

# UX Design e Design Sprint na idealização de uma plataforma educacional para o Ensino Básico

Ana Luiza Gasparette dos Santos Cecconi e Alexandre Barreto de Almeida

Desde 2012, dados mostram que o Brasil ainda apresenta uma grande margem de melhoria no setor da educação. Em 2018, a pesquisa Retratos da Sociedade Brasileira – Educação Básica, da Confederação Nacional da Indústria (CNI)<sup>[1]</sup> mostrou aumento da insatisfação da população com relação à educação do país. Na pesquisa, 26% dos entrevistados consideraram o Ensino Médio das escolas públicas ruim ou péssimo, com aumento de 11% em comparação a 2013. Os dados também mostraram uma queda no número de entrevistados que consideraram o Ensino Médio das escolas públicas ótimo ou bom: de 48% para 31% entre os 2013 e 2018. Em relação às escolas particulares, o número de entrevistados que consideram a mesma etapa escolar ótima ou boa também diminuiu, no mesmo período, de 76% para 64%. Em 2018, apenas 12% dos entrevistados acreditavam que o aluno de Ensino Médio de escola pública estaria preparado para o mercado profissional.

Um cenário de insatisfação e crítica ao sistema educacional brasileiro foi amplamente observado ao longo da década de 2010 e, recentemente, com o contexto da pandemia de COVID-19, algumas fragilidades da educação tornaram-se mais evidentes. Um levantamento da Unesco<sup>[2]</sup> mostrou que as escolas brasileiras estiveram sem aulas presenciais por aproximadamente dois terços do ano letivo de 2020, totalizando um período quarenta semanas. Esse período impulsionou males de caráter estrutural, como o acesso, a evasão e a baixa qualidade do sistema, em uma proporção que ainda não se consegue medir. A Unicef<sup>[3]</sup> prevê o risco de o Brasil regredir duas décadas no acesso à educação. Já o C6 Bank<sup>[4]</sup> mostrou que cerca de 4 milhões de estudantes brasileiros deixaram os estudos, representando uma taxa de 8,4% de evasão escolar.

Diante desse cenário, nos últimos anos e durante o enfrentamento da pandemia da COVID-19, diversas empresas que oferecem soluções à educação básica, tanto para as instituições privadas quanto para as públicas, estão investindo cada vez mais em inovação e tecnologia, a fim de suprir as várias necessidades do sistema educacional brasileiro que apresenta grande margem de melhoria.

O desenvolvimento de um novo produto ou serviço exige da organização o levantamento de informações e a realização de uma rigorosa avaliação, que permita inferir sobre: i. a demanda do público-alvo; ii. o potencial de vendas; iii. o posicionamento da concorrência; e iv. a viabilidade da iniciativa, considerando os investimentos e os custos associados a sua realização<sup>[5]</sup>. Nesse sentido, o UX Design e suas ferramentas, assim como o Design Sprint, são fundamentais para o entendimento do público-alvo e de suas reais necessidades, podendo ser vistos como meios efetivos na busca de soluções para as atuais demandas do sistema educacional brasileiro.

O Design Sprint e o UX Design são abordagens que ganharam popularidade nos últimos anos, principalmente entre as empresas de tecnologia da informação e comunicação, com suas bases no chamado Design Thinking. Trata-se de uma abordagem que usa métodos e ferramentas do design para o desenvolvimento de produtos e serviços que atendam às necessidades das pessoas, de acordo com os recursos econômicos e tecnológicos disponíveis para o projeto, podendo converter ideias em valor para o cliente<sup>[6]</sup>.

Por propor o envolvimento de diversos “stakeholders” durante o processo, o Design Thinking pode ser utilizado para lidar com situações complexas, com problemas que não estão claramente definidos, além de apoiar ideias ainda em construção. Essa abordagem possui, ainda, o processo de intuição para o reconhecimento de padrões na construção mental de ideias e formas de expressão<sup>[5]</sup>, por meio de estratégias que permitem a cada colaborador contribuir com a criação de soluções inovadoras de problemas complexos.

