



**INSTITUTO FEDERAL DA PARAÍBA
CAMPUS CABEDELLO
CURSO DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO**

GABRIELA COELHO CARVALHO DOS SANTOS

**UNI ESCOLHA: DESENVOLVIMENTO DE SITE INFORMATIVO PARA AUXILIAR
NO PROCESSO DE ESCOLHA DA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR**

**CABEDELLO-PB
2024**

TÍTULO: UNI ESCOLHA: DESENVOLVIMENTO DE SITE INFORMATIVO PARA AUXILIAR NO PROCESSO DE ESCOLHA DA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR

NOME DO ALUNO(A): Gabriela Coelho Carvalho dos Santos

Monografia apresentada ao Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba (IFPB) - Campus Cabedelo, como requisito obrigatório na disciplina Trabalho de Conclusão de Curso do Curso Superior de Tecnologia em Design Gráfico.

Orientador(a): Antunes Vila Nova Neto

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

S237u Santos, Gabriela Coelho Carvalho dos.

Uni Escolha: desenvolvimento de site informativo para auxiliar no processo de escolha da instituição de ensino superior. / Gabriela Coelho Carvalho dos Santos. - Cabedelo, 2023.

94 f. il.: Color.

Trabalho de Conclusão de Curso (Superior de Tecnologia em Design Gráfico) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba - IFPB.

Orientadora: Profa. Dra. Renata Amorim Cadena.

1. Design Centrado no Usuário (DCU). 2. Redes sociais. 3. Área acadêmica
4. Ingressantes. I. Título.

CDU 004.4



MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO
SECRETARIA DE EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA
INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA

GRADUAÇÃO EM TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO

GABRIELA COELHO CARVALHO DOS SANTOS

UNI ESCOLHA: DESENVOLVIMENTO DE SITE INFORMATIVO PARA AUXILIAR NO PROCESSO DE ESCOLHA DA
INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como requisito
para obtenção do título de tecnólogo em Design Gráfico, pelo
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da
Paraíba - Campus Cabedelo.

Aprovada em 12 de setembro de 2024

Membros da Banca Examinadora:

Prof. Esp. Antunes Vila Nova Neto

IFPB Campus Cabedelo

Profa. Me. Ana Carolina dos Santos Machado

IFPB Campus Cabedelo

Prof. Me. Vitor Feitosa Nicolau

IFPB Campus Cabedelo

Cabedelo-PB/2024

Documento assinado eletronicamente por:

- **Antunes Vila Nova Neto, PROF ENS BAS TEC TECNOLOGICO-SUBSTITUTO**, em 04/10/2024 16:23:48.
- **Vitor Feitosa Nicolau, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 04/10/2024 17:05:35.
- **Ana Carolina dos Santos Machado, PROFESSOR ENS BASICO TECN TECNOLOGICO**, em 04/10/2024 17:35:06.

Este documento foi emitido pelo SUAP em 28/09/2024. 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 611457

Verificador: 3be9d94d67

Código de Autenticação:



Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Camboinha, CABEDELO / PB, CEP 58103-772

<http://ifpb.edu.br> - (83) 3248-5400

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, agradeço a Deus, cuja orientação e bênçãos iluminaram meu caminho e possibilitaram a conclusão desta etapa tão significativa da minha vida.

Agradeço imensamente à minha família, que sempre me incentivou, tanto emocional quanto financeiramente, permitindo-me chegar até aqui. Obrigada, mãe e pai, pelo apoio incondicional; obrigada, irmã, pelo carinho e compreensão, obrigada também aos meus cachorros e a todos, que mesmo a 2.500 quilômetros de distância, nunca me deixaram só, seja por meio de ligações ou fotos, que suportaram firmes as minhas despedidas no aeroporto e a saudade da partida.

Agradeço muito à minha tia, Luciana, que me recebeu e apoiou em minha conquista, sempre me auxiliando com dedicação e cuidado.

Quero agradecer do fundo do meu coração aos meus amigos do Rio de Janeiro, Luccas e Luara, por celebrarem minhas vitórias e me apoiarem nas derrotas, especialmente pelas calls diárias no Discord, sempre unidos comigo.

Aos meus professores, minha sincera gratidão por me apoiarem durante o curso. Um agradecimento especial à professora Renata Cadena e ao meu psicólogo, Nicolas, que me ajudaram a manter a motivação. Meu reconhecimento ao meu orientador, professor Antunes Vila Nova, que se dedicou ao projeto e acreditou em mim do início ao fim. Agradeço também aos professores Rodrigo Medeiros e Marília Gabriela, por toda a ajuda e orientação, e por participarem deste projeto, mesmo que por um curto período.

Sou grata aos amigos de João Pessoa, Luana e Murilo, que me acolheram de braços abertos e acompanharam minha jornada no curso, nunca desistindo de mim.

Por fim, mas não menos importante, agradeço ao IFPB Campus Cabedelo, que me proporcionou mais do que uma formação profissional; me apresentou a um universo novo de conhecimento e valorização de ideais, sempre apoiando meu desenvolvimento. Obrigada por marcar minha vida de maneira tão marcante.

RESUMO

As redes sociais desempenham um papel crucial em nossa vida cotidiana, permitindo que estabeleçamos centenas de conexões diariamente, seja para obter informações, compartilhar ideias ou interagir com outras pessoas. Elas não só facilitam a formação de novos laços, como também ajudam a manter a comunicação entre indivíduos que compartilham interesses comuns. Considerando essa capacidade das redes sociais, é possível explorá-las como uma ferramenta eficaz para promover o engajamento no ambiente acadêmico, especialmente entre estudantes e aqueles em busca de qualificação acadêmica. Portanto, este trabalho tem como objetivo desenvolver uma plataforma digital que integra conceitos básicos de experiência do usuário e redes sociais, conforme discutido por Recuero (2009). O site será projetado para conectar aspirantes ao ensino superior com graduandos e graduados, permitindo a troca de experiências reais e enriquecedoras, viabilizando que os usuários obtenham informações mais detalhadas e autênticas sobre instituições de ensino, o que em tese, facilitará uma decisão mais informada sobre onde estudar. Para garantir a eficácia do projeto, será adotada a metodologia de Design Centrado no Usuário (DCU) citada por Preece Rogers e Sharp (2005), que foca na identificação das necessidades e requisitos dos usuários-alvo. Utilizaremos também ferramentas de *design thinking* para coletar dados relevantes, o que permitirá a criação de um produto que realmente atenda às expectativas e necessidades dos usuários, promovendo não apenas a comunicação entre os envolvidos, mas também contribuirá para uma escolha mais consciente e alinhada com os objetivos acadêmicos de cada pessoa.

Palavras-Chave: Design Centrado no Usuário (DCU); Redes sociais; Área acadêmica; Ingressantes; Graduados e graduantes.

ABSTRACT

Social networks play a crucial role in our daily lives by facilitating hundreds of connections each day, whether for obtaining information, sharing ideas, or interacting with others. They not only help form new bonds but also maintain communication among individuals with shared interests. Given this capacity, social networks can be effectively utilized to foster engagement in the academic sphere, particularly among students and those seeking academic qualifications. This work aims to develop a digital platform that integrates fundamental concepts of user experience and social networks, as discussed by Recuero (2009). The platform will be designed to connect prospective higher education students with current and former students, enabling the exchange of genuine and enriching experiences. This will provide users with more detailed and authentic information about educational institutions, thus facilitating a more informed decision about where to study. To ensure the project's effectiveness, the User-Centered Design (UCD) methodology, as outlined by Preece, Rogers, and Sharp (2005), will be employed. This approach focuses on identifying the needs and requirements of target users and will utilize design thinking tools to gather relevant data, leading to the creation of a product that meets user expectations and needs, enhances communication among stakeholders, and supports more informed and aligned academic choices.

Keywords: User-Centered Design (UCD); Social Networks; Academic Sphere; Prospective Students; Graduates and Current Students.

LISTA DE FIGURAS

Figura 01 - Etapas do processo metodológico	27
Figura 02 - Matriz de Alinhamento	30
Figura 03 - Mapa de Atores	31
Figura 04 - Página inicial SoU_Estudante	33
Figura 05 - Página de tutorial pela navegação	34
Figura 06 - Página final do tutorial pela navegação	35
Figura 07 - Tela com resultados gerais de universidades	36
Figura 08 - Página do perfil da faculdade	36
Figura 09 - Página inicial com barra de pesquisa centralizada	37
Figura 10 - Respostas sobre aspectos do curso	38
Figura 11 - Perfil das universidades	38
Figura 12 - Perfil das empresas e área de avaliações	39
Figura 13 - Telas de perfil do usuário, inicialização e tutorial, respectivamente	40
Figura 14 - Principais funções do Uni-Life	40
Figura 15 - Principais funções do Unibuddy	41
Figura 16 - Quadro de análise de funções	42
Figura 17 - Gráfico sobre gênero de alunos e ex-alunos do ensino superior	44
Figura 18 - Gráfico sobre gênero de alunos do terceiro ano	44
Figura 19 - Gráfico sobre situação acadêmica dos entrevistados	45
Figura 20 - Gráfico sobre critérios de escolha do curso/instituição que cursa ou já cursou	45
Figura 21 - Quais meios digitais foram utilizados no processo de escolha do curso/instituição (alunos do 3º ano do ensino médio)	46
Figura 22 - Persona 01	48
Figura 23 - Persona 02	49
Figura 24 - Persona 03	50
Figura 25 - Persona 04	51
Figura 26 - Análise de problema	53

Figura 27 - Reunião de execução do Brainwriting	54
Figura 28 - Brainwriting	55
Figura 29 - Divide the dollar	56
Figura 30 - Mural de possibilidades	56
Figura 31 - Mapa conceitual	57
Figura 32 - Painel semântico	58
Figura 33 - Tipografia	60
Figura 34 - Paleta de cores	60
Figura 35 - Logo em fundo colorido	62
Figura 36 - Ícone da logo	62
Figura 37 - Estilos de botões	63
Figura 38 - Ícones utilizados no site	63
Figura 39 - Mapa do site	68
Figura 40 - Fluxo de navegação	69
Figura 41 - Protótipo de papel	70
Figura 42 - Wireframes	71
Figura 43 - Wireframes	72
Figura 44 - Ilustração de interação entre usuários	73
Figura 45 - Ilustração de avaliação/sugestão	74
Figura 46 - Ilustração de login/objetivo	74
Figura 47 - Pagina inicial - Home	75
Figura 48 - Área de login	76
Figura 49 - Perfil do usuário - Minha conta	77
Figura 50 - Página de ranking - perfis institucionais	78
Figura 51 - Página do perfil institucional	79
Figura 52 - Página de fórum de dúvidas e discussões	80
Figura 53 - Página sobre o projeto	81
Figura 54 - QR code Uni Escolha	82

SUMÁRIO

AGRADECIMENTOS	3
RESUMO	4
ABSTRACT	5
LISTA DE FIGURAS	6
1. INTRODUÇÃO	10
2. OBJETIVOS	12
2.1. Objetivo geral	12
2.2. Objetivos específicos	12
4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	13
4.1. REDES SOCIAIS E SEUS CONCEITOS	13
4.1.1 Elementos das redes sociais	14
4.1.2 Importância das redes sociais para o ingresso no ensino superior	16
4.2 EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO	19
4.2.1 Design de interação	22
5. METODOLOGIAS	25
5.1. De pesquisa	25
5.2. De projeto	25
6. METODOLOGIA APLICADA	30
6.1 PESQUISA	30
6.1.1 Matriz de Alinhamento	30
6.1.2 Mapeamento de Atores	30

	9
6.1.3 Estudos de Similares	31
6.1.3.1 Plataformas digitais similares	32
6.1.3.2 Análise de funções	41
6.1.4 Perfil do Usuário	43
6.1.5 Personas	47
6.2 IDEAÇÃO	52
6.2.1 Análise de problemas	52
6.2.2 Brainwritring	55
6.2.3 Ferramenta de Seleção de Ideias	55
6.2.4 Mapa Conceitual	57
6.2.5 Painel semântico	59
6.2.6 Guia de Estilo	59
6.2.7 Arquitetura da informação	63
6.3 PROTOTIPAÇÃO	69
6.3.1 Protótipo de papel	69
6.3.2 Wireframe	71
6.3.2 Projeto Visual da Interface	72
6.4 AVALIAÇÃO	82
7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	83
8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	86
9. APÊNDICE	90

1. INTRODUÇÃO

A busca pelo ingresso no ensino superior é essencial para o desenvolvimento pessoal e coletivo de uma nação, contribuindo para a formação de profissionais qualificados e impulsionando o avanço tecnológico e científico. Segundo o Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP, 2021), as instituições de ensino superior (IES) desempenham um papel vital na inovação e na pesquisa, promovendo o desenvolvimento de novas tecnologias e transformando a economia e a sociedade, além de preparar indivíduos para o mercado de trabalho.

Entretanto, dados recentes do Mapa do Ensino Superior no Brasil, elaborado pelo Instituto Semesp, indicam que, entre 2017 e 2021, 55,5% dos alunos desistiram de seus cursos; 18,1% continuam cursando e apenas 26,3% concluíram no tempo previsto. Esse panorama expõe a gravidade do problema da evasão estudantil, que representa um desafio significativo, podendo comprometer o potencial de desenvolvimento pessoal e coletivo. Esse cenário pode ser atribuído a uma série de fatores, que entre esses, destaca-se a falta de uma compreensão completa pelos alunos das exigências acadêmicas e das oportunidades oferecidas pelos cursos, levando a escolhas inadequadas e ao abandono quando as expectativas não são atendidas, como sugerido pelo estudo "Diplomação, Retenção e Evasão na Graduação em IES Públicas", publicado pela ANDIFE (1996).

Outra pesquisa realizada, reforça como a falta de informação é um obstáculo crucial que impacta negativamente o ingresso de estudantes, especialmente aqueles provenientes da rede pública. Segundo Vinícius de Andrade (2023), a partir de duas pesquisas que ele realizou com estudantes do último ano do ensino médio da rede pública, sendo uma regional, com 193 estudantes em 2016, e outra nacional, com 1.645 jovens, em 2017, foi constatado que 90% dos estudantes expressaram interesse em continuar os estudos após o ensino médio e quase 80% estavam inscritos no Exame Nacional do Ensino Médio (Enem). No entanto, menos de 40% dos inscritos entendiam como usar o FIES, e menos de 25% sabiam como o SISU e o PROUNI funcionavam. Essa falta de conhecimento não só limita suas chances de sucesso, mas também perpetua a desigualdade no acesso ao ensino superior. A insuficiência de informações prejudica a preparação e o desempenho dos estudantes, refletindo uma barreira significativa à sua inclusão nas universidades.

Nesse contexto, as redes sociais emergem como ferramentas eficazes na resolução do problema de evasão, ajudando na pesquisa e escolha das instituições ao complementar a escassez de apoio direto das universidades. Estudos, como o realizado com 170 estudantes da Faculdade de Administração de Oxford, mostram que a maioria dos alunos descobriu suas instituições e cursos através de amigos (57,44%) e buscas na internet (16,41%). Isso sugere que a influência social, particularmente através das redes sociais, desempenha um papel crucial na decisão inicial dos estudantes. Adicionalmente, ao buscar mais informações sobre a IES e o curso, 44,21% dos respondentes recorreram a amigos que já estavam estudando na instituição (Šola e Zia, 2021).

Diante da importância das redes sociais na interação entre futuros alunos e aqueles com experiência acadêmica, propõe-se a criação de um site que visa conectar eficazmente essas partes. O site contará com três funções principais: um ranking de comparação das notas dadas por alunos e ex-alunos, um fórum para dúvidas e relatos, e perfis institucionais detalhados. Para garantir que a ferramenta atenda às necessidades dos usuários, será adotada a metodologia de Design Centrado no Usuário (DCU) conforme descrito por Preece et al. (2005). O projeto incluirá pesquisas com alunos do terceiro ano do ensino médio, estudantes e ex-alunos para entender suas necessidades e expectativas, criação e teste de protótipos, e avaliações baseadas nas heurísticas de usabilidade de Jakob Nielsen.

Com o desenvolvimento deste projeto e a criação da plataforma digital, espera-se facilitar o processo de escolha da instituição de ensino superior, proporcionando acesso a informações precisas e relevantes. O objetivo é auxiliar os futuros alunos a tomar decisões mais informadas e alinhadas com suas expectativas, promovendo maior assertividade e clareza nas escolhas acadêmicas.

2. OBJETIVOS

2.1. Objetivo geral

Desenvolver uma plataforma que auxilie no processo de escolha da instituição de ensino superior.

2.2. Objetivos específicos

- Perceber como as redes sociais atuam no contexto acadêmico;
- Entender quais são as dificuldades enfrentadas por pessoas durante o processo de escolha da IES;
- Compreender como a metodologia do Design Centrado no Usuário pode auxiliar na execução de uma plataforma sobre a escolha da IES a cursar.

4. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

4.1. REDES SOCIAIS E SEUS CONCEITOS

Na era digital, as redes sociais emergiram como plataformas fundamentais para a interação humana, redefinindo as maneiras pelas quais as pessoas se comunicam e conectam. Em um mundo cada vez mais tecnológico e globalizado, as redes desempenham um papel crucial na formação das relações e na comunicação dentro da sociedade. Seu surgimento foi registrado no início do século XX, sendo amplamente atribuído às transformações impulsionadas pela Internet, que trouxe mudanças fundamentais para a sociedade. De acordo com Raquel Recuero (2009), uma das mais significativas dessas transformações é a introdução das ferramentas de Comunicação Mediadas por Computador (CMC), que começaram a ser estudadas a partir da década de 90. Essas ferramentas revolucionaram a forma como os indivíduos expressam-se e interagem online, criando novas possibilidades para a sociabilização e o estabelecimento de conexões sociais.

Ela também destaca que a Internet possibilitou que as pessoas construíssem suas identidades e se comunicassem com outros indivíduos de maneiras antes inimagináveis. Através das plataformas digitais, os usuários passaram a deixar rastros de suas interações, que podem ser analisados para revelar os padrões de suas conexões e a estrutura das redes sociais, os quais são essenciais para o estudo delas, pois permitem a visualização e a compreensão das redes formadas por meio das interações online.

Tomáel et al. (2005) *apud* Castells (1999, p. 498) ampliam essa compreensão ao relacionar as redes sociais com a ideia de captura de informações. Eles destacam que, na Era da Informação, as redes se tornam ferramentas críticas para a organização e o compartilhamento de conhecimento, funcionando como espaços dinâmicos para a troca de informações e experiências, descrevendo as redes como "um conjunto de nós interconectados", refletindo a importância dessas estruturas na sociedade contemporânea e na formação de conexões sociais.

Para conceituá-las, as autoras TOMAÉL e MARTELETO (2006) debatem que as redes sociais são vistas como um meio para a construção e reconstrução das

estruturas sociais, indicando que o tecido social é moldado e modificado pela forma como as pessoas e organizações interagem entre si:

[...] um conjunto de pessoas (ou organizações ou outras entidades sociais) conectadas por relacionamentos sociais, motivados pela amizade e por relações de trabalho ou compartilhamento de informações e, por meio dessas ligações, vão construindo e re-criando a estrutura social. TOMAÉL e MARTELETO (2006, p.75)

Complementando essa conceituação, MARTELETO (2007) em “*Informação, rede e redes sociais – fundamentos e transversalidades*” define redes sociais como um conjunto de unidades sociais interligadas por relações diretas ou indiretas, com encadeamentos variados, explicando também que a noção de redes sociais abrange um conjunto de métodos e teorias das ciências sociais que, apesar de suas variações disciplinares e epistemológicas, compartilham princípios comuns. Em vez de focar nas características individuais como idade ou profissão, essas abordagens concentram-se nas relações entre os indivíduos e nas regularidades desses relacionamentos MARTELETO (2007).

Após compreender a importância da centralização dessas plataformas em relação à interação humana, torna-se essencial explorar como elas são segmentadas e organizadas. Portanto, é necessário examinar tanto os elementos constituintes dessas redes quanto os processos dinâmicos que definem suas operações.

4.1.1 Elementos das redes sociais

Ainda abordando a sua definição, Raquel Recuero (2009) contribui significativamente para a compreensão desse fenômeno ao definir redes sociais digitais como ‘agrupamentos complexos instituídos por interações sociais apoiadas em tecnologias digitais de comunicação’. Essa definição não apenas destaca a estrutura das redes, mas também o papel vital da tecnologia na facilitação das conexões entre indivíduos através dos laços sociais estabelecidos pelos atores.

Dessa forma, autora subdivide redes sociais em dois pontos principais: atores e conexões. Atores são as pessoas ou entidades envolvidas na rede que se analisa, enquanto conexões são os laços sociais formados através da interação social entre

esses atores. Essa estrutura destaca a interdependência entre os indivíduos e as relações que formam o tecido das redes sociais:

Os atores são o primeiro elemento da rede social, representados pelos nós (ou nodos). Trata-se das pessoas envolvidas na rede que se analisa. Como partes do sistema, os atores atuam de forma a moldar as estruturas sociais, através da interação e da constituição de laços sociais. [...] Enquanto os atores representam os nós (ou nodos) da rede em questão, as conexões de uma rede social podem ser percebidas de diversas maneiras. Em termos gerais, as conexões em uma rede social são constituídas dos laços sociais, que, por sua vez, são formados através da interação social entre os atores. De um certo modo, são as conexões o principal foco do estudo das redes sociais, pois é sua variação que altera as estruturas desses grupos. RECUERO (2009, p.25-30)

Recuero relaciona o papel dos atores nas redes sociais, intrinsecamente ligado à forma como eles criam e utilizam suas representações digitais para construir e comunicar suas identidades, interagir com outros e formar conexões dentro do ciberespaço¹. No ambiente digital, as interações entre atores são frequentemente registradas e mantidas de forma duradoura. Já para Martino (2014), a noção de ator é ampla e inclui qualquer entidade que desempenhe um papel ativo dentro da rede, participando das interações e influenciando a dinâmica da rede.

Sobre conexões, a autora diz que os laços que as constituem são essenciais para a configuração das redes sociais, pois sua variação influencia diretamente a estrutura e o dinamismo dos grupos. A natureza dessas conexões permite a construção de uma rede social e, por meio delas, observa-se como as interações entre os atores moldam o funcionamento da rede.

Assim, a combinação da identificação dos atores e a análise das conexões registradas na Internet proporciona uma compreensão mais completa das redes sociais. Compreender como essas conexões são estabelecidas e como elas permanecem visíveis e acessíveis para análise é fundamental para explorar a complexidade e a dinâmica das interações sociais no ambiente digital.

Este entendimento se torna ainda mais relevante quando se considera a importância das redes sociais no meio acadêmico. No próximo capítulo, será

¹ espaço virtual criado pela interconexão global de redes digitais e pela interação humana por meio dessas redes.

explorado como essas conexões digitais não apenas refletem, mas também moldam a experiência acadêmica. A análise detalhada das redes sociais ajudará a revelar como elas influenciam a formação de comunidades acadêmicas, facilitam a colaboração entre estudantes e futuros alunos, e contribuem para o fortalecimento dos laços dentro da comunidade acadêmica, discutindo como essas plataformas podem ser aproveitadas para promover um ambiente educacional mais integrado e interativo.

4.1.2 Importância das redes sociais para o ingresso no ensino superior

Considerando a estrutura e os conceitos básicos das redes sociais, é possível perceber que essas plataformas vão além de simples meios de comunicação; elas servem como ambientes dinâmicos que facilitam a construção e a manutenção de comunidades virtuais. A tecnologia digital, por meio de plataformas como Facebook², X³ (antigo Twitter), LinkedIn⁴ e outras, desempenha um papel crucial ao fornecer ferramentas que permitem a conexão e o engajamento entre indivíduos, independentemente da localização geográfica. Essas plataformas possibilitam a criação de redes complexas onde os usuários podem compartilhar informações, colaborar em projetos e construir relacionamentos que transcendem barreiras físicas (TOMAÉL; MARTELETO, 2006, p.75).

