



XVII COLÓQUIO INTERNACIONAL DE GESTÃO UNIVERSITÁRIA
Universidade, desenvolvimento e futuro na Sociedade do Conhecimento

Mar del Plata – Argentina
22, 23 e 24 de novembro de 2017
ISBN: 978-85-68618-03-5



OFERTA E DIVULGAÇÃO DE CURSOS EM UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO PÚBLICA FEDERAL: A FERRAMENTA GUIA DE CURSOS DO IFSC

CRISTINA MISSAO BORILLE KUBA

Instituto Federal de Santa Catarina
cristina.kuba@ifsc.edu.br

GEISA GOLIN ALBANO

Instituto Federal de Santa Catarina
geisa@ifsc.edu.br

NADIA GARLET

Instituto Federal de Santa Catarina
nadia.garlet@ifsc.edu.br

RESUMO

Diante da endêmica transformação do ensino profissional e tecnológico no decorrer das últimas décadas no Brasil, as formas de comunicação do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina (IFSC) com seus públicos estratégicos precisaram passar por uma reavaliação para melhor alcançá-los. O objetivo desse trabalho foi analisar a criação do sistema online desenvolvido pelo IFSC para ser acessível a todos e levar as informações mais facilmente aos potenciais alunos. Tal sistema, denominado Guia de Cursos, teve sua construção iniciada em 2013 por meio de um grupo de trabalho que orientou a nova arquitetura de informação e o desenvolvimento da ferramenta. Analisando seu desempenho, concluiu-se que a estratégia mostrou-se adequada para possibilitar que a comunidade externa conhecesse todos os cursos ofertados pela instituição de forma fácil e acessível, e também do ponto de vista gerencial pela facilidade de atualização por parte de todos os envolvidos no processo.

Palavras chave: IFSC, Divulgação, estratégia de comunicação, guia de cursos.

1. INTRODUÇÃO

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina é uma instituição pública, vinculada ao Ministério da Educação e Cultura – MEC, com 107 anos de história. Atualmente, possui 22 unidades (ou câmpus) em 20 cidades do Estado de Santa Catarina. Além delas, também possui a Reitoria e o Centro de Formação e Referência em EaD, uma estrutura administrativa com 24 endereços.

No perfil institucional descrito no Plano de Desenvolvimento Institucional (PDI) 2015-2019, o IFSC é descrito como uma instituição pública que tem por finalidade ofertar formação e qualificação em diversas áreas, nos diversos níveis e modalidades de ensino, bem como realizar pesquisa e desenvolvimento de novos processos, produtos e serviços, em articulação com os setores produtivos da sociedade catarinense. É juridicamente uma autarquia federal vinculada ao Ministério da Educação (MEC) por meio da Secretaria de Educação Profissional e Tecnológica (SETEC).

Inserida nesse contexto histórico e jurídico, o IFSC estabeleceu sua missão, no PDI 2015-2019, como “promover a inclusão e formar cidadãos, por meio da educação profissional, científica e tecnológica, gerando, difundindo e aplicando conhecimento e inovação, contribuindo para o desenvolvimento socioeconômico e cultural”. E como visão “ser instituição de excelência na educação profissional, científica e tecnológica, fundamentada na gestão participativa e na indissociabilidade entre ensino, pesquisa e extensão (IFSC, 2015).

Dessa forma, considerando o alcance geográfico da instituição, e sua missão institucional, este trabalho teve como objetivo geral analisar a criação do Guia de Cursos do IFSC, que se propôs como forma de divulgação para os cursos da instituição, atendendo às necessidades dos potenciais alunos. E, com isso, avaliar se a proposta cumpre efetivamente a necessidade de se ter uma forma de divulgação online que ajude a formar que ajude a melhorar o reconhecimento da instituição, a partir da divulgação dos seus cursos de forma acessível.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1. HISTÓRICO DO IFSC

Considera-se importante a apresentação do histórico do IFSC para contextualizar as mudanças pelas quais a instituição passou e que foram ampliando sua atuação na educação profissional brasileira, além da necessidade de modificar seus processos internos para se adaptar às novas realidades.

O Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina iniciou suas atividades como Escola de Aprendizes Artífices de Santa Catarina em 23 de setembro de 1909 quando o presidente Nilo Peçanha assinou o Decreto nº 7.566. Nessa época, o IFSC era uma instituição que oferecia, além do ensino primário, formação em desenho, tipografia, encadernação, pautação, carpintaria, escultura e mecânica. Anos depois, a Escola de Aprendizes Artífices de Santa Catarina passou a se designar Liceu Industrial de Florianópolis, por meio da Lei nº 378, de 1937.

Era um período de muitos acontecimentos na ordem política, econômica e social do Brasil – a “Era Vargas”. Os Liceus estavam destinados a oferecer ensino profissional em

todos os ramos e graus, bem como previa a instituição de novos Institutos para a propagação desta modalidade de ensino por todo o território do país.

A década de 1940 foi marcada pela participação da Força Expedicionária Brasileira na Segunda Guerra Mundial e pelo impulsionamento da industrialização brasileira e, conseqüentemente, da demanda por mão de obra qualificada. Houve ainda a Reforma Capanema, um conjunto de Decretos-leis que reorganizaram o ensino secundário em dois ciclos: o ginasial, com quatro anos, e o colegial, com três anos. Assim, o Liceu Industrial de Florianópolis se transformou em Escola Industrial de Florianópolis, pelo Decreto nº 4.127 de 23 de fevereiro de 1942, com a oferta de diversos cursos na área industrial e mestria.

Essa nomenclatura durou pouco, pois, em 1965, passou a se chamar Escola Industrial Federal de Santa Catarina, já com o status de autarquia federal, com personalidade jurídica própria e autonomia didática, administrativa, técnica e financeira. Em 1968, a nomenclatura passou a ser Escola Técnica Federal de Santa Catarina – ETFSC, cuja especialização de oferta era de cursos técnicos de segundo grau. Isto ocorreu em paralelo à aprovação da Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional de 1971, por meio do Decreto 5.692.

