

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO  
CURSO DE DESIGN

Thais Cristina Moratelli

**Desenvolvimento da interface gráfica digital para o portal  
Tecnologia e Inovação Santa Catarina**

Florianópolis  
2019

Thais Cristina Moratelli

## **Desenvolvimento da interface gráfica digital para o portal Tecnologia e Inovação Santa Catarina**

Trabalho Conclusão do Curso de Graduação em Design do Centro de Comunicação e Expressão da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito para a obtenção do título de Bacharel em Design.

Orientadora: Profa. Máira Woloszyn

Florianópolis

2019

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de  
Geração Automática da Biblioteca Universitária da UFSC

.Moratelli, Thais Cristina Desenvolvimento da interface gráfica digital para o portal Tecnologia e Inovação Santa Catarina / Thais Cristina Moratelli ; orientadora, Máira Woloszyn, 2019. 68 p.

Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) -Universidade Federal de Santa Catarina, Centro de Comunicação e Expressão, Graduação em Design, Florianópolis,2019.

Inclui referências.

1. Design. 2. Design digital. 3. Design de interface.4. Tecnologia. 5. Santa Catarina. I. Woloszyn, Máira . II.Universidade Federal de Santa Catarina. Graduação em Design. III. Título.

Thais Cristina Moratelli

**Desenvolvimento da interface gráfica digital para o portal  
Tecnologia e Inovação Santa Catarina**

Este Projeto de Conclusão de Curso foi julgado adequado para obtenção do  
Título de Bacharel em Design e aprovado em sua forma final pelo Curso de Design da  
Universidade Federal de Santa Catarina

Florianópolis, 20 de Novembro de 2019.

Prof.<sup>a</sup> Mary Vonni Meurer de Lima, Dra., Coordenadora do Curso

**Banca Examinadora:**

Prof.<sup>a</sup> Maíra Woloszyn, Universidade Federal de Santa Catarina

Prof.<sup>a</sup> Berenice Santos Gonçalves, Dr.<sup>a</sup>, Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Maurício Elias Dick, Dr., Universidade do Estado de Santa Catarina



Prof. Maíra Woloszyn  
Orientadora  
Universidade Federal de Santa Catarina

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a todos que de alguma maneira contribuíram com este projeto. À professora Maíra, agradeço por todo apoio, força e compreensão. Por sempre estar disponível, compartilhar seus conhecimentos e me acalmar nos momentos de desespero. Ao idealizador do website, Rodrigo Lóssio, por confiar seu projeto e acreditar nas minhas habilidades como designer.

Acima de tudo, agradeço aos amores da minha vida e à minha família. Diogo por compartilhar da loucura da vida. Vitor, por toda ajuda, todas as conversas, todos os ensinamentos, por dividir uma graduação e uma etapa de muito crescimento pessoal e profissional. Ígor, por ser a melhor pessoa que eu poderia ter ao meu lado. Sem vocês a trajetória até esse momento seria sem graça e muito difícil.

"Existe uma teoria que diz que, se um dia alguém descobrir exatamente para que serve o Universo e porque ele está aqui, ele desaparecerá instantaneamente e será substituído por algo ainda mais estranho e inexplicável. Existe uma segunda teoria que diz que isso já aconteceu."

Douglas Adams, O Guia do Mochileiro das Galáxias, 1980

## RESUMO

Este trabalho de conclusão de curso apresenta o desenvolvimento de uma interface web para o site Tecnologia e Inovação Santa Catarina. O projeto empregou a metodologia de Jesse J. Garret (2011), obedecendo as etapas propostas de Estratégia, Escopo, Estrutura, Esqueleto e Superfície. Nestas etapas foram realizadas pesquisas e utilizadas ferramentas e técnicas para o desenvolvimento de uma interface digital que atendesse às necessidades dos usuários, tais como questionário, personas, análise de similares e levantamento dos requisitos. Assim, foram criados subsídios para a definição da interface final do website que foi prototipada. Como resultado, o projeto apresenta uma interface digital e um guia de estilo para desenvolvimento de um website que tem como objetivo divulgar o contexto tecnológico e os componentes do ecossistema criado no estado de Santa Catarina, para fomentar o crescimento e possíveis investimentos no setor.

**Palavras-chave:** Design digital. Design de interface. Tecnologia.

## **ABSTRACT**

This course conclusion paper presents the development of a web interface for the Tecnologia e Inovação Santa Catarina website. The project used the methodology of Jesse J. Garret (2011), following the proposed steps of Strategy, Scope, Structure, Skeleton and Surface. At these stages, research tools and techniques were used to develop a digital interface that met the needs of users, such as a questionnaire, personas, similar analysis and requirements gathering. Therefore, subsidies were created for the definition of the final interface of the website that was prototyped. As a result, the project presents a digital interface and a style guide for the development of a website that aims to disseminate the technological context and components of the ecosystem created in the state of Santa Catarina, to foster growth and possible investments in the sector.

**Keywords:** Digital design. Interface design. Technology.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Imagem esquemática da metodologia de Garrett.	19
Figura 2 - Tempo de atuação na área de tecnologia	25
Figura 3 - Nível de interesse no portal	26
Figura 4 - Conteúdos do site	28
Figura 5 - Persona 1	29
Figura 6 - Persona 2	30
Figura 7 - Persona 3	32
Figura 8 - Página inicial do portal InvesteSC	32
Figura 9 - Painel visual do site InvesteSC	34
Figura 10 - Página inicial do site Invest Lisboa	35
Figura 11 - Disposição do texto no site Invest Lisboa	36
Figura 12 - Painel visual do site Invest Lisboa	37
Figura 13 - Página inicial StartSe	38
Figura 14 - Painel visual do site StartSe	39
Figura 15 - Fluxograma da arquitetura da informação	43
Figura 16 - Wireframe página inicial	46
Figura 17 - Wireframe da página de texto	47
Figura 18 - Wireframe da página do mapa das empresas	48
Figura 19 - Wireframe da página de banco das instituições	49
Figura 20 - Wireframe página da empresa	50
Figura 21 - Wireframe da página sobre a empresa	51
Figura 22 - Marca gráfica do TISC	52
Figura 23 - Painel de conceito	53
Figura 24 - Painel de referências visuais	54
Figura 25 - Estudos de alternativas visuais	55
Figura 26 - Grid	56
Figura 27 - Grid aplicado	56
Figura 28 - Paleta cromática	57
Figura 29 - Fonte DM Sans	58
Figura 30 - Estilos de tipografia	59
Figura 31 - Ícones	60
Figura 32 - Guia de botões	61
Figura 33 - Campo de texto	62
Figura 34 - Tela inicial	63
Figura 35 - Página de texto	64
Figura 36 - Página do banco de instituições	65
Figura 37 - Página da empresa	66
Figura 38 - Página do mapa	67
Figura 39 - Página Quem somos	68

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Funcionalidades e conteúdos site InvesteSC	31
Quadro 2 - Funcionalidades e conteúdos do site Invest Lisboa	33
Quadro 3 - Funcionalidades e conteúdos do site StartSe	36
Quadro 4 - Comparativo entre as funcionalidades dos similares analisados	38
Quadro 5 - Comparativo entre os conteúdos dos similares analisados	39
Quadro 6 - Requisitos funcionais e de conteúdo	40

## LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Interesses por perfil do público-alvo

28

## SUMÁRIO

<b>1. INTRODUÇÃO</b>	<b>15</b>
1.1. Objetivos	17
1.1.1 Objetivo geral	17
1.1.2 Objetivos específicos	17
1.2. Delimitação do projeto	17
<b>2. METODOLOGIA PROJETUAL</b>	<b>18</b>
2.1. Plano da estratégia	18
2.1.1 Briefing	18
2.1.2 Questionário	19
2.1.3 Personas	19
2.1.4 Análise de similares	19
2.2. Plano de Escopo	20
2.2.1 Requisitos de projeto	20
2.3. Plano da Estrutura	20
2.3.1 Arquitetura da Informação	20
2.4. Plano de Esqueleto	21
2.4.1 Wireframes	21
2.5. Plano de Superfície	21
2.5.1 Painel de conceito	21
2.5.2 Painel visual	21
<b>3. PLANO DA ESTRATÉGIA</b>	<b>22</b>
3.1. Briefing	22
3.2. Público-alvo	23
3.2.1 Questionário	23
3.3. Personas	27
3.4. Análise de similares	30
3.4.1 InvesteSC	31
3.4.2 Invest Lisboa	33
3.4.3 StartSe	36
3.5. Comparação entre os similares	39
<b>4. PLANO DO ESCOPO</b>	<b>41</b>
4.1 Requisitos de projeto	41
<b>5. PLANO DA ESTRUTURA</b>	<b>42</b>
5.1 Arquitetura da Informação	42
<b>6. PLANO DO ESQUELETO</b>	<b>44</b>
6.1 Wireframes	44
6.1.1 Página inicial	44
6.1.2 Página de textos	46
6.1.3 Página do mapa das empresas	47

6.1.4 Página do banco de instituições	47
6.1.6 Página sobre o portal	49
<b>7. PLANO DA SUPERFÍCIE</b>	<b>50</b>
7.1 Diretrizes para o design visual	51
7.2 Painel de conceito	51
7.3 Painel visual	52

## 1. INTRODUÇÃO

A tecnologia está presente em todos os ambientes do cotidiano, das situações mais simples até as mais emblemáticas. Neste cenário, a riqueza dos países passou a ser medida pelo acesso à tecnologia e sua capacidade de desenvolvimento na área. A informação e as práticas relacionadas a ela se tornaram o principal setor da economia. Estes fatores levam hoje à percepção da tecnologia como bem maior, a ser incorporado às práticas sociais (KOHN; MORAES, 2007).

Hoje, os computadores ocupam um espaço essencial na organização de uma sociedade. Com o desenvolvimento de novas tecnologias criou-se um mercado competitivo que depende de profissionais especializados no ramo da informática. A comunicação visual está extremamente conectada com os softwares e as plataformas utilizadas no meio digital. Por meio dela o receptor é capaz de absorver informações e captar mensagens de forma rápida e eficaz. É neste contexto que a interface gráfica tem uma importância fundamental para o sucesso de um sistema, pois desempenha o papel de unir e comunicar elementos essenciais como usabilidade, identidade visual, padrões de navegação e arquitetura da informação, que conferem uma boa experiência ao usuário.

Além disso, várias relações humanas estão se dando através das interfaces digitais. Como a tecnologia digital virou uma mediadora em várias atividades do ser humano, emerge a necessidade de apresentar diversos métodos e diferentes princípios de desenvolvimento de interface, com o objetivo de atender as expectativas do usuário, suas necessidades ergonômicas e cognitivas. Com o uso contínuo de interfaces, o usuário se torna menos tolerante a ferramentas complicadas e de difícil manuseio, exigindo dos profissionais de desenvolvimento o uso de metodologias que apresentem maior preocupação com a experiência dos usuários (KOHN; MORAES, 2007).

Uma interface gráfica deve, então, empregar elementos pertinentes aos usuários, no sentido de proporcionar dinamismo e facilidades para a navegação. Uma preocupação do design de interação é desenvolver produtos interativos que sejam fáceis de aprender, eficazes no uso e que condicionem uma experiência agradável ao usuário (PREECE, ROGERS, SHARP, 2015). Segundo Beird (2008), para que o usuário não apresente dificuldade tentando localizar a página que contém a informação desejada, é necessária também uma arquitetura da informação bem desenvolvida.

Desta forma o usuário perde menos tempo de navegação e encontra informações de forma clara e objetiva.

Este avanço da tecnologia e a entrada de computadores nos locais de trabalho têm gerado um aumento da demanda relativa à atuação de profissionais qualificados (MENEZES FILHO, 2003). Por conta disto, há um grande crescimento no mercado da tecnologia. Em Santa Catarina, haviam 12.365 empresas atuando no ramo em 2018, segundo um panorama do setor divulgado pela ACATE<sup>1</sup> (Associação Catarinense de Tecnologia).

O ecossistema catarinense de inovação foi planejado em uma ação que entrelaçou universidade, indústria, governo e a sociedade. Teve início com a instalação da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), em 1960. Com a promulgação da Lei da Informática, em 1984, e através do trabalho de professores da universidade, o setor começou a tomar forma no estado. Neste mesmo ano é criada a Fundação Certi, Centros de Referência em Tecnologias Inovadoras, direcionada à pesquisa tecnológica aplicada, para dar forma a produtos e processos inovadores. Dois anos depois, em 1986, é criada a ACATE, em um modelo de condomínio de empresas que permitia a troca de experiências e oportunidades, além de introduzir a ideia de ecossistema de inovação. Foi devido ao surgimento dessas iniciativas que novos empreendedores se encorajaram para criar suas próprias empresas e dar início, em 1995, ao Parque Tecnológico Alfa, o primeiro pólo criado no estado.

Este ecossistema tem ganhado cada vez mais destaque no setor de tecnologia. A capital Florianópolis tem sido reconhecida pelo potencial de desenvolvimento de novos negócios na área criativa e tecnológica.<sup>2</sup> Dados divulgados pela ACATE mostram que em 2018, a Grande Florianópolis contava com 3.974 empresas, o Vale do Itajaí com 3.316 e o Norte Catarinense com 2.536. Estima-se que o setor represente cerca de 5,6% da economia do Estado, com R\$ 15,53 bilhões de reais de faturamento estimado<sup>3</sup>. Além disso, Santa Catarina é o 4º estado em faturamento médio no país, ficando atrás apenas dos estados do Amazonas, Rio de Janeiro e Distrito Federal.

O setor de tecnologia é responsável por empregar 47.445 colaboradores. A demanda por mão de obra qualificada continua sendo o principal desafio das empresas de tecnologia. São duas mil vagas de emprego no setor, demonstrando a importância de se difundir o ecossistema criado no estado (ACATE, 2019; G1, 2019).

---

<sup>1</sup> Endereço observatório ACATE

<sup>2</sup> Segundo reportagem divulgada [pelo site G1](#).

<sup>3</sup> Considerando os dados do último PIB catarinense divulgado de 2015 (R\$ 249bi).

Neste cenário, o portal Tecnologia e Inovação Santa Catarina ([tisc.com.br](http://tisc.com.br)), surge com o objetivo de divulgar as iniciativas, empresas, ações, conquistas e sucessos do setor tecnológico do estado. Com isso espera-se atrair investidores e profissionais para fomentar o crescimento e desenvolvimento na região.