No contexto acadêmico, a relevância dessas redes é ainda mais pronunciada. As redes sociais não só facilitam a comunicação entre estudantes, mas também promovem a colaboração e o compartilhamento de recursos acadêmicos. Esse potencial para conectar pessoas e ideias é particularmente vantajoso para o ingresso de novos alunos, permitindo uma integração mais eficiente ao ambiente acadêmico. Compreender o papel das redes sociais na educação superior é essencial para explorar como essas plataformas podem contribuir para a integração e o sucesso dos estudantes. Como observam Garcia et al. (2011), as redes sociais virtuais têm rompido as limitações das comunidades físicas e ampliado as formas de comunicação, mas o principal desafio persiste: o conteúdo. O impacto das redes sociais é profundo, especialmente para jovens que estão crescendo no contexto digital e cuja identidade é construída nesse universo:

² <https://pt-br.facebook.com>

³ <https://x.com>

⁴ <https://www.linkedin.com>

As redes sociais virtuais romperam os limites das comunidades físicas, ampliaram as formas de comunicação entre as pessoas, mas o desafio maior é permanente: o conteúdo. Um dos impactos mais relevantes é que os jovens que nasceram ou estão crescendo neste contexto digital terão sua própria identidade também construída neste universo... GARCIA et al (2011)

A integração da tecnologia à educação potencializa a conexão entre os atores no contexto universitário, facilitando a interação entre alunos experientes e aqueles que estão escolhendo suas carreiras. A tecnologia se torna parte da identidade do jovem, e as referências que causam maior impacto são aquelas provenientes de pares, que reforçam a identificação com o conteúdo em questão (GARCIA et al., 2011):

É importante observar que, no processo de aprendizagem, as referências que causam reflexões mais profundas são aquelas que partem de nossos pares, pessoas iguais ou próximas a nós, capazes de fortalecer a nossa identificação pelo conteúdo em pauta. É neste contexto que as redes sociais podem potencializar o aprendizado e abrir perspectivas interessantes para o desenvolvimento de propostas pedagógicas baseadas em dinâmicas de colaboração e cooperação. GARCIA et al (2011)

A disposição para compartilhar e a eficácia na troca de informações entre os membros de uma rede geram benefícios significativos, pois cada participante se beneficia do acesso a informações valiosas que podem reduzir incertezas e promover o crescimento mútuo (MARTELETO, 2007). No contexto das redes sociais, essa dinâmica é particularmente relevante para o ingresso no ensino superior. Redes sociais acadêmicas facilitam a troca de informações sobre oportunidades de bolsas, processos de admissão e requisitos de cursos. O engajamento colaborativo entre os atores não apenas aprimora o conhecimento individual, mas também auxilia outros a navegar no complexo processo de entrada no ensino superior.

O estudo de Šola e Zia (2021) corrobora essa análise, evidenciando a influência significativa das redes sociais, especialmente do Facebook, na decisão de ingresso em instituições de ensino superior. O estudo revelou que, em comparação com métodos tradicionais de marketing, as redes sociais oferecem uma abordagem mais direta e econômica para alcançar potenciais alunos. As plataformas digitais desempenham um papel crucial na comunicação de informações sobre cursos e

instituições, ajudando a moldar as decisões dos candidatos. A pesquisa demonstrou que a maioria dos futuros alunos utiliza redes sociais para buscar informações adicionais sobre as IES e os cursos oferecidos, destacando a necessidade de uma presença ativa e informativa das instituições nessas plataformas. Os dados mostram que quase todos os entrevistados (93,53%) recomendariam o uso das mídias sociais para selecionar um curso, pois consideram essa abordagem útil e prática, em contraste com 6,47% que não recomendariam devido à falta de informações detalhadas.

Assim, para maximizar a eficácia da comunicação e a atração de novos alunos, as IES devem aprimorar a qualidade e a profundidade das informações disponibilizadas em suas redes sociais, incluindo detalhes mais abrangentes sobre cursos e programas acadêmicos. A utilização de recursos multimídia, como vídeos, pode tornar as informações mais acessíveis e envolventes (Šola e Zia, 2021). Esse estudo sublinha a crescente importância das redes sociais no processo de escolha das instituições de ensino superior e ressalta como uma presença digital bem gerida pode ser determinante para influenciar as decisões dos futuros alunos.

Para que as redes sociais causem impactos relevantes, é necessário que os atores sejam iguais ou pares, compartilhem e fortaleçam a identificação com o tema em questão. Isso possibilita a colaboração e cooperação efetiva, garantindo que todos tenham acesso às informações e suporte necessários para um ingresso bem-sucedido no ensino superior. A eficiência na troca de informações e a cooperação entre membros da rede não apenas reduzem as incertezas, mas também promovem um ambiente mais acessível e informativo para os futuros estudantes.

Sendo assim, à medida que se explora o papel das redes sociais no fortalecimento do acesso e da informação, é crucial também entender como a experiência do usuário (UX) desempenha um papel fundamental na eficácia dessas interações. No capítulo seguinte será abordado como a experiência do usuário pode ser otimizada para melhorar a navegação e a interação nas plataformas digitais, garantindo que a colaboração e o suporte proporcionados pelas redes sociais sejam aproveitados ao máximo. Examinar o design e a funcionalidade das plataformas em termos de UX ajudará a assegurar que as informações sejam não apenas acessíveis, mas também apresentadas de maneira que facilite a experiência dos usuários, promovendo um ambiente mais integrado e eficiente.

4.2 EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

A experiência do usuário, conhecida pela sigla UX (do inglês User Experience), refere-se à interação do usuário com produtos digitais e físicos, incluindo websites e aplicativos. Embora o termo esteja frequentemente associado às novas tecnologias, Grilo (2019) observa que o conceito de UX surgiu muito antes do advento da tecnologia digital. Inicialmente, as pesquisas sobre a experiência do usuário envolviam a interação com artefatos analógicos e físicos, onde aspectos como ergonomia e a facilidade de percepção das informações eram essenciais para avaliar a qualidade da experiência.

Sendo assim, objetivo da análise de UX é identificar como os usuários interagem com objetos e interfaces para melhorar e otimizar essa interação, garantindo uma experiência mais fluida e interessante. Complementando essa percepção usuário-interação, o autor também diz que:

Para entregar aplicativos e sistemas cujas experiências sejam significativas e relevantes, é necessário pensar naquilo que vem antes do desenvolvimento de tais soluções, perguntando o que as pessoas estão procurando e o que as motiva a estar ali. Ou seja, aquilo que elas estão experienciando. (GRILO, 2019 p. 14)

Com isso, Grilo (2019) sugere que o sucesso de um aplicativo ou sistema está diretamente ligado à capacidade de atender às necessidades e expectativas dos usuários. Isso implica que o desenvolvimento de uma interface ou funcionalidade deve começar com uma análise cuidadosa das experiências do usuário, incluindo suas preferências, frustrações e o contexto em que usam o sistema.

Outro ponto de vista inclui que, a qualidade dessa experiência pode variar significativamente, sendo influenciada por fatores tanto internos quanto externos. Como aponta Teixeira (2014), a experiência do usuário é única e pode ser avaliada de maneira diferente por cada indivíduo. Ele acrescenta ao conceito de Grilo que fatores como a habilidade do usuário, o ambiente de uso e o contexto em que a interação ocorre desempenham papéis importantes na percepção da experiência,

por isso, a experiência é considerada positiva quando a tarefa é realizada de maneira fluida e sem frustrações.

Grilo (2019) argumenta que a Experiência do Usuário é um fenômeno complexo e altamente individualizado que não pode ser completamente padronizado ou previsto que devido à natureza pessoal e variável da experiência, não é possível criar um produto ou serviço que ofereça a mesma experiência para todos os usuários de forma idêntica. A experiência de cada usuário com um produto ou serviço é moldada por suas próprias características pessoais, tais como formas de pensar, agir e reagir, bem como pelo contexto específico em que o produto é utilizado. Essa visão enfatiza que a experiência do usuário é profundamente subjetiva e única para cada indivíduo. Grilo então diz que, embora não possamos materializar ou prever exatamente a experiência que um usuário terá, é possível observá-la e avaliá-la.

Por isso, são os designers que, segundo o autor, têm a capacidade de melhorar a experiência do usuário através da observação e análise dos padrões de interação e feedback dos usuários. Em outras palavras, enquanto a experiência do usuário é subjetiva e varia de pessoa para pessoa, os profissionais de UX podem influenciar positivamente essa experiência ao entender as particularidades e contextos individuais e ao ajustar os designs com base nessas observações.

Essa abordagem ressalta a importância de adotar uma perspectiva empática e observacional na criação e no aprimoramento de produtos e serviços. Em vez de buscar uma solução universal para todos, os designers devem focar em criar experiências que possam se adaptar e responder às diversas necessidades e circunstâncias dos usuários, aprimorando continuamente com base nas observações e feedbacks recebidos.

Acrescentando a essa observação de Grilo, Teixeira (2014) diz que, embora a experiência do usuário seja altamente subjetiva, é importante lembrar que ela é projetada por profissionais que visam otimizar a interação entre o homem e a máquina (IHC), exposto 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, 2014, p.02)

Para contextualizar, a IHC é um campo de estudo dedicado ao design, implementação e avaliação de sistemas computacionais interativos para uso humano, bem como à compreensão dos fenômenos associados a esse uso (Barbosa & Silva, 2010). De acordo com Hewett et al. (1992), a IHC abrange cinco áreas principais: a natureza da interação entre humanos e computadores; o contexto de uso dos sistemas interativos; as características dos usuários; a arquitetura dos sistemas e interfaces; e os processos de desenvolvimento voltados para o uso. O estudo da interação humano-computador busca compreender o que acontece durante o uso desses sistemas nas atividades diárias das pessoas, permitindo a descrição, explicação e previsão dos impactos desse fenômeno na vida cotidiana (Hewett et al., 1992 apud Barbosa & Silva, 2010).

Continuando sobre a relação designer-UX, Grilo (2019) diz que ao focar o projeto no usuário, o designer assume um papel crucial como defensor da experiência do usuário (UX). Embora a responsabilidade final sobre as decisões do produto não recaia exclusivamente sobre o designer, ele desempenha um papel fundamental na análise e interpretação das experiências dos usuários. O designer deve organizar e apresentar esses dados de forma clara para a equipe, promovendo uma mentalidade centrada no usuário ao longo do desenvolvimento do produto.

Além disso, o designer atua como um facilitador, destacando e problematizando os aspectos da experiência do usuário. Sua presença é valiosa em equipes de desenvolvimento, pois ele ajuda a integrar as perspectivas dos usuários no processo criativo e de produção, promovendo uma colaboração eficaz entre todos os membros da equipe. Em resumo, o designer atua como um articulador que alinha as necessidades dos usuários com as fases de desenvolvimento do produto.

Para avançar no processo de desenvolvimento, é crucial considerar como o design de interação pode ser aplicado para aprimorar ainda mais a experiência do usuário. O próximo capítulo explorará o design de interação, detalhando como a criação de interfaces intuitivas e funcionais é fundamental para atender às

necessidades dos usuários e garantir uma experiência digital eficaz. A aplicação dos princípios de design de interação não só melhora a usabilidade, mas também reforça a integração e a satisfação dos usuários, elevando a qualidade da experiência digital oferecida.

4.2.1 Design de interação

O design de interação é essencial para criar experiências digitais que realmente ressoem com os usuários e melhorem suas atividades diárias. Segundo Rogers, Sharp e Preece (2005), esse campo visa transformar a maneira como as pessoas trabalham e se comunicam ao desenvolver produtos que vão além do básico. Já para o autor Gonzalez (2014) o design de interação é uma disciplina especializada que analisa como os usuários interagem com sistemas por meio de interfaces, que não estuda apenas a interação entre o sistema e o usuário, mas também se preocupa com a maneira como a informação é apresentada dentro do sistema para facilitar a compreensão do usuário. Ele observa que o foco do design de interação está em criar interfaces que tornem a interação do usuário com o sistema mais eficaz.

Além disso, enquanto o design de interação se concentra em apoiar os usuários, a engenharia de software está mais voltada para a criação de soluções técnicas para aplicações específicas (Arnold, 2011, p. 4).

Um aspecto crucial do design de interação é a necessidade de colaboração entre profissionais de diferentes áreas. Para que um projeto seja bem-sucedido, é essencial que uma equipe diversificada trabalhe junta, dado o foco no entendimento das atitudes e reações dos usuários finais. A interdisciplinaridade é uma característica marcante do design de interação, abrangendo áreas como psicologia, informática, engenharia, ciência da computação, fatores humanos, ergonomia cognitiva, sistemas de informação e vários tipos de design. A combinação de diferentes especializações resulta em uma geração mais ampla de ideias, desenvolvimento de novos métodos e designs mais criativos e inovadores. No entanto, um desafio significativo é o custo e a comunicação eficaz entre profissionais com formações distintas. Como afirmam Preece, Rogers e Sharp (2005):

Pessoas com formações diferentes apresentam perspectivas e maneiras diferentes de ver e falar sobre o mundo [...] a maneira como um cientista da computação entende o termo representação é geralmente muito diferente da do designer gráfico ou da de um psicólogo” (apud Arnold, 2011, p. 4).

Para entender as necessidades do usuário no design de interação, é fundamental distinguir entre duas categorias de metas: as metas de usabilidade e as metas decorrentes da experiência do usuário. Essas categorias diferem no que diz respeito ao desenvolvimento e aos meios para atingir os objetivos do sistema. A usabilidade de um software é avaliada com base em diversos critérios que determinam a facilidade com que os usuários podem aprender e utilizar o sistema. Preece, Rogers e Sharp (2005) descrevem as principais metas de usabilidade:

Eficácia: Mede o sucesso do sistema em permitir que os usuários realizem tarefas de forma satisfatória;

Eficiência: Avalia a ajuda do sistema para concluir tarefas rapidamente e manter alta produtividade;

Segurança: Protege contra erros e condições perigosas, prevenindo ações indesejadas e oferecendo formas de correção;

Utilidade: Garante que o sistema ofereça funções necessárias para a realização de tarefas;

Learnability: Refere-se à facilidade com que os usuários aprendem a usar o sistema;

Memorability: Avalia a facilidade de lembrar como usar o sistema após um tempo sem uso.

Além das metas de usabilidade, é essencial considerar as metas decorrentes da experiência do usuário. Esses critérios focam na criação de sistemas que proporcionem uma interação satisfatória e agradável. Preece, Rogers e Sharp (2005) destaca que essas metas incluem a criação de experiências que sejam:

Satisfatórias e agradáveis: Proporcionam uma interação positiva e envolvente;

Divertidas e motivadoras: Tornam o uso do sistema uma experiência interessante e inspiradora;

Esteticamente apreciáveis: Oferecem um design visual que agrada ao usuário;

Incentivadoras da criatividade: Facilitam a expressão criativa e a inovação;

Compensadoras e emocionalmente adequadas: Consideram as emoções e a satisfação geral do usuário.

O equilíbrio entre as metas de usabilidade e as metas da experiência do usuário é essencial para criar sistemas que atendam não apenas às necessidades funcionais, mas também proporcionem uma experiência enriquecedora para o usuário, por isso, para criar uma experiência de usuário eficaz para ingressantes no ensino superior, é essencial aplicar as metas de usabilidade a experiência do usuário. Isso se deve ao fato de que compreender essas metas permite desenvolver um artefato digital que seja fluido e funcional, facilitando a adaptação e o uso eficiente do sistema por parte desse público específico.

5. METODOLOGIAS

5.1 De pesquisa

Para iniciar a primeira etapa do projeto foram realizadas pesquisas de caráter exploratório entorno dos principais conceitos, métodos e definições, relevantes entre as propostas de soluções para compreender as necessidades de futuros alunos no processo de escolha de uma instituição para ingressar no ensino superior. Desse modo, chegou-se à conclusão do desenvolvimento de um protótipo de website conforme a metodologia do Design Centrado no Usuário. Foram pesquisados livros, artigos, TCC e dissertações sobre os temas

5.2 De projeto

Para o desenvolvimento da plataforma que auxilia ingressantes no processo de escolha da instituição de ensino superior, a metodologia escolhida foi a de Design Centrado no Usuário (DCU) desenvolvida pelos autores Preece Rogers e Sharp (2005). Essa metodologia consiste em quatro que centralizam o usuário focando em suas necessidades e feedbacks, transformando-o até certo grau, em desenvolvedor do projeto. Por consequência, será possível diminuir erros durante o desenvolvimento, viabilizando o sucesso do projeto. Cada etapa consiste respectivamente em:

Identificar as necessidades dos usuários e embasar requisitos para a solução do problema: obter conhecimento sobre o usuário-alvo, principalmente suas necessidades, é o que dará apoio ao desenvolvimento do produto e o tipo de utilidade que será ofertada aos usuários.

Desenvolvimento de *designs* alternativos: A atividade central do design é gerar ideias que atendam às necessidades apresentadas na etapa anterior. Essa atividade é dividida em duas etapas principais: *design* conceitual, onde os designers refletem sobre o que produto representa de acordo com informações técnicas iniciais e aproximadas, e *design* físico, que traduz o design conceitual em detalhes como cores, sons, imagens, entre outros, que auxiliem na iteração com o usuário.

Construção de versões iterativas: Prototipação do produto de forma interativa por meio de simulações de layouts em papel, aplicados em projetos de websites e aplicativos, ou a construção de protótipos em materiais físicos como, por exemplo, madeira, papelão, aplicados em *design* de produto.

Avaliação do produto e o seu processo de desenvolvimento: é essencial avaliar a usabilidade e aceitabilidade do produto. Isso pode ser executado por meio de testes que exijam um alto grau de participação dos usuários-alvo, mediante a análise da sua interação com produto em tarefas rotineiras. Assim será possível observar os pontos fortes e os pontos fracos que necessitam correção e por fim, concluir a viabilidade do produto.

Em conjunto com a metodologia de Design Centrado no Usuário de Preece et. al (2005) decorrida anteriormente, é importante acrescentar e mesclar a cada uma das quatro etapas a abordagem do *Design Thinking* (DT), utilizada para auxiliar na resolução de problemas complexos que, assim como o DCU, também é centrado no usuário. Essa metodologia de trabalho, criada em meados de 1990 por David Kelley e Tim Brown, CEO da IDEO (empresa internacional de design e consultoria em inovação, fundada em 1991), consiste em cinco passos: entender, observar, visualizar, avaliar/refinar e implementar (BELL 2008). Além disso, é fundamental considerar as dez Heurísticas de Usabilidade propostas por Fabrício Teixeira (2014) para melhorar a experiência do usuário em interfaces do protótipo a ser desenvolvido.

O processo metodológico será subdividido em etapas, correspondendo aos princípios descritos anteriormente pelos autores Preece Rogers e Sharp, sendo cada uma, em ordem: (1) Pesquisa, (2) Ideação, (3) Prototipação e (4) Avaliação.

Figura 01: Etapas do processo metodológico



Fonte: a autora (2024)

Na etapa da (1) Pesquisa, serão utilizadas as seguintes técnicas/ferramentas:

- **Matriz de alinhamento:** ferramenta utilizada para alinhar o conhecimento do designer ou grupo sobre o desafio a ser enfrentado considerando as certezas, suposições e o que não se sabe ainda e precisa ser pesquisado;
- **Mapeamento dos atores:** utiliza todas as partes interessadas no projeto, como pessoas que visam ingressar no ensino superior até os alunos que já cursam ou cursaram o nível superior de ensino. Esse mapeamento auxilia no reconhecimento de todos os envolvidos no projeto e consequentemente na coleta de possíveis percepções, priorização de funcionalidades e definição de métricas do projeto;
- **Estudo de similares:** consistem em uma pesquisa exploratória onde se analisa e mapeia os produtos concorrentes ou semelhantes. Permite compreender os principais padrões utilizados no mercado atualmente e identificar novas possibilidades. Posteriormente, será feita uma análise de funções, embasado o estudo e a observação desses padrões.

- **Perfil do usuário:** coleta de informações do público-alvo por meio de pesquisas e questionários;
- **Persona:** criação de personagens fictícios baseados no perfil dos usuários para identificar as suas principais características e objetivos, permitindo que o designer foque na sua audiência.

Em seguida, na etapa de (2) Ideação, serão utilizadas as seguintes técnicas/ferramentas:

- **Análise do problema:** busca identificar suas causas fundamentais para definir metas e opções. Começa com a formulação do problema e a pergunta "por quê?", revelando as razões reais. Esse processo pode revelar diversas alternativas e opções para abordar o problema antes de tomar uma decisão final (Baxter, Ano, p. 74)
- **Brainwriting:** é uma técnica de geração de ideias que evoluiu a partir do brainstorming, mantendo suas vantagens e reduzindo suas desvantagens. Em vez de discutir verbalmente, os participantes escrevem suas ideias individualmente. Cada pessoa registra suas ideias em papel sem mostrar aos outros para evitar influências externas (Baxter, Ano, p. 82).
- **Ferramenta de Seleção de Ideias:** serão utilizadas ferramentas como duas ferramentas: *Divide the dollar* e o Mural de Possibilidades. Ambas auxiliam na escolha da ideia que apresenta maior viabilidade para implementação;
- **Painel semântico:** organização de referências visuais que servirão como base para a identidade e o guia de estilos;
- **Guia de Estilos:** nessa etapa será definido os elementos visuais, como botões, ícones, tipografia e cores para composição da interface;

- **Cenários e Casos de Uso:** situações com profundidade de detalhes para ajudar na análise da tarefa e lista com todos os cenários possíveis de interação do usuário de forma que assegure todas as possíveis ações no sistema e visualizar o comportamento do usuário;
- **Mapa do site:** detalhamento das informações e ações necessárias para que um usuário realize uma tarefa;
- **Fluxos de Navegação:** fluxo completo com todas as interações da plataforma.

Já na etapa de (3) Prototipação do produto envolverá os seguintes processos:

- **Protótipo em papel:** interface gráfica ilustrada a mão para representar as telas do produto final;
- **Wireframe:** ilustração semelhante do layout de elementos fundamentais na interface, sem a aplicação da identidade visual;
- **Projeto Visual da Interface:** criação da interface com elementos visuais como botões, ícones, tipografia e cores para composição da interface e a arquitetura da informação seguindo o branding.

Por fim, na etapa de (4) Avaliação consistirá no processo de uma análise heurística:

- **Análise Heurística:** Serão analisadas dez heurísticas segundo o autor Teixeira (2014), sendo elas: encontrável, acessível, claro, comunicativo, usável, digno de confiança, controlável, valioso, fácil de aprender e agradável.

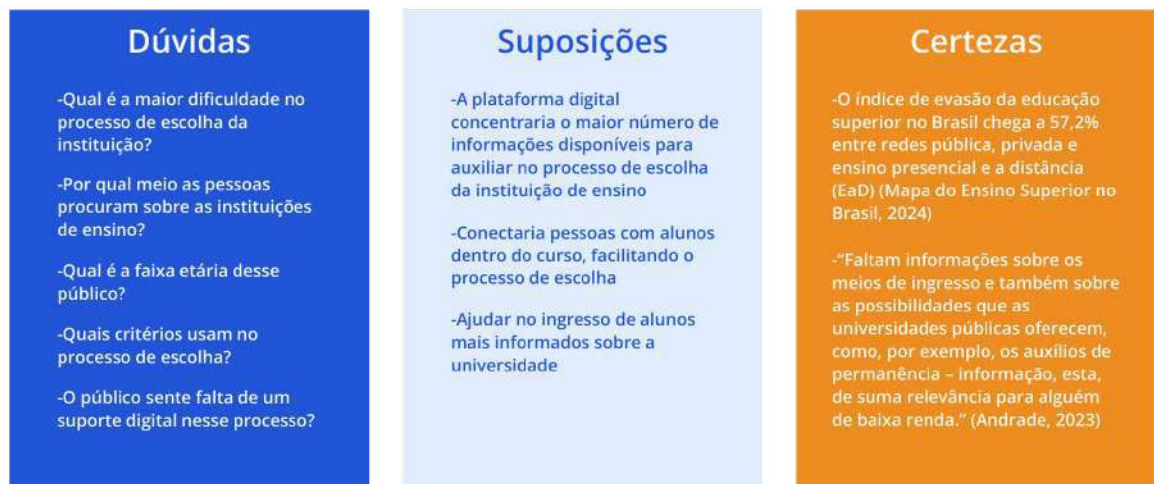
6. METODOLOGIA APLICADA

6.1 PESQUISA

6.1.1 Matriz de alinhamento

Essa é uma ferramenta que permite alinhar e estruturar as dúvidas, certezas e suposições sobre o projeto em desenvolvimento. A construção da Matriz de Alinhamento é importante no processo de pesquisa, pois serve para embasar a elaboração dos questionários com público-alvo, possíveis usuários, assim colaborando com a ideação da plataforma. A matriz pode ser atualizada e revisada durante todas as etapas do processo. O resultado da ferramenta pode ser observado na figura 02 abaixo.

