



XXII Coloquio Internacional de Gestión Universitaria
Desafíos y Futuro de la Educación Superior ante el impacto de la Inteligencia Artificial

Ciudad de Asunción - Paraguay
13, 14 y 15 de diciembre de 2023



**DESIGN THINKING PARA A CONCEPÇÃO DE INTERFACE GRÁFICA DE
WEBSITE SOBRE INTERNACIONALIZAÇÃO UNIVERSITÁRIA**

CAROLINE RENATA DELLE FINATI

Universidade Federal de Santa Catarina

caroline.finati@hotmail.com

RICHARD PERASSI LUIZ DE SOUSA

Universidade Federal de Santa Catarina

richard.perassi@ufsc.br

LAYS ALMEIDA ALVES

Universidade Federal de Santa Catarina

laysalmeid@gmail.com

RESUMO

O *design* desempenha um papel importante na comunicação, pois facilita a organização de ideias e entendimento de informações que são transmitidas. O projeto de *layout* do *website* da Secretaria de Relações Internacionais (SINTER) busca organizar as informações e facilitar a navegação a fim de maximizar o entendimento das ações realizadas pela secretaria no que tange a internacionalização da Universidade Federal de Santa Catarina. Desta forma, a pesquisa objetiva descrever o processo de concepção da interface gráfica utilizando o *design thinking* na melhoria da comunicação visual do *website* sobre internacionalização universitária. Este artigo caracteriza-se por ser uma pesquisa aplicada, exploratória, descritiva na modalidade de estudo de caso, bibliográfica e documental. Os resultados apontam que o *design thinking* no projeto de *layout* do *website* da SINTER cria uma solução que corresponde mais às necessidades dos usuários que se fosse uma ação isolada sem considerar o contexto e suas interações. Conclui-se que o *design thinking* na gestão institucional gerou uma experiência positiva e importante na iniciativa pública com a valorização de aspectos da imagem da SINTER no âmbito digital.

Palavras-chaves: *design thinking*, internacionalização, comunicação visual, interface gráfica, *website*.

1. INTRODUÇÃO

O isolamento social, causado pela pandemia, tornou indispensável a presença online das organizações para manter e ampliar a comunicação com parceiros, clientes e usuários.

A comunicação por meio da *web* é o primeiro passo para a organização que inicia a utilização das ferramentas virtuais partindo do preceito de que os públicos da organização acessam a internet. Possuir uma página na internet se torna necessário para esclarecer e possibilitar comunicação junto a usuários de serviços e produtos. No entanto, o *website* só é um instrumento de marketing digital eficiente nas organizações, quando utilizado de modo coordenado, planejado e sistêmico, integrando as necessidades do usuário, observando a estratégia da organização para garantir o entendimento do conteúdo e qualidade de navegação evitando desperdício de recursos (Torres, 2009).

O *layout* do *website* é uma peça de comunicação visual que deve facilitar durante a navegação, a comunicação e o acesso das informações disponibilizadas. Por isso, nada adianta um *website* repleto de textos e informações dispersas, se não houver um estudo de design para entender a melhor forma de comunicar as informações aos usuários. De acordo com Frascara (2000) “[...] o designer essencialmente projeta um evento, um ato no qual o receptor interage com o design e produz a comunicação”.

Nesse sentido, o que corrobora é o método de *design thinking*, que segundo Platter, Meinel e Leifer (2011) é uma abordagem humanista de inovação e criatividade, centrada no trabalho colaborativo, partindo de uma perspectiva multidisciplinar embasada em princípios de engenharia, design, artes, ciências sociais e descobertas do ambiente corporativo.

O projeto de *layout* do *website* da Secretaria de Relações Internacionais da Universidade Federal de Santa Catarina busca facilitar a comunicação e entendimento dos processos e atividades desenvolvidas, referentes à internacionalização da universidade, para a comunidade universitária.

Nesse sentido, o objetivo deste artigo é descrever o processo de concepção da interface gráfica utilizando o *design thinking* na melhoria da comunicação visual do *website* sobre internacionalização universitária.

Este artigo apresenta a seguinte estrutura: esta introdução que dispôs da contextualização do tema, objetivo e justificativa; a fundamentação teórica que aborda os autores que tratam da temática; a metodologia da pesquisa; os resultados do estudo de caso; as considerações finais e por fim, as referências utilizadas para este estudo.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta seção trata do arcabouço teórico que fundamenta a discussão da temática abordada nesta investigação. Para tanto, ela foi dividida em 2 subseções: Internacionalização Universitária e *Design Thinking* para o Design de Interface gráfica de *Website*.

2.1 A INTERNACIONALIZAÇÃO UNIVERSITÁRIA

A partir da década de 1990, a internacionalização da educação superior no Brasil passou a fazer parte da agenda nacional e internacional, devido aos avanços da globalização e de seus impactos culturais nas áreas de Ciência, Economia e Relações Internacionais (MUELLER, 2013).

