

DEMOCRATIZANDO O ACESSO CULTURAL EM BELO HORIZONTE: uma interface gráfica centrada no usuário

DEMOCRATIZING CULTURAL ACCESS IN BELO HORIZONTE: a user-centered graphical interface

CUNHA, Gustavo Madureira; Bacharel; Centro Universitário UNA

madureira.gust@gmail.com

SILVA, Cláudio Henrique da; Doutor; Universidade do Sul de Santa Catarina

claudio.henrique@animaeducacao.com.br

Resumo

No cenário pós-Covid-19, descobriu-se que a população ampliou seus hábitos culturais, frequentando mais museus, shows e eventos semelhantes. Porém as pesquisas mais recentes informam que esta fruição continua sendo pouco diversa, evidenciando as mesmas desigualdades de sempre: menor acesso de classes desfavorecidas nestes espaços. Este projeto abordou as razões pelas quais a divulgação da programação de eventos, como é feita hoje em dia, não está promovendo uma boa experiência para o usuário (UX) dificultando que a informação cultural seja de igual acesso a todos. Através de uma interface gráfica, desenvolvida por meio de uma metodologia híbrida de design, foi estabelecido um ambiente digital que permite centralizar a agenda de Belo Horizonte em uma só fonte, resultando em uma busca mais democrática da malha cultural da cidade.

Palavras Chave: acesso à cultura. Interface. eventos.

Abstract

In the post-Covid-19 scenario, it was discovered that the population has expanded its cultural habits, attending more museums, shows, and similar events. However, the most recent research indicates that this cultural participation remains limited in diversity, highlighting the same inequalities as before: lower access for disadvantaged classes to these spaces. This project addressed the reasons why event programming dissemination, as it is currently done, is not providing a good user experience (UX), making it difficult for cultural information to be equally accessible to all. Through a graphical interface, developed using a hybrid design methodology, a digital environment was established that centralizes the Belo Horizonte cultural agenda in a single source, resulting in a more democratic search of the city's cultural landscape.

Keywords: cultural access. Interface. events.

1 Introdução

No contexto pós-pandêmico foi descoberto que o brasileiro passou a frequentar mais eventos culturais, como ir ao cinema, teatros e participar de festivais de música, independentemente se o evento é pago, gratuito, ou em espaços públicos e privados. A pesquisa de Hábitos Culturais (FUNDAÇÃO ITAÚ, 2023) entrevistou um grupo de duas mil pessoas a respeito de sua relação com as ferramentas culturais no país, como foi afirmado por ROSA (2024) à Folha:

De acordo com os dados coletados, cerca de 10 milhões de brasileiros — especialmente jovens de 16 a 24 anos — retomaram o hábito de realizar atividades culturais no país, seja no mundo virtual, seja em programas presenciais, depois de um longo período de adormecimento que vivenciamos na pandemia. (ROSA, Jader, 2024).

A mesma pesquisa também aponta o crescimento no meio digital: o mercado de streaming já causou impacto mundial e no Brasil não foi diferente. Isso explica o comportamento do usuário, especialmente os mais jovens (16 a 24 anos) em utilizar recursos na internet para encontrar atividades culturais do seu interesse. De acordo com a Fundação Itaú (2023, p. 120), as redes sociais e principalmente o Instagram são o principal meio de divulgação e busca dessas informações, seguidos de sites voltados para eventos e apps deste mesmo segmento.

Contudo, estas ferramentas ainda não são a melhor solução para que o usuário possa encontrar eventos de seu interesse, oferecendo uma experiência que não o coloca no centro da questão e impede a busca otimizada da informação cultural. De modo geral, a dispersão dessas informações na web impede que os interessados acompanhem com assertividade a programação e acabam não comparecendo a esses espaços por diversos motivos para além da questão socioeconômica — principal obstáculos quanto ao acesso à cultura e que carece de políticas de incentivo.

Como resultado, as ferramentas de divulgação atuais acabam atingindo, organicamente, grupos minoritários e que, por sua vez, representam as classes mais privilegiadas da sociedade. O mesmo fenômeno ocorre na cidade de Belo Horizonte, capital de Minas Gerais, onde a tendência é que públicos sejam menos distintos à medida que centros culturais se afastam da região central da cidade (MACEDO; OLIVEIRA, 2022).

O objetivo deste trabalho visa proporcionar uma experiência ideal para o usuário por meio de uma interface digital facilitada em relação à agenda cultural da cidade de Belo Horizonte. Como benefício, pretende-se garantir que a fruição de público nestes espaços seja mais fluida, incentivando que pessoas de diferentes classes estejam presentes. Logo, como público-alvo, estabeleceu-se um foco em usuários mais jovens, justamente pela pesquisa de Hábitos Culturais (2023), considerá-los mais interessados nestes espaços.

Em uma pesquisa de natureza aplicada, foi gerado um apêndice resultante dos dados abordados através de um objetivo exploratório-descritivo apoiado no levantamento bibliográfico para criar não somente um produto final, mas para fortalecer debates futuros em relação ao tema. O procedimento de pesquisa-participante, baseado nos estudos de Gil (2008), serviu como diretriz para alcançar um entendimento mais fiel às necessidades do usuário com o propósito de fortalecer a UX.

Para a materialização desse projeto aplicou-se o método Duplo Diamante como fio condutor, por estabelecer relações que convergem e divergem ideias em torno do design thinking. E também o Método de Garrett como reforço, principalmente por definir uma escalabilidade

desde a conceituação até a concretização de um produto digital. O uso de tais métodos têm como base colocar o usuário como força motriz de um projeto. Leva-se em consideração suas necessidades e sua forma de ver o mundo para que o problema seja solucionado da melhor maneira possível.

Desse modo, o objetivo deste projeto é proporcionar uma experiência ideal para o usuário por meio de uma interface digital facilitada em relação à agenda cultural da cidade de Belo Horizonte para uma maior fruição de públicos diversos.

2 Fundamentação Teórica

Para aprofundamento do tema, neste capítulo foram abordadas teorias em relação à experiência do usuário — como arquitetura da informação e usabilidade se relacionam com os aplicativos móveis. E, para melhor elucidar o problema, também foi levantada uma seção sobre o acesso à cultura no Brasil, atualmente.

2.1 UX

Garrett (2011) explica que o *user experience* pode ser encontrado por toda parte: na caixa registradora dos comércios e até em uma simples cafeteira. Uma UX bem elaborada pode até mesmo evitar um dia caótico. Garrett (2011, p. 5), pensa UX da seguinte maneira:

Quando um produto está sendo desenvolvido, as pessoas gastam muito mais sua atenção no que ele faz. UX é o outro lado, muitas vezes esquecido, da equação - como ele funciona - isso muitas vezes pode fazer a diferença entre um produto bem-sucedido e um fracasso. (tradução nossa). (GARRETT, 2011, p. 5).

De modo geral, o que se deve ter em mente ao projetar um produto que ofereça uma boa experiência para o usuário é pensar para além da sua função principal. UX então, é não pensar somente no estético e funcional mas naquilo que impeça o produto de vir a se tornar um problema (GARRETT, 2011, p. 7).

Perea (2017, p. 165) esclarece que a partir do momento que os usuários começaram a interagir com o meio digital por meio de telas pequenas, toda a forma de desenvolver estes espaços precisou ser repensada. O comportamento online é padronizado e necessita do entendimento de alguns conceitos, como:

- 1. Menu Hambúrguer: Botão com três barras posicionado lateralmente para acessar várias opções sem poluir visualmente a página principal, porém pode ser desvantajoso para acesso rápido.
- 2. Top Tabs: Barra no topo da tela com funções variadas, facilita a navegação para quem está acostumado com leitura de cima para baixo.
- 3. Bottom Menu: Menu inferior mais adotado, facilita a navegação com o polegar, ideal até cinco seções principais para evitar dificuldades de uso.
- 4. Área do polegar: Concentração das funções principais onde o polegar alcança facilmente, considerando que muitos usuários utilizam smartphones com uma mão.
- 5. Botão Voltar: Permite retornar à seção anterior de maneira prática, seguindo o comportamento familiar dos websites.

- 6. Multitarefa: Necessário para permitir a navegação entre telas sem perder o progresso anterior, especialmente em apps complexos.
- 7. Navegação exploratória: Facilita seguir passos não previstos no fluxograma, com menu exploratório acessível a qualquer momento.
- 8. Botão Flutuante (FAB): Localizado no canto inferior para acesso fácil com o polegar, captura uma função primordial na aplicação, como em mapas.
- 9. Notificações: Ferramentas de engajamento úteis, mas podem ser irritantes se mal aplicadas, pois atraem rapidamente a atenção do usuário.

Tanto Perea quanto Garrett são contundentes ao afirmar que a experiência do usuário é sensorial, estimulando não somente a visão, mas também o tato e audição. É por isso que os tópicos a seguir são tão necessários para fortalecer uma boa experiência do usuário.

2.2 Arquitetura da Informação

O desenvolvimento de interfaces digitais passa por cinco fases: estratégia, escopo, estrutura, esqueleto e a superfície. A estrutura é a metade do caminho e, por ventura, é onde a materialização de um produto começa a surgir. Por isso, nessa fase, é de enorme importância desenvolver uma arquitetura da informação completa, principalmente por ser onde conceitos como o design de interação também se aplicarem (GARRETT, 2011).

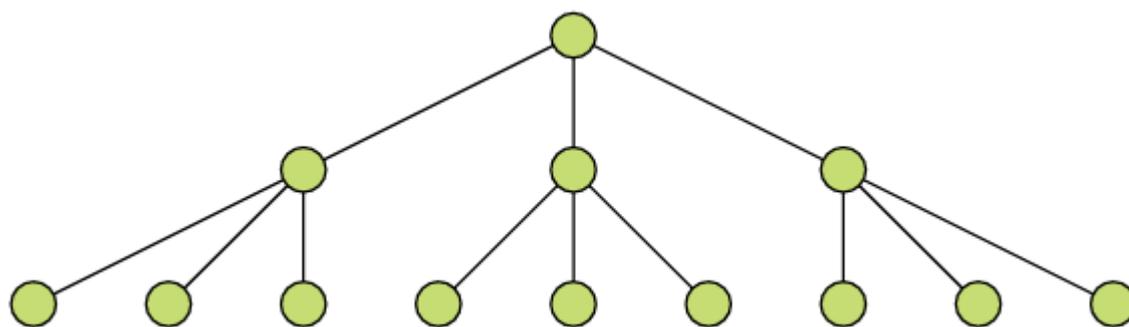
Para Garrett (2011), a fase de estruturação é onde o projeto perde o sentido abstrato e começa a se concretizar. Isso leva muitas pessoas a acreditarem que o processo se torna menos criativo a partir de então, mas esta não é uma verdade, como informa Garrett (2011, p. 81):

O design de interação e a arquitetura da informação parecem áreas esotéricas e altamente técnicas, mas essas disciplinas não têm nada a ver com tecnologia. O objetivo é compreender as pessoas – a maneira como elas se comportam e pensam (tradução nossa). (GARRETT, 2011, p. 81).

