

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO
CURSO GESTÃO DA INFORMAÇÃO

Luís Guilherme Jardim Borges

**Mapeamento de necessidades de informação: análise da interação dos alunos
graduandos da Faculdade de Informação e Comunicação com recursos baseados em
*UX/UI Design***

**GOIÂNIA
2023**



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE GRADUAÇÃO NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio do Repositório Institucional (RI/UFG), regulamentado pela Resolução CEPEC no 1240/2014, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei no 9.610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou download, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo dos Trabalhos de Conclusão dos Cursos de Graduação disponibilizado no RI/UFG é de responsabilidade exclusiva dos autores. Ao encaminhar(em) o produto final, o(s) autor(a)(es)(as) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

1. Identificação do Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação (TCCG)

Nome(s) completo(s) do(a)(s) autor(a)(es)(as): LUÍS GUILHERME JARDIM BORGES

Título do trabalho: Mapeamento de necessidades de informação: análise da interação dos alunos graduandos da Faculdade de Informação e Comunicação com recursos baseados em UX/UI Design

2. Informações de acesso ao documento (este campo deve ser preenchido pelo orientador) Concorda com a liberação total do documento ☒ SIM ☐ NÃO¹

[1] Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante: a) consulta ao(à)(s) autor(a)(es)(as) e ao(à) orientador(a); b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo do TCCG. O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro.

Obs.: Este termo deve ser assinado no SEI pelo orientador e pelo autor.



Documento assinado eletronicamente por **Luís Guilherme Jardim Borges, Discente**, em 02/03/2023, às 17:56, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Arnaldo Alves Ferreira Júnior, Professor do Magistério Superior**, em 02/03/2023, às 22:19, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0 informando o código verificador **3566063** e o



[acao=documento_compartilha_orgao_acesso_externo-u](#), informando o código verificador 3300003 e o código CRC **85FC9347**.

Referência: Processo nº 23070.009445/2023-21

SEI nº 3566063

Luís Guilherme Jardim Borges

**Mapeamento de necessidades de informação: análise da interação dos alunos
graduandos da Faculdade de Informação e Comunicação com recursos baseados
em *UX/UI Design***

Trabalho Conclusão do Curso de Graduação em Gestão da Informação da Faculdade de Informação da Faculdade de Informação e Comunicação da Universidade Federal de Goiás como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Gestão da Informação.

Orientador: **Prof. Dr. Arnaldo Alves Ferreira Júnior**

GOIÂNIA

2023

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Borges, Luís Guilherme Jardim
Mapeamento de necessidades de informação: [manuscrito] :
análise da interação dos alunos graduandos da Faculdade de
Informação e Comunicação com recursos baseados em UX/UI
Design /
Luís Guilherme Jardim Borges. - 2023.
XCI, 91 f.: il.
Orientador: Prof. Dr. Arnaldo Alves Ferreira Júnior.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade
Federal de Goiás, , Gestão da Informação, Goiânia, 2023.
Bibliografia. Apêndice.
Inclui abreviaturas, gráfico, lista de figuras, lista de tabelas.
1. UX/UI Design. 2. Necessidades informacionais. 3.
Comportamento do usuário. I. Alves Ferreira Júnior, Arnaldo,
orient.
II. Título.

CDU 02



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aos vinte e três dias do mês de fevereiro do ano de 2023, às 10:00h, por meio de webconferência no Google Meet, iniciou-se a sessão pública de defesa do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) intitulado “Mapeamento de necessidades de informação: análise da interação dos alunos graduandos da Faculdade de Informação e Comunicação com recursos baseados em UX/UI Design.”, de autoria de Luís Guilherme Jardim Borges, do curso Gestão da Informação, da Faculdade de Informação e Comunicação da UFG. Os trabalhos foram instalados pelo Prof. Dr. Arnaldo Alves Ferreira Júnior (orientador - FIC/ UFG) com a participação dos demais membros da Banca Examinadora: Prof. Dr. Marcilon Almeida de Melo (FIC/ UFG) e Prof. Esp. Joel Inácio Matos (IEL). Após a apresentação, a banca examinadora realizou a arguição do(a) estudante. Posteriormente, de forma reservada, a Banca Examinadora atribuiu a nota final de 9,0 , tendo sido o TCC considerado aprovado.

Proclamados os resultados, os trabalhos foram encerrados e, para constar, lavrou-se a presente ata que segue assinada pelos Membros da Banca Examinadora.



Documento assinado eletronicamente por **Marcilon Almeida De Melo, Professor do Magistério Superior**, em 23/02/2023, às 11:17, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **Arnaldo Alves Ferreira Júnior, Vice-Diretor**, em 23/02/2023, às 11:19, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



Documento assinado eletronicamente por **JOEL INACIO MATOS, Usuário Externo**, em 23/02/2023, às 12:07, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no § 3º do art. 4º do [Decreto nº 10.543, de 13 de novembro de 2020](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **3540611** e o código CRC **DDC03BD7**.

Este trabalho é dedicado à minha amada família, em especial meus pais, Liana e Renato, minha irmã Raffaella, e meu fiel companheiro, Biscuit.

AGRADECIMENTOS

Em primeiro lugar, quero agradecer à Deus e à minha família, principalmente minha mãe Liana, meu pai Renato, e minha irmã Raffaella, por todo o suporte e inspiração dado, tanto no meu período de graduação, quanto no processo de criação dessa pesquisa. Sem a ajuda deles, nada disso seria possível. Vocês são a minha vida. Encerro este meu ciclo acadêmico muito orgulhoso por todo o processo de aprendizado, de socialização e das oportunidades que me foram oferecidas.

Em segundo lugar, agradeço a todo o corpo docente do curso de Gestão da Informação, em especial à professora Eliany, professor Arnaldo e professor Rubem, que foram peças fundamentais no meu crescimento profissional, e principalmente durante o desenvolvimento deste trabalho, cada um em sua especificidade. Apesar de ter sido um período longo, árduo e com bastante altos e baixos, a ajuda e orientação prestada por eles foi essencial para a realização e finalização desta pesquisa. Irei lembrá-los por todo esse esforço e preocupação. Muito obrigado por tudo.

Em terceiro lugar, quero agradecer aos meus amigos de longa data, Bárbara, Natália, Fernanda, Geovanna e Caio. Sei que sempre posso confiar em vocês para o que eu precisar. Amo vocês com todo o meu coração. Além disso, agradeço aos melhores amigos que fiz durante a jornada de graduação: William Nagib, Matheus Martins e Victória Baptista. Cada um de vocês foi especial e importante para mim, da maneira que vocês precisavam ter sido. Vocês estão guardados para sempre comigo. Também agradeço à Associação Atlética Acadêmica de Comunicação e Informação (A.A.A.C.I.), também conhecida como Atlético Tagarela, por todos os momentos de diversão, integração, esportes, e projetos sociais, que puderam mudar a vida de várias pessoas. Por meio dela, pude viver momentos de vitórias e de derrotas, que me ensinaram a lidar com as adversidades que a vida pode proporcionar, que com toda a certeza me transformaram em uma pessoa melhor.

Por fim, quero agradecer por todos os momentos vividos nesses 6 anos, felizes, tristes, de preocupações, de conquistas, decepções, e principalmente, de aprendizado. A Universidade Federal de Goiás me fez enxergar a vida de uma forma diferente, aprendendo a viver com as diferenças sociais, econômicas e étnicas das pessoas que compõem essa linda instituição de ensino. Muito obrigado UFG por ter formado quem eu sou hoje, não apenas como profissional, mas também como pessoa.

Encerro esse ciclo com muita felicidade, mas também com o sentimento de saudade. Não me arrependo de nenhuma decisão tomada durante esse ciclo, pois sei que cada escolha me trouxe um aprendizado diferente. Foi da forma que deveria ter sido. Obrigado por tudo!

RESUMO

Esta pesquisa tem como objetivo a identificação e compreensão de características pessoais e coletivas demonstradas por usuários de recursos baseados em *UX/UI Design*, no que diz respeito à informação contida no processo de busca dela. Para tal, optou-se pela Análise do Discurso do Sujeito Coletivo, objetivando apresentar essa compreensão, por meio de um discurso que pudesse representar o público em toda a sua conjuntura. De tal modo, a pesquisa aponta um conhecimento básico acerca da área em questão, que abre precedentes para a evolução deles, por meio do aprofundamento de buscas por meio do público entrevistado.

Palavras-chave: *UX/UI Design*. Necessidades informacionais. Comportamento do usuário.

ABSTRACT

This research aims to identify and understand personal and collective characteristics demonstrated by users of resources based on UX/UI Design, with regard to the information contained in the search process. To this end, the Collective Subject Discourse Analysis was chosen, aiming to present this understanding, through a discourse that could represent the public in all its conjuncture. In this way, the research points to a basic knowledge about the area in question, which opens precedents for their evolution, through the deepening of searches through the interviewed public.

Keywords: *UX/UI Design. Information needs. User behavior.*

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Diagrama das disciplinas que compõem <i>UX Design</i>	28
Figura 2 – " <i>User Experience Honeycomb</i> "	29
Figura 3 – Figura representativa da Escala de Likert	36
Figura 4 – Gráfico referente à porcentagem das ideias centrais da pergunta 5	42
Figura 5 – Gráfico referente à porcentagem das ideias centrais da pergunta 6	46
Figura 6 – Gráfico referente à porcentagem das ideias centrais da pergunta 7	50
Figura 7 – Gráfico referente à porcentagem das ideias centrais da pergunta 9	53
Figura 8 – Gráfico referente à porcentagem das ideias centrais da pergunta 10	58
Figura 9 – Gráfico referente à porcentagem das ideias centrais da pergunta 11	62
Figura 10 – Gráfico referente à porcentagem das ideias centrais da pergunta 12	65
Figura 11 – Gráfico referente à porcentagem das ideias centrais da pergunta 13	70
Figura 12 – Gráfico referente à porcentagem das respostas da pergunta 14	80
Figura 13 – Gráfico referente à porcentagem das respostas da pergunta 15	77
Figura 14 – Gráfico referente à porcentagem das respostas da pergunta 16	79
Figura 15 – Gráfico referente à porcentagem das respostas da pergunta 17	79
Figura 16 – Gráfico referente à porcentagem das respostas da pergunta 18	80

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Pergunta 5 - “O que você entende por ser <i>UX/UI Design</i> ?”	39
Quadro 2 – Pergunta 6 - “Na sua compreensão, existe(m) diferença(s) entre os conceitos <i>UX</i> e <i>UI</i> ? Se sim, favor informá-la(s) a seguir:”	43
Quadro 3 – Pergunta 7 - “Atualmente, quais os recursos (soluções, aplicativos, software, programas, entre outros) de seu uso frequente (pessoal e/ou profissional) em que se encontra presente o <i>UX/UI Design</i> ? (Mais de um recurso pode ser informado)”	47
Quadro 4 – Pergunta 9 - “Quais os principais motivos que o levam a recorrer a estes recursos em particular na busca por informação?”	51
Quadro 5 – Pergunta 10 - “Quando surge a necessidade de alguma informação, você possui algum processo pré-estabelecido de busca baseado nestes recursos? Se sim, favor descrevê-lo.”	55
Quadro 6 – Pergunta 11 - “Quando essa busca por informação se torna inconclusiva, por quaisquer razões, qual(is) atitude(s) você costuma tomar?”	60
Quadro 7 – Pergunta 12 - “Para quais usos ou finalidades você destina ou emprega a informação obtida por meio de recursos baseados em <i>UX/UI Design</i> ?”	64
Quadro 8 – Pergunta 13 - “Que tipos de soluções e benefícios você imagina que a área de <i>UX/UI Design</i> pode trazer tanto para a tecnologia, quanto para as atividades humanas?”	67
Quadro 9 – Discurso 5 - “O que você entende por ser <i>UX/UI Design</i> ?”	70
Quadro 10 – Discurso 6 - “Na sua compreensão, existe(m) diferença(s) entre os conceitos <i>UX</i> e <i>UI</i> ? Se sim, favor informá-la(s) a seguir:”	71
Quadro 11 – Discurso 7 - “Atualmente, quais os recursos (soluções, aplicativos, software, programas, entre outros) de seu uso frequente (pessoal e/ou profissional) em que se encontra presente o <i>UX/UI Design</i> ? (Mais de um recurso pode ser informado)”	72

Quadro 12 – Discurso 9 - “Quais os principais motivos que o levam a recorrer a estes recursos em particular na busca por informação?” 73

Quadro 13 – Discurso 10 - “Quando surge a necessidade de alguma informação, você possui algum processo pré-estabelecido de busca baseado nestes recursos? Se sim, favor descrevê-lo.” 73

Quadro 14 – Discurso 11 - “Quando essa busca por informação se torna inconclusiva, por quaisquer razões, qual(is) atitude(s) você costuma tomar?” 75

Quadro 15 – Discurso 12 - “Para quais usos ou finalidades você destina ou emprega a informação obtida por meio de recursos baseados em *UX/UI Design*?” 75

Quadro 16 – Discurso 13 - “Que tipos de soluções e benefícios você imagina que a área de *UX/UI Design* pode trazer tanto para a tecnologia, quanto para as atividades humanas?” 76

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

UX *User Experience* (Experiência de Usuário)

UI *User Interface* (Interface de Usuário)

SUMÁRIO

1.	INTRODUÇÃO	15
1.1.	OBJETIVOS	17
1.1.1.	OBJETIVO GERAL	18
1.1.2.	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	18
2.	DESENVOLVIMENTO	19
2.1.	COMPORTAMENTO INFORMACIONAL	22
2.2.	NECESSIDADES, BUSCA E USO DA INFORMAÇÃO	24
2.3.	<i>UX / UI DESIGN</i>	28
2.4.	USUÁRIOS DOS RECURSOS <i>UX/UI DESIGN</i>	33
3.	METODOLOGIA	35
4.	APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	38
5.	CONCLUSÕES	82
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS		84
APÊNDICE A - QUESTIONÁRIO DA PESQUISA		89

1. INTRODUÇÃO

Antes de abordar modelos, conceitos ou métodos propriamente ditos, é necessário trazer à tona a constante evolução da tecnologia, e consequentemente, as necessidades, dependências e interações dos indivíduos quanto a ela. É cada vez mais comum conceber a velocidade e a facilidade do acesso à informação como algo cotidiano e simplório, quando levamos em consideração as pessoas que possuem acesso à tecnologia. A busca por informação é algo pertencente à essência do homem, e ela ocorre consciente ou inconscientemente.

Hoje em dia, dificilmente existe algum indivíduo que não usa ou que nunca tenha usado um site ou aplicativo. Essas estruturas virtuais estão presentes em qualquer atividade rotineira da atualidade, como o pagamento de contas, envio de mensagens, ligações por voz e vídeo, entretenimento e até mesmo para o cuidado da saúde, dentre outras. É algo que, no decurso do tempo, se tornará ainda mais indispensável. Além dos aplicativos e sites, existem as chamadas ‘assistentes de voz’ – como a Alexa, da Amazon e a Siri, da Apple, que trazem as informações para a palma da mão, ou melhor dizendo, para os ouvidos, com um simples comando de voz.

Toda essa usabilidade e praticidade possui suas razões de existência, e elas se devem, em grande medida, ao *UX/UI Design*. O *UX Design* (do inglês *User Experience*) significa Experiência do Usuário, design responsável pelo contato do usuário com um determinado produto ou serviço. Abrange todo o processo de interação, desde o despertar do interesse, percorrendo a busca até a compra de algum serviço ou produto. Pode ser aplicado em qualquer instância, seja tecnológica ou não, por se basear em interações humanas. Mesmo sabendo que a experiência do usuário com uma marca, serviço ou produto é bastante pessoal, e que cada indivíduo compreende a interação à sua maneira, o *UX* empenha-se buscando atingir de forma positiva a maior quantidade de pessoas possíveis, por meio de pesquisas e testes constantes.

Por outro lado, o *UI Design* (do inglês *User Interface*) diz respeito à Interface do Usuário. Enquanto o *UX* procura criar a relação do usuário com o produto, o *UI* é o intercessor visual entre o indivíduo e os sistemas de informação. Caracteriza tudo aquilo que é utilizado na interação com um produto. Representa toda a parte de criação de interfaces funcionais e a parte visual, podendo ser interativa ou de um layout, permitindo que um usuário navegue de modo intuitivo de ponto a ponto. O foco dessa área não é apenas a beleza da interface, e sim suas interações e usabilidade.

É comum ocorrer confusão perante as duas definições. Porém, é importante entender que ambos se complementam e são fundamentais para o desenvolvimento de um bom design.

Pode-se comparar essa relação com uma simbiose, onde dois organismos se beneficiam em uma associação a longo prazo, buscando atingir um resultado satisfatório. Enquanto o *UX* é encarregado de pesquisar e entender as necessidades dos usuários, criando um serviço ou produto adequado a ele, o *UI* é o responsável por transpor essas demandas em interações funcionais, navegáveis, intuitivas e esteticamente aprazíveis.

O *UX Design* tem como foco colocar no centro de tudo quem é mais importante: o usuário. Lowdermilk (2013) cita que

A interação humano-computador (IHC) [...] foca no modo como os seres humanos se relacionam com os produtos ligados à computação. O design centrado no usuário (DCU) surgiu do IHC e [...] os ajuda a criar aplicativos que atendam às necessidades de seus usuários. (p. 26)

O Comportamento Informacional (CI), segundo Matta (2010, p.131-132), pode ser definido como um estudo centrado no usuário, procurando entender o caminho percorrido pelo mesmo na busca da informação e como ele a processa. Essa nova concepção tem como base conteúdos e teorias de áreas como a psicologia, a sociologia e a antropologia, aprofundando assim os estudos centrados nos usuários, que passam a desenvolver esforços no intuito de compreender os aspectos pessoais e coletivos dos indivíduos quando de seu envolvimento com a informação.

Além disso, Wilson (1999, p.249¹ apud MATTA, 2010, p.132) define CI como “atividades que uma pessoa se dedica quando está identificando suas necessidades de informação, procurando por quais caminhos sejam essas informações e usando e transferindo essa informação”. Faz-se então importante a prática de tais pesquisas, visto que é evidente a necessidade de compreender as motivações e fatores que influenciam os indivíduos, tanto no comportamento ante a informação quanto junto a sua busca e uso.

Dentre os assuntos tratados nas pesquisas que norteiam a CI, de acordo com Costa & Gasque (2004, p.1), uma das áreas mais abordadas são as necessidades de informação (NI). Conforme Miranda (2006), elas podem ser caracterizadas como “um estado ou um processo no qual alguém percebe a insuficiência ou inadequação dos conhecimentos necessários para atingir

¹ WILSON, T. D. Models in information behavior research. *Journal of Documentation*, London, v.55, n.3, p.249-270, Jun. 1999.

objetivos e/ou solucionar problemas, sendo essa percepção composta de dimensões cognitivas, afetivas e situacionais” (p. 106).

Assim, evidencia-se a relação existente entre o *UX Design*, o Comportamento Informacional e as Necessidades Informacionais, ao passo que o primeiro, no processo de desenvolvimento de um ou mais recursos informacionais, busca entender o comportamento do usuário no momento da busca e do uso da informação, procurando assim atender a sua necessidade. Entretanto, no âmbito científico, após pesquisas prévias acerca do assunto, não se constata a presença de estudos voltados a destacar e analisar a existência dessa relação.

Tendo por base esse cenário, propõe-se a realização de um estudo baseado no Comportamento Informacional, voltado para os usuários de recursos desenvolvidos por meio do *UX/UI Design*, sendo que considera-se como usuários para a realização desta pesquisa estudantes de graduação dos cursos integrantes da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal de Goiás (UFG) que possuam acesso à recursos desenvolvidos por *UX/UI Design*, uma vez que, de acordo com Sacramento (2021), o usuário é “qualquer indivíduo que interage com o produto”. Dessa forma, o objetivo geral aqui é identificar e compreender, por parte desses usuários e de sua interação com os recursos baseados em *UX/UI Design*, características pessoais e coletivas demonstradas por eles em torno da informação contida, veiculada ou acessível através de um ou mais desses recursos, o que vai de encontro ao pensamento de Matta (2010), no que se refere ao comportamento informacional.

Como objetivos específicos, procura-se:

- Compreender o nível de conhecimento desses usuários em relação ao *UX/UI Design*, ressaltando importantes aspectos inerentes ao mesmo (o que vem a ser esse design, a diferença entre *UX/UI*, entre outros);
- Identificar a existência de possíveis lacunas no conhecimento desses usuários quanto aos recursos e soluções que empregam *UX / UI Design*;
- Analisar as formas de solução de problemas enfrentados pelos usuários a partir de recursos / soluções baseadas em *UX / UI Design*;
- Entender, na visão dos usuários dos recursos baseados nesse design, quais são os benefícios gerais e específicos proporcionados pelo emprego do mesmo nos dias atuais junto aos recursos por eles utilizados.

1.1 OBJETIVOS

Nas seções abaixo estão descritos o objetivo geral e os objetivos específicos deste TCC.

1.1.1 Objetivo Geral

Identificar e compreender, por parte desses usuários e de sua interação com os recursos baseados em *UX/UI Design*, características pessoais e coletivas demonstradas por eles em torno da informação contida, veiculada ou acessível através de um ou mais desses recursos, o que vai de encontro ao pensamento de Matta (2010), no que se refere ao comportamento informacional.

1.1.2 Objetivos Específicos

- Compreender o nível de conhecimento desses usuários em relação ao *UX/UI Design*, ressaltando importantes aspectos inerentes ao mesmo (o que vem a ser esse design, a diferença entre *UX/UI*, entre outros);
- Identificar a existência de possíveis lacunas no conhecimento desses usuários quanto aos recursos e soluções que empregam *UX / UI Design*;
- Analisar as formas de solução de problemas enfrentados pelos usuários a partir de recursos / soluções baseadas em *UX / UI Design*;
- Entender, na visão dos usuários dos recursos baseados nesse design, quais são os benefícios gerais e específicos proporcionados pelo emprego do mesmo nos dias atuais junto aos recursos por eles utilizados.