Com isso, houve incentivo para o fortalecimento e ampliação das relações internacionais entre as Instituições de Ensino Superior (IES) que resultaram em integração institucional entre universidades de diferentes países facilitada pelos acordos internacionais

que permitiram a mobilidade de pesquisadores, professores e estudantes de graduação e pós-graduação em diversas áreas do conhecimento (PEREIRA; PASSOS, 2015).

A interação educacional e cultural entre estudantes e professores de distintas nacionalidades promoveu a troca de conhecimentos, por meio da mobilidade acadêmica em redes de colaboração, grupos de pesquisa e projetos conjuntos. Sendo isso consequência do processo de internacionalização das IES. De acordo com Knight (2010), as IES buscam, por meio de suas equipes de gestão, incorporar a dimensão internacional nos processos de ensino e aprendizagem.

No âmbito da Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, a responsabilidade pelas atividades que conectam a universidade com instituições estrangeiras e fomentam a internacionalização do ensino, pesquisa e extensão recai sobre a Secretaria de Relações Internacionais - SINTER (UFSC, 2020a).

Segundo Morosini (2006), a internacionalização no ensino superior é um tema complexo que exige, além da compreensão de seu conceito, um planejamento com metas e estratégias bem definidas pelas equipes de gestão das IES, levando em consideração suas peculiaridades institucionais.

As equipes de gestão universitária precisam criar um ambiente propício e relações internacionais sólidas, facilitando oportunidades e incentivando a interação internacional de pesquisadores, professores e estudantes.

Por isso, destaca-se a necessidade de composição de um subsistema institucional de suporte dinâmico, a fim de que pesquisadores, professores e estudantes possam internacionalizar sua atuação. Em síntese, esses devem ser os usuários privilegiados do sistema institucional de internacionalização interativa.

A gestão institucional orientada ao usuário requer a satisfação das condições necessárias para esses interagirem internacionalmente, cumprindo os objetivos previstos. No caso das IES públicas, sua função primordial é promover a “troca de saberes sistematizados, acadêmico e popular, tendo como consequência a democratização do conhecimento, a participação efetiva da comunidade na atuação da universidade e uma produção resultante do confronto com a realidade” (NOGUEIRA, 2005). Essa perspectiva também é coerente para os processos de internacionalização.

As iniciativas, como planejamentos e ações, requerem e buscam a inovação dos valores e das atividades institucionais, tanto para a internacionalização das IES em geral como, em particular, da Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC. Isso inclui a atualização de métodos e processos gerenciais e, principalmente, a efetivação de um sistema de comunicação intra e interinstitucional eficiente e focado na internacionalização. Sobre isso, Neves (2001) destaca a atualização dos mecanismos de comunicação, como relevante no novo paradigma de gestão às instituições públicas, inclusive, para proteger a coesão organizacional.

2.2 DESIGN THINKING PARA O DESIGN DE INTERFACE GRÁFICA DE WEBSITE

Nos últimos tempos, profissionais de diversas áreas têm demonstrado um interesse crescente em desenvolver serviços e criar soluções que estejam voltadas para os clientes, usuários ou público-alvo. Consequentemente, têm surgido pesquisas e abordagens que incorporam conhecimentos de disciplinas como design, ergonomia, acessibilidade, usabilidade, marketing, comportamento informacional, engenharia, interação humano-computador, entre outras. No âmbito dessas abordagens que visam alcançar a inovação de maneira centrada no ser humano é que surge o conceito de *design thinking*.

De acordo com Pinheiro e Alt (2011) o *design thinking* é fundamentado em três pilares: empatia, colaboração e experimentação, caracterizando uma nova maneira de pensar e encarar problemas, um novo modelo mental.

Segundo Nitzsche (2012, p.123) “O termo design thinking é geralmente referido à aplicação dos processos do design e da sensibilidade dos designers à resolução de qualquer tipo de problema, como uma metodologia própria para gerar inovação e aprimorar a capacitação dos participantes”.

O *design thinking* não corresponde a algo novo, criado de forma repentina, mas, sim, a saberes e habilidades aprendidas pelos designers ao longo de muitos anos na exploração de soluções às necessidades humanas mediante os recursos existentes (BROWN, 2010).

Diversas pessoas de diferentes áreas podem se envolver no projeto de *design thinking*, sendo necessário que elas compartilhem informações de maneira flexível, testando, experimentando e incentivando a integração de equipes (DUALIBI, 2009). O *design thinking* pode colaborar na concepção do *layout*, identidade visual, cores, fontes de modo que a navegação em um *website* seja amigável, responsiva, estabelecendo uma boa experiência para o usuário.