Além disso, a arquitetura da informação é, historicamente, uma estruturação da experiência do usuário (UX) se fundindo ao design de interação. Essa combinação resulta na forma como o usuário irá receber determinadas informações e como as tarefas responderão ao comportamento deste usuário.

De maneira mais detalhada, a arquitetura da informação é a forma como se estruturam dados para que as pessoas os entendam com clareza e possam os manipular. A arquitetura da informação, então, incentiva a compreensão de forma cognitiva do objeto apresentado através de esquemas navegacionais organizados. Essa proposição pode ser elucidada por meio de alguns esquemas/estruturas que colocam um ponto em comum (chamado de *nó/node*) dentro do projeto em desenvolvimento. Veja como, nas figuras a seguir:

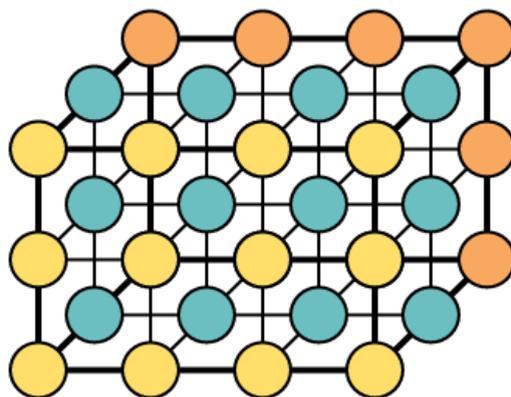
Figura 1 — Estrutura de abordagem arquitetônica hierárquica:



Fonte: Garrett (2011)

A abordagem hierárquica é a mais utilizada neste campo, já que estruturas do tipo são mais conhecidas e de melhor compreensão pelos usuários. De modo geral, seus “nós” possuem uma relação pai/filho que define essa ordem.

Figura 2 — Esquema de abordagem arquitetônica matricial:

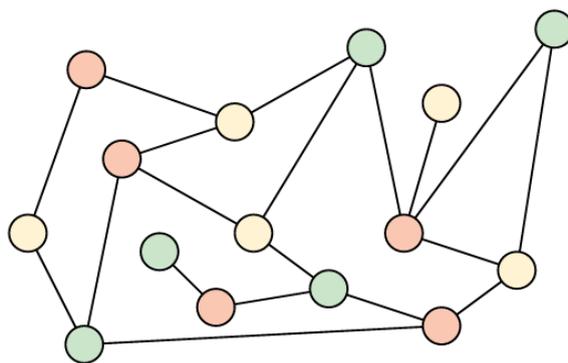


Fonte: Garrett (2011)

Na estrutura matricial, as informações são distribuídas em uma relação multidimensional (matrix), isso permite que o usuário encontre aquilo que busca de maneira flexível. Exemplo disso são sites de filmes que permitem a busca pela obra através do título, diretor, tempo de duração e mais.

Apesar de ser a melhor estrutura para a UX, seu uso pode deixar o desenvolvimento do produto mais complexo, visto que diferentes caminhos precisam ser desenvolvidos para chegar a um mesmo resultado.

Figura 3 - Esquema de abordagem arquitetônica orgânica:



Fonte: Garrett (2011)

A estruturação orgânica da arquitetura da informação é melhor recomendada para projetos que não possuem um senso de direção específico. É amplamente utilizado para meios exploratórios, mas pode ser um problema para o usuário que precisa saber em que parte do projeto se encontra e como deseja voltar para um ponto específico do sistema.

Figura 4 - Esquema de abordagem arquitetônica sequencial:



Fonte: Garrett (2011)

A estrutura sequencial é a mais básica da arquitetura da informação. É muito utilizada para projetos menores, como um e-book por exemplo. As informações são facilmente absorvidas pelo cérebro humano e são ótimas para a experiência do usuário. Mas existe um limite: quanto mais funções houver em um produto, menores são as chances de sua estrutura continuar seguindo uma estrutura linear.

Garrett (2011) ainda destaca que apps com um plano estrutural consistente, que levam a arquitetura da informação e o *design* de interação a sério, passam por menos revisões (*sprint*) e tendem a gerar resultados mais satisfatórios tanto para quem cria, quanto para quem utiliza.

2.3 Apps e APIs

Os aplicativos móveis oferecem um enorme grau de usabilidade para os usuários devido a praticidade que notebooks e computadores não permitem — São 3,3 aparelhos móveis em relação a 1 computador para cada brasileiro (FUNDAÇÃO GETÚLIO VARGAS, 2024)

Perea (2017) informa que o celular se tornou a ferramenta dominante para acessar o mundo digital, moldando a forma como os produtos são desenvolvidos. Benyon (2011, p. 337) esclarece que a interação humano-computador também deve ser entendida quanto aos dispositivos móveis. Para ele, apps devem funcionar com a disponibilidade de rede que for e uso possível em diferentes ambientes e necessidades múltiplas.

É por isso que as APIs (*Application Programming Interface*) — apêndices que permitem a multi-conexão entre diferentes plataformas a partir de um mesmo ambiente virtual — são tão importantes. Esse recurso é muito empregado para reduzir tempo de programação de apps e pular

etapas. As APIs são funções que já estão prontas e são revisadas constantemente, reduzindo riscos e aprimorando resultados.

A API pode ser adquirida com funções programadas, como se fosse uma adição ao app principal, acelerando o tempo de desenvolvimento do projeto. Por isso é possível, em um mesmo sistema, fazer pagamentos e enviar mensagens (EBAC, 2023).

2.4 Índices pré e pós-pandêmicos na indústria da cultura

A crise sanitária do Covid-19 causou impactos sem precedentes no setor cultural. No Brasil, esse cenário foi extremamente prejudicado uma vez que foi o primeiro a fechar e o último a abrir para o público. É o que dizem dados da OBEC em pesquisa feita com atuantes na indústria criativa (MACHADO, et al., 2022). Nesta pesquisa, os seguintes dados foram levantados:

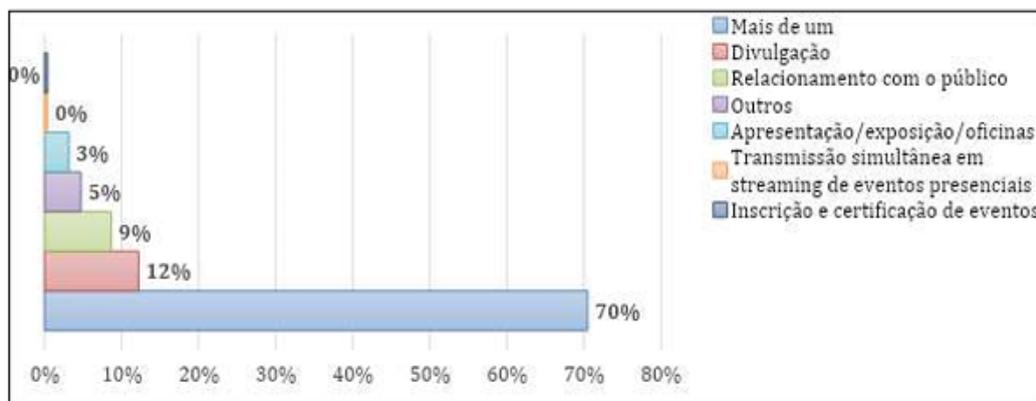
- 80% dos respondentes atuantes na economia criativa eram trabalhadores informais;
- 70% dos indivíduos e instituições só possuíam reservas financeiras para no máximo 3 meses;
- 65% das empresas respondentes precisaram reduzir contratos.

Além disso, é preciso destacar que o setor cultural no Brasil já passava por baixas desde 2012, onde, de acordo com o IBGE, houve reduções orçamentárias em diversos segmentos culturais, tais como:

- A adição econômica orçamentária reduziu 2% entre 2007 e 2017;
- Redução de 8% para 6,5% de participação cultural nas empresas entre 2007 e 2017;
- Queda de 2,25% de investimentos por meio de leis entre 2011 e 2018.

Com a chegada da pandemia em 2019, o setor cultural precisou migrar grande parte das suas atuações para o meio digital, onde, de acordo com a mesma pesquisa, estimou-se que 12% dos agentes culturais individuais respondentes usaram desse meio exclusivamente para a divulgação, conforme destacado pela figura a seguir:

Figura 5 — Motivo(s) de utilização do ambiente virtual do ACI



Fonte: MACHADO et al, (2022)

Já no pós-pandemia, esse cenário volta a prosperar a passos lentos. É o que aborda a pesquisa feita pela Fundação Itaú onde se reconhece o crescimento do interesse da população em

participar de atividades culturais. Muito impulsionado pela indústria do *streaming* de música e filmes mas, também, o setor de teatros e museus que registraram aumento significativo (FUNDAÇÃO ITAÚ, 2023).

Através dessa mesma pesquisa, onde foram entrevistados 2.405 brasileiros de diversas raças, faixa etária e classe social de diversos municípios do país, foi descoberto um dado muito importante para este projeto: o hábito cultural do brasileiro mudou. Veja o perfil de entrevistados na figura a seguir:

Figura 6 - Perfil de entrevistados na pesquisa Hábitos Culturais 2023



Fonte: Fundação Itaú (2023)

Dentre esses dados obtidos, 60% praticam algum tipo de atividade cultural, a maior parte ligado ao consumo de música e filmes de forma online. Mas de forma presencial, 19% frequentam teatros, cinema e festivais de música. Esse é um dado importante, pois, o perfil jovem tende a preferir eventos culturais ao ar livre e, preferencialmente, gratuitos, uma vez que 17% dos entrevistados costumam deixar de ir a eventos pagos e 29% nem ao menos cogitam acessar estes espaços se não forem sem custos.

Levando em consideração o interesse desse perfil em participar de eventos culturais, a pesquisa também busca entender como se dá o acesso a estas informações. Dessa maneira, é sabido:

- 3% dos pesquisados utilizam apps revendedores de ingressos como Ingresso.com, Symla e Eventim;
- 52% desfrutaram de qualquer outro meio para buscar por informações sobre a programação cultural, como site da prefeitura, aplicativos de shopping centers, portais de notícias e mais;
- As redes sociais, atualmente, são o maior meio de se informar quanto a esses eventos, representando 60% dos entrevistados. A pesquisa, assim como as outras formas, também são mecânicas e acontecem através do acompanhamento dos perfis divulgadores e *influencers* digitais.

A atuação de eventos culturais online durante a crise sanitária de 2020 foi um importante fator para democratizar o acesso igualitário a estes espaços no meio digital em um cenário que evidenciava ainda mais questões de desigualdade no Brasil (MACHADO et al., 2022, p. 5). Agora, no pós-pandemia, é preciso propiciar meios que garantam que essa democratização continue. Para

isso, é preciso compreender os recortes sociais na cultura e como as políticas públicas agem em torno desse problema.