2. DESENVOLVIMENTO

2.1 Comportamento Informacional

É cada vez mais evidente a facilidade e a praticidade do acesso às informações, em prol da solução de necessidades e indagações, oriunda do desenvolvimento da tecnologia e das relações interpessoais. Esse processo muitas vezes se mostra variável perante cada indivíduo, devido a seu tipo de necessidade, motivo de busca e o comportamento diante de cada situação. Em vista disso, áreas provenientes da Ciência da Informação, tais como a Gestão da Informação, a Biblioteconomia e a Arquivologia, buscam definir e trazer conceitos capazes de explicar o processo vivenciado por esses indivíduos. Andrade & Andrade (2016) definem que os objetivos dessas áreas consistem em “entender como o usuário pode estabelecer relações com a informação, bem como os estudos de usuários podem auxiliar no estreitamento dessa relação e permitir a identificação dos sujeitos” (p. 107).

Figueiredo (1994) definiu os estudos de usuários da informação como “investigações realizadas para conhecer as necessidades de informação dos usuários ou para avaliar o atendimento das necessidades de informação pelas bibliotecas e pelos centros de informação” (p. 22). O comportamento informacional, por sua vez, segundo Costa & Gasque (2010), é compreendido, por autores como Wilson (2000) e Pettigrew, Fidel e Bruce (2001) como um “campo oriundo das limitações dos estudos de usuários e, portanto, constituindo uma evolução desses estudos”. (p. 21).

As limitações supracitadas se deram, segundo Matta (2010), pelo fato de os estudos de usuários serem focados na tríade informacional - necessidade, busca e uso de informação - a qual foi percebida por estudiosos como incompleta, pois estes estudos acabavam por não considerar “os aspectos e as características pessoais e coletivas dos usuários em torno da informação” (p.132). No intuito de suprir essas limitações, ainda segundo o autor, os estudiosos da área de usuários da informação passaram a incluir teorias e conceitos oriundos de outras áreas do conhecimento, como a psicologia e a sociologia, por exemplo, procurando identificar e analisar instâncias que vão além da tríade citada acima, envolvendo, por exemplo, as razões pelas quais alguns usuários são capazes de reconhecer as lacunas em seu estado de conhecimento e outros não, ou as formas e caminhos pelos quais os indivíduos seguem para proceder a busca de informação e dar atenção maior a entender como os usuários processam a informação. Essas e outras ações evidenciam uma maior profundidade adotada aos estudos

envolvendo os usuários, surgindo com maior profusão pesquisas envolvendo o uso do termo ‘comportamento informacional’.

Consoante à definição de Figueiredo (1994), com o intuito de trazer uma compreensão mais abrangente do tema, partindo-se do pressuposto de que a informação se faz presente em mais ambientes do que as unidades de informação, Wilson (1999) expande o conceito anterior, trazendo-o no âmbito do comportamento humano, referindo-se às atividades de busca, uso e transferência de informação. Como consequência de tal análise, de acordo com Costa & Gasque (2010, p. 22), Wilson sugeriu quatro descrições em relação ao comportamento informacional, sendo:

- o **comportamento informacional** como “a totalidade do comportamento humano em relação ao uso de fontes e canais de informação, incluindo busca da informação passiva ou ativa”;
- o **comportamento de busca da informação** como “atividade ou ação de buscar informação em consequência da necessidade de atingir um objetivo”;
- o **comportamento de pesquisa da informação** como “o nível micro do comportamento, em que o indivíduo interage com sistemas de informação de todos os tipos”;
- e, por fim, o **comportamento do uso da informação** constituindo “o conjunto dos atos físicos e mentais” e envolvendo “a incorporação da nova informação aos conhecimentos prévios do indivíduo”.

Em vista dos estudos voltados aos usuários da informação, Capurro (2003) procura intitular três paradigmas, ditos como informacionais. Sendo detentores de ações focadas na melhoria dos mecanismos de busca, recuperação e atendimento das necessidades informacionais, são especificados como: paradigma físico, paradigma cognitivo e paradigma social. Entre as décadas de 1950 e 1970, perdurou-se o paradigma físico, ou centrado no sistema, cujo enfoque estava na observação de “aspectos relativos à recuperação da informação, desconsiderando o papel ativo do sujeito nesse processo de recuperação de informação” (Andrade & Andrade, 2016, p.111). Seu objetivo situa-se no entendimento do processo de transmissão da informação, sob o olhar no sistema, e que neste caso, o usuário é apenas um simples receptor, cabendo a ele adaptar-se ao sistema buscando alcançar a informação desejada.

O paradigma cognitivo, por sua vez, possui a ótica do usuário como elemento central no estudo dos mesmos, e não mais o sistema. Segundo Matta (2010),

Em vez de disponibilizar uma série de informações e desenvolver um método de busca de informações, pensando nos aspectos tecnológicos de um sistema ou de características puramente sociológicas dos usuários, procura-se entender qual o caminho percorrido pelas pessoas na busca pela informação. Procura-se dar atenção maior a entender como os usuários processam a informação do que ao desenvolvimento do sistema em si e a inserção de novas tecnologias. (p. 131).

Andrade & Andrade (2016, p. 112) percebem uma mudança significativa no papel do usuário no contexto informacional, a partir da década de 1970, quando ele “deixou de ser um mero receptor (paradigma físico), para um sujeito dotado de consciência capaz de discernir qual informação lhe interessa, e essa tendo potencial transformador no fluxo informacional em que ela se insere (paradigma cognitivo)”. Esse paradigma perdura até os dias de hoje, mas não de forma integral.

Isso porque o outro paradigma em vigência atualmente - paradigma social - começou a surgir na década de 1990, onde apontam-se, segundo Araújo (2016), os primeiros questionamentos quanto ao cognitivismo puramente aplicado aos estudos de usuários, já que o paradigma até então vigente “[...] desconsiderava os aspectos sociais e contextuais dos usuários da informação estudados” (p. 65). Como resultado das limitações observadas junto ao paradigma cognitivo, estudos que primavam por destacar não apenas a figura do usuário, mas também as diversas formas e posicionamentos por ele demonstrados e adotados conforme o contexto estudado e sua inserção social, começaram a surgir e serem valorizados no âmbito científico.

Assim, buscando acessar e analisar a totalidade no perfilamento dos usuários, considera-se o contexto social no qual os sujeitos e a informação estão inseridos. Conforme Andrade & Andrade (2016, p. 112), “essa última passa a adquirir novas características, de acordo com as variantes contextuais apresentadas pelas construções sociais do sujeito”.

2.2 Necessidades, Busca e Uso de Informação

A busca por novos conhecimentos e respostas para inúmeros questionamentos da existência sempre se fez presente na história da humanidade. Fato é que, esse tipo de busca decorre do reconhecimento de uma ou mais necessidades, por parte do indivíduo, a qual pode

ou não ser suprida posteriormente à essa busca. Entende-se que tais necessidades decorrem de motivos existentes, na sua grande maioria, na mente dos indivíduos. Martínez-Silveira e Oddone (2007, p. 119) afirmam que “o conceito de necessidade informacional definido por Wilson em 1981 descreve uma experiência subjetiva que ocorre apenas na mente de cada indivíduo, não sendo, portanto, diretamente acessível ao observador”. Acrescentam ainda, que “a necessidade só pode ser descoberta por dedução, através do comportamento, ou por um ato de enunciação da pessoa que a detém”.

Tendo em vista a mudança de paradigma perante os estudos de comportamento informacional, onde ao invés de focar nos sistemas de informação, optou-se por centrar as análises no usuário, de acordo com Miranda (2006, p.100), detectando novos direcionamentos apontando para as seguintes tendências:

- as necessidades dos usuários deveriam se tornar o foco central da operação de sistemas;
- os serviços de informação deveriam ser ajustados às necessidades específicas do indivíduo, e não o contrário;
 - deveria ser mudado o foco dos sistemas de informação, dirigidos a tecnologias e conteúdos, para os dirigidos aos usuários;
- deveria ser colocado o foco nos próprios usuários.

Dervin e Nilan (1986, p.17) trazem definições sobre necessidade de informação respectivas aos paradigmas até então existentes: físico e cognitivo. A mudança de paradigma fez com que a definição de necessidade de informação passasse de “estado de necessidade de algo que o pesquisador chama de informação, focada no que o sistema possui, e não o que o usuário precisa”, de acordo com o paradigma tradicional, para “quando a pessoa reconhece que existe algo errado em seu estado de conhecimento e deseja resolver essa anomalia, estado de conhecimento abaixo do necessário, estado de conhecimento insuficiente para lidar com incerteza, conflito e lacunas em uma área de estudo ou trabalho”, correspondendo ao novo paradigma. Dentro deste novo paradigma observado, as autoras destacam três abordagens dos estudos de necessidades e usos da informação: ‘Estado de Conhecimento Anômalo’ (Belkin et al., 1982), ‘Valor Agregado’ (Taylor, 1986) e ‘Construção de Sentido’, futuramente desdobrado por Ferreira (1997) em duas vertentes - ‘Processo Construtivista’ (Kuhlthau, 1993) e ‘*sense-making*’ (Dervin, 1998).

Miranda (2006, p. 106) define necessidades de informação como “um estado ou um processo no qual alguém percebe a insuficiência ou inadequação dos conhecimentos necessários para atingir objetivos e/ou solucionar problemas, sendo essa percepção composta

de dimensões cognitivas, afetivas e situacionais”. Ainda segundo a autora (p.100), a abordagem proposta por Taylor (1986) de **valor agregado** focava na “percepção da utilidade e valor que o usuário traz para o sistema, pretendendo fazer do problema do usuário o foco central (problema-valor-uso)”. O **estado de conhecimento anômalo**, por sua vez, tinha o “foco nas pessoas em situações problemáticas, em visões da situação como incompletas ou limitadas de alguma forma, onde os usuários são vistos como tendo um estado de conhecimento anômalo [...] e enfrentam lacunas, faltas, incertezas e incoerências (situação-lacuna-busca)”. A terceira abordagem, de **construção de sentido**, caracteriza-se pela tríade ‘situação-lacuna-uso’, buscando

Analisar como pessoas constroem sentido nos seus mundos e como elas usam a informação e outros recursos nesse processo. Procura lacunas cognitivas e de sentido expressas em forma de questões que podem ser codificadas e generalizadas a partir de dados diretamente úteis para a prática da comunicação e informação.

A autora ainda comenta sobre a existência de similaridades entre as três abordagens, e que “todas elas procuram isolar o que o usuário vê como dimensão fundamental de uma situação-problema, e o que pode ser relatado por diferentes estratégias cognitivas que os usuários utilizam para determinar que tipo de informação lhes será útil” (p. 101).

Cunha e Cavalcanti (2008, p. 257) apresentam o seguinte conceito de necessidade de informação:

Informação necessária ao desempenho adequado das atividades de um indivíduo ou de um grupo de indivíduos. Essas atividades podem ser relacionadas com a resolução de problemas, tomada de decisão, pesquisa científica, produção agrícola e industrial, educação e cultura.

De acordo com Wilson (2000², apud Miranda, 2006, p. 102), “existem ambientes sociais e organizacionais que envolvem o usuário e que afetam a motivação individual, os usos da

² WILSON, T. D. Recent trends in user studies research and qualitative methods. *Information Research*, v. 5, n. 3, Mar. 2000.

informação e seus fluxos”. As necessidades de informação, segundo Choo (2006³, apud Lopes; Perucchi; Vilarinho, p. 1020),

Devem ser examinadas dentro do contexto profissional, organizacional e social dos usuários. Essas necessidades variam de acordo com a profissão e com os grupos sociais com os quais o usuário está vinculado, suas origens demográficas e os requisitos específicos da tarefa que ele está realizando.

Além disso, Choo (1999⁴, apud Miranda, 2006, p. 103) afirma que “as pessoas usam a informação para resolver problemas ou desenvolver uma tarefa. O ambiente social na qual a informação é encontrada determina seu valor e sua importância.” Em vista disso, no processo de entendimento das necessidades informacionais dos indivíduos, deve-se levar em consideração o ambiente em que ele está inserido, já que, segundo Wilson (1981)

Grande quantidade de necessidades humanas pessoais está na raiz da motivação pelo comportamento de busca de informação, indicando que elas são inter-relacionadas, gerando, conjuntamente, o engajamento na busca por informações. As necessidades nascem dos indivíduos na vida social, e o mais relevante desses papéis é o papel exercido no trabalho. (p.102)

Outros fatores que apresentam relevância na relação entre as necessidades e o comportamento de busca da informação são os aspectos do ambiente onde se desempenha o ‘papel trabalho’: clima econômico, ambiente físico e sistema político. Para Wilson (2000⁵, apud Gasque; Nascimento, 2017, p. 207), “a busca da informação constitui-se um aspecto do comportamento informacional, resultante do ato de satisfazer uma necessidade de informação”. Além disso, “o uso da informação, por sua vez, abrange os atos físicos e mentais necessários à aquisição da informação ao arcabouço cognitivo”.

Miranda (2006, p. 105) diz que as “necessidades individuais de informação em dado contexto podem ser definidas por fatores advindos das dimensões **cognitivas, situacionais** e

³ CHOO, Chun Wei. *A organização do conhecimento: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões*. 2. ed. São Paulo: Ed. SENAC, 2006.

⁴ CHOO, Chun Wei. Closing the cognitive gaps: how people process information. *Financial Times*, London, Mar 22, 1999.

⁵ WILSON, T. D. Recent trends in user studies research and qualitative methods. *Information Research*, v. 5, n. 3, Mar. 2000.

afetivas referentes ao indivíduo, sua atividade e sua história de vida”. Autores como Belkin (1980; 1982) e Dervin (1998), apesar de possuírem abordagens distintas, baseiam-se nos **aspectos cognitivos**, onde o indivíduo percebe a existência de uma lacuna no seu entendimento perante algum assunto, “podendo-se definir as NIs como provenientes tanto da necessidade de suprir anomalias no estado de conhecimento, quanto da construção de sentido para poder solucionar problemas e situações-problema”. (Miranda, 2006, p. 105).

As funções desempenhadas pelo indivíduo e a complexidade dos problemas e do ambiente compõem os **aspectos situacionais**, “que determinam certos comportamentos e ações das pessoas em um ambiente qualquer”. Taylor (1986), diz que “o ambiente de uso da informação (geográfico, organizacional, social) é definido como um conjunto de elementos que afeta o fluxo e o uso das mensagens, define entidades ou grupos de clientes e determina o critério pelo qual o valor da informação será julgado em um dado contexto”.

Kuhlthau (1991; 1993) propõe o ‘princípio da incerteza’, considerando a gama de indeterminação nas associações mentais que caracteriza o pensamento humano. Wilson (1996; 1999) destaca que inúmeros fatores influenciam no processo de busca e uso da informação, induzindo sentimentos de incerteza que acabam por interferir na decisão de buscar ou não as informações. Estes **aspectos afetivos** compõem a dimensão afetiva, ou emocional, onde os sentimentos guiam o indivíduo na busca e uso da informação, a fim de solucionar problemas e/ou atingir objetivos.

Conforme Miranda (2006, p. 103), “nem toda necessidade se transforma em uma atividade de busca de informação, devendo haver mecanismos de ativação para que ele se efetive”. Por isso, a busca por informação ocorrerá apenas caso o indivíduo decida por realizá-la, sendo influenciado pela sua crença de que a busca será efetiva e/ou pelo custo ou benefício que ela trará. Os processos de busca e uso da informação são estruturados de maneira emocional e cognitiva, assim como dinâmica e situacional. O reconhecimento do problema (lacuna informacional), a busca pela informação para a construção do conhecimento e o uso da mesma para a solução do problema são os três fatores que ligam todos os paradigmas de estudos de necessidades informacionais.

2.3 UX / UI Design

O termo “experiência” pode ser definido como “um conhecimento ou aprendizado obtido através da prática ou da vivência” (EXPERIÊNCIA, 2020). A experiência existe desde

a primeira interação do ser humano com algum objeto ou animal. A partir dessa interação, geram-se novos aprendizados, que por sua vez, se caracterizam como experiências. Com o advento da tecnologia e das necessidades humanas, criou-se um estudo focado em aprimorar essas experiências, e entender um pouco mais das necessidades de cada indivíduo.

UX, termo criado por Donald Norman em 1990, pode ser definido como a maneira pela qual um indivíduo se sente sobre o uso de um produto, sistema ou serviço, que resulta em percepções do usuário acerca de aspectos práticos como utilidade, facilidade de uso e eficiência do sistema. Teixeira (2014, p.1) traz uma definição bastante simples sobre o termo: “Apesar do estrangeirismo que deu origem à sigla *UX* (*User eXperience*), o termo é bem mais simples do que parece. Experiência do usuário. Experiência de quem usa”.

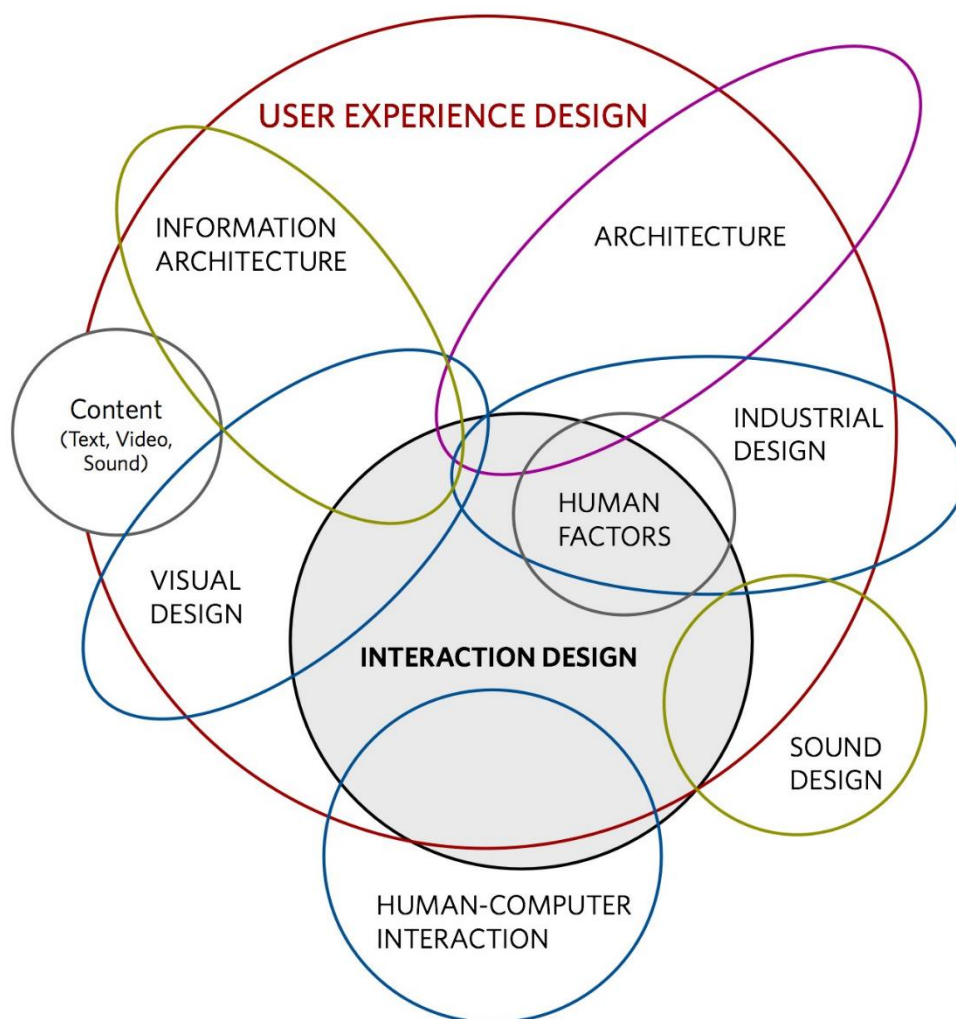
Durante o dia, os indivíduos são encarados como meros “usuários” de inúmeras coisas. Desde o momento em que acordam, com um despertador projetado para cumprir essa função, o carro, o computador, a garrafa d’água, o celular – produtos, objetos e serviços, sendo digitais ou não – são projetados para cumprir uma função. As experiências são objetivas, como já foi apresentado na definição de Wilson (1981), pois ocorrem nas mentes dos indivíduos e são influenciadas por diversas razões, tais como fatores humanos e fatores externos. Entretanto, mesmo sendo objetivas, essas experiências são projetadas por alguém, por meio da criação de interfaces. De acordo com Hess (20-?, n.p, apud Teixeira, 2014, p.02),

A maioria das pessoas acredita que User Experience é somente encontrar a melhor solução para os seus usuários – mas não é. *UX* se trata sobre definir o problemas que precisa ser resolvido (o porquê), definir para quem esse problema precisa ser resolvido (o quem), e definir o caminho que deve ser percorrido para resolvê-lo (o como).

O *UX Design* (Design de Experiência do Usuário) trata efetivamente do Design Centrado no Usuário (DCU), por meio da criação de produtos, serviços e/ou programas tendo foco direto na experiência do indivíduo, pensando em proporcionar a melhor experiência de utilização daquele recurso. Segundo Lanter e Essinger (2017, p. 1), o DCU é “uma metodologia e filosofia de projeto em que as necessidades, metas e sucesso do usuário final são consideradas”. Pagnan *et al.* (2019, p. 132) complementam que “pode ser aplicada a tudo que for destinado ao uso humano, sendo seu sucesso medido pela facilidade e satisfação que os

usuários experimentam ao interagirem com o resultado do projeto”. Doroftei *et al.* (2017, p. 20) definem como “processo de design e solução de problemas em múltiplas etapas e interação”.

Figura 1 – Diagrama das disciplinas que compõem *UX Design*



Fonte: Introdução e boas práticas em UX Design, de Fabrício Teixeira (2014, p. 3)

Dan Saffer, autor do livro *Designing for Interaction* (2009) e designer de interação, criou um diagrama (Figura 1), onde apresenta as disciplinas que compõem a área de *UX Design*. Nota-se que esta área não consiste apenas na criação de produtos digitais e *softwares*. O *UX Design* permeia disciplinas como Arquitetura da Informação e Design Industrial, percorrendo até o *Sound Design*, responsável pelo desenvolvimento de sons que criem diferentes sensações e sentimentos, mesmo invisíveis, afetando a experiência do indivíduo.

Peter Morville (2004), procurando explicar as diversas facetas do *UX Design*, desenvolveu o diagrama conhecido como “*User Experience Honeycomb*”, como pode ser visto na Figura 2.

