

PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE GOIÁS
ESCOLA DE COMUNICAÇÃO
CURSO DE JORNALISMO

VC na Facul: APLICATIVO SOBRE INGRESSO AO ENSINO SUPERIOR

Jaqueline Martins Silva

GOIÂNIA

2020

Jaqueline Martins Silva

VC na Facul: APLICATIVO SOBRE INGRESSO AO ENSINO SUPERIOR

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Escola de Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Goiás, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Bacharel em Jornalismo.

Orientadora: Prof.^a Msc. Gabriella Luccianni Morais Souza

GOIÂNIA

2020

Trabalho de Conclusão de Curso
VC na Facul: aplicativo sobre ingresso ao ensino superior

Jaqueline Martins Silva

Aprovada em: ___/___/___

Msc. Gabriella Luccianni Morais Souza Calaça (Orient.)

PUC/GO

Msc. Enzo De Lisita

PUC/GO

Dra. Déborah Rodrigues Borges

PUC/GO

Dedico este trabalho, a Deus pela benção de todos os dias. Aos meus pais, Valdeci Vicente da Silva e Márcia Martins Braga Silva, pelo carinho, amor e dedicação incondicional. Por me dar força em todos os momentos. Aos meus irmãos, Eduardo e Fernando, pelo apoio e força. Meu namorado, Victor Hugo Bezerra Soares, que me ajuda, apoia, protege, motiva e me ama. Pelo constante estímulo, e por me ensinar a importância da família e da vida. A minha sogra Maria Eulénice Bezerra Soares, por sempre acreditar em mim e me acolher. E aos meus amigos Amanda, Sirlainy Pereira e Marcos Buzolo pelo companheirismo e amizade ao longo dos anos.

AGRADECIMENTOS

A minha orientadora Gabriella Lucciani Morais Souza Calaça, pela paciência e pela crença que teve diante deste trabalho, seu auxílio e dedicação em me mostrar o melhor caminho.

Aos meus professores e membros da banca, Déborah Rodrigues Borges e Enzo de Lisita, pela competência e por serem os melhores professores que já tive. A todos os meus professoras que me apoiaram nesta importante fase da vida.

Ao programador Richard Freire, pela paciência e compreensão na etapa prática deste trabalho. Seu esforço e dedicação fizeram com que meu sonho de elaborar um aplicativo fosse realizado.

Aos colegas, pela convivência e amizade durante todo o curso.

“Cairão mil ao teu lado e dez mil à tua direita e tu não serás atingido”.

(Salmos 91:7)

RESUMO

O Vc na Facul é um aplicativo que tem o objetivo de oferecer informações e dicas sobre formas de acesso ao ensino superior. Com o intuito de conhecer o mercado de aplicativos na área, foram analisados quatro produtos direcionados para adolescentes e jovens estudantes. Por meio de um questionário, foi possível identificar temas de interesse do público-alvo. Os resultados orientaram a criação do você na Facul, que traz links para faculdades e universidades, explicações sobre as formas de ingresso e reportagens e vídeos sobre o assunto.

Palavras-chave: Aplicativo. Ensino Superior. Empreendedorismo.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Aplicativo Querida Ansiedade.....	18
Figura 2 – Aplicativo Agenda do Estudante Pro.....	19
Figura 3 – Home do aplicativo Diário do Humor.....	21
Figura 4 – Aplicativo Kuau.....	22
Figura 5 – Painel principal do VC na Facul.....	32
Figura 6 – Formas de ingresso.....	33
Figura 7 – Vagas nas Universidades.....	34
Figura 8 – Como você está?	35
Figura 9 – Dicas do VC na Facul.....	36

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. INTERNET E INOVAÇÃO	11
2.1 EVOLUÇÃO DA INTERNET NO BRASIL.....	11
2.2 EMPREENDEDORISMO	15
3 APLICATIVO “VC na Facul”	17
3.1 PESQUISA	17
3.1.1 JOVENS E USO DA INTERNET NO BRASIL.....	17
3.1.2 ANÁLISE DE APLICATIVOS.....	18
3.1.3 ANÁLISE DA PESQUISA DO PÚBLICO-ALVO.....	23
3.2 DIAGNÓSTICO	29
3. MEMORIAL	31
3.1 O PRODUTO.....	31
3.2 DIÁRIO DE PRODUÇÃO.....	37
4. CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
REFERÊNCIAS	39

1 INTRODUÇÃO

Segundo a Agência Brasil (2020), o Brasil é o 3º país do mundo em que as pessoas passam mais tempo em aplicativos (*apps*). O *download* anual de *apps* cresceu 45% de 2017 a 2019. Com o advento da internet, não se pode negar que a vida cotidiana se tornou mais imediatista. A informação está a um clique de distância. Por meio de aplicativos as pessoas moldam e agendam suas vidas, realizam, cancelam, criam movimentos impossíveis de serem feitos há uma década. A vida integrada aos *apps* revela a necessidade de interação e compartilhamento espontâneos dos indivíduos.

Para Jenkins (2009), que teoriza sobre a cultura da convergência, a sociedade está no meio de um período profundo e prolongado de transição de mídias que inspira mudanças nos níveis econômicos, político, social e cultural. O fluxo natural desta percepção é o desenvolvimento de melhorias tecnológicas que atendam às demandas da vida moderna. Mas tudo isso deve estar aliado ao conhecimento do público e de suas necessidades.

Atento a essas realidades, o presente projeto de empreendedorismo teve o objetivo de criar um *app* destinado a adolescentes que saem do ensino médio e têm interesse em ingressar no ensino superior. O *app* ajudará o aluno a compreender melhor sobre o mundo universitário e outros assuntos que permeiam essa nova fase de sua vida.

No primeiro capítulo são estudados os conceitos e características da internet, em especial, a mobilidade e a interatividade disponíveis nos aplicativos, a partir de autores como Jenkins (2009), Canavilhas (2014) e Lemos (2009). Com base em Paleta (2010), também é feita uma introdução ao empreendedorismo.

O segundo capítulo traz o projeto do VC na Facul, que começou com a análise de aplicativos existentes na área e um questionário respondido por estudantes do ensino médio. A partir dos resultados das pesquisas, foi desenvolvido o projeto de conteúdo, a programação e o design do Vc na Facul, que possui links de faculdades e universidades, reportagens relacionadas ao ensino superior e vídeos.

2 INTERNET E INOVAÇÃO

Neste capítulo são explicadas as bases teóricas do presente trabalho. Canavilhas (2014) e Lemos (2009) norteiam a discussão sobre internet e mobilidade, enquanto Paleta (2010) embasa a compreensão do empreendedorismo.

2.1 EVOLUÇÃO DA INTERNET NO BRASIL

Em 1960 a internet dá seus primeiros passos no Brasil e no mundo. Com o nascimento dos pioneiros da web, o site de busca *Yahoo* e a livraria virtual *Amazon.com*, em 1995, a internet comercial declara seu marco zero. Nesse sentido, o número de usuários conectados à rede começa a crescer até que, no fim de 1999, a venda de computadores ultrapassa a de televisões no país (CENSO IBGE, 2011).

Desde então a internet somente ascendeu e a indústria digital brasileira foi sendo construída a partir de ideias de empreendedores que tinham a coragem de investir no desconhecido. Um exemplo é o empreendedor Marcelo Lacerda que, com a ajuda da Microsoft, no setor da informática, criou a Nutec, um *software* 100% brasileiro (VIEIRA, 2003).

No entanto, os sites de conteúdos passaram por várias fases até conquistarem as características atuais. Os pioneiros levaram a formatação e o próprio conteúdo dos veículos impressos da época para os sites, sendo comum publicar a mesma informação, com o formato e linguagem do impresso, em ambas as mídias.

A segunda fase da Internet foi o momento dessas mudanças tomarem forma. As empresas se adequaram e começaram a pensar sobre como os conteúdos deveriam ser publicados e vistos na rede. O surgimento de iniciativas nas áreas editoriais contribuiu para uma produção específica para a internet. Segundo Smith (2010) o computador exige uma reorganização completa do conceito por trás do veículo impresso.

“Embora os computadores fossem inicialmente usados pela indústria da editoração para fabricar produtos na sua forma tradicional, a informatização da imprensa abre possibilidades inovadoras para se coletar, armazenar e comercializar informação para públicos de massa” (SMITH, 2010, p. 08).

Já na terceira fase surgem novas propostas de design para as páginas da web. Nesta etapa torna-se possível a interação do usuário por meio da busca pelo próprio site. Entre a segunda e a terceira fases, apareceram características que podem definir a forma como um determinado material se apresenta na rede. São elas: a instantaneidade, a hipertextualidade, a perenidade (memória), multimídia (convergência), a interatividade, a personalização e a ubiquidade (CANAVILHAS, 2014). Mas é importante salientar que nem todos os sites evoluíram de acordo com as fases da internet.

Diferentemente dos demais meios de comunicação, na rede mundial de computadores, as informações podem ser publicadas de maneira instantânea e não precisam ser lidas de forma linear, com começo, meio e fim. O leitor possui um conjunto de opções informativas mais vasto e decide o seu caminho de leitura (CANAVILHAS, 2014).

