



FERNANDA GOMES DA COSTA E QUEIROZ

**MOTIVOS E EXPECTATIVAS DOS ESTUDANTES DO
ENSINO MÉDIO PARA O INGRESSO NA EDUCAÇÃO
SUPERIOR**

LAVRAS - MG

2025

FERNANDA GOMES DA COSTA E QUEIROZ

**MOTIVOS E EXPECTATIVAS DOS ESTUDANTES DO ENSINO MÉDIO PARA O
INGRESSO NA EDUCAÇÃO SUPERIOR**

Dissertação apresentada à Universidade Federal de Lavras como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação do Mestrado Profissional em Educação, área de concentração em Formação de Professores, para a obtenção do título de Mestre.

Prof. Dr. Ronei Ximenes Martins

Orientador

Profa. Dra. Teresa Cristina Monteiro Martins

Coorientadora

LAVRAS – MG

2025

**Ficha Catalográfica elaborada pelo Sistema de Geração
de Ficha Catalográfica da Biblioteca Universitária da UFLA, com
dados informados pelo(a) próprio(a) autor(a).**

Queiroz, Fernanda Gomes da Costa e

Motivos e Expectativas dos Estudantes do Ensino Médio para o ingresso na
Educação Superior / Fernanda Queiroz Gomes da Costa e . - 2025.

84 p. : il.

Orientador: Ronei Ximenes Martins

Coorientadora: Teresa Cristina Monteiro Martins

Dissertação (Mestrado Profissional) - Universidade Federal de Lavras, 2025.
Bibliografia.

1. Ensino Superior. 2. Processo Seletivo. 3. Escolha Profissional. I. Ximenes
Martins, Ronei . II. Monteiro Martins, Teresa Cristina. III. Universidade Federal de
Lavras. IV. Título.

Elaboração da estrutura de acordo com o AACR2:

Responsável: Tatiana Silva - Bibliotecária-Documentalista (CRB6/1992)

FERNANDA GOMES DA COSTA E QUEIROZ

**MOTIVOS E EXPECTATIVAS DOS ESTUDANTES DO ENSINO MÉDIO PARA O
INGRESSO NA EDUCAÇÃO SUPERIOR**

**REASONS AND EXPECTATIONS OF HIGH SCHOOL STUDENTS FOR
ENTERING HIGHER EDUCATION**


Dissertação apresentada à Universidade Federal de Lavras como parte das exigências do Programa de Pós-Graduação do Mestrado Profissional em Educação, área de concentração em Formação de Professores, para a obtenção do título de Mestre.

Aprovada em 19/02/2025

Dra. Teresa Cristina Monteiro Martins - UNIFAL

Dr. Paulo Roberto Rodrigues de Souza - UNIFAL

Dra. Giovanna Rodrigues Cabral - UFLA

Documento assinado digitalmente
 **RONEI XIMENES MARTINS**
Data: 09/05/2025 10:48:31-0300
Verifique em <https://validar.itl.gov.br>

Prof. Dr. Ronei Ximenes Martins

Orientador

LAVRAS – MG

2025

*Aos meus filhos, Eduardo e Betina, que ainda são crianças, mas
que um dia estarão frente-a-frente com o futuro profissional,
vendo-se impelidos a torná-lo presente. Que toda a dedicação
da mamãe contribua para a escolha de vocês e de tantos outros
que ainda travarão esta desafiadora batalha!*

Dedico.

AGRADECIMENTOS

*“Porque se chamavam homens
Também se chamavam sonhos
E sonhos não envelhecem!”
(Milton Nascimento)*

Agradeço a Deus por ter plantado este sonho no meu coração, concedendo-me mais uma batalha e encorajando-me a lutar bravamente para a sua realização. (Só nós sabemos como eu tinha esse anseio. Obrigada, meu Deus!). E ele só foi possível graças à intercessão da Bem-aventurada Virgem Maria, a quem tenho uma devoção incontida e uma fé inegociável. (*Totus Tuus Mariae!*).

Agradeço ao meu marido Reginaldo por ter abraçado esse sonho, que virou uma missão árdua, compartilhada desde o início. Você é meu amor e meu amigo. Nossa ligação nos torna cúmplices, e este momento – tão sonhado por nós – é prova disso. (Amo você!) Aos meus filhos, Eduardo e Betina, eu não conseguiria expressar em palavras o meu agradecimento. Vocês foram mestres – muito mais que a mamãe – em paciência, entendimento e compreensão. Souberam lidar com a minha ausência, foram solícitos quando eu precisava (*“Silêncio, a mamãe está estudando!”*), sentiram orgulho de mim quando foram à UFLA e viram a imensidão física da universidade (ali, do jeitinho de vocês, ambos compreenderam a grandiosidade do momento vivido por mim). A mamãe espera que este exemplo seja combustível para sempre correrem atrás da excelência. Vocês são, de longe, o meu maior amor!

À minha mãe, Laura, agradeço o exemplo. Criar 5 filhos sendo professora faz da senhora uma heroína! Ao meu pai, Pedro, meu muito obrigada!

Agradeço aos professores do Programa de Mestrado Profissional em Educação da UFLA pelo tempo dedicado às aulas presenciais. Vocês foram responsáveis por desconstruções significativas na minha prática docente e humana.

Ao meu orientador, Prof. Dr. Ronei Ximenes Martins, um agradecimento mais que especial: obrigada por ter acreditado no meu potencial, ainda no processo seletivo, por não ter soltado a minha mão e por ter me “empurrado” quando a insegurança sobressaia à minha capacidade de acreditar que eu era capaz. Gratidão! À Profa. Tereza, coorientadora, pela ajuda e por sempre trazer, além das informações técnicas, palavras de apoio e otimismo. Obrigada!

Aos colegas – em especial à Kenia Ricardo - agradeço pelo compartilhamento de dúvidas, incertezas e, principalmente, pelo saber.

À UFLA, por ter acolhido o meu sonho de ser Mestre. Obrigada!

*“Só depois de muito tempo fui entender aquele homem
Eu queria ouvir muito, mas ele me disse pouco
Quando se sabe ouvir, não precisam muitas palavras
Muito tempo eu levei
Pra entender que nada sei que nada sei!”*
(Edgar Scandurra)

RESUMO

Definir o futuro profissional é um dos principais desafios para os estudantes do Ensino Médio. É nesta etapa que eles precisam optar por uma carreira, direcionando-se para o Ensino Superior, para cursos profissionalizantes e/ou para o mundo do trabalho. Neste contexto, apresenta-se pesquisa cuja questão-problema foi: como o estudante do Ensino Médio baliza suas escolhas para o ingresso no Ensino Superior? Ela se justifica pela percepção dos pesquisadores quanto à inquietude que esta etapa traz a este grupo, uma vez que a base conteudista da educação básica oferece poucas oportunidades de reflexão sobre a questão laboral, bem como o cenário atual de queda expressiva das matrículas iniciais no Ensino Superior brasileiro. Para responder à questão foi definido como objetivo: identificar possíveis fatores de influência na escolha do estudante da Educação Básica pelo curso superior ofertado por instituições públicas, bem como expectativas e motivos que influenciam o aluno do Ensino Médio na escolha do curso superior e da instituição que pretende ingressar. Para alcançá-lo, foi realizada pesquisa quantiqualitativa com coleta de dados por meio de formulário eletrônico inserido no site de inscrição de um processo seletivo de uma universidade pública federal. A metodologia para análise dos dados foi baseada na Teoria Fundamentada em Dados (TFD), de Kathy Charmaz. Os resultados apontaram a notória fragilidade em que se encontram os adolescentes em seu momento da escolha dos próximos passos, quando concluírem o ensino médio. Esta fragilidade gera impactos que refletem nas próximas etapas de vida dos jovens, mas, aparentemente, as atenções das universidades e escolas públicas não estão direcionadas para isto enquanto os jovens cursam o Ensino Médio.

Palavras-chave: ensino superior; processo seletivo; escolha profissional.

ABSTRACT

Defining a professional future is one of the main challenges for high school students. At this stage, they must choose a career path, directing themselves toward higher education, vocational courses, and/or the job market. In this context, this study presents the research question: how do high school students guide their choices for entering higher education? The study is justified by the researchers' perception of the uneasiness that this stage brings to this group, given that the content-based foundation of basic education offers few opportunities for reflection on career-related issues. Additionally, the current scenario of a significant decline in initial enrollments in Brazilian higher education reinforces the study's relevance. To address this question, the research aimed to identify the expectations and motivations that influence high school students in choosing their course and higher education institution. To achieve this objective, a quantitative-qualitative study was conducted, with data collected through an electronic form embedded in the application website of a public university's selection process. The data analysis methodology was based on Grounded Theory (GT), as proposed by Kathy Charmaz. The results highlighted the notable fragility of adolescents when making decisions about their next steps upon completing high school. This fragility generates impacts that extend into subsequent stages of their lives. However, it appears that universities and public schools are not focused on addressing this issue while students are still in high school.

Keywords: higher education; admission process; career choice.

IMPACTOS SOCIAIS, TECNOLÓGICOS, ECONÔMICOS E CULTURAIS

A dissertação "*Motivos e Expectativas dos Alunos do Ensino Médio para o Ingresso na Educação Superior*", desenvolvida na Universidade Federal de Lavras, gerará impactos diretos nos âmbitos educacional e social. No contexto educacional, a pesquisa permitiu elucidar como uma linguagem assertiva e acessível é capaz de dialogar com o aluno ingressante, possibilitando compreender suas demandas. O trabalho envolveu uma pesquisa quali-quantitativa, na qual os participantes puderam responder, por meio de um questionário online, suas motivações e expectativas, apontando seus maiores anseios e desafios relacionados ao ingresso na educação superior. Os resultados permitem o alinhamento com a Meta 4 dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, que visa assegurar igualdade de acesso para todos à educação técnica, profissional e superior de qualidade. No âmbito social, o trabalho desenvolvido permitiu conhecer a realidade e as diferentes demandas apontadas por estudantes oriundos de escolas públicas e privadas, explorando as expectativas e motivações desses alunos — especialmente daqueles pertencentes a grupos economicamente menos favorecidos — o que se alinha à Meta 10, que busca garantir igualdade de oportunidades e reduzir as desigualdades de resultados. Por fim, o produto educacional gerado constitui-se como uma ferramenta estratégica que torna a pesquisa mais orientada, empática e aplicável, humanizando os dados levantados e dando voz aos sujeitos envolvidos.

SOCIAL, TECHNOLOGICAL, ECONOMIC, AND CULTURAL IMPACTS

The dissertation "*Motives and Expectations of High School Students for Entering Higher Education*", developed at the Federal University of Lavras, will generate direct impacts in both educational and social spheres. In the educational context, the research made it possible to elucidate how assertive and accessible language can effectively communicate with incoming students, enabling a better understanding of their needs. The study involved a qualitative-quantitative approach, in which participants responded to an online questionnaire regarding their motivations and expectations, highlighting their main concerns and challenges related to entering higher education. The findings are aligned with Goal 4 of the Sustainable Development Goals (SDGs), which aims to ensure equal access for all to quality technical, vocational, and higher education. In the social sphere, the work enabled an understanding of the realities and diverse needs expressed by students from both public and private schools, exploring their

expectations and motivations—especially those of students from economically disadvantaged backgrounds—which aligns with Goal 10, aimed at ensuring equal opportunities and reducing outcome inequalities. Finally, the educational product developed serves as a strategic tool that makes the research more targeted, empathetic, and applicable, humanizing the collected data and giving voice to the individuals involved.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – 20 metas do PNE.	21
Figura 2 - Diagrama do percurso metodológico da pesquisa.	25
Figura 3 - Imagem do convite para participação na pesquisa inserido na Home Page de inscrição para o processo seletivo.	26
Figura 4 – Evolução do preenchimento do formulário.	28
Figura 5 – Porcentagem referente aos respondentes que assinalaram a questão “Ainda não me decidi”	33
Figura 6 – Evolução dos indicadores dos estudantes no curso de ingresso em 2012, por modalidade de ensino – Brasil 2012 – 2021	35
Figura 7 - Gráfico comparativo entre discentes de escolas públicas e privadas em relação a uma possível evasão estudantil	38
Figura 8 - Cursos mais assinalados pelos proponentes	39
Figura 9 - Tipo de influência sobre a escolha do estudante de escola privada que optou por Medicina	39
Figura 10 - Tipo de influência sobre a escolha do estudante de escola pública que optou por Medicina.	40
Figura 11 - Prospecção de atuação profissional na carreira de medicina.	41
Figura 12 - Fatores de influência para a escolha do curso de direito.....	42
Figura 13 - Fatores de influência para a escolha do curso de Medicina Veterinária.	43

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Amostra em relação à população de estudo	27
---	----

LISTA DE SIGLAS

CGI.br.	Comitê Gestor da Internet no Brasil
CNI.	Confederação Nacional das Indústrias
EJA.	Educação de Jovens e Adultos
ENCCEJA.	Exame Nacional para Certificação de Competências de Jovens e Adultos.
Enem.	Exame Nacional do Ensino Médio
Fies.	Fundo de Financiamento Estudantil
IBGE.	Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística
IES.	Instituição de Ensino Superior
Inep.	Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira
LDB.	Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional
LDBEN.	Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional
MEC.	Ministério da Educação
OV.	Orientação Vocacional
PDE.	Plano de Desenvolvimento da Educação
PNE.	Plano Nacional de Educação
SISU.	Sistema de Seleção Unificada
TFD.	Teoria Fundamentada em Dados

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO.....	15
2	METODOLOGIA	24
3	CODIFICAÇÃO INICIAL E ANÁLISE FOCALIZADA	27
4	A TEORIA SUBSTANTIVA	31
4.1	Análise focalizada no processo de escolha do curso.....	31
4.2	Análise focalizada nas diferenças entre cursos	39
4.2.1	Os cursos mais escolhidos.....	39
4.2.2	Os cursos menos escolhidos.....	44
4.2.3	Escolha profissional e Escolha do Curso Superior	45
4.2.4	Análises complementares	46
4.3	Aporte teórico fundamentado para melhoria da comunicação com os jovens.....	48
5	CONSIDERAÇÕES FINAIS	55
	REFERÊNCIAS.....	58
	APÊNDICE A – Questionário para a captação de dados	62
	APÊNDICE B – Proposta de Produto Educacional.....	67
	APÊNDICE C – Produto Educacional.....	71

1 INTRODUÇÃO

Venho de uma família essencialmente educadora. Desde a avó, até a mãe e irmãs atuam na área educacional. Apesar de a formação inicial não ser na docência, a educação sempre foi terreno fértil e ambiente comum, dadas as origens. Como já era de se esperar, à medida que o tempo passou, a sala de aula tornou-se meu campo de atuação. Uma passagem rápida pelo ensino básico aliou-se ao exercício no Ensino Superior, onde a maior parte de minha carreira docente foi desenhada. Tal experiência me levou a cursar duas licenciaturas (Pedagogia e Letras), realizadas após o Bacharelado em Comunicação Social com Habilitação em Jornalismo (minha primeira graduação).

O cenário da pandemia foi o ponto de partida para meu retorno à docência na educação básica. As disciplinas de Língua Portuguesa e Produção de Texto do Ensino Fundamental 2 e Médio numa escola da rede privada estiveram sob minha responsabilidade por 2 anos. Ali foi possível acompanhar o momento de transição do estudante que adentra os anos finais da educação básica e que, além da mudança de seguimento, vê-se diante de um cenário definidor: a escolha profissional associada à opção pelo ingresso no Ensino Superior. Nesse ambiente, cercados de livros e estudos, os discentes viam-se cara a cara com a necessidade de pensar no futuro e começavam a sentir-se impelidos à definição da carreira que pretendiam seguir, mesmo sem orientação definida. A partir desta observação empírica, passei a refletir sobre como o estudante do Ensino Médio baliza suas escolhas para ingressar no Ensino Superior.

Ao se deparar com a necessidade de definir caminhos futuros, o discente do Ensino Médio precisa, na maioria das vezes, escolher uma carreira profissional e se preparar para ela. É nesta fase (anteriormente chamada de Segundo Grau), que desde 1996 instituiu-se a última etapa da educação básica. De acordo com Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional (LDB) - que estabelece os princípios e bases da educação no Brasil com a definição de responsabilidades do Estado e os deveres de quem atua na educação - o objetivo da educação é promover a igualdade de condições de acesso e permanência na escola, a liberdade de aprender, ensinar, propagar a cultura a pesquisa, o saber, além de ser um ambiente onde se cultua o pluralismo de ideias e concepções pedagógicas. Em relação ao Ensino Médio, a Lei objetiva, segundo o artigo 22, “desenvolver o educando, assegurar-lhe a formação indispensável para o exercício da cidadania e fornecer-lhe meios para progredir no trabalho e em estudos posteriores”. (Brasil, 2018).

O Ensino Médio teve sua regulamentação a partir de 1996. Por meio da Emenda Constitucional nº 59/2009, ficou estabelecido que a faixa etária apropriada para concluir o ensino médio no Brasil foi ampliada para a idade de 17 anos, já a faixa etária de ensino obrigatória se estendeu de 4 a 17 anos. Tal alteração parte do pressuposto que a universalização do acesso à Educação é a condição da obrigatoriedade escolar. A alteração trouxe modificações à idade mínima para cursar o EJA, Educação de Jovens e Adultos, que passou a ser mais de 17 anos. Diversas estratégias foram implementadas, desde então, para evitar a evasão escolar nesta etapa escolar. Além da ampliação da faixa etária, estratégias como o acompanhamento da presença dos alunos, campanhas educativas para evitar racismo, bullying e preconceito, o Governo Federal implementou em 2024 o “Pé-de-Meia”, que tem por objetivo promover incentivo financeiro-educacional na modalidade de poupança destinado a promover a permanência e a conclusão escolar de estudantes matriculados no ensino médio público. (Brasil, 2024). O objetivo declarado pelos governantes foi a democratização do acesso e redução da desigualdade social entre os jovens.

Com duração de 3 anos, o Ensino Médio possui uma matriz curricular que compreende as disciplinas de Língua Portuguesa (incluindo o idioma Português, além de Literatura), Língua Estrangeira (geralmente inglês), História, Geografia, Arte, Matemática, Física, Química, Educação Física e Biologia. Filosofia e Sociologia, que foram proibidas de fazerem parte do rol de disciplinas durante a Ditadura Militar, entre os anos de 1964 e 1985, voltaram a tornar-se obrigatórias (Brasil, 2018). Sua conclusão pode ser considerada um rito de passagem. É neste momento que o estudante deixa a educação básica escolar para adentrar o ambiente profissional, podendo optar pelo ingresso no Ensino Superior, ou a realização de cursos profissionalizantes – também ofertados durante o Ensino Médio - já que a partir deste momento sua vida acadêmica segue direcionada para o curso que deseja desempenhar no futuro.

A chegada a esta etapa - a conclusão do Ensino Médio - traz consigo o peso da definição de todo um futuro profissional. Existe a exigência implícita da escolha ser assertiva, da decisão ser tomada com segurança e definição precisas. O discente pode, a partir da conclusão, cursar o Ensino Superior. Espera-se que agora ele dê mais um passo rumo à especialização técnica encontrada no ambiente universitário. Mas como fazer uma opção acertada quando, muitas vezes, não se pensou ou se aprofundou neste quesito?