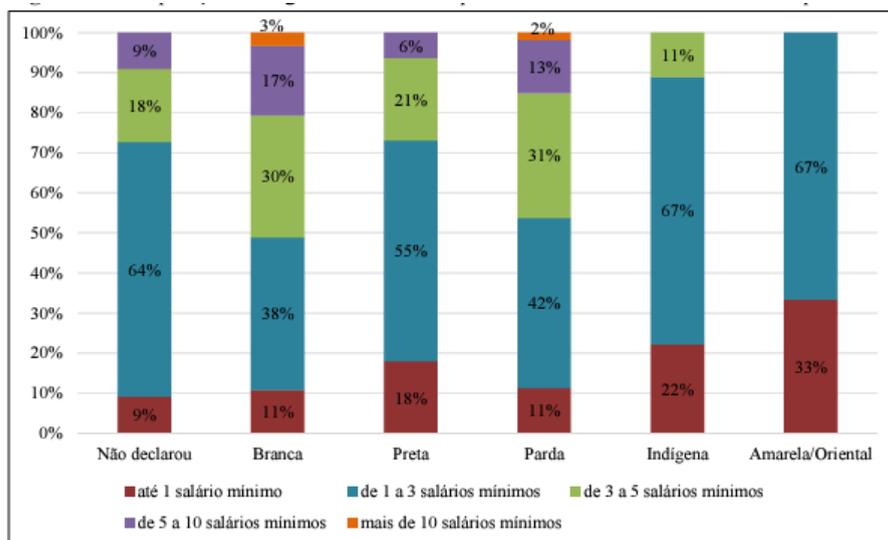
2.4.1 Recorte social para o acesso à cultura

Como a pesquisa da Fundação Itaú (2023) destaca, é verdade que o brasileiro voltou a se reaproximar de eventos culturais como festivais de música, museus, cinemas e teatros. Mas a pesquisa também escancara um velho problema: a ausência de classes sociais menos favorecidas nestes espaços. É o que diz ROSA (2024) em relação a esta mesma pesquisa:

50% dos indivíduos das classes A/B praticam alguma atividade cultural no país. Entre os indivíduos das classes D/E, o índice cai para 27%. A prática de atividades culturais também é maior entre os indivíduos com ensino superior (54%) do que entre aqueles que possuem apenas o ensino fundamental (13%). (ROSA, Jader, 2024).

No mercado de trabalho, Machado et al (2023), também destaca desigualdades entre as classes sociais em relação àqueles que trabalham na indústria criativa. Entre os entrevistados autodeclarados como brancos, 30% deles possuem uma renda mensal entre 3 a 5 salários mínimos contra 21% daqueles que se autodeclararam pretos. Entre os brancos, 17% afirmam receber entre 5 a 10 salários mínimos contra 6% dos pretos. Veja a figura 7 a seguir:

Figura 7 — Composição dos agentes individuais por cor/etnia e renda média



Fonte: Machado et al, (2022).

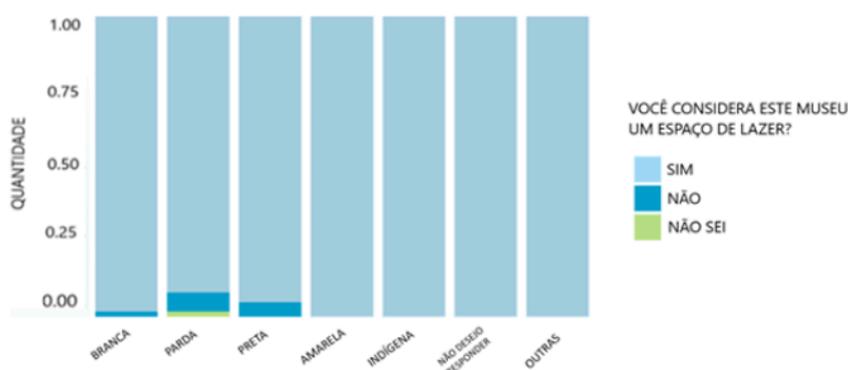
Esse dado é importante para evidenciar que desigualdades sociais afetam de diversas formas os interessados na indústria criativa, sejam eles frequentadores destes espaços, sejam eles trabalhadores. Nesse sentido, falta representatividade, acesso e direitos para todos.

Na pesquisa de MACEDO (2022) é descrito que, na década passada, houve enorme fomento da cultura através das leis e que, futuramente, foram sendo descontinuadas. Em sua

pesquisa, Macedo também menciona como o perfil pesquisado segue o mesmo padrão nacional e internacional que, por sua vez, acaba evidenciando ainda mais a elitização desses espaços.

Além disso, informa também que uma possível explicação desse problema é a significância de cultura para esses públicos. De acordo com a pesquisa, pretos e pardos possuem escolaridade e salários mais baixos em relação aos brancos. Essa diferença tem impacto social, e que influencia no acesso e, portanto, no entendimento do espaço público (como museus e teatros) como formas de lazer uma vez que é preciso hábito para se fazer parte destes espaços. Conforme a figura 8 aponta:

Figura 8 — Relação entre raça e o equipamento cultural como ambiente de lazer



Fonte: Macedo (2022)

Segundo ROSA (2024), é de enorme necessidade fortalecer a oferta de atividades do tipo para todos os públicos, desenvolvendo mecanismos de incentivo à participação e implementar campanhas que atinjam diferentes camadas e regiões. Para isso, é interessante trazer a visão do Instituto Alvorada (2014, p. 64) em relação ao alcance da programação:

Peça chave na construção de qualquer projeto cultural, o plano de divulgação prevê todas as ações de mídia necessárias para a promoção do produto gerado pelo projeto e, portanto, para o alcance do público previsto. (INSTITUTO ALVORADA, 2014, p. 64).

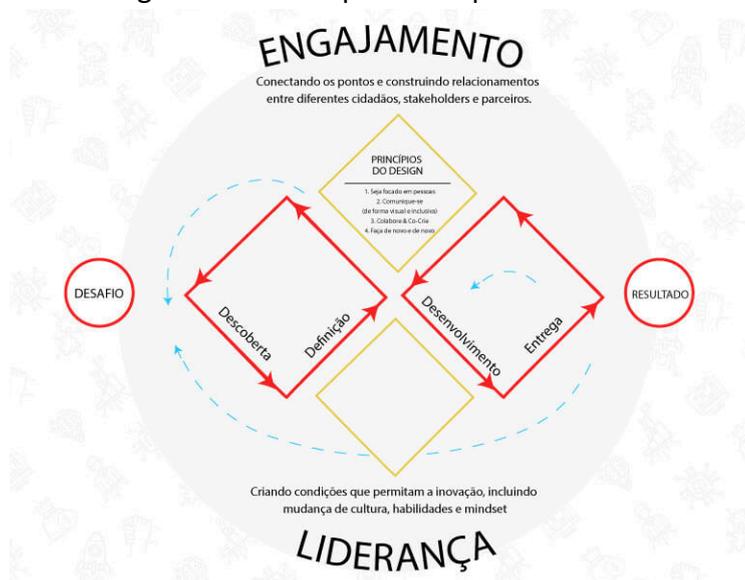
Como adição, ZIVIANI (2020, p. 66) aponta que, muito além de apenas hábito, é preciso uma divulgação que alcance esse perfil, afinal, ele não pode frequentar aquilo que não vê. Desse modo, a elitização de equipamentos culturais possui problemas que vão sim, desde a escolaridade e raça, mas também questões voltadas à localização, transporte e divulgação.

3 Procedimentos Metodológicos

O design *thinking* é um importante conceito difundido na área do design. Propicia um ambiente que impeça desenvolver projetos em que o foco não seja o usuário, utilizando, então, cinco etapas: empatia, definição, idealização, prototipagem e teste/implementação (BROWN, 2020). Já o método Duplo Diamante, ou *Double Diamond*, é uma ferramenta capaz de fluidificar e

acelerar essas etapas, tendo como objetivo forçar a tomada de decisão sem deixar de lado a perspectiva única do usuário (DESIGN COUNCIL, 2023). Veja o mapa do Duplo Diamante:

Figura 9 — As Etapas do Duplo Diamante



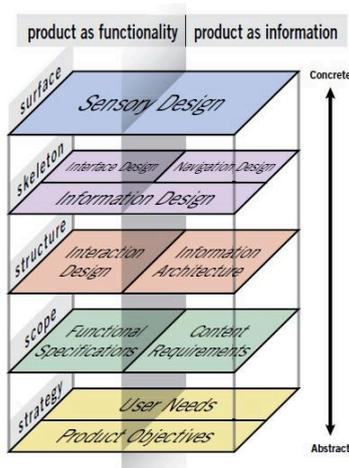
Fonte: Design Council (2023)

Para além do duplo diamante, foi necessário se valer do Método de Garrett (2011) como apêndice para o Duplo Diamante. Em vista de se tratar de um projeto de aplicativo, Garrett (2011), estabelece 5 planos que se correlacionam com o web design para promover uma experiência mais intuitiva para o usuário, sendo extremamente necessário para a conclusão deste projeto em vista a desatualização do modelo Duplo Diamante, como revelado pelo Design Council (2023), através de seu ex-diretor de design e inovação, Richard Eisermann:

A questão é se o Double Diamond ainda é, dadas as tremendas mudanças na prática de design nas últimas duas décadas, adequado ao seu propósito? A resposta: provavelmente não. A ascensão do design digital em ritmo acelerado, juntamente com as complexidades dos desafios que os designers estão enfrentando atualmente com serviços e sistemas, deixaram o Double Diamond um pouco sem fôlego. (DESIGN COUNCIL, 2023).