A falta de linearidade é permitida pela hipertextualidade, explicada pelo autor anteriormente mencionado como a possibilidade de usar uma hiperligação para ligar dois nós informativos, normalmente o nó âncora ao nó de destino. Nesse sentido, a leitura dinâmica gerada pela circulação do leitor entre blocos informativos amplia a interação do usuário com o conteúdo.

O conteúdo pode ser apresentado de forma multimídia, em formatos de áudio, vídeo, imagem estática ou texto, proporcionando novas formas de “leitura” para o usuário. Levy (2008) menciona que a palavra “multimídia” remete ao movimento geral de digitalização que diz respeito, de forma mais imediata ou distante, às diferentes mídias” (LÉVY, 2008, p.65).

Outra característica importante da internet é a interatividade, que segundo Canavilhas (2014) é um conceito ponte entre o meio e os leitores/utilizadores, porque permite abordar esse espaço de relação entre ambas as partes e analisar as diferentes instâncias de seleção, intervenção e participação no conteúdo.

Tudo que é produzido na web pode ser guardado. Canavilhas (2014) explica que a “memória” é percebida de imediato num duplo lugar ocupado pelo jornalismo. Lugares estes que compõem o espaço vivo de produção da

atualidade, lugar de agendamento imediato, e igualmente lugar de testemunhos, produtor de repositórios de registros sistemáticos do cotidiano, para posterior apropriação e (re)construção histórica. Nesse sentido, aquilo que se pública nos jornais e se diz no rádio e TV, como aquilo que não se publica, podem ser importantes para a (re)construção histórica.

“Tomando-se a questão por essa ótica, o jornalismo é memória em ato, memória enraizada no concreto, no espaço, na imagem, no objeto, atualidade singularizada, presente vivido e transformado em notícia que amanhã será passado relatado” (CANAVILHAS, p. 91, 2014).

O conteúdo pode ser personalizado. Assim, o leitor tem a opção de escolher o tamanho da fonte, cores, ordenação de temas, etc., além de realizar diferentes alterações do desenho e da interface da página. Em um diversificado menu de alternativas de distribuição de conteúdo o usuário personaliza o recebimento de conteúdo (RSS, envios de conteúdos por correio eletrônico, distribuição pelas redes sociais, alertas em dispositivos móveis).

Somada a todas essas características, Lemos acrescenta que a cidade informacional do século XXI encontra na cultura da mobilidade o seu princípio fundamental: a mobilidade de pessoas, objetos, tecnologias e informação sem precedente (LEMOS, 2009a). As fases da internet comprovam que a própria comunicação evolui junto a esse conceito, ou seja, se estabelece na mesma dinâmica de móvel e imóvel.

A cultura da mobilidade entrelaça questões tecnológicas, sociais, antropológicas. Para a comunicação, a mobilidade é central, já que comunicar é fazer mover signos, mensagens, informações, sendo toda mídia (dispositivos, ambientes e processos) estratégias para transportar mensagens afetando nossa relação com o espaço e o tempo (LEMOS, 2009b, p.28).

Lemos (2009) ainda explica que o conceito de mobilidade virtualizada permite que as novas mídias, de função pós-massivas (redes, computador, celular), criem novas territorializações, como espacialização diferenciada (construção social no espaço) e, conseqüentemente, novos sentidos de lugar (LEMOS, 2009). Fato que não apenas modifica a noção de lugar, mas também de outros fatores, como o próprio tempo. As fases dessa evolução surgem para

definir alguns aspectos que podem aprimorar a forma de interação do usuário à rede.

Neste momento tudo está conectado e as distâncias são reduzidas, percorridas através do ar. Nessa junção do que se move e da comunicação em rede, alguns processos favorecem a descentralização de conteúdos destinados aos usuários. Qualquer indivíduo que tenha um aparelho em mãos, conectado à internet, tem informações sobre tudo.

Nas perspectivas de Moraes e Nercolini (2014), a mobilidade introduz a possibilidade de os indivíduos estarem fisicamente presentes em um ambiente, mas envolvidos em um espaço virtual. A vivência em dois lugares simultaneamente altera as formas de se relacionar e de interagir com as situações e com o território ao redor. Dessa forma, observa-se que os territórios físicos e o local a partir do qual se fala não deixam de ter um papel relevante, mas sofrem transformações (MORAES & NERCOLINI, 2014).

A disseminação de informações para todos os públicos reforça a ideia de que a internet é onipresente. A presença física já não é mais central, o ponto principal é obter a informação necessária em menos de um clique e em um pequeno espaço de tempo (PELLANDA, 2009).

Assim a comunicação baseada no território que é ocupado, ou seja, em espaços físicos e virtuais, tende a exercer funções importantes que compõem a mobilidade. Essa noção não exclui espaços já existentes, mas amplifica e modifica espaços que têm capacidade de transformar e lidar com lugar, distância e presença.

A quarta fase, ainda em andamento, demonstra que a internet não parou de avançar. Conceitos como “internet das coisas” reforçam o modelo futuro de como a sociedade será regida. Para Magrani (2018) “todos os dias, “coisas” se conectam à internet com capacidade para compartilhar, processar, armazenar e analisar um volume enorme de dados entre si. Essa prática é o que une o conceito de IoT ao de *big data* (MAGRANI, 2018, p. 22).

2.2 EMPREENDEDORISMO

O empreendedor é aquele que apresenta determinadas habilidades e competências para criar, abrir e gerir um negócio, focando em resultados positivos (JÚNIOR, ARAÚJO, WOLF e RIBEIRO, 2016). Segundo o *site Azulis*, o levantamento feito pela *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2018) mostra que, em 2018, o Brasil atingiu o número de 52 milhões de pessoas que possuem negócio próprio.

Outra pesquisa feita pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) acrescenta que, desse total, mais de 9 milhões são microempreendedores individuais (MEIs). Com isso, as micro e pequenas empresas espalhadas pelo país já representam 27% do PIB (Produto Interno Bruto) nacional (GEM, 2018).

A criatividade é matéria-prima para o início de um novo negócio. Empreender na maioria das definições é fazer algo novo ou diferente com os objetivos de captação de renda e ajuda em sua própria comunidade, a partir de projetos, negócios ou serviços inovadores. Mas, além disso, o empreendedor do mundo moderno tenta não apenas mudar sua realidade ou das pessoas que o rodeiam, mas transformar o modo como a pessoa se sente (GEM, 2018). O consumo de produtos, de ideias, das coisas toma um valor emocional e todos os sentidos que levam o indivíduo a comprar.

Segundo o Sebrae, em termos gerais, a prática do empreendedorismo está cada vez mais presente no cotidiano brasileiro como uma opção de carreira, tendência decorrente, principalmente, da dificuldade de absorção de profissionais pelo mercado de trabalho formal. O processo para se tornar empreendedor pode parecer simples ou ter regras de fácil compreensão, mas possui riscos (SEBRAE, 2019).

Uma das habilidades a ser trabalhada, que é comum tanto a um empreendedor quanto a um jornalista é a comunicação. Nesse sentido, o Sebrae (2019) explica que há claras referências à concepção de competência ressaltando aspectos psicológicos, como a subjetividade; além da experiência; ambas são base para a constituição do espírito do empreendedor.

Autonomia, criticidade, capacidade de resolução de problemas e inovação são fundamentais nesse processo. Segundo especialistas no assunto, na comunicação empreendedora, “o emissor assume o papel de protagonista e agente de transformação. Ele sabe falar e calar, sabe ouvir os outros e a si mesmo, e, o mais importante, sabe dar e receber retorno na comunicação” (MENDES, TINTI e MARTINS, 2013).

Paletta (2010) orienta que há estratégias a serem seguidas para o desenvolvimento do plano de lançamento de uma nova empresa no mercado competitivo. Uma das mais importantes é o Plano de Negócios, que consiste no planejamento do empreendimento. O documento reúne os objetivos do novo negócio, o plano de marketing e o plano de recursos humanos. (PALETTA, 2010).

3. APLICATIVO “VC na Facul”

Neste capítulo é apresentado o processo de produção do aplicativo VC na Facul, voltado para adolescentes e jovens que desejam ingressar no ensino superior. Para isso, foram realizadas pesquisas sobre o uso da internet pelos adolescentes; análise de aplicativos direcionados a adolescentes e interesses dos jovens que procuram ingressar no Ensino Superior.

3.1 PESQUISA

3.1.1 JOVENS E USO DA INTERNET NO BRASIL

A TIC *Kids Online* Brasil em 2018, realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI), analisou o uso da internet por crianças e adolescentes no país, a partir das práticas relacionadas à educação e busca de informações; multimídia e entretenimento; comunicação e redes sociais; e cidadania e engajamento de crianças e adolescentes entre 9 e 17 anos de idade.

Segundo a pesquisa, o telefone celular é o principal dispositivo utilizado para o acesso à internet pela população investigada (86%). Enquanto 56% das crianças e adolescentes de áreas urbanas buscam informações sobre o lugar onde vivem e 24% acessam notícias pela Internet, nas áreas rurais, esses números caem para 38% e 18%. A conexão mais usada é o WiFi.

Chama-se a atenção para o avanço da troca de mensagens instantâneas entre jovens. Com o passar dos anos, essa prática faz parte de quase 100% dos afazeres desse público no cotidiano, mostrando a importância de melhor compreender as possíveis transformações e impactos comunicacionais do uso dos aplicativos de comunicação instantânea por esse e público e quais são suas demandas educacionais (TIC KIDS, 2019, p. 135).