Figura 2 – “*User Experience Honeycomb*”



Fonte: <https://medium.com/mytake/the-ux-honeycomb-seven-essential-considerations-for-developers-accc372a398c>

Kanaoka (2014) traduz o “*Facets of the User Experience*” de Peter Morville (2014), descrevendo os componentes da “*User Experience Honeycomb*”:

- Útil (*Useful*) – Como praticantes de *UX*, nós não podemos nos contentar em pintar dentro das linhas demarcadas pelos gestores. Nós devemos ter coragem e criatividade para questionar se os nossos sistemas são úteis, e aplicar os nossos conhecimentos para definir

soluções inovadoras e garantir que produto/serviço final entregue valor para quem for utilizá-lo;

- Valioso (*Valuable*) – Nossos sites devem entregar valor aos nossos Stakeholders, deve contribuir no resultado final e aprimorar a satisfação do usuário. Para as organizações sem fins lucrativos, a experiência do usuário deve contribuir para a missão da organização;
- Credibilidade (*Credible*) – O que faz uma pessoa acreditar ou não no que encontra na web? Quais estratégias os usuários empregam ao avaliar a credibilidade de recursos online? Graças ao *Web Credibility Project*, nós estamos começando a entender quais elementos de design influenciam no que os usuários confiam e acreditam quando estão navegando na web;
- Utilizável (*Usable*) – Facilidade de uso é vital, e ainda métodos centrados na interface e perspectivas homem-máquina não abordam todas as dimensões dos projetos digitais. Em poucas palavras, usabilidade é necessário, mas não é o suficiente;
- Desejável (*Desirable*) – Nossa missão para eficiência deve ser temperada pela apreciação ao poder e valor da imagem, identidade, marca e outros elementos do design emocional;
- Encontrável (*Findable*) – Devemos nos esforçar para projetar sites navegáveis e objetos localizáveis, projetar para que os usuários consigam encontrar o que eles precisam;
 - Acessível (*Accessible*) – Assim como nossos prédios possuem elevadores e rampas, nossos sites devem também ser acessíveis para pessoas com necessidades especiais (mais de 10% da população). Hoje, isto é um bom negócio e o aspecto ético a ser feito.

Entende-se que a usabilidade é tomada como um dos principais pontos no estudo de *UX*, visto que ela corresponde ao estudo de como os seres humanos se relacionam com qualquer produto. Entretanto ela não é subjetiva. Possui diversas metodologias e disciplinas, formando um conglomerado, fundamentado no conhecimento científico. Sendo assim, associá-la a algo subjetivo é inválido, pois qualquer decisão a ser tomada no processo de design leva em consideração o estudo e observação dos usuários, e não baseada em preferências e entendimentos pessoais. Ela é fundamentada em dados.

O *UI Design* ou *User Interface Design* (Design de Interface de Usuário) é definida, segundo Arty (2018), como a

Área que estuda o meio pelo qual uma pessoa interage ou controla um dispositivo, software ou aplicativo. Essa interação pode ser feita através de elementos que forneçam ações entre o dispositivo e o usuário, como por

exemplo, botões, links, menus e qualquer outro elemento que permita uma interação entre o dispositivo e o usuário.

Consiste na parte visível de um produto ou serviço no qual o usuário interage. Entretanto, não se limita apenas à parte visual de um projeto. Ela também foca em como ocorrerá o processo de interação entre o usuário e o meio, indo muito além da estética e da aparência do produto a ser entregue. Para que o processo de desenvolvimento de UI seja bom, faz-se necessário sempre antecipar as necessidades dos usuários e garantir que a interface a ser projetada seja fácil de usar e acessar. Assim, garante uma boa experiência de interação, minimizando e até mesmo evitando dificuldades de utilização e possíveis frustrações por parte do usuário. Assim como em qualquer disciplina ou área, existem princípios e fundamentos básicos utilizados como guias no processo de desenvolvimento de um produto ou serviço. Na área de *UI Design* não é diferente. De acordo com Silvestri (2020, p. 17), existem 6 princípios fundamentais de *UI Design*.

O primeiro deles é o **espaço**. “Também conhecido como espaço negativo ou espaço em branco, esse princípio diz respeito ao espaço definido entre os demais elementos de uma interface” (Silvestri, 2020, p. 18). Ter uma interface com boa legibilidade, usabilidade e elegância traz ordem, organização e ênfase aos elementos da mesma, facilitando o entendimento das informações por parte do usuário. Segundo Silvestri (2020, p. 19), “existem dois principais tipos de espaço: o espaço micro e o espaço macro. Espaço micro diz respeito ao espaço interno dos elementos de uma interface. Já o espaço macro se refere ao espaço entre grupos de elementos”.

Em seguida, pontua-se sobre **grids e alinhamento**, onde sua principal funcionalidade é definir uma regra de organização e alinhamento dos elementos de uma interface. A **consistência** diz respeito a algo que segue um padrão ou uma ordem já pré-estabelecida. Interfaces visuais com muitas inconsistências passam a impressão de algo mal feito e mal planejado. Esses padrões podem ser definidos por meio de escala de tamanhos, cores e tipografias.

Como quarto princípio, tem-se a **hierarquia visual**. Por meio desta, define-se o que é mais relevante em uma interface, dando maior importância a elementos como peso das tipografias, contraste das cores, escala de tamanhos, espaço e agrupamento. A **usabilidade**, por sua vez, não se trata apenas do quão intuitivo e fácil de se utilizar algo é. Não importa a complexidade de desenvolvimento da interface, se ela não é agradavelmente usável, ela não atende o usuário. Como dito por Teixeira (2014, p.1),

Não temos tempo para ler manuais – seguimos padrões cognitivos de navegação cada vez mais intuitivos. Um sistema pode ser extraordinário em termos da complexidade de desenvolvimento, otimização no processamento computacional ou das integrantes com N outros sistemas online. Se aquela camada do software que faz a interface com o usuário não é agradavelmente usável, o resultado de todo o seu incrível trabalho tecnológico de bastidores pode ter sido em vão ou negativamente impactado, pois não atingiu quem deveria: o usuário final.

Por fim, o **design visual em interfaces** sustenta-se por meio do uso de elementos como cores, tipografias e componentes, levando em consideração aspectos de consistência, hierarquia visual, espaços e usabilidade.

O *User Experience* se refere à forma como o visitante se sente ao utilizar o produto, serviço e/ou sistema, enquanto o *User Interface* projeta o sistema proporcionando que ele interaja e chegue ao objetivo. O *UI Design* pode ser considerado como uma ponte que liga o que foi planejado pelo *UX Design* com o usuário.

2.4 Usuários dos recursos *UX/UI Design*

De acordo com o dicionário Michaelis⁶, o termo ‘usuário’ pode ser empregado tanto como substantivo quanto como adjetivo, designando o indivíduo que faz uso de algo. Existem diversos objetos e recursos, tanto físicos quanto virtuais, que podem ser compreendidos como algo nesta definição, uma vez que podem ser utilizados por um ou mais usuários, de maneiras variadas, visando a realização de uma ação ou mesmo alcançar-se um ou mais resultados.

Pode-se considerar o *UX/UI Design* como um recurso, pois as soluções, produtos e serviços que tem por base o seu emprego são desenvolvidas de modo a gerar funcionalidades que visam a facilitar e melhorar os processos de interação entre usuários e as máquinas.

O usuário da informação, de acordo com Sanz-Casado (1994, p.19) é compreendido como “aquele indivíduo que necessita de informação para o desenvolvimento de suas atividades”. Assim sendo, pode-se considerar como usuário da informação essencialmente todo e qualquer indivíduo, já que, em diversas situações e momentos, em uma base cotidiana, todos

⁶ <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/usuario>

exibem necessidades informacionais variadas, que precisam ser resolvidas para a continuidade da vida.

Uma das formas mais comuns de obter informação atualmente é através do emprego de um ou mais recursos tecnológicos, quer sejam produtos ou serviços, dadas as facilidades, conveniências e praticidades que a tecnologia acaba por trazer aos usuários. Entretanto, o uso desses recursos tecnológicos vem se tornando cada vez mais comum, e até em virtude disso, sendo realizado de forma quase automática pelos usuários. Tal prática implica em muitas vezes ignorar as formas e o nível necessário de interação e também de experiência para a utilização de forma correta e com o maior índice de retorno positivo desses recursos a esses usuários.

É justamente na percepção e emprego da interação e da experiência dos usuários que reside a área de estudos de *UX/UI Design*. Embora se trate de uma nova área de estudos dentro da temática de marketing, de acordo com Ribeiro e Kling (2016), nota-se a sua presença como uma “[...] metodologia específica voltada para projetos de produtos digitais, focando no design centrado no usuário” (p. 233).

Ainda segundo os autores, a forma mais simples de se compreender o *UX/UI Design* é associá-los a toda a interação e experiência vividas por um ou mais usuários, diante de um determinado produto, serviço ou marca. Como exemplo, pode-se afirmar que um usuário, ao navegar por um site sem demonstrar grandes dificuldades, ou ser atendido de forma eficiente em um call center, são ações em que é possível se identificar e analisar diferentes níveis de interação e de experiência associados a estes produtos (site) e serviço (call center).

Entretanto, mesmo ações consideradas comuns, como a navegação em um site ou uma operação realizada em um contato via *call center*, podem gerar diferentes níveis de experiência e de interação, uma vez que os usuários podem se portar de formas diferentes no uso desses recursos, apresentando tanto similaridades quanto particularidades junto a eles. Essas diferenças podem advir de lacunas ou ausências de conhecimento demonstradas pelos usuários quanto às formas de acesso e aos procedimentos adequados para se valer de um ou mais produtos ou serviços.

Visto como uma das principais entidades no processo de desenvolvimento de recursos advindos de *UX/UI*, os usuários trazem consigo inúmeras necessidades no que concerne à informações sobre a experiência e a interface junto a elas, o que é encarado de maneira positiva, na medida em que estas necessidades podem ser empregadas como motores na criação e desenvolvimento de recursos baseados em *UX/UI*. Qualquer indivíduo pode ser considerado como um usuário de um ou mais recursos que envolvam a experiência e / ou a interface *UX/UI*,

partindo-se do princípio de que, para a realização de suas atividades, independente da natureza das mesmas, ele deve primeiramente procurar sanar as necessidades / lacunas informacionais existentes.

Ao reconhecer que o usuário é um indivíduo que necessita de informações em uma base contínua para desenvolver suas tarefas e ações cotidianas, e que na atualidade a busca, o acesso e o uso dessas informações está cada vez mais facilitado pelo emprego de tecnologias, identificar os diferentes níveis de interação e de experiência desse usuário é crucial para o êxito de produtos e serviços, cabendo aos profissionais envolvidos com o *UX/UI Design* a tarefa de acessar e analisar o desempenho dos usuários quando do uso de seus produtos e serviços, evidenciando os seus diferentes níveis de interação e de experiência, para que seja possível aprimorar os recursos desenvolvidos, com base naquilo que os usuários demonstram em termos de necessidades informacionais e do seu atendimento, o que deve ser realizado de forma contínua, para que assim se alcance a excelência dos mesmos.

3. METODOLOGIA

Apoiando-se nas definições apresentadas e nos objetivos traçados por essa pesquisa, definiu-se a mesma de natureza qualitativa, visando a busca das respostas para os questionamentos anteriormente levantados e solução dos problemas apontados. Métodos qualitativos “são aqueles nos quais é importante a interpretação por parte do pesquisador com suas opiniões sobre o fenômeno em estudo. Neles, a coleta de dados muitas vezes ocorre por meio de entrevistas com questões abertas.” (Parreira, Pereira & Shitsuka, 2018, p. 67). Além disso, Ludke e Andre (2013⁷, apud PARREIRA, PEREIRA & SHITSUKA, 2018, p. 67) apresentam algumas características desse tipo de pesquisa, a saber:

- 1) A pesquisa qualitativa, em geral, ocorre no ambiente natural com coleta direta de dados e o pesquisador é o principal instrumento;
- 2) Os dados coletados são preferencialmente descritivos;
- 3) A preocupação do processo é predominante em relação à do produto;
- 4) O “significado” que as pessoas dão às coisas e a sua vida são focos de atenção para o pesquisador e,

⁷ LUDKE, M.; ANDRE, M. E. D. A. Pesquisa em educação: uma abordagem qualitativa. 2.ed. São Paulo: EPU, 2013.

5) A análise de dados e informações tende a seguir um processo indutivo.

Essa pesquisa possui caráter exploratório, pois tem como objetivo principal identificar e compreender, por parte dos usuários de recursos baseados em *UX/UI Design*, características pessoais e coletivas demonstradas por eles em torno da informação contida, veiculada ou acessível através de um ou mais desses recursos. Para tanto, recorre-se também ao reconhecimento das suas necessidades informacionais por meio da interação com recursos baseados em *UX/UI Design*, procurando entender junto a eles a motivação e as razões que de fato os influenciam em sua busca por informação, bem como seu nível de conhecimento em relação ao *UX/UI Design* e os benefícios dessa área para os dias atuais.

Segundo Gil (2007), esse tipo de pesquisa, aparentemente simples, explora a realidade buscando maior conhecimento, para depois planejar uma pesquisa descritiva. O planejamento da pesquisa exploratória é bastante flexível, já que o pesquisador não possui clareza do problema nem da hipótese a serem investigados. A modalidade de estudo selecionado é o estudo de campo, pois pretende-se entender e aprofundar nas características demonstradas pelos usuários, as relações estabelecidas entre eles e as informações junto aos recursos baseados em *UX/UI Design*.

No contexto da presente pesquisa, será utilizada uma amostra, definida por Gil (2008) como um “subconjunto do universo ou da população, por meio do qual se estabelecem ou se estimam as características desse universo ou população” (p. 94). Nesse sentido, a presente pesquisa ocorrerá de forma remota, com usuários de recursos de *UX/UI Design*, sendo eles mais especificamente discentes de graduação dos cursos integrantes da Faculdade de Informação e Comunicação (FIC) da Universidade Federal de Goiás (UFG). Pelo fato da UFG possuir cerca de 28 mil estudantes, optou-se por proceder a essa delimitação via amostragem, por motivos de familiaridade com o público, e com vistas a qualidade dos dados obtidos para a pesquisa.

De maneira mais específica, será utilizada uma amostragem por acessibilidade ou por conveniência, pois ainda de acordo com Gil (2008), este tipo em particular de amostragem “[...] é destituída de qualquer rigor estatístico. O pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo” (p. 94). Tal amostragem se aplica ao presente estudo, na medida em que o grupo de usuários selecionado está presente no círculo acadêmico do pesquisador. Além disso, ainda segundo o mesmo autor, é comum a aplicação deste tipo de amostragem em estudos exploratórios.

A forma de coleta de dados selecionada foi através do emprego de um questionário, onde serão realizadas perguntas que gerarão tanto dados qualitativos quanto quantitativos, pois dessa forma pode-se alcançar resultados junto ao recorte amostral estabelecido, além de se obter todas as informações necessárias para a produção dos resultados. O questionário, segundo Gil (1999), pode ser definido “como a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas, etc.” (p.128).

Desse modo, o uso do questionário vem ao encontro dos objetivos definidos, uma vez que se busca identificar e compreender as opiniões, experiências e crenças dos usuários em relação à área de *UX/UI Design*. Ele será desenvolvido através da ferramenta *Google Forms*, e aplicado remotamente por meio do envio de um *link* para o público-alvo definido acima. O acesso aos discentes da FIC, e o subsequente envio desse *link*, ocorrerão por intermédio das comunidades dos cinco centros acadêmicos dos respectivos cursos de graduação, e também pela comunidade da Associação Atlética Acadêmica de Comunicação e Informação (A.A.A.C.I), presentes junto a rede social *WhatsApp*. A escolha pela aplicação dos questionários junto ao público-alvo recorrendo-se a estas comunidades é compatível com a amostragem por acessibilidade ou por conveniência conforme Gil (2008) explicita, uma vez que o pesquisador é um discente desta unidade acadêmica e portanto, é membro nesta rede social de algumas das comunidades citadas.

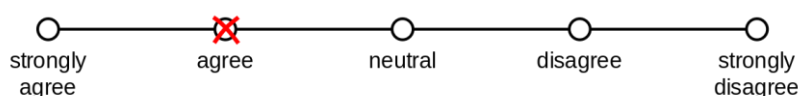
Visando atender aos objetivos estabelecidos nessa pesquisa, e os resultados pretendidos, optou-se pela aplicação de um questionário semi-aberto, o qual, de acordo com Diniz, Vasconcelos, Maia-Vasconcelos e Rocha (2011), “é composto por perguntas fechadas de múltipla escolha e por questões abertas de livre resposta.” (p. 4). Desse modo, se faz viável a possibilidade de obter melhores respostas e informações de alto valor para a pesquisa. Para a realização de tal, buscando através das respostas obtidas e analisadas junto a este público, pretende-se adquirir o máximo de informações possíveis, mediante os recursos disponíveis (software de análise de resultados e questionários), a fim de sanar as dúvidas geradas acerca do assunto e alcançar os objetivos estabelecidos.

No processo de construção do entendimento do conhecimento e da opinião dos usuários dessa pesquisa, baseadas na escala de Likert, as questões apresentam uma afirmação autodescritiva, ou seja, oferecem como opção de resposta uma escala de pontos com descrições verbais que contemplem extremos - como “concordo totalmente” e “discordo totalmente”.

Segundo Frankenthal (2022), a escala de Likert permite “a descoberta de diferentes níveis de intensidade de opinião a respeito de um mesmo assunto ou tema. [...] Uma abordagem capaz de extrair *insights* qualitativos de uma pergunta estruturada de forma quantitativa”. Dessa forma, a partir das descrições verbais, torna-se possível a compreensão das opiniões e visões apresentadas por cada entrevistado, viabilizando uma análise mais clara e objetiva.

Figura 3 – Imagem representativa da Escala de Likert

1. The website has a user friendly interface.



Fonte: https://pt.wikipedia.org/wiki/Escala_Likert

Além da aplicação da escala de Likert, conforme acima exposto, tendo em vista a definição da presente pesquisa como qualitativa, a técnica de organização e tabulação de dados do Discurso do Sujeito Coletivo (DSC), desenvolvida por Lefèvre e Lefèvre (2003) também será empregada. Essa técnica é caracterizada como um discurso-síntese elaborado com partes de discursos de sentido semelhante, a partir de procedimentos sistemáticos e padronizados. Por meio do DSC, é possível conhecer os pensamentos, representações e crenças de uma coletividade sobre um determinado tema utilizando-se de métodos científicos. A seleção dessa técnica se fez, além da possibilidade de se organizar os dados qualitativos, por razão da viabilidade de analisar respostas provenientes de questões abertas, agrupando os estratos de sentido semelhante nesses discursos-síntese, onde são redigidos em primeira pessoa do singular, como se uma coletividade estivesse falando.

4. DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Após a aplicação do questionário, foi possível obter o total de 40 respostas. O questionário foi composto por 18 perguntas, separadas em 3 seções: Seção I - Dados sociodemográficos, Seção II - Definindo o *UX/UI Design* e Seção III - Uso de recursos baseados em *UX/UI Design*. Na primeira seção, procurou-se conhecer o público, por meio de dados sociodemográficos, como gênero, faixa etária e curso de graduação. Já na segunda seção, adentrando a temática do *UX/UI Design*, investigou-se o nível de entendimento do público

acerca dessa área, com indagações sobre a definição de *UX/UI Design*, diferença(s) entre os dois termos (*UX* e *UI*), recursos utilizados que são baseados nos mesmos, os motivos que levam o indivíduo a recorrer a esses recursos, processos pré-estabelecidos de busca de informação e a finalidade que se emprega as informações obtidas. Ou seja, perguntas que pudessem fornecer dados relevantes à pesquisa, a fim de criar um discurso único, que pudesse representar a maioria. Por fim, na terceira seção, por meio da escala de Likert, buscou-se categorizar, a partir de afirmações autodescritivas, a opinião do público em relação ao impacto que o *UX/UI Design* causa, tanto na população, quanto no mundo da tecnologia atualmente.

Partindo para a parte analítica da pesquisa, em primeiro lugar, foi realizada uma separação das perguntas que receberiam a Análise do Discurso do Sujeito Coletivo. Essa escolha baseou-se na estrutura criada no questionário, pois não seria possível realizar tal análise em perguntas objetivas e de escala. De tal modo, as perguntas discursivas se fizeram mais bem adequadas para serem enquadradas no método de análise selecionado. Em seguida, foi empreendida uma listagem individual, com o objetivo de separar as respostas de acordo com cada pergunta. Posteriormente, realizou-se a categorização das ideias centrais presentes nos discursos de cada indivíduo, pergunta a pergunta. As respostas que continham dados que não contribuíam para uma análise completa, e que não representassem um discurso que falasse pela maioria, foram descartadas.

PERGUNTA 5 - “O que você entende por ser *UX/UI Design*?”

RESPONDENTE 1: Ux é a experiência do usuário. Agora não sei dizer se UI seria a mesma coisa ou algo diferente.

RESPONDENTE 2: Não faço ideia

RESPONDENTE 3: Área do design que trabalha a experiência do cliente.

RESPONDENTE 4: A interface de sites e aplicativos

RESPONDENTE 5: Nunca ouvi falar sobre o termo.

RESPONDENTE 6: A criação de uma interface abordando a experiência de um usuário quando for utilizá-la (onde colocar um botão, o tamanho dele, se clicar leva pro lugar certo etc)

RESPONDENTE 7: Responsável pela interface gráfica de aplicativos

RESPONDENTE 8: Não faço ideia

RESPONDENTE 9: Pesquisas voltadas para uma melhor experiência do usuário com a tecnologia

RESPONDENTE 10: UX entendo como a experiência do usuário no geral. UI não conheço.

RESPONDENTE 11: Entendo que é tudo que envolve o aprimoramento da experiência de usuários em sites, apps, landing pages e etc.

RESPONDENTE 12: Alguém que desenvolve o design de sites

RESPONDENTE 13: Design de experiência e interface do usuário

RESPONDENTE 14: Um profissional que atua na usabilidade de sites, blogs, redes sociais, fontes informacionais em geral, de modo que o usuário não tenha problemas em encontrar o que precisa por conta do design do mesmo.

RESPONDENTE 15: Designer de experiência/interface. Tem como principal função tornar a jornada do usuário mais agradável/fácil.

RESPONDENTE 16: Uma área que foca no desenvolvimento de sites, softwares e coisas desse tipo sempre voltado para a experiência do usuário.

RESPONDENTE 17: Design de plataformas/aplicativos

RESPONDENTE 18: Criar a melhor solução para a plataforma de um site ou app

RESPONDENTE 19: Experiência de usuário, como o design pode proporcionar uma melhor experiência de acordo com o entendimento do comportamento humano diante das telas!