Como o Design Thinking é uma abordagem centrada no ser humano, a mentalidade adotada é da cultura da aprendizagem, com foco em processos interativos, na prototipagem e na colaboração radical, promovendo a imaginação sem restrições<sup>[7]</sup>. Com a popularização do Design Thinking, outras abordagens foram desenvolvidas e aprofundadas, como aconteceu com o UX Design e com o Design Sprint. Para garantir o sucesso de qualquer estratégia desenhada pelo UX Design, seria necessário incluir os usuários no processo de criação das soluções, para buscar a compreensão como esses se relacionam com qualquer produto.

O foco no usuário, mais do que simplesmente discutir sobre como seria a aparência dos componentes desenvolvidos, também permitiria examinar o quanto um produto é eficiente para atingir o propósito para o qual foi concebido. O intuito do UX Design, então, seria garantir o foco nas principais necessidades dos usuários, para obter informações sólidas durante o processo de desenvolvimento, garantindo a prevenção de erros e más escolhas que, por sua vez, poderiam custar caro à empresa<sup>[8]</sup>.

O estudo foi realizado em uma empresa com sede em São Paulo que atua na área de educação, com o desenvolvimento de tecnologia e conteúdo didático para as escolas de ensino formal do Ensino Fundamental Anos Finais ao Ensino Médio. A tecnologia desenvolvida pela empresa já foi utilizada por doze milhões de estudantes no Brasil, com a única plataforma de estudos oficial para o Enem, certificada pelo Ministério da Educação. Com o cenário da pandemia da COVID-19, novas escolas procuraram a solução oferecida pela empresa como uma aliada na condução das aulas remotas. A fim de alcançar novas faixas etárias como público-alvo e expandir as soluções oferecidas, a empresa decidiu, já no final de 2020, desenvolver uma nova plataforma de educação voltada ao segmento do Ensino Fundamental Anos Iniciais, que compreende o ensino-aprendizagem de crianças entre os 6 e 10 anos de idade. O levantamento feito sobre o potencial de mercado dessa nova solução mostrou alcance de 14.449 escolas particulares, totalizando mais de cinco milhões de alunos em potencial. Observando as escolas pertencentes à base da empresa, metade delas manifestou interesse em expandir a solução já contratada também para o Ensino Fundamental Anos Iniciais.

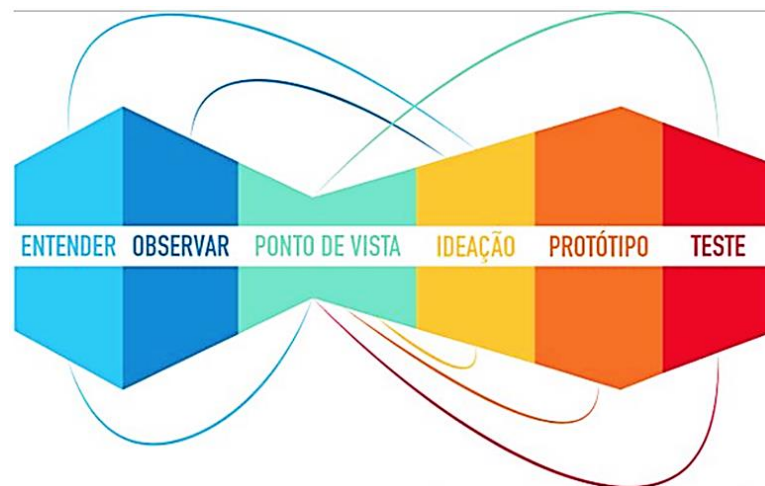
A criação da plataforma de educação voltada para o Ensino Fundamental Anos Iniciais era um projeto, ainda em desenvolvimento, por isso foi encarado como uma “startup”. Por se tratar de uma startup, o projeto foi desenvolvido para que fosse possível descobrir, de forma rápida, o produto certo a ser criado: aquilo que será desejado e, posteriormente, comprado pelo cliente<sup>[9]</sup>. A construção do novo produto aconteceu em sprints, com foco em um produto inovador, e um processo com rápidas interações e percepções dos usuários, em um ciclo de feedbacks chamado construir-medir-aprender<sup>[9]</sup>.