Castanho e Zorzim (2017) alertam que a satisfação do jovem ao se comunicar e, ao mesmo tempo, estar distante resultam na valorização de acesso ao grupo por meio dos aplicativos. Isso contrapõe à constatação de que, em alguns momentos, as mídias aproximam as pessoas e, em outros, as distanciam. Apesar de se conectarem em múltiplos recursos ao mesmo tempo, as autoras supõem que a dispersão dá lugar ao foco, pois os jovens conseguem manter a

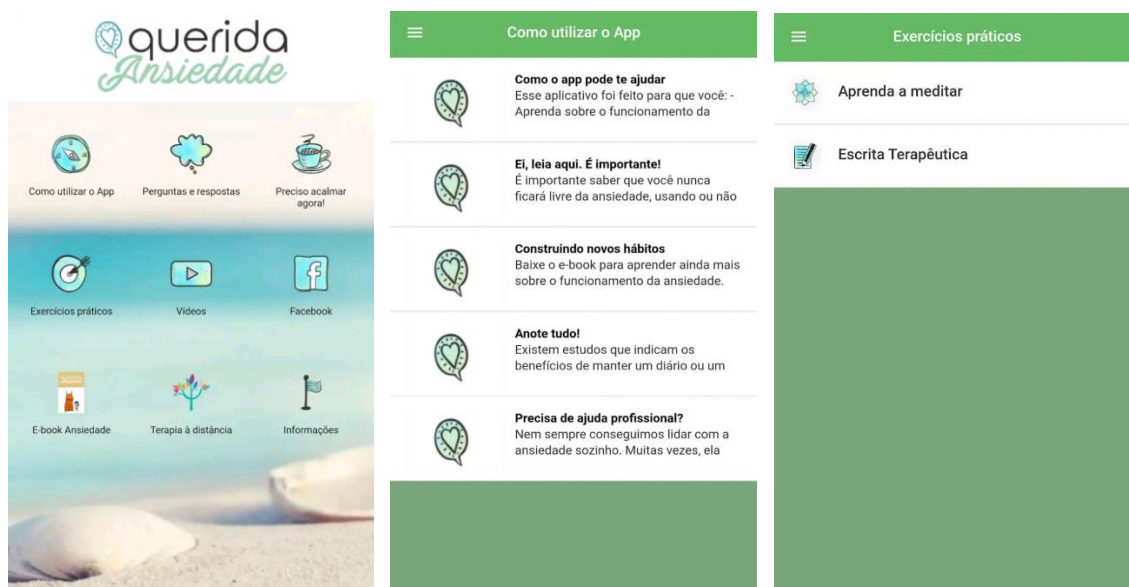
atenção para si no uso dos múltiplos aplicativos da mídia, ou seja, a comunicação se efetiva (CASTANHO e ZORZIM, 2017, p. 49).

3.1.2 ANÁLISE DE APLICATIVOS

A partir da constatação de que os jovens se utilizam dos aplicativos como meio de informação e comunicação, de 06 a 23 abril de 2020, foram avaliados quatro aplicativos direcionados a adolescentes e jovens: Querida Ansiedade, Agenda do Estudante, Diário de humor e Kuau. Os aplicativos são gratuitos e foram baixados na Playstore, em um aparelho Android. Eles foram escolhidos para análise pois abordam temáticas relacionadas à educação ou a psicologia da educação, temas relacionados ao presente trabalho.

Querida Ansiedade

Figura 1 – Aplicativo Querida Ansiedade.



Fonte: Play Store – Aplicativo Querida Ansiedade

Desenvolvido pela psicóloga Camila Wolf e pela designer Ana Luiza Parente, é um aplicativo direcionado ao tratamento superficial de alguns sintomas da ansiedade. Com formatação simples, não possui interatividade. Entre vídeos e exercícios o *app* trata da sintonia do pensar, do sentir e do agir,

pois a ansiedade é vivida como uma força que impulsiona a correr atrás dos objetivos e a buscar uma vida melhor.

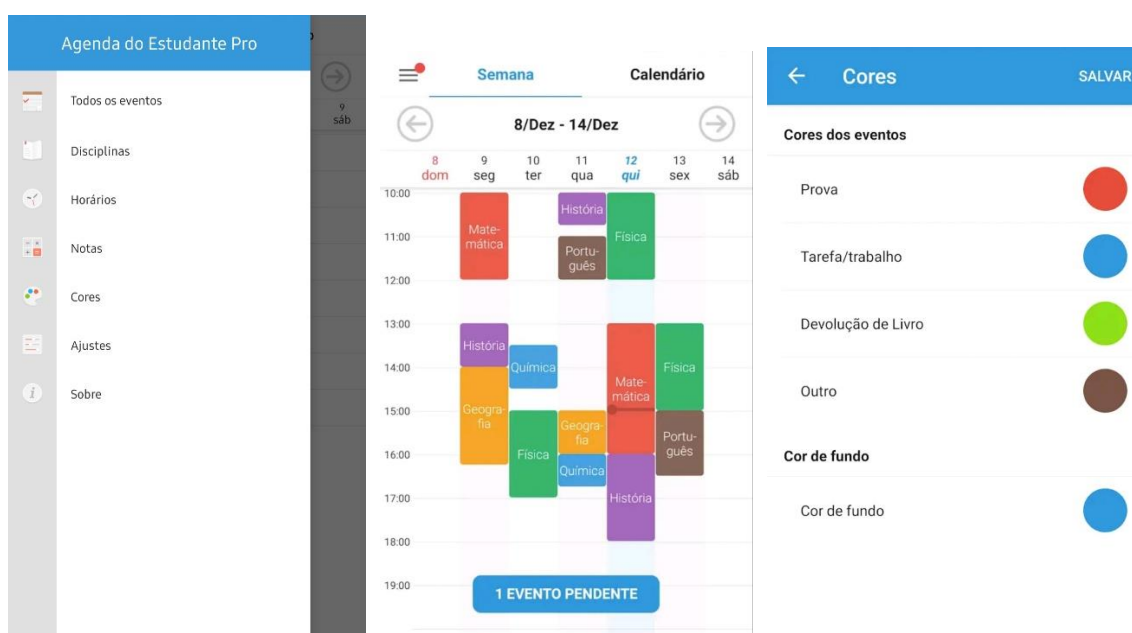
Em relação ao conteúdo, o aplicativo desconstrói um conceito muito importante sobre saber lidar com a ansiedade e não ignora-la. Segundo a descrição, “o Brasil é um dos países mais ansiosos do mundo. Ao contrário do que é vendido por aí, não é possível (e nem desejável) se livrar da ansiedade”.

Com o objetivo de informar, esclarecer e proporcionar formas mais saudáveis de conviver com a ansiedade, o aplicativo traz uma área informativa que fornece mais conhecimento sobre o funcionamento da ansiedade, exercícios de escrita terapêutica, áudios de meditação para iniciantes e também vídeos para quem precisa acalmar imediatamente, mas destaca que o ‘Querida Ansiedade’ não substitui a psicoterapia.

De maneira geral, os comentários dos usuários são positivos. Há reclamações sobre o *podcast* e a sugestão de criação de um grupo de apoio para a troca de experiência entre os usuários, ou seja, com a inclusão da característica da interatividade.

Agenda do Estudante Pro – Organize-se!

Figura 2 – Aplicativo Agenda do Estudante Pro



Fonte: Play Store. Aplicativo Agenda do Estudante Pro.

Agenda do Estudante Pro foi feita para os usuários se organizarem e terem, conseqüentemente, melhor desempenho nos estudos. Com o uso desse aplicativo é possível realizar atividades dentro dos prazos combinados, dividir de forma equilibrada o tempo entre a vida acadêmica e a vida pessoal, conduzir o dia a dia com mais tranquilidade e menos estresse segundo as promessas da plataforma.

No Agenda do Estudante Pro, informações importantes sobre provas, trabalhos, compromissos e horários de aulas estão disponíveis no *smartphone* do aluno/usuário para eventuais novos agendamentos e consultas. Um recurso muito útil são as notificações de eventos (lembretes) para lembrar de atividades importantes como provas.

