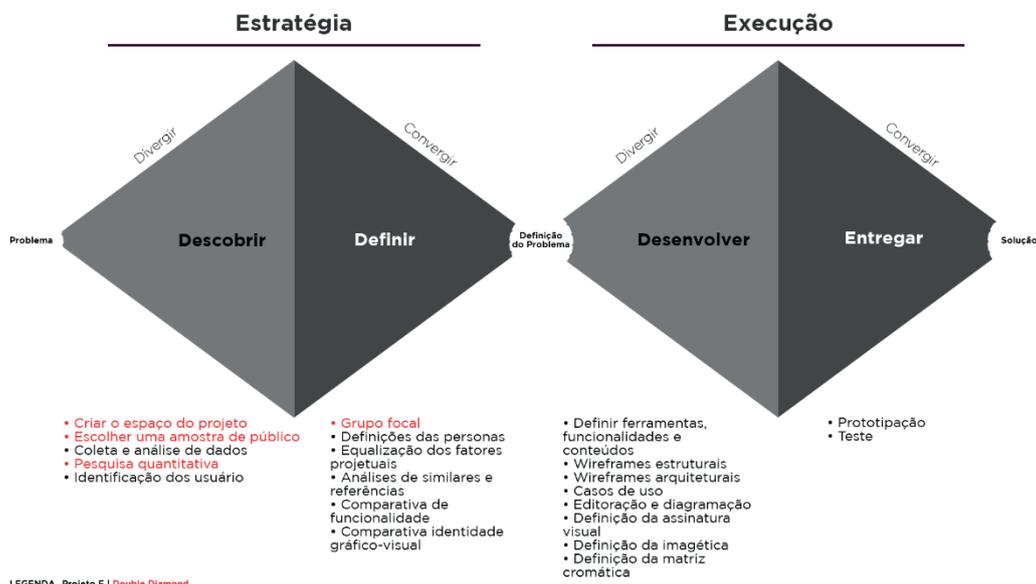
Matias-Pereira (2007) traz que o não cuidado com a escolha correta da metodologia pode frustrar os resultados esperados pelo autor. Matias-Pereira (2007) ainda continua explicando que: “[...] a opção por um método permite que o pesquisador defina as estratégias de intervenção empírica e teórica que desenvolverá no estudo”. (MATIAS-PEREIRA, 2007. p. 70)

Assim, o problema do projeto traz como solução uma plataforma online onde foram, de maneira híbrida, selecionadas as metodologias Projeto E (MEURER E SZABLUK, 2011) e *Double Diamond* (DESIGN COUNCIL, 2004), com etapas recomendadas pelo sítio *Design Council* (2015).

Na metodologia Projeto E (MEURER E SZABLUK, 2011) os autores definem tal metodologia projetual como feita “para guiar e otimizar o desenvolvimento de projetos de Interfaces Gráficas Amigáveis (IGAs) para diferentes sistemas e produtos interativos dígito-virtuais”. Já na metodologia *Double Diamond* (DESIGN COUNCIL, 2004), o sítio da *Design Council* traz que a metodologia “(...) transmite claramente um processo de *design* para *designers* e *não-designers*. Os dois diamantes representam um processo de exploração de um problema de maneira mais abrangente e profunda (pensamento divergente) e então foca em agir (pensamento convergente).” (Tradução nossa).

Desta forma, as duas metodologias se tornam as opções que melhor se enquadram para a conclusão do projeto proposto e a integração de ambas pode ser observada na figura 1.

Figura 1- Metodologia híbrida proposta pelo autor com base nas metodologias Projeto E (MEURER E SZABLUK, 2011) e Double Diamond (DESIGN COUNCIL, 2004).



Fonte: Acervo do autor.

Como pode se observar na figura 1, o que está em vermelho são passos do *Double Diamond* (DESIGN COUNCIL, 2004), com passos recomendados pelo *Design Council* (2015), já o que está em preto são os pertencentes ao Projeto E (MEURER E SZABLUK, 2011) e tudo será detalhado no desenvolvimento do projeto.

5. DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

Para o desenvolvimento do projeto, foram colocados em prática cada uma das etapas selecionadas pelo autor ao montar a metodologia híbrida a partir das metodologias Projeto E (MEURER E SZABLUK, 2011) e *Double Diamond* (DESIGN COUNCIL, 2004) com auxílio dos passos criados pelo *Design Council* (2015) disponibilizados no seu sítio

Os diamantes da metodologia *Double Diamond* (DESIGN COUNCIL, 2004), serviram como base para colocar as etapas selecionadas nas categorias que

faziam sentido nas figuras geométrica, das recomendações de 2015 do sítio e, também, as do Projeto E (MEURER E SZABLUK, 2011).

5.1. DESCOBRIR

Na primeira parte do primeiro diamante que surge da metodologia *Double Diamond* (DESIGN COUNCIL, 2004), “Descobrir”, na sessão “*Framework for Innovation*” o sítio da *Design Council* apresenta essa etapa da seguinte forma “(...) ajuda as pessoas a entender, mais do que simplesmente assumir, qual o problema. Isso envolve falar e passar tempo com pessoas que são afetadas pelo problema.” (Tradução nossa). Dentro dessa lógica, pensou-se em 5 etapas mistas das metodologias já apresentadas para a primeira parte do diamante.

5.1.1 Criar espaço do projeto

A primeira etapa, “criar o espaço do projeto”, é apresentada pelo artigo de 2015 do *Design Council* como “escolher uma área dedicada a organizar materiais projetuais, o trabalho e encontros. Escolheu-se o quarto do autor onde estão disponibilizados de maneira a se encontrar papeis, lápis, notebook, e outros utensílios que serão primordiais para o desenvolvimento projeto.

5.1.2 Escolher uma amostra de público

Seguindo a metodologia criada, ao escolher uma amostra do público, a partir do problema encontrado, o preconceito com minorias sociais e desconforto ao encontrar lugares para visitar ao viajar, escolheu-se como foco, dentro desse público, para o desenvolvimento do projeto grupos LGBTs, mulheres, minorias raciais (como negros, indígenas e amarelos) e PCDs.

5.1.3 Coleta e análise de dados

A coleta e análise dados começou a com a busca de sítios e aplicativos que fizessem sentido com a proposta. Foram selecionados 4, 2 similares e 2 referenciais.

Os 2 similares, de *leiaute* simples, são plataformas que não possuem aplicativos, mas tem como foco atender minorias e suas necessidades de bem-estar. O sitio Mapa LGBTI+ traz como proposta avaliações de satisfação e insatisfação de pessoas LGBTQIA+. Já o sítio AquiPode funciona como um localizador lugares com diversos tipos de acessibilidade. Para projetos referenciais, com alcance maior com versões em aplicativo e *desktop*, foram escolhidas as norte-americanas *TripAdvisor* e *Yelp* que possuem como objetivo ajudar o público com avaliações para a comunidade.

5.1.4 Pesquisa quantitativa

Continuando a metodologia, para a pesquisa quantitativa foram realizadas 14 perguntas, que podem ser acessadas no Apêndice A, feitas ao público em geral com perguntas de foco em minoriais sociais para entender, então, se a criação do projeto faz sentido e corrobora com as estatísticas já apresentadas e, assim, melhor desenvolver o aplicativo.

Como resultado, obteve-se uma amostra de 51 pessoas em que todos os participantes possuem mais de 18 anos. No questionário percebe-se a influência das redes sociais e dos amigos na decisão final para escolha de estabelecimentos a se visitar em viagens, sendo o primeiro citado, mais influente do que o segundo. Quando perguntados como filtram essas escolhas, destacam-se segurança, estabelecimentos amigáveis a LGBTQIA+ e avaliações positivas na *internet*.

Agora, aqueles que responderam já terem sofrido algum tipo de preconceito ou assédio, relatam ter dificuldade em denunciar o ocorrido. Mais de 80% das respostas mostram não reportar os casos. Dentre os que denunciaram

tiveram aqueles que preferem não comentar o caso. Daqueles que disponibilizaram um pouco da experiência, foi observado casos de etarismo e racismo. O segundo relata que o ocorrido aconteceu em uma viagem internacional, e por não falar a língua nativa, apenas conseguir negativar o estabelecimento na *internet*.