A lei federal de nº 8.948, de 8 de dezembro de 1994, transformou as Escolas Técnicas Federais em Centros Federais de Educação Tecnológica, condicionando o ato à publicação de decreto presidencial específico para cada novo centro. Assim, a Escola Técnica Federal de Santa Catarina foi transformada em Centro Federal de Educação Tecnológica de Santa Catarina - CEFET-SC em 27 de março de 2002, quando foi publicado no Diário Oficial da União (DOU) o decreto de criação. Depois da mudança para CEFET-SC, a instituição passou a oferecer cursos superiores de tecnologia e de pós-graduação lato sensu (especialização).

Até esta fase havia apenas uma unidade da rede federal que hoje compõe o IFSC, a unidade Florianópolis. A partir do plano de expansão lançado em 2006, o CEFET-SC implantou mais três unidades: Florianópolis-Continente, Joinville e Chapecó. Entretanto, em abril de 2007, o governo federal lançou o Plano de Desenvolvimento da Educação (PDE) que consistia no alinhamento ao Plano de Aceleração do Crescimento (PAC), incluindo a reorganização da educação profissional com a adoção do modelo de Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia (IFs).

Nesse contexto, em setembro de 2008, foi sancionada a Lei 11.741 que alterou a LDB com mudanças introduzidas já no título do capítulo denominado de “Da Educação Profissional e Tecnológica”. Ou seja, estabeleceu a educação profissional e tecnológica, que além do ensino médio passa integrar os diferentes níveis e modalidades de educação, bem como às dimensões do trabalho, da ciência e da tecnologia.

A transformação de CEFET-SC em IFSC – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Santa Catarina se consolidou a partir do processo de integração das escolas da rede federal com a aprovação da Lei 11.892/2008. Essa lei instituiu a Rede Federal de Educação Profissional Científica e Tecnológica e criou os Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia.

A partir de 2008 a instituição passou a fazer parte da Rede Federal de Educação Profissional, Científica e Tecnológica, vinculada ao Ministério da Educação, dessa forma, entre outras, possui como finalidades a oferta de educação profissional e tecnológica, em todos os seus níveis e modalidades, formando e qualificando cidadãos para a atuação profissional nos diversos setores da economia, com ênfase no desenvolvimento socioeconômico local, regional e nacional; bem como o desenvolvimento da educação

profissional e tecnológica como processo educativo e investigativo de geração e adaptação de soluções técnicas e tecnológicas às demandas sociais e peculiaridades regionais. Nesse contexto, são institucionalizadas formas de criação, aprovação, oferta e divulgação de cursos.

2.2 HISTÓRICO DE OFERTA DE CURSOS NO IFSC

O histórico de oferta de cursos no IFSC acompanhou os contextos histórico e econômico da sociedade. Assim, nas décadas de 1970 a 1980, a então Escola Técnica Federal de Santa Catarina (ETF-SC), oferecia cursos de estradas, saneamento, eletrônica, eletrotécnica, telecomunicações, refrigeração e ar condicionado. Já na década de 1990, começou a oferecer cursos de informática, têxtil e enfermagem.

Na transformação de ETF-SC para CEFET-SC, a oferta foi diversificada e foram incluídos os cursos superiores de tecnologia e de pós-graduação lato sensu. Na continuidade, em sua fase de expansão, a oferta passou a incluir cursos de turismo e hospitalidade com a inauguração da unidade continental de Florianópolis. E em Itajaí iniciou-se a oferta de Técnico em Pesca, o primeiro curso na área marítima do país.

Após a lei de criação dos institutos federais e com a ampliação de unidades pelos planos de expansão da rede federal, a oferta no IFSC ficou categorizada por eixos tecnológicos de acordo com os arranjos produtivos locais de instalação de cada unidade. Em Santa Catarina, são sete eixos industriais claramente identificados: agroindustrial, eletrometal-mecânico, mineral, florestal, têxtil, vestuário e tecnológico.

Na oferta de seus cursos, o IFSC precisa atender o que consta no Catálogo Nacional dos Cursos Técnicos e de Cursos Superiores. Tais catálogos categorizam os eixos tecnológicos, nomes e cargas horárias dos cursos (MEC, 2016).

2.2.1 A criação de cursos e suas ofertas no IFSC

No Projeto Pedagógico Institucional (PPI) foram definidas, além das questões legais, as concepções norteadoras gerais de educação e de educação profissional e tecnológica, bem como de ensino, pesquisa, extensão e gestão da instituição. Há uma parte específica que descreve os referenciais para os projetos pedagógicos de cursos que devem respeitar as mesmas concepções norteadoras estabelecidas neste documento (IFSC, 2015).

Um curso é formalizado através de um Projeto Pedagógico de Curso (PPC), que deve ser elaborado e implementado para a busca do desenvolvimento de competências, conhecimentos e atitudes dos sujeitos de forma coerente com as diretrizes de educação profissional e tecnológica, as diretrizes nacionais e demais documentos oficiais.

A construção de um PPC deve primar pela coerência dos itinerários formativos e os arcos ocupacionais. É um documento de construção coletiva da unidade proponente com as concepções educativas pautadas pela identidade profissional. Para Veiga (2004, p.25):

O projeto político-pedagógico é mais do que uma formalidade instituída: é uma reflexão sobre a educação superior, sobre o ensino, a pesquisa e a extensão, a produção e a socialização dos conhecimentos, sobre o aluno e o professor e a prática pedagógica que se realiza na universidade. O projeto político pedagógico é uma aproximação maior entre o que se institui e o que

se transforma em instituinte. Assim, a articulação do instituído com o instituinte possibilita a ampliação dos saberes.

A instituição possui procedimentos, estratégias e instâncias de aprovação de um PPC. Dentre os procedimentos encontra-se a formalização do PPC contendo, no mínimo, a justificativa de oferta, perfil profissional e competências, sistema de avaliação, nível de escolaridade e matriz curricular.