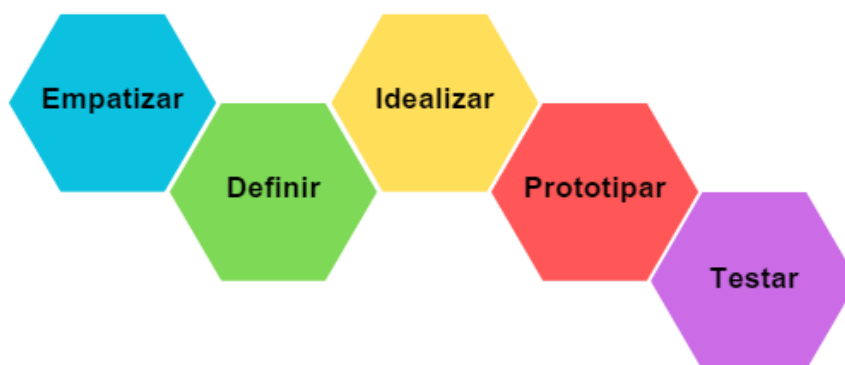
O *design thinking* possui diversas abordagens, segundo Stuber (2012). No entanto, para o desenvolvimento desta pesquisa, utilizou as cinco etapas descritas pelo Instituto Hasso Plattner de Design da Universidade de Stanford, mais conhecido como *d.school*: empatizar, definir, idealizar, prototipar e testar. Esse processo

[...] baseia-se em métodos de engenharia e *design* e os combina com ideias das artes, ferramentas das ciências sociais e *insights* do mundo dos negócios. O processo reúne colegas de equipe em torno de um objetivo comum: melhorar a vida das pessoas para as quais eles estão projetando.” (D.SCHOOL, 2010, p. 1, tradução nossa).

A figura 1 apresenta o modelo de *design thinking* proposto pelo Hasso-Plattner Institute of Design em Stanford (*d.school*) com as cinco etapas do processo:

Figura 1: Modelo de design thinking de cinco etapas proposto pelo Hasso-Plattner Institute of Design em Stanford (*d.school*)

Diagrama do Processo de Design Thinking*



*não necessariamente linear, aplique conforme necessário.

Fonte: adaptado de *d.school* (2019).

- I. Empatizar: Compreender de maneira empática as necessidades das pessoas envolvidas no problema e entender o que precisam, o que buscam.
- II. Definir: Após colher as informações e analisá-las, define-se as problemáticas centrais, para delimitar o que precisa ser resolvido ou criado.
- III. Idealizar: Criação de ideias, sugestões em *brainstorms* e debates.
- IV. Prototipar: Criar protótipo que auxilie na identificação da melhor solução possível para cada problema encontrado e investigar o desempenho das ideias propostas.
- V. Testar: Necessário testar e experimentar os protótipos.

Essas etapas podem ser realizadas de acordo com a natureza do projeto, por esse motivo que não são estáticas, isto é, nem todas as etapas precisarão ser executadas durante o processo.

Kembel (2009) explica que a metodologia de *design thinking* da *d.school* não é sempre linear, ou seja, a ordem de execução das etapas ocorre de acordo com a necessidade da equipe e cada uma das fases da metodologia pode se repetir caso seja necessário, assim como todo o processo. A interação é fundamental no *design thinking*, por isso é possível retornar a alguma etapa anterior, seja para refinar, alterar ou descartar alguma solução.

No que tange o *design thinking* para o design de interface gráfica de *website*, pode-se dizer que o *design* de interfaces envolve componentes da comunicação como meio de levar conhecimento, informação para os interessados que contempla valores, necessidades e significados. “Interfaces são as zonas fronteiriças sensíveis de negociação entre o humano e o maquínico, assim como o pivô de um novo conjunto emergente de relações homem-máquina”. (SANTAELLA, 2003, p.92).

Se a empresa contrata uma pessoa que não possui conhecimentos específicos necessários para projetar um *website*, muitas vezes, os materiais digitais ficam sem legibilidade, confusos com várias cores criando desarmonia na composição visual. “O foco está em dar forma visual à interface com o usuário” (KOCH, 2000, p. 218).

A disposição de todos os elementos do projeto do *website* fica na tela do computador e dos dispositivos móveis de modo interativo e abrange conhecimentos estéticos, ergonômicos, ferramentas de gestão do conhecimento, usabilidade em que o objetivo é propiciar facilidade ao usuário durante o uso de forma intuitiva.

No processo de proposição da estrutura, dos formatos e das funções do *website* da SINTER, considerou a abordagem Design Centrado no Ser Humano (DCH). O DCH fundamenta o *design thinking*, que de acordo com Klaus Krippendorff (2000) se preocupa com o modo que os indivíduos veem, interpretam e convivem com artefatos. Um artefato é qualquer coisa possível de ser projetada por um designer (informações, produtos tangíveis, identidades, marcas, entre outros) (KRIPPENDORFF, 2000).