Figura 02: Matriz de Alinhamento



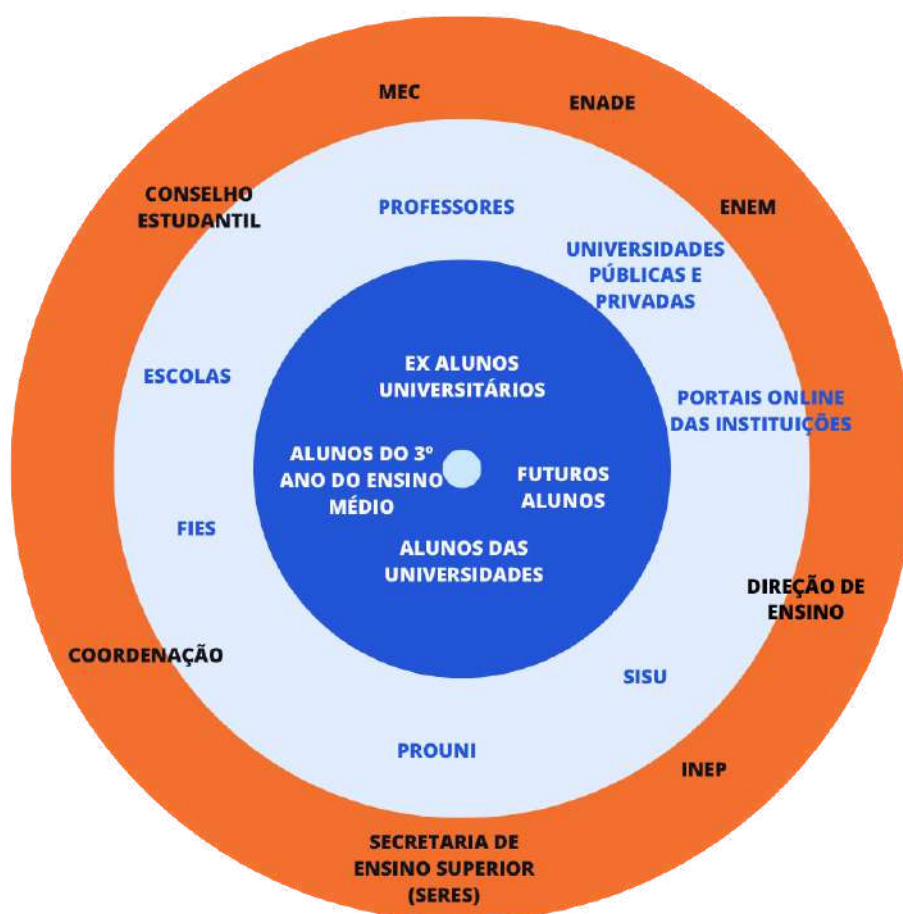
Fonte: a autora (2024)

6.1.2 Mapeamento de Atores

O Mapeamento de Atores ou Mapeamento de *Stakeholders*, traduzido para inglês, é uma ferramenta importante para mapear as pessoas que são relevantes e impactadas durante a execução do projeto, já que, as partes envolvidas sempre estão interligadas e se influenciam. Sua estrutura consiste em três círculos centralizados, sendo respectivamente um pequeno, médio e grande, onde a

distância em relação ao centro do círculo, indica o grau de envolvimento e a importância de atuação no projeto. Quanto mais perto do centro o ator estiver, mais envolvido e impactado pelo projeto ele será. Desta forma, o Mapa permite verificar como e de onde é possível extrair informações relevantes para o desenvolvimento do projeto.

Figura 03: Mapa de atores



Fonte: a autora (2024)

6.1.3 Estudo de Similares

Durante a fase de Estudos de Similares, foram realizadas duas pesquisas preliminares: a pesquisa exploratória e a Pesquisa *Desk*. Essas pesquisas são essenciais para esclarecer dúvidas e validar suposições derivadas da matriz de alinhamento e ao longo do desenvolvimento do projeto. Elas ajudam a identificar

padrões nas necessidades dos usuários e a analisar concorrentes com um enfoque técnico. Ela fornece informações para definir perfis de usuários, atores e ambientes, além de ajudar na formulação dos temas para a pesquisa *desk*.

A Pesquisa *Desk* envolve a análise de informações publicadas sobre consumidores, concorrentes e tendências sociais e econômicas, coletadas de websites, livros, revistas, blogs e artigos. O termo "*desk*" refere-se à realização dessas pesquisas com base em fontes disponíveis na internet, conceito formalizado por Robert K. Yin em seu livro "*Case Study Research: Design and Methods*" (1984). A Pesquisa *desk* complementa o conhecimento sobre o público-alvo, o mercado e as tendências, apoiando os Estudos de Similares, crucial para entender o mercado, organizar o conhecimento existente e identificar áreas ainda não exploradas pelos concorrentes.

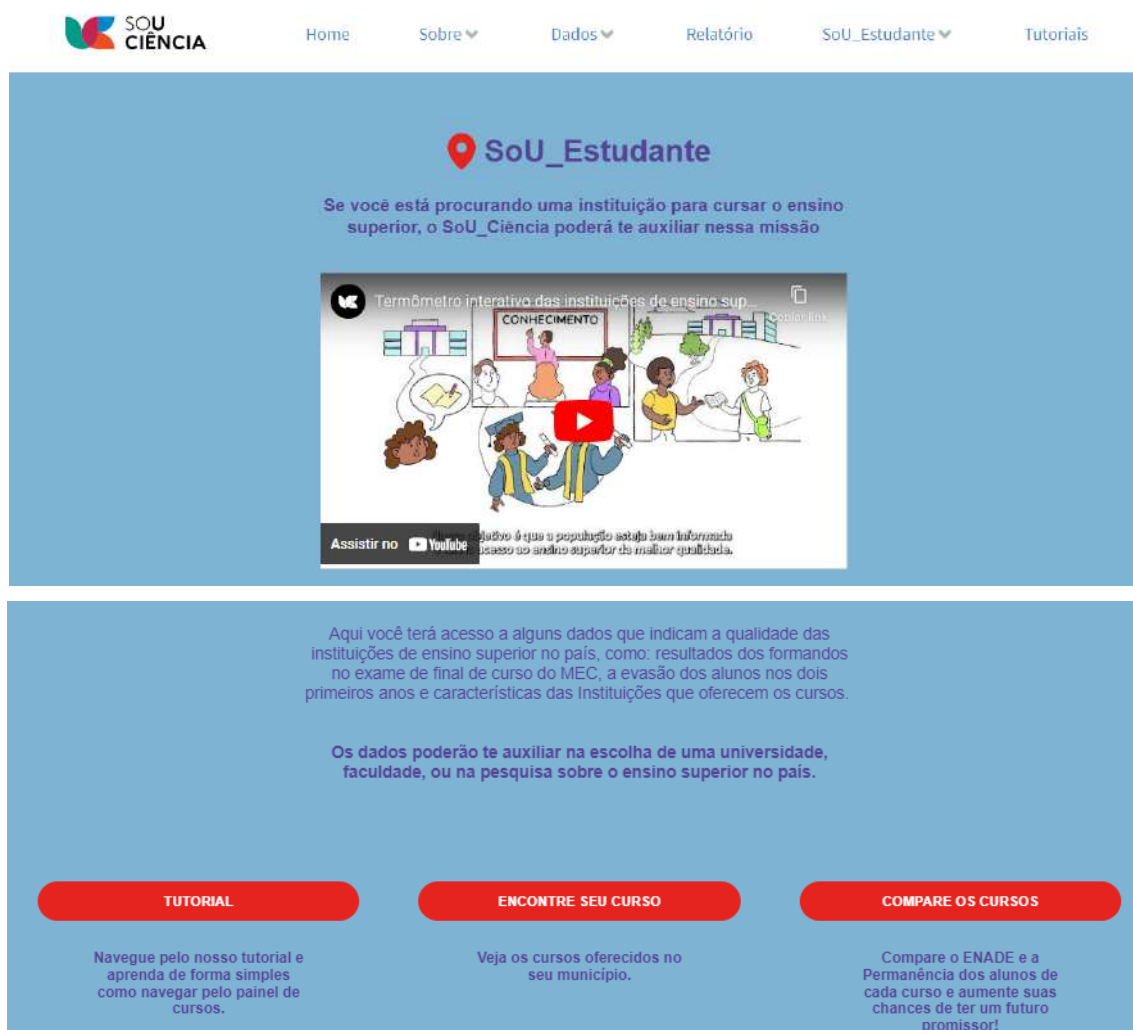
6.1.3.1 Plataformas digitais similares

Nessa pesquisa foram observadas plataformas digitais concorrentes e similares com foco no público-alvo, futuros alunos do ensino superior, graduantes e graduados, além de demais concorrentes relacionados a área acadêmica. Também servirão de parâmetro exemplos que não possuem relação direta com a área, porém se organizam em perfis/seções e/ou possibilitem o contato entre diversos atores para troca de experiências. A seguir, foram analisadas seis plataformas digitais, sendo essas: SoU_Estudante, Versus - Compare universidades, Universties.com, Glassdoor, Uni-Life e Unibuddy.

6.1.3.1.1 Website SoU_Estudante

O projeto SoU_Estudante é um site desenvolvido pelo SOU_CiÊNCIA, um Centro de Estudos e Think Tank sobre Sociedade, Universidade e Ciência, que procura oferecer informações importantes aos estudantes que pretendem ingressar no ensino superior, auxiliando no processo de escolha, como, por exemplo, as notas dos cursos no ENADE, Exame Nacional de Desempenho dos Estudantes para avaliar as universidades brasileiras, e os índices de permanência/evasão dos cursos.

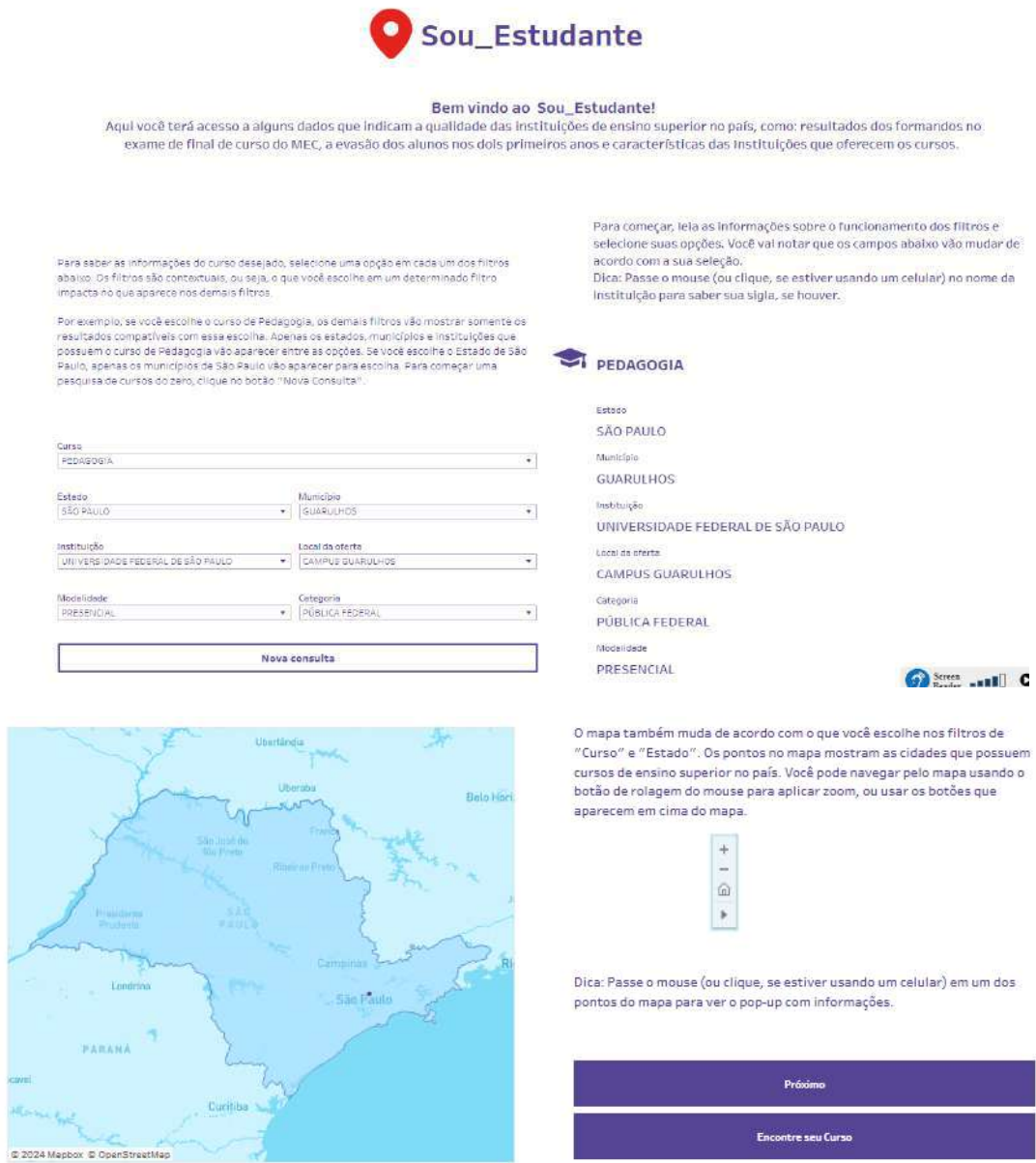
Figura 04: Página inicial SoU_Estudante



Fonte: a autora (2024)

Na primeira tela está presente um resumo ilustrado sobre a pesquisa que originou o projeto em formato de vídeo, em seguida uma breve descrição do objetivo. Abaixo estão localizados três botões e uma descrição: tutorial pela navegação do painel de cursos; encontre seu curso com a relação de cursos por município e diversas categorias a mais; compare os cursos com a relação entre os dados do ENADE, e a permanência dos alunos de cada curso.

Figura 05: Página de tutorial pela navegação



Fonte: a autora (2024)

À primeira vista, é claro perceber a possível dificuldade na leitura do conteúdo devido ao tamanho da tipografia, além da proximidade e pouca diferenciação visual dos botões na tela, como a cor.

Selecionar o botão "Tutorial" leva a uma página (figura 04) que explica o uso das ferramentas, incluindo filtros e categorias dos cursos/instituições. Em seguida, é exibido um mapa (figura 05) com os resultados da busca e dois botões: um para continuar o tutorial e outro para acessar a versão final do painel de busca. É necessário apontar que na navegação web (via computador) ao posicionar o cursor

sobre a maioria dos botões, é exibido uma pequena mensagem sobre o elemento, uma técnica nomeada *'tooltip'*, diminuindo a necessidade do usuário de selecionar, melhorando a experiência.

Figura 06: Página final do tutorial pela navegação



Fonte: a autora (2024)

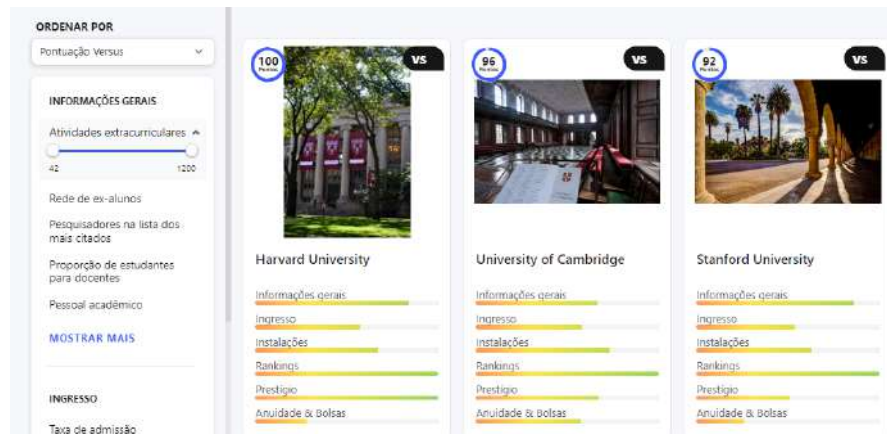
Continuando pelo tutorial, a página completa com a última parte da primeira ferramenta do site: a nota do ENADE e a porcentagem de permanência no curso. Assim, o tutorial finaliza e guia o usuário para a versão final ou para a segunda ferramenta do site, comparação entre cursos (figura 06).

Na segunda ferramenta, Comparação entre Cursos, o usuário pode comparar os resultados da pesquisa anterior e adicionar mais de dois cursos e instituições. Assim como na ferramenta anterior, as categorias usadas são: curso, estado, município, instituição, local de oferta, modalidade (presencial ou EaD - Educação a Distância) e categoria (privada ou pública).

6.1.3.1.2 Site Versus - Compare universidades

O site Versus é uma plataforma global de comparação com base em dados, abrangendo mais de noventa categorias, que vão desde celulares até entretenimento. A análise, no entanto, focará apenas na categoria universidades, e sua organização.

Figura 07: Tela com resultados gerais de universidades



Fonte: a autora (2024)

Na categoria "universidades", a página apresenta subcategorias à esquerda e perfis das universidades na maior parte da tela. Cada perfil mostra uma pontuação gerada pelo site, um ícone com função "mouseover" para comparação com outras universidades e barras percentuais com informações sobre categorias como dados gerais, ingresso, instalações, rankings, prestígio, anuidades e bolsas.

Figura 08: Página do perfil da faculdade



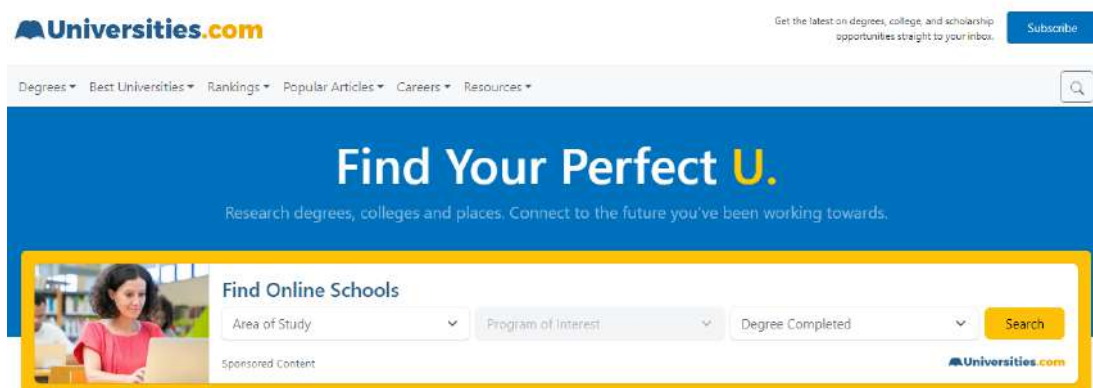
Fonte: a autora (2024)

Os resultados de cada subcategoria são mostrados principalmente em gráficos ou barras com porcentagens, o que ajuda o usuário a visualizar o *status* das classificações das universidades. No entanto, o excesso de cliques necessários em cada cartão de informações pode dificultar o acesso. Apesar disso, a página oferece boas ferramentas de comparação.

6.1.3.1.3 Site Universities.com

Criado em 1996, Universities.com é um site que ajuda no processo de escolha da universidade, através do ranqueamento de mais de seis mil instituições nos Estados Unidos. A metodologia do ranking é baseada em métricas como: admissões, rendimento e graduação, instrutores e corpo docente, recursos financeiros, programas acadêmicos na área do curso e financiamento, pós-graduação.

Figura 09: Página inicial com barra de pesquisa centralizada



Fonte: a autora (2024)

Na busca inicial do site, as classificações são amplas e com poucas opções. No entanto, no menu superior, há mais opções que levam a diferentes estilos de páginas, resumindo informações a partir dos filtros selecionados, direcionando outras informações para os sites das instituições.

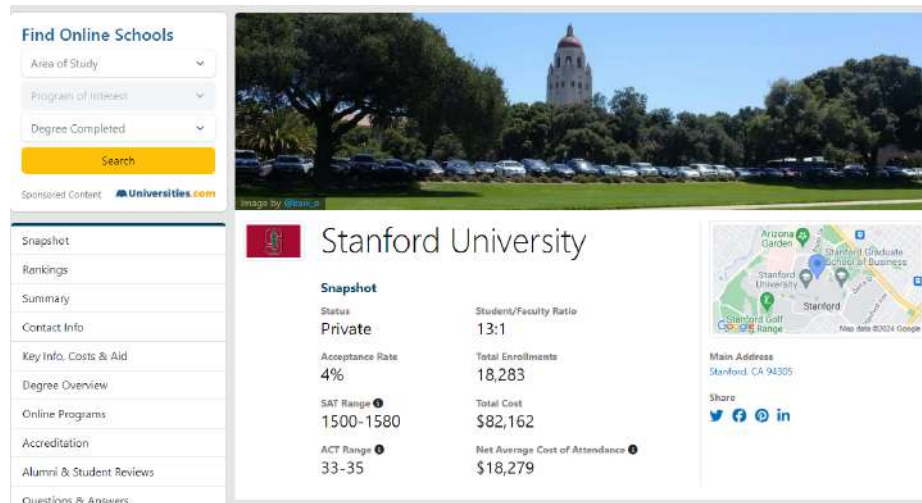
Figura 10: Respostas sobre aspectos do curso



Fonte: a autora (2024)

O diferencial dessa estrutura é um sistema de perguntas sobre a pontuação que o usuário atribui a uma faculdade em diferentes categorias. As respostas dos alunos incluem seu *status* no curso, o nome do curso e o ano de ingresso. Essas informações são muito úteis para quem está pesquisando sobre a instituição, pois permitem conhecer a opinião de quem já está dentro.

Figura 11: Perfil das universidades



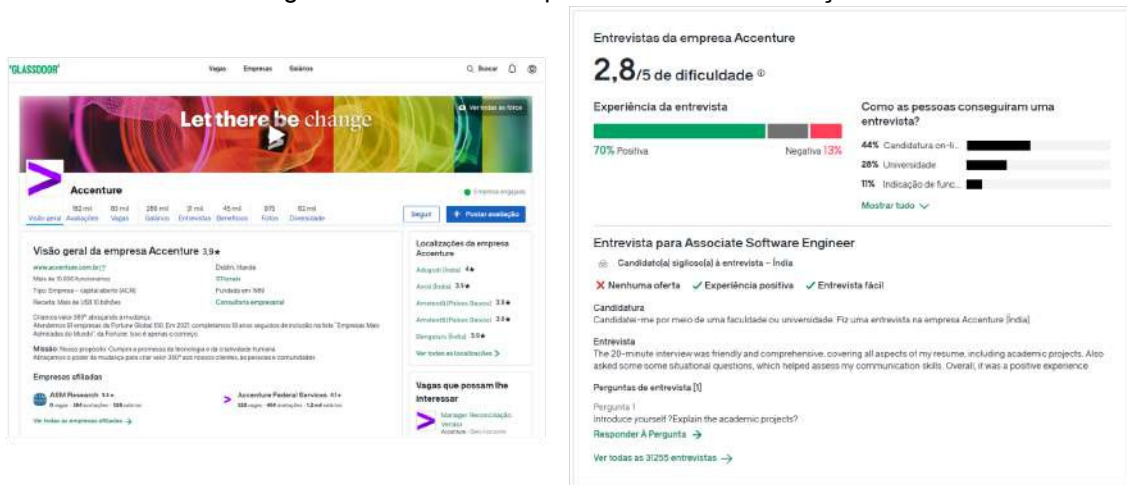
Fonte: a autora (2024)

6.1.3.1.4 Site Glassdoor

O Glassdoor é um site onde funcionários e ex-funcionários avaliam empresas, fornecendo informações sobre salários, condições de trabalho, e cultura corporativa. Além das avaliações, o site também oferece detalhes sobre entrevistas de emprego e permite que os usuários pesquisem sobre diferentes empregadores e

oportunidades de carreira. A plataforma não é focada na área acadêmica, porém o seu modelo pode ser muito eficaz para uma comunidade, especialmente se o objetivo for fornecer transparência, feedback de experiências dentro da instituição, promover conexão entre pessoas interessadas e pessoas que já participam da organização e principalmente informações além das que já estão no site da universidade.