A importância e o peso que esta fase tem na vida do estudante muitas vezes só é sentida quando ele se vê diante da iminência de tomada das grandes decisões que o cenário em questão implica. Isso quer dizer que, até o momento de começar a moldar a definição da carreira acadêmica superior, muitas vezes esse estudante não parou para analisar os motivadores que

balizarão sua escolha. O que faz esse momento tão crucial ter, até então, pouca relevância para alguns alunos? Vários fatores são determinantes para este cenário e um deles é a estrutura conteudista da educação básica brasileira. Há uma gama considerável de conteúdos a serem absorvidos, o que acaba por comprometer esta parte tão importante que é o entendimento do cenário para a definição profissional. A preocupação foi vislumbrada pelo Governo Federal quando do Censo da Educação Básica de 2015, o qual dados mostraram que somente 8% dos estudantes do Ensino Médio estavam inseridos em programas vocacionais. (Inep/MEC 2015).

E como isso reflete nas escolhas? É exigido que este aluno defina sua carreira profissional sem - na maioria das vezes - ter atuado no mercado de trabalho. Logo, o risco de escolhas infundadas e que trarão frustração é real e iminente. Santos (2020), já falava sobre esse dilema vivido pelo estudante ao afirmar que:

O mundo mudou e isso está claro, principalmente na questão tecnológica; os alunos, também [mudaram], então não é um incremento tecnológico, as pessoas se modificam. [...] É também essa visão que existe no Ensino Médio – e que existe na educação básica – de que depois, quando está na graduação, imagina-se um aluno mais maduro, enfim, aquela eterna procura do mundo adulto que nós temos. Imaginar que tem que ser feito esse ser humano porque ele não está feito, aqueles que não têm condição de serem adultos, aqueles que não são de todo inteligentes, maduros, responsáveis, disciplinados e úteis para o trabalho é uma realidade e temos que encará-la. (Santos, 2020, p. 170)

Tendo como um de seus objetivos - declarados no projeto - o auxílio do estudante nesse cenário de oficialidade da vida profissional, em 2017, durante a gestão de Michel Temer, foi sancionada a proposta do Novo Ensino Médio, instituída por meio da Lei nº 13.415/2017. Após alguns testes feitos em escolas do país, a implantação nacional deu-se no ano de 2022, com previsão de uma implementação gradual até 2024.

O Novo Ensino Médio tem como principal objetivo a formação profissional e técnica do estudante. Ao final dos três anos que compõem esta última etapa da carreira educacional básica, uma certificação é gerada, tanto para atestar a conclusão do Ensino Médio, quanto para o curso técnico escolhido pelo discente. Entre as mudanças, foram instituídos o aumento da carga horária, a reformulação da matriz curricular, além de propor que o ensino seja voltado para uma determinada formação.

A oferta de variados itinerários formativos permitiria, segundo o anúncio governamental, que o discente escolhesse os caminhos para aprofundar o conhecimento, promovendo a ampliação de saberes em áreas como Linguagens, Matemática, Ciências da Natureza ou Ciências Humanas e Sociais, além de permitir à escola a oferta de uma educação

técnica e profissional (Brasil, 2017). Apesar das possibilidades e vantagens anunciadas, a chegada deste novo modelo trouxe preocupação ao corpo docente e diretivo das instituições educacionais. Isso porque toda a conjuntura se deu num cenário político tenso, logo após o impeachment da então Presidenta Dilma Roussef. O anúncio foi marcado por manifestos e mobilizações, tanto de professores quanto de estudantes. Dentre as alegações críticas estava a falta de organização no quesito permanência do discente em um tempo estendido dentro do ambiente escolar. Diversos estudos apresentados mostraram falhas na aplicação dos conceitos de educação integral e educação de tempo integral, já que a primeira se refere à formação do aluno em todas as dimensões (física, emocional, cognitiva e cultural), enquanto a segunda foca na ampliação da carga horária dos alunos. Tal debate trouxe à luz discussões que permeavam a dificuldade que a chegada da nova proposta traria para o já conturbado cenário educacional brasileiro. Silva e Boutin (2018) foram pesquisadoras que apresentaram tal hiato ao afirmarem que:

A atual proposta de reforma do Ensino Médio, aparentemente, trata-se de mais uma política na agenda da educação integral que visa muito mais a necessidade de ampliar o tempo do que de ampliar as possibilidades educativas comprometidas com a formação mais completa do educando, demonstrando que o que se deseja é, na verdade, um aluno por mais tempo na escola. (Santos, Boutin, 2018, p. 6)

As manifestações apontavam, também, para a discrepância social que se acentuaria com a chegada do Novo Ensino Médio. Isso porque o cenário da educação básica pública e privada sempre foi marcado por diferenças, desde aspectos físicos, até no que tange a qualidade do conhecimento ofertado. No Brasil, o último censo escolar aponta que em 2022 foram registradas 7,9 milhões de matrículas no Ensino Médio, tendo a maior fatia abarcada pela rede pública, com 84,2% das matrículas, o que corresponde a 6,6 milhões de alunos. (Inep/MEC 2022). A maioria enfrenta os desafios da educação promovida pelos Estados da Federação, com problemas conhecidos que até hoje não foram solucionados, tais como o baixo salário dos professores, o sucateamento da infraestrutura e as políticas de aprovação dos alunos que são promovidos à série subsequente, mesmo apresentando defasagens consideráveis de aprendizagem.

Tal cenário deixa marcas e acentua as diferenças, como apontado por Lima e Maciel (2018), que relatam que o acesso ao Novo Ensino Médio não seria igualitário para os menos favorecidos economicamente, uma vez que quem estuda em instituições privadas e que faz parte de um grupo familiar que permite acesso a ambientes culturais como museus e viagens, por exemplo, acaba por ter uma formação mais ampla. Essa situação marca a disparidade no cenário

educacional, uma vez que o estudante, que não tem entrada nas mesmas oportunidades, tem sua formação prejudicada.

O Novo Ensino Médio, ao propor um modelo focado em itinerários formativos, tem o potencial de ampliar as oportunidades educacionais, caso estes sejam efetivamente implantados. No entanto, a flexibilização preconizada pode acentuar as desigualdades já existentes no sistema educacional brasileiro. Estudantes de famílias economicamente favorecidas, que frequentam escolas privadas e têm acesso a experiências culturais enriquecedoras, como visitas a museus, exposições, viagens e cursos extracurriculares, possuem condições para complementar sua formação de maneira significativa por meio de vivências fundamentais ao desenvolvimento de competências como pensamento crítico, criatividade e repertório cultural, valorizadas pelas novas diretrizes educacionais. Por outro lado, estudantes de condição socioeconômica menos favorecida enfrentam barreiras de cunho financeiro e social que são empecilhos para acessar os mesmos recursos, afetando sobremaneira a exploração de todo o seu potencial, o que fere o princípio da equidade educacional previsto na Constituição Federal. Outro ponto a ser salientado é que, se acentuar as disparidades a esse acesso a uma formação ampla e diversificada, o Novo Ensino Médio tenderá a perpetuar o ciclo de exclusão, limitando a ascensão social e profissional dos alunos socioeconomicamente desfavorecidos.

A educação é tida como pilar de uma sociedade justa e igualitária, em que cada cidadão tem pleno conhecimento de seus direitos e deveres. Engels (2000, p.47) afirma que:

A educação, consensualmente, tem sido apontada como solução dos principais problemas da sociedade, guardando uma grandeza que nem sempre foi reconhecida, que traz consigo uma força que a torna elemento de disputa entre as 'classes' que lutam pelo controle da sociedade. (Engels, 2000, p. 47)

Essa responsabilidade imputa à educação um vetor de transformação social. Entende-se, portanto, que a solução de problemas da sociedade passará por ela. Também é pela educação que o campo profissional perpassa, uma vez que ela é a base para a formação técnica do sujeito, além de último estágio institucionalizado de formação para a cidadania.

Ao lado disso, a sociedade hodierna apresenta uma juventude plural e por esse motivo, faz-se necessário formar cidadãos para se tornarem críticos, autônomos e responsáveis, cabendo às escolas, junto à sociedade e órgãos públicos, propiciar experiências que garantam aprendizagem suficiente para um vislumbre da realidade, com capacidade de enfrentar novos desafios de caráter social, econômico e ambiental, pautados na ética e responsabilidade. (Brasil, 2018). Desta forma, a juventude se transforma, ainda durante seu período estudantil, protagonizando seu processo de escolarização e seu projeto de vida. Frente a este quadro tão

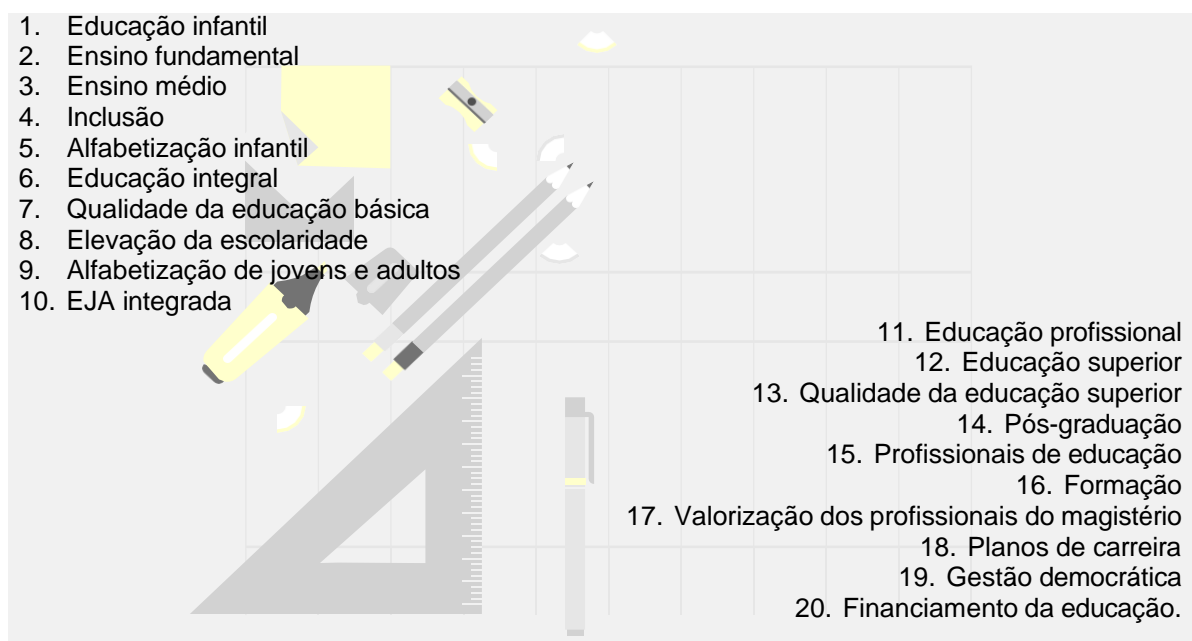
promissor e atuante, o jovem define o que pretende como carreira profissional. E ele, está preparado para este momento?

A busca por essa e outras respostas passa por questões que envolvem não somente o discente, mas também a família, a escola e a própria universidade. Neste contexto, a instituição de Ensino Superior deve olhar para seu público com o intuito de entender suas demandas. Paz e Lima (2022) apontam que é primordial para a Universidade pensar sobre seu currículo de modo a respeitar os aspectos sociais e acolher esses acadêmicos para além da sala de aula, oportunizando vivências universitárias que ultrapassem o ensino. Portanto, investigar este fenômeno social pode oferecer às instituições meios para escolhas mais conscientes que reduzam a necessidade de desistências, mudanças de cursos e outras dificuldades que a gestão universitária enfrenta.

Destaca-se que o momento da escolha do curso superior passa por uma série de fatores, muitas vezes inerentes ao jovem e distantes de questões técnicas do sistema de ensino. Ele interioriza e ajusta, mesmo que inconscientemente, as estruturas sociais, levando em consideração sua história de vida, origens e anseios. Segundo Resende (2022), estas escolhas são feitas estruturadas numa espiral de oportunidades e aspirações que passam pelo campo da subjetividade, uma vez que tal seleção tem forte ligação com a origem social dos discentes.

Em relação ao Ensino Superior Brasileiro, em 2014 foi instituído o Plano Nacional de Educação para o decênio 2014/2024 pela Lei nº 13.005/2014, sendo definidas 10 diretrizes para guiar a educação brasileira (Eliminação do analfabetismo, garantia de acesso universal à educação, redução das disparidades educacionais, elevação da qualidade do ensino, preparação para o mercado de trabalho, incentivo à sustentabilidade socioambiental, estímulo ao progresso humanístico, científico e tecnológico no país, avanço do conhecimento em áreas humanísticas, científicas e tecnológicas, definição de metas para a destinação de recursos públicos à educação em relação ao PIB, valorização dos profissionais da área educacional e adoção de mecanismos que promovam a equidade, o respeito à diversidade, a gestão democrática e a laicidade na escola pública), além do estabelecimentos de 20 metas a serem cumpridas na vigência. São elas:

Figura 1 – 20 metas do PNE.



Fonte: Elaborado pela autora, com dados obtidos em www.pne.mec.gov.br (2024).

No artigo 44 da LDB (Brasil, 1996), aponta-se a educação superior com a oferta de quatro possibilidades de formação: cursos sequenciais por campo de saber, de graduação, de pós-graduação e de extensão. O discente que conclui o Ensino Médio tem acesso aos cursos de graduação, se classificando para tal possibilidade por meio de processo seletivo (Brasil, 1996).

O estudante que conclui o Ensino Médio tende a fazer escolhas profissionais ligadas aos cursos mais tradicionais de graduação oferecidos no âmbito da educação superior (Sparta, Gomes, 2005). A preferência por cursos tradicionais de graduação por parte de estudantes concluintes do Ensino Médio no Brasil está profundamente conectada ao desenvolvimento histórico da educação no país, uma vez que a configuração do Ensino Médio foi influenciada por políticas educacionais que enfatizaram sua função de formação integral, articulando a preparação para o trabalho, o exercício da cidadania e a formação continuada. Entretanto, essa diretriz muitas vezes foi interpretada como um direcionamento preferencial ao ingresso no ensino superior, particularmente em carreiras consideradas socialmente mais prestigiadas, como Direito, Medicina e Engenharia (Sparta, Gomes, 2005).

O histórico do Ensino Médio no Brasil revela um modelo que, com o passar do tempo, valorizou majoritariamente a preparação para o vestibular em detrimento de uma formação técnica ou profissionalizante efetiva. Tal orientação está alinhada com o contexto socioeconômico e cultural que atribui maior status às profissões tradicionais, reforçando a busca

por cursos superiores que oferecem uma promessa de ascensão social e estabilidade econômica (Saviani, 2008). Todo esse cenário precisa ser compreendido pelo jovem, que necessita, ainda, avaliar quais opções disponíveis para ingresso em termos de categoria administrativa: instituições públicas ou particulares. Neste ano de 2024 o país conta com 2.595 instituições de Ensino Superior, sendo 88% delas privadas. Apenas 312 instituições de Ensino Superior (IES) são públicas (Inep/MEC 2023).

O último censo educacional apontou que em 2022 foram ofertados 44.951 cursos de graduação pelas 2.595 IES no Brasil (Inep/MEC 2023). Os dados mostraram, ainda, um crescimento na procura efetiva pelo Ensino Superior. Em 2022 4,7 milhões de candidatos ingressaram nas IES, sendo que desse total, 89% se matricularam em instituições privadas. (Inep/MEC 2023). Os números apontam que a procura pela especialização profissional é uma tendência efetiva na sociedade, contudo, nem todos conseguem arcar com os gastos inerentes a uma graduação em IES particulares. Logo, a opção seria pleitear uma vaga numa instituição pública, porém, a concorrência é acirrada e a disputa tende a ser cada vez maior.

É neste cenário que ocorre um fenômeno paradoxal em relação ao Ensino Superior: os estudantes, que cursaram a educação básica em instituições privadas, tendem a ocupar os bancos das universidades públicas, enquanto os que estudaram nas escolas públicas tendem a procurar pelas faculdades particulares. Esse é um indicador das desigualdades estruturais do sistema educacional brasileiro, uma vez que os discentes de escolas privadas têm acesso a melhores recursos educacionais, uma infraestrutura a contento, além de programas e atividades que visam a admissão em universidades públicas, o que lhes dá melhores condições para buscar desempenho elevado nos processos seletivos para o ensino superior. Em contrapartida, alunos de escolas públicas enfrentam desafios como a falta de recursos e de infraestrutura e a sobrecarga de trabalho que desmotiva os professores, fatores que interferem na qualidade da educação ofertada, o que pode prejudicar seu desempenho nos processos seletivos. Estes fatores, bom como os socioculturais que baixam a autoestima, geram um viés de opção por instituições privadas, que geralmente possuem muitas vagas ofertadas e processos seletivos menos rígidos.

Ante o exposto, esta temática foi escolhida como fonte da presente investigação que se direcionará para a elucidação da seguinte questão de pesquisa: Como o estudante do Ensino Médio baliza suas escolhas para o ingresso no Ensino Superior?

Para buscar a clareza da questão de pesquisa, estabeleceu-se o seguinte objetivo principal: identificar possíveis fatores de influência na escolha do estudante da Educação Básica pelo curso superior ofertado por instituições públicas, identificando possíveis expectativas e

motivos que influenciam o aluno do Ensino Médio na escolha do curso superior e da instituição que pretende ingressar.

Como objetivos específicos foram definidos: (i) identificar os motivos para a busca pelo Ensino Superior público e por cursos de áreas específicas; (ii) interpretar as percepções do discente em relação ao ambiente universitário público que guiam as expectativas para o momento em que este viverá, na prática, tal experiência; (iii) analisar os possíveis cenários que estabelecem vínculos de identificação do discente com o curso pretendido; (iv) elaborar teorizações e hipóteses sobre os possíveis fatores de influência (motivos e expectativas) para o ingresso no Ensino Superior e as percepções do discente em relação ao ambiente universitário; (v) elaborar, como produto educacional, uma persona, que será a ponte de comunicação entre os ingressantes e a instituição.

2 METODOLOGIA

Diferentemente da estrutura tradicional de pesquisa científica, em que a metodologia sucede a fundamentação teórica, este estudo adota uma abordagem singular baseada na Teoria Fundamentada em Dados (TFD). Nesta metodologia, o processo de investigação se desenvolve de maneira integrada com a coleta de dados e o aprofundamento teórico-bibliográfico ocorrendo simultaneamente. Esta dinâmica possibilita um rico diálogo entre as descobertas empíricas e a construção teórica substantiva.

O conceito de teoria substantiva foi desenvolvido por Barney Glaser e Anselm Strauss (1967) e se refere ao tipo de teoria que emerge diretamente dos dados empíricos, sendo específico do fenômeno pesquisado e determinado pelo contexto da observação. Diferentemente das teorias formais, que são mais abstratas e generalizáveis, ela é desenvolvida para explicar e compreender o fenômeno particular estudado, sendo fundamentada nos dados coletados e analisados através de métodos da TFD.

Embora a TFD possa causar estranhamento aos não iniciados em sua metodologia, sua relevância reside na capacidade de produzir reflexões teóricas genuinamente ancoradas nas evidências observacionais. Nossa exposição metodológica, portanto, se desenvolve em paralelo com as análises focalizadas¹ e as construções teóricas, estabelecendo pontes entre as vivências práticas, as reflexões sobre a formação docente e o diálogo com a literatura especializada. No que tange ao aspecto formal, esta investigação se caracteriza como quantiquantitativa (Martins, 2022; Flick, 2009).