O Método de Garrett (2011) é um modelo projetual desenvolvido em 2003 e que foi muito utilizado no passado dentro do campo de Web Design. Seu conceito, assim como o Duplo Diamante (DESIGN COUNCIL, 2023), também está ligado à centralização do usuário durante o desenvolvimento de um projeto. Através de cinco níveis planos, a filosofia deste método leva a comunicação entre níveis do aplicativo como pauta importante do desenvolvimento de uma interface agradável e interativa para o usuário. Veja suas etapas a seguir:

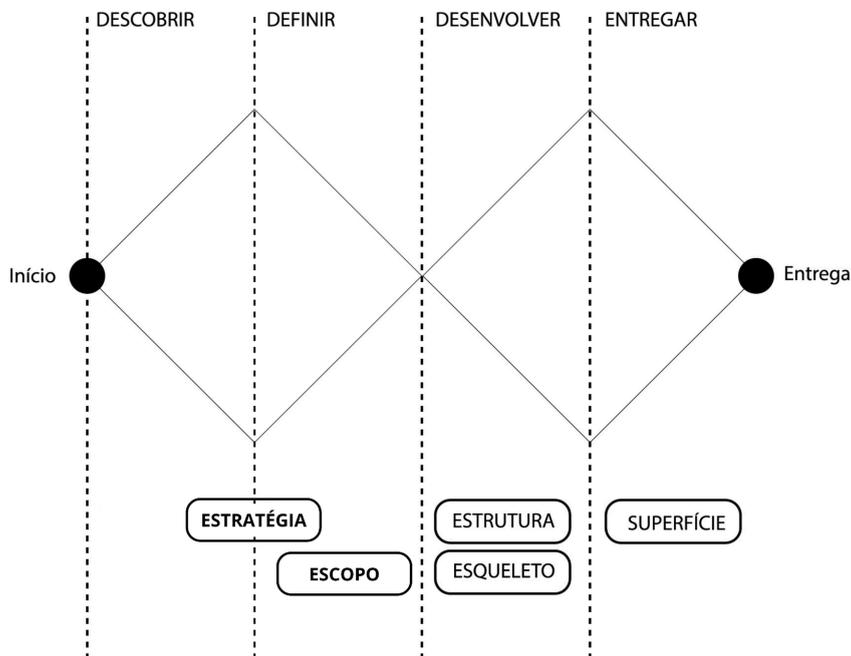
Figura 10 - Mapa do Método de Garrett



Fonte: Garrett (2011)

O método Duplo Diamante, como formulado, foi usado para estruturar todo o processo de design do aplicativo conforme suas quatro fases: Descoberta, Definição, Desenvolvimento e Entrega. Já o Método de Garrett, funcionou como um apêndice, adequando melhor o método criado pelo Design Council para dentro do ambiente do design de interfaces. Combinados, essa metodologia híbrida será capaz de estipular uma abordagem iterativa a fim de solucionar problemas reais, centralizando todo o conceito no usuário do meio digital, conforme a figura 11, indica:

Figura 11 — Metodologia Híbrida do Duplo Diamante com Garret:



Fonte: Autor, 2024

Nessa metodologia híbrida, o Duplo Diamante é seguido normalmente, mas sem deixar de lado os conceitos trazidos por Garrett em seu processo de desenvolvimento de produtos para o meio digital, conforme foram explorados nos subtópicos que se seguem.

4 Desenvolvimento

A conceituação se dá por meio da situação do acesso à cultura no Brasil (FUNDAÇÃO ITAÚ, 2023) e em especial, na cidade de Belo Horizonte. O desafio é organizar a informação da malha cultural da cidade com mais assertividade através de um aplicativo. Dessa forma, foi muito importante utilizar dos meios de Garrett (2011) e o Duplo Diamante (DESIGN COUNCIL, 2023), para conduzir um projeto que abrace os princípios da UIUX no contexto pós-pandêmico, sem deixar de lado, o uso das teorias da Semiótica e Gestalt para maximizar a experiência do usuário.

4.1 Descobrir

4.1.1 Entrevista-participante semiestruturada

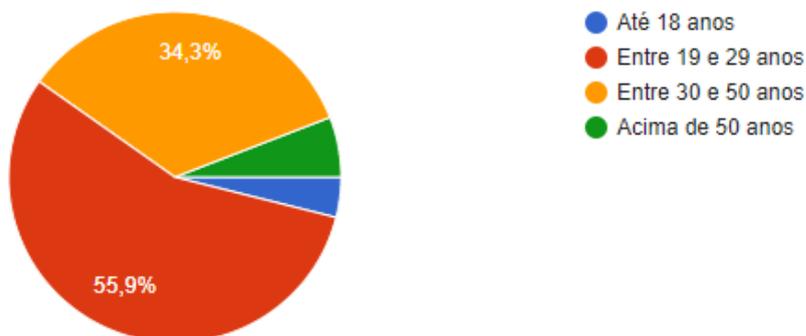
A entrevista foi feita por meio de um procedimento qualitativo através de um questionário digital com 103 participantes. As perguntas buscavam entender qual é a posição socioeconômica dessas pessoas e qual sua relação com os equipamentos culturais que frequentam.

Com base nas respostas dos entrevistados, o público-alvo será composto por pessoas entre 20 e 30 anos, pertencentes às classes B e C e de múltiplas raças. Veja alguns parâmetros nas figuras a seguir:

Figura 12 — Faixa etária do público-alvo

Para começar, qual a sua idade?

102 respostas

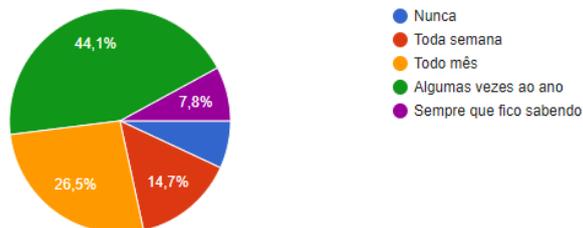


Fonte: Autor, 2024

Figura 13 — Frequência em que visita eventos no espaço público:

Com que **frequência** você visita **espaços públicos** em sua cidade (*monumentos, praças, museus etc*)?

102 respostas



Fonte: Autor, 2024

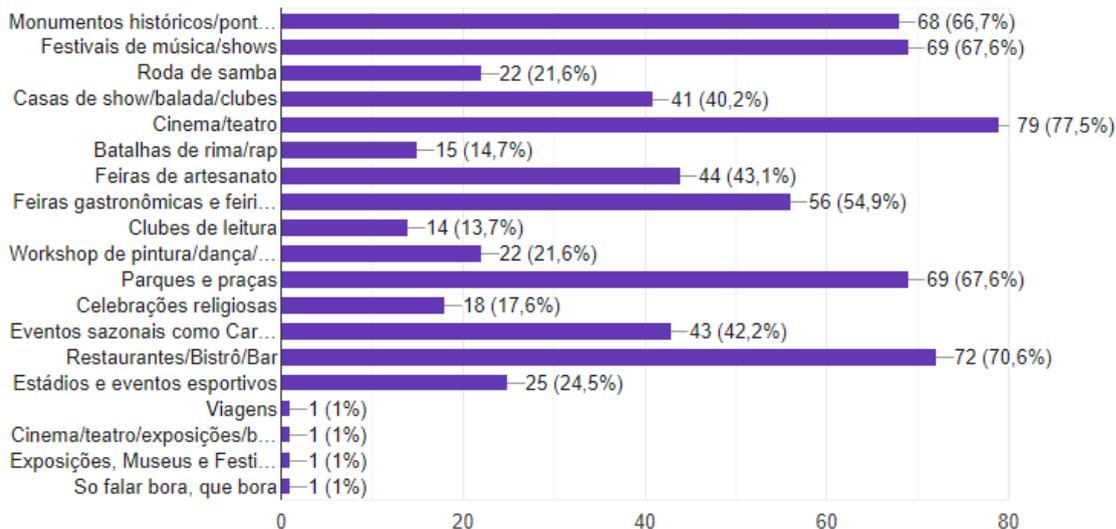
Além disso, foi abordado qual o interesses dos entrevistados quanto às manifestações culturais, levantando que muitos têm vontade de frequentar museus, cinemas e teatros, mas que acabam não conseguindo acompanhar a programação de maneira efetiva por conta da divulgação pouco eficiente. É o que mostra as figuras a seguir:

Figura 14 — Interesses específicos

Marque a seguir locais e atividades culturais que você **possui interesse**:

[Copiar](#)

102 respostas



Fonte: Autor, 2024

Figura 15 — Usuário não encontra eventos interessantes I

Por qual motivo você **NÃO** fica sabendo dos eventos que possui interesse?

63 respostas

Se eu não sigo as redes sociais ou os amigos não falam eu raramente fico sabendo
Ma divulgação
Divulgação
Dificuldade de encontrar informações facilmente
Não vejo tanto nas redes sociais
Falta de ampla divulgação, geralmente fico sabendo pelas redes sociais SE fizerem patrocinados. Eventos gratuitos eu fico sabendo por amigos, geralmente.
Falta de divulgação nos meios digitais e de parceria com instituições de ensino
Não tenho rede social como Facebook e Instagram, que são plataformas onde há mais divulgação dos eventos.

Fonte: Autor, 2024

4.1.2 Entrevista com profissional

De acordo com uma entrevista feita com profissional da TI, um dos diferenciais do projeto é a integração com o Instagram para que o usuário seja incentivado a utilizar a plataforma. Com a ferramenta é possível postar fotos e vídeos com duração de 24 horas que passa a ser exibido no perfil da instituição organizadora, dentro do próprio app. Se preferir, o usuário também pode encaminhar a postagem em sua conta no Insta Stories, permitindo uma relação omnichannel. Para esse profissional, essa é uma função que muitos outros apps utilizam e sua execução não configura um obstáculo impossível, necessitando de um sistema *back-office* possivelmente.

Como um todo, pontuou que o aplicativo parece ser *user friendly*, mas é preciso uma reunião com uma equipe multidisciplinar para analisar as funções técnicas e esclarecer desafios de execução ou tomar novos caminhos. Além disso, é importante para o lançamento do app, definir estruturas de programação como o ambiente *back-office*, sistemas de integração, recursos visuais e alinhamento com a regulamentação geral sobre a proteção de dados.

4.1.3 Avaliação de apps concorrentes pelos usuários

Para entender como o usuário se sente em relação aos aplicativos similares que já existem, foi utilizado o agregador de apps da Play Store para entender os elogios, reclamações e sugestões feitos na plataforma.

Entende-se que o trunfo pontuado pelos usuários são os pequenos recursos que agilizam determinadas tarefas, como carteira digital e login automático. Já o maior desafio é a dificuldade para a emissão de ingressos que precisa ser melhorado. Por fim, os usuários pontuam como

melhorias, a interface destes aplicativos que podem ser mais simples, com menos detalhes, poucas telas e recursos com maior alcance das mãos.

4.2 Definir

4.2.1 Personas e mapa de empatia

Com base nos insights retirados da pesquisa com o público-alvo, foram desenvolvidas duas personas de codinome Rafaella e Wesley e que serviram para um desenvolvimento mais direcionado para esse público.

A persona Rafaella tem 31 anos e possui uma carreira recém-estabilizada, abrindo brechas para construir uma rotina menos agitada. Se define como alguém atento com o que ocorre ao seu redor, tornando-a um pouco controladora e estressada, veja sua representação:

Figura 16 — Persona Rafaella:



Fonte: Autor, 2024

Já a persona Wesley tem 21 anos e está no limiar entre o fim da adolescência e o início da vida adulta, não tem certeza se deseja continuar a faculdade e tem instabilidades na vida profissional. É uma figura bem jovem, então gosta de ir a boates e encontrar amigos. Veja sua representação:

Figura 17 — Persona Wesley:



Fonte: Autor, 2024

4.2.2 Especificações e requisitos de conteúdo

Foi utilizado a técnica do *card sorting* Aberto que será capaz de alinhar expectativas a baixo custo. Com essa ferramenta, foram divididas várias necessidades dos usuários para pensar em funções necessárias, combinadas aos recursos visuais que serão capazes de oferecer uma UX mais alinhada com as diretrizes do design thinking. Essa estratégia foi usada para entender o que se espera do aplicativo, desenvolvendo o pensamento elaborado por Garrett sobre o que se está ou não está sendo projetado.