3. METODOLOGIA

A natureza da pesquisa é aplicada, por se tratar de uma necessidade de solucionar um problema real no ambiente da universidade (VERGARA, 2000).

Quanto à classificação, trata-se de uma pesquisa exploratória e descritiva nas modalidades de estudo de caso, pesquisa bibliográfica e documental. Na pesquisa exploratória, o pesquisador busca “construir arranjos metodológicos sensíveis às demandas da problemática e das lógicas dos objetos empíricos”(BONIN, 2011, p. 40). Enquanto a pesquisa descritiva busca descrever os fatos e fenômenos de determinada realidade ou população, estabelecendo correlações entre as variáveis (TRIVIÑOS, 1987). Já o estudo de caso é

utilizado como estratégia de pesquisa quando perguntas são colocadas e quando o foco da pesquisa está em fenômenos contemporâneos (YIN, 2001).

O estudo trata de uma pesquisa a ser realizada internamente, na SINTER e externamente com as demais Secretarias de Relações Internacionais das IES, com a comunidade universitária e parceiros internacionais, a fim de propor uma nova estruturação da interface gráfica do *website* da SINTER. Foram levantadas as demandas atuais da SINTER e os aspectos necessários para um plano de comunicação da internacionalização da UFSC.

A abordagem de estudo é qualitativa porque considera que há um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. Tem como principais características ressaltar a natureza socialmente construída a partir da realidade, a relação entre o pesquisador e o objeto de estudo bem como as qualidades e os processos da experiência social que se cria e adquire significado (MINAYO, 2009).

Dentre as técnicas de coleta de dados utilizadas, formulários foram enviados às equipes de cada coordenadoria da SINTER para identificar as dificuldades e pontos de melhorias que poderiam existir no *website*, tanto nos assuntos de cada coordenadoria como também de maneira geral da comunicação visual das ações de internacionalização.

Nas pesquisas qualitativas, as técnicas de coleta de dados devem ser definidas em razão do problema de pesquisa e dos objetivos baseados no planejamento do pesquisador para evitar excesso de dados e gasto excessivo de tempo. As informações analisadas podem ser de documentos, materiais visuais, entre outros, com o suporte de protocolos de registro (CRESWELL, 2007).

A análise dos dados se deu na forma interpretativa que de acordo com Triviños (2010) é quando se considera a experiência do pesquisador, a teoria sobre o tema e a realidade do campo de pesquisa. Outras informações foram obtidas por meio de análise documental em arquivos na SINTER, sites das IES, artigos e livros contendo metodologias relacionadas a design centrado no usuário, *design thinking*, experiência do usuário, internacionalização, interface gráfica de *website* e comunicação visual digital.

Na abordagem do dinamismo de um determinado problema social, dentro do contexto da pesquisa qualitativa, utilizou-se a análise de conteúdo. “Analisar o que foi dito em meio a uma investigação, construindo e apresentando concepções em torno de um objeto de estudo” (Bardin, 2004, 2010, 2011). Em relação à análise do material coletado a mesma autora defende três fases: 1) pré-análise; 2) exploração do material, categorização e codificação; 3) tratamento dos resultados, inferências e interpretação.

A pré-análise é a primeira etapa onde se começa a organizar o material da análise para que se torne útil ao estudo. Seguindo da exploração que tem a finalidade de categorizar ou codificar o estudo, desmembramento, agrupamento das informações adquiridas. Já a última etapa consiste em dar significação nos conteúdos de literalmente analisar e refletir.

A ideia desta pesquisa foi promover a melhoria da comunicação digital, organizando e promovendo interação comunicativa das pessoas da SINTER com: (1) o público interno à universidade, (2) o público em geral e (3) com pessoas que atuam em outras instituições acadêmico-científicas nacionais e internacionais. E também reunir as melhores condições para informar aos usuários sobre as atividades e as oportunidades relacionadas à internacionalização, seguindo uma estratégia eficiente de comunicação reconfigurando o *layout* do *website* SINTER.

4. RESULTADOS

A Secretaria de Relações Internacionais - SINTER é o órgão da Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC responsável por coordenar, produzir e relacionar ações, comunicações e interações, visando a internacionalização institucional.

Com o intuito de alcançar seus objetivos, busca-se com as ações, de acordo com a SINTER (2023):

1. Promover a interação com organismos e instituições internacionais de ensino superior, pesquisa, inovação tecnológica e conservatórios artísticos;
2. Apoiar e implementar acordos de cooperação técnica, científica e cultural;
3. Viabilizar o intercâmbio de estudantes, professores e servidores técnico-administrativos;
4. Atender a Universidade no desempenho de suas atividades que envolvam organismos internacionais em assuntos de natureza acadêmica, administrativa, e, quando necessário, na área financeira.