Charmaz (2009) afirma que “Uma jornada pela Teoria Fundamentada pode seguir por caminhos diversos e variados, dependendo de onde queremos chegar e de onde a nossa análise nos leva”. (Charmaz, 2009, p. 26). O delineamento desta pesquisa pode ser compreendido pelo esquema da Figura 2:

¹ Na TFD, a análise focalizada (ou codificação focalizada) é a segunda etapa da codificação, na qual os códigos mais relevantes identificados na codificação inicial são selecionados e agrupados em categorias mais abrangentes. Esse processo é mais analítico e abstrato, permitindo que o pesquisador sintetize dados, identifique padrões e estabeleça conexões entre categorias. O objetivo é refinar conceitos e avançar na construção de uma teoria substantiva que permaneça ancorada nos dados empíricos.

Figura 2 - Diagrama do percurso metodológico da pesquisa.



Fonte: Elaborado pela autora (2023).

A coleta de dados ocorreu em ambiente virtual, especificamente por meio do portal de um processo seletivo de uma universidade pública sul-mineira, tendo como sujeitos de pesquisa os usuários que espontaneamente participaram do levantamento proposto. Foi utilizado um formulário online cujo acesso ficou disponível na página de inscrição do Processo Seletivo da instituição pesquisada e cujas questões estão no Apêndice A deste trabalho. O convite para a participação foi apresentado por meio de um vídeo, elaborado com imagens joviais e linguagem intimista, no intuito de motivar o potencial candidato ao ingresso a responder, de forma espontânea, ao questionário. A Figura 3 apresenta a *home page* preparada para o convite à participação.

Figura 3 - Imagem do convite para participação na pesquisa inserido na *Home Page* 6 de inscrição para o processo seletivo.



Fonte: Site oficial do processo seletivo seriado (2023).

Foram 11 questões que mesclavam múltipla escolha e indagações de caráter discursivo. Nesta etapa é possível ter o vislumbre dos pensamentos dos estudantes, visto que não seria possível entrevistar presencialmente ou por webconferência os participantes. Por meio das respostas às questões abertas, foi permitido alcançar elementos correspondentes às percepções que seriam obtidas pela entrevista. Charmaz (2009) considera que os dados obtidos em entrevista (a qual o sujeito pode se expressar livremente) permitem um exame mais detalhado de pontos específicos das experiências vividas pelos participantes, representando um método muito útil para a investigação interpretativa.

3 CODIFICAÇÃO INICIAL E ANÁLISE FOCALIZADA

O processo de codificação inicial foi realizado de forma concomitante, desde a primeira semana da coleta de dados. Com a evolução da captação de informação, realizava-se a verificação quantitativa e qualitativa tendo, como código inicial, o sujeito. A natureza dos dados permitiu uma análise inicial quantitativa com resumo na forma de gráficos. A coleta se deu entre os dias 22 de agosto de 2023 até 04 de outubro de 2023.

Do total de 8.018 candidatos inscritos no processo seletivo (e que, por conseguinte, tiveram acesso ao convite), 1.315 pessoas responderam de forma espontânea ao formulário, o que corresponde a 13,06% do montante total de respondentes. A amostra em relação à quantidade de inscritos é mostrada na Tabela 1.

Tabela 1 - Amostra em relação à população de estudo.

PROCESSO SELETIVO	INSCRITOS TOTAIS	RESPONDENTES AMOSTRA	AMOSTRA EM RELAÇÃO À POPULAÇÃO
Etapa 1 – 2023	5207	809	15,54%
Etapa 2 – 2023	2811	238	8.47%

Fonte: Elaborado pela autora. ² (2024)

Desde o início da oferta de preenchimento do questionário, não houve mudança na forma de convite para a participação espontânea dos postulantes. A maior procura se deu na reta final das inscrições (03-10-2023), em que 104 candidatos preencheram o formulário. O dia de menor acesso se deu em 16-09-2023, data em que 7 candidatos acessaram e responderam ao questionário, conforme Figura 4. Os dados confirmam a percepção empírica de que muitos jovens protelam a decisão de se inscrever e deixam para o último dia.

² Dados referentes aos respondentes que preencheram para qual etapa se inscreveram. A diferença (267 inscritos) refere-se aos dados dos candidatos que informaram que ainda não iriam participar de nenhuma das etapas.

Figura 4 – Evolução do preenchimento do formulário.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Quanto à rede de ensino de origem, do total de respostas (1314), 551 estudam na rede particular (o que corresponde a 41,93%); 736 são oriundos da escola pública, número equivalente a 56,01% da amostragem. 27 candidatos declararam ter realizado seus estudos, parte na rede pública, parte no seguimento particular, totalizando 2,05% do total. Tal informação qualificou os dados para codificação focalizada por natureza da instituição de origem, resultando em análises comparativas entre as 2 categorias administrativas da educação básica.

Em relação à faixa etária dos candidatos, foram obtidos dados segundo 5 agrupamentos: 15 a 18 anos, 19 a 22 anos, 23 a 26 anos, 27 a 30 anos e mais de 30 anos. A coleta apontou ampla maioria na primeira faixa (98% dos respondentes). Por consequência, a categorização focalizada na idade não produziria análises comparativas relevantes. Por outro lado, esta informação pode complementar as análises sobre a escolha dos cursos. Em suma, observar comparativamente a partir de faixa etária, isoladamente, não geraria proposições significativas para a amostragem³.

A localização dos candidatos também foi analisada. Do total de respondentes, 1.151 são de Minas Gerais, o que corresponde a 87,60% dos participantes. São Paulo aparece em segundo, com 90 candidatos (6,85% do total), seguido do Estado do Rio de Janeiro, que foi assinalado 27 vezes, somando 2,05% do total. Fora da região Sudeste, o Estado com maior número de candidatos foi Goiás, com 13 inscritos, totalizando 0,99%. Esta concentração geográfica é relevante e se constitui um dado a ser considerado pelas instituições de ensino superior. Ao

³ A amostragem na Grounded Theory é um processo iterativo e teórico conhecido como "amostragem teórica", que envolve a seleção de participantes ou dados com base na relevância para o desenvolvimento da teoria emergente, e não com base em critérios estatísticos ou probabilísticos.

contrário do SISU⁴, que permite grande dispersão geográfica devido à dispensa da presença do candidato para fazer as provas em local próximo à universidade, o Processo Seletivo utilizado como base para a coleta de dados requer que as provas sejam realizadas em Campi da universidade. Portanto, a localização geográfica se constituiu como evidência complementar para constituição de categorias focalizadas.

O questionário listou todas as opções de bacharelados e licenciaturas ofertadas pela Instituição cujo processo seletivo hospedou a coleta de dados, e pediu aos candidatos que marcassem qual sua pretensão profissional. Medicina foi o curso mais assinalado, com 33,2% de respostas (o que corresponde a 436 interessados, sendo 42,4% oriundos de escola pública – 184 inscritos- 55,7% da rede privada, o que equivale a 244 candidatos, e 1,8% que cursaram o Ensino Médio, parte em rede pública e parte em rede privada, resultando em 8 candidatos.). Direito apareceu como o segundo mais procurado, com 130 candidatos (9,9%). Desse total, 82 são de escola pública, o equivalente a 63,1%; 46 candidatos são oriundos de instituições de ensino da rede privada, o que corresponde a 34,6%; já 2,3% cursaram o ensino médio, parte em instituições públicas, parte em instituições privadas, o que marca a opção de 2 candidatos. 115 concorrentes apontaram Medicina Veterinária como o curso pretendido, número que equivale a 8,8% de respostas. Desse total, um percentual de 33,9% estudou em escolas da rede privada, um total de 39 discentes. 73 alunos são oriundos de escolas da rede pública, o que equivale a 63,5%. Já os estudantes que cursaram a educação básica, parte em escola pública, parte em escola privada, marcam 2,6% total, o que denota 3 candidatos. Agronomia teve a preferência de 54 postulantes, 4,1% das respostas assinaladas. 50% desse total vieram de escolas da rede privada (27 candidatos); 48,1% das instituições públicas (26 postulantes), enquanto 2 cursaram, parte em escola pública, parte em escola privada (2 candidatos).

Um dado de destaque foi a resposta cujo conteúdo era “Ainda não me decidi pelo curso”. Esta opção foi assinalada por 210 candidatos, sendo 56,7% de estudantes da rede pública (119 candidatos), 41,4% de alunos da rede privada (87 concorrentes), e 1,9% de discentes que cursaram parte em rede pública, parte em particular (4). Do montante total de respondentes, 16% ainda não sabem qual graduação cursar. Tal percentual é mais elevado que a opção já definida para diversos cursos de graduação. Este é um dado relevante que merecerá atenção na etapa de reflexões e discussões dos resultados, e que veremos mais adiante.

⁴ SISU (Sistema de Seleção Unificada) é um sistema de seleção para ingresso em instituições de ensino superior públicas no Brasil, que utiliza as notas do Exame Nacional do Ensino Médio (ENEM) como critério de seleção.

Conforme verificado, há, nos dados coletados, polarizações que indicam pertinência para categorias focais baseadas também na escolha do curso. Portanto, a categoria principal para orientar as análises é o curso superior escolhido (ou a falta de definição para escolha), comparativamente em relação à categoria administrativa da escola de origem. Para complementar, foram analisados também agrupamentos por idade e por local de origem do respondente, esta, devido à concentração de oriundos de fora do Estado de Minas Gerais no curso de Medicina. Tal abordagem ofereceu evidências significativas sobre o fenômeno e indicativos de superação para o problema da indecisão sobre o ingresso no ensino superior.

Também com base na TFD, nos familiarizamos com outros dados coletados por meio da análise estatística descritiva dos itens de múltipla escolha, em seguida buscamos reunir categorias baseadas nas escolhas de tais itens. Charmaz (2009, p. 100) aponta que tal etapa:

Exige uma parada para que possamos questionar de modo analítico os dados que coletamos. Esses questionamentos não apenas favorecem a nossa compreensão da vida estudada, mas contribuem também para a orientação da coleta de dados subsequente voltada para as questões analíticas que definimos.

Com base nesses questionamentos analíticos realizamos triangulações das informações extraídas das questões de múltipla escolha com informações oferecidas pelos participantes nas respostas abertas (dissertativas). Este processo de análise foi interativo, levando a novas rodadas de análise e reagrupamentos até que se refinasse a compreensão dos motivos e expectativas dos jovens sobre o ingresso no ensino superior, foco da elaboração na nossa teoria substantiva. Este processo é apresentado no próximo capítulo.

4 A TEORIA SUBSTANTIVA

Conforme foi detalhado na etapa de codificação da TFD (Capítulo 3), as categorias mais relevantes para uma análise focal dos dados são o tipo de Instituição de Educação básica (Pública ou Privada), e o Curso Superior escolhido pelo participante. O questionário disponibilizou os 37 cursos ofertados no processo seletivo analisado e solicitou aos candidatos que marcassem a opção que pretendiam cursar. Havia, ainda, a possibilidade de assinalar a opção “Ainda não me decidi”, já que o processo seletivo não exige que o candidato defina o curso desde a primeira etapa do processo seletivo (ETAPA 1).

Cabe esclarecer que o processo seletivo que foi base para a coleta de dados é do tipo Seriado. O interessado faz avaliações no primeiro e no segundo anos do Ensino Médio . No terceiro ano utiliza a nota obtida no ENEM como equivalente à terceira etapa do processo. Portanto, a hipótese mais plausível é que um percentual maior de participantes na Etapa 1 ainda não tenha se decidido pelo curso e que na Etapa 2 este percentual seja baixo.

A partir da categorização que permitiu focalizar as análises, foi elaborado um Painel (Dashboard) com o recurso LockerStudio da empresa Google. O painel⁵ permitiu selecionar categorias e analisá-las comparativamente a partir de aspectos característicos da amostragem (faixa etária, etapa, curso pretendido, categoria administrativa, local de origem). A seguir serão apresentadas as informações que são fruto das triangulações elaboradas a partir do contraste entre as categorias que geraram resultados analíticos mais relevantes.

4.1 Análise focalizada no processo de escolha do curso

Os cursos mais assinalados foram, em ordem decrescente de escolha: Medicina, com 436 marcações (o que corresponde a 33,2% dos respondentes); Direito, com 130 candidatos mostrando interesse (9,9% do total); Medicina Veterinária como a opção de curso de 115 estudantes (o que equivale a 8,8% das respostas).

Em contrapartida, os menos marcados pelos postulantes, em ordem decrescente de escolha foram: Engenharia Física com 3 candidatos, o que corresponde a 0,23%; Engenharia Ambiental e Sanitária e Engenharia Elétrica, ocupando 0,15% da preferência (2 candidatos para

⁵ Disponível em <https://lookerstudio.google.com/reporting/4f437cce-0406-4cd5-8445-07c17114e023>

cada curso; Engenharia de Produção e Estatística – Cientista de Dados como opção de 1 candidato (o que demarca 0,08% da fatia total).

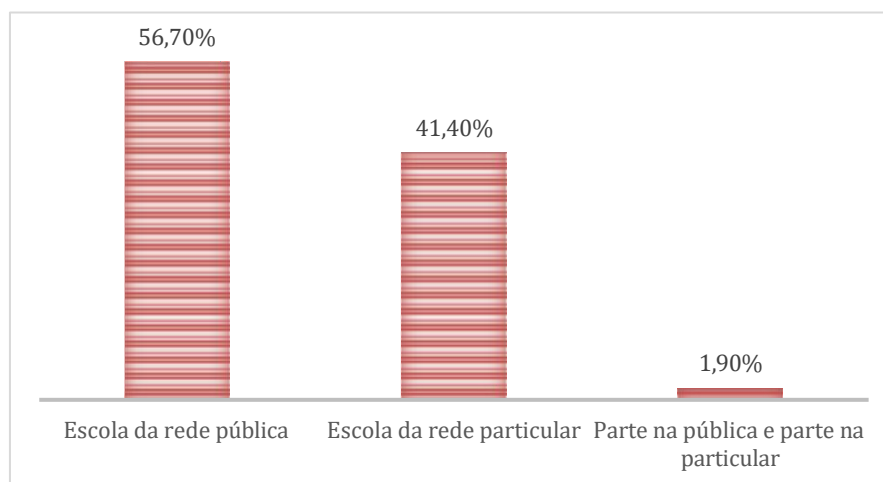
Um outro dado que merece destaque na análise foi a opção “ainda não me decidi”, disponibilizada ao candidato na mesma questão (referente ao curso pretendido). 210 candidatos marcaram essa opção, o que corresponde a 16% dos proponentes. Vale salientar que tal marcação superou 2 dos 3 cursos mais pretendidos, (Direito e Medicina Veterinária). Sabe-se que a indecisão tende a dificultar o engajamento do discente por se tratar de um viés psicológico, uma vez que ele pode se sentir desmotivado a prosseguir por entender que não tem uma posição definitiva, sentindo-se despreparado. (Gomes, 1995). Ainda assim, tal indecisão é vista de forma positiva em diversos estudos, pois pode ser encarada como um processo saudável e normal frente aos questionamentos provenientes da mudança situacional, e que pode favorecer o indivíduo a tomar uma decisão mais consciente no futuro. (Krumboltz, 1992). Os postulantes demonstraram essa indecisão na questão discursiva do questionário que abria um espaço para que eles pudessem se manifestar (essa pergunta não era de caráter obrigatório).

Bom, eu não sei exatamente se Direito é o curso que quero para a minha vida. Não por não ser o que eu quero fazer, mas por medo de não ter um emprego e não conseguir ser o que eu espero de mim daqui uns 10 anos. É isso, tenho medo de escolher um ensino superior e não conseguir me sair bem com ele. (Respondente 70)

Estou pensando o que vou formar, acho interessante bioquímica, mas estou pesquisando melhor. (Respondente 1274)

Do total de candidatos que ainda não se decidiram por nenhuma carreira no ensino superior, mais de 50% estudam na rede pública de ensino, enquanto pouco mais de 40% estão na rede privada, conforme demonstra a Figura 5. A diferença percentual entre oriundos de escolas públicas ou privadas deve ser moderada pela diferença percentual de participantes nas duas categorias, respectivamente 41,93% na rede particular e 56,01% na rede pública (2,05% parte na rede pública, parte no seguimento particular). Portanto, a indecisão atinge igualmente os estudantes das 2 categorias administrativas.

Figura 5 – Percentagem referente aos respondentes que assinalaram a questão “Ainda não me decidi”.



Fonte: Elaborado pela autora.

Esse dado já se mostrou fonte de pesquisa de outros estudiosos, como Nunes (2010), que afirma que a definição por uma profissão é uma necessidade e o estudante de escola pública parte do pressuposto que, ao fazer uma escolha, abandona-se outra, o que gera indecisão, angústia, ansiedade e conflitos, tendo como uma das causas dessa incerteza a falta de informação para fazer uma escolha responsável. Tal constatação demanda que observemos o estado atual de funcionamento do Ensino Médio, pois é durante esta etapa escolar que os interesses pela vida profissional começam a se consolidar.

Apesar de ponderações e posicionamento contrários, a implantação do Novo Ensino Médio se deu em 2022 e desde então, o que se tem visto é que, na prática, não houve tempo hábil para a redução do quadro de insegurança quanto à escolha do curso superior que representa uma carreira profissional a ser seguida. Esta situação, por sua vez, deve gerar efeitos deletérios no ambiente educacional superior, uma vez que, ao não se definir ou escolher erroneamente uma graduação, este estudante, além de se sentir frustrado, tem menos chances de sucesso, potencializando o cenário de abandono ou tentativas de mudanças de curso dentro da universidade.

A situação elucidada é presenciada no ambiente universitário. As instituições de Ensino Superior, sejam elas públicas ou privadas, precisam lidar com o retorno não esperado desta crise da educação básica gerada pela chegada do Novo Ensino Médio, com a discordância entre autoridades e descrença do corpo docente, uma vez que o reflexo é sentido na evasão. Isso

porque muitos desses alunos, ao iniciarem os estudos profissionais, descobrem que não possuem vocação para o curso escolhido, não se prepararam para a realidade a ser encarada, ou ainda, não planejaram com foco esse futuro profissional.