Desta forma, este projeto visa elaborar uma interface gráfica para um diretório dos ambientes de tecnologia de Santa Catarina. Assim, será possível, tanto para moradores do estado, quanto para pessoas de outros lugares do país, conhecerem o ecossistema e as vantagens de se trabalhar e investir em tecnologia no estado de Santa Catarina.

## **1.1. Objetivos**

### 1.1.1 Objetivo geral

Propor o desenvolvimento do design de informação e visual da interface gráfica digital para o portal Tecnologia e Inovação Santa Catarina ([tisc.com.br](http://tisc.com.br)).

### 1.1.2 Objetivos específicos

- Identificar requisitos funcionais e de conteúdo, a partir das necessidades dos usuários, do negócio e da análise de similares.
- Desenvolver os planos de hierarquia e wireframes;
- Configurar o design gráfico da interface.

## **1.2. Delimitação do projeto**

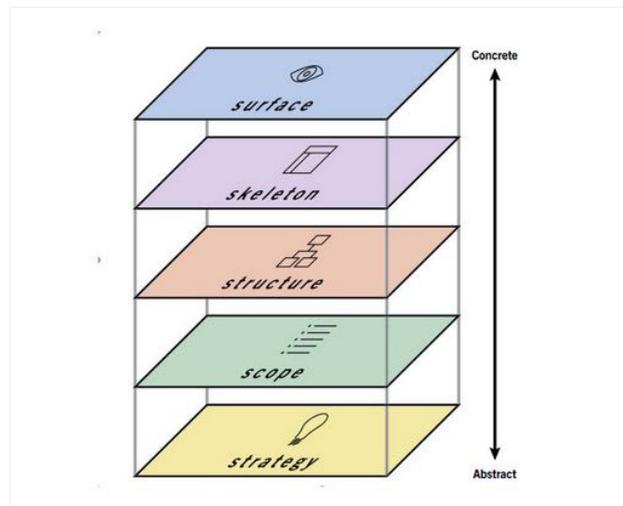
O projeto consiste em realizar o desenvolvimento da interface do website [TISC.com.br](http://TISC.com.br), conferindo uma experiência ao usuário que siga os preceitos da usabilidade. Entretanto, não houve tempo hábil para aplicação de testes com os usuários reais. Também não consta no escopo do projeto a implementação das ferramentas do website.

## 2. METODOLOGIA PROJETUAL

Para que um projeto seja bem sucedido é importante que seu desenvolvimento compreenda uma estruturação lógica constituída através de métodos. Considerando que este projeto propõe o desenvolvimento de uma interface digital centrada na experiência e interação do usuário, adotou-se a metodologia proposta por Garrett em seu livro "The Elements of User Experience: User centered design for the web" (2011).

O método de Garrett (2011) consiste em cinco planos consecutivos: estratégia, escopo, estrutura, esqueleto e superfície, como mostra a figura 1. Tais planos resultam no planejamento de produtos com foco nas possíveis dificuldades dos usuários durante a interação com a interface e na forma de solução encontrada por eles.

Figura 1 - Imagem esquemática da metodologia de Garrett.



Fonte: Garrett, 2011.

### 2.1. Plano da estratégia

Partindo do ponto mais abstrato de planejamento, o primeiro plano de estratégia busca compreender o problema a partir do levantamento de dados, necessidades dos usuários e a forma como os concorrentes ou similares se apresentam. Para isso foram utilizadas as técnicas e ferramentas descritas a seguir.

#### 2.1.1 Briefing

Segundo Pazmino (2015), o briefing é um documento que retrata as necessidades e restrições do projeto, com objetivo de entender as reais dificuldades e

chegar às melhores soluções, evitando o retrabalho. O briefing ajuda a documentar e orientar o início e a direção do projeto.

Esta ferramenta é bastante flexível e se ajusta às necessidades do projeto, podendo ser apresentada de inúmeras maneiras sem que siga um formato específico. É fundamental que o designer compreenda a importância de iniciar um projeto a partir de informações completas do seu cliente.

### 2.1.2 Questionário

Pode ser definido como uma técnica de investigação composta de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses e expectativas (GIL, 1999). A técnica é utilizada para entender o que os usuários esperam do produto e quais são suas necessidades.

### 2.1.3 Personas

Segundo Garrett (2011) a ferramenta de Personas se baseia na criação de um personagem fictício que representa as necessidades dos usuários. São descrições detalhadas do imaginário construídas através de dados de pesquisas com pessoas reais. Quando as personas são criadas, sua essência e suas necessidades são colocadas a frente no projeto, auxiliando para que o produto final tenha um melhor resultado e o desenvolvimento centrado no usuário.

Quando se trabalha apenas com uma descrição técnica do público-alvo obtém-se uma visão superficial e impessoal. Contudo, quando são criadas personas, a visão do público torna-se mais humana e há uma aproximação do designer e do usuário. Além disso, também ajuda a sintetizar a grande quantidade de informações coletadas nas técnicas anteriormente descritas.

### 2.1.4 Análise de similares

É uma ferramenta de análise que serve para comparar o produto em desenvolvimento com produtos que já estão no mercado. Desta forma é possível coletar dados sobre pontos positivos e negativos, com fim de gerar uma melhoria no seu produto final e identificar inovações. Para analisar os concorrentes deve-se estar atento às estratégias utilizadas por meio de funções, estilos, cores, conceitos, entre outros aspectos. É entendido como concorrente todo produto ou serviço que busca o mesmo mercado e atende às mesmas necessidades do consumidor. Similares são

produtos ou serviços que atendem às mesmas funções e pode satisfazer as mesmas necessidades do consumidor, mas não é concorrente direto (PAZMINO, 2015).

## **2.2. Plano de Escopo**

O Plano do Escopo é a tradução das necessidades do usuário e objetivos do produto, levantados na etapa anterior, em elementos de conteúdo e funcionalidades (GARRETT, 2011). Com base em toda a análise feita no Plano da Estratégia, fez-se o levantamento dos requisitos de projeto e dos conteúdos e funcionalidades, utilizando-se a técnica de requisitos de projeto, descrita a seguir.

### **2.2.1 Requisitos de projeto**

A ferramenta requisitos de projeto serve para orientar o processo, de forma que nada seja esquecido, além de identificar a ordem de prioridade dos elementos e sua origem. Segundo Pazmino (2015), os requisitos que têm maior relação com as necessidades dos usuários são demandas de alta prioridade, e por isso devem ser implementados no projeto. Por sua vez, os requisitos que não conversam tanto com as necessidades dos usuários podem ser apenas desejáveis, com menor prioridade, podendo ser implementados posteriormente.

## **2.3. Plano da Estrutura**

Após o levantamento dos requisitos é possível conhecer os elementos necessários para o desenvolvimento do produto. O Plano de Estrutura propõe a organização de tais elementos pensando no caminho percorrido pelo usuário ao utilizar o produto. A forma como as informações estão dispostas interfere diretamente no resultado final do projeto (GARRETT, 2011).

### **2.3.1 Arquitetura da Informação**

Na arquitetura da informação é pensado o caminho pelo qual o usuário irá navegar pelo site e como será sua interação com os elementos. Desse modo, o conteúdo é organizado dentro da interface, de forma que ele fique da melhor maneira para que a maior parte das pessoas possa entender.

## **2.4. Plano de Esqueleto**

Neste plano se faz o refinamento da estrutura desenvolvida no passo anterior. Identificam-se aspectos específicos da interface e da navegação a partir da localização dos elementos nas telas. Para materializar todas as informações obtidas até esta etapa do projeto, foi utilizada a técnica de *wireframes* (protótipos de baixa fidelidade), descrita abaixo.

### *2.4.1 Wireframes*

O wireframe é a representação básica dos componentes de uma página e como eles se encaixam, por isso é considerado um protótipo de baixa fidelidade. É o momento de união entre o design visual e a arquitetura de informação, assim a navegação pode ser avaliada antes do produto começar a ser desenvolvido e evita alterações futuras (GARRETT, 2011). São utilizados elementos visuais básicos, não havendo preocupação com a estética, apenas com a posição dos elementos na interface.

## **2.5. Plano de Superfície**

O Plano da Superfície reúne conteúdo, funcionalidade e estética para produzir o design final. Nessa etapa é determinado como agrupar e organizar os elementos de informação da página e como esse arranjo deve ser apresentado visualmente (GARRETT, 2011). Além de serem apresentadas as diretrizes para o design visual da interface, foram utilizadas as técnicas descritas abaixo.

### *2.5.1 Painel de conceito*

A partir dos requisitos estabelecidos para o projeto é possível desenvolver um painel semântico do conceito do produto. Segundo Baxter (2000), este painel representa seu significado e a emoção que deverá transmitir ao usuário.

### *2.5.2 Painel visual*

O painel visual permite que se explore outros produtos semelhantes ao resultado pretendido para o projeto. Essa técnica é uma ótima fonte de formas visuais,

cores e outros elementos gráficos que servem de inspiração para a geração de alternativas (PAZMINO, 2015).

### **3. PLANO DA ESTRATÉGIA**

#### **3.1. Briefing**

O processo de design tem como início um problema ou uma necessidade. Para auxiliar no levantamento de informações sobre o produto ou projeto é realizado um briefing. Para compreensão do problema e maior entendimento das expectativas do cliente foi realizado um briefing em forma de entrevista com o idealizador do website TISC.com.br. A síntese dos resultados é apresentada a seguir.

*Pergunta 1- Quais os valores centrais do projeto?*

- Impulsionar o crescimento de empresas de tecnologia por meio da conexão de empresas e pessoas.
- Gerar visibilidade e construir autoridade para o setor de tecnologia do estado de Santa Catarina.

*Pergunta 2 - Quais os objetivos do portal?*

- Ser um guia do que o setor de tecnologia possui, apresentando informações gerais do ecossistema, com seus principais números, projetos e programas.
- Apontar as cidades com maior densidade de tecnologia, destacando as vantagens e características que podem atrair quem tem interesse de morar e trabalhar no estado.
- Apresentar os ambientes, players, incubadoras e empresas que compõem o ecossistema.

*Pergunta 3 - Quais os diferenciais do projeto?*

- Ser uma plataforma que centraliza os pilares do ecossistema, para que o usuário possa encontrar informações sobre os diversos componentes do ecossistema em um só lugar.
- Reunir as informações disponíveis dos sites das entidades que formam o setor.

*Pergunta 4 - Qual o seu público-alvo?*

- Empresas, entidades, colaboradores, empreendedores, gestores de governo e estudantes.

- Não apenas quem mora no estado, mas também quem tem interesse de se mudar para ele.

*Pergunta 5 - Quais funcionalidades e conteúdos não podem faltar no site?*

- Principais números e quem faz parte do setor;
- Mapa com a localização e informações das empresas;
- Conteúdo com características e vantagens de se morar em Santa Catarina.

*Pergunta 6 - O projeto possui identidade visual?*

- Sim. O site possui uma marca gráfica, que já é utilizada em outro projeto e deve ser mantida.

### **3.2. Público-alvo**

Os atores do ecossistema de tecnologia são amplos e diversos. Atualmente, o setor de tecnologia de Santa Catarina conta com 16.609 empreendedores. A maior parte é composta por homens, com ensino superior completo (graduação, mestrado ou doutorado), e moradores da Grande Florianópolis<sup>4</sup>. Além disso, também fazem parte do setor os gestores de governo, colaboradores de empresas, as incubadoras e aceleradoras. Considerando as necessidades deste projeto a caracterização do público-alvo foi realizada a partir de um questionário online apresentado a seguir.

#### **3.2.1 Questionário**

Com a finalidade de coletar informações relacionadas ao público-alvo, foi aplicado um questionário digital pelo Formulários do Google, com perguntas sobre os interesses desse público. Foi disponibilizado nas redes sociais dos cursos de graduação da UFSC relacionados à tecnologia e enviado para empresas e startups deste setor. O questionário foi respondido por 38 pessoas, de ambos os sexos, em um período de 10 dias.

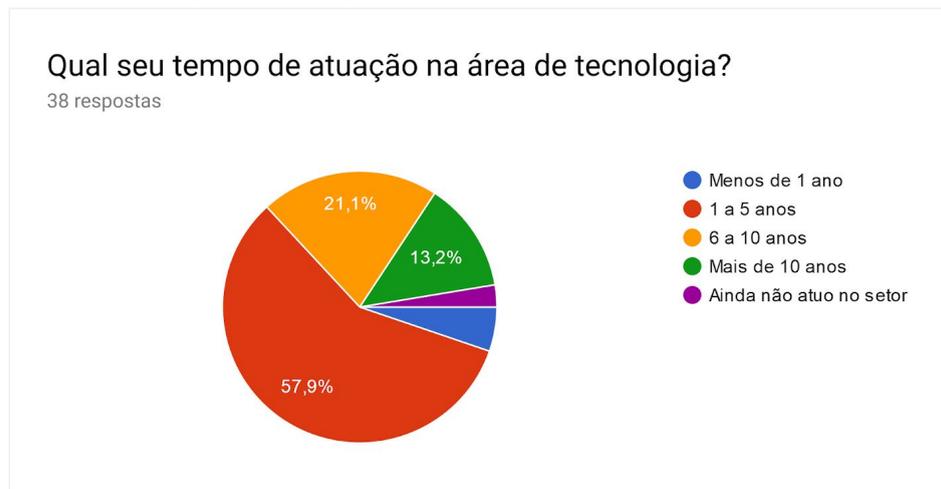
Os dados demográficos coletados ajudam a montar o perfil do público-alvo. De forma geral, a amostra contou com uma maioria de jovens adultos, sendo que 57,9% dos participantes (22 respondentes) tinham entre 26 e 35 anos e 28,9% (11 respondentes) tinham entre 18 e 25 anos. Quanto ao gênero, 73,7% (28 respondentes) se identificam com o gênero masculino, demonstrando que a participação feminina ainda é restrita nesse setor. Para a questão sobre a área profissional, 28,9% (11) dos

---

<sup>4</sup> Dados do Observatório ACATE 2018.

pesquisados se declararam estudantes, 68,4% (26) são profissionais da área de tecnologia e 10,5% (4) se consideram empreendedores. A maior parte dos pesquisados (57,9%, 22 respondentes) apontou já atuar no mercado de trabalho de 1 a 5 anos, e 21,1% (8 respondentes) atua entre 6 e 10 anos, como mostra a figura 2.