Em síntese, na SINTER, são apoiadas e implementadas ações para viabilizar a internacionalização da universidade, atuando como área institucional e transversal. Isso foi previsto no Plano de Desenvolvimento Institucional - PDI, do quadriênio 2020/2024 e permeia transversalmente as atividades básicas de ensino, pesquisa, extensão e gestão.

Dessa forma, dentro da gestão organizacional processos são executados visando entender o desempenho de determinadas atividades, se adaptar à realidade e implementar melhorias significativas.

A gestão do design considera as contribuições da atividade de design à gestão em geral e, com desdobramento de recursos, ferramentas e pessoas envolvidas para colocar em prática a gestão do design visando os objetivos da corporação sob o ponto de vista de aspectos (1) estratégicos, (2) táticos e (3) operacionais nas organizações em geral, sejam instituições ou empresas. (MOTOZA, 2003). Para o atendimento de seus principais objetivos, gestores e equipe da SINTER, primeiramente, investiram esforços para efetivar o sistema e os processos de comunicação intra e interinstitucional.

A demanda por design parte da necessidade de diferenciar um produto, lançar uma marca, desenvolver liderança em design e, finalmente, da carência na implementação de vários objetivos de negócios (MOTOZA, 2003).

No processo de proposição da estrutura, dos formatos e das funções do *website* da SINTER, foi estudada a “jornada do usuário”. Coloca-se o usuário na frente e no centro do pensamento da organização, mostrando como aplicativos, mídias sociais e sites mudam o comportamento dele e demonstra a necessidade de adaptação da organização como um todo. O objetivo é identificar as interações do usuário e questionar cada um dos pontos de contato que originou o produto (BOAG, 2015). A partir disso, considerou-se que, anteriormente, o *website* SINTER continha diversas informações desordenadas, tornando confusa a comunicação com os públicos de interesse.

O primeiro passo para a mudança, foi considerar como cada coordenadoria da SINTER percebia a interface digital, identificando ainda quais as mudanças propostas pelas pessoas interessadas na revisão da interface gráfica do *website*. Para isso, foi produzido e enviado um formulário para as pessoas internas à secretaria descreverem os pontos positivos e negativos da atual interface digital do *website* e propor as mudanças para torná-la mais eficiente. No formulário, também foram apresentadas sugestões de elementos gráficos, como botões de *hiperlinks* e fontes tipográficas, para que as respostas pudessem orientar graficamente a configuração renovada da interface digital.

Enquanto coletava-se as informações internas, paralelamente, foram ainda analisados os assuntos mais pesquisados pelos usuários do *website*, utilizando-se a ferramenta *Google Analytics*. Com isso, foi possível identificar quais os assuntos foram mais buscados, possibilitando o planejamento de um *layout* que também facilitasse o acesso desses assuntos mais interessantes.

Além disso, realizou-se um *benchmarking* com os *websites* de outros setores da UFSC, de secretarias de internacionalização de outras universidades nacionais e internacionais a fim de coletar ideias sobre o novo *layout* da página *web*. De acordo com Júnior (2005, p.116) “o *benchmarking* estimula as empresas a procurar, além das suas próprias operações ou indústrias, fatores chaves que influenciam a produtividade e os resultados”.

De posse dos resultados das pesquisas realizadas e considerando a reformulação básica já proposta, houve uma reunião com pessoas da equipe estratégica da secretaria, incluindo o secretário e o diretor. Assim, foi possível ponderar com os gestores a coerência entre os aspectos estratégicos, a organização tática e o nível operacional. Amplamente, foram ponderadas as adequações funcional e simbólica da proposta de reconfiguração do *website*, considerando-se especialmente o *core business* da SINTER.

Após cruzar todas as ponderações, foi possível identificar o que era possível de se implementar no WordPress das páginas UFSC. Para essa etapa, a equipe da SINTER contou com o suporte de agentes de comunicação da UFSC que já estavam em etapa avançada na implementação de melhorias em outro *website* da UFSC e que puderam orientar para que a SINTER seguisse o modelo da estrutura possível de ser implementada.

Dessa forma, finalizou-se o *layout* da interface gráfico-digital do *website* da SINTER, priorizando os interesses dos usuários e incorporando de maneira coerente as indicações das pessoas das coordenadorias e as orientações estratégicas da diretoria.

O processo foi acompanhado por um designer, que estava integrado como bolsista na secretaria e que, ao final, desenvolveu o projeto gráfico definitivo, de acordo com as indicações resultantes do processo de pesquisa previamente realizado. Além disso, as cores, os formatos gráficos e as fontes tipográficas foram propostas no projeto de maneira estritamente coerente com a identidade gráfico-visual da marca SINTER/UFSC. Os elementos e aspectos simbólicos da interface gráfico-visual foram associados ao contexto de internacionalização, intercâmbios, convênios internacionais e tradução.