Figura 18 — Card Sorting: categoria “Atividades”:



Fonte: Autor, 2024

Para que estas atividades pudessem ser realizadas, foram classificadas as funções necessárias; dentre elas, botões, ícones, seções e pop-ups. Esta categoria do card sorting será utilizada futuramente para um estudo de *card sorting* fechado junto com uma das personas, a fim de compreender o fluxo do usuário e direcionar cada função para sua tela correspondente. Dito isso, a figura 19 pode ser observada da seguinte maneira:

Figura 19 — Card Sorting: categoria “Funções”:



Fonte: Autor, 2024

A fim de elucidar o ponto trazido por Garrett sobre *"So You Know What You're Not Building"*, para aquilo que não está sendo feito no app, uma outra categoria elaborada foi a de "Não se aplica", para definir elementos que não serão produzidos e que, neste momento, não fazem parte da conceituação do projeto. Veja na figura 20 a seguir:

Figura 20 — Card Sorting: categoria "Não se aplica":



Fonte: Autor, 2024

E claro, para que as categorias sejam facilmente entendidas pelos usuários, foram definidos elementos que compõem a identidade visual, aqui definida como "Aparência" para trazer pontos a respeito do uso de cor e tipografias, alinhadas às necessidades impostas pelos conceitos da gestalt, semiótica e usabilidade. Sendo assim, veja a figura 21 a seguir:

Figura 21 — Card Sorting: categoria "Aparência":



Fonte: Autor, 2024

Embora os dados acima possam sofrer alterações, é importante que estes pontos estejam definidos, para que o projeto possa ser analisado com facilidade, evitando atrasos, desorganização e custos indevidos.

4.2.3 Análise de concorrentes

Nesta seção foram analisados 10 aplicativos e sites que também atuam no setor de entretenimento quanto a compra e distribuição de ingressos. Tais elementos foram categorizados de acordo com funções-chave no aplicativo desenvolvido.

Foi descoberto que apenas 2 aplicativos (Sympla e Eventim) similares possuem características próximas ao que este projeto busca solucionar, porém, tais apps concorrem entre si, ou seja, o que há em um app não haverá (evento) no outro. Além disso, possuem apenas 8 das 14 funções pré-estabelecidas. Já o Instagram é o maior concorrente mas não é pensado para a busca e divulgação de eventos, não possuindo uma UX equivalente e tendo apenas 4 das 14 funções.

Além disso, nenhum dos aplicativos pesquisados possuem funções de marcar eventos na agenda, tornando o aplicativo aqui desenvolvido com diferenciais interessantes. Veja mais detalhes na Figura a seguir:

Figura 22 —Análise de especificações de concorrentes

CATEGORIA DE FUNÇÃO	APP/SITE
Filtragem	Google Maps/ Sympla/ Tripadvisor/ Wikiloc /Turistando Club /Eventim
Pesquisa direta	Sympla/ Eventim/ Google
Foco IGUAL em atrações e monumentos	Turistando Club
Canva mapeado com atrações	Sympla/ Eventim
Sistema de avaliação	Google Maps/ Tripadvisor/ Wikiloc/ Eventim/ Guia de Rodas
Lazy Login	Google Maps/ Sympla/ Tripadvisor/ Wikiloc /Turistando Club /Eventim /Instagram /Guia de Rodas
Carteira de ingressos	Sympla/ Eventim
Função Stories	Instagram
Publicação do evento com interação	Sympla/ Instagram/ Eventim
Confirmação de presença	-
Distância até o local	Google/ Wikiloc
Compartilhar evento	Google Maps/ Sympla/ Tripadvisor/ Wikiloc/ Turistando Club/ Eventim/ Instagram/ Lonely Planet Travel Guides/ Instagram
Página do organizador e média de avaliação	Google/ Sympla/ Tripadvisor/ Wikiloc/ Guia de Rodas/ Eventim

Fonte: Autor, 2024

4.2.4 Diretrizes de design

As diretrizes de design serviram como um documento para definir o valor que se espera entregar com o aplicativo. Utiliza-se os dados descobertos anteriormente e que são catalogados como Necessidades, Descobertas e insights, tendo como achados os seguintes parâmetros:

Figura 23 — Descobertas do usuário



Fonte: Autor, 2024

Figura 24 — Necessidades do usuário



Fonte: Autor, 2024

Figura 25 — Insights do usuário



Fonte: Autor, 2024

4.3 Desenvolver

4.3.1 Definição de elementos da interface visual

Nesta seção serão definidos os elementos principais da interface como o grid, fonte, cores e o naming.

O grid vai seguir as tendências atuais usando 12 colunas para melhorar a adaptação em telas maiores. Sendo assim, fica definido:

Figura 26 — Grid oficial



Fonte: Autor, 2024

Ajustando-se ao grid, a família tipográfica será “Epilogue”. Essa fonte faz parte do Google Fontes e possui uma família completa de pesos diferentes para serem alcançados na hierarquia da informação:

Figura 27 — Família tipográfica

EPILOGUE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789
 !@#%&*([{*

Epilogue Thin
 Epilogue Extralight
 Epilogue Light
 Epilogue Regular
 Epilogue Medium
 Epilogue Semibold
 Epilogue Bold
 Epilogue Extra-bold
 Epilogue Black

Epilogue Thin Italic
Epilogue Extralight Italic
Epilogue Light Italic
Epilogue Regular Italic
Epilogue Medium Italic
Epilogue Semibold Italic
Epilogue Bold Italic
Epilogue Extra-bold Italic
Epilogue Black Italic

Fonte: Autor, 2024

A paleta de cores precisa ser jovem e remeter a tecnologia, logo o azul será o tom principal e o laranja para chamar a atenção do usuário em botões ou pontos importantes da interface. O app também usará branco, preto e escala de cinza para motivos diversos:

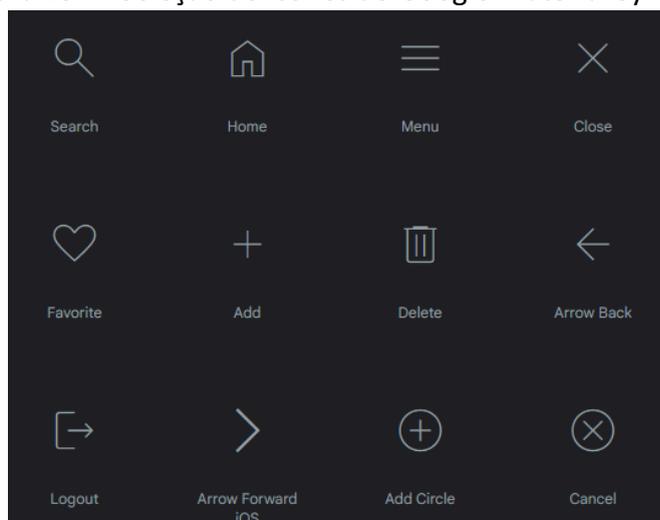
Figura 28 — Paleta de cores



Fonte: Autor, 2024

Também foi escolhido ícones para ajudar a guiar os usuários pela interface se valendo dos conceitos visuais pensados pela Gestalt e Semiótica. Neste sentido, o *Google Material Symbols* possui elementos próprios para isso e que são suficientes para trazer esse dinamismo para o aplicativo:

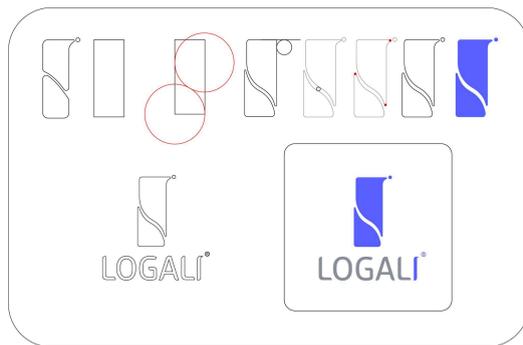
Figura 29 — Seleção de ícones do Google Material Symbols



Fonte: Google Fonts, 2024

Por fim, para forma de identificação, foi pensado no nome do aplicativo através dos 7 critérios de Neumeier (2005): distinção, brevidade, conveniência, grafia e pronúncia, agradabilidade, extensibilidade e possibilidade. Desse modo, o app passa a se chamar “Logali” sendo representado por meio do logo abaixo:

Figura 30 — Logo e naming do aplicativo:

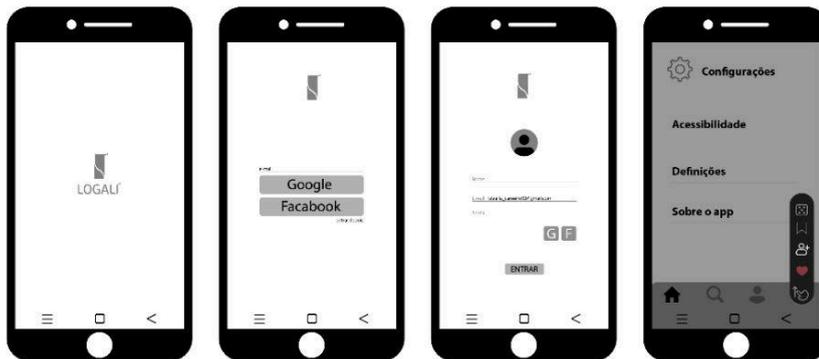


Fonte: Autor, 2024

4.3.2 Wireframes e estudos de interface

Foram desenvolvidos 16 wireframes com as funções principais a fim de fazer entender todas suas funcionalidades. É importante destacar que estas peças podem sofrer alterações no desenvolvimento do protótipo e, principalmente, durante a programação do conteúdo através das equipes desenvolvedoras. Foram pensados:

Figura 31 — Telas obrigatórias 1-4



Fonte: Autor, 2024

Figura 32 — Tela inicial e search



Fonte: Autor, 2024

Figura 33 — Telas de interação



Fonte: Autor, 2024

Figura 34 — Tela de uso da câmera



Fonte: Autor, 2024

Figura 35 — Pop-ups localizados

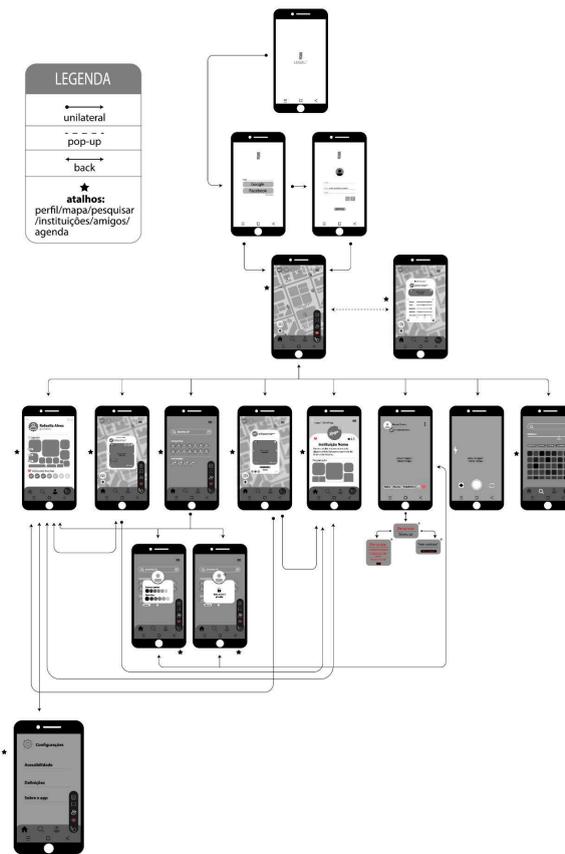


Fonte: Autor, 2024

4.3.3 Wireflow e análise heurística

Com base no que foi definido na estrutura dos *wireframes*, foi preciso esclarecer a relação entre as telas através de um *wireflow* que nada mais é, dispor destas telas desenvolvidas e as respectivas funções que podem ser feitas a partir delas. Na figura abaixo é possível conferir como se deu estas relações.

Figura 36 — Wireflow



Fonte: Autor, 2024

Para potencializar as relações estabelecidas no esquema acima, foi feita uma breve análise heurística de acordo com as regras estipuladas por Nielsen (SOBRAL, 2019):

Figura 37 — Análise heurística tela a tela

ANÁLISE HEURÍSTICA CONFORME PARÂMETROS DE NIELSEN

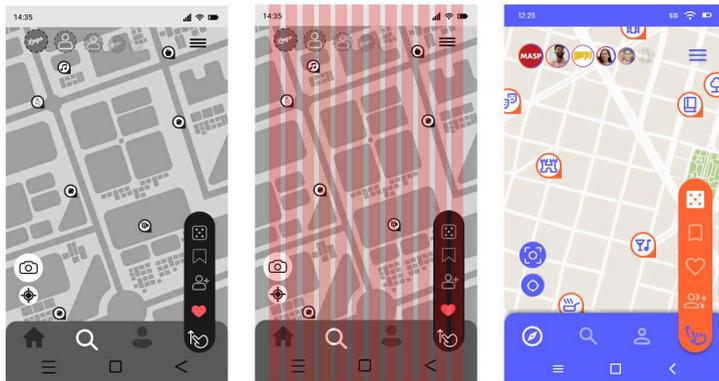
Regras	Recursos	Telas Ok	Telas de atenção
Visibilidade	Possuem indicadores de carregamento, progresso, fornecem notificações, ícones de status e mudanças pontuais no design como cor e formatos.	1, 2, 3, 4, 5, 6, 9, 10, 11, 14, 15, 16	7, 8, 12, 13
Mapeamento sistema e realidade	Possui ícones baseados em modelos conceituais e utilizam de terminologia facilmente reconhecida pelo usuário.	Todas contemplam exceto a tela 4 que precisa de mais detalhamento.	4
Liberdade	Botões e recursos que permite retornar para o estado anterior ou mensagens claras sobre ação e consequência de atividades permanentes.	1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 14, 15, 16	12, 13 e 4
Consistência	Seguem diretrizes do design como paleta de cores, ícones absolutos e atalhos em todas as telas para reforçar padrões.	Todas contemplam	
Prevenção	Limita opções críticas em telas que este uso não tem relevância, solicita dupla leitura do usuário sobre ações críticas.	1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 16	4, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15 *de modo geral, é preciso incluir pop-ups de confirmação.
Reconhecimento	Instruções de uso claras e facilmente recordáveis de uma página para outra. Familiaridade no design visual.	Todas contemplam mas precisam de pequenas observações e uso de textos ainda mais claros	
Eficiência de uso	Elementos reforçadores como agenda para lembrar e atalhos em todas as páginas.	Todas contemplam	
Design simplificado	Apenas informações relevantes, bom uso do espaço branco e tipografias legíveis.	Embora todas as telas contemplem essa regra, é difícil precisar sem o uso dos elementos visuais. É sabido que irá sofrer pequenas alterações neste sentido	
Suporte	Pop-ups com dicas, soluções e mensagens de erro	De modo geral todas contemplam, mas no protótipo pode ser interessante incluir pop-ups de dicas.	
Ajuda	FAQS, mensagens claras e explicativas, tutoriais.	Todas as telas contemplam porém ainda é superficial	Nenhuma tela contempla como deveria

Fonte: Autor, 2024

4.3.4 Composição dos elementos visuais

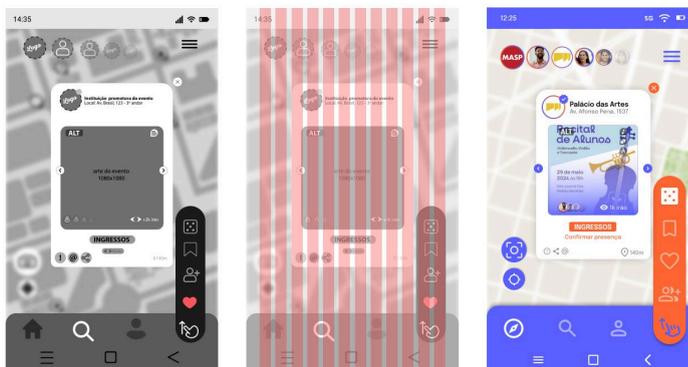
Nesta seção são exploradas as composições dos elementos visuais dentro do grid definido anteriormente. Aqui, se dá início aos primeiros ajustes dos wireframes elaborados na seção 4.3.2. A partir dessa geração de alternativas, o protótipo pode ser desenvolvido com o máximo de aproveitamento respeitando elementos de cor, tipografia e ícones pré-definidos. Veja as telas que serviram como exemplo:

Figura 38 — Composição da tela do canva mapeado



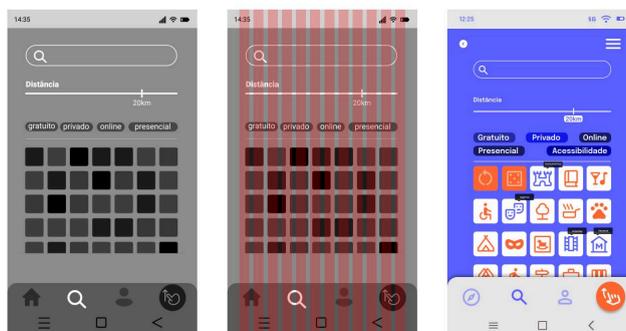
Fonte: Autor, 2024

Figura 39 — Composição da tela pop-up de evento



Fonte: Autor, 2024

Figura 40 — Composição da tela de pesquisa:



Fonte: Autor, 2024

4.4 Entregar

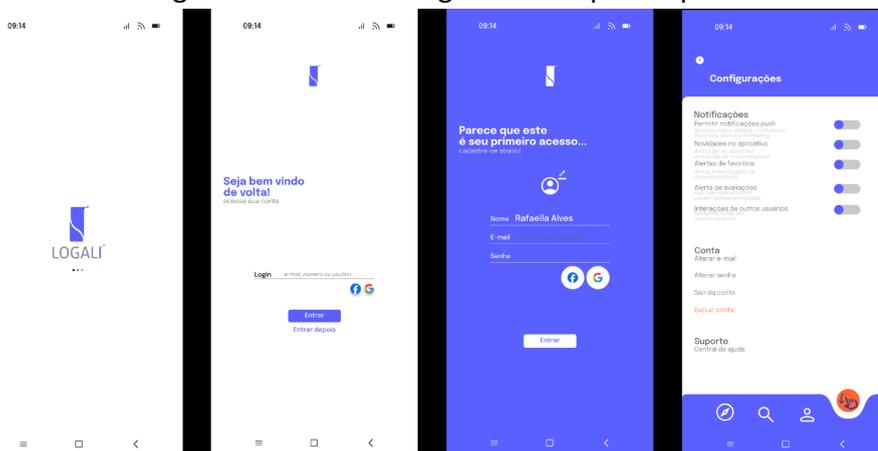
4.4.1 Protótipo

Nesta seção estão apresentadas as telas (*wireframes*) com a aparência e funções efetivas do Logali, esmiuçadas anteriormente na fase de definição e desenvolvido. São 16 artefatos elaborados no Figma para mostrar as especificidades do aplicativo através de um protótipo de alta fidelidade.

Após o carregamento da tela de boas-vindas, o usuário passa para o login, onde pode utilizar sua conta já cadastrada, usar sua conta Google/Facebook ou então fazer um cadastro com informações simples. Note que não há grandes extravagâncias nos recursos utilizados, mas o ambiente promove uma harmonia, possuindo alterações de cores que diferenciam as telas que tendem a ser mais parecidas.

Por fim, o usuário precisa estar no controle, através da tela de *settings* que permite a habilitação ou desativação de recursos, mensagens e limites confortáveis para a experiência do usuário.

Figura 41 — Telas obrigatórias do protótipo

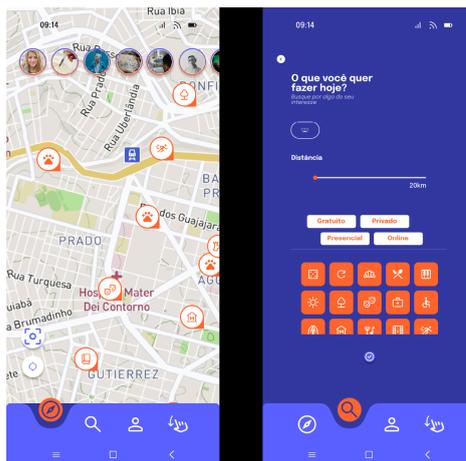


Fonte: Autor, 2024

Após o login, o usuário é direcionado para a tela principal. É neste espaço que funcionam as principais atividades como a navegação pelo canvas, escolher funções e atingir seus objetivos. É interessante notar que grande parte das ferramentas do “Logali” estão concentradas na zona inferior da tela, permitindo que o aplicativo possa ser usado com mais praticidade, permitindo o manuseio com apenas um dos braços e concentrando-se no movimento do polegar.

Também é preciso permitir que o usuário realize buscas diretas, uma tela de pesquisa deve garantir que o usuário consiga fazer buscas exatas, por isso o uso de filtros são ótimas escolhas. Veja a figura 42 a seguir.