Figura 12: Perfil das empresas e área de avaliações



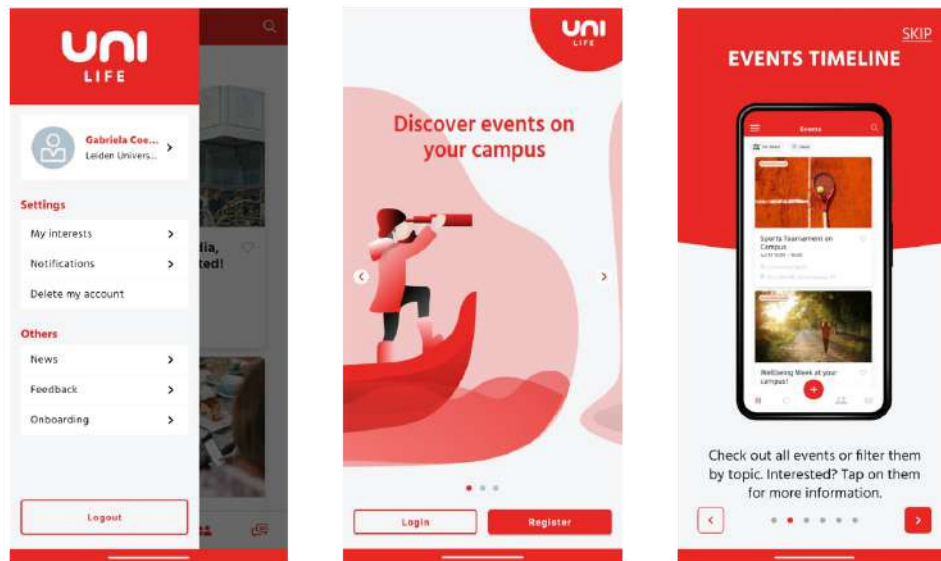
Fonte: a autora (2024)

6.1.3.1.5 Aplicativo Uni-Life

O aplicativo foi desenvolvido para conectar estudantes da mesma universidade e também de outras faculdades através da proposta do próprio aluno criar e atualizar a sua comunidade, seja pela instituição em comum, por eventos e com outras pessoas.

A experiência começa mostrando o que o usuário poderá encontrar no aplicativo e as opções de fazer o login ou se registrar. A diferenciação pelo contraste das cores dos botões de toda a plataforma é aplicada de forma eficiente, o que ajuda muito pessoas com diversos tipos de daltonismo. Após o login, uma prévia com exemplos de telas é exibida, permitindo que o usuário navegue livremente pelas telas após a conclusão da apresentação.

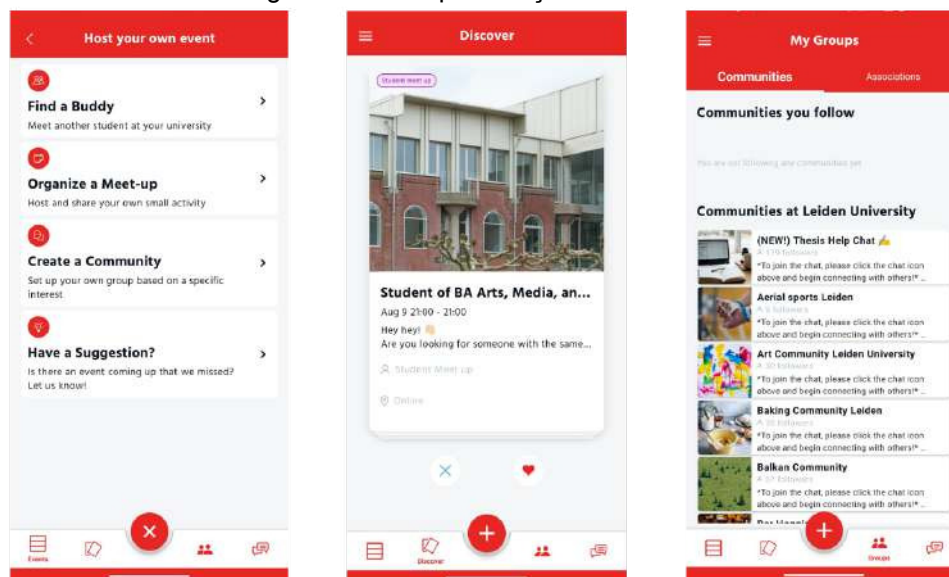
Figura 13: Telas de perfil do usuário, inicialização e tutorial, respectivamente



Fonte: a autora (2024)

São perceptíveis três funções: fazer o seu próprio evento que inclui outras opções como, por exemplo, encontrar um colega de faculdade; descobrir novos alunos com a possibilidade de conexão caso haja uma 'match'; grupos que o usuário segue conforme o que a instituição oferece em seus programas. A navegação entre essas telas pode ser feita ao selecionar os ícones correspondentes no menu inferior.

Figura 14: Principais funções do Uni-Life

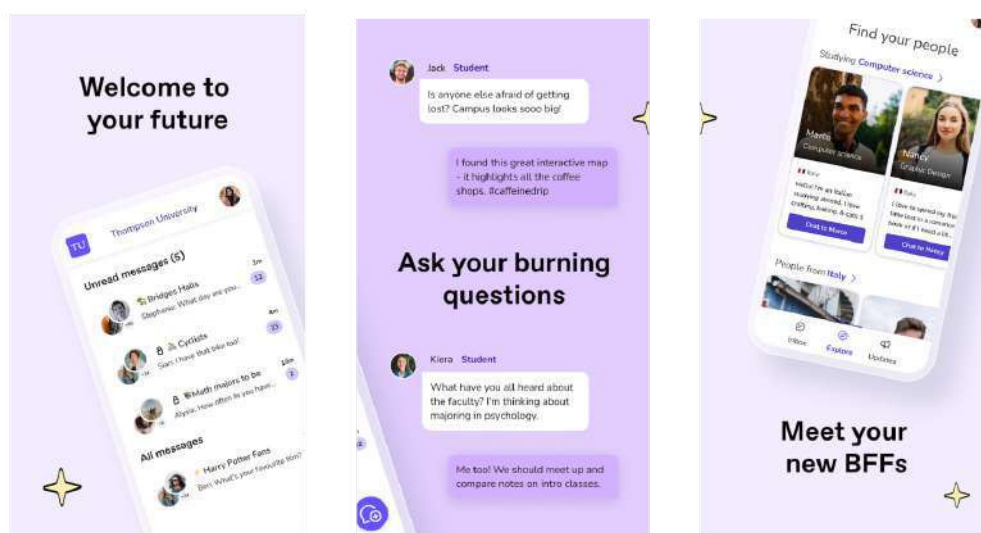


Fonte: a autora (2024)

6.1.3.1.6 Aplicativo Unibuddy

A plataforma Unibuddy é uma ferramenta que conecta futuros alunos com estudantes atuais e ex-alunos de instituições de ensino superior. Através dela, os visitantes podem obter informações autênticas e em tempo real sobre a vida acadêmica e social nas universidades. A plataforma permite que os usuários façam perguntas, recebam recomendações e obtenham uma visão mais detalhada sobre o que esperar de uma determinada instituição. Além disso, facilita a interação entre estudantes e potenciais candidatos, promovendo uma experiência de pesquisa mais personalizada e informada sobre cursos e universidades.

Figura 15: Principais funções do Unibuddy



Fonte: a autora (2024)

6.1.3.2 Análise de funções

A análise de funções em relação ao estudo de similares envolve comparar diferentes funções para identificar suas semelhanças e diferenças. Isso começa com a definição e classificação das funções mais observadas para entender seus tipos e propriedades. Após reunir e analisar todas as plataformas apresentadas na etapa anterior, foi possível entender os formatos e a organização da experiência do usuário em relação ao perfil educacional ou comunitário. Isso permitiu identificar funções específicas e essenciais, conforme detalhado no quadro da Figura 16. Estas funções incluem:

- 1. Perfil das universidades.
- 2. Comparação entre universidades: comparação de notas em aspectos que envolvam a experiência dos alunos e ex-alunos;
- 3. Feedback de ex-alunos e alunos atuais;
- 4. Ranking por avaliação dos alunos;
- 5. Perfil do usuário;
- 6. Calendário de evento das instituições: feiras, palestras e seminários;
- 7. Fórum de dúvidas: dúvidas mais frequentes em relação a determinada instituição)
- 8. Localização em mapa da universidade
- 9. Perfil da comunidade da universidade: salas ou fóruns de bate-papo entre alunos.
- 10.Filtros de busca: aspectos que envolvam a experiência dos alunos e ex-alunos.

Figura 16: Quadro de análise de funções

	SoU_Estudante	Versus Compare universidades	Universities .com	Glassdoor	Uni-Life	Unibuddy		
Perfil das universidades								
Comparação entre universidades								
Feedback de ex-alunos e alunos atuais								
Tutorial da ferramenta/ plataforma								
Ranking por avaliação dos alunos								
Perfil do usuário								
Calendário de eventos das instituições								
Fórum de dúvidas								
Localização em mapa da universidade								
Perfil da comunidade da faculdade								
Filtros de busca								

Possui

Não possui

Fonte: a autora (2024)

Ao identificar quais funções são mais comuns e impactantes, a análise ajuda a garantir que a plataforma em desenvolvimento inclua recursos essenciais, como feedback de ex-alunos e alunos atuais, filtros de busca e perfis de usuários, que são importantes para os futuros estudantes encontrarem informações relevantes e conectarem-se com pessoas que podem oferecer orientações e conselhos.

Além disso, as funções menos utilizadas, como perfil da comunidade, calendário de eventos e tutoriais, podem oferecer oportunidades para criar um diferencial na experiência dos usuários. Por exemplo, um perfil detalhado da comunidade pode ajudar a construir um senso de pertencimento, enquanto um calendário de eventos pode manter os usuários informados sobre a instituição que desejam conhecer, ajudando os futuros estudantes a fazer escolhas mais informadas e a se conectarem de maneira mais eficiente com a comunidade acadêmica.

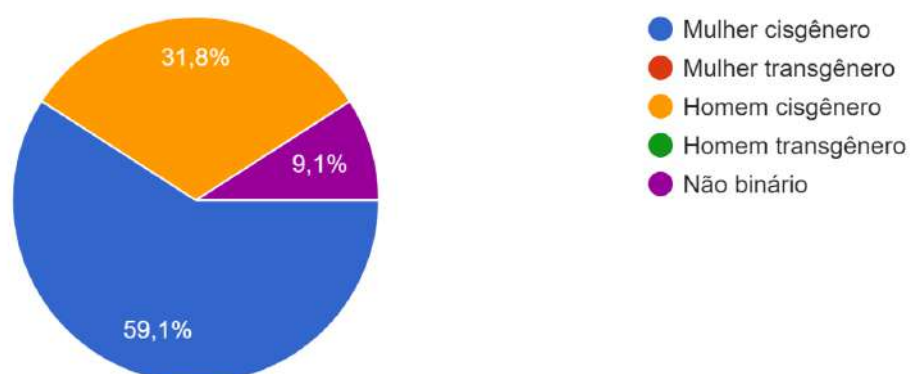
6.1.4 Perfil do usuário

O perfil de usuário foi baseado nos resultados da matriz de alinhamento, com o objetivo de compreender melhor as necessidades, comportamentos e dificuldades dos indivíduos que utilizam a plataforma. Essa compreensão inclui dados sobre faixa etária, situação acadêmica, desafios relacionados ao ingresso na universidade, etc.

Para obter essas informações, foram realizados dois questionários no Google Forms, cada um foi direcionado a dois grupos distintos: alunos do terceiro ano do ensino médio e alunos e ex-alunos do ensino superior. No total, foram coletadas 27 respostas, proporcionando uma visão abrangente dos diferentes perfis e necessidades dos usuários. As perguntas estão anexadas na área de Apêndice deste trabalho.

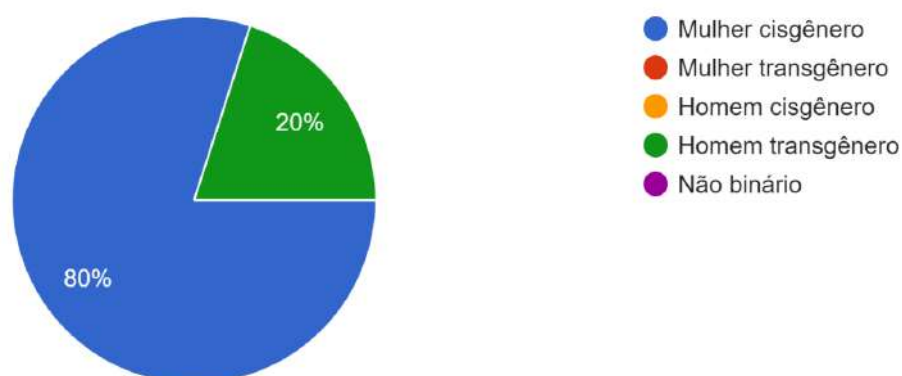
Segundo os dados obtidos no levantamento, o público-alvo é majoritariamente composto por mulheres cis gênero, com uma porcentagem de 59,1%, dividindo com outros grupos como homens cis gêneros e pessoas não binárias, representando, respectivamente, 31,8% e 9,1% do público. Esse resultado também se repetiu no segundo questionário voltado para os alunos do terceiro ano do ensino médio, onde 80% dos entrevistados são mulheres cis gênero e 20% são homens trans gêneros.

Figura 17: Gráfico sobre gênero de alunos e ex-alunos do ensino superior



Fonte: a autora (2024)

Figura 18: Gráfico sobre gênero de alunos do terceiro ano



Fonte: a autora (2024)

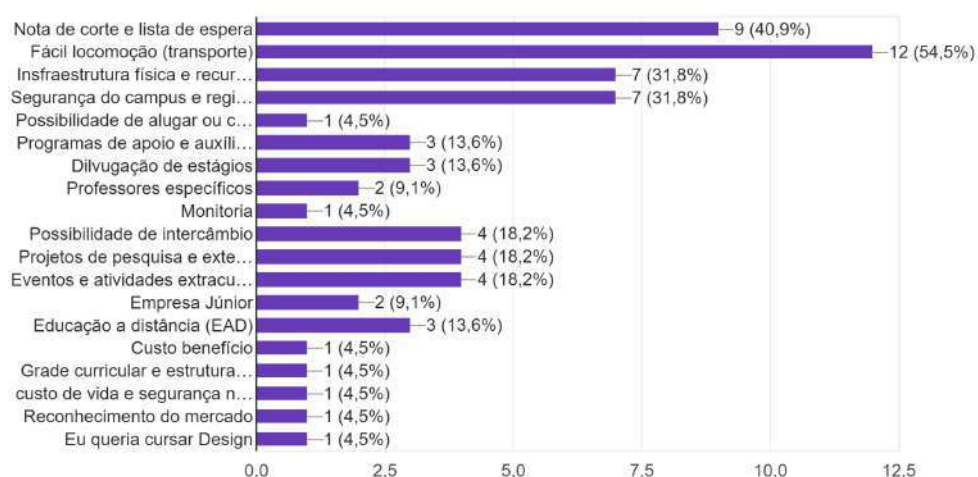
A idade dos participantes não foi questionada na entrevista com alunos do ensino médio, devido à presença de menores de idade entre os entrevistados para garantir a privacidade e o cumprimento das normas de proteção de dados. Com os entrevistados dentro do universo acadêmico, foi descoberto que 86,4% dos alunos possuem idades entre 18 a 30 anos. Desses alunos, o gráfico (Figura 19) mostra que 31,8% já completaram o curso, 27,3% finalizaram o curso e estão buscando outro, 22,7% continuam cursando o ensino superior e 18,2% terminaram o curso e não querem mais estudar. Em resumo, a maioria já concluiu o curso ou está procurando novas oportunidades de estudo, enquanto uma parte está em formação e outra não tem interesse em mais educação no momento.

Figura 19: Gráfico sobre situação acadêmica dos entrevistados



Fonte: a autora (2024)

Figura 20: Gráfico sobre critérios de escolha do curso/instituição que cursa ou já cursou



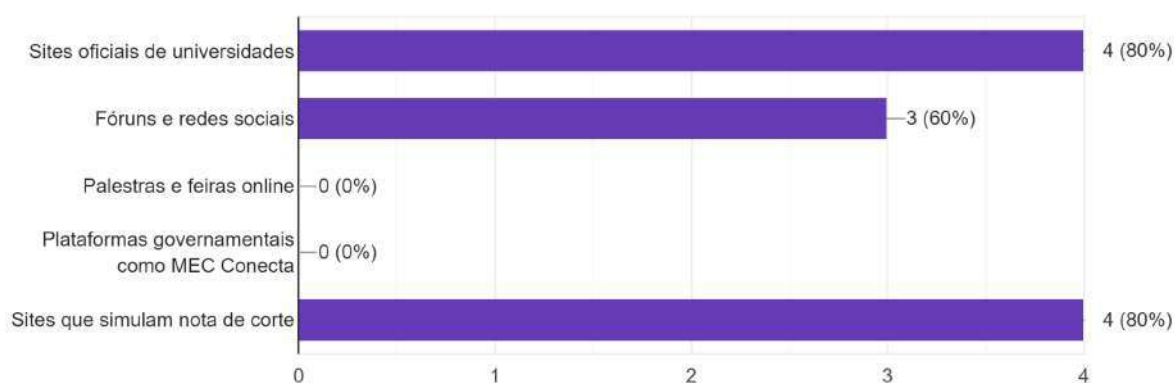
Fonte: a autora (2024)

Uma das dúvidas oriunda da matriz de alinhamento sobre critérios de escolha do curso ou instituição foi respondida pelo resultado exposto na Figura 20, onde 54,5% dos participantes consideram transporte e locomoção como o fator mais importante, indicando que a facilidade de acesso ao campus é crucial para a escolha do curso. Nota de corte e lista de espera é relevante para 40,9% dos entrevistados, mostrando que os requisitos de entrada são um fator significativo. Segurança do campus/região e estrutura física e recursos são igualmente importantes para 31,8% dos participantes, o que demonstra que, embora menos prioritários que transporte e nota de corte, ainda desempenham um papel importante na decisão de escolha.

Comparando com os resultados obtidos com alunos no último ano do ensino médio, onde todos consideram infraestrutura física e recursos como essencial, 80%

valorizam programas de apoio e auxílio estudantil, e 60% dão importância a transporte, nota de corte e lista de espera, observa-se que a ênfase em infraestrutura física e recursos é consistente entre ambos os grupos. No entanto, a importância atribuída ao transporte e nota de corte é menor no grupo atual em comparação com os alunos do último ano do ensino médio. Além disso, a segurança do campus/região e estrutura física e recursos aparecem com menor relevância no grupo atual do que o observado anteriormente.

Figura 21: Quais meios digitais foram utilizados no processo de escolha do curso/ instituição (alunos do 3º ano do ensino médio)



Fonte: a autora (2024)

Para a pergunta sobre meios de pesquisa digital utilizados para escolher o curso e a instituição de ensino superior, ambos os grupos valorizam bastante os sites oficiais das universidades, com 86,4% dos ex-alunos e atuais alunos do ensino superior e 80% dos alunos do 3º ano do ensino médio indicando essa opção. Fóruns e redes sociais têm maior importância para os alunos do 3º ano do ensino médio, com 60% usando essas plataformas, enquanto 50% dos ex-alunos e atuais alunos recorrem a esses meios. Sites que simulam nota de corte são relevantes para 80% dos alunos do ensino médio, mas não foram escolhidos pelos ex-alunos e atuais alunos. Palestras e feiras são pouco relevantes para ambos os grupos, com apenas 18,2% dos ex-alunos e atuais alunos mencionando essa opção.

Com o levantamento desses dados e as respostas sobre a importância dessas informações para escolha do curso, conclui-se que, enquanto a maioria dos ex-alunos e atuais alunos do ensino superior está satisfeita com suas escolhas e não mudaria sua decisão, mesmo após enfrentar alguns desafios, os alunos do 3º

ano do ensino médio destacam a importância de obter informações detalhadas antes de ingressar na instituição. Eles acreditam que as perspectivas de ex-alunos oferecem uma visão realista e abrangente sobre o curso e a instituição, ajudando a tomar uma decisão mais informada e segura. Em resumo, enquanto os ex-alunos valorizam as informações que confirmaram suas escolhas, os futuros alunos veem o feedback prévio como crucial para uma decisão bem fundamentada, sublinhando a necessidade de informações tanto antes quanto após iniciar o ensino superior para garantir uma escolha adequada e satisfatória.

6.1.5 Personas

A construção de personas, que são arquétipos fictícios baseados em dados reais dos usuários, tem se tornado uma prática comum no design de produtos. Essas representações sintetizam motivações, desejos e necessidades de diferentes grupos de consumidores, ajudando os designers a direcionar suas soluções de forma mais eficaz. De acordo com Vianna et al. (2011), as personas são criadas a partir de comportamentos observados e são personalizadas com histórias e características específicas. Elas são fundamentais para criar empatia e alinhar as expectativas da equipe com as dos usuários, como destacado por Teixeira (2016). Assim, as personas garantem que os produtos sejam mais sensíveis e adequados às necessidades reais do público-alvo.

Para este projeto criou-se um grupo com 4 personas com base nos dados levantados a partir dos questionários online: Victória, Lucas, Elisa e Luara, cada um representando uma classe de usuários distintos que fazem parte do público-alvo.

Figura 22: Persona 01



Persona 1 - Aluna do 3º do ensino médio

Victória Silva

17 anos

"Quero mergulhar fundo nas letras e transformar minha paixão por palavras em uma carreira cheia de significado."

 **PERSONALIDADE**

Ana é altamente motivada e focada em alcançar seus objetivos.

 **HOBBY**

É apaixonada por literatura, especialmente romances e livros de autoajuda; participa de um clube de leitura. Em seu tempo livre usa o celular para pesquisar curiosidades e resenhas de livros.

 **OBJETIVO**

Entrar em uma universidade renomada para estudar Letras e se especializar em Linguística ou Literatura Brasileira, além de integrar-se ao ambiente acadêmico e social da universidade, aproveitando ao máximo oportunidades de pesquisa e estágios.

 **DORES E NECESSIDADES**

Se sente insegura sobre como será a experiência universitária; falta de informações práticas sobre o cotidiano e a cultura da universidade. Gostaria de receber orientação de estudantes que já estão na faculdade para obter uma visão realista sobre o curso e a vida no campus; informações sobre estratégias eficazes para gerenciar a carga acadêmica e social.

Fonte: a autora (2024)

Figura 23: Persona 02



Persona 2 – Aluna do curso de design gráfico

Luara Andrade

24 anos

"Apesar das dificuldades, cada projeto e desafio me fez amar ainda mais o design e me preparou para o futuro que quero construir."

PERSONALIDADE

Elas valoriza o trabalho em equipe e a troca de ideias com outros profissionais. Acredita que a colaboração é essencial para o crescimento e sucesso em projetos de design.

HOBBY

Participa de eventos e conferências de design, e é ativa em comunidades online para trocar ideias e feedback com outros designers. Acha importante ajudar quem ainda vai entrar na universidade.

OBJETIVO

Desenvolver e implementar projetos de pesquisa inovadores na área de design, explorando novas técnicas e tendências, como design inclusivo e sustentável; participar de um programa de intercâmbio acadêmico ou estágio em uma agência internacional de design para ganhar experiência global e expandir sua rede profissional.

DORES E NECESSIDADES

Apesar de não se arrepender do curso, Luara enfrentou dificuldades com a estrutura e recursos oferecidos pela instituição, como falta de equipamentos atualizados e apoio insuficiente para projetos práticos; gostaria de ter acesso a ferramentas e softwares atualizados; orientação e feedback construtivo de profissionais experientes; oportunidades para aplicar os conhecimentos em projetos reais e ganhar experiência prática.