Além disso, na primeira instância de aprovação - Colegiado do Câmpus – o PPC se manifesta como demanda dos arranjos produtivos locais e de construção coletiva do corpo docente e técnico daquela unidade. Na instância seguinte, o PPC segue para análise, emissão de parecer e aprovação do Colegiado de Ensino, Pesquisa e Extensão – CEPE, que possui como uma de suas competências regulamentar e emitir parecer sobre os processos autorizativos de cursos e demais ofertas educativas do IFSC (IFSC, 2013).

Em alguns casos, como oferta de cursos técnicos, superiores e pós-graduação, há a necessidade da instância máxima, ou seja, a apreciação pelo Conselho Superior – CONSUP. Neste caso, a competência do CEPE é analisar os projetos pedagógicos dos cursos do IFSC e submetê-los ao Conselho Superior (IFSC, 2013).

Após aprovação nas instâncias e publicação de resolução de autorização de oferta, o curso segue os trâmites institucionais de oferta de ingresso e divulgação.

2.3 A DIVULGAÇÃO DOS CURSOS DO IFSC

A divulgação dos cursos ofertados pelo IFSC é bastante variável de acordo com o campus e com o tipo de curso ofertado. Essa diferença acontece principalmente pelas características locais de cada cidade e pela estrutura de recursos humanos disponível em cada câmpus. Câmpus maiores, como Florianópolis, têm uma estrutura no organograma somente para cuidar do ingresso. Já em locais como Urupema, praticamente todos os servidores se envolvem nesse processo.

Da mesma forma, as estratégias variam de cidade para cidade. Nas menores, utiliza-se muito o carro de som e o rádio, e as ações de panfletagem em eventos específicos. Já nas cidades maiores, são mais utilizadas mídias como outdoor e ações em escolas.

Mais recentemente, as estratégias para se chegar aos diversos públicos passam pela contratação de espaços em redes sociais e ferramentas de busca, como o *google*. Pode-se, dessa forma, segmentar os públicos tornando a comunicação cada vez mais estratégica. Os espaços eletrônicos, todavia, funcionam como uma vitrine, em que o usuário é levado para um link externo, geralmente para o site de quem fez a sua contratação.

Tais estratégias, no entanto, precisam ser reforçadas por um site acessível, atrativo e de fácil usabilidade, propagando uma imagem positiva da instituição e com informações completas sobre os cursos, já que o site é o local final de comunicação antes da inscrição. Ele pode fazer com que os possíveis candidatos se interessem pelo IFSC e queiram estudar lá, ou que desistam por desinteresse ou mesmo por não encontrarem as informações desejadas.

Assim, o site precisa reforçar a identidade da instituição e facilitar o contato dos possíveis candidatos. A construção das estratégias de comunicação que irão fortalecer/consolidar a imagem de uma instituição faz parte do marketing institucional. Esse

tipo de marketing não está relacionado diretamente ao produto e/ou serviço da instituição, mas ao reforço de valores e conceitos (VAZ, 2003). Segundo o autor, o marketing institucional busca “vender” a empresa como um todo, por meio de seus atributos e da construção da sua imagem.

O marketing institucional trabalha, então, com os conceitos de identidade e imagem da organização. A identidade está relacionada ao que a organização efetivamente é, faz e diz: sua organização, seu histórico, seu patrimônio, as atividades que desenvolve, os serviços e produtos que oferece; enquanto a imagem está relacionada ao que se passa no imaginário de seus públicos, como eles percebem o comportamento da organização. É a maneira como o público entende o que a instituição está transmitindo (TORQUATO, 1985; GRAY, BALMER, 1998; KUNSCH, 2003). O objetivo do marketing institucional, nesse contexto, é alinhar a identidade à imagem da organização, fazendo que o que público perceba e entenda da organização, seja aquilo que ela realmente é.

A identidade é a forma como a organização se mostra ao mundo por meio dos múltiplos canais de comunicação dirigidos disponíveis para se relacionar com seus públicos internos e externos e um dos canais que pode ser utilizado para esta comunicação é o website institucional. Esrock e Leichty (2000) defendem que o site corporativo é, tal qual seu logotipo, uma identificação icônica da organização, que apresenta sua identidade. Os autores defendem ainda que o website deve ser visto como um ato intencional de comunicação para apresentar as múltiplas faces da organização aos seus mais variados públicos.

Gray e Balmer (1998) complementam essa visão ao afirmar que a identidade da organização se traduz em uma imagem na mente de seus consumidores por meio de uma série de mecanismos e canais de comunicação, entre os quais pode ser incluído o website institucional.

A respeito da importância do website, Connolly-Ahern e Broadway (2007) afirmam que as estratégias para construção de imagem institucional não podem estar dissociadas de um website, já que este possibilita a comunicação com os mais variados públicos. Além disso, o website é uma ferramenta de comunicação de baixo custo e alto impacto.

Brunner e Boyer (2008) apontam ainda que a internet se tornou um padrão na vida das pessoas, e que os websites têm se tornado ferramentas-chave de marketing e relações públicas para as instituições de ensino alcançarem esse público. Os autores apontam que para a disputa pelos melhores alunos, professores e até mesmo recursos para as universidades, a projeção da imagem por meio do website é ferramenta fundamental.

Assim, a criação de uma ferramenta que atendesse às necessidades dos possíveis alunos e facilitasse o acesso destes ao IFSC era fundamental. Essa ferramenta deveria fornecer informações completas sobre os cursos ofertados (local de oferta, vagas, turno, atuação do profissional) e deveria ser online para que pudesse estar vinculada ao processo de inscrição, que também é online.

2.3.1 A ferramenta guia de cursos do IFSC

Com a expansão do IFSC e a consolidação de novos câmpus, as estratégias para se comunicar e divulgar os cursos da instituição encontravam-se ultrapassadas, inefetivas e pouco satisfatórias para a comunidade interna e externa. As pessoas usavam o telefone para ligar e tentar entender os diferentes níveis de formação e inúmeros cursos distribuídos por 22 câmpus. Centenas de novos cursos eram criados sem que a Diretoria de Comunicação

(Dircom) os conhecesse. Os câmpus criavam os cursos, o CEPE aprovava a oferta, e o Departamento de Ingresso (DEING) publicava o edital de seleção.