Figura 2 - Tempo de atuação na área de tecnologia



Fonte: Elaborado pela autora

Para o interesse do público por um portal sobre o ecossistema tecnológico de Santa Catarina, foi elaborada uma questão em escala de 1 a 5, sendo que o número 1 representa nenhum interesse pelo portal e o número 5 representa muito interesse pelo portal. 36,8% dos pesquisados (14 respostas) marcaram número 4 (tenho interesse pelo portal) e 21,1% (8 respostas) o número 5 (tenho muito interesse pelo portal). 23,7% dos pesquisados (9 respostas) se mostraram neutros perante a existência do portal, como mostra a figura 3.

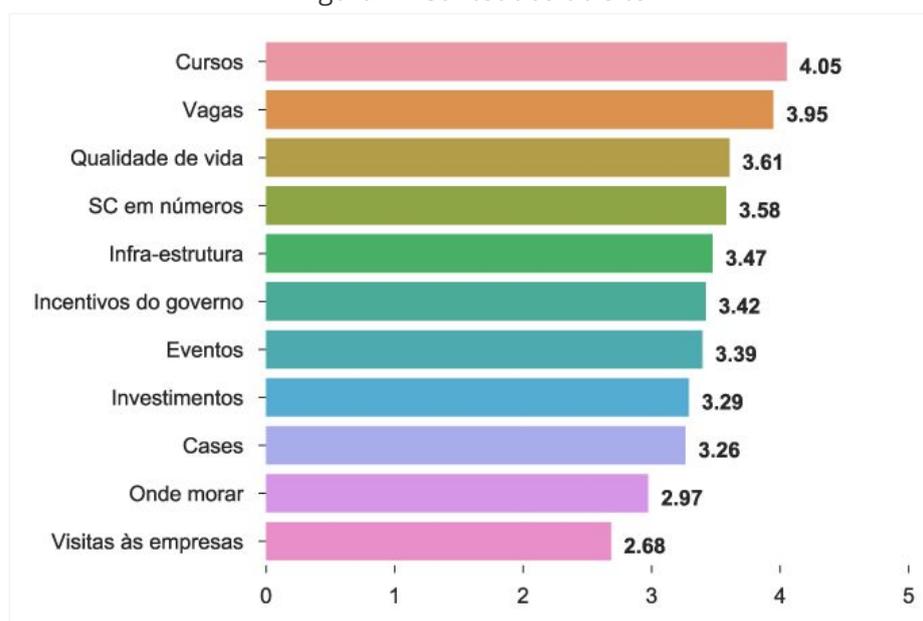
Figura 3 - Nível de interesse no portal



Fonte: Elaborado pela autora

Para conhecer um pouco melhor os interesses do público pelo conteúdo do portal, foi elaborada uma questão sobre possíveis assuntos e o nível de interesse em cada um, como mostra a figura 4. Os conteúdos escolhidos para a pergunta foram referenciados em sites similares ao portal. Os assuntos de maior interesse para o público foram cursos e especializações e vagas de emprego, seguidos por qualidade de vida e Santa Catarina em números.

Figura 4 - Conteúdos do site



Fonte: Elaborado pela autora

A partir das respostas obtidas foi possível identificar três perfis que fazem parte do público-alvo do portal: o perfil de estudantes, os profissionais da área de tecnologia e o perfil de empreendedores. Fazendo um cruzamento das respostas foi possível verificar qual público demonstrou maior interesse pelo portal. A partir da média das respostas de cada perfil observou-se que o perfil empreendedor tem maior interesse pelo portal, com média 4. O perfil de profissionais de tecnologia teve média 3,68 e o perfil de estudantes média 3,11. Nenhum dos perfis apresentou uma média baixa que invalidasse seu interesse pelo portal.

Também foi feito o cruzamento das informações para definir o perfil de cada um dos públicos e seus respectivos interesses. Para o perfil dos estudantes observou-se que a maioria possui idade entre 18 e 25 anos, se identifica com o gênero masculino e já está inserido no mercado de trabalho há mais de um ano. Demonstrou

certo interesse pelo portal, principalmente com relação aos temas vagas de emprego, cursos e especializações e qualidade de vida.

Os profissionais da área de tecnologia possuem, em sua maioria, entre 26 e 35 anos, estão inseridos no mercado de trabalho de 1 a 5 anos e demonstraram interesse pelo portal, principalmente pelos assuntos cursos e especializações, vagas de emprego e SC em números.

O perfil empreendedor é composto majoritariamente por profissionais que estão na área da tecnologia de 1 a 5 anos, possuem entre 26 e 35 anos e demonstraram bastante interesse pelo portal, principalmente pelos temas investimentos, qualidade de vida, SC em números e infraestrutura. A tabela 1 a seguir mostra o nível de interesse por assunto e pelo portal de cada perfil pesquisado.

Tabela 1 - Interesses por perfil do público-alvo

Perfil	Interesse no portal	SC em números	Investimentos	Vagas	Cursos	Incentivos do governo	Infra-estrutura	Eventos	Cases	Qualidade de vida	Onde morar	Visitas às empresas
Empreendedor	4.00	4.50	4.75	4.25	4.25	3.75	4.50	4.25	4.25	4.75	3.50	3.50
Profissional da área de tecnologia	3.68	3.56	3.16	3.80	4.00	3.36	3.28	3.12	3.12	3.32	2.72	2.40
Estudante	3.11	3.22	3.00	4.22	4.11	3.44	3.56	3.78	3.22	3.89	3.44	3.11

Fonte: Elaborado pela autora

Diante dos resultados apresentados pelo questionário digital, percebe-se que o público-alvo do portal é majoritariamente masculino e pode ser dividido entre empreendedores, estudantes e profissionais da área de tecnologia. Além disso, foi possível observar o maior interesse pelos temas vagas de emprego e cursos e especializações por grande parte dos pesquisados. Com as informações obtidas no questionário foram elaboradas personas para o projeto, que serão apresentadas na seção a seguir.

### 3.3. Personas

Segundo Allan Cooper (2015), personas são a representação de um usuário, potencialmente baseada em pesquisas e que incorpora os objetivos, necessidades e interesses dos usuários. Alguns modelos são mais focados nas informações demográficas do grupo de indivíduos (idade, classe social, gênero, localização geográfica, etc.) e também nas motivações que eles têm para utilizar determinado produto ou serviço. Como essas personas são focadas em entender a melhor forma de falar com esse consumidor, elas também procuram cobrir um pouco dos hábitos de consumo de mídia dessas pessoas durante o dia.

Com base nas informações obtidas através do briefing e do questionário apresentado foram desenvolvidas três personas que representam os perfis de usuários do portal e são apresentadas a seguir.

A primeira persona, como mostra a figura 5, representa o perfil empreendedor. Erik Miyamoto tem 32 anos, é formado em engenharia e se aprofundou a área de gestão de pessoas. Possui uma empresa que desenvolve sistemas para imobiliárias, junto com seu sócio e amigo de faculdade. É muito comprometido com seu trabalho e estuda bastante para se manter atualizado com as necessidades do mercado. Tem uma visão estratégica para os negócios, busca planejar as ações para não correr grandes riscos.

Seu objetivo ao acessar o portal é conhecer o que outras empresas do setor estão fazendo e se manter informado sobre o mercado para poder inovar. Além disso, também vê o site como uma oportunidade de tornar sua empresa conhecida e formar parcerias. Espera que o produto seja fácil de acessar, ergonômico, intuitivo e acima de tudo confiável.

Figura 5 - Persona 1

**PERSONA 1** | *Empreendedor*



**Erik Miyamoto**  
32 anos  
Engenheiro com MBAs na área de gestão

**O que faz:**  
Sócio de um amigo em uma empresa que desenvolve sistemas para imobiliárias

**Objetivo:**  
Se manter informado sobre o setor para poder inovar na sua empresa.

**Personalidade:**  
Sociável, Estratégico, Comprometido e Estudioso

Interesses:



SC em números



Infraestrutura



Investimentos

**Expectativas com o produto:**

Prático      Fácil de acessar  
Simples      Confiável      Intuitivo  
Moderno

Fonte: Elaborado pela autora

A segunda persona, apresentada na figura 6, representa o perfil de trabalhador no setor de tecnologia. Elza Nigatu tem 30 anos, é formada em ciências da computação na UFSC e trabalha em uma empresa de desenvolvimento de software há três anos. Ama o que faz e é muito responsável com seu trabalho. Gosta de se manter informada sobre as oportunidades para sua carreira e de pensar em maneiras para contribuir com a sociedade.

Seu objetivo ao acessar o portal é conhecer as empresas do setor pelo estado e as oportunidades na área, além de instituições de ensino onde possa procurar por cursos para aprimorar seus conhecimentos. Possui uma visão lógica e analítica, gostaria que o website fosse organizado, simples, intuitivo, com conteúdo rico e embasado em dados.

Figura 6 - Persona 2

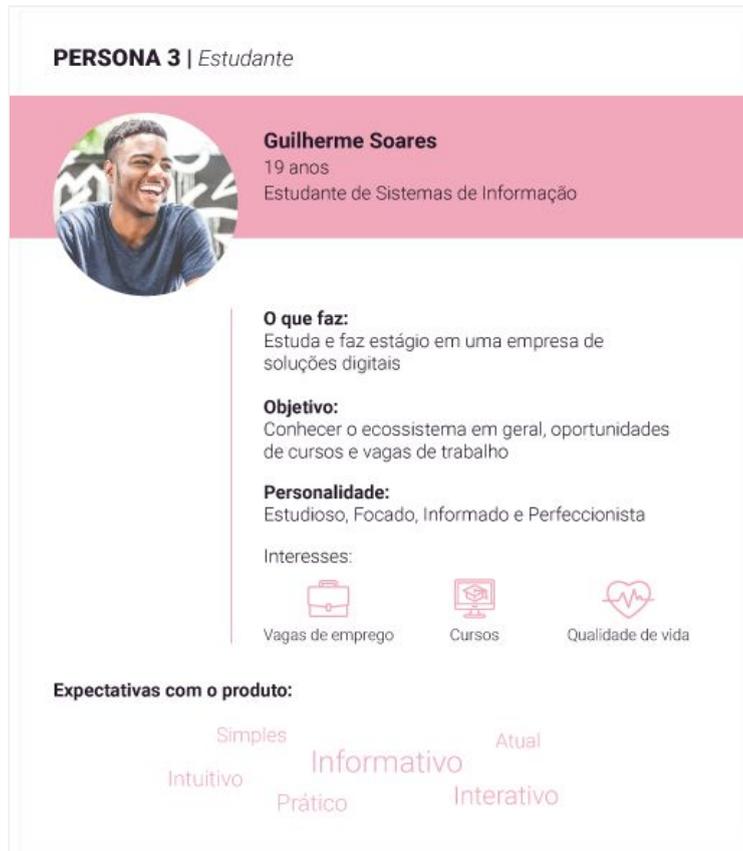


Fonte: Elaborado pela autora

A terceira persona representa o perfil de estudante, mostrada na figura 7, a seguir. Guilherme Soares tem 19 anos, é graduando em Sistemas de Informação na UFSC e faz estágio em uma empresa de soluções digitais. Por ser preocupado com seu futuro, está sempre buscando informações sobre o setor de tecnologia e as oportunidades que ele oferece. É muito focado em sua carreira e estudos e atua nas comunidades de grupos de tecnologia, onde promove encontros entre estudantes e profissionais da área para trocar conhecimentos e experiências.

Ao acessar o portal busca conhecer os componentes do ecossistema, as empresas que fazem parte e as oportunidades que existem em todo o estado. Busca um conteúdo completo, que seja informativo, prático e atual.

Figura 7 - Persona 3



Fonte: Elaborado pela autora

### 3.4. Análise de similares

Sendo o objetivo deste projeto desenvolver uma plataforma digital sobre o contexto tecnológico de Santa Catarina, foi necessário realizar uma análise de outros portais online com conteúdos ou funções semelhantes ao que se deseja alcançar como resultado final. Para esta análise foram selecionados sites mencionados no briefing e no questionário realizado com o público-alvo, sendo eles: InvesteSC, Invest Lisboa e StartSe.

Inicialmente foi realizado um levantamento das funcionalidades e dos conteúdos abordados pelos portais, com intuito de conhecer melhor o que as plataformas oferecem. Após a relação dos conteúdos, foi feita uma análise mais profunda dos elementos visuais das páginas e como são empregados.

### 3.4.1 InvesteSC

O primeiro similar analisado foi o InvesteSC<sup>5</sup>, como mostra a figura 8. O portal define-se como uma agência oficial dedicada à promoção do desenvolvimento socioeconômico em Santa Catarina, por meio de atração de investimentos e do incentivo aos novos negócios.

Figura 8 - Página inicial do portal InvesteSC



Fonte: [www.investesc.com](http://www.investesc.com)

O site é uma parceria entre o Governo do Estado e a Federação das Indústrias do Estado de Santa Catarina – FIESC, e concentra em um único canal de atendimento os principais órgãos que o investidor precisa contatar para investir no estado. A relação de conteúdos e funcionalidades é listada no quadro 1 a seguir.

---

<sup>5</sup> <http://www.investesc.com> - acessado em 02 de outubro de 2019

Quadro 1- Funcionalidades e conteúdos site InvesteSC

Funcionalidades	Conteúdos
Menu superior; Slider de imagens; Vídeo de apresentação do site; Cards dos setores; Botões com eventos que levam para a agenda do investidor; Mapa descritivo das regiões do estado; Botão para cadastro na newsletter; Formulário de contato;	Apresentação do site; Por que Santa Catarina; Dados gerais do estado; Políticas governamentais; Avaliação de empresários; Setores econômicos do estado; Número de empregos e estabelecimentos; Principais oportunidades de investimento; Projetos existentes no estado. Agenda com próximos eventos. Quem somos, texto com descrição do site. Como investir; Passo a passo;

Fonte: Elaborado pela autora

O conteúdo do site é disposto no centro da página. Possui menu superior que levam para outras páginas do site, além de cards clicáveis na tela inicial que levam para as páginas de cada setor específico. No restante do site as informações são dispostas em texto corrido, contando com os pesos da tipografia para dar ordem às informações.

Quanto a análise dos elementos visuais, o site possui a paleta de cores da bandeira do estado de Santa Catarina, sendo verde, vermelho, branco e cinza como cor auxiliar, como mostra a figura 9. Utiliza imagens na tela principal do site e nos cards referentes aos setores, com aplicação de filtro nas cores verde ou vermelho, arbitrariamente. Também emprega ícones simples, apenas em contorno, na página inicial tornando a leitura do site mais dinâmica.

A tipografia utilizada é sem serifa e condensada, o que pode atrapalhar na legibilidade, principalmente pelo fato de ser utilizado peso *light* para o corpo de texto. O texto fino e condensado tem baixo contraste na tela causando fadiga visual, principalmente em textos longos. Não há uma unidade no uso de cores nos títulos, nem no tamanho utilizado para a fonte.