O *mockup* do *website* foi elaborado e apresentado na reunião semanal da secretaria para validação e possíveis ajustes. Conforme a figura abaixo, é possível ver o antes e depois da página *web*.

Figura 2: Interface Gráfica do Website antes e após o estudo.



FONTE: Elaborado pelos autores.

A página principal, que antes era em formato de *blog*, passou a ser uma página estática. Com isso, foi possível criar botões na parte central com os temas mais relevantes, que antes ficavam no menu esquerdo sem destaque e que dificultavam a rápida identificação e acesso ao conteúdo que era mais pesquisado. Com isso, os menus laterais reduziram a quantidade de informação e foram categorizados por sessões. Além disso, assuntos que envolviam campanhas da UFSC no geral ou projetos da SINTER com outros entes foram separados no menu do lado direito.

Após a prototipagem, validação e teste do *website*, a interface foi ajustada conforme relatos dos usuários durante o acesso do *website*.

Esta foi a primeira vez que a SINTER realizou um estudo sistêmico para a concepção de interface gráfica do *website*. Anteriormente, as configurações gráfico-funcional de produtos de comunicação e outros, ocorriam de forma isolada e sem um planejamento de design centrado no usuário. Porém, atualmente, isso é considerado praticamente inadmissível, principalmente na área de *design*, constantemente, é considerada a necessidade do conhecimento ampliado e sistêmico da comunidade ou organização que contextualiza o projeto e que fará uso do produto designado.

As organizações são espaços de interesse para os públicos internos e externos e o *website* representa a imagem da empresa na internet. Por isso, principalmente os processos e produtos de comunicação devem ser, funcional e simbolicamente, eficientes no atendimento dos diversos públicos, de acordo com os objetivos e interesses da própria organização.

Pensando nisso e antecedendo ao processo final de proposição do projeto da interface gráfico-digital do *website* SINTER, foi realizada ampla pesquisa para avaliar o produto já existente e coletar informações, sugestões e orientações para a configuração do novo produto de comunicação expresso na interface gráfico-digital do *website*.

A investigação foi conduzida com base no *design thinking* e pôde seguir a fase exploratória, de empatia e de prototipagem:

1. Houve um formulário de consulta, que foi distribuído, aplicado às pessoas que compõem as coordenações da secretaria, para coletar informações, críticas e sugestões das equipes de cada coordenadoria da SINTER;
2. Houve uma pesquisa sobre os assuntos de maior interesse do público externo que acessou o *website* SINTER, prevendo a possibilidade de nova hierarquização e destaque das informações de acordo com as demandas públicas;
3. Houve uma pesquisa interna e externa à universidade, considerando modelos de *websites* de outros setores, assim como de outras secretarias de relações internacionais de universidades nacionais e internacionais.
4. Houve a ponderação dos resultados em reunião com a diretoria da SINTER, visando o alinhamento de informações e ações com os princípios e propósitos gerais da secretaria.

Considera-se que, com as ações aqui apresentadas, no ambiente interno da secretaria, foi possível a integração das ações e do produto do nível operacional com a organização e as percepções do nível tático e com os interesses gerais e de longo prazo do nível estratégico. Também, foram observados aspectos importantes da “jornada do usuário” e consideradas as preferências e necessidades do público externo que acessa informações e interage no *website* da SINTER.

Além disso, a realização do processo de pesquisa multinível (operacional, tático e estratégico) e transdisciplinar (interno e externo à secretaria) que orientou a reformulação (funcional) e a reconfiguração (gráfico-visual) do *website* SINTER é um exemplo de

aplicação do pensamento e dos processos sistêmicos para a realização do projeto de Design de um produto gráfico-digital de informação e comunicação.

Com um *website* mais alinhado ao sistema no qual está integrado é possível tornar mais eficiente o acesso a informações e a comunicação com a SINTER/UFSC. Uma vez observado o que os usuários buscam quando acessam o *website* e entendido os problemas que enfrentam na navegação para o encontro das informações, é possível traçar estratégias com uma abordagem sistêmica de todos os autores envolvidos.

Resultado disso é uma interface gráfica do *website* com informações mais acessíveis e claras, com valorização de elementos e aspectos internacionais e multiculturais, visando a concretização de parcerias internacionais para o desenvolvimento de Ciência, Tecnologia e Inovação.