O IFSC contava com muitos canais diferentes de relacionamento com seus públicos em que, na sua maioria, divulgava informações sobre os cursos da instituição de forma duplicada ou triplicada, e com fontes de dados múltiplos.

Cada câmpus da instituição fazia à sua maneira a divulgação dos seus cursos. Os sites dos câmpus não tinham padronização entre si, nem sob a ótica visual, nem sob a ótica da fonte de informação. Além disso, havia o Portal do Ingresso, administrado totalmente pelo Departamento de Ingresso da instituição, fazendo com que a Diretoria de Comunicação atuasse de forma paralela à divulgação daquele departamento.

3. METODOLOGIA

A metodologia para esse trabalho tem caráter exploratório-descritivo, de natureza qualitativa, constituída de estudo de caso por meio de observação participante e análise documental. Embora não possibilite a generalização da pesquisa, o estudo qualitativo traz informações detalhadas sobre um processo específico.

Para Yin (2001), o estudo de caso utiliza-se de muitas técnicas das pesquisas históricas, mas acrescenta como uma de suas fontes de evidência, a observação direta. Sobre a observação participante, está é uma técnica que permite entender melhor o contexto e o acontecimento, gerando conhecimento por meio da interação entre o pesquisador e o meio estudado, o que proporciona uma visão detalhada do que está acontecendo (QUEIROZ et al., 2007). Como complemento, a análise documental permite avaliar documentos do processo, como fonte paralela de conhecimento, permitindo contextualizar as informações. (MOREIRA, 2005).

4. RESULTADOS

Assim, como procedimentos técnicos adotados para obtenção dos resultados, o trabalho iniciou com a unificação das fontes de divulgação. Dessa forma, em 2013 foi criado um grupo de trabalho no IFSC em que participaram servidores da Diretoria de Comunicação, do Departamento de Ingresso e da Diretoria de Tecnologia da Informação e Comunicação (DTIC).

Esse grupo se reuniu por cerca de três meses discutindo diferentes modelos de divulgação dos cursos, incluindo consultas e análises a portais de outras instituições. O grupo desenvolveu algumas práticas para compreender e elaborar a arquitetura da informação e, a partir dela, algumas definições foram criadas, como por exemplo: a) eliminar o portal do ingresso, por ser entendido como um espaço que, pela alta densidade de informações, mais confunde do que ajuda as pessoas a entenderem os cursos do IFSC; b) criar um sistema de busca em que o usuário encontre a informação por diferentes caminhos; c) construir páginas únicas de cada curso da instituição, propiciando a divulgação dos diferentes locais de oferta e suas especificidades; d) incluir os servidores dos câmpus como fontes de conteúdo, a fim de facilitar e otimizar a inserção de informações.

Com o apoio da Dircom e da DTIC, em 2014 iniciou-se o projeto do Guia de Cursos. Considerando os objetivos descritos acima, paralelamente trabalhou-se em busca de uma solução para a página inicial (homepage), onde aconteceriam as buscas, incluindo informações do câmpus em que o curso é ofertado, do nível de formação e do nome do curso, e da página única para cada curso.

A Coordenadoria de Programação Visual, setor da Diretoria de Comunicação, construiria a arquitetura da informação, o wireframe¹ das interfaces, e o projeto gráfico de ambos. A DTIC desenvolveria todo o sistema com base nas especificações da Dircom.

Duas formas de se buscar e filtrar a informação seriam projetadas no sistema Guia de Cursos, pelo tipo de curso ou pelo câmpus de interesse. A motivação para esse desenvolvimento veio da necessidade de se melhorar a usabilidade do sistema, possibilitando que o usuário escolhesse a melhor forma de interagir com a interface.

Usabilidade é o termo que define a eficácia, eficiência e satisfação que o usuário tem em utilizar uma interface. Eficácia está relacionada à tarefa que deve ser executada. Eficiência está ligada ao gasto de recursos para se atingir a eficácia. Satisfação está na ação subjetiva de esforço mental e atitudinal diante de um produto.

Jacob Nielsen, conhecido no meio acadêmico como o "pai da usabilidade", definiu leis de usabilidade, livremente traduzidas por Frederick van Amstel em 2003, a saber:

- 1) feedback: o sistema deve informar continuamente ao usuário sobre o que ele está fazendo. 10 segundos é o limite para manter a atenção do usuário focalizada no diálogo.
- 2) falar a linguagem do usuário: a terminologia deve ser baseada na linguagem do usuário e não orientada ao sistema. As informações devem ser organizadas conforme o modelo mental do usuário.
- 3) saídas claramente demarcadas: o usuário controla o sistema, ele pode, a qualquer momento, abortar uma tarefa, ou desfazer uma operação e retornar ao estado anterior.
- 4) consistência: um mesmo comando ou ação deve ter sempre o mesmo efeito. A mesma operação deve ser apresentada na mesma localização e deve ser formatada/apresentada da mesma maneira para facilitar o reconhecimento.
- 5) prevenir erros: evitar situações de erro. Conhecer as situações que mais provocam erros e modificar a interface para que estes erros não ocorram.

¹ Rute (2014) descreve wireframes como sendo uma representação de baixa fidelidade de um design e deve mostrar claramente: os principais grupos de conteúdo (o quê?); a estrutura da informação (onde?); uma descrição e visualização básica da interface e interação do usuário (como?). Wireframes não são apenas caixas meio sem sentido desenhadas em p&b, embora pareçam exatamente isso. Considere-os como o esqueleto do seu design e lembre-se que os wireframes devem conter a representação de todas as partes importantes do produto final. 'Representação' é um termo crucial aqui, que te ajuda a encontrar a fidelidade certa – e equilíbrio de velocidade de desenvolvimento. Você não pode mergulhar em muitos detalhes, mas, por outro lado, você precisa criar uma representação sólida do produto final que não sentirá falta de nenhuma parte importante. Você está definindo um caminho para todo o projeto e para as pessoas com quem você trabalha (desenvolvedores, designers gráficos, redatores, gestores de projetos – todos eles precisam de wireframes bem-feitos). Na verdade você está criando o mapa de uma cidade. Cada rua é representada no mapa, porém de uma forma bastante simplificada. Você consegue sentir a arquitetura da cidade ao olhar um mapa, mas não pode ver sua beleza.