O trabalho foi realizado a partir da observação do processo de ideação da equipe multidisciplinar responsável por desenvolver o produto mínimo viável a ser vendido nas escolas que adotariam a plataforma para o Ensino Fundamental Anos Iniciais em 2022. Essa equipe era composta por designers, UX designers, gerente de produto, designers pedagógicos e editores especializados nos diferentes componentes curriculares da grade escolar.

### **Etapas do desenvolvimento**

O Design Thinking é a base de atuação do UX Design, e para sistematizar o desenvolvimento do produto foram consideradas as etapas do modelo “Double Diamond”,

mapeado pela Design Concil UK, em 2005[10]. Vale ressaltar que o processo não é obrigatoriamente linear, de modo que as etapas podem ser retomadas em diferentes momentos de forma modular (Figura 1).



**Figura 1.** Representação do “Double Diamond” no Design Thinking

Fonte: Ágil Além da TI<sup>[11]</sup>.

A primeira etapa é chamada de Entender, na qual a equipe faz pesquisas para obter informações sobre o desafio proposto, procurando compreendê-lo e nivelando o conhecimento de todos os membros da equipe<sup>[10]</sup>. Para isso, realizou-se pesquisas teóricas sobre educação, busca por importantes dados demográficos e regionais, entrevistas qualitativas com alguns importantes “stakeholders” para o desenvolvimento do produto, entrevistas qualitativas externas com agentes escolares e usuários em potencial, além de um benchmarking, ou seja, uma análise estratégica das melhores práticas usadas por empresas do mesmo setor<sup>[12]</sup>.

As pesquisas teóricas sobre educação, feitas com base em trabalhos realizados em escolas consideradas referenciais no Brasil, no mundo e na base de clientes da empresa, levaram ao aprofundamento pedagógico. Com isso, a busca concentrou-se nos referenciais pedagógicos ligados às metodologias ativas e ao ensino para inovação, por serem comumente mencionados entre escolas de referência no mercado. Durante a pesquisa, os seguintes pontos-chave foram considerados: i. rotinas de pensamento; ii. Base Nacional Comum Curricular (BNCC); iii. “backward design”; iv. leitura e interpretação de imagem e texto; v. psicomotricidade; vi. construtivismo; vii. sociointeracionismo; e viii. uso do digital na aprendizagem. Essa pesquisa foi documentada internamente como meio de consulta durante as etapas subsequentes.

As entrevistas qualitativas envolveram os diretores de Atendimento ao Cliente, do Editorial, da equipe Comercial, das equipes Pedagógica e de Produto, em conjunto com o CEO da empresa e com o diretor da principal instituição investidora do projeto. Algumas perguntas-chave foram replicadas em todas as entrevistas, envolvendo questões sobre mercado e crescimento, riscos e restrições, concorrência, visão pedagógica, sugestões de pesquisa e aprofundamento, além de perguntas de cunho mais subjetivo para entender as expectativas e os valores dos entrevistados. Essa primeira rodada de entrevistas auxiliou no entendimento da equipe sobre as expectativas e demandas internas do produto, bem como os alinhamentos de negócio estabelecidos para que o projeto fosse iniciado.

Foram realizadas, também, algumas entrevistas qualitativas com diretores, coordenadores, professores, pais e alunos de algumas escolas-clientes da empresa já interessadas em adquirir a plataforma para o Ensino Fundamental Anos Iniciais, além de entrevistas com professores e coordenadores de algumas escolas particulares, que têm destaque no sistema educacional brasileiro.

Com o grupo de diretores e coordenadores, as entrevistas buscaram mapear o contexto social e cultural da escola, os materiais didáticos adotados, os desafios enfrentados pela instituição e as expectativas da escola junto ao projeto da empresa com o Ensino Fundamental Anos Iniciais. Com o grupo de pais e alunos, por sua vez, as entrevistas buscaram compreender os motivos que levaram os pais a matricularem seus filhos em determinada escola, como funcionava a rotina da família e o incentivo ao estudo, além do modo como os pais percebiam a relação dos filhos com a escola, buscando entender quais eram as motivações e bloqueios das crianças, e como os pais acompanhavam o processo de aprendizagem dos filhos.