Figura 9 - Painel visual do site InvesteSC



Fonte: Elaborado pela autora

O site em geral é bem organizado, possui navegação intuitiva e apresenta boa hierarquia das informações. Faz bom uso dos elementos de destaque e das imagens, além de utilizar a paleta de cores do governo do estado, passando credibilidade e confiança ao usuário. A estética empregada remete à área de inovação e tecnologia por utilizar poucos elementos. A aplicação de filtros nas fotos, a tipografia sem serifa e a simplicidade dos componentes conferem uma aparência moderna, sem excesso de informações na tela.

### 3.4.2 Invest Lisboa

O portal Invest Lisboa<sup>6</sup> é uma agência de promoção econômica e de captação de investimentos de Lisboa - Portugal. Fundada em 2009, resulta de uma parceria entre a Câmara Municipal de Lisboa e a Câmara de Comércio e Indústria Portuguesa, com o objetivo de promover e captar investimentos, empresas e talentos para Lisboa. A Invest Lisboa é um ponto único de contato para investidores, empresas e empreendedores, que oferece serviços personalizados e gratuitos, incluindo a

<sup>6</sup> <https://www.investlisboa.com/site/pt/> - Acessado em 03 de outubro de 2019

disponibilização de aconselhamento, pesquisa de instalações, parceiros de negócio e oportunidades de investimento. A figura 10 mostra a página inicial do site.

Figura 10 - Página inicial do site Invest Lisboa



Fonte: [www.investlisboa.com/site/pt](http://www.investlisboa.com/site/pt)

Abaixo está representado o quadro 2 de funcionalidades e conteúdos do site Invest Lisboa.

Quadro 2 - Funcionalidades e conteúdos do site Invest Lisboa

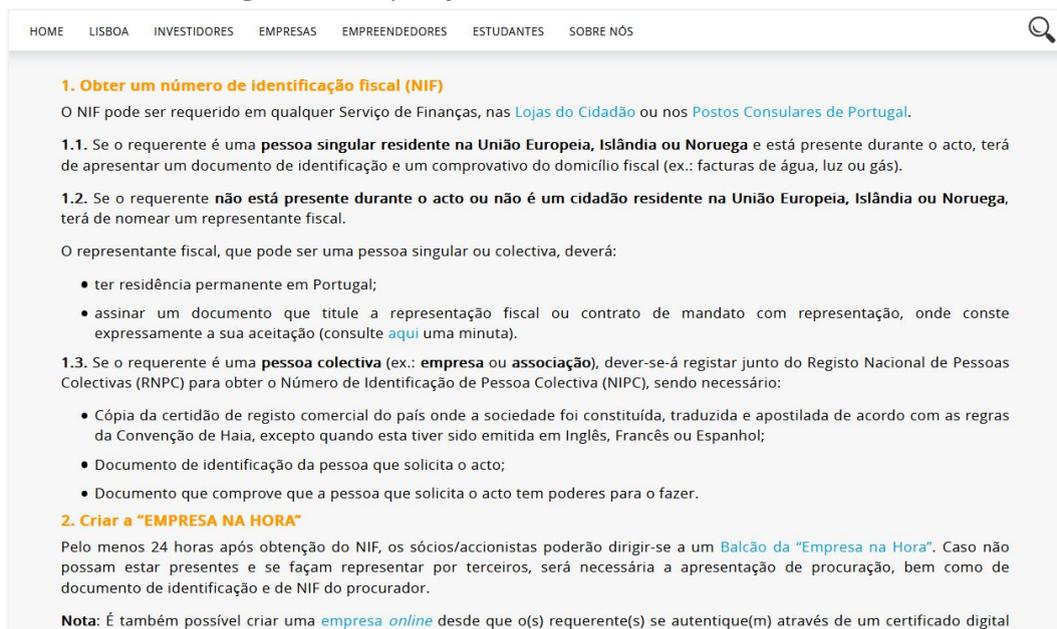
Funcionalidades	Conteúdos
Menu superior abas; Ferramenta de busca; Cards clicáveis; Links para redes sociais; Botão para a agenda de eventos; Ícones como botões; Carrossel com logo dos parceiros; Formulário de contato; Botão para ver mapa;	Notícias sobre investimentos e eventos; Agenda de eventos; Números sobre Lisboa; Tabelas com dados da cidade Missão, visão e valores Número de empresas e empregos Incentivos do governo Informação sobre vistos Link para guias de empresas e de investimentos Processo para criar uma empresa Informações sobre cursos e especializações

Fonte: <https://www.investlisboa.com/site/pt/>

O conteúdo do site é posicionado ao centro da tela e possui um menu superior para navegação. Não utiliza muitos elementos visuais, desse modo as informações estão dispostas em formato de texto corrido, o que torna o site monótono e com

muito volume de informação, como mostra a figura 11. Utiliza tipografia sem serifa com boa legibilidade porém, como não possui muitos elementos visuais, usa os pesos da fonte para conferir hierarquia e organizar os conteúdos.

Figura 11- Disposição do texto no site Invest Lisboa



Fonte: <https://www.investlisboa.com/site/pt/empresas>

O site utiliza imagens da cidade e de pontos turísticos sem aplicação de filtros. Não possui uma paleta de cores muito bem definida, mas utiliza majoritariamente amarelo, azul, cinza e preto. Na página inicial, emprega alguns ícones como botões para levar aos conteúdos de outras páginas do site. A figura 12 mostra alguns detalhes da estética do site.

Figura 12 - Painel visual do site Invest Lisboa



Fonte: Elaborado pela autora

No geral, o site não apresenta muitos componentes e a arquitetura da informação não é bem formulada, o que torna a navegação cansativa e confusa, fazendo com que o usuário tenha dificuldades para encontrar a informação que procura. Além disso, os poucos elementos que emprega não apresentam uma identidade visual, desse modo as páginas do site não possuem uma unidade entre si.

### 3.4.3 StartSe

A StartSe<sup>7</sup> é uma empresa que oferece serviços para informar, educar e conectar as pessoas. Utilizando-se do ecossistema de startups e de sua base no Vale Do Silício, o site busca motivar pessoas a empreenderem e se interessarem pelo tema. Possui cursos e eventos sobre mudanças na economia, além de conectar empreendedores, investidores, mentores e empresas, colocando todos os aspectos do ecossistema de startups no mesmo portal. A figura 13 a seguir mostra a página inicial da plataforma.

<sup>7</sup> <https://www.startse.com/> - Acessado em 03 de outubro de 2019

Figura 13 - Página inicial StartSe



Fonte: www.startse.com

A disposição das funcionalidades do site parte do posicionamento de um menu na lateral esquerda, o conteúdo principal fica centralizado e ainda apresenta uma caixa de conteúdo à direita. Também possui as funções de login e cadastro no canto superior direito da página. Em alguns momentos, a página também oferece rolagem lateral, justificando o posicionamento à esquerda dos elementos. De certa forma, a organização é confusa, os elementos não seguem um alinhamento claro e a interação acaba se tornando caótica. Abaixo é apresentado o quadro 3 de funcionalidades e conteúdos do site.

Quadro 3 - Funcionalidades e conteúdos do site StartSe

Funcionalidades	Conteúdo
Menu lateral; Ferramenta de busca; Vídeo; Cards de cursos; Rolagem lateral; Formulário para newsletter; Cards de eventos; Formulário de login; Modal de cadastro; Mapa do ecossistema; Formulário de contato; Link para redes sociais;	Notícias em geral; Agenda de eventos; Cursos online e presenciais; Banco de startups; Materiais gratuitos; Notícias mais lidas; Programas de seleção de startups; Sobre a StartSe; Glossário de startups; Manifesto e equipe; Ajuda e suporte; Endereço e contatos;

Fonte: Elaborado pela autora

A tipografia utilizada é sem serifa e possui boa legibilidade para títulos, porém não para o corpo de texto ou legendas. Não são empregados pesos diferentes no texto da página inicial, o que deixa o conteúdo sem hierarquia, além disso, o tamanho utilizado para a fonte é muito grande, deixando a página carregada de informações e confundindo o leitor.

Utiliza imagens para ilustrar as notícias e nos cards de cursos e eventos. Apresenta ícones na metade do menu lateral. A paleta de cores é formada por diferentes tons de azul, branco e preto como mostra a figura 14.

Figura 14 - Painel visual do site StartSe



Fonte: Elaborado pela autora

O sistema analisado possui muitos aspectos negativos, como a falta de hierarquia da informação e de áreas de respiro, deixando as páginas poluídas e pesadas. Além disso, a navegação pelo site não é intuitiva e vários links disponíveis no menu levam para páginas fora do portal. A arquitetura da informação não é bem elaborada e não prevê a complexidade do conteúdo do site, resultando em um fluxo de navegação difícil para o usuário.

### 3.5. Comparação entre os similares

Uma aproximação dos requisitos necessário para o projeto pode ser obtida comparando-se os diferentes similares numa tabela. Isso oferece uma visualização fácil e compreensível das funcionalidades oferecidas por cada um (ALLEN; CHUDLEY, 2012). A partir do levantamento das funcionalidades dos sistemas analisados foi elaborado o quadro 4, a seguir, para auxiliar na determinação dos requisitos de funcionalidades do projeto.

Quadro 4 - Comparativo entre as funcionalidades dos similares analisados

<b>Funcionalidades</b>	<b>InvesteSC</b>	<b>InvestLisboa</b>	<b>StartSe</b>
Menu superior			
Cards clicáveis			
Formulário de contato			
Mapa			
Link para redes sociais			
Login e cadastro			
Agenda de eventos			
Ferramenta de busca			
Formulário para newsletter			

Fonte: Elaborado pela autora

Analisando o quadro comparativo acima, foi possível observar que o similar StartSe possui maior número de funcionalidades, sendo o site mais completo dos três e atendendo às demandas observadas no briefing e no questionário do público-alvo. Por esse motivo, esse similar será levado em consideração para a definição dos requisitos funcionais do projeto. Quanto aos conteúdos o quadro 5 a seguir demonstra que outro similar apresentou maior coerência quanto aos assuntos abordados.

Quadro 5 - Comparativo entre os conteúdos dos similares analisados

<b>Conteúdos</b>	<b>InvesteSC</b>	<b>InvestLisboa</b>	<b>StartSe</b>
Eventos e conferências			
Banco de startups			
Cursos online e presenciais			
Materiais gratuitos			
Sobre o site ou manifesto			
Ajuda e suporte			
Endereço e contatos			
Dados gerais do lugar			
Políticas governamentais			
Número de empregos, empregados e estabelecimentos			
Link para guia de investimentos			

Fonte: Elaborado pela autora

Através do quadro de análise de comparações dos conteúdos dos sites, percebe-se que o Invest Lisboa é o mais completo e possui maior coerência com as informações fornecidas no briefing do projeto. A partir disso, considerando as análises feitas e as necessidades dos usuários, foram então elaborados os requisitos de projeto.

## 4. PLANO DO ESCOPO

### 4.1. Requisitos de projeto

Sintetizando o levantamento de dados e conteúdos, define-se os requisitos do projeto que servem como guias para a construção dos protótipos e podem, ao final do projeto, validar se os objetivos iniciais foram alcançados pelo layout definitivo. O quadro 6 a seguir reúne os principais requisitos levantados para o projeto.

Quadro 6 - Requisitos funcionais e de conteúdo

<b>Objetivos do público-alvo</b>	<b>Requisitos de conteúdo</b>	<b>Requisitos funcionais</b>	<b>Prioridade (alta,média ou baixa) e fonte de identificação</b>
Conhecer os números do setor de tecnologia em Santa Catarina	O site apresenta os números do setor no estado e quem faz parte do ecossistema	Link para acesso de cada conteúdo	Alta - identificada a partir do briefing
Conhecer as instituições de ensino do estado	Página com as informações das instituições de ensino do estado	Link para acesso do conteúdo	Alta - Identificada no questionário respondido pelo público-alvo
Cadastrar uma empresa na plataforma	Banco de instituições e empresas de tecnologia	Formulário solicitando nome da empresa, responsável e e-mail	Alta - identificada no briefing
Saber a localização das empresas no estado	Relação das empresas, localização e suas categorias	Mapa com a localização das empresas, com opção de filtro por categoria ou cidade	Média - identificada no briefing
Buscar por conteúdo específico	-	Ferramenta de busca	Média - identificada na análise de similares
Conhecer o ecossistema no estado	Textos sobre a estrutura das principais cidades do estado	Link para acesso dos conteúdos publicados	Alta - Identificada no briefing e no questionário

Fonte: Elaborado pela autora

Os requisitos foram selecionados com base no briefing, na análise dos similares e das necessidades do público-alvo, levantadas no questionário aplicado. Apesar de aparecer nos similares e como interesse no questionário, não consta como requisito a implementação de uma agenda de eventos. Por ser um conteúdo que precisa ser atualizado constantemente, optou-se por não utilizar esta ferramenta.

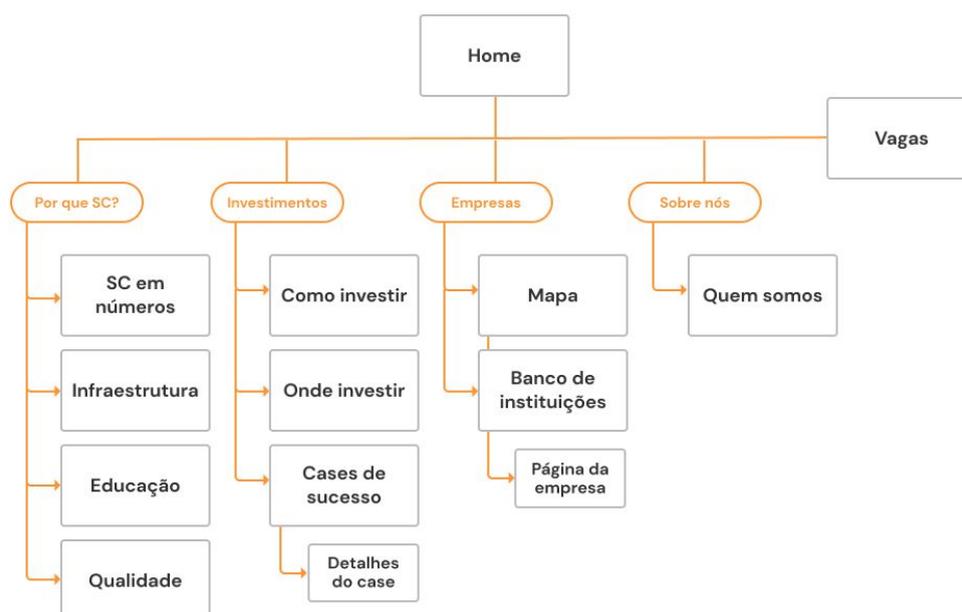
## 5. PLANO DA ESTRUTURA

### 5.1. Arquitetura da Informação

A arquitetura da informação tem grande impacto nos produtos, pois é responsável pela organização dos conteúdos e funcionalidades utilizados. Sendo assim, influencia a usabilidade e no modo como o usuário poderá interagir com a interface. Uma arquitetura bem definida tende a diminuir o número de alterações necessárias no projeto e contribui para uma experiência mais agradável e fluida ao usuário (GARRETT, 2011).