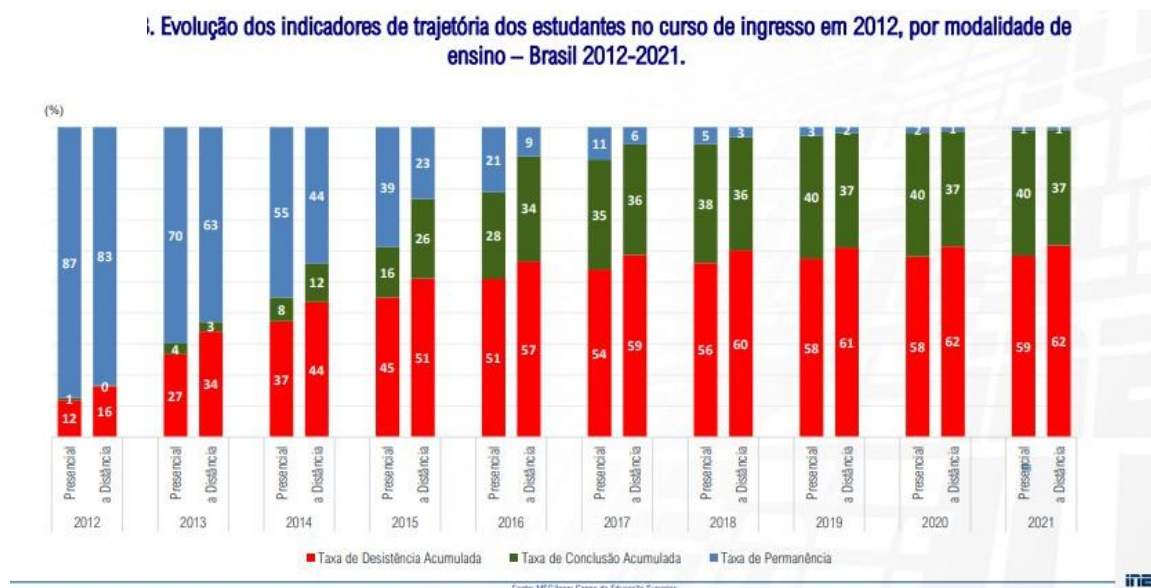
O Ensino Médio é o lócus do público que irá ocupar as vagas oferecidas pelas faculdades. E os gestores que acolherão esses alunos só os conhecerão quando esses ali chegarem, seja pela nota do Enem, pelo vestibular tradicional ou por algum programa de ingresso próprio. Há diversas lacunas a serem preenchidas, como por exemplo, a limitação de infraestrutura e recursos humanos na oferta dos itinerários formativos, a deficiência na formação docente, uma vez que os profissionais não receberam formação amplamente adaptada às novas demandas, o que compromete o sucesso dessa transição. Lobo (2012), reforça essa afirmativa ao dizer que:

Como o Ensino Médio deveria ser cada vez mais o grande e natural ‘abastecedor’ do Ensino Superior, se não houver uma melhoria de resultados dos seus concluintes e/ou um acréscimo importante nas políticas ao estudante em geral, as matrículas das IES públicas e/ou privadas tendem a diminuir ainda mais em seu global, uma vez que apenas parte dos egressos do Ensino Médio vão para as faculdades e universidades.[...] O que acabou ocorrendo, na verdade, foi que os alunos se distribuíram cada vez mais entre um número maior de instituições, e dentro delas, entre mais cursos, diminuindo o total médio de alunos por curso. (Lobo, 2012, p. 8)

A quantidade de opções, tanto de ingresso, quanto de instituições de Ensino Superior, públicas ou privadas, pulverizou a atenção dos futuros ingressantes. Esses, por sua vez, dispersaram seu foco em questões antes não prioritárias, como facilidade de entrada, formas de estudo (presencial, a distância e modelo híbrido), valores atrativos de mensalidade, secundarizando o que deveria ser o primordial: a escolha da profissão a ser definida.

Um dos impactos dessa enormidade de opções reflete-se, em hipótese, na desistência do curso pretendido, ou ainda, na tentativa de mudança de graduação quando já é oficialmente um estudante universitário. O cenário descrito encontra respaldo nos dados oficiais que apontam que, em 2022, a quantidade de universitários que concluíram seus estudos na graduação presencial apresentou queda de 4,6% em relação a 2021. A diminuição também afetou a modalidade a distância, que teve uma redução de 0,3% no mesmo período (Inep/MEC 2023). Os números apontam, ainda, uma queda no número de ingressantes, conforme figura 6:

Figura 6 – Evolução dos indicadores dos estudantes no curso de ingresso em 2012, por modalidade de ensino – Brasil 2012 – 2021



Fonte: Inep/MEC (2023).

Esse cenário de abandono dos estudos não é favorável, pois traz consigo um outro ponto dificultador para as Instituições de Ensino Superior: as vagas ociosas. Há um contingente de problemas incluídos neste cenário, que vai desde o impacto no trabalho docente, até o aporte financeiro, já que houve investimentos governamentais - advindos do pagamento de impostos pelo cidadão - para que a vaga estivesse disponível e pudesse ser ofertada. Gonzaga e Lipp (2014) reforçam tal premissa quando apontam que, por tentar fazer a escolha – dita – correta, refuta-se a ideia de que, no decorrer da vida profissional, outros momentos que exigirão uma postura decisiva se farão presentes, fazendo com que outros rumos, até então inimaginados, deverão ser tomados. Ainda segundo os autores, “[...] na área profissional o grau de dificuldade aumenta pelo fato de existirem inúmeras áreas que podem ser escolhidas e consideradas pelo jovem dentro da mesma profissão”. (Gonzaga e Lipp, 2014)

Durham (2010) reforçou ainda mais este fato ao afirmar que “obviamente repercute no Ensino Superior. Podemos inferir que os alunos de 16 até 20 anos não têm condições de enfrentar o Ensino Superior com sucesso e estarão excluídos desse nível de ensino”. (Durham, 2010, p. 166). Isso quer dizer que todo o esforço realizado em conjunto entre escola, Ensino Superior e Governo não foi o suficiente, haja vista que tal fenômeno, o da evasão, traz múltiplos impactos. Não é só a universidade quem deixa de cumprir com sua missão institucional, mas o próprio aluno, que precisa lidar com o sentimento de frustração e fracasso, a família, que perde

o investimento financeiro relativo à moradia, alimentação e outros gastos, e a sociedade, por não poder contar com a mão de obra qualificada que esse cidadão alcançaria ao final de sua graduação.

Este cenário de abandono dos cursos torna-se um desafio para os gestores, uma vez que eles precisam adaptar-se à concorrência encontrada no meio acadêmico, buscando alternativas para que a instituição esteja sempre e com uma visibilidade favorável. Esse quadro pode ser sustentado com o apoio do Marketing, que desenvolve estratégias específicas para esse público-alvo. De acordo com Hemsley-Brown e Oplatka (2015), o marketing no meio acadêmico superior não deve ser entendido somente como um instrumento de comunicação, mas como uma forma de estratégia para alinhar os objetivos institucionais às expectativas e necessidades dos diferentes públicos.

Hipotetiza-se que um dos problemas se relacione com a educação básica, contudo, enquanto ele não é resolvido, ações institucionais de melhoria da comunicação e apoio aos estudantes do ensino médio podem ser realizadas para tentar dirimir tal quadro de precariedade.

A idade também demonstra como a fase de escolhas é um fator inquietante para o discente. Ainda analisando o perfil dos proponentes que assinalaram a opção “ainda não me decidi”, a maioria tem entre 15 e 18 anos (98%).

O percentual confirma que a indecisão é característica no grupo de 15 a 18 anos. Esta é uma evidência confirmatória relevante, mas esperada, visto que a faixa etária predominante dos respondentes é esta. A relevância da evidência está na confirmação de que os jovens entre 15 e 18 anos, em sua maioria, não estão em processo de reflexão sobre seu futuro próximo, e isto é preocupante.

Essa indecisão na escolha profissional interfere no estilo de vida do jovem, que tenta atender à demanda de satisfação, tanto laboral quanto pessoal. Barreto e Aiello-Vaisberg (2007) descrevem essa etapa como a “dramática do viver adolescente”. Segundo os autores, se a escolha profissional é uma conduta humana, pode ser aplicada também às decisões de forma geral. Essa escolha muitas vezes pode ser feita sem analisar questões futuras. Nunes (2010) ressalta que tais assertivas são feitas em momentos específicos, sem levar em consideração as influências sofridas. As atuações sobre a escolha profissional estão inseridas em um contexto mais amplo e determinante perpassando a seara social, política e econômica, o que impacta nessa escolha, principalmente para aqueles que pertencem às classes subalternas. Para Barreto e Aiello-Vaisberg (2007, p. 109):

Há que se considerar que, sendo influenciada por fatores pessoais e sociais, trata-se de uma manifestação vincular, o que a torna essencialmente ligada às condições concretas da existência destes adolescentes. Prioriza a concretude da experiência como base da pesquisa psicanalítica, a dramática humana é forjada na relação com o outro.

Vale ressaltar, ainda, que a porcentagem dos discentes na faixa etária de 19 a 22 anos e acima de 30 anos cai drasticamente em relação à indecisão de qual graduação cursar. Apesar do total reduzido de respondentes nesta faixa etária, esta evidência é confirmatória de que o amadurecimento cognitivo advindo da saída da adolescência permite que o jovem comece a fazer escolhas mais amadurecidas. Obara, *et al* (2018) apontam que o indivíduo tem a necessidade de construir a sua identidade, ou seja, cada um tem objetivos e interesses diversos, e estes se modificam ao longo dos tempos, o que torna a decisão mais consistente e resoluta.

O depoimento dos candidatos mostram essa questão com clareza:

Cresci na roça e não tive muitas oportunidades de estudar pois tinha que trabalhar, me mudei para lavras a oito anos e em 2019 consegui concluir o ensino médio através do ENCCEJA e então este ano que peguei meu tão sonhado diploma e com ele veio uma vontade de estudar mais e consegui realizar meu sonho ser um engenheiro agrônomo, assim dei início em um curso a distância, mais sei que posso ser um melhor profissional estudando em uma das melhores universidades da América Latina e então aqui estou em busca da tão sonhada bolsa de estudo. (Respondente 315)

Eu quero muito realizar o meu sonho de ser médico. Estou muito feliz por continuar tentando aos 37 anos e, se Deus quiser, eu vou chegar lá. Conto com a [universidade] para poder realizar esse meu projeto de vida. (Respondente 46)

Apesar da universidade em questão ser pública, o fator financeiro é um motivador apontado pelos candidatos da rede estatal para desistência, assim como o trabalho. A questão pode ser elucidada com a própria visão dos proponentes, que tinham a opção de deixar, de forma espontânea suas expectativas em relação ao futuro:

Espero conseguir me manter na universidade mesmo com a renda somente do meu pai e ter um apoio psicológico mental para poder estudar com saúde física e mental. (Respondente 873)

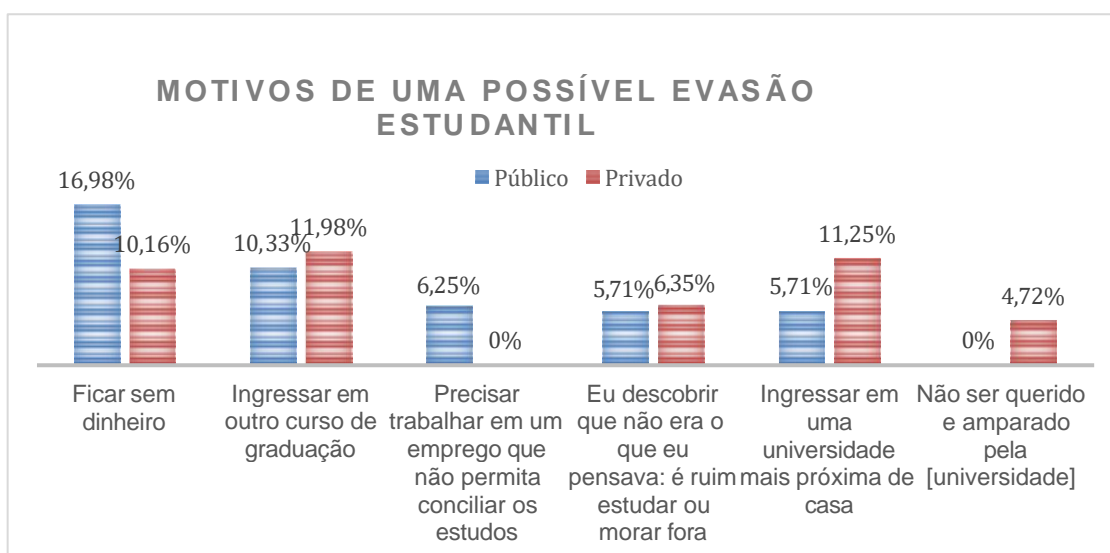
Eu como estudante de escola pública, gostaria muito de ser bolsista. Pois não tenho uma casa própria, e tenho medo de ser um sonho não realizado, por condições financeiras. Sonho muito com a Medicina, e ouvi dizer que vocês são muito generosos, e que já saíram vários médicos da instituição. Espero que olhem para mim com esse mesmo olhar de generosidade. Muito obrigado. (Respondente 1202)

Espero conseguir me ingressar de alguma forma, não tenho condições financeiras para cursar uma privada e também não consegui me dedicar logo que me formei, precisei trabalhar, meus pais não tinham condições. Agora, espero conseguir... (Respondente 64)

Esse mesmo indicador, quando assinalado pelos discentes da rede privada, foca na possibilidade de mudança de graduação, caso a primeira opção não seja o que o estudante esperava. Ficar sem dinheiro não é o maior foco de evasão para este grupo, o que evidencia a disparidade socioeconômica, como já pesquisado por Sampaio e Guimarães (2009). Os autores relatam que a baixa renda e pouca escolarização dos pais exercem influência direta nesse processo, uma vez que a vida laboral sobressai por conta da ajuda financeira dada à família.

A Figura 7 apresenta um comparativo mais visível no que tange as principais escolhas em relação aos proponentes das instituições de origem pública e privada. Fica claro que a questão financeira não é um fator tão preponderante para o estudante oriundo das instituições privadas, enquanto a questão de aceitabilidade (ser querido e amparado) não é uma vertente de desistência para o aluno de rede pública.

Figura 7 - Gráfico comparativo entre discentes de escolas públicas e privadas em relação a uma possível evasão estudantil.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Os dados demonstram que o processo de escolha de um curso de graduação representa um momento crítico, tanto para os estudantes quanto para as Instituições de Ensino Superior. Do ponto de vista discente, esta é uma escolha que traz consequências de naturezas variadas no campo acadêmico, profissional e social. Obara, *et al* (2018) assinalam que é um período

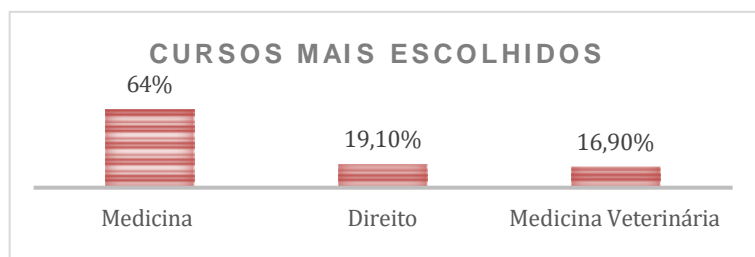
importante, pois em uma sociedade capitalista, o homem tende a ser valorizado socialmente pela atividade em que trabalha e esse fato, por sua vez, traz medo e incertezas, muitas vezes atrelada à desistência pela busca de uma qualificação laboral.

4.2 Análise focalizada nas diferenças entre cursos

4.2.1 Os cursos mais escolhidos

Os cursos com mais interesse pelos postulantes (Medicina, Direito e Medicina Veterinária) tem Medicina como o mais procurado, conforme demonstra a figura 8.

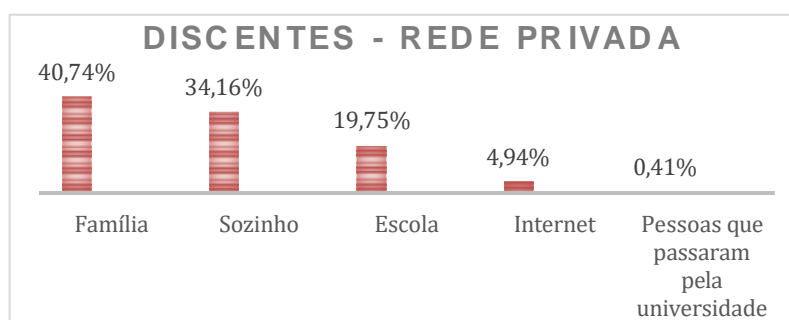
Figura 8 - Cursos mais assinalados pelos proponentes



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Em relação ao curso de Medicina, o mais assinalado entre todas as opções de graduação, a procura é maior por estudantes oriundos das escolas da rede privada e com idade entre 15 e 18 anos (95%). Ainda quando se analisa o perfil do estudante de escola da rede privada que optou pela Medicina, a influência da família é um fator relevante, conforme apresenta o gráfico da figura 9.

Figura 9 - Tipo de influência sobre a escolha do estudante de escola privada que optou por Medicina.

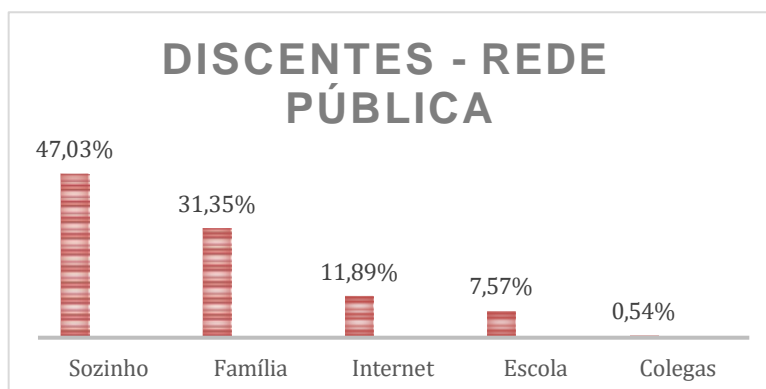


Fonte: Elaborado pela autora (2024).

A informação da figura 9 oferece evidência de que a influência do meio familiar tem bastante impacto na decisão do candidato ao curso de Medicina. Esta observação empírica encontra respaldo em Filomeno (1997,p. 48), para quem “a família é a base do ser humano. A criança, desde que nasce, é lançada em um meio familiar, no qual se identifica, se estrutura, se constitui e se constrói como indivíduo”. Sabe-se que diversos fatores influenciam na escolha de uma profissão, desde características individuais, até convicções políticas e religiosas, valores e crenças, além da situação político-econômica do país. Logo, a família atua como um dos principais pilares de influência no momento da escolha e na decisão do jovem.

Nesta questão, existe um contraste muito relevante quando se observa o conjunto de respostas dos oriundos da rede pública. A família deixa de ser o principal influenciador, demonstrando que a decisão por essa carreira foi individual, conforme comparativo da figura 10.