As entrevistas com os professores do segmento buscaram compreender suas motivações e desgastes, sua relação com os alunos e pais, as áreas em que gostariam de se desenvolver, os materiais didáticos e recursos digitais extras que gostam de usar no dia a dia, o que seria o material didático ideal, seus conhecimentos em metodologias ativas, bem como sua forma de colocá-las em prática, e os principais desafios que enfrentam ao trabalharem com a BNCC. Em todos os grupos entrevistados, algumas perguntas foram realizadas a fim de compreender como estava a adaptação da rotina escolar ao ambiente remoto e ao cenário da pandemia da COVID-19.

Neste primeiro momento (**Entender**), a realização do benchmarking foi abrangente, reunindo informações desde materiais didáticos utilizados em sala de aula até plataformas digitais usadas como complementares ao ensino. Este também foi documentado internamente como meio de consulta durante as etapas subsequentes.

A segunda etapa, **Observar**, é quando são feitas idas a campo para conversar com os potenciais usuários e público-alvo, em um exercício de escuta e observação, buscando entender suas reais necessidades. Nesse momento, é importante analisar o contexto desse usuário de forma mais ampla, considerando aspectos físicos, culturais, sociológicos, psicológicos e comportamentais sob diferentes perspectivas<sup>[10]</sup>. Portanto, todos os membros da equipe multidisciplinar cumpriram com uma agenda de observação de aulas regulares de três escolas – já clientes – que manifestaram interesse em serem pilotos da plataforma (escolas-piloto). Além disso, as reuniões de planejamento dos professores do Ensino Fundamental Anos Iniciais também foram acompanhadas. Em razão do contexto da pandemia de COVID-19, a prática da observação foi realizada de forma on-line.

Durante as observações, alguns pontos foram sistematizados em planilhas: i. escola, professora, ano escolar e componente curricular; ii. link do documento de planejamento usado pelo professor; iii. quais recursos foram utilizados e se a necessidade de adaptação de algum recurso; iv. como era a comunicação entre professor e aluno, ou seja, quais acordos eram feitos em sala de aula; v. material didático utilizado; vi. quais habilidades exigidas pela BNCC eram trabalhadas; quais atividades foram propostas e como foi feita a entrega de cada uma delas; vii. quais eram os momentos de maior e menor engajamento dos alunos; como o conteúdo era trabalhado; viii. quais eram as dificuldades dos alunos e dos professores; ix. exemplos de frases marcantes dos alunos e reforços positivos dos professores.

Tanto a etapa **Entender** quanto a **Observar** mostraram que, para a equipe estar atenta e empática às necessidades dos usuários, faz-se necessário investir tempo para estar junto deles. Para isso, é importante orientar construtivamente os usuários, a fim de que eles forneçam as informações essenciais para a criação do produto, independentemente de eles perceberem ou não a orientação<sup>[8]</sup>.

A terceira etapa, denominada **Ponto de Vista**, pode uma das mais difíceis do processo. Após pesquisar e coletar dados, novos “insights” e compreensões são gerados e, com isso, é preciso que se chegue a um novo entendimento sobre o problema<sup>[10]</sup>, trazendo as questões norteadoras para o desenho do produto. Para isso, foram utilizadas algumas ferramentas comuns ao UX Design, como a narrativa, as personas e o mapa de empatia.

A narrativa de um produto é uma história contínua de como o produto poderia moldar as vidas dos usuários, que pode ser enriquecida com cenários detalhados sobre como o produto será utilizado<sup>[8]</sup>. A criação das personas é uma das formas de ampliar a narrativa de um produto.

A persona possui importância em situações nas quais existe uma distância entre quem desenvolve o produto/solução e o usuário, sendo um instrumento cuja intenção é proporcionar profundas reflexões ao considerar aspectos objetivos e subjetivos do usuário, analisando sua psique para imaginar o que o motiva. O uso das personas pode produzir efeitos bastantes tangíveis na ideação de uma solução, principalmente quando a persona é validada pelo usuário<sup>[8]</sup>.