RESPONDENTE 20: UX design é a produção do design baseada na jornada do cliente, em que a interação do usuário é um foco.

RESPONDENTE 21: não sei o que significa

RESPONDENTE 22: Planejamento e design de interfaces

RESPONDENTE 23: Experiência e Interface de usuário, sobre usabilidade e visuais web.

RESPONDENTE 24: Criação/formatação do design de um site/aplicativo

RESPONDENTE 25: Design de experiência do usuário e interfaces

RESPONDENTE 26: Não sei

RESPONDENTE 27: São termos relacionados ao design em sistemas informacionais

RESPONDENTE 28: Experiência do usuário

RESPONDENTE 29: Não sei

RESPONDENTE 30: Ux é trabalhando em cima da melhor experiência do usuário no site, já a ui é são os botões e aplicações na arquitetura do site

RESPONDENTE 31: Não sei muito bem, só ouvi falar.

RESPONDENTE 32: Design de elementos na configuração da interface de sites ou aplicativos com os quais o usuário interage

RESPONDENTE 33: Se relaciona com a experiência do usuário em um site.

RESPONDENTE 34: Não sei

RESPONDENTE 35: Não sei

RESPONDENTE 36: Nunca ouvi falar

RESPONDENTE 37: Não sei

RESPONDENTE 38: Desconheço

RESPONDENTE 39: Não sei.

RESPONDENTE 40: Construção de layout para que seja usual, fácil e simples para o usuário.

Ideias centrais retiradas: Experiência do usuário/cliente, Interface, Usabilidade, Jornada do usuário/cliente, Solução, Sistemas informacionais, Arquitetura do site, Construção de layout.

Quadro 1: Pergunta 5 - “O que você entende por ser *UX/UI Design*?”

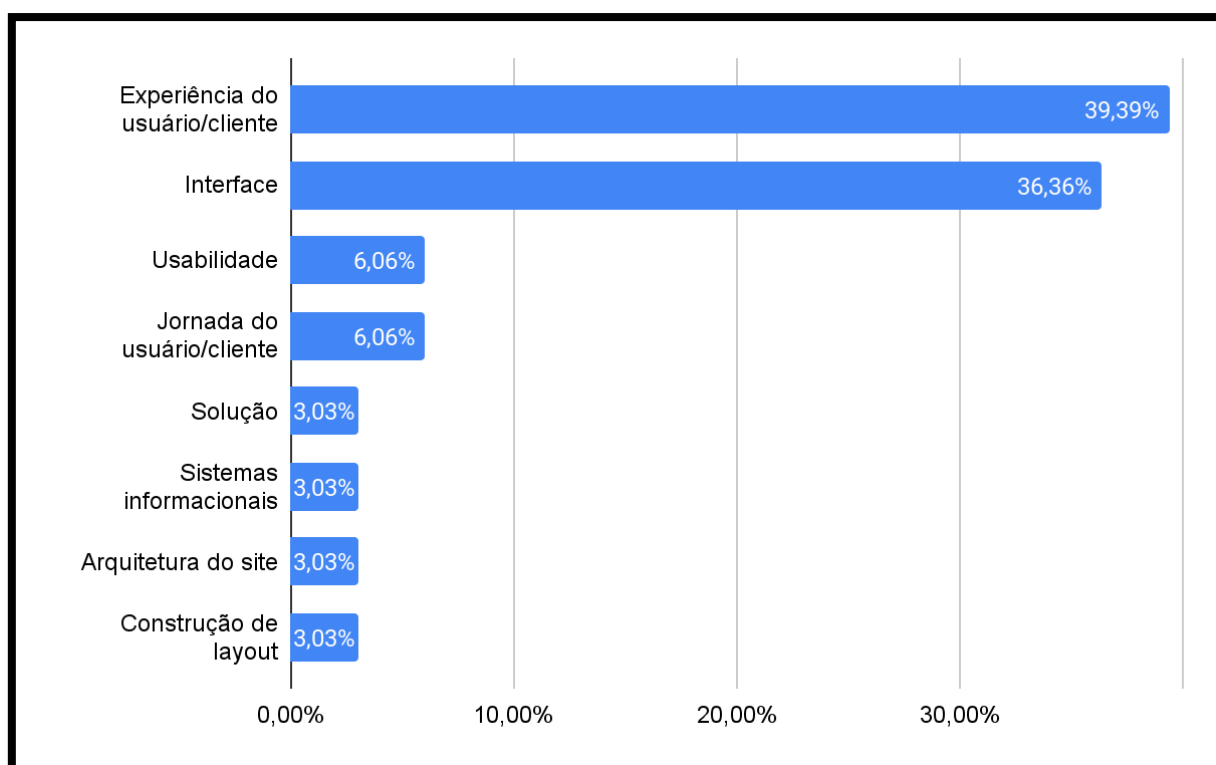
Experiência do usuário/cliente	Entendo UX como a área do design que trabalha a experiência do cliente, ou experiência do usuário no geral, que realiza pesquisas voltadas para uma melhor experiência do usuário com a tecnologia. Entendo que é tudo que envolve o aprimoramento da experiência de usuários em sites, apps, landing pages e etc. Também é uma área que foca no desenvolvimento de sites, softwares e coisas desse tipo sempre voltado para a experiência do usuário. Assim, a experiência de usuário, como o design pode proporcionar uma melhor experiência de acordo com o entendimento do comportamento humano diante das telas! Vejo como a experiência e interface de usuário, sobre usabilidade e visuais web, trabalhados em cima da melhor experiência
--	---

	do usuário no site, que se relaciona com a experiência do usuário em um site.
Interface	A interface de sites e aplicativos, a criação de uma interface abordando a experiência de um usuário quando for utilizá-la (onde colocar um botão, o tamanho dele, se clicar leva pro lugar certo etc), sendo responsável pela interface gráfica de aplicativos, ou seja, alguém que desenvolve o design de sites. Entendo como design de experiência/interface, design de plataformas/aplicativos, planejamento e design de interfaces, e sobre usabilidade e visuais web, para a criação/formatação do design de um site/aplicativo e design de elementos na configuração da interface de sites ou aplicativos com os quais o usuário interage.
Usabilidade	Experiência e Interface de usuário, sobre usabilidade e visuais web, sendo um profissional que atua na usabilidade de sites, blogs, redes sociais, fontes informacionais em geral, de modo que o usuário não tenha problemas em encontrar o que precisa por conta do design do mesmo.
Jornada do usuário/cliente	UX design é a produção do design baseada na jornada do cliente, em que a interação do usuário é um foco, que tem como principal função tornar a jornada do usuário mais agradável/fácil.

Solução	Criar a melhor solução para a plataforma de um site ou app.
Sistemas informacionais	São termos relacionados ao design em sistemas informacionais.
Arquitetura do site	UI são os botões e aplicações na arquitetura do site.
Construção de layout	Construção de layout para que seja usual, fácil e simples para o usuário.

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Figura 4 - Gráfico referente à porcentagem das ideias centrais da pergunta 5



Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

PERGUNTA 6 - “Na sua compreensão, existe(m) diferença(s) entre os conceitos *UX* e *UI*? Se sim, favor informá-la(s) a seguir:”

RESPONDENTE 1: Não tenho certeza

RESPONDENTE 2: Não sei

RESPONDENTE 3: Não sei

RESPONDENTE 4: Um seria a parte mais conceitual e a outra a parte visual mesmo

RESPONDENTE 5: UX é mais completo em relação a UI por analisar certos comportamentos complexos do usuário.

RESPONDENTE 6: Acredito que sim, mas não sei dizer

RESPONDENTE 7: Eu sei que existem, mas nunca busquei a fundo

RESPONDENTE 8: Eu realmente não faço ideia

RESPONDENTE 9: Sim, enquanto a ui busca uma melhora em interfaces, a ux procura uma melhora em todas as interações do usuário

RESPONDENTE 10: Não sei dizer.

RESPONDENTE 11: Acredito que sim, porém um complementa o outro, enquanto o UX pensa na experiência como um todo o UI pensa em detalhes como disposição de elementos e coisas do tipo.

RESPONDENTE 12: Não sei dizer

RESPONDENTE 13: Sim, um está focado na experiência do usuário em sites/apps e o outro na interface e facilidade de mexer nesses sites/apps, deixando-os mais intuitivos.

RESPONDENTE 14: Não.

RESPONDENTE 15: Não sei a diferença.

RESPONDENTE 16: Sempre achei que fosse a mesma coisa.

RESPONDENTE 17: Não sei muito para opinar

RESPONDENTE 18: UX está ligado mais a soluções, pesquisa sobre o usuário etc

UI está ligado mais a construção do visual do site ou app a partir das soluções do UX

RESPONDENTE 19: Não sei a diferença

RESPONDENTE 20: Não conheço muito bem a diferença entre os dois.

RESPONDENTE 21: não sei.

RESPONDENTE 22: Imagino que uma seja mais a parte de códigos de programação e outra a parte mais de planejamento e design

RESPONDENTE 23: Sim, creio que um é mais visual e o outro mais conceitual.

RESPONDENTE 24: Sei que tem diferença mas nao sei qual

RESPONDENTE 25: Sim. O UX se refere mais à experiência do usuário ao lidar com alguma interface/aplicação e o UI é sobre a interface gráfica propriamente dita.

RESPONDENTE 26: Não sei

RESPONDENTE 27: Enquanto o UI Design tem como principal foco a interface de um determinado aplicativo ou site, o UX Design observa esse e outros aspectos, que vão desde o caminho que um usuário faz para chegar ao seu objetivo final até experiências anteriores que uma pessoa teve com aquele produto ou serviço, que podem impactar positivamente ou não a sua interação.

RESPONDENTE 28: Não

RESPONDENTE 29: Não entendo

RESPONDENTE 30: Sim, ux é focado na experiência do usuário e ui na arquitetura da informação do site

RESPONDENTE 31: Não sei.

RESPONDENTE 32: Não sei

RESPONDENTE 33: Não sei.

RESPONDENTE 34: Não sei

RESPONDENTE 35: Não sei

RESPONDENTE 36: Não sei

RESPONDENTE 37: Não faço a mínima ideia

RESPONDENTE 38: Não sei

RESPONDENTE 39: Não sei.

RESPONDENTE 40: Não sei

Ideias centrais retiradas: Conceitual, Visual, Análise de comportamentos, Interface, Interações de usuário, Experiência, Disposição de elementos, Soluções, Programação, Planejamento e design, Jornada do usuário, Arquitetura da informação.

Quadro 2: Pergunta 6 - “Na sua compreensão, existe(m) diferença(s) entre os conceitos *UX* e *UI*? Se sim, favor informá-la(s) a seguir:”

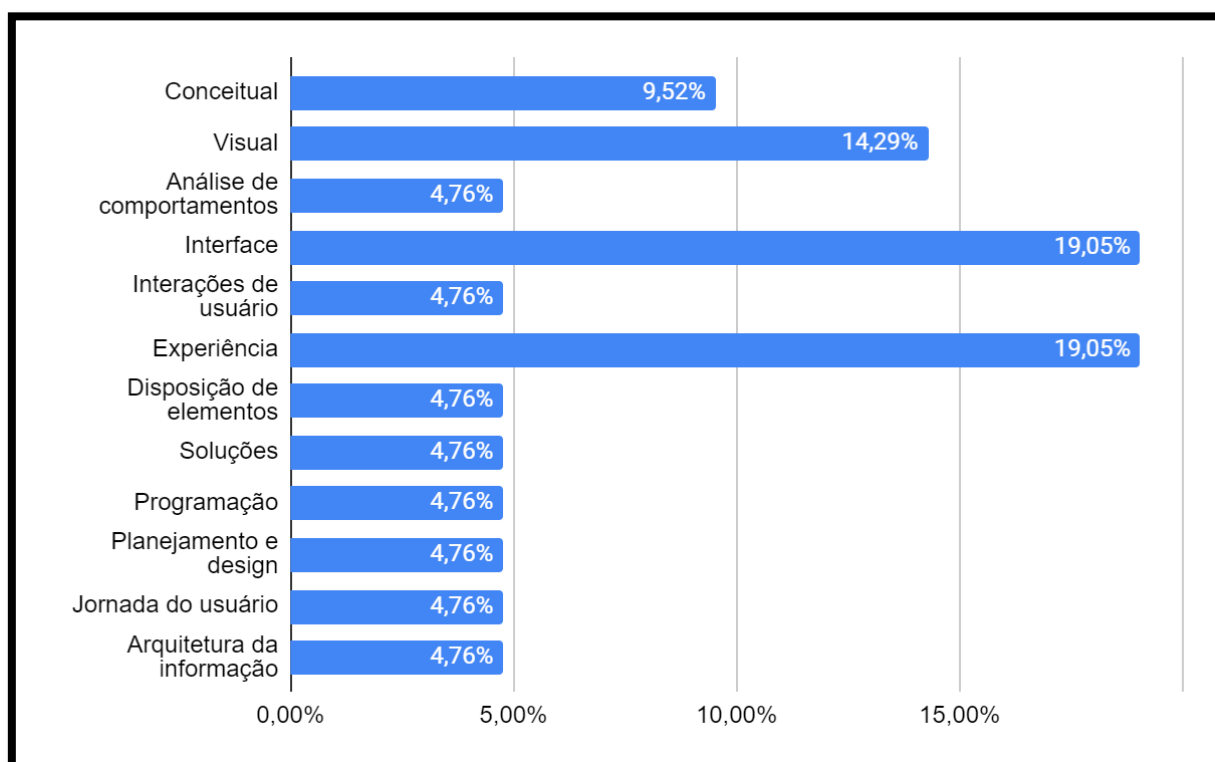
Conceitual	Um seria a parte mais conceitual.
-------------------	-----------------------------------

Visual	Creio que uma é mais focada na parte visual. O UI está ligado mais a construção do visual do site ou app a partir das soluções do UX.
Análise de comportamentos	UX é mais completo em relação a UI por analisar certos comportamentos complexos do usuário.
Interface	O UI Design tem como principal foco a interface de um determinado aplicativo ou site, ou seja, interface e facilidade de mexer nesses sites/apps, deixando-os mais intuitivos. O UI é sobre a interface gráfica propriamente dita, e busca uma melhora em interfaces.
Interações de usuário	O UX procura uma melhora em todas as interações do usuário.
Experiência	Acredito que sim, porém um complementa o outro, enquanto o UX pensa na experiência como um todo. O UX se refere mais à experiência do usuário ao lidar com alguma interface/aplicação. Ou seja, o UX é focado na experiência do usuário.
Disposição de elementos	UI pensa em detalhes como disposição de elementos e coisas do tipo.
Soluções	UX está ligado mais a soluções, pesquisa sobre o usuário.
Programação	Imagino que uma seja mais a parte de códigos de programação.

Planejamento e design	Outra parte focada mais no planejamento e design.
Jornada do usuário	UX Design observa esse e outros aspectos, que vão desde o caminho que um usuário faz para chegar ao seu objetivo final até experiências anteriores que uma pessoa teve com aquele produto ou serviço, que podem impactar positivamente ou não a sua interação.
Arquitetura da informação	UI é focado na arquitetura da informação do site.

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Figura 5 - Gráfico referente à porcentagem das ideias centrais da pergunta 6



Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

PERGUNTA 7 - “Atualmente, quais os recursos (soluções, aplicativos, software, programas, entre outros) de seu uso frequente (pessoal e/ou profissional) em que se encontra presente o *UX/UI Design*? (Mais de um recurso pode ser informado)”

RESPONDENTE 1: Canva, Photoshop, Illustrator, Google

RESPONDENTE 2: Spotify

RESPONDENTE 3: Não sei

RESPONDENTE 4: Whatsapp, Instagram, Android, Windows

RESPONDENTE 5: Redes sociais, site de compras, site de viagens.

RESPONDENTE 6: Redes sociais

RESPONDENTE 7: Trello e Cheers.

RESPONDENTE 8: Canva

RESPONDENTE 9: Banco digital, redes sociais, aplicativos de edição de vídeos

RESPONDENTE 10: Apps de bancos.

RESPONDENTE 11: Acredito que na maioria dos aplicativos de redes sociais e streaming.

RESPONDENTE 12: Todos

RESPONDENTE 13: canva, sites e apps de e-commerce

RESPONDENTE 14: Instagram

RESPONDENTE 15: Acredito que os softwares de criação da Adobe.

RESPONDENTE 16: Alguns softwares do pacote Adobe (Photoshop, Illustrator, Indesign, After Effects, Premiere). A forma como eles foram e continuam sendo desenvolvidos facilita bastante no meu processo criativo, algumas ferramentas são semelhantes em ambos os programas, o que ajuda no uso e aprendizado.

RESPONDENTE 17: Aplicativo do serviço para bater ponto e ter controle de horas e férias

RESPONDENTE 18: todos? youtube, netflix, ifood

RESPONDENTE 19: Instagram, TikTok, WhatsApp, Programas da Adobe, Notion, Bíblia Youversion.

RESPONDENTE 20: ClickUp e NectarCRM.

RESPONDENTE 21: não sei.

RESPONDENTE 22: Pacote Office, e-mail e afins

RESPONDENTE 23: Figma, Adobe XD.

RESPONDENTE 24: Todas as minhas redes sociais, e softwares da Adobe

RESPONDENTE 25: iOS, Instagram, Figma

RESPONDENTE 26: Não sei

RESPONDENTE 27: Crm, software financeiro

RESPONDENTE 28: .

RESPONDENTE 29: Não sei. Acredito que aplicações do Google e do Facebook possuem, além de alguns bancos mais intuitivos como o Nubank.

RESPONDENTE 30: Netflix, Instagram e a Google

RESPONDENTE 31: Tik Tok

RESPONDENTE 32: Páginas da web e aplicativos

RESPONDENTE 33: Sites públicos da internet, como o google.

RESPONDENTE 34: Canva

RESPONDENTE 35: Não sei

RESPONDENTE 36: WhatsApp, Instagram, LinkedIn, Twitter

RESPONDENTE 37: I Don't no

RESPONDENTE 38: WhatsApp, Instagram, Tik Tok, Google, Valorant

RESPONDENTE 39: Twitter, Instagram... (redes sociais)

RESPONDENTE 40: Google, cheers, instagram

Ideias centrais retiradas: Programas de edição, Google, Plataformas de música e vídeo, Redes sociais, Sistemas operacionais, Websites, Programas de gestão, Plataformas de vendas de ingressos, Aplicativos de banco, Plataformas de streaming, Aplicativo de ponto digital, Aplicativos de delivery, Aplicativos cristãos, Pacote Office, E-mail, Software financeiro, Jogos online.

Quadro 3: Pergunta 7 - “Atualmente, quais os recursos (soluções, aplicativos, software, programas, entre outros) de seu uso frequente (pessoal e/ou profissional) em que se encontra presente o *UX/UI Design*? (Mais de um recurso pode ser informado)”

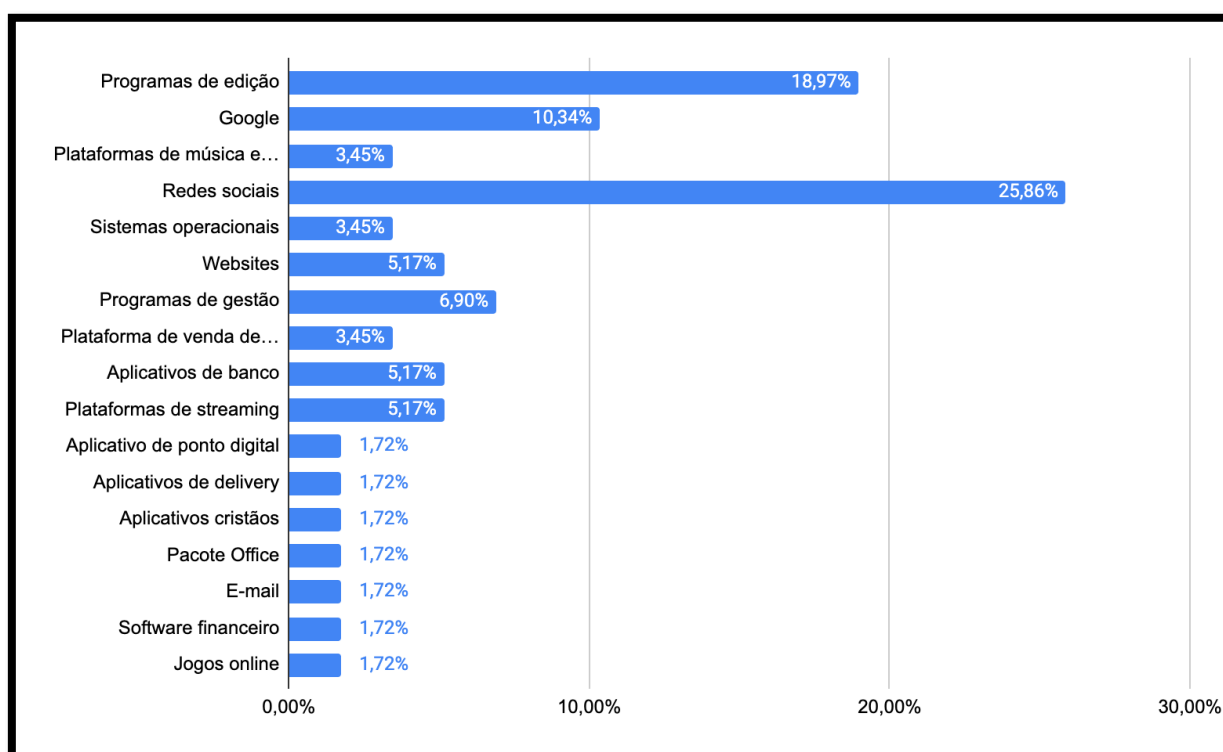
Programas de edição	Acredito que os softwares de criação da Adobe. Alguns softwares do pacote Adobe (Photoshop, Illustrator, Indesign, After Effects, Premiere). A forma como eles foram e continuam sendo desenvolvidos facilita
----------------------------	---

	bastante no meu processo criativo, algumas ferramentas são semelhantes em ambos os programas, o que ajuda no uso e aprendizado. Além disso, Canva, Photoshop, Illustrator, aplicativos de edição de vídeos, Figma, Adobe XD e programas da Adobe.
Google	Sites públicos da internet, como o Google, e aplicações do Google.
Plataformas de música e vídeo	Spotify e Youtube.
Redes sociais	Acredito que na maioria dos aplicativos de redes sociais, como: Instagram, TikTok, WhatsApp, Facebook, LinkedIn, Twitter e todas as minhas redes sociais.
Sistemas operacionais	Android, Windows e iOS.
Websites	Páginas da web e aplicativos, site de compras, site de viagens, sites e apps de e-commerce.
Programas de gestão	Trello, Notion, CRM, ClickUp e NectarCRM.
Plataforma de venda de ingressos	Cheers.
Aplicativos de banco	Banco digital e apps de bancos, além de alguns bancos mais intuitivos como o Nubank.
Plataformas de streaming	Streaming e Netflix.
Aplicativo de ponto digital	Aplicativo do serviço para bater ponto e ter controle de horas e férias.
Aplicativos de delivery	iFood.