Fonte: a autora (2024)

Figura 24: Persona 03



Persona 3 - Recém formado em ciências biológicas

Lucas Cordeiro

27 anos

"Estou animado para usar a experiência e o conhecimento que adquiri na graduação para fazer a diferença na pesquisa científica através de uma pós-graduação que me permita explorar novas fronteiras na biotecnologia."

 **PERSONALIDADE**

Lucas é consciente dos desafios que enfrenta e reflete sobre suas experiências e aprendizagens para melhorar continuamente. Ele busca equilibrar suas ambições com uma compreensão prática das realidades do campo científico.

 **HOBBY**

Frequenta conferências, workshops e seminários para se manter atualizado com os avanços na sua área e para fazer networking com outros profissionais e acadêmicos.

 **OBJETIVO**

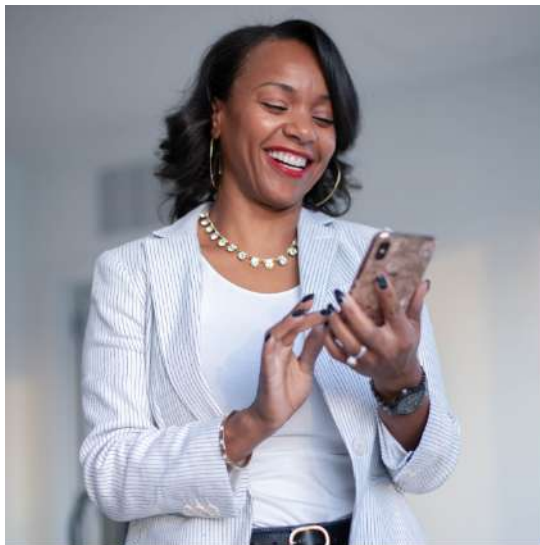
Iniciar uma pós-graduação em Biotecnologia ou Biologia Molecular para aprofundar seus conhecimentos e habilidades na área, visando contribuir para avanços em pesquisas científicas e desenvolvimento de novas tecnologias.

 **DORES E NECESSIDADES**

Precisa de orientação para identificar a instituição com o melhor programa de pós-graduação que se ajuste às suas metas de carreira e interesses específicos; ele também está lidando com a pressão para se estabelecer profissionalmente e aplicar seu conhecimento recém-adquirido de forma eficaz.

Fonte: a autora (2024)

Figura 25: Persona 04



Persona 4 – Trabalhadora quer voltar a estudar

Elisa Ferreira

31 anos

"Estou empolgada para explorar novas oportunidades e reinventar minha carreira, aplicando tudo o que aprendi e buscando novas paixões que me motivem e inspirem."

 **PERSONALIDADE**

Ela toma a iniciativa de buscar oportunidades para melhorar suas habilidades e conhecimentos e está constantemente motivada a alcançar seus objetivos de carreira.

 **HOBBY**

Engajada em projetos de voluntariado que estão alinhados com suas novas áreas de interesse, ajudando a comunidade e adquirindo experiência prática.

 **OBJETIVO**

Iniciar uma nova graduação em um campo que a apaixone mais, como Psicologia, Design Gráfico ou Educação, ou complementar sua formação atual com cursos adicionais que ajudem a abrir novas oportunidades na sua carreira.

 **DORES E NECESSIDADES**

Equilibrar o trabalho atual com os estudos e o desenvolvimento profissional. Enfrentar incertezas sobre qual campo seguir e como a nova formação afetará sua trajetória de carreira. Gostaria de receber orientação sobre a melhor escolha de curso para alinhar com seus interesses e objetivos de carreira; apoio na gestão do tempo entre trabalho e estudos; informações sobre como a nova formação pode impactar suas oportunidades de carreira e a transição para uma nova área.

Fonte: a autora (2024)

6.2 IDEIAÇÃO

Após conhecer e entender o público-alvo e suas necessidades, inicia-se a ideação, etapa em que buscamos gerar e materializar ideias para solucionar os problemas levantados. Utilizam-se ferramentas e técnicas para expandir essas informações e desenvolver soluções viáveis e funcionais.

6.2.1 Análise de problemas

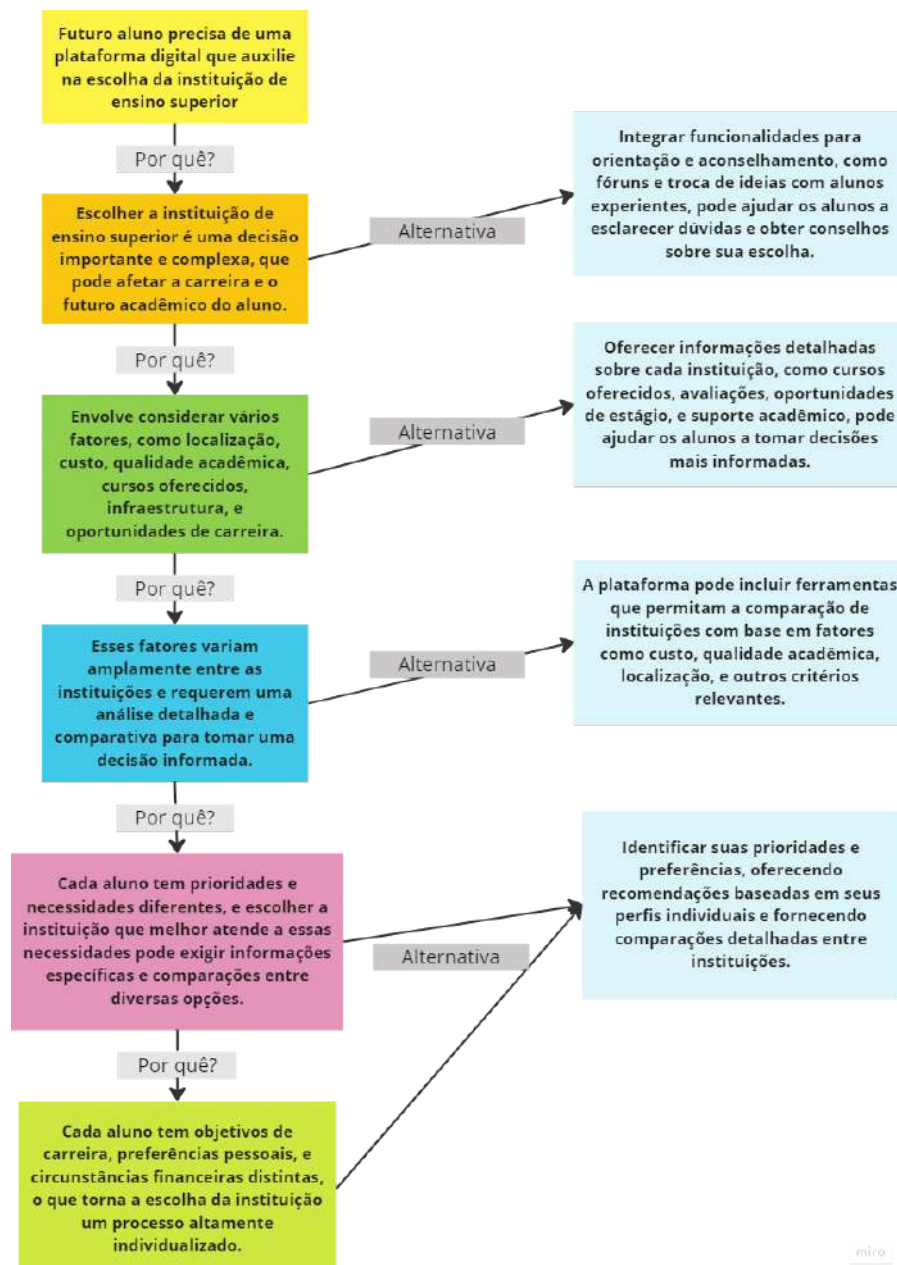
A análise do problema (Baxter, 1998) visa identificar suas causas principais e definir metas e limites. Começa com a formulação do problema e explora a razão pela qual ele precisa ser resolvido, utilizando uma série de perguntas “por quê?” para chegar às verdadeiras motivações. Essa abordagem pode revelar novas opções de solução em diferentes níveis.

O contexto do problema a ser analisado é verificar a necessidade e validade do desenvolvimento de uma plataforma para auxiliar a escolha da instituição de ensino superior, assegurando que seja o melhor caminho. No primeiro nível da análise, foi revelado que o problema central é a dificuldade dos futuros alunos em comparar e selecionar a melhor instituição para suas necessidades acadêmicas e pessoais, sendo identificado que a escolha da instituição é uma decisão crucial e complexa, que envolve considerar múltiplos fatores como localização, custo, qualidade acadêmica, e oportunidades de carreira. A alternativa seria desenvolver uma ferramenta que ajude os futuros alunos a fazer comparações informadas entre instituições.

Ao aprofundar mais a análise foram identificadas as seguintes razões para a necessidade de uma plataforma focada no contexto anteriormente citado: diversidade de fatores (considerar a escolha da instituição envolve muitos fatores variáveis que podem ser difíceis de comparar sem uma ferramenta adequada), necessidade de personalização (cada aluno tem necessidades e prioridades diferentes e uma abordagem personalizada pode facilitar a escolha da melhor instituição) e complexidade do processo de escolha (o processo de escolha é não padronizado e varia amplamente entre as instituições tornando difícil para os alunos obterem uma visão clara).

Com base nas razões identificadas partir dos “por quês” gerados, foram exploradas várias alternativas para a plataforma desenvolver uma ferramenta personalizada que permita aos alunos identificar suas prioridades e receber recomendações baseadas em seu perfil individual, como: incluir funcionalidades que permitam comparar instituições com base em critérios específicos e personalizados, centralizar informações e recursos detalhados sobre instituições em perfis, como cursos avaliações e oportunidades de estágio e oferecer suporte e orientação mediante fóruns para esclarecer dúvidas e ajudar na decisão.

Figura 26: Análise de problemas



Fonte: a autora (2024)

6.2.2 Brainwriting

Segundo Mike Baxter (1998) em seu livro *"Projeto de Produto: Guia Prático para o Design de Novos Produtos"*, o brainwriting é uma evolução do brainstorming, mantendo suas vantagens e reduzindo suas desvantagens. Para esse processo, foram definidos alguns funcionais para uma plataforma informativa, os temas abordados foram funcionalidades da plataforma como: informações sobre as universidades e funções que auxiliassem na escolha para ingresso nas instituições

Utilizou-se para reunião com usuários o aplicativo Discord⁵ para videoconferência e para a execução do processo de brainwriting foi utilizada a plataforma Miro⁶, como mostra respectivamente as figuras 27 e 28. Os participantes escreveram suas ideias individualmente em até dez cartões, sem as compartilhar inicialmente. Após esgotar as ideias, poderiam consultar o que os outros desenvolveram para servir de inspiração. Alguns tópicos destacados no brainwriting foram: funcionalidades (filtro por localidade e cursos, colaboração do usuário por meio de fóruns de dúvidas, valores de bolsas e programas de auxílios), e informações que cada universidade poderia ter (perfil da universidade com cursos, modalidades, endereço, histórico de segurança da instituição).

Figura 27: Reunião de execução do Brainwriting



Fonte: a autora (2024)

⁵ <https://discord.com>

⁶ <https://miro.com/pt/>

Figura 28: Brainwriting



Fonte: a autora (2024)

Concluindo essa etapa, é possível analisar quais ideias são viáveis por meio da categorização e priorização de cada uma, isso é feito a partir das ferramentas de análise a seguir.

6.2.3 Ferramentas de seleção de ideias

As ideias obtidas no Brainwriting e embasadas no resultado da Análise de problemas, são organizadas e selecionadas de acordo com a relevância utilizando duas ferramentas: *Divide the Dollar* e o Mural de Possibilidades. A técnica de "*Divide the Dollar*" é um método de negociação em que um montante fixo de dinheiro é dividido entre cada ideia, permitindo atribuir prioridade e importância segundo o valor separado. Primeiro, foi definido o montante total disponível, como R\$ 100, em seguida, foram listadas 10 ideias geradas no brainwriting, onde se distribuiu as quantidades 15, 10 e 5 entre cada ideia até totalizar o valor total.

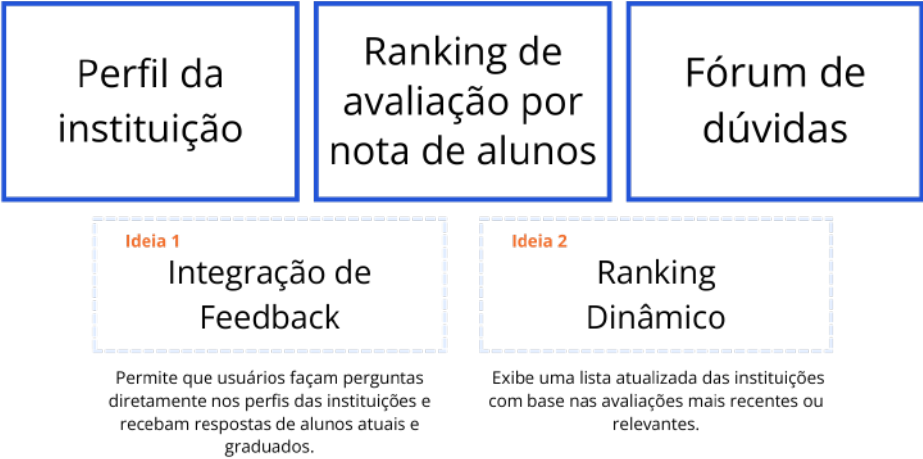
As sugestões obtidas através da técnica *"Divide the Dollar"* (figura 29) são registradas no Mural de Possibilidades, centralizando todas as ideias e resultando na seleção de duas principais. O Mural de Possibilidades serve para identificar quais ideias serão priorizadas e implementadas, as ideias que não forem escolhidas para destaque ainda podem ser realizadas como complementos ao projeto.

Figura 29: Divide the dollar

Ideias	R\$	Por quê?
Ranking de avaliação	15	Permite comparar qualitativamente as instituições
Fórum de dúvidas	15	Conecta pessoas com relatos de alunos e ex alunos
Perfil da instituição	15	Oferece uma visão completa sobre a instituição, incluindo informações sobre cursos, infraestrutura, corpo docente, e atividades extracurriculares
Checklist de inscrição em processos seletivos	5	Garante que todos os requisitos sejam atendidos e evita a perda de prazos importantes
Perfis de usuário	10	Possibilita personalização
Calendário de eventos	5	Usuário pode visitar e conhecer as instalações da instituição
Ônibus e horários	10	Permite verificar a disponibilidade e frequência de transporte público, ajudando a escolher instituições que são facilmente acessíveis por ônibus
Filtro por localidade e curso	5	Permite aos usuários encontrar instituições próximas à sua localização ou em uma área específica
Bolsas disponíveis	10	Facilita a busca e aplicação para apoio financeiro, tornando a educação mais acessível
Estágios e instituições parceiras	10	Ajuda escolher instituições baseado na oferta de suporte prático e oportunidades de desenvolvimento profissional.

Fonte: a autora (2024)

Figura 30: Mural de Possibilidades



Fonte: a autora (2024)

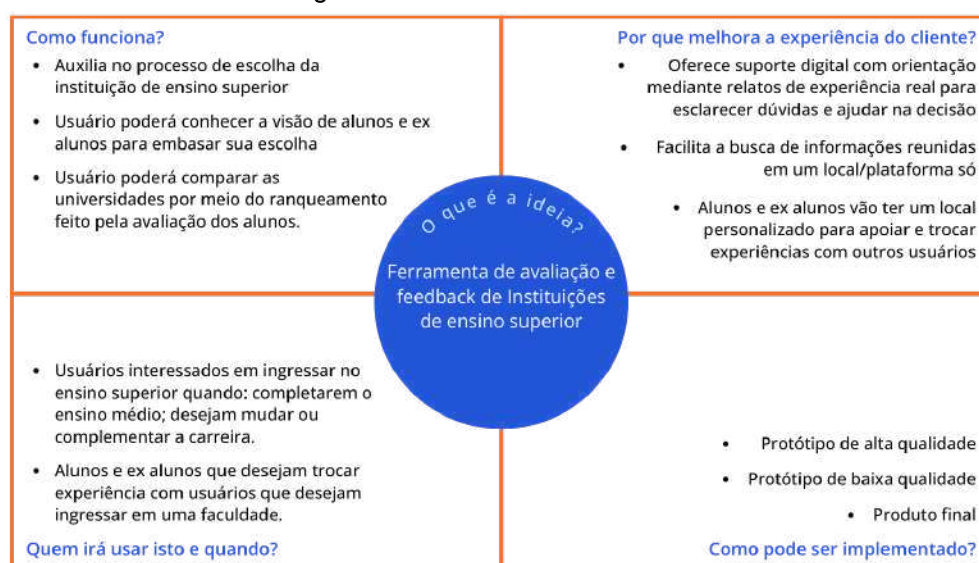
Para compor as ideias centrais do Mural de possibilidades (na Figura 30) foram utilizadas a três ideias que mais pontuaram no método *divide the dollar*, sendo essas: “perfil da instituição”, “ranking de avaliação por nota de alunos” e “fórum de dúvidas” cada uma valendo 15 reais, assim, classificadas com maior relevância entre as demais. Observando o mural, as três ideias resultantes do método anterior foram centralizadas no mural de possibilidades, que quando combinadas geraram duas ideias principais: a ideia 1 “Integração de feedback” e a ideia 2 “ranking dinâmico”.

Após a criação das duas ideias principais, é possível avançar para a etapa do Mapa Conceitual, onde será planejado e desenvolvido a ideia central que será implementada no projeto.

6.2.4 Mapa Conceitual

Um mapa conceitual é uma ferramenta gráfica que organiza e relaciona conceitos, facilitando a visualização e compreensão das conexões entre ideias. Como o nome sugere, ele serve como um *framework*, orientando a elaboração e visualização de novos conceitos, ajudando a explorar diversos aspectos do desenvolvimento de um novo produto ou serviço. Utilizando essa estrutura, podemos gerar novas ideias e avaliar a viabilidade delas de forma mais clara e estruturada.

Figura 31: Mural de Possibilidades



Fonte: a autora (2024)

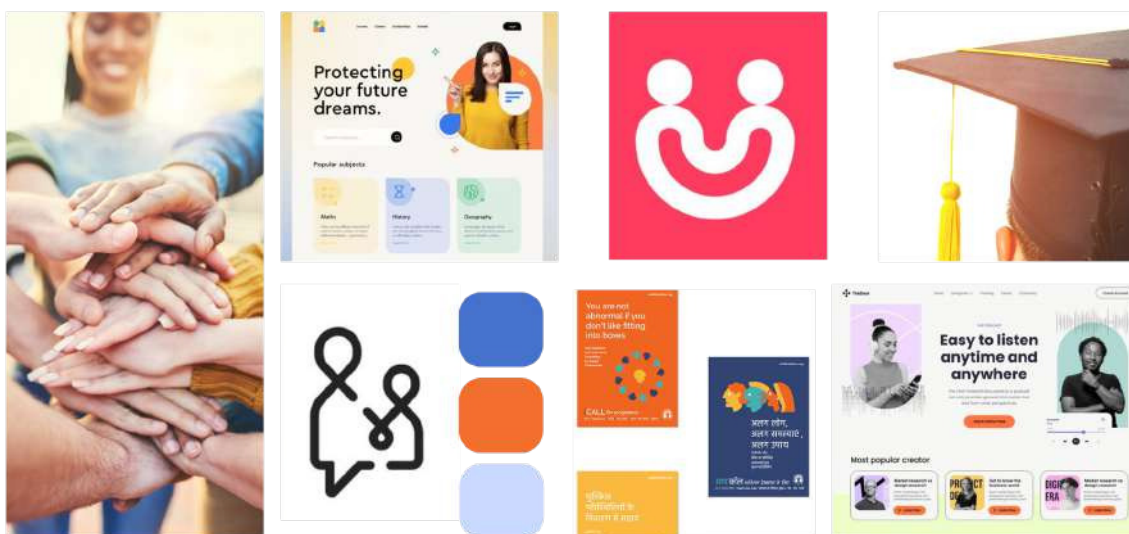
O Mapa Conceitual produzido (Figura 31) foi produzido a partir da sintetização das ideias “Integração de feedback” e “ranking dinâmico”, dessa forma, amadurecendo o conceito do projeto, uma plataforma que auxilie a escolha da universidade por meio de avaliação e feedback de alunos e ex alunos das instituições de ensino superior, ajudando consequentemente os usuários a ingressar no ensino superior, sendo um site indicado para pessoas que buscam a primeira formação, que desejam mudar ou complementar a carreira e necessitam de informações mais completas.

Concluindo esse processo e definindo a ideia central do projeto, as próximas fases envolvem a criação de conceitos visuais, abrangendo: Painel Semântico e Guia de Estilos (escolhas de tipografias, paletas de cores, *naming* e *branding*).

6.2.5 Painel Semântico

Um painel semântico pode ser uma valiosa referência ou fonte de inspiração. Composto por imagens, textos e figuras, ele oferece uma representação visual e condensada que facilita o alinhamento entre os membros da equipe sobre conceitos, atitudes, preferências e outros aspectos do projeto. Segundo o Livework Tools⁷, é usado para ilustrar significados desejados ou existentes, tanto para indivíduos quanto para organizações.

Figura 32: Painel Semântico



Fonte: a autora (2024)

⁷ <https://liveworktools.webflow.io/entender/painel-semantico>

As referências visuais escolhidas buscaram remeter a energia do público alvo, que em sua maioria é formado por jovens e a ideia de um ambiente amigável que o projeto procura transmitir. Em contraste com essas sensações, outras cores presentes no painel fazem parte do universo acadêmico e proporciona uma base sólida e confiável. Em conjunto com as formas e linhas, em geral, arredondas, tendem a ser vistas como mais inclusivas, acessíveis e acolhedoras. Estas informações, agregadas ao painel, serviram como direcionamento para a elaboração do *Branding* da plataforma, que será demonstrado a seguir.

6.2.6 Guia de Estilo

Um guia de estilo é um mapa que define diretrizes para garantir a consistência e coesão na comunicação e no design de uma marca ou projeto. Ele cobre identidade visual, como logotipos e cores; as tipografias, *naming* e *branding* do projeto.

6.2.6.1 Tipografia

Para este projeto, é fundamental escolher uma fonte que garanta clareza e acessibilidade, facilitando a leitura e a compreensão das informações pelos usuários. A Open Sans é uma excelente escolha porque oferece ótima legibilidade em diversos tamanhos, adaptando-se bem a diferentes tipos de conteúdo e layouts, o que é fundamental para apresentar informações como descrições de cursos e comparações de instituições. A fonte tem um design neutro e moderno que contribui para uma experiência de usuário amigável e acessível, tornando o texto fácil de ler tanto em dispositivos móveis quanto em desktops. Exemplos de sites que usam Open Sans incluem Google, YouTube, Slack, Mozilla e Asana, mostrando como a fonte é amplamente reconhecida e eficaz em diversas plataformas digitais.

Figura 33: Tipografia



Fonte: a autora (2024)

6.2.6.2 Paleta de cor

O designer de experiência do usuário, Jesse Grimes (2010), enfatiza que as cores devem melhorar a legibilidade e a interação dos usuários, contribuindo para uma experiência de usuário mais eficaz e envolvente, assim, para esse projeto a paleta de cores escolhida transmite sensações de energia, crescimento e clareza. Laranja vibrante destaca botões e ações, atraindo a atenção e engajando os usuários. Já o azul-escuro sugere confiança e profissionalismo, enquanto o azul-claro oferece um fundo tranquilo e suave, facilitando a leitura. O branco *Off-White* proporciona um fundo agradável e suave, evitando ofuscamento e garantindo clareza visual.

Figura 34: Paleta de cores



Fonte: a autora (2024)

6.2.6.3 Branding

Branding é o processo de criar e gerenciar a identidade de uma marca, incluindo elementos visuais, como logotipo e paleta de cores, assim como a percepção e a experiência que a marca oferece aos seus clientes. É uma estratégia que envolve a construção de uma imagem e reputação consistentes para transmitir os valores, missão e visão da marca, diferenciando-a da concorrência. De acordo com o designer Marty Neumeier (2009), branding é o ato de moldar a percepção da marca na mente do público-alvo e é essencial para criar uma conexão emocional e construir lealdade. Neumeier destaca que uma marca forte é construída sobre uma promessa clara e uma experiência consistente que reflete as necessidades e desejos dos consumidores.