O mapa de empatia é uma ferramenta que auxilia os pesquisadores a simpatizarem e entenderem os usuários e suas necessidades, além de sistematizar as observações da pesquisa<sup>[13]</sup>. Pode ser utilizada para auxiliar e reforçar a construção das personas, capturando comportamentos e permitindo a construção das histórias do usuário. O mapa de empatia é usado com o intuito de preparar o conhecimento da equipe sobre o segmento de clientes do produto, auxiliando o time a ter empatia com o usuário<sup>[13]</sup>.

Para essa etapa, os dados das entrevistas e da pesquisa foram compilados e sistematizados em mapas da empatia e personas, mapeando, assim, as principais necessidades dos usuários, também chamadas de requisito dos usuários. O processo de sistematização desses requisitos exige que as solicitações abstratas do público-alvo sejam convertidas em necessidades significativas. Após listagem dessas necessidades, o resultado foi mostrado para aos usuários em potencial entrevistados, a fim de validar a sistematização dos dados e garantir que a equipe entenda corretamente a demanda, além de verificar se a visão do produto está compatível com a do público-alvo<sup>[8]</sup>. Essa lista também passou pela validação interna dos “stakeholders” envolvidos no projeto, e, após a verificação, chegou-se às seguintes necessidades prioritárias no projeto (Figura 2).

Família	Gestão	Coordenação	Professores
<p>Quer que o filho tenha aulas, atividades e vivências variadas na escola</p> <p>Quer saber se o filho está sendo alfabetizado conforme o esperado, ou seja, se ele já sabe ler, escrever, se virar com números, etc.</p>	<p>Explorar os interesses dos próprios estudantes para motivá-los a aprender</p> <p>Ter aulas mais ativas com objetivos e propósito pedagógico claros e empolgantes</p>	<p>Apoiar os professores para que tenham recursos para as aulas, sem engessá-los (afinal, dá muito trabalho encontrá-los e produzi-los), e para que esses recursos sejam flexíveis a ponto de "esconder o que não será dado"</p> <p>Ter um canal para envolver a família no processo de desenvolvimento dos estudantes (dica da família, dica de leitura, dica de aplicativo, o que pode ser feito)</p>	<p>Ampliar o acesso a atividades, recursos, vídeos e imagens flexíveis, curados por especialistas ou postados por outros professores</p> <p>Ter ferramentas mais práticas para auxiliar no planejamento e replanejamento considerando as habilidades da BNCC</p>
<p>Quer que o filho, conforme avance no Ensino Fundamental Anos Iniciais, tenha cada vez mais autonomia e responsabilidade com as lições de casa e provas</p> <p>Quer ter mais acesso ao que o filho está realizando e produzindo na escola para saber em quais pontos prestar atenção, valorizar e interpretar dessa produção e, consequentemente, o que conversar com o filho</p>	<p>Investir em formação de professores (BNCC, metodologias ativas, ensino por competências na prática, criação e produção de materiais/atividades, uso da tecnologia em sala de aula)</p> <p>Quer conseguir dar maior visibilidade para a família sobre o desenvolvimento do filho(a) na escola (tanto em aspectos cognitivos quanto socioemocionais)</p> <p>Atender às demandas específicas dos subgrupos do Ensino Fundamental Anos Iniciais</p>	<p>Ter informações sobre o desenvolvimento de cada estudante de forma rápida e facilitada (para reuniões com a família e reuniões com professores para pensar em ações)</p> <p>Saber se (e garantir que) as aulas estão sendo, de fato, ativas, engajantes, além de trabalharem com competências (não de uma forma tradicional)</p>	<p>Facilitar o registro e compartilhamento de produções/aprendizado/descrições comportamentais dos alunos com a família e com a coordenação</p> <p>Fornecer às famílias dicas de como ajudar os estudantes no processo de aprendizado em que estão ou em atividades (e, eventualmente, dar dicas para evitar ansiedade)</p> <p>Ter opções diferentes de atividades para os diferentes níveis que os estudantes podem estar</p>
			<p>Ter roteiros, sugestões de atividades/aulas e dicas de acordo com as habilidades e competências da BNCC</p>