Aplicativos cristãos	Bíblia Youversion.
Pacote Office	Pacote Office.
E-mail	E-mail.
Software financeiro	Software financeiro.
Jogos online	Valorant.

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Figura 6 - Gráfico referente à porcentagem das ideias centrais da pergunta 7



Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

PERGUNTA 9 - “Quais os principais motivos que o levam a recorrer a estes recursos em particular na busca por informação?”

RESPONDENTE 1: Praticidade e rapidez

RESPONDENTE 2: A facilidade, rapidez e veracidade

RESPONDENTE 3: Facilidade de acesso.

RESPONDENTE 4: Facilidade de acesso

RESPONDENTE 5: A praticidade de obter a informação rapidamente.

RESPONDENTE 6: O Google usualmente tem todas as respostas. O Youtube é mais específico se eu quiser aprender um processo, independente do que seja

RESPONDENTE 7: A facilidade de manuseio e a rapidez

RESPONDENTE 8: Trabalhos e pesquisas

RESPONDENTE 9: Maior amplitude de fontes, velocidade na busca e facilidade em encontrar o que eu quero

RESPONDENTE 10: Praticidade, tempo de resposta e conteúdos assertivos.

RESPONDENTE 11: A questão da praticidade e velocidade para encontrar exatamente o que eu procuro.

RESPONDENTE 12: A facilidade e agilidade de chegar à resposta

RESPONDENTE 13: Informação instantânea e facilidade de acesso

RESPONDENTE 14: Boa usabilidade, fácil acesso.

RESPONDENTE 15: Facilidade e velocidade

RESPONDENTE 16: Facilidade e rapidez.

RESPONDENTE 17: Facilidade de obter informações e o modo tranquilo de entendê-las

RESPONDENTE 18: é prático e me dá várias opções logo de cara

RESPONDENTE 19: A facilidade com que obtenho a resposta

RESPONDENTE 20: Para pensar em possíveis melhorias para a experiência do meu cliente.

RESPONDENTE 21: Facilidade de uso e disponibilidade de informações em maior parte segura.

RESPONDENTE 22: Facilidade de busca

RESPONDENTE 23: Praticidade, costume, ampla gama de possibilidade

RESPONDENTE 24: Rapidez

RESPONDENTE 25: Dúvida, assunto desconhecido, notícias

RESPONDENTE 26: Facilidade

RESPONDENTE 27: Variedade de resposta

RESPONDENTE 28: Facilidade e confiabilidade

RESPONDENTE 29: Ao longo dos anos foram as formas que encontrei de buscar a informação de forma que atenda as minhas necessidades e em redes credenciadas e com profissionais qualificados e sérios.

RESPONDENTE 30: O nível segurança da informação

RESPONDENTE 31: Praticidade.

RESPONDENTE 32: Caráter da dúvida

RESPONDENTE 33: Solucionar uma lacuna informacional.

RESPONDENTE 34: Mais rápido

RESPONDENTE 35: Velocidade

RESPONDENTE 36: Facilidade e muitas fontes de informação

RESPONDENTE 37: A facilidade de acessibilidade

RESPONDENTE 38: Agilidade e praticidade

RESPONDENTE 39: A confiabilidade e instantaneidade das informações que preciso.

RESPONDENTE 40: Facilidade em encontrar as respostas

Ideias centrais retiradas: Praticidade, Facilidade, Especificidade, Trabalho, Usabilidade, Melhoria da experiência do cliente, Rapidez, Dúvida, Variedade, Atendimento de necessidade, Confiabilidade.

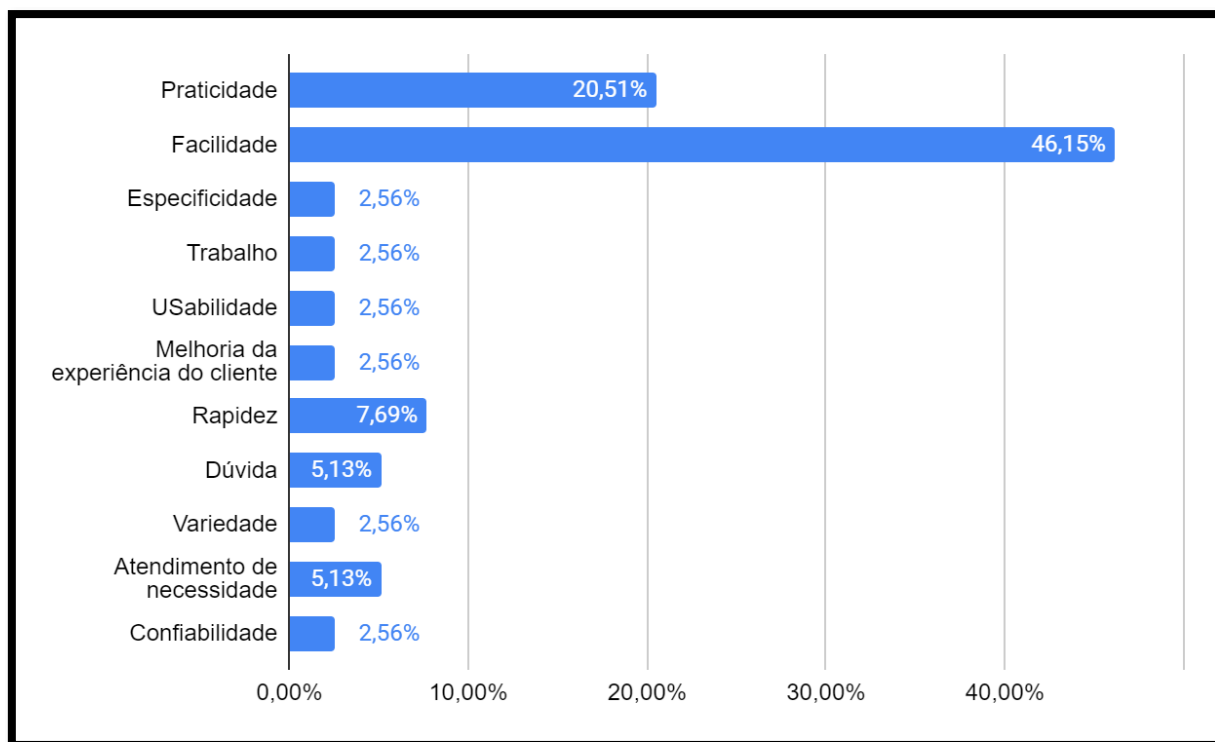
Quadro 4: Pergunta 9 - “Quais os principais motivos que o levam a recorrer a estes recursos em particular na busca por informação?”

Praticidade	Praticidade e rapidez. A praticidade de obter a informação rapidamente, tempo de resposta e conteúdos assertivos. Além disso, a questão da praticidade e velocidade para encontrar exatamente o que eu procuro é prático e me dá várias opções logo de cara. Praticidade, costume, ampla gama de possibilidades e praticidade.
Facilidade	A facilidade de manuseio e de acesso, rapidez e veracidade. Maior amplitude de fontes, velocidade na busca e facilidade em encontrar o que eu quero, além da agilidade de chegar à resposta, obtendo uma informação

	instantânea. Facilidade de obter informações e o modo tranquilo de entendê-las, e a facilidade de uso e disponibilidade de informações em maior parte segura. Confiabilidade e a facilidade de acessibilidade.
Especificidade	O Google usualmente tem todas as respostas. O Youtube é mais específico se eu quiser aprender um processo, independente do que seja.
Trabalho	Trabalhos e pesquisas.
Usabilidade	Boa usabilidade, fácil acesso.
Melhoria da experiência do cliente	Para pensar em possíveis melhorias para a experiência do meu cliente.
Rapidez	Velocidade e rapidez.
Dúvida	Caráter da dúvida, assunto desconhecido, notícias.
Variedade	Variedade de resposta.
Atendimento de necessidade	Ao longo dos anos foram as formas que encontrei de buscar a informação de forma que atenda as minhas necessidades e em redes credenciadas e com profissionais qualificados e sérios, e também solucionar uma lacuna informacional.
Confiabilidade	A confiabilidade e instantaneidade das informações que preciso.

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Figura 7 - Gráfico referente à porcentagem das ideias centrais da pergunta 9



Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

PERGUNTA 10 - “Quando surge a necessidade de alguma informação, você possui algum processo pré-estabelecido de busca baseado nestes recursos? Se sim, favor descrevê-lo.”

RESPONDENTE 1: Não

RESPONDENTE 2: A pesquisa se inicia sempre no Google, através dela achamos todos os outros

RESPONDENTE 3: Não.

RESPONDENTE 4: Penso na maneira mais objetiva de digitar o que procuro

RESPONDENTE 5: Quando se trata de uma informação que eu não considero tão importante, pesquiso em redes sociais. Quando a informação é relevante eu pesquiso no Google

RESPONDENTE 6: Não. Só joga no Google mesmo

RESPONDENTE 7: Não tenho.

RESPONDENTE 8: Não possuo

RESPONDENTE 9: Não

RESPONDENTE 10: Não tenho nenhum processo pré-estabelecido. Apenas abro o Google e busco por sites que julgo confiável e/ou tenha afinidade para poder coletar informações. E geralmente são 3 sites que acesso para confirmar a informação obtida.

RESPONDENTE 11: Depende do tipo de informação que eu quero obter, se for algo mais pessoal eu busco normalmente pelo google ou pelas redes sociais as informações que eu preciso nos sites que eu confio, porém se for uma busca mais acadêmica eu sempre vou diretamente na parte acadêmica do google.

RESPONDENTE 12: Digitar na barra de pesquisa do google

RESPONDENTE 13: Sim, sempre opto por fazer uma busca rápida em alguma plataforma da internet

RESPONDENTE 14: Primeiro defino a necessidade, e com base nela qual meio será efetivo para fazer a busca.

RESPONDENTE 15: Eu escrevo a pergunta em inglês no google, os resultados tendem a ser maiores.

RESPONDENTE 16: .

RESPONDENTE 17: Avaliar os sites que obtêm a informação pela página do google, se são conhecidos ou não. Depois ir pesquisando palavras que me remetem a dúvida para melhor compreendê-la de outros ângulos.

RESPONDENTE 18: acho que procuro por coisas curtas

RESPONDENTE 19: Abro o google e escrevo a minha dúvida. Hoje a UX do google é tão boa que você nem precisa abrir o site do google, só escreve o que precisa saber onde coloca o URL, que ele já te entrega a resposta

RESPONDENTE 20: Não.

RESPONDENTE 21: verificar a fonte da informação, se é apenas um sujeito falando, ou se aquele sujeito tem formação e propriedade para falar sobre a informação, ou se está representando uma organização com nome.

RESPONDENTE 22: Pesquisa por palavras e frases chave

RESPONDENTE 23: Não

RESPONDENTE 24: Busco sites e fontes de confiança reconhecida

RESPONDENTE 25: Não.

RESPONDENTE 26: Não,

RESPONDENTE 27: Utilização de palavras-chave

RESPONDENTE 28: Não

RESPONDENTE 29: De imediato busco no Google e vejo se encontro algum site que confio. Normalmente as informações via redes sociais que não busco, elas chegam até mim por seguir, se for alguma informação científica busco livros e artigos na área, já tendo lido até mesmo, mesmo livro de imunologia veterinária por não ter encontrado a informação que eu queria de forma precisa em sites de busca.

RESPONDENTE 30: Sim, busco por páginas onde há veracidade da informação

RESPONDENTE 31: Não.

RESPONDENTE 32: Não possuo

RESPONDENTE 33: Sim. Vou pesquisar no google ou em redes sociais.

RESPONDENTE 34: Não

RESPONDENTE 35: Escrevo qualquer dúvida no Google e procuro um site que a responda.

RESPONDENTE 36: Apenas pesquiso e procuro o mais confiável

RESPONDENTE 37: Apenas busco o fato e procuro fontes que confio para me informar

RESPONDENTE 38: Sim, pesquiso apenas as palavras chaves sem formar frases

RESPONDENTE 39: Busco fontes da minha confiança, em várias plataformas diferentes - sites, redes sociais. (G1, UOL, Folha)

RESPONDENTE 40: Eu tenho o app Google e já abro direto.

Ideias centrais retiradas: Recorre ao navegador de internet, Objetivação da pesquisa, Recorre à parte acadêmica do navegador de internet, Definição de necessidade, Utilização de palavras-chave, Verificação da fonte de informação, Recorre a fontes confiáveis, Recorre a redes sociais.

Quadro 5: Pergunta 10 - “Quando surge a necessidade de alguma informação, você possui algum processo pré-estabelecido de busca baseado nestes recursos? Se sim, favor descrevê-lo.”

Recorre ao navegador da internet	A pesquisa se inicia sempre no Google, através dela achamos todos os outros. Quando se trata de uma informação que eu não considero tão importante, pesquiso em redes sociais. Quando a importação é relevante eu pesquiso no Google, ou seja, só jogo no Google mesmo. Não tenho nenhum
--	---

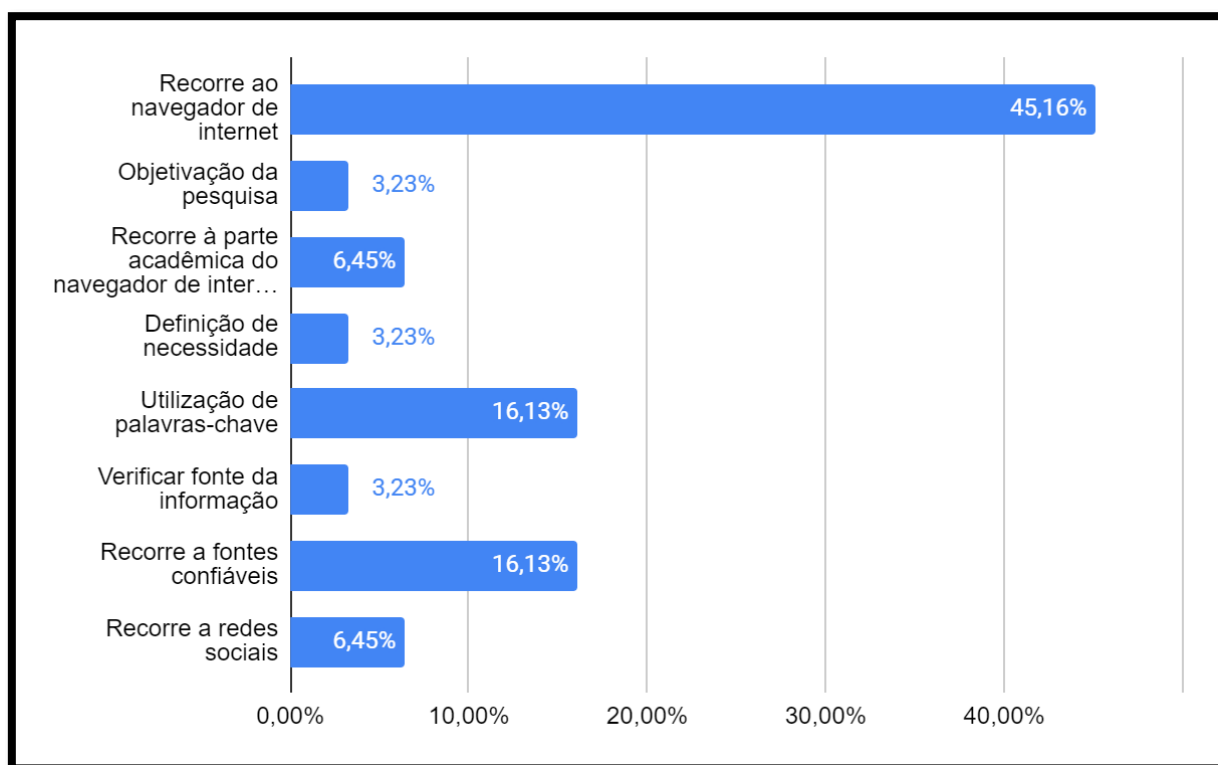
	processo pré-estabelecido, então apenas abro o Google e busco por sites que julgo confiável e/ou tenha afinidade para poder coletar informações. E geralmente são 3 sites que acesso para confirmar a informação obtida. Mas dependendo do tipo de informação que eu quero obter, se for algo mais pessoal eu busco normalmente pelo google ou pelas redes sociais as informações que eu preciso nos sites que eu confio. Sim, sempre opto por fazer uma busca rápida em alguma plataforma da internet, como digitar na barra de pesquisa do Google. Quando eu escrevo a pergunta em inglês no Google, os resultados tendem a ser maiores. Vale avaliar os sites que obtêm a informação pela página do Google, se são conhecidos ou não. Assim, abro o google e escrevo a minha dúvida. Hoje a UX do google é tão boa que você nem precisa abrir o site do google, só escreve o que precisa saber onde coloca o URL, que ele já te entrega a resposta. De imediato busco no Google e vejo se encontro algum site que confio. Eu tenho o app Google e já abro direto e vou pesquisar no Google ou em redes sociais, pois escrevo qualquer dúvida no Google e procuro um site que a responda.
Objetivação da pesquisa	Penso na maneira mais objetiva de digitar o que procuro.
Recorre à parte acadêmica do navegador de internet	Se for alguma informação científica, busco livros e artigos na área, já tendo lido até

	mesmo o mesmo livro de imunologia veterinária por não ter encontrado a informação que eu queria de forma precisa em sites de busca. Porém se for uma busca mais acadêmica eu sempre vou diretamente na parte acadêmica do Google.
Definição de necessidade	Primeiro defino a necessidade, e com base nela qual meio será efetivo para fazer a busca.
Utilização de palavras-chave	Sim, pesquiso apenas as palavras chaves sem formar frases. Acho que procuro por coisas curtas, pesquisa por palavras e frases chave, e utilização de palavras-chave. Depois ir pesquisando palavras que me remetem a dúvida para melhor compreendê-la de outros ângulos.
Verificação da fonte da informação	Verificar a fonte da informação, se é apenas um sujeito falando, ou se aquele sujeito tem formação e propriedade para falar sobre a informação, ou se está representando uma organização com nome.
Recorre a fontes confiáveis	Sim, busco por páginas onde há veracidade da informação. Busco fontes da minha confiança, em várias plataformas diferentes - sites, redes sociais. (G1, UOL, Folha). Apenas pesquiso e procuro o mais confiável, busco o fato e procuro fontes que confio para me informar. Por fim, busco sites e fontes de confiança reconhecida.

Recorre a redes sociais	Sim. Vou pesquisar no Google ou em redes sociais, mas normalmente as informações via redes sociais que não busco, elas chegam até mim por seguir.
--------------------------------	---

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Figura 8 - Gráfico referente à porcentagem das ideias centrais da pergunta 10



Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

PERGUNTA 11 - “Quando essa busca por informação se torna inconclusiva, por quaisquer razões, qual(is) atitude(s) você costuma tomar?”

RESPONDENTE 1: Busco outros locais e/ou pergunto a amigos e conhecidos

RESPONDENTE 2: Perguntar a algum profissional da área em questão

RESPONDENTE 3: Outros meios.

RESPONDENTE 4: Busco outra maneira de digitar/pesquisar

RESPONDENTE 5: Costumo pesquisar sobre o assunto em artigos e teses voltados para área científica

RESPONDENTE 6: Desisto

RESPONDENTE 7: Costumo recorrer a professores e colegas de profissão

RESPONDENTE 8: Procuro em alguma outra língua

RESPONDENTE 9: Pesquisar utilizando outras palavras-chave

RESPONDENTE 10: Busco outras fontes, ou outros idiomas.

RESPONDENTE 11: Tento buscar usando outras palavras até encontrar o que eu quero.

RESPONDENTE 12: Buscar em outro lugar até achar

RESPONDENTE 13: Procuro outros meios de buscar as respostas que procuro

RESPONDENTE 14: Procuro em várias fontes que tragam informações parecidas, e chego onde quero

RESPONDENTE 15: Tento reformular a pergunta

RESPONDENTE 16: Vou na base da tentativa e erro

RESPONDENTE 17: Perguntar às pessoas ou, novamente, buscar coisas e contextos relacionados para ter ângulos diferentes sobre a dúvida.

RESPONDENTE 18: perguntar para outra pessoa

RESPONDENTE 19: Pesquiso mais a fundo, ou pesquiso em inglês, e depois vou para o YouTube

RESPONDENTE 20: Normalmente eu deixo de lado.

RESPONDENTE 21: Pesquisar em outro canal. Pesquisar em outra fonte.

RESPONDENTE 22: Modificar as palavras da busca

RESPONDENTE 23: Consultar algum amigo para verificar se ele sabe.

RESPONDENTE 24: Não sei

RESPONDENTE 25: Buscar em outro meio.

RESPONDENTE 26: Não busco

RESPONDENTE 27: Excesso informacional

RESPONDENTE 28: Procuro por meios físicos.

RESPONDENTE 29: Costumo buscar em diferentes fontes para ver se consigo complementar essas informações, e busco também em artigos e revistas científicas, ou até mesmo aulas disponibilizadas online.

RESPONDENTE 30: Busco outras fontes de informação para garantir se aquela informação é verdadeira ou não

RESPONDENTE 31: Desistir.

RESPONDENTE 32: Mudar os termos da busca

RESPONDENTE 33: Pesquisa em vários lugares.

RESPONDENTE 34: Perguntar pessoas

RESPONDENTE 35: Eu desisto.

RESPONDENTE 36: Ir no YouTube procurar vídeos sobre

RESPONDENTE 37: Guardo a informação pra mim e deixo para "investigá lo" depois

RESPONDENTE 38: Ser mais descritivo

RESPONDENTE 39: Busco em outras plataformas.