5. CONCLUSÃO

O presente artigo teve como objetivo descrever o processo de concepção da interface gráfica utilizando o *design thinking* na melhoria da comunicação visual do *website* sobre internacionalização universitária da Secretaria de Relações Internacionais (SINTER) da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Para atingir esse objetivo, foram realizadas etapas de pesquisa, análise e reconfiguração do *website*, buscando uma abordagem centrada no usuário e alinhada aos princípios estratégicos da SINTER.

O contexto da pandemia de COVID-19 impôs desafios significativos às instituições de ensino superior, tornando a presença online essencial para a comunicação eficaz com parceiros, clientes e usuários. Nesse cenário, o *website* assume um papel crucial como ferramenta de divulgação e interação, tornando-se um ponto de contato fundamental para a disseminação de informações e a promoção das ações de internacionalização da universidade.

A fundamentação teórica deste estudo abordou a importância da internacionalização universitária e o papel da SINTER nesse processo. Além disso, explorou o conceito de *design thinking* como abordagem humanista para a inovação e criatividade, destacando sua aplicação na concepção de interfaces gráficas de *websites*. A metodologia empregada combinou abordagens exploratórias e descritivas, utilizando estudo de caso, análise bibliográfica, documental e coleta de dados qualitativos.

O processo de reconfiguração da interface gráfica do *website* da SINTER seguiu as etapas do *design thinking* propostas pelo Instituto Hasso Plattner de Design da Universidade de Stanford (*d.school*): empatizar, definir, idealizar, prototipar e testar. Essa abordagem permitiu uma compreensão mais profunda das necessidades dos usuários e orientou a criação de soluções centradas em suas demandas reais.

Os resultados alcançados evidenciam a importância de considerar o usuário como protagonista na criação de interfaces digitais, promovendo a usabilidade e a experiência do usuário como aspectos fundamentais. A nova interface gráfica do *website* da SINTER reflete a preocupação em facilitar o acesso às informações mais relevantes e em destacar os temas de maior interesse para o público. A reconfiguração trouxe uma melhoria significativa na organização das informações, na estética visual e na navegação, contribuindo para a efetividade das ações de internacionalização da UFSC.

Portanto, conclui-se que a aplicação do *design thinking* na concepção da interface gráfica do *website* da SINTER foi bem-sucedida em promover uma comunicação mais eficiente e alinhada às necessidades dos usuários. A abordagem adotada demonstrou ser uma ferramenta valiosa para o desenvolvimento de produtos de design digital que atendam tanto aos objetivos estratégicos da organização quanto às expectativas dos públicos envolvidos. O estudo também ressalta a importância de se manter uma abordagem iterativa e flexível ao longo do processo, permitindo ajustes contínuos e aprimoramentos baseados no feedback dos usuários.

Por fim, este trabalho contribui para a compreensão do papel do design thinking na melhoria da comunicação visual de interfaces digitais em organizações de ensino superior, destacando sua aplicabilidade na área de internacionalização universitária. A experiência da SINTER demonstra que a consideração do usuário como ponto central do processo de design resulta em interfaces mais intuitivas, acessíveis e eficazes, fortalecendo a interação entre a instituição e seus diversos públicos e contribuindo para a construção de uma imagem positiva no ambiente digital.

Para trabalhos futuros, sugere-se realizar um estudo avaliando a satisfação do usuário após a consolidação da nova interface gráfica, a fim de medir a percepção dos usuários sobre as melhorias realizadas e identificar possíveis áreas de aprimoramento.