Figura 42 — Mapa e pesquisa no protótipo

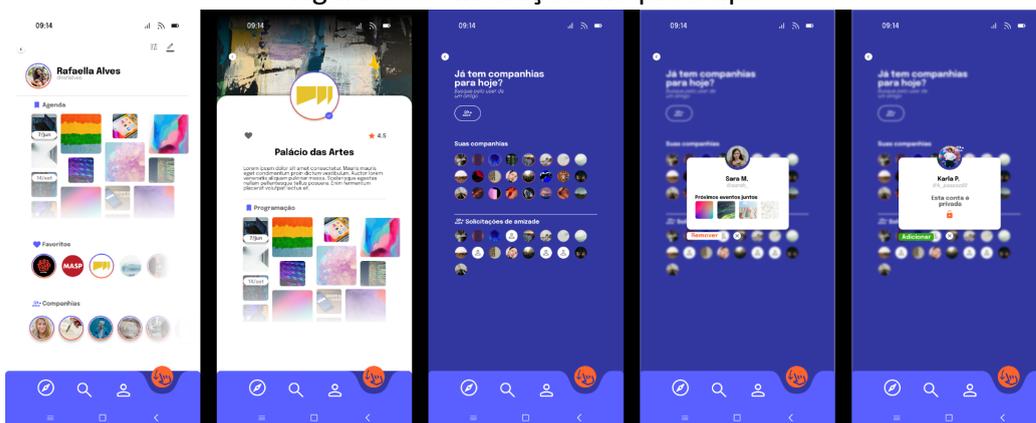


Fonte: Autor, 2024

Os próximos artefatos contemplam as interações com outros usuários e stakeholders externos, além da administração de um próprio perfil que o usuário armazena informações sobre seus eventos favoritos. Nestas telas é possível consultar a agenda com próximos eventos, acessar a página de instituições que promovem uma atividade bem como favorita-las, e também ampliar a rede de contatos, adicionando companhias (amigos) para eventos.

É importante salientar que este app não deve ser tratado inteiramente como uma rede social, já que suas atividades se concentram apenas na busca e participação em eventos. Possui algumas interações com outros usuários única e exclusivamente para incentivar que o público-alvo saia do Instagram e utilize o aplicativo para fazer as atividades principais. Veja mais detalhadamente na figura 43 a seguir.

Figura 43 — Interações no protótipo

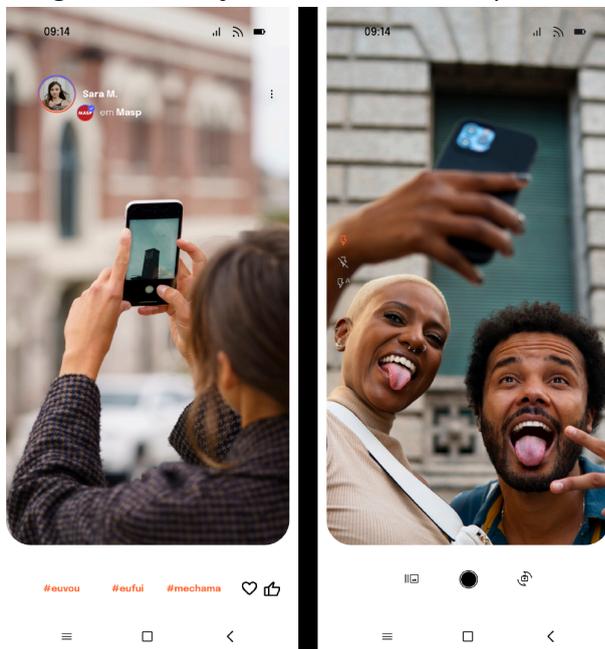


Fonte: Autor, 2024

Por falar em interação, também é possível registrar fotos e vídeos temporários (24 horas) assim como o formato Insta Stories. Foi feita esta escolha para incentivar a migração dos usuários do Instagram para o Logali mostrando que certos eventos possuem demandas, incentivando que o usuário participe de atividades diferentes e garantindo mais públicos diversos nestes espaços.

Desse modo, os usuários podem utilizar o Logali para registrar seus eventos favoritos, mas não se limitar a ele, podendo integrar seus registros em outras redes sociais como o próprio Instagram. Veja a figura 44 a seguir.

Figura 44 — Registro e exibição de conteúdo temporário no protótipo

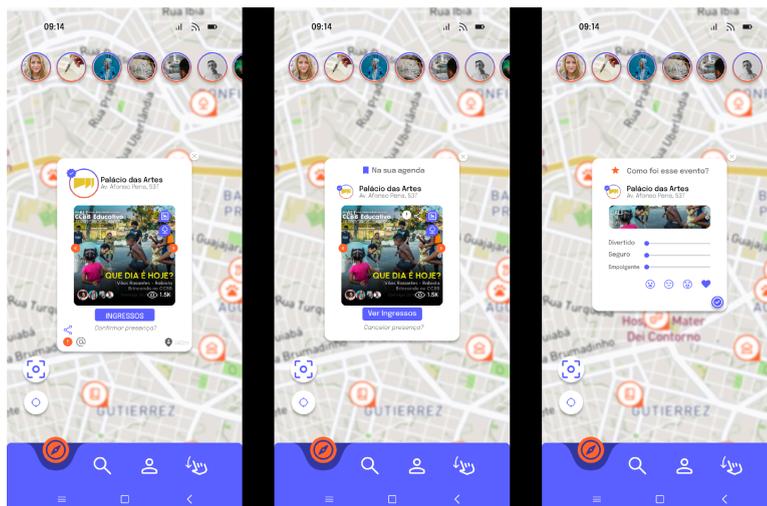


Fonte: Autor, 2024

Por fim, a figura 45 mostra como ocorre a busca de eventos na prática através de três maneiras. A primeira delas é quanto à busca de ingressos, possuindo link para páginas externas, a arte de divulgação, a categorização através de ícones universais, a possibilidade de menção de companhias e mais. As demais telas correspondem à agenda do usuário, com os eventos aos quais ele marcou presença e também uma avaliação simples de um evento passado, servindo para gerar insights para instituições.

O Logali foi projetado para possuir poucas telas, garantindo que este usuário não precise realizar caminhos muito complexos para encontrar funções. Assim, ele não precisa se esforçar para realizar atividades com tanta frequência, propiciando uma experiência mais simples com a plataforma. Veja como ficou:

Figura 45 — Pop-ups localizados do protótipo



Fonte: Autor, 2024

Estas foram as telas definitivas do Logali. É relevante pontuar o uso das diretrizes definidas anteriormente como o grid, tipografia e paleta de cores, para oferecer uma arquitetura harmônica que guia o usuário por entre as telas sem grandes dificuldades. As interações podem ser melhor observadas através do próprio protótipo desenvolvido no software Figma. Escaneie o QR code abaixo e confira na íntegra:

Figura 46 — QR Code de acesso ao protótipo do Logali



Fonte: Autor, 2024

4.4.2 Cenários de projeto

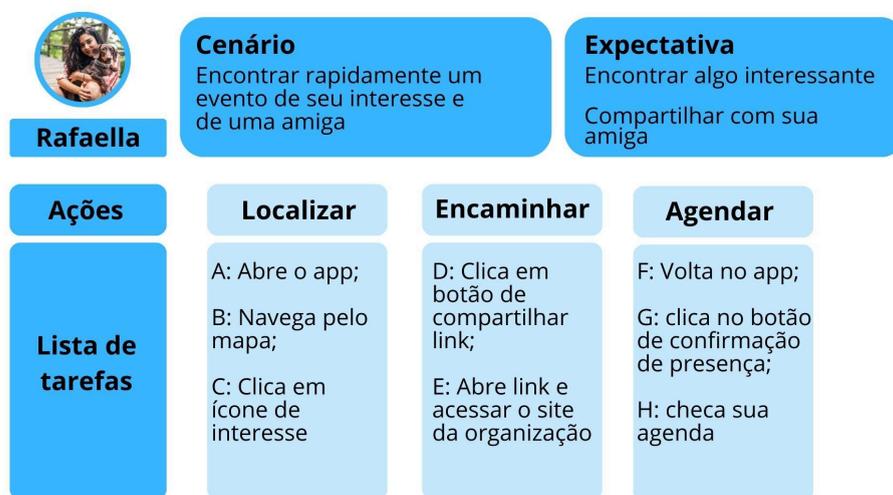
Com o protótipo finalizado, as personas criadas foram colocadas em cenários para entender melhor como se dá suas jornadas na interface (BENYON, 2008). No caso da persona Rafaella se tem:

1. Rafaella teve uma semana difícil no trabalho e não conseguiu se programar para acompanhar uma amiga que veio do exterior para conhecer sua cidade, na dúvida, a primeira coisa que faz é acessar o Logali que organiza a programação local;
2. Ao entrar no aplicativo, navega pelo mapa e confere o que anda acontecendo na região onde ela mora;
3. Logo na primeira tentativa, viu que um museu próximo de sua casa, está oferecendo uma exposição gratuita durante aquele mês e o tema interessa a ambas;

4. Em seguida, Rafaella clica em “compartilhar” e encaminha o link para sua amiga através do WhastApp;
5. Essa amiga, ao clicar no link, é direcionada ao site da empresa organizadora e aproveita para emitir o seu ingresso;
6. Após ser informada por sua amiga que “até já retirei meu ingresso”, Rafaella também acessa o link e é redirecionada ao site da organizadora do evento;
7. Depois de ter recebido seus ingressos, volta para o app e marca a opção “confirmar presença” apenas para que o evento fique registrado na sua agenda e possa ser lembrado pelo próprio app, horas antes do evento começar.

Sua jornada pode ser analisada da seguinte forma:

Figura 47 — Jornada da persona Rafaella no aplicativo



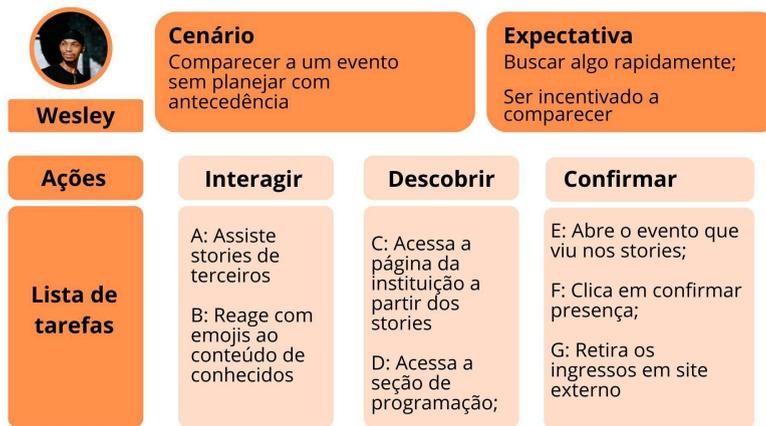
Fonte: Autor, 2024

Já a persona Wesley possui o seguinte cenário:

1. Ao entrar no aplicativo, utiliza a função Stories para ver o que sua rede de contatos estão fazendo;
2. Viu que diversos conhecidos estão em um mesmo local se divertindo em uma festa que chama sua atenção;
3. Wesley reage a alguns desses conteúdos para mostrar interesse de ir;
4. Em seguida, clica na instituição que foi marcada por esse outro usuário e acessa a programação;
5. Localiza o evento em que seus amigos estão e expande o conteúdo;
6. Clica em “retirar ingressos” e é redirecionado para o site da organização revendedora.