RESPONDENTE 40: Vou no Tik Tok

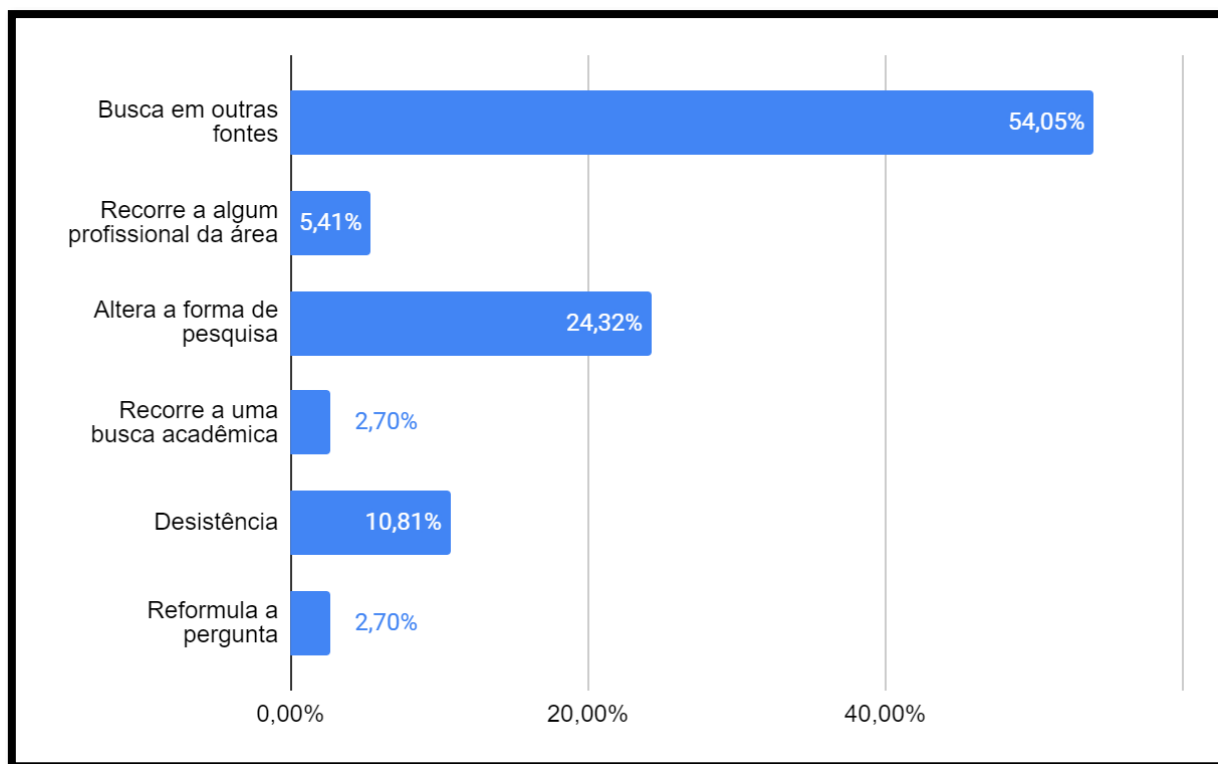
Ideias centrais retiradas: Busca em outras fontes, Recorre a algum profissional, Altera a forma de pesquisa, Recorre a uma busca acadêmica, Desistência, Reformula a pergunta.

Quadro 6: Pergunta 11 - “Quando essa busca por informação se torna inconclusiva, por quaisquer razões, qual(is) atitude(s) você costuma tomar?”

Busca em outras fontes	Costumo buscar em diferentes fontes para ver se consigo complementar essas informações, e busco também em artigos e revistas científicas, ou até mesmo aulas disponibilizadas online. Em outros meios, busco outros locais e/ou pergunto a amigos e conhecidos, busco outras fontes, ou outros idiomas, em outro lugar até achar, e procuro outros meios de buscar as respostas que procuro. Procuro em várias fontes que tragam informações parecidas, e chego onde quero, além de perguntar às pessoas ou, novamente, buscar coisas e contextos relacionados para ter ângulos diferentes sobre a dúvida. Costumo perguntar para outra pessoa, pesquisar em outro canal ou pesquisar em
--------------------------------------	--

	outra fonte. Consultar também algum amigo para verificar se ele sabe, buscar em outro meio, ou procuro por meios físicos. Busco outras fontes de informação para garantir se aquela informação é verdadeira ou não, e pesquiso em vários lugares, como também perguntar às pessoas. Às vezes guardo a informação pra mim e deixo para "investigá-lo" depois, ou busco outras plataformas, como ir ao Tik Tok, ou ir no YouTube procurar vídeos sobre.
Recorre a algum profissional da área	Costumo recorrer a professores e colegas de profissão, ou perguntar a algum profissional da área em questão.
Altera a forma de pesquisa	Pesquiso mais a fundo, ou pesquiso em inglês, e depois vou para o YouTube, e busco outra maneira de digitar/pesquisar. Tento buscar usando outras palavras até encontrar o que eu quero, pesquisar utilizando outras palavras-chave, modificar as palavras da busca, e mudar os termos da busca. Também vou na base da tentativa e erro, procuro em alguma outra língua e tento ser mais descritivo.
Recorre a uma busca acadêmica	Costumo pesquisar sobre o assunto em artigos e teses voltados para área científica.
Desistência	Normalmente eu deixo de lado, não busco e desisto.
Reformula a pergunta	Tento reformular a pergunta.

Figura 9 - Gráfico referente à porcentagem das ideias centrais da pergunta 11



Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

PERGUNTA 12 - “Para quais usos ou finalidades você destina ou emprega a informação obtida por meio de recursos baseados em *UX/UI Design*?”

RESPONDENTE 1: Estudos

RESPONDENTE 2: Em blogs criados

RESPONDENTE 3: Acadêmicas

RESPONDENTE 4: De várias maneiras no dia a dia, em relações pessoais, de trabalho e estudantis

RESPONDENTE 5: Para enriquecer os meus estudos acadêmicos.

RESPONDENTE 6: Conhecimento pessoal

RESPONDENTE 7: Para material de clientes

RESPONDENTE 8: Para treinar minhas habilidades

RESPONDENTE 9: Para tudo

RESPONDENTE 10: Atividades do dia a dia.

RESPONDENTE 11: Não sei.

RESPONDENTE 12: Para a vida no geral e fins acadêmicos

RESPONDENTE 13: Busca de conhecimento, dados, aprendizado e lazer

RESPONDENTE 14: Pessoal, faculdade e trabalho.

RESPONDENTE 15: Trabalho e estudo principalmente

RESPONDENTE 16: .

RESPONDENTE 17: Facilidade de acesso e entendimento de interface, visual e disposição de informações atrativas que indiquem o que fazer e como fazer.

RESPONDENTE 18: .

RESPONDENTE 19: Tudo o que pode ser melhorado pelo conhecimento do comportamento humano diante das telas, por exemplo tudo o que você pode diminuir o gasto de energia cerebral para que o cérebro consiga o que precisa, por exemplo uma pesquisa.

RESPONDENTE 20: Para melhorar a experiência do cliente.

RESPONDENTE 21: não sei.

RESPONDENTE 22: Trabalho, estudo, lazer

RESPONDENTE 23: Uso cotidiano, seja pessoal ou profissional

RESPONDENTE 24: Nas redes sociais e no trabalho

RESPONDENTE 25: Trabalho, estudo, lazer.

RESPONDENTE 26: Não sei

RESPONDENTE 27: Na maioria profissional

RESPONDENTE 28: Trabalho e estudos.

RESPONDENTE 29: Não sei.

RESPONDENTE 30: Aplico a ux para encontrar mais fontes de informação a respeito do mesmo tema e a ui para verificar os selos de veracidade das páginas que estão fornecendo a informação

RESPONDENTE 31: Não sei kkk.

RESPONDENTE 32: Não sei

RESPONDENTE 33: Apenas para conhecimento próprio.

RESPONDENTE 34: Trabalho

RESPONDENTE 35: Não sei

RESPONDENTE 36: Busca de informações

RESPONDENTE 37: Para me atualizar sobre os acontecimentos do mundo atual

RESPONDENTE 38: Trabalho ou curiosidade pessoal

RESPONDENTE 39: Para buscar a veracidade dos fatos.

RESPONDENTE 40: Não sei

Ideias centrais retiradas: Fim acadêmico, Fins diversos, Fim pessoal, Fim profissional.

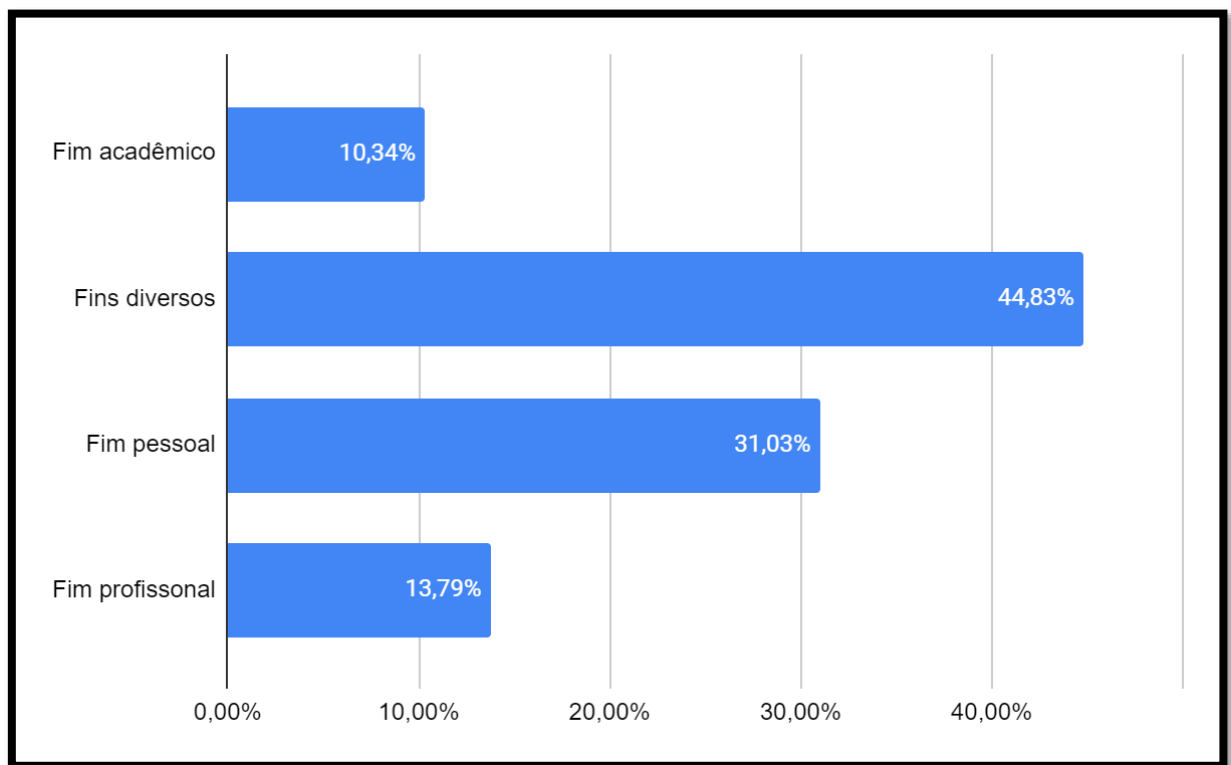
Quadro 7: Pergunta 12 - “Para quais usos ou finalidades você destina ou emprega a informação obtida por meio de recursos baseados em *UX/UI Design*?”

Fim acadêmico	Para enriquecer os meus estudos acadêmicos e estudos.
Fins diversos	De várias maneiras no dia a dia, em relações pessoais, de trabalho e estudantis, para a vida no geral e fins acadêmicos, busca de conhecimento, dados, aprendizado e lazer, uso cotidiano, seja pessoal ou profissional, pessoal, faculdade e trabalho, para tudo, atividades do dia a dia, trabalho e estudo principalmente, trabalho, estudo, lazer, nas redes sociais e no trabalho, e trabalho ou curiosidade pessoal.
Fim pessoal	Aplico a UX para encontrar mais fontes de informação a respeito do mesmo tema e a UI para verificar os selos de veracidade das páginas que estão fornecendo a informação, buscando conhecimento pessoal para treinar minhas habilidades. Além disso, facilidade de acesso e entendimento de interface, visual e disposição de informações atrativas que indiquem o que fazer e como fazer. Tudo o que pode ser melhorado pelo conhecimento do comportamento humano diante das telas, por exemplo, tudo o que você pode diminuir

	o gasto de energia cerebral para que o cérebro consiga o que precisa, por exemplo uma pesquisa. Apenas para conhecimento próprio, busca de informações, para me atualizar sobre os acontecimentos do mundo atual e para buscar a veracidade dos fatos.
Fim profissional	Na maioria profissional, para melhorar a experiência do cliente, para material de clientes e trabalho.

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Figura 10 - Gráfico referente à porcentagem das ideias centrais da pergunta 12



Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

PERGUNTA 13 - “Que tipos de soluções e benefícios você imagina que a área de UX/UI Design pode trazer tanto para a tecnologia, quanto para as atividades humanas?”

RESPONDENTE 1: Não saberia dizer no momento

RESPONDENTE 2: Praticidade

RESPONDENTE 3: Entender como o usuário se comporta

RESPONDENTE 4: Facilidade de acesso a tecnologias

RESPONDENTE 5: Acredito que pode trazer o benefício de conhecer bem o comportamento humano a ponto de auxiliar em novos métodos de aperfeiçoamento de IA.

RESPONDENTE 6: Tornar processos "internos" de aplicativos menos burocráticos e diretos

RESPONDENTE 7: Acredito que seja na maior aceitabilidade e usabilidade da plataforma em questão

RESPONDENTE 8: Otimização de tempo

RESPONDENTE 9: Maior facilidade nas interações com a tecnologia

RESPONDENTE 10: Tempo de resposta bem curto e algo mais agradável ao usuário.

RESPONDENTE 11: Maior facilidade para execução de tarefas do dia a dia.

RESPONDENTE 12: Otimizar o tempo

RESPONDENTE 13: Melhorar a usabilidade

RESPONDENTE 14: Facilitar a busca Informacional, diminuindo o tempo gasto na mesma, por trazer as informações de forma clara e sem peso para o usuário.

RESPONDENTE 15: Facilidade e praticidade

RESPONDENTE 16: .

RESPONDENTE 17: Pode ajudar nessa questão de pesquisa que faça link com outros contextos para entender o todo, ou fazer aplicativos com interfaces fáceis para todas as idades.

RESPONDENTE 18: maior rapidez na busca de algo, mais intuitivo e rápido

RESPONDENTE 19: Acredito que o UX design é uma ferramenta essencial para a diferenciação, e além de trazer uma melhora técnica, aumenta tempo de tela dos apps, e diferencia eles, ou seja quanto mais UX, ou quanto melhor for o UX mais os consumidores vão gostar do app ou site, o que resulta diretamente em mais faturamento

RESPONDENTE 20: Para manter o cliente na base e fazer do meu serviço uma excelente experiência.

RESPONDENTE 21: não sei.

RESPONDENTE 22: Facilidade de acesso

RESPONDENTE 23: Compreender e facilitar a busca do usuário

RESPONDENTE 24: A facilidade de informação e usabilidade de programas

RESPONDENTE 25: Facilitar a interação humana com tecnologias.

RESPONDENTE 26: Não sei

RESPONDENTE 27: Entregas mais assertivas de produtos (SaaS) e dos serviços.

RESPONDENTE 28: antecipações de dificuldades com interfaces, feedbacks imediatos de interações de usuários

RESPONDENTE 29: Não sei

RESPONDENTE 30: A facilidade na propagação de diversas informações

RESPONDENTE 31: Não sei.

RESPONDENTE 32: Facilitar processos e recursos de inclusão

RESPONDENTE 33: Melhora a experiência do usuário em determinados sites, facilitando a busca pela informação.

RESPONDENTE 34: Não sei

RESPONDENTE 35: Não sei

RESPONDENTE 36: Agregar na informação

RESPONDENTE 37: A facilidade e rapidez para se buscar informações, além de tornar menos cansativo a busca por notícias que são coerentes e verdadeiras

RESPONDENTE 38: Promover o acesso fácil à informação

RESPONDENTE 39: Maior praticidade para chegar ao objetivo necessário.

RESPONDENTE 40: Apps e sites cada vez mais simples e usuais para o dia a dia.

Ideias centrais retiradas: Praticidade, Comportamento do usuário, Facilidade, Otimização, Usabilidade, Rapidez, Diferenciação, Fidelização do cliente, Entrega assertiva, Antecipação, Experiência do usuário, Valor agregado.

Quadro 8: Pergunta 13 - “Que tipos de soluções e benefícios você imagina que a área de UX/UI Design pode trazer tanto para a tecnologia, quanto para as atividades humanas?”

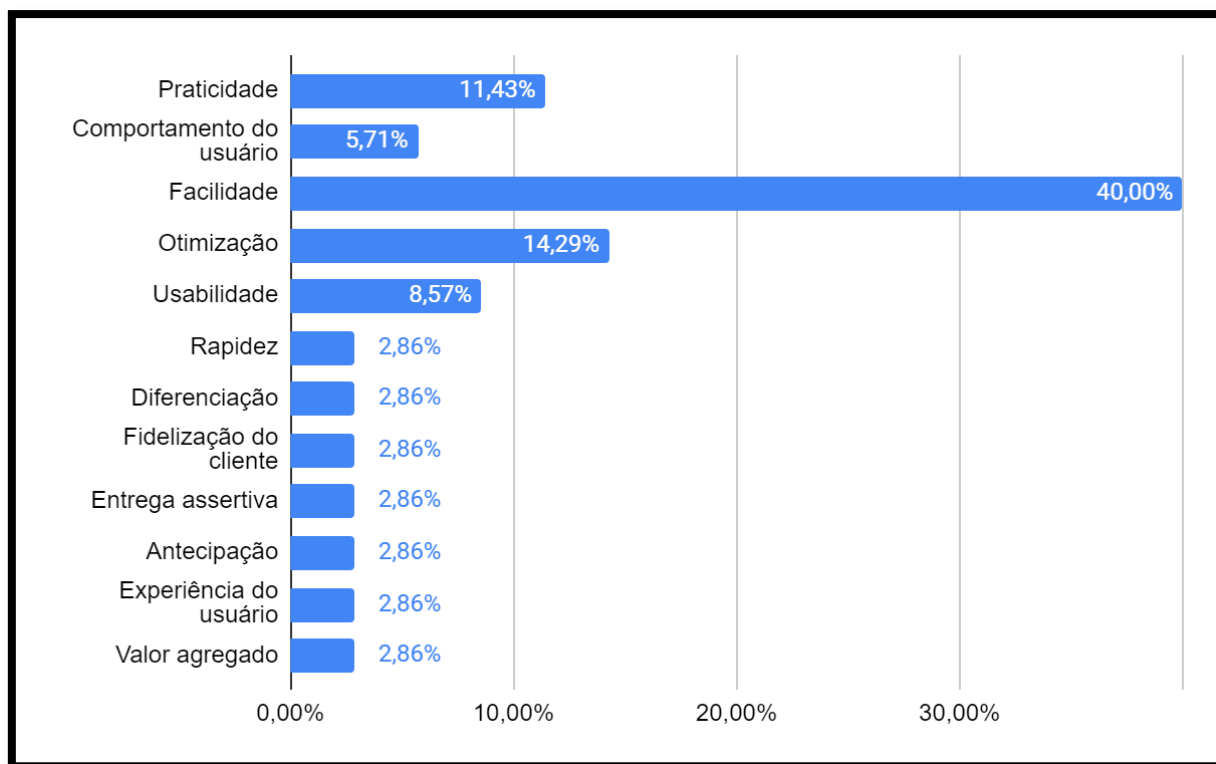
Praticidade	Maior praticidade para chegar ao objetivo necessário, apps e sites cada vez mais simples e usuais para o dia a dia, e facilidade e praticidade.
--------------------	--

Comportamento do usuário	Acredito que pode trazer o benefício de conhecer bem o comportamento humano a ponto de auxiliar em novos métodos de aperfeiçoamento de IA e entender como o usuário se comporta.
Facilidade	Facilidade de acesso a tecnologias, além de maior facilidade nas interações com a tecnologia e maior facilidade para execução de tarefas do dia a dia, a facilidade de informação e usabilidade de programas, e a facilidade na propagação de diversas informações. Facilitar a busca Informacional, diminuindo o tempo gasto na mesma, por trazer as informações de forma clara e sem peso para o usuário, facilidade e praticidade, facilidade de acesso, compreender e facilitar a busca do usuário, facilitar processos e recursos de inclusão, e facilitar a interação humana com tecnologias. A facilidade e rapidez para se buscar informações, além de tornar menos cansativo a busca por notícias que são coerentes e verdadeiras, facilitando a busca pela informação, e também promover o acesso fácil à informação.
Otimização	Pode ajudar nessa questão de pesquisa que faça link com outros contextos para entender o todo, ou fazer aplicativos com interfaces fáceis para todas as idades, tornar processos "internos" de aplicativos menos burocráticos

	e diretos, otimização de tempo, tempo de resposta bem curto e algo mais agradável ao usuário, e otimizar o tempo.
Usabilidade	Acredito que seja na maior aceitabilidade e usabilidade da plataforma em questão, melhorar a usabilidade e a facilidade de informação e usabilidade de programas.
Rapidez	Maior rapidez na busca de algo, mais intuitivo e rápido.
Diferenciação	Acredito que o UX design é uma ferramenta essencial para a diferenciação, e além de trazer uma melhora técnica, aumenta tempo de tela dos apps, e diferencia eles, ou seja quanto mais UX, ou quanto melhor for o UX mais os consumidores vão gostar do app ou site, o que resulta diretamente em mais faturamento.
Fidelização do cliente	Para manter o cliente na base e fazer do meu serviço uma excelente experiência.
Entrega assertiva	Entregas mais assertivas de produtos (SaaS) e dos serviços.
Antecipação	Antecipações de dificuldades com interfaces, feedbacks imediatos de interações de usuários.
Experiência do usuário	Melhorar a experiência do usuário em determinados sites.
Valor agregado	Agregar na informação.

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Figura 11 - Gráfico referente à porcentagem das ideias centrais da pergunta 13



Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

Posterior à análise realizada em cada pergunta, foram feitos pequenos discursos utilizando o método do DSC, através das ideias centrais retiradas. Por fim, o discurso do sujeito coletivo que representa o universo selecionado para a pesquisa pode ser sintetizado nas seguintes tabelas:

Quadro 9: Discurso 5 - “O que você entende por ser *UX/UI Design*?”

