

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA -  
CAMPUS CABEDELLO

ELIZABETH FERNANDA LIMA PAIXÃO

UX PARA MINAS PRETAS: UMA PLATAFORMA DIGITAL INFORMATIVA E  
EDUCACIONAL PARA A MELHORIA DA EXPERIÊNCIA DAS  
INTEGRANTES DA INICIATIVA.

Cabedelo, PB

2021

ELIZABETH FERNANDA LIMA PAIXÃO

UX PARA MINAS PRETAS: UMA PLATAFORMA DIGITAL INFORMATIVA E  
EDUCACIONAL PARA A MELHORIA DA EXPERIÊNCIA DAS  
INTEGRANTES DA INICIATIVA.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - Campus Cabedelo, como requisito obrigatório para a conclusão do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico. Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Pessoa Medeiros

Cabedelo, PB

2021

Dados Internacionais de Catalogação – na – Publicação – (CIP)  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB

---

P149u Paixão, Elizabeth Fernanda Lima.  
UX para minas pretas: uma plataforma digital informativa e educacional  
para a melhoria da experiência das integrantes da iniciativa. /ElizabetFernanda  
Lima Paixão. - Cabedelo, 2021.  
81 f.: il. Color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Design Gráfico). –  
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - IFPB.  
Orientador: Prof. Dr. Rodrigo Pessoa Medeiros.

1. Inclusão social. 3. Racismo. 4. Machismo. 4. Design. I. Título.

CDU: 316.334.23

---



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL  
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA  
COORDENAÇÃO DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO DO  
CAMPUS CABEDELO



## ATA DA SESSÃO PÚBLICA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DO CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

Hoje, dia 26 de abril de 2021, às 15h, no Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) - Campus Cabedelo, por meio de webconferência pela plataforma *Google Meet*, presente a Comissão Examinadora integrada pelos(as) Professores(as) Prof. Dr. Rodrigo Pessoa Medeiros, Prof<sup>a</sup>. Me. Marcela Maria Silva Leite e Prof<sup>a</sup>. Elaine Feitosa da Silva iniciou-se a Defesa do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico da aluna Elizabeth Fernanda Lima Paixão, Matrícula 20141701007, intitulado 'UX para Minas Pretas: Uma plataforma digital informativa e educacional para a melhoria da experiência das integrantes da iniciativa'. Concluída a apresentação, arguição e defesa oral do TCC, conforme disposição no Regimento do IFPB - Campus Cabedelo, procedeu-se ao julgamento na forma regulamentar, tendo a Comissão Examinadora considerado a candidata aprovada com a média 100 ( cem ).

Encerrada a sessão, foi lavrada a presente ata que vai acompanhada das notas de cada examinador(a), e assinada pela comissão julgadora.

Cabedelo/PB, 26 de abril de 2021.

A Comissão Examinadora

Prof. Dr. Rodrigo Pessoa Medeiros	Nota: 100 (cem)
Prof <sup>a</sup> . Me. Marcela Maria Silva Leite	Nota: 100 (cem)
Prof <sup>a</sup> . Elaine Feitosa da Silva	Nota: 100 (cem)

**NOTA REGIMENTAL:-** Será considerado habilitado no TCC o candidato que obtiver a média maior ou igual a 70 (setenta);

- A emissão de parecer final dos examinadores poderá ser condicionada à efetivação de formulação necessária que não implique em alteração fundamental ao TCC;

- O documento com as reformulações deverá ser entregue à Comissão Examinadora/Coordenação do curso no prazo de 30 (trinta) dias sob pena de ser cancelada a defesa;

- Em caso de excepcional qualidade ou originalidade o TCC poderá merecer a menção honrosa da Instituição.

Documento assinado eletronicamente por:

- Elaine Feltosa da Silva, PROF ENS BAS TEC TECNOLOGICO-SUBSTITUTO, em 26/04/2021 21:34:01.
- Marcela Maria Silva Leite, PROF ENS BAS TEC TECNOLOGICO-SUBSTITUTO, em 26/04/2021 20:20:19.
- Rodrigo Pessoa Medeiros, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO, em 26/04/2021 20:04:45.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 26/04/2021. Para comprovar sua autenticidade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/autenticar-documento/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 179656

Código de Autenticação: 93ebc8c679



## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por toda a força e projeto para me manter firme nas minhas conquistas.

A todo o meu quilombo de força vital: minha família e amigos. Em especial a painho e mainha (Fernando Paixão e Claudia Paixão) por sempre me acompanhar, acreditar, financiar e contribuir na minha vida e carreira. Tia Fatinha Lima, por sempre auxiliar nos cuidados e conselhos. Ao meu neném Davi, que está nesse momento se formando dentro de mim e sendo minha maior motivação na construção junto comigo deste projeto. Ao meu companheiro Neto Costa por todo o estímulo, amor e apoio para que eu seguisse firme. As minhas irmãs Erica, Lili e Calhu pela parceria, risadas e arengas de sempre. Ao meu irmão Erick Lira (in memoriam), que teve que ir no meio do processo, mas que continua sendo uma motivação para acreditar mais em mim. Ao xodó Pepinho, que sempre nos energiza com a sua alegria. A vovô Bezerra e vovó Clarice, por terem aguentado a saudade quando estive distante. Aos meus amigos e irmãos recifenses pelo apoio de antes, agora e sempre, em especial Yane Mendes, Marcio Soares e Rick Almeida e Marcio.

A todas e todos que me acolheram e as casas que habitei e troquei experiências no período que estive na Paraíba. Aos professores do curso de Design Gráfico e aos colaboradores do campus, que contribuíram com minha formação, seja de forma direta ou indireta; Beijo, VeraLanches e seu paxxtel e papo maravilhoso! A profa Renata Cadena por ser uma amiga, motivadora e tiradora de onda nos caminhos RECxJPA. Ao meu querido orientador Rodrigo Medeiros por desde o primeiro período nunca ter desistido de mim e sempre ter acreditado no meu potencial.

A Karen Santos e toda a iniciativa da UX para as Minas pretas. A Thais Nascimento por ser uma anjinha, sendo parte importante da construção da minha carreira profissional e fortalecimento de identidade. A maravilhosa Tamires Nunes, por estreitarmos os laços de apoio entre nós, mulheres negras da área de User Experience..

E, por fim, a todos que de alguma forma fizeram parte da realização deste trabalho.

“Quando a mulher negra se movimenta, toda a estrutura da sociedade se movimenta com ela.”

**Angela Davis**

## RESUMO

Para o desenvolvimento deste trabalho foram feitos estudos sobre a iniciativa UX para as Minas Pretas, que tem o objetivo de diminuir os números da desigualdade de raça e gênero no contexto do mercado da tecnologia. Sendo esses problemas sociais: o machismo, que é o enaltecimento do sexo masculino sobre o feminino, com o intuito de diminuir as funções da mulher perante a sociedade; E o racismo: que visa o enaltecimento do ser branco sobre o ser negro, com marcas históricas na escravidão ocasionando muitas lacunas sociais. Para contextualização do assunto, o trabalho traz pontuações pertinentes através de citações de pensadores da temática, Assis (2014), Drumontt (1980), Pinto (2009), Ribeiro (2016), Queiroz (2019). Mapeando as necessidades para se criar uma plataforma digital para estruturar a forma de organizar os conteúdos do grupo. Os estudos foram realizados através de um levantamento de dados sobre as usuárias. Identificando perfis: usuárias integrantes em busca de oportunidades, usuárias integrantes atuantes no mercado e usuárias organizadoras. Considerando as atividades e necessidades das organizadoras e usuárias integrantes, priorizando os pontos que seriam contemplados, de acordo com as pesquisas qualitativas e quantitativas e levantamento de dados para uma melhor compreensão. Na criação da plataforma digital foram pensados os impactos positivos da experiência do usuário trazendo referências dos pensamentos de Grillo (2019), Pereira (2018) e Teixeira (2016). Foi utilizado o método de Preece *et. al* (2005) Design Centrado no Usuário, que busca tornar o usuário como um norteador das decisões no projeto, conforme a análise de seu comportamento e opiniões. Com isso, o trabalho busca colaborar para potencializar os serviços oferecidos a essas mulheres negras e dar visibilidade a iniciativa UX para as Minas Pretas. E assim contribuindo para que mais mulheres negras tenham, de forma facilitada, acesso aos conteúdos disponíveis e a oportunidades no mercado.

Palavras-chave: Design Centrado no Usuário. Tecnologia. Racismo. Machismo. Mercado. Inclusão social.



## **ABSTRACT**

*For the development of this work, studies were carried out on the initiative UX para as Minas Pretas, which aims to reduce the numbers of race and gender inequality in the context of the technology market. These being social problems: machismo, which is the exaltation of the male sex over the female sex, in order to diminish the functions of women before a society; And racism: which aims to enhance the white being over the black being, with historical marks in slavery causing many social gaps. To contextualize the subject, the work bringing relevant scores through the quotes of thinkers on the theme, Assis (2014), Drumontt (1980), Pinto (2009), Ribeiro (2016), Queiroz (2019). Mapping as a need to create a digital platform to structure the way of organizing the group's content. The studies were carried out through a survey of data about users. Identifying profiles: users who are looking for opportunities, users who are active in the market and users who are organizers. Consider the activities and needs of the organizing members and users, prioritizing the points that would be covered, according to the qualitative and quantitative research and data collection for a better understanding. In the creation of the digital platform, the impacts of the user experience were considered, bringing references from the thoughts of Grillo (2019), Pereira (2018) and Teixeira (2016). The method of Preece et. al (2005) User-Centered Design, which seeks to make the user as a guide for project decisions, according to the analysis of his comments and opinions. With this, the work seeks to collaborate to enhance the services offered to these black women and publicize a initiative UX para Minas Pretas. And thus helping more black women to have easier access to available content and opportunities in the market.*

*Keywords: Information Design. User-Centered Design. Information Visualization.*

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 01 - Bertha Lutz na luta pelo voto feminino, 1932.....	17
Figura 02 - Emojis.....	21
Figura 03 - Primeiro workshop da iniciativa UXMP .....	23
Figura 04 - Ciclo de Design Centrado no Usuário.....	29
Figura 05 - Matriz de alinhamento.....	32
Figura 06 - Gráfico de faixa etária construção perfil do usuário.....	38
Figura 07 - Gráfico de usuárias ativas no grupo de conversas UXMP .....	39
Figura 08 - Gráfico de usuárias com relação a rotina de estudos.....	39
Figura 09 - Persona 01 .....	42
Figura 10 - Persona 02 .....	43
Figura 11 - Persona 03 .....	44
Figura 12 - Benchmarking - quadro de análise .....	48
Figura 13 - Quadro questões método How Might We.....	49
Figura 14 - Matriz de priorização de impacto x esforço.....	51
Figura 15 - Crazy Eight .....	53
Figura 16 - Sitemap .....	54
Figura 17 - Fluxo de Navegação .....	56
Figura 18 - Protótipo de papel .....	58
Figura 19 - Wireframe .....	59
Figura 20 - Guia de estilos - Tipografia Roboto.....	60
Figura 21 - Guia de estilos - Cores .....	61
Figura 22 - Guia de estilos - ícones e botões.....	62
Figura 23 - Protótipo de alta fidelidade - página inicial .....	64
Figura 24 - Protótipo de alta fidelidade - login/cadastro .....	65
Figura 25 - Protótipo de alta fidelidade - área de aprendizado.....	66
Figura 26 - Protótipo de alta fidelidade - formação .....	67
Figura 27 - Protótipo de alta fidelidade - podcast.....	68
Figura 28 - Protótipo de alta fidelidade - portfólio .....	69
Figura 29 - Protótipo de alta fidelidade - vagas .....	70

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	<b>12</b>
<b>2 OBJETIVOS</b>	<b>14</b>
2.1 OBJETIVO GERAL	14
2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
<b>3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	<b>15</b>
3.1 UMA PROBLEMÁTICA SOCIAL: RACISMO X MACHISMO	15
3.1.1 Mercado da Tecnologia e as mulheres negras	19
3.2 INICIATIVAS DE FORTALECIMENTO - UX PARA AS MINAS PRETAS	22
3.3 EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO	24
3.3.1 Usabilidade	26
<b>4 METODOLOGIAS</b>	<b>27</b>
4.1 DE PESQUISA	27
4.2 DE PROJETO	28
<b>5 METODOLOGIA DE PROJETO APLICADA</b>	<b>31</b>
5.1 PESQUISA	31
5.1.1 Matriz de Alinhamento	31
5.1.2 Entrevista com stakeholders	32
5.1.2.1 Idealizadora da iniciativa UX para as Minas Pretas - Karen Santos	32
5.1.2.2 Integrante da iniciativa UX para as Minas Pretas - L.S.	34
5.1.2.3 Integrante da iniciativa UX para as Minas Pretas - G.M.	35
5.1.2 Perfil do usuário	37
5.1.3 Personas	40
5.1.4 Storytelling	
5.1.4.1 Perfil I - Integrante da Iniciativa - Migrando para UX	45
5.1.4.2 Perfil II - Integrante da Iniciativa - Atuando na área de UX	46
5.1.4.3 Perfil III - Integrante da Iniciativa - Organizadora da Iniciativa	46

	11
5.1.5 Benchmarking	47
5.2 IDEIAÇÃO	48
5.2.1 How Might We	49
5.2.2 Matriz de impacto x esforço	51
5.2.3 Crazy eight	52
5.2.4 Arquitetura da informação	
5.2.5 Sitemap	54
5.2.6 Fluxo de navegação	56
5.3 PROTOTIPAÇÃO	57
5.3.1 Protótipo de papel	57
5.3.2 Wireframe	58
5.3.3 Guia de estilos	60
5.3.3.1 Tipografia	60
5.3.3.3 Cores	61
5.3.3.3 Ícones e botões	62
5.3.4 Protótipo de alta fidelidade	62
5.4 AVALIAÇÃO	70
5.4.1 Teste de Usabilidade	70
<b>6 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b>	<b>72</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O racismo na sociedade brasileira é uma realidade presente, sendo uma questão que atinge várias esferas além do social, como: no âmbito econômico, relações interpessoais, entre outros. Os negros são vistos como seres marginalizados socialmente, com a omissão do estado na ausência de políticas públicas para a eliminação das barreiras raciais, culminando também na segregação deste grupo de pessoas em vários setores da sociedade (Guerra, 2019) . Como é constatado em estatísticas a baixa representatividade no mercado de trabalho em alguns cargos específicos. De acordo com o G1, menos de 5% dos trabalhadores negros ocupam cargos de gerência ou diretoria, tendo mais espaço em cargos operacionais. Diante dessa situação ser mulher e negra existe o agravante que além de lidar com o racismo está na interseção de outra problemática: o machismo. Nessas estruturas da sociedade é importante que se pense nas dimensões de sexo e raça e na nossa herança colonial como um fator de análise.

Fazendo um recorte para o universo da tecnologia, mais especificamente no mercado de Experiência do Usuário, nos últimos anos vêm surgindo várias iniciativas, como: UX para as Minas Pretas<sup>1</sup>, Ladies That UX<sup>2</sup>, PretUX<sup>3</sup>, entre outros, colaborando para diminuição dessa desigualdade, fortalecendo a busca por esses aprendizados e ida ao mercado de trabalho. Esses projetos contribuem para a diminuição do racismo quanto do machismo, disponibilizando conteúdos e oportunidades.

Entretanto, a maioria dessas iniciativas não tem uma estruturação em como dispor seus conteúdos, utilizando de plataformas de mensagens rápidas,

---

<sup>1</sup> Ux para Minas Pretas: <https://medium.com/uxmpretas>

<sup>2</sup> Ladies That UX: <https://www.ladiesthatux.com/>

<sup>3</sup> PretUX: <http://www.pretux.com.br/>

Telegram<sup>4</sup> ou Whatsapp<sup>5</sup>, e várias outras plataformas auxiliares. Como Google Drive, um serviço da empresa Google de armazenamento e sincronização de arquivos; O Trello, aplicativo de gerenciamento de projetos; Grupos Facebook, uma funcionalidade de troca de informações do aplicativo Facebook, com o intuito que as informações disponibilizadas sejam discutidas com comentários e mantidas em arquivos.

A iniciativa UX para as Minas Pretas, tem o objetivo de diminuir a desigualdade social causada por dois problemas sociais muito presentes, o racismo e o machismo. A ausência das mulheres no mercado e a ausência das mulheres negras na tecnologia é uma realidade nociva para a construção de igualdade e também de percepção na criação de novos produtos.

O Design como uma ferramenta que se propõe a transformar realidades apresentando soluções de acordo com a necessidade específica de cada projeto, pode contribuir para a relevância do tema por sua natureza propositiva e pela sua forma de enxergar o mundo. No caso dessa interseção entre racismo e machismo, o processo também está na busca de entender conforme a escuta das dores e necessidades compreendendo como essas mulheres se veem diante do contexto que estão inseridas. O designer de experiência tem a sensibilidade através da metodologia do Design Centrado no Usuário para captação e análise dessas questões, se propondo a apresentar soluções que colaborem para a diminuição desse problema.

Com isso, este projeto se propõe a explorar o problema vivenciado por essas mulheres e apresentar uma solução por meio do desenvolvimento de uma plataforma digital. Melhorando assim as experiências das usuárias da iniciativa UX para as Minas Pretas, facilitando no aprendizado dos conteúdos e na ida para o mercado. Contribuindo com a melhor organização das responsáveis por esse grupo, onde terão informações mais concisas sobre a situação das pretas participantes.

---

<sup>4</sup> Telegram: é um serviço de mensagens instantâneas baseado na nuvem.

<sup>5</sup> Whatsapp: é um aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz e vídeo.

## 2 OBJETIVOS

### 2.1 OBJETIVO GERAL

Desenvolver uma plataforma digital para auxiliar as mulheres participantes da iniciativa UX para Minas Pretas a organizarem suas demandas com relação ao aprendizado e oportunidades da comunidade.

### 2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Entender a problemática e necessidades de organização dos conteúdos da iniciativa UX para as Minas Pretas;
- Compreender como a metodologia de Design Centrado no usuário pode impactar nos trabalhos de Design de Interface;
- Desenvolver soluções para melhorar o acesso e organização das usuárias e organizadoras com relação ao conteúdo da iniciativa, colaborando assim com a entrada de mais mulheres negras no mercado de *user experience*.

### 3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

#### 3.1 UMA PROBLEMÁTICA SOCIAL: RACISMO X MACHISMO

Após a colonização do Brasil, com a chegada dos europeus impondo seu poder e cultura às populações locais, começou a se formular uma sociedade eurocêntrica. Onde a espécie humana seria dividida entre brancos, negros, vermelhos e amarelos. Essa ideia de raça tem coligação com o intuito de se ter o domínio ao controle do trabalho, ao estado e a produção de conhecimento, como relata Assis (2014):

Essa matriz de poder, que se expressa por meio da colonialidade, procurava e ainda procura encobrir o fato de que a Europa foi produzida a partir da exploração político-econômica das colônias. Não há como desconsiderar as implicações históricas do estabelecimento desse padrão de dominação, que se reflete na recíproca produção histórica da América e da Europa, como redes de dependência histórico-estrutural (ASSIS, 2014, p. 614).

