



Instituto de Artes
Departamento de Design

Érica Melo Santos

SejaBSB: aplicativo para acolhimento
de migrantes nordestinos no Distrito Federal

Brasília
2022

Érica Melo Santos
17/0025594

SejaBSB: aplicativo para acolhimento
de migrantes nordestinos no Distrito Federal

Relatório apresentado ao curso de Graduação
em Design, Departamento de Design, Instituto
de Artes, Universidade de Brasília, como parte
das exigências à obtenção do título de
Bacharel em Design.

Orientadora: Prof.^a Symone Rodrigues Jardim

Brasília
2022

Agradecimentos

Agradeço à professora Symone por ter aceitado ser minha orientadora e representar o equilíbrio perfeito entre a firmeza indispensável para concluir um trabalho de conclusão de curso e o acolhimento necessário para não sucumbir à pressão e ansiedade que acompanha essa etapa da graduação. Soube que escolhi a pessoa certa para participar desse projeto desde o primeiro dia, e sou muito grata por ter tido a oportunidade de conhecê-la melhor durante nosso tempo juntas.

Agradeço aos meus pais pela vida extraordinária que me proporcionaram. Hoje entendo melhor os sacrifícios que tiveram que fazer e as motivações por trás de cada mudança pelas quais passamos juntos, sei que nenhum de nós se arrepende de ser migrante. Obrigada por despertar em mim a vontade de conhecer o mundo.

Agradeço ao Distrito Federal por ter me acolhido mesmo quando eu não quis ser acolhida, e por ter me proporcionado amizades e momentos inesquecíveis. Sou muito grata por tantos presentes na forma de pessoas maravilhosas – não conseguirei listar todas aqui, mas vocês sabem que têm um lugar especial no meu coração.

Agradeço, por fim, ao presente mais inesperado e maravilhoso que Brasília me trouxe: Matheus, obrigada por me encontrar e escolher ser meu parceiro para a vida toda. Sou eternamente grata por todas as mudanças que me trouxeram até você.

*“E se um dia eu for embora
pra bem longe deste chão
eu jamais te esquecerei,
São Luís do Maranhão”*

César Nascimento, Teresina - PI
(e um coração maranhense)

Resumo

É comum que migrantes tenham dificuldade no processo de migração e posteriormente na adaptação a um novo lugar, portanto o seguinte projeto tem como objetivo criar um aplicativo que possibilite a interação entre migrantes nordestinos e disponibilize informações relevantes para melhorar sua adaptação e acolhê-los no Distrito Federal. Para isso foi aplicado um questionário semi-estruturado e foram realizadas entrevistas com migrantes para a criação de personas e mapa da jornada de migração. Além disso, foi realizada uma análise de aplicativos similares a fim de encontrar referências que pudessem ser usadas para criar ou aperfeiçoar funcionalidades no projeto. Essa análise e as pesquisas com o público-alvo resultaram no desenvolvimento da arquitetura da informação do aplicativo e wireframes que serviram como estudos iniciais para a primeira versão da interface. Para a validação da proposta, foi aplicado um teste de usabilidade que resultou em uma análise de possíveis melhorias para versões futuras do aplicativo. O objetivo do projeto foi alcançado, uma vez que o fluxo foi desenvolvido e considerado útil pelos usuários entrevistados.

Palavras-chave: Migrante, Aplicativo, Acolhimento, Adaptação, Distrito Federal.

Abstract

It is common for migrants to face difficulties during the migration process and later in adapting to a new place, so the following project aims to create an application that allows the interaction between Brazil's Northeastern migrants and provides relevant information to improve their adaptation and welcome them to the Federal District. For this, a semi-structured questionnaire was applied and interviews were carried out with migrants to create personas and a map of the migration journey. In addition, an analysis of similar applications was carried out in order to find references that could be used to create or improve features in the project. This analysis and research with the target audience resulted in the development of the application's information architecture and wireframes that served as initial studies for the first version of the interface. For the validation of the proposal, a usability test was applied, which resulted in an analysis of possible improvements for future versions of the application. The objective of the project was achieved, once the user flow was developed and considered useful by the interviewed users.

Keywords: Migrant, Application, Refuge, Adaptation, Federal District.

Lista de figuras

FIGURA 1 - Mapa visual do objetivo do projeto	16
FIGURA 2 - Ilustração dos principais movimentos internos da população brasileira	19
FIGURA 3 - Procedência dos migrantes na cidade de Brasília	22
FIGURA 4 - Percentual de pessoas que nasceram no DF	23
FIGURA 5 - Distribuição segundo o estado de nascimento das pessoas que vieram de fora do DF	23
FIGURA 6 - Pessoas conhecidas antes da mudança para o Distrito Federal	25
FIGURA 7 - Descrição da persona 1	33
FIGURA 8 - Descrição da persona 2	34
FIGURA 9 - Mapa da Jornada de Migração	36
FIGURA 10 - Recorte do mapa da jornada, estágio 1	37
FIGURA 11 - Recorte do mapa da jornada, estágio 2	38
FIGURA 12 - Recorte do mapa da jornada, estágio 3	39
FIGURA 13 - Recorte do mapa da jornada, estágio 4	40
FIGURA 14 - Recorte do mapa da jornada, estágio 5	41
FIGURA 15 - Recorte do mapa da jornada, estágio 6	42
FIGURA 16 - Recorte do mapa da jornada, estágio 7	43
FIGURA 17 - Capturas de tela do Instagram	46
FIGURA 18 - Capturas de tela do Google Maps	48
FIGURA 19 - Capturas de tela do Google Local Guides	48
FIGURA 20 - Capturas de tela do Facebook	49
FIGURA 21 - Capturas de tela do Foursquare	50
FIGURA 22 - Arquitetura da Informação - Login / Cadastro	53

FIGURA 23 - Arquitetura da Informação - Página Inicial	54
FIGURA 24 - Arquitetura da Informação - Guia de Brasília	55
FIGURA 25 - Arquitetura da Informação - Página agrupadora	56
FIGURA 26 - Arquitetura da Informação - Grupos	57
FIGURA 27 - Wireframes - Cadastro 1	59
FIGURA 28 - Wireframes - Cadastro 2	60
FIGURA 29 - Wireframes - Home e pontos turísticos	61
FIGURA 30 - Wireframes - Glossário de siglas	61
FIGURA 31 - Vitral da Catedral Metropolitana Nossa Senhora Aparecida	63
FIGURA 32 - Paleta de cores - Guia de estilo	63
FIGURA 33 - Exemplos da tipografia Lato aplicada	65
FIGURA 34 - Exemplos do grid aplicado	66
FIGURA 35 - Variações de cards	67
FIGURA 36 - Plano Piloto	70
FIGURA 37 - Bússola	70
FIGURA 38 - Exemplos da tipografia Sora aplicada	71
FIGURA 39 - Logotipo SejaBSB	72
FIGURA 40 - Telas de login e cadastro	73
FIGURA 41 - Dados pessoais	74
FIGURA 42 - Interesses	75
FIGURA 43 - Página inicial e atalhos	76
FIGURA 44 - Guia / Pontos turísticos	77
FIGURA 45 - Guia / Bairros e cidades	78
FIGURA 46 - Guia / Glossário de siglas	79
FIGURA 47 - Página agrupadora e página do lugar	80

FIGURA 48 - Grupos	81
FIGURA 49 - Contatos	82
FIGURA 50 - Resultados do teste de usabilidade	84
FIGURA 51 - Teste de usabilidade, mapa de calor - missão 1	85
FIGURA 52 - Teste de usabilidade, mapa de calor - missão 2	86
FIGURA 53 - Teste de usabilidade, mapa de calor - missão 3	87
FIGURA 54 - Teste de usabilidade, mapa de calor - missão 4	88
FIGURA 55 - Teste de usabilidade, mapa de calor - missão 5	89
FIGURA 56 - Teste de usabilidade, mapa de calor - missão 6	90
FIGURA 57 - Teste de usabilidade, mapa de calor - missão 7	91

Sumário

Apresentação	12
Contextualização	13
Justificativa	14
Objetivos	15
Método	16
Referencial teórico	18
Migrações internas no Brasil	18
Papel dos laços sociais na migração	25
Socialização de migrantes em ambientes virtuais	28
O migrante como centro do projeto	29
Questionário	29
Entrevistas	31
Personas	33
Mapa da Jornada de Migração	35
Análise de similares	45
Desenvolvimento	52
Arquitetura da informação	52
Wireframes	58
Guia de estilo	62
Paleta de cores	62
Tipografia	64
Elementos da interface	66

Marca	68
Naming	68
Símbolo	70
Tipografia	71
Logotipo	72
Protótipo de alta fidelidade	73
Testes de usabilidade	83
Considerações finais	92
Referências bibliográficas	94
Anexo I – Questionário	97

1. Apresentação

O tema deste projeto está diretamente atrelado à minha história pessoal. Sendo filha de migrantes do Piauí e Rio de Janeiro, nasci e passei a maior parte da minha infância em São Luís do Maranhão. Aos 10 anos de idade, em função do trabalho do meu pai, nos mudamos para o Recife e desde então minha vida tem sido marcada por migrações.

O termo “migração” corresponde ao deslocamento de indivíduos de um lugar para o outro dentro de um mesmo território, e pode ter diferentes motivações e implicações. Do ponto de vista pessoal, uma das maiores implicações da nossa mudança se deu pela ruptura com as relações que possuíamos na minha cidade de origem. Estávamos habituados a ter uma família grande a poucos minutos de distância, e portanto o distanciamento foi devastador particularmente para mim enquanto criança, embora certamente meus pais também tenham enfrentado obstáculos durante a adaptação.

A mudança para a cidade de Recife foi a primeira, mas estava muito longe de ser a última ou a mais impactante. Na última década chegamos a mudar de país, em um momento delicado da minha adolescência que por si só gerou um abalo considerável, mas além disso experienciamos um choque cultural até então inédito ao longo de tantas mudanças.

Posso afirmar que a internet e as redes sociais digitais, embora à época ainda em ascensão, foram nossas grandes aliadas para manter o contato com nossos amigos e familiares, além de conhecer um pouco mais sobre os lugares para onde nos dirigimos. É a partir destas vivências pessoais que surge o interesse por elaborar um produto digital que possa de alguma forma melhorar a experiência migratória.

a. Contextualização

A história do Brasil é atravessada por constantes processos migratórios (Brignol, 2010). Atualmente, mais de 640 mil nordestinos vivem no Distrito Federal (Codeplan, 2018). Muitas dessas pessoas, descendem de indivíduos que foram motivados a deixar sua terra de origem para trabalhar na construção da nova capital e então fazer parte da população de Brasília. Hoje, embora as motivações sejam diferentes, os fluxos migratórios para o Distrito Federal seguem tendo relevância.

Os migrantes dispõem hoje de mais recursos tecnológicos para manterem o vínculo com o local de origem. O incremento da tecnologia possibilita a criação dos sites de redes sociais, como o Facebook, que hoje são apropriados pelos "atores sociais que lhes conferem sentido e que as adaptam para suas práticas sociais" (Recuero, 2011). Isto é, os migrantes se utilizam dessas ferramentas ou aplicativos de redes sociais para comunicação e, dessa forma, as redes sociais muitas vezes alimentam as redes migratórias (Truzzi, 2008). É possível observar interações entre migrantes em diferentes etapas da mudança: decisão de migrar, planejamento do processo, dinâmicas de instalação e especialmente na manutenção e recriação de vínculos com os lugares de origem (Cogo, 2017).

Ser migrante, mesmo que voluntariamente, implica estar vinculado(a) a diferentes culturas e territórios e estar em contato constante com as diferenças. Esse contato, por sua vez, pode gerar conflitos internos tais como insegurança, medo frente ao desconhecido e solidão, e até mesmo com habitantes do local de destino em casos de xenofobia.

b. Justificativa

As migrações desencadeiam mudanças do ponto de vista político e econômico, mas também geram um impacto muito grande na identidade e, por consequência, na saúde mental de migrantes. Diante de uma ruptura tão vasta com os laços sociais e culturais do local de origem, é comum que migrantes passem por momentos de incerteza, frustração, medo e que eventualmente considerem a possibilidade de voltar para esse lugar.

Visto que os migrantes fazem uso da internet antes da mudança e durante o seu processo de adaptação, é viável criar grupos de acolhimento, ou facilitar o acesso àqueles grupos que já existem, a fim de agilizar o acesso à informações essenciais para sua adaptação para que estas pessoas possam construir novos laços e compartilhar experiências com aqueles que já passaram pelo mesmo processo, além de possibilitar serem recebidas pelos habitantes de origem.

Nesse contexto, a proposta deste projeto é aplicar o processo de design centrado na vida de migrantes a partir da coleta de relatos de pessoas que já passaram por um processo migratório voluntariamente, ou têm interesse em fazê-lo, para reduzir o impacto da migração na saúde mental e qualidade de vida.

c. Objetivos

Objetivo Geral

Desenvolver um aplicativo que possibilite a interação entre migrantes nordestinos e ainda disponibilize informações relevantes para sua adaptação no Distrito Federal.

Objetivos Específicos

- Entender motivações, obstáculos e carências do processo migratório por meio de entrevistas com migrantes, especificamente nordestinos;
- Fazer análise comparativa entre ambientes digitais com objetivos diferentes mas que exista interação semelhante entre os usuários;
- Possibilitar por meio do app a formação de laços sociais no meio digital, visando reduzir o impacto da migração na saúde mental de migrantes;
- Agrupar informações relevantes para as pessoas em processo de adaptação no Distrito Federal, visando disponibilizá-las de forma prática.

d. Método

No início deste projeto foi empregada uma ferramenta gráfica que consiste na elaboração de um mapa visual a partir de uma frase-mãe que contempla o objetivo do projeto. A partir desse mapa visual (Figura 1) é possível entender o que precisará ser feito no decorrer do projeto para alcançar o objetivo.

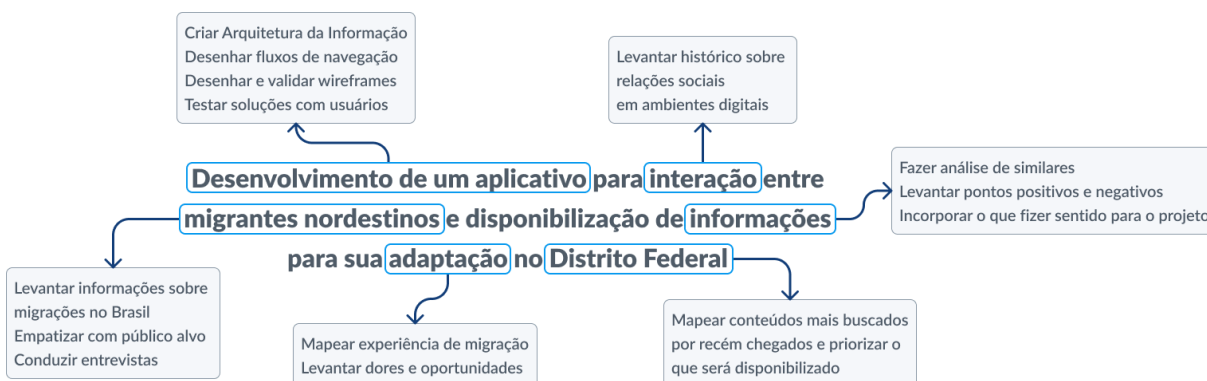


Figura 1. Mapa visual do objetivo do projeto. Fonte: a autora, 2022

O resultado, apresentado na Figura 1, foi a definição dos caminhos do projeto, conforme apresentado a seguir.

i. Abordagem escolhida

O Design Thinking foi a abordagem empregada no decorrer deste projeto por ser um processo de exploração, conhecimento e entendimento do produto que consistiu em reunir o que é desejável do ponto de vista humano (usuário) com o que é tecnologicamente viável.

A ideologia do design thinking afirma que uma abordagem prática e centrada no usuário para a solução de problemas pode levar à inovação, e a inovação pode levar à diferenciação e a uma vantagem competitiva. Essa abordagem prática e centrada no usuário é definida pelo processo de design thinking e compreende 6 fases distintas. (GIBBONS, Sarah, Nielsen Norman Group, 2016, *Design Thinking 101*.)

ii. Delineamento

O produto passou por cinco das seis etapas do Design Thinking. A última etapa, que consistirá na implementação do aplicativo, não foi contemplada no escopo deste projeto.

Empatia

Foram coletadas cerca de 27 respostas por meio de um questionário semi estruturado, além da condução de entrevistas individuais com pessoas que já passaram por um processo migratório para criar vínculo com o perfil escolhido do público-alvo do projeto e entender seus sentimentos e necessidades durante a experiência.

Definição do problema

A partir dos primeiros contatos com os migrantes, a experiência migratória foi mapeada e dentro dela foram levantados diversos pontos de atenção que poderiam dar origem a oportunidades para funcionalidades que pudessem solucionar dores comuns aos usuários.

Ideação

A partir das oportunidades levantadas, possíveis soluções passaram a ser ponderadas e avaliadas do ponto de vista técnico após serem materializadas por meio da Arquitetura da Informação e Wireframes.

Prototipação

Foi criado um protótipo de alta fidelidade para melhor visualizar as soluções criadas e o fluxo que o usuário seguiria durante a experiência de uso do produto.

Testes

Por fim, para obter insumos e analisar o impacto das soluções criadas foram realizados testes de usabilidade com potenciais usuários reais.

2. Referencial teórico

a. Migrações internas no Brasil

Uma migração interna pode acontecer principalmente por motivos econômicos e ecológicos¹. O Brasil apresentou um fluxo expressivo de migrações internas a partir do século 19 e início do século 20 e, apesar da diversidade desses fluxos, historicamente os nordestinos se destacam como protagonistas dos movimentos migratórios.

Embora possamos vincular a motivação ecológica às secas, no Brasil os modelos econômicos exercem maior influência nesses fluxos, e as principais causas para a emigração nordestina foram a falta de empregos, infraestrutura e baixo padrão de vida – condições que foram agravadas pelo fenômeno climático mencionado anteriormente. Nos parágrafos a seguir, serão explicados de forma resumida alguns dos principais ciclos econômicos brasileiros e como estes impactaram os movimentos populacionais (Figura 2).

Por muito tempo, quando a migração do Nordeste para o Sudeste era bastante intensa, a seca foi utilizada como justificativa para a migração forçada das famílias nordestinas. Embora o fenômeno da estiagem seja um desafio para a sobrevivência no campo, os pequenos agricultores conseguem produzir e conviver com essa condição climática, quando têm acesso a água e apoio para desenvolver a lavoura ou a criação de animais. Porém, a falta de políticas públicas e a concentração de terras são fatores determinantes de expulsão dos trabalhadores. (ONG Repórter Brasil, 2012, caderno temático *Migração: O Brasil em Movimento*, p. 19)

“O motivo das pessoas estarem saindo daqui todo mundo já conhece, é a falta de emprego. [...] Então, o serviço é ruim, a pessoa sofre, mas é um dinheirinho a mais, se torna melhor que aqui às vezes, porque aqui a pessoa passa o ano todinho e não consegue comprar nada, aí vai para um lugar desses, sofre, mas sofrendo consegue comprar um pouco. Não tudo, mas consegue sobreviver melhor [...]. E aqui a pessoa fica geralmente a maior parte do tempo é parado, porque não tem o que fazer mesmo [...]” Raimundo*, morador de Timbiras (MA). (ONG Repórter Brasil, 2012, caderno temático *Migração: O Brasil em Movimento*, p. 7)

¹ Entre os motivos ecológicos podemos incluir mudanças drásticas de temperatura, desertificação, secas intensas, rompimento de barragens e outros tipos de perturbações ambientais ou contaminação do ambiente. (Ramos, Érika Pires. Refugiados ambientais : em busca de reconhecimento pelo direito internacional / Érika Pires Ramos – São Paulo : E. P. Ramos, 2011.)

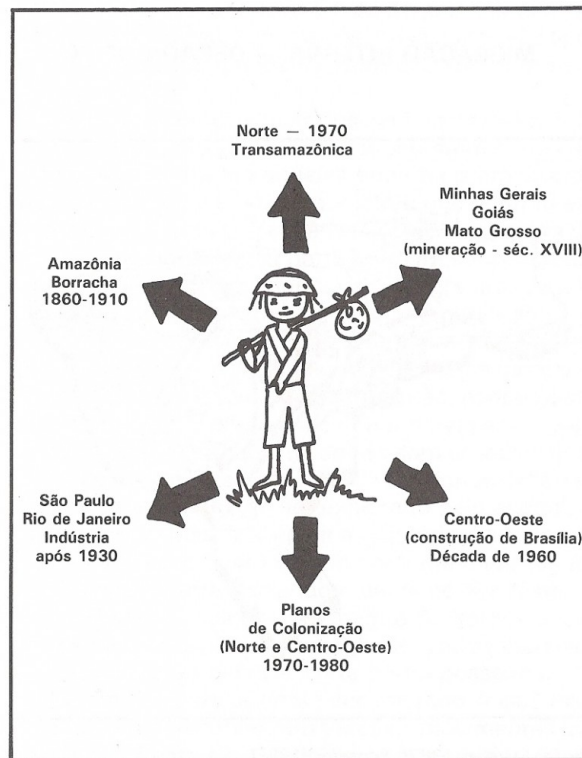


Figura 2. Ilustração dos principais movimentos internos da população brasileira. Fonte: MARTINS, Dora; VANALLI, Sônia. Migrantes. 6.ed. São Paulo: Contexto, 2004, p. 41.

As migrações internas foram determinantes para o povoamento do Brasil, visto que um grande marco desse processo ocorreu no século 16, quando a coroa portuguesa explorou a atividade pecuarista com o objetivo de ampliar suas fronteiras, incentivando um processo de colonização e povoamento do interior do país, cuja população estava até então concentrada no litoral. Essa expansão foi responsável por formar as primeiras cidades no interior do Nordeste. (Moraes, 2000)

A partir do século 17, o Brasil foi o maior produtor mundial de ouro, metal que teve extrema importância até meados do século 18 e provocou uma grande movimentação interna em direção ao centro-oeste brasileiro, destacando os estados de Minas Gerais, Goiás e Mato Grosso. (Becker, Egler, 2006)

O final do século 19 e início do século 20 foram marcados pela intensificação no fluxo de nordestinos para a região da Amazônia em virtude do ciclo da borracha, responsável

pelo movimento que mais contribuiu para a formação daquele território, e do surgimento de grandes projetos incentivados por governos militares, como a construção das grandes rodovias de integração da Amazônia ao resto do país. Mais de um milhão de nordestinos instalaram-se nessa região, e embora muitos tenham ficado, após o declínio do sistema da borracha grande parte desses migrantes se dirigiram para o Sudeste devido ao grande processo de industrialização da região. (UFJF, 2011).

O surgimento de novas oportunidades como resultado desse processo industrial, principalmente entre as décadas de 1960 e 1980, decretou o Sudeste como uma área de atração, e por consequência o Nordeste passou a ser uma área de repulsão. Os nordestinos passaram a ser a principal mão de obra para a construção civil e outros setores que exigiam menos qualificação dos trabalhadores. Infelizmente, devido à escassez de políticas públicas por parte tanto dos governantes nordestinos quanto do Sudeste, as condições de vida dessa população eram muito precárias e isso desencadeou uma série de problemas psicológicos e estruturais.

Para os migrantes, qualquer sofrimento parecia menor do que o que tinham acumulado ao longo das suas vidas. E tinham a esperança de uma vida melhor em São Paulo. Restava, mais uma vez, esperar: velhos, moços, homens, mulheres e crianças dormiam espalhados pelo chão. (VILLA, Marco Antonio, 2017, *Quando eu vim-me embora. História da migração nordestina para São Paulo*, p. 43)

Ainda na década de 60, houve um fluxo importante de nordestinos em direção ao Brasil Central por conta da construção de Brasília, cidade que é o foco deste projeto. À época, o governo do presidente Juscelino Kubitschek iniciou o processo de transferência da capital do país para o centro do estado de Goiás. A construção da nova capital trouxe a promessa de novas oportunidades e empregos, mas a jornada de 10 dias de algumas cidades do Nordeste até Brasília e as condições de trabalho eram tão desanimadoras quanto o exemplo de São Paulo.