Figura 10 - Tipo de influência sobre a escolha do estudante de escola pública que optou por Medicina.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

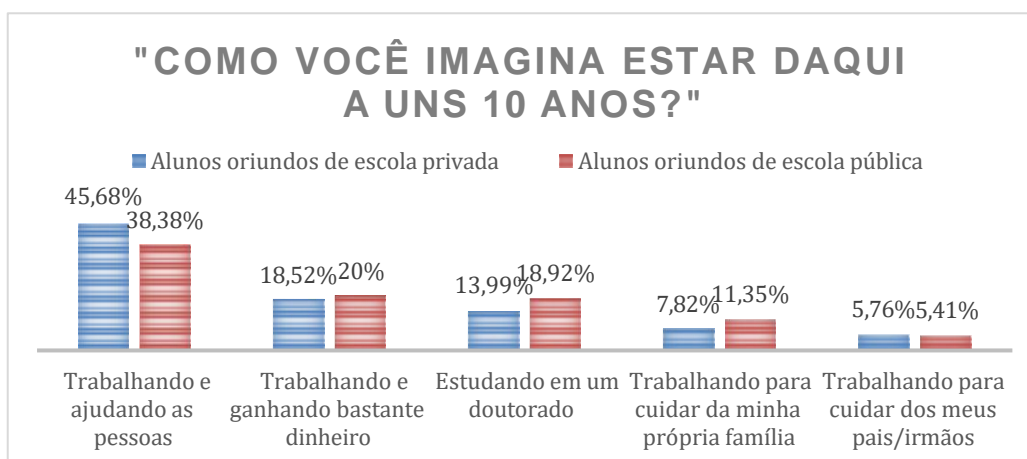
O curso de medicina sempre teve o viés assistencialista⁶, contudo, a propagação do ideal capitalista fez com que a profissão passasse a ser associada a questões econômicas. Albuquerque e Giffin (2008) apontam que a mercantilização da educação é um dos marcos mais cruéis da história atual, porque ela supervaloriza o econômico em detrimento do humano, o que impacta sobremaneira o campo profissional do médico, que deixa de focar no conceito

⁶ A medicina tem, como princípio, o Juramento de Hipócrates, usado para reafirmar o compromisso ético da profissão. Sua importância se dá porque reforça a responsabilidade do profissional com a medicina e a sociedade, destacando a importância de priorizar a saúde e o bem-estar dos pacientes. Fonte: www.crmmg.org.br

principal, o do bem-estar, em detrimento do acúmulo de bens. Ainda assim, os ideais, para os alunos de escolas privadas e públicas, ainda se associam à ajuda ao próximo. O depoimento deste respondente e o resultado apresentado na figura 11 são um exemplo desta visão de futuro:

Bom, sempre foi o meu sonho em ser medica, não por dinheiro, não por status, mas sim para ajudar as pessoas. Cuidar da saúde é algo muito importante e quero cuidar da saúde da população. Infelizmente, minha mãe não teve experiência boas com médicos, quero além disso, querer me empenhar nessa área da saúde, deixar as pessoas felizes, auxiliar a um medicamento que possa ser muito bom para a saúde delas/melhora, acredito sim que serei uma profissional que não fará pelo dinheiro, ou status, mas sim porque amo minha profissão, e não serei o tipo de médico que minha mãe teve, não serei negligente igual o médico que minha mãe teve... isso não é amor a profissão, e mostrar pras pessoas que essa percepção que elas tem sobre essa profissão está totalmente errada. (Respondente 458)

Figura 11 - Prospecção de atuação profissional na carreira de medicina.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Apesar das vagas ofertadas pelas instituições estarem disponíveis indiscriminadamente a todos - direito garantido pela Constituição Federal – sabe-se que na prática a situação tem significativas nuances divergentes. Enquanto os estudantes que cursam a educação básica em instituições privadas têm acesso a recursos como materiais, aulas direcionadas e orientação vocacional, os discentes oriundos das escolas públicas enfrentam limitações relacionadas à qualidade do ensino, infraestrutura deficiente, falta de acesso a materiais didáticos e apoio pedagógico. Este cenário impacta sobremaneira no acesso às cadeiras acadêmicas da área, uma vez que a preparação é fator essencial para a entrada nas universidades, e sendo a Medicina um dos cursos mais concorridos, faz-se necessário reforçar as políticas públicas para promoverem

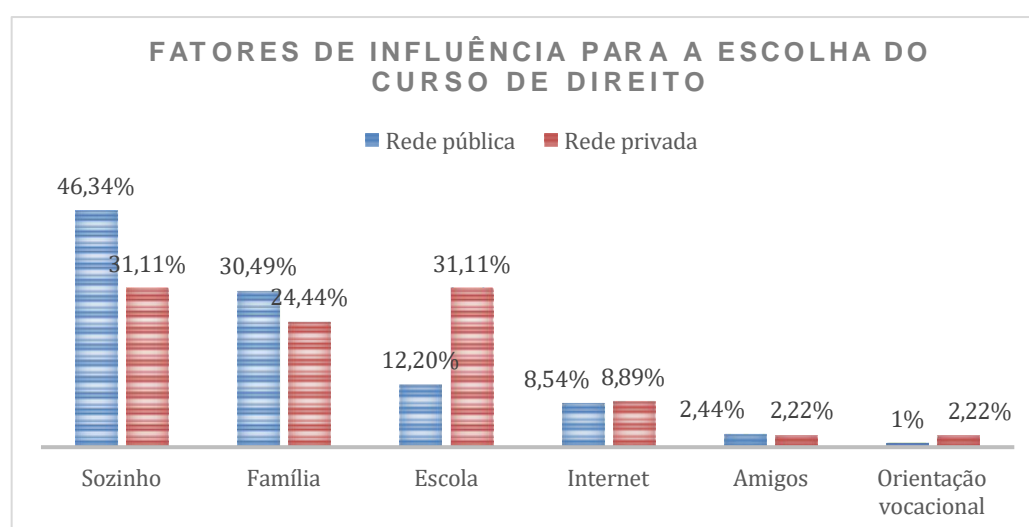
a equidade no acesso à educação superior, permitindo que o ideal de ajudar o próximo, independente da origem socioeconômica, possa ser amplamente concretizado.

A disparidade no acesso ao ensino superior entre alunos de escolas públicas e privadas reflete as desigualdades educacionais presentes no Brasil. Embora políticas recentes tenham buscado democratizar esse acesso, estudantes de escolas privadas ainda possuem vantagens significativas. Assis e Gerken (2011) destacam que o acesso ao ensino superior está intrinsecamente ligado à inserção dos jovens que concluem o ensino básico, com oportunidades futuras frequentemente limitadas pela posição social dos indivíduos.

Ao analisar o curso de Direito, o segundo mais assinalado pelos estudantes, os dados mostram que ele aparece como uma opção destacada entre os discentes da rede pública, com 63,1% das preferências (frente a 34,6% dos discentes de escola privada), tendo, a sua maioria, optado por tal graduação de maneira autônoma. Essa opção foi tema de estudo de autores como Faria e Moreira (2011), que destacam que as diferenças nas representações sociais dos estudantes de escola particular e pública quando pensam a universidade são evidenciadas nos elementos mais ligados ao contexto social em que estão inseridos. Além disso, o curso de Direito passa a ser percebido como uma área que oferece mobilidade social e possibilidade de ascensão econômica, características altamente valorizadas por estudantes que enfrentam desafios socioeconômicos.

Quando se analisa o mesmo curso, destacando os estudantes de escolas da rede privada, nota-se que a escola e a orientação vocacional exercem maior influência, conforme figura 12.

Figura 12 - Fatores de influência para a escolha do curso de direito



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

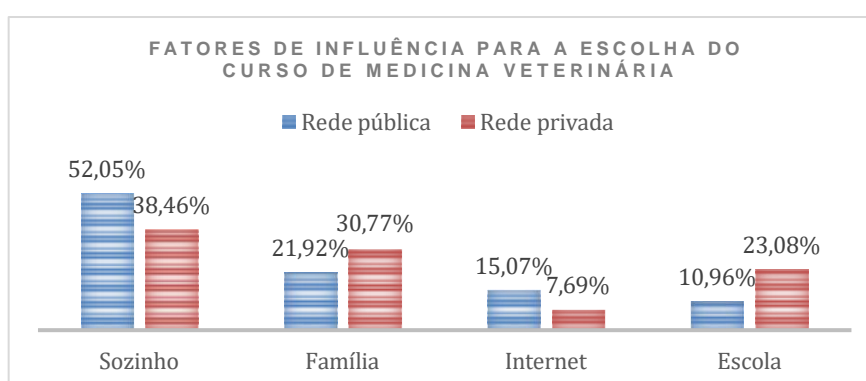
A baixa concentração de respostas sobre a Orientação Vocacional mostrou a ausência de processos que orientem o estudante para que ele identifique suas predileções e aptidões. Esta evidência complementa a incidência de percentuais elevados de indecisão já discutidos pode ser motivo para as elevadas concentrações de escolha em apenas 3 cursos de um rol que supera as 3 dezenas.

Esta falta de orientação foi apontada por Pantoja *et al* (2021), que ressaltam que a escolha de uma profissão não é tarefa fácil, haja vista que os discentes sem esse direcionamento tendem a escolher suas futuras atividades laborais sem ter o mínimo de conhecimento sobre as funções que irão desempenhar. Muitos desses estudantes, ao adentrarem no ambiente universitário, tendem a desistir ou mudar de profissão. O dado ainda revela que a orientação profissional não é um hábito no ambiente estudantil público. Para Ribeiro (2013, p. 148),

A falta de informação profissional e de fontes de pesquisas relativas à sua realidade socioprofissional leva o jovem a não ter acesso às possibilidades que ele possui em termos de projeto profissional, e o orientador profissional acaba por não se constituir como agente de auxílio, pois ele não existe nos espaços em que o jovem de escola pública poderia utilizar seus serviços, e sua imagem de facilitador da escolha de cursos superiores afasta aqueles que não têm esse objetivo.

Medicina Veterinária aparece em terceiro lugar no ranking de cursos mais escolhidos pelos alunos. A preferência dos estudantes de escolas públicas foi novamente superior ao das instituições privadas (63,5% contra 33,9%). Em ambos os casos a escolha se deu de forma independente, conforme demonstra a figura 13, tendo, sua maioria, optado por esta graduação de forma independente.

Figura 13 - Fatores de influência para a escolha do curso de Medicina Veterinária.



Fonte: Elaborado pela autora (2024).

Um dado que aponta diferença é na influência da escola na escolha do discente. A rede privada teve participação mais efetiva nesse pleito, em detrimento da internet para os estudantes de escolas públicas, que utilizaram mais desse meio para optar por tal graduação. Sassi e Islam (2020) postulam que o uso da tecnologia faz parte da rotina dos adolescentes e sua forma de comunicação faz com que ela se adapte com facilidade às mudanças, o que facilita o aproveitamento de oportunidades. Em contrapartida, Cazatti (2022) ressalta a importância da escola nesse momento de escolha, uma vez que é através da educação básica que o jovem irá conquistar habilidades e atitudes essenciais para atuar de maneira efetiva dentro da sociedade, tendo uma participação na vida social e produtiva.

4.2.2 Os cursos menos escolhidos

Dos 1315 candidatos que responderam espontaneamente ao questionário, somente 3 mostraram interesse em cursar Engenharia Física. Desse total, 2 são oriundos de escola pública (66% do total de interessados), tendo a influência da escola e da internet na escolha. O candidato que assinalou a opção da escola privada (33,3% do montante) relatou que sua escolha foi feita de forma autônoma. Todos os candidatos têm entre 15 e 18 anos.

Os cursos de Engenharia Ambiental e Sanitária e Engenharia Elétrica foram a opção de somente 2 candidatos para cada. Em relação à Engenharia Ambiental e Sanitária, 1 candidato é oriundo de escola pública, enquanto o outro é de instituição particular, ambos têm entre 15 e 18 anos e tiveram como influência a internet e a escola. Engenharia Elétrica foi a opção de 2 candidatos da escola pública, na faixa etária entre 15 e 18 anos e se inspiraram na internet para tomar tal decisão. A evasão nos cursos de Engenharia é um problema significativo, haja vista que tem implicações diretas no desenvolvimento econômico e tecnológico do país. Há uma diminuição de profissionais⁷ já sentida por empresas. Um possível fator para a diminuição da procura se dá pelo fato de a Engenharia estar intimamente ligada à economia: quando ocorre uma desaceleração da expansão econômica, o mercado evolui com mais lentidão, o que impacta na escolha profissional dos jovens, já que os proventos tendem a diminuir.

Outro fator a se destacar é que os cursos apontados como os menos populares entre os candidatos compõem a área das ciências exatas. A baixa procura pelos cursos citados foi objeto

⁷ A Confederação Nacional da Indústria (CNI) aponta para um déficit de aproximadamente 75 mil engenheiros no mercado de trabalho brasileiro, evidenciando a carência de profissionais qualificados na área. (Fonte: <https://cni.portaldaindustria.com.br/pt/>)

de estudo de Sá e Santos (2011), que apontaram que um dos fatores determinantes para a pouca adesão às graduações nesta seara é o senso comum que o curso é difícil, estigma alimentado pelos professores de Educação Básica que adotam a máxima de que os discentes só respeitam os profissionais que lecionam conteúdos complexos, caracterizando as disciplinas que compõem o campo das ciências exatas.

As significativas diferenças observadas nestas análises comparativas suscitam apoio teórico fundamentado que ofereça subsídios conceituais que elucidem resultados tão distintos, seja na comparação pela categoria administrativa ou por escolha de curso. Com base em tal necessidade, foi reunida breve base conceitual sobre a escolha profissional e sua interação com a escolha do curso superior.

4.2.3 Escolha profissional e Escolha do Curso Superior

A definição do futuro profissional passa por uma série de questões que vão, desde a vivência cotidiana, a aptidões e vocações. Quando o momento de oficializar tal escolha chega, o estudante inicia uma etapa cercada de indagações e insegurança. Qual caminho seguir? Que carreira escolher? Terruggi, Cardoso e Camargo (2019) apontam que:

É na adolescência que o jovem se depara com a necessidade de fazer muitas escolhas relativas ao seu futuro. Quanto a questões ocupacionais, tal identidade tende a se desenvolver vinculada à identidade pessoal, a partir das percepções que o indivíduo desenvolve sobre os papéis profissionais com os quais teve contato ao longo da vida. Só se pode pensar na escolha de uma profissão se for compreendido que o indivíduo constrói sua identidade e escolhas a partir do que ele internaliza da sua relação com o meio. (Terruggi, Cardoso e Camargo, 2019, p. 16)

Quando se precisa tomar uma decisão que definirá o futuro, é esperado que o indivíduo tenha dúvidas, afinal, é hora de avaliar quais as habilidades a disponibilidade de ter que exercer a função pretendida ao longo da vida adulta. Nesta etapa a família tem um peso considerado grande por muitos estudiosos, uma vez que é neste ambiente que, desde a infância, a pessoa convive e constrói a base que irá sustentar diversas áreas da vida em sociedade, incluindo a carreira profissional. Para Rozemberg *et al* (2014), a família é a base principal desta formação, transmitindo valores, hábitos e costumes que são interiorizados e eternizados, influenciando e sendo influenciada. Tal afirmativa pode ser comprovada pelo estudo feito por Gatti e colaboradores (2019), o qual aponta que “a escolaridade dos pais é um dos indicadores da bagagem cultural de origem dos estudantes”. (Gatti, et al, 2019, p. 148). Estas escolhas geram

uma movimentação na vida do aluno, o que muitas vezes é foco de estresse. Filomeno (2005) ressalta que o jovem, além de enfrentar as dificuldades próprias da adolescência, como mudanças físicas, morais e sociais, precisa confrontar também a questão de ordem profissional, o que faz dessa escolha um momento crítico.

É nesse cenário que pode haver dificuldades no que tange a discernir o curso superior, uma vez que a aptidão pode dar margem para mais de uma opção de graduação. Terruggi, Cardoso e Camargo (2019), reforçam que o cenário é turbulento, uma vez que o mercado de trabalho hodierno exige profissionais competitivos, com habilidades e competências que são estimulantes para o jovem definir sua carreira profissional, mesmo não tendo, muitas vezes, vivenciado a prática laboral. É diante de tantos impasses que o estudante executa a tomada de decisão do papel em relação ao que ele irá desempenhar na sociedade. Faz-se necessário, nesta fase, a presença de um orientador profissional que o conduza no que tange o seu desenvolvimento vocacional.

A Orientação Vocacional (OV) é, segundo Laplanche & Pontalis (1983), um modelo dinâmico, uma abordagem que leva em conta a participação ativa do orientando a partir de um referencial teórico para compreender o processo de escolha que considera o sujeito em diversas dimensões, sejam as subjetivas ou objetivas e que inclui os aspectos sociais e do mundo do trabalho, mas cuja compreensão da pessoa fundamenta-se em conceitos teóricos da psicanálise. (Laplanche & Pontalis, 1983, p. 165). A Orientação vocacional serve não só para contribuir com a escolha profissional do jovem, mas também para compreender a origem dos impasses vividos durante esse processo. É neste momento que os psicólogos aplicam, por exemplo, testes vocacionais, instrumentos que surgem dentro do espectro da OV pode ser aplicado, auxiliando de forma determinante na assertividade das decisões a serem tomadas pelo estudante.

4.2.4 Análises complementares

Os dados revelaram outro ponto de destaque: os cursos de maior preferência pelos estudantes oriundos de instituições de ensino básico públicas, assim como das privadas. Para fazer a seleção, foram analisadas as graduações que tiveram mais de 2% de escolha do montante total de requerentes. O critério adotado leva em conta que a porcentagem inferior a 2% tem uma quantidade pequena de postulantes (variando em 3 e 6), o que não aponta uma margem significativa.

As graduações que tiveram maior preferência por parte dos estudantes de escolas públicas são, em ordem decrescente de escolha: Administração, com 76,7% (23 dos 30 que

optaram por tal curso); Nutrição foi a opção de 20 dos 27 interessados (74,1%); Engenharia Civil aparece como a terceira opção mais desejada por alunos das instituições de ensino básico estatais, número que corresponde a 64,9% dos discentes (24 dos 37 candidatos).

Já no caso dos estudantes de escolas privadas, o único curso que detém a maior preferência por parte deste público, adotando o critério de margem superior a 2%, é medicina, assinalada por 55,7% dos requerentes (243 dos 436), frente a 42,43% dos discentes das instituições públicas (185 no total). Apenas 1,8% dos estudantes que cursaram parte dos estudos em escola pública e parte em instituição privada optaram por medicina (8 participantes).

Quando perguntados sobre o critério adotado para a escolha em realizar o processo seletivo, dos 1315 respondentes, 823 (62,6%) disseram que o maior impulsionador é a qualidade da universidade. A qualidade do curso foi o segundo fator de escolha, com 717 respostas (54,6%). Viver a experiência de estudar numa universidade foi assinalado por 390 candidato (29,7% do total). O fato de não se cobrar mensalidade foi o mais atrativo para 361 proponentes, o que equivale a 27,5% das respostas.

Escolhi a [universidade] pelo reconhecimento nacional que ela possui e por sua qualidade de ensino. Em relação ao Ensino Superior, ainda não tenho certeza se conseguirei entrar de primeira vez logo ao concluir o ensino médio, porém uma coisa é certa, eu vou realizar o ensino superior na área da saúde. (Respondente 48)

Eu quero muito ingressar na [universidade] para ter acesso a uma excelente faculdade, com um ótimo nível de ensino, o que eu acho que me ajudaria a me tornar uma profissional melhor, e eu desejo ser muito boa na minha formação, já que eu estarei estudando para ajudar as outras pessoas, o que acredito ser uma tarefa muito difícil e que necessite de consciência e cuidado, já que do mesmo modo que posso salvar uma vida, se eu não for bem preparada, eu posso acabar prejudicando alguém também, o que eu de modo algum quero fazer ou ser a responsável. [...] eu quero fazer isso na [universidade], para desse modo poder virar a melhor profissional possível. (Respondente 22)

Todas as análises demonstram que há uma grande lacuna comunicacional entre os jovens e a universidade. No ensino médio, as evidências mostraram que as escolas particulares se preocupam mais em orientar os estudantes sobre os processos seletivos e para a participação neles. Nas escolas públicas, os resultados sugerem que pouco ou nada se desenvolve neste sentido. Ao lado disso, as instituições de ensino superior privadas, por força do próprio modelo que visa lucro, são mais efetivas nas frágeis interações que têm com os potenciais ingressantes. Normalmente isto se concentra em ações de propaganda na época de vestibulares. As instituições públicas de ensino superior, ao que parece, ainda não desenvolveram meios eficazes

de conversar com os jovens das escolas públicas. Esta constatação nos leva ao questionamento sobre como as instituições de ensino superior públicas desenvolvem (se é que desenvolvem) estratégias de marketing.