- 6) minimizar a sobrecarga de memória do usuário: o sistema deve mostrar os elementos de diálogo e permitir que o usuário faça suas escolhas, sem a necessidade de lembrar um comando específico.
- 7) atalhos: para usuários experientes executarem as operações mais rapidamente. Abreviações, teclas de função, duplo clique no mouse, função de volta em sistemas hipertexto. Atalhos também servem para recuperar informações que estão numa profundidade na árvore navegacional a partir da interface principal.
- 8) diálogos simples e naturais: deve-se apresentar exatamente a informação que o usuário precisa no momento, nem mais nem menos. A sequência da interação e o acesso aos objetos e operações devem ser compatíveis com o modo pelo qual o usuário realiza suas tarefas.
- 9) boas mensagens de erro: linguagem clara e sem códigos. Devem ajudar o usuário a entender e resolver o problema. Não devem culpar ou intimidar o usuário.
- 10) ajuda e documentação: o ideal é que um software seja tão fácil de usar (intuitivo) que não necessite de ajuda ou documentação. Se for necessária a ajuda, deve estar facilmente acessível on-line.

Quanto à conceituação visual do projeto, duas correntes foram estudadas: a flat design, ou design plano, e o skeuomorfismo. Flat design representa a principal tendência em técnicas de design de interfaces Web e ganhou força há cerca de 3 ou 4 anos com as grandes empresas de tecnologia Google, Apple e Microsoft. O flat design é uma oposição ao skeuomorfismo. Skeuomorfismo é o estilo gráfico de se representar interfaces utilizando metáforas de objetos reais, como, por exemplo, uma estante de livros para exibir títulos de leitura ou uma lixeira semelhante ao objeto real. Esse estilo era utilizado no início da Web e buscava aplicar uma metáfora da realidade no mundo virtual. Os estudiosos, entretanto, verificam que o skeuomorfismo vem caindo em desuso pelo fato de os usuários já não se comportarem mais como iniciantes e já possuem uma curva superior de aprendizado na utilização de interfaces gráficas. Outro ponto ressaltado por Horvath (2013) no blog Uxdesign, é que muitos usuários mais jovens não entendiam representações antiquadas como disquetes, por exemplo, utilizadas como ícone de "salvar".



Figura 1: Exemplo de skeuomorfismo. Lupa, chapéu de detetive, selo postal, boia, lixeira.

Fonte: Interface do MACOS X Public Beta. Apple (2000).



Figura 2: Exemplo de Flat Design.

Fonte: Interface do iOS 7. Apple (2014).

Alguns estudos foram necessários, como por exemplo, a utilização da técnica projetual de cardsorting. Ela foi aplicada à equipe do IFSC que compôs o grupo de trabalho:

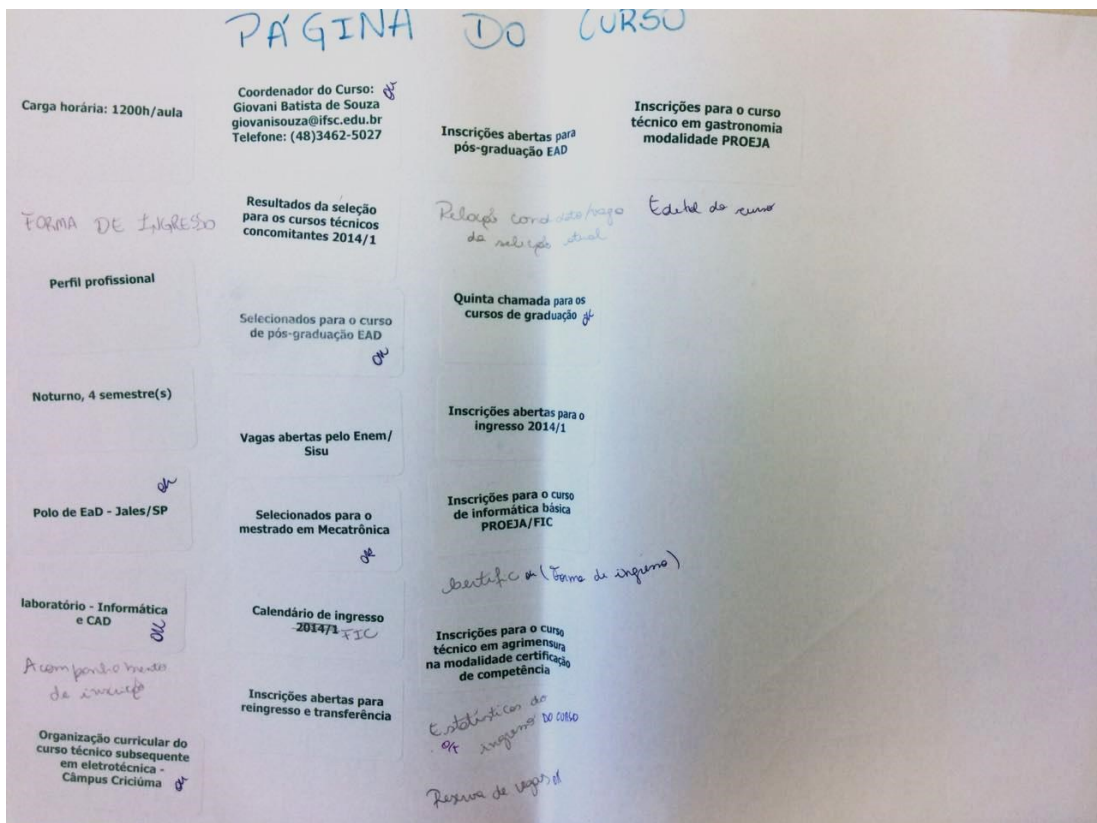


Figura 3: Resultado do cardsorting aplicado ao grupo de trabalho composto por servidores do IFSC.

A técnica do cardsorting consiste em distribuir cartões com informações sobre o sistema ou portal, e solicitar aos participantes que ordenem tais informações por ordem de relevância para o grupo ou para o próprio participante.