Criando uma problemática enquanto a supervalorização de uma raça com relação a outra. Sendo os negros o povo escravizado durante a colonização, a população negra é a mais afetada pelos resquícios desse período no Brasil. O governo não se preocupou em criar ou planejar formas de inserir o negro no contexto social. Ocasionalmente a marginalização da população que segue não tendo acesso a direitos básicos como: moradia digna, educação, saúde e segurança (Batistoti, 2020). Não sendo apenas falta de planejamento do governo a sociedade civil também tem a sua parcela de culpa ao se resguardar em seus privilégios e naturalizando uma problemática social arraigada durante séculos; Como canta Bill (2010) em sua composição Causa e Efeito:

Causa e Efeito  
Distanciamento provocado pelo preconceito  
Como se nascer aqui fosse um defeito.  
Não é! É parte de um destino que você ajudou a escrever  
quando não quis se envolver;  
Vem, vem aqui combater a consequência



de política de ausência que resulta em violência;  
Se o foco não for mudado, não terão resultado  
e o ódio na juventude é uma tendência;  
Sem escola, sem escolha expectativa de vida  
até que o crime te recolha;  
Vários do lado do bem, são empurrados  
pro mal vítimas da convulsão social (BILL, 2010)

De acordo com o IBGE, dos 209,2 milhões de habitantes do país, 19,2 milhões se assumem como pretos, enquanto 89,7 milhões se declaram pardos (AFONSO, 2019). Os negros – que o IBGE conceitua como a soma de pretos e pardos – são, portanto, a maioria da população. Mesmo a população negra sendo a maioria populacional em muitos casos o ser branco é determinante para ter acesso a algumas áreas de conhecimento. Essa afirmação pode ser confirmada nos dados: na área da medicina os negros são minoria, com 24,6% . Esses dados são similares na área tecnológica, design conta com 26,3% de estudantes negros (IBGE- Instituto Brasileiro de Geografia Estatística, 2019).

Juntamente com a desvalorização dos negros com relação aos brancos, também enfrentamos na sociedade a desvalorização da mulher com relação ao homem. Sendo o homem e mulher dividido em dois pólos dominantes e dominados, segundo Drumontt (1980):

O machismo enquanto sistema ideológico oferece modelos de identidade, tanto para o elemento masculino como para o elemento feminino: Desde criança, o menino e a menina entram em determinadas relações, que independem de suas vontades, e que formam suas consciências: por exemplo, o sentimento de superioridade do garoto pelo simples fato de ser macho e em contraposição o de inferioridade da menina. (DRUMMONTT, 1980, p. 81).

Pela necessidade de debater questões de uma cultura enraizada de repressão, desigualdade e patriarcado, as mulheres têm a necessidade de lutar a favor dos seus direitos. Na Europa as Suffragettes britânicas ficaram conhecidas no século XIX, por ser uma das primeiras organizações feministas em prol do voto feminino, National Union of Women's Suffrage Societies (NUWSS) (ABREU, 2002, p 454).

No Brasil, as primeiras ondas feministas se manifestaram através da luta pelo voto. Lideradas pela bióloga Bertha Lutz, Figura 01, sendo uma das fundadoras da Federação Brasileira pelo Progresso Feminino. Como ação levaram um abaixo-assinado ao Senado, pedindo a aprovação do Projeto de Lei que dava o direito ao voto às mulheres, direito conquistado em 1932, com o Novo Código Eleitoral brasileiro promulgado (Pinto, 2009). As lutas feministas no Brasil foram de suma importância para garantir alguns direitos para as mulheres, como afirma Pinto (2009):

Uma das mais significativas vitórias do feminismo brasileiro foi a criação do Conselho Nacional da Condição da Mulher (CNDM), em 1984, que, tendo sua secretária com status de ministro, promoveu junto com importantes grupos – como o Centro Feminista de Estudos e Assessoria (CFEMEA), de Brasília – uma campanha nacional para a inclusão dos direitos das mulheres na nova carta constitucional. Do esforço resultou que a Constituição de 1988 é uma das que mais garante direitos para a mulher no mundo (PINTO, 2009, p. 17)

Bertha Lutz na luta pelo voto feminino, 1932



Fonte: Capricho/Abril, (2017)

Com especificidades de lutas diferentes das mulheres brancas por estarem atreladas na interseção de questões de opressões em vigor na nossa sociedade, como machismo e racismo, temos as mulheres negras. Com isso surge essa bifurcação do movimento ligado à realidade e necessidades vivenciadas por elas, como descreve Ribeiro (2016):

A invisibilidade da mulher negra dentro da pauta feminista faz com que essa mulher não tenha seus problemas sequer nomeados. E não se pensa saídas emancipatórias para problemas que sequer foram ditos. A ausência também é ideologia. Muitas feministas negras pautam a questão da quebra do silêncio como primordial para a sobrevivência das mulheres negras (RIBEIRO, 2016, p 101.)

Enquanto as mulheres brancas estavam lutando para ter direito ao voto, as negras lutam até os dias de hoje para serem valorizadas. Conforme explica Djamilia Ribeiro, que desde a época do pós escravidão as mulheres negras já eram submetidas ao mercado de trabalho, porém às necessidades da mulher negra é de querer ser reconhecida como uma pessoa (RIBEIRO, 2018).

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 39,8% das mulheres negras estão submetidas a condições precárias de trabalho. Os homens negros com 31,6%; mulheres brancas, 26,9%; e homens brancos, 20,6% do total. Mesmo com o aumento do nível de escolaridade das mulheres negras na última década, 10,4% concluíram o ensino superior, os números permanecem estagnados com relação ao crescimento dessas mulheres no mercado de trabalho. Mesmo que para essa conquista a mulher negra, muitas vezes, tenha que passar por várias situações desiguais que fortalecem a cultura de mérito. Como afirma Ribeiro (2019):

Muitas vezes, casos de pessoas negras que enfrentam grandes dificuldades para obter um diploma ou passar em um concurso público são romantizados. Entretanto, ainda que seja bastante admirável que pessoas consigam superar grandes obstáculos, naturalizar essas violências e usá-las como exemplos que justifiquem estruturas desiguais é não só cruel, como também uma inversão de valores. Não deveria ser normal que, para conquistar um diploma,

uma pessoa precise caminhar quinze quilômetros para chegar à escola, estude com material didático achado no lixo ou que tenha que abrir mão de almoçar para pagar um transporte (RIBEIRO, 2019, p. 24).

A mulher negra no mercado de trabalho é direcionada para as condições precarizadas e de subempregos e com isso sofre com os estigmas sociais de não ser enxergada em outras funções. Além da não aceitação de sua identidade, como o cabelo e o fenótipo. Compreendendo a partir da afirmação de Queiroz (2019), que a autoestima da mulher negra é afetada através dessa negação dos seus traços:

Ademais, a identidade étnico-racial negra no Brasil é construída no seio de grandes conflitos raciais. Carregar no corpo dados biológicos e culturais da identidade negra pode acarretar grandes conflitos raciais, que são subjetivamente negativos para a autoestima da mulher negra, sendo assim, o cabelo crespo é uma das expressões da identidade negra que sofre constantes ataques racistas (QUEIROZ, 2019, p. 216)

### **3.1.1 Mercado da Tecnologia e as mulheres negras**

Os indicadores de desenvolvimento da tecnologia no Brasil são positivos o setor segue como um grande destaque de contratação de acordo com a GeekHunter, empresa de recrutamento especializada na contratação de profissionais de tecnologia, o número de vagas abertas cresceu 310% em 2020, contrariando o os altos números de desemprego no país. Sendo uma área muito requisitada e com várias possibilidades de atuação, outros dados que estão na contramão desse mercado é o da diversidade de gênero e raça nas empresas desse ramo. É possível visualizar os dados confirmando na pesquisa #QuemCodaBr (2019), realizada pela ThoughtWorks em parceria com a PretaLab, os homens representam 68% dos profissionais de tecnologia, enquanto mulheres são 31,5% e pessoas intersexo, 0,3%. Os brancos representam 58,3% dos profissionais, contra 36,9% de negros.

Sendo, segundo o IBGE (2019), mais da metade da população brasileira a inclusão desse grupo no mercado garante que sejam apresentadas propostas referentes às especificidades de acordo com as suas realidades. A falta de sensibilidade de reconhecer a problemática do contraste representativo que são esses números acende um alerta para a importância de termos pessoas negras participando e atuando dentro dessas equipes . Podemos compreender a partir dos questionamentos feito por Santos (2019):

Por que estamos ocupando lugares de servidão e não estamos sendo nicho dessas empresas, personas, usuários finais?

Por que eu não me vejo sendo o foco dos produtos digitais, uma vez que tenho grande potencial para ser consumidora real?

Por que pessoas como eu, não são maioria a frente dessas soluções, criando, desenhando, pesquisando, testando?

Por que estamos apenas na ponta mais precarizada desses produtos?  
(SANTOS, 2019)

O método de colocar o humano no centro do processo levando em consideração a falta de diversidade da equipe de desenvolvimento acarretou em diversas problemáticas que já eram conhecidas no âmbito real e passou a ser um problema do mundo digital. Em uma pesquisa feita pela Universidade do Alabama, nos Estados Unidos, aponta que os emojis foram criados baseados na percepção de pessoas brancas. E que mesmo com a possibilidade de modificar o tom de pele dos emojis básicos não foram repensados os traços que são característicos em pessoas negras e indígenas (Revista Galileu, 2020), conforme a Figura 02.

Figura 02 - Emojis



Fonte: reprodução, (2019)

O racismo na tecnologia não fica apenas na questão do emoji carregando fenótipos que se limitam às pessoas brancas, mas incorporando um contexto mais real que pode definir o racismo algoritmo, os usuários identificaram um caso racista na ferramenta de pesquisa do Google ao sugerir que a trança no cabelo de pessoas brancas como “tranças bonitas” e as “tranças feias” as das pessoas negras. Em entrevista para o portal Hypheness (2019) Silvana Bahia relata que:

Os algoritmos são um conjunto de instruções que consultam bancos de dados para executar sua função/ação. Se não há diversidade na produção de novas tecnologias, e tecnologias são produzidas por pessoas, as ações dos algoritmos não considerará muitos aspectos e/ou reforçará outros. Os algoritmos trabalham com probabilidades, não com certezas, o problema é que estamos delegando muitas das nossas decisões para as máquinas sem levar isso em consideração. E além de tudo, não somos estimulados a pensar sobre ‘quem produz as tecnologias’. Já é possível perceber que a falta de diversidade no setor pode gerar um aprofundamento das desigualdades, tamanha a dimensão que todos esses aparatos tecnológicos têm nas nossas vidas (BAHIA, 2019)

Com essa realidade de desigualdade racial do mercado, os números se tornam ainda mais evidente se fizermos o recorte das mulheres negras com relação aos homens negros, mulheres brancas e homens brancos. Tendo o racismo e machismo como entrave para o acesso dessas mulheres às oportunidades. De acordo com o IPEA, Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (2019), as mulheres negras preenchem 10,3% dos cargos funcionais, 8,2% dos cargos de supervisão, 1,6% das posições na gerência e 0,4% no quadro executivo;

Com isso é importante que se tenham iniciativas de reparos para combater o racismo estrutural presente e que retarda o avanço nas propostas de soluções, atingindo a sociedade no contexto geral. Sendo importante a disponibilização de um aprendizado acolhedor e como conseguinte a entrada para o mercado da tecnologia para mais mulheres negras. Contribuindo assim para a democracia do acesso e a diminuição das diferenças nas estatísticas.

### 3.2 INICIATIVAS DE FORTALECIMENTO - UX PARA AS MINAS PRETAS

A Iniciativa UX para as Minas Pretas nasceu em 2019 através dos questionamentos de Karen Santos ao se sentir sozinha no ambiente corporativo. Observando isso como uma problemática do racismo estrutural, pensou em uma ação que inicialmente beneficiaria poucas mulheres negras. Quando viu que, de acordo com as necessidades que essas mulheres tinham eram maiores do que sua expectativa, como ela relata em um texto do Medium, uma plataforma de publicação online, escrito por Patrícia Gonçalves:

“A iniciativa começou com a ideia de workshop para 5 mulheres ou 10 porque nós tínhamos uma espaço para 24 pessoas. Aí eu lancei uma pesquisa, ela foi se disseminando na bolha do UX Design, e também do movimento negro, do feminismo negro. Para a minha surpresa, lancei a pesquisa na terça, na sexta-feira, haviam 310 mulheres. Foi um número muito significativo e mostra realmente o quão urgente é a gente falar com essas mulheres negras e introduzi-las dentro desses mercados de tecnologia, que é praticamente onde a gente não existe”, conta Karen Santos, uma das idealizadoras do projeto.

Com isso aconteceu, em Abril de 2019, na cidade de São Paulo o primeiro Workshop da iniciativa UX para as Minas Pretas, conforme ilustra a Figura 03.

Figura 03 - Primeiro workshop da iniciativa UXMP



Fonte: reprodução UX para as Minas Pretas, (2019)

A comunidade colabora cotidianamente com o fortalecimento em forma de aprendizados, trocas de experiências e vagas em cursos/oficinas, conquistadas através de parceria com escolas de tecnologia e empresas. Unindo e capacitando mais de 500 mulheres negras, espalhadas por todo o Brasil e que estão em busca de uma oportunidade no mercado de UX. Estando essas mulheres muitas vezes em situação de migração de carreira e que conheceram o mercado através da iniciativa.

A comunicação se dá através de três grupos privados no Telegram que para se ter acesso a usuária deve se reconhecer negra, parda ou indigena, preencher um formulário para deixar anexado algumas informações. Esses três grupos são divididos em “UXMP trocas”, onde as integrantes conversam além das dúvidas técnicas sobre a área de experiência do usuário, mas também



sobre relatos racistas e até expondo os desconfortos vivenciados em alguma empresa. O segundo grupo é o “UXMP sobre UX”, que se limita em informações da área e dúvidas relacionadas, além de divulgação de vagas entre as integrantes. E o terceiro grupo “UXMP Novidades” o qual é fechado para as administradoras postarem sem a interação das demais integrantes. Funcionando como um canal de divulgação das vagas recebidas diretamente para a equipe e oportunidades de oficinas/cursos e também expor as mulheres que se inscreveram e foram selecionadas para participar dessas formações.

A iniciativa se faz importante para que direcione e fortaleça essas mulheres para o mercado e também acompanhe e apoie de uma forma coletiva e colocando as integrantes como co-responsáveis por esse processo. Estimulando as conexões, o autocuidado, ambiente seguro e afeto, com o intuito de diminuir os danos causados nessas mulheres.

### 3.3 EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

No nosso cotidiano somos usuários dos produtos digitais ou objetos que são necessários para as funções do dia. Ao utilizar o produto ou objeto o usuário pode ter uma experiência satisfatória ou não. De acordo com Teixeira (2016), as experiências são únicas, tendo cada pessoa uma forma diferente de classificar como boa ou ruim. E para essa definição os fatores humanos e externos têm influência, como afirma:

Essa experiência é influenciada por fatores humanos (sua habilidade em usar caixas eletrônicos, sua visão, sua habilidade motora, sua capacidade de ler e entender o que está escrito na tela, seu humor naquele momento etc.) e por fatores externos (o horário do dia, o ambiente onde o caixa eletrônico está instalado, o fato de ter uma fila de pessoas atrás de você) (TEIXEIRA, 2016, p. 02)

A experiência é classificada como positiva quando normalmente se consegue ter a tarefa realizada com um procedimento que seja fluido e facilitado, sem o usuário ser frustrado ou quando não é encontrado grandes problemas no percurso de realização da atividade. Apesar da experiência ser

considerada algo particular, elas foram pensadas por alguém que criou aquele produto ou objeto. Teixeira (2016), afirma que há profissionais pensando e projetando essas interações dos produtos digitais com as pessoas, conforme a citação a seguir:

Mas, apesar de subjetivas, essas experiências são projetadas por alguém. Alguém pensou e desenhou a interface digital do caixa eletrônico para que os clientes do banco pudessem fazer transações sem precisar da interface humana. É a tal “interação homem-máquina” (HCI— Human-Computer Interaction), um campo de estudo grandiosíssimo que mobiliza profissionais de vários perfis ao redor do mundo (TEIXEIRA, 2016, p.02)

Nessa área da tecnologia que pensam na interação homem-máquina é composta por várias disciplinas que são responsáveis por projetar uma experiência satisfatória. O intuito é construir produtos concisos e fáceis de usar, permitindo que o usuário conclua a tarefa de acordo com a sua necessidade, estimulando a se sentir motivado e confiante. E assim continuar com o uso do seu produto.

O UX Designer é responsável por estruturar esses produtos que tenham como objetivo as boas experiências das pessoas. Mas para que isso aconteça, além do designer de experiência estar em contato com outras áreas dentro da empresa para que seja realizado o seu projeto da melhor forma e mesmo com o domínio de variadas técnicas utilizadas por esse profissional, é importante que os usuários sejam escutados e que sejam investigados e percorridos os caminhos que eles levam para executar a tarefa analisada, colocando assim no centro das decisões. Pois o produto tem que estar focado em de fato resolver as necessidades que o usuário apresenta, como afirma Pereira. 2018:

Apesar de o nome da profissão ter a palavra designer, o UX Designer precisa passar mais tempo entendendo pessoas e processos do que desenhando soluções, sentadinho no conforto de um escritório. Costumo brincar que o UX Designer parece uma criança de 6 anos que quer entender todos os porquês do mundo (PEREIRA, 2018, p.09)

### 3.3.1 Usabilidade

Pensando no Design Centrado no Usuário é válido pontuar que é o processo do design onde se concentra as necessidades e requisitos de quem vai usar determinada interface, tendo o intuito de construir e pensar em alternativas funcionais e acessíveis para que assim seja possível uma entrega satisfatória. O sucesso da entrega não é apenas interessante para quem está utilizando o produto, sendo significativo para a equipe de desenvolvimento e também para o negócio. Para isso é importante que o produto esteja sempre aprimorando sua usabilidade levando em consideração os feedbacks do usuário. A usabilidade está ligada a facilidade no uso de uma interface, respeitando a eficácia a satisfação e eficiência, segundo a norma ISO 9241:11. Com isso, a experiência do usuário é resultado dessa soma das percepções e emoções no uso de um produto, conforme Grillo (2019) afirma:

Na definição do Usability Body of Knowledge (2012), usabilidade se refere a quão benéfico e fácil de usar é um produto para os seus usuários. A compreensão da usabilidade é importante para se avaliar a experiência do usuário. Na interação humano-computador, ambos são considerados indicadores de qualidade de um sistema Grillo (GRILLO, 2019, p. 48)

De acordo com Pereira (2018) a popularidade do tema usabilidade veio com o lançamento do Iphone em 2007, produto da Apple, onde Steve Jobs tinha o intuito de apresentar simplicidade e facilidade em seus produtos, projetando o celular sem teclado físico. Com isso as empresas começaram a perceber que investir em usabilidade estava interligado ao sucesso de seus produtos. Nielsen (2012) pontua que a usabilidade é um importante atributo de qualidade para que seja avaliado o uso facilitado das interfaces. Podendo ser definida em 5 componentes

- **Aprendizagem:** na facilidade dos usuários realizar tarefas básicas no primeiro contato com o produto.
- **Eficiência:** quando os usuários já aprenderam a utilizar o produto, quanto tempo eles levam para executar uma tarefa?