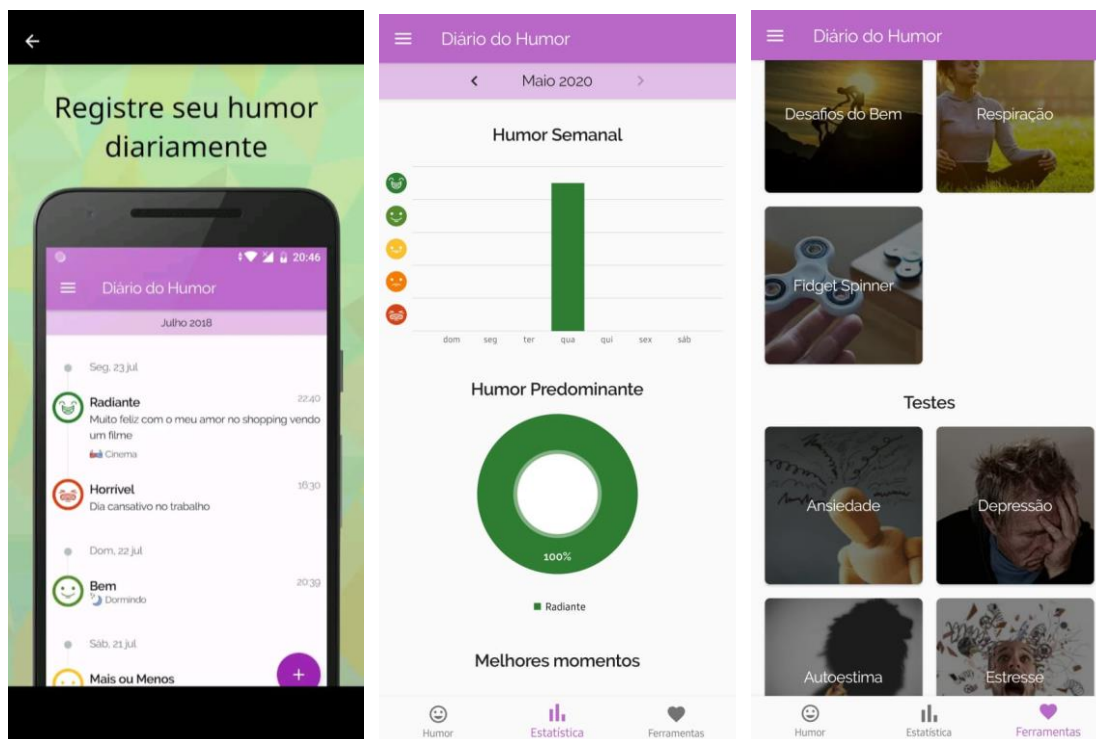
O aplicativo lista os eventos como uma lista de tarefas *To Do List* (Lista do que fazer) ou *Check List* (Lista do que foi feito) onde há marcação dos eventos concluídos para que deixem de ser ou sejam destacados. Além disso, agrupa por eventos passados e futuros, sendo possível perceber quando alguma atividade ficou para trás. Essas características são adequadas para a escola, para a universidade, mas também para o dia a dia, com o objetivo de tornar a vida do estudante mais organizada, gerenciando compromissos que não podem ser esquecidos.

O *app* visa a simplicidade e a facilidade de uso e navegação. O usuário deve cadastrar suas disciplinas, os horários de aulas e as tarefas. Em resumo, as principais características do Agenda do Estudante são: os horários de aulas; o agendamento de eventos da agenda escolar (provas, trabalhos/tarefas, a devolução de livros à biblioteca *on-line*; a inclusão de notificações (lembretes) para eventos; a marcação eventos como “concluído”; a visualização de eventos da semana e do mês; um calendário para lembretes; e o gerenciamento de notas.

Os comentários em sua maioria são positivos e as sugestões apenas agregam o que o aplicativo já possui, como por exemplo, a solicitação de troca das notificações simples por alarmes tipo despertador.

Diário do Humor

Figura 3 – Home do aplicativo Diário do Humor.



Fonte: Play Store. Aplicativo Diário do Humor.

O aplicativo Diário de humor, apelidado pela própria plataforma de “Daylio”, possibilita ao usuário manter um diário privado. É um micro diário sem programação em relação aos sentimentos e emoções humanas complexas. Conta com opções de escolhas para o humor do usuário e adiciona atividades feitas durante o dia. Também pode-se adicionar notas e manter um diário à moda antiga.

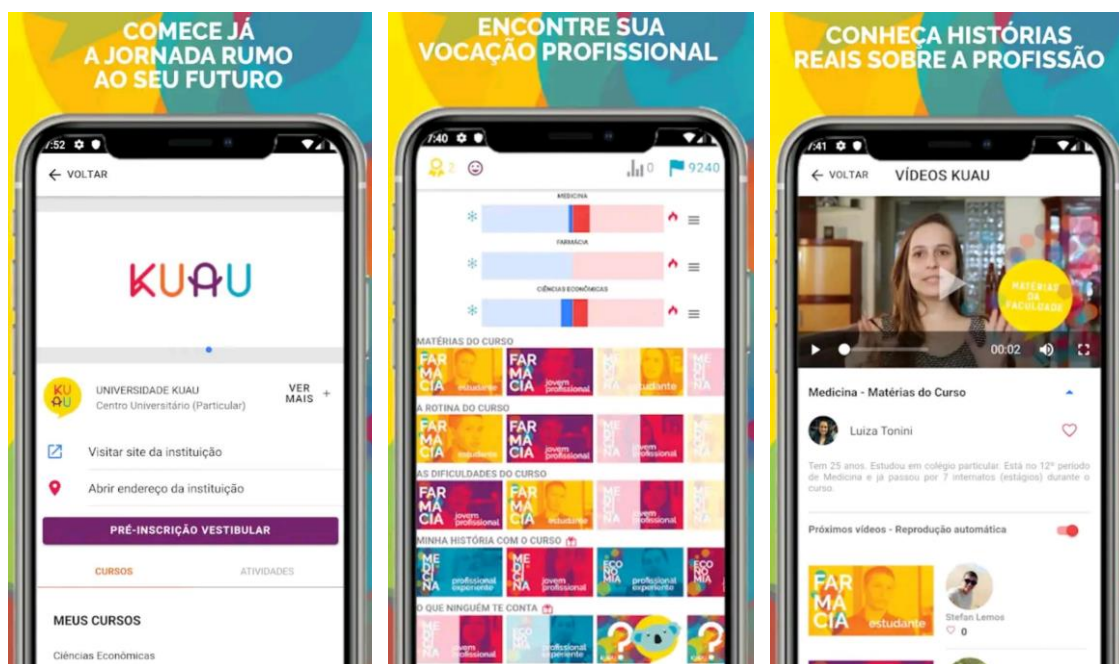
O Daylio agrupa humores e atividades para estatísticas e calendário para que o usuário possa entender melhor seus hábitos, controlar suas atividades, criar padrões para tornar-se mais produtivo nos estudos e metas diárias, semanais ou mensais.

Os comentários sobre o desempenho do aplicativo são positivos. Uma das sugestões é a ampliação de algumas atividades. A função mais elogiada é a

possibilidade de criação de metas diárias e tarefas no aplicativo, o que faz com que as pessoas paguem pela versão *Premium* do diário do humor.

Kuau

Figura 4 – Aplicativo Kuau



Fonte: Play Store. Aplicativo Kuau.

O aplicativo Kuau é um projeto que possui três frentes de trabalho com o intuito de direcionar seu usuário para a escolha de um curso do ensino superior com o qual o aluno mais se identifica. As frentes são: Projeto de Vida, Socioemocional e Orientação Profissional.

Segundo o próprio blog do Kuau, o Projeto de vida consiste num programa completo unindo tecnologia, plano de aula, material didático e formação de professores. Já o Socioemocional cuida da aprendizagem socioemocional que promove a autogestão das emoções através do Diário de Bordo do usuário. Por fim, a Orientação Profissional é uma ferramenta do aplicativo que se diz inovadora para a orientação sobre o mundo do trabalho e escolha da profissão.

Nesse mesmo sentido o Kuau apresenta valores que permeiam a modernidade da aprendizagem ativa e colaborativa, a flexibilidade de adaptação

ao currículo da escola que participa como adepta do projeto, a personalização de conteúdos com a cara da sua escola e do aluno e a educação híbrida, que mescla conteúdo do presencial e do EAD (Ensino a distância).

O aplicativo chama a atenção, pois tem a cara do jovem na atualidade. É colorido e chamativo, conta com uma passagem fluida entre as telas do programa, possui vídeos de alunos em formação, com dicas de quais matérias os possíveis veteranos irão estudar, histórias reais sobre a profissão. Além disso, o Kuau mantém o usuário informado sobre inscrições abertas para vestibulares. Mas a própria plataforma apresenta *bugs*¹ e não dispõe de atualização, embora sua ideia seja excelente para o estudante na atualidade.

O aplicativo conquistou tanto comentários positivos como negativos. Como sugestões são solicitadas mais versatilidade em relação às informações divulgadas sobre cada curso: dados sobre as respectivas áreas, média salarial, nota de corte do curso e sugestão de faculdades. Ainda assim a maioria dos comentários feitos é positiva.

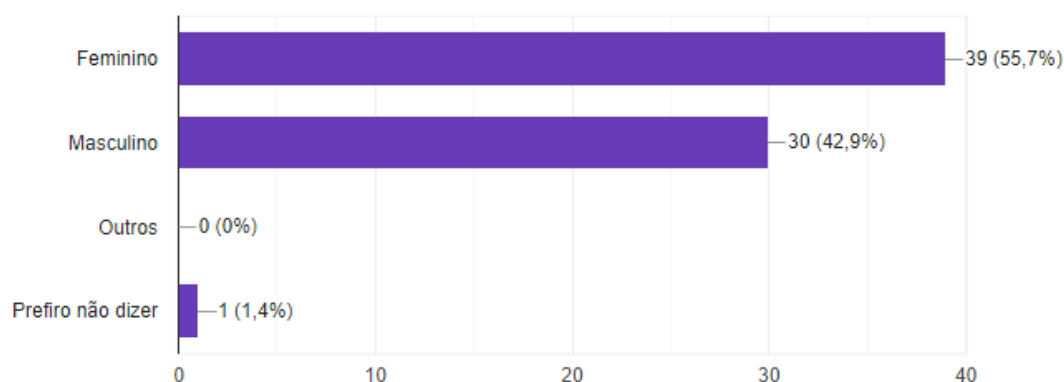
3.1.3 ANÁLISE DA PESQUISA COM O PÚBLICO-ALVO

A pesquisa com o público-alvo teve o objetivo de perceber os anseios dos jovens em relação ao ingresso no Ensino superior. Feita por meio de um questionário através da plataforma *Google Docs*, foi disponibilizada entre os dias 7 a 21 de maio, obtendo 71 respostas.

