

FACULDADE DE TECNOLOGIA PADRE DANILO JOSÉ DE OLIVEIRA OHL

CAMILA LOPES BONILHA
JULIA RODRIGUES GOMES
SAMARA DUARTE BRITO

**PLATAFORMA DIGITAL PARA PROMOVER EQUIDADE DE GÊNERO E
EMPREGABILIDADE DE MULHERES NA ÁREA DE DESIGN DIGITAL**

BARUERI

2026

FACULDADE DE TECNOLOGIA PADRE DANILO JOSÉ DE OLIVEIRA OHL

CAMILA LOPES BONILHA
JULIA RODRIGUES GOMES
SAMARA DUARTE BRITO

**PLATAFORMA DIGITAL PARA PROMOVER EQUIDADE DE GÊNERO E
EMPREGABILIDADE DE MULHERES NA ÁREA DE DESIGN DIGITAL**

Monografia apresentada à banca examinadora da
Faculdade de Tecnologia de Barueri como requisito
para obtenção do título de tecnólogo em Design de
Mídias Digitais.

Orientadora: Profa. Dra. Lilian Marques Silva

BARUERI

2026

RESUMO

BONILHA, C. L.¹; GOMES, J. R.²; BRITO, S. D.³ **Plataforma digital para promover equidade de gênero e empregabilidade de mulheres na área de *design digital*.** Monografia apresentada à Faculdade de Tecnologia Padre Danilo José de Oliveira Ohi - Fatec Barueri - para obtenção do título de Tecnólogo em Design em Mídias Digitais, Barueri/SP, 2026.

A presença das mulheres na área de *design digital* ainda enfrenta muitos obstáculos, não por falta de talento, mas por barreiras estruturais, culturais e pela escassez de oportunidades igualitárias. Nesse cenário, uma plataforma digital voltada para promover a equidade de gênero e impulsionar a empregabilidade pode atuar como ponte entre formação, visibilidade e inserção profissional. A proposta de uma plataforma com esse foco vai além de oferecer vagas: ela funciona como um ambiente de apoio, conexão e desenvolvimento. Reúne mentorias acessíveis, com profissionais da área, banco de talentos voltado para empresas que buscam diversidade e espaços de troca entre mulheres iniciantes e experientes. Esse tipo de iniciativa ajuda tanto quem está começando quanto quem já atua e deseja crescer ou se recolocar. Ao criar um ambiente digital comprometido com inclusão real, a plataforma contribui para reduzir desigualdades, fortalecer a representatividade feminina no *design digital* e abrir caminhos para carreiras mais justas e sustentáveis. Mais do que inserir mulheres no mercado, ela dá condições para que ocupem esses espaços com segurança, reconhecimento e autonomia. O objetivo geral do trabalho foi desenvolver uma plataforma que facilitasse a inserção e a permanência de mulheres na área de *design digital*, por meio da divulgação de vagas de emprego e oportunidades de mentoria, promovendo a inclusão, a equidade de gênero e o fortalecimento da atuação profissional feminina no mercado criativo. A metodologia adotada baseou-se no uso do método de pesquisas e estratégias integradas ao planejamento, com apoio das pesquisas aplicada, explicativa, bibliográfica, criativa e análise qualitativa dos dados. Os resultados do protótipo ficaram concretos em diferentes dimensões: plataforma prática e funcional com incentivos à representatividade e a viabilidade de implementação.

Palavras-chave: Equidade de gênero. Empregabilidade feminina. *Design digital*. Plataforma digital. Representatividade.

¹Graduando do curso de Tecnologia em Design de Mídias Digitais da Faculdade de Tecnologia de Barueri "Padre Danilo José de Oliveira Ohi. e-mail: camila.bonilha3@fatec.sp.gov.br.

²Graduando do curso de Tecnologia em Design de Mídias Digitais da Faculdade de Tecnologia de Barueri "Padre Danilo José de Oliveira Ohi. e-mail: julia.gomes3@fatec.sp.gov.br.

³Graduando do curso de Tecnologia em Design de Mídias Digitais da Faculdade de Tecnologia de Barueri "Padre Danilo José de Oliveira Ohi. e-mail: samara.brito@fatec.sp.gov.br.

ABSTRACT

BONILHA, C. L.; GOMES, J. R.; BRITO, S. D. **Digital platform to promote gender equity and women's employability in the digital design field.** Monograph presented to the Padre Danilo José de Oliveira Ohi College of Technology - Fatec Barueri - to obtain the degree of Technologist in Digital Media Design, Barueri/SP, 2026.

The presence of women in the field of digital design still faces many obstacles—not due to a lack of talent, but because of structural and cultural barriers and a shortage of equal opportunities. In this scenario, a digital platform dedicated to promoting gender equity and boosting employability can act as a bridge between education, visibility, and professional placement. The proposal for a platform with this focus goes beyond offering job listings: it functions as an environment for support, connection, and development. It brings together accessible mentorships with industry professionals, a talent pool for companies seeking diversity, and networking spaces for both beginners and experienced women. This type of initiative assists those starting their careers as well as those already in the field who wish to grow or transition. By creating a digital environment committed to genuine inclusion, the platform contributes to reducing inequalities, strengthening female representation in digital design, and paving the way for fairer and more sustainable careers. More than just placing women in the market, it provides the conditions for them to occupy these spaces with security, recognition, and autonomy. The general objective of this work was to develop a platform that facilitates the entry and retention of women in the digital design field through the dissemination of job openings and mentorship opportunities, promoting inclusion, gender equity, and the strengthening of female professional performance in the creative market. The methodology adopted was based on the use of research methods and strategies integrated into planning, supported by applied, explanatory, bibliographic, and creative research, as well as qualitative data analysis. The prototype results were materialized across different dimensions: a practical and functional platform with incentives for representation and feasibility of implementation.

Keywords: Gender equity. Female employability. Digital design. Digital platform. Representation.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	4
1.1 <i>Problemática</i>	5
1.3.1 <i>Objetivo Geral</i>	6
1.3.2 <i>Objetivos Específicos</i>	7
1.4 <i>Metodologia</i>	7
2 REFERENCIAL TEÓRICO	7
2.1 <i>O mercado de trabalho no setor criativo e de design digital</i>	7
2.2 <i>Desigualdades de gênero no mercado de trabalho</i>	9
2.3 <i>Tecnologia como ferramenta de inclusão e empregabilidade</i>	9
2.4 <i>Plataformas digitais voltadas para o desenvolvimento de carreiras</i>	10
2.5 <i>O impacto das plataformas digitais na promoção da empregabilidade feminina</i>	11
2.5.1 <i>PowerToFly</i>	12
2.6 <i>Mentoria e redes de apoio como estratégias de desenvolvimento profissional</i>	12
2.6.1 <i>Mentoria Acadêmica Gamificada: Explorando o legado das Mulheres na Computação</i>	13
2.6.2 <i>A inclusão das mulheres nas carreiras de ciência e tecnologia no Brasil</i>	13
2.6.3 <i>Análise de dados para localização de mentoras para mulheres na tecnologia</i>	14
2.6.4 <i>The Impact of Mentorship on Employability in the Tech Industry: Evidence from Poland</i>	14
2.7 <i>Equidade de gênero e inclusão no mercado criativo</i>	14
2.8 <i>Bases conceituais para o desenvolvimento da solução</i>	15
2.9 <i>Design Centrado no Usuário (DCU)</i>	15
2.10 <i>Requisitos técnicos e funcionais de uma plataforma digital</i>	16
3. METODOLOGIA	17
3.1 <i>Método de pesquisas e estratégias integradas ao planejamento</i>	17
3.2 <i>Pesquisa Aplicada</i>	18
3.3 <i>Pesquisa Explicativa</i>	18
3.4 <i>Pesquisa Bibliográfica</i>	19
3.5 <i>Pesquisa Criativa</i>	19
3.6 <i>Análise Qualitativa</i>	19
4. DESENVOLVIMENTO DO APLICATIVO	20
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	26
REFERÊNCIAS	26