- **Memorabilidade:** após o período sem utilização do produto, como é a facilidade de lembrar o uso?
- **Erros:** quais os erros cometidos pelos os usuários e como eles se direcionam após a ação cometida?
- **Satisfação:** é agradável usar o produto

Por mais que seja indicado e espere que hoje sejam projetadas interfaces que abordem a usabilidade para um uso facilitado, é importante frisar que para chegar a um resultado satisfatório se tem um processo de exploração e versões do design, com discussões entre o time de desenvolvimento para análise das possibilidades de tornar uma tarefas simples. Chegar a uma conclusão entre a equipe que aquela tarefa está fácil e funcional para o usuário é uma situação arriscada, portanto Pereira (2018) propõe que a solução seja apresentada para os usuários o quanto antes em um teste de usabilidade, como diz:

O processo de simplificar uma interface exige que você exponha o quanto antes sua solução para as pessoas que a usarão. Desta maneira, você conseguirá entender rápido se aquela informação que você tirou de uma determinada tela do fluxo faz sentido ou não. Muitas vezes, o que faz sentido para nós que estamos projetando pode não fazer sentido para quem vai usar de verdade o nosso produto. Por isso, é super importante o contato com pessoas através de entrevistas e testes de usabilidade PEREIRA, 2018, p. 125)

Com isso diminui os riscos de se apresentar uma solução inviável, economizando tempo e recurso de produção.

## 4 METODOLOGIAS

### 4.1 DE PESQUISA

Essa etapa partiu de uma pesquisa exploratória em torno dos conceitos, métodos e definições que são relevantes entre as propostas de soluções para diminuição da desigualdade social, com ênfase na inclusão de mulheres negras no mercado da tecnologia. Também abordando o design de interação e da sua relação com o usuário, por meio de uma revisão literária em artigos e livros. O

conteúdo adquirido nesse processo embasou a decisão acerca da metodologia e dos recursos a serem utilizados na composição do projeto. Contribuindo assim para a aplicação de acordo com a necessidade dessas mulheres negras em uma plataforma digital, entendendo de forma empática, através de pesquisas e análises, suas dificuldades.

## 4.2 DE PROJETO

Para o desenvolvimento da plataforma digital da iniciativa UX para as Minas Pretas, a metodologia escolhida foi a de Design Centrado no Usuário (Preece *et al.*, 2005). Essa metodologia, como o termo sugere, coloca o usuário no centro em um processo de escuta dos feedbacks durante toda a construção. Consideramos essa metodologia mais adequada para este projeto, visto que as análises feitas de acordo com as frustrações indicadas pelos os usuários durante o teste auxiliam no mapeamento de erros e assim permitindo a correção. Com isso apresentando propostas mais consistentes para o atendimento das suas necessidades, diminuindo eventuais equívocos durante o projeto e aumentando as chances de sucesso do produto.

Para o desenvolvimento do Design Centrado no Usuário, Preece *et al.* (2005) define 4 etapas fundamentais, que são:

**1. Pesquisa:** onde é realizado todo o levantamento das informações e dados referentes ao problema abordado, assim como as necessidades, limitações, mapeamento dos usuários e contexto;

**2. Ideação:** onde, por meio dos métodos do design, apresentam-se soluções de acordo com os estudos levantados na pesquisa, que atendam as necessidades do projeto;

**3. Prototipação:** nessa fase as ideias propostas são materializadas e colocadas em teste, por meio de protótipos interativos com diferentes graus de fidelidade;

**4. Avaliação:** nessa etapa vamos analisar através de alguns critérios avaliados nos testes com usuários se a proposta é realmente viável.

Juntamente com os métodos de Preece *et al.* (2005), utilizaremos o

método do Design Thinking apresentado por Tim Brown (2018), que tem o intuito de abordar alguns conceitos em um projeto, como: ser colaborativo, otimista e experimental. Utilizando também de técnicas e ferramentas do Design Thinking, como criação de personas, matriz de alinhamento, entre outras que contribuirão para a construção do projeto. Portanto, a base de construção será o método de Preece *et al* (2005) do Design Centrado no Usuário complementada com os métodos e ferramentas do Design Thinking, proposto por Tim Brown (2018), como descrito na Figura 04.

Figura 04 - Ciclo de Design Centrado no Usuário



Fonte: a autora (2021)

Na (1) Pesquisa serão usadas as seguintes técnicas/ferramentas:

- **Matriz de alinhamento**, onde organizamos as certezas, suposições e dúvidas sobre o projeto.
- **Entrevista com stakeholders**, que ajuda a coletar dados e ideias sobre as necessidades desses usuários.
- **Perfil do usuário**, onde através de um questionário se coleta

informações sobre o público alvo.

- **Persona**, onde, de acordo com o perfil dos usuários presentes nas respostas do questionário, se criam personagens fictícios para se identificar as suas características e objetivo, o que ajuda na determinação de um foco.
- **Storytelling**, essa é uma ferramenta de contação de história, que ajuda o produto a ter um melhor engajamento, tornando-o mais empático na visão das pessoas. A história contada é sobre um cenário ideal, apresentando soluções para as dificuldades dos usuários e como as ações do produto podem impactar no seu dia a dia.
- **Benchmarking**, onde analisaremos as soluções similares identificando as melhores práticas do mercado, melhorando o desempenho organizacional e inovando em estratégias.

Na etapa de (2) Ideação serão utilizadas as seguintes técnicas/ferramentas:

- **How Might We**: a ferramenta expande a quantidade de questionamentos com o intuito de obter oportunidades durante a fase de compreensão das informações, potencializando a inovação na proposta de solução.
- **Matriz de Impacto x Esforço**: com várias possibilidades e oportunidades, essa ferramenta possibilitará a análise prévia no contexto de viabilizar as ideias que serão materializadas. Priorizando no plano cartesiano a que tiver menos esforço e mais impacto.
- **Crazy Eight**: após os estudos e análises essa ferramenta possibilitará materializar no papel as nossas soluções. Essa técnica estimula a expressão das ideias sem uma auto-edição, com o objetivo de esboçar oito ideias em cinco minutos.
- **Sitemap**: análise de tarefas, que é o detalhamento das ações necessárias para um usuário realizar uma tarefa.
- **Fluxo de Navegação**: estudo do fluxo completo das interações no aplicativo.

As etapas de (3) Prototipação do produto serão:

- **Protótipo em Papel:** onde esboçamos as telas e vamos direcionando o desenho da interface.
- **Wireframe:** é uma simulação interativa, sem a aplicação da identidade visual, da utilização do projeto da interface da plataforma.
- **Guia de Estilos:** nessa etapa definiremos os elementos visuais, como botões, ícones, tipografia e cores para composição da interface.
- **Protótipo de Alta Fidelidade** também é uma simulação interativa da utilização do projeto de interface da plataforma. Mas com a aplicação da identidade visual e possíveis reajustes de fluxos.

A última etapa é a de (4) Avaliação, serão realizados os seguintes processos:

- **Teste de usabilidade:** consiste em elencar tarefas e testar a usabilidade com os usuário podendo ser presencial ou online.
- **System Usability Scale (SUS)** as escalas são utilizadas para a avaliação de três aspectos da interface: efetividade, eficiência e satisfação.

## 5 METODOLOGIA DE PROJETO APLICADA

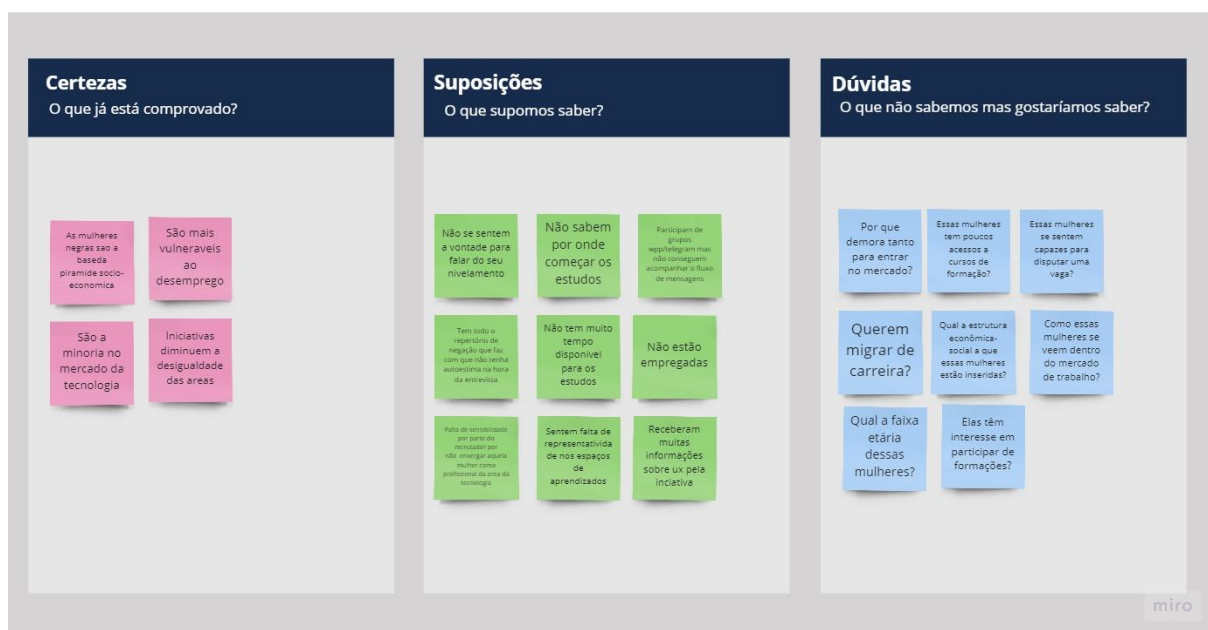
### 5.1 PESQUISA

#### 5.1.1 Matriz de Alinhamento

Com o objetivo de alinhar as dúvidas, certezas e suposições a respeito da problemática, a construção da matriz de alinhamento é importante durante o processo para servir como base na construção do formulário, assim como as entrevistas com os stakeholders e também colaborar com a ideação para a plataforma. Podendo ser revisitada e atualizada no decorrer das etapas, servindo para agregar conhecimento a todo o processo. Como pode ser visto na Figura 05 o resultado do método da matriz de alinhamento.



Figura 05 - Matriz de alinhamento



Fonte: a autora (2021)

### 5.1.2 Entrevista com *stakeholders*

Foi realizada uma entrevista com a CEO - *Chief Executive Officer* - da iniciativa UX para as Minas Pretas: Karen Santos, com o intuito de captar *insights*, compreendendo assim as suas motivações, planejamentos e dificuldades encontradas na implementação e continuidade da iniciativa. A entrevista seguiu com um roteiro com perguntas principais complementadas por outras questões relacionadas ao assunto, sendo identificada de acordo com Manzini (1991, p. 154) como uma entrevista semi-estruturada. Que tem o objetivo de coletar informações de forma mais livre.

#### 5.1.2.1 Idealizadora da iniciativa UX para as Minas Pretas - Karen Santos

Foi realizada uma entrevista com Karen Santos, residente da cidade de São Paulo e a CEO, *Chief Executive Officer*, da iniciativa UX para as Minas Pretas. Ela também é atuante na área de User Experience designer,

atualmente no cargo de *product designer* em uma empresa. Assim que aconteceu a sua migração do design gráfico para a área de user experience, Karen relata sobre a *dororidade*, que é a dor sentida e reconhecida pelas mulheres negras. Ela não se sentia representada nos espaços por ter um baixo número de pessoas negras, em especial mulheres negras. “Eu não conseguia entender como uma área que tratava da experiência das pessoas, poderia ser tão pouco diversa em relação a construção dos produtos e soluções”. As dúvidas pairavam no seguinte questionamento: quem estava pensando nas experiências das pessoas negras, se as equipes não são formadas por essas pessoas? Foi desse incômodo que surgiu a iniciativa UX para as Minas Pretas, com o intuito de promover a equidade das mulheres negras no mercado da tecnologia, com foco em User Experience, através de ações de formação, empoderamento, compartilhamento de conhecimento e articulação em rede.

Hoje para o funcionamento da iniciativa conta com o apoio de outras mulheres negras como: Aline Santos, Patrícia Gonçalves, Melissa Fonseca, Luciana Miranda, Sueni Jardim, Germana Rosa, Maiara Marinho, Camila Rodrigues, entre outras. Ao todo são 12 mulheres divididas em 11 frentes de ações. A iniciativa completou 2 anos de existência e Karen considera que o trabalho está apenas começando. Mas que não é nada fácil, diante do abismo social da nossa sociedade. Atingindo as mulheres negras em várias esferas e recortes. Além da partilha de conteúdos da área de experiência do usuário, a organizadora diz que é importante para a comunidade criar um ambiente que tenha conexões, autocuidado, ambiente seguro e de afeto, acolhimento, escuta, sociabilidade, assim contribuindo para a minimização dos danos causados nessas mulheres. Prezando pelo fortalecimento na construção de identidade e criação de laços.

Para entrar na iniciativa tem que ser uma mulher preta, parda ou indígena que busque informações sobre a área ou trocar ideias sobre o assunto. A inscrição se dá através de um formulário, onde as mulheres são direcionadas para grupos privados no Telegram e Facebook, com mais de 300 membros. Nesses grupos elas encontrarão informações sobre a iniciativa, conversas sobre as questões enquanto mulheres negras, podem tirar dúvidas técnicas, trocar conhecimentos e ter acesso a oportunidades. A comunidade

tem outras plataformas abertas ao público geral (LinkedIn e Instagram) atingindo mais de 20 mil pessoas, onde são compartilhados conhecimentos e conteúdos criados pelas mulheres participantes. De acordo com Karen, a meta da comunidade é expandir para outros estados saindo do eixo Rio, São Paulo, atingindo mais de 3 mil mulheres diretamente.

### **5.1.2.2 Integrante da iniciativa UX para as Minas Pretas - L.S.**

L.S. é uma designer gráfico, natural da cidade de São Paulo, que trabalha home office em uma empresa de ensino a distância. Dentro de sua empresa também tem a parte de desenvolvimento de produto digital e foi a observação dessa área que despertou o interesse de migrar para a área de user experience. Começando a estudar por conta própria, mas não conseguia nem escolher um curso para se direcionar e ter ideia por onde começar.

Ao conhecer a iniciativa os direcionamentos se tornaram mais concretos, pois além da troca de experiências no grupo de forma técnica também se reconheceu nos relatos das vivências enquanto mulher negra. Foi muito importante até para o reconhecimento de algumas situações que ela não percebia ser um padrão de racismo, por acreditar que só ela passava. E tendo consciência do que estava acontecendo, começou a se impor mais nos espaços que atua.

Por mais que esteja vindo de uma área similar, ainda não se sente preparada para concorrer a uma vaga. A sua insegurança vem de ainda não ter conseguido construir um case para compor seu portfólio. Mesmo tendo participado de alguns eventos gratuitos que estimulam essa criação, ela tem dúvidas que não conseguiu ainda expor no grupo da comunidade. A meta é que até o fim de 2020 ela conclua o case que deixou incompleto por algumas dúvidas que teve durante o processo de construção.

L.S. tem o objetivo de estruturar uma rotina de estudos para conseguir conciliar com a sua jornada de trabalho que é bem exaustiva, por vezes chegando até mais de 8 horas diárias. Com esse cotidiano corrido, ela não consegue acompanhar as conversas do grupo da comunidade pelo Telegram. Ela se considera relapsa com relação a acompanhar tudo em tempo real. Então

quando entra na comunidade acompanha as discussões e oportunidades que estão acontecendo naquele momento. E com isso relata que já perdeu várias vagas, até de cursos, como afirma: "...elas falaram para se inscrever que elas iam sortear. E às vezes eu perdia, porque eu não conseguia acompanhar, sabe?..."

### **5.1.2.3 Integrante da iniciativa UX para as Minas Pretas - G.M.**

Entrevistamos a G.M. uma pernambucana, natural da periferia do Recife, graduanda em letras que até 2020 atuou nas salas de aula como professora do ensino fundamental, crianças de 10 a 15 anos. Porém não estava feliz com a sua carreira como educadora. Segundo ela o que a desmotivou além da baixa remuneração há toda uma desvalorização do profissional inclusive do que é feito em sala de aula. Juntando ao desgaste mental e grande carga horária de trabalho. E mesmo trabalhando entre escolas públicas e particulares ainda ficava inviável para a sua realidade. G.M. sentia a necessidade de se sentir realizada profissionalmente e também ajudar sua família, como relata: "Meu Deus, eu tenho que procurar alguma coisa que eu goste de fazer e que eu possa também contribuir com a minha casa". Residindo com sua mãe e irmã, tendo o padrasto falecido em 2016, enfrentaram muitos problemas financeiros.

Na adolescência ela fez um curso de desenvolvimento web e viu que poderia mesclar a área de letras com a tecnologia. Encontrou o UX Writer e viu que poderia seguir nesse caminho. Mas nas pesquisas pensou que teria que ter mais conhecimento sobre experiência do usuário no contexto geral. Depois de alguns meses estudando e tentando compreender os conceitos, a iniciativa UX para as Minas Pretas desembarca em Recife, para a realização do seu segundo Workshop, ainda em Julho de 2019, com apoio do Cesar School e articulação de Thais Nascimento. Para G.M. a chegada da iniciativa em sua vida teve uma importância tanto para um encontro e entendimento da área de user experience quanto para o reforço e construção de sua identidade, enquanto mulher negra. Como afirma na frase: "...quando Karen veio aí as coisas fizeram mais sentido. Tanto a conversa de pertencimento, que isso em mim já estava sendo construído há uns anos, mas ainda era um elo meu fraco.

Porque a gente só se identifica quando a gente tem um grupo, né? A gente sozinha ainda fica que nem quebra-cabeça, você já é uma peça, você encaixa, mas sozinho você não vai encaixar em lugar nenhum”. Os dois dias de workshop ela considera como especiais, no momento que Karen relata a sua trajetória como mulher negra na área da tecnologia foi importante para sua visualização e identificação com a comunidade. No segundo dia, que foram as atividades práticas, ela viu similaridade com o trabalho que já desenvolvia em sala de aula. Na percepção dos alunos, escutando e elaborando as aulas de acordo com as dificuldades identificadas. A partir do workshop G.M. entrou no grupo da iniciativa, mas não conseguiu acompanhar o ritmo das discussões. Por motivos de tempo, já que em paralelo estava cumprindo atividades da graduação de letras.