Nono dia de viagem e de muito infortúnio. O sofrimento não tinha idade. As crianças, porém, eram as principais vítimas. Aninha, coitada, desde Salgueiro, padecia de uma intermitente diarreia. Os chás não seguravam os intestinos nem os comprimidos de beira de estrada aliviavam a sua dor. O velho motor de noventa cavalos roncava incansavelmente, dando a todos uma demonstração de força e paciência. Já havia andando bem mais da metade do caminho. Quem sabe, a qualquer dia ou qualquer hora, ao virarem uma curva ao final de uma grande reta, deparariam com a terra prometida há muito tempo indicada pela luz do profeta. (BÉU, 2006, *Expresso Brasília*, p. 22)

As crianças também estavam entre as vítimas. Muitas faleciam nas hospedarias das cidades à margem das estradas, outras morriam pelo caminho: "Uma criança chorou muito à noite. Noutro dia, logo que o carro partiu, continuou chorando. Ao cair da tarde, ela cessou de chorar. E não choraria mais jamais. Morreu." (VILLA, Marco Antonio, 2017, *Quando eu vim-me embora. História da migração nordestina para São Paulo*, p. 59)

O tempo no Centro-Oeste era seco e quente durante o dia, e fazia muito frio à noite. Os trabalhadores, conhecidos como "candangos", trabalhavam sob a pressão da promessa criada por JK, "50 anos em 5", e os acidentes fatais eram comuns. Ainda assim, em meio a todos os problemas, Brasília foi inaugurada em 21 de abril de 1960 com a estimativa de que até os anos 2000 estivesse com aproximadamente 600 mil habitantes. A realidade é que, graças ao grande deslocamento de pessoas em busca de novas oportunidades, essa estimativa aumentou para cerca de 2 milhões e meio de habitantes até 2007. (Silva, 2019)

Os trabalhadores, em maioria nordestinos, que vieram para a nova capital decidiram ficar na cidade e se estabelecer. Por conta desse alto fluxo migratório, agora permanente, a cidade planejada para evitar os mesmos erros das grandes metrópoles brasileiras agora também possui uma região central, o Plano Piloto, que concentrava à época pessoas de maior poder aquisitivo e nos dias atuais aqueles que optam por viver espaços limitados ou compartilhados em virtude da proximidade dos locais de trabalho e estudo, e regiões periféricas conhecidas como cidades-satélite que hoje, quanto mais distantes do centro, concentram uma população de menor poder aquisitivo e condições de moradia inferiores às do centro.

Ao observar o mapa do Brasil extraído do censo de 2010 feito pelo IBGE (Figura 3), é possível notar que os locais de procedência com os maiores volumes de pessoas são os estados da região Nordeste.

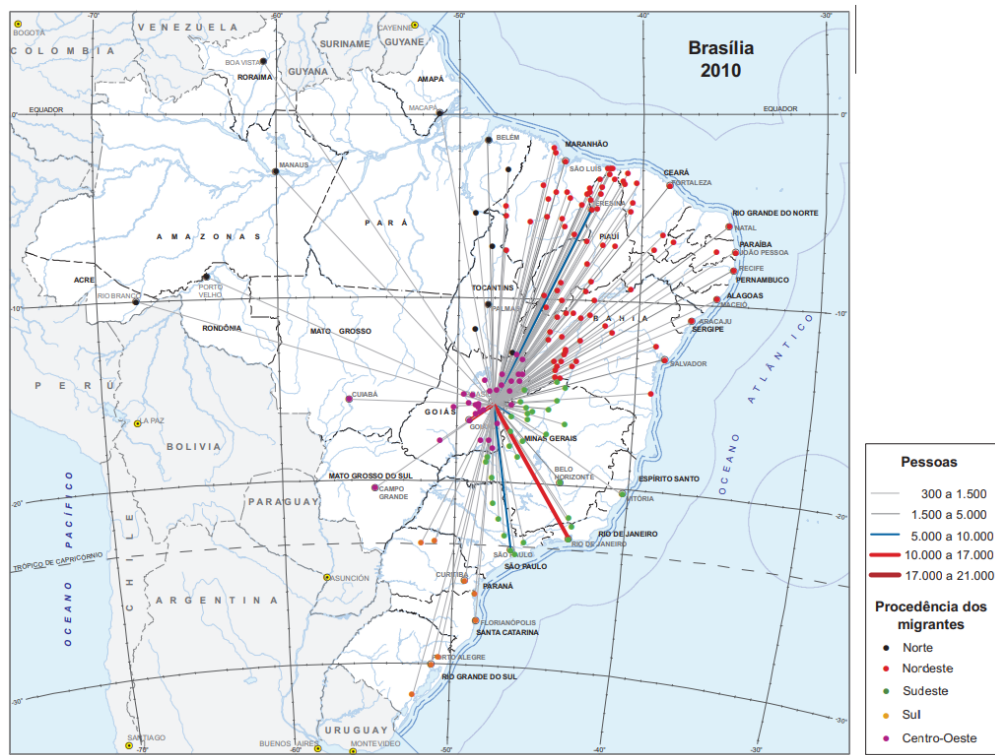


Figura 3. Procedência dos migrantes na cidade de Brasília. Fonte: IBGE, Censo Demográfico, 2010.

Os resultados divulgados pelo relatório do Codeplan em 2018 (Figuras 4 e 5) complementam esses dados ao apontar que cerca de 44,7% da população do Distrito Federal naquele ano havia nascido em outro estado, e que 47,2% desses migrantes nasceram em estados do Nordeste, sendo eles Bahia (11,1%), Piauí (10,7%), Maranhão (10,6%), Ceará (7,2%), Paraíba (4,5%) e Pernambuco (3,1%).

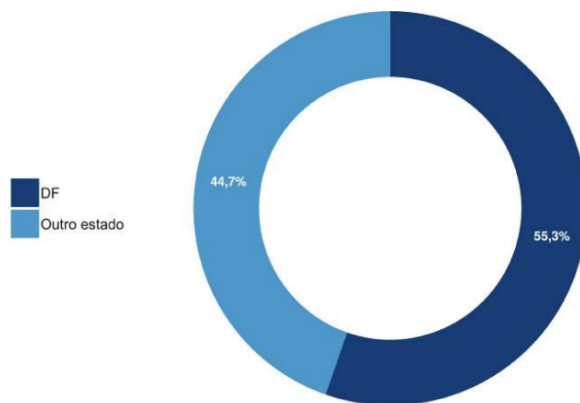


Figura 4. Percentual de pessoas que nasceram no DF, Distrito Federal, 2018. Fonte: Codeplan/DIEPS/GEREPS/PDAD 2018

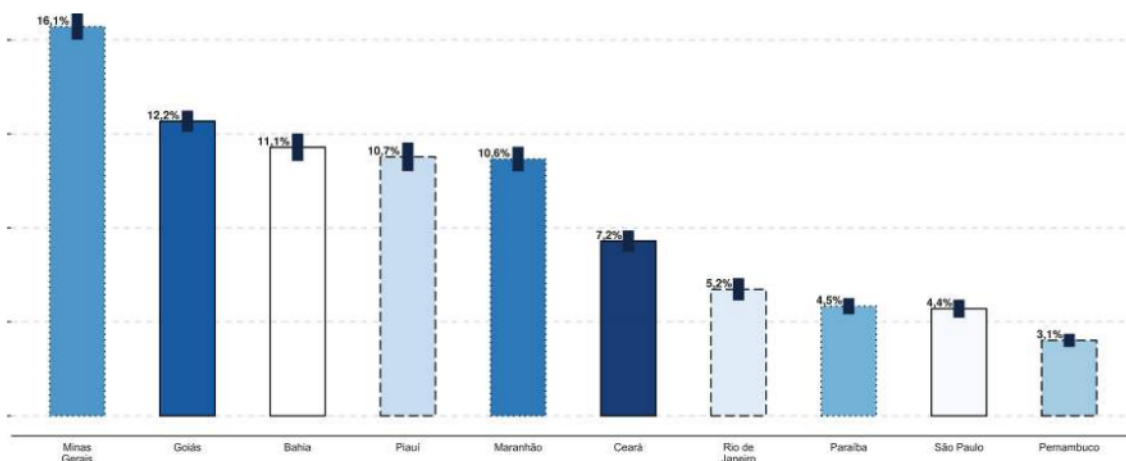


Figura 5. Distribuição segundo o estado de nascimento das pessoas que vieram de fora do DF, Distrito Federal, 2018. Fonte: Codeplan/DIEPS/GEREPS/PDAD 2018

Ainda segundo o Codeplan, as principais motivações dessas pessoas para mudar e/ou retornar à capital são acompanhar parentes (42,9%), seguida de trabalho (25,7%) e procura de trabalho (16,6%).

É provável que muitas dessas pessoas já estivessem em Brasília há muitos anos, desde sua construção, no entanto o saldo migratório do DF ainda é positivo e as pesquisas mais recentes não apresentam diferenças significativas a respeito da origem desses migrantes. A história de Brasília foi construída a partir das histórias das pessoas que a

adotaram como lar, às custas de grandes sacrifícios pessoais, e continua a atrair novos habitantes por ainda ser tida como uma terra de oportunidades.

b. Papel dos laços sociais na migração

Em sua dissertação de mestrado, Alberto de Carvalho apresenta um olhar clínico sobre a migração de indivíduos provenientes de outras regiões do Brasil para Brasília e analisa, entre outros dados, o papel que as redes sociais tiveram no processo de mudança dos entrevistados.

Independentemente dos motivos, um fato sempre levado em conta pelo migrante na escolha do local de destino é a presença ou não de uma rede social. Se há familiares ou conhecidos que possam servir como suporte inicial e facilitar os contatos profissionais, isso pesará bastante. Tal fator pode ser um dos responsáveis por estabelecer um padrão migratório entre duas regiões. Dificilmente um neurótico escolhe migrar para um local em que não haja tipo algum de referencial social. (DE CARVALHO, Alberto Rodrigues Câmara, 2008, *Migrantes em Brasília. Os motivos, as dores e os sonhos numa perspectiva clínica*, p. 47)

É possível apoiar a veracidade dessa análise por meio dos resultados obtidos por meio de questionário elaborado para a execução deste trabalho, em que 76,9% dos participantes afirmaram já conhecer alguém no Distrito Federal antes da mudança. Entre as pessoas conhecidas, a maioria são por familiares.

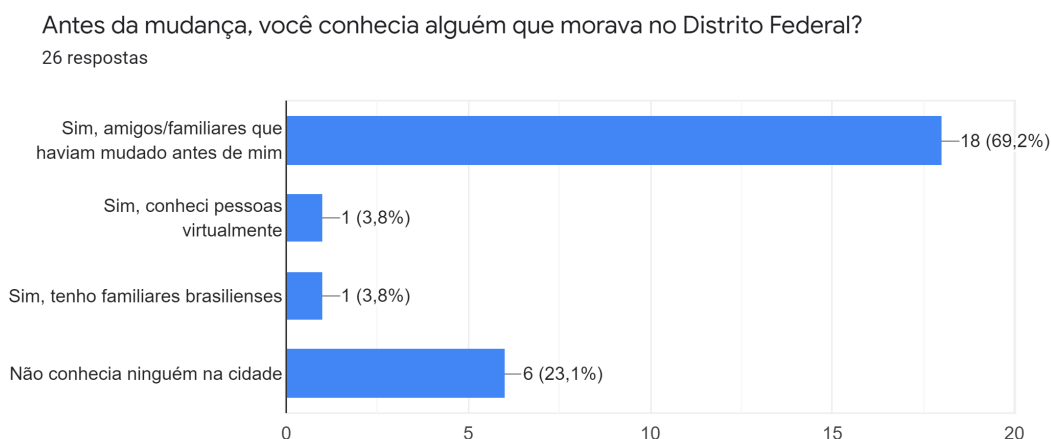


Figura 6. Pessoas conhecidas antes da mudança para o Distrito Federal. Fonte: a autora, 2022.

Uma vez que entendemos que os laços sociais influenciam diretamente na experiência dos migrantes e no seu processo de tomada de decisão, podemos discutir mais a fundo sobre as diferentes formas que a existência ou ausência desses laços podem afetá-los.

Claramente, o imigrante precisa abrir mão de sua individualidade, ao menos temporariamente, para tornar-se integrado ao novo ambiente. Quanto maior a diferença entre a nova comunidade e seu local de origem, de mais de sua individualidade ela irá abrir mão. (GRINBERG L. e GRINBERG R.,1989, p. 65)

Quando uma pessoa decide migrar ou se vê em uma situação onde a migração é praticamente inevitável, sua vida muda drasticamente e acontece um processo de ruptura profunda e dolorosa quando tudo que ela conhecia é deixado para trás: amigos, parentes, lugares, afetos. Essa ruptura põe em jogo sua identidade, uma vez que todas as referências que a moldaram ao longo da vida são deixadas para trás e substituídas por novas referências.

As motivações para migrar são diversas, mas a principal e citada com mais frequência é o trabalho. A maioria dos participantes que responderam ao questionário apontam que vieram do Nordeste para o Distrito Federal porque foram transferidos, acompanharam pessoas transferidas ou porque estavam à procura de um emprego. Dentro desses cenários, algumas migrações foram voluntárias enquanto outras, especificamente dos acompanhantes de pessoas transferidas, podem ser consideradas como compulsórias. Ainda assim, é possível que mesmo as migrações voluntárias, ou seja por transferências, sejam em parte involuntárias, caso migrar tenha sido a única saída para atingir algum objetivo.

No todo, observa-se que o processo de migrar é complexo e conflituoso. Os migrantes enfrentam muitas dúvidas e angústias mesmo quando a mudança é desejada e a adaptação é mais fácil ou vista como uma oportunidade.

Em todos esses cenários a presença de uma rede de apoio é um suporte inicial que pode abrir portas para as novas oportunidades no local de destino, além de ser uma ponte para o local de origem e manter aquela referência atrelada à identidade do indivíduo.

O largo 13 de Maio, em Santo Amaro, Zona Sul da capital, também se transformou em ponto de encontro dos nordestinos. Antonio Pereira da Silva, cearense, era um frequentador habitual do largo. Foi lá que conheceu sua esposa: "Aqui eu recordo a minha terra. Ouço uma música com o sanfoneiro e até posso comprar um pouco de jabá ou de carne de sol. Até a autêntica pinga nordestina, no largo 13 vende." Como disse um negociante do largo: "Aqui é o paraíso dos nordestinos. As pessoas vêm para cá e sentem que estão em casa. Comem a comida da terra e bebem o que estão acostumados." (VILLA, Marco Antonio, 2017, *Quando eu vim-me embora. História da migração nordestina para São Paulo*, p. 194)

c. Socialização de migrantes em ambientes virtuais

É possível observar nos processos migratórios que parte do processo de adaptação envolve manter vínculos com o lugar de origem pelo contato com as pessoas que permaneceram lá e criar novos vínculos no lugar de destino por meio das redes sociais e, portanto, a organização dos migrantes nessas redes é um costume associado à migração em si. (Brignol, 2010)

Trata-se de uma construção interessante para pensar sobre as redes de migrantes e suas dinâmicas em uma realidade social diferente, embora seja preciso ressaltar que reduz a questão defender o princípio de que as redes sociais, sempre e por definição, tenderiam a busca de soluções de problemas, pois percebemos que o movimento de organização social em redes pode ser acompanhado, muitas vezes, pela simples necessidade de formar vínculos, sem um fim concreto de ação ou intervenção social. (BRIGNOL, Liliane Dutra, 2010, *Migrações transnacionais e usos sociais da internet: identidades e cidadania na diáspora latino-americana*, p. 69)

A internet transforma as possibilidades de comunicação, e o uso das TICs (Tecnologias da Informação e Comunicação) trouxeram mudanças profundas nos movimentos migratórios, desde a facilitação do deslocamento por meio do acesso à passagens aéreas de baixo custo, ao movimento de grupos de migrantes que usam essas tecnologias para planejar todo o processo.

3. O migrante como centro do projeto

O desenvolvimento de todo produto, digital ou não, deve basear as decisões de design na pesquisa com usuários para coletar informações sobre suas necessidades e apresentar insumos para idealizar soluções (Fessenden, 2021). O objetivo deste capítulo é delimitar os perfis de migrante para qual o produto deste projeto será desenvolvido a partir da aplicação de ferramentas de pesquisa quantitativas e qualitativas para, dessa forma, definir todos os pontos necessários para oferecer uma experiência positiva para os migrantes.

a. Questionário

i. Objetivo

O objetivo deste questionário (Anexo I) é fazer um primeiro levantamento a respeito do perfil de migrantes que serão estudados no decorrer deste projeto. O questionário foi semi-estruturado, ou seja, os participantes puderam assinalar apenas a alternativa que melhor correspondia ao seu perfil, com perguntas subjetivas em que havia a possibilidade de coletar insumos mais qualitativos.

ii. Resultados

Além de dados demográficos foram levantadas questões a respeito das relações sociais, que envolvem as pessoas que vieram junto com os participantes na migração e pessoas que eles conheciam no Distrito Federal. Como mencionado anteriormente, a maior parte dos participantes veio com a família ou amigos motivados pelo trabalho, e já conheciam pessoas no lugar de destino. Muitas vieram com a intenção de viver permanentemente com pessoas conhecidas ou até encontrarem um lugar próprio — **isto indica que possuir uma rede de apoio pode ter sido um fator determinante para que a mudança acontecesse.**

A maior parte dos participantes diz ter tido expectativas positivas antes da mudança. Quando questionados sobre os tipos de pesquisa que fizeram sobre o Distrito Federal antes da mudança, 76,9% afirmaram **não ter feito nenhum tipo de pesquisa prévia**, e os que a fizeram buscaram principalmente sobre **custo de vida, transporte, estudos, segurança e moradia.**

Da lista de palavras disponibilizadas para definir os primeiros meses na nova cidade, a que mais se destaca é **“oportunidade”** com 57,7% das respostas seguida de **“saudades”** com 34,9%, **“acolhimento”**, **“solidão”** e **“felicidade”** com 23,1% cada, **“ansiedade”** com 19,2%, **“segurança”** e **“gratidão”** com 15,4%, **“insegurança”** com 11,5% e por fim, **“raiva”**, **“arrependimento”**, **“surpresa”** e **“decepção”** com 3,8% cada. A partir destes resultados apenas, é possível afirmar que **a busca por novas oportunidades é um fator crucial na tomada de decisão migratória** e, em contrapartida, os sentimentos negativos que resultam da ruptura com o lugar de origem se manifestam com intensidade significativa mesmo que a expectativa seja positiva e o processo de adaptação tenha sido fácil (de acordo com 53,8% dos participantes).

Os participantes que apontaram dificuldades no processo de adaptação vincularam sua resposta à **moradia, transporte, alto custo de vida, saudades de pessoas e circunstâncias do lugar de origem e sensação de distanciamento social na capital.**

Boa parte da amostra fez uso de algum recurso digital para conhecer novos lugares e pessoas: 27,8% dos participantes afirmaram ter usado **fóruns ou grupos em redes sociais**, 22,2% utilizaram **aplicativos de relacionamento** enquanto 16,7% utilizaram **plataformas com avaliações**. Outros recursos mencionados não se aplicam necessariamente à esfera digital, grupos religiosos ou de trabalhos sociais, grupos do governo, jornais e revistas, entre outros, com 5,6% cada.

Sobre o compartilhamento de experiências, a maior parte dos participantes **afirma ter compartilhado suas experiências de migração com outras pessoas**: 57,7% ajudaram amigos que migraram em seguida, e 3,8% compartilharam suas experiências online. Daqueles que não compartilharam suas experiências, 34,6% afirmam que nunca tiveram a oportunidade enquanto 7,7% não haviam pensado na possibilidade.

A última pergunta do questionário foi sobre que tipo de recursos ou informações os participantes gostariam de ter tido para facilitar o processo de mudança. Estes resultados estão descritos com mais profundidade nos resultados do tópico a seguir.

b. Entrevistas

Antes de traçar a jornada foram conduzidas cinco sessões individuais com pessoas que já passaram por um processo migratório saindo de diferentes cidades do nordeste para o Distrito Federal, com diferentes motivações. Foram convidadas três mulheres, sendo duas na faixa etária entre 26 e 35 anos de idade e uma na faixa etária entre 56 e 65 anos de idade, e dois homens, sendo um na faixa etária entre 26 e 35 anos de idade e o último na faixa etária entre 46 e 55 anos de idade.

De acordo com o Nielsen Norman Group, “as entrevistas são uma maneira rápida e fácil de ter uma noção de como os usuários se sentem, pensam e o que eles percebem como verdade” (Pernice, 2018), portanto essa abordagem teve como objetivos:

- Levantar os principais **problemas** enfrentados por migrantes nordestinos antes de migrarem para o Distrito Federal;
- Identificar as principais **carências** sentidas pelos migrantes nordestinos ao chegarem no Distrito Federal;
- Avaliar como os migrantes fazem uso da **tecnologia** no processo de mudança e adaptação.

Para alcançar esses objetivos, foi elaborado um roteiro segmentado em três seções: motivação, adaptação e uso da tecnologia. Para cada seção foram preparadas uma questão chave e até duas perguntas de acompanhamento que permitiram que cada tema fosse desenvolvido livremente pelos entrevistados a fim de entender melhor suas experiências.

Seção 1: Motivação e chegada

Questão chave: De que lugar do nordeste você veio e qual foi o motivo da sua migração?

Questão de acompanhamento 1: Como você se sentiu ao chegar?

Questão de acompanhamento 2: Você já conhecia alguém na cidade? O que fez para conhecer novas pessoas?

Seção 2: Adaptação

Questão chave: Que tipo de recursos você gostaria de ter tido para facilitar a sua mudança ou adaptação?

Questão de acompanhamento 1: Que tipo de pesquisas você fez antes de se mudar?

Questão de acompanhamento 2: Quais recursos você usou para fazer essas pesquisas?

Seção 3: Uso da tecnologia

Questão chave: Você já utilizou algum site/aplicativo de ____? (aluguel, comida, lugares, amigos).

Questão de acompanhamento: Como foi a sua experiência ao usar esses sites/aplicativos?

Encerramento

Questão chave: Há mais algum detalhe, desejos ou dificuldades que você gostaria de compartilhar sobre a sua experiência de migração?

As entrevistas aconteceram em formato remoto por meio da plataforma Google Meet. Os *insights* e dados levantados durante esse processo serviram para criar *personas* que então direcionaram o mapeamento da jornada de migração.

c. Personas


As *personas* são representações realistas do público-alvo criadas a partir de dados coletados por meio do questionário aplicado anteriormente e das entrevistas conduzidas individualmente com outros migrantes. Esse tipo de ferramenta auxilia na criação de empatia com o público-alvo e garante que ele esteja sempre em foco durante o desenvolvimento de um produto ou serviço.

Para este projeto foram estruturadas duas *personas*: cada uma representa uma pessoa motivada por um dos fatores mais recorrentes para a migração (de acordo com as pesquisas conduzidas no decorrer deste projeto).

i. Migração compulsória

A primeira *persona* foi criada para representar um perfil de migrante que, apesar de ter deixado o lugar de origem de forma voluntária, não tinha desejo de fazê-lo e precisou abrir mão da própria vontade em prol de um familiar realocado.

Maria, a determinada



Idade: 46 anos
Profissão: Servidora pública
Família: Esposo, uma filha de 14 anos e um filho de 17 anos
Cidade de origem: Recife/PE

Motivações
Veio para o Distrito Federal para acompanhar o esposo após ser transferido no trabalho. Apesar de não querer deixar o Recife e tudo que conhecia para trás, estava determinada a apoiar a família na adaptação.

Dores e frustrações

- Não entende os endereços da cidade;
- Os espaços e pessoas não parecem acolhedores;
- O custo de vida é muito alto;
- Não sabe como se locomover na cidade;

Necessidades

- Escolher o melhor “bairro” para morar;
- Entender como serviços “burocráticos” funcionam;
- Reconstruir suas referências para realizar as mesmas atividades da cidade de origem.

“Sinto que estou vivendo dentro de um código de barras.”

Saudade Ansiedade Oportunidade

Figura 7. Descrição da persona 1. Fonte: a autora, 2022.

ii. Migração voluntária

Esta *persona* representa um perfil de migrante que decidiu vir para o Distrito Federal de forma inteiramente voluntária, ansiando por usufruir das novas oportunidades que a mudança pode proporcionar.

Vinícius, o aventureiro



Idade: 28 anos
Profissão: Freelancer
Família: Filho único e solteiro, seus pais vivem no nordeste
Cidade de origem: Piauí/PI

Motivações

Sentia que precisava ir para um lugar onde tivesse mais oportunidades na vida e veio para o Distrito Federal sozinho. Já conhecia algumas pessoas na capital e sabia que havia mais espaço para crescer por aqui.

Dores e frustrações

- Se sente excluído por não ter condições de morar no Plano Piloto, onde parece que a vida acontece;
- As pessoas julgam sua forma de falar e sotaque;
- O custo de vida é muito alto.

Necessidades

- Encontrar um bom emprego;
- Conhecer pessoas com interesses em comum;
- Encontrar locais de lazer acessíveis.