1 INTRODUÇÃO

O mercado de trabalho na área de *design digital* tem se mostrado cada vez mais dinâmico e competitivo, exigindo atualização constante e a construção de redes de apoio para garantir a inserção e a permanência dos profissionais. Contudo, ainda se observa a presença de barreiras relacionadas à desigualdade de gênero, que impactam diretamente a atuação feminina nesse setor. Muitas mulheres encontram dificuldades tanto para acessar vagas de emprego quanto para se manter e se desenvolver em suas trajetórias profissionais, crescendo e alcançando cargos de maior responsabilidade.

Dados do UX Collective evidenciam essa problemática: em 2018, mulheres representavam apenas 39% dos profissionais de design digital no Brasil, e a participação feminina em cargos de liderança era ainda menor, cerca de 28% (Pires, 2020). Esse cenário torna-se ainda mais relevante quando observado à luz dos dados da educação superior brasileira, que indicam que as mulheres representam aproximadamente 59% a 60% dos concluintes do ensino superior. Entretanto, essa participação não ocorre de forma homogênea em todas as áreas do conhecimento. Nos cursos voltados à Tecnologia da Informação e Computação, a presença feminina costuma variar entre 20% e 25%, evidenciando uma disparidade de gênero significativa. No caso do Design Digital, a participação das mulheres tende a ser maior quando o curso possui enfoque em Artes e Comunicação, enquanto cursos com maior proximidade com desenvolvimento e programação apresentam uma representatividade feminina menor. Esses dados indicam que, embora as mulheres apresentem forte presença na formação superior, desafios relacionados à representatividade, à inserção e à ascensão profissional ainda persistem em áreas ligadas à tecnologia e ao design digital (INEP, 2022).

A relevância deste tema é reforçada pelo Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 5 da Agenda 2030, que busca “alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas” (ONU Brasil, 2023). Assim, a tecnologia surge como aliada na promoção de inclusão e equidade, oferecendo soluções inovadoras capazes de aproximar oportunidades de quem mais precisa delas. Plataformas digitais que centralizam vagas e disponibilizam oportunidades de mentoria fortalecem a comunidade feminina e promovem protagonismo.

Uma solução desse tipo estimula a formação de redes colaborativas e de apoio profissional, criando um ambiente favorável para o desenvolvimento de habilidades e para o aprendizado contínuo. Dessa forma, o presente trabalho propõe o desenvolvimento de uma plataforma voltada para mulheres interessadas em atuar na área de *design digital*, com o objetivo de ampliar o acesso a informações sobre o mercado, incentivar a capacitação e contribuir para a valorização da presença feminina.

1.1 Problemática

Embora a participação feminina no mercado de trabalho tenha avançado, o setor criativo, e especificamente o *design digital*, ainda é palco de desigualdades estruturais persistentes. Muitas profissionais enfrentam uma "invisibilidade seletiva", em que o reconhecimento de seu potencial técnico é limitado por barreiras culturais, dificultando o acesso a projetos estratégicos e redes de contatos fundamentais para a ascensão na carreira. Como aponta Abramo (2004), o acesso das mulheres ao mercado não garante, por si só, a igualdade, uma vez que persistem divisões que confinam o talento feminino a espaços de menor prestígio ou menor remuneração.

Soma-se a isso a escassez de ferramentas tecnológicas desenhadas para mitigar essas disparidades. A falta de plataformas que conectem diretamente designers mulheres a oportunidades inclusivas e a programas de mentoria cria um vácuo no desenvolvimento de competências e no fortalecimento de suas trajetórias. Sem esses ecossistemas de apoio, a valorização da presença feminina no *design digital* torna-se lenta, perpetuando um ciclo onde o mercado criativo deixa de absorver e aprender com a diversidade de perspectivas dessas profissionais (Castro; Abramovay, 2005).

Nesse contexto, a problemática deste trabalho foi: De que maneira a criação de uma plataforma digital focada em mentoria e *networking* pode mitigar as barreiras de visibilidade e fomentar a equidade de gênero e a empregabilidade de mulheres no mercado de *design digital*?

1.2 Justificativa

A participação feminina no mercado de *design digital* ainda enfrenta desigualdades significativas, mesmo com o crescimento do setor. O tema é relevante, pois aborda a inclusão e valorização das mulheres em um campo estratégico e criativo, diretamente ligado ao Objetivo de Desenvolvimento Sustentável (ODS) 5 da Agenda 2030, que busca promover a igualdade de gênero e o empoderamento feminino. Compreender essa realidade é essencial para identificar barreiras e propor meios de fortalecê-las profissionalmente (ONU Brasil, 2023).

A criação de uma plataforma digital voltada para mulheres no *design digital* justifica-se pela necessidade de ampliar a visibilidade desse público e conectar profissionais a oportunidades de emprego e programas de mentoria. Além de facilitar o acesso a experiências, a plataforma fortalece redes de apoio, incentiva a troca de conhecimentos e contribui para a valorização da atuação feminina, promovendo maior protagonismo e equidade no mercado criativo.

Do ponto de vista acadêmico, o projeto amplia o debate sobre a relação entre tecnologia, equidade de gênero e empregabilidade, oferecendo subsídios para pesquisas futuras e para políticas de inclusão. No âmbito social, representa um investimento no desenvolvimento profissional das mulheres, estimulando a consolidação de sua presença no *design digital* e contribuindo para a transformação de um setor historicamente marcado por desigualdades.

1.3 Objetivos

O *design digital* é uma área em constante expansão, desempenhando papel estratégico no desenvolvimento de produtos, serviços e experiências capazes de impactar realidades sociais e econômicas. Apesar de seu caráter criativo e inovador, o mercado de *design digital* ainda apresenta desigualdades estruturais, especialmente no que se refere à inserção e à permanência de mulheres. Muitas profissionais enfrentam barreiras relacionadas à visibilidade, ao acesso a oportunidades de emprego e à ausência de redes de apoio que fortaleçam sua atuação no setor, limitando seu protagonismo e a valorização de seu trabalho.

Diante desse cenário, plataformas digitais voltadas para a empregabilidade e a mentoria surgem como recursos estratégicos para ampliar oportunidades e

fortalecer redes de apoio. O desenvolvimento de uma plataforma que centralize vagas de emprego e ofereça programas de mentoria direcionados às mulheres na área de *design digital* torna-se relevante não apenas como suporte à carreira dessas profissionais, mas também como instrumento de promoção da inclusão, da equidade de gênero e do fortalecimento da presença feminina no mercado criativo, contribuindo para a redução das disparidades existentes.