A arquitetura da plataforma foi criada a partir dos requisitos encontrados nas etapas anteriores e teve como objetivo organizar o conteúdo e traçar os principais caminhos que o usuário deverá seguir durante a interação com o portal. A figura 15 mostra o fluxograma de organização das páginas do site.

Figura 15 - Fluxograma da arquitetura da informação



O acesso inicial se dá pela página "home", que contém um link para cada sessão de conteúdo do site. Além disso, a navegação pode ser feita a partir de um menu superior que aparece em todas as páginas do portal. Os conteúdos que não constam no menu superior são 'Detalhes do case' e 'Página da empresa' que possuem um nível mais profundo de navegação e são acessados a partir de outras páginas do site. Essa disposição foi utilizada para que as informações ficassem mais organizadas.

Dentro do item do menu 'Por que SC?' encontram-se as páginas 'SC em números', onde são reunidas informações gerais sobre o estado, como dados demográficos, números de empresas que compõem o setor, valores relacionados à economia, entre outros. As páginas 'Infraestrutura' e 'Qualidade de vida' trazem conteúdos sobre os serviços e o cotidiano nas principais cidades do estado. A página de 'Educação' mostra as principais instituições de ensino e seus cursos relacionados à tecnologia.

No menu 'Investimentos' estão as páginas 'Como investir' e 'Onde investir', que mostram incentivos para quem quer investir e também áreas ou empresas que possuem oportunidades de crescimento. Além disso, este menu também apresenta a página 'Cases de sucesso', onde aparecem histórias de empresas que investiram no estado e estão se desenvolvendo.

No menu 'Empresas', a página 'Banco de instituições' apresenta as empresas parceiras do site e que compõem o ecossistema de tecnologia. São incubadoras, aceleradoras e espaços que contribuem para o crescimento do setor. Na página 'Mapa' é mostrado um mapa com o endereço e localização das instituições, além de permitir acesso para uma página específica de cada empresa com mais informações.

No menu 'Sobre nós' está a página 'Quem somos', onde está o manifesto do portal Tecnologia e Inovação Santa Catarina. Fala sobre o fundador e os objetivos do site. Utilizando a navegação do menu superior, o usuário pode acessar o link 'Vagas', que o redireciona para a plataforma 'Nift', externa ao site. Por esse motivo, esse conteúdo não será abordado pelo projeto.

## **6. PLANO DO ESQUELETO**

### **6.1. Wireframes**

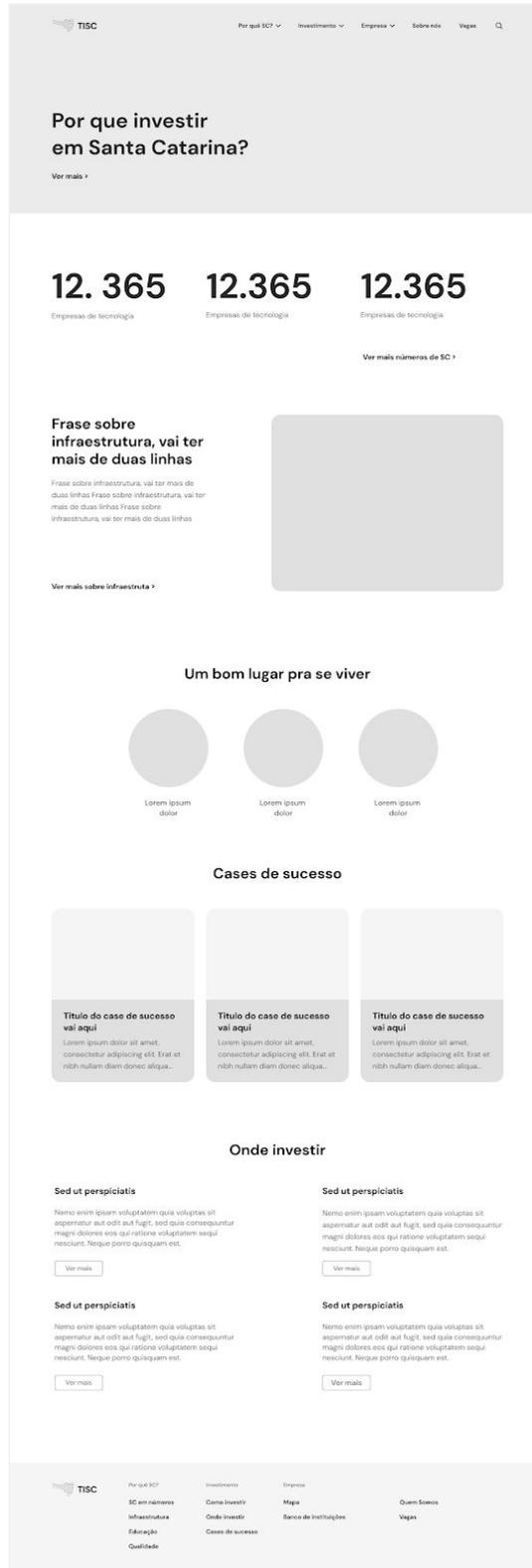
Após a construção da arquitetura da informação do projeto, foram criados os wireframes. São protótipos de alta ou baixa fidelidade, normalmente apresentados em escala de cinza e desprovidos de elementos gráficos ou conteúdo finalizado (UNGER; CHANDLER, 2009). Para o desenvolvimento dos wireframes foi utilizado o software Figma. Para serem utilizadas como base do esqueleto do site, foram construídas seis telas, considerando a funcionalidade de rolamento infinito, que serão apresentadas a seguir.

#### **6.1.1 Página inicial**

A página inicial é o principal acesso do usuário e o início da sua navegação pelo site. Apresenta a marca visual ao lado esquerdo e um menu superior para acessar as páginas 'Por quê SC?', 'Investimentos', 'Empresas', 'Sobre nós' e 'Vagas'. Além disso, possui links para os principais conteúdos do portal. É dado maior destaque para o conteúdo 'Por quê SC?', pois retrata o principal objetivo do portal, que é mostrar as vantagens de se viver no estado. Também são destacados os números do estado, por ser um conteúdo de grande interesse para o público-alvo, como foi visto no questionário aplicado.

Na dobra seguinte, os conteúdos foram dispostos pensando na ordem de leitura do usuário, priorizando as vantagens de se morar em Santa Catarina, em seguida os links para cases de sucesso de empresas que cresceram ao investir no estado e, por último, como e onde o próprio leitor poderia investir. A figura 16 a seguir apresenta o wireframe da página inicial.

Figura 16 - Wireframe página inicial

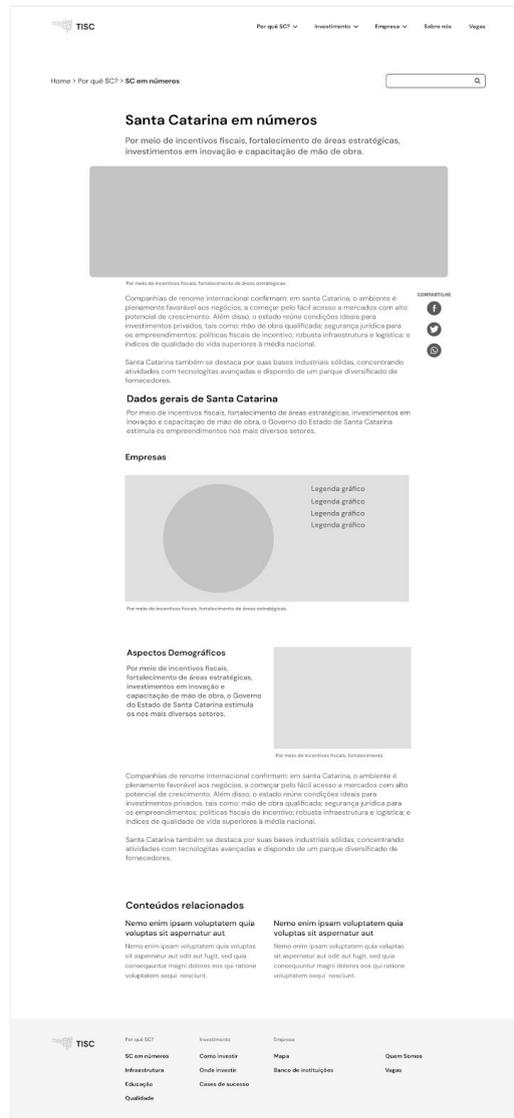


Fonte: Elaborado pela autora

## 6.1.2 Página de textos

A página de textos é utilizada para conteúdos com grande volume de informações dispostos, em sua maioria, em texto corrido. Este wireframe serve de modelo para as páginas de 'Qualidade de vida', 'Infraestrutura', 'Educação', 'Investimento', 'Onde investir' e 'Como investir'. A figura 17 mostra o modelo da página.

Figura 17 - Wireframe da página de texto



Fonte: Elaborado pela autora

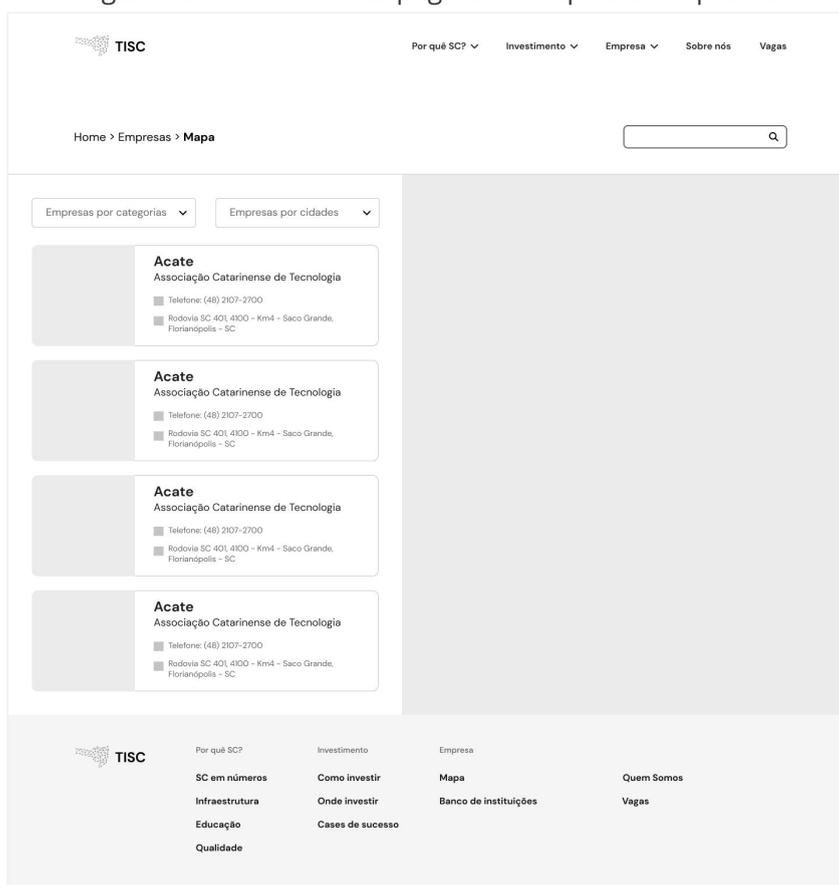
Para tornar o texto mais dinâmico, o modelo conta com um espaço para gráficos e imagens. Ao final da leitura são apresentados links para conteúdos relacionados para que o usuário possa navegar entre sessões do site. Abaixo da

imagem principal foram colocados links para compartilhamento do conteúdo nas redes sociais.

### 6.1.3 Página do mapa das empresas

Nesta página, como mostra a figura 18, é mostrado o mapa com a localização das empresas. Em cada card aparecem o nome, endereço e contato das empresas cadastradas na plataforma.

Figura 18 - Wireframe da página do mapa das empresas



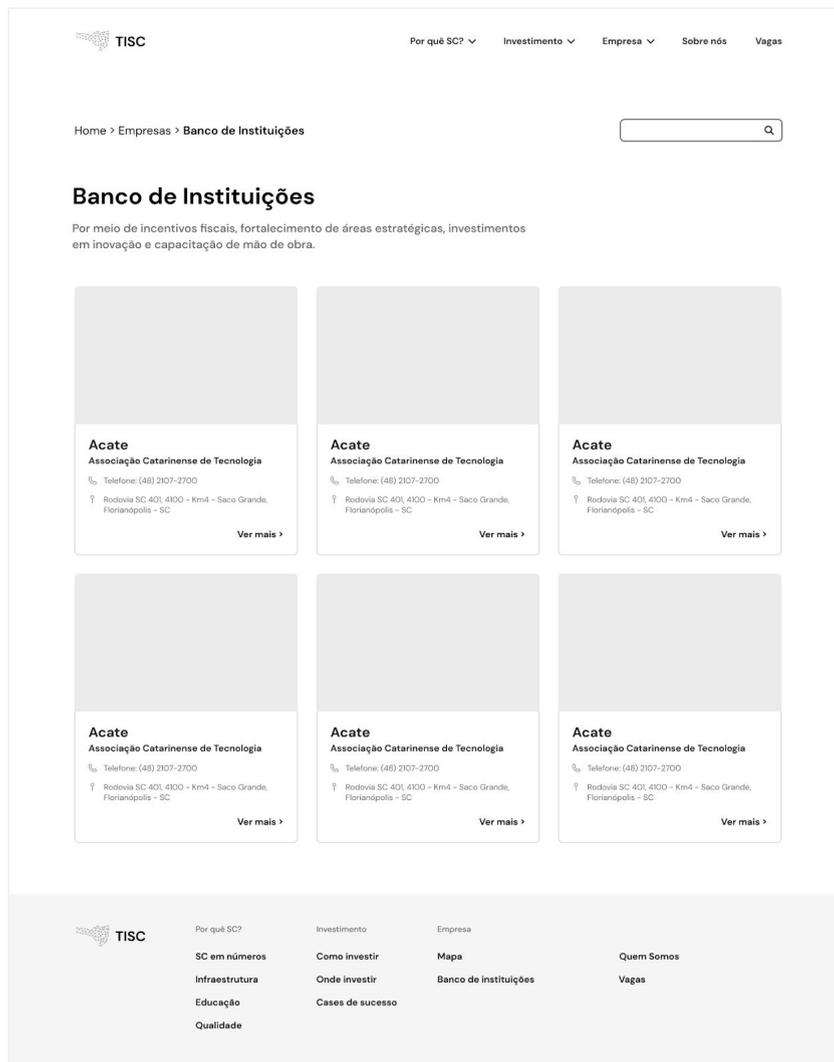
Fonte: Elaborado pela autora

Para facilitar a navegação, foram acrescentados dois tipos de filtros, um por categoria e outro por cidade. O filtro de categoria separa as empresas em nichos de atuação, como tecnologia e educação, tecnologia e saúde, tecnologia e direito, entre outros. O filtro de cidade mostra as empresas de cada local do estado.