Por outro lado, as pessoas não pertencentes a alguma minoria pareceram não ter problemas na hora de escolher algum lugar ou qualquer outro tipo de problema relacionado as perguntas feitas pela pesquisa. Assim, confirma-se a necessidade do reforço da segurança para minorias sociais. Entende-se que não apenas minorias sociais possam passar por problemas ao buscar se divertir, porém, há um maior esforço para encontrar lugares que reforcem o sentimento de pertencimento dessa camada da sociedade.

5.1.5 Identificação do usuário

Após o questionário, foi definido, dentro das minorias sociais, que o foco do projeto apresentado estará em grupos LGBTQIA+, mulheres, minorias raciais e PCDs.

5.2 DEFINIR

Já na segunda etapa da metodologia hibrida apresentada, “definir”, o sítio *Design Council* em seu artigo *Framework for Innovation* (2015) traz que “o *insight* reunido na fase descobrir pode te ajudar a definir o problema de uma maneira diferente.” (Tradução nossa). Assim, foram reunidas 6 etapas a partir das duas metodologias trabalhadas para esse projeto.

5.2.1 Grupo focal

Convidou-se para o grupo focal 7 pessoas, porém, por causa de problemas pessoais, obteve-se 4 participantes na qual assinaram um termo de

permissão, que pode ser encontrado, de forma genérica, no apêndice B, e, assim, com pouco mais de 1h40 de conversa (em que o áudio não estará disponível para preservação da imagem de todos participantes), foram feitas perguntas (que podem ser acessadas no Apêndice C) para um grupo que se divide em 3 mulheres e um 1 homem, destes contam suas experiências pessoas não heterossexuais, maiores de 18 anos e uma dela é travesti. Todos os participantes trouxeram parte da sua experiência de vida e visão de mundo para enriquecer o projeto. Os 4 afirmam costumar sair (engloba lugares como bares, restaurantes e festas), mais de 3 vezes na semana, possuindo respostas como todo dia, porém o hábito de viajar para conhecer lugares novos oscila bastante no grupo, indo de 2 vezes ao ano até uma 1 vez a cada 5 anos.

Dentro desse universo, foi relatado por todos, a necessidade de afirmação e adaptação em lugares em que não se sentem pertencentes. Uma das participantes cita que ao sair para restaurantes com pessoas consideradas “heteronormativas”, sente maior dificuldade de ser vista pelos atendentes, como se fosse preterida. “Muito difícil ser ouvida”, disse. Além disso, foi observado que há diferença de tratamento clara em estabelecimentos mais luxuosos e estabelecimentos populares, porém, a percepção foi que o tratamento em lugares de maior aquisição só será melhor se vier junto a uma espécie de higienização dos corpos. Uma das participantes menciona que há uma limpeza necessária, como jogar a sujeira para debaixo do tapete, para a aceitação social nesses ambientes mais caros, citando, como referência, o livro “Psicologia Suja”, de Sofia Faveiro (2022).

Junto a isso, a vida noturna também é citada como complicada. Segundo um dos participantes, ao receber parentes que vieram visitá-lo, não sabia a qual festa levá-los que pudesse, ao mesmo tempo, fazê-los à vontade com a música e, também, que ele próprio pudesse ter certeza que não receberia olhares tortos. Cita, além disso, que já houveram casos em que sofreu homofobia, mas que nunca prestou queixa oficialmente. Caso que se repete com todos os participantes. O motivo da recusa de prestar queixa é a mesma entre eles: o desgaste emocional para a resolução ser uma provável impunidade. O que

fazem no máximo é comentar com amigos e não retornar ao local em que se sentiu bem recebido.

Por fim, o problema se agrava ao viajar, pois a busca por lugares parece mais complicada, já que as decisões giram em torno das fotos que encontram ao pesquisarem sobre o local e do design da página das redes sociais. Sítios de avaliações são citados como confiáveis, mas raramente utilizados, ainda sim, foi citado que a criação de algum aplicativo com foco em segurança e de fácil usabilidade, pudesse atrair maior interesse.

5.2.2 Definição das personas

Ao reunir o *insight* a partir do questionário e do grupo focal, foi criado duas personas para o projeto: a travesti Clarice Almeida Mantega e sapatão Giovanna Bastos Terra.

Figura 2 – Persona Clarice Almeida Mantega

★ CLARICE ALMEIDA MANTEGA

REDES SOCIAIS  

★ QUEM É?

Nascida e criada em Porto Alegre, Clarice, psicóloga formada pela PUC-RS, de classe média-alta tem 30 anos e hoje mora no bairro Santana. Ao crescer teve um relacionamento feliz e saudável com sua família e sabe que é exceção e da sorte que tem. Possui um amor incondicional por seus pais, que prezam muito por sua segurança.

Se considera forte e não troca sua individualidade por nada, porém reconhece o perigo das ruas principalmente com mulheres trans.

Sai quase todos os dias e adora viajar e conhecer lugares novos, mas já passou por casos de transfobia mal solucionados e gostaria de evitar isso, onde conheceu através de um amigo o aplicativo "nós".

★ NECESSIDADES

Conhecer lugares novos seguros para população LGBTQIA+.

Sentir-se ouvida quando passar por situações de insegurança.

★ MOTIVAÇÕES

Divertir-se sem maiores preocupações.

Sentir-se prestativa ao recomendar um estabelecimento.

★ FRUSTRAÇÕES

Falta de um local na internet que mostre com clareza se ela pode se sentir segura em certos estabelecimentos.

★ HOBBIE

Dançar
Ouvir Música
Assistir séries
Ler

Fonte: Acervo do autor.

Clarice Almeida Mantega é uma travesti preta nascida em Porto Alegre, que ama dançar, sair e ouvir música e que, apesar de forte, tem consciência como a rua pode ser perigosa, ainda mais para uma mulher transexual e preta.

Figura 3 – Persona Giovanna Bastos Terra

GIOVANNA BASTOS TERRA



REDES SOCIAIS  

★ **QUEM É?**
Giovanna gosta de se afirmar sapatão. Com 23 anos, bartender e classe média-baixa, nascida e criada em Porto Alegre, no bairro Sarandi saiu de casa aos 14 anos por sua mãe, solteira, não aceitar seu jeito de se portar, vestir e nem sua sexualidade, na qual já tinha certeza aos 12 anos. Hoje, apesar de alguns problemas, elas se dão muito bem. **Por** causa de tais eventos, viveu muito a noite de Porto Alegre, e já se deparou com muitos problemas por não ter um visual socialmente padrão. **Agora** já entende os locais que a aceitam da maneira que é, porém, por nunca deixar de viajar, e ser uma pessoa mais tranquila, sempre evitando problemas, o aplicativo Nós, a ajudou a não perder horas tentando entender se o local onde estava frequentando ia lhe dar dor de cabeça ou não.

★ **NECESSIDADES**
Conhecer novos lugares
Encontrar lugares receptivos com sua realidade.

★ **MOTIVAÇÕES**
Assertividade ao procurar novos lugares para conhecer.

★ **FRUSTRAÇÕES**
Dificuldade em encontrar novos lugares.

★ **HOBBIE**
Ir em barzinhos
Ir em festas
Ir ao cinema
Viajar

Fonte: Acervo do autor.

Já a segunda persona é a sapatão Giovanna Bastos Terra, que ama viajar porém sempre se depara com a dúvida se será bem aceita, já que seu jeito de vestir e ser pode ser visto com desdém.

Ambas contam com a construção de um painel semântico que pode ser acessado no Apêndice D (Clarice) e no Apêndice E (Giovanna).

5.2.3 Equalização dos fatores projetuais

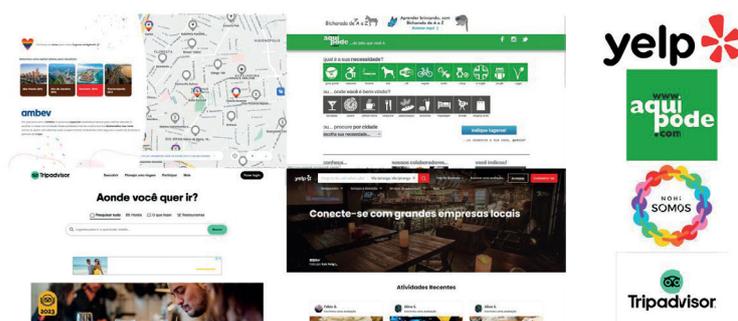
A metodologia Projeto E (MEURER E SZABLUK, 2011, pg. 4) identifica a etapa do projeto na qual cada um dos itens equalizadores será considerado, observando o ponto de vista do projetista, do desenvolvedor e do usuário. A etapa antropológica passa por todos os passos desde escolher uma amostra de público até definição das personas. Já os itens ergonômicos e ecológicos acarretam em criar o espaço do projeto e todos os passos que vão desde a análise de similares e referências até seu teste. Econômicos e tecnológicos são as definições de ferramentas, funcionalidades e conteúdos. Para mercadológico encontra-se a escolha da amostra de público e a identificação do usuário, que

são também fatores filosóficos, psicológicos juntos a coleta e análise de dados, pesquisa quantitativa e grupo focal.