“Foi uma ascensão de vida que reforçou minha identidade nordestina.”

Oportunidade Felicidade Solidão

Figura 8. Descrição da persona 2. Fonte: a autora, 2022.

As *personas* foram muito importantes para a próxima etapa, que consiste em traçar toda a jornada desses migrantes durante o processo migratório para o Distrito Federal. Por meio desta ferramenta, foi possível agrupar as principais características dos migrantes entrevistados e participantes do questionário para contemplar suas necessidades ao pensar em possíveis soluções a serem incorporadas pelo aplicativo.

d. Mapa da Jornada de Migração

No decorrer do desenvolvimento de um produto ou serviço, o mapa de jornada do usuário é utilizado para descrever a experiência dos usuários durante o uso. Dessa forma é possível obter um melhor entendimento sobre os sentimentos, ideias e comportamento desses usuários em determinados momentos da jornada e encontrar pontos de dor, desejos e oportunidades para sanar essas dores ou atender a esses desejos.

Dentro do contexto deste projeto, o mapa de jornada foi criado a partir do compilado de dados levantados no questionário e nas entrevistas com migrantes para analisar não sua experiência com um produto, mas com o processo migratório. O objetivo final do usuário nesse cenário é adaptar-se à vida no Distrito Federal por meio da reconstrução das referências que possuía na cidade de origem para que possa realizar tarefas do seu cotidiano e usufruir das oportunidades que a mudança poderá proporcionar.

Esse processo foi dividido em sete estágios pelos quais todos os migrantes passaram e dentro de cada estágio foram levantados pensamentos, ações, sentimentos, dores e oportunidades para posteriormente criar uma experiência personalizada, engajada e relevante para cada etapa da jornada dos migrantes representados pelas *personas*.

i. Tomada de decisão

O primeiro estágio da jornada engloba o período prévio à migração, em que decisões ainda estão sendo tomadas.

a) O que a pessoa **faz**

- Conversa com a família;
- Avalia pontos positivos e negativos.

b) O que a pessoa **pensa**

- “Não quero ir, mas preciso.”
- “Como vamos viver lá?”
- “Vou ter mais oportunidades quando estiver morando lá.”
- “Me sinto mais seguro sabendo que há mais pessoas como eu por lá.”

c) O que a pessoa **sente**

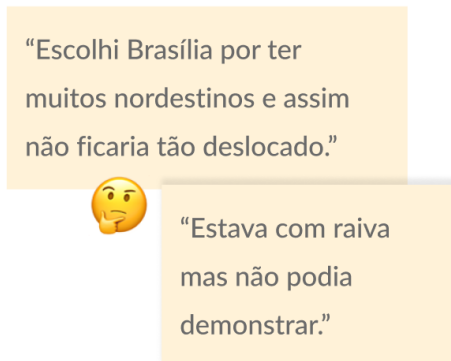


Figura 10. Recorte do mapa da jornada, estágio 1. Fonte: a autora, 2022.

d) Dores

- Deixar tudo que conhece e laços sociais para trás.

e) Oportunidades

- Fórum onde pessoas que já migraram podem falar sobre a cidade;
- Criar perfil na plataforma para tirar dúvidas e compartilhar no fórum.

ii. Preparação para a mudança

Neste estágio os migrantes já tomaram a decisão de deixar o lugar de origem e estão tomando as providências necessárias para que a mudança aconteça.

a) O que a pessoa **faz**

- Pesquisa lugares para morar;
- Organiza itens da mudança;
- Compra passagens.

b) O que a pessoa **pensa**

- “Qual será o melhor lugar para morar?”
- “Onde conhecerei novas pessoas?”

c) O que a pessoa **sente**



“Como já conhecia pessoas na cidade, não tive muitas dificuldades.”

Figura 11. Recorte do mapa da jornada, estágio 2. Fonte: a autora, 2022.

d) Dores

- Mesmo tendo pesquisado e/ou visitado a cidade antes, não terá uma opinião formada até chegar no DF.

e) Oportunidades

- Perguntas frequentes sobre a cidade;
- Lista de bairros e cidades satélite com dados e história de cada uma;
- Opiniões de moradores/migrantes sobre as cidades e bairros.

iii. Primeiro contato com a cidade

Aqui os migrantes acabaram de chegar no Distrito Federal e desenvolvem uma primeira impressão sobre Brasília e o entorno. É comum que nesse estágio ocorra estranheza e até mesmo rejeição pelo contraste entre o lugar de onde vieram e o novo lar.

a) O que a pessoa **faz**

- Se acomoda em um lugar provisório ou vai morar com conhecidos;
- Busca um lugar permanente pessoalmente;
- Começa a se locomover pela cidade para conhecer os principais pontos.

b) O que a pessoa **pensa**

- “Não entendo os endereços, sinto falta de pontos de referência.”
- “O que é Plano Piloto?”
- “Como terei acesso ao que preciso se não morar no Plano Piloto?”

c) O que a pessoa **sente**



“Você chega na cidade sem conhecer direito e fica perdido. Olhei pela janela do meu quarto e a vista parecia um autorama.”

Figura 12. Recorte do mapa da jornada, estágio 3. Fonte: a autora, 2022.

d) Dores

- As siglas e disposição dos endereços são muito diferentes do que estão acostumados;
- O sistema de transporte público tem horários muito limitados.

e) Oportunidades

- Glossário sobre siglas do DF e endereços;
- Lista dos principais pontos turísticos;
- Integração com aplicativos de mobilidade urbana para facilitar locomoção.

iv. Reconstrução de estruturas e referências

Este pode ser considerado um estágio mais burocrático, pois envolve a transferência de uma série de recursos e referências que o migrante possuía na cidade de origem como: agências bancárias, cartões de acesso ao transporte público e localização de cartórios e outros serviços que necessite no dia-a-dia.

a) O que a pessoa **faz**

- Transfere agências bancárias;
- Faz cartão de ônibus;
- Busca onde encontrar os serviços necessários para realizar suas atividades.

b) O que a pessoa **pensa**

- “Não sei onde posso obter o Bilhete Único para o ônibus.”
- “Qual é o melhor lugar para realizar a atividade x?”
- “É muito difícil ter que descobrir tudo do zero outra vez.”
-

c) O que a pessoa **sente**



“Sentia como se estivesse morando dentro de um código de barras.”

Figura 13. Recorte do mapa da jornada, estágio 4. Fonte: a autora, 2022.

d) Dores

- Precisa encontrar os lugares onde habitantes costumam ir para resolver “burocracias”;
- Muitas opções para realizar suas atividades (comprar roupas, comida) mas não sabe qual é a melhor ou mais acessível.

e) Oportunidades

- Guia básico do recém chegado ao DF (incluir o NaHora, explicar como funciona a Rodoviária do Plano Piloto, Metrô)

v. Trabalho / Estudos

Neste estágio o migrante desfruta das novas oportunidades de ascensão que a mudança lhe propicia, seja assumindo um cargo novo ou buscando vagas de emprego e ingressando ou tentando ingressar nas universidades. É aqui também que os primeiros laços sociais começam a ser construídos.

a) O que a pessoa **faz**

- Procura um emprego;
- Assume um cargo ao chegar;
- Inicia os estudos em uma instituição;
- Estuda para prestar vestibular.

b) O que a pessoa **pensa**

- “Será que essas empresas são boas para se trabalhar?”
- “Estou feliz e ansioso(a) com essa nova oportunidade.”
- “Quero aproveitar essa oportunidade para me desenvolver.”

c) O que a pessoa **sente**

“Fiz amigos e criei vínculos na universidade, no DCE, através da militância e voluntariado.”



“Quero entrar para a UnB e preciso de mais informações.”



Figura 14. Recorte do mapa da jornada, estágio 5. Fonte: a autora, 2022.

d) Dores

- Encontrar um bom emprego;
- Entender formas de ingresso nas universidades.

e) Oportunidades

- Integração com LinkedIn e outras plataformas para ver vagas de emprego;
- Integração com o Glassdoor para ver avaliações de empresas;
- Grupos de alunos de universidades para recepcionar e tirar dúvidas.

vi. Relações sociais

Neste estágio o migrante, após conhecer novas pessoas, pode sentir o impacto negativo de conviver com uma cultura diferente da sua ao ser julgado pela forma de falar e aparência, mas também pode sentir a empolgação e felicidade de criar e estreitar novos laços que futuramente o ajudarão a se adaptar ao novo lar.

a) O que a pessoa **faz**

- Conversa com pessoas no local de trabalho ou estudos;
- Instala apps de relacionamento;
- Faz novos amigos por meio de conhecidos em comum.

b) O que a pessoa **pensa**

- “Sinto saudade dos meus amigos e família.”
- “As pessoas daqui são estranhas.”
- “Quase todos os meus amigos no DF são de fora também.”
- “Me sinto acolhido (a) entre outros migrantes.”

c) O que a pessoa **sente**

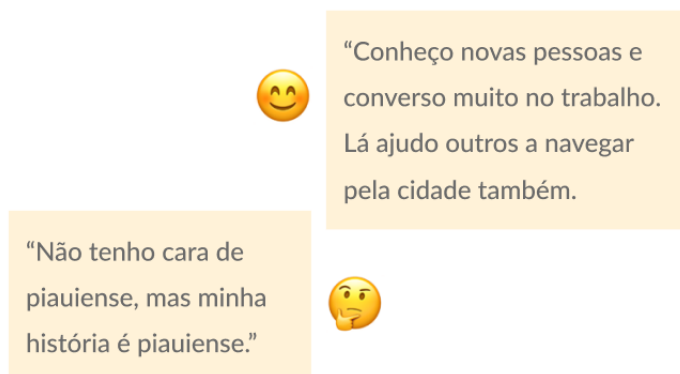


Figura 15. Recorte do mapa da jornada, estágio 6. Fonte: a autora, 2022.

d) Dores

- Os brasileiros não entendem sua forma de se comunicar, e vice-versa.

e) Oportunidades

- Dicionário com gírias brasileiras e outros coloquialismos.

vii. Lazer

Aqui o migrante começa a ocupar a cidade buscando e frequentando pontos de lazer do seu interesse, seguindo a recomendação de conhecidos mais experientes no Distrito Federal ou realizando pesquisas por conta própria.

a) O que a pessoa **faz**

- Pede recomendações para conhecidos;
- Busca lugares em redes sociais ou no Google;
- Lê avaliações antes de decidir visitar os lugares.

b) O que a pessoa **pensa**

- “Será que esse lugar é muito caro?”
- “Que tipo de produto vendem nesse lugar?”
- “As avaliações desse lugar são boas?”
- “Alguém que eu conheço já foi a esse lugar?”

c) O que a pessoa **sente**

“Parece que tudo acontece no Plano Piloto, e tudo é muito caro.”



Figura 16. Recorte do mapa da jornada, estágio 7. Fonte: a autora, 2022.

d) Dores

- Ao pesquisar no Google ou Instagram, só encontra as opções mais populares;
- Gostaria de ver opções mais voltadas para os seus gostos pessoais.

e) Oportunidades

- Integração com páginas do Instagram e avaliações do Google para indicar lugares;
- Perguntar preferências para direcionar indicações;
- Incluir lugares relacionados;
- Favoritar lugares para visitar depois.

4. Análise de similares

A análise de similares é uma ferramenta de design em que são identificados pontos negativos e positivos de produtos com propostas similares às do que está sendo desenvolvido (Pazmino, 2015); esses pontos podem servir como referência para criar novas funcionalidades ou aperfeiçoar as que já existem. Para esta análise foram selecionados aplicativos e plataformas online frequentemente mencionadas pelos entrevistados ou que apresentam funcionalidades próximas às que foram levantadas no mapa da jornada de migração dentro de “oportunidades”.

a. Instagram

O Instagram é a maior rede social para o compartilhamento de fotos do mundo, e nos últimos anos tem se tornado cada vez mais popular e uma excelente ferramenta para os negócios graças ao seu alcance. Atualmente, para crescer profissionalmente e alcançar potenciais clientes na plataforma, grandes marcas e pequenos negócios têm se esforçado para manter seus perfis atualizados e gerar engajamento na plataforma. Por esse motivo é comum que as pessoas que têm interesse em encontrar novos lugares para explorar acessem os perfis desses negócios antes de frequentar os espaços.

Salvar posts

Uma das funcionalidades mais úteis do Instagram para o contexto desse projeto é a possibilidade de salvar qualquer postagem para que fique acessível com facilidade posteriormente. Todo conteúdo salvo é armazenado no perfil do usuário, e existe a possibilidade de organizá-lo em “coleções” separadas que podem ser nomeadas livremente. Quando o conteúdo é um produto à venda, é automaticamente armazenado em uma “Lista de desejos” (Figura 17 - C).

Seguir pessoas

A possibilidade de seguir perfis no Instagram é uma grande oportunidade para conhecer novas pessoas. Existem duas opções na aplicação: sincronizar os contatos do celular ou pesquisar novos perfis na aba “Explorar”.

Biografia e privacidade do perfil

Todos os usuários do Instagram podem incluir uma pequena descrição na sua página pessoal, com links, hashtags e emojis (Figura 17 - A). É interessante pontuar que, por questões de segurança, os usuários podem optar por deixar seus perfis privados – dessa forma apenas as pessoas que recebem autorização para segui-lo podem acessar as publicações e lista de seguidores. Essa ação pode ser revertida a qualquer momento, e cada usuário decide se gostaria de compartilhar seus dados ou não.

Recomendações de semelhantes

Uma das funcionalidades de interesse mencionadas pelos migrantes entrevistados foi a recomendação de perfis semelhantes: dessa forma o Instagram ajuda o usuário a encontrar perfis que tenham alguma afinidade com o que ele procura. O recurso é exibido assim que o usuário clica em “Seguir” e o algoritmo da plataforma exibe um carrossel de sugestões de perfis semelhantes (Figura 17 - A), mas também pode ser acessado ao clicar em um botão com o ícone +*pessoa” abaixo do botão de “Seguir”.

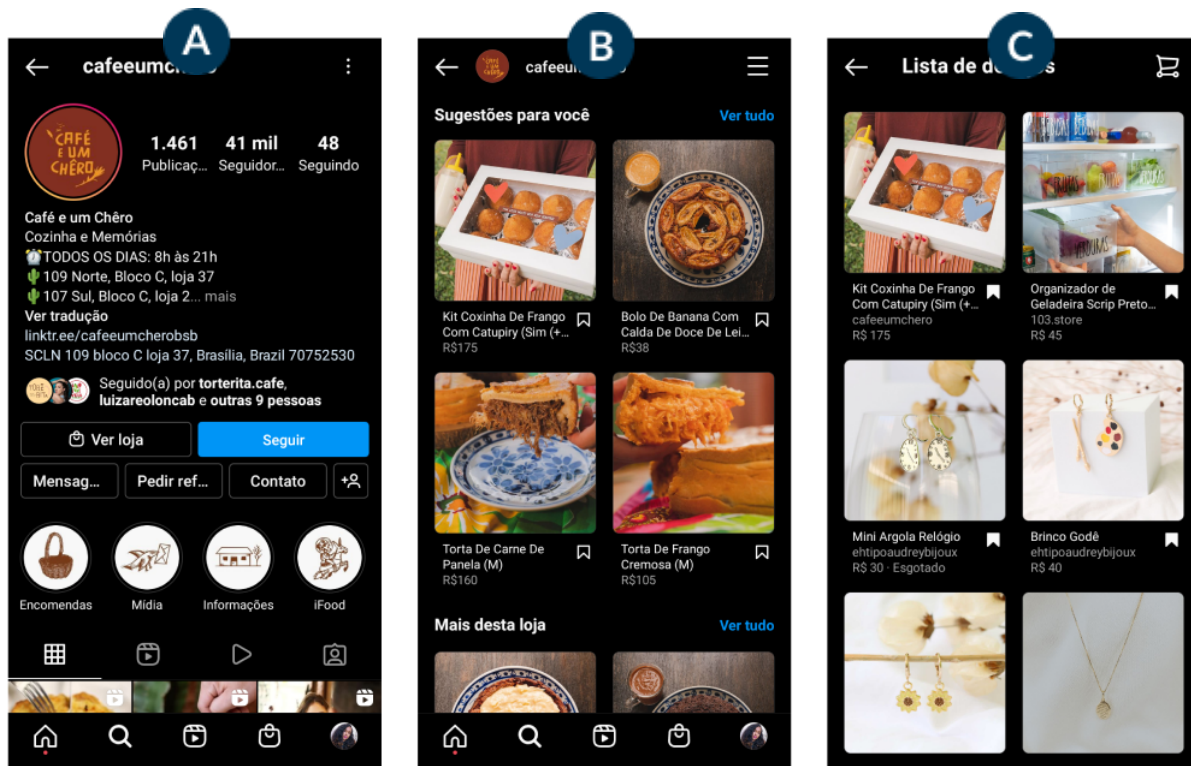


Figura 17. Capturas de tela do Instagram. Fonte: a autora, 2022.

b. Google Maps e Local Guides

O Maps, sistema de localização do Google, é muito utilizado pelas pessoas para encontrar estabelecimentos próximos e que tenham o tipo de produto ou serviço que eles estejam buscando no momento. Além de encontrar lugares pela proximidade, também é possível ver as avaliações que esses estabelecimentos recebem, além dos dados gerais de contato e destaques com comodidades ou outro tipo de informação interessante para os consumidores: se o espaço é pet friendly, ao ar livre, se possui mesas ao ar livre, entre outros.

Dentro da plataforma Google Maps é possível participar do Local Guides (Figura 19), uma comunidade de usuários exploradores que compartilham fotos, fazem avaliações e tiram dúvidas a respeito dos lugares que visitam. Esse tipo de contribuição muitas vezes influencia o comportamento dos consumidores ao escolher o lugar que desejam visitar.

Avaliações

Conforme mencionado anteriormente, quando um estabelecimento recebe boas avaliações é mais provável que as pessoas optem por fazer uma visita. As avaliações são feitas utilizando uma classificação de 1 a 5 estrelas, além de ser possível deixar um comentário e anexar fotos (Figura 18 - D). Esse tipo de recurso pode ser bastante útil para os migrantes que acabam de chegar ao Distrito Federal e não conhecem nenhum lugar específico na capital.

Informações sobre estabelecimentos

As páginas dos estabelecimentos disponibilizam uma gama de informações relevantes para que o usuário possa tomar uma decisão, desde o tempo de espera para usufruir dos serviços até a descrição dos mesmos, horário de funcionamento, fotos de cardápio e horários de pico (Figura 18 - B).

Perfil no Local Guides

Ao participar ativamente da comunidade contribuindo com avaliações ou outros recursos, o usuário tem a oportunidade de receber prêmios ao subir de nível em uma

experiência gamificada (Figura 19 - A). Além disso, membros da comunidade podem seguir uns aos outros e na página de cada *local guide* é possível visualizar todas as suas contribuições e lugares visitados.

Lista de locais

É possível criar listas com nomes personalizados para agrupar lugares que os usuários desejem visitar futuramente, ou espaços visitados que tenham gostado muito e desejam armazenar as informações em algum lugar (Figura 19 - B).

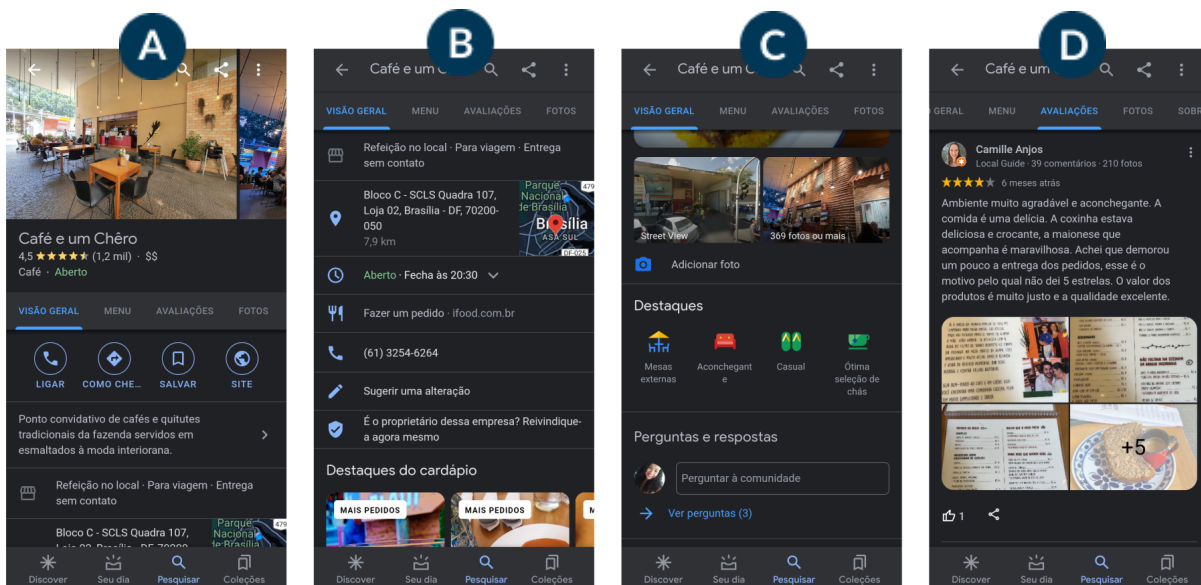


Figura 18. Capturas de tela do Google Maps. Fonte: a autora, 2022.

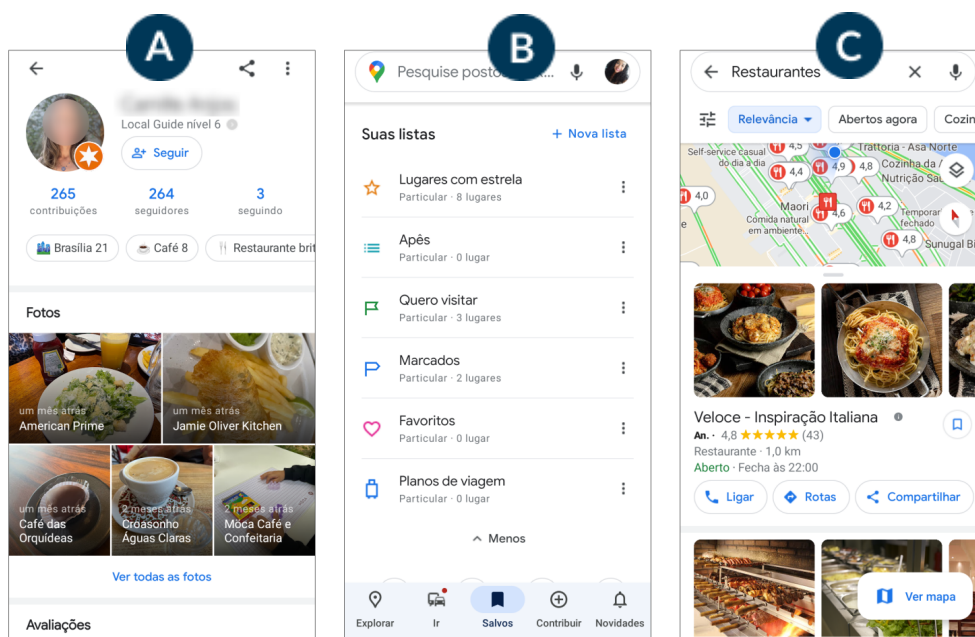


Figura 19. Capturas de tela do Google Local Guides. Fonte: a autora, 2022.

c. Facebook

O Facebook é uma rede social gratuita onde usuários podem compartilhar mídia, trocar mensagens com amigos e familiares, criar publicações sobre seus interesses e atualizações da vida cotidiana. Dentro de cada publicação também é possível comentar ou reagir com um emoji que simboliza uma emoção como raiva, tristeza, apoio e a tradicional curtida.

Grupos

Essa funcionalidade permite que os usuários criem comunidades e estabeleçam novas conexões ao debater e compartilhar conteúdos sobre assuntos específicos. No Facebook é possível personalizar as configurações de privacidade para definir se o grupo será público ou privado. Esse tipo de interação é uma excelente oportunidade para que novos moradores do Distrito Federal possam criar e ingressar em espaços de troca para conhecer novas pessoas com interesses em comum e tirar dúvidas em uma plataforma pública.