### 6.1.4 Página do banco de instituições

Nesta página são mostradas as instituições e empresas que foram cadastradas na plataforma. Cada card corresponde a uma empresa, como mostra a figura 19. Essa tela pode ser acessada a partir do menu superior e permite acesso para a página da empresa, apresentada no próximo tópico.

Figura 19 - Wireframe da página de banco das instituições



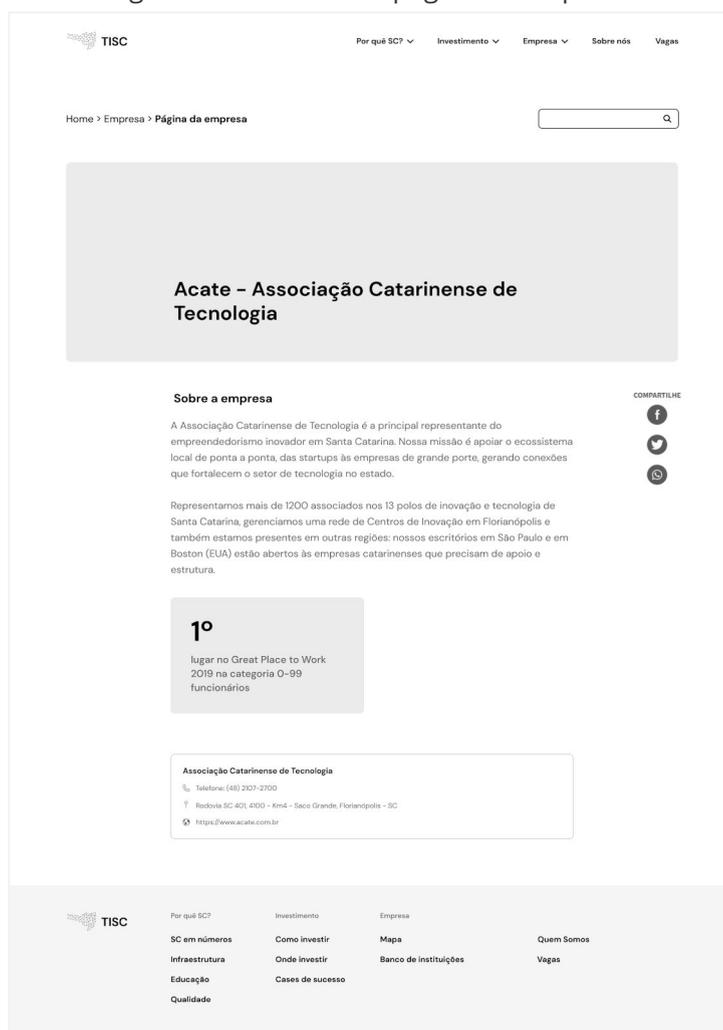
Fonte: Elaborado pela autora

Essa tela também serve de modelo para a página de 'cases de sucesso', por terem a mesma disposição dos elementos.

### 6.1.5 Página da empresa

A página da empresa é onde ficam todas as informações a respeito da instituição. Possui espaço para o texto de apresentação, com os objetivos da empresa, além de um card de destaque que pode ou não ser utilizado. Também consta um card com o endereço e contato, como pode ser visto na figura 20 a seguir.

Figura 20 - Wireframe página da empresa



Fonte: Elaborado pela autora

## 6.1.6 Página sobre o portal

O último wireframe desenhado apresenta a página 'Quem somos' do portal, como mostra a figura 21.

Figura 21 - Wireframe da página sobre a empresa



Fonte: Elaborado pela autora

Nesta página são apresentados os objetivos e a equipe do TISC.com.br. Além disso, possui um formulário para entrar em contato com o fundador do portal.

## 7. PLANO DA SUPERFÍCIE

## 7.1. Diretrizes para o design visual

Nesta etapa do projeto, partiu-se para a definição do design visual com base em conceitos escolhidos levando-se em consideração as características do público-alvo do projeto, as personas desenvolvidas e a marca gráfica do website, como mostra a figura 22. Para compreensão dos conceitos escolhidos foram criados painéis que serão apresentados a seguir.

Figura 22 - Marca gráfica do TISC

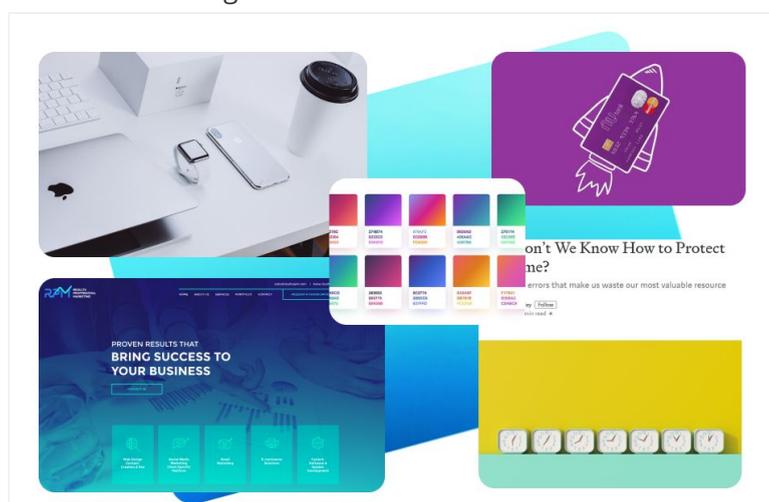


Fonte: <http://tisc.com.br/>

## 7.2. Painel de conceito

Observando o público-alvo e as personas, percebeu-se a necessidade de um design visual moderno e tecnológico, mas que transmitisse confiança e simplicidade. A figura 23 abaixo apresenta o painel que traduz tais conceitos.

Figura 23 - Painel de conceito



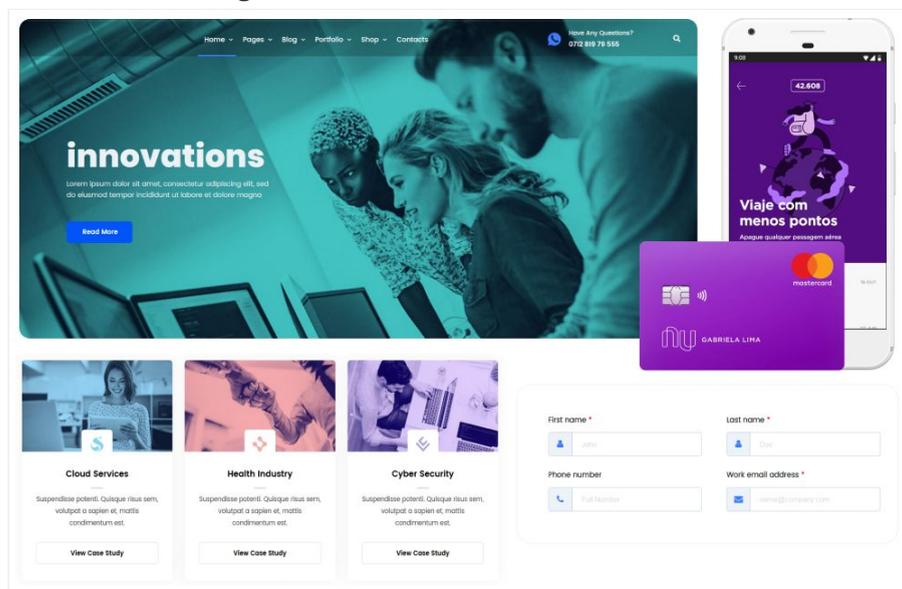
Fonte: Elaborado pela autora

O painel é composto por imagens de produtos que utilizam poucos elementos gráficos e poucas cores, conferindo espaços com grandes áreas de respiro, passando a ideia de simples e prático. Ao mesmo tempo, a sobriedade dos elementos utilizados também transmite a sensação de confiança e segurança. Com a intenção de tornar o design mais moderno, ou seja, conectado às tendências contemporâneas, buscou-se por imagens com gradientes de cores.

### 7.3. Painel visual

Após a definição dos conceitos foi realizada uma busca por referências visuais e elaborado um painel, como mostra a figura 24.

Figura 24 - Painel de referências visuais



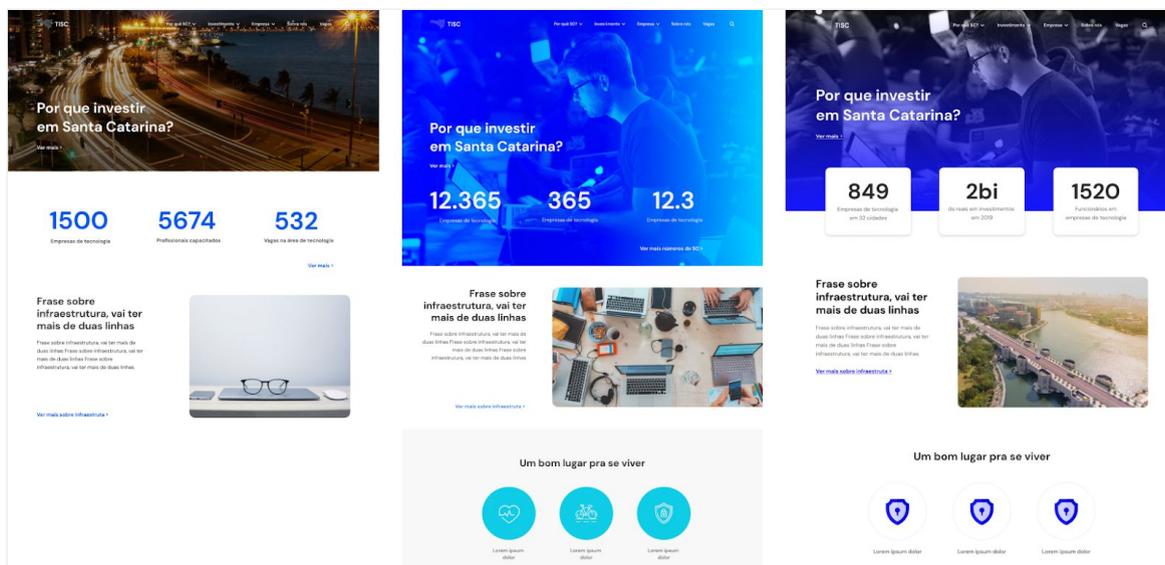
Fonte: Elaborado pela autora

As referências apresentadas no painel trazem interfaces simples, modernas e com hierarquia de informação. Utilizam fotos com aplicação de filtros coloridos, ou ilustrações não muito complexas. Assim como no painel de conceito, as interfaces trazem poucos elementos e bastante áreas de respiro. A tipografia utilizada é sem serifa e circular e as bordas dos campos são arredondadas, o que transmite a ideia de conforto e segurança e deixa o site mais confiável.

## 7.4. Estudos de alternativas visuais

A partir da concepção dos painéis de referências, foram desenvolvidos estudos e alternativas visuais para o website. Estas alternativas são apresentadas na figura 25, a seguir.

Figura 25 - Estudos de alternativas visuais



Fonte: Elaborado pela autora

Na primeira alternativa foram testados filtros com gradiente em preto sobre as imagens e utilizada a fonte DM Sans. A paleta de cores foi baseada na identidade visual do site. Entretanto, observou-se que essa alternativa não transmitia a ideia de contemporâneo e tecnológico, por isso não foi utilizada.

Para a segunda alternativa foram testados filtros com tons de azul e a variação no tamanho das imagens. Além disso, foram empregados ícones com estilo *outline* em branco sobre o fundo colorido. Esta alternativa foi descartada por utilizar muitas cores e não transmitir o conceito de simplicidade.

Na terceira alternativa, o uso das cores foi mais contido, o que permitiu maior visibilidade para as informações. Além disso, o uso dos números dentro de cards deixou a interface mais organizada e com mais hierarquia. Os ícones foram utilizados com contorno mais consistente e com mais áreas em branco. Esta alternativa é a que melhor transmite os conceitos escolhidos e, por isso, foi utilizada para a montagem das telas finais.

## 7.5. Grid

Para se tenha uma linguagem visual comum em todas as páginas e para que elas sejam facilmente adaptadas a diversos tamanhos de tela, foi utilizado um grid de 12 colunas na construção da interface, como mostra a figura 26.

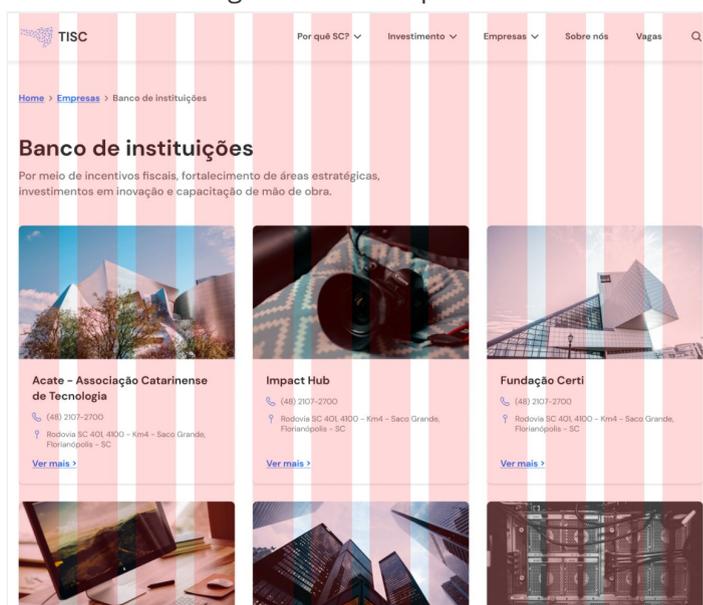
Figura 26 - Grid



Fonte: Elaborado pela autora

O grid possui 12 colunas de 72px de largura e um espaçamento entre elas de 32px. Este formato é amplamente utilizado por causa da flexibilidade proporcionada e por ser capaz de dividir o *layout* uniformemente. A figura 27 mostra o grid aplicado a uma página.