A maioria dos respondentes (55,7%) é do sexo feminino. Dois participantes não revelaram o sexo. Nesse sentido a pesquisa mostra o engajamento feminino como destaque em relação ao ingresso no Ensino Superior, ou reflete apenas os meios no qual o questionário foi inserido, como mostra a imagem a seguir:

¹ *Bug* é um defeito, falha ou erro no código de uma programação do *app* que pode provocar seu mau funcionamento.

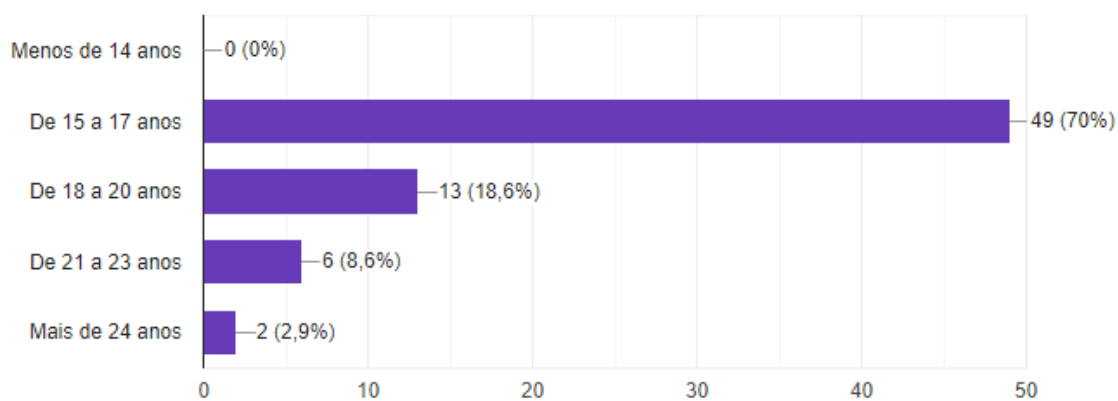
Gráfico 01 – Sexo dos participantes



Fonte: ² Formulário Google Docs

Parte expressiva dos participantes da pesquisa (70%) tem entre 15 e 17 anos, ou sejam, estão concluindo o Ensino Médio, o que mostra que atingiu o público-alvo do produto desenvolvido.

Gráfico 02 – Idade dos participantes

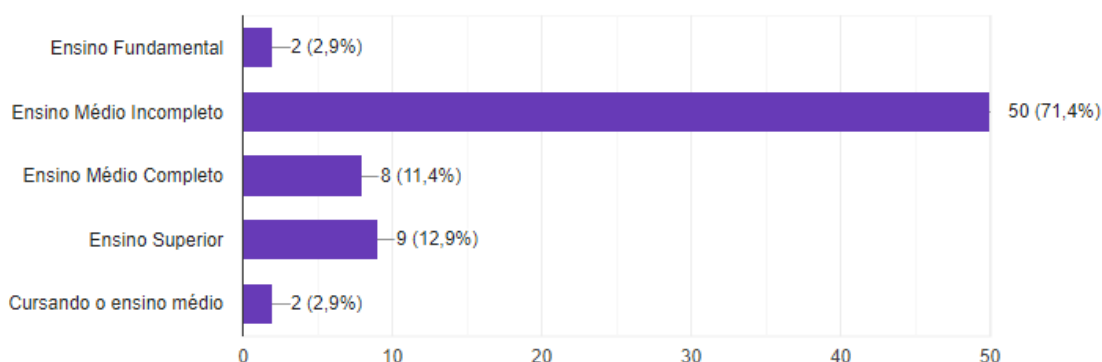


Fonte: Formulário Google Docs

A maioria dos respondentes (71,4%) possui ensino médio incompleto, o que indica a proximidade do ingresso ao ensino superior. Outra perspectiva é a participação de pessoas que já estão no ensino superior. Isso revela o interesse de realizar outra faculdade, conforme o seguinte gráfico.

² Fonte: Formulário Google Docs. Disponível em: https://docs.google.com/forms/d/1uZRtEc_3Vq5GpAh5sXBtLp5KI0Umwi4pFRRegCbqS4A/edit?vc=0&c=0&w=1#responses

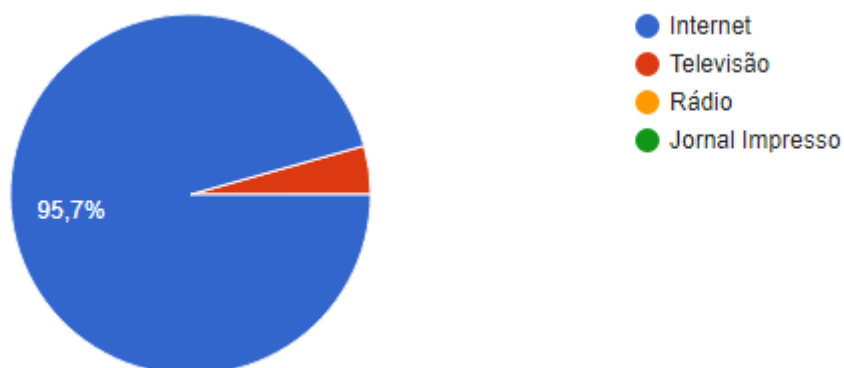
Imagem 03 – Escolaridade dos participantes



Fonte: ³ Formulário Google Docs

Quase 96% dos participantes da pesquisa disseram se informar exclusivamente pela internet. Outras respostas mencionam a televisão como fonte de informação. O resultado demonstra que o melhor meio de comunicação com esse público-alvo é a internet.

Gráfico 04 – Meios pelos quais os participantes se informam no cotidiano

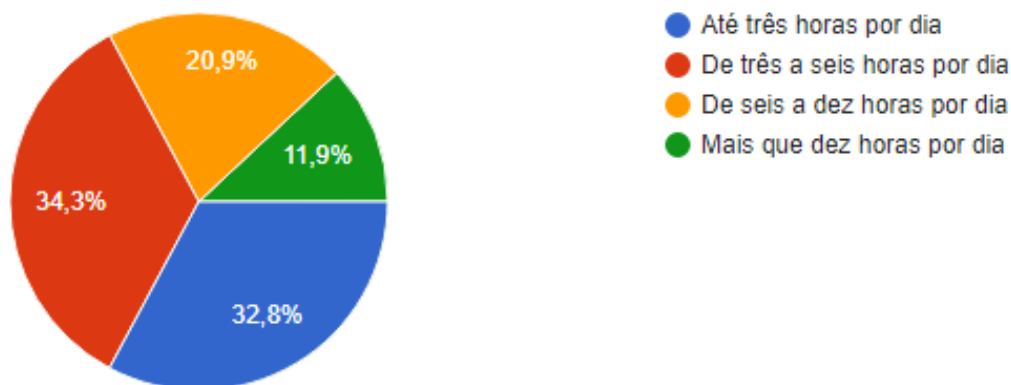


Fonte: Formulário Google Docs

A maioria dos respondentes (34,3%) afirma passar de três a seis horas por dia navegando na internet, mas também foram expressivas as porcentagens de participantes que ficam conectados até três horas por dia (32,8%) e de seis a dez horas (20,9%).

³ Fonte: Formulário Google Docs. Disponível em: https://docs.google.com/forms/d/1uZRtEc_3Vq5GpAh5sXBtLp5KI0Umwi4pFRRegCbqS4A/edit?vc=0&c=0&w=1#responses.

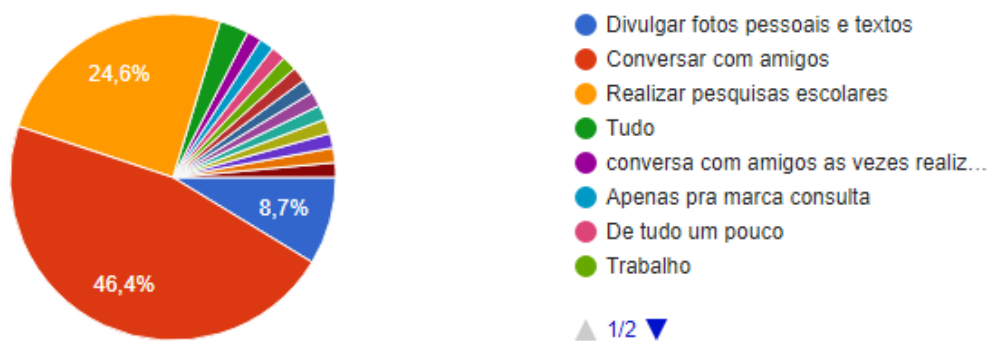
Gráfico 05 – Tempo que os participantes passam na internet.



Fonte: ⁴ Formulário Google Docs

De acordo com os resultados, “conversar com os amigos” (46,4%) é a principal atividade desempenhada no meio virtual, seguida por “realizar pesquisas escolares” (24,6%).