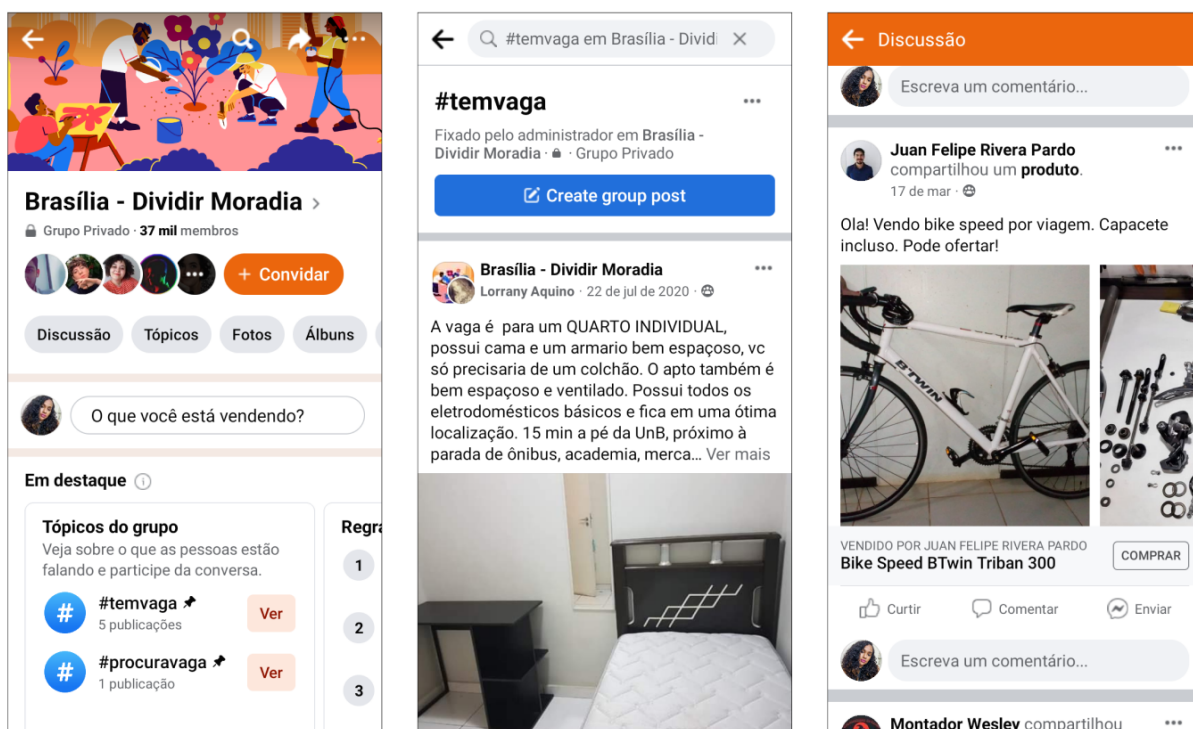


Figura 20. Capturas de tela do Facebook. Fonte: a autora, 2022.

d. Foursquare

O aplicativo recomenda lugares interessantes para os usuários, como restaurantes, bares e museus, por proximidade por meio de uma lista ou um mapa. No aplicativo Foursquare também é possível fazer avaliações desses lugares e visualizar as avaliações feitas por outros usuários, ou encontrar indicações por meio de uma busca livre utilizando palavras chave e filtros. É uma plataforma altamente recomendada para pessoas que não conhecem uma cidade ou que têm interesse em conhecer novos lugares onde moram.

Listas de lugares

Assim como o Google Maps, o Foursquare também permite a criação de listas personalizadas pelo usuário para agrupar lugares de interesse. O diferencial está em poder compartilhar essas listas com outros usuários, que podem inclusive seguir listas para visualizar novas atualizações e adições (Figura 21 - A, B e C). Como o aplicativo usa geolocalização para fazer as indicações, uma das primeiras listas recomendadas é um agrupamento de pontos turísticos de Brasília – dentro dela é possível ordenar os lugares por proximidade e visitar os pontos mais próximos do usuário (Figura 21 - C e D).

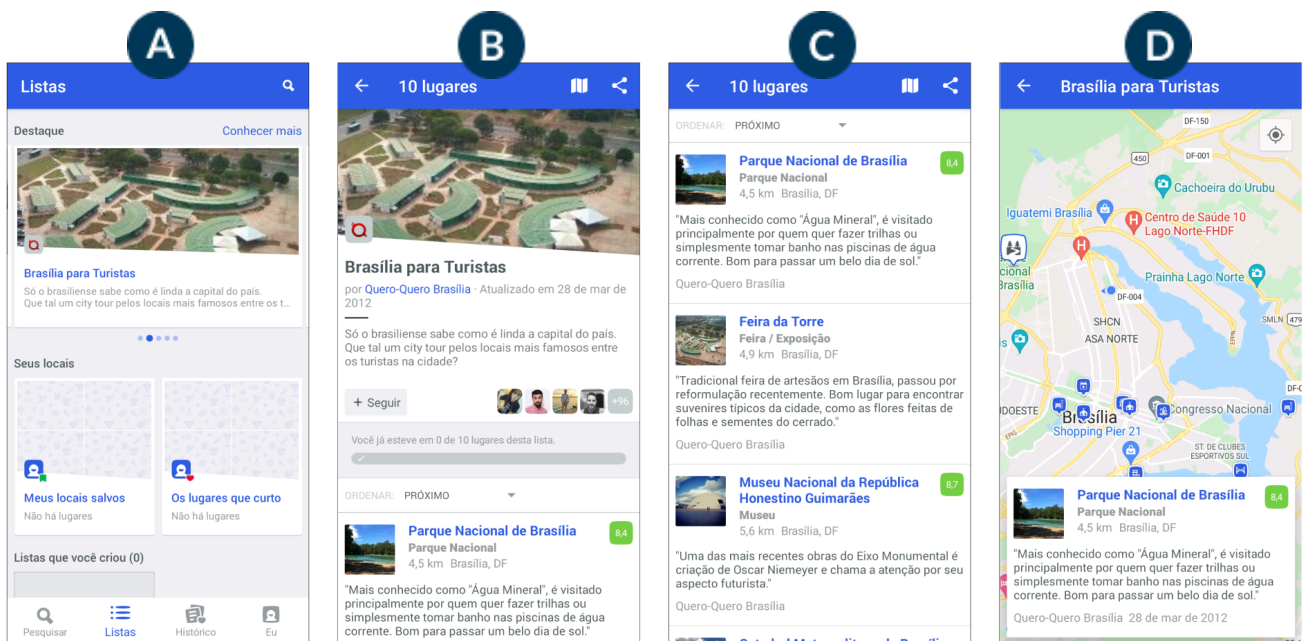


Figura 21. Capturas de tela do Foursquare. Fonte: a autora, 2022.

As funcionalidades listadas acima a partir da análise de similares podem ser adaptadas para o escopo deste projeto a fim de suprir as necessidades que foram levantadas no mapa da jornada de migração (Figura 9). É importante ressaltar que, mesmo que algumas referências não possam ser contempladas em uma primeira versão, estas continuam sendo relevantes para possíveis evoluções do produto.

5. Desenvolvimento

A partir dos resultados alcançados até então, após análises e pesquisas feitas nos capítulos anteriores, foi possível desenvolver a arquitetura da informação e iniciar os estudos da interface por meio de *wireframes*. Esses estudos iniciais foram utilizados para fazer as primeiras validações das soluções propostas e, a partir disso, o fluxo de navegação e layout da interface poderão ser definidos nos próximos capítulos.

a. Arquitetura da Informação

De acordo com o Nielsen Norman Group, “mesmo que a Arquitetura da Informação não seja visível na interface do usuário, ele definitivamente afeta a experiência do usuário “ (Cardello, 2014). A partir do levantamento de oportunidades no Mapa da Jornada de Migração e da análise de similares, foi criado um esquema visual que identifica, define e relaciona os conteúdos e funcionalidades que serão introduzidas no aplicativo que está sendo projetado.

É importante ressaltar que as principais informações sobre bairros, cidades, lugares e siglas deverão ser extraídas de páginas existentes no Google por serem atualizadas com mais frequência, evitando divergências. As avaliações, no entanto, devem ser feitas por outros migrantes nordestinos dentro do aplicativo.

Cadastro

O usuário poderá optar por ingressar no aplicativo utilizando e-mail e senha ou integrar a conta do Google ou Facebook. No primeiro acesso, quando uma das alternativas é selecionada se inicia o fluxo de cadastro onde o usuário deve inserir primeiro alguns dados pessoais obrigatórios como: nome, perfil (se está migrando ou já vive no DF) e lugar de origem.

Por questões de segurança, será necessário inserir um CPF válido e verificar um número de celular para que os membros possam participar de grupos, seguir outros membros e deixar avaliações e comentários em outras páginas. Essa etapa é opcional, e caso o usuário opte por não preencher ou preencher os dados depois, será necessário informá-lo a respeito das limitações da sua conta durante a navegação.

A última etapa do cadastro requer que o novo membro selecione algumas categorias de seu interesse – essas escolhas impactam diretamente o tipo de recomendações que ele receberá na página inicial.

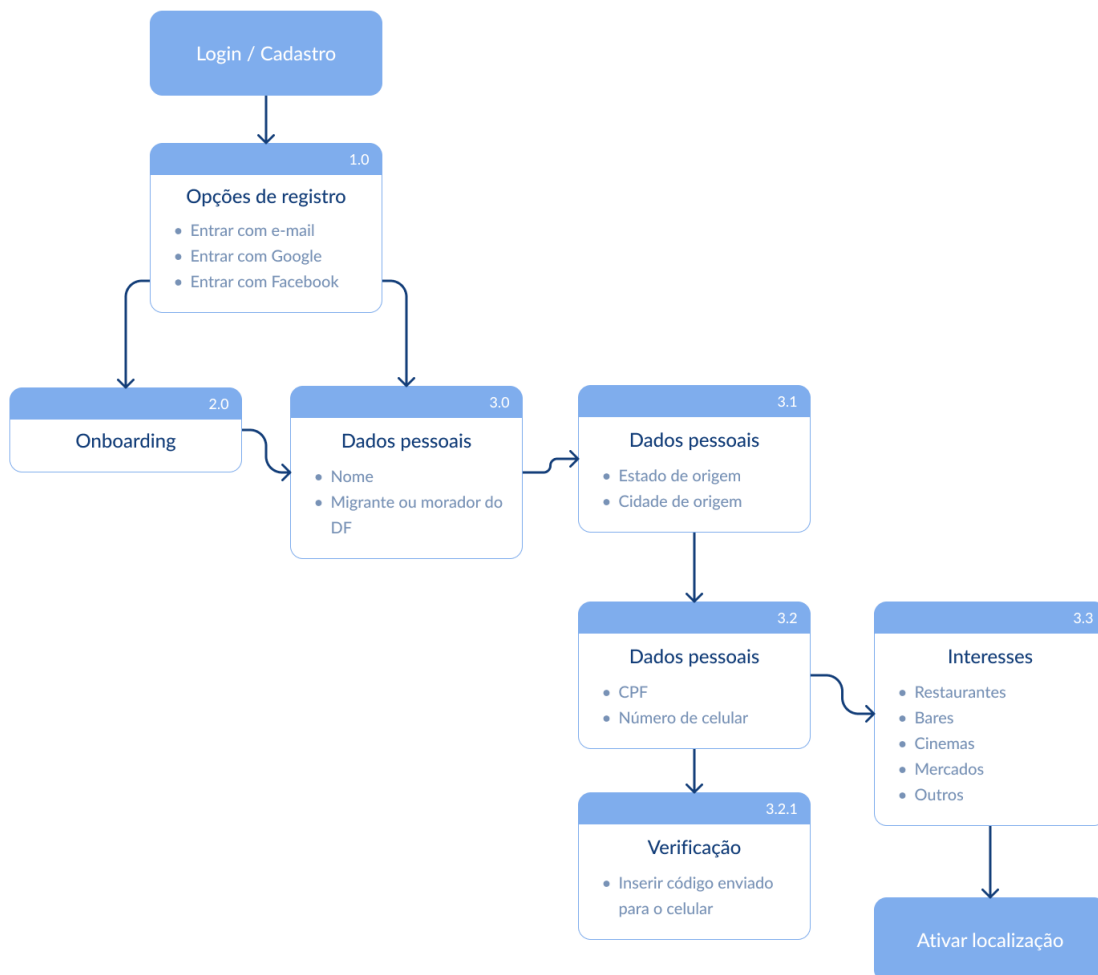


Figura 22. Arquitetura da Informação - Login / Cadastro. Fonte: a autora, 2022.

Página inicial

A página inicial exibe carrosséis de recomendações agrupadas por categoria, como restaurantes próximos e vagas de emprego mais recentes: de acordo com estudos, o uso de cards com destaque para imagens atrai o olhar dos usuários de forma eficiente e imediata (Kpelo, 2017). Além disso, haverá um módulo com atalhos para acessar páginas que agrupam mais recomendações por categoria. Todo conteúdo exibido poderá ser filtrado para personalizar a experiência de acordo com os interesses do usuário.

Os demais elementos da página inicial são: card de eventos e ícone de perfil. Ao clicar no ícone (a foto do usuário, caso haja), ele abrirá o próprio perfil onde poderá editar seus dados pessoais, configurações de privacidade ou sair do aplicativo. O card de eventos redireciona o usuário para uma página agrupadora de eventos no Distrito Federal, que funcionará como uma agenda cultural e exibirá os eventos mais próximos do local onde o usuário estiver.

A barra de navegação fixa terá cinco itens:

- **Início:** abre a página inicial;
- **Guia de Brasília:** abre uma página agrupadora com pontos turísticos, bairros e siglas de endereços;
- **Favoritos:** abre uma página agrupadora com os lugares, vagas e outros conteúdos favoritos pelo usuário, agrupados por categoria;
- **Contatos:** abre um feed com publicações e avaliações das pessoas que o usuário seguir no aplicativo;
- **Grupos:** abre uma página com os grupos que o usuário tiver ingressado, ou recomendações de grupos caso ainda não faça parte de um grupo.

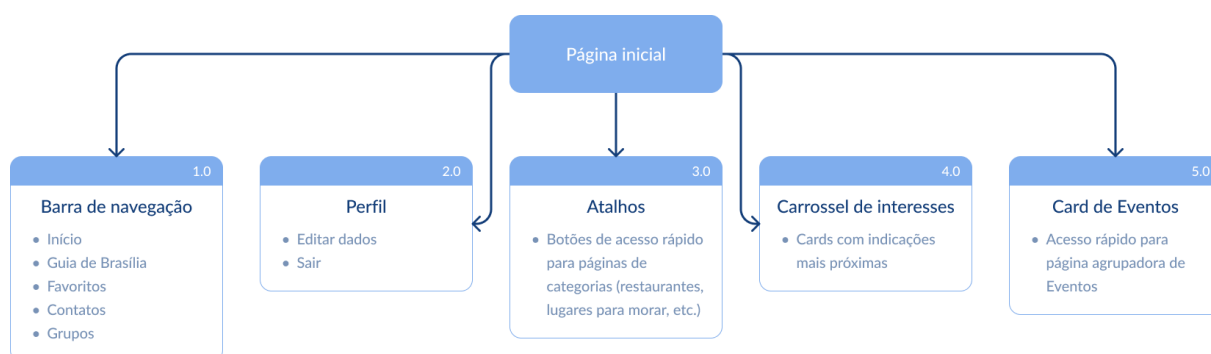


Figura 23. Arquitetura da Informação - Página Inicial. Fonte: a autora, 2022.

Guia de Brasília

O Guia foi criado para suprir a necessidade de agrupar algumas informações relevantes sobre a cidade e seu entorno, buscando sanar as dúvidas mais frequentes dos migrantes. O guia terá três páginas:

- **Bairros e cidades:** novos moradores poderão acessar essa lista e navegar ou buscar especificamente por um bairro ou cidade para acessar sua página e ler informações extraídas do Google e comentários de outros moradores;
- **Pontos turísticos:** a página exibe os pontos turísticos mais próximos de onde o usuário está, para que tenha a oportunidade de explorar lugares de interesse sem precisar necessariamente estar no Plano Piloto;
- **Glossário de siglas:** nesta página o usuário poderá pesquisar por uma sigla ou endereço e aprender seu significado, além de ser redirecionado para o Google Maps caso deseje saber como chegar até o local.

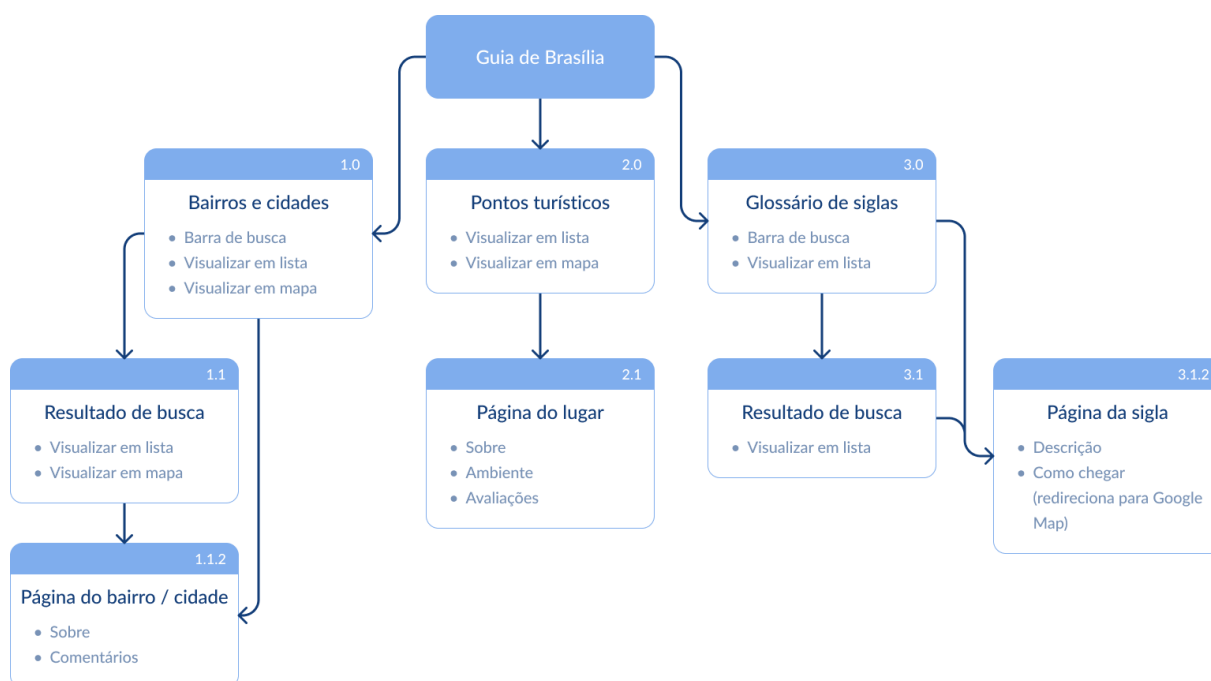


Figura 24. Arquitetura da Informação - Guia de Brasília. Fonte: a autora, 2022.

Lugares e Vagas de emprego

A estrutura das páginas agrupadoras de recomendações por categoria são muito similares: o usuário poderá acessá-la pelo carrossel ou pelos atalhos. Dentro da página, haverá uma lista de recomendações que poderá ser filtrada de acordo com o local e outras especificidades da categoria.

Ao encontrar uma recomendação de seu interesse, o usuário poderá favoritá-la ou acessar a página daquela recomendação para obter mais informações, podendo ser

redirecionado para fora do aplicativo caso deseje se candidatar a uma vaga de emprego ou descobrir como chegar a um restaurante, por exemplo.

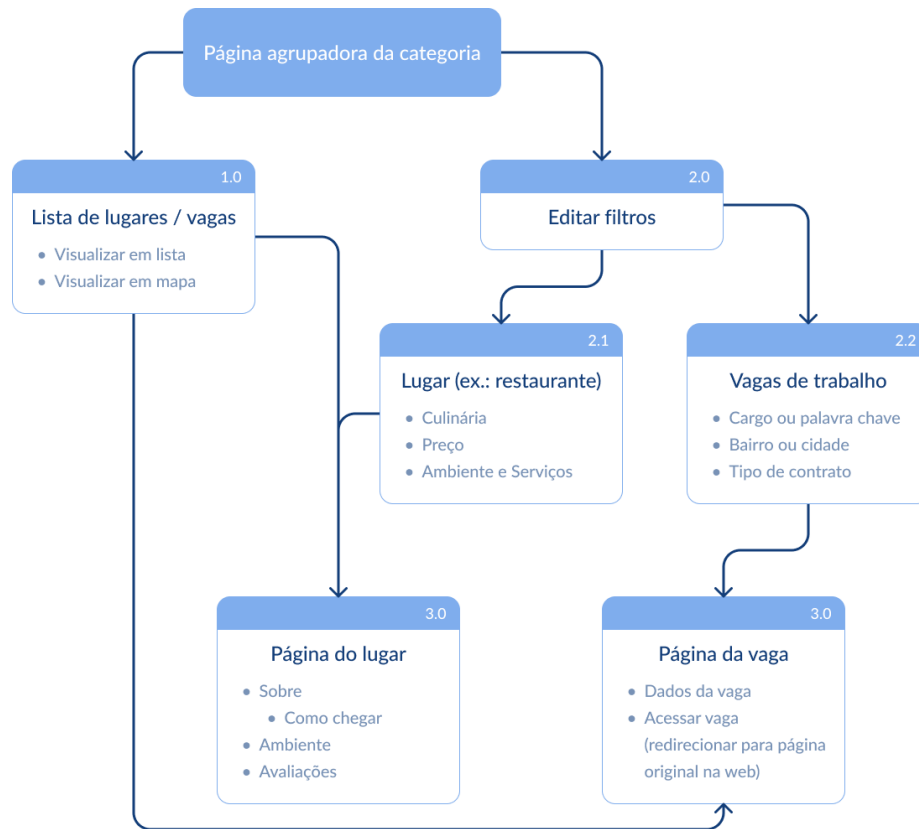


Figura 25. Arquitetura da Informação - Página agrupadora. Fonte: a autora, 2022.

Grupos e contatos

Dentro da página de grupos, o usuário poderá receber recomendações de novos grupos para ingressar, de acordo com seus interesses, ou visualizar os grupos dos quais ele já faz parte caso tenha cadastrado seu CPF e número de telefone no aplicativo. Ao acessar um grupo ele terá acesso às publicações e poderá interagir com outros usuários publicamente ou acessar a área de “membros” daquele grupo para tentar seguir e conhecer outras pessoas. Dentro da página de contatos, acessível pela barra de navegação, o usuário poderá visualizar as últimas atualizações das pessoas que seguir no aplicativo.

É importante ressaltar que cada membro deve dar permissão ou não para que um outro usuário o siga no aplicativo, uma vez que apenas seus seguidores terão acesso às suas informações de contato. Para garantir a segurança dos usuários, especialmente dos

recém-chegados, não haverá a possibilidade de iniciar um chat privado dentro do aplicativo mas, caso receba permissão para seguir alguém, o usuário poderá acessar as informações de contato e iniciar uma conversa em outra rede social melhor equipada para lidar com violações de segurança.

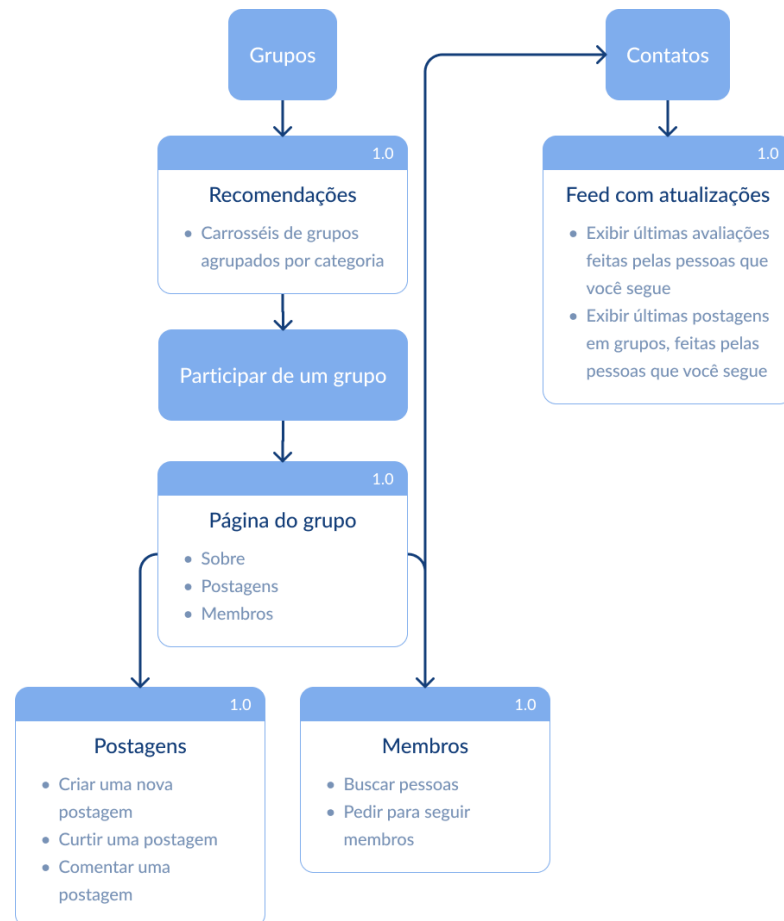


Figura 26. Arquitetura da Informação - Grupos. Fonte: a autora, 2022.

b. Wireframes

Os wireframes possibilitam a visualização dos fluxos pelos quais o usuário passará ao usar o produto, ajudam a definir a hierarquia das informações nas páginas e possíveis interações (Gordon, NN Group, 2021). Para este projeto foram desenvolvidos wireframes de alta fidelidade que serviram para validar soluções e levantar alguns pontos de atenção durante uma validação técnica com um profissional da Ciência da Computação.