REFERÊNCIAS

- BERTALANFFY, L. V. Teoria geral dos sistemas: fundamentos, desenvolvimento e aplicações. 3. ed. Petrópolis: Vozes, 2008.
- BOAG, P. All you need to know about customer journey mapping. Smashing Magazine. 2015 Disponível em: <<https://www.smashingmagazine.com/2015/01/all-about-customer-journey-mapping/>> Acesso em: 05 agosto. 2023
- BOGDAN, R.; BIKLEN, S.K. Qualitative Research for Education. Boston: Allyn and Bacon, 1982.
- BONIN, Jiani Adriana. “Revisitando os bastidores da pesquisa: práticas metodológicas na construção de um projeto de investigação”. In: Maldonado, Alberto Efendy et al. (Orgs). Metodologias de Pesquisa em Comunicação: olhares, trilhas e processos. Porto Alegre: Sulina, 2011. p. 19-42.
- BROWN, Tim. Design Thinking: uma metodologia poderosa para decretar o fim das velhas ideias. Rio de Janeiro. Elsevier, 2010.
- CHIAVENATO, I. Princípios de Administração. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.
- CRESWELL, J. W. Investigação qualitativa e projeto de pesquisa: escolhendo entre cinco abordagens. Porto Alegre, RS: Penso, 2014.
- D.SCHOOL. Modelos de Design Thinking. Stanford d.school, 2019. Disponível em: <https://empathizeit.com/design-thinking-models-stanford-d-school/>. Acesso em: 05 jun. 2022.
- _____. Fact sheet. California: d.school, 2010. Disponível em: < <http://dschool.stanford.edu/wp-content/uploads/2010/09/dschool-fact-sheet.pdf>>. Acesso em: 06 jun. 2022.
- DUALIBI, R.; SIMONSEN Jr.,H. Criatividade & Marketing. São Paulo:M.Books, 2009.
- FRASCARA, Jorge. Diseño Gráfico y comunicacion. 7.ed. Buenos Aires: ediciones infinito, 2000.
- JÚNIOR, Maurício G. Um modelo de avaliação de cursos superiores de tecnologia baseado na ferramenta benchmarking. Florianópolis: [s.n.], 2005.
- KEMBEL, George. Awakening creativity. Apresentação na instituição Chautauqua. Nova York, 2009.
- KNIGHT, J.. Internacionalização da educação superior: novos desenvolvimentos e consequências não intencionadas. Boletim Iesalc, 2010.
- KRIPPENDORFF, K. Propositions of Human-centeredness: A Philosophy for Design. In.:DURLING, D.; FRIEDMAN, K. (Eds.). Doctoral Education in Design: Foundations for the Future. Staffordshire (UK): Staffordshire University Press, p. 55-63, 2000.
- MOROSINI, Marília Costa. Estado do conhecimento sobre internacionalização da educação superior: conceitos e práticas. Educar. Curitiba, n. 28, p. 107-124, 2006.
- MINAYO, M. C. O desafio da pesquisa social. In: Minayo, M. C. (Org.). Pesquisa social: teoria, método e criatividade. Rio de Janeiro, RJ: Vozes, 2009.

MUELLER, Cristiana Verônica. O processo de internacionalização do ensino superior: um estudo de caso da Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2013. 178f. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Porto Alegre, 2013.

NEVES, A. Serviço público: para uma cultura de gestão na administração pública. 2001.

NITZSCHE, Rique. Afinal, o que é Design Thinking? Rio de Janeiro: Rosari, 2012.

NOGUEIRA, M. P. Políticas de extensão universitária. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.

PINHEIRO, Tennyson; ALT, Luis. Design thinking Brasil: empatia, colaboração e experimentação. E-book kindle, Amazon. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

PLATTNER, H.; MEINEL, C.; LEIFER, L. (Eds). Design Thinking: understand, improve, apply. Springer: Verlag Berlin Heidelberg, 2011.

PEREIRA, Elisabete Monteiro de Aguiar; PASSOS, Rogério Duarte Fernandes dos. A internacionalização do ensino superior e os programas de mobilidade educacional. In: PEREIRA, Elisabete Monteiro de Aguiar; HEINZLE, Marcia Regina Selpa (Org.). Internacionalização na Educação Superior: políticas, integração e mobilidade acadêmica. Blumenau: Editora Furb, 2015. p. 51-68.

SANTAELLA, Lúcia. Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura. São Paulo: Paulus, 2003.

SINTER. Sobre a Sinter. Disponível em: <https://sinter.ufsc.br/sobreasinter/> Acesso em: 17 jun 2023.

STUBER, E. C. Inovação pelo Design: uma proposta para o processo de inovação através de workshops utilizando o design thinking e o design estratégico. 2012. 202 p. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Vale do Rio dos Sinos, Curso de Design, Porto Alegre, 2012.

TRIVIÑOS, A. N. S. Introdução à pesquisa em ciências sociais: a pesquisa qualitativa em educação. São Paulo: Atlas, 1987.

UFSC, Universidade Federal de Santa Catarina. Plano de Desenvolvimento Institucional 2020-2024. (2020a). Florianópolis: UFSC, 2020. Disponível em: <https://pdi.paginas.ufsc.br/files/2020/01/PDI-2020-2024.pdf>. Acesso em: 5 jan. 2022.

UFSC, Universidade Federal de Santa Catarina. Secretaria de Relações Internacionais. (2020b) Florianópolis, UFSC. Disponível em: <https://sinter.ufsc.br/>. Acesso em: 5 jan. 2022.

UFSC. Plano de Internacionalização da Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis: Secretaria de Relações Internacionais, Universidade Federal de Santa Catarina, 2018. Disponível em: <http://novaprg.paginas.ufsc.br/files/2019/02/PROPOSTA-DEPLANO-INSTITUCIONAL-DEINTERNACIONALIZAC%CC%A7A%CC%83O-FinalAprovada.pdf>. Acesso em: 04 jan. 2022.

TORRES, Cláudio. A Bíblia do marketing digital: tudo o que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha a quem perguntar. São Paulo: Novatec Editora, 2009.

VERGARA, S. C. Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

YIN, R.K. Estudo de Caso: Planejamento e Métodos. 3.ed.Porto Alegre: Bookman, 2005.