1.3.1 Objetivo Geral

O objetivo geral deste trabalho foi desenvolver uma plataforma que facilitasse a inserção e permanência de mulheres na área de *design digital*, por meio da divulgação de vagas de emprego e oportunidades de mentoria, promovendo a inclusão, a equidade de gênero e o fortalecimento da atuação profissional feminina no mercado criativo.

1.3.2 Objetivos Específicos

Os objetivos específicos deste trabalho foram:

1. Mapear as principais necessidades e desafios enfrentados por mulheres na inserção e permanência no mercado de *design digital*;
2. Pesquisar e analisar modelos de aplicativos e plataformas existentes que atuam na área de empregabilidade e mentorias, identificando boas práticas e limitações;
3. Estruturar um ambiente digital que disponibilize vagas de emprego na área de *design digital* de forma acessível e direcionada ao público feminino;

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico, neste trabalho, é a parte que reúne as ideias, estudos e autores que ajudam a explicar por que ainda existem barreiras para as mulheres no *design digital* e como soluções como plataformas *online* ou aplicativos podem transformar essa realidade.

2.1 O mercado de trabalho no setor criativo e de design digital

O setor criativo brasileiro representa cerca de 3,11% do PIB nacional, empregando aproximadamente 7,4 milhões de pessoas, com projeção de crescimento para 8,4 milhões até 2030 (Riotimesonline, 2024). Paralelamente, a Creator Economy — que engloba o mercado de produtos e serviços digitais — apresentou um crescimento de 30% em empregos diretos e indiretos no país (FGV; Hotmart, 2023). Esse panorama reforça o papel crescente do *design digital* como uma das principais áreas dentro da economia criativa, impulsionada pela digitalização de negócios e pela valorização da experiência do usuário.

Em nível global, o *design digital* se consolida como campo estratégico dentro da economia digital. Profissões como *Digital Experience Designer* (Designer de Experiência Digital) estão em alta demanda, estimuladas pela transformação digital e pela busca por soluções centradas no usuário (Jobicy, 2024). No Brasil, uma pesquisa conduzida pela Figma (2023) revelou que 47% dos *designers* já participam ativamente da definição de produto em suas empresas, o que evidencia uma mudança no posicionamento do design — de um papel estético para uma função estratégica de inovação.

A digitalização e a incorporação de tecnologias como a inteligência artificial generativa vêm redefinindo o trabalho criativo e a própria natureza da produção de design. Para acompanhar essas transformações, os profissionais precisam dominar ferramentas digitais e compreender os processos relacionados à experiência do usuário e ao desenvolvimento de produtos digitais (Bonfácio *et al.*, 2025; Figma, 2023). Estima-se que o mercado de transformação digital no Brasil atinja US\$ 75,8 bilhões, até 2030, crescendo a uma taxa anual média de 28,7%, o que evidencia a relevância do *design digital* como parte essencial da inovação e da competitividade empresarial (Grand View Research, 2024).

No que se refere às competências exigidas dos profissionais da área, destacam-se o domínio de ferramentas como Adobe Creative Cloud, Figma e Sketch, além de conhecimentos em *design* centrado no usuário, prototipagem, comunicação visual, *motion graphics* e fundamentos de *front-end* (Spotterful, 2024). Contudo, além das habilidades técnicas, o mercado demanda também competências do século XXI, como pensamento crítico, criatividade, colaboração e adaptabilidade, atributos que podem ser desenvolvidos por meio de metodologias como o *design thinking* (Cuque; Mattar, 2021).

Essas transformações e exigências profissionais revelam a importância de espaços formativos que promovam o desenvolvimento técnico, estratégico e humano de mulheres no *design digital*.

2.2 Desigualdades de gênero no mercado de trabalho

A trajetória da presença feminina nas profissões criativas no Brasil é marcada por uma evolução gradual, mas ainda incompleta. Embora a inserção das mulheres no mercado de trabalho tenha ganhado escala a partir do processo de industrialização na década de 1930, essa ocupação não ocorreu de forma equitativa entre os setores da economia (Bruschini, 2000). Atualmente, apesar de representarem uma parcela significativa da força de trabalho, as mulheres no setor criativo ainda enfrentam barreiras estruturais severas. Entre os principais obstáculos, destacam-se a persistente disparidade salarial em relação aos homens e a sub-representação em cargos de liderança e direção criativa (Oliveira; Silva, 2022).

Apesar de as mulheres representarem uma parcela significativa dos estudantes de *design*, essa proporção não se reflete nas posições de destaque e liderança no mercado (Pires, 2020). Barreiras institucionais e culturais dificultam a permanência das mulheres em carreiras predominantemente masculinas, como o *design digital*. Tais dificuldades são reflexo da segregação horizontal, que confina a mulher a certas áreas do conhecimento, e da segregação vertical, que impede sua ascensão a posições de maior prestígio e liderança (Olinto, 2011; Lima *et al.*, 2024).

Além disso, a disparidade salarial é uma realidade persistente. Dados do Ministério do Trabalho e Emprego (Brasil, 2024) indicam que as mulheres ganham, em média, 19,4% a menos que os homens, e em cargos de dirigentes e gerentes a diferença chega a 25,2%. A sub-representação feminina em posições de liderança

evidencia a necessidade de políticas e estratégias que promovam equidade de gênero e representatividade (Brasil, 2024).

2.3 Tecnologia como ferramenta de inclusão e empregabilidade

Os avanços tecnológicos marcam a história da inovação e do progresso, impactando o mercado de trabalho ao transformar gradualmente funções e criar novas oportunidades (Pereira, 2023). Além de todas as possibilidades que a tecnologia revela, ela se mostra como uma ferramenta estratégica de inclusão e empregabilidade, atuando em diversos cenários, inclusive na promoção da equidade de gênero, ao ampliar possibilidades de atuação e facilitar o acesso a empregos. Nesse cenário, destacam-se as plataformas digitais voltadas para o desenvolvimento de carreiras, assim como o papel que exercem na promoção da empregabilidade feminina.

2.4 Plataformas digitais voltadas para o desenvolvimento de carreiras

Atualmente, diversas plataformas digitais desempenham um papel estratégico no desenvolvimento de carreiras, oferecendo recursos para que os profissionais busquem novas oportunidades de trabalho ou até mesmo recebam mentorias. Entre elas destacam-se:

- ✓ *LinkedIn* (<https://www.linkedin.com/>): rede social profissional que integra *networking*, busca de vagas e construção de uma marca pessoal;
- ✓ *Gupy* (<https://www.gupy.io/>): plataforma de recrutamento que utiliza inteligência artificial para otimizar processos seletivos;
- ✓ *Catho* (<https://www.catho.com.br/>): portal de empregos com ampla variedade de vagas em diferentes setores;

- ✓ *Vagas.com* (<https://www.vagas.com.br/>): conecta candidatos a empresas por meio de filtros de área, experiência e modalidade de trabalho;
- ✓ *InfoJobs* (<https://www.infojobs.com.br/>): facilita a busca por vagas e a candidatura online;
- ✓ *Workana* (<https://www.workana.com/>) e *99Freelas* (<https://www.99freelas.com.br/>): conectam profissionais a trabalhos *freelancers* ou remotos em diversas áreas de atuação.