Em 2020, sem uma renda segura, com a escola que trabalhava sempre atrasando seu salário, contando apenas com a bolsa da faculdade para custear o seu aluguel, ela colocou como meta a sua migração para a área. Mas não foi algo simples, contou com muita dedicação. Leituras, participação em eventos gratuitos, compartilhamentos de textos e livros foram enriquecendo a sua trajetória. E o que considera mais importante é o não estar só, buscando a troca de experiências com as outras integrantes da comunidade. O que dava para encaixar em sua rotina ela ia aproveitando.

Porém, chegando a pandemia, mais dificuldades financeiras e de mudanças de moradia e de rotina se apresentaram na sua vida. Fazendo com que ela desestimulasse um pouco da sua meta. E até com que ela se afastasse da comunidade, deixando de interagir com as integrantes. Então em Abril, ela foi sorteada com uma bolsa pela iniciativa para um curso de research, na escola Mergo. Foi o sinal que precisava para continuar caminhando. Em contrapartida publicou um texto no medium da comunidade relatando a experiência do curso, o que foi muito positivo e gerou uma repercussão. A ideia era continuar no ritmo de produção de conteúdo, mas as dificuldades em casa não permitia que ela estivesse totalmente disposta para essa construção. Sua mãe estava trabalhando em um hospital na função de serviços gerais, o que no meio da pandemia de Covid-19 causou muita preocupação e ansiedade, além

das outras questões. Mesmo diante de todo esse enfrentamento, se sentiu estimulada pelas mulheres da comunidade a não desistir.

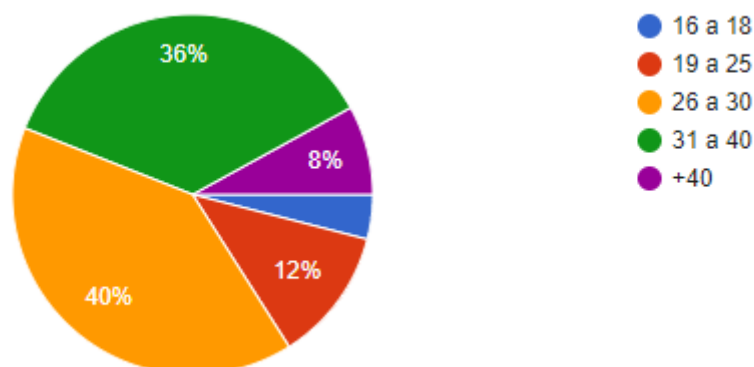
Com isso, se sentiu segura de enviar os currículos para as vagas, foram mais de 15 entrevistas e muitos “não”. Por vezes até sem nenhum feedback. Com as entrevistas dando errado, ela começou a se sentir desmotivada novamente. Até que em uma noite na comunidade uma integrante compartilhou uma vaga no grupo de designer de produto em uma grande fintech brasileira e ela pensou: “Olha eu acho que eu dou conta”. Foi chamada para a seleção e foi passando de fase. Até que o tão sonhado SIM chegou!

G.M atualmente está atuando na área, se adaptando às mudanças de rotina e modelo de trabalho. Mas muito empolgada e feliz com a sua carreira. Ainda sem acreditar nas possibilidades que está tendo, em conseguir ajudar a sua mãe e estar realizada profissionalmente. Ela sente muita gratidão pela iniciativa UX para as Minas Pretas e diz que participar da comunidade foi um divisor de águas em sua vida pessoal e profissional. A ideia dela é contribuir de alguma forma com a carreira de outras mulheres, mas ainda não tem ideia qual a forma: “eu tô me organizando para poder trazer uma contribuição eu não sei ainda como é que vai ser essa contribuição”.

### **5.1.2 Perfil do usuário**

Para identificarmos os perfis das usuárias foram analisadas as informações descritas na matriz de alinhamento e logo após um formulário com questões pertinentes para o levantamento de dados de forma satisfatória, entendendo como a iniciativa se organiza e quais as dificuldades enfrentadas pela usuária que causam impacto no seu cotidiano. Com aplicação pelo Google Forms e divulgação nos canais de contato da iniciativa, tivemos um total de 25 respostas, todas das mulheres negras participantes da iniciativa.

Figura 06 - Gráfico de faixa etária construção perfil do usuário



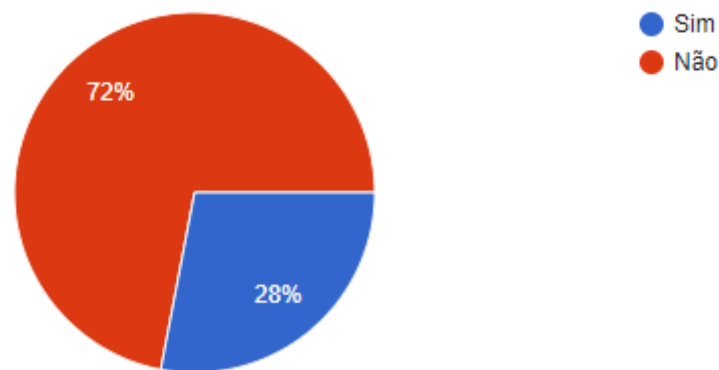
Fonte: a autora (2021)

De acordo com os dados mapeados, as mulheres integrantes da iniciativa estão na fase adulta, como demonstra a Figura 06, sendo 76% com idades entre 26 a 40 anos. A maioria expressa grande interesse em migrar para a área de *User Experience*, 80% dessas mulheres querem ter a oportunidade de migrar de carreira.

As integrantes que já estão atuando na área, 75% das entrevistadas dizem que nas empresas que trabalham é a única profissional negra da área de *User Experience*. As outras 25% das entrevistadas afirmam que apenas 10% do time é composto por mulheres negras.

Na matriz de alinhamento foi pontuada como uma suposição que as mulheres negras não conseguem acompanhar o fluxo das mensagens no grupo de conversa disponibilizado pela iniciativa, comprometendo as oportunidades que poderiam ser aproveitadas. Na pesquisa foi confirmada a suposição, de acordo com 84% das entrevistadas elas apresentam dificuldades de acompanhar em tempo real vagas e oportunidades que surgem no grupo.

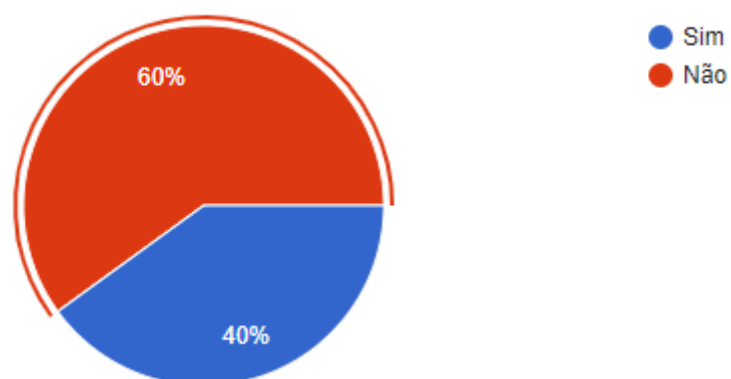
Figura 07 - Gráfico de usuárias ativas no grupo de conversas da iniciativa UXMP



Fonte: a autora (2021)

Com relação ao canal de contato da iniciativa, grupo no Telegram, 72% das entrevistadas não são ativas (figura 07), mas 70,8% consideram o grupo confortável para tirar suas dúvidas. E 52% delas afirmam que a iniciativa UX para as Minas Pretas foi muito importante para a introdução do aprendizado na área de *User Experience*.

Figura 08 - Gráfico de usuárias que não conseguem manter uma rotina de estudos



Fonte: a autora (2021)



Sobre os aprendizados da área, 84% das mulheres consideram que seus conhecimentos se enquadram entre médio e baixo e mais da metade (52%) ainda apresentam dúvidas de visualização e aplicação dos métodos de *User Experience*. Das 25 respostas, 15 mulheres não conseguem ter uma rotina de estudos, conforme a Figura 08, e os motivos principais são: motivação, tempo e falta de planejamento.

A maioria das entrevistadas, ou seja, 92% não tem condições financeiras para custear um curso de *User Experience* disponibilizado pelas escolas de tecnologia, como Mergo, Aela, UX Unicórnio, entre outras.

Esse levantamento foi importante para responder dúvidas e confirmar ou descartar suposições pontuadas na etapa anterior. Com as respostas foi possível identificar as dificuldades encontradas dentro das possibilidades oferecidas pela iniciativa e também as dores presentes na rotina das usuárias que dificultam o seu aprendizado. Destacando o seu comportamento que influenciam no aproveitamento das oportunidades ofertadas. Com essas respostas é possível visualizar que o projeto segue num direcionamento ideal, com a necessidade de se ter uma plataforma digital para a iniciativa, considerando que facilitará na concentração das informações e foco no aprendizado das mulheres negras na área de *User Experience*.

### 5.1.3 Personas

As personas são peças fundamentais na construção de um produto. Com elas conseguimos fazer uma representação dos usuários identificando os objetivos, dores e necessidades. Com isso podemos desenvolver soluções que atendam às necessidades específicas, colocando sempre o usuário no centro das tomadas de decisões, como afirma Teixeira (2016)

As personas são uma espécie de “retrato” de quem é o público-alvo do seu produto. Conhecer bem o perfil do usuário ajuda a marca a se comunicar de uma forma que soe natural e lógica para eles Teixeira (2016).

São criadas a partir de padrões encontrados nas informações coletadas na base de dados obtidos em pesquisas e escutas com usuários reais. A partir

desses padrões encontrados são criados os personagens fictícios, contribuindo para a criação de um produto, de uma forma mais sensível e funcional, que atenda a massa de usuários identificados de acordo com esse recorte. John Pruitt (2006) defende que na concretização do design centrado no usuário a utilização de personas tem grande importância, gerando empatia da equipe desenvolvedora do produto com relação às perspectivas e expectativas do usuário.

Considerando os dados coletados e a identificação dos padrões foram criadas três personas, de acordo com a idade, função e outras informações presentes no questionário e pesquisas. Sendo elas: Jessica Silva - integrante da iniciativa migrando para a área de UX, Luiza Soares - integrante da iniciativa atuando na área de UX e Aline Costa - integrante da iniciativa organizadora. As informações de cada persona, como nome, idade, função, comportamento, desejos, dores, entre outros, podem ser vistas de acordo com as Figuras 09, 10 e 11.

Figura 09 - Persona 01

## PERSONA 1 - INTEGRANTE DA INICIATIVA MIGRANDO PARA UX

**JÉSSICA SILVA**

28 anos | Designer Gráfico,  
migrando para UX

*"Eu sou designer gráfico há um tempo e agora estou estudando sobre UX, fazendo projetos/cases para poder entrar na área"*

## COMPORTAMENTO

Me identifiquei muito com a área de UX, vendo um colega da empresa atuar. Mas ele não me explicava nada sobre. Até conhecer a iniciativa UX para as Minas Pretas. E foi um diferencial. Por mais que não consiga acompanhar o grupo. As vezes quando entro tem alguma mulher dizendo uma história que tem a ver comigo. Me fortaleço além do UX. É uma motivação para continuar a caminhada. As vezes perco umas oportunidades por não olhar na hora, porque só tenho tempo nos sábados. Mas já fui selecionada duas vezes para fazer cursos pela iniciativa; Eu coloquei como meta até o final do ano concluir o case, porque ter um portfólio é muito importante, né?

## DORES



Não têm condições de custear cursos de formação;



Não consegue visualizar ainda como aplicar o processo de UX em um desafio;



Não tem tempo de acompanhar em tempo real as oportunidades do grupo



Não consegue ter uma rotina de estudos;

## NECESSIDADES E DESEJOS

- Quer ter um case para se sentir segura ao concorrer a uma vaga;
- Quer organizar o seu tempo para conseguir copilar as informações de estudos;
- Quer acompanhá-lo o grupo em tempo real;
- Quer receber mentorias

## POTENCIAIS SOLUÇÕES

- Mapear mulheres da iniciativa que querem construir case para portfólio;
- Estimular a criação de um plano de estudos;
- Copilar informações pertinentes para o estudo de conteúdos de UX ou assuntos do interesse comum da iniciativa;
- Disponibilizar mentorias;

Fonte: a autora (2021)

Figura 10 - Persona 02

## PERSONA 2 - INTEGRANTE DA INICIATIVA ATUANDO NA ÁREA DE UX

**LUIZA SOARES**

25 anos | Product Designer

*"Me sinto muito grata a iniciativa e queria saber como que posso ajudar mais no grupo, dar esse retorno para a comunidade"*

## COMPORTAMENTO

Formada em jornalismo e estava muito insatisfeita com a área. Até que uma amiga me disse que ux tinha muito a ver comigo. E procurei saber sobre e os cursos eram inacessíveis para a minha condição. Até que conheci a iniciativa UX para as Minas Pretas. Fiz a oficina e fiquei encantada com a área. As conversas no grupo me fortaleceu muito e tive a oportunidade de fazer um curso pela a iniciativa. Até me sentir segura para concorrer às vagas e passei numa empresa dos sonhos. Hoje quero muito contribuir com a trajetória de outras mulheres. Ainda não sei como posso propor isso. Até porque não vejo muito no mercado outras mulheres negras.

## DORES



Quer se sentir útil na carreira de outras mulheres;



Não sabe como propor um conteúdo ou mentoria;



Não sabe quem são as mulheres que precisam dessa ajuda;

## NECESSIDADES E DESEJOS

- Quer se dispor nas mentorias;
- Quer que mais mulheres negras entrem no mercado;
- Quer contribuir de forma voluntária com a iniciativa;

## POTENCIAIS SOLUÇÕES

- Mapear mulheres da iniciativa que querem construir case para portfólio;
- Estimular a criação de um plano de estudos;
- Copilar informações pertinentes para o estudo de conteúdos de UX ou assuntos do interesse comum da iniciativa;
- Disponibilizar mentorias;

Fonte: a autora (2021)

Figura 11 - Persona 03

## PERSONA 3 - INTEGRANTE DA INICIATIVA ORGANIZADORA

**ALINE COSTA**

33 anos | UX Research /  
Organizadora da iniciativa

*"Hoje temos dois anos de iniciativa e o nosso trabalho está apenas começando, e não é nada fácil"*

## COMPORTAMENTO

Atuante na área de UX divide a jornada de trabalho para organizar a iniciativa UX para Minas Pretas. A ideia surgiu a partir da dor de não se enxergar nos lugares, como cursos, eventos, empresas. Era inexplicável e ainda é, como uma área que trata de experiência das pessoas poderia ser tão pouco diversa com relação a construção dos produtos e soluções. Hoje tenho a possibilidade de fortalecer mais de 500 mulheres em todo o Brasil. E pelo que estamos contabilizando temos uma base de 50 mulheres que migraram através dos nossos direcionamentos.

## DORES



Auxiliar na carreira das mulheres participantes;



Criar laços que fortalecem suas identidades;



Conseguir mais apoiadores seja com vagas de emprego ou conteúdos de formação;

## NECESSIDADES E DESEJOS

- Oferecer conteúdos formativos para as mulheres que querem migrar;
- Acompanhar as mulheres que já migraram
- Facilitar a entrada de mais mulheres no mercado de UX;
- Conseguir apoiadores para a iniciativa;

## POTENCIAIS SOLUÇÕES

- Automatizar levantamento de dados com relação a situação atual de cada participante;
- Expor resultados para que deixe visíveis para os possíveis apoiadores;
- Oferecer um espaço de auto aprendizado para que aumente o nível das mulheres participantes;

Fonte: a autora (2021)

#### **5.1.4 Storytelling**

Nessa etapa foi utilizada a estratégia *storytelling* para um conhecimento mais aprofundado da trajetória de cada persona, apresentando de uma forma que seja capaz de conquistar a empatia do leitor. Esse método tem como objetivo causar o engajamento do público (CLOSS e ALMEIDA, 2016). De acordo com a experimentos e observação do comportamento humano o engajamento é possível quando as pessoas se deparam com uma boa história e assim é diminuído seus devaneios e a informação repassada é recebida com atenção (GOTSCHALL, 2013). Dessa forma, a contação de histórias tem a capacidade de contagiar as mentes com idéias e ações.

Com o objetivo de construir esse enredo de uma forma que seja bem recebido pela equipe e atenda as necessidades do usuário, foram construídos três storytelling narrando um pouco das situações vivenciadas pelas três personas.

##### **5.1.4.1 Perfil I - Integrante da Iniciativa - Migrando para UX**

Era uma vez Jessica Silva, uma designer gráfico que descobriu a área de UX e ficou encantada com as possibilidades de projetar algo que realmente fosse funcional para os usuários.

Todos os dias ela pesquisava sobre a área no google e por mais que tivesse uma similaridade com a sua área de atuação, ela não conseguia aplicar o processo por não entender por onde começar. No entanto, ela tentou até ver um curso, mas ficou inviável para custear.

Até que um certo dia, ela conheceu a iniciativa UX para as Minas Pretas. Ao entrar no grupo viu que ela teria acesso a cursos de formações, mentorias e até ajuda para organizar um plano de estudos.

Por causa disso, Jessica ficou muito feliz, porque com a rotina de trabalho ela não tinha tempo para organizar tudo. Com o acolhimento e norteamento de sua carreira, ela conseguiu se manter estimulada a estudar.

Até que finalmente, ela conseguiu uma vaga na área. Contemplando uma realização pessoal e ainda aumentando o quantitativo de mulheres negras no mercado da tecnologia.

#### **5.1.4.2 Perfil II - Integrante da Iniciativa - Atuando na área de UX**

Era uma vez Luiza Soares, *product designer* de uma grande *fintech*. Conseguiu se manter na carreira graças ao fortalecimento da iniciativa UX para as Minas Pretas.

Todos os dias ela aprendia algo novo no cotidiano da empresa e ficava pensando que poderia ser transformado em conteúdo para ajudar outras mulheres a atuar no mercado igual ela. No entanto, ela ficava meio sem jeito de propor algo, por não saber como seria interpretada.

Até que um certo dia, ela foi convidada através de um mapeamento da equipe organizadora da iniciativa a participar de um acompanhamento do processo de criação de cases, das meninas que queriam criar portfólio e entender mais sobre métodos e ferramentas de ux.

Por causa disso, Luiza ficou muito satisfeita, porque estava se sentindo útil para as outras mulheres negras e também para a iniciativa. Até que finalmente, ela conseguiu acompanhar o grupo que ficou responsável e ficar mais próxima das meninas. Contribuindo para a entrada delas no mercado da tecnologia.

#### **5.1.4.3 Perfil III - Integrante da Iniciativa - Organizadora da Iniciativa**

Era uma vez Aline Costa, UX Research e organizadora da iniciativa UX para as Minas Pretas; Ela ama fortalecer a carreira de outras mulheres na entrada e permanência na carreira de UX.