Na sequência, foi elaborado um mapa de arquitetura da informação, e um wireframe inicial para a página de cada curso.

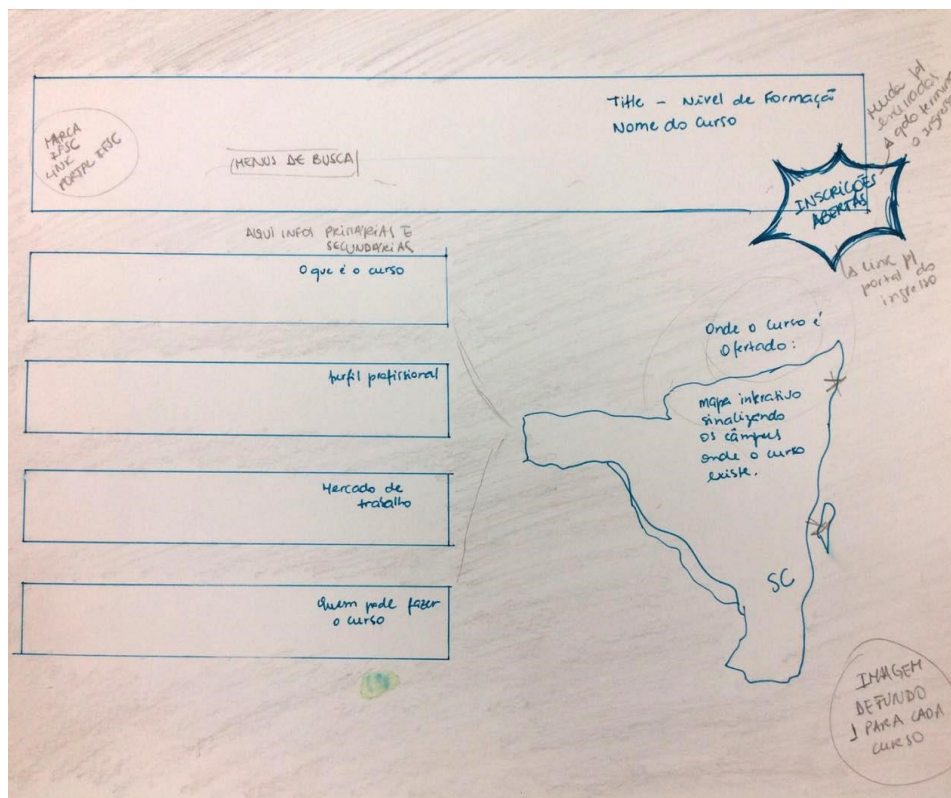


Figura 4: Primeiro Wireframe da página modelo de curso.

Para o Guia de Cursos, dois modelos de interfaces foram projetadas: a página inicial, em que é possível fazer a busca de cursos e o modelo de página de curso, que apresenta, separadamente, cada curso do IFSC. A interface gráfica foi criada em consonância com a linguagem visual de outros materiais e interfaces gráficas da instituição, bem como fontes e cores institucionais, pertencentes à identidade visual do IFSC.

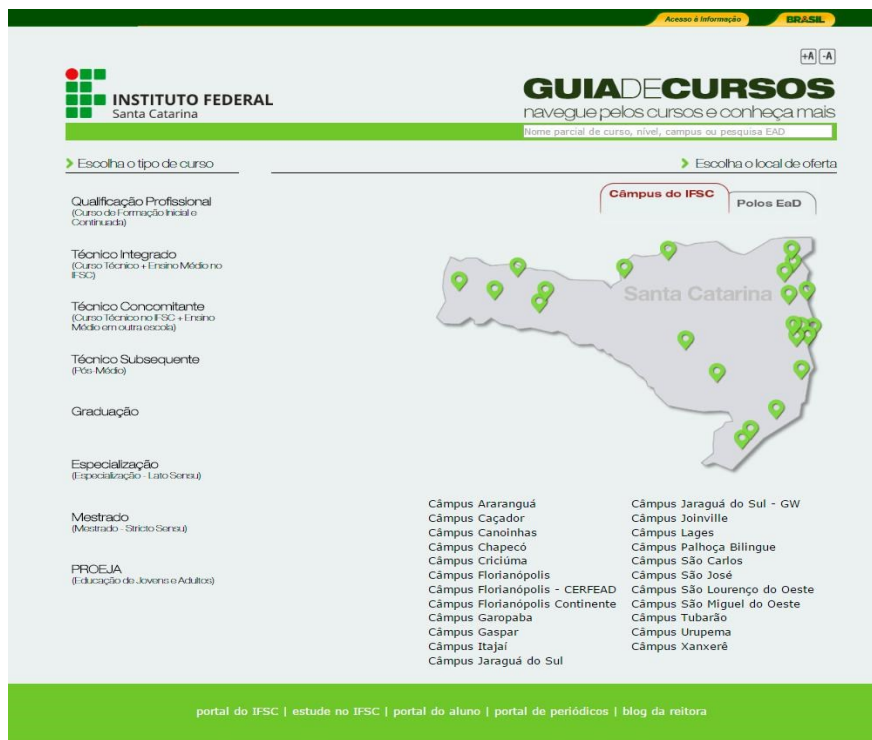


Figura 5: Página Inicial do Guia de Cursos do IFSC. Interface de busca.

Na interface, o usuário se depara com duas formas de acesso. A primeira, localizada à esquerda da tela, solicita que o usuário inicie sua busca de curso pelo nível de formação.