Para iniciar esse processo, é necessário criar e escolher um nome para o projeto, uma parte crucial do branding chamada de *naming*, que envolve a concepção de um nome que seja memorável, distinto e que transmita a essência e os valores da marca ou produto.

Portanto, foi escolhido o nome Uniescolha, que combina as palavras "Escolha" e "Universidade", que não remete apenas a ideia de uma plataforma que conecta estudantes a diferentes instituições, mas também sugere um espaço que apoia o processo de escolha. Isso é essencial para um projeto que busca simplificar o processo de seleção de universidades e facilitar o acesso a informações relevantes. Além disso, para assegurar a exclusividade do nome e respeitar domínios já registrados, foi pesquisado a disponibilidade do nome no site Registro⁸.

Em relação a logo desenvolvida (Figura 35), a elaboração reflete a essência e os objetivos principais do site, citado anteriormente. Essa conexão é representada pela simbolização de duas pessoas formadas com base na letra "U" e dois círculos em cada extremidade. Além disso, localizado na parte superior da letra "U" foi desenhado, para se assemelhar ao formato do capelo, um símbolo tradicional do universo acadêmico, associando diretamente a logo ao ambiente de ensino superior. Essa forma também sugere a reunião de informações sobre universidades e o fornecimento de um espaço para que as pessoas compartilhem suas experiências e opiniões sob um mesmo local, no caso, o site. Por fim, a junção de todos esses

⁸ <https://registro.br>

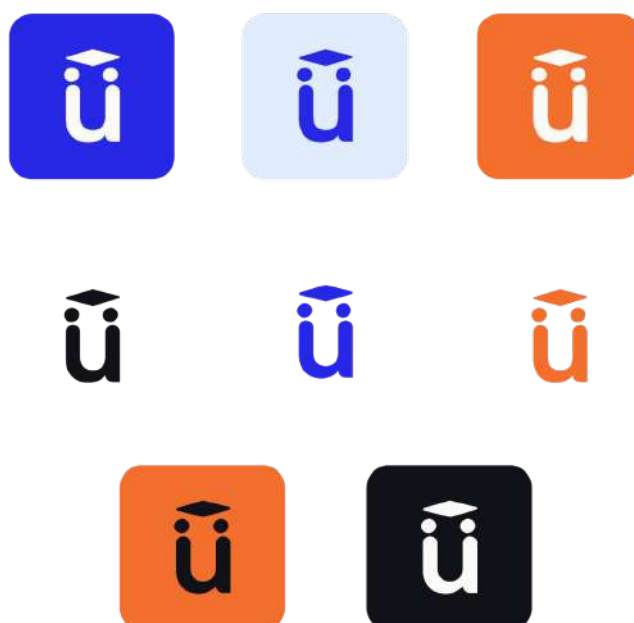
elementos gera um formato que utiliza tanto a semiótica quanto os princípios da Gestalt⁹ para comunicar visualmente um sorriso, sugerindo uma interação positiva e amigável

Figura 35: Logo em fundo colorido



Fonte: a autora (2024)

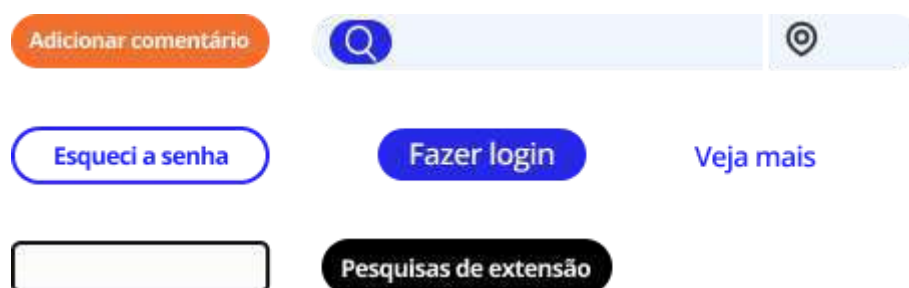
Figura 36: Ícone da logo



Fonte: a autora (2024)

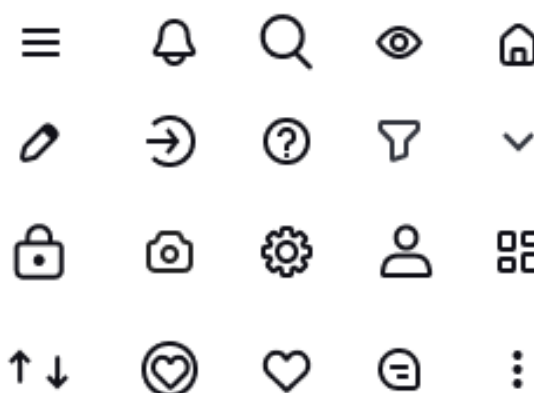
⁹ Gestalt é uma teoria psicológica sobre percepção de padrões e totalidades, criada por Max Wertheimer, Wolfgang Köhler e Kurt Koffka no início do século XX.

Figura 37: Estilos de botões



Fonte: a autora (2024)

Figura 38: Ícones utilizados no site



Fonte: FIGMA. Free Icon Pack: 1800+ icons (Community) (2024)¹⁰

Após concluir o desenvolvimento da identidade visual nas etapas de Guia de Estilo, criação do *naming* e *branding*, nas próximas etapas será representado a execução da ideia ventral do projeto.

6.2.7 Arquitetura da informação

Arquitetura da informação é a área que organiza e estrutura informações para facilitar o acesso e a navegação. Segundo Pereira (2008), seu objetivo é tornar a complexidade clara, focando na categorização e apresentação dos dados. A disciplina vai além do design visual, criando uma estrutura lógica que ajuda os usuários a encontrar e entender o conteúdo de forma eficaz, estabelecendo a base da plataforma e suas funcionalidades. Para isso, será utilizado alguns métodos para identificar as possibilidades de caminhos da plataforma.

¹⁰ <https://www.figma.com/community/file/886554014393250663/free-icon-pack-1800-icons>

5.2.7.1 Cenários

Os autores Preece et. al (2013), afirmam que, cenários são descrições detalhadas de situações ou contextos específicos em que os usuários interagem com um sistema ou produto. Eles são usados para representar e explorar diferentes formas de uso e interação, ajudando a compreender as necessidades, comportamentos e objetivos dos usuários em cenários diversos.

Cenários são uma ferramenta importante para projetar e avaliar sistemas, pois permitem visualizar como os usuários podem usar o sistema na prática, levando em conta fatores como ambiente, tarefas e problemas potenciais. Ao criar e analisar cenários, designers podem identificar requisitos, testar hipóteses e melhorar a experiência do usuário de maneira mais eficaz, desta forma, foram criados quatro cenários que exploram diferentes contextos de uso da plataforma.

Cenário 1:

Uma estudante do terceiro ano do ensino médio, está começando a pesquisar opções de universidades para seu curso dos sonhos. Ao conversar com uma colega de sala, ela é recomendada a acessar o site Uni Escolha e inicia utilizando a ferramenta de busca para filtrar universidades com cursos relacionados a linguística. Ela explora os perfis das instituições, lê sobre os cursos oferecidos, verifica a grade curricular e analisa depoimentos de ex-alunos. Após finalizar uma primeira busca, ela encontra várias opções de universidades, compara as características dos cursos na página “Ranking de universidades” e usa a função “favoritar” as que mais lhe interessam em seu perfil de usuário para uma pesquisa mais aprofundada. Ela também entra em contato com ex-alunos através da plataforma para obter opiniões sobre as instituições.

Cenário 2:

Uma aluna está no último ano do curso de Design Gráfico na universidade e deseja compartilhar sua experiência positiva com a instituição para ajudar futuros alunos a tomar decisões informadas. Ao localizar a seção destinada a depoimentos no perfil da sua universidade, ela escreve um relato detalhado sobre sua experiência acadêmica. Após finalizar a tarefa, ela encontra a área de Dúvidas Frequentes e descobre que sua universidade oferece sistemas de reintegração de graduados para

facilitar o retorno dos alunos graduados ao ambiente acadêmico, o que a motiva a considerar a possibilidade de tentar ingressar em uma próxima vaga futuramente para realizar um curso de especialização ou atualizar suas habilidades profissionais. Ela coleta informações adicionais sobre o processo de reintegração e planeja ponderar essas opções com seus parentes e amigos de curso após se formar.

Cenário 3:

Um ex-aluno de uma universidade, deseja compartilhar sua experiência com futuros estudantes interessados em seu curso de Administração para que outros possam ter menos dificuldades do que ele teve durante sua jornada acadêmica. Ele acessa a plataforma, faz login em sua conta com perfil de graduado, acessa a página “Fórum de dúvidas” e faz um comentário novo com informações sobre sua experiência acadêmica. Ele também responde a perguntas frequentes e oferece conselhos sobre a escolha da universidade. Após isso, ele também aproveita para ver ofertas de pós-graduação no perfil das instituições.

Cenário 4:

Uma profissional tem uma carreira estável como gerente de marketing em uma empresa de médio porte. Embora esteja satisfeita com sua posição atual, ela sente que necessita expandir seus conhecimentos e qualificações para avançar ainda mais em sua carreira. Ela está interessada em cursos de pós-graduação que possam ser feitos na modalidade EaD, permitindo que ela estude sem afetar tanto a sua rotina de trabalho. Ela acessa o site e utiliza a ferramenta de busca para encontrar cursos de pós-graduação na modalidade EaD, por meio dos filtros, incluindo as opções por área de interesse, como Marketing Digital e Gestão de Projetos, analisando as universidades que oferecem esses cursos. Em seguida, ela revisa os detalhes dos programas, incluindo carga horária, custo e requisitos de entrada, verificando também as avaliações e depoimentos de outros alunos para garantir a qualidade do curso para tomar a sua decisão final.

6.2.7.2 Casos de uso

Casos de uso são descrições detalhadas das interações entre um usuário e um sistema para alcançar um objetivo específico. Eles se concentram em como o sistema deve funcionar em resposta às ações do usuário, descrevendo os passos necessários para completar uma tarefa e os resultados esperados. Ao contrário dos cenários, que exploram contextos e situações amplas de uso para entender as necessidades dos usuários, os casos de uso são mais focados em aspectos específicos das funcionalidades do sistema e nos requisitos de interação detalhados para atingir objetivos concretos (PREECE et. al, 2005, p. 246).

Caso 1 - Visualizando o Perfil de Instituições

1. O usuário acessa o site e navega até a aba “Instituições”;
2. Na lista de universidades, o usuário clica em uma instituição de interesse;
3. O perfil da instituição é exibido, mostrando informações detalhadas como nota de alunos e ex-alunos, comentários, e dados relevantes;
4. O usuário pode visualizar a seção de comentários e avaliações de alunos e ex-alunos.

Caso 2 - Utilizando o Fórum de Dúvidas

1. O usuário acessa o site e navega até a aba “Fórum”;
2. O usuário clica no botão “Postar Pergunta” e insere sua dúvida sobre a universidade e afins;
3. O fórum exibe a pergunta com as classificações adicionadas por quem perguntou;
4. Outros usuários respondem à pergunta, e o usuário, recebe notificações e pode visualizar e interagir com as respostas.

Caso 3 - Adicionando Universidades Favoritas e Ranking por avaliações

1. O usuário acessa o perfil de uma universidade e clica no ícone “Adicionar aos Favoritos”;
2. O usuário pode acessar a aba “Favoritos” para visualizar todas as universidades marcadas.

3. Nessa aba ele pode ver o preview de do perfil com o nome e a nota gerada pelo Ranking a partir de avaliações de alunos e ex-alunos.

Caso 4 - Barra de pesquisa com filtros

1. O usuário acessa o site e vê a barra de pesquisa no topo da página inicial;
2. O usuário digita uma palavra-chave (por exemplo, “engenharia”) no campo de texto da barra de pesquisa e pressiona a tecla “enter”;
3. O site exibe uma lista de universidades que oferecem cursos relacionados à palavra-chave pesquisada. Cada resultado inclui o nome da universidade, uma breve descrição, e uma nota geral gerada pelo Ranking de Avaliações;
4. O usuário vê uma seção de filtros ao lado esquerdo da lista de resultados;
5. O usuário seleciona os filtros desejados, como: “Localização”: O usuário escolhe “Rio de Janeiro” e “São Paulo”;
6. O site atualiza quando o usuário pressiona “Pesquisar novamente” e os novos resultados mostram apenas aquelas que atendem aos critérios de filtro selecionados.

Curso Alternativo

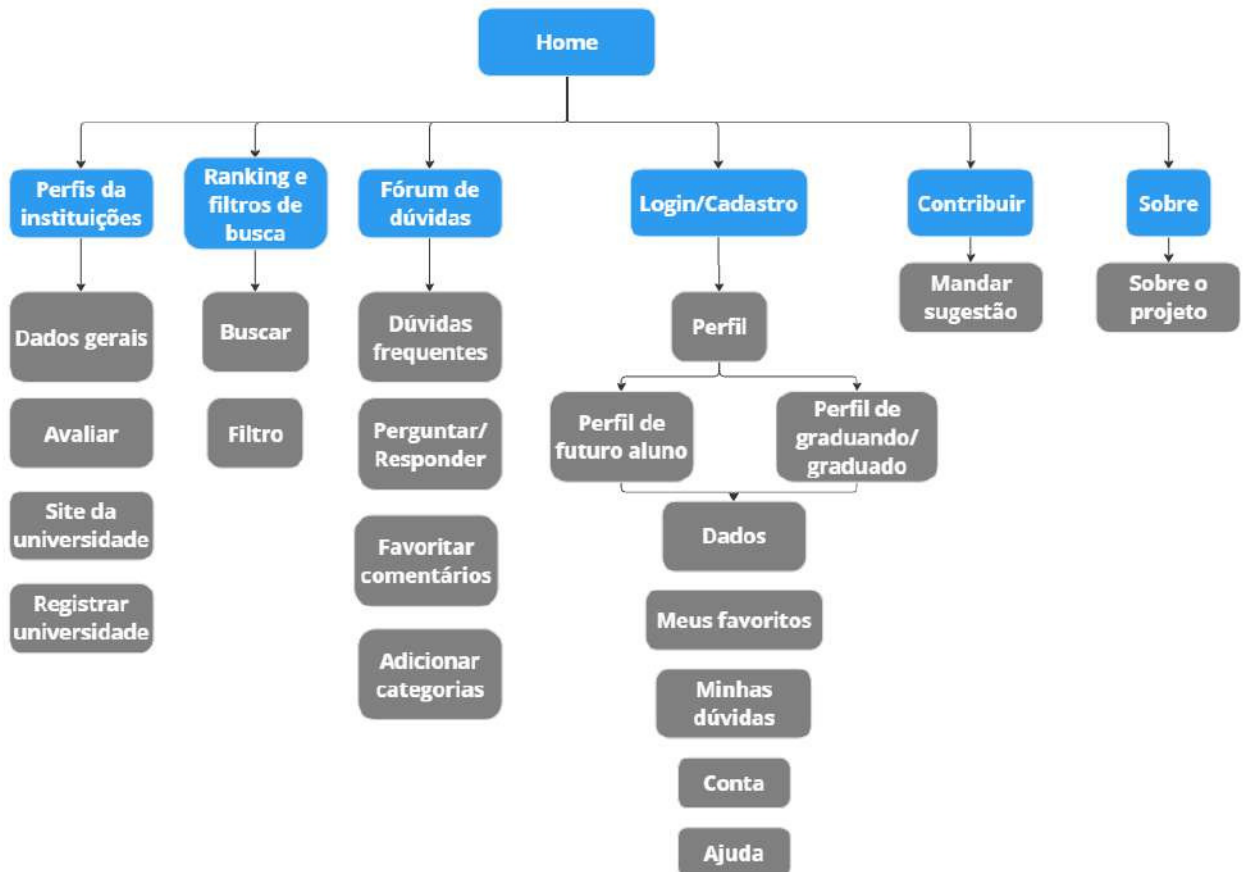
1. O usuário acessa o site e utiliza a barra de pesquisa para buscar por cursos que possam ser de interesse;
2. Se a busca não retorna resultados relevantes, o site informa o usuário sobre a falta de resultados e sugere tentar uma nova busca ou explorar categorias relacionadas.

6.2.7.3 Mapa do site

O Mapa do Site ou “*sitemap*”, termo utilizado em inglês, consiste em um diagrama das páginas de um site organizadas hierarquicamente, ajudando a visualizar a estrutura básica e a navegação entre as diferentes partes do sistema. O autor Fabrício Teixeira (2014, p.30) também enfatiza que uma estrutura clara e bem organizada da informação é crucial para garantir que os usuários possam encontrar rapidamente o que precisam e navegar de forma fluida pelas páginas, focando em facilitar a usabilidade e a experiência do usuário, além de frisar que um bom design de interface deve considerar a forma como a informação é organizada e

apresentada para atender às necessidades e expectativas dos usuários. Para elaborar esse mapa, foram utilizados os resultados e ideias obtidas nos métodos Análise de problemas, *Brainwriting* e em ferramentas de seleção de ideias.

Figura 39: Mapa do site



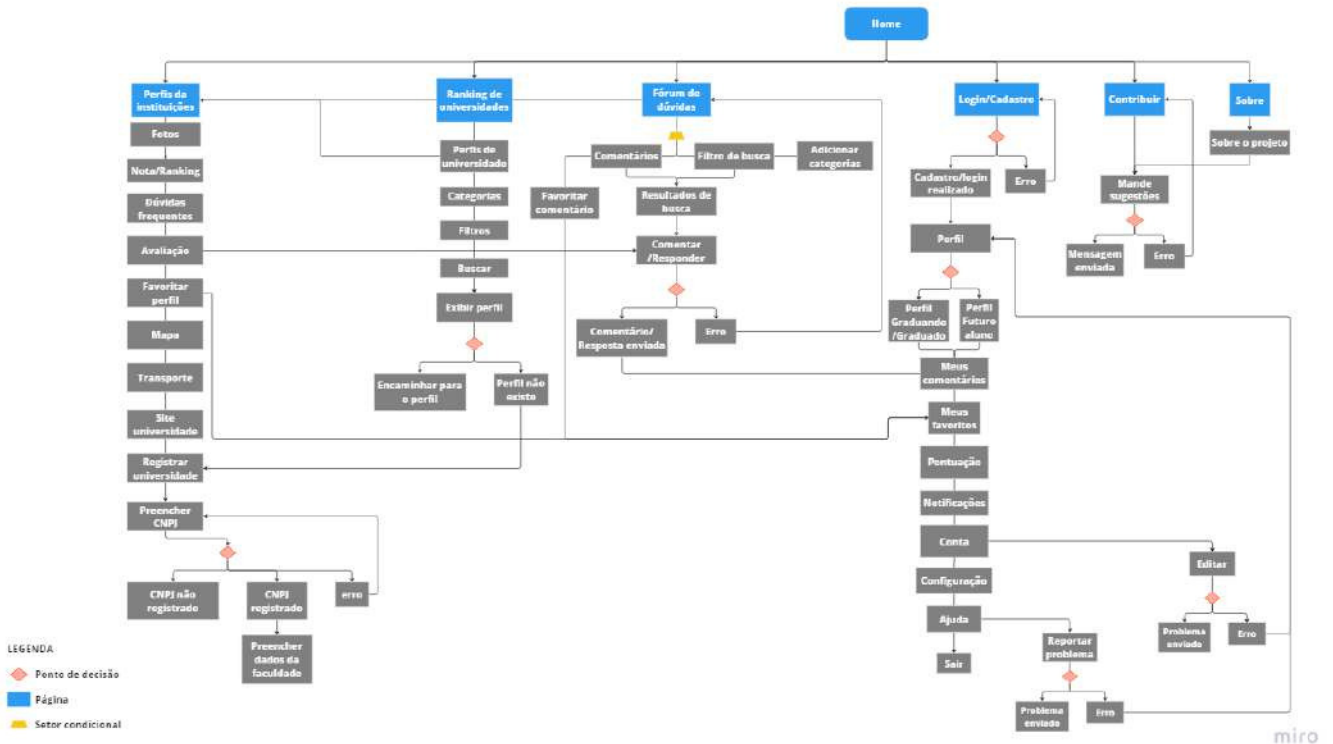
Fonte: a autora (2024)

6.2.7.4 Fluxo de navegação

O fluxo de navegação é uma ferramenta essencial no desenvolvimento de sistemas e sites, usada para registrar e visualizar cada etapa da interação do usuário com o sistema. Segundo Pereira (2018), ele fornece uma visão geral desses processos e transições, ajudando a entender como os usuários se movem e interagem com as funções do site ou aplicativo. Além disso, a ferramenta usa diagramas para mostrar os caminhos e transições. Sabendo disso, o diagrama elaborado (Figura 40) faz uso da biblioteca visual, desenvolvida por James Garrett (2002), que consiste em uma série de símbolos para descrever estruturas e

processos, amplamente adotado por profissionais para ilustrar o fluxo da experiência do usuário em um site.

Figura 40: Fluxo de navegação



Fonte: a autora (2024)

6.3 PROTOTIPAÇÃO

Na fase de prototipação de um projeto de UX (Experiência do Usuário em inglês), é onde se materializam as ideias e conceitos do design pesquisados e elaborados nas fases anteriores. De acordo com Preece et al. (2005), essa etapa é essencial para transformar as soluções conceituais em representações tangíveis, através do desenvolvimento de protótipos de papel, *wireframes* e o projeto visual da interface.

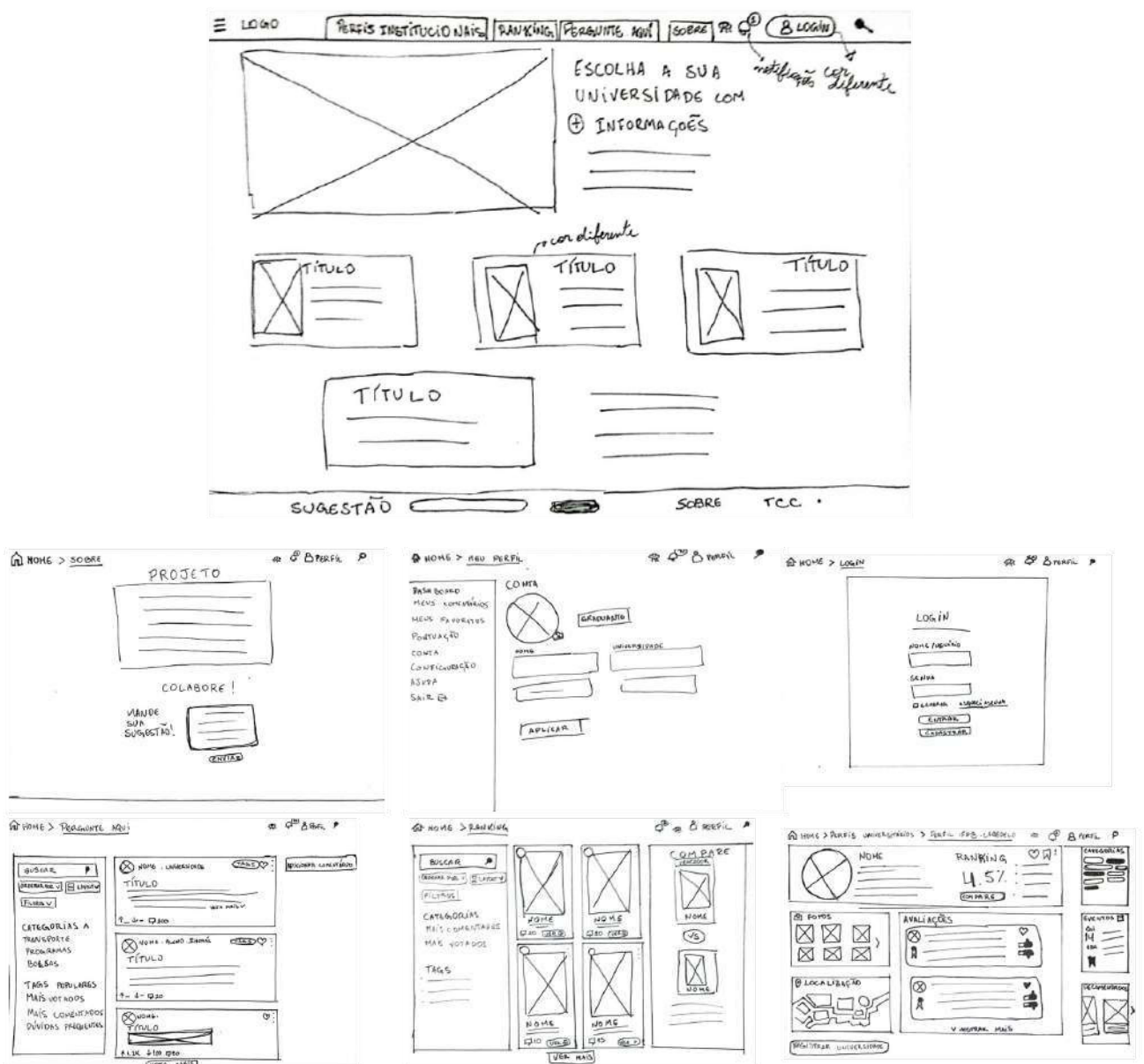
6.3.1 Prototipação em papel

Um protótipo de papel é uma representação física simples de uma interface, feita com materiais básicos a partir de papéis e canetas, além de ter um custo baixo, idealizar telas em pouco tempo. Seu objetivo é validar a usabilidade e o layout de

um produto antes de avançar para versões digitais ou funcionais, ajudando a identificar problemas e fazer ajustes de forma econômica e eficiente.