Todos os dias Aline interage com as meninas no grupo, que antes era até fácil de decorar o nome de todas e saber quais etapas estavam na construção de carreira. No entanto, o grupo vem crescendo cada vez mais, ficando inviável que todas pudessem visualizar as mensagens e consigam interagir ao mesmo tempo.

Até que um certo dia, ela tinha que enviar um relatório para um futuro apoiador sobre quantas mulheres negras ainda estavam fora do mercado e quais os níveis. Ao entrar numa plataforma tinha tudo isso registrado de forma automática.

Por causa disso, a iniciativa conquistou mais um apoiador e aumentou o quantitativo de mulheres que migraram.

Até que finalmente, o diálogo foi mais facilitado, com todas visualizando as informações pertinentes para a continuidade da iniciativa de forma atemporal.

### **5.1.5 Benchmarking**

Sendo uma ferramenta estratégica de reconhecimento dos desempenhos das instituições/empresas similares, de acordo com Ferreira et al (2014), o benchmarking tem a finalidade de captar as melhores práticas presentes no mercado, indo além das soluções tradicionais. Podendo assim, ampliar e melhorar o desempenho organizacional e inovando em estratégias. Assim foram selecionadas cinco iniciativas similares, seja com o cunho social ou educacional, para analisar as soluções de UX/UI proposta para o acolhimento dos usuários.

**Perfil social:** PretUX, Ladies that UX, Designers Negres no Brasil


**Perfil educacional:** Stoodi, Programa UX Unicórnio

Foram mapeadas algumas funções específicas de acordo com os estudos levantados até então, conforme o quadro da Figura 12. Sendo elas:

1. Informações para apoiadores
2. Divulgação de perfis profissionais
3. Espaço de acompanhamento de aprendizado
4. Acolhimento do usuário da iniciativa/projeto
5. Criação de planejamento de conteúdos
6. Conteúdo de empoderamento negro



Figura 12 - Benchmarking - quadro de análise

					
Informações para apoiadores	SIM	NÃO	NÃO	NÃO	NÃO
Divulgação de perfis	NÃO	NÃO	NÃO	SIM	NÃO
Espaço de acompanhamento de aprendizado	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM
Acolhimento do usuário da iniciativa	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	SIM
Criação de planejamento	NÃO	NÃO	SIM	NÃO	NÃO
Conteúdo de empoderamento negro	SIM	NÃO	NÃO	SIM	NÃO

miro

Fonte: a autora (2021)

## 5.2 IDEIAÇÃO

Levando em consideração todas as fases da pesquisa, a ideação é a etapa de materializar no papel as ideias e insights. Nessa fase utilizaremos algumas ferramentas, métodos e técnicas que irão auxiliar nesse processo de entendimento das informações coletadas e expansão das ideias para o direcionamento de uma solução viável e funcional.

### 5.2.1 How Might We

De acordo com o Google (2020), o método *how might we*, ou traduzindo “como poderíamos?”, é uma importante etapa no Design Sprint com o intuito de obter oportunidades durante a fase de compreensão das informações coletadas. O objetivo é expandir os pensamentos evitando que se chegue a uma solução prematura. Dessa forma, foi induzindo mais questionamentos do problema para inovar na proposta de solução. Foi realizado um levantamento das questões de acordo com as etapas anteriores. O resultado desse método pode ser visualizado na Figura 13.

Figura 13 - Quadro questões método How Might We



Fonte: a autora (2021)

Abaixo estão as questões levantadas através deste método:

### **Como poderíamos?**

1. Oferecer conteúdos que estimulem as mulheres a praticar UX?
2. Diminuir o distanciamento das mulheres do grupo com relação a troca de aprendizados?
3. Auxiliar na criação de um planejamento de estudos;
4. Otimizar o tempo dessas mulheres oferecendo um compilado de informações;
5. Aumentar o quantitativo de mulheres negras no mercado;
6. Disponibilizar as informações do grupo de forma atemporal;
7. Oferecer um apoio psicológico para essas mulheres no planejamento de suas carreiras;
8. Estimular as mulheres a se sentirem motivadas na rotina de estudos;
9. Deixar as mulheres a vontade de expor suas questões.

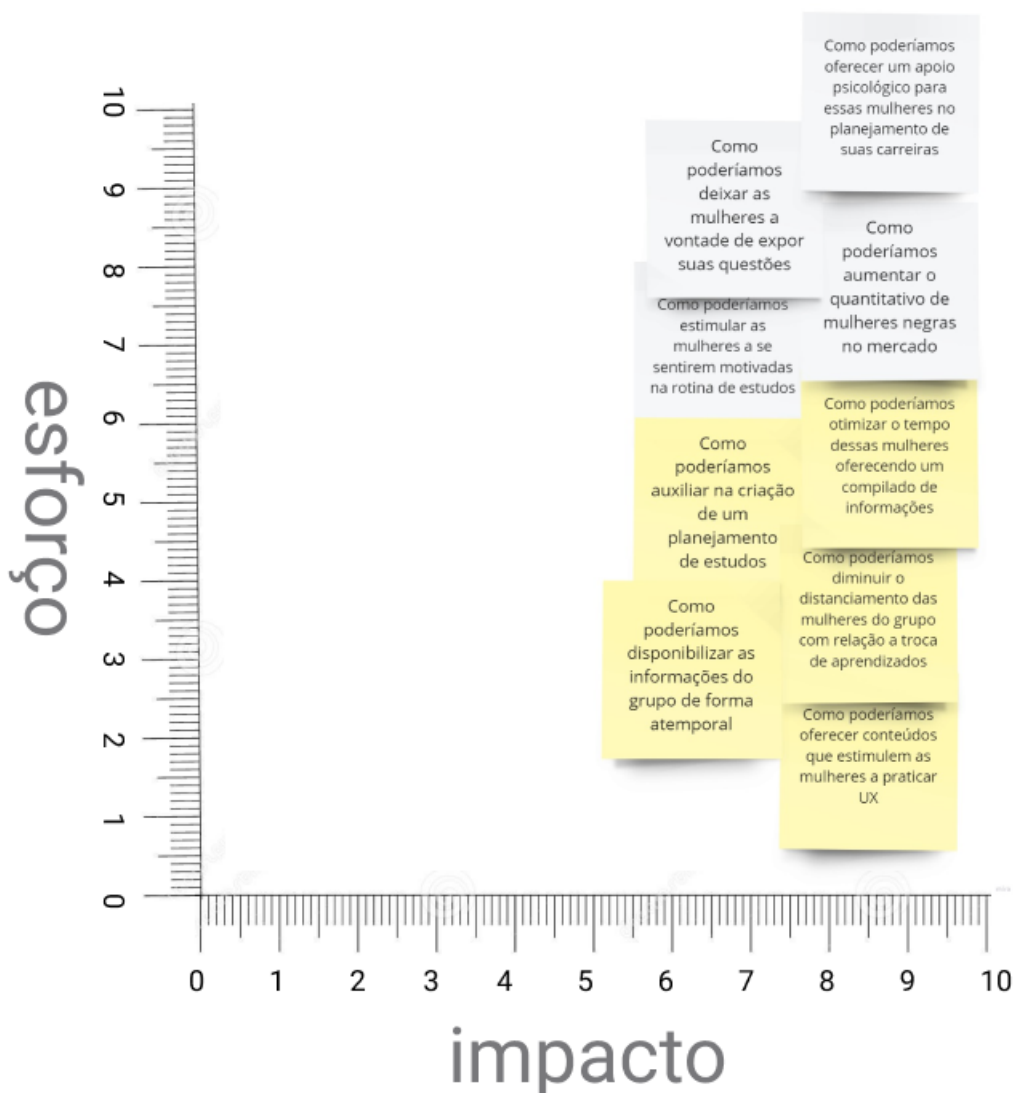
### **5.2.2 Matriz de Impacto x Esforço**

Seguindo o processo, esta ferramenta conhecida como Matriz de impacto x esforço, coloca em um plano cartesiano as questões que direcionam a solução, despertando uma reflexão de quais questões optamos por priorizar Levando em consideração o que causará alto impacto e menos esforço do time de desenvolvimento do produto.. Segundo D'Avillar (2019) é relevante identificarmos essas prioridades no projeto para torná-lo produtivo e conseqüentemente chegarmos mais rápido à solução do problema, trazendo os resultados da ação para a análise dos desenvolvedores.

Com isso após a aplicação da técnica *How Might We*, foi aplicado a matriz de impacto x esforço para avaliarmos as prioridades diante dos questionamentos levantados. Considerando qual direcionamento de solução causaria mais impacto para o projeto com menos esforço na construção. Na Figura 14 podemos visualizar o resultado da atividade. Portanto como prioridade foram definidas as seguintes questões:

- Como poderíamos oferecer conteúdos que estimulem as mulheres a praticar UX?
- Como poderíamos diminuir o distanciamento das mulheres do grupo com relação a troca de aprendizados?
- Como poderíamos disponibilizar as informações do grupo de forma atemporal?
- Como poderíamos auxiliar na criação de um planejamento de estudos?
- Como poderíamos deixar as mulheres à vontade de expor suas questões?

Figura 14 - Matriz de priorização de impacto x esforço



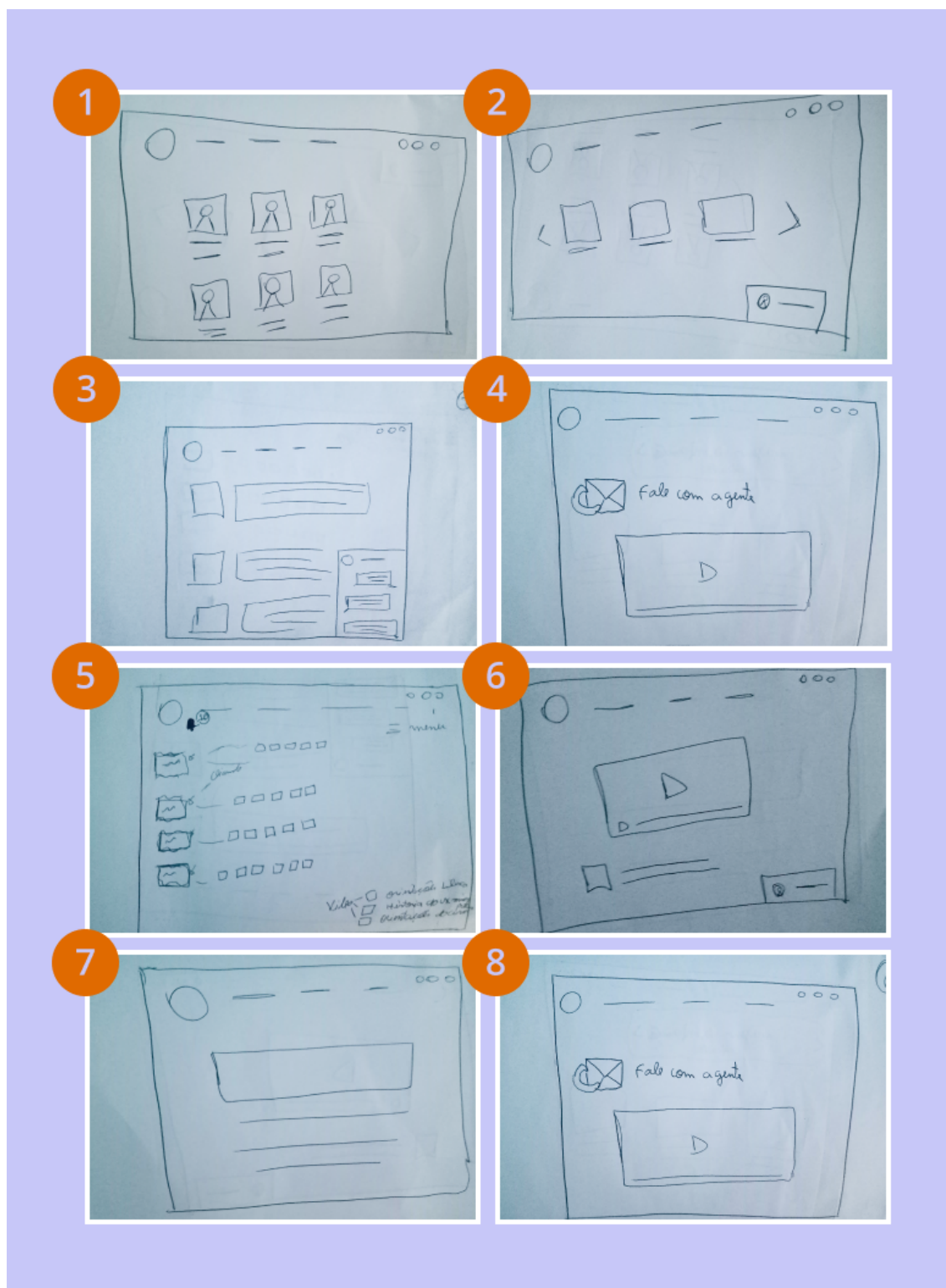
### 5.2.3 Crazy eight

O método *Crazy Eight*, presente no Design Sprint, é um exercício de esboço rápido desafiando a materialização de oito ideias distintas em oito minutos. Com o intuito de ampliar as ideias sem a possibilidade de uma auto edição, tornando as soluções mais únicas e criativas. Sem a necessidade de ser desenhos bem acabados e estruturados, os esboços precisam apenas comunicar a ideia, como relata o Google (2020).

Como resultado, Figura 15, da aplicação da técnica *Crazy Eight* foram definidas as ideias que têm o objetivo de auxiliar a usuária, estimulando a autogestão de conteúdos e preparando para o mercado. As soluções escolhidas buscam:

1. Disponibilizar conteúdos formativos;
2. Estimular a troca de aprendizado entre as mulheres participantes da iniciativa de diferentes níveis;
3. Auxiliar as organizadoras no processo de captação de apoiadores e monitoração de aprendizados das mulheres participantes;

Figura 15 - Crazy eight



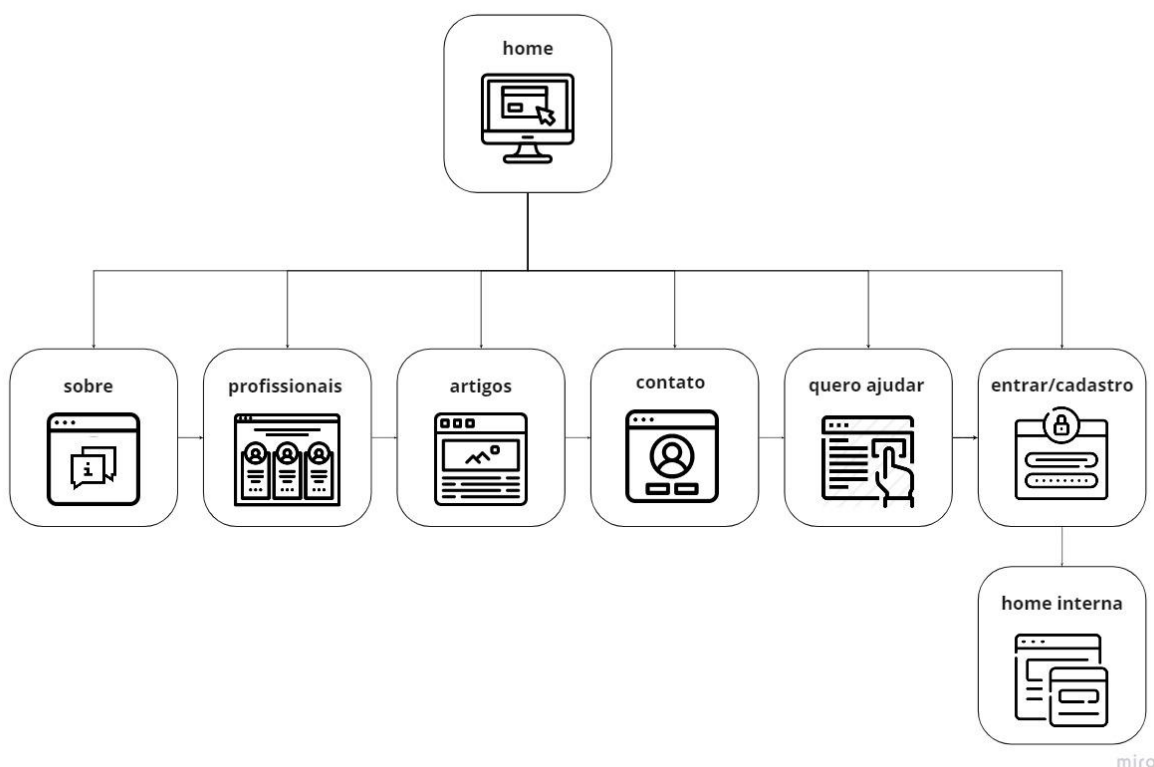
Fonte: a autora (2021)

## 5.2.4 Arquitetura da informação

### 5.2.5 Sitemap

Essa ferramenta consiste em uma documentação de toda a estrutura que irá conter na plataforma, especificando as telas e hierarquia. Com o sitemap é possível visualizar as funções primordiais de um site da forma que se compreenda como será o seu conteúdo. Sendo também fundamental para a orientação da equipe de desenvolvimento com relação a criação das telas da interface (Pereira, 2018). Na Figura 16, conseguimos visualizar a organização da plataforma deste projeto.

Figura 16 - Sitemap



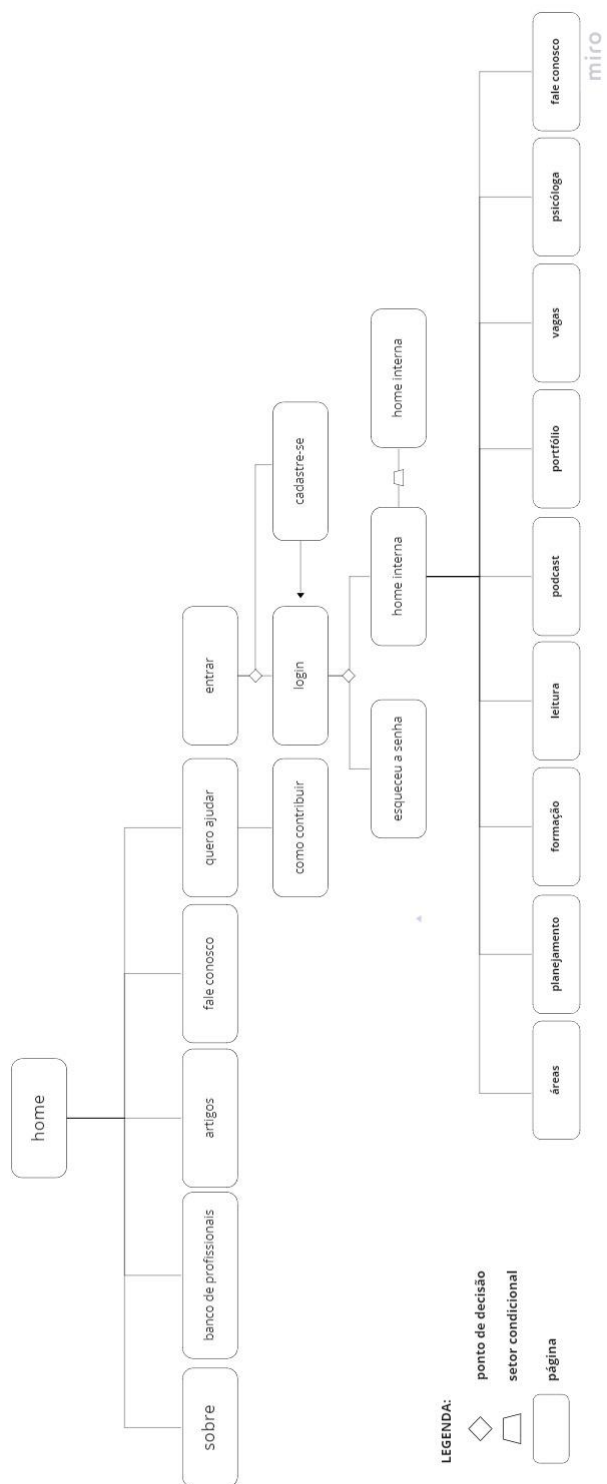
Fonte: a autora (2021)

### **5.2.6 Fluxo de navegação**

No fluxo de navegação do site é possível visualizar de uma forma facilitada o entendimento das transições e interações que irão estar presentes na interface. O fluxograma é essencial para a visualização do projeto no geral, com essa ferramenta é possível compreender os caminhos tornando-o mais prático e objetivo, conforme Figura 17 (PEREIRA, 2018).