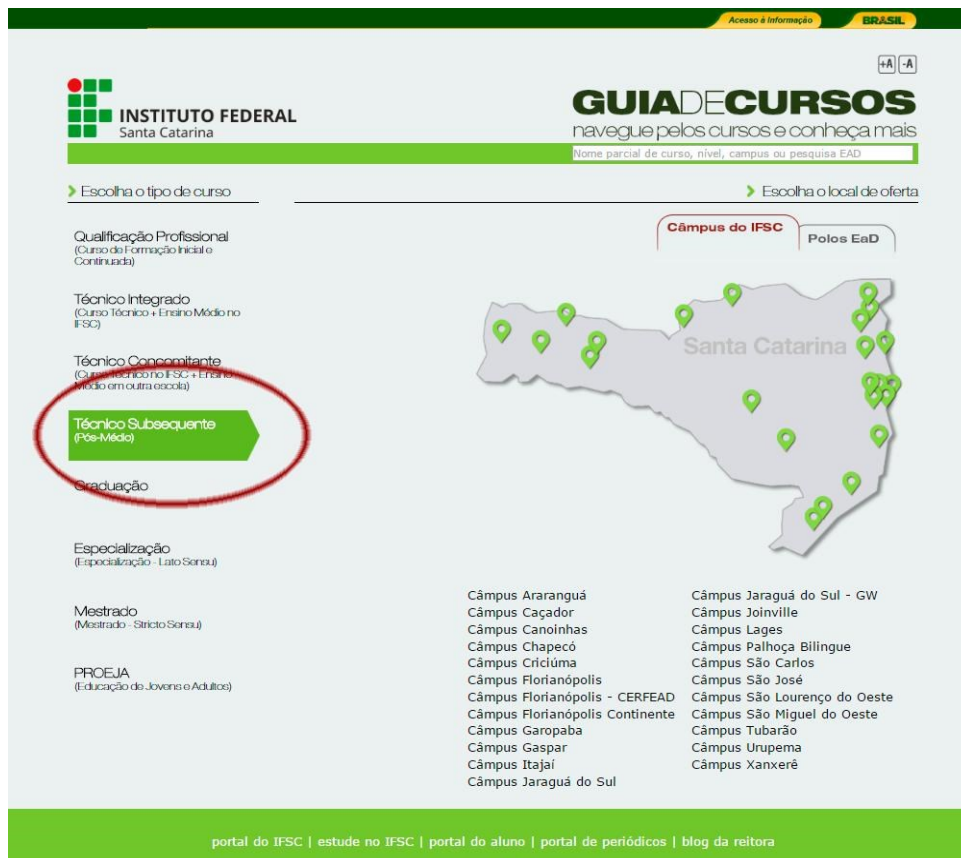


Figura 6: Página Inicial do Guia de Cursos do IFSC. Escolha por nível de formação.

Ao fazer a escolha do nível de formação, o sistema responde com uma lista de cursos separada por câmpus.

A segunda forma de busca é localizada na área central da interface, em que aparece um mapa interativo com legenda. Ao sinal de mouse over (passando o mouse em cima da tela), as localidades mudam de cor e são destacadas na legenda. Ali, é possível clicar e selecionar um câmpus no qual se deseja estudar. Há a possibilidade de clicar na aba "polos EaD", onde são apresentadas as localidades nas quais há polo presencial de cursos na modalidade de Educação a Distância. Ao escolher uma localidade, é apresentada a lista de cursos dividida por níveis de formação.

The screenshot shows the 'GUIA DE CURSOS' interface for IFSC Santa Catarina. It features a navigation menu on the left with categories like 'Qualificação Profissional', 'Técnico Integrado', 'Técnico Concomitante', 'Técnico Subsequente', 'Graduação', 'Especialização', 'Mestrado', and 'PROEJA'. On the right, there is a map of Santa Catarina with green location pins. Below the map is a list of 17 campuses, with 'Câmpus Florianópolis' highlighted in red. At the top right, there is a search bar and a 'BRASIL' button. The bottom of the page contains a footer with links to various portals.

| Câmpus do IFSC | Polos EaD |
|---------------------------------|------------------------------|
| Câmpus Araranguá | Câmpus Jaraguá do Sul - GW |
| Câmpus Caçador | Câmpus Joinville |
| Câmpus Canoinhas | Câmpus Lages |
| Câmpus Chapecó | Câmpus Palhoça Billingue |
| Câmpus Criciúma | Câmpus São Carlos |
| Câmpus Florianópolis | Câmpus São José |
| Câmpus Florianópolis - CERFEAD | Câmpus São Lourenço do Oeste |
| Câmpus Florianópolis Continente | Câmpus São Miguel do Oeste |
| Câmpus Garopaba | Câmpus Tubarão |
| Câmpus Gaspar | Câmpus Urupema |
| Câmpus Itajaí | Câmpus Xanxerê |
| Câmpus Jaraguá do Sul | |

Figura 7: Página Inicial do Guia de Cursos do IFSC. Escolha por campus.

A terceira forma de se encontrar a informação é por meio da ferramenta de busca, localizada no topo da tela, que faz a busca automatizada a partir de uma palavra chave.

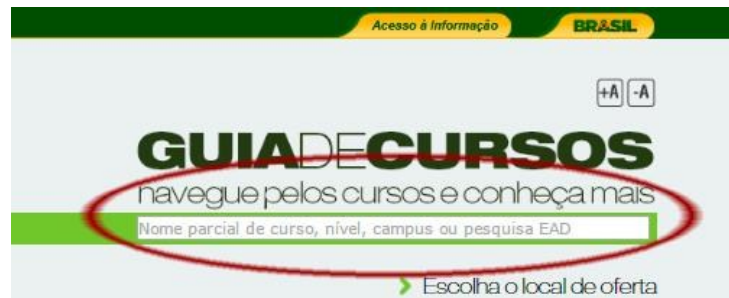


Figura 8: Página Inicial do Guia de Cursos do IFSC. Campo de busca.

A página modelo para cada curso do IFSC foi projetada de forma a otimizar tempo e retrabalho, pautando duas formas de inserção de conteúdo: uma coluna da esquerda, em que a Coordenação de Jornalismo faria os textos principais sobre o curso - aqueles que não variam conforme o câmpus de oferta, e a coluna da direita, dados preenchidos exclusivamente pelo coordenador de cada curso.

Conheça o curso

O técnico em Têxtil atua no planejamento, controle e operação dos processos nas áreas de fiação, tecelagem e beneficiamento têxtil. Também atua na padronagem, malharia, acabamento e tintura do tecido de malha, estampa e de confecção em geral. O profissional formado nessa área também realiza testes e controle de qualidade para assegurar as características dos produtos e conhece as formas de instalação, montagem, operação e manutenção dos equipamentos do setor, como teares e máquinas de costura.