5.2.4 Análise de similares e referências

A análise de similares e referências retoma a coleta e análise de dados de maneira mais profunda. Na figura 4 encontra-se reunida as quatro plataformas e suas páginas iniciais dos sítios em modo *desktop* junto aos logos. Cada um será detalhado de maneira individual em seus respectivos sub-tópicos. Começou-se pelos similares (Mapa LGBTI+ e Aqui Pode), para então entender melhor as referências (*TripAdvisor* e *Yelp*).

Figura 4 – Tela com as plataformas escolhidas e seus logos



Fonte: Acervo do autor.

Começou-se as análises pelas plataformas similares (Mapa LGBTI+ e Aqui Pode), para então entender melhor as referências (*TripAdvisor* e *Yelp*).

5.2.4.1 Análise de similares

Nesta etapa irá se analisar plataformas que tem a proposta semelhante ao do aplicativo “Nós”, aquelas podem ser consideradas concorrentes, para isso considerou-se plataformas que trabalham com recomendações de estabelecimentos a partir do bem-estar de minorias sociais.

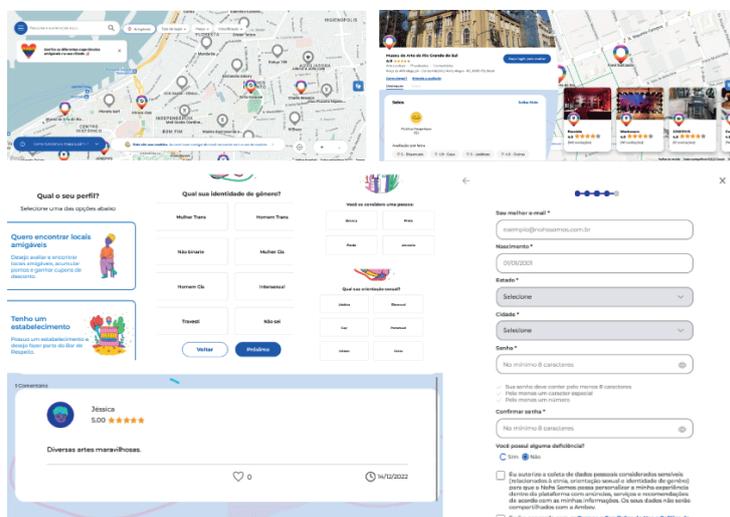
5.2.4.1.1 Mapa Igbti+

O Mapa LGBTI+ é uma funcionalidade dentro do sítio *Nohs*, por esse motivo ele não possui logo próprio. A plataforma traz um *leiaute* simples, intuitivo e coeso. Cores que remetem ao arco-íris (na qual simbolizam o movimento LGBTIQIA+) bem utilizadas.

Seu foco está em torno do mapa do *Google* e o usuário consegue encontrar facilmente lugares para visitar e é completado por um sistema de estrelas que faz com que o usuário entenda, de maneira mais intuitiva e rápida, sobre os estabelecimentos na qual tem interesse em visitar.

Além disso a plataforma não relaciona seu uso com a criação de um perfil, mas há a possibilidade caso haja interesse para utilização de mais recursos, como deixar um comentário ou avaliar o estabelecimento. O passo a passo para o cadastro é feito de maneira fácil e intuitiva.

Figura 5 – Tela com algumas etapas do MAPA LGBTI+

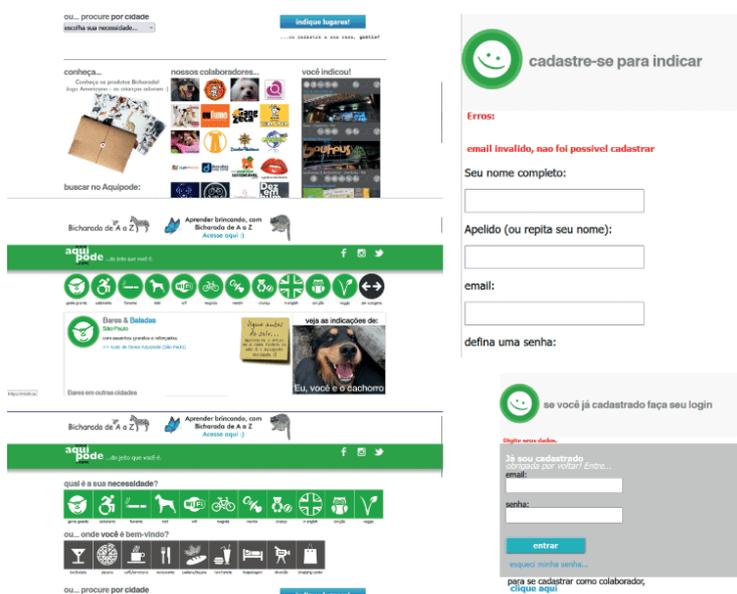


Fonte: Acervo do autor.

5.2.4.1.2 AquiPode

Já o segundo caso, o sítio AquiPode, possui apenas versão *desktop*, e tem como proposta recomendar lugares com acessibilidade através de ícones para cada tipo de necessidade. Seu logo é um logo de texto simples e branco com as palavras que aparenta ser a fonte Humanist 521.

Figura 6 – Tela com algumas etapas do AquiPode



Fonte: Acervo do autor.

O sítio, com um layout simples e possui pontos de melhora para a coesão da página como harmonizar melhor a escolha dos ícones e cores, que tem como sua opção principal o verde, uma cor escolhida que pode ser atraleada a tranquilidade e esperança, segundo Eva Heler (2013). Além disso, faltam elementos para preencher a página e deixar a plataforma mais interessante. Há botões soltos sem hierarquia. Pro fim, não há necessidade de cadastro para mexer na plataforma, mas ao fazer o cadastro nota-se que a tela de erro precisa de melhorar seu sistema de avisos e o e-mail de confirmação pode demorar a chegar.

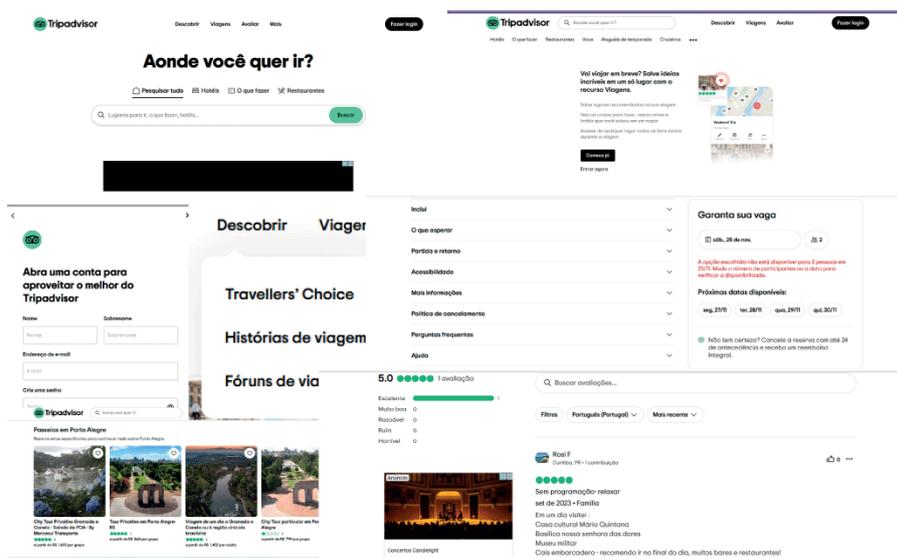
5.2.4.2 Análise de referências

Indo para as plataformas consideradas de referências, aquelas que não tem o mesmo público mas possuem a mesma funcionalidade para se construir o projeto proposto. Para isso foram selecionados os aplicativos *TripAdvisor* e *Yelp* para esta etapa irá se analisar plataformas que tem a proposta semelhante a do aplicativo “Nós”, que podem ser considerados concorrentes, para isso considerou-se plataformas que trabalham com recomendações de estabelecimentos a partir do bem estar de minorias sócias.