Portanto, neste projeto, esse processo foi embasado a partir das estruturas criadas nas etapas de arquitetura de informação, como as categorias do Mapa do site e no Fluxo de navegação. Estes protótipos servirão como guia para o desenvolvimento das próximas etapas.

Figura 41: Protótipo de papel

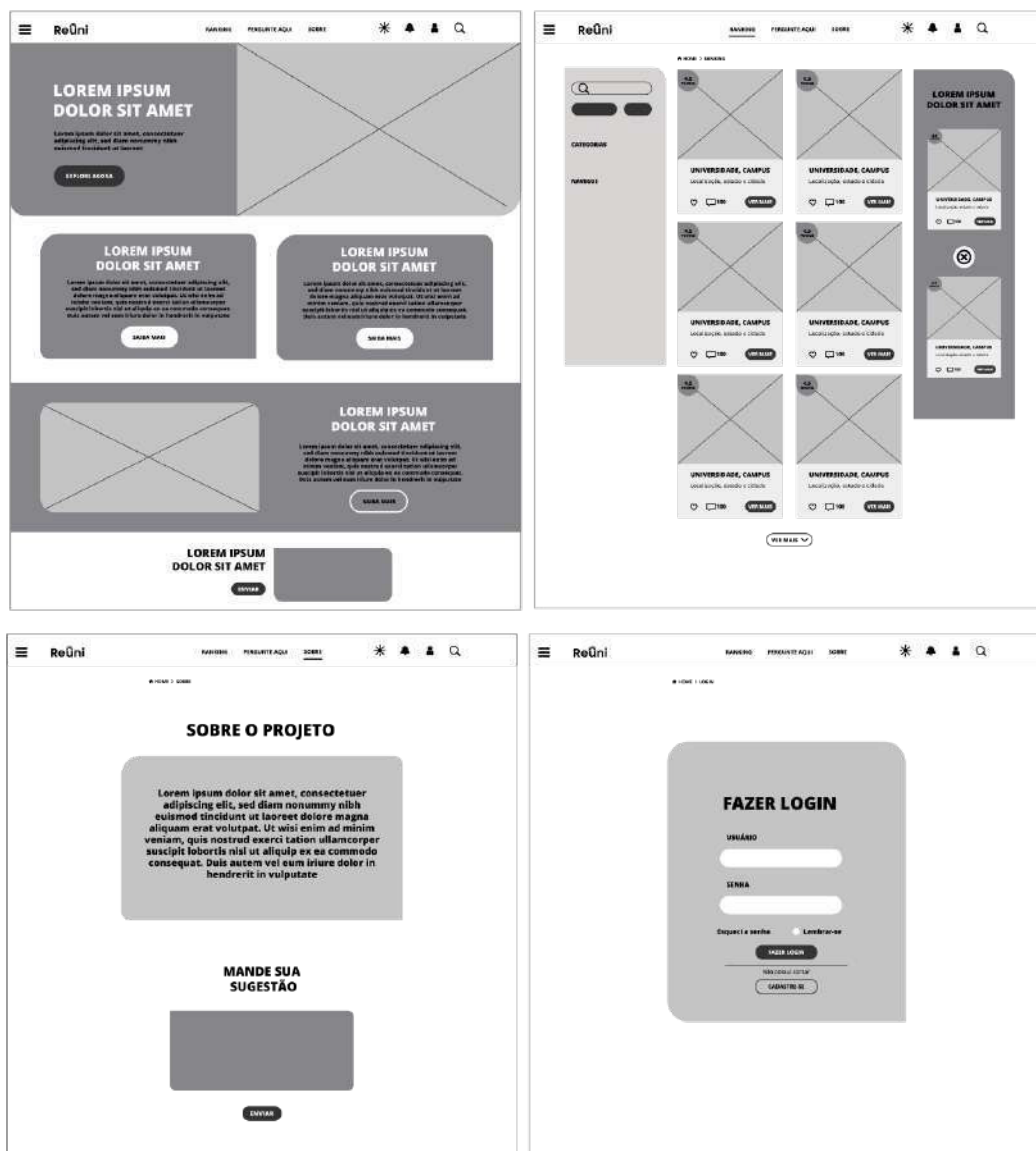


Fonte: a autora (2024)

6.3.2 Wireframe

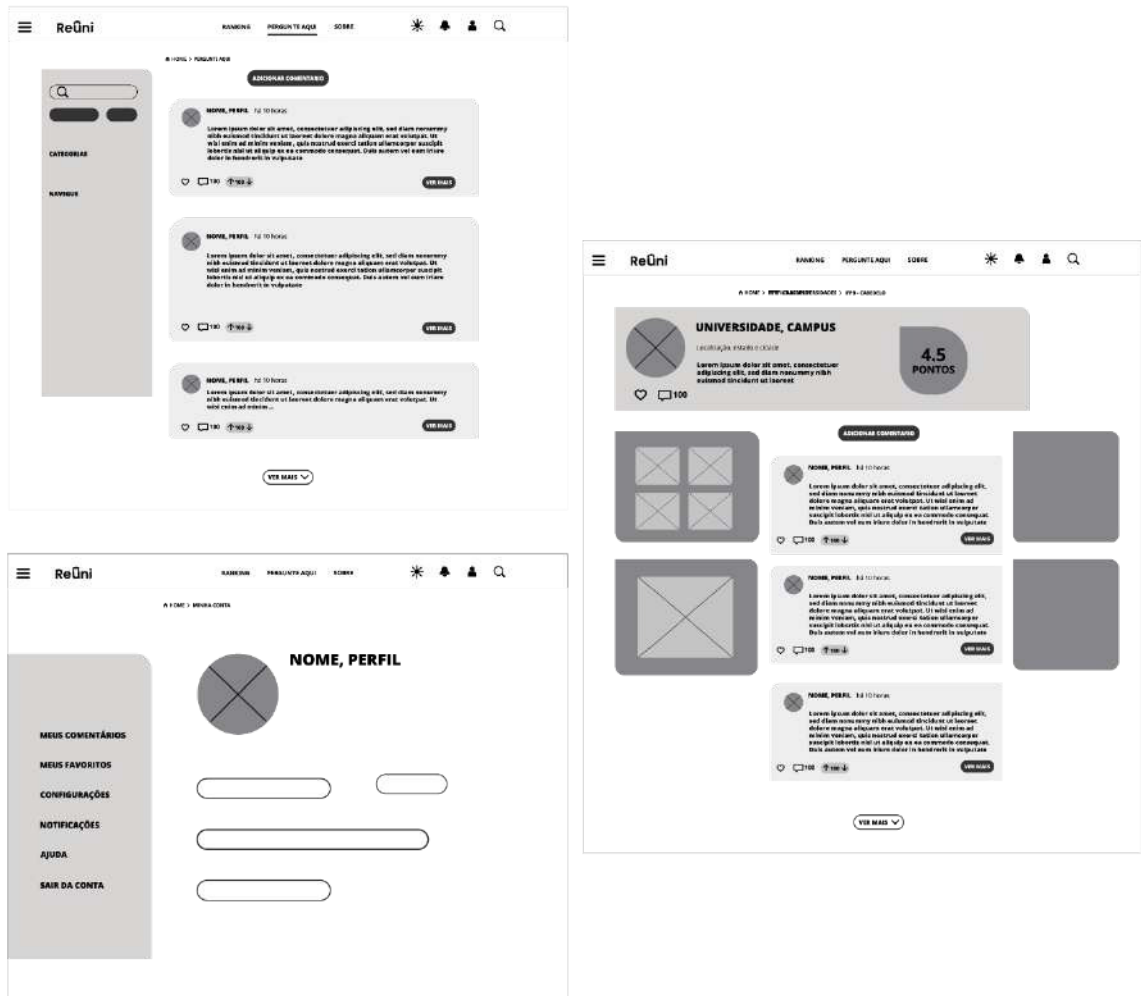
Wireframe é um protótipo inicial que esboça a estrutura e organização básica de uma página ou aplicação, utilizando tons de cinza e sem imagens reais para evitar distrações com o design visual. Concentra-se na disposição dos elementos e no fluxo de navegação, ajudando a identificar e resolver problemas estruturais antes da implementação de detalhes gráficos. Após definir a estrutura de conteúdo e o mapa do site, o *wireframe* é um refinamento do que foi produzido a partir dos protótipos de papel, documentando como o projeto funcionará.

Figura 42: Wireframes



Fonte: a autora (2024)

Figura 43: Wireframes



Fonte: a autora (2024)

Nos wireframes apresentados, é possível ver o padrão e alinhamento dos elementos. Para esse alinhamento foi utilizado um grid de 12 colunas, com espaçamento de 30 px, cada coluna com largura de 65 px.

6.3.3 Projeto Visual da Interface

Após concluir as etapas anteriores como pesquisa, ideação e prototipação de baixa fidelidade baseadas na metodologia 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, página sobre o projeto, página de login, área de usuários com dois tipos de

perfis (postulantes e usuários graduantes e graduados), página com um fórum de perguntas, perfis institucionais e uma página de ranking.

6.3.3.1. Elementos visuais

Para tornar a experiência do usuário mais envolvente e adaptada ao público jovem do site, foram utilizadas ilustrações com linhas simples. Essas ilustrações representam pessoas em situações de interação com o site, posicionadas em pontos-chave, de modo que não polua a interface, ao mesmo tempo que mantém a atenção dos usuários focada nas interações essenciais do site. Esse estilo de design *flat*, com linhas fluídas e um formatado arredondado, reforça a sensação de amigável e implica uma experiência simples, conforme mostrado nas figuras 44, 45 e 46.

Figura 44: Ilustração de interação entre usuários



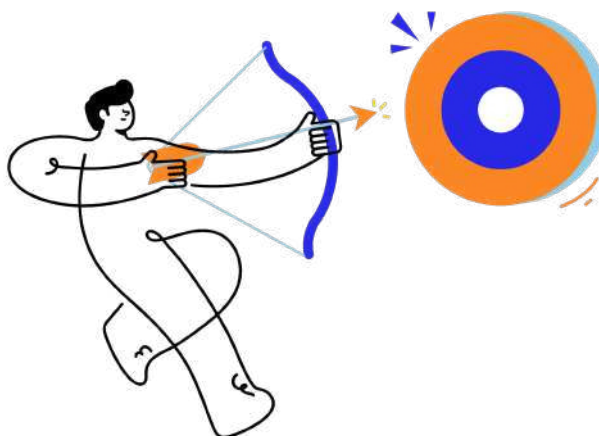
Fonte: Site GetIllustrations, 2022

Figura 45: Ilustração de avaliação/sugestão



Fonte: Site GetIllustrations, 2022

Figura 46: Ilustração de login/objetivo



Fonte: Site GetIllustrations, 2022

6.3.3.2 Interface

A página inicial da plataforma é composta pelo cabeçalho, onde é localizado a logo do projeto, menu “hamburger” possibilitando o acesso em qualquer página de ferramentas do perfil de usuário, Ranking, Pergunte aqui e Sobre, além de ícones como notificações, modo escuro, busca rápida para perfis institucionais e chamada para fazer o login.

Figura 47: Pagina inicial - Home



Fonte: a autora (2024)

Na página inicial, antes de qualquer direcionamento para outras páginas, o usuário que não desejar criar uma conta ou acessar cada página, poderá buscar instituições por localização, já o usuário de primeiro acesso poderá escolher qual das duas ferramentas mais importantes usar após uma breve descrição ou seguir para a área de login ou cadastro, conforme a Figura 48.

Figura 48: Área de login

Uni
escolha

Ranking Pergunte aqui Sobre

Home > Faça login

Faça login

Ainda não possui uma conta? [Cadastre-se aqui!](#)

Usuário ou e-mail cadastrado

Senha

Entrar na conta

Esqueci a senha

Sobre	Ranking	Pergunte aqui
Pesquisa	Comparar	Avaliações relevantes
Objetivo	Mais relevantes	Buscar
Time	Buscar	Categorias

© 2024 IFPB CABEDELO

Fonte: a autora (2024)

Realizar o cadastro ou login, permite o acesso a uma experiência mais personalizada, a partir do momento em que o usuário poderá fazer comentários de experiências vividas ou dividir dúvidas com os demais, podendo receber notificações

de respostas na sua discussão, além de poder favoritar comentários e perfis institucionais. É importante ressaltar que a distinção entre os tipos de perfil (postulante e graduado/graduante) é essencial para garantir uma avaliação mais precisa. Apenas usuários que vivenciam ou vivenciaram o universo acadêmico, mediante o registro do CPF e matrícula universitária, poderão comentar diretamente nos perfis institucionais. Isso assegura que as avaliações refletidas nas pontuações sejam baseadas em experiências autênticas e relevantes.

Figura 49: Perfil do usuário - Minha conta

The screenshot displays the 'Minha conta' (My account) page on the 'Uni escolha' website. The page is divided into a sidebar on the left, a main profile area, and a footer.

Sidebar (Left):

- Meus favoritos
- Meus comentários
- Minha conta** (highlighted)
- Configuração
- Notificações
- Ajuda
- Sair da conta

Main Profile Area:

Carla Ferreira

Perfil Graduante (with a link icon)

Statistics:

- Favoritados: 20
- Comentários postados: 15
- Comentários avaliados: 10
- Perfis avaliados: 12

Form Fields:

- Primeiro nome:** Carla
- Sobrenome:** Ferreira
- Nome social:** -
- Nascimento:** 02/09/2000
- Gênero:** Mulher cis gênero (dropdown)
- E-mail:** carla2024@gmail.com
- CPF:** xxxxxxxx-xx
- Estado:** Paraíba (dropdown)
- Cidade:** João Pessoa (dropdown)
- Universidade:** IFPB - Cabedelo
- Matrícula universitária:** xxxxxxxxxxxx

Buttons:

- Aplicar modificações

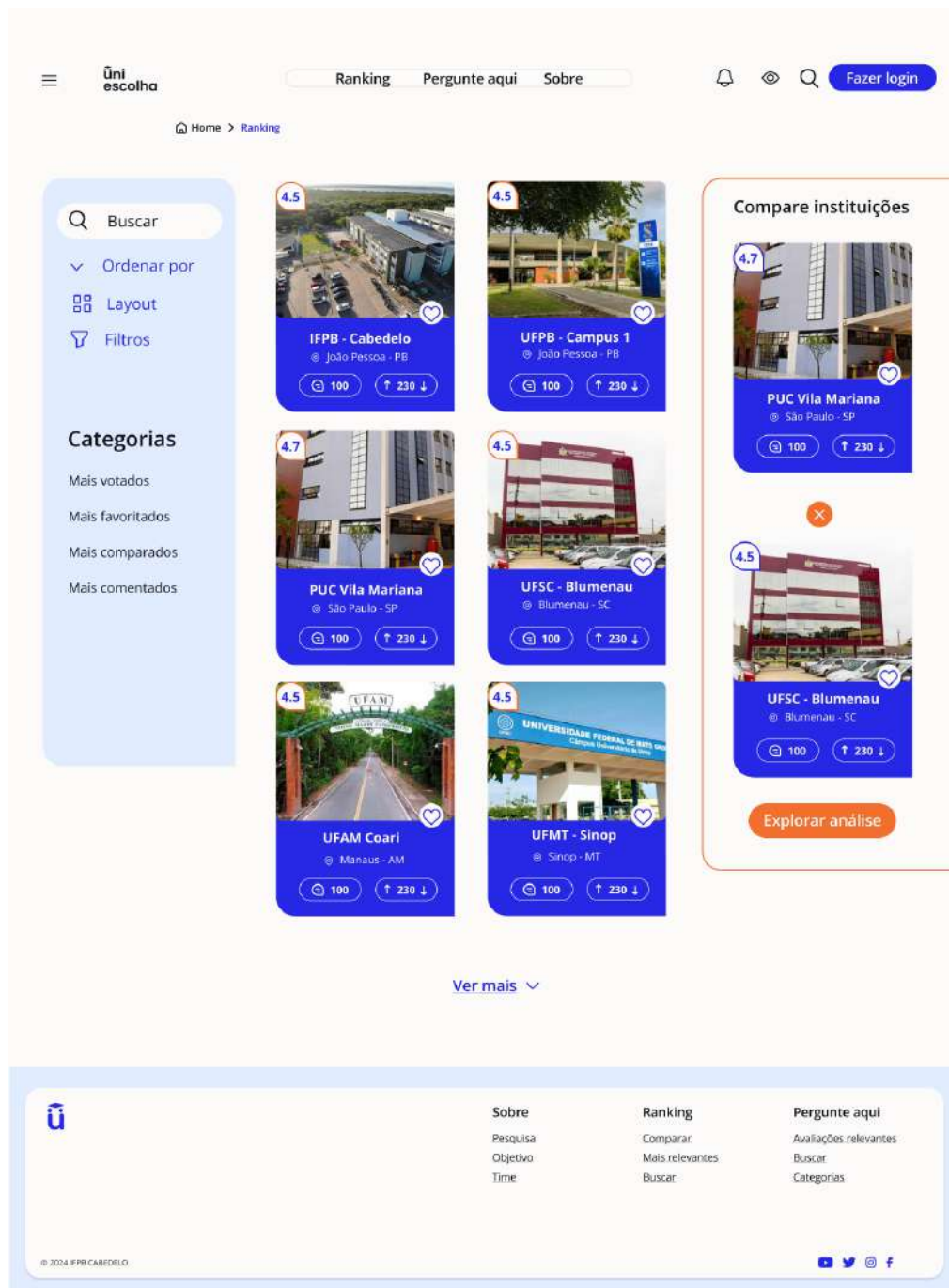
Footer:

- Sobre:** Pesquisa, Objetivo, Time
- Ranking:** Comparar, Mais relevantes, Buscar
- Pergunte aqui:** Avaliações relevantes, Buscar, Categorias
- © 2024 IFPB CABEDELÔ
- Social media icons: YouTube, Twitter, Instagram, Facebook

Fonte: a autora (2024)

Na primeira ferramenta da plataforma, conforme representado no menu, o usuário terá acesso à prévia de perfis institucionais com o nome e campus, localização, pontuação que começa em “0.0” e poderá chegar a “5.0”, sendo calculada com base na avaliação positiva ou negativa da instituição feita pelos alunos e ex-alunos durante o processo que adicionar comentário. Ele também poderá visualizar quantos comentários e quantas avaliações cada perfil obteve no total.

Figura 50: Página de ranking - perfis institucionais



Fonte: a autora (2024)

Na barra lateral esquerda o usuário pode escolher o layout (como os “cards” de cada universidade) aparecem, ordenar por relevância, localização, entre outros. Na barra lateral direita, através da função de comparar instituições, o usuário pode escolher duas universidades para terem suas notas colocadas lado a lado, tendo o objetivo de diminuir a quantidade de cliques para comparar notas. Caso o usuário queira saber mais sobre os detalhes dessa comparação, ele pode ser direcionado para uma página que compara lado a lado os perfis.

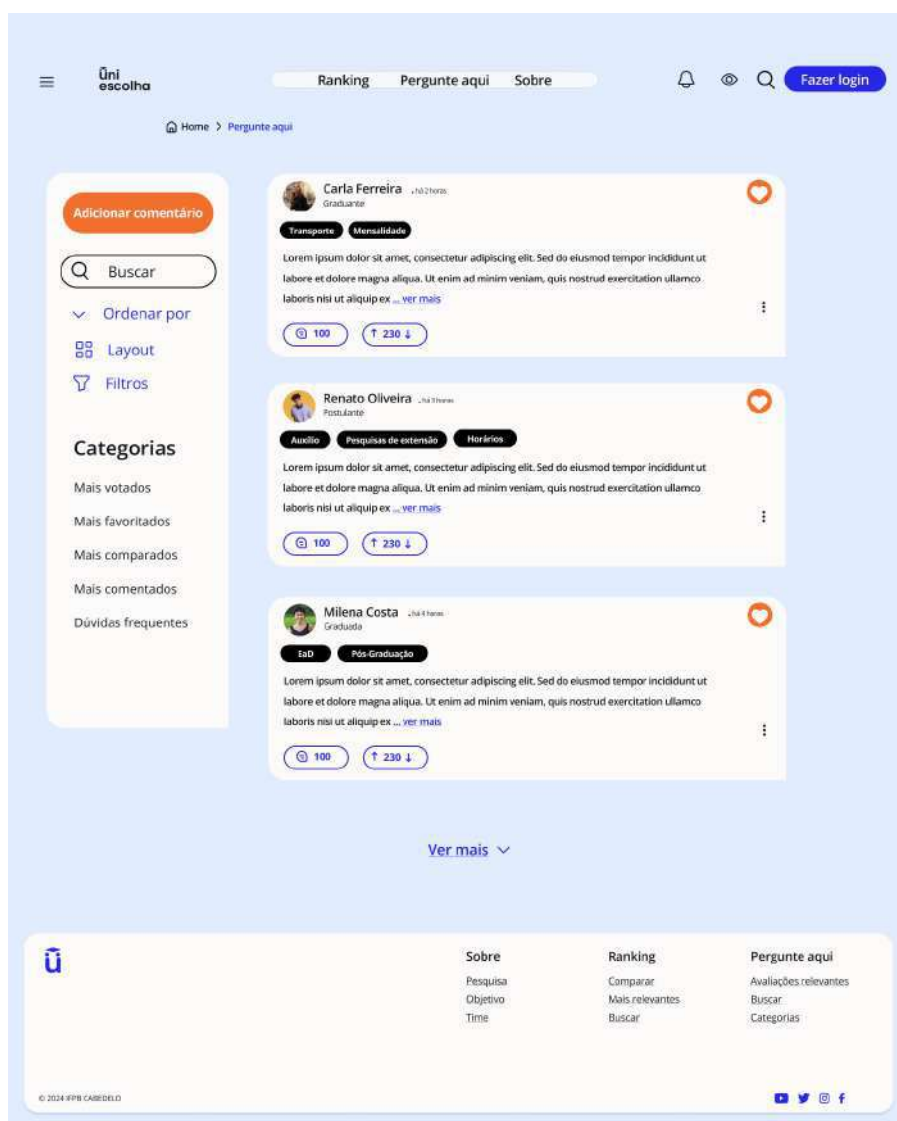
Figura 51: Página do perfil institucional



Fonte: a autora (2024)

Ao escolher saber mais sobre um perfil em específico, seja pela barra de busca ou clicando em algum ‘card’ na página de ranking, o usuário será direcionado para o perfil da instituição (figura 51). Nesse perfil, informações gerais estarão disponíveis, como fotos do campus, mapa da localização, e os comentários relacionados aquele perfil. Na parte inicial, onde é apresentado o nome da faculdade, uma série de informações é apresentada, como: Nota geral (gerada pelo total de avaliações de alunos e ex-alunos), as categorias com maior nota, a relação de comentários e aprovações ou reprovações, o botão em ícone para favoritar o perfil, botão de adicionar comentários e o botão de ‘overflow’¹¹

Figura 52: Página de fórum de dúvidas e discussões

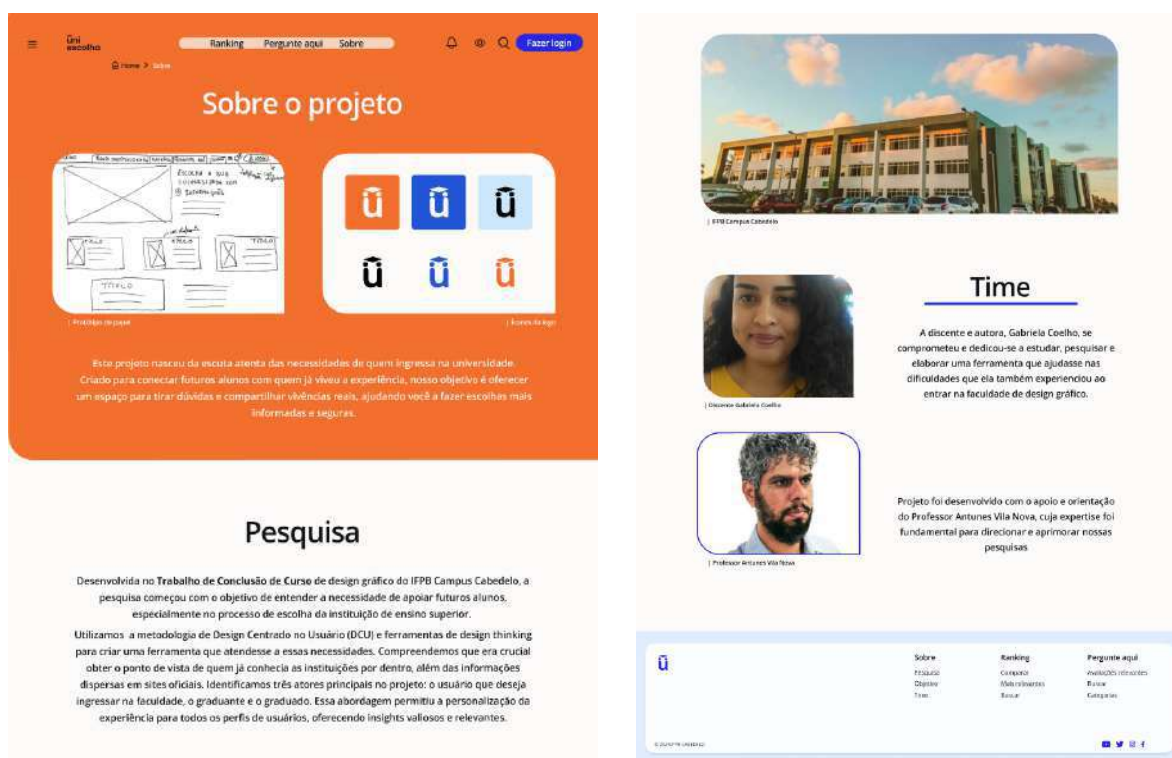


Fonte: a autora (2024)

¹¹ Este botão utilizado para exibir um menu com ações adicionais que não estão visíveis diretamente na interface.