Sua jornada é compreendida como:

Figura 48 — Jornada da persona Wesley no aplicativo



Fonte: Autor, 2024

4.4.3 Teste de usabilidade

Para descobrir se o Logali atendeu as necessidades dos usuários, foi feito um teste de usabilidade com pessoas reais, que se conectam com as personas delimitadas. São eles:

- Usuário 1: Homem, 31 anos, analista de marketing;
- Usuário 2: Homem, 24 anos, auxiliar administrativo;
- Usuário 3: Mulher, 23 anos, estudante e designer;
- Usuário 4: Mulher, 23 anos, estudante;
- Usuário 5: Mulher, 19 anos, estudante e técnico de enfermagem.

Estes usuários receberam algumas atividades para serem feitas no Logali, através do protótipo feito no software do Figma e também foram orientados a definir suas experiências em uma escala de 1 a 5, sendo 1: muito ruim, 2: ruim, 3: razoável, 4: boa e 5: muito boa. Veja no quadro 3, quais foram os resultados obtidos:

Figura 49 — Teste de usabilidade

USUÁRIO	ATIVIDADES					
	Navegar pelo mapa	Retirar ingressos	Pesquisar um evento	Interagir com outro usuário	Agendar um evento	Favoritar uma instituição
1	5	5	5	4	5	5
2	5	2	4	3	1	1
3	5	5	5	5	4	4
4	4	5	5	5	3	5
5	4	5	5	5	4	4

Fonte: Autor, 2024

Como um todo, o Logali atende as necessidades dos usuários em suas principais funções. Para alguns usuários certos ícones poderiam ser mais claros em seus significados. Algumas notas mais baixas, estão relacionadas às limitações do próprio software Figma mas que são facilmente solucionáveis durante a fase de desenvolvimento do aplicativo.

5 Considerações Finais

O objetivo principal deste trabalho foi facilitar o acesso à informação sobre programação de eventos culturais em Belo Horizonte, visando atingir um público diversificado em termos socioeconômicos. Considera-se que esse objetivo foi alcançado, uma vez que foram estabelecidos conceitos fundamentais de User Experience e foram identificados os motivos pelos quais os usuários encontravam dificuldades em acompanhar essa programação, através de levantamento de dados.

O Logali foi desenvolvido para atrair usuários do Instagram interessados na programação cultural local, oferecendo um ambiente digital que os encoraja a explorar os eventos culturais da cidade. Com funcionalidades como os stories do app, os usuários podem ver avaliações completas de eventos por meio de imagens temporárias compartilhadas por outros usuários. Eles também podem fazer o upload de seus próprios registros para incentivar interações e criar uma rede de engajamento em torno dos eventos. Além disso, a plataforma permite mencionar outros usuários e compartilhar eventos por meio de links externos.

Como um todo, o Logali possui uma *home* central que mapeia a região próxima do usuário permitindo pesquisar, filtrar e localizar eventos próximos de si. Além disso, consegue avaliar os eventos, construindo uma média de avaliações que categorizam as instituições culturais com notas de satisfação quanto a segurança, custo-benefício e interesses dos eventos promovidos. Tudo isso com ferramentas centralizadas na página principal e na dita “área do polegar” para construir uma interface intuitiva, fácil de usar e com poucas telas, garantindo usabilidade e acessibilidade para os usuários.

De acordo com as análises feitas ao longo do trabalho, o Logali tem todo apoio para ser lançado futuramente. Mas, como todo produto digital, requererá de uma equipe multidisciplinar de stakeholders externos para desenvolver, promover e divulgar esta ferramenta na sociedade. Vale lembrar também que, para a efetiva implementação do Logali, os custos devem ser bem embasados para garantir que não se percam benefícios, parcerias e investimentos, principalmente para que o usuário final esteja sempre amparado no pós-lançamento enquanto esse aplicativo estiver em operação.

Para desenvolver a interface gráfica do Logali, foi utilizada de duas metodologias projetuais de maneira híbrida pensadas no design thinking; o Duplo Diamante (DESIGN COUNCIL, 2023) e Garrett (GARRETT, 2011). Combinadas, foram a melhor escolha para entender o ponto de vista do usuário e aplicar soluções viáveis no meio digital. Por isso mesmo, o teste de usabilidade foi tão relevante para afirmar esse sucesso, tendo em vista que os usuários entrevistados conseguiram utilizar o app sem grandes dificuldades, se adaptando à jornada prevista e conseguindo atingir seus próprios objetivos da vida cotidiana.

6 REFERÊNCIAS

BENYON, D. **Interação humano-computador**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011. E-book. Acesso restrito via Biblioteca Virtual.

BROWN, Tim. **Design Thinking**. Edição Comemorativa 10 Anos. Rio de Janeiro: Alta Books, 2020. E-book. Acesso restrito via Minha Biblioteca.

DESIGN COUNCIL (org.). **The Double Diamond**: a universally accepted depiction of the design process. 2023. Disponível em: <https://www.designcouncil.org.uk/our-resources/the-double-diamond/>. Acesso em: 29 mar. 2024.

DESIGN COUNCIL. Medium. **The Double Diamond design process — still fit for purpose?** 2023. Disponível em: <https://medium.com/design-council/the-double-diamond-design-process-still-fit-for-purpose-fc619bbd2ad3>. Acesso em: 30 abr. 2024.

EBAC - ESCOLA BRITÂNICA DE ARTES DIGITAIS (org.). **O que é uma API**: para que serve e como utilizar. 2023. Disponível em: <https://ebaonline.com.br/blog/o-que-e-uma-api-seo>. Acesso em: 19 abr. 2024.

FUNDAÇÃO GETULIO VARGAS. **Uso de TI no Brasil**: país tem mais de dois dispositivos digitais por habitante, revela pesquisa. 2023. Disponível em: <https://portal.fgv.br/noticias/uso-ti-brasil-pais-tem-mais-dois-dispositivos-digitais-habitante-revela-pesquisa>. Acesso em: 18 maio 2024.

FUNDAÇÃO ITAÚ. **Hábitos culturais 2023 - 4ª edição**. 2023. Disponível em: <https://www.fundacaoitau.org.br/observatorio/habitos-culturais-2023---4-edicao>. Acesso em: 06 abr. 2024.

GARRETT, J. **The Elements Of User Experience**: User-Centered Design For The Web And Beyond. 2. ed. Berkeley: New Riders, 2011.

GIL, Antonio C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 6. ed. São Paulo: ATLAS, 2008.

GOOGLE DEVELOPERS (comp.). **Geolocation: Displaying User or Device Position on Maps**. 2024. Disponível em: <https://developers.google.com/maps/documentation/javascript/geolocation>. Acesso em: 19 abr. 2024.

GOOGLE FONTS (org.). **Epilogue**. 2024. Disponível em: <https://fonts.google.com/specimen/Epilogue?query=epilogue&preview.text=Logali%20-%20aplicativo%20para%20democratizar%20o%20acesso%20%C3%A0%20informa%C3%A7%C3%A3o%20cultural.&preview.size=12&preview.layout=grid>. Acesso em: 26 maio 2024.

GOOGLE FONTS (org.). **Material Symbols**. 2024. Disponível em: <https://fonts.google.com/icons?icon.size=24&icon.color=%23e8e8e8>. Acesso em: 26 maio 2024.

GOOGLE (org.). **M1**: material design. Material Design. Disponível em: <https://m1.material.io>. Acesso em: 04 jul. 2024.

GOOGLE (org.). **M2**: material design. Material Design. Disponível em: <https://m2.material.io>. Acesso em: 04 jul. 2024.

GOOGLE (org.). **M3**: material design. Material Design. Disponível em: <https://m3.material.io>. Acesso em: 04 jul. 2024.

INSTITUTO ALVORADA BRASIL. **Projetos Culturais**: como colaborar, executar e prestar contas. 1. ed. Brasília: SEBRAE, 2014.

MACEDO, L. de S. L.; OLIVEIRA, A. P. Museus para Quem? Interações entre Perfil de Público, Lazer e Turismo. **LICERE - Revista do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer**, Belo Horizonte, v. 25, n. 1, p. 315–342, 2022. DOI: 10.35699/2447-6218.2022.39107. Disponível em: <https://periodicos.ufmg.br/index.php/licere/article/view/39107>. Acesso em: 24 abr. 2024.

MACHADO, Ana Flávia *et al.* **Os Impactos da Pandemia nas Culturas de Belo Horizonte**. Belo Horizonte: Siec/2022, 2022. 27 p. Disponível em: <https://pesquisas.face.ufmg.br/ecult/wp-content/uploads/sites/32/2022/06/IMPACTOS-DA-PANDEMIA-NAS-CULTURAS-EM-BELO-HORIZONTE-Machado-et-al.pdf>. Acesso em: 03 abr. 2024

NEUMEIER, Marty. **The Brand Gap**: how to bridge the distance between business strategy and design. 2. ed. Hoboken: New Riders, 2005.

PEREA, P; PAU, P. **UX Design for Mobile**: Design apps that deliver impressive mobile experiences. Birmingham: Packt Publishing, 2017.

ROSA, Jader. **Cultura avança, mas falta chegar a todos**. 2024. Disponível em: <https://www1.folha.uol.com.br/opinia0/2024/02/cultura-avanca-mas-falta-chegar-a-todos.shtml>. Acesso em: 07 abr. 2024.

SIMILARWEB (comp.). **Ranking dos Sites Principais**: sites ingressos mais visitados do Brasil. 2024. Disponível em: <https://www.similarweb.com/pt/top-websites/brazil/e-commerce-and-shopping/tickets/>. Acesso em: 22 maio 2024.

SOBRAL, Wilma S. **Design de Interfaces**: Introdução. 1 ed. São Paulo: érica, 2019

VARGAS, Ricardo. **Gerenciamento de projetos**: Estabelecendo diferenciais competitivos. 7. ed. Rio de Janeiro: Brasport, 2009. Acesso: Restrito via Biblioteca Virtual.

ZIVIANI, Paula. **Políticas Públicas, Economia Criativa e Da Cultura**. Brasília: IPEA, 2020. Disponível em: <https://repositorio.ipea.gov.br/handle/11058/10241>. Acesso em: 15 abr. 2024.