Estão descritas abaixo as principais ideias e componentes desenhados nessa etapa e os encaminhamentos que surgiram após a validação. Entre estes encaminhamentos estão algumas soluções previamente mencionadas, como a solicitação de dados para verificação de usuários.

Cadastro

A primeira proposta para as telas de login e cadastro incluíam apenas as opções de ingressar usando o e-mail ou a conta do Google; durante a reunião de validação, foi apontada a possibilidade de oferecer também a opção de entrar usando o Facebook. Nesse caso, as primeiras telas deveriam ser repensadas para que houvesse espaço suficiente para todos os componentes: botão do Google, botão do Facebook e outros dados do usuário.

Nas primeiras etapas do cadastro foram desenvolvidos os textos de saudação utilizando um tom mais informal e amigável para que a experiência seja o mais acolhedora possível. Aqui o usuário também teria que clicar em um dos botões para indicar se já mora no Distrito Federal ou se está de mudança: a opção selecionada então o direcionaria para uma tela com o estado e cidade de origem, e a mensagem de saudação seria personalizada de acordo com o contexto.

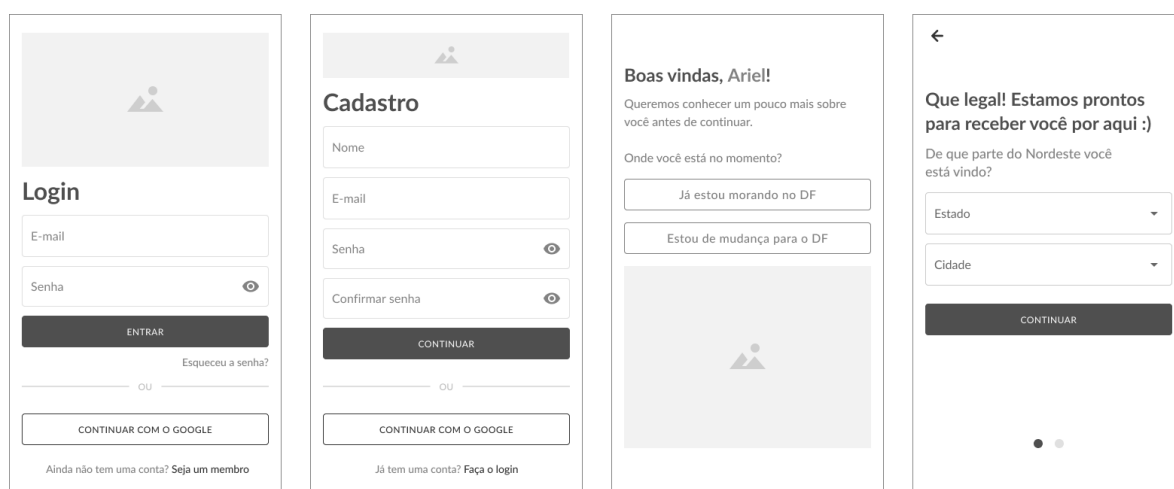


Figura 27. Wireframes - Cadastro 1. Fonte: a autora, 2022

O fluxo de cadastro segue com mais informações sobre o usuário. Uma das ideias levantadas foi a de ter guias para recém chegados no DF: caso um novo usuário já morasse no Distrito Federal, seria interessante saber há quanto tempo a mudança ocorreu e usar esse tipo de dado para determinar se ele está apto para ser um guia ou não. É importante ressaltar que, para que esse tipo de funcionalidade seja implementado, é necessário um estudo para garantir a segurança dos usuários e qualificar pessoas para oferecer informações. O fluxo priorizado engloba recém-chegados, portanto essa ideia não foi desenvolvida nas próximas etapas do projeto.

As últimas etapas do fluxo de cadastro coletam informações sobre os interesses do usuário para entender que tipo de recomendação necessita, seguida de uma etapa não obrigatória para recomendar grupos dentro dos interesses selecionados. Essa etapa deixou de ser exibida no produto final a fim de não estender demasiado o processo de cadastro, visto que algumas pessoas abandonam produtos com cadastros muito longos ou que exijam muitos dados (Lord, 2022).

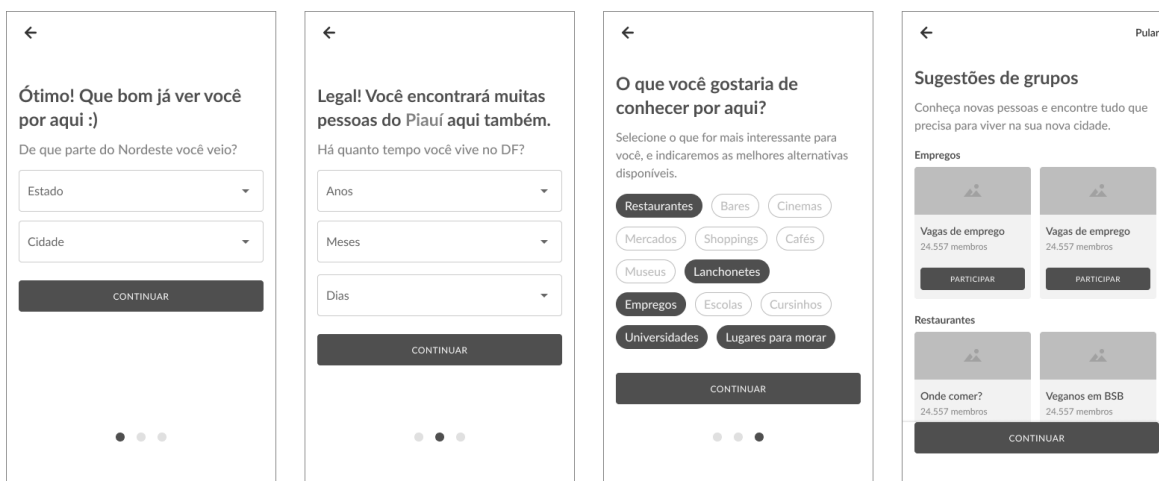


Figura 28. Wireframes - Cadastro 2. Fonte: a autora, 2022

Página inicial / Lista de recomendações / Página do lugar

A primeira proposta para a página inicial traz um mapa com a localização do usuário no momento, além de um componente onde ele pode alterar a localização para uma experiência mais personalizada. Seria possível navegar pelos conteúdos usando a barra de busca livre, os atalhos (personalizáveis por meio do ícone de lápis) ou carrossel de recomendações. Nesta versão haveria apenas um carrossel e as recomendações seriam diferenciadas por meio de uma tag com a categoria.

Ao clicar em um atalho, o usuário veria uma lista com as recomendações mais próximas da sua localização e poderia visualizá-las em lista ou em um mapa. Cada card com um lugar ou estabelecimento traz algumas informações relevantes para que o usuário possa tomar uma decisão, como distância e nota da avaliação.

A página de cada lugar ou estabelecimento indexam as imagens e informações cadastradas na página correspondente do Google, e o usuário poderia navegar entre as abas para ver os dados gerais, recursos oferecidos e as avaliações deixadas pelos membros do aplicativo. Essa solução foi validada com um profissional da Ciência da Computação e mostrou-se viável uma vez que evitaria a necessidade de fazer uma atualização constante das informações que já se encontram disponíveis no Google – a prioridade é agrupá-las e facilitar seu acesso, além de exibir avaliações feitas por pessoas que também passaram por experiências migratórias semelhantes.

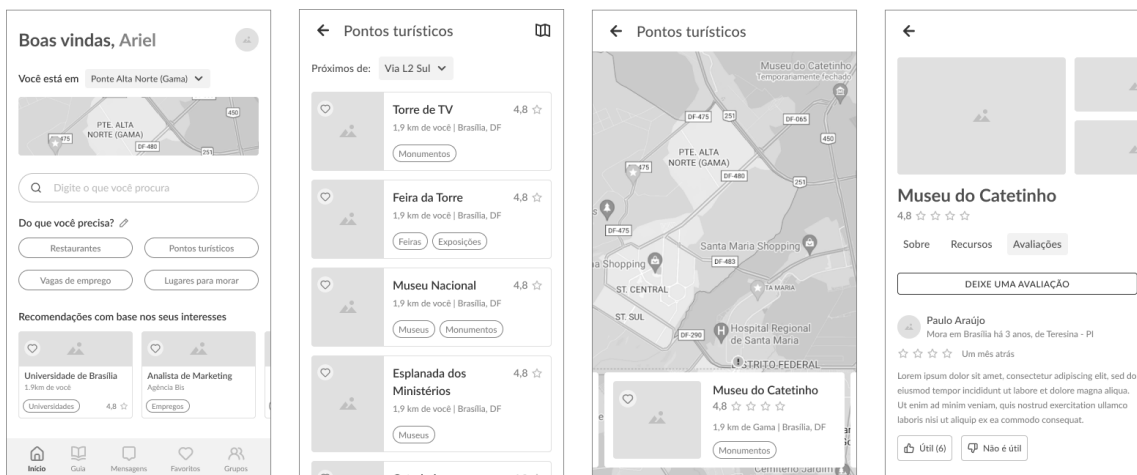


Figura 29. Wireframes - Home e pontos turísticos. Fonte: a autora, 2022

Glossário de siglas

Dentro do Guia de Brasília foi proposto um glossário para que o usuário possa buscar o significado das siglas dos endereços do Distrito Federal. Para tanto, a primeira proposta exibiria apenas a sigla e seu significado, e o usuário poderia utilizar o scroll para navegar em ordem alfabética. Haveria também uma busca e uma aba de siglas favoritas para agilizar o acesso.

Durante a validação, foi apontado que, por tratar-se de endereços, seria interessante oferecer a possibilidade de visualizar as siglas em um mapa para que ao aprender seu significado o usuário possa localizar o endereço simultaneamente. Além disso, a escolha da navegação em ordem alfabética também foi questionada – é possível que a busca livre já supra a necessidade de encontrar uma sigla facilmente.

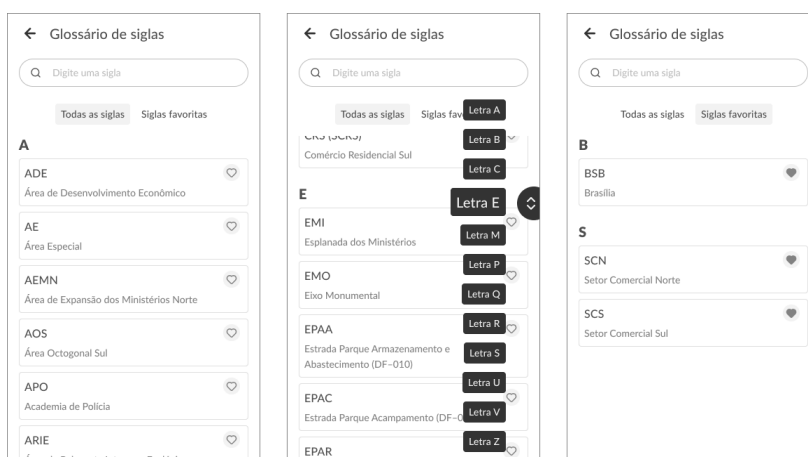


Figura 30. Wireframes - Glossário de siglas. Fonte: a autora, 2022

6. Guia de Estilo

O Guia de Estilo é a documentação que agrupa as diretrizes de design de um projeto ou produto específico (Aela School, 2021). Por meio dessa documentação é possível garantir consistência na interface para que tenha o mesmo padrão de cores, tipografia e outros elementos.

É importante ressaltar que o guia de estilo difere de um manual de identidade visual, uma vez que o primeiro consiste em um documento vivo que pode passar por atualizações e melhorias enquanto o último é estático com padrões e regras específicos para a marca do produto. A identidade visual do aplicativo desenvolvido neste projeto será abordada no próximo capítulo.

a. Paleta de cores

A paleta de cores é essencial para o posicionamento do produto e a mensagem que este deseja passar para seus usuários. Como o produto está sendo desenvolvido com o objetivo de acolher migrantes nordestinos em Brasília, é pertinente que sua paleta envolva uma seleção de duas cores predominantes na experiência de viver na cidade: o azul celeste e o verde das árvores. Ambas as cores podem ser encontradas em diferentes aplicações, desde placas de trânsito até a marca da Universidade de Brasília.

De acordo com estudos sobre psicologia das cores, tons frios como azul e verde costumam estar associados à calma, tranquilidade e confiança. Portanto, para este projeto foram escolhidos tons vivos como os vitrais da Catedral Metropolitana por se aproximarem mais da experiência acolhedora e confiável que o aplicativo projetado busca proporcionar.

O verde normalmente está relacionado a natureza e a saúde. No design, essa cor pode trazer equilíbrio e harmonia a qualquer composição, no entanto, você deve prestar atenção à saturação. Os tons de verde saturados dão dinamismo à peça sem perder o equilíbrio, conseguindo atrair a atenção do usuário. Por esse motivo, eles também são recomendados para botões e textos de apelo à ação.

(Azul) é uma das cores mais importantes no design da interface do usuário, além de ser uma das mais usadas. Dependendo da cor, o impacto é diferente:

por exemplo, o azul claro é amplamente utilizado por bancos e marcas que buscam gerar confiança; e tons mais escuros são ótimos para transmitir força e confiabilidade. (Adobe, 2020, *Como usar a psicologia das cores para melhorar as conversões*)

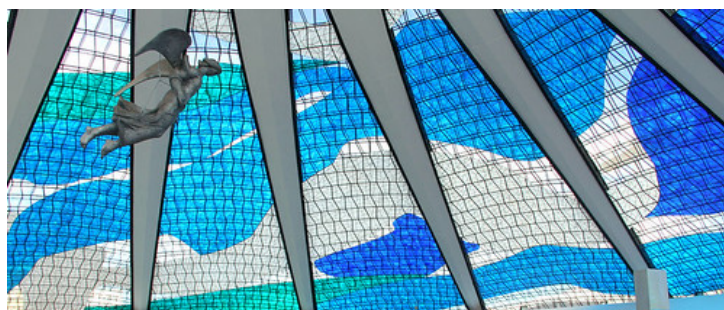


Figura 31. Vitral da Catedral Metropolitana Nossa Senhora Aparecida. Fonte: Nós no Mundo, 2012

Cores primárias e secundárias

São as cores base da interface, predominantes nos seus principais elementos e geralmente conectadas com as cores da marca (Aela School, 2020). As cores secundárias também podem ser aplicadas pontualmente para destacar elementos específicos da interface.

Cores neutras

São as cores que dão suporte à interface e são aplicadas nos textos (título, subtítulos e conteúdos) e plano de fundo da interface – é importante que a cor escolhida para o plano de fundo apresente um bom contraste com a parte textual (Aela School, 2020).



Figura 32. Paleta de cores - Guia de estilo. Fonte: a autora, 2022

b. Tipografia

A tipografia do produto deve trabalhar em conjunto com as cores e outros elementos da interface para que o texto contenha elementos hierárquicos e a comunicação seja mais fluida. Dessa forma foi selecionada uma fonte do catálogo Google Fonts que, além de possuir uma grande variedade de pesos, não possui restrições de licenciamento e tem garantia de qualidade e segurança. A fonte escolhida e suas aplicações serão abordadas a seguir.

Escolha tipográfica

A Lato é uma tipografia do grupo Humanista sem serifa, ou seja, apesar da modernidade e flexibilidade de uma fonte não-serifada, é capaz de oferecer acessibilidade de leitura (tanto legibilidade quanto leiturabilidade), com caracteres suficientemente distintos, detalhes formais macios e clareza estrutural em cada detalhe (Google Fonts, 2014). É uma família vasta de pesos e esta é uma característica ideal para a utilização em interfaces complexas.

Tamanhos e hierarquia

Os textos devem ser separados em blocos hierárquicos para que a comunicação seja mais fluida (Aela School, 2021). Dessa forma, o conteúdo pode ser dividido em títulos e corpo de texto. Para os títulos do aplicativo, por terem mais peso na hierarquia tipográfica, foram utilizados os tamanhos 24px, 20px e 16px. O corpo de texto varia entre os tamanhos 14px e 12px, por ser um elemento mais simples e com menos peso na hierarquia.

Em dispositivos móveis, os tipos podem ser menores, porque o usuário pode ajustar a distância entre a tela e seu rosto para obter o tamanho mais adequado às suas necessidades. Já para mobile o tamanho pode começar em 12px. (KPELO, Diogo, 2017, *Você sabe usar tipografia em UI Design? 12 dicas para você fazer dos tipos um aliado em seus projetos*)

Aa

Lato

Headline - Bold 24px	The spectacle before us was indeed sublime.
Headline - Regular 24px	The spectacle before us was indeed sublime.
Title - Bold 20px	The spectacle before us was indeed sublime.
Title - Regular 20px	The spectacle before us was indeed sublime.
Subheader - Bold 16px	The spectacle before us was indeed sublime.
Subheader - Regular 16px	The spectacle before us was indeed sublime.
Body - Bold 14px	The spectacle before us was indeed sublime.
Body - Regular 14px	The spectacle before us was indeed sublime.
Caption - Semibold 12px	The spectacle before us was indeed sublime.
Caption - Regular 12px	The spectacle before us was indeed sublime.

Figura 33. Exemplos da tipografia Lato aplicada. Fonte: a autora, 2022.

c. Elementos da interface

Grid

O aplicativo foi inteiramente projetado utilizando o sistema de grid onde todos os tamanhos tipográficos, elementos e espaçamentos com base no sistema de grid onde todas as dimensões são divisíveis por 8. O conteúdo deve ser organizado em 4 colunas respeitando a margem de 16px nas laterais e medianiz de 16px. Essa abordagem confere escalabilidade para diferentes resoluções de dispositivos móveis e web, uma vez que a maioria dos tamanhos de tela populares são divisíveis por 8, o que facilita o ajuste, além de garantir consistência e harmonia para a interface (Aela School, 2020).

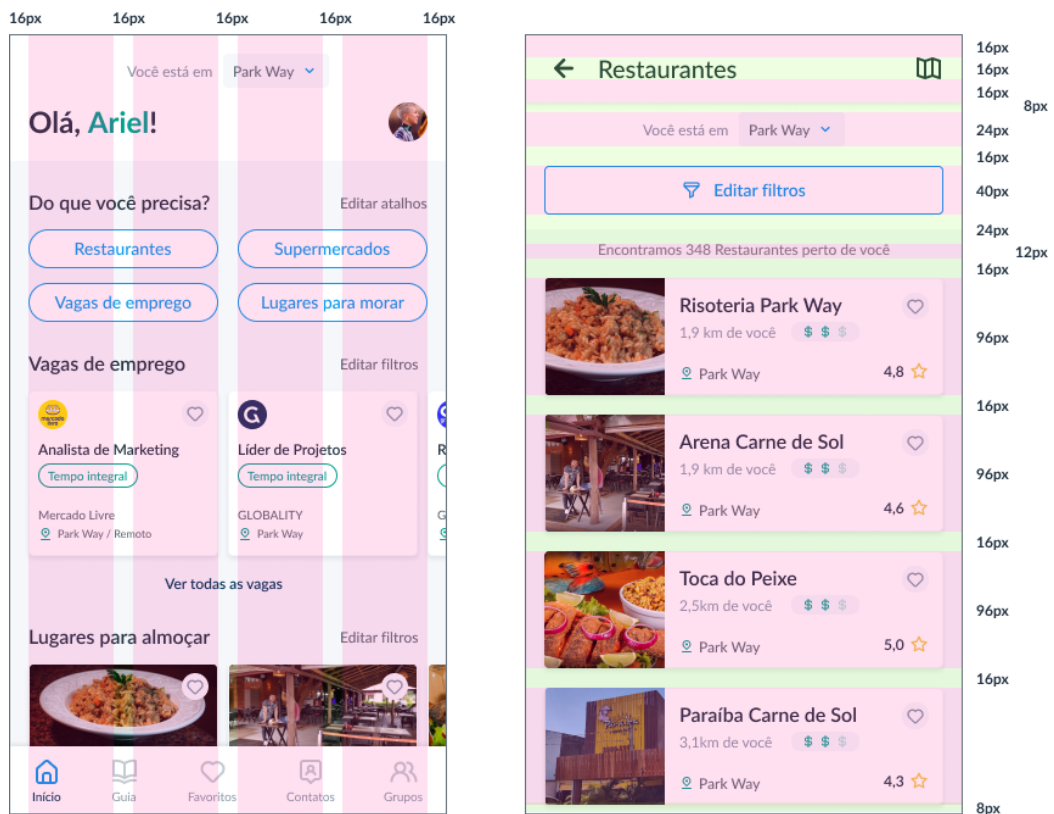


Figura 34. Exemplos do grid aplicado. Fonte: a autora, 2022.

Cards

O uso de módulos de cards para exibir as sugestões proporciona uma base estrutural que forma uma identidade visual consistente e de fácil absorção e também contribui para a responsividade entre os diferentes tamanhos e tipos de tela. Além disso, como mencionado anteriormente na Arquitetura da Informação, o uso de imagens ajuda a

capturar a atenção dos usuários. Os cards criados para este aplicativo podem variar entre cards horizontais quando aplicados em listas e cards quadrados quando aplicados em carrosséis.

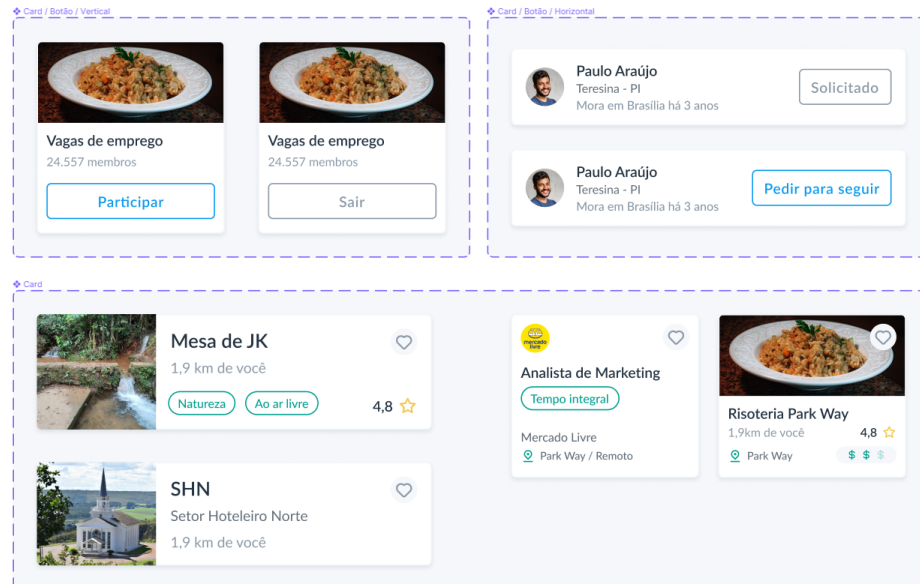


Figura 35. Variações de cards. Fonte: a autora, 2022.

7. Marca

A marca e identidade visual de um aplicativo são de extrema importância para influenciar a percepção que o público-alvo terá do produto e também servirá para diferenciá-lo no meio digital. Com esses objetivos e a partir do entendimento sobre as funcionalidades do produto a ser desenvolvido, foi feito um brainstorming de possíveis alternativas para o nome do projeto e logotipo inspirados e com base em elementos que representam Brasília.

É importante ressaltar que o processo de desenvolvimento da marca foi limitado pelo tempo disponível para o projeto, e que a prioridade no escopo foi desenvolver o fluxo de navegação dentro do aplicativo, portanto o resultado atingido pode ser considerado provisório e deve passar pelos ajustes necessários após as pesquisas e estudos pertinentes.

a. Naming

Sabendo que o foco deste projeto é a adaptação na cidade de Brasília e entorno, e a forte presença das siglas torna obrigatória a compreensão dos endereços para que as pessoas consigam transitar e se localizar na cidade, a ideia de incluir o código “BSB” pareceu pertinente, uma vez que recém-chegados terão de conviver com siglas e códigos diariamente enquanto viverem no Distrito Federal. Além disso, usar o código IATA (Associação Internacional de Transportes Aéreos) abre a possibilidade de criar variações do produto para diferentes destinos, caso o projeto tome outras proporções e o alcance seja expandido.