Figura 27 - Grid aplicado

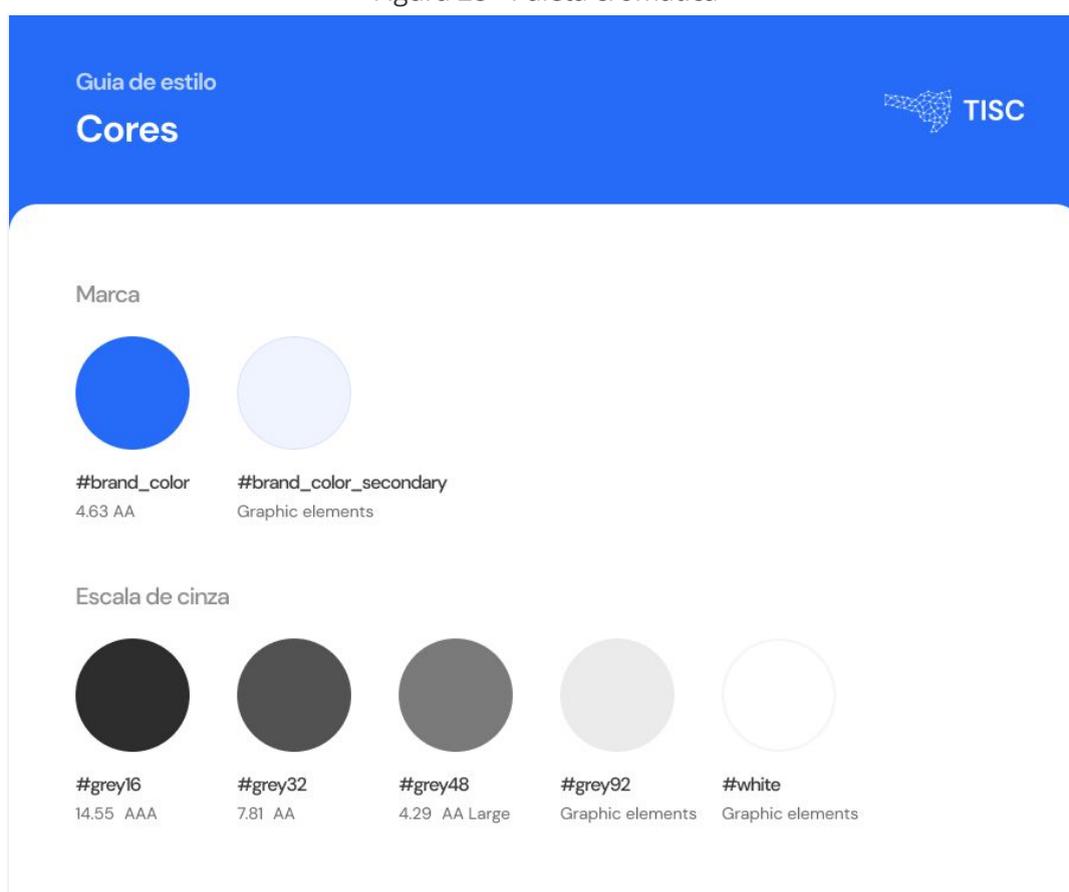


Fonte: Elaborado pela autora

## 7.6. Cores

A paleta de cores selecionada conta com um tom de azul como cor primária, com alta saturação para se adequar às tendências contemporâneas. A cor azul foi escolhida por ter uma grande conexão com a área da tecnologia, além de já ser utilizado na marca do site. Este tom foi utilizado para elementos gráficos não-textuais. Também foi escolhido um tom secundário de azul para ser utilizado como fundo em algumas seções do site. A figura 28 mostra a paleta completa.

Figura 28 - Paleta cromática



Fonte: Elaborado pela autora

Além das cores da marca, também foi criada uma escala de cinza com quatro tons diferentes e a cor branca. O tom mais escuro de cinza foi utilizado em títulos com peso bold. O segundo tom foi utilizado para o corpo de texto e o terceiro tom para legendas e subtítulos. O tom mais claro de cinza foi selecionado para elementos

não-textuais, como o contorno de campo de texto do formulário. A cor branca é utilizada como auxiliar e em textos sobre fundos escuros e imagens.

## 7.7. Tipografia

Após a seleção da paleta cromática, definiu-se a tipografia. O sistema utiliza apenas uma fonte tipográfica base, trabalhando apenas seus pesos, tamanhos e entrelinhas para conferir hierarquia. A fonte utilizada foi a “DM Sans”, uma tipografia desenvolvida pela Google, com licença de uso gratuita, sem serifa, circular, com aspectos característicos de conforto, leitura e legibilidade. A figura 29 apresenta a tipografia escolhida.

Figura 29 - Fonte DM Sans



Fonte: Elaborado pela autora

Os estilos de textos utilizados no desenvolvimento das telas do portal foram agrupados por tamanho e organizados na figura 30, a seguir.

Figura 30 - Estilos de tipografia

Guia de estilo

**Tipografia**



Família tipográfica

# DM Sans

Estilos de texto

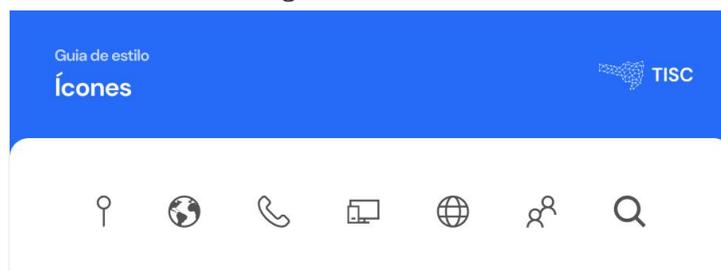
<b>Display</b>	DM Sans, 80pt Bold
<b>H1</b>	DM Sans, 56pt Bold
<b>H2</b>	DM Sans, 40pt Bold
<b>H3</b>	DM Sans, 24pt Bold
<b>H4</b>	DM Sans, 20pt Bold
<b>H5</b>	DM Sans, 16pt Bold
<b>Subtitle</b>	DM Sans, 20pt Medium
<b><u>Link</u></b>	DM Sans, 20pt Bold
<b><u>Link (small)</u></b>	DM Sans, 16pt Bold
<b>Body (large)</b>	DM Sans, 20pt Regular
<b>Body</b>	DM Sans, 16pt Regular
<b>Body (small)</b>	DM Sans, 14pt Regular

Fonte: Elaborado pela autora

## 7.8. Ícones

Os ícones neste projeto representam tanto possíveis ações, quanto representações visuais de um contexto. Foram utilizados ícones outlines, construídos, em sua maioria, apenas com linhas sem preenchimento, para manter a leveza e simplicidade nas páginas. Para que se mantivesse a consistência entre eles foi utilizado um pacote de ícones que oferece uma vasta quantidade de itens, possibilitando assim a expansão do projeto no futuro. A figura 30 mostra os ícones utilizados no portal.

Figura 31 - Ícones



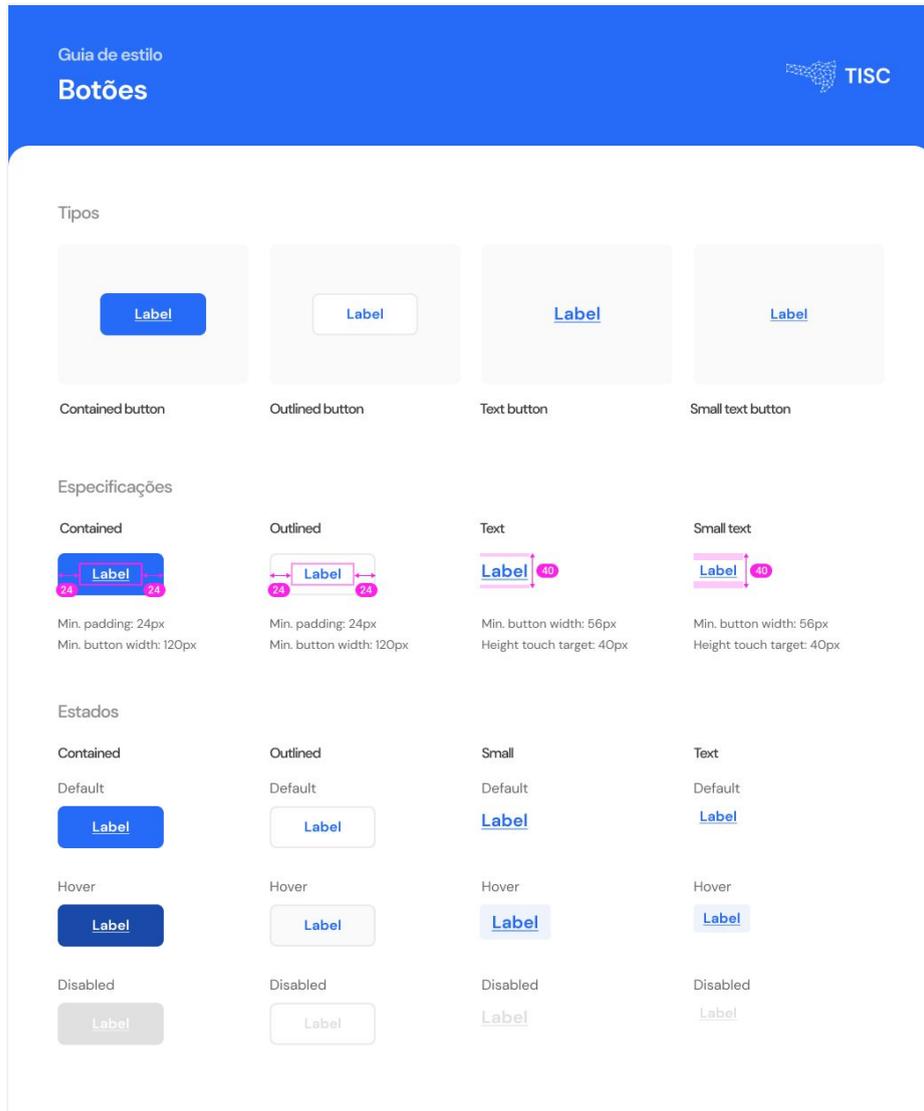
Fonte: Elaborado pela autora

## 7.9. Guia de botões

Os estilos adotados para os botões são definidos pela relevância da funcionalidade. O botão para a função principal recebe um estilo com preenchimento, o que confere a ele maior peso frente a função secundária. O botão de função secundária utiliza um estilo sem preenchimento, com contorno cinza. A interface também conta com o modelo de botão em texto, utilizado para ir de uma página a outra dentro do site. Neste caso o botão é apenas o texto em azul, sublinhado.

A figura 32 apresenta os botões e também a resposta de como se comportam perante ação do usuário. Como a alteração de suas cores de preenchimento quando o usuário posiciona o mouse sobre o botão.

Figura 32 - Guia de botões

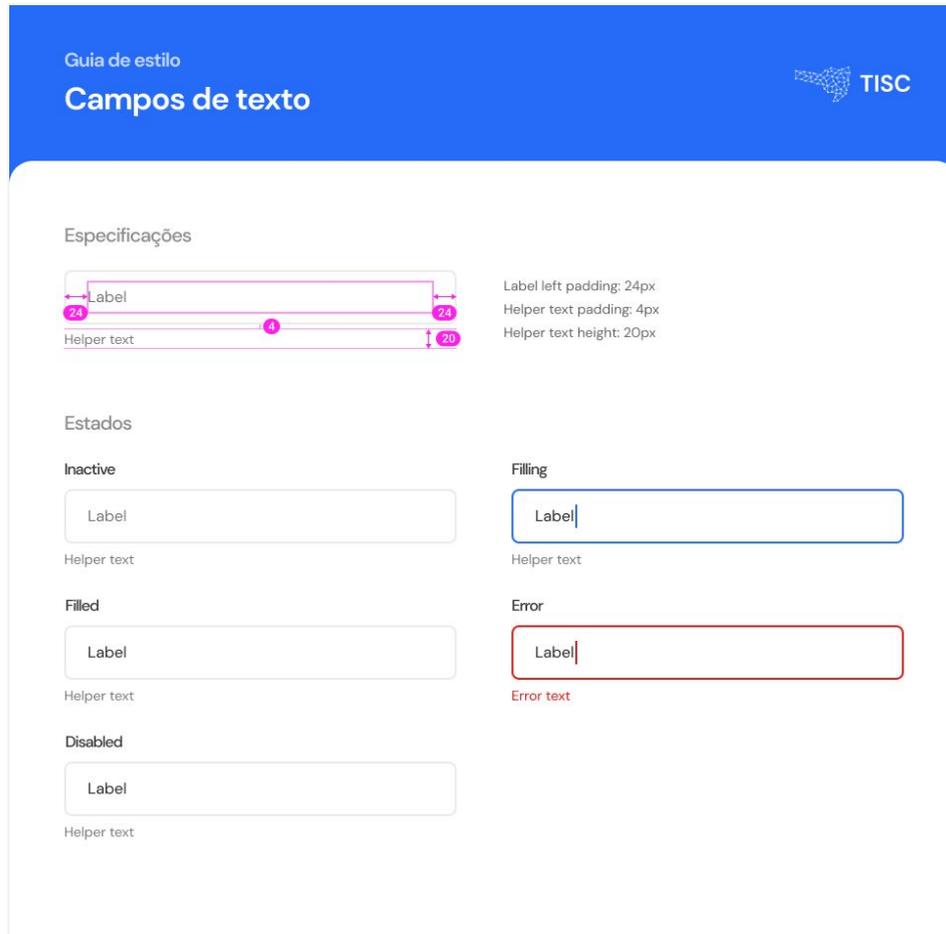


Fonte: Elaborado pela autora

## 7.10. Campo de texto

O campo de texto é utilizado no formulário para contato com o portal. A figura 33 apresenta as especificações e o comportamento dos elementos em resposta às ações do usuário.

Figura 33 - Campo de texto



Fonte: Elaborado pela autora

### 7.11. Protótipo de alta fidelidade

A partir da definição das diretrizes visuais citadas anteriormente, foi iniciada a construção do protótipo de alta fidelidade utilizando o software Figma. As figuras a seguir mostram as telas finais.