4.3 Aporte teórico fundamentado para melhoria da comunicação com os jovens

O Marketing convencional tem, como um de seus principais objetivos, estreitar laços de fornecedores com os clientes, convertendo-os em vendas e consumo de serviços. Kotler e Armstrong (1993) afirmam que o Marketing é o processo social e de gerenciamento pelo qual as pessoas e grupos adquirem aquilo que necessitam e desenvolvem desejo por meio da criação e troca de produtos e valores. A ascensão do capitalismo fixou estes hábitos na sociedade, o que tornou rotineiro o apelo em variadas vertentes para atrair o público-alvo e convertê-lo em valores, sejam monetários ou de acesso. Em épocas remotas, utilizava-se tais técnicas para a venda de bens materiais, contudo, o avanço da tecnologia e o conceito de sociedade em rede, do sociólogo Manuel Castells fizeram com que toda e qualquer prestação de serviço fosse alvo de estratégias para atração e manutenção de novos clientes.

Trazendo esses conceitos amplos para o universo acadêmico, Kotler e Fox (1995) definem o marketing educacional como o processo de criar, comunicar e entregar valor aos estudantes, de forma a manter vínculos duradouros com diferentes públicos-alvo. Isso porque a educação, imersa nos fenômenos sociais de seu tempo e condicionada por decisões políticas, opera no país com a lógica de mercado, convertendo-se em mercadoria, podendo, segundo Lombardi e Saviani (2005), servir, tanto como mecanismo para as condições exploratórias e de subordinação do proletariado, quanto de alavanca para a transformação histórica e necessária da sociedade. Logo, uma de suas premissas é a preparação para o mercado de trabalho. Assim, a lógica capitalista passa a ser incorporada, uma vez que o atual cenário das políticas educacionais perpassa pela construção do Estado neoliberal, que trouxe à tona novamente as ideias do capitalismo *Laissez Faire*, ou seja, deixar o mercado agir sem interferências das ações do governo. Contudo, sabe-se que o Estado tem papel primordial nesse processo, uma vez que a Constituição Federal garante, em seu artigo 205, o direito à educação para todo o cidadão, sendo o governo responsável por oportunizar essa oferta. (Brasil, 1988).

É neste contexto que, em 2007, houve a indução das políticas voltadas para o Ensino Superior (PDE), que teve como objetivos o aumento no número de vagas ofertadas, a redução das taxas de evasão nos cursos presenciais, o apoio à adoção de políticas afirmativas, como as cotas raciais, a alteração do Fundo de Financiamento ao Estudante do Ensino Superior (Fies), a

produção e divulgação de conhecimento sobre a temática étnico-racial e a inclusão da comunidades Quilombolas (Brasil, 2007).

Todo esse cenário levou à mercantilização atrelada ao processo de globalização. Romualdo Oliveira (2009) listou os itens educacionais propostos dentro desse novo modelo, como a oferta direta de cursos (presenciais e a distância), produção de materiais de caráter instrucional como livros, apostilas e softwares e consultorias empresariais que abarcam, tanto a assessoria financeira, quanto a gestão de recursos do setor. Logo, a mercantilização imposta por este modelo de negócio fez com que escolas de todos os segmentos (nível básico, técnico e superior) passassem a incluir, em sua cota de serviços, atributos adicionais para serem alvo da apreciação de seus potenciais “clientes”. O estudante passou a ser encarado como tal.

O caráter mercantil no nível superior torna-se central, tanto no que tange à interferência política no processo decisório, por meio da atuação de lobbys e de bancadas no Congresso Nacional que são financiadas pelos grupos com maiores recursos econômicos, como pelas dificuldades enfrentadas pelo poder público em neutralizar o avanço do movimento de concentração e internacionalização do capital no setor, inerente às atividades econômicas mais pujantes sob o domínio do capitalismo globalizado e oligopolista. (Carvalho, 2012. p. 47)

A presença de concorrência e o foco na captação fizeram com que as instituições buscassem seu público-alvo. No caso das universidades, o objetivo é trazer o estudante concluinte do Ensino Médio para ocupar uma das vagas disponíveis. Para alcançar tal objetivo, uma gama de estratégias é desenvolvida. Tais atividades englobam ações personalizadas realizadas de forma presencial, indo até onde o potencial estudante está, também de forma remota. Com o advento da popularização da internet e a crescente utilização das redes sociais, boa parte deste público encontra-se no ambiente online. Entre as principais estratégias para a efetividade do marketing no campo educacional, destacam-se a comunicação integrada (com a utilização de variados canais – sites, eventos, mídias sociais – com o intuito de fortalecer a identidade da instituição; identificação e análise de nichos específicos, como os estudantes de ensino médio que buscam sua primeira graduação, assim como grupos que buscam requalificação profissional; desenvolvimento de competências, suporte psicoemocional e bem-estar acadêmico.

Se o conceito de Sociedade em Rede une todos num mesmo espaço – o virtual - a educação como mercadoria não ficou de fora. Para isso, precisou apropriar-se de alguns desses conceitos para acessar esse futuro universitário. Várias são as teorias do marketing que podem ser aplicadas para o contexto educacional. O que se procura hoje é estreitar laços com este

público, uma vez que o ambiente virtual é extenso e, por si só, muito impessoal. Vaz (2010) já falava sobre a questão da importância dessa proximidade quando reforçou que o momento hodierno pode ser representado pelo relacionamento, tendo como norteadora a personalização da comunicação, dos produtos e serviços ofertados, criando um laço emocional de forma que o consumidor final escolha seu serviço, não pelo produto ou preço, mas pelo coração.

A mercantilização deste cenário muitas vezes é focada somente em atingir o público-alvo, não levando em consideração a realidade do estudante. Muitos postulantes ao Ensino Superior apresentam expectativas elevadas e por vezes pouco realistas que perpassam o campo de suas vivências pessoais, carreira escolhida e futuro profissional. O resultado dessa combinação pode ser o de futuros universitários frustrados por não terem seus anseios concretizados, sem possuírem uma base sólida no que tange a viabilidade de suas expectativas. O quadro também afeta as instituições, que deixam de atender uma demanda real e crescente por conta da evasão, além da sociedade, que não poderá contar com a mão de obra qualificada deste desistente.

Ao lado disso, o Marketing tem aperfeiçoado suas táticas para que o objetivo seja mais assertivo. É preciso levar em consideração não somente a conversão, mas a manutenção desse estudante dentro do espaço universitário. Tal premissa tem uma prerrogativa básica: cada universitário desistente é um reincidente no cenário mercantilista, obrigando as estratégias de marketing a terem de ser repensadas para que ele se torne novamente atraído para a universidade. O público é misto e exige múltiplas estratégias. Soares (2013) *et. al.*, ressaltam que esse desafio deve ser encarado pela universidade levando em consideração a heterogeneidade de seu público-alvo, o que mostra a relevância de reunir serviços de apoio à integração, uma vez que não é somente a elite que está à procura deste serviço, já que nas últimas décadas o público tornou-se diverso no que tange a origem social, competências e motivações.

Não é possível efetivar uma estratégia e adotá-la como única e eficaz na captação do aluno. A pluralidade exige o desenho de métodos que sejam válidos e estáveis, que contemplem atingir o maior número possível de membros que compõem o público-alvo em questão.

O aluno ingressante da universidade que é lócus desta pesquisa compõe um caso de estudo relevante para compreensão desta relação entre marketing, escolha de curso e processos seletivos de ingresso realizados pelas instituições de Ensino Superior. Por força de lei (LDBEN 9.394/1996), o processo seletivo é a única forma possível de ingresso dos que concluem o Ensino Médio na universidade. As IES públicas e privadas adotam diferentes formas de processo seletivo. Uma das configurações adotadas pela instituição a ser pesquisada é o

processo seletivo seriado, que permite ao candidato se submeter à realização das etapas do processo seletivo e realizar provas anuais correspondentes aos anos do Ensino Médio.

Este estudante do Ensino Médio, assim como os demais candidatos que adentram a universidade por meio do SISU, por exemplo, está imerso na Sociedade em Rede, e por isso está mais que presente no ambiente virtual, que tende a aumentar cada vez mais. Conforme dados da pesquisa IC Kids Online Brasil, realizada pelo Comitê Gestor da Internet no Brasil (CGI.br, 2023), 88% das crianças e jovens entre 9 e 17 anos que usam a internet no Brasil têm ao menos um perfil nas redes sociais. Logo, é plausível considerar que este futuro ingressante habita o ambiente virtual e está susceptível às estratégias de marketing digital das instituições de Ensino Superior e às influências que geram anseios quanto ao seu futuro modo de vida, relacionado ao sucesso profissional.

Portanto, compreender o fenômeno da escolha por fazer um processo seletivo para um determinado curso depende do diálogo com esse público, buscando formas de entender como se dá o engajamento e humanização dos processos que envolvem todas as etapas até sua chegada efetiva em sala de aula. Por suposto, a chave do laço a ser construído entre instituição de Ensino Superior e o ingressante é o engajamento, bem definido por Costa e Vitória (2017):

Portador de uma infinidade de significados o vocábulo *engagement* figura nas mais diferentes áreas de conhecimento como, por exemplo, na Psicologia, na Política, no Marketing, na Informática e na Educação. Assim, é possível afirmar que existem diferentes formas de *engagement* (pessoal, moral, social, profissional, identitário, acadêmico, relacional, etc.) que longe de apresentarem um consenso ou a possibilidade de estabelecimento de um conceito único e sintético, contemplando as múltiplas áreas do saber, abrem margem para diferentes interpretações e perspectivas. (Costa e Vitória 2017, p. 2162)

Um fato que desperta a atenção é a desistência deste candidato depois de passar por todo o processo seletivo e efetivamente garantir sua vaga na universidade escolhida. Por isso, optou-se por tentar identificar motivos, tendo como público-alvo o contingente de inscritos para o ingresso 2023 de um processo seletivo seriado, em detrimento do SISU, uma vez que esse contingente se submete ao processo de avaliação seriada, com a chance de testar seus conhecimentos por etapa, tendo, dentro deste processo, a oportunidade de escolher qual graduação cursar somente ao fim da terceira etapa.

Para interagir com os candidatos, que são egressos do Ensino Médio, optou-se por adotar uma forma de comunicação que favorecesse a obtenção de informações relevantes e a adesão à coleta de dados. Tal estratégia permite, também, verificar se a forma de abordagem

das instituições públicas de Ensino Superior pode se direcionar para uma comunicação mais eficiente. Tal estratégia se ancora em ações de Marketing Digital explicada por Torres (2009):

Quando você ouve falar de marketing digital, publicidade on-line, marketing web, publicidade na Internet ou quaisquer outras composições criativas que se possa fazer dessas palavras, está se falando em utilizar efetivamente a internet como uma ferramenta de marketing, envolvendo comunicação, publicidade, propaganda e todo o arsenal de estratégias e conceitos já conhecidos na teoria do marketing. (Torres, 2009, p. 45)

O marketing, para ser efetivo na captação e fidelização de seu cliente, utiliza variadas formas de segmentação de mercado. O intuito é agrupar os potenciais consumidores levando-se em consideração características que confirmam homogeneidade a cada grupo. Esta estratégia de planejamento permite construir alianças com seu potencial cliente, permitindo que ambos – vendedor e comprador – trabalhem direcionados a um conjunto de objetivos em comum, construindo uma relação baseada na confiança, colaboração e durabilidade. Dentre as estratégias de segmentação de mercado, uma das ferramentas mais utilizadas é a criação de uma persona.

Persona é um personagem fictício que tem por função representar o cliente ideal de um negócio, levando em consideração dados e características de consumidores reais como idade, comportamento, objetivos, desafios e informações de caráter demográfico. A primeira persona foi criada em 1983 pelo designer e programador de softwares Alan Cooper. Ao desenvolver um sistema de gerenciamento de projeto, ele usou Kathy, uma gestora de projetos, como uma “persona primitiva”. Ao longo da entrevista, Cooper travou diálogos como se fosse Kathy explicando a necessidade do software. O criador do conceito define esta ferramenta de segmentação de mercado:

Personas são arquétipos hipotéticos de usuários reais, definidos com rigor e precisão significativos. Em outras palavras, trata-se de personagens fictícios, construídos a partir da coleta de dados dos usuários em potencial e que servirão para orientar o desenvolvimento do produto. (Cooper, 1999, p. 87)

O conceito de persona também se conecta ao marketing comportamental, uma abordagem que utiliza dados comportamentais para entender e prever as ações dos consumidores. Segundo Kotler *et al.* (2017), o marketing comportamental é essencial para mapear os hábitos, preferências e motivações dos públicos-alvo, permitindo uma comunicação mais personalizada e eficaz. A criação de personas, nesse contexto, funciona como uma estratégia complementar, ajudando a traduzir os insights comportamentais em representações

que guiem o desenvolvimento de produtos e estratégias de marketing. Dessa forma, a combinação de marketing comportamental e personas potencializa a capacidade das empresas de se conectar emocionalmente com seus consumidores, aprimorando a experiência do usuário.

Muitas organizações têm investido neste recurso e suas vertentes para se aproximar de seu público-alvo. Um exemplo que pode ser citado é da empresa de varejo Magazine Luiza, que criou, desde 2003, Lu, a personagem principal de todas as redes virtuais da loja, que acumula quase 6 milhões de seguidores. Além de conhecer melhor seu público-alvo, a persona permitiu criar uma “identidade” para o negócio frente à vastidão e distanciamento que o ambiente virtual possui. Essa abordagem será adotada metodologicamente como forma de aproximação com os potenciais participantes da pesquisa, na intenção de obter dados qualificados sobre percepções e sobre as motivações dos estudantes do Ensino Médio que se direcionarem para a realização do processo seletivo de ingresso na universidade que será lócus da pesquisa.

A persona é definida como um personagem fictício cujo objetivo é representar um cliente ideal de um empreendimento/negócio. Para sua criação, são levados em conta dados como idade, comportamento, objetivos e características dos consumidores. Cooper (1999) define a persona como protótipos de um usuário real, constituída por uma coleta de dados de clientes em potencial que são os guias para o desenvolvimento do produto.

Para a criação da persona, são levadas em consideração questões como a identificação de objetivo e/ou problemas a serem alcançados e corrigidos, definição do perfil do cliente, os desafios enfrentados por ela, suas aspirações, seu estilo de vida, além da criação de nome e de imagem que a represente.

Quando se transporta esse conceito para o campo educacional, é preciso levar em consideração que as estratégias a serem desenvolvidas visam promover as instituições de ensino, atraindo e retendo os estudantes, além de fomentar a imagem institucional. Hemsley-Brown e Oplatka (2015) creditam que gestores e acadêmicos não devem considerar o marketing como um conceito advindo do ambiente corporativo, mas como uma estratégia para desenvolvimento do ensino superior.

As etapas que antecedem a criação da persona precisam ser realizadas com o objetivo de que o arquétipo a ser criado seja o mais fidedigno ao objetivo final do cliente. No caso do ambiente acadêmico, o objetivo é captar e fidelizar o estudante, além de construir junto à sociedade uma imagem institucional. Ikeda e Modesto (2006, p. 14) salientam que:

Os serviços educacionais constituem um tipo especial de serviço. Gerenciá-los envolve desafios e um compromisso com a formação do ser humano. Sociedade, governo, organizações,

famílias, alunos, ex-alunos, postulantes a vagas são públicos que realizam trocas com a instituição e, conseqüentemente, estão vinculados a ela por interações de marketing. Zelar pela troca estabelecida com cada um desses públicos e pelo atendimento de suas necessidades e interesses é função da área de marketing.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao analisar todos os fatores que se triangulam para a culminância da escolha profissional do discente, e recordando o objetivo principal: identificar possíveis fatores de influência na escolha do estudante da Educação Básica pelo curso superior ofertado por instituições públicas, identificando possíveis expectativas e motivos que influenciam o aluno do Ensino Médio na escolha do curso superior e da instituição que pretende ingressar; e objetivos específicos: (i) identificar os motivos para a busca pelo Ensino Superior público e por cursos de áreas específicas; (ii) interpretar as percepções do discente em relação ao ambiente universitário público que guiam as expectativas para o momento em que este viverá, na prática, tal experiência; (iii) analisar os possíveis cenários que estabelecem vínculos de identificação do discente com o curso pretendido; (iv) elaborar teorizações e hipóteses sobre os possíveis fatores de influência (motivos e expectativas) para o ingresso no Ensino Superior e as percepções do discente em relação ao ambiente universitário; (v) elaborar, como produto educacional, uma persona, que será a ponte de comunicação entre os ingressantes e a instituição; é notório que o momento da oficialidade da predileção traz consigo incertezas que geram estresse e interferem na decisão final. Os diversos fatores de influência (escola, família, orientação vocacional, grupo social e situação socioeconômica) afetam o comportamento do aluno no momento de optar pela carreira a seguir.

Todos os desafios identificados na elaboração teórica substantiva extraída dos dados impactam não só na vida do discente, mas em toda a estrutura por trás da escolha feita por este. Quando, por algum motivo, há desistência da vaga escolhida, gera-se um efeito cascata que compromete toda uma estrutura pensada e formatada para que aquele lugar – até então ocupado por ele – estivesse disponível. Há um impacto não só na universidade, mas na família e no corpo social.

Este cenário constatado demonstra a fragilidade em que se encontram os adolescentes neste seu momento da vida estudantil. Há um arcabouço de impactos que se refletem nas próximas etapas de vida dos jovens, mas, aparentemente, as atenções não estão direcionadas para isto no Ensino Médio, tampouco na instituição pública e ensino superior. Isto é preocupante pois há déficits nas etapas vividas pelos jovens, que quando somados, se tornam fatores de insucesso na Educação Superior.

Os desafios impostos a estes estudantes na contemporaneidade e os déficits observados na Educação Superior, principalmente a pública, estão criando efeitos danosos para tal escolha

que, hipoteticamente, estão gerando baixo ingresso e/ou abandono em cursos superiores de instituições públicas.

A análise dos dados permitiu identificar os motivos para a busca pelo Ensino Superior, mostrando que a instituição pública é amplamente procurada devido à sua reputação de qualidade acadêmica e pela gratuidade, o que a torna uma opção atrativa. Ficou nítido que a motivação para a escolha de cursos também reflete a influência de fatores culturais, familiares e regionais.

A interpretação das percepções do discente em relação ao ambiente universitário público evidenciou que as diferenças de acesso e escolha entre estudantes de escolas públicas e privadas também desempenha um papel importante, já que os alunos de instituições privadas, por terem maior acesso a recursos e orientação vocacional, tendem a optar por cursos mais concorridos, enquanto os discentes oriundos de escolas públicas muitas vezes escolhem cursos sem uma orientação direcionada, tomando a decisão de forma autônoma.

Analisar os possíveis cenários que estabelecem vínculos de identificação do discente com o curso pretendido permitiu verificar que a combinação de fatores individuais, sociais, econômicos e culturais moldam as percepções e expectativas dos alunos em relação às suas escolhas educacionais.

Desde o início, fazer uma pesquisa envolvendo um público tão diverso tornou-se um desafio. Compreender as percepções de um grupo tão diverso foi fonte de muita inquietação, já que ambos (oriundos de escolas públicas ou privadas), enfrentam desafios distintos que os levam a tomar decisões de maneiras também distintas. Um ponto que foi de bastante destaque foram as motivações e expectativas, uma vez que elas se mostraram subjetivas e influenciadas por fatores emocionais, sociais e culturais. Os estudantes podem ter dificuldade em articular objetivos e compreender com clareza suas motivações, já que sofrem influência do meio, como escola, família, amigos e internet.