Entendo UX como a área do design que trabalha a experiência do cliente, ou experiência do usuário no geral, que realiza pesquisas voltadas para uma melhor experiência do usuário com a tecnologia. Entendo que é tudo que envolve o aprimoramento da experiência de usuários em sites, apps, landing pages e etc. Também é uma área que foca no desenvolvimento de sites, softwares e coisas desse tipo sempre voltado para a experiência do usuário. Assim, a experiência de usuário, como o design pode proporcionar uma melhor experiência de acordo com o entendimento do comportamento humano diante das telas! Vejo

como a experiência e interface de usuário, sobre usabilidade e visuais web, trabalhados em cima da melhor experiência do usuário no site, que se relaciona com a experiência do usuário em um site. A interface de sites e aplicativos, a criação de uma interface abordando a experiência de um usuário quando for utilizá-la (onde colocar um botão, o tamanho dele, se clicar leva pro lugar certo etc), sendo responsável pela interface gráfica de aplicativos, ou seja, alguém que desenvolve o design de sites. Entendo como design de experiência/interface, design de plataformas/aplicativos, planejamento e design de interfaces, e sobre usabilidade e visuais web, para a criação/formatação do design de um site/aplicativo e design de elementos na configuração da interface de sites ou aplicativos com os quais o usuário interage. Experiência e Interface de usuário, sobre usabilidade e visuais web, sendo um profissional que atua na usabilidade de sites, blogs, redes sociais, fontes informacionais em geral, de modo que o usuário não tenha problemas em encontrar o que precisa por conta do design do mesmo. Experiência e Interface de usuário, sobre usabilidade e visuais web, sendo um profissional que atua na usabilidade de sites, blogs, redes sociais, fontes informacionais em geral, de modo que o usuário não tenha problemas em encontrar o que precisa por conta do design do mesmo. UX design é a produção do design baseada na jornada do cliente, em que a interação do usuário é um foco, que tem como principal função tornar a jornada do usuário mais agradável/fácil. Criar a melhor solução para a plataforma de um site ou app. São termos relacionados ao design em sistemas informacionais. UI são os botões e aplicações na arquitetura do site. Construção de layout para que seja usual, fácil e simples para o usuário.

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Quadro 10: Discurso 6 - “Na sua compreensão, existe(m) diferença(s) entre os conceitos *UX* e *UI*? Se sim, favor informá-la(s) a seguir:”

Um seria a parte mais conceitual. Outra parte focada mais no planejamento e design. Creio que uma é mais focada na parte visual. O UI está ligado mais a construção do visual do site ou app a partir das soluções do UX. UX é mais completo em relação a UI por analisar certos comportamentos complexos do usuário. O UI Design tem como principal foco a interface de um determinado aplicativo ou site, ou seja, interface e facilidade de mexer nesses sites/apps, deixando-os mais intuitivos. O UI é sobre a interface gráfica propriamente dita, e

busca uma melhora em interfaces. UI é focado na arquitetura da informação do site. O UX procura uma melhora em todas as interações do usuário. Acredito que sim, porém um complementa o outro, enquanto o UX pensa na experiência como um todo. O UX se refere mais à experiência do usuário ao lidar com alguma interface/aplicação. Ou seja, o UX é focado na experiência do usuário. UI pensa em detalhes como disposição de elementos e coisas do tipo. UX está ligado mais a soluções, pesquisa sobre o usuário. Imagino que uma seja mais a parte de códigos de programação. UX Design observa esse e outros aspectos, que vão desde o caminho que um usuário faz para chegar ao seu objetivo final até experiências anteriores que uma pessoa teve com aquele produto ou serviço, que podem impactar positivamente ou não a sua interação.

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Quadro 11: Discurso 7 - “Atualmente, quais os recursos (soluções, aplicativos, software, programas, entre outros) de seu uso frequente (pessoal e/ou profissional) em que se encontra presente o *UX/UI Design*? (Mais de um recurso pode ser informado)”

Acredito que os softwares de criação da Adobe. Alguns softwares do pacote Adobe (Photoshop, Illustrator, Indesign, After Effects, Premiere). A forma como eles foram e continuam sendo desenvolvidos facilita bastante no meu processo criativo, algumas ferramentas são semelhantes em ambos os programas, o que ajuda no uso e aprendizado. Além disso, Canva, Photoshop, Illustrator, aplicativos de edição de vídeos, Figma, Adobe XD e programas da Adobe. Sites públicos da internet, como o Google, e aplicações do Google. Spotify e Youtube. Acredito que na maioria dos aplicativos de redes sociais, como: Instagram, TikTok, WhatsApp, Facebook, LinkedIn, Twitter e todas as minhas redes sociais. Android, Windows e iOS. Páginas da web e aplicativos, site de compras, site de viagens, sites e apps de e-commerce. Trello, Notion, CRM, ClickUp e NectarCRM. Cheers. Banco digital e apps de bancos, além de alguns bancos mais intuitivos como o Nubank. Streaming e Netflix. Aplicativo do serviço para bater ponto e ter controle de horas e férias. iFood. Bíblia Youversion. Pacote Office. E-mail. Software financeiro. Valorant.

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Quadro 12: Discurso 9 - “Quais os principais motivos que o levam a recorrer a estes recursos em particular na busca por informação?”

Praticidade e rapidez. A praticidade de obter a informação rapidamente, tempo de resposta e conteúdos assertivos. Além disso, a questão da praticidade e velocidade para encontrar exatamente o que eu procuro é prático e me dá várias opções logo de cara. Praticidade, costume, ampla gama de possibilidades e praticidade. A facilidade de manuseio e de acesso, rapidez e veracidade. Maior amplitude de fontes, velocidade na busca e facilidade em encontrar o que eu quero, além da agilidade de chegar à resposta, obtendo uma informação instantânea. Facilidade de obter informações e o modo tranquilo de entendê-las, e a facilidade de uso e disponibilidade de informações em maior parte segura. Confiabilidade e a facilidade de acessibilidade. O Google usualmente tem todas as respostas. O Youtube é mais específico se eu quiser aprender um processo, independente do que seja. Trabalhos e pesquisas. Boa usabilidade, fácil acesso. Para pensar em possíveis melhorias para a experiência do meu cliente. Velocidade e rapidez. Caráter da dúvida, assunto desconhecido, notícias. Variedade de resposta. Ao longo dos anos foram as formas que encontrei de buscar a informação de forma que atenda as minhas necessidades e em redes credenciadas e com profissionais qualificados e sérios, e também solucionar uma lacuna informacional. A confiabilidade e instantaneidade das informações que preciso.

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Quadro 13: Discurso 10 - “Quando surge a necessidade de alguma informação, você possui algum processo pré-estabelecido de busca baseado nestes recursos? Se sim, favor descrevê-lo.”

A pesquisa se inicia sempre no Google, através dela achamos todos os outros. Quando se trata de uma informação que eu não considero tão importante, pesquiso em redes sociais. Quando a importação é relevante eu pesquiso no Google, ou seja, só jogo no Google mesmo. Não tenho nenhum processo pré-estabelecido, então apenas abro o Google e busco por sites que julgo confiável e/ou tenha afinidade para poder coletar informações. E geralmente são 3 sites que acesso para confirmar a informação obtida. Mas dependendo do tipo de informação que eu quero obter, se for algo mais pessoal eu busco normalmente pelo google ou pelas redes

sociais as informações que eu preciso nos sites que eu confio. Sim, sempre opto por fazer uma busca rápida em alguma plataforma da internet, como digitar na barra de pesquisa do Google. Quando eu escrevo a pergunta em inglês no Google, os resultados tendem a ser maiores. Vale avaliar os sites que obtêm a informação pela página do Google, se são conhecidos ou não. Assim, abro o google e escrevo a minha dúvida. Hoje a UX do google é tão boa que você nem precisa abrir o site do google, só escreve o que precisa saber onde coloca o URL, que ele já te entrega a resposta. De imediato busco no Google e vejo se encontro algum site que confio. Eu tenho o app Google e já abro direto e vou pesquisar no Google ou em redes sociais, pois escrevo qualquer dúvida no Google e procuro um site que a responda. Penso na maneira mais objetiva de digitar o que procuro. Se for alguma informação científica, busco livros e artigos na área, já tendo lido até mesmo o mesmo livro de imunologia veterinária por não ter encontrado a informação que eu queria de forma precisa em sites de busca. Porém se for uma busca mais acadêmica eu sempre vou diretamente na parte acadêmica do Google. Primeiro defino a necessidade, e com base nela qual meio será efetivo para fazer a busca. Sim, pesquiso apenas as palavras chaves sem formar frases. Acho que procuro por coisas curtas, pesquisa por palavras e frases chave, e utilização de palavras-chave. Depois ir pesquisando palavras que me remetem a dúvida para melhor compreendê-la de outros ângulos. Verificar a fonte da informação, se é apenas um sujeito falando, ou se aquele sujeito tem formação e propriedade para falar sobre a informação, ou se está representando uma organização com nome. Sim, busco por páginas onde há veracidade da informação. Busco fontes da minha confiança, em várias plataformas diferentes - sites, redes sociais. (G1, UOL, Folha). Apenas pesquiso e procuro o mais confiável, busco o fato e procuro fontes que confio para me informar. Por fim, busco sites e fontes de confiança reconhecida. Sim. Vou pesquisar no Google ou em redes sociais, mas normalmente as informações via redes sociais que não busco, elas chegam até mim por seguir.

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Quadro 14: Discurso 11 - “Quando essa busca por informação se torna inconclusiva, por quaisquer razões, qual(is) atitude(s) você costuma tomar?”

Costumo buscar em diferentes fontes para ver se consigo complementar essas informações, e busco também em artigos e revistas científicas, ou até mesmo aulas disponibilizadas online. Em outros meios, busco outros locais e/ou pergunto a amigos e conhecidos, busco outras fontes, ou outros idiomas, em outro lugar até achar, e procuro outros meios de buscar as respostas que procuro. Procuro em várias fontes que tragam informações parecidas, e chego aonde quero, além de perguntar às pessoas ou, novamente, buscar coisas e contextos relacionados para ter ângulos diferentes sobre a dúvida. Costumo perguntar para outra pessoa, pesquisar em outro canal ou pesquisar em outra fonte. Consultar também algum amigo para verificar se ele sabe, buscar em outro meio, ou procuro por meios físicos. Busco outras fontes de informação para garantir se aquela informação é verdadeira ou não, e pesquiso em vários lugares, como também perguntar às pessoas. Às vezes guardo a informação pra mim e deixo para "investigá-lo" depois, ou busco outras plataformas, como ir ao Tik Tok, ou ir ao YouTube procurar vídeos sobre. Também costumo recorrer a professores e colegas de profissão, ou perguntar a algum profissional da área em questão. Além disso, pesquiso mais a fundo, ou pesquiso em inglês, e depois vou para o YouTube, e busco outra maneira de digitar/pesquisar. Tento buscar usando outras palavras até encontrar o que eu quero, pesquisar utilizando outras palavras-chave, modificar as palavras da busca, e mudar os termos da busca. Também vou na base da tentativa e erro, procuro em alguma outra língua e tento ser mais descritivo. Costumo pesquisar sobre o assunto em artigos e teses voltados para área científica. Tento reformular a pergunta, ou normalmente eu deixo de lado, não busco e desisto.

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Quadro 15: Discurso 12 - “Para quais usos ou finalidades você destina ou emprega a informação obtida por meio de recursos baseados em *UX/UI Design*?”

Na maioria profissional, para melhorar a experiência do cliente, para material de clientes e trabalho. Aplico a UX para encontrar mais fontes de informação a respeito do

mesmo tema e a UI para verificar os selos de veracidade das páginas que estão fornecendo a informação, buscando conhecimento pessoal para treinar minhas habilidades. Além disso, facilidade de acesso e entendimento de interface, visual e disposição de informações atrativas que indiquem o que fazer e como fazer. Tudo o que pode ser melhorado pelo conhecimento do comportamento humano diante das telas, por exemplo, tudo o que você pode diminuir o gasto de energia cerebral para que o cérebro consiga o que precisa, por exemplo uma pesquisa. Apenas para conhecimento próprio, busca de informações, para me atualizar sobre os acontecimentos do mundo atual e para buscar a veracidade dos fatos. Além disso, de várias maneiras no dia a dia, em relações pessoais, de trabalho e estudantis, para a vida no geral e fins acadêmicos, busca de conhecimento, dados, aprendizado e lazer, uso cotidiano, seja pessoal ou profissional, pessoal, faculdade e trabalho, para tudo, atividades do dia a dia, trabalho e estudo principalmente, trabalho, estudo, lazer, nas redes sociais e no trabalho, e trabalho ou curiosidade pessoal. Também para enriquecer os meus estudos acadêmicos e estudos.

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Quadro 16: Discurso 13 - “Que tipos de soluções e benefícios você imagina que a área de UX/UI Design pode trazer tanto para a tecnologia, quanto para as atividades humanas?”

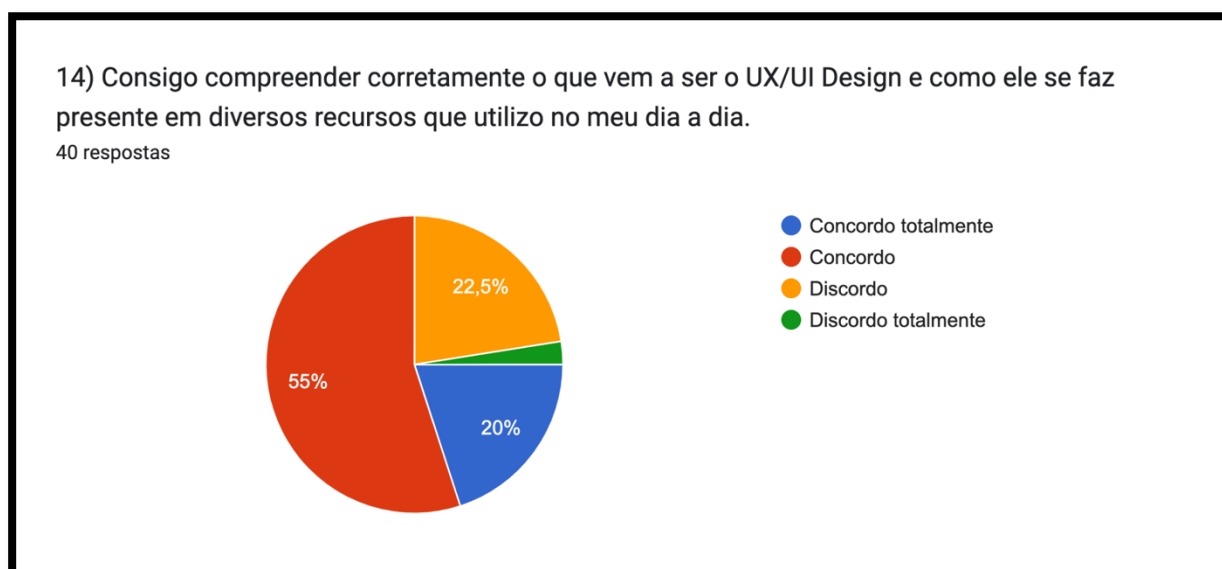
Acredito que o UX design é uma ferramenta essencial para a diferenciação, e além de trazer uma melhora técnica, aumenta tempo de tela dos apps, e diferencia eles, ou seja quanto mais UX, ou quanto melhor for o UX mais os consumidores vão gostar do app ou site, o que resulta diretamente em mais faturamento. Facilidade de acesso a tecnologias, além de maior facilidade nas interações com a tecnologia e maior facilidade para execução de tarefas do dia a dia, a facilidade de informação e usabilidade de programas, e a facilidade na propagação de diversas informações. Facilitar a busca Informacional, diminuindo o tempo gasto na mesma, por trazer as informações de forma clara e sem peso para o usuário, facilidade e praticidade, facilidade de acesso, compreender e facilitar a busca do usuário, facilitar processos e recursos de inclusão, e facilitar a interação humana com tecnologias. A facilidade e rapidez para se buscar informações, além de tornar menos cansativo a busca por notícias que são coerentes e verdadeiras, facilitando a busca pela informação, e também promover o acesso fácil à

informação. Pode ajudar nessa questão de pesquisa que faça link com outros contextos para entender o todo, ou fazer aplicativos com interfaces fáceis para todas as idades, tornar processos "internos" de aplicativos menos burocráticos e diretos, otimização de tempo, tempo de resposta bem curto e algo mais agradável ao usuário, e otimizar o tempo. Acredito que seja na maior aceitabilidade e usabilidade da plataforma em questão, melhorar a usabilidade e a facilidade de informação e usabilidade de programas. Maior rapidez na busca de algo, mais intuitivo e rápido. Para manter o cliente na base e fazer do meu serviço uma excelente experiência, entregas mais assertivas de produtos (SaaS) e dos serviços, antecipações de dificuldades com interfaces, feedbacks imediatos de interações de usuários, melhorar a experiência do usuário em determinados sites, e agregar na informação.

Fonte: Elaborada pelo autor (2023)

Nas perguntas baseadas na escala de Likert, mais especificamente as da “Seção III - Uso de recursos baseados em *UX/UI Design*”, por sua vez, foi possível perceber uma concordância majoritária do público (75%) quando questionados sobre a compreensão correta do que vem a ser o *UX/UI Design* e como ele se faz presente em diversos recursos utilizados no dia a dia. A outra parcela referente à 25% afirmaram que ainda não compreende totalmente as definições e os usos do *UX/UI Design*.

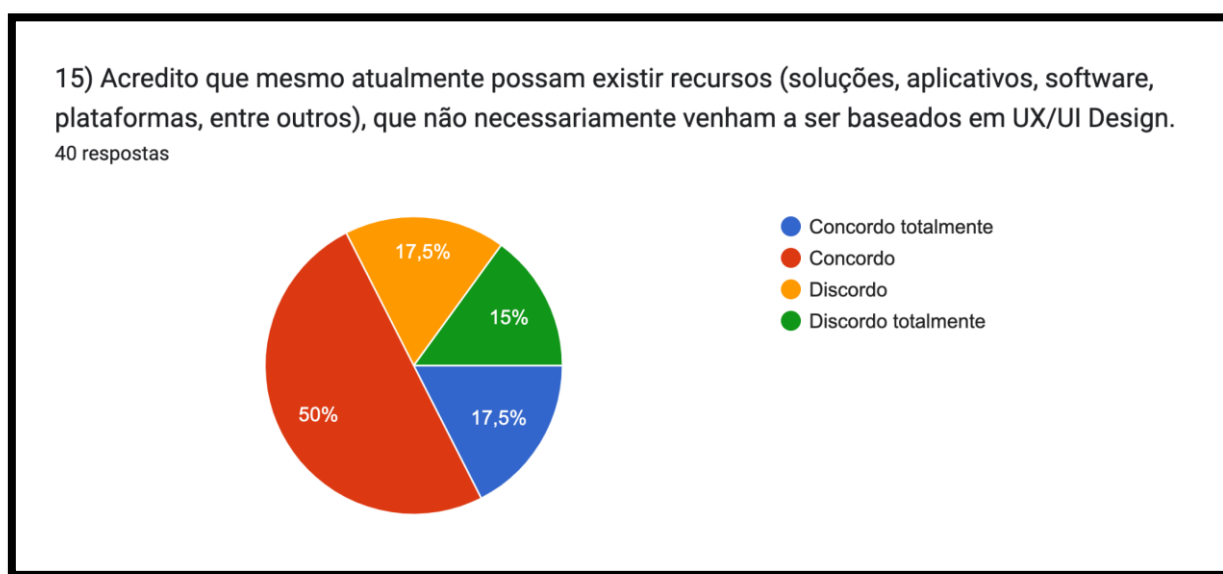
Figura 12 - Gráfico referente à porcentagem das respostas da pergunta 14



Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

Além disso, uma porcentagem totalizante de 67,5% do público entrevistado acredita que mesmo atualmente possam existir recursos que não necessariamente venham a ser baseados em *UX/UI Design*. O público restante constituidor da pesquisa (22,5%) não crê que existam recursos que não se baseiam em *UX/UI Design* no seu processo de desenvolvimento.

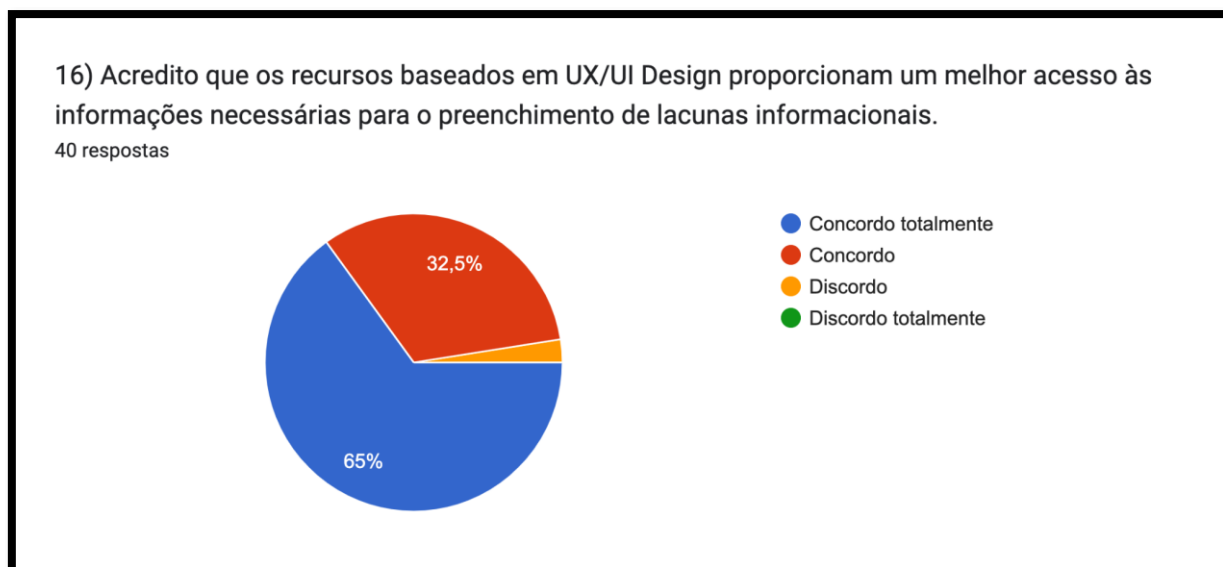
Figura 13 - Gráfico referente à porcentagem das respostas da pergunta 15



Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

Procurando averiguar a crença do público acerca do acesso à informação que os recursos baseados na área de *UX/UI Design* podem proporcionar, visando o preenchimento de lacunas informacionais, é plausível dizer que 97,5% do público concorda ou concorda totalmente com tal questionamento. Em contrapartida, apenas 2,5% discordam com tal indagação.