**Figura 2.** Sistematização dos requisitos prioritários dos stakeholders do projeto de uma plataforma para o Ensino Fundamental Anos Iniciais

Fonte: Elaborado pelo autor

Coletar os requisitos de usuários configura a parte mais importante de uma estratégia em UX Design, pois ajuda a estabelecer a base para os demais passos do processo de construção do produto. As necessidades dos usuários priorizadas foram consideradas norteadoras nas etapas seguintes, ajudando a estabelecer os requisitos técnicos do produto, ou seja, o que a plataforma precisa ter para atender aos principais requisitos dos usuários<sup>[8]</sup>. A discussão sobre os requisitos técnicos faz parte do processo de começar a pensar a solução, que é aprofundado nas etapas **Ideação, Prototipagem, Teste e Iteração**. No projeto da plataforma de educação, essas etapas foram desenvolvidas com o Design Sprint.

As etapas **Ideação, Prototipagem e Teste**, do modelo “Double Diamond”, foram realizadas por meio de sprints, que decidiram as características, funcionalidades e usabilidade do produto mínimo viável a ser lançado para as escolas-piloto. O método Design Sprint é caracterizado pela união de algumas boas práticas de gestão estratégica, de inovação, das ciências do comportamento, do design, entre outros, focando em testar a efetividade de uma ideia por meio de um protótipo realista. O Sprint força a equipe a se concentrar nas questões mais urgentes, permitindo que o aprendizado ocorra a partir da superfície do que seria o produto. A superfície de um produto é considerada importante por ser o que o cliente vê em primeira estância. Ao acertar a superfície, a equipe poderá tomar o caminho inverso, de modo a chegar aos sistemas e à tecnologia subjacentes. Concentrar-se na superfície pode permitir à equipe avançar rápido e chegar a respostas importantes antes de se comprometer com a execução<sup>[14]</sup>.

Antes de a solução começar a ser discutida, toda equipe participou de uma nova imersão de benchmarking, a fim de se aprofundar sobre quais as práticas mais comuns no mercado de materiais didáticos para a organização do conteúdo por componente curricular. Para esse momento, algumas questões foram levantadas e nortearam a análise, tais como: como estão organizados os materiais e livros impressos? Quais dispositivos são utilizados para uso dos recursos digitais? Quais metodologias e linhas pedagógicas são utilizadas? Como os livros didáticos trabalham a inteligência emocional ao longo do ano letivo? Quais são os parâmetros de edição dos livros didáticos impressos? Como os outros materiais didáticos trabalham os projetos interdisciplinares e as disciplinas eletivas?

Na sistematização do benchmarking e para começar os sprints, cada membro da equipe formulou uma lista de perguntas no formato “Como poderíamos...?” para facilitar o mapeamento do problema no início de cada Sprint. Para a idealização do produto, mais de um Sprint foi realizado, já que o projeto apresentava demandas complexas e com múltiplos usuários envolvidos. Logo, para o desenho da solução, foram realizados três importantes sprints: de conteúdo, de projetos e de acompanhamento.

O sprint de conteúdo foi o momento para idealizar, prototipar e testar como o conteúdo escolar seria apresentado aos estudantes e professores ao longo do ano letivo, tanto no livro impresso como na plataforma digital. O objetivo traçado para a semana de trabalho foi “a empresa está trazendo um material didático mais atual, que vai funcionar com a minha turma, que me dará recursos práticos e com atividades interessantes para guardar no portfólio do aluno”, e a dinâmica buscou contemplar os requisitos dos usuários listados na Figura 1.