Todo esse cenário trouxe consigo a prospecção de auxílio a esses discentes. Por isso, como produto final deste trabalho, deu-se a criação da persona, explicitada no Anexo C desta dissertação, cujo objetivo é fazer a ponte entre a Instituição e os calouros. Sua contribuição na formação de professores se dá pela perspectiva de entender como suas ações impactam diretamente a adaptação e o bem-estar dos estudantes, especialmente aqueles que enfrentam dificuldades emocionais e sociais. É possível, a partir da persona, promover discussões em sala sobre como criar ambientes inclusivos e acolhedores, reuniões com outros colegas para debater formas de identificar sinais de alunos que possam estar enfrentando dificuldades emocionais. Há ainda, a possibilidade de planejar aulas que incentivem o trabalho em grupo e o diálogo

entre alunos de diferentes origens, o desenvolvimento de programas de mentoria entre estudantes mais experientes e calouros, dentro outros.

A partir da criação do produto educacional, é possível a sua aplicabilidade na prática e a análise de resultados para futuras pesquisas sobre a efetividade da comunicação assertiva e voltada ao público em questão.

REFERÊNCIAS

- ALBUQUERQUE, V. S., & GIFFIN, K. M.. (2008). Globalização capitalista e formação profissional em saúde: uma agenda necessária ao ensino superior. *Trabalho, Educação E Saúde*, 6(3), 519–538. <https://doi.org/10.1590/S1981-77462008000300007>. Retirado de: <https://www.scielo.br/j/tes/a/ftLHPcFpnThDyBwmxcFMTQL/?lang=pt>. Acesso em: 21 jan. 2025.
- ARAÚJO, G. C. de; CASSINI, S. A. Contribuições para a defesa da escola pública como garantia do direito à educação: aportes conceituais para a compreensão da educação como serviço, direito e bem público. *Revista Brasileira de Estudos Pedagógicos*, Brasília, v. 98, n. 250, p. 561-579, 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.24109/2176-6681.rbep.98i250.2891>. Acesso em: 09 jan. 2025.
- ARROYO, Miguel G. **Ofício de mestre: imagens e auto-imagens**. Petrópolis: Vozes, 2000.
- BARRETO, M. A.; AIELLO-VAISBERG, T. Escolha profissional e dramática do viver adolescente. *Psicologia & Sociedade*, v. 19, n. 1, p. 107–114, 2007. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/psoc/a/PdxpxqswNFVVZghNcM4fPGv/>. Acesso em: 08 jan. 2025.
- BONSIEPE, G. *Design como prática de Projeto*. São Paulo: Blucher, 2012.
- BRASIL. **Base Nacional Comum Curricular. Educação é a Base. Ensino Médio**. Brasília: Ministério da Educação, 2018c.
- BRASIL. [Constituição (1988)]. **Constituição da República Federativa do Brasil de 1988**. Brasília, DF: Presidente da República, [2016]. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/constituicao.htm. Acesso em: 15 abr. 2024.
- BRASIL. **Censo da Educação Básica 2022: notas estatísticas**. Brasília, DF: Inep, 2022.
- BRASIL. **Ensino superior no Brasil: diagnósticos, políticas e perspectivas**. Brasília: Ministério da Educação, Secretaria de Educação Superior, 2003. 320 p.
- BRASIL. **Plano Nacional de Educação**. Brasília: Ministério da Educação, 2014. Disponível em: <https://pne.mec.gov.br/>. Acesso em: 24 dez. 2024.
- CARVALHO, Cristina Helena Almeida de. A mercantilização da educação superior brasileira e as estratégias de mercado das instituições lucrativas. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/rbedu/a/pQPdZ9QyVRTz6qBym83HNxK/abstract/?lang=pt>. Acesso em: 19 out. 2023.
- Cazatti, V. L. (2022). A IMPORTÂNCIA DA ORIENTAÇÃO VOCACIONAL NO ENSINO MÉDIO: O PAPEL DA ESCOLA E DA FAMÍLIA NA ESCOLHA DOS ALUNOS. *Revista Binacional Brasil-Argentina: Diálogo Entre As Ciências*, 11(02), 136-148. <https://doi.org/10.22481/rbba.v11i02.10932> Acesso em: 12 jan. 2025.
- COOPER, Alan. **The inmates are running the asylum**. Indianapolis: Sams, 1999.
- COSTA, Priscila Trabash; VITÓRIA, Maria Inês Corte. Engajamento Acadêmico: aportes para os processos de avaliação da educação superior. Disponível em:

https://repositorio.pucrs.br/dspace/bitstream/10923/14603/2/Engajamento_academico_aportes_para_os_processos_de_avaliacao_da_Educacao_Superior.pdf. Acesso em: 19 mar. 2024.

DURHAM, E. R. A política educacional do governo Fernando Henrique Cardoso: uma visão comparada. **Novos Estudos – CEBRAP**, São Paulo, n. 88, 2010. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/nec/a/ZqWdPJCGT5C6QnCWp6pFQLf/abstract/?lang=pt> Acesso em 18 out. 2024.

ENGELS, Friedrich. **Manifesto do Partido Comunista**. Tradução de Pietro Nasseti. São Paulo: Martin Claret, 2000. (Coleção A Obra-Prima de Cada Autor).

FARIA, J. G.; MOREIRA, S. A. L. Fatores que atuam na escolha de curso de graduação de alunos do 3º ano do ensino médio de escolas de Anápolis-GO. Disponível em: https://files.cercomp.ufg.br/weby/up/248/o/1.2_6_.pdf?utm. Acesso em 22 jan. 2025.

FILOMENO, K. **Mitos familiares e escolha profissional: uma visão sistêmica**. São Paulo: Vetor, 2005.

GATTI, Bernardete Angelina; BARRETTO, Elba Siqueira de Sá; ANDRÉ, Marli Eliza Dalmazo Afonso de; ALMEIDA, Patrícia Cristina Albieri de. **Professores do Brasil: novos cenários de formação**. Brasília: UNESCO, 2019.

GLASER, B. G.; STRAUSS, A. L. The discovery of grounded theory: strategies for qualitative research. New York: Aldine de Gruyter, 1967

GOMES, B. A tomada de decisões e a indecisão vocacional. In: RIVAS, F. (Org.). **Manual de asesoramiento y orientación vocacional**. Madrid: Síntesis, 1995. p. 275-305.

HEMSLEY-BROWN, J.; OPLATKA, I. **Escolha do Consumidor no Ensino Superior**. London: Palgrave Macmillan, 2015.

IKEDA, Ana Akemi , MODESTO, Veludo-de-Oliveira Tânia . A TEORIA DE MEIOS-FIM: UMA APLICAÇÃO EM MARKETING EDUCACIONAL. *Revista de Administração FACES Journal* [en línea]. 2006, 5(1), 11-25. ISSN: 1517-8900. Disponível em: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194016880002> Acesso em 10 jan. 2025.

KRUMBOLTZ, J. D. A sabedoria da indecisão. **Jornal de Comportamento Vocacional**, v. 41, n. 3, p. 239-244, 1992. DOI: 10.1016/0001-8791(92)90025-U.

KOTLER, Philip; ARMSTRONG, Gary. **Princípios de marketing**. 9. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

KOTLER, Philip; FOX, Karen F. A. **Strategic marketing for educational institutions**. 2. ed. Upper Saddle River: Prentice Hall, 1995.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Marketing management**. 14. ed. Pearson Education, 2012.

LAPLANCHE, Jean; PONTALIS, Jean-Bertrand. **Vocabulário de psicanálise**. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora, 1983. (Original publicado em 1967).

LEFÈVRE, Fernando; LEFÈVRE, Ana Maria Cavalcanti. **O discurso do sujeito coletivo: um novo enfoque em pesquisa qualitativa; desdobramentos**. Porto Alegre: EDUCS, 2003. Disponível em: <indicar URL>. Acesso em: 30 abr. 2024.

LIMA, Marcelo; MACIEL, Samanta Lopes. A reforma do Ensino Médio do governo Temer: corrosão do direito à educação no contexto de crise do capital no Brasil. Disponível em: <indicar URL>. Acesso em: 20 out. 2023.

LOBO, R. L.; MONTEJUNAS. Estudo: a evasão no ensino superior brasileiro. **Cadernos de Pesquisa**, Fundação Carlos Chagas, v. 37, n. 132, p. 1-20, set./dez. 2007.

LOMBARDI, Claudinei; SAVIANI, Dermeval. **Marxismo e educação: debates contemporâneos**. Campinas, SP: Autores Associados, 2005.

MOLINA OBARA, Bruno Rafael et al. Atributos de influência na tomada de decisão de jovens de escolas públicas a cursar o ensino superior. **UNICIÊNCIAS**, v. 22, n. 2, p. 71-75, 2018. DOI: 10.17921/1415-5141.2018v22n2p71-75. Disponível em: <https://uniciencias.pgsscogna.com.br/uniciencias/article/view/5220>. Acesso em: 9 jan. 2025.

NASCIMENTO, Regina Sonia Gattas Fernandes do. Avaliação psicológica em processos dinâmicos de orientação vocacional individual. **Revista Brasileira de Orientação Profissional**, São Paulo, v. 8, n. 1, p. 33-44, jun. 2007. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-33902007000100004. Acesso em: 29 abr. 2024.

NUNES, Naiane Gaspar. Orientação profissional em escola pública: uma análise de relatos de experiência. Disponível em: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/31390526/TL0183.pdf20130812-9328-qkoog1-libre-libre.pdf>. Acesso em: 6 out. 2024.

PANTOJA, L. C. et al. O impacto da feira vocacional na escolha de profissões dos alunos da escola pública. **Brazilian Journal of Development**, v. 7, n. 1, p. 4345-4351, 2021. Disponível em: <https://ojs.brazilianjournals.com.br/ojs/index.php/BRJD/article/view/23019>. Acesso em: 18 nov. 2024.

PASTORE, J. **Desigualdade e mobilidade social no Brasil**. São Paulo: Edusp, 1979.

PAZ, Milena Sávio Pastorini; LIMA, Bárbara Grace Tobaldini de. Ingresso ao ensino superior: motivos e motivações que permeiam a escolha de acadêmicos de licenciatura. **ACTIO**, Curitiba, v. 7, n. 3, p. 1-20, set./dez. 2022. Disponível em: <https://periodicos.utfpr.edu.br/actio>. Acesso em: 4 abr. 2023.

RESENDE, Patrícia Cappuccio de. Os estudantes do Colégio Técnico da Universidade Federal de Minas Gerais: suas expectativas, escolhas e inserção no Ensino Superior. Belo Horizonte, 2022. 281 f. Disponível em: <indicar URL>. Acesso em: 4 abr. 2023.

RIBEIRO, Marcelo Afonso. Demandas em orientação profissional: um estudo exploratório em escolas públicas. Disponível em: <https://pepsic.bvsalud.org/pdf/rbop/v4n1-2/v4n1-2a12.pdf>. Acesso em: 17 nov. 2024.

SÁ, Carmen; SANTOS, Windson. Licenciatura em química: carência de professores, condições de trabalho e motivação pela carreira docente. Disponível em: https://abrapec.com/atas_enpec/viiienpec/resumos/R0544-1.pdf. Acesso em: 17 nov. 2024.

SAMPAIO, B.; GUIMARÃES, J. Diferenças de eficiência entre ensino público e privado no Brasil. **Economia Aplicada**, v. 13, n. 1, p. 45-68, 2009. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1413-80502009000100003>. Acesso em: 17 nov. 2024.

SANTOS, José Vicente Tavares dos. **A universidade do futuro**. Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2020. 300 p. Disponível em: <indicar URL>. Acesso em: 28 out. 2023.

SASSI, Lise Ana; ISLAM, Muhammed Jamil Anwarul. Sistema informatizado para a escolha profissional em adolescentes do Ensino Médio. **Revista Brasileira de Orientação Profissional**, Campinas, v. 21, n. 2, p. 163-175, dez. 2020. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-33902020000200005&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 17 nov. 2024.

SILVA, Karen Cristina Jensen Ruppel da; BOUTIN, Aldimara Catarina. Novo Ensino Médio e educação integral: contextos, conceitos e polêmicas sobre a reforma. **Educação**, v. 43, n. 3, p. 521-534, jul./set. 2018. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/1171/117157485009/117157485009.pdf>. Acesso em: 11 mar. 2024.

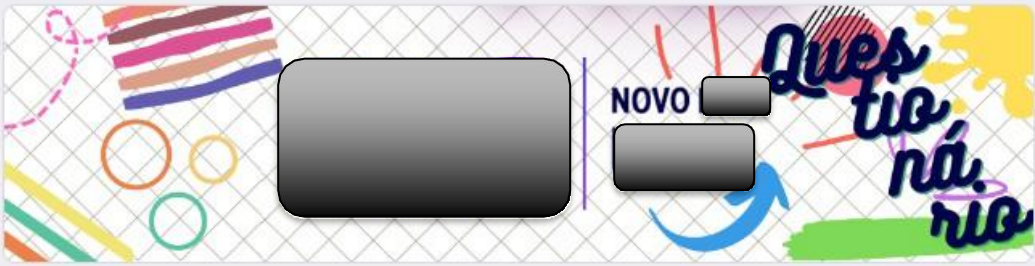
SOARES, A. B. et al. O impacto das expectativas na adaptação acadêmica dos estudantes no Ensino Superior. **Psico-USF**, v. 19, n. 1, p. 49-60, jan. 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1590/S1413-82712014000100006>.

TERRUGGI, Tatiana Petroni Laurito; CARDOSO, Hugo Ferrari; CAMARGO, Mário Lázaro. Escolha profissional na adolescência: a família como variável influenciadora. **Pensando Fam.**, Porto Alegre, v. 23, n. 2, p. 162-176, dez. 2019. Disponível em: http://pepsic.bvsalud.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1679-494X2019000200013. Acesso em: 27 abr. 2024.

TORRES, Cláudio. **A Bíblia do Marketing Digital**. São Paulo: Novatec, 2009. Disponível em: <https://livrista.com.br/livros/a-biblia-do-marketing-digital-claudio-torres>. Acesso em: 4 jun. 2023.

VAZ, Conrado Adolpho. **Google Marketing**. São Paulo: Novatec, 2010. Disponível em: <https://livrista.com.br/livros/google-marketing-conrado-adolpho-vaz>. Acesso em: 4 jun. 2023.

APÊNDICE A – Questionário para a captação de dados



Obrigado por ter clicado no link da pesquisa!

Como eu te disse, são poucas perguntas (coisa rápida!) e as suas respostas são mega importantes ! Bora começar?!

* Indica uma pergunta obrigatória

Quantos anos você tem? Assinale de acordo com a sua faixa etária: *

15 a 18 anos

19 a 22 anos

23 a 26 anos

27 a 30 anos

mais de 30 anos

Escolha o seu Estado de origem: *

Agora me diz, em que cidade você nasceu? *

Sua resposta

Você estuda/estudou o Ensino Médio em *

- Escola da rede pública
- Escola da rede particular
- Parte na particular e parte na pública

Você vai fazer qual etapa? *

- 1
- 2
- 3
- Ainda não vou participar

Você já sabe qual curso pretende fazer aqui na Me conta clicando nas opções abaixo: *

Escolher ▼

Me diz aí: O que fez você escolher o curso profissional que você pretende cursar? Entre as opções a seguir, qual melhor descreve a motivação para a escolha desse curso? *

- A qualidade do curso
- A qualidade da Universidade
- O fato de não se cobrar mensalidade
- Ser próximo da casa dos meus pais
- Viver a experiência de estudar em uma universidade
- Sair da casa dos meus pais/responsáveis
- Conhecer pessoas e aproveitar a vida universitária
- Outro: _____

Algo ou alguém te ajudou nessa escolha? *

- Minha escola me ajudou nessa escolha
- Minha família me ajudou nessa escolha
- Pesquisas na internet me ajudaram nessa escolha
- Eu decidi sozinho
- Outro: _____

Até aqui, tá tudo indo bem, né! Mas vamos pensar juntos: existe a possibilidade * de você não querer ficar na [] (só uma hipótese, heim!). Quais desses motivos seriam os motivadores para você desistir:

- Descobrir que o curso que eu escolhi não dá dinheiro
- Não me sentir querido(a) e amparado(a) pela []
- Não conseguir fazer amigos e me enturmar
- A instituição não deixar claro como é o curso que eu iria estudar
- Eu descobrir que não era o que eu pensava: é ruim estudar ou morar fora
- Ficar sem dinheiro e não ter apoio da universidade para ter onde morar e me alimentar
- Meu/minha namorado/namorada pedir para eu voltar para a minha cidade
- Ingressar em uma universidade mais próxima de casa.
- Ingressar em outro curso de graduação.
- Precisar trabalhar em um emprego que não permita conciliar com os estudos
- Outro: _____


Você começou a pensar no seu futuro quando resolveu fazer o . Mas me conta, como você imagina estar daqui a uns 10 anos? *

- Trabalhando e ganhando bastante dinheiro
- Trabalhando e ajudando as pessoas
- Trabalhando para cuidar dos meus pais/irmãos
- Trabalhando para cuidar da minha própria família (filho/s, parceiro/a, cônjuge)
- Estudando em um doutorado
- Trabalhando como pesquisador
- Outro: _____

A gente te perguntou algumas coisas, mas talvez exista algo que você ainda queira contar pra gente. Então, se quiser completar informações sobre as suas expectativas em relação à e/ou ao ensino superior, utilize o espaço a seguir para nos ajudar a entender melhor o que você espera! (resposta opcional):

Sua resposta _____

Enviar

 Página 1 de 1

Limpar formulário

APÊNDICE B – Proposta de Produto Educacional

PROPOSTA DE PRODUTO EDUCACIONAL
TIPO DE PRODUTO PROPOSTO: Persona
NOME: Fernanda Gomes da Costa e Queiroz
ORIENTADOR (A): Prof. Dr. Ronei Ximenes Martins
TÍTULO: Criação de persona para estreitamento de laços de comunicação com candidatos ao ingresso numa universidade pública
OBJETIVOS: Objetivo principal: <ul style="list-style-type: none">- Criar uma Persona com características baseadas nos dados extraídos da pesquisa de opinião com os candidatos ao Processo Seletivo Seriado. Objetivos específicos: <ul style="list-style-type: none">- Estreitar laços com os discentes ingressantes, ofertando a eles um canal direto e empático de comunicação com a instituição;- Captar percepções do discente em relação ao ambiente universitário que guiam as expectativas para o momento em que este viverá, na prática, tal experiência, a partir da comunicação dialógica com a Persona;- Contribuir para a comunicação dialógica da gestão acadêmica e dos professores com jovens ingressantes, sendo uma fonte secundária de formação docente no que tange a comunicação com os estudantes.
JUSTIFICATIVA:

Os jovens que concluem o Ensino Médio veem-se diante de um grande desafio: iniciar a vida acadêmica e profissional. Muitos que ingressam no Ensino Superior em uma universidade enfrentam, além do novo ambiente estudantil, a mudança de casa, de cidade e de rotina. Esse momento traz muita insegurança e, na maioria das vezes, a universidade é o porto seguro desses discentes. É nesse ambiente que eles procuram ser acolhidos, ao mesmo tempo que descobrem e galgam os caminhos que os levarão ao futuro profissional. Sabe-se que a universidade possui um público plural e com diferentes demandas. Faz-se necessário formá-lo para que se torne um corpo social crítico, autônomo e responsável, cabendo às escolas junto à sociedade e órgãos públicos,

[...] proporcionar experiências e processos que lhes garantam as aprendizagens necessárias para a leitura da realidade, o enfrentamento dos novos desafios da contemporaneidade (sociais, econômicos e ambientais) e a tomada de decisões éticas [...]. (BRASIL, 2018 c, p.463).