5.2.4.2.1 *TripAdvisor*

O primeiro caso de estudo de análise de similares é o *TripAdvisor*, que usa do preto e do verde claro para representar a marca, cores que podem ser vistas já no seu logo de tipo misto. O verde, segundo Eva Heler (2013) é o símbolo da vida, da natureza, e também um tranquilizador. A plataforma da marca é de fácil acesso, usabilidade e intuitiva. Não há necessidade de fazer cadastro para mexer na plataforma, mas caso haja vontade pode ser feito com, por exemplo, a conta google, e o sítio oferece essa opção ao abri-lo, porém para se cadastrar por outra forma é contraintuitivo pois no topo da página somente aparece a opção *login* e é ali em que os passos para criar uma conta. Encontrar lugares pela barra de pesquisa é fácil e o sistema de “bolinhas” verdes, que funciona como estrelas, é intuitivo, de fácil entendimento, além de ser fácil poder avaliar. Porém, ao retomar a pesquisa do grupo focal, um dos participantes acredita que há mais informação do que o necessário na plataforma sem discorrer sobre.

Figura 7 – Tela com algumas etapas do TripAdvisor



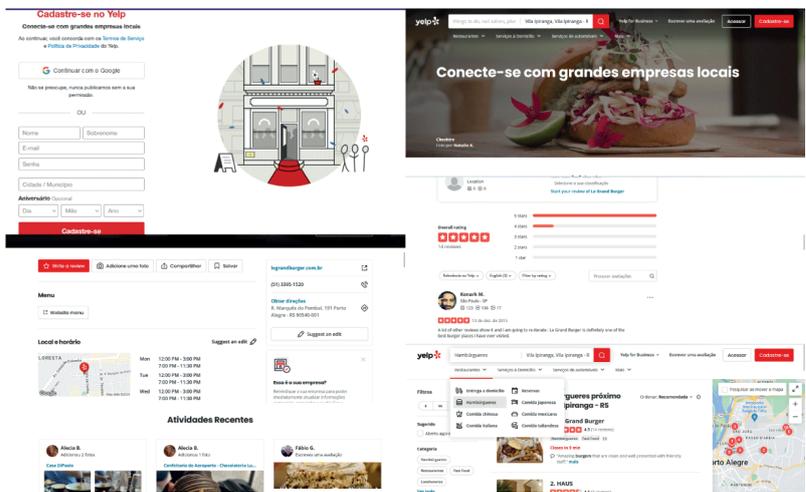
Fonte: Acervo do autor.

O aplicativo da *TripAdvisor* segue o mesmo raciocínio do site, com os mesmos prós e contras, porém aqui, há como habilitar o modo noturno do aplicativo. Na figura 6 observa-se alguns passos no *desktop* da plataforma. Para visualizar alguns passos no aplicativo para celular ver o Apêndice F.

5.2.4.2.2 Yelp

Já o segundo caso similar, a *Yelp*, também possui um logo misto. A cor vermelha, presente nele, tem como simbologia energia e felicidade, segundo Eva Heler (2013). Seu sítio possui um leiaute simples, funcional e bem diagramado em que não há necessidade de cadastro para mexer na plataforma, mas caso haja vontade, é fácil encontrar tal funcionalidade que pode ser feita de maneira fácil e intuitiva.

Figura 8 – Tela com algumas etapas do Yelp



Fonte: Acervo do autor.

Logo ao acessar a *Yelp*, já no topo depara-se com atividades recentes das avaliações contando com sistema de 5 estrelas e comentários, além disso facilmente pode se escolher uma categoria para explorar. Já no aplicativo, a página de entrada é o mapa com os locais perto, barra de pesquisa, e ao rolar você encontra outras funcionalidades como fotos recentes. Na figura 7 pode-se observar a plataforma em sua versão em desktop, para observar algumas funcionalidades em versão de aplicativo para celular, ver o Apêndice G.

5.2.5 Comparativa de funcionalidade

Ao observar os quatro casos, percebe-se que as plataformas *Yelp* e *TripAdvisor* são as plataformas mais completas e preparadas para diferentes ocasiões, porém somente a plataforma *AquiPode* tem os maiores problemas de *design* em consistência, usabilidade, padronização. Além de ser o único que não permite avaliações aos lugares. Já a *Yelp* não segue a correspondência entre o sistema e o mundo real, um dos 10 princípios heurísticos de Jakob Nielsen (1994), no seu aplicativo, onde foge o comum das plataformas para celular em deixar o botão de perfil por último na barra inferior, por exemplo.

5.2.6 Comparativa de identidade gráfico-visual

O Mapa LGBTI+ não possui logo próprio, porém utiliza das cores do arco-íris, reconhecido como as cores da bandeira LGBTQIA+, para montar as funcionalidades dentro da sua plataforma. Além disso utiliza de ilustrações para deixar seu uso mais convidativo, diferente das outras três plataformas que utilizam de um visual mais sóbrio para sua comunicação. A *TripAdvisor* e o *AquiPode* usam do verde para sua comunicação visual e unidade das plataformas. A primeira ainda utiliza de preto que é visto no seu logo. Já o *AquiPode* por vezes se encontra tom de azul em alguns botões do sítio, nenhuma das cores encontram-se no logo da plataforma, que é preto e branco.

Por fim, a plataforma *Yelp*, usa da cor vermelha para dar o tom de unidade visual da plataforma, que segundo Eva Heler (2013), é uma cor energética e feliz. Cor que se encontra no seu logo que possui o “*burst*”, forma como a empresa¹ chama a figura que complementa a tipografia, pois é a forma que aparece quando um personagem de desenho descobre algo. Já o *TripAdvisor* usa uma cabeça de coruja, popularmente conhecida como ave da do conhecimento e sabedoria.

5.3 DESENVOLVER

A terceira etapa da pesquisa, “desenvolver”, que é a primeira parte do segundo diamante, o *Design Council* em seu artigo *Framework for Innovation* como traz a seguinte definição: “(...) encoraja as pessoas a dar diferentes respostas para um problema claramente definido, procurando inspiração em lugares diferentes e *co-designing* com uma gama de diferentes pessoas”. (Tradução nossa). Para isso, foram escolhidas 8 etapas, todas pertencentes a metodologia Projeto E (MEURER E SZABLUK, 2011).

¹ <https://www.yelp.com/brand>

5.3.1 Definir ferramentas, funcionalidades e conteúdos

Seguindo a metodologia, nessa etapa foi decidido, então, pelo *Adobe Photoshop* e *Adobe Illustrator* para construção da identidade visual e desenvolvimento de rascunhos e raves e o *Figma* para construção do aplicativo. As funcionalidades principais estão nas avaliações dos estabelecimentos com base no bem-estar das minorias sociais, busca de lugares para visitar, construção de perfil e adicionar amigos. Já os conteúdos são fotos e todos os estabelecimentos dentro da plataforma e seus horários de funcionamento além de visualizar acessibilidade disponível.

Além disso, para evitar que a plataforma seja alvo de más intenções, não haverá funcionalidade como gostar comentários ou fotos, e apenas o estabelecimento poderá responder a uma avaliação. Encontrar amigos poderá ser feito apenas buscando pela barra de pesquisa.

Outra funcionalidade pensada são dois modos de visualização além do desenvolvido com a paleta de cores com apenas as cores preto e branco, na qual tenta tentando maximizar o contraste para caso algum deficiente visual sinta maior conforto na utilização da plataforma em preto e branco, onde uma versão traria o fundo preto e os elementos em branco, e a segunda faria o oposto.

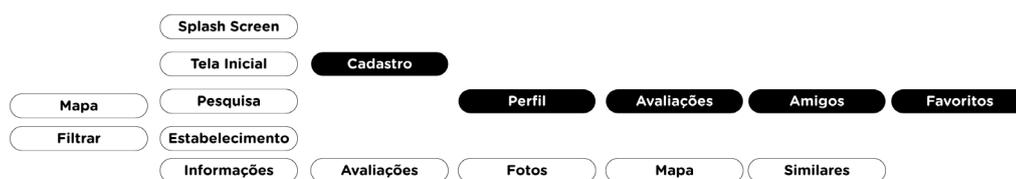
Em outra opção pensada na acessibilidade foi proposto uma opção de aumentar o texto entre 1,5x e 2x do original, com a funcionalidade no topo da plataforma representada por "Aa+" pois, apesar dos celulares possuírem essa opção de fábrica, pensou-se naqueles que, por ventura não saibam, ou até não possuam um celular com tal dispositivo.