Figura 34 - Tela inicial

TISC

Por que SC? Investimento Empresas Sobre nós Vagas

## Por que investir em Santa Catarina?

[Ver mais >](#)

**365**  
Empresas de tecnologia

**12mil**  
Empresas de tecnologia

**1542**  
Empresas de tecnologia

### Um bom lugar pra se viver

1º em segurança pública no ranking de competitividade

Estado que mais criou empregos em 2017

3º melhor Índice de Desenvolvimento Humano

### Santa Catarina é destaque no Brasil no que se refere a Inovação

O estado com maior proporção de startups no Brasil, uma para cada 40.000 habitantes, percentual significativamente superior ao dos demais estados brasileiros, sendo que Florianópolis, Joinville e Blumenau constam entre as dez principais cidades de concentração desse modelo de negócios.

[Ver mais >](#)

### Cases de sucesso

**O case BERNECK**  
A Berneck é uma empresa com mais de meio século de história. Já atua em Santa Catarina desde 2012 e irá instalar uma nova fábrica.  
[Ler mais >](#)

**O case BMW**  
Sucesso na atração de investimentos. Empresa conhecida mundialmente, opta por Santa Catarina para instalar sua primeira fábrica no Brasil.  
[Ler mais >](#)

**O case LS-MTRON**  
Atua na fabricação de tratores e está há 2 anos em solo brasileiro. É um exemplo do potencial do Estado para atrair novos empreendimentos.  
[Ler mais >](#)

### Onde investir

**Sete startups para acompanhar em 2018**  
Bitcoin é ou não é um bom investimento? As FinTechs desbancaram os bancos tradicionais?  
[Ler mais >](#)

**Empresas de SC estão entre as que mais crescem no Brasil**  
Oito empresas catarinenses de tecnologia estão entre as 100 Pequenas e Médias Empresas que mais cresceram no Brasil.  
[Ler mais >](#)

TISC

Por que SC? Investimento Empresas Quem Somos

SC em números Como Investir Mapa

Infraestrutura Onde Investir Banco de Instituições Vagas

Educação Cases de sucesso

Qualidade

Fonte: Elaborado pela autora

Figura 35 - Página de texto

TISC

Por quê SC? Investimento Empresas Sobre nós Vagas

Home > Por quê SC? > SC em números

## Santa Catarina em números

Companhias de renome internacional confirmam: em Santa Catarina, o ambiente é plenamente favorável aos negócios.



Por meio de incentivos fiscais, fortalecimento de áreas estratégicas.

A começar pelo fácil acesso a mercados com alto potencial de crescimento. Além disso, o estado reúne condições ideais para investimentos privados, tais como: mão de obra qualificada; segurança jurídica para os empreendimentos; políticas fiscais de incentivo; robusta infraestrutura e logística; e índices de qualidade de vida superiores à média nacional.

Santa Catarina também se destaca por suas bases industriais sólidas, concentrando atividades com tecnologias avançadas e dispondo de um parque diversificado de fornecedores.

### Aspectos demográficos

Capital  
**Florianópolis**

População estimada  
**7.001.161**

Número de Municípios  
**295**

Área  
**95.733,970 km²**

### Empregos

Número de empregos formais no estado  
**2.167.923**  
Fonte: IBGE e B400

Salário médio dos profissionais com ensino superior  
**R\$ 4.790,00**  
Fonte: IBGE

**Santa Catarina é o estado brasileiro que mais criou empregos em 2017. Foram mais de 29 mil novos postos de trabalho.**

### Econômicos

O PIB de Santa Catarina é de  
**R\$ 249 bilhões**  
(2015)

O PIB per capita do Estado é cerca de  
**10% superior à média nacional**

**Santa Catarina tem o maior PIB per capita do sul do Brasil**

Companhias de renome internacional confirmam: em Santa Catarina, o ambiente é plenamente favorável aos negócios, a começar pelo fácil acesso a mercados com alto potencial de crescimento. Além disso, o estado reúne condições ideais para investimentos privados, tais como: mão de obra qualificada; segurança jurídica para os empreendimentos; políticas fiscais de incentivo; robusta infraestrutura e logística; e índices de qualidade de vida superiores à média nacional.

Santa Catarina também se destaca por suas bases industriais sólidas, concentrando atividades com tecnologias avançadas e dispondo de um parque diversificado de fornecedores.

## Conteúdos relacionados

**Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut**

Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt.

[Ler mais >](#)

**Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut**

Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt.

[Ler mais >](#)

TISC

Por quê SC? Investimento Empresa

SC em números Como Investir Mapa Quem Somos

Infraestrutura Onde Investir Banco de Instituições Vagas

Educação Cases de sucesso

Qualidade

Fonte: Elaborado pela autora

Figura 36 - Página do banco de instituições

**TISC** Por que SC? Investimento Empresas Sobre nós Vagas

Home > Empresas > Banco de instituições

## Banco de instituições

Por meio de incentivos fiscais, fortalecimento de áreas estratégicas, investimentos em inovação e capacitação de mão de obra.

- Acate - Associação Catarinense de Tecnologia**  
(48) 2107-2700  
Rodovia SC 401, 4100 - Km4 - Saco Grande, Florianópolis - SC  
[Ver mais >](#)
- Impact Hub**  
(48) 2107-2700  
Rodovia SC 401, 4100 - Km4 - Saco Grande, Florianópolis - SC  
[Ver mais >](#)
- Fundação Certi**  
(48) 2107-2700  
Rodovia SC 401, 4100 - Km4 - Saco Grande, Florianópolis - SC  
[Ver mais >](#)
- Sapiens Park**  
(48) 2107-2700  
Rodovia SC 401, 4100 - Km4 - Saco Grande, Florianópolis - SC  
[Ver mais >](#)
- Corporate Park**  
(48) 2107-2700  
Rodovia SC 401, 4100 - Km4 - Saco Grande, Florianópolis - SC  
[Ver mais >](#)
- Multi Open Shopping**  
(48) 2107-2700  
Rodovia SC 401, 4100 - Km4 - Saco Grande, Florianópolis - SC  
[Ver mais >](#)

**TISC** Por que SC? Investimento Empresa Quem Somos  
SC em números Como investir Mapa Vagas  
Infraestrutura Onde investir Banco de instituições  
Educação Cases de sucesso  
Qualidade

Fonte: Elaborado pela autora

Figura 37 - Página da empresa

**TISC** Por quê SC? Investimento Empresas Sobre nós Vagas Q

Home > Empresas > Página da empresa

## Acate – Associação Catarinense de Tecnologia

### Sobre a empresa

A Associação Catarinense de Tecnologia é a principal representante do empreendedorismo inovador em Santa Catarina. Nossa missão é apoiar o ecossistema local de ponta a ponta, das startups às empresas de grande porte, gerando conexões que fortalecem o setor de tecnologia no estado.

Representamos mais de 1200 associados nos 13 polos de inovação e tecnologia de Santa Catarina, gerenciamos uma rede de Centros de Inovação em Florianópolis e também estamos presentes em outras regiões: nossos escritórios em São Paulo e em Boston (EUA) estão abertos às empresas catarinenses que precisam de apoio e estrutura.

**1º**  
lugar no Great Place to Work  
2019 na categoria O-99  
funcionários

**Associação Catarinense de Tecnologia**  
☎ (48) 2107-2700  
📍 Rodovia SC 401, 4100 - Km4 - Saco Grande, Florianópolis - SC  
🌐 <https://www.acate.com.br>

**TISC** Por quê SC? Investimento Empresa Quem Somos  
SC em números Como investir Mapa Vagas  
Infraestrutura Onde investir Banco de instituições  
Educação Cases de sucesso  
Qualidade

Fonte: Elaborado pela autora

Figura 38 - Página do mapa

The screenshot shows the 'Mapa de instituições' page on the TISC website. The header includes the TISC logo and navigation links: 'Por quê SC?', 'Investimento', 'Empresas', 'Sobre nós', and 'Vagas'. The breadcrumb trail is 'Home > Empresas > Mapa de instituições'. The main heading is 'Mapa de instituições', with filters for 'Empresas por categorias' and 'Empresas por cidades'. On the left, three institution cards are displayed:

- Acate - Associação Catarinense de Tecnologia**: (48) 2107-2700, Rodovia SC 401, 4100 - Km4 - Saco Grande, Florianópolis - SC.
- Impact Hub**: (48) 2107-2700, Rodovia SC 401, 4100 - Km4 - Saco Grande, Florianópolis - SC.
- Fundação Certi**: (48) 2107-2700, Rodovia SC 401, 4100 - Km4 - Saco Grande, Florianópolis - SC.

Each card includes a 'Ver mais >' link. The map on the right shows the Saco Grande area with various landmarks and institutions marked, including 'Residencial Saint Tropez', 'Square SC', 'Universidade do Vale do Itajaí, Campus...', 'Teatro Governador Pedro Ivo', 'ACATE - Associação Catarinense de...', 'ACM - Associação Catarinense de Medicina', and 'Decathlon'. The footer is a blue bar with the TISC logo and a grid of navigation links: 'Por quê SC?', 'Investimento', 'Empresa', 'SC em números', 'Como investir', 'Mapa', 'Quem Somos', 'Infraestrutura', 'Onde investir', 'Banco de instituições', 'Vagas', 'Educação', 'Cases de sucesso', and 'Qualidade'.

Fonte: Elaborado pela autora

Figura 39 - Página Quem somos

**TISC** Por quê SC? Investimento Empresas Sobre nós Vagas

Home > Sobre nós > Quem somos

## Tecnologia e Inovação Santa Catarina

### Quem somos

Santa Catarina é o Estado da diversidade econômica. Temos indústrias tradicionais em segmentos como agropecuária, metal-mecânica, turismo, têxtil, silvicultura, viticultura, cerâmico. Neste cenário, surge no Estado uma nova indústria que a cada ano ganha mais importância por sua dinamicidade e pelo exponencial crescimento: a indústria do conhecimento – da tecnologia.

Por sermos catarinenses e por amarmos tecnologia, criamos este blog, que tem como objetivo divulgar as iniciativas, as empresas, as ações, as conquistas e sucessos do setor tecnológico de Santa Catarina. O Tecnologia e Inovação Santa Catarina pretende ser muito mais que um blog: queremos ser uma plataforma de divulgação para todos os atores interessados em transformar nosso Estado num dos principais polos tecnológicos do país.

### Objetivos

- 1º em segurança pública no ranking de competitividade
- Estado que mais criou empregos em 2017
- Estado que mais criou empregos em 2017
- 3º melhor índice de desenvolvimento humano

### Fale conosco

Consectetur nisi reprehenderit nulla aliqua culpa dolor consequat cupidatat sunt ea cillum elit dolor. Et aliquip consectetur et incididunt. Exercitation nostrud exercitation quis voluptate quis veniam.

Nome

E-mail

Telefone

Sua mensagem

**Enviar**

**TISC** Por quê SC? Investimento Empresa Quem Somos  
SC em números Como investir Mapa Vagas  
Infraestrutura Onde investir Banco de instituições  
Educação Casos de sucesso  
Qualidade

Fonte: Elaborado pela autora

## 8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este projeto teve como objetivo o desenvolvimento da interface gráfica e do guia de estilo do site Tecnologia e Inovação Santa Catarina, que aborda o contexto tecnológico do estado. A motivação do website é divulgar os componentes do ecossistema para todo o país e fomentar o crescimento do setor no estado.

Foi empregada a metodologia de Garrett (2011), que se mostrou eficiente e permitiu que o projeto pudesse ser concluído alcançando um resultado satisfatório. As pesquisas realizadas foram imprescindíveis para moldar a interface final. A ferramenta de questionário foi importante para conhecer as necessidades e os interesses do público-alvo, assim como a criação de personas ajudou a colocar tais necessidades no centro do projeto.

Por limitações no cronograma não foi possível realizar testes de usabilidade com os usuários reais do portal. Esta etapa é fundamental para conferir uma boa experiência de navegação e garantir o desenvolvimento de um produto viável e útil para o usuário. Além disso, por limitações técnicas, também não foram implementadas as telas.

Uma questão que não foi abordada como desejado foi a responsividade do website. Alguns cuidados foram tomados durante o desenvolvimento para o bom funcionamento em dispositivos móveis, como o layout em colunas. Apesar disso, o projeto teve foco em computadores pessoais e não foram criadas as telas para smartphones e tablets.

Como conclusão deste projeto é possível perceber que o Design vai além da interface gráfica visual, mas contempla também a pesquisa que embasa o processo criativo e a preocupação com a usabilidade e viabilidade do produto final. Além disso, este trabalho de conclusão de curso serviu para colocar em prática os ensinamentos adquiridos e pode servir de referencial para futuros projetos.

## 9. REFERÊNCIAS

ACATE (Associação Catarinense de Tecnologia), **Observatório Acate** 2018. Disponível em <https://www.acate.com.br/observatorio-acate>

ALLEN, Jesmond J.; CHUDLEY, James J. **Smashing UX Design: Foundations for Designing Online User Experiences**. Chichester: Wiley, 2012.

BEAIRD, Jason. **princípios do web design maravilhoso**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2008. xiv, 166 p. ISBN 9788576082323.

COOPER, Alan. **About Face: The Essentials of Interaction Design**. 4. ed. Indianapolis: John Wiley & Sons, 2015.

GARRETT, Jesse James. **The Elements of User Experience: User centered design for the web**. 2011.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5.ed. São Paulo: Atlas, 1999.

KOHN, Karen; MORAES, Cláudia Herte. **O impacto das novas tecnologias na sociedade: conceitos e características da Sociedade da Informação e da Sociedade Digital**. In: XXX CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO, 2007, Santos. Papers [...]. Universidade Federal de Santa Maria: [s. n.], 2007. E-book.

MENEZES-FILHO, Naércio Aquino and RODRIGUES JR., Mauro. **Tecnologia e demanda por qualificação na indústria brasileira**. *Rev. Bras. Econ.* [online]. 2003, vol.57, n.3, pp.569-603. ISSN 0034-7140.

PAZMINO, Ana Veronica. **Como Se Cria - 40 Métodos para Design de Produto**. São Paulo: Blucher, 2015.

PREECE, Jenny; ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen. **Interaction Design**. 4. ed. Chichester: John Wiley & Sons, 2015.

UNGER, Russ; CHANDLER, Carolyn. **O guia para projetar UX: a experiência do usuário (UX) para projetistas de conteúdo digital, aplicações e websites.** Rio de Janeiro: Alta Books, 2009.