Outro ponto a ser considerado é o impacto das migrações na identidade do ser migrante, que absorve fragmentos de cada novo território e passa por um processo de reconstrução da própria identidade a cada mudança. Portanto, o migrante nordestino no Distrito Federal passa a ser diferente: passa a ser em parte Brasília.

Os migrantes vivem entre territórios e entre culturas; desenvolvem uma identidade fragmentada em função de sua situação de ocupante da fronteira entre ser e não ser cidadão e de dividir-se entre estratégias de vida que atendam às exigências do local de origem e do local de destino. (ONG Repórter Brasil, 2012, caderno temático *Migração: O Brasil em Movimento*, p. 7)

Dessa forma, foi definido que o nome “**SejaBSB**” representa apropriadamente o produto e transmite ambos conceitos apresentados.

b. Símbolo

O símbolo do produto é o seu “logo”, sua assinatura visual principal que busca transmitir os valores do produto por meio de um signo. Para criar o símbolo que representa o aplicativo foram considerados dois conceitos, posteriormente unificados: o formato da cidade em avião graças à forte presença cartesiana, e a bússola, que é um objeto utilizado para obter direções para se chegar a um lugar ou, simbolicamente, alcançar uma meta.

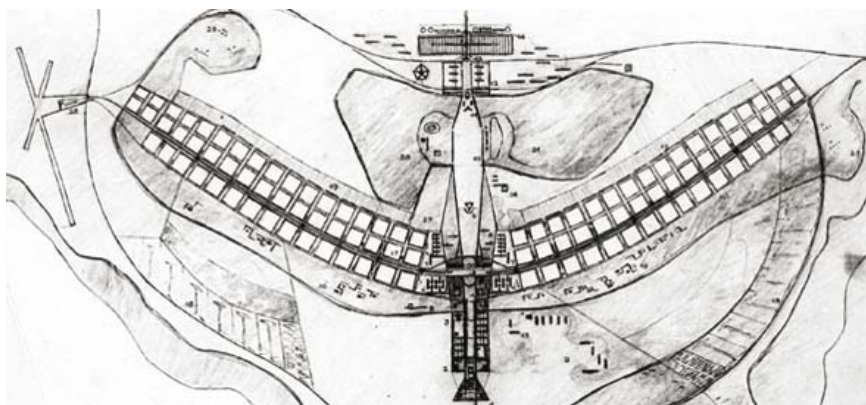


Figura 36. Plano Piloto. Fonte: Jornal de Brasília, 2020



Figura 37. Bússola. Fonte: Mauricio Thomsen, 2020

c. Tipografia

A tipografia é um elemento essencial para um sistema de identidade visual. Dessa forma, para preservar a unidade da marca, qualquer texto institucional deve ser composto com a família tipográfica definida no guia de estilo do produto.

Além da fonte escolhida para o aplicativo, foi escolhida uma tipografia para a assinatura da marca. Essa tipografia deve ser restrita somente ao logotipo para que o uso excessivo não o descaracterize.

Escolha tipográfica

A Sora é uma fonte sem serifa que possui variações mais suaves e com traços arredondados que lhe conferem um aspecto geométrico único – uma característica que também pode ser observada nas construções mais famosas da cidade de Brasília como a Catedral Metropolitana e o Museu Nacional. Assim como a Lato, também pode ser encontrada no Google Fonts e portanto não possui restrições de licenciamento.



Figura 38. Exemplos da tipografia Sora aplicada. Fonte: a autora, 2022.

d. Logotipo

Como mencionado anteriormente, a paleta de cores da marca deve estar alinhada à paleta de cores aplicada no guia de estilo. Portanto as cores institucionais, aquelas utilizadas na assinatura primária da marca, incluem o azul e verde predominantes na interface.

A bússola foi incluída no símbolo para representar uma das principais funções do aplicativo (guiar o recém-chegado), com o ponteiro redesenhado para assemelhar-se ao desenho do Plano Piloto e apontado para o nordeste, que é a região de origem do público-alvo.

Para que se mantenha a compreensão da assinatura é preciso que se mantenha um distanciamento entre ela e outros elementos dentro de uma peça gráfica, de forma que a leitura não fique prejudicada. Para garantir esse distanciamento, foi definida uma área de respiro baseada na altura da letra A da palavra “seja” dentro da assinatura vertical.

Assinatura vertical



Assinatura horizontal



Figura 39. Logotipo SejaBSB. Fonte: a autora, 2022

8. Protótipo de alta fidelidade

Considerando que o projeto teria um tempo limitado para ser desenvolvido, alguns fluxos foram priorizados para que os testes de usabilidade pudessem acontecer em tempo hábil. As telas desenvolvidas para os testes serão detalhadas nos tópicos a seguir.

Login e Cadastro

Para desenvolver o layout das telas de login e cadastro, foram aplicadas as alterações referentes às formas de ingressar no aplicativo: após a animação do logotipo na *splash screen* (Figura 40 - A), a primeira tela (Figura 40 - B) oferece três opções de ingresso e os campos de “e-mail” e “senha” apenas são exibidos caso o usuário opte pela primeira opção. Para dar as boas vindas ao aplicativo e à cidade, são exibidas diversas imagens de Brasília, extraídas do banco de imagens gratuito Unsplash.

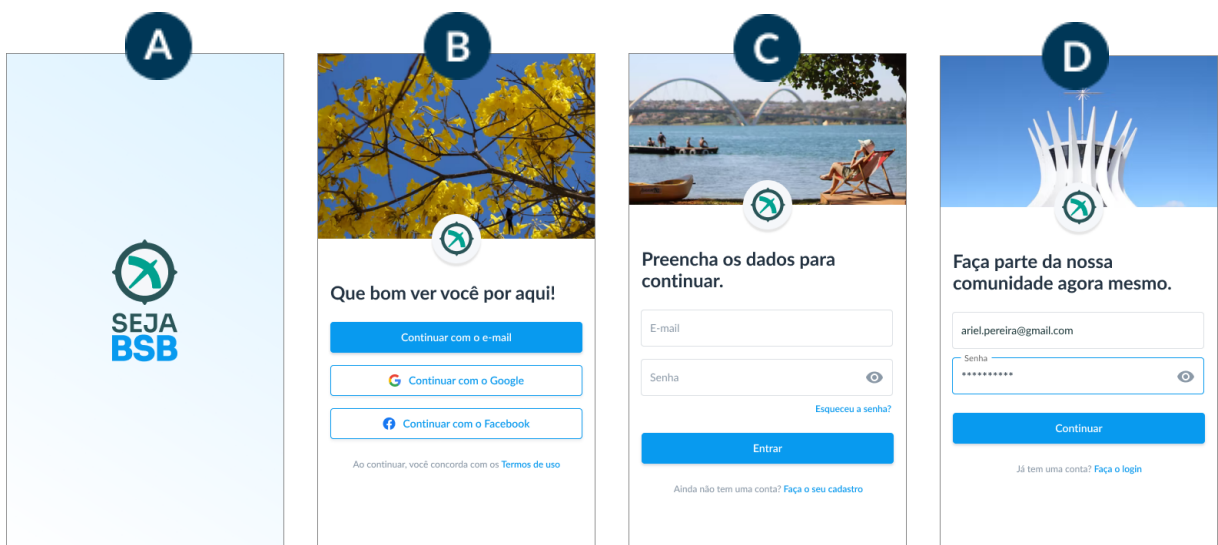


Figura 40. Telas de login e cadastro. Fonte: a autora, 2022

Dados pessoais

A fim de reduzir a quantidade de etapas no cadastro, o novo fluxo tem apenas duas etapas com o preenchimento de dados obrigatórios: na primeira tela (Figura 41 - A) o usuário deve inserir seu nome e clicar em uma das opções para indicar se está em processo de mudança ou se já vive no Distrito Federal. A tela seguinte (Figura 41 - B) contém dois campos de seleção onde o usuário deve primeiro selecionar o estado de

origem e em seguida a cidade – essa informação é importante para encontrar conterrâneos dentro da plataforma, caso seja de seu interesse.

A terceira etapa (Figura 41 - C) é opcional, no entanto como foi mencionado anteriormente, por questões de segurança o usuário que optar por preencher os dados depois terá seu acesso a grupos e algumas outras funcionalidades restringidas até que sua identidade possa ser verificada. Caso opte por verificar o número de celular durante o cadastro, ele receberá um código via SMS e deverá inseri-lo na modal que é exibida ao clicar em “Continuar” (Figura 41 - D). É possível ainda reenviar o código caso não o receba.

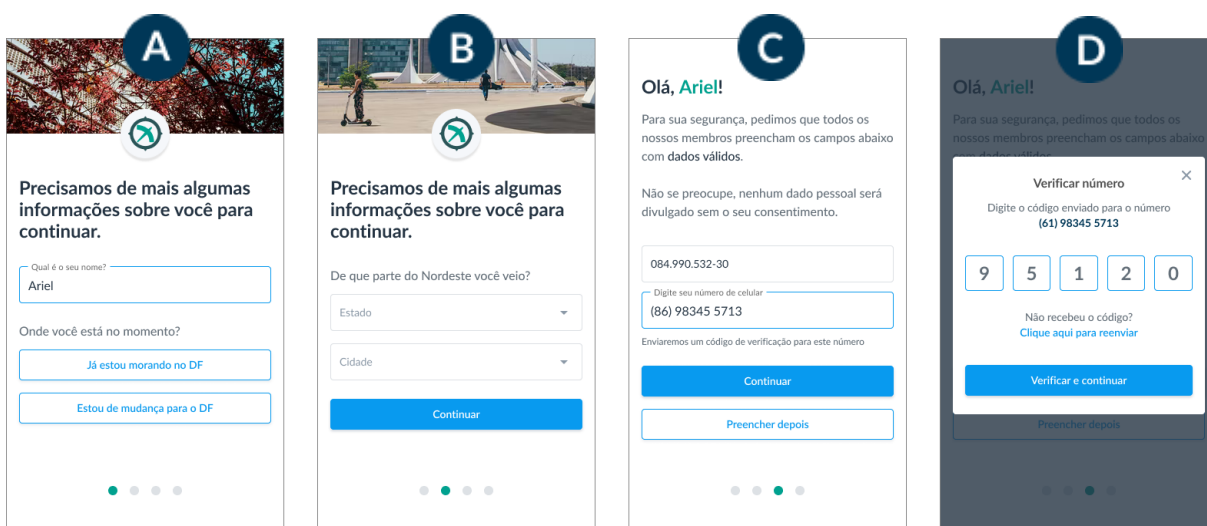


Figura 41. Dados pessoais. Fonte: a autora, 2022

Interesses

A última etapa do cadastro é obrigatória e muito importante para que o usuário tenha uma experiência personalizada. A lista de interesses sugeridos foi criada a partir dos dados obtidos por meio do questionário semiestruturado e das entrevistas, e pode ser revisada caso necessário (Figura 42 - A e B).

Para continuar o usuário precisa clicar em pelo menos uma das tags e assim selecionar um interesse, não havendo um número máximo. Ao concluir esta etapa e clicar em “Continuar”, o cadastro é concluído e uma modal explicando a necessidade de permitir o uso da localização é exibida (Figura 42 - C). É importante que o texto deixe explícito

para o usuário que, caso o aplicativo não obtenha permissão, a experiência não estará completa.

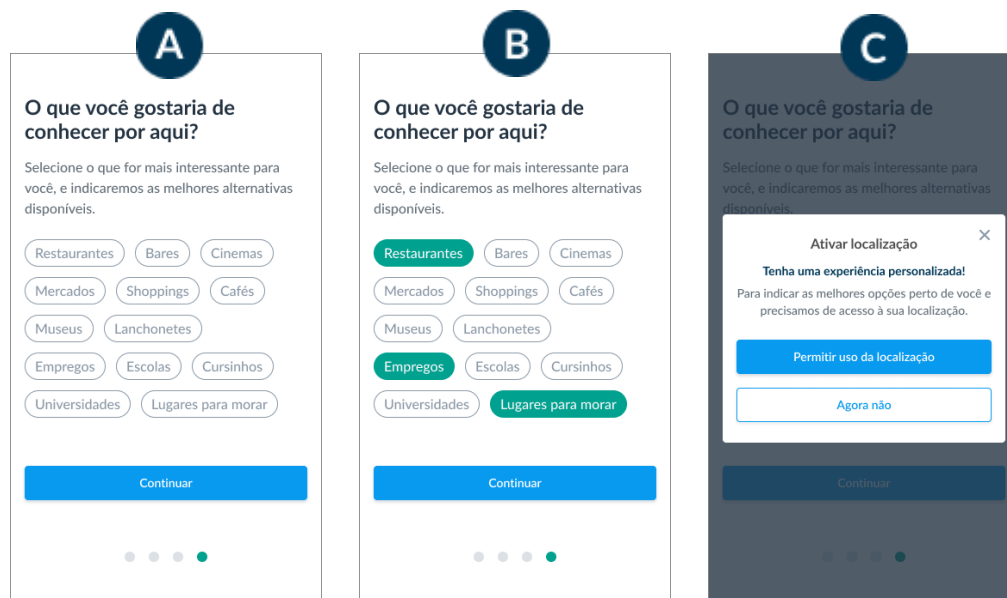


Figura 42. Interesses. Fonte: a autora, 2022

Página inicial

A página inicial (Figura 43 - A e B) passou por revisões a fim de otimizar o espaço, eliminando recursos que tinham pouco impacto na experiência. Agora o usuário pode alterar a localização por meio de um componente de seleção no topo da página, e o mapa não é mais exibido – o componente foi colocado no topo da página pois esse dado influencia todas as recomendações exibidas no restante da página.

A barra de busca tampouco se mostrou necessária nesta página, mas os atalhos foram mantidos. É possível editar os atalhos clicando no texto “Editar atalhos” (Figura 43 - C e D)– exibir o texto no lugar do ícone de lápis apresentado no wireframe deixa mais claro para o usuário o caminho que ele deve percorrer.

Os carrosséis de recomendações agora são segmentados por categoria. Para ver a lista de todas as sugestões de uma categoria o usuário deve clicar em “Ver mais ...” como demonstrado na figura 43 - A e B. Cada carrossel também possui uma opção para editar os filtros e dessa forma obter recomendações ainda mais personalizadas.

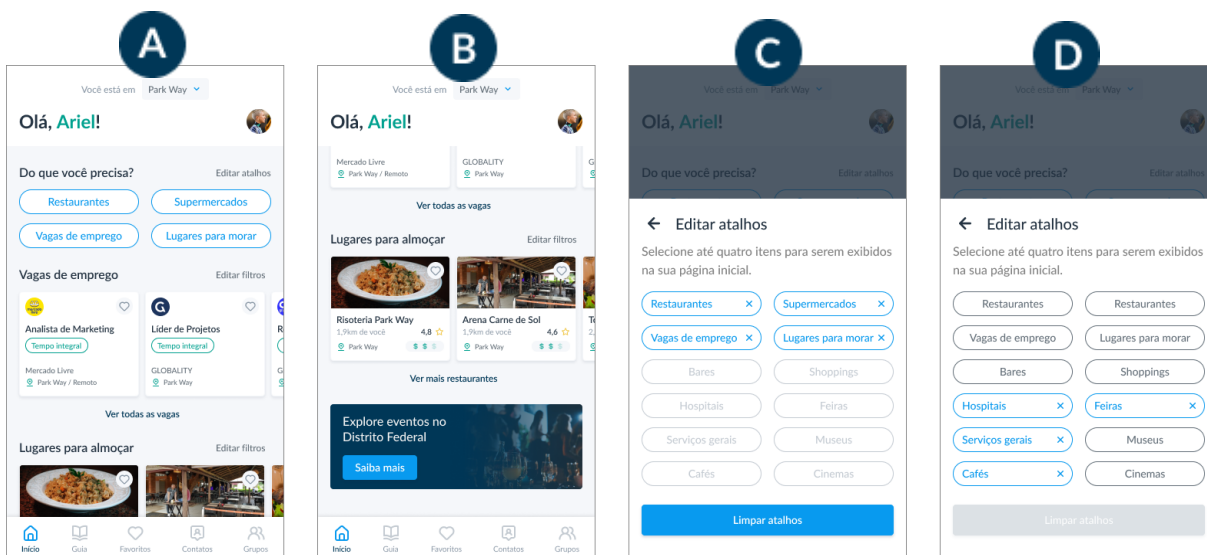


Figura 43. Página inicial e atalhos. Fonte: a autora, 2022

Guia / Pontos turísticos

O Guia de Brasília (Figura 44 - A) permanece fixo na barra de navegação e apresenta apenas três cards que agrupam sugestões e informações mais comuns e frequentemente úteis para os recém-chegados. Cada card contém um título e uma descrição, além de uma imagem correspondente ao tema. Ao clicar em qualquer opção, o usuário consegue visualizar uma lista dos conteúdos e, em dois casos, pode alternar entre visualizar em lista ou em um mapa.

Um desses casos é a página de Pontos Turísticos, que lista recomendações por proximidade (Figura 44 - B). A lista é composta por cards que contém uma imagem do lugar, o nome, a distância, a nota das avaliações e até duas tags que oferecem uma prévia sobre aquele tipo de lugar. O usuário também tem a opção de favoritar uma recomendação – recurso comum a todos os cards. Ao favoritar um lugar ou conteúdo, este será exibido na tela de “Favoritos” dentro de sua respectiva categoria..

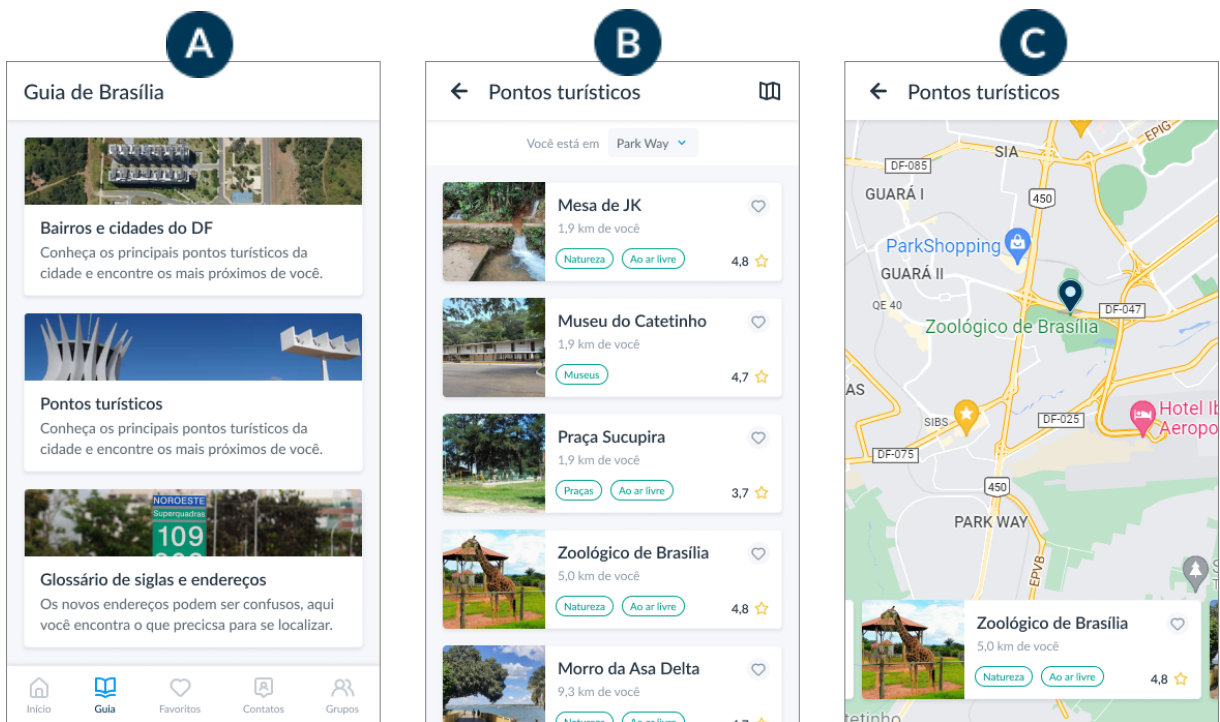


Figura 44. Guia / Pontos turísticos. Fonte: a autora, 2022

Guia / Bairros e cidades

Dentro do guia o usuário também encontrará uma lista de todos os bairros e cidades do entorno do Distrito Federal: nesse cenário ele também terá a opção de visualizar os bairros no mapa, e, para agilizar o acesso, poderá realizar uma busca direta (Figura 45 - B). Os conteúdos são exibidos em cards similares aos cards de pontos turísticos, exceto que a informação contida na tag informa a quantidade de membros cadastrados no aplicativo que vivem naquele bairro (Figura 45 - A)– para obter essa informação é necessário que os usuários preencham esse dado no perfil.

Ao clicar em um card, o usuário terá acesso à uma página com mais informações e imagens indexadas do Google a respeito do lugar (Figura 45 - C), além de poder ler os comentários feitos por moradores (Figura 45 - D). Cada comentário pode ser avaliado por usuários verificados, que podem clicar nos botões para concordar ou não com o comentário – este é um recurso comum do Google e outras plataformas similares.

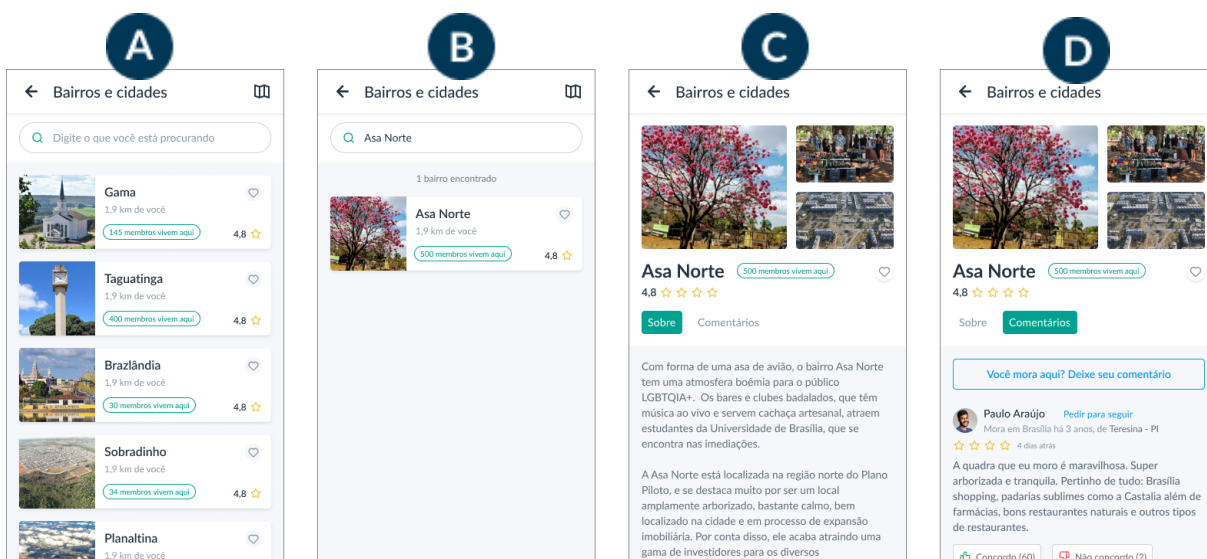


Figura 45. Guia / Bairros e cidades. Fonte: a autora, 2022

Guia / Glossário de Siglas

Algumas alterações foram feitas ao glossário, incluindo a visualização prévia do mapa (Ícone no canto superior direito da Figura 46 - A e B) referente ao endereço das siglas e a distância em relação à localização do usuário. Nessa versão também é possível acessar uma página com mais detalhes sobre o endereço (Figura 46 - C) e, caso o usuário deseje saber como chegar até o local, poderá clicar no botão e ser redirecionado para o Google Maps – idealmente sempre que um redirecionamento para uma aplicação externa acontecer, o usuário deve ser avisado previamente por meio de uma modal.