E, por fim, criou-se uma versão simples para desktop, pensando naqueles que não possuem celulares, independente do motivo

5.3.2 Wireframes estruturais

Os *wireframes* estruturais, segundo Meurer e Szabluk (2011, p. 6), “têm caráter geral e identificam a distribuição dos conteúdos.” Na figura 8 pode-se observar os passos e como será estruturado o aplicativo.

Figura 8 – Tela com os 4 diferentes *wireframes* estruturais



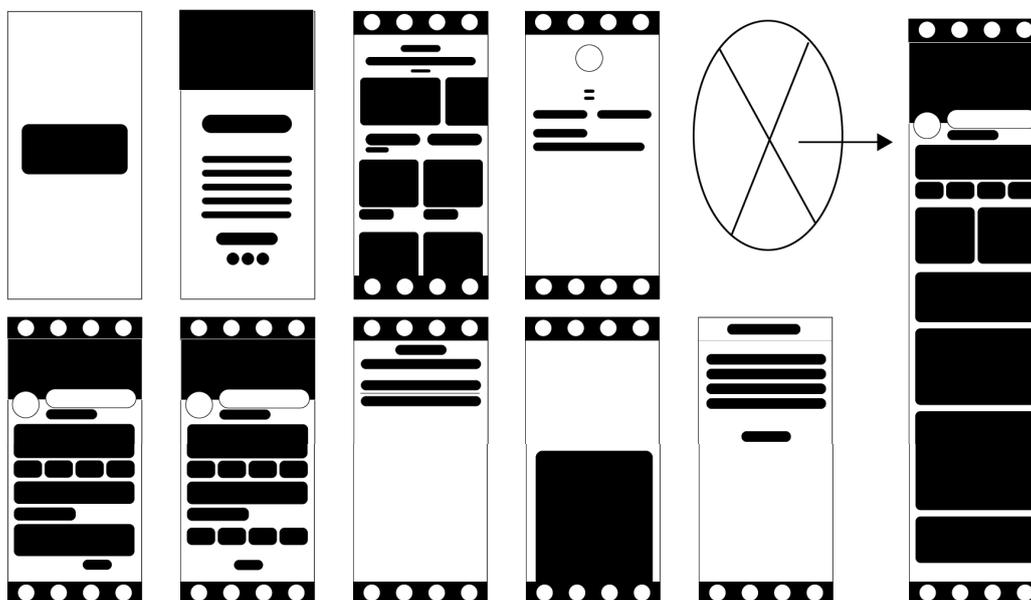
Fonte: Acervo do autor.

Na estrutura pode-se ver o caminho que os usuários irão fazer para utilizar a plataforma desde a *splash screen* até a avaliação do estabelecimento. Pode-se então entender de melhor maneira como planejar a execução das telas para a conclusão do projeto.

5.3.3 Wireframes arquiteturais

Já os *wireframes* arquiteturais, segundo Meurer e Szabluk (2011, pg.9), “são bastante detalhados, indicando não somente a localização de determinado conteúdo, mas também detalhes específicos deste conteúdo”. caráter geral e identificam a distribuição dos conteúdos. Na figura 9 pode-se observar os passos e como será estruturado o aplicativo.

Figura 9 – Tela com os wireframes



Fonte: Acervo do autor.

Observa-se ver 10 telas principais da criação do aplicativo. Em ordem da esquerda para a direita e de cima para baixo encontram-se a *splash screen*, tela de cadastro, tela inicial, tela de perfil, tela do estabelecimento, tela para avaliação, tela para adicionar as fotos, tela de pesquisa, tela de mapa e por fim a tela de ajustes.

5.3.4 Casos de uso

Ao pensar a plataforma, os casos de uso estão principalmente focados para quando uma pessoa, principalmente de minoria social, pensa em viajar para um lugar que já não havia previamente visitado e deseja desbravar restaurantes, bares e lugares que possam ser de sua preferência, porém nunca ter ido ao lugar visitado traz a barreira de não entender os estabelecimentos que se planeja ir. Então, o usuário entraria no aplicativo Nós e faria uma busca rápida para ver a avaliação e os comentários de quem já visitou e como se sentiu ao ir.

Mas, para além disso, a plataforma também pode ser utilizada para lugares onde se mora, por exemplo, ao se deparar com um lugar novo na sua

cidade, alguém pode querer saber se já há respaldo prévio de outras pessoas e como elas se sentiram lá para poder ter a decisão final de ir ou não neste estabelecimento.

5.3.5 Editoração e diagramação

Meurer e Szabluk (2011, pg.7), chamam a atenção que as malhas diagramacionais “(...) são oriundas das mais diferentes teorias filosóficas e geométricas”. Assim pensou-se para a construção do aplicativo uma grade de 4 colunas com divisões com distâncias de 10 px e distância de 10px das bordas em uma tela de 390 de largura como observado no Apêndice H.

Todas as decisões foram pensadas a partir desta grade respeitando os espaços e suas colunas e suas áreas de respiro.

5.3.6 Definição da assinatura visual

Para a construção da assinatura visual, passou-se por ideias como a construção de uma corda formando o nome do aplicativo, uma barco remetendo onde fez-se ligação com a ideia de marinheiros sabem formar diferentes nós.

Figura 10 – Logo final



Fonte: Acervo do autor.

Porém foi decidido voltar a ideia inicial da corda e fazer um logo misto com a tipografia Lexend, transformada para ter cantos mais arredondados, criando

formas mas convidativas e de *kerning* negativo para trazer a ideia de proximidade, e a figura de uma corda, produzida no *software Illustrator*, com as pontas nas diagonais, porém quando colocado na vertical, remete a letra “o” que é onde fica o sinal gráfico e a letra que une as outras duas.

5.3.7 Definição da imagética

Para a construção da imagética, optou-se por manter um leiaute simples, com ícones em contorno, para também manter coesão com a ideia de criar linhas nos contornos das pessoas, fazendo com que, essas linhas representem as cordas do logo e representando cada individualidade como arte, nesse caso a *lineart*.

Além disso, como um projeto que se propõe a facilitação de acesso aos espaços, Nós, tenta atingir ao maior número de pessoas possível, utilizando como base para sua construção, as leis de Nielsen. Para a escolha da tipografia, escolheu-se exclusivamente a fonte Lexend para construção de textos, pois ela foi desenvolvida pensada na legibilidade com testes que comprovam sua eficiência².

5.3.8 Definição da matriz cromática

Para a matriz cromática foi feito um painel semântico, que pode ser visto no apêndice H, pensado na plataforma Nós. Foram escolhidos 4 tons de peles do próprio painel que pudessem ser de alto contraste e neutro.

Além disso, para a criação das versões da plataforma em preto e branco, mencionada no subtópico 5.3.1, foram escolhidas para o tom de preto e branco aquelas que fogem da sua cor pura de códigos #000000 e #ffffff, já que estudos

² <https://www.lexend.com/>

sugerem que causam cansaço visual³. Com base nisso o branco ficou com código HEX #FFFFFF0 e para o preto o código #1d1d1b.

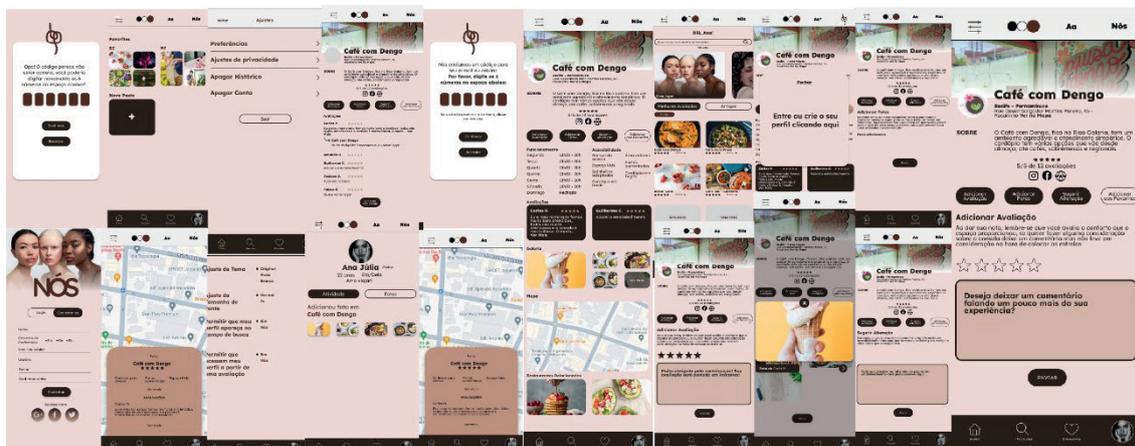
5.4 ENTREGAR

A entrega tem como objetivo finalizar as etapas propostas pelas metodologia, concluindo com a prototipagem e o teste.