Figura 17 - Fluxo de Navegação



Fonte: a autora (2021)

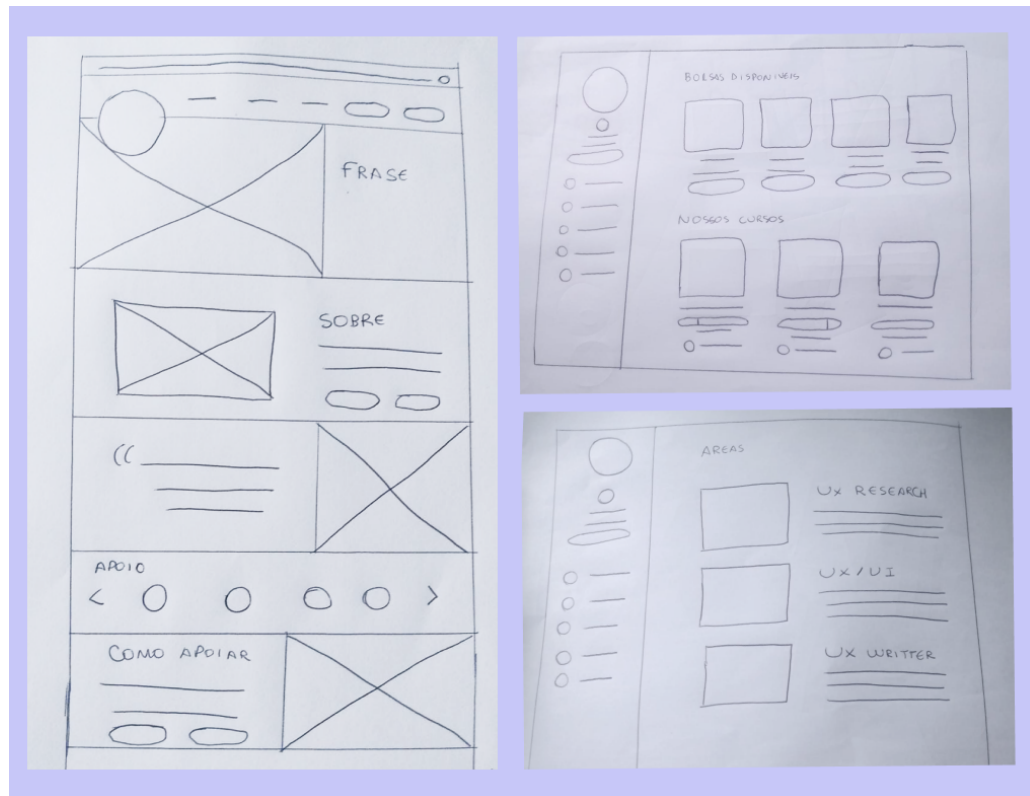
### 5.3 PROTOTIPAÇÃO

Na fase de prototipação é onde vamos testar as funcionalidades do projeto e verificar se o direcionamento que o design tomou condiz com o desenvolvimento do sistema, além de testar a viabilidade técnica da ideia (Macedo, 2018). Serão desenvolvidos protótipos em diferentes níveis de fidelidade para uma simulação mais real do produto final.

#### 5.3.1 Protótipo de papel

Na construção do protótipo de papel, também conhecido como protótipo de baixa fidelidade, o designer não precisa se preocupar em fidelizar a estética do produto final, o ideal é que sejam aplicadas as ideias para análise das funcionalidades, em um tempo curto e com baixo custo. De acordo com a estrutura definida nas etapas anteriores (Souza, 2020). O resultado pode ser mostrado na Figura 18, a partir dessa ideia inicial podemos seguir para o próximo nível de fidelização.

Figura 18 - Protótipo de papel

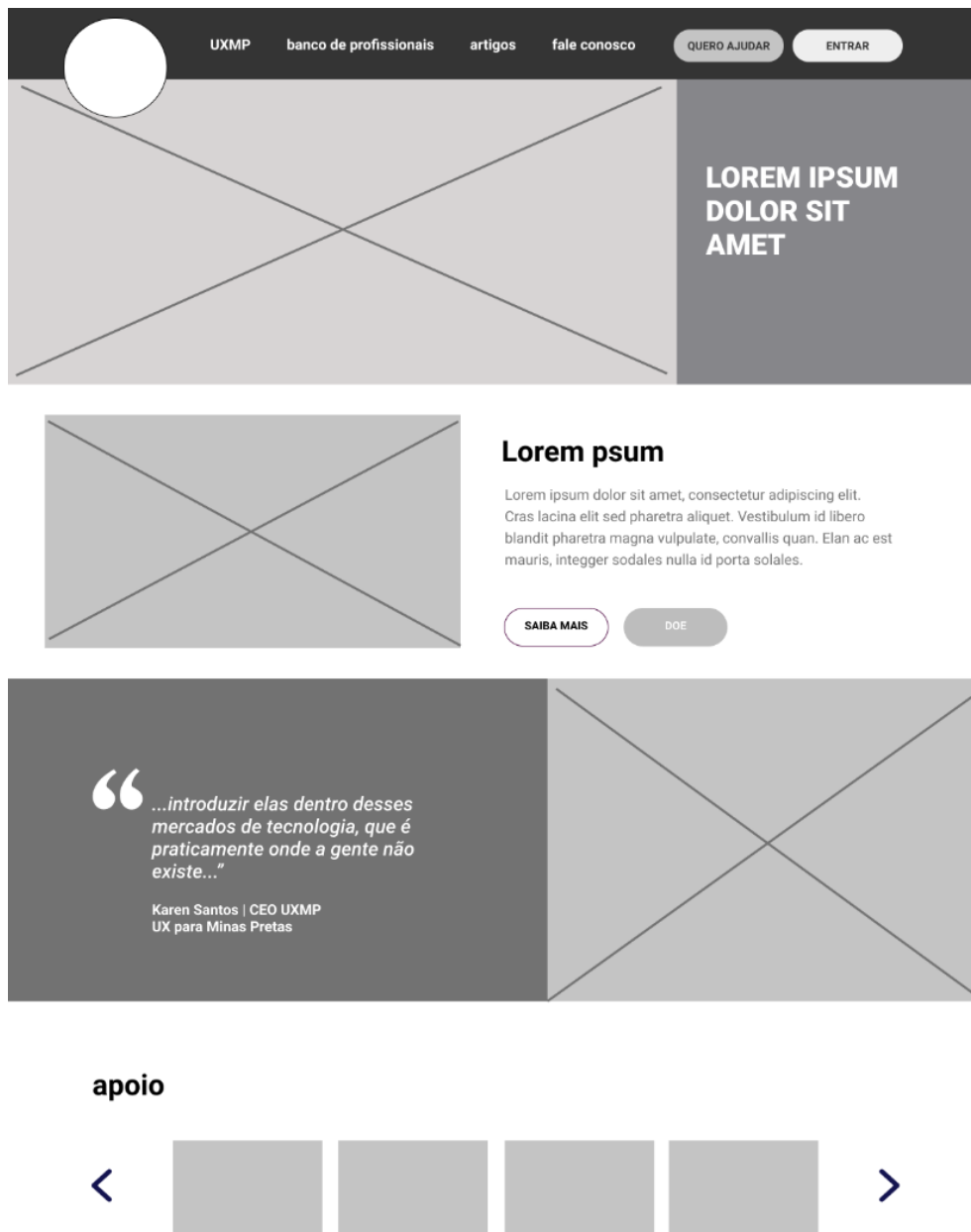


Fonte: a autora (2021)

### 5.3.2 Wireframe

Sendo uma ótima ferramenta para demonstrar as funcionalidades da interface e as informações contidas nas páginas. Consiste em um rascunho da tela posicionando as informações e a navegação com o intuito de demonstrar a organização e hierarquia dos componentes, sem conter a aplicação do projeto visual (Memória, 2006). O resultado pode ser visualizado na Figura 19.

Figura 19 - Wireframe



Fonte: a autora (2021)

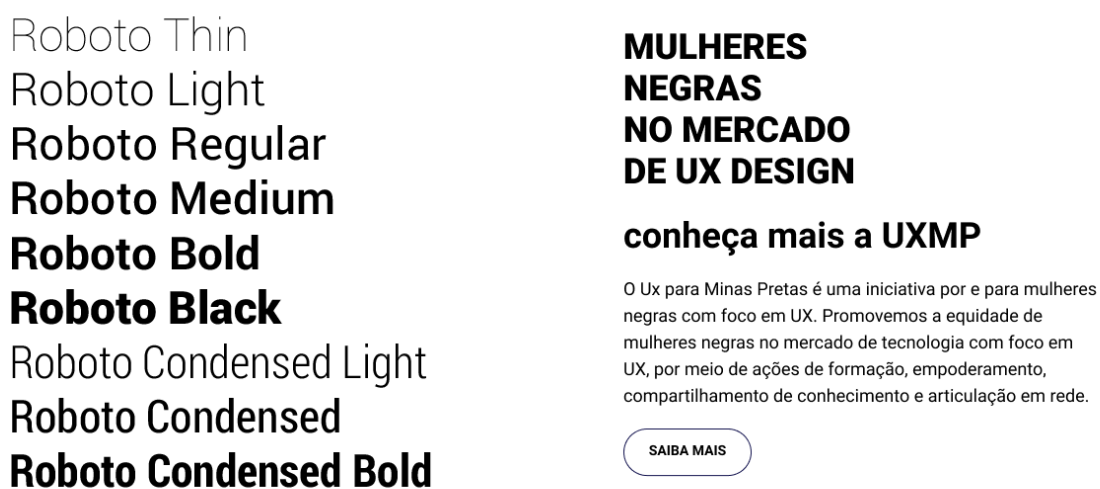
### 5.3.3 Guia de estilos

Para uma consistência do produto é importante que se defina um guia de estilos, permitindo que seja mais fácil a criação e desenvolvimento do projeto e também garantindo uma uniformidade e maior qualidade. Para assegurar essa continuidade é importante documentar em um sistema de design os padrões estabelecidos (Melo, 2018). Nesta plataforma foi definido um guia de estilos respeitando a construção da identidade visual já presente da iniciativa UX para as Minas Pretas.

#### 5.3.3.1 Tipografia

Para o projeto visual da interface utilizamos a família tipográfica Roboto, que tem uma variedade de estilos com boa legibilidade e pregnância se adequando bem a funcionalidade do projeto. A Roboto é uma tipografia com traços consistentes, sem serifa e de conceito moderno e acessível, funcionando em legendas, títulos e textos apresentando um bom contraste com as cores e formas presentes na interface. Conforme a Figura 20.

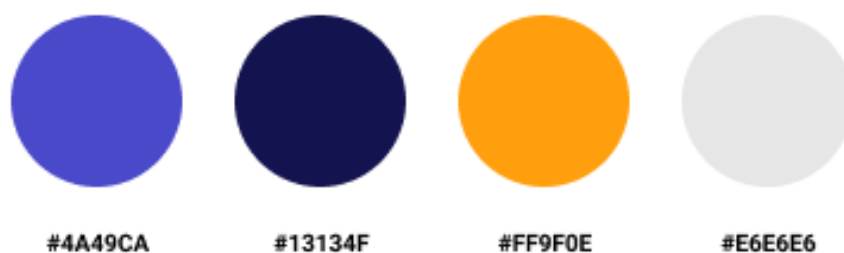
Figura 20 - Guia de estilos - Tipografia Roboto



### 5.3.3.3 Cores

As cores da interface seguem de acordo com as cores presentes na identidade visual da iniciativa UX para as Minas Pretas, como demonstrado na Figura 21.

Figura 21 - Guia de estilos - Cores



Fonte: a autora (2021)

Os tons foram se ajustando de forma ergonômica, conforme os contrastes necessários para o máximo aproveitamento das interações digitais dos usuários, como afirma Santos *et al.* (2018):

A ergonomia das cores das interfaces é a parte da ergonomia que engloba o bem estar do usuário, bem como proporcionar o máximo de aproveitamento de sua interação e percepção do que lhe é apresentado em determinada interface, sem que o mesmo tenha sua visão agredida, enquanto olha para a tela do equipamento ou computador que apresenta a interface gráfica. Vale ressaltar que as necessidades dos usuários finais são diferenciadas e, a qualidade em uso deve ser analisada quando do planejamento de sistemas computacionais (SANTOS et al, 2018).

### 5.3.3.3 Ícones e botões

Os botões foram criados no formato levemente arredondado com o objetivo de tornar a plataforma mais leve e descontraída, trazendo assim um conforto visual para os usuários. Os ícones seguem com esse mesmo intuito dos botões e para reforçar a leveza na plataforma o estilo definido foi o *LineArt*, que é o desenho em linha. As cores dos ícones e botões seguem a paleta cromática da identidade visual da iniciativa UX para as Minas Pretas. Na Figura 22 podemos visualizar os resultados.

Figura 22 - Guia de estilos - Ícones e Botões



Fonte: a autora (2021)

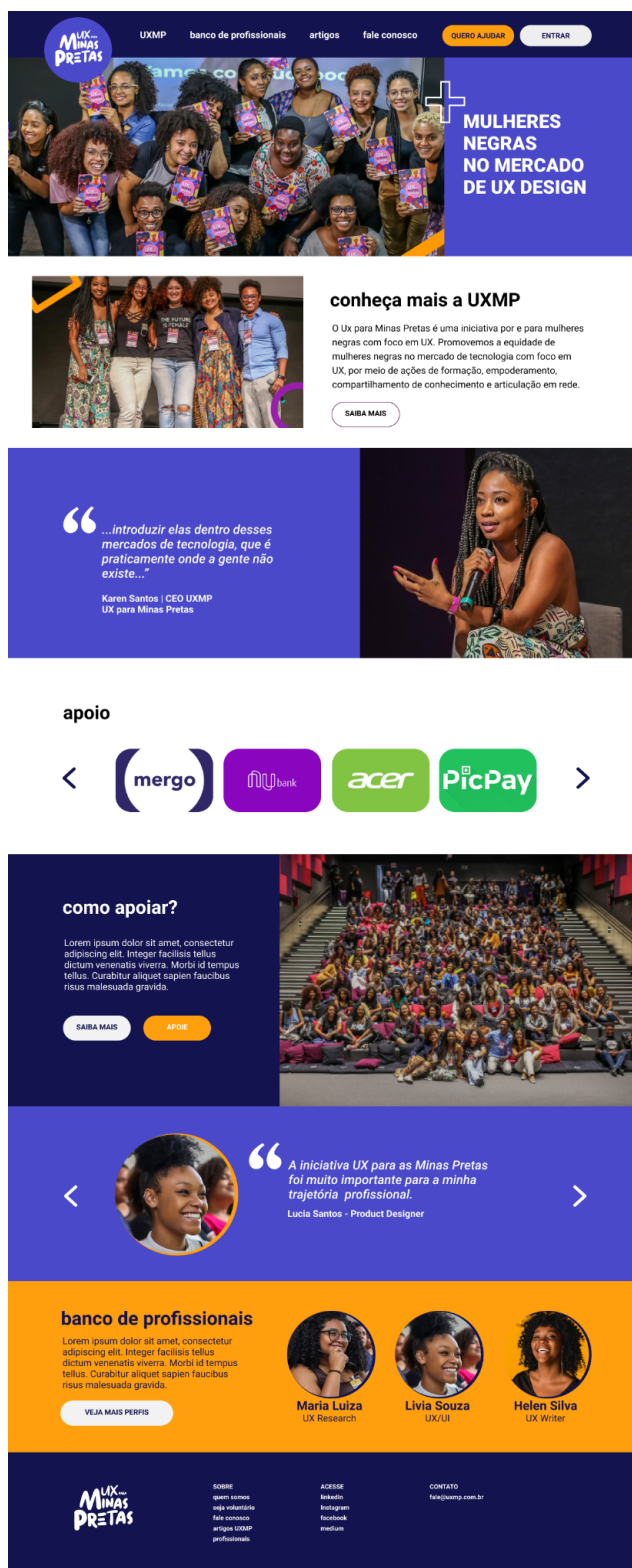
### 5.3.4 Protótipo de alta fidelidade

Com a realização das etapas anteriores do Design Centrado no Usuário, foi projetado o protótipo de alta fidelidade da plataforma seguindo o padrão de cores, tipografia e botões definidos no guia de estilos. As seções projetadas foram: página inicial, quero ajudar, página de login, área de usuária (home interna), áreas, formações, podcast, vagas, portfólio, fale conosco.

A página inicial da plataforma é composta pelo cabeçalho, menu e um carrossel fixo da necessidade de existência da iniciativa, uma chamada para a página que explica mais sobre a iniciativa, a frase de impacto da idealizadora Karen Santos, exibição da marca dos apoiadores da iniciativa, chamada para novos apoiadores, slide de feedbacks das integrantes, banco de profissionais e rodapé com informações e links sobre a plataforma. Conforme ilustra a Figura 23 abaixo:



Figura 23 - Protótipo de alta fidelidade - página inicial



Fonte: a autora (2021)

Na página inicial o usuário pode ser direcionado para a área de login/cadastro, conforme a Figura 24, possibilitando que seja acessado a home interna que é a área de aprendizado. Na composição da página de login terão frases ditas por mulheres negras inspiradoras da sociedade brasileira assim como sua imagem, alterando em cada acesso a página. O objetivo é expressar que esse é um espaço acolhedor e de fortalecimento de suas identidades. Na projeção feita da tela de login temos a imagem de Elza Soares, uma cantora negra brasileira, e uma de suas frases inspiradoras que diz: “Precisamos ser criadas para a liberdade. O mundo é grande demais para não sermos quem a gente é!”