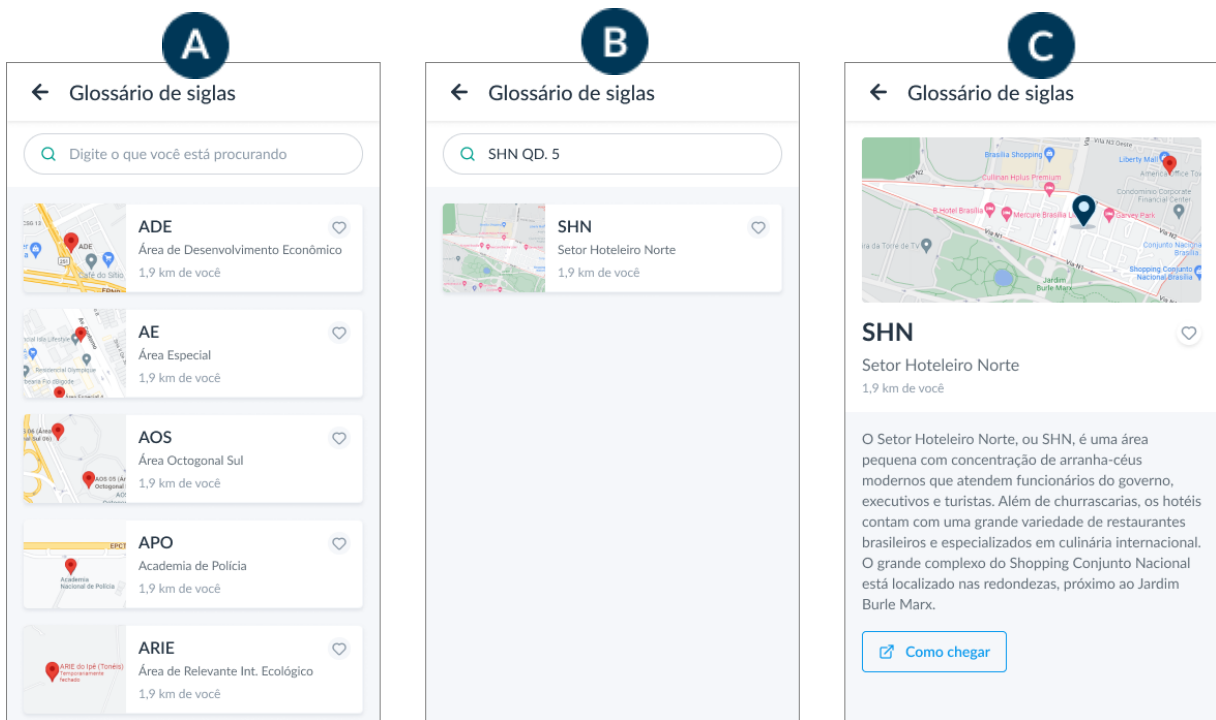


Figura 46. Guia / Glossário de siglas. Fonte: a autora, 2022

Página agrupadora por categorias (Exemplo: restaurantes)

Todas as páginas agrupadoras seguem uma estrutura similar, independente da categoria de interesse. O componente de localização é exibido no topo da página (Figura 47 - A) para que o usuário possa buscar recomendações em outros lugares do Distrito Federal, e nesse contexto também é possível alternar entre a visualização em lista ou em mapa. Os filtros também são personalizáveis no topo da página – é importante ressaltar que a configuração dos filtros é feita na parte inferior da tela para que os elementos estejam alcançáveis ao toque do polegar (Figura 47 - B).

Os cards de recomendações podem sofrer variações dependendo da categoria. O card de restaurantes e outros espaços de consumo, por exemplo, podem conter uma indicação a respeito do valor dos produtos à venda; para tanto foi utilizada uma classificação de até três cifrões (Figura 47 - A). Ao clicar em uma recomendação, o usuário segue o mesmo fluxo habitual de ver mais informações sobre o lugar e avaliações de outros usuários do aplicativo (Figura 47 - C e D).

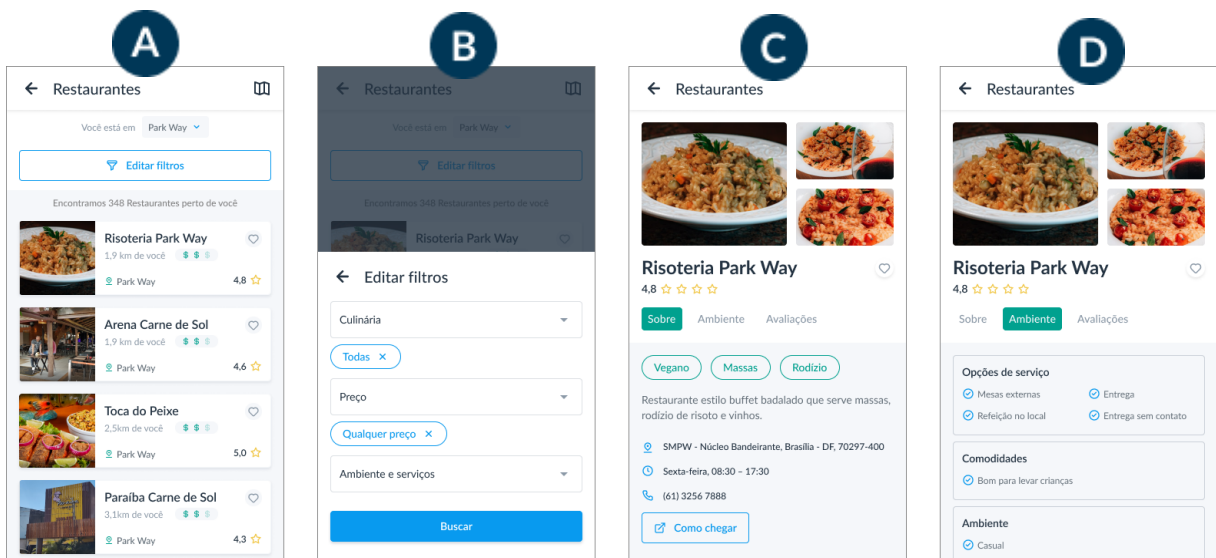


Figura 47. Página agrupadora e página do lugar. Fonte: a autora, 2022

Grupos

É muito importante que, embora não possam conversar em um chat privado diretamente, os usuários possam começar a formar laços sociais na plataforma. Para tanto, podem ingressar em grupos recomendados ou buscar novos grupos posteriormente. O objetivo é que qualquer membro verificado, conforme descrito no item “Dados Pessoais”, possa criar um grupo com seus respectivos objetivos e regras de conduta. É importante ressaltar que, para a implementação desse fluxo, medidas de segurança precisarão ser criadas para possibilitar denúncias de postagens inadequadas ou ofensivas, além da possível suspensão dos usuários responsáveis; tal fluxo não fez parte do escopo deste projeto.

As páginas de grupos se dividem em três sub páginas: sobre, postagens e membros (Figura 48). Na primeira página o usuário tem acesso à descrição do grupo e às regras de conduta determinadas por administradores (Figura 48 - B). A segunda página exhibe as postagens mais recentes, onde o usuário poderá comentar ou curtir, e a terceira exhibe uma lista dos membros (Figura 48 - C). Todos os grupos devem ter uma imagem de capa que os represente e um nome – a quantidade de membros e as fotos de até cinco deles também são exibidas no topo. A proposta é que, quando um dos contatos do usuário também for um membro, ele receba um feedback do tipo “x pessoas que você segue fazem parte desse grupo”.

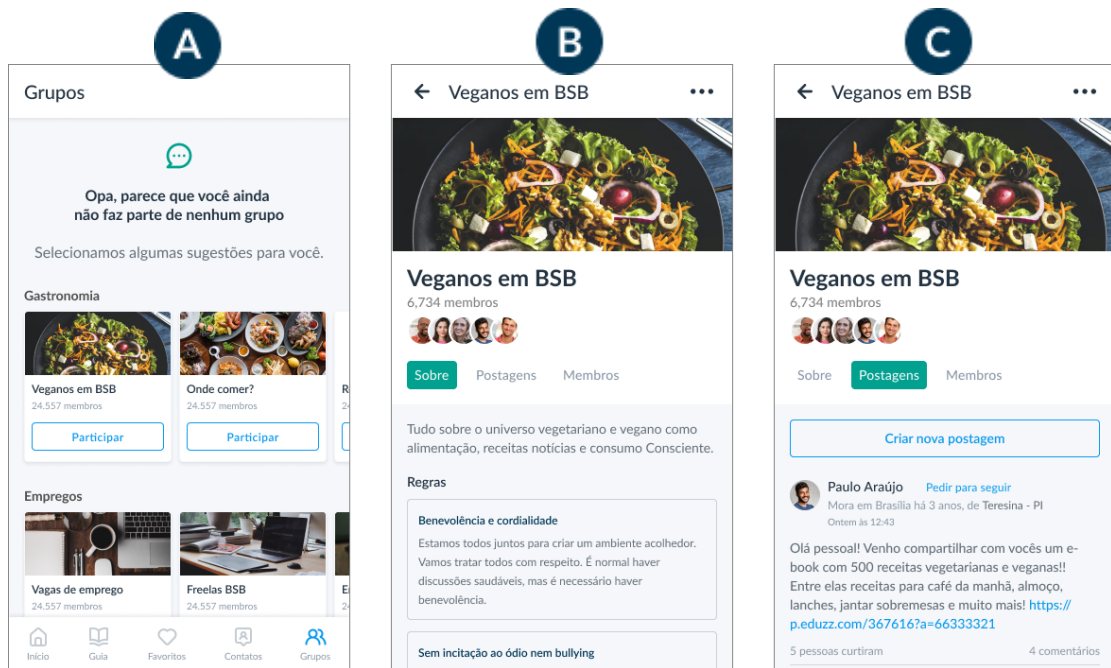


Figura 48. Grupos. Fonte: a autora, 2022

Contatos

Por fim, devido às restrições de segurança, só será possível seguir um usuário caso ele aprove a solicitação – assim as informações de contato ficarão disponíveis e os membros podem conversar livremente em outras plataformas. Esse tipo de comportamento é utilizado pelo aplicativo Instagram, no qual os usuários podem optar por ter um perfil público ou privado e aceitar ou não uma solicitação de contato.

Uma forma de encontrar pessoas para seguir é participando de grupos, portanto quando o usuário não seguir ninguém a página de contatos fará algumas recomendações. Ao acessar a página de membros de um grupo, o usuário terá a opção de pedir para seguir a partir da lista (Figura 49 - C), mas também poderá acessar o perfil do usuário para saber um pouco mais sobre seus interesses e biografias antes de optar por enviar a solicitação para seguir (Figura 49 - D).

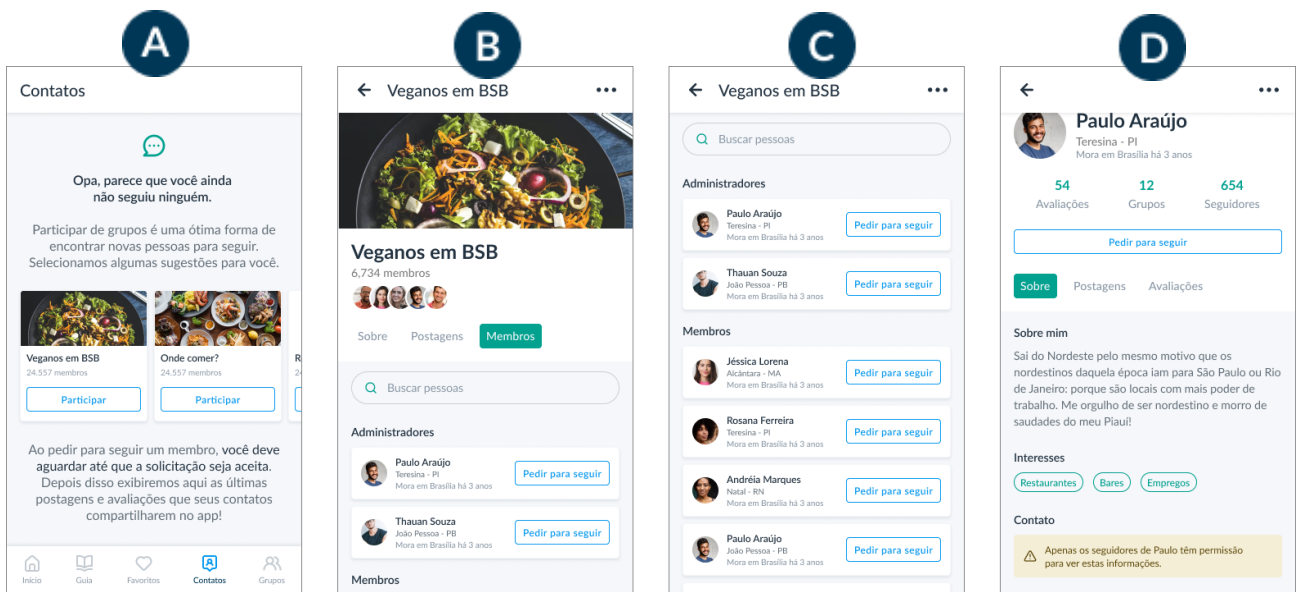


Figura 49. Contatos. Fonte: a autora, 2022

9. Testes de usabilidade

É recomendável que todo produto seja testado por usuários reais. Mesmo quando os designers estão inseridos dentro do público-alvo, não podem representá-lo para tomar decisões porque conhecem bem demais o projeto para presumir ter a mesma experiência que um usuário que está utilizando o produto pela primeira vez. Portanto, seguindo a recomendação do Nielsen Norman Group, para este projeto foram convidadas cinco pessoas pertencentes ao público-alvo para participar dos testes de usabilidade.

À medida que você adiciona mais e mais usuários, você aprende cada vez menos porque continuará vendo as mesmas coisas repetidamente. Não há necessidade real de ficar observando a mesma coisa várias vezes, e você ficará muito motivado para voltar à prancheta e redesenhar o site para eliminar os problemas de usabilidade.

Após o quinto usuário, você está desperdiçando seu tempo observando as mesmas descobertas repetidamente, mas não aprendendo muito de novo.

(Jakob Nielsen, 2000, *Por que você só precisa testar com 5 usuários*, <https://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/>)

Devido ao tempo limitado para conduzir testes com usuários reais, a melhor alternativa foi realizar testes não moderados por meio do Maze, uma plataforma de testes que permite testar produtos e visualizar resultados quantificáveis com mais rapidez. O protótipo criado no Figma foi vinculado à plataforma e sete missões foram criadas para que os usuários pudessem testar algumas das funcionalidades priorizadas.

Participaram desses testes assíncronos os mesmos voluntários das entrevistas individuais. Ao final das sete missões, foi pedido aos participantes que classificassem o aplicativo em uma escala de “pouco útil” a “muito útil”: três participantes assinalaram a opção “muito útil”, enquanto os demais assinalaram a opção “útil”. A partir desse resultado pode-se concluir que a ideia do aplicativo obteve uma boa recepção e atende às necessidades do público-alvo até o momento.

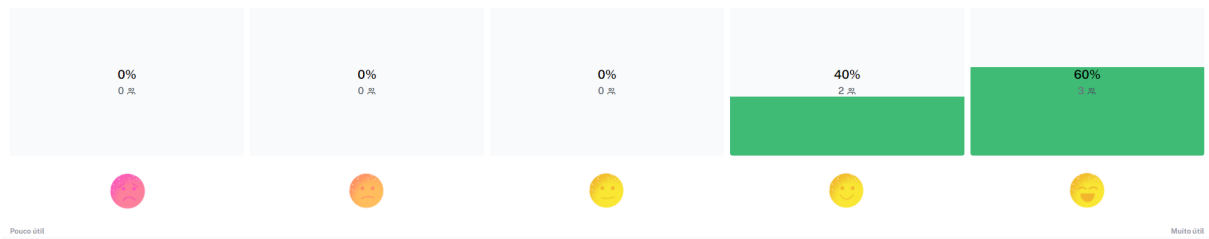


Figura 50. Resultados do teste de usabilidade. Fonte: a autora, 2022

A seguir serão avaliados os resultados de cada missão realizada pelos usuários durante os testes não moderados, e possíveis caminhos ou recomendações para o futuro deste projeto.

1) Boas vindas! Faça seu cadastro no app.

Importante: você não conseguirá digitar seus dados neste protótipo, por isso alguns campos serão preenchidos com informações genéricas. Apenas siga o mesmo processo que você usaria para se cadastrar em qualquer outro aplicativo. :)

Resultados

- 100% dos participantes conseguiram concluir a missão de forma indireta, ou seja, tentaram seguir por caminhos alternativos e clicaram em áreas que não foram contempladas no protótipo;
- As opções de ingresso mais clicadas foram E-mail e Google, nenhum usuário tentou ingressar usando o Facebook;
- Todos os participantes tiveram problemas para encontrar a opção de fazer cadastro na tela de login, tentaram clicar nos campos de e-mail e senha primeiro;
- Todos os usuários clicaram nos campos para preencher os dados opcionais de verificação;
- Os interesses selecionados com mais frequência pelos usuários foram: restaurantes, cafés e lugares para morar.

Mapa de calor

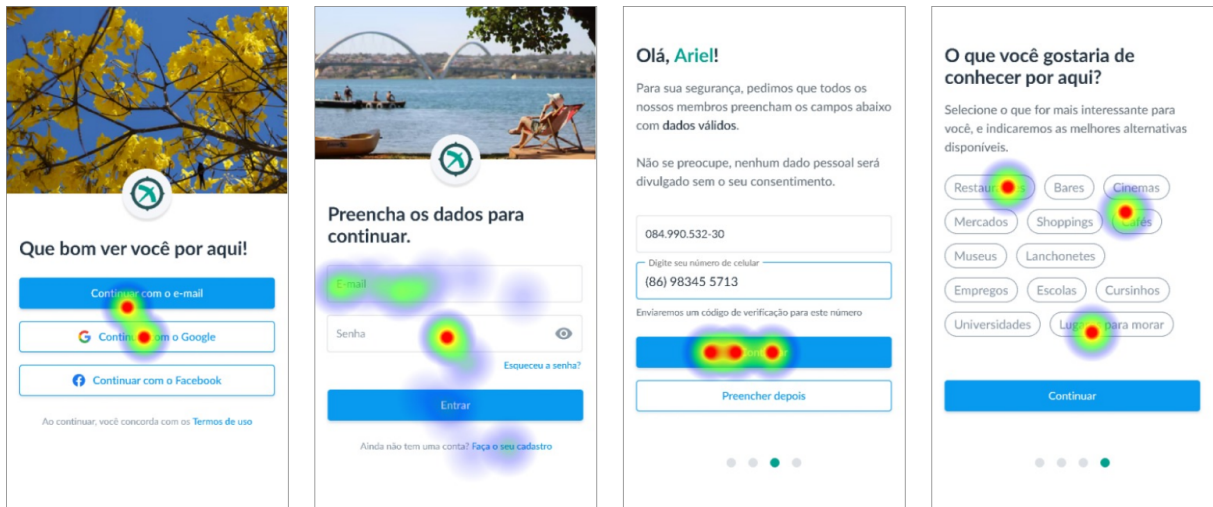


Figura 51. Teste de usabilidade, mapa de calor - missão 1. Fonte: a autora, 2022

Caminhos possíveis e recomendações

- Uma vez que nenhum dos participantes optou por entrar usando o Facebook, é recomendável rodar testes A/B com mais usuários para identificar se há a necessidade de manter essa opção;
- Considerando que todos tiveram dificuldades para visualizar a opção, é necessário dar mais destaque para a opção de fazer cadastro na tela de login, caso o usuário ainda não tenha uma conta no aplicativo;

2) Encontre pontos turísticos perto de você.

Imagine que você quer visitar algum ponto turístico no Distrito Federal hoje. O que você faria dentro do aplicativo para descobrir os pontos mais próximos de você?

Resultados

- Dos cinco participantes, dois conseguiram concluir a missão de forma direta enquanto três o fizeram indiretamente;
- Os participantes que seguiram caminhos alternativos tentaram primeiro clicar em atalhos ou filtros, e quando acessaram o guia passaram primeiro pelas páginas de bairros ou siglas antes de procurar os pontos turísticos.
- Nenhum usuário tentou visualizar as recomendações pelo mapa.

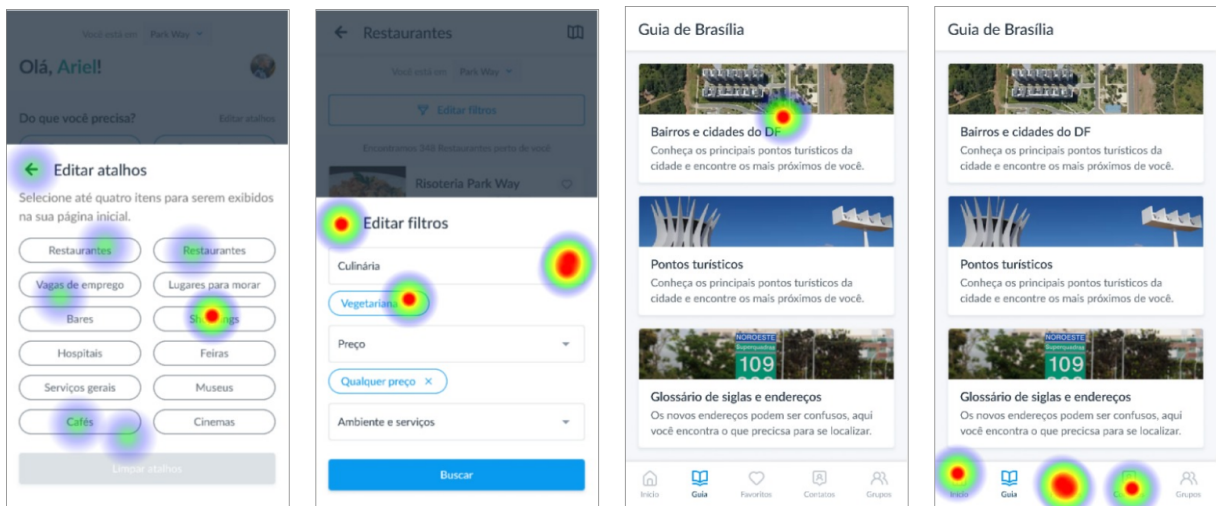


Figura 52. Teste de usabilidade, mapa de calor - missão 2. Fonte: a autora, 2022

Caminhos possíveis e recomendações

- Foi apontado por alguns usuários que o guia não está visível o suficiente na barra de navegação, é recomendável estudar novas alternativas para disponibilizar essa opção. Algumas possibilidades são centralizá-lo na barra de navegação com mais destaque ou incluir um card similar ao card de eventos diretamente na página inicial, antes dos atalhos;
- Uma vez que os usuários passaram por todos os outros cards antes de clicar no card específico da missão, é recomendável avaliar se o uso de imagens é suficiente para diferenciar o objetivo de cada card;
- Como nenhum usuário optou por visualizar os lugares pelo mapa, é recomendável realizar mais testes e avaliar se essa solução é necessária.

3) O que significa "SHN?"

Imagine que você precisa encontrar alguém no endereço "SHN Quadra 4 Lote B" mas não faz ideia do que isso significa. O que você faria dentro do aplicativo para encontrar o significado da sigla "SHN"?

Resultados

- Uma vez familiarizados com o guia, quase todos os participantes conseguiram concluir a missão diretamente;
- Apenas um participante acessou primeiro a página de bairros antes de tentar acessar a página de siglas;
- Todos os participantes usaram a barra de busca.

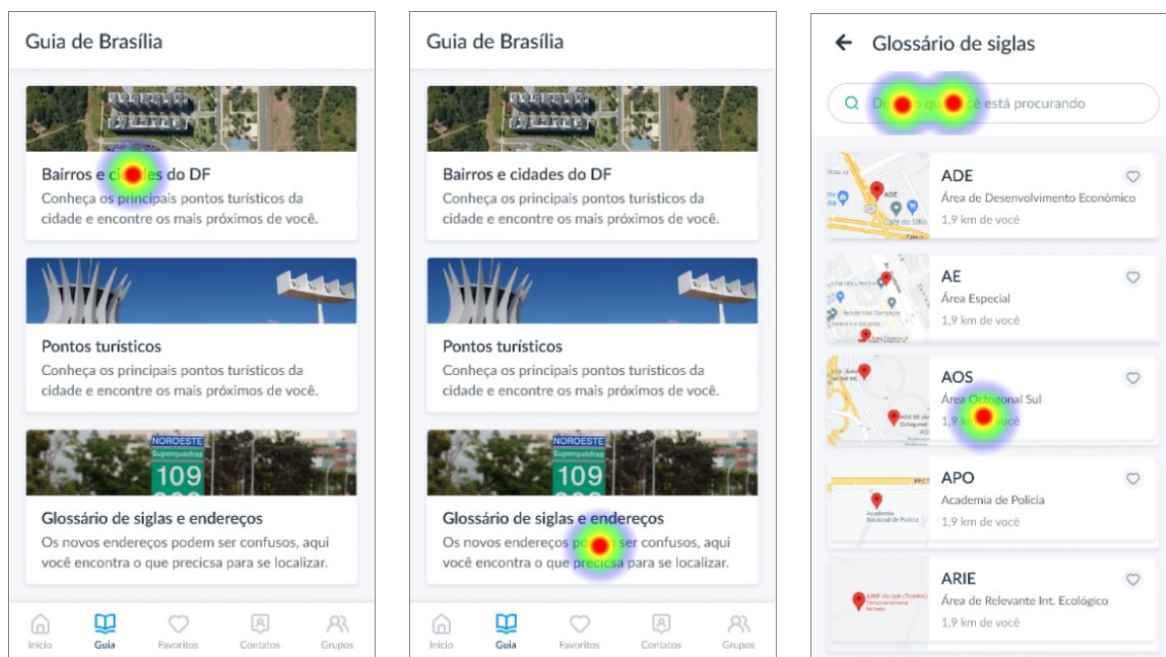


Figura 53. Teste de usabilidade, mapa de calor - missão 3. Fonte: a autora, 2022

Caminhos possíveis e recomendações

- Quando os participantes se familiarizam com os conteúdos disponíveis no guia, passam a realizar as missões com uma taxa de sucesso maior. No entanto, como ainda há um caso onde o participante tenta clicar em outro card, a sugestão de reavaliar o layout dos cards continua sendo pertinente.