5.4.1 Prototipar

Para a prototipagem foi utilizado o aplicativo *Figma*⁴, que o próprio site denomina um produto que é feito para “(...) pessoas criarem, compartilharem, e testarem *designs* para websites, aplicativos de celular e outros produtos digitais e experiências” (Tradução nossa).

Figura 11 – Algumas telas do aplicativo “Nós”



Fonte: Acervo do autor.

Na figura 12 podemos observar algumas telas que fazem parte do funcionamento do aplicativo “Nós”. Para observar algumas telas em derivações

³ <https://nexoprojetosdesign.com.br/black-puro/>

⁴ <https://help.figma.com/hc/en-us/articles/14563969806359-What-is-Figma->

com fundo preto, fundo branco e letra aumentada acessar o Apêndice J, já para as telas do *desktop*, o Apêndice K. No Apêndice L, pode-se ver a comparativa de telas lado a lado

5.4.2 Testar

Por fim, para testar a usabilidade de alguma das telas, a figura 13 traz QR Codes de acesso ao figma

Figura 12 – Algumas telas do aplicativo “Nós”



Fonte: Acervo do autor.

Assim, pode-se observar melhor sua usabilidade para além das telas selecionadas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O projeto teve como ponto de partida uma inquietação com problemas que pessoas relatavam de se sentirem desconfortáveis em alguns lugares como se não fossem aceitas o pertencessem aquele ambiente, principalmente, em viagens onde se lia sobre o estabelecimento, mas como um corpo dissidente, a experiência se tornava outra. Pensando nisso, utilizar de uma rede de comunicação que está presente na vida da maioria dos brasileiros pareceu uma interessante resposta a esse problema. Para isso, as metodologias Projeto E (MEURER E SZABLUK, 2011) e *Double Diamond* (DESIGN COUNCIL, 2004)

foram cruciais para o bom desenvolvimento do projeto, pois ao traçar os passos através das metodologias pôde se desenvolver de maneira mais concisa o planejado.

Assim alguns pontos interessantes foram desenvolvidos enquanto passava-se de etapa dentro do proposto, entre elas, o *insight* que produzir um projeto inclusivo sem ser acessível, torna-o a ideia distante do seu objetivo principal, então, fazer com que o aplicativo abranja ao máximo de pessoas possível torna-o mais exaustivo na busca por soluções, mas não menos gratificante no resultado, como ao fazer o grupo focal.

Por outro lado, algumas ideias que pareceram interessantes em primeiro momento foram descartadas, como a inclusão de uma “bandeira vermelha” onde estariam separadas todos os boletins de ocorrência (B.Os) registrados do estabelecimento adicionado pelos próprios usuários, porém, por parecer algo que precisaria de uma pesquisa de grupo focal separada com donos de estabelecimentos e seus frequentadores, preferiu-se deixar para uma melhoria.

Por mim, o teste feito atualmente pelo sítio figma, é um passo inicial para a conclusão do projeto, porém há como trazê-lo a público e testá-lo em maior escala para entender a usabilidade do aplicativo Nós através de pessoas que fariam parte da comunidade de usuários.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Anthony. Por qu você deve parar de usar “Black Puro”. Nexo Projetos Design. 21 de nov. de 2022. Disponível em: <<https://nexoprojetosdesign.com.br/black-puro/>>. Acesso em: 29 de nov. de 2023.

BANDEIRA, Karoline. Mais da metade dos brasileiros já presenciou um episódio de racismo, aponta Ipec. **O Globo**. Brasília. 27 de jul. de 2023. Disponível em: <<https://oglobo.globo.com/brasil/noticia/2023/07/27/mais-da-metade-dos-brasileiros-ja-presenciou-um-episodio-de-racismo-aponta-ipecc.html>>. Acesso em: 17 de out. de 2023

Design Methods for Developign Services. **Design Council**, 2019. Disponível em: <https://www.designcouncil.org.uk/fileadmin/uploads/dc/Documents/DesignCouncil_Design%2520methods%2520for%2520developing%2520services.pdf> Acesso em: 15 de out. de 2023.

Design Methods Step 1: Discover. **Design Council**, 2019. Disponível em: < <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/archive/articles/design-methods-step-1-discover/>> Acesso em: 15 de out. de 2023.

Design Methods Step 2: Define. **Design Council**, 2019. Disponível em: < <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/archive/articles/design-methods-step-2-define>> Acesso em: 15 de out. de 2023.

Design Methods Step 3: Develop. **Design Council**, 2019. Disponível em: < <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/archive/articles/design-methods-step-3-develop>> Acesso em: 15 de out. de 2023.

Design Methods Step 4: Deliver. **Design Council**, 2019. Disponível em: < <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/archive/articles/design-methods-step-4-deliver>> Acesso em: 15 de out. de 2023.

Framework for Inovattion. **Design Council**, 2019. Disponível em: < <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/framework-for-innovation/>>. Acesso em: 15 de ou. de 2023.

FREIRE, Paulo. Pedagogia do Oprimido. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2005, 42.

HELLER, Eva. A psicologia das cores: como as cores afetam a emoção e a razão. São Paulo: Gustavo Gili, 2013. LAJOLO, Marisa; ZILBERMAN, Regina.

IBGE. Educa. Conheça o Brasil. População. Cor ou raça. Disponível em: <https://educa.ibge.gov.br/jovens/conheca-o-brasil/populacao/18319-cor-ou-raca.html>. Acesso em: 10 de set. de 2023.

LUCCA, Bruno. HOMOFOBIA - Denúncias de LGBTfobia aumentam, e zona leste tem mais casos em São Paulo. **Folha de São Paulo**. São Paulo. 23 de jul. de 2023. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/cotidiano/2023/07/zona-leste-de-sao-paulo-lidera-boletins-de-ocorrencia-por-lgbtfobia.shtml>>. Acesso em: 17 de out. de 2023.

MATIAS-PEREIRA, José. **Manual de Metodologia de Pesquisa** (NBR 14724/2002). Brasília: CEAD/UnB, 2007.

MEURER, Heli, e SZABLUK, Daniela (2011). Projeto E: aspectos metodológicos para o desenvolvimento de projetos dígito-virtuais. *Ação Ergonômica*. [s.l.], v. 5, n. 2, p. 2. [s.d.].

NIELSEN, Jakob. Enhancing the Explanatory Power of Usability Heuristics. **Human Factors in Computing Systems**. 1994. Disponível em: <https://dl.acm.org/doi/pdf/10.1145/191666.191729>. Acesso em: 25 de nov. de 2023.

OLIVEIRA, José M. D. e MOTTA, Luiz. Mortes violentas de LGBTQ+ no Brasil. **Grupo Gay da Bahia**. 2020. Ed. 1. Disponível em: <https://observatoriomorteseviolenciaslgbtbrasil.org/wp-content/uploads/2022/05/Relatorio-2019.pdf>>. Acesso em: 10 de set. de 2023.

SIQUEIRA, Dirceu P. e CASTRO, Lorena R. B. Minorias e Grupos Vulneráveis: A questão Terminológica como Fator Preponderante para uma Real Inclusão. **Revista de Direitos Sociais e Políticas Públicas (UNIFAFIBE)**, São Paulo, vol. 5, n 1, 2017.