Gráfico 06 – Como os participantes utilizam a internet

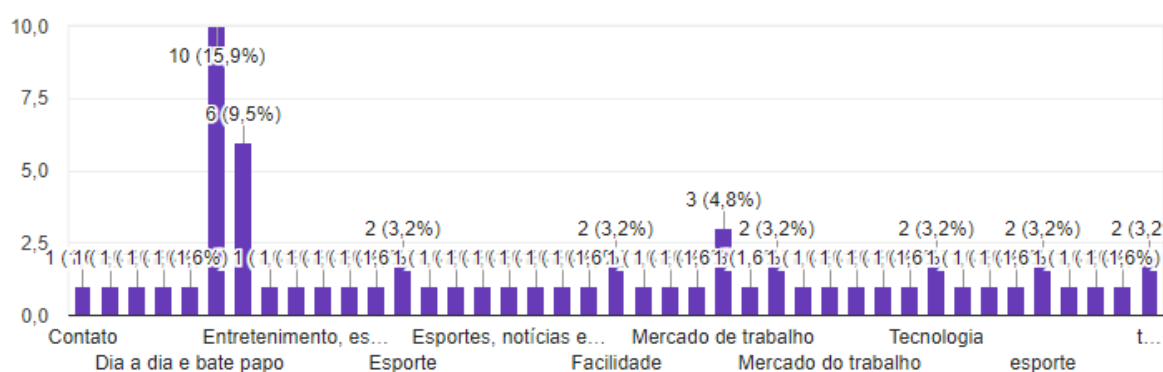


Fonte: Formulário Google Docs

Os participantes acessam conteúdos variados como esporte, notícias, mercado de trabalho (4,8%) e tecnologia. Mas, entre eles, se destaca o entretenimento (15,9%), dando margem para concluir que o entretenimento deve fazer parte do projeto de criação do aplicativo sobre ingresso ao ensino superior.

⁴ Fonte: Formulário Google Docs. Disponível em: https://docs.google.com/forms/d/1uZRtEc_3Vq5GpAh5sXBtLp5KI0Umwi4pFRRegCbqS4A/edit?vc=0&c=0&w=1#responses.

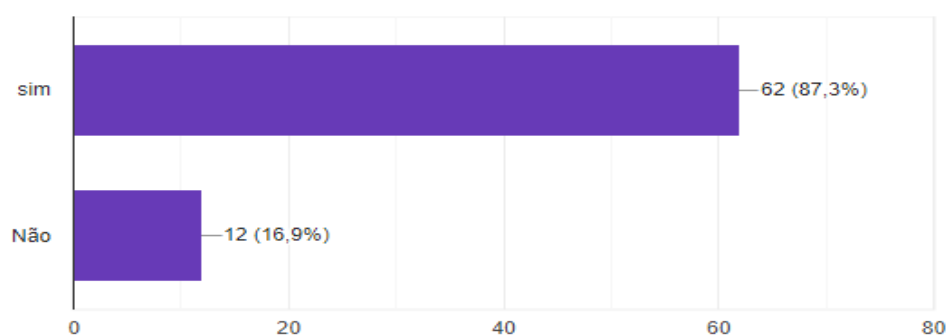
Gráfico 07 - Conteúdos que os participantes mais acessam na internet



Fonte: ⁵ Formulário Google Docs

Sobre a utilização de aplicativos de ingresso ao Ensino Superior, a maioria dos participantes (87,3%) respondeu positivamente, contra 16,9%, que disseram não usar aplicativos.

Gráfico 08 - Total de pessoas que usam ou não usam aplicativos



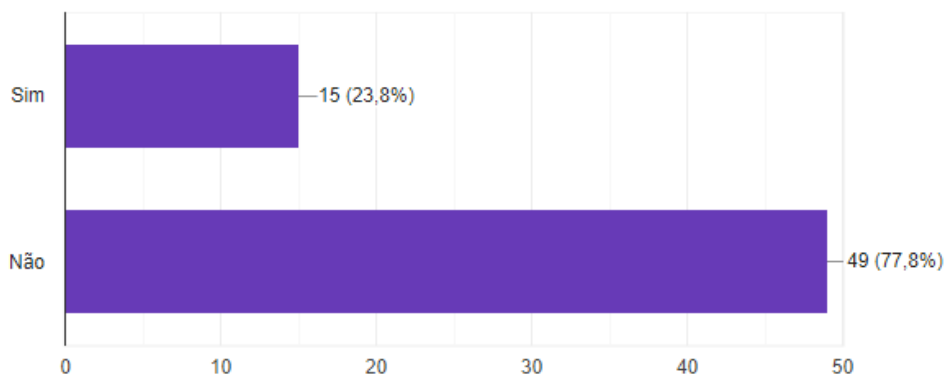
Fonte: Formulário Google Docs

Os aplicativos mais utilizados apontados pelos respondentes foram *WhatsApp*, *Instagram*, *Facebook* e *Twitter*. Outros aplicativos mencionados, relacionados ao ingresso ao ensino superior foram: *Brainly*, *Photomatch*, Física

⁵ Fonte: Formulário Google Docs. Disponível em: https://docs.google.com/forms/d/1uZRtEc_3Vq5GpAh5sXBtLp5K10Umwi4pFRRegCbqS4A/edit?vc=0&c=0&w=1#responses.

Master, Edu Agenda, *Googleclassroom*, *Zoom* e Inep Enem. As repostas mostram que o jovem tem dificuldade em obter um aplicativo que os atenda e satisfaça suas expectativas.

Gráfico 09 – Participantes que possuem aplicativos sobre ingresso ao ensino superior.

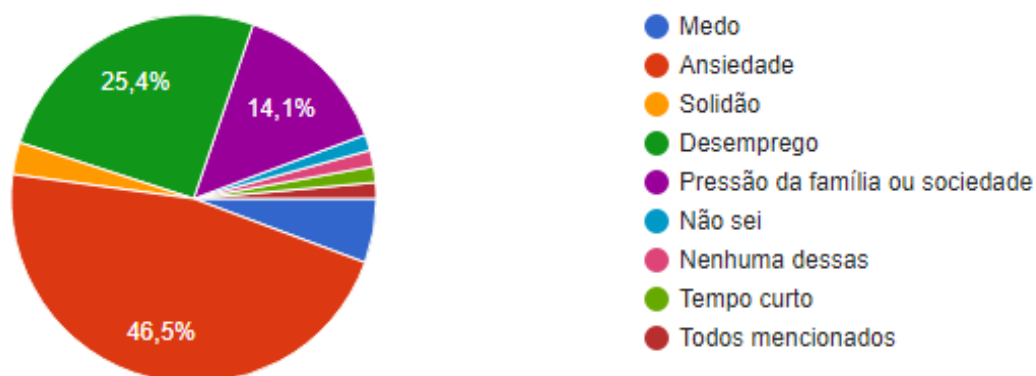


Fonte: ⁶ Formulário Google Docs

Em relação às angústias e medos enfrentados pelos participantes da pesquisa, destacam-se a ansiedade (46,5%), o desemprego (25,4%) e a pressão da família ou da sociedade (14,1%).

⁶ Fonte: Formulário Google Docs. Disponível em:
https://docs.google.com/forms/d/1uZRtEc_3Vq5GpAh5sXBtLp5KI0Umwi4pFRRegCbqS4A/edit?vc=0&c=0&w=1#responses.

Gráfico 10 – Angústias dos participantes



Fonte: Formulário Google Docs

Os jovens de hoje são bombardeados por informações a todos os momentos, enfrentam pressão, ansiedade e encontram dificuldade para escolher um caminho a seguir.

3.2 DIAGNÓSTICO

A partir das pesquisas realizadas e com base nas características da criadora do presente aplicativo, é possível perceber os pontos positivos e negativos (internos), as ameaças e oportunidades (externas) em relação à criação de um aplicativo com informações capazes de auxiliar os jovens no acesso ao ensino superior.

Tabela 01 – Análise Swot

AMEAÇAS	OPORTUNIDADES
- Concorrência; - Desigualdade social.	- Uso da internet pelo público-alvo; - Informação por meio de aplicativos; - Mobilidade proporcionada pelo celular - Empreendedorismo.
PONTOS NEGATIVOS	PONTOS POSITIVOS
- Recursos financeiros escassos; - Programação.	- Pesquisas; - Investimento em conteúdos atrativos.

Com base na informação de que o público-alvo do presente trabalho utiliza-se principalmente da internet para a comunicação, estudo e entretenimento, a criação de um aplicativo se justifica. A partir das pesquisas realizadas também foi possível perceber os conteúdos, designs, problemas e formatos de aplicativos já existente na área para planejar conteúdos atrativos. Uma limitação pessoal é o conhecimento sobre programação para a criação do aplicativo.

Como oportunidade, o VC na Facul é uma forma de empreender, conciliando os aprendizados obtidos no curso de jornalismo, na área de comunicação via internet, promovendo práticas de estudos para adolescentes e jovens que queiram entrar na faculdade usando o aplicativo. Por outro lado, uma fraqueza é o desconhecimento na área de programação, necessária para a execução do aplicativo.