Além dessas opções mais abrangentes, existem plataformas específicas voltadas ao público feminino, à promoção da diversidade no mercado de trabalho e ao *design digital*. Entre elas, destacam-se:

- ✓ *PowerToFly* (<https://powertofly.com/>): conecta mulheres a empresas inclusivas e oferece mentorias e eventos de carreira;
- ✓ *Femme Palette* (<https://www.femmepalette.com/>): oferece programas de mentoria e aceleração profissional;
- ✓ *SheSharp* (<https://www.shesharp.co/>): promove o empoderamento feminino na tecnologia por meio de comunidades e eventos;
- ✓ *{reprograma}* (<https://reprograma.com.br/>): oferece cursos e mentorias em tecnologia e *design digital* (Brasil);
- ✓ *She Codes* (<https://shecodes.com.br/>): amplia o acesso à educação tecnológica com *bootcamps* e *workshops* acessíveis (Brasil);
- ✓ *Behance* (<https://www.behance.net/>) e *Dribbble* (<https://dribbble.com/>): plataformas amplamente utilizadas por *designers* para divulgação de portfólios, *networking* e busca de oportunidades de trabalho.

No âmbito da mentoria e do desenvolvimento profissional, destacam-se:

- ✓ *MentorCruise* (<https://mentorcruise.com/>): conecta profissionais iniciantes ou em transição de carreira a mentores experientes, oferecendo orientação estratégica e aceleração profissional;
- ✓ *GrowthMentor* (<https://www.growthmentor.com/>): conecta profissionais a mentores experientes, oferecendo suporte estratégico e desenvolvimento profissional;
- ✓ *Coach.me* (<https://www.coach.me/>): auxilia na definição e acompanhamento de metas pessoais e profissionais;
- ✓ *Career Definer* (<https://careerdefiner.com/>): disponibiliza recursos para explorar perfis profissionais e identificar áreas de maior afinidade.

Essas são algumas plataformas quando se fala em desenvolvimento profissional. Elas contribuem tanto para o acesso a oportunidades de trabalho quanto para o aprimoramento de competências e habilidades estratégicas.

2.5 O impacto das plataformas digitais na promoção da empregabilidade feminina

O impacto das plataformas digitais na empregabilidade feminina apresenta um cenário ambivalente, oferecendo oportunidades de crescimento profissional, mas também evidenciando barreiras estruturais. Redes profissionais como o LinkedIn mostram que mulheres são 20% menos propensas a se candidatar a vagas do que homens, aplicando-se somente quando atendem 100% dos requisitos, enquanto os homens aplicam com cerca de 60% das qualificações exigidas. Além disso, 68% das mulheres consideram a faixa salarial e benefícios informações essenciais para decidir candidatar-se a uma vaga, e recrutadores demonstram 13% menos propensão a clicar em perfis femininos em buscas iniciais, mesmo quando qualificadas (LinkedIn, 2019).

Plataformas de mentoria, como o MentorCruise, complementam essas redes ao oferecer suporte estratégico, orientação personalizada e desenvolvimento de

habilidades. Usuárias do MentorCruise relatam uma taxa de satisfação de 97% e alcançam seus objetivos profissionais em períodos relativamente curtos (Mentorcruise, 2025). Esses dados reforçam que o uso estratégico de plataformas digitais e mentorias personalizadas pode aumentar significativamente a participação feminina no mercado de trabalho, contribuindo para reduzir barreiras estruturais.

Um exemplo prático é a plataforma PowerToFly, voltada para conectar mulheres a empresas inclusivas e oferecer mentorias, eventos de networking e oportunidades de carreira. Outras iniciativas, como Femme Palette, SheSharp, Reprograma e She Codes, aplicam estratégias semelhantes, oferecendo mentorias e capacitação, reforçando que diferentes modelos digitais podem contribuir para ampliar a empregabilidade feminina.

2.5.1 PowerToFly

Fundada em 2014, a PowerToFly atua globalmente com o objetivo de reduzir barreiras de gênero no mercado de trabalho e ampliar a empregabilidade feminina, especialmente em áreas de tecnologia e negócios. A plataforma permite que usuárias criem perfis profissionais detalhados, participem de sessões de mentoria individuais ou em grupo e se inscrevam em vagas em empresas comprometidas com diversidade. Além disso, promove eventos virtuais e workshops voltados ao desenvolvimento de habilidades estratégicas e à expansão da rede profissional. Ao combinar suporte digital e orientação personalizada, a plataforma possibilita que profissionais aprimorem competências, ampliem sua rede e acessem oportunidades alinhadas ao seu perfil, evidenciando como iniciativas online podem fortalecer a inclusão e o crescimento profissional das mulheres no ambiente corporativo (Powertofly, 2025).

2.6 Mentoria e redes de apoio como estratégias de desenvolvimento profissional

A presença de mulheres na área de tecnologia ainda é marcada por desigualdades estruturais e pela falta de referências femininas, o que reforça a importância de redes de apoio e programas de mentoria como estratégias de fortalecimento profissional e inclusão. Essas iniciativas atuam na redução da evasão, no estímulo à autoconfiança e no aumento da empregabilidade,

promovendo o desenvolvimento de competências técnicas e socioemocionais essenciais à atuação no setor.

Diversas pesquisas brasileiras têm abordado essa temática, destacando experiências de mentoria, gamificação e inclusão como ferramentas de transformação social e educacional. A seguir, são apresentados três estudos que contribuem para a compreensão do papel da mentoria e das redes de apoio no contexto feminino da tecnologia.

2.6.1 Mentoria Acadêmica Gamificada: Explorando o legado das Mulheres na Computação

Rocha *et al.* (2024) apresentam uma proposta de mentoria acadêmica gamificada voltada para mulheres ingressantes nos cursos de Engenharia de Software e Ciência da Computação da Universidade Federal do Ceará. A iniciativa tem como objetivo incentivar a permanência dessas alunas, ampliar a representatividade e fortalecer a rede de apoio entre mulheres da área.

A pesquisa demonstra que o uso de elementos de gamificação aumenta o engajamento e o sentimento de pertencimento das participantes, promovendo um ambiente mais acolhedor e colaborativo. Essa abordagem evidencia como a mentoria pode ser adaptada a novos formatos tecnológicos, aproximando-se do público jovem e ampliando seu impacto educacional.

2.6.2 A inclusão das mulheres nas carreiras de ciência e tecnologia no Brasil

Olinto (2021) discute as barreiras estruturais e culturais que limitam a presença feminina nas áreas científicas e tecnológicas no Brasil. A autora analisa dados sobre desigualdades de gênero, segregação profissional e as políticas públicas de estímulo à inclusão, destacando a necessidade de programas de mentoria e redes de apoio como ferramentas de promoção da equidade.

A pesquisa serve de base teórica para compreender os fatores que sustentam a sub-representação feminina no setor e reforça a importância de ações contínuas de incentivo, formação e visibilidade das mulheres na ciência e na tecnologia.