O protótipo do sprint de conteúdo foi composto por um capítulo de cada disciplina, dispondo de um material impresso e um “wireframe” da plataforma digital que conversavam entre si, já que o projeto previa o desenvolvimento de uma plataforma de educação híbrida. Durante os testes de uso, o protótipo precisou ser refeito duas vezes até atingir um nível de satisfação unânime entre professores, coordenadores e alunos das escolas-piloto.

O sprint de projetos buscou atingir o objetivo de “criar um espaço para que estudantes e professores desenvolvam competências do século XXI para além das componentes tradicionais”, contemplando os seguintes requisitos dos usuários (Figura 3).

	Família	Gestão	Coordenaçã	Professores
Sprint de projetos	<p>Quer que o filho tenha aulas, atividades e vivências variadas na escola</p>	<p>Explorar os interesses dos próprios estudantes para motivá-los a aprender</p> <p>Ter aulas mais ativas com objetivos e propósito pedagógico claros, empolgantes</p> <p>Atender às demandas específicas dos subgrupos do Ensino Fundamental Anos Iniciais</p>	<p>Apoiar os professores para que tenham recursos para as aulas, sem engessá-los (afinal, dá muito trabalho encontrá-los e produzi-los), e para que esses recursos sejam flexíveis a ponto de "esconder o que não será dado"</p> <p>Saber se (e garantir que) as aulas estão sendo, de fato, ativas e engajantes, além de trabalharem com competências (não de uma forma tradicional).</p>	<p>Ampliar o acesso a atividades, recursos, vídeos e imagens flexíveis, curados por especialistas ou postados por outros professores</p> <p>Ter opções diferentes de atividades para os diferentes níveis que os estudantes podem estar</p> <p>Ter roteiros, sugestões de atividades/aulas e dicas de acordo com as habilidades e competências da BNCC</p>
Sprint de acompanhamento	<p>Quer que o filho, conforme avance no Ensino Fundamental Anos Iniciais, tenha cada vez mais autonomia e responsabilidade com as lições de casa e provas</p> <p>Quer ter mais acesso ao que o filho está realizando e produzindo na escola, para saber em quais pontos prestar atenção, valorizar e interpretar dessa produção e, consequentemente, o que conversar com o filho</p> <p>Quer saber se o filho está sendo alfabetizado conforme o esperado, ou seja, se ele já sabe ler, escrever, se virar com números etc.)</p>	<p>Quer conseguir dar maior visibilidade para a família sobre o desenvolvimento do filho(a) na escola (tanto em aspectos cognitivos quanto socioemocionais)</p>	<p>Ter informações sobre o desenvolvimento de cada estudante de forma rápida e facilitada (para reuniões com a família e reuniões com professores para pensar em ações)</p> <p>Ter um canal para envolver a família no processo de desenvolvimento dos estudantes (dica da família, dica de leitura, dica de aplicativo, o que pode ser feito)</p>	<p>Facilitar o registro e compartilhamento de produções/aprendizado/descrições comportamentais dos alunos com a família e com a coordenação</p> <p>Fornecer à família dicas de como ajudar os estudantes no processo de aprendizado em que estão ou em atividades (e, eventualmente, dar dicas para evitar ansiedade)</p>

**Figura 3.** Requisitos utilizados na sprint de projetos e na sprint de acompanhamento de uma plataforma para o Ensino Fundamental Anos Iniciais

Fonte: Elaborado pelo autor

O protótipo do sprint de projetos consistiu na formação de um projeto interdisciplinar com interação no “wireframe” da plataforma digital. Nos testes, ele foi apresentado como um recurso complementar ao material didático oferecido pela plataforma, sendo bem-aceito entre os professores, coordenadores e alunos das escolas-piloto.

O sprint de acompanhamento buscou desenhar como a plataforma digital dará visibilidade ao progresso dos estudantes de forma prática e intuitiva, respondendo ao seguinte objetivo: “a escola consegue acompanhar e atuar no desenvolvimento de cada criança com intencionalidade pedagógica e, depois, contar para a família de maneira simples e com emoção”.