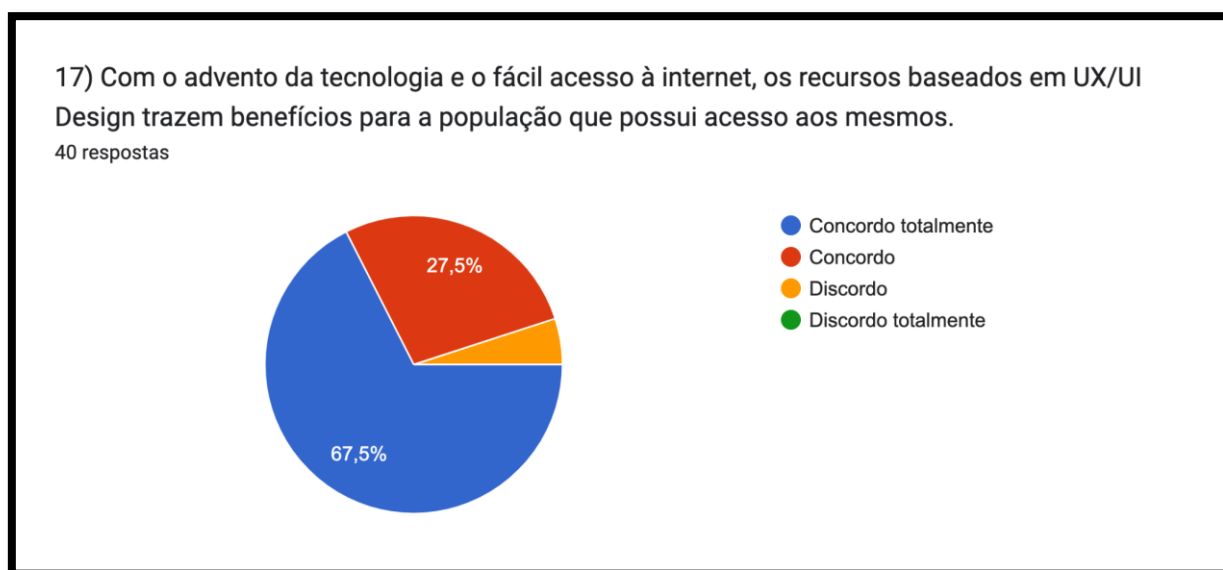
Figura 14 - Gráfico referente à porcentagem das respostas da pergunta 16



Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

Com a atual evolução tecnológica e o fácil acesso à internet, 95% dos entrevistados acreditam que os recursos desenvolvidos por meio do *UX/UI Design* trazem, em grande parte, benefícios para a população no geral, no que tange a facilidade e usabilidade dos mesmos. Por outro lado, a parcela de 5% crê que essa área traz mais malefícios do que benefícios.

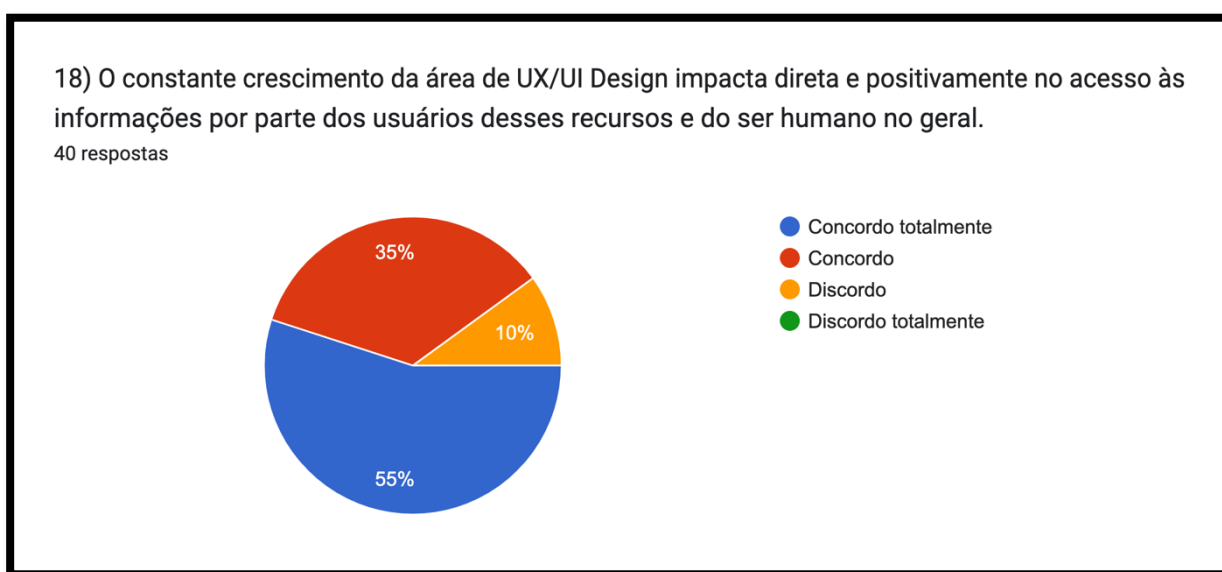
Figura 15 - Gráfico referente à porcentagem das respostas da pergunta 17



Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

Por fim, assim como observado nos gráficos anteriores, a grande parte do público (90%) concorda quando se diz que o constante crescimento da área de *UX/UI Design* impacta direta e positivamente no acesso às informações por parte dos usuários desses recursos e do ser humano no geral. Em compensação, os demais 10% discordam de tal afirmação, indo na contramão da opinião da maioria dos entrevistados.

Figura 16 - Gráfico referente à porcentagem das respostas da pergunta 18



Fonte: Elaborada pelo autor (2023).

5. CONCLUSÃO

Após a etapa de análise dos resultados, tendo em vista todos os dados coletados e os discursos construídos, podemos perceber que o público em questão possui certa noção sobre a área de *UX/UI Design*, mesmo que ainda não tenham total clareza sobre características específicas da mesma, bem como as especificidades que permeiam no universo do *UX/UI*. Retomando o objetivo geral definido na pesquisa, que busca identificar e compreender, por parte dos usuários e de sua interação com os recursos baseados em *UX/UI Design*, características pessoais e coletivas demonstradas por eles em torno da informação obtida, podemos concluir que o público possui de fato características semelhantes, no que tange o processo de busca de informações, no momento em que é percebido a existência de uma lacuna informacional, até o preenchimento da mesma. Foi constatado que a grande maioria opta pela utilização do Google para tal solução, visto que essa plataforma disponibiliza inúmeros

resultados, tanto na parte acadêmica, quanto na parte pública do *website*, onde podem ser encontradas informações em endereços virtuais dos mais diversos tipos.

Partindo para os objetivos específicos, em um primeiro momento, procurando compreender o nível de entendimento e identificar a existência de possíveis lacunas no conhecimento dos usuários, foi possível perceber de fato algumas lacunas informacionais, no que se refere às definições dos termos inerentes à área de *UX/UI Design*, como sua definição, a diferença entre *UX* e *UI*, e as funções desempenhadas por cada. Porém, não vem a ser uma completa falta de conhecimento, considerando o discurso da coletividade, uma vez que alguns respondentes possuem familiaridade com o assunto, conseguindo trazer definições que se assemelham e vão de encontro com a realidade. Em seguida, objetivando analisar as formas de soluções de problemas dos usuários, como supracitado, foi capaz de identificar a utilização do Google como principal recurso para solução das lacunas informacionais. Entretanto, outros meios foram apresentados, como artigos acadêmicos disponibilizados em bibliotecas virtuais, contato com professores e colegas de trabalho, e redes sociais. No que se diz respeito à visão dos usuários em relação aos benefícios providos pelos recursos baseados em *UX/UI Design*, podemos afirmar que o público concorda quando se diz que essa área proporciona melhor acesso às informações necessárias para o preenchimento de lacunas informacionais, benefícios à população no geral que usufrui desses recursos, e que a mesma impacta direta e positivamente no acesso às informações por parte dos usuários e do ser humano no geral.

Por fim, observando toda a conjuntura de acessibilidade e acesso à informação, podemos dizer que o sujeito, em toda a sua coletividade, possui um conhecimento básico acerca da área de *UX/UI Design*, possuindo a capacidade de expandir esse conhecimento por meio da busca e do entendimento das características pertencentes a esse universo da tecnologia atual, que cada dia mais cresce e é requisitadas por inúmeras empresas, de diferentes nichos de atuação.

REFERÊNCIAS

ANDRADE, Robéria de Lourdes de Vasconcelos; ANDRADE, Wendia Oliveira de. Usuários da Informação: sujeitos perfilados com base na Ciência da Informação. **Revista Conhecimento em Ação**, Rio de Janeiro, v. 1, n. 1, jan./jun. 2016. Disponível em: <<https://revistas.ufrj.br/index.php/rca/article/view/2875>>. Acesso em: 01/10/2020.

ARAÚJO, Carlos Alberto Ávila. Estudos de Usuários da Informação: comparação entre estudos de uso, de comportamento e de práticas a partir de uma pesquisa empírica. **Inf. Pauta**, Fortaleza, CE, v. 1, n. 1, jan./jun. 2016. Disponível em: <<https://brapci.inf.br/index.php/res/v/41582>>. Acesso em: 01/10/2020.

ARTY, D. *UI Design - O que é User Interface Design*. Disponível em: <<https://www.chiefdesign.com.br/ui-design/#subtitulo01>>. Acesso em: 16/12/2020.

BELKIN, Nicholas J. et al. Ask for information retrieval: part I: background and theory. **Journal of Documentation**, v. 38, n. 2, p. 61-71, June 1982.

CAPURRO, Rafael. Epistemologia e Ciência da Informação. In: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO, 5, 2003. Belo Horizonte, 2003. Anais eletrônicos... Belo horizonte: UFMG, 2003. Apresentação oral. Disponível em: <http://www.capurro.de/enancib_p.htm>. Acesso em: 10/11/2020.

CHOO, Chun Wei. **A organização do conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. 2. ed. São Paulo: Ed. SENAC, 2006.

_____. Closing the cognitive gaps: how people process information. *Financial Times*, London, Mar 22, 1999.

COSTA, S. M. de S.; GASQUE, K. C. G. D. Comportamento dos professores da educação básica na busca da informação para formação continuada. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 32, n.3, p. 54-61, 2003. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/ci/v32n3/19024.pdf>>. Acesso em: 01/10/2020.

_____. Evolução teórico-metodológica dos estudos de comportamento informacional de usuários. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 39, n.1, p. 21-32, jan./abr. 2010. Disponível em: <<https://www.scielo.br/pdf/ci/v39n1/v39n1a02.pdf>>. Acesso em: 01/10/2020.

CUNHA, Murilo Bastos da; CAVALCANTI, Cordélia Robalinho de Oliveira. **Dicionário de biblioteconomia e arquivologia**. Brasília: Briquet de Lemos, 2008. xvi, 451 p.

DERVIN, Brenda. Sense-making theory and practice: an overview of user interests in knowledge seeking and use. **Journal of Knowledge Management**, v. 2, n. 2, p. 36-46, Dec. 1998.

DERVIN, Brenda; NILAN, M. Information needs and uses. *Annual Review of Information Science and Technology – ARIST*, v. 21, p. 3-33, 1986.

DINIZ, M. T. M.; VASCONCELOS, F. P.; MAIA-VASCONCELOS, S. M.; ROCHA, G. C. Utilização de Entrevistas Semi-estruturadas na Gestão Integrada de Zonas Costeiras: o Discurso do Sujeito Coletivo como Técnica Auxiliar.

DOROFTEI, D. *et al.* User-Centered Design, 2017. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.5772/intechopen.69483>>. Acesso em: 16/12/2020.

EXPERIÊNCIA. In: DICIO, Dicionário Online de Português. Porto: 7 Graus, 2020. Disponível em: <<https://www.dicio.com.br/experiencia/>>. Acesso em: 22/12/2020.

FERREIRA, S. M. Estudo de necessidades de informação: dos paradigmas tradicionais à abordagem sense-making. ABEDB, n. 2, 1997. Disponível em: <<http://www.eca.usp.br/nucleos/sense/textos/sumar.htm>>. Acesso em: 20/10/2020.

FIGUEIREDO, Marília Z. A.; CHIARI, Brasília M.; GOULART, Bárbara N. G. de. Discurso do Sujeito Coletivo: uma breve introdução à ferramenta de pesquisa qualiquantitativa. *Distúrbios da Comunicação*, v. 25, n. 1, p. 129-136, 2013. Disponível em: <<https://revistas.pucsp.br/index.php/dic/article/view/14931>>. Acesso em: 20/01/2021.

FIGUEIREDO, N. M. **Estudo de uso e usuários da informação**. Brasília: IBICT, 1994.

FRANKENTHAL, R. *Entenda a escala Likert e saiba como aplicá-la em sua pesquisa*. Disponível em: <<https://www.mindminers.com/blog/entenda-o-que-e-escala-likert/>>. Acesso em: 10/07/2022.

GASQUE, K. C. G. D.; NASCIMENTO, A. M. R. do. Novas tecnologias, a busca e o uso de informação no ensino médio. **Inf. & Soc.: Est.**, João Pessoa, v. 27, n. 3, p. 205-218, set./dez. 2017. Disponível em: <<https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/ies/article/download/32992/18980/>>. Acesso em: 15/11/2020.

GIL, Antonio Carlos. Métodos e técnicas de pesquisa social. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

KANAOKA, R. Diagrama Honeycomb – Facetas do User Experience, 2014. Disponível em: <<http://samuraiux.com.br/blog/blog/2014/10/21/facetass-user-experience-diagrama-honeycomb/>>. Acesso em: 16/12/2020.

KUHLTHAU, Carol C. A principle of uncertainty for information seeking. **Journal of Documentation**, v. 49, n. 4, p. 339-355, 1993.

_____. Inside the research process. **Journal of the American Society for Information Science**, v. 42, n. 5, p. 361-371, 1991.

LANTER D, ESSINGER R. User-centered *design*. In: RICHARDSON, D. *et al.* **International Encyclopedia of Geography: People, the Earth, Environment and Technology**. [S.l.]: John Wiley & Sons Ltd., 2017.

LEFÈVRE, Fernando; LEFÈVRE, Ana Maria Cavalcanti. O discurso do sujeito coletivo: um novo enfoque em pesquisa qualitativa; desdobramentos. [S.l: s.n.], 2003. Disponível em: <<https://repositorio.usp.br/item/001347796>>. Acesso em: 20/01/2021.

LOUDERMILK, Travis. Design centrado no usuário: um guia para o desenvolvimento de aplicativos amigáveis / Travis Lowdermilk; [tradução Lúcia Ayako Kinoshita]. São Paulo: Novatec Editora, 2013.

LUDKE, M.; ANDRE, M. E. D. A. Pesquisa em educação: uma abordagem qualitativa. 2.ed. São Paulo: EPU, 2013.

MARTÍNEZ-SILVEIRA, Martha; ODDONE, Nanci. Necessidades e comportamento informacional: conceituação e modelos. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 36, n. 1, p. 118-127, maio/ago. 2007.

MATTA, Rodrigo Octávio Beton. Modelo de comportamento informacional de usuários: uma abordagem teórica. In: Marta Valentim. (Org.). **Gestão. Mediação e Uso da Informação**. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010, p. 390. Disponível em: medium.com/mytake/the-ux-honeycomb-seven-essential-considerations-for-developers-accc372a398c. Acesso em: 22/12/2020.

PARREIRA, F. J.; PEREIRA, A. S.; SHITSUKA, D. M.; SHITSUKA, R. Metodologia da Pesquisa Científica. 1.ed. Santa Maria: UAB/NTE/UFSM, 2018.

USUÁRIO. In: MICHAELIS, Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa. Melhoramentos, 2020. Disponível em: <https://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues/busca/portugues-brasileiro/usuario>>. Acesso em 05/01/2021.

MIRANDA, Silvânia. Como as necessidades de informação podem se relacionar com as competências informacionais. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 35, n. 3, p. 99-114, set./dez. 2006.

MORVILLE, P. **User Experience Design**, 2004. Disponível em: http://semanticstudios.com/user_experience_design/>. Acesso em: 16/12/2020.

PAGNAN, Andréia S. *et al.* Design centrado no usuário e seus princípios éticos norteadores no ensino do design. **Estudos em Design** | Revista (online). Rio de Janeiro: v. 27 | n. 1, p. 131 – 17, 2019.

RIBEIRO, Patrick Dourado; KLING, Victor. CONGRESSO NACIONAL DE ARQUIVOLOGIA - CNA, 7., 2016, Fortaleza. Anais eletrônicos... **Revista Analisando em Ciência da Informação - RACIN**, João Pessoa, v. 4, n. especial, p. 232-246, out. 2016. Disponível em: http://racin.arquivologiauepb.com.br/edicoes/v4_nesp>. Acesso em: 05/01/2021.

SACRAMENTO, J. Design UX UI - Dicionário para os iniciantes. Disponível em: <https://www.blog.cubos.academy/design-ux-ui-iniciantes/#>>. Acesso em: 03/07/2022.

SANZ CASADO, Elías. **Manual de estudios de usuarios**. Madrid: Pirámide, 1994.

SILVESTRI, Gabriel. **Como aprender design de interfaces: o guia definitivo**. 2020.

TAYLOR, Robert S. **Value-added processes in information systems**. Norwood: Ablex Publishing Co., p. 257, 1986.

TEIXEIRA, Fabrício. **Introdução e boas práticas em UX Design**. Vila Mariana, São Paulo: Casa do Código, 2014.

VERGARA, Sylvia Constant. **Métodos de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1997.

VILAVERDE, Ludmila. **Guia de profissões: Designer UX**, 2020. Disponível em: tutano.trampos.co/15025-designer-ux/>. Acesso em: 29/12/2020.

WILSON, T. D. Models in information behavior research. **Journal of Documentation**, London, v. 55, n. 3, p. 249-70, Jun. 1999.

_____. Recent trends in user studies research and qualitative methods. **Information Research**, v. 5, n. 3, Mar. 2000.

_____. WALSH, C. **Information behaviour: an inter-disciplinary perspective**. London: Report to British Library Research and Innovation Centre, 1996.

APÊNDICE A – Questionário da pesquisa

Questionário aplicado durante a pesquisa, visando a coleta de dados para posterior análise dos resultados.

Parte I - Dados sociodemográficos

1) Qual o seu gênero?

() Masculino

() Feminino

() Não - Binário

() Prefiro não dizer

2) Qual a sua faixa etária?

() abaixo de 18 anos

() entre 18 e 22 anos

() entre 23 e 25 anos

() entre 26 e 30 anos

() acima dos 30 anos

3) Você está se graduando em qual curso da FIC?

() Biblioteconomia

() Gestão da Informação

() Jornalismo

() Publicidade e Propaganda

() Relações Públicas

Parte II - Definindo o UX/UI Design

4) Você sabe ou já ouviu falar sobre o termo *UX/UI Design*?

() Sim () Não

5) O que você entende por ser *UX/UI Design*?

6) Na sua compreensão, existe(m) diferença(s) entre os conceitos *UX* e *UI*? Se sim, favor informá-la(s) a seguir:

Enquanto o *UI Design* tem como principal foco a interface de um determinado aplicativo ou site, o *UX Design* observa esse e outros aspectos, que vão desde o caminho que um usuário faz para chegar ao seu objetivo final até experiências anteriores que uma pessoa teve com aquele produto ou serviço, que podem impactar positivamente ou não a sua interação.

Para facilitar o entendimento, um recurso baseado em *UX/UI Design* pode ser qualquer site, aplicativo ou até mesmo um produto físico, a que qualquer pessoa possui acesso.

7) Atualmente, quais os recursos (soluções, aplicativos, software, programas, entre outros) de seu uso frequente (pessoal e/ou profissional) em que se encontra presente o *UX/UI Design*? (Mais de um recurso pode ser informado)

8) Quando você necessita de alguma informação, a qual(is) recurso(s) você recorre? (Mais de uma opção pode ser marcada)

() Google

() Dicionário

() Revistas

() Jornais

() Redes sociais (Whatsapp, Instagram, Facebook, Twitter...)

() Outro (Favor especificar)_____

9) Quais os principais motivos que o levam a recorrer a estes recursos em particular na busca por informação?

10) Quando surge a necessidade de alguma informação, você possui algum processo pré-estabelecido de busca baseado nestes recursos? Se sim, favor descrevê-lo.

11) Quando essa busca por informação se torna inconclusiva, por quaisquer razões, qual(is) atitude(s) você costuma tomar?

12) Para quais usos ou finalidades você destina ou emprega a informação obtida por meio de recursos baseados em *UX/UI Design*?

- 13) Que tipos de soluções e benefícios você imagina que a área de *UX/UI Design* pode trazer tanto para a tecnologia quanto para as atividades humanas?

Parte III - Relação Usuário - Uso de recursos baseados em *UX/UI Design*

Nas perguntas a seguir, proceda as respostas de acordo com as suas convicções acerca de *UX/UI Design* e sua importância / relevância em suas atividades cotidianas.

- 14) Consigo compreender corretamente o que vem a ser o *UX/UI Design* e como ele se faz presente em diversos recursos que utilizo no meu dia a dia.

- () Concordo totalmente
() Concordo
() Discordo
() Discordo totalmente

- 15) Acredito que mesmo atualmente possam existir recursos (soluções, aplicativos, software, plataformas, entre outros), que não necessariamente venham a ser baseados em *UX/UI Design*

- () Concordo totalmente
() Concordo
() Discordo
() Discordo totalmente

16) Acredito que os recursos baseados em *UX/UI Design* proporcionam um melhor acesso às informações necessárias para o preenchimento de lacunas informacionais.

☐ Concordo totalmente

☐ Concordo

☐ Discordo

☐ Discordo totalmente

17) Com o advento da tecnologia e o fácil acesso à internet, os recursos baseados em *UX/UI Design* trazem benefícios para a população que possui acesso aos mesmos.

☐ Concordo totalmente

☐ Concordo

☐ Discordo

☐ Discordo totalmente

18) O constante crescimento da área de *UX/UI Design* impacta direta e positivamente no acesso às informações por parte dos usuários desses recursos e do ser humano no geral.

☐ Concordo totalmente

☐ Concordo

☐ Discordo

☐ Discordo totalmente

Fonte: Elaborada pelo autor (2023).