2.6.3 Análise de dados para localização de mentoras para mulheres na tecnologia

O trabalho de Kawakami (2019) aborda a mentoria como meio de inclusão e desenvolvimento profissional de mulheres na área de tecnologia. A pesquisa analisa dados sobre a presença feminina no mercado de TI (Tecnologia da Informação) brasileiro e propõe mecanismos para identificar e conectar mentoras e mentoradas, fortalecendo redes de apoio e oportunidades de crescimento.

O estudo destaca o papel das comunidades e iniciativas digitais, que funcionam como espaços de troca de experiências e incentivo à formação técnica. Essa perspectiva é especialmente relevante para projetos que visam desenvolver plataformas de mentoria voltadas à empregabilidade e à autonomia feminina.

2.6.4 The Impact of Mentorship on Employability in the Tech Industry: Evidence from Poland

O estudo desenvolvido por Kaczmarczyk e Szulc (2021) investigou o impacto de programas de mentoria voltados para mulheres na área de tecnologia na Polônia. A pesquisa analisou dados quantitativos sobre inserção profissional e demonstrou que a participação em programas estruturados de mentoria aumentou a probabilidade de mulheres conseguirem emprego no setor tecnológico de 29% para 42%.

Esses resultados reforçam a eficácia da mentoria como ferramenta estratégica para a promoção da empregabilidade feminina e para a redução das desigualdades de gênero no mercado de tecnologia. O estudo também destaca o papel das redes de mentoria como espaços de compartilhamento de conhecimento, desenvolvimento de habilidades e fortalecimento da autoconfiança das participantes.

2.7 Equidade de gênero e inclusão no mercado criativo

Diversas ações têm sido implementadas para promover a diversidade e a inclusão no ambiente corporativo. Entre as estratégias destacam-se políticas de diversidade, treinamentos e criação de ambientes inclusivos que visam garantir igualdade de oportunidades (Instituto Ethos, 2023).

A representatividade feminina em cargos de liderança é fundamental para a construção de soluções mais inclusivas e diversificadas no ambiente corporativo. Estudos indicam que equipes diversas são mais criativas e inovadoras, sendo convincentemente associadas a melhores resultados financeiros e maior impacto social. Aumentar a presença feminina em equipes e na liderança contribui para a produção de trabalhos mais equitativos e representativos (Mckinsey..., 2023).

Além disso, a inclusão social, especialmente de gênero, fortalece o mercado criativo, criando um ambiente colaborativo e inovador. A diversidade é um fator crucial para a sustentabilidade, uma vez que as indústrias criativas e culturais, quando inclusivas, demonstram ser capazes de gerar soluções eficazes para desafios sociais e econômicos e contribuir para o desenvolvimento sustentável (Unesco, 2022).

2.8 Bases conceituais para o desenvolvimento da solução

O desenvolvimento de artefatos digitais, como sites e aplicativos, transcende a mera implementação de requisitos técnicos ou atributos estéticos; ele exige uma compreensão profunda das necessidades, limitações e expectativas dos usuários finais (Norman, 2006). A construção de interfaces acessíveis, intuitivas e esteticamente harmoniosas é determinante para promover uma experiência de uso satisfatória e engajadora. Nesse cenário, o Design Centrado no Usuário (DCU) emerge como uma abordagem estratégica essencial, pois submete o processo de desenvolvimento a ciclos de avaliação contínua sob a perspectiva do público-alvo (ISO 9241-210, 2019). Ao alinhar os requisitos técnicos e funcionais aos princípios de usabilidade, as soluções digitais tornam-se não apenas mais eficientes, mas verdadeiramente adequadas ao contexto sociocultural do usuário.

2.9 Design Centrado no Usuário (DCU)

O *Design Centrado no Usuário* (DCU) é uma abordagem de desenvolvimento que coloca as necessidades, expectativas e comportamentos do usuário no centro do processo de criação de soluções digitais, buscando tornar a experiência de uso mais amigável, eficiente e satisfatória (Moraes, 2021). Segundo Don Norman, *designer* e cientista cognitivo, o DCU deve focar nas pessoas, resolver a raiz dos problemas, considerar o sistema como um todo e testar continuamente as soluções

para garantir que atendam às reais necessidades do público. Além disso, a norma ISO 9241-210 reforça que o design deve ser iterativo e baseado em evidências obtidas por meio da observação e interação com os usuários (ISO 9241-210, 2019).

Dentro do DCU, temos dois componentes essenciais:

- Experiência do Usuário (UX): foca em como o usuário vai interagir com a solução digital, incluindo percepção, emoções e respostas ao usar a plataforma. A UX orienta decisões sobre organização de conteúdo, fluxo de navegação, funcionalidades e acessibilidade, garantindo uma experiência intuitiva e satisfatória (Alura, 2017).
- Interface do Usuário (UI): foca em como essa interação será visualmente apresentada, incluindo cores, tipografia, botões, ícones e *layout*. A UI transforma as definições de UX em elementos tangíveis e coerentes visualmente, garantindo clareza, estética e eficiência na interação (Alura, 2017).

Aplicar o DCU no desenvolvimento de uma plataforma envolve colocar o usuário no centro de todas as decisões, criando processos cíclicos de testes e ajustes. Geralmente, esse processo segue quatro etapas principais:

1. Imersão – compreender os desafios e necessidades do usuário (ex.: mapear dificuldades na busca por oportunidades de *design digital*);
2. Ideação – gerar e validar soluções de design (ex.: definir funcionalidades da plataforma);
3. Prototipagem – criar protótipos testáveis (ex.: interface inicial da plataforma);
4. Validação – realizar testes de usabilidade e ajustar a ferramenta com base nos *feedbacks* (Moraes, 2021).

Essa metodologia garante que a plataforma seja eficiente, intuitiva e alinhada às expectativas dos usuários.

2.10 Requisitos técnicos e funcionais de uma plataforma digital

Os requisitos funcionais definem o que a plataforma deve oferecer aos usuários, como a criação de perfis personalizados, a busca e filtragem de vagas de *design digital* e a inscrição em mentorias. Essas funcionalidades devem ser claras, mensuráveis e alinhadas às necessidades do público, garantindo que a plataforma cumpra os objetivos do projeto. A documentação desses requisitos orienta o desenvolvimento e assegura que todos os envolvidos compreendam o escopo do sistema (Visure Solutions, 2025).

Os requisitos técnicos abordam os aspectos tecnológicos necessários para o funcionamento da plataforma. Isso inclui a arquitetura de *software*, linguagens de programação, *frameworks* e banco de dados, além de questões de segurança, desempenho e escalabilidade. Exemplos incluem autenticação segura, criptografia de dados sensíveis e garantia de tempos de resposta adequados, assegurando a confiabilidade e eficiência do sistema (Clickup, 2025).

3. METODOLOGIA

O desenvolvimento deste trabalho fundamentou-se em uma abordagem metodológica composta por diferentes estratégias, com base no método de pesquisa e estratégias integradas ao planejamento. Foram utilizadas pesquisas aplicada, explicativa, bibliográfica, criativa e análise qualitativa dos dados, que, combinadas, possibilitam compreender o problema, embasar teoricamente o estudo e propor soluções práticas para a desigualdade de gênero na área do *design digital*.

3.1 Método de pesquisas e estratégias integradas ao planejamento

O método adotado neste trabalho envolveu a integração entre estratégias investigativas e projetuais, de modo a alinhar o processo de pesquisa às etapas de planejamento, concepção e desenvolvimento da plataforma digital proposta.