Figura 24 - Protótipo de alta fidelidade - login/cadastro

**MIX... MINAS PRETAS**

UXMP    banco de profissionais    artigos    fale conosco    **QUERO AJUDAR**    ENTRAR

**Olá, preta! Que bom ter você conosco**

ana@gmail.com

\*\*\*\*\*

**ENTRAR**

[esqueceu sua senha](#)

**CADASTRE - SE**

**MIX... MINAS PRETAS**

**SOBRE**  
quem somos  
seja voluntário  
fale conosco  
artigos UXMP  
profissionais

**ACESSE**  
linkedin  
Instagram  
facebook  
medium

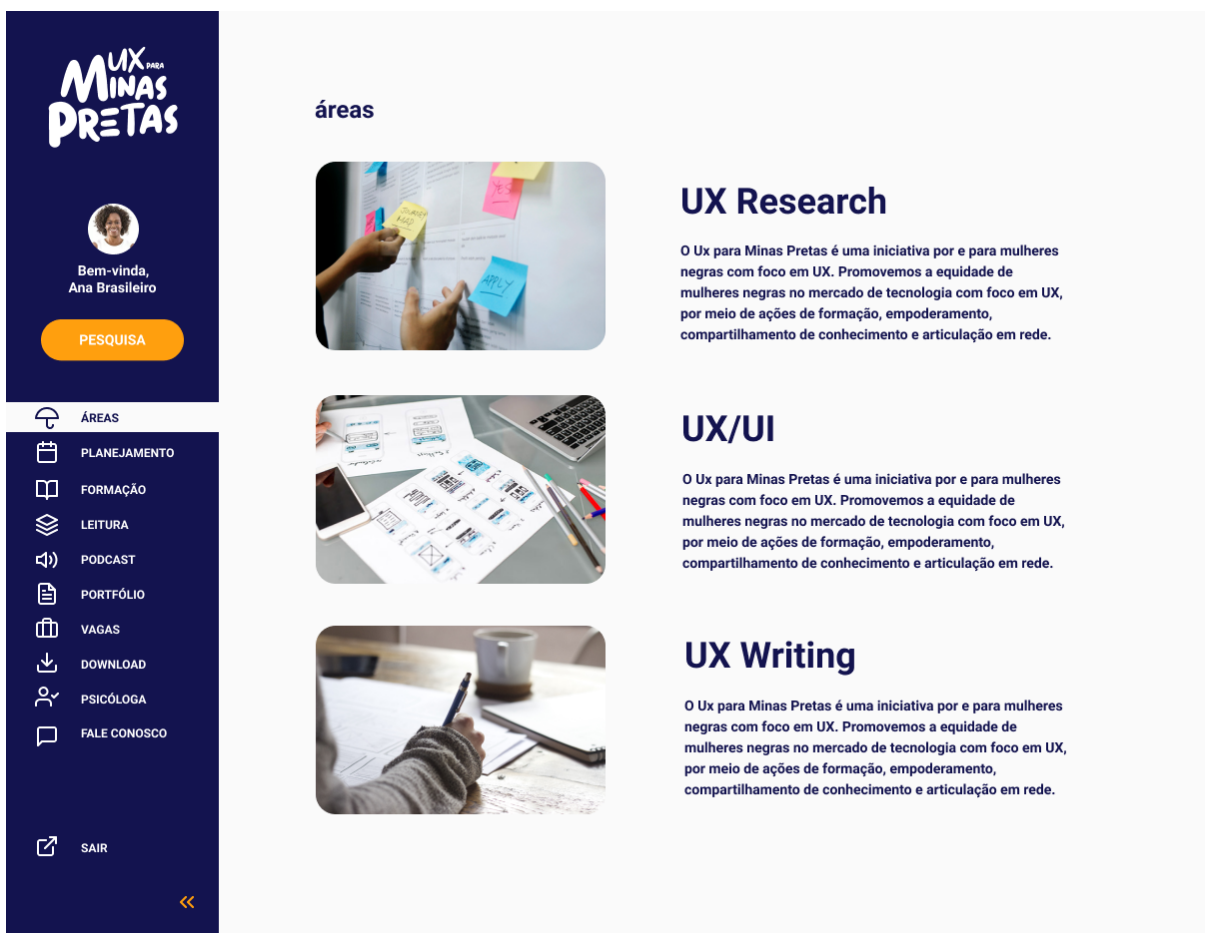
**CONTATO**  
fale@uxmp.com.br

“  
...Precisamos ser criadas para a liberdade.  
O mundo é grande demais para  
não sermos quem a gente é...  
Elza Soares - Cantora

Fonte: a autora (2021)

Após a página de login a usuária tem acesso à área de aprendizados, conforme a Figura 25. Essa página só pode ser acessada por integrantes da iniciativa, onde se concentram as informações e conteúdos destinados a formação de carreira e fortalecimento de sua identidade enquanto mulher negra.

Figura 25 - Protótipo de alta fidelidade - área de aprendizado

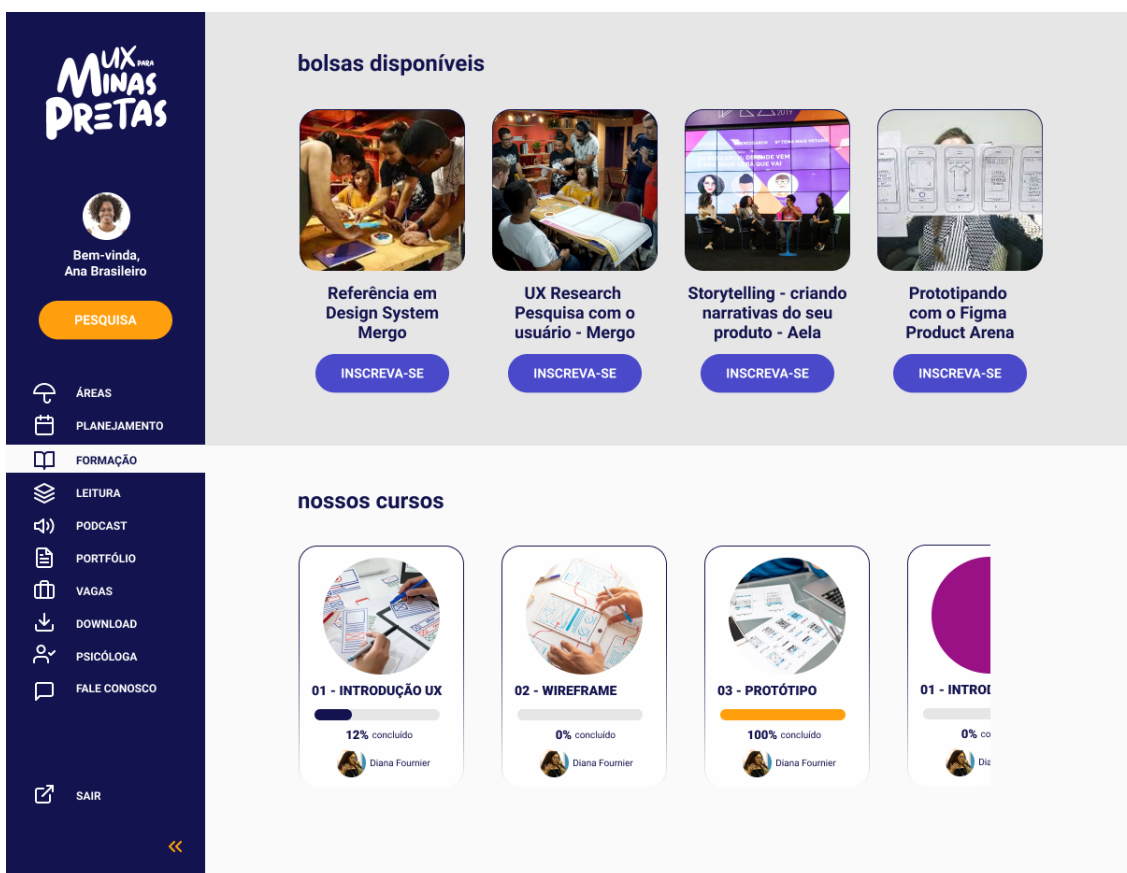


Fonte: a autora (2021)

Na área de aprendizado a usuária, terá acesso a saber mais informações sobre as áreas que pode atuar, fazer um planejamento de estudos, cursos de formação, ler artigos das outras integrantes ou sugeridos, podcast sobre a área, construção de portfólio com acesso a mentorias, vagas destinadas para elas, download de materiais, direcionamento para psicóloga parceiras ou com preços acessíveis e o fale conosco que direciona a mensagem para as integrantes que organizam a iniciativa.

A seção de formação (Figura 26) traz cursos disponíveis da própria plataforma, gravados por integrantes da iniciativa ou apoiadores que disponibilizam conteúdos, contam com uma barra de progresso para a usuária conseguir acompanhar o seu desenvolvimento em cada curso. Também tem a parte das bolsas disponíveis, que são bolsas de cursos disponibilizadas por escolas parceiras, onde as integrantes podem se inscrever e serem sorteadas.

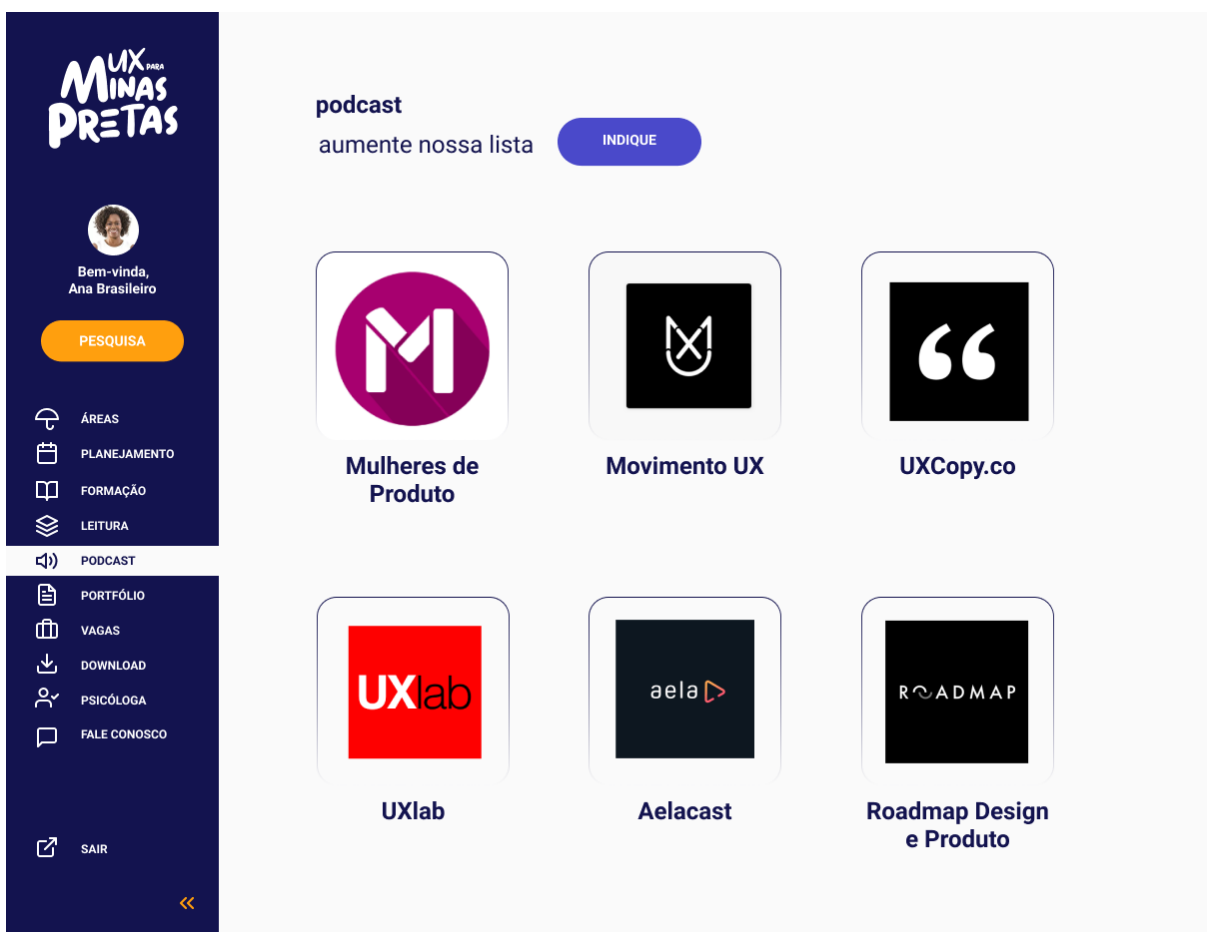
Figura 26 - Protótipo de alta fidelidade - formação



Fonte: a autora (2021)

A seção de podcast (Figura 27) sugere os que estão em evidência na área, aumentando o repertório das integrantes com relação aos conteúdos consumidos. Também tem um botão para que a integrante sugira outros podcasts que não estão ainda na lista.

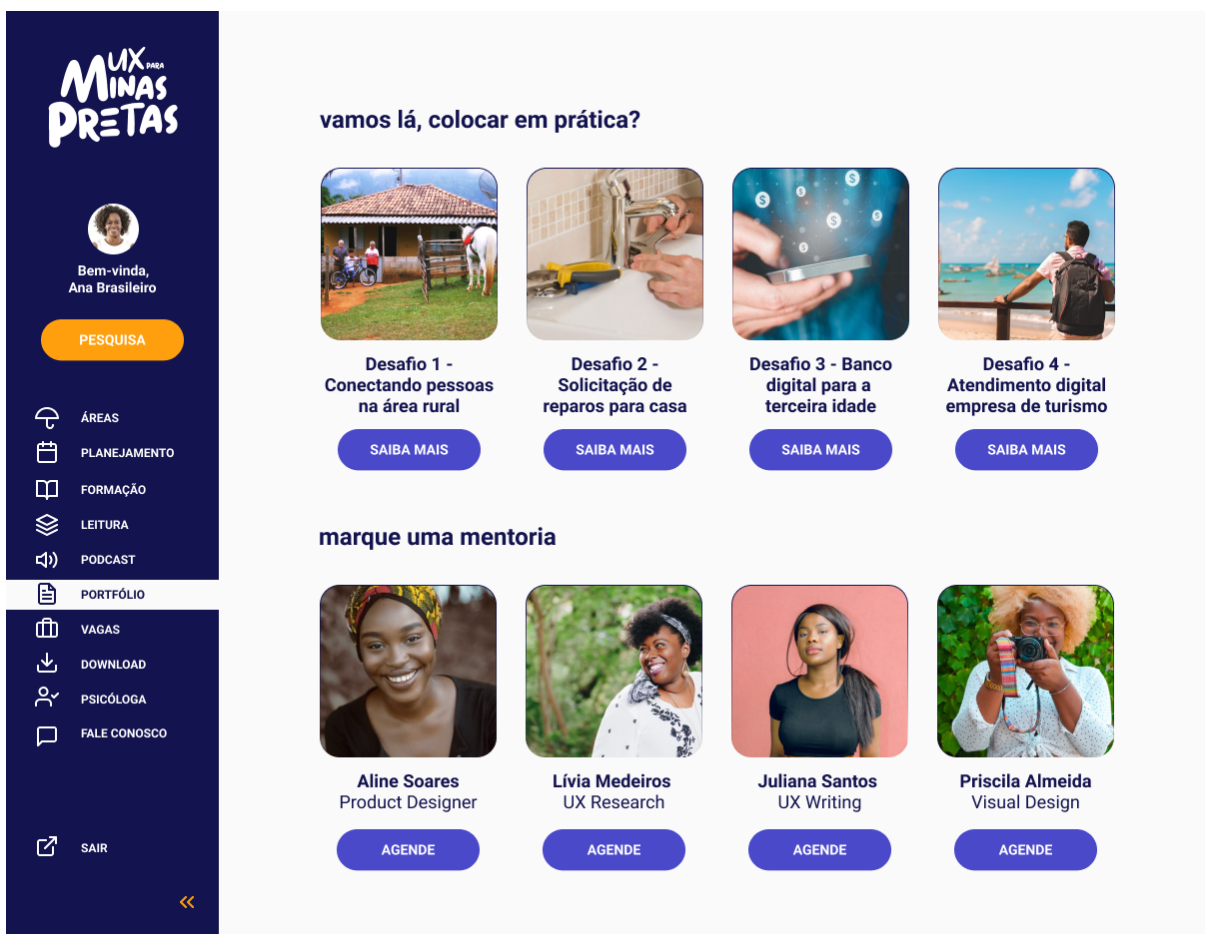
Figura 27 - Protótipo de alta fidelidade - podcast



Fonte: a autora (2021)

Na aba de portfólio (Figura 28) a integrante pode acessar desafios pré definidos, para realizar em grupo ou de forma individual. Colocando em prática tudo que aprendeu na plataforma e assim facilitando na construção de um portfólio para garantir a segurança na hora de concorrer a uma vaga. Também tem a opção de marcar uma mentoria, onde voluntárias da própria iniciativa, com um nível maior de senioridade, podem se inscrever para compartilhar suas experiências e colaborar na construção de carreira de outras mulheres negras.