4) Saiba mais sobre a Asa Norte.

Imagine que você está considerando morar no bairro "Asa Norte", mas gostaria de saber mais informações a respeito antes de tomar uma decisão. O que você faria dentro do aplicativo para encontrar mais informações sobre a Asa Norte?

Resultados

- Uma vez familiarizados com o guia, quase todos os participantes conseguiram concluir a missão diretamente;
- Nenhum usuário tentou visualizar as recomendações pelo mapa;
- Dos cinco participantes, apenas um não usou a barra de busca;
- A maioria dos usuários tentou clicar em todos os recursos exibidos na tela do bairro/cidade para explorar.

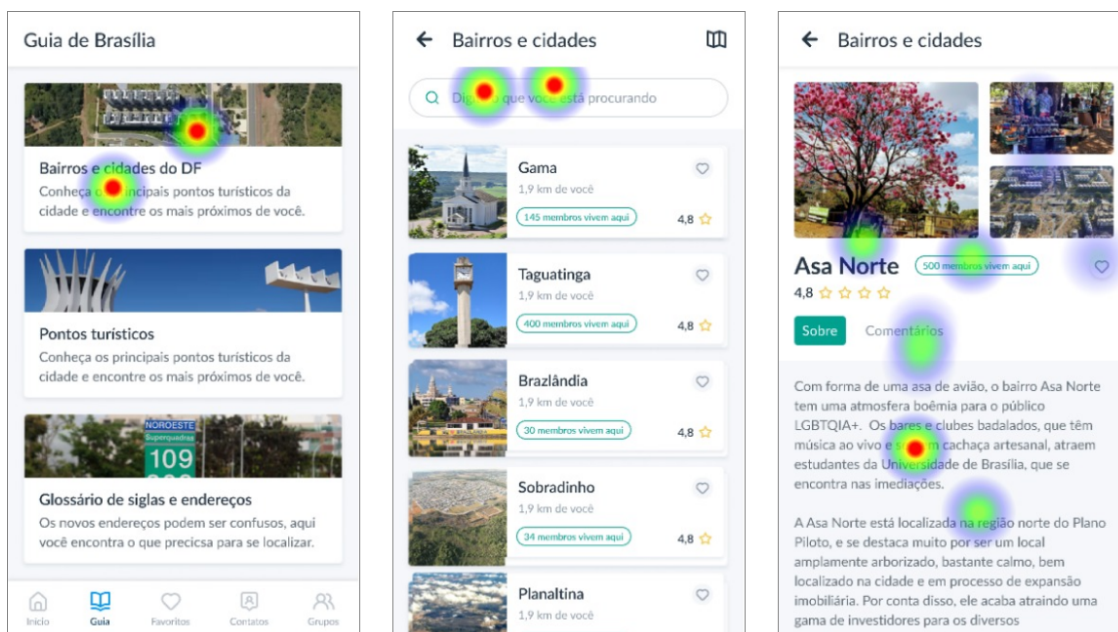


Figura 54. Teste de usabilidade, mapa de calor - missão 4. Fonte: a autora, 2022

Caminhos possíveis e recomendações

- Como nenhum usuário optou por visualizar os bairros pelo mapa, é recomendável realizar mais testes para avaliar se é necessário implementar essa opção;

5) Escolha um restaurante para almoçar.

Imagine que você está com fome e gostaria muito de almoçar um risoto, mas não sabe onde ir. O que você faria dentro do aplicativo para encontrar um bom restaurante perto de você e que sirva risotos?

Resultados

- Dos cinco participantes, três concluíram a missão diretamente;
- Os dois participantes que concluíram a missão indiretamente não acessaram a aba “Ambiente” dentro da página do restaurante, pularam direto para ver as avaliações;
- Todos os participantes clicaram diretamente no card visível na home, sem procurar outras opções de restaurante.

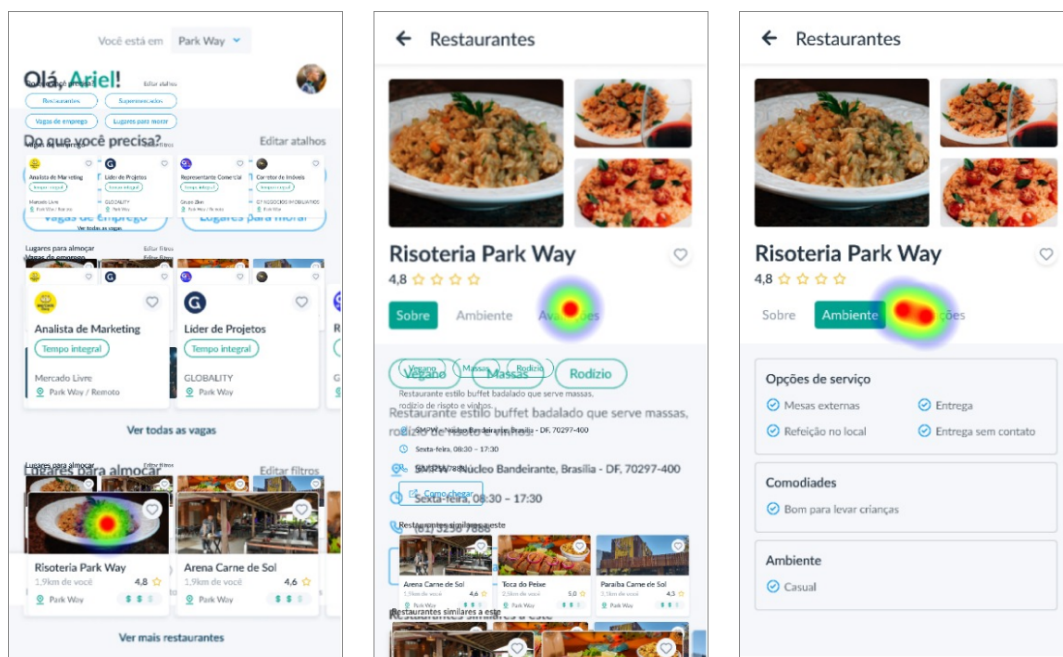


Figura 55. Teste de usabilidade, mapa de calor - missão 5. Fonte: a autora, 2022

Caminhos possíveis e recomendações

- Como a maioria dos participantes não acessou a aba “Ambiente”, talvez seja viável reordenar as abas para que “Avaliações” fique ao lado de “Sobre”;
- É possível que o comando da missão tenha enviesado os resultados, pois o card falava muito explicitamente sobre o tipo de prato servido no restaurante – é recomendável conduzir mais testes para entender como os usuários navegam na página agrupadora por categorias.

6) Participe de um grupo de pessoas veganas.

Imagine que você é uma pessoa vegana, e gostaria de encontrar informações sobre lugares veganos e outros assuntos similares aqui no DF. O que você faria dentro do aplicativo para encontrar essas informações?

Resultados

- Dos cinco participantes, quatro conseguiram concluir a missão diretamente;
- Dos quatro participantes que concluíram a missão diretamente, três clicaram em “Participar” de um grupo diretamente no card sem abrir a página para ver mais informações;

- Apenas um participante abriu o grupo e clicou em participar, mas não explorou as outras abas;
- O participante que concluiu a missão indiretamente teve problemas com o protótipo e interpretou incorretamente o enunciado da missão; quando conseguiu concluir, abriu o grupo antes de clicar em participar mas também não explorou as outras abas.

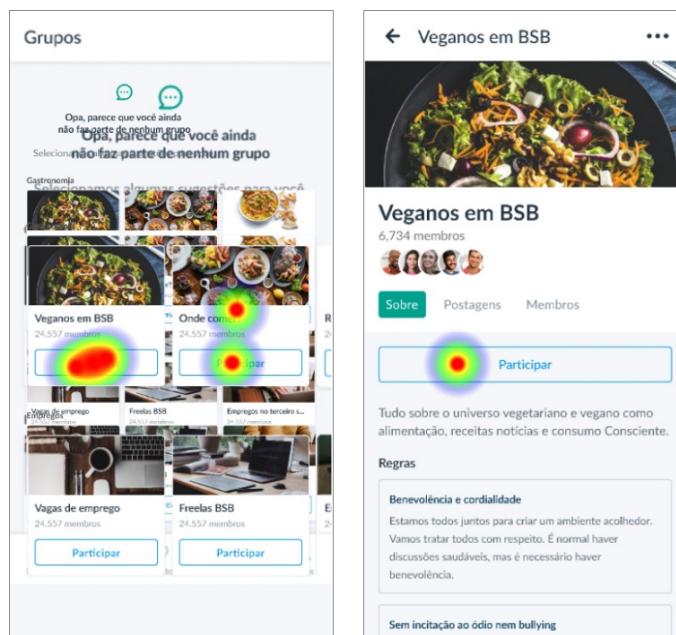


Figura 56. Teste de usabilidade, mapa de calor - missão 6. Fonte: a autora, 2022

Caminhos possíveis e recomendações

- Visto que poucos usuários abriram os grupos para ler a descrição, talvez seja mais viável não incluir o botão “Participar” diretamente no card de sugestão – dessa forma a probabilidade de o usuário ler as regras de conduta é mais alta.

7) Encontre uma pessoa do Piauí e entre em contato.

Imagine que você acabou de chegar do Piauí e gostaria de conhecer e fazer amizade com outras pessoas que também vieram de lá para o DF. O que você faria dentro do aplicativo para encontrar essas pessoas e entrar em contato?

Resultados

- Dos cinco participantes, três desistiram da missão;
- Os dois participantes que conseguiram concluir a missão o fizeram indiretamente.
- A maioria dos participantes tentou encontrar pessoas entrando na página de Grupos primeiro, e depois na de Contatos;
- Os participantes que conseguiram concluir a missão tentaram caminhos alternativos até abrir um grupo e acessar a aba de membros para encontrar novas pessoas.

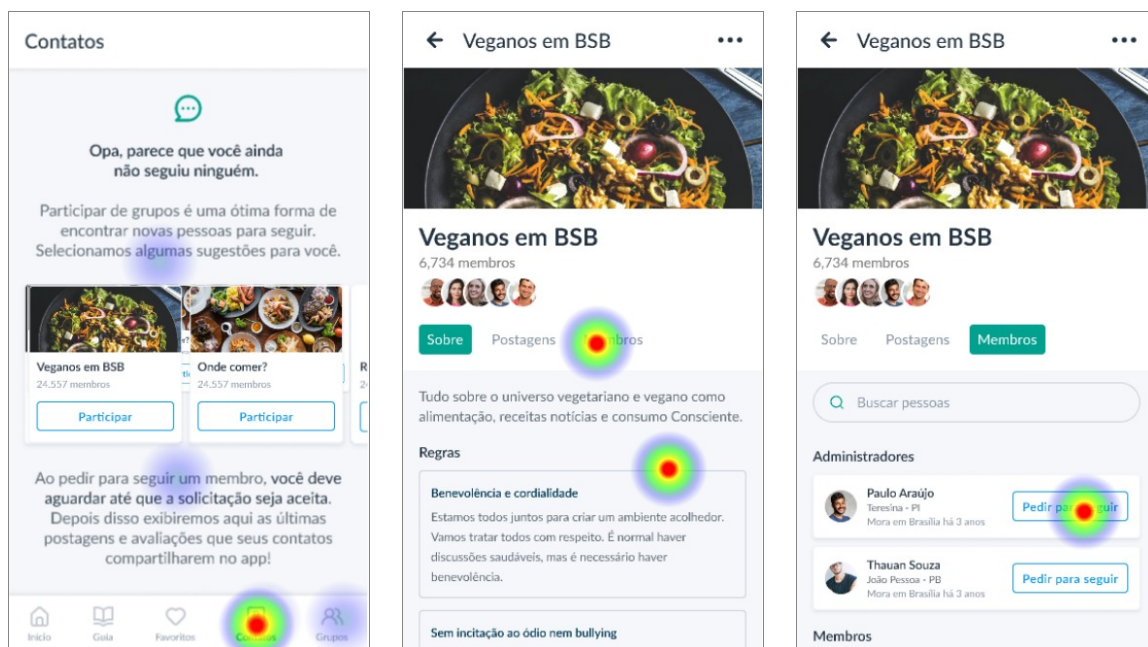


Figura 57. Teste de usabilidade, mapa de calor - missão 7. Fonte: a autora, 2022

Caminhos possíveis e recomendações

- Esse foi o fluxo que mais apresentou problemas, portanto é altamente recomendável que uma nova proposta seja desenhada;
- Apesar de haver instruções na tela de contatos explicando as condições para seguir participantes, muitos não tentaram acessar os grupos – isso pode ser um indício de que os usuários não chegaram a ler o texto na página;
- Uma alternativa possível seria incluir sugestões de usuários para seguir na página de contatos, além do ajuste no card de sugestão de grupos para incentivar as pessoas a acessar a página e visualizar a aba de ‘membros’.

10. Considerações finais

Os resultados obtidos por meio de entrevistas realizadas com migrantes e aplicação de ferramentas de empatia como o mapa de jornada e criação de *personas* permitiram criar um protótipo que agrupasse o maior número possível de funcionalidades dentro do prazo disponível para sanar as dores levantadas durante as pesquisas. Desse modo, a partir desses resultados e das avaliações realizadas pelos participantes dos testes de usabilidade, posso afirmar que os objetivos estipulados dentro do escopo deste projeto foram alcançados.

É evidente que o protótipo ainda não foi inteiramente construído e que a própria ideação do produto não pode ser considerada como concluída, uma vez que o desenvolvimento de um produto digital normalmente inclui pesquisas muito mais extensas e a participação de uma equipe multidisciplinar, além de novas rodadas de testes para validar soluções até chegar numa proposta viável para implementação.

Visto que a real adaptação a novos espaços acontece efetivamente fora das telas, é necessário que a discussão também seja abordada por outras perspectivas para que cada vez mais possamos aprender a lidar com a reconstrução constante de nossas identidades enquanto pessoas migrantes.

Acredito fortemente que a tecnologia tenha mais potencial de aproximar pessoas do que distanciá-las, visto que nos últimos dezoito anos tenho feito uso constante dela para estar presente na vida de todas as pessoas queridas que conheci e tive que “deixar para trás”. O objetivo deste projeto nunca foi solucionar definitivamente as dores e impactos negativos da migração, afinal não existem soluções simples para questões complexas (Ribeiro, 2020), mas sim encontrar formas de aliviá-los utilizando o processo de design e a tecnologia como aliados.

Espero que os estudos feitos no decorrer deste projeto possam abrir caminhos para explorar novas possibilidades e eventualmente ajudar outros migrantes, além de sensibilizar os habitantes locais a serem mais receptivos ao lidar com as diferenças.

*“Quem nasceu pro ar
não poderia aterrissar tão facilmente.
Eu sei. Eu sou também”*

O Tarot, Brasília - DF

Referencial bibliográfico

BRIGNOL, Liliane Dutra. (2015). **Usos sociais das TICs em dinâmicas de transnacionalismo e comunicação migrante em rede: Uma aproximação à diáspora senegalesa no Sul do Brasil.**

Disponível em: <https://doi.org/10.1590/dados.2021.64.2.233>

CODEPLAN, Companhia de Planejamento do Distrito Federal. (2018). **Pesquisa Distrital por amostra de domicílios.** Relatório Codeplan [online]. Disponível em:

https://www.codeplan.df.gov.br/wp-content/uploads/2019/03/PDAD_DF-Grupo-de-Renda-com-impactado.pdf

RECUERO, Raquel. (2011). **Redes Sociais na Internet.** Disponível em:

https://www.researchgate.net/publication/259328435_Red_Sociais_na_Internet

TRUZZI, Oswaldo. (2008). **Redes em processos migratórios.** Disponível em:

<https://doi.org/10.1590/S0103-20702008000100010>

COGO, Denise. (2017). **Comunicação, migrações e gênero: famílias transnacionais, ativismos e usos de TICs.** Disponível em: <https://doi.org/10.1590/1809-58442017110>

GIBBONS, Sarah. Nielsen Norman Group. (2016). **Design Thinking 101.** Disponível em:

<http://www.nngroup.com/articles/design-thinking/>.

RAMOS, Érika Pires. (2011). **Refugiados ambientais : em busca de reconhecimento pelo direito internacional.** Disponível em:

<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/2/2135/tde-10082012-162021/>

ONG Repórter Brasil. (2012). **Caderno temático Migração: O Brasil em Movimento.**

Disponível em:

https://reporterbrasil.org.br/wp-content/uploads/2015/02/10-caderno_migracao_baixa.pdf

MARTINS, Dora; VANALLI, Sônia. 2004. **Migrantes.** 6.ed. São Paulo.

MORAES, Antonio Carlos Robert de. **Bases da formação territorial do Brasil**. GEOGRAFARES, Vitória, no 2, jun. 2001: 105-113. Disponível em:

<https://periodicos.ufes.br/geografares/article/view/1145/858>

BECKER, Bertha; EGLER, Claudio A. G. 2006. **Brasil: uma nova potência regional na economia-mundo**. 5ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil.

VILLA, Marco Antonio. 2017. **Quando eu vim-me embora. História da migração nordestina para São Paulo**. 1ed. São Paulo: Leya Brasil.

BÉU, Edson. 2013. **Expresso Brasília: a História Contada Pelos Candangos**. 1ed. Brasília: Editora UnB.

IBGE, Atlas do Censo Demográfico. (2010). **Fluxos da população no território**. Disponível em:

https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv64529_cap5.pdf

DE CARVALHO, Alberto Rodrigues Câmara. (2008). **Migrantes em Brasília. Os motivos, as dores e os sonhos numa perspectiva clínica**. Disponível em:

<https://repositorio.unb.br/handle/10482/2036>

Grinberg, L., & Grinberg, R. (1989). **Psychoanalytic perspectives on migration and exile**. (N. Festinger, Trans.). Yale University Press. Disponível em:

<https://psycnet.apa.org/record/1989-97951-000>

BRIGNOL, Liliane Dutra. (2010). **Migrações transnacionais e usos sociais da internet: identidades e cidadania na diáspora latino-americana**. Disponível em:

<http://www.repositorio.jesuita.org.br/handle/UNISINOS/2531>

FESSENDEN, Therese. Nielsen Norman Group. (2021). **User Research for Non-Existent Products**. Disponível em:

<https://www.nngroup.com/videos/user-research-non-existent-products>

PAZMINO, Ana Veronica. **Como se cria: 40 métodos para design de produto**. São Paulo: Blucher, 2015.

CARDELLO, Jen. Nielsen Norman Group. (2014). **The Difference Between Information Architecture (IA) and Navigation**. Disponível em:

<https://www.nngroup.com/articles/ia-vs-navigation/>

KPELO, Diogo. (2017). **Você sabe usar tipografia em UI Design? 12 dicas para você fazer dos tipos um aliado em seus projetos**. Disponível em:

<https://medium.com/ui-lab-school/voc%C3%AA-sabe-usar-tipografia-em-ui-design-9ce4ccdba43>

GORDON, Kelley. Nielsen Norman Group. (2021). **How to Draw a Wireframe (Even if You Can't Draw)**. Disponível em:

<https://www.nngroup.com/articles/draw-wireframe-even-if-you-cant-draw/>

LORD, Natália. (2022). **Como melhorar a experiência do usuário sem facilitar a entrada de fraudadores?**. Disponível em:

<https://www.combateafraude.com/post/como-melhorar-a-experiencia-do-usuario-sem-facilitar-a-entrada-de-fraudadores>

AELA SCHOOL, Editorial Aela. (2021). **Style Guide: Como Desenvolver o Guia de Estilo da Sua Interface?**. Disponível em:

<https://aelaschool.com/designvisual/style-guide-como-desenvolver-o-guia-de-estilo-da-sua-interface>

AELA SCHOOL, Editorial Aela. (2020). **Tipografia: O Que É e Como Ela Contribui Para a Experiência Do Usuário?**. Disponível em:

<https://aelaschool.com/designvisual/tipografia-o-que-e-e-como-ela-contribui-para-a-experiencia-do-usuario/>

ADOBE. (2020). **Como usar a psicologia das cores para melhorar as conversões**. Disponível em:

<https://blog.adobe.com/br/publish/2020/06/08/como-usar-a-psicologia-das-cores-para-melhorar-as-conversoes>

NIELSEN, Jakob. (2000). **Por que você só precisa testar com 5 usuários**. Disponível em:

<https://www.nngroup.com/articles/why-you-only-need-to-test-with-5-users/>

Anexo I – Questionário

1. De qual estado do nordeste você veio?

2. Qual é a sua faixa etária?

- Abaixo de 18 anos de idade
- Entre 18 e 25 anos de idade
- Entre 26 e 35 anos de idade
- Entre 36 e 45 anos de idade
- Entre 46 e 55 anos de idade
- Entre 56 e 65 anos de idade
- Acima de 65 anos de idade

3. Com qual gênero você se identifica?

- Feminino
- Masculino
- Outro: _____
- Prefiro não dizer

Motivações e recursos

4. Qual motivo levou você a deixar sua cidade de origem?

- Buscar oportunidades de emprego
- Estudar
- Meu emprego me transferiu para o Distrito Federal
- Acompanhar um familiar/amigo/companheiro que foi transferido
- Não gostava da minha cidade de origem
- Sempre tive planos de morar no Distrito Federal
- Outro: _____

5. Quantas pessoas vieram com você?

- Apenas eu
- Meus pais/irmãos/familiares
- Meus amigos/companheiros
- Outro: _____

6. Você já conhecia o Distrito Federal antes da mudança?

- Sim, já havia visitado
- Não, nunca havia visitado

7. Antes da mudança, você conhecia alguém que morava no Distrito Federal?

- Sim, amigos/familiares que haviam mudado antes de mim
- Sim, conheci pessoas virtualmente
- Sim, tenho familiares brasileiros
- Não conhecia ninguém na cidade

8. Antes da mudança, você já sabia onde iria morar ao chegar no Distrito Federal?

- Sim, com amigos/conhecidos/familiares
- Sim, com amigos/conhecidos/familiares até alugar meu próprio espaço
- Não, decidi procurar um lugar permanente quando chegasse

9. Você fez algum tipo de pesquisa sobre a cidade antes da mudança?

- Sim
- Não

10. Como você definiria suas expectativas antes da mudança?

- Positivas
- Negativas
- Neutras
- No caso de expectativas negativas, por quê? _____

Chegada ao novo destino

11. Quais dessas palavras você escolheria para definir seus primeiros meses na nova cidade?

(Marque quantas quiser)

- Acolhimento
- Solidão
- Felicidade
- Insegurança
- Oportunidade

- Ansiedade
- Saudade
- Segurança
- Medo
- Raiva
- Gratidão
- Arrependimento
- Outra: _____

12. Como você definiria o seu processo de adaptação no Distrito Federal?

- Fácil
- Difícil
- Neutro
- Se quiser, justifique sua resposta: _____

13. Você fez uso de algum destes recursos após chegar na cidade para conhecer novos lugares e pessoas? (Marque quantos quiser)

- Fóruns ou grupos em redes sociais
- Plataformas com avaliações (TripAdvisor, comentários no Google, etc.)
- Aplicativos de relacionamento
- Outros: _____

14. Você já ajudou algum amigo ou conhecido a se adaptar após uma mudança igual a sua?

- Sim, ajudei outros amigos que vieram para o DF depois de mim
- Sim, já compartilhei minha experiência com terceiros online
- Não, nunca tive a oportunidade de compartilhar minhas experiências
- Não, não havia pensado na possibilidade

15. Por fim, que tipo de recursos ou informações você gostaria de ter tido para facilitar o processo de mudança?