Por esse motivo, a criação de uma Persona vem para auxiliar no estreitamento de laços com esse público, uma vez que há uma infinidade de cenários a serem elucidados e contemplados para atendê-lo.

DESCRIÇÃO DA PROPOSTA:

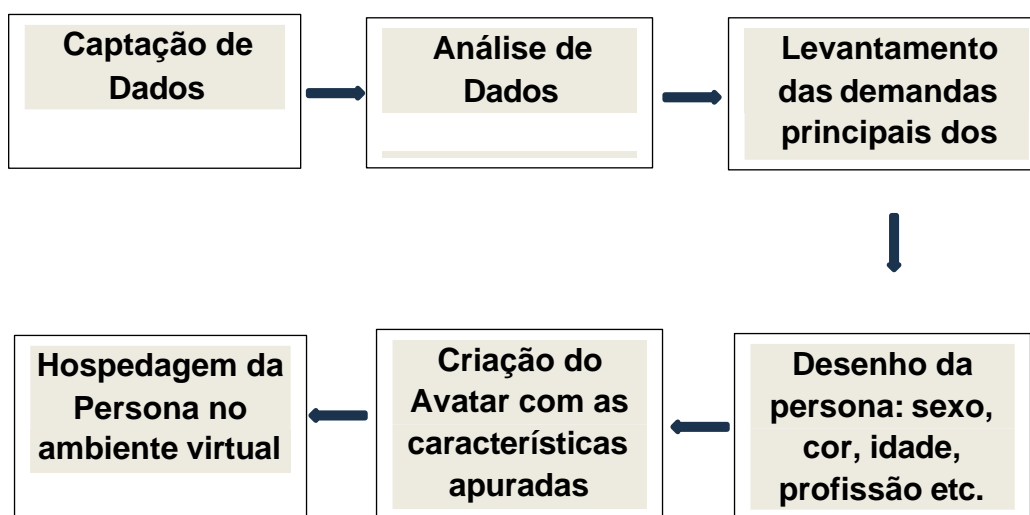
Criação de uma Persona; análise baseada na Teoria Fundamentada em Dados (Charmaz, 2009) e categorização para a composição da Persona: gênero, cor, idade, profissão etc. Faustino (2019), ressalta a importância desta etapa ao descrever que

Esses atributos e características são identificados através de pesquisas reais, olhando para as informações do negócio, das redes sociais, das métricas de análise do website, entre outros. Ao construir sua persona, ganha-se a habilidade de comunicar e conectar-se de forma eficaz e assertiva com o seu público-alvo, por forma a satisfazer as necessidades e resolver os problemas deste. (Faustino, 2019. P. 46)

Estima-se que esta estratégia aproxime os candidatos da coleta de dados, “personificando”, num primeiro momento a instituição. A posteriori, a

Persona irá compor o meio de comunicação entre a universidade, os futuros ingressantes, os discentes e o corpo docente.

ETAPAS DA CONSTRUÇÃO DO PRODUTO EDUCACIONAL:



REFERÊNCIAS:

BRASIL. **Base Nacional Comum Curricular. Educação é a Base. Ensino Médio.** Brasília: Ministério da Educação, 2018c.

Charmaz, Kathy. **A construção da teoria fundamentada: um guia prático para análise qualitativa** / Kathy Charmaz; tradução Joice Elias Costa. – Dados eletrônicos. – Porto Alegre: Artmed, 2009.

FAUSTINO, Paulo. **Marketing Digital na Prática: Como criar do zero uma estratégia de marketing digital para promover negócios ou produtos.** São Paulo, DVS Editora, 2019.

TORRES, Cláudio. **A Bíblia do Marketing Digital.** São Paulo: Novatec, 2009. Retirado de: <https://livrista.com.br/livros/a-biblia-do-marketing-digital-claudio-torres>. Acesso em 04-11-2023

VAZ, Conrado Adolpho. **Google Marketing.** São Paulo: Novatec, 2010. Retirado de: <https://livrista.com.br/livros/google-marketing-conrado-adolpho-vaz>. Acesso em 09-11-2023

APÊNDICE C – Produto Educacional

A PERSONA

A persona é definida como um personagem fictício cujo objetivo é representar um cliente ideal de um empreendimento/negócio. Para sua criação, são levados em conta dados como idade, comportamento, objetivos e características dos consumidores. Cooper (1999) define a persona como protótipos de um usuário real, constituída por uma coleta de dados de clientes em potencial que são os guias para o desenvolvimento do produto.

Para a criação da persona, são levadas em consideração questões como a identificação de objetivo e/ou problemas a serem alcançados e corrigidos, definição do perfil do cliente, os desafios enfrentados por ela, suas aspirações, seu estilo de vida, além da criação de nome e de imagem que a represente.

O Cliente Ideal

O Cliente Ideal é uma tradução da sigla americana ICP (Ideal Customer Profile), que denomina o consumidor que mais se beneficiaria de determinado produto ou serviço. É por meio desta perspectiva que se torna possível se construir uma persona, que atenderá demandas específicas: um recorte socioeconômico, demográfico e comportamental de pessoas que podem consumir seu produto ou serviço no futuro.

Após a análise dos dados captados durante o período de inscrição de um processo seletivo seriado de uma universidade pública, um perfil foi traçado. O objetivo foi que ele servisse de orientação para a construção deste cliente ideal. Com os dados dispostos em uma planilha, foi possível fazer a segmentação e agrupamento dos dados a fim de estruturar um perfil representativo que pudesse orientar a criação da persona. Tal metodologia tem como suporte o design centrado no usuário, neste caso, contextualizado no ambiente educacional. Segundo Cabral (2018), ao incorporar percepções específicas do público-alvo, é possível projetar experiências mais significativas e alinhadas às expectativas e isso se torna essencial em ambientes educacionais em que um dos focos é criar conexões eficazes para fomentar o aprendizado e a integração com a instituição.

Ao analisar os dados, foi possível traçar o perfil do cliente ideal. Trata-se de uma pessoa de 17 anos, natural de Minas Gerais, que estuda na rede pública de ensino e tem por objetivo cursar Medicina. O que a motiva a querer estudar numa

instituição de ensino superior pública é a qualidade do curso e da universidade, além do apoio familiar quanto à escolha feita por ela. No futuro, se imagina trabalhando para cuidar de sua própria família, além de seguir crescendo profissionalmente. O que faria este cliente desistir de estudar seria a questão financeira (não conseguir se manter na cidade), a falta de apoio institucional, além da distância de sua família. Suas expectativas em relação à instituição são as oportunidades para crescimento acadêmico e profissional.

Ao traçar tal perfil, passou-se a idealizar o que atenderia ao público-alvo de uma instituição pública: o estudante. Ele é o foco principal a ser atingido, por isso, é importante pensar nele não somente como um cliente, mas como um cidadão que tem direitos pétreos garantidos pela Constituição Federal, sendo um deles a educação. Araújo & Cassini (2017) atestam a importância da educação como serviço, direito e bem público ao afirmarem que:

Pensar em educação como um direito e um serviço público é limitar a livre iniciativa ao interesse da justiça social e aos princípios maiores de nossa Constituição, ou seja, garantir o desenvolvimento nacional e a construção de uma sociedade mais livre, justa e igualitária.” (Araújo & Cassini, 2017, p. 573)

É importante que o aluno seja visto não só como o público-alvo, mas como um cidadão que merece ter acesso a uma educação formadora e de qualidade.

A Persona da instituição pesquisada

Após traçar o perfil do cliente ideal, o foco se dá na construção da persona. Essa etapa do processo requer criar um personagem fictício que englobe uma trajetória justificável no que tange o objetivo de seu criador, pois ele terá a proximidade com o público-alvo. Tal criação, por sua vez, não é feita de forma isolada ou sem uma análise criteriosa. Bonsiepe (2012) compara esse processo de criação à ciência ao afirmar que a formulação de uma hipótese científica corresponde, no âmbito de um projeto de marketing, ao *briefing*, contendo descrição dos requisitos funcionais, tecnológicos, econômicos, sociais e culturais da proposta. É baseado nesses requisitos que se chega à construção e teste de um protótipo experimental, que passa por diversas etapas de aperfeiçoamento com o intuito de introduzir as modificações e os ajustes necessários na proposta inicial.

A criação da persona baseou-se na análise dos dados captados durante o processo seletivo seriado de uma universidade pública. Elementos como objetivos, motivações, desafios e interesses educacionais foram extraídos para estruturar um perfil representativo, visando facilitar a comunicação entre a instituição e os estudantes.

A construção de personas é embasada nos princípios do design centrado no usuário e adaptados ao contexto educacional. Ao incorporar percepções específicas do público-alvo, é possível projetar experiências mais significativas e alinhadas às suas expectativas. Segundo Cabral (2018), isso é essencial em ambientes educacionais, onde o foco está em criar conexões eficazes para fomentar o aprendizado e a integração com a instituição.

A persona em questão foi construída a partir do cliente ideal com uma nova leitura dos dados estatísticos. Damos a ela nome de Ana Silva. Ela tem 17 anos, concluiu o ensino médio na rede pública de ensino numa cidade de porte médio de Minas Gerais. Apesar das limitações estruturais de sua escola, sempre demonstrou esforço e iniciativa para aprender, participando de eventos escolares e competições acadêmicas. Ela quer estudar numa universidade pública pela qualidade do curso e pela gratuidade. Tem como sonho atuar em comunidades carentes. Ela se inspira em histórias de profissionais que fizeram a diferença na vida das pessoas, nas mais diversas áreas. Ela mesma teve uma professora que costumava ajudar os alunos com aulas extras e atividades extracurriculares, como a criação de um Clube dos Livros, que estimulava a leitura.

Ana quer devolver à sociedade a oportunidade que receberá, sendo uma profissional que pode transformar vidas. Ela acredita que passar em uma universidade pública é uma forma de mostrar que o esforço e a dedicação podem superar barreiras sociais. Deseja ser um exemplo para outros jovens da sua comunidade, mostrando que é possível alcançar grandes conquistas com esforço e determinação. Resiliente e com um forte senso de empatia, Ana é uma jovem que lidera pelo exemplo e inspira outros colegas a sonharem alto. No tempo livre, gosta de navegar pelas redes sociais, ler livros e participar de grupos de estudo. Ela assiste a documentários sobre temas sociais, ciência e educação. Essas escolhas mantêm sua curiosidade ativa e reforçam seu desejo de transformar sua realidade através do conhecimento. Quando precisa de um momento de paz, ela gosta de caminhar em áreas verdes próximas de sua casa, refletindo e recarregando suas energias.

Possível contribuição da persona para a formação dos professores

Ana traz consigo os anseios e desafios de muitos alunos que estão presentes ao adentrarem a vida universitária. Ela evidencia a importância do professor não apenas como transmissor de conhecimento, mas como orientador que inspira e apoia os alunos em sua jornada acadêmica.

A persona em questão pode contribuir para que os professores desenvolvam habilidades de mentoria, ajudando alunos a reconhecerem seu potencial e a planejarem estratégias para superarem dificuldades. Isso está alinhado com Arroyo (2013), que destaca o papel do professor na valorização das histórias de vida dos estudantes.

Apresentação da Persona



ANA SILVA

IDADE: 17

LOCALIDADE: CIDADE DE
PORTE MÉDIO
DE MINAS
GERAIS

FORMAÇÃO: ENSINO MÉDIO
CONCLUÍDO
EM ESCOLA
PÚBLICA

HISTÓRIA ESCOLAR

Estudou toda a educação básica na rede pública. Apesar das limitações estruturais de sua escola, sempre demonstrou esforço e iniciativa para aprender, participando de eventos escolares e competições acadêmicas.

MOTIVAÇÕES

- **Superação pessoal:** Para Ana, ser aprovada em uma universidade pública representa vencer os desafios socioeconômicos que enfrentou ao longo da vida.
- **Inclusão e representatividade:** Ela deseja ser um exemplo para outros jovens da sua comunidade, mostrando que é possível alcançar grandes conquistas com esforço e determinação.

META DE VIDA

ingressar em uma universidade pública, que ela considera um símbolo de acesso democrático à educação de qualidade e uma oportunidade de transformar sua realidade.



DESAFIOS

A pressão dos estudos, combinada com a falta de recursos para investir em cursinhos preparatórios ou materiais de apoio. A dificuldade em equilibrar os estudos com responsabilidades domésticas e familiares.



COMPORTAMENTO E HÁBITOS DE CONSUMO

Ana prioriza a compra ou obtenção de materiais relacionados aos estudos, como livros, cadernos e simulados. Ela utiliza ao máximo o celular ou computador da família para estudar.

Prioriza aplicativos educativos gratuitos, videoaulas e grupos de estudo em redes sociais. Gosta de assistir a documentários e filmes educativos em plataformas

de materiais relacionados aos estudos, como livros, cadernos e simulados. Ela utiliza ao máximo o

gratuitas ou compartilhadas. Participa de eventos comunitários, como feiras culturais ou palestras oferecidas em escolas e instituições públicas.

Ana pode compor a página institucional da universidade, sendo estruturada para atrair e apoiar alunos que, assim como ela, buscam aprendizado acadêmico e acolhimento.

POSSÍVEIS UTILIZAÇÕES DA PERSONA ANA

Sugestões:

- Desenvolvimento de conteúdos específicos, como guia de boas-vindas para calouros, que assim como Ana, estão na expectativa de iniciar a vida acadêmica;
- Produção de vídeos curtos para redes sociais (Instagram, Facebook e Tik Tok, por exemplo), além de um blog com conselhos sobre adaptação à universidade;
- Criação de uma série de posts destacando iniciativas como mentoria, programas de integração e histórias de sucesso de alunos como Ana, incentivando outros estudantes a participarem e darem seus depoimentos;
- Promoção de círculos de conversa ou painéis com especialistas sobre os desafios da adaptação ao ensino superior, convidando Ana como personagem fictícia representativa;
- Utilização da imagem de Ana como base para criar pesquisas e questionários que avaliem as principais dificuldades dos alunos ao ingressarem na universidade;
- Desenvolvimento de uma página site da instituição contendo informações práticas e tutoriais sobre serviços acadêmicos e de suporte, com uma linguagem acessível que reflita o tom inspirador de Ana, a tendo como “garota-propaganda”. Esta mesma página pode destacar, ainda, como os alunos podem se envolver em projetos de extensão, grupos de apoio, programas de voluntariado ou iniciação científica, ajudando-os a se sentir parte da comunidade acadêmica desde o início de sua jornada.
- Inclusão de depoimentos de alunos que passaram por dificuldades em sua adaptação à vida universitária e como os programas de apoio e integração da universidade os ajudaram.

CONTRIBUIÇÕES DA PERSONA PARA A FORMAÇÃO DE PROFESSORES

A persona Ana Silva simboliza um padrão que une a vivência dos alunos à atuação pedagógica, contribuindo para a formação de

educadores mais capacitados e comprometidos com a mudança social por meio da educação. Sua atuação pode ser de grande valor na capacitação docente, configurando-se como uma referência prática para tratar de temas essenciais na educação, como acolhimento, engajamento e inclusão. Ela proporciona percepções significativas sobre a vivência dos estudantes e sugere maneiras pelas quais os professores podem intervir para aprimorar a dinâmica do ensino. A seguir, algumas abordagens:

- **Conscientização sobre a Diversidade na Educação**

A história de Ana permite que professores reflitam sobre as dificuldades que alunos enfrentam na busca por seus objetivos educacionais. Logo, ela pode motivar educadores a identificar e apreciar a diversidade entre os alunos, fomentando métodos de ensino mais inclusivos.

→ Aplicabilidade:

- Elaboração de aulas que levem em conta variados contextos culturais, sociais e emocionais dos estudantes;
- Debate sobre como ajustar a linguagem e os recursos pedagógicos para satisfazer alunos de diversas origens.

- **Desenvolvimento de Estratégias para Mobilização Estudantil**

Ana pode motivar docentes a desenvolverem métodos ativos que incentivem o envolvimento dos estudantes.

→ Aplicabilidade:

- Oficinas sobre a aplicação de práticas colaborativas, tais como trabalhos em equipe e debates abertos com o objetivo de ampliar a participação dos alunos;
- Pesquisas acerca do efeito benéfico de atividades extracurriculares na motivação para o estudo.

- Saúde emocional e bem-estar-estar

Ana destaca a relevância de incorporar o suporte psicológico no contexto educacional, o que pode revolucionar a interação entre professor e aluno.

→ Aplicabilidade:

- Utilização na inclusão de matérias ou módulos relacionados à conexão entre a saúde emocional e rendimento escolar.

- Implementação de Programas de Recepção

Ana pode motivar educadores a criarem programas de acolhimento para estudantes de variados níveis de ensino.

→ Aplicabilidade:

- Formação para planejar atividades de recepção e integração entre estudantes novatos e antigos.

- Elaboração de mentorias que liguem estudantes em diversas fases da trajetória acadêmica.

- Formação para Operar com Políticas Educacionais Públicas

O trajeto escolar de Ana mostra a realidade de muitos estudantes. Por isso, é possível que projetos de inclusão e envolvimento possam elucidar aos docentes sobre como terem um papel ativo na formulação de políticas educacionais que visam à igualdade.

→ Aplicabilidade:

- Debates sobre como influenciar ou auxiliar na implementação de políticas públicas que incentivem a inclusão educacional;

- Reflexões acerca da função do docente no asseguramento do acesso equitativo à educação

- Reflexão sobre o papel transformador do professor

A história de Ana ressalta como o docente pode impactar positivamente a vivência acadêmica dos estudantes, servindo como orientador e apoio.

→ Aplicabilidade:

- Atividades e dinâmicas que explorem o efeito das atitudes e práticas pedagógicas no sucesso dos alunos;
- Análise de casos em que o docente atuou como um agente transformador na vida de seus estudantes.

A persona Ana Souza atua como um reflexo das reais necessidades, obstáculos e motivações que os docentes encontrarão ao longo de suas trajetórias profissionais. Além dos pontos elencados logo acima, incluí-la no processo de formação permitirá:

- Desenvolver Professores mais sensíveis e proativos, que compreendem as complexidades do ambiente escolar e tomam medidas para apoiar seus estudantes;
- Estimular práticas pedagógicas que transcendem o conteúdo acadêmico, incorporando elementos sociais e emocionais;
- Desenvolver estratégias que incentivem os estudantes e auxiliem na superação dos obstáculos de adaptação e rendimento, contribuindo com a redução da evasão acadêmica.

A personalidade de Ana é marcada por características que refletem sua trajetória de vida,

suas aspirações e os desafios que enfrenta como estudante de uma escola pública em Minas Gerais. Ela é uma jovem mulher brasileira, de 17 anos, de cabelos cacheados e longos. Às vezes, ela usa os cachos soltos, mas também gosta de estilos práticos, como coques altos ou tranças.

Sua pele é morena clara, com tom uniforme e saudável, pois valoriza momentos de autocuidado e equilíbrio. Ana tem olhos castanhos, sua altura é mediana. Ela não segue padrões rigorosos de estética, refletindo a rotina ativa de uma jovem engajada em seus estudos e atividades cotidianas.

Ana gosta de roupas casuais e confortáveis, como jeans., camisetas de cores neutras e tênis.

As imagens mostram Ana em momentos distintos.

A APARÊNCIA FÍSICA DE ANA



"Estudar é minha forma de mostrar ao mundo que eu posso chegar onde eu desejo!"



"Com determinação e foco, todo sonho universitário pode se transformar em uma poderosa realidade!"



"Cada página que estudo é um passo mais perto do meu sonho."