4. MEMORIAL

4.1 O PRODUTO

A concepção do VC na Facul teve origem numa questão social de cunho educacional, com o intuito de reunir informações, em um único lugar, sobre formas de ingresso ao ensino superior. O *app* possui navegação fluida e objetiva, com programação simples, que permite ao usuário chegar à informação desejada em apenas alguns cliques.

Em relação ao nome do aplicativo, o “VC” tem origem na forma como os jovens se comunicam nas redes sociais. A palavra VC, em caixa alta, é uma abreviação de você e está em caixa alta para chamar a atenção. “Facul” é uma gíria que se refere à palavra faculdade, comum no vocabulário jovem. As páginas apresentam cores variadas para caracterizar a vivacidade do jovem, com preferência às cores pastéis, que suavizaram a navegação estática.

A seleção de conteúdo seguiu os resultados da pesquisa respondida por adolescentes e jovens, que expressam preocupações com temas como ansiedade, profissões e formas de acesso ao ensino superior. A página inicial ou *home* traz uma breve apresentação do *app*, por meio de um vídeo, que apresenta a visão, missão e valores do produto, as boas-vidas e um agradecimento ao usuário por ter baixado o *app* VC na Facul.

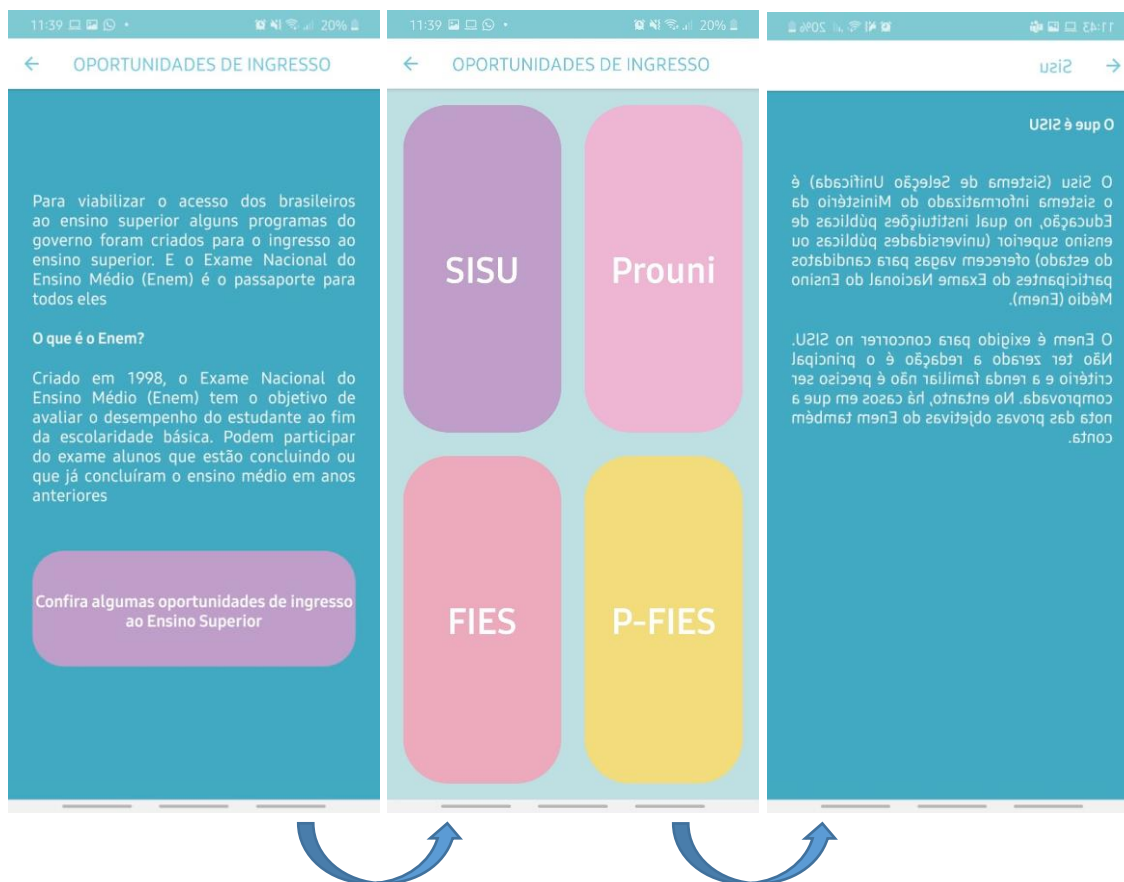
Figura 5 - Painel principal do VC na Facul:



Fonte: Aplicativo VC na Facul

A página seguinte apresenta um painel com quatro temas, hierarquizados de acordo com a importância. Os títulos fixados de forma estática são: Formas de ingresso; Vagas nas Universidades; Como você está?; e Dicas do VC na Facul.

Figura 6 - Formas de ingresso:



Fonte: Aplicativo VC na Facul

Formas de Ingresso aborda as oportunidades para o ingresso na faculdade. "Vagas nas Universidades" traz a divulgação de universidades públicas e privadas.

Figura 7 - Vagas nas Universidades:



Fonte: Aplicativo VC na Facul

“Como você está?” e “Dicas do VC na Facul” abordam informações e cuidados direcionados aos usuários. Cada clique, em cada opção desse painel, leva a outras informações.

Figura 8 - Como você está?



Fonte: Aplicativo VC na Facul

Em relação às reportagens, que estão inseridas na opção “Dicas do VC na Facul”, foram abordadas temáticas como educação a distância, ansiedade e cursos em alta.

Tabela 2 - Reportagens

Matéria	Fontes
Seja bem-vinda ANSIEDADE!	Psicólogo Jhonatan Dhimmy Fraga Macedo
	Estudante Victoria Gioconda Buencio Silva
A questão da PROFISSÃO	Professora Luciana Serenini
	Estudante Anna Beatriz Almeida Porto
A opção do AED	Professora Rose Mary Almas de Carvalho
	Estudante Victor Hugo Bezerra Soares

Fonte: a autora.

As reportagens apresentam linguagem jornalística e característica da internet, sempre chamando o leitor de VC, para remeter ao nome do aplicativo, e também convidá-lo a participar do debate.

Figura 9 - Dicas do VC na Facul:



Cada matéria é apresentada através de um texto, com características jornalísticas. Uma das matérias possui um vídeo que complementa as informações do texto. Já outra possui links para que o aluno saiba mais sobre o assunto mencionado.

Para a criação do produto foi necessária a contratação de um especialista em programação de aplicativos, Richard Freire. Este profissional ajudou na montagem do *app* mobile para celular. O trabalho custou R\$ 600,00. Sendo que no momento, uma limitação é a divulgação do *app* que, para ser baixado, precisa ser publicado na Play Store (para smartphones com sistema Android) e no Apple Store (para smartphones com sistema IOs), que possui custos.

4.2 DIÁRIO DE PRODUÇÃO

A ideia inicial era criar um aplicativo do SOL da PUC Goiás com o intuito de melhorar a comunicação entre a universidade e os acadêmicos, que anseiam por conteúdos mais simples e interativos, com linguagem jovial. Após os contatos iniciais com a Divisão de Comunicação da PUC Goiás, percebemos que a ideia não seria viável devido à proteção de dados dos alunos da universidade.

A responsável pela Dicom, Carla Oliveira, me recomendou uma conversa com o responsável pela área de marketing da PUC. Realizamos duas reuniões, ele me apresentou projetos interessantes na área, como a produção de uma mininovela universitária protagonizada por estudantes em ambientes da PUC Goiás, mas o isolamento social provocado pela pandemia do coronavírus também inviabilizou o projeto.

Antes de ingressar na faculdade tive bastante dificuldade de me informar sobre o que, como, quando, onde, como ingressar no ensino superior. Não sabia das opções e isso me levou direto ao objetivo principal do aplicativo, mostrar aos alunos ingressantes o leque de opções de faculdades no estado de Goiás, os programas ofertados pelo governo como SISU, ProUni e Fies e mantê-los informados sobre a entrada na faculdade.

Uma das dificuldades que tive foi a resposta de algumas fontes. Com o período da quarentena em vigor, realizei as apurações pelo *Whatsapp* e algumas vezes não tive respostas rápidas. Também foi difícil encontrar jovens entre 16 a 20 anos como fontes. Por outro lado, a facilidade que tenho em comunicar com as pessoas permitiu que eu conseguisse uma ótima parceria na programação do *app* VC na Facul. No total foram quatro reuniões e várias conversas no WhatsApp que culminaram num *app* bem elaborado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste trabalho foi criar um aplicativo, o VC na Facul, com o intuito de reunir e levar informações sobre ingresso ao ensino superior aos jovens do estado de Goiás. Para atingir este objetivo foram feitas pesquisas tanto teóricas quanto práticas. Nesse sentido foram analisados aplicativos já existentes voltados para o mesmo público-alvo do presente trabalho. A identificação dos desejos e necessidades do público foi feita a partir da pesquisa realizada pelo Google Docs.

O VC na Facul é um aplicativo que contém a página inicial, com as oportunidades de ingresso ao ensino superior, links para universidades do Estado, página sobre saúde do estudante e matérias sobre ansiedade, profissões em alta e ensino EAD, que compõem a aba de dicas do *app*.