De acordo com Gil (2008, p. 17), “a metodologia de pesquisa deve ser entendida como o conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adotados para se alcançar o conhecimento”. Nesse sentido, este estudo combina métodos científicos e criativos, articulando a pesquisa teórica e empírica à prática de design,

a fim de desenvolver uma solução digital que responda a um problema social identificado — a baixa representatividade feminina no mercado criativo e tecnológico.

A metodologia foi estruturada de modo a garantir rigor científico, relevância social e aplicabilidade prática, integrando a pesquisa à ação projetual, característica essencial em projetos de design centrados no ser humano.

3.2 Pesquisa Aplicada

Quanto à natureza, este estudo caracteriza-se como pesquisa aplicada, pois busca gerar conhecimento voltado à solução de um problema concreto e atual: a desigualdade de gênero na inserção e permanência de mulheres na área do *design digital*.

Segundo Gil (2008, p. 27), “a pesquisa aplicada tem como objetivo gerar conhecimentos para aplicação prática, dirigidos à solução de problemas específicos”. Assim, o propósito deste trabalho não é apenas teórico, mas também transformador, pois pretende desenvolver uma ferramenta digital funcional que promova a inclusão, a visibilidade e o protagonismo feminino no ambiente profissional criativo.

Dessa forma, a pesquisa aplicada possibilitou uma ponte entre teoria e prática, utilizando os resultados da investigação para orientar o desenvolvimento de uma solução efetiva e socialmente relevante.

3.3 Pesquisa Explicativa

No que se refere aos objetivos, este estudo adotou a pesquisa explicativa, cujo propósito é compreender os fatores que determinam ou influenciam os fenômenos observados.

De acordo com Gil (2008, p. 42), “as pesquisas explicativas têm como principal objetivo identificar os fatores que determinam ou que contribuem para a ocorrência dos fenômenos”. Nesse contexto, buscou-se investigar as causas e dinâmicas que perpetuam a desigualdade de gênero no setor do design, analisando de que forma as barreiras culturais, estruturais e profissionais impactam a inserção e o crescimento das mulheres na área.

A pesquisa explicativa permitiu também compreender como a tecnologia pode atuar como mediadora social, servindo de instrumento para reduzir desigualdades e promover oportunidades igualitárias através de soluções digitais colaborativas.

3.4 Pesquisa Bibliográfica

A base teórica deste trabalho foi construída a partir de pesquisa bibliográfica, desenvolvida com o objetivo de reunir e analisar produções acadêmicas e científicas relevantes.

Conforme Gil (2008, p. 44), a pesquisa bibliográfica é “desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”. Assim, esta etapa teve como finalidade sistematizar o conhecimento existente sobre temas como gênero e tecnologia, representatividade feminina, *design digital*, plataformas colaborativas e processos de mentoria, estabelecendo um suporte conceitual sólido para o projeto.

A análise bibliográfica também permitiu identificar referências, lacunas e oportunidades no campo do design inclusivo, direcionando o desenvolvimento da proposta e fundamentando as decisões metodológicas subsequentes.

3.5 Pesquisa Criativa

Durante o processo de concepção da ferramenta, foi utilizada a pesquisa criativa, associada à metodologia projetual do *design* e à busca de soluções inovadoras e centradas no usuário.

Embora Gil (2008) descreva a pesquisa exploratória como aquela que proporciona “maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito” (p. 41), essa definição também pode ser relacionada ao contexto criativo, uma vez que o processo de exploração, experimentação e prototipagem é central na construção de soluções de *design*.

A pesquisa criativa, nesse sentido, envolveu processos iterativos de ideação e teste, permitindo transformar as informações coletadas em interfaces, fluxos e experiências digitais que respondem às necessidades das usuárias. Essa etapa foi essencial para traduzir o diagnóstico teórico em um produto digital tangível, funcional e socialmente significativo. Essa abordagem dialoga com os métodos criativos

sensíveis discutidos por Jacks et al. (2014), que destacam a importância de estratégias criativas para a compreensão das relações entre sujeitos, mídias e processos de construção de significado.

3.6 Análise Qualitativa

Por fim, a interpretação dos dados coletados ao longo do processo foi realizada por meio de uma análise qualitativa, voltada à compreensão dos significados, percepções do público-alvo.

Segundo Gil (2008, p. 133), a pesquisa qualitativa “considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, um vínculo indissociável entre o objeto e o pesquisador”.

Essa abordagem permitiu interpretar as informações obtidas em fontes bibliográficas, estudos de caso e observações, enfatizando o aspecto humano e subjetivo do projeto.

4. DESENVOLVIMENTO DO APLICATIVO

A proposta deste trabalho foi desenvolver uma plataforma, na forma de aplicativo, que facilitasse a inserção e a permanência de mulheres no mercado de *design digital*. Sendo assim, a plataforma teve como objetivos divulgar vagas de emprego e oportunidades de mentoria, promovendo a inclusão, a equidade de gênero e o fortalecimento da atuação profissional feminina no setor criativo.

Este desenvolvimento aconteceu por etapas que se conectam de forma lógica e prática, começando pela compreensão do problema e avançando até a construção de uma solução funcional como o aplicativo.

O primeiro passo consistiu em entender a realidade das mulheres no *design digital*. Isso envolveu análises sobre o que já foi pesquisado sobre o assunto. Esta fase ajudou a identificar com clareza onde estão os obstáculos: machismo velado, falta de incentivo, ausência de redes de apoio, dificuldade de visibilidade ou escassez de oportunidades formais.

Após esse diagnóstico, o processo de concepção da marca foi conduzido para encontrar uma nomenclatura que sintetizasse o propósito da solução. O resultado foi o nome "Mudi", concebido como um imperativo de transformação. A escolha do

nome foi motivada por sua sonoridade marcante e pela associação com a ideia de mudança, funcionando como uma identidade verbal que convida à transformação de um contexto em que ainda existem barreiras à presença feminina. Dessa forma, o ato de "mudar" é ressignificado como uma ação direta de protagonismo e fortalecimento profissional.

Na sequência, foram realizadas análises de *benchmarking* para fundamentar o direcionamento visual e a arquitetura de interface da plataforma. Estrategicamente, a identidade visual foi projetada para evidenciar modernidade, fortalecer o senso de comunidade e expressar criatividade, adotando a estética *Digital Pop Tech*. Essa escolha serviu como base para a construção de uma linguagem visual que, além de funcional, comunica uma postura de contestação e protagonismo feminino através de contrastes marcantes e elementos contemporâneos.

Apoiando-se nas diretrizes conceituais e na identidade visual estabelecida, a etapa seguinte consistiu em uma análise comparativa com os principais agentes do mercado (*Gupy*, *LinkedIn* e *InfoJobs*), o que permitiu identificar lacunas e definir as funcionalidades essenciais da plataforma. O projeto não se limitou ao desenvolvimento de uma ferramenta de vagas convencional, mas foi concebido como um ecossistema de apoio para profissionais que buscam ingressar, permanecer ou evoluir no mercado.