[Mercado de Trabalho](#)
[Pré-Requisitos](#)

CÂMPUS ARARANGUÁ INSCRIÇÕES ENCERRADAS

Vagas: 40 por semestre **Carga Horária:** 1200 h/aula
Duração: 4 semestres **Turno:** Noturno

- [Matriz Curricular](#)
- [Infraestrutura](#)
- [Projetos de Pesquisa e Extensão](#)
- [Certificação](#)
- [Contato/Local](#)
- [Como estudar no IFSC](#)

Informação atualizada em: 27/10/2016

portal do IFSC | estude no IFSC | portal do aluno | portal de periódicos | blog da reitora

[/ifsantacatarina](#) [@ifsc](#) [ifsc tv](#)

Figura 9: Página do curso Técnico Concomitante em Têxtil. Modelo de página de curso.

O projeto está no ar desde 2014 no endereço <https://curso.ifsc.edu.br/> e substituiu o antigo Portal do Ingresso, tendo os procedimentos relativos à inscrição no processo seletivo migrados para o Portal do IFSC.

5. CONCLUSÃO

A construção do Guia de Cursos do IFSC se mostrou efetiva para atingir os objetivos que foram propostos. A partir dele, servidores da instituição, coordenadores de curso, jornalistas, programadores visuais e toda a equipe da Comunicação, além de servidores da Pró-Reitoria de Ensino, passaram a ter uma fonte única de informações dos cursos da instituição, para todos os fins, sejam de divulgação ou apenas de controle.

Além disso, o processo de atualização da ferramenta – com a participação dos coordenadores de cada curso – mostrou-se eficaz para garantir a atualidade e a precisão das informações, além de distribuir a carga de trabalho entre os servidores.

Para o usuário externo do IFSC, o Guia de Cursos tornou-se uma plataforma robusta, que mostra a abrangência da instituição pelo estado de Santa Catarina, a expansão das diferentes áreas tecnológicas em que o IFSC atua, e a diversidade de ofertas. Para outros Institutos Federais, o Guia de Cursos tornou-se referência, a medida que recebemos pedidos formais para a cessão do código fonte do sistema criado, um deles já implementado pelo Instituto Federal de Goiás (<http://cursos.ifg.edu.br/>).

Em processo de construção do novo Portal do IFSC, iniciado em 2015, o Guia de Cursos foi mantido, com adaptações no seu layout e estrutura para se adaptar ao novo padrão conceitual, mas com a mesma lógica de busca e atualização já existente. Tal manutenção baseou-se nos estudos realizados com os públicos da instituição e que ajudaram a construir a nova arquitetura de informação do Portal.

Após a implantação do novo Portal, em 2017, é interessante que novos estudos sejam realizados para avaliar a efetividade da divulgação dos cursos no novo modelo e as possíveis alterações necessárias para atender aos objetivos de comunicação do canal.

REFERÊNCIAS

AMSTEL, F. van. **As 10 heurísticas de Nielsen**. Disponível em http://www.usabilidoido.com.br/as_10_heuristicas_de_nielsen_.html. Acesso em 17 nov. 2016.

BRUNNER, B.R.; BOYER, L. Internet presence and historically black colleges and universities: Protecting their images on the World Wide Web?. *Public Relations Review*, v.34, p.80-82, 2008.

CONNOLLY-AHERN, C.; BROADWAY, C. The importance of appearing competent: An analysis of corporate impression management strategies on the World Wide Web. *Public Relations Review*. V.33, p.343-345, 2007.

ESROCK, S.L.; LEICHTY, G.B. Organization of Corporate Web Pages: Publics and Functions. **Public Relations Review**. v.26, n.33, p.327-344, primavera 2000.

GRAY, E.R.; BALMER, J.M.T. Managing Corporate Image and Corporate Reputation. **Long Range Planning**. V.31, n.5, p.695-702, 1998.

HORVATH, E. **Flat Design x Skeuomorfismo**: tendência ou necessidade? Disponível em: <<http://www.uxdesign.blog.br/design-visual/flat-design-skeuomorfismo/>>. Acesso em 17 nov. 2016.

IFSC. **Plano de Desenvolvimento Institucional 2015-2019**. Disponível em <<http://pdi.ifsc.edu.br>> . Acesso em 30 de julho de 2017.

_____. **Conselho de Ensino, Pesquisa e Extensão - CEPE**. Disponível em <http://cs.ifsc.edu.br/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=15&Itemid=83> Acesso em 30 de julho de 2017.

KUNSCH, M.M.K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 4ª ed. rev. São Paulo: Summus, 2003.

MEC. **Catálogo nacional dos cursos técnicos**. Disponível em <http://portal.mec.gov.br/index.php?option=com_docman&view=download&alias=41271-cnct-3-edicao-pdf&category_slug=maio-2016-pdf&Itemid=30192> . Acesso em 30 de julho de 2017.

MOREIRA, S. V. Análise documental como método e como técnica. In: DUARTE, Jorge; BARROS, Antonio (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2005. p. 269-279.

QUEIROZ, D. T. et al. Observação participante na pesquisa qualitativa: conceitos e aplicações na área da saúde. **Rev. Enferm. UERJ**, Rio de Janeiro, v. 15, n. 2, p. 276-283, 2007

RUTE, A. **Wireframe, protótipo e mockup** – Qual a diferença? Disponível em <<https://anarute.com/wireframe-prototipo-e-mockup-qual-a-diferenca/>>. Acesso em 17 nov 2016.

TORQUATO DO REGO, F. G. Estratégias de comunicação nas empresas modernas. In: **III Congresso Brasileiro de Comunicação Empresarial**. São Paulo: Aberje, 1985.

VAZ, G. N. **Marketing** institucional: o mercado das idéias e imagens. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.

VEIGA, I. P. A. (org.). **Projeto político-pedagógico da escola**: uma construção possível. Papirus: Campinas, 2004.

YIN, R. K. **Estudo de caso**: planejamento e métodos. 2ª ed. Porto Alegre: Bookman. 2001