PATRIARCA, Paola. Grupo de mulheres negras denuncia crime de racismo dentro de restaurante após cliente imitar macaco. G1. São Paulo. 12 de jul. de 2023. Disponível em: <https://g1.globo.com/sp/sao-paulo/noticia/2023/07/12/grupo-de-mulheres-negras-denuncia-crime-de->

racismo-dentro-de-restaurante-apos-cliente-imitar-macaco-video.ghtml.: Acesso em: 10 de set. de 2023.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Perguntas do Questionário

1. Idade
2. Quanto a raça/cor, como você se autodeclara?
3. Você pertence a alguma minoria social?
4. Se sim, qual(is)?
5. Com que frequência você costuma sair para se divertir? Seja para restaurantes, bares ou festas.
6. Com qual frequência você viaja a lazer?
7. Como você seleciona os lugares (restaurantes, bares, etc.) para ir quando viaja?
8. Quando viaja, você utiliza algum critério ao selecionar os lugares que visita?
9. Se sim, quais os critérios?
10. Você já sofreu preconceito ao frequentar algum estabelecimento?
11. Se sim, você denunciou ao lugar o ocorrido? Como estabelecimento respondeu a sua denúncia? [Se não houve denúncia apenas escreva "NÃO", se não quiser discorrer sobre o ocorrido apenas digite um traço (-)]
12. Você já sofreu assédio ao frequentar algum estabelecimento?
13. Se sim, você denunciou ao estabelecimento o assédio? Como estabelecimento respondeu a sua denúncia? [Se não houve denúncia apenas escreva "NÃO", se não quiser discorrer sobre o ocorrido apenas digite um traço (-)]
14. Você confia em sites como tripadvisor?
15. Você costuma usar sites como tripadvisor antes de viajar?

APÊNDICE B – Termo de Participação

TERMO DE CONSENTIMENTO LIVRE E ESCLARECIDO

TÍTULO DA PESQUISA

CONVITE

VOCÊ está sendo CONVIDADO a participar de uma pesquisa desenvolvida por **NOME DOS ENVOLVIDOS**, vinculada a Faculdade de Design, do Centro Universitário Ritter dos Reis - UniRitter. O Pesquisador Responsável e Orientador da pesquisa é o Prof. Me. Carlos Viana da Silva.

APRESENTAÇÃO

I. Este trabalho parte do pressuposto de que **FALAR SOBRE O QUE VOCÊ PRETENDE FAZER...** Na construção do estudo, pretende-se alcançar como principais objetivos específicos: **ESCREVER OBJETIVOS EM FORMA DE TEXTO CORRIDO.**

II. A pesquisa aqui apresentada possui enfoque qualitativo. O trabalho tem como **PROBLEMA DE PESQUISA/PROJETUAL.** A pesquisa... **DESCREVER PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.**

III. A presente investigação não apresenta nenhum tipo de risco intrínseco aos envolvidos **(SE APRESENTAR, IDENTIFICÁ-LOS).** Ressalta-se a necessidade de conduta ética tanto do pesquisador, quanto dos participantes da pesquisa, enquanto fontes de evidências, comprometidos com a veracidade dos fatos relatados. Caso o participante se sinta constrangido em relação a qualquer pergunta durante as entrevistas, será respeitada a sua opção de não respondê-la.

Os dados coletados serão acessados apenas pelos pesquisadores citados no início deste termo de consentimento, para os fins científicos e acadêmicos da investigação. Assegura-se a discrição da identidade do entrevistado, assim como o resguardo dos dados coletados sob a responsabilidade do coordenador da pesquisa;

IV. Por tratar-se de uma pesquisa qualitativa, não é possível mensurar os resultados e benefícios do presente trabalho, mas estima-se que ele possa contribuir para futuras pesquisas acadêmicas de outros estudantes, bem como com a reflexão sobre os rumos do ensino do Design na contemporaneidade, principalmente quando vinculados aos **ASSUNTOS RELACIONADOS COM A PESQUISA**.

V. Os dados serão utilizados apenas para a pesquisa e serão armazenados com segurança e discrição, sendo acessados apenas pelos pesquisadores;

VI. Essa pesquisa é financiada com recursos dos pesquisadores. As informações coletadas serão utilizadas apenas com o intuito de contribuir com os objetivos desta pesquisa, não havendo qualquer outro fim.

CONSENTIMENTO DE PARTICIPAÇÃO

Pelo presente Termo de Consentimento Livre e Esclarecido, declaro que autorizo a minha participação neste projeto de pesquisa, pois fui informado(a), de forma clara e detalhada e livre de qualquer forma de constrangimento ou coerção, dos objetivos, da justificativa, dos procedimentos que serei submetido, dos riscos, desconfortos e benefícios, assim como das alternativas às quais poderia ser submetido, todos acima listados.

Manifesto, igualmente, que fui adequadamente informado:

1. Da garantia de receber resposta à pergunta ou esclarecimento de dúvida acerca dos procedimentos, riscos, benefícios e outros assuntos relacionados com a pesquisa;

2. Da liberdade de retirar meu consentimento, a qualquer momento, e deixar de participar do estudo;
3. Da garantia de que não serei identificado quando da divulgação dos resultados e que as informações obtidas serão utilizadas apenas para fins científicos vinculados ao presente projeto de pesquisa;
4. De que os dados que estão sendo coletados serão acessados apenas pelos pesquisadores **NOME DOS ENVOLVIDOS**; e
5. Do compromisso de proporcionar informação atualizada obtida durante o estudo, ainda que esta possa afetar a minha vontade em continuar participando;

O Pesquisador Responsável por essa pesquisa é Carlos Viana da Silva. Você pode entrar em contato, caso tenha eventuais dúvidas pelo e-mail carlos.silva@uniritter.edu.br.

O presente documento deve ser assinado em duas vias de igual teor, ficando uma com o Participante da Pesquisa ou seu representante legal e outra com o Pesquisador Responsável.

Data __ / __ / ____

Assinatura do Pesquisador Responsável

Dr. Carlos Viana da Silva

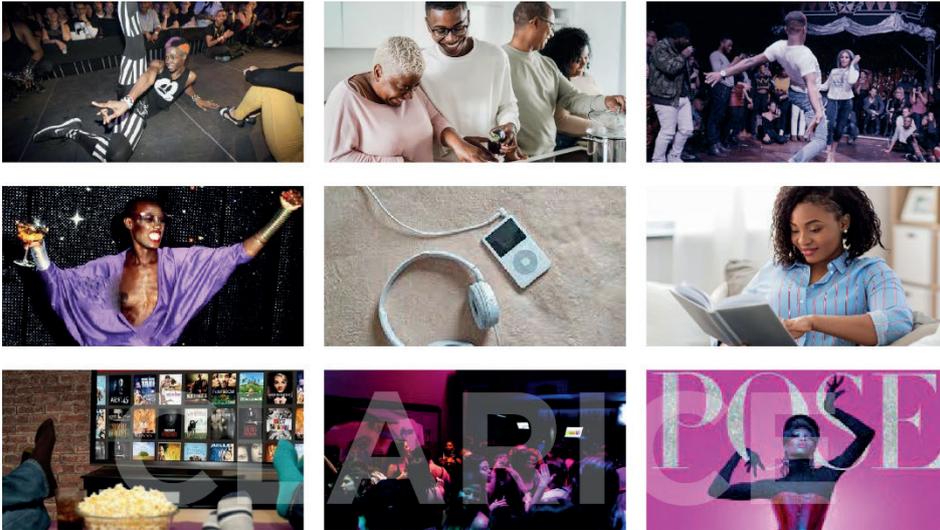
Assinatura do Participante

(Nome)

APÊNDICE C – Perguntas do Grupo Focal

1. Idade
2. Referente a raça, como você se auto declara??
3. Frequência que sai?
4. Vê diferença de tratamento em diferentes lugares? Por exemplo, um restaurante mais caro e um popular.
5. Com qual frequência você viaja a lazer?
6. Quais suas principais fontes para conhecer lugares novos? Onde busca indicações?
7. Das indicações como filtra?
8. Já sofreu preconceito ou assédio?
9. Se sim, você se sentiu confortável para denunciar? Se sentiu satisfeito com a resolução? Se não denunciou, o que te impediu?
10. Você costuma comentar sobre esses casos de injúria em algum lugar?
11. Você confia em *sites de reviews*?
12. Você usa esses *sites*?
13. Você confia em sites como tripadvisor?
14. Você costuma engajar nesses *sites*?
15. O que faria você usar *sites* como estes?