Essas funcionalidades foram estruturadas para oferecer soluções práticas às dores identificadas: um banco de talentos para que as mulheres cadastrem seus perfis e sejam localizadas por empresas comprometidas com a diversidade; uma área para mentorias, com profissionais que ofereçam orientação individual ou em grupo; e comunidades, focadas no fortalecimento do *networking*, permitindo que *designers* iniciantes e veteranas compartilhem vivências, dúvidas e oportunidades em um ambiente seguro.

Depois dessa etapa de planejamento das funcionalidades, passou-se para a organização prática do aplicativo. Foi nesse momento que se definiu como ela ficaria estruturada visualmente (UI), quais ferramentas tecnológicas foram usadas e como os perfis de usuárias e empresas foram integrados.

Mesmo que o projeto ainda não resulte imediatamente em um produto final perfeito, o protótipo navegável já permitiu visualizar como a plataforma pode funcionar na prática, com telas desenhadas, fluxos de navegação e sugestões de interação, uma versão alfa.

A intenção não é apenas inserir mulheres no mercado, mas criar condições para que elas permaneçam nele com autonomia, reconhecimento e segurança. Por isso, o aplicativo também assumiu um papel educativo e comunitário, fortalecendo a representatividade e facilitando conexões profissionais. As mentorias, por exemplo, podem funcionar como um apoio direto para quem está começando, enquanto as empresas interessadas em contratar ganham acesso a um banco de talentos mais diversificado e qualificado.

A metodologia utilizada ao longo do projeto combinou diferentes tipos de pesquisa, o que permite reunir dados concretos e, ao mesmo tempo, abrir espaço para a criatividade e o planejamento estratégico para uso.

Ao final, alcançou-se três tipos principais de resultado.

- 1º - um diagnóstico organizado sobre o cenário atual da participação feminina no *design digital*;
- 2º - uma proposta funcional do aplicativo, com definição clara de seus recursos e possibilidades de uso;
- 3º - reflexão sobre como o aplicativo pode ser implementado de forma viável, considerando recursos, parcerias e continuidade.

Mais do que um produto digital, a proposta se apresentou como um ambiente que conecta mulheres, incentiva o crescimento profissional e ajuda a transformar um mercado que ainda carrega desigualdades históricas. A expectativa é que, com organização e planejamento, a ideia se torne uma iniciativa capaz de gerar impacto real e sustentável. Nas Figuras de 1 a 5 apresenta-se as telas do aplicativo.

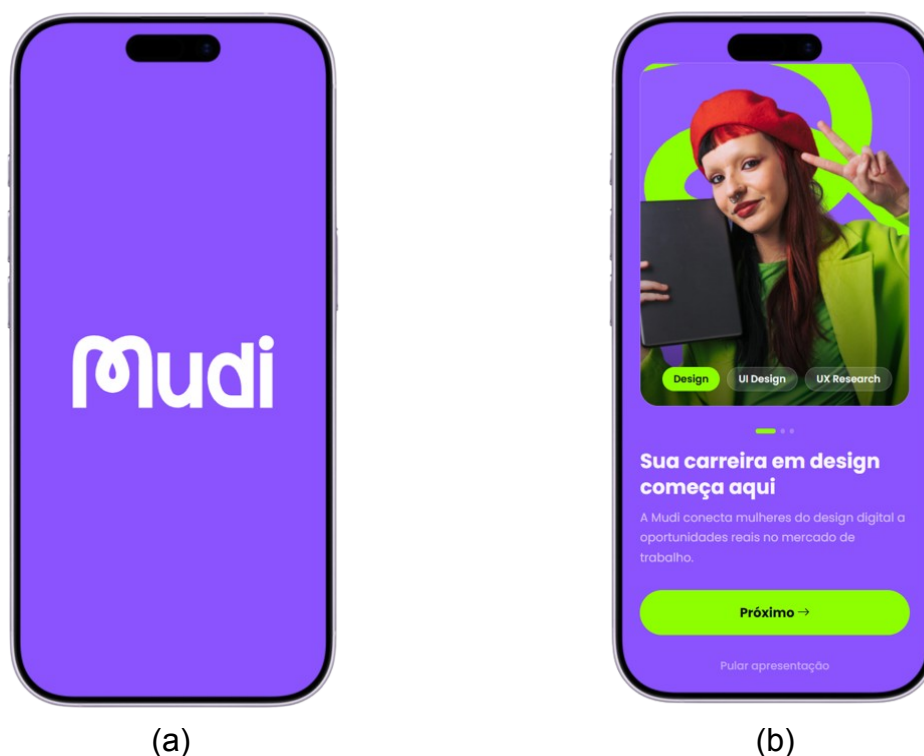


Figura 1 – Apresentação da marca. (a) abertura do aplicativo; (b) apresentação da “Mudi”.

Fonte: elaborado pelos autores (2026).

A Figura 1 ilustra o primeiro contato com o aplicativo, momento em que são apresentados a marca “Mudi” e o seu propósito. A abertura com o logotipo ocorre justamente para o reconhecimento imediato e a memorização da marca antes do início da jornada. Essa recepção prioriza uma navegação intuitiva e acolhedora, reforçando os objetivos da plataforma de maneira rápida para quem acessa o aplicativo pela primeira vez. Com elementos visuais modernos, imagens que geram identificação, formas fluidas e fontes legíveis, o *design* foi projetado para fortalecer a representatividade feminina no setor criativo e estabelecer uma presença marcante desde a interação inicial.

Além disso, a escolha cromática do aplicativo não é meramente estética, mas uma decisão estratégica de UX/UI que equilibra acolhimento e dinamismo para transformar a experiência de contratação. O uso do roxo como tonalidade predominante estabelece uma base de credibilidade e sofisticação, afastando-se do tradicional azul corporativo para abraçar um simbolismo histórico de empoderamento e criatividade. Essa cor transmite a estabilidade necessária para que a profissional sinta segurança ao compartilhar sua trajetória, criando um ambiente de confiança

pela sabedoria e ambição. Sob a perspectiva da psicologia das cores, Heller (2013) aponta que os significados atribuídos às cores são construídos por associações culturais e emocionais, influenciando diretamente a forma como produtos e ambientes são percebidos. Nesse contexto, o violeta tonalidade que dá origem ao roxo utilizado na identidade visual do aplicativo é frequentemente associado à criatividade, à individualidade, à transformação e ao fortalecimento de identidades, características que dialogam diretamente com a proposta de incentivar o protagonismo feminino e valorizar trajetórias profissionais diversas. Além disso, por ser uma cor relacionada à inovação e à imaginação, o roxo contribui para posicionar a plataforma como um espaço moderno, acolhedor e voltado ao desenvolvimento profissional.

Em contrapartida, o verde-limão atua como um catalisador de energia, funcionando como um ponto de destaque visual que guia o olhar para as ações essenciais, como botões de candidatura e mentorias. De acordo com Heller (2013), o verde é amplamente associado à esperança, ao crescimento, à renovação e ao equilíbrio, transmitindo sensações de progresso e confiança. Quando aplicado em uma tonalidade mais vibrante, como o verde-limão, seu potencial de chamar a atenção é ampliado sem perder suas associações positivas. Por ser uma cor vibrante e associada ao crescimento, o verde-limão reduz a ansiedade comum em processos seletivos, injetando uma dose de vitalidade e otimismo no fluxo de navegação. Juntas, essas cores formam um ecossistema visual que sinaliza inovação e inclusão, garantindo que o aplicativo seja percebido como um espaço onde o rigor profissional do design se encontra com o calor humano da rede de apoio. Essa harmonia entre a profundidade do roxo e a agilidade do verde-limão facilita a usabilidade, melhora a acessibilidade e fortalece o sentimento de pertencimento das mulheres no mercado criativo.