Com a ajuda de um profissional de TI (Tecnologia da Informação) foi possível realizar a programação do *app*. Já em relação ao aspecto jornalístico, possui conteúdos de cunho noticioso que cumprem com aspectos do curso no qual será apresentado. Diante das dificuldades das aulas em regime remoto, este trabalho cumpre seus objetivos com criatividade e foi muito importante para o aprendizado acadêmico e profissional.

O próximo desafio é conseguir comercializar o *app* e transformá-lo também em negócio sustentável e capaz de mostrar que a o jornalismo e a comunicação podem ser pensados, planejados, executados e avaliados constantemente.

REFERÊNCIAS

AGÊNCIA BRASIL. **Brasil é o 3º país em que pessoas passam mais tempo em apps.** Disponível em: <http://agenciabrasil.ebc.com.br/geral/noticia/2020-01/brasil-e-o-3o-pais-em-que-pessoas-passam-mais-tempo-em-apps>. Acesso em: 10 de fev. de 2020.

AZULIS, Redação. **“Empreendedorismo no Brasil”.** Publicado em 07 de janeiro de 2020. Disponível em: <https://www.azulis.com.br/artigo/empreendedorismo-no-brasil/amp>. Acesso em: 21 de mai de 2020.

CANAVILHAS, João. **Webjornalismo: As sete características que marcam a diferença.** Livros LABCOM Books. 2014. Disponível em: <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/KtbxLwHDhgMVSxmXnKzWKLbXwKFNnXCPnq?projector=1&messagePartId=0.1>. Acesso em: 11 de mar. de 2020.

CASTANHO, M. I. S.; ZORZIM, T. J. I. **Internet, cultura do consumo e subjetividade de jovens.** Pesquisas e Práticas psicossociais 12 (1), São João del Rei, janeiro-abril de 2017. Disponível em: http://www.seer.ufsj.edu.br/index.php/revista_ppp/article/view/1904. Acesso em: 28 de abr. de 2019.

CENSO IBGE, 2011. **Acesso à internet e posse de telefone móvel celular para uso pessoal.** Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios. Rio de Janeiro, 2013. Disponível em PDF: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv63999.pdf>. Acesso em: 21 de mai de 2020.

GEM, Global Entrepreneurship Monitor. **Empreendedorismo no Brasil. Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP)** em parceria com o Sebrae. Disponível em: https://atendimento.sebrae-sc.com.br/wp-content/uploads/2019/05/1551466386GEM_2018.pdf
Acesso em: 16 de jun. de 2020.

JENKINS, H. J. **Cultura da Convergência.** Aleph, 2009. Disponível em PDF: <http://epocanegocios.globo.com/Revista/Epocanegocios/download/0,,4242-1,00.pdf>. Acesso em: 10 de fev. de 2020.

JÚNIOR, J. B. C.; ARAÚJO, P. C; WOLF, S. M; e RIBEIRO, T. V. A. **Empreendedorismo e Educação empreendedora: Confrontação entre a Teoria e Prática.** Revista de Ciências da Administração, vol. 8, núm. 15, janeiro-junho de 2006. Universidade Federal de Santa Catarina Santa Catarina, Brasil. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/2735/273520220001.pdf>. Acesso em: 22 de mai. de 2020.

LEMOS, A.L. **Cultura da Mobilidade.** Revista FAMECOS: mídia, cultura e tecnologia, núm. 40, diciembre, 2009a, pp. 28-35. Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, Brasil. Disponível em: <file:///C:/Users/cv/Desktop/495550196004.pdf>. Acesso em: 29 de fev. de 2020.

_____. **Comunicação e mobilidade, aspectos socioculturais das tecnologias móveis de comunicação no Brasil.** Salvador: EDUFBA, 2009a. Disponível em: <https://repositorio.ufba.br/ri/bitstream/ufba/166/4/Comunicacao%20e%20mobilidade.pdf>. Acesso em: 31 de mar. de 2020.

_____. **Cidade e mobilidade. Telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais.** Revista Matrizes N. 1 outubro 2007. Disponível em: [file:///C:/Users/cv/Desktop/document%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/cv/Desktop/document%20(2).pdf). Acesso em: 01 de fev. de 2020.

LÉVY, Pierre. **O ciberespaço como um passo metaevolutivo.** In: MARTINS, Francisco Menezes; SILVA, Juremir Machado da. A genealogia do virtual: comunicação, cultura e tecnologias do imaginário. Porto Alegre: 2a Edição, Sulina, 2008. Disponível em: <file:///C:/Users/Usu%C3%A1rio/Desktop/3081-10452-1-PB.pdf>. Acesso em: 01 de abr. de 2020.

MAGRANI, Eduardo. **A internet das coisas / Eduardo Magrani.** — Rio de Janeiro: FGV Editora, 2018. 192 p. Disponível em: <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/QgrcJHsTnPNtNnWVHRjShRLKSRGRPWWCTqq?projector=1&messagePartId=0.1>. Acesso em: 10 de mar. de 2020.

MENDES C. N. M.; TINTI, J. A; MARTINS, M. N. S. P. **Os Desafios da Educação para Atender a Competitividade do Mercado de Trabalho Brasileiro Contemporâneo.** Estudos, Goiânia, v. 40, n. 1, p. 35-47, jan./mar. 2013. Disponível em: file:///C:/Users/edu_m/Downloads/2692-8005-1-PB.pdf. Acesso em: 27 de mar. de 2020.

MORAES, L. A. & NERCOLINI, M. J. **Tecnologias Móveis, vida cotidiana e comunicação instantânea.** Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação em Mídia e Cotidiano Artigos Seção Livre Número 5. Dezembro /2014. UFF. Disponível em: [file:///C:/Users/Usu%C3%A1rio/Desktop/document%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/Usu%C3%A1rio/Desktop/document%20(1).pdf). Acesso em: 30 de mar. de 2020.

PALETTA, M. A. **Vamos Abrir uma Pequena Empresa? Um guia prático para abertura de novos negócios.** 2. ed. Campinas: Alínea, 2010. Acesso em: 26 de mar. de 2020.

PELLANDA, E. C. P. **Comunicação móvel: das potencialidades aos usos e aplicações.** Em Questão, vol. 15, núm. 1, janeiro-junho, 2009, pp. 89-98 Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, Brasil. Disponível em: <file:///C:/Users/cv/Desktop/Comunica%C3%A7%C3%A3o%20e%20mobilidade.%20pdf.pdf>. Acesso em: 01 de fev. de 2020.

SEBRAE, 2019. **Quantidade de MEIs aumenta.** Disponível em: <https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/ufs/pb/artigos/quantidade-de-meis-aumenta-saiba-mais-sobre-as->

vantagens,1c18e52dfab2a610VgnVCM1000004c00210aRCRD. Acesso em 26 de abr. de 2020.

SMITH, A. S. **Reconstrucción del escenario mediático: El periódico que viene.** InfoAmérica. ICR. Pág: 07 à 19. 2010. Disponível em: <http://dev.elcorreo.eu.org/IMG/pdf/smith.pdf>. Acesso em: 30 de mar. de 2020.

TIC KIDS. **Pesquisa Sobre o Uso da Internet por Crianças e Adolescentes no Brasil.** 2018. CGI.br. Livro eletrônico. Publicado em 2019, São Paulo. Disponível em: https://cetic.br/media/docs/publicacoes/216370220191105/tic_kids_online_2018_livro_eletronico.pdf. Acesso em 26 de abr. de 2020.

VIEIRA, E. V. **Os Bastidores da Internet no Brasil.** 1º Edição. Barueri – São Paulo: Manole, 2003. Disponível em: <https://books.google.com.br/books?hl=ptPT&lr=&id=tR4t1Lg2uCcC&oi=fnd&pg=PR18&dq=inicio+da+internet+no+brasil&ots=0iZVPPHpE7&sig=aOTTb1hJ7JrAXpG3FO6TpjHfDC8#v=onepage&q=inicio%20da%20internet%20no%20brasil&f=false>. Acesso em 29 de fev. de 2020.

RESOLUÇÃO n°038/2020 – CEPE

Termo de autorização de publicação de produção acadêmica

O(A) estudante Jaqueline Martins Silva
do Curso de Journalismo, matrícula 20171012703596
telefone: (62) 99342-2100 e-mail jaquelinemartinsilva.jm@gmail.com, na
qualidade de titular dos direitos autorais, em consonância com a Lei n°9.610/98 (Lei dos Direitos
do autor), autoriza a Pontifícia Universidade Católica de Goiás (PUC Goiás) a disponibilizar o
Trabalho de Conclusão de Curso intitulado
V.C. na Facul: Aplicativo sobre impresso as
Escrituras Superior,
gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, por 5 (cinco) anos, conforme permissões
do documento, em meio eletrônico, na rede mundial de computadores, no formato especificado
(Texto (PDF); Imagem (GIF ou JPEG); Som (WAVE, MPEG, AIFF, SND); Video (MPEG,
MWV, AVI, QT); outros, específicos da área; para fins de leitura e/ou impressão pela internet, a
título de divulgação da produção científica gerada nos cursos de graduação da PUC Goiás.

Goiânia, 03 de dezembro de 2020.

Assinatura do(s) autor(es): Jaqueline Martins Silva

Nome completo do autor: Jaqueline Martins Silva

Assinatura do professor-orientador: Gabriella Luccianini M.S. Calaca

Nome completo do professor-orientador:
Gabriella Luccianini Morais Souza Calaca