O protótipo desenvolvido foi um “wireframe” da visualização dos dados de desempenho da turma e de cada estudante e, após alguns testes, foi necessário fazer mais um sprint para atingir uma boa satisfação dos usuários em potencial. O cenário em que a empresa atua é complexo e com muitos elementos envolvidos, de modo que lançar uma nova plataforma de educação que atenda o público-alvo, de forma prática e intuitiva, torna-se um grande desafio, envolvendo muitos “stakeholders” e a análise das necessidades reais de múltiplos usuários.

## Referências

[1] Confederação Nacional da Indústria (CNI). Retratos da Sociedade Brasileira - Educação Básica. Brasília: CNI; 2018. Ano 7, n. 42.

[2] Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO). UNESCO: dois terços do ano acadêmico foram perdidos com o fechamento das escolas devido à COVID-19. Nações Unidas; 2021. Disponível em: <<https://brasil.un.org/pt-br/109412-unesco-dois-tercos-do-ano-academico-foram-perdidos-com-o-fechamento-das-escolas-devido-covid>>.

[3] Fundo das Nações Unidas para a Infância (UNICEF). UNICEF: Brasil corre o risco de regredir duas décadas no acesso à educação. Nações Unidas; 2021. Disponível em: <<https://brasil.un.org/index.php/pt-br/126053-unicef-brasil-corre-o-risco-de-regredir-duas-decadas-no-acesso-educacao>>.

- [4] C6Bank. C6 Bank/Datafolha: 4 milhões de estudantes abandonaram a escola durante a pandemia. C6Bank; 2021. Disponível em: <<https://blog.c6bank.com.br/c6-bank-datafolha-4-milhoes-de-estudantes-abandonaram-a-escola-durante-a-pandemia>>.
- [5] Amstel F.M.C.V. Expansive Design: designing with contradictions [Dissertação]. Enschede (Holanda): University of Twente; 2015.
- [6] Brown T Design Thinking - Uma Metodologia Poderosa Para Deletar o Fim Das Velhas Ideias. 2009. Alta Books, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
- [7] Carroll M.; Goldman S.; Britos L.; Koh J; Royalty A.; Hornstein M. Destination, Imagination and the Fires Within: Design Thinking in a Middle School Classroom. Int. J. Art Des. Educ. 2010; 29(1): 37-53. doi: 10.1111/j.1476-8070.2010.01632.x.
- [8] Lowdermilk T. Design Centrado no Usuário. 2013. Novatec, São Paulo, SP, Brasil.
- [9] Ries E. A Startup Enxuta. 2011 Editora Sextante, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.
- [10] Telles T.F. Design Thinking na Gestão de Projetos de Serviços [Monografia]. Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas; 2018.
- [11] Ágil Além da TI. Plano de Trabalho colaborativo sobre Design Thinking e Agilidade: uma avaliação da situação atual e planejamento de melhorias. 2019. Disponível em: <<https://agilalemdati.home.blog/2019/04/17/plano-de-trabalho-colaborativo-sobre-design-thinking-e-agilidade-uma-avaliacao-da-situacao-atual-e-planejamento-de-melhorias/>>.
- [12] Castro I.N. O que é Benchmarking e qual a sua importância para o Marketing Digital. RockContent; 2020. Disponível em: <<https://rockcontent.com/br/blog/benchmarking/>>.
- [13] Dutra R. Designer: Como Criar Personas Usando Mapas de Empatia. Designer; 2018. Disponível em: <<http://designr.com.br/como-criar-personas-usando-mapas-de-empatia/>>.
- [14] Knapp J. Sprint: O método usado no Google para testar e aplicar novas ideias em apenas cinco dias. 2016. Intrínseca, Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, RJ, Brasil.

## Como citar

Cecconi A.L.G.S; Almeida A.B. UX Design e Design Sprint na idealização de uma plataforma educacional para o Ensino Básico. Revista E&S. 2022; 3: e20220037.

---

## Sobre os autores

Ana Luiza Gasparette dos Santos Cecconi, Bacharela em Geografia, Especialista em Gestão de Projetos, São Paulo, SP, Brasil.

Alexandre Barreto de Almeida, Harfsen Research, Departamento de gestão de projetos de inovação, Piracicaba, SP, Brasil.