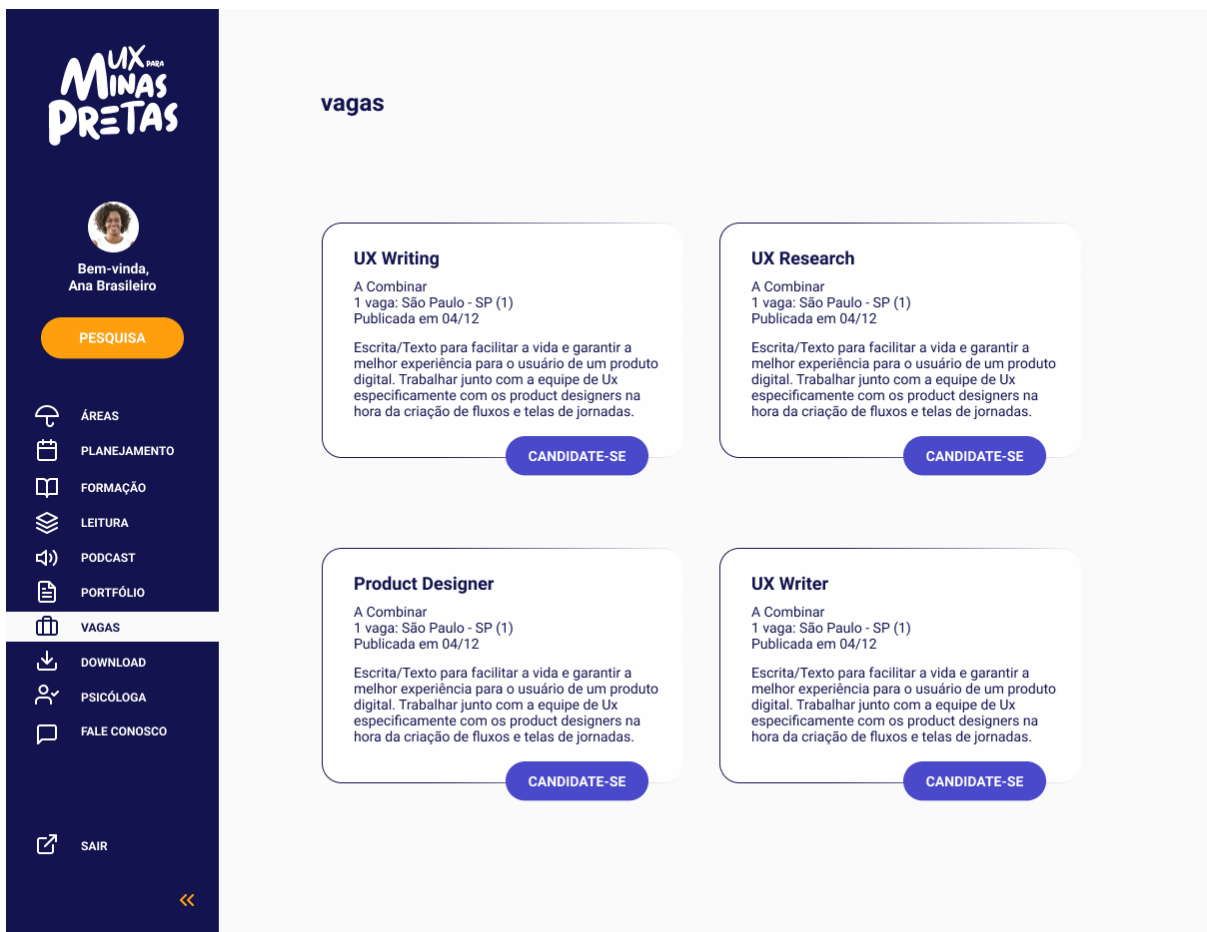
Figura 28 - Protótipo de alta fidelidade - portfólio



Fonte: a autora (2021)

Na página de vagas temos de forma visível todas as oportunidades de emprego que estão abertas no momento da consulta na plataforma. Com a opção de um botão para se candidatar na vaga escolhida, conforme a Figura 29.

Figura 29 - Protótipo de alta fidelidade - vagas



Fonte: a autora (2021)

O protótipo de alta fidelidade foi projetado na plataforma Figma, que é um editor gráfico de vetor e protótipos. O objetivo foi simular como a interação do site funciona. O acesso pode ser feito pelo link: <https://cutt.ly/EvjKuNv>.

## 5.4 AVALIAÇÃO

### 5.4.1 Teste de Usabilidade

Neste método se tem a possibilidade de testar as funcionalidades da interface, com a chance de minimizar erros nos focos de dificuldades encontrados. O intuito é identificar os aprendizados e melhorar o produto. Pereira (2018) confirma a importância da validação da solução:

Além de surgirem novas ideias de funcionalidades para os produtos, realizar testes com usuários é bastante útil por outros motivos. Serve para validar se a solução que você desenhou funciona de verdade, para entender como as pessoas recebem e percebem o produto, e também é uma ótima oportunidade para descobrir necessidades não atendidas pelo produto testado (PEREIRA, 2018, p 148)

Mesmo considerando importante a validação da solução encontrada, não foi possível no momento a realização do teste de usabilidade com as usuárias desta plataforma. Tendo este trabalho ocorrido entre janeiro a abril de 2021, no contexto da pandemia da Covid-19.



## 6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi criar uma plataforma digital para a iniciativa UX para as Minas Pretas, pretendendo auxiliar no aprendizado da área de User Experience Design das mulheres negras integrantes do projeto, facilitando assim a entrada delas no mercado de trabalho. Além disso, a plataforma pretende otimizar as formas de trabalho das integrantes que organizam a iniciativa, facilitando na captação de dados, acompanhamento mais próximo de cada integrante e prospecção de novos apoiadores. Assim fortalecendo e trazendo mais oportunidades para essas mulheres negras.

Para alcançarmos esse objetivo foi utilizado os métodos do Design Centrado no Usuário e alguns métodos do Design Thinking. Na escuta com as *stakeholders* conseguimos mapear as dificuldades enfrentadas no planejamento de estudos e acompanhamento das oportunidades dentro das possibilidades de soluções hoje existentes, que são os grupos do Telegram, grupo no Facebook e Instagram.

Na pesquisa quantitativa conseguimos identificar com mais precisão os perfis das usuárias, sanando dúvidas levantadas na matriz de certezas, suposições e dúvidas, assim trazendo muitos insights na etapa de ideação, .

Com as etapas da metodologia aplicada e fundamentação teórica sendo executadas de forma satisfatória foi possível a materialização do protótipo de alta fidelidade da plataforma da iniciativa. Para a medição do sucesso da interface foi realizado teste de usabilidade e também medições a escala através do SUS - System Usability Scale, avaliando a efetividade, eficiência e satisfação do produto.

Com isso o projeto contribui de forma positiva, buscando estimular a inserção de mais mulheres negras no mercado da tecnologia, tornando o mercado mais diverso e oportunizando o aprendizado das mulheres negras interessadas na área de UX. O intuito é a continuação e aprimoração da pesquisa para que seja identificadas as nuances das dificuldades e assim serem apresentadas propostas de melhoramento do produto projetado.

## REFERÊNCIAS

ABREU, Zina, p 454 **Luta das mulheres pelo direito de voto - movimentos sufragistas na Grã-Bretanha e nos Estados Unidos**, 2002

AFONSO, Nathália (2019). **Dia da Consciência Negra: números expõem desigualdade racial no Brasil**. Disponível em:  
<https://piaui.folha.uol.com.br/lupa/2019/11/20/consciencia-negra-numeros-brasil/#:~:text=56%2C10%25>. Acessado em: 07/12/2020.

ASSIS, Wendell, 2014, p 614. **Do Colonialismo à Colonialidade: expropriação territorial na periferia do capitalismo**  
(<https://www.scielo.br/pdf/ccrh/v27n72/11.pdf>)

BATISTOTI, Vitória (2020). **A herança da escravidão para o Brasil**. Disponível em: <http://www2.eca.usp.br/njsaoremo/?p=4427> . Acessado em 10/04/2021.

BILL, Mv; **Causa e Efeito**; Chapa Preta, 2010. Disponível em:  
<https://www.letras.mus.br/mv-bill/1650367/>. Acessado em 10/04/2021

Brasil de Fato, 2019, **Racismo e machismo mantêm mulheres negras no grupo de menores salários do país**, Disponível em:  
<https://www.brasildefato.com.br/2019/11/19/racismo-e-machismo-mantem-mulheres-negras-no-grupo-de-menores-salarios-do-pais> Acessado em 10/04/2021

BROWN, Tim; **Design Thinking - Uma Metodologia Poderosa Para Decretar o Fim Das Velhas Ideias**, Rio de Janeiro, Editora: Alta Books, 2018

CLOSS, Danieli; ALMEIDA, Marcia. p 02; **Storytelling como estratégia de engajamento entre público e marca - o (re) posicionamento da marca Lego**. 2016

D'AVILLAR, Priscila. 2020. **Matriz Esforço x Impacto: Aprenda a priorizar suas atividades**. Disponível em:

<https://dnc.group/blog/projetos/conheca-a-matriz-de-esforco-e-impacto/>  
Acessado em 10/04/2021

DRUMONTT, Mary Pimentel, **Elementos para uma análise do machismo**,  
Perspectivas: Revista de Ciências Sociais, São Paulo. Vol. 20, p 81-85. 1980

FERREIRA, Marcela; GHIRADELLO, Luciane, **O Benchmarking como  
ferramenta de gestão: Um estudo em departamentos de viagens  
corporativas nas empresas**, 2014

G1, Globo (2020) **Menos de 5% dos trabalhadores negros têm cargos de  
gerência ou diretoria, aponta pesquisa** Disponível em:  
<https://g1.globo.com/economia/concursos-e-emprego/noticia/2020/09/24/menos-de-5percent-dos-trabalhadores-negros-tem-cargos-de-gerencia-ou-diretoria-aponta-pesquisa.ghtml> Acessado em: 10/04/2021

Google (2020). **Design sprint kit**. Disponível em:  
<https://designsprintkit.withgoogle.com/>. Acessado em 10/04/2021

GONÇALVES, Patrícia. 2019. **Como o racismo algoritmo se vale da  
ausência de negros na tecnologia**. Disponível  
em:<https://medium.com/uxmpretas/ux-para-minas-pretas-uma-iniciativa-para-formar-profissionais-do-futuro-c6718b3a1775> Acessado em 12/04/2021

GOTTSCHALL, Jonathan. 2013; **Infecting An Audience: Why Great Stories  
Spread**. Disponível em:  
<https://www.fastcompany.com/3020046/infecting-an-audience-why-great-stories-spread>. Acessado em: 12/04/2021

GRILO, André. **Experiência do Usuário em interfaces digitais:  
compreendendo o design nas tecnologias de informação**, Natal, RN:  
Sedis-UFRN, 2019

GUERRA, Guilherme R. **O papel do Estado na marginalização da  
população negra**. 2019 Disponível em:  
<https://www.geledes.org.br/o-papel-do-estado-na-marginalizacao-da-populacao->

negra/?gclid=CjwKCAjwjuqDBhAGEiwAdX2cjySWj-W7FHDRy\_N-23GEOLarHt  
qGLm8MNEss\_GF5pGVUmfVmbAx5txoCStAQAvD\_BwE . Acessado em:  
12/04/2021

Instituto Brasileiro de Geografia Estatística, 2020 Disponível em:  
<https://sidra.ibge.gov.br/tabela/6403> Acessado em: 12/04/2021

Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada, 2019, Disponível em:  
[https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com\\_alphacontent&view=alpha  
content&Itemid=144](https://www.ipea.gov.br/portal/index.php?option=com_alphacontent&view=alphacontent&Itemid=144) Acessado em: 12/04/2021

MACÊDO, Fernando A. **Onde Doar: Criação de Plataforma colaborativa para mapeamento de instituições beneficentes de João Pessoa baseada no método de Design Centrado no Usuário** . 2018. Trabalho de Conclusão de curso - Instituto Federal da Paraíba. Cabedelo, 2018

MANZINI, E. J. **A entrevista na pesquisa social**. Didática, São Paulo, v. 26/27, p. 154, 1990/1991.

MELO, Anderson. **A importância do Guia de Estilos no processo de desenvolvimento de software**. 2018 Disponível em:  
<https://blog.neomind.com.br/importancia-style-guide-design/> Acessado em:  
12/04/2021

MEMÓRIA, F. (2005). **Design para internet: projetando a experiência perfeita**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora

Nielsen Norman Group, 2012, **Usability 101: Introduction to Usability**  
Disponível em:  
<https://www.nngroup.com/articles/usability-101-introduction-to-usability/>  
Acessado em 10/04/2021

OLIVEIRA, Caio Cesar G. **Vamos Fazer Design de Interação**. Minas Gerais, 2013.

PEREIRA, Rogério. **User experience design: Como criar produtos digitais com foco nas pessoas**. São Paulo, SP: Casa do Código, 2018

PINTO, Céli Regina, p 17. **Feminismo, história e poder**. 2009

PREECE, Jennifer; ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen (Autor). **Design de interação: além da interação homem-computador**. Porto Alegre, RS: Bookman, 2005

PRUITT, J.; ADLIN, T. **The persona lifecycle: keeping people in mind throughout product design**. San Francisco: Morgan Kaufmann Publishers, 2006.

QUEIROZ, Rafaela Cristina S. **Os efeitos do racismo na autoestima da mulher negra**, 2019

Revista Galileu (2020), **Emojis são criados com base na percepção de brancos, constata estudo**. Disponível em: <https://revistagalileu.globo.com/Tecnologia/noticia/2020/07/emojis-sao-criados-com-base-na-percepcao-de-brancos-constata-estudo.html>. Acessado em 12/04/2021.

RIBEIRO, Djamila. **Pequeno Manual Antirracista**, São Paulo, Editora Companhia das Letras, 2019

RIBEIRO, Djamila. **Feminismo Negro para um Novo Marco Civilatório**, Sur - Revista Internacional de Direitos Humanos, São Paulo. Vol 13, p 99-104. 2016

SANTOS, Edson M., CASTRO, Éverton C., FERREIRA, Juliana B. MINEIRO, Stello M. **Ergonomia das Cores nas Interfaces com Ênfase na Inclusão Digital de Pessoas Daltônicas**, 2018

SOUZA, Tamires N. **Roteiro Inclusivo: Uma Plataforma Turística da Cidade de João Pessoa com Informações de Acessibilidade para Pessoas com Deficiência Física e Visual**. 2020. Trabalho de Conclusão de curso - Instituto Federal da Paraíba. Cabedelo. 2020.

VIEIRA, Kauê. 2019. **Reconhecimento facial vira ameaça para negros; maioria entre presos.** Disponível em: <https://www.hypeness.com.br/2019/11/reconhecimento-facial-vira-ameaca-para-negros-maioria-entre-presos/>. Acessado em 12/04/2021

VIEIRA, Kauê. 2019. **Como o racismo algoritmo se vale da ausência de negros na tecnologia.** Disponível em: <https://www.hypeness.com.br/2019/08/como-o-racismo-algoritmo-se-vale-da-ausencia-de-negros-na-tecnologia/> Acessado em 12/04/2021

TEIXEIRA, Fabrício. **Introdução e Boas Práticas em UX Design.** São Paulo: Casa do Código, 2014

## **ANEXOS**

### **Roteiro de entrevistas feitas, online, com os stakeholders.**

#### **Introdução e apresentação do projeto**

Olá, também sou integrante da iniciativa UX para as Minas Pretas e estou fazendo essa pesquisa para o meu projeto de conclusão de curso, do Instituto Federal da Paraíba e estou sendo orientada pelo professor doutor Rodrigo Medeiros. E o objetivo dessa escuta é entender, por outra ótica, como funciona a interação entre o grupo e como é o processo de aprendizado e entender sobre a inserção no mercado de trabalho. Estou aqui disposta para conversar e tentar entender a situação e aprender com você. Vale ressaltar que é uma pesquisa com o consentimento de Karen Santos, a CEO da iniciativa. E desde já agradeço por ter aceitado conversar comigo e te digo que vai ser muito importante te escutar. Ah, importante te falar também que não existe resposta certa ou errada. Não estou aqui para te avaliar. Só gostaria mesmo de entender suas experiências e vivências.

#### **Mulher buscando por vagas e com aprendizado médio/baixo**

1. Me conta brevemente sobre você e sobre sua rotina.
2. Qual a sua área de atuação?
3. Antes da iniciativa você participou de algum curso de UX?
4. Você já participou de algum curso ou oficina divulgado no grupo?
5. Você já fez algum projeto *case*?
6. Como foi? Foi proposto pelo grupo ou iniciativa própria? Foi sozinha ou com outras participantes?
7. Você se sente confiante em disputar uma vaga?
8. Você já se candidatou a alguma vaga?
9. Quais as dificuldades que você está tendo na busca por um emprego?
10. Você acessa o instagram da iniciativa?
11. Você acessa o trello?
12. Com relação ao grupo da iniciativa você se sente ativa?
13. O que te impede de ser ativa?
14. Você tem alguma pergunta, ou algo a mais para acrescentar?

#### **Mulher que já está no mercado de UX e com aprendizado médio/alto**

1. Me conta brevemente sobre você e sobre sua rotina.

2. Sobre seu emprego atual: Há quanto tempo você está empregada? Como você conseguiu esse trabalho, foi por meio da iniciativa? É o seu primeiro emprego na área?
3. O que você acha que a ajudou a conseguir essa vaga? (Foi algo no seu currículo, alguma pergunta que você tenha respondido na entrevista ou indicação?)
4. Quais foram as dificuldades quando você estava buscando trabalho?
5. O que te faz permanecer no grupo da iniciativa?
6. Quais os aprendizados adquiridos por meio da iniciativa?
7. Você trabalha com outras mulheres negras? Isso te incomoda?
8. O que uma empresa ideal precisaria ter?
9. O que você diria para as outras mulheres do grupo que ainda estão no processo de aprendizado e busca por uma vaga?
10. Você tem alguma pergunta, ou algo a mais para acrescentar?

### **Mulher que organiza a iniciativa**

1. Como nasceu a iniciativa e quais eram as expectativas?
2. Quais as funções de cada plataforma de conteúdo da iniciativa? (Trello, Telegram, Instagram)
3. Quantas mulheres tem o time da organização?
4. Quais as funções que as mulheres que organizam precisam desempenhar?
5. Como é o processo de entrada na iniciativa?
6. A iniciativa tem o controle de quantas mulheres estão empregadas?
7. A iniciativa tem o controle dos níveis de aprendizado dessas mulheres?
8. Como a iniciativa mantém os dados atualizados?
9. A iniciativa precisa dar algum tipo de retorno para algum apoiador? Como são feitas essas comprovações?
10. Quais são as contribuições (de apoiadores) que a iniciativa aceita? ou propõe?
11. Como uma participante da UXMP pode colaborar com o projeto?
12. Qual a perspectiva da iniciativa a longo prazo?

### **Formulário para o perfil das usuárias**

1. Qual a sua idade?
2. Tem interesse em migrar para a área de UX?
3. Se não é UX, qual a sua área de atuação?
4. Qual sua situação atual?
5. Você trabalha com outras mulheres negras, quantas?
6. Você já passou por algum constrangimento na hora da entrevista por parte do entrevistador/empresa?
7. Caso se sinta confortável, pode nos contar um pouco sobre a situação?
8. Você é uma mulher ativa nas conversas do grupo da UXMP?
9. Você se sente à vontade para falar no grupo do telegram da UXMP sobre suas dúvidas da área?



10. Caso não, tem alguns motivos que te fazem chegar a essa resposta. Poderia nos dizer o porquê você não se sente à vontade
11. Você conheceu a área de UX através da iniciativa UX para as Minas Pretas?
12. Você consegue visualizar e aplicar as etapas de realização de um projeto de UX?
13. Como você considera o seu conhecimento na área?
14. Você se sente preparada para disputar uma vaga?
15. Você consegue acompanhar as oportunidades de cursos e vagas que surgem?
16. Com relação às vagas de empregos que surgem nos grupos da UXMP, você já se candidatou para alguma?
17. Caso sim, você conseguiu a oportunidade de emprego?
18. Você tem uma rotina diária de estudos sobre a área?
19. Caso não, o que te impede de estudar? (EX: motivação, tempo, disponibilidade, ....)
20. Quais as plataformas que você mais utiliza para aprendizado?
21. Com relação às oportunidades de formação que surgem na iniciativa (UXMP) você:
22. Um curso de UX disponibilizado nas escolas de tecnologia (Mergo, Aela, UX Unicórnio, entre outras) está de acordo com a sua realidade financeira?