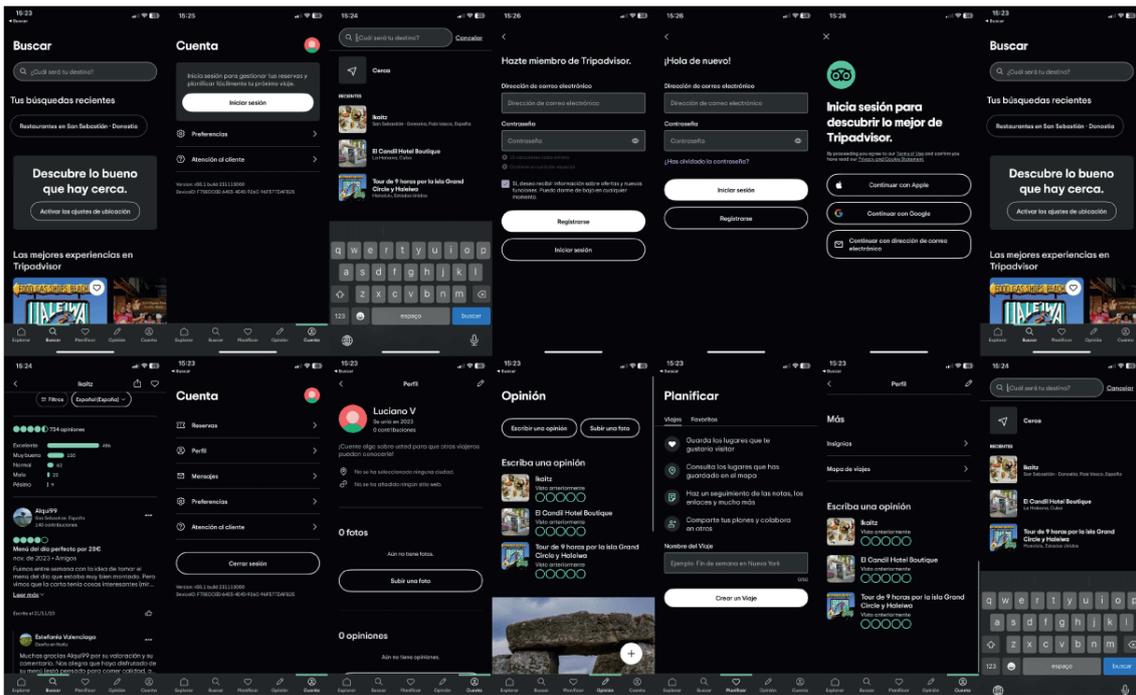
APÊNDICE D – Painel Semântico Giovanna



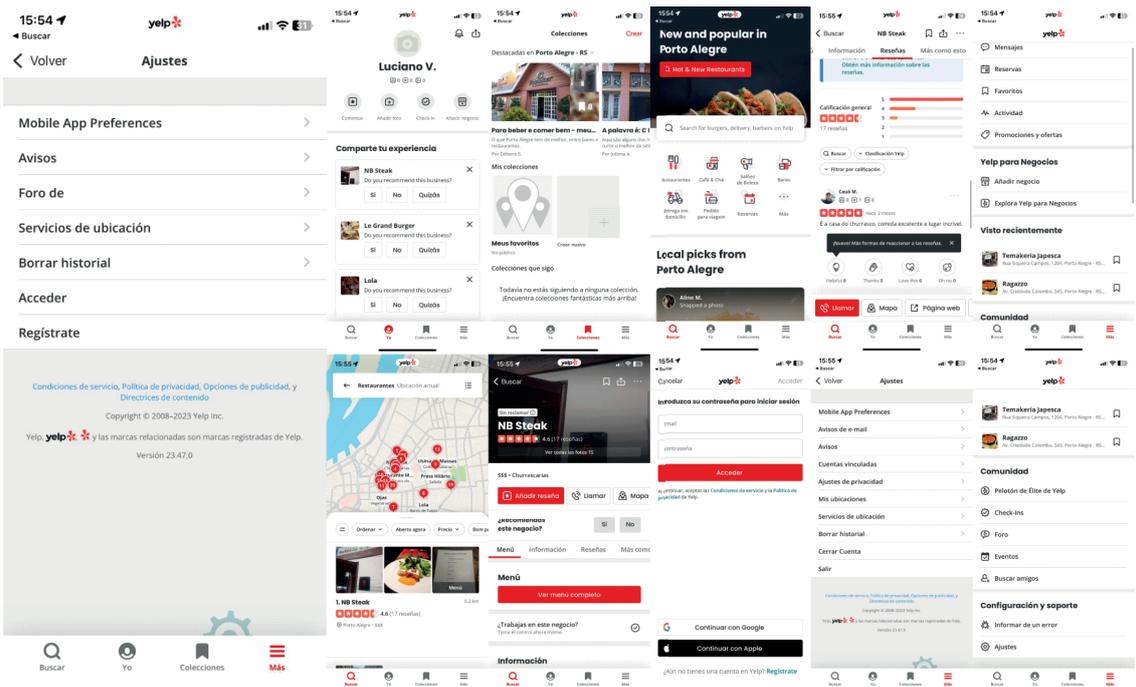
APÊNDICE E – Painel Semântico Clarice



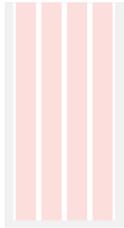
APÊNDICE F – Telas do Aplicativo TripAdvisor



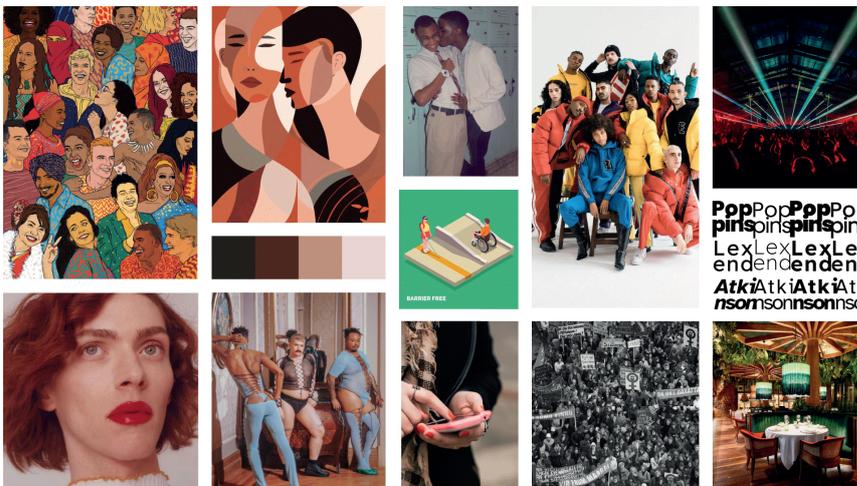
APÉNDICE G – Telas do Aplicativo Yelp



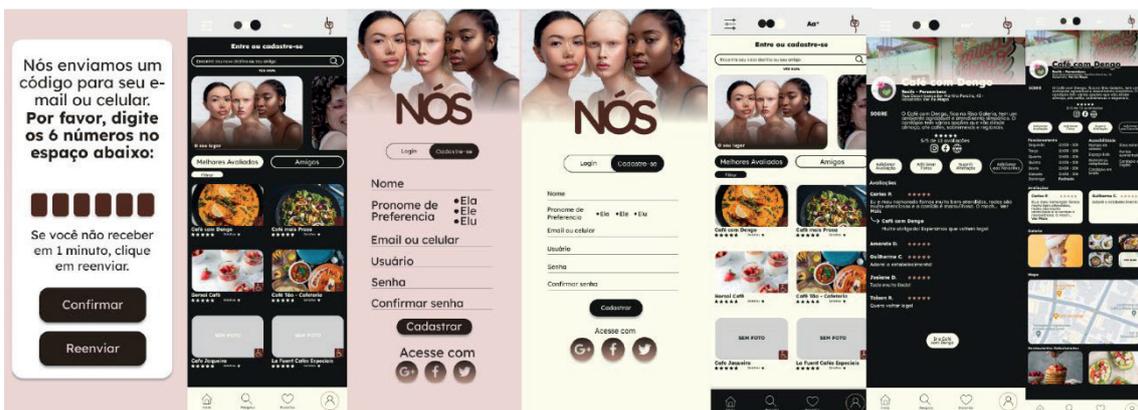
APÊNDICE H – Grade Base



APÊNDICE I – Painel Semântico do Aplicativo Nós



APÊNDICE J – Telas derivadas



APÊNDICE K – Telas derivadas



APÊNDICE L – Telas e derivações lado a lado para comparação