Para ver discussões apenas, o usuário pode acessar a página de fórum de dúvidas, nomeada como 'Pergunte aqui', uma forma de transmitir uma mensagem mais direta sobre o propósito daquela seção e, principalmente, o site como um todo. O layout segue quase o mesmo padrão da página de ranking e por isso foi utilizado uma inversão de cores do fundo e elementos, sendo um meio para o usuário se localizar mais fácil. Nesta página o usuário também pode padronizar sua busca como preferir. Para ter uma prévia sobre os principais pontos do que será abordado, ele poderá ver quais temas/categorias são as discutidas pelo autor naquele comentário. Além disso, também está presente o tipo de perfil do autor do comentário, permitindo a quem for responder ou visualizar qual é o nível de experiência em relação ao ambiente acadêmico. Por fim, é possível favoritar, caso o usuário ache que aquela discussão contém informações valiosas, sendo importantes para o processo de escolha posteriormente.

Figura 53: Página sobre o projeto



Fonte: a autora (2024)

Para finalizar, ao clicar em saber sobre o projeto, o usuário é direcionado para a página que contém uma breve descrição do intuito do trabalho, como surgiu, pesquisa e o time que desenvolveu.

O protótipo de alta fidelidade foi projetado na plataforma Figma, que é um editor gráfico de vetor e protótipos. O objetivo foi simular como algumas interações do site funciona. O acesso pode ser feito pelo QR code (figura 54) ou pelo link: [UniEscolha- Protótipo de Site](#).

Figura 54: QR code Uni Escolha



Fonte: a autora (2024)

6.4 AVALIAÇÃO

A avaliação da experiência do usuário (UX) é essencial para garantir que um produto seja realmente eficaz e atenda às necessidades dos usuários. Como afirma Fabricio Teixeira (2014), “a experiência do usuário não é uma disciplina binária, onde existe o ‘certo’ e o ‘errado’. Em vez disso, trata-se de entender como os usuários pensam e se comportam ao realizar tarefas com um produto” (Teixeira, 2014). Este conceito destaca a importância de aplicar boas práticas para criar uma experiência que seja fluida e eficiente para os usuários finais.

Durante o desenvolvimento da plataforma, foi utilizado o checklist de UX de Teixeira como referência para assegurar que as melhores práticas foram seguidas. A avaliação preliminar revelou que a plataforma atende a 4 dos 5 critérios essenciais do checklist:

Simplicidade: “Reduzir, revelar, padronizar e simplificar as informações para que o usuário possa cumprir suas tarefas com facilidade” (Teixeira, 2014, p.186).

Acionabilidade: “Garantir que as ações principais sejam claras e que os botões e links sejam facilmente identificáveis e compreensíveis” (Teixeira, 2014, p.187).

Inteligência: “Destacar ações comuns, prevenir erros e tolerar distrações para tornar a experiência mais fluida” (Teixeira, 2014, p.187).

Agradabilidade: “Alinhar o tom de voz e a aparência da interface com a personalidade da marca e garantir que as animações e transições sejam usadas para melhorar a interação” (Teixeira, 2014, p.188).

Relevância: “Assegurar que o produto entregue o que os usuários esperam e usar feedback para melhorar continuamente” (Teixeira, 2014, p.189).

O critério de Relevância será avaliado em uma fase futura, por meio de testes de usabilidade com usuários reais. Esses testes permitirão validar a eficácia da plataforma, identificar possíveis problemas e obter feedback direto. Com base nos resultados, serão realizados ajustes necessários para garantir que a plataforma ofereça uma experiência de alta qualidade, alinhada com as melhores práticas de UX e que atenda plenamente às expectativas dos usuários.

7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi desenvolver uma plataforma digital para auxiliar no processo de escolha de instituições de ensino superior. A proposta visava facilitar a difusão de informações autênticas e reais, com base na conexão entre ingressantes e graduantes/graduados, além das informações disponibilizadas pelas próprias instituições. O site, denominado Uni Escolha, foi criado para atender adolescentes em fase de conclusão do ensino médio e jovens adultos, respondendo às necessidades identificadas durante a pesquisa bibliográfica e as entrevistas com o público-alvo.

Para fundamentar o projeto, foi realizada uma pesquisa bibliográfica inicial para entender as dificuldades enfrentadas no ingresso universitário, especialmente na escolha da instituição. Essa análise destacou a relevância das redes sociais e sua influência positiva nesse processo, bem como a importância da experiência do

usuário e do design de interação para desenvolver um artefato digital fluido e funcional, que facilite a adaptação e o uso eficiente por parte do público.

Com base nesses estudos, foram identificados os pontos críticos e necessidades específicas dos usuários, que orientaram o desenvolvimento da plataforma. A metodologia de Design Centrado no Usuário (DCU) foi aplicada, em conjunto com métodos de Design Thinking, geração de ideias e checklist de usabilidade, assegurando que a plataforma fosse adaptada às necessidades dos usuários e proporcionasse uma experiência eficaz. A metodologia foi dividida nas fases de Pesquisa, Ideação, Prototipação e Avaliação.

Na fase de Pesquisa, foram coletadas informações sobre as necessidades dos usuários e as principais dificuldades enfrentadas por aqueles que já tiveram contato com o meio acadêmico, além das expectativas dos futuros alunos em relação ao ensino superior. A Ideação envolveu a análise da causa raiz dos problemas, resultando em alternativas para gerar e avaliar ideias que atendam às necessidades dos usuários. A Prototipação consistiu na criação de protótipos da plataforma, produzidos com base nas fases anteriores. A Avaliação, inicialmente planejada para assegurar que a plataforma atendesse às expectativas dos usuários e auxiliasse efetivamente no objetivo, foi adiada devido à falta de tempo hábil, com apenas o checklist de usabilidade realizado. Este aspecto será abordado em etapas futuras do projeto para refinar e validar a plataforma conforme as necessidades reais dos usuários.

A execução dessas etapas permitiu responder às perguntas formuladas no início do trabalho e alcançar os objetivos estabelecidos. A análise principal focou em entender as necessidades dos jovens e adultos na escolha de instituições de ensino superior, destacando a dificuldade em obter informações precisas e relevantes. Embora diversas áreas de necessidade tenham sido identificadas, a prioridade foi a questão da informação acadêmica.

Além disso, a importância da experiência do usuário e a influência das redes sociais foram compreendidas como fatores significativos no suporte ao processo de escolha. A plataforma Uni Escolha exemplifica como uma abordagem cuidadosa no design e a integração com redes sociais podem beneficiar a escolha acadêmica, fornecendo um recurso valioso e acessível para os estudantes.

A implementação da plataforma demonstra como a experiência do usuário e as redes sociais podem otimizar a escolha de instituições de ensino superior,

oferecendo percepções valiosos para futuras aplicações na área educacional. Este trabalho contribui para a criação de um recurso útil para estudantes e instituições, destacando o potencial das redes sociais e da experiência do usuário em melhorar a orientação acadêmica e aumentar possivelmente a permanência e a conclusão dos cursos.

Para futuros projetos, sugere-se promover a conexão entre alunos de ensino superior, utilizando a influência positiva das redes sociais para fortalecer os laços dentro da comunidade acadêmica.

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE EDUCAÇÃO SUPERIOR. **Estatísticas do Ensino Superior**. Disponível em:

<<https://abres.org.br/estatisticas/#:~:text=Ensino%20Superior,.622%20para%201.327.188>> Acesso em 10 jul. 2024

ANDIFES. **Diplomação, Retenção e Evasão na Graduação em IES Públicas**.

Brasília, 1996. Disponível em:

<https://www.andifes.org.br/wp-content/files_flutter/Diplomacao_Retencao_Evasao_Graduacao_em_IES_Publicas-1996.pdf> Acesso em 10 jul. 2024

ANDRADE, Vinicius. **Acesso à informação: a chave para chegar ao ensino superior**. DW. Disponível em:

<<https://www.dw.com/pt-br/acesso-à-informa%C3%A7%C3%A3o-a-chave-para-chegar-ao-ensino-superior/a-64582613>> Acesso em 10 jul. 2024

AGNER, Luiz. **Diagrama de navegação e vocabulário visual**. Senac Rio, Arquitetura da Informação. Disponível em:

<<https://pt.slideshare.net/slideshow/diagrama-de-navegao-e-vocabulrio-visual-de-garrett/83131835#30>> Acesso em 15 fev. 2024

ARNOLD, T. C. **ALÉM DA INTERAÇÃO HOMEM-COMPUTADOR**. O Design de Interação, seus processos e metas, em busca da satisfação do usuário final [Review of Design de Interação: Além da Interação Humano-Computador, por Y. R. H. S. Preece]. Freetzi, 2011 Disponível em:

<http://tatiarnold.freetzi.com/design_de_interacao.pdf> Acesso em 15 fev. 2024

BARBOSA, Simone Diniz Junqueira; SILVA, Bruno Santana da. **Interação Humano-Computador**. Rio de Janeiro: Elsevier Editora Ltda., 2010. ISBN 978-85-352-3418-3.

BELL, S.J. **Design thinking**. American Libraries, v. 39, n. 1/2, p. 44-49, 2008.

CNN Brasil. **55,5% dos alunos desistem antes de completar ensino superior, aponta relatório.** CNN Brasil. Disponível em:
 <<https://www.cnnbrasil.com.br/nacional/555-dos-alunos-desistem-antes-de-completar-ensino-superior-aponta-relatorio/>> Acesso em 15 fev. 2024

CRUZ, M. do S. C. da. (2020). **REDES SOCIAIS VIRTUAIS: percepção, finalidade e a influência no comportamento dos acadêmicos / VIRTUAL SOCIAL NETWORKS: perception, purpose and influence on academic behavior.** *Brazilian Journal of Development*, 6(3), 12433–12446.

DESIGN THINKERS ACADEMY BRASIL. **Ferramentas de Design Thinking.** Disponível em: <<https://www.designthinkersacademy.com/brazil/ferramentas/>> Acesso em 15 fev. 2024

GARCIA, M. F. et al. **Novas competências docentes frente às tecnologias digitais interativas.** *Rev. Teoria e Prática da Educação*, v. 14, n. 1, p. 79-8, jan./abr. 2011.

GARRETT, Jesse James. **The elements of user experience: User-centered design for the web and beyond.** New Riders, 2002.

GET ILLUSTRATIONS. **Noodle illustrations.** 2022. Disponível em:
 <<https://www.getillustrations.com/illustration-pack/continuous-line-illustrations>> Acesso em 10 jul. 2024

GONZALEZ, Guilherme. **Qual a diferença entre Design de Interação e UX Design?** UX Collective, 2014. Disponível em:
 <<https://brasil.uxdesign.cc/qual-a-diferenca-entre-design-de-interacao-e-ux-design-66f8a4f140f>> Acesso em 10 jul. 2024

GRILO, André. **Experiência do usuário em interfaces digitais: compreendendo o design nas tecnologias da informação.** 1. ed. Rio Grande do Norte: SEDIS - UFRN, 2019. 191 p. ebook.

Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira. (2021). **Censo da Educação Superior**: relatório analítico 2021. INEP.

JACKO, Judy, and Andrew Sears. **Designing for the Digital Age**: How to Create Human-Centered Products and Services. Wiley, 2010.

MACIEL, C., Nogueira, J., Luis Tomaselli, Ciuffo, L., Neumann, & Garcia, A. C. (2004). **Avaliação Heurística de Sítios na Web**. In Cuiabá. SUCESU-MT 2004 Conference: Sociedade do Conhecimento. PAK Multimídia.

MARTELETO, Regina Maria. **Informação, rede e redes sociais** – fundamentos e transversalidades. Informação & Informação, Londrina, v. 12, n. esp., p. 1-20, 2007.

MARTINO, Luís Mauro Sá. **Teoria das mídias digitais**: linguagens, ambientes, redes. Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

TOMAÉL, M. I.; MARTELETO, R. M. **Redes sociais**: posição dos atores no fluxo da informação. Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação, n. esp, p. 75-91, 2006. Disponível em:
<<http://www.periodicos.ufsc.br/index.php/eb/article/viewFile/342/387>> Acesso em 10 jul. 2024

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; DI CHIARA, Ivone Guerreiro. **Das redes sociais à inovação**. Ciência da Informação, Brasília, v. 34, n. 2, p. 93-104, maio/ago. 2005. Disponível em:
<<https://www.scielo.br/j/ci/a/WTMRGVXjNdLNLdWGBD5HTXb/?format=pdf&lang=pt>> Acesso em 10 jul. 2024

NEUMEIER, Marty. **The Brand Gap**: How to Bridge the Distance Between Business Strategy and Design. New Riders, 2009.

PEREIRA, Mário A. **Arquitetura da informação**: uma abordagem prática. São Paulo: Editora Senac, 2008.

PREECE, Jennifer; ROGERS, Yvone; SHARP, Helen. **Design de Interação: além da Interação homem computador**. Editora Bookman, São Paulo: 2005.

RECUERO, R. **Redes sociais na internet**. Porto Alegre: Sulina, 2009

ŠOLA, Hedda Martina; ZIA, Tayyaba. **Social media and students' choice of higher education institution**. European Journal of Management and Marketing Studies, [S.l.], v. 6, n. 4, p. 103, 2021. ISSN 2501-9988. DOI: 10.46827/ejmms.v6i4.1160. Disponível em: <http://www.oapub.org/soc>. Acesso em: 10 jul. 2024.

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

TEIXEIRA, Fabrício. **Design Thinking: Mapeamento Semântico e o Processo de Inovação**. Editora Senac São Paulo, 2019.

VIANNA, Maurício. **Design thinking: inovação em negócios**. Design Thinking, 2012.

WE ARE SOCIAL. **Digital 2024: 5 Billion Social Media Users**. Janeiro de 2024.

Disponível em:

<<https://wearesocial.com/uk/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>>

Acesso em 10 jul. 2024

9. APÊNDICE

9.1 Questionário Pesquisa de público alvo - Alunos e ex-alunos do ensino superior

Este formulário foi elaborado para os alunos de cursos de ensino superior do IFPB ou outras instituições de ensino superior, com o intuito de mapear o público que atualmente estuda ou já estudou em alguma instituição de ensino superior e qual foi a percepção sobre essa experiência. As respostas serão utilizadas no desenvolvimento do trabalho de conclusão de curso, visando produzir um protótipo de site para pessoas que estão ingressando no ensino superior, que está sendo realizado no curso de design gráfico do IFPB, na matéria de Trabalho de Conclusão de Curso, lecionada pela professora Marília Gabriela.

É importante frisar que os dados coletados serão utilizados apenas para o desenvolvimento do projeto e não serão divulgados ou compartilhados.

1. Qual o seu gênero?

- a. Mulher cis gênero
- b. Mulher transgênero
- c. Homem cis gênero
- d. Homem transgênero
- e. Não binário

2. Você estuda ou já estudou em algum curso de ensino superior?

- a. Sim
- b. Não

3. Qual é o estado da sua formação atualmente?

- a. Cursando ensino superior
- b. Finalizou o curso de ensino superior
- c. Finalizou o curso de ensino superior e está buscando ingressar em outro curso
- d. Finalizou o curso de ensino superior e não pretende realizar outro curso

4. Quais critérios você utilizou para escolher o curso e a instituição em que estuda ou já estudou? É possível marcar mais de uma opção.

- a. Nota de corte e lista de espera
- b. Fácil locomoção (transporte)
- c. Infraestrutura física e recursos (equipamentos como computadores, equipamentos técnicos, banheiros, salas, limpeza, entre outros)
- d. Segurança do campus e região
- e. Possibilidade de alugar ou compartilhar alojamento
- f. Programas de apoio e auxílio estudantil
- g. Divulgação de estágios
- h. Professores específicos
- i. Monitoria
- j. Possibilidade de intercâmbio
- k. Projetos de pesquisa e extensão
- l. Eventos e atividades extracurriculares
- m. Empresa Júnior
- n. Educação a distância (EAD)
- o. Outros

5. Qual é a sua faixa etária?

- a. 18 a 24 anos
- b. 25 a 30 anos
- c. 31 a 35 anos
- d. 36 aos 40 anos
- e. Mais que 40 anos
- f. Outros

6. Quais meios de pesquisa digital você utilizou para escolher o curso e a instituição de ensino superior que cursa ou já cursou? É possível marcar mais de uma opção.

- a. Sites oficiais de universidades
- b. Fóruns e redes sociais
- c. Palestras e feiras online
- d. Plataformas governamentais como MEC Conecta
- e. Sites que simulam nota de corte

f. Outros

7. O que você gostaria de ter tido o conhecimento/informação sobre a(s) faculdade(s) na qual estuda ou estudou antes de ter ingressado? É possível marcar mais de uma opção.

- a. Nota de corte e lista de espera
- b. Fácil locomoção (transporte)
- c. Infraestrutura física e recursos (equipamentos como computadores, equipamentos técnicos, banheiros, salas, limpeza, entre outros)
- d. Segurança do campus e região
- e. Possibilidade de alugar ou compartilhar alojamento
- f. Programas de apoio e auxílio estudantil
- g. Divulgação de estágios
- h. Professores específicos
- i. Monitoria
- j. Possibilidade de intercâmbio
- k. Projetos de pesquisa e extensão
- l. Eventos e atividades extracurriculares
- m. Empresa Júnior
- n. Educação a distância (EAD)
- o. Outros

8. As informações que adquiriu após ingressar na instituição de ensino superior em que estuda ou estudou, mudariam a sua opinião em relação à escolha de curso? Por quê?

9. Se você finalizou o curso de ensino superior e pretende ingressar em outro curso, responda qual foi a importância dessa experiência anterior para a decisão de escolha do próximo curso de ensino superior que deseja realizar?

10. Possui sugestões para o trabalho de conclusão de curso visando criar um protótipo de site para pessoas que estão ingressando no ensino superior?

Obrigada pela participação! A sua contribuição para o desenvolvimento desse projeto é muito bem-vinda!

9.2 Questionário Pesquisa de público alvo - 3º ano do ensino médio

1. Qual o seu gênero?

- f. Mulher cis gênero
- g. Mulher transgênero
- h. Homem cis gênero
- i. Homem transgênero
- j. Não binário

2. Você pretende ingressar no ensino superior?

- a. Sim
- b. Não

3. Se selecionou a opção 'não' na questão anterior, poderia dizer o(s) motivo(s)?

4. Você já escolheu o curso de ensino superior que deseja cursar?

- a. Sim
- b. Não

5. Você possui alguma instituição como prioridade para cursar a profissão desejada? Qual?

6. Você sente falta de algum apoio ou orientação em relação ao ingresso no ensino superior?

7. Quais critérios você utilizou para escolher esse curso e a instituição? É possível marcar mais de uma opção.

- a. Nota de corte e lista de espera
- b. Fácil locomoção (transporte)

- c. Infraestrutura física e recursos (equipamentos como computadores, equipamentos técnicos, banheiros, salas, limpeza, entre outros)
 - d. Segurança do campus e região
 - e. Possibilidade de alugar ou compartilhar alojamento
 - f. Programas de apoio e auxílio estudantil
 - g. Divulgação de estágios
 - h. Professores específicos
 - i. Monitoria
 - j. Possibilidade de intercâmbio
 - k. Projetos de pesquisa e extensão
 - l. Eventos e atividades extracurriculares
 - m. Empresa Júnior
 - n. Educação a distância (EAD)
 - o. Outros
8. Quais meios de pesquisa digital você utilizou para escolher o curso e a instituição de ensino superior que deseja ingressar? É possível marcar mais de uma opção.
- a. Sites oficiais de universidades
 - b. Fóruns e redes sociais
 - c. Palestras e feiras online
 - d. Plataformas governamentais como MEC Conecta
 - e. Sites que simulam nota de corte
9. Você acha que ter a visão da experiência do aluno, que estuda ou estudou, no curso e na instituição no qual você deseja ingressar importante? Por quê?
10. Possui sugestões para o trabalho de conclusão de curso visando criar um protótipo de site para pessoas que estão ingressando no ensino superior?

Obrigada pela participação! A sua contribuição para o desenvolvimento desse projeto é muito bem-vinda!

	INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
	Campus Cabedelo - Código INEP: 25282921
	Rua Santa Rita de Cássia, 1900, Jardim Camboinha, CEP 58103-772, Cabedelo (PB)
	CNPJ: 10.783.898/0010-66 - Telefone: (83) 3248.5400

Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

TCC com ficha catalográfica e folha de aprovação

Assunto:	TCC com ficha catalográfica e folha de aprovação
Assinado por:	Gabriela Coelho
Tipo do Documento:	Anexo
Situação:	Finalizado
Nível de Acesso:	Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência:	Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- Gabriela Coelho Carvalho dos Santos, ALUNO (202017010040) DE TECNOLOGIA EM DESIGN GRÁFICO - CABEDELLO, em 18/11/2024 16:20:23.

Este documento foi armazenado no SUAP em 18/11/2024. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 1313025
Código de Autenticação: 08d3f611e3