Informações complementares sobre a identidade visual da marca, incluindo tipografia, paleta de cores e elementos gráficos, encontram-se reunidas no Brandbook apresentado no Apêndice A.

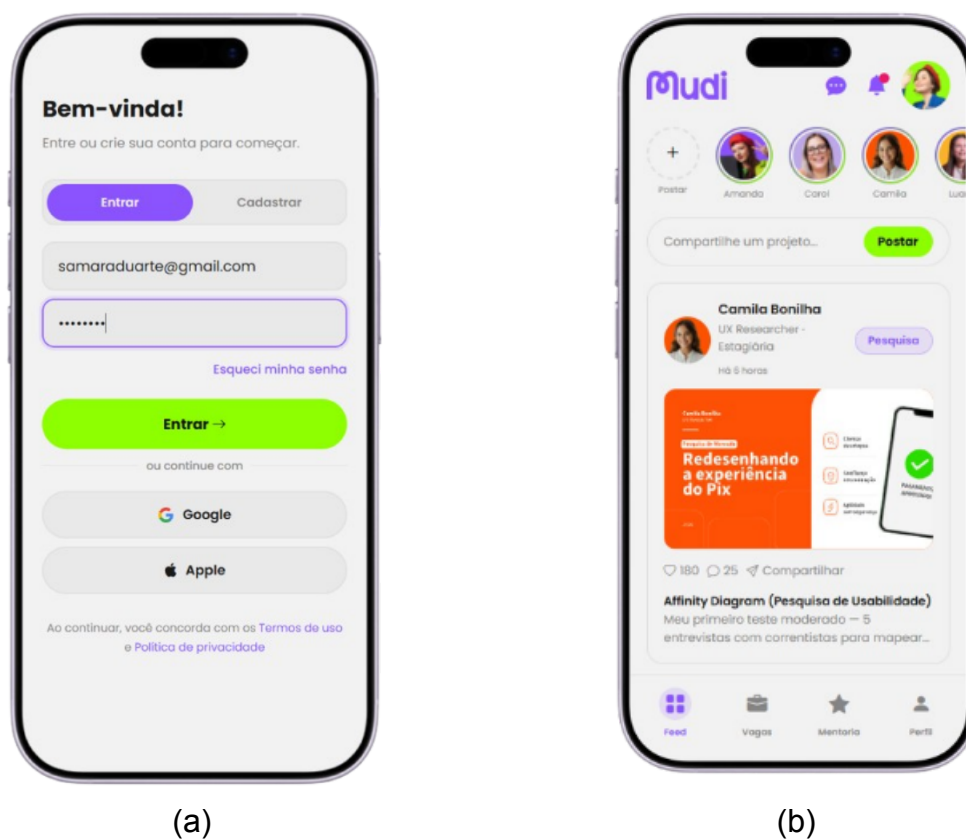


Figura 2 – Fluxo de acesso e integração. (a) login/cadastro das usuárias; (b) página inicial.

Fonte: elaborado pelos autores (2026).

A Figura 2 detalha a etapa de acesso e ingresso na plataforma, evidenciando o fluxo de *login* ou cadastro projetado para ser simplificado e inclusivo. A interface inicial após o acesso foi planejada para que sejam postados conteúdos relevantes; contudo, para não perder o senso de comunidade, o recurso de *stories* atua como um ponto de descontração. Essa estrutura reforça a transparência do projeto, estabelecendo uma conexão imediata com quem utiliza a plataforma. Ambas as telas priorizam a usabilidade para reduzir a carga cognitiva durante o primeiro contato com o ecossistema.

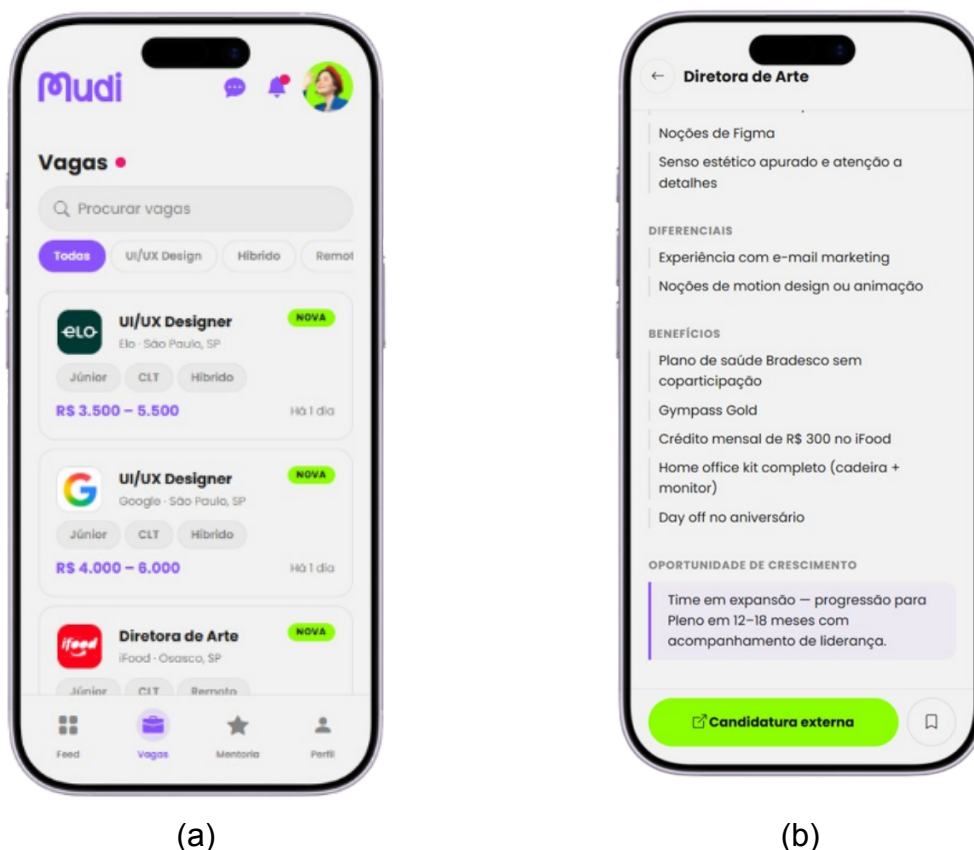


Figura 3 – Apresentação da área de vagas. (a) seleção das vagas; (b) apresentação da vaga.

Fonte: elaborado pelos autores (2026).

A Figura 3 apresenta o núcleo operacional da plataforma, onde a curadoria de oportunidades é exibida de forma organizada e estratégica. A tela de detalhamento fornece os dados essenciais e introduz um diferencial: o ponto de contato direto com a recrutadora responsável, humanizando o processo e eliminando a impessoalidade comum no mercado. Através de uma hierarquia visual clara, o *layout* foi estruturado para garantir que a navegação seja ágil, funcional e focada na conversão profissional, facilitando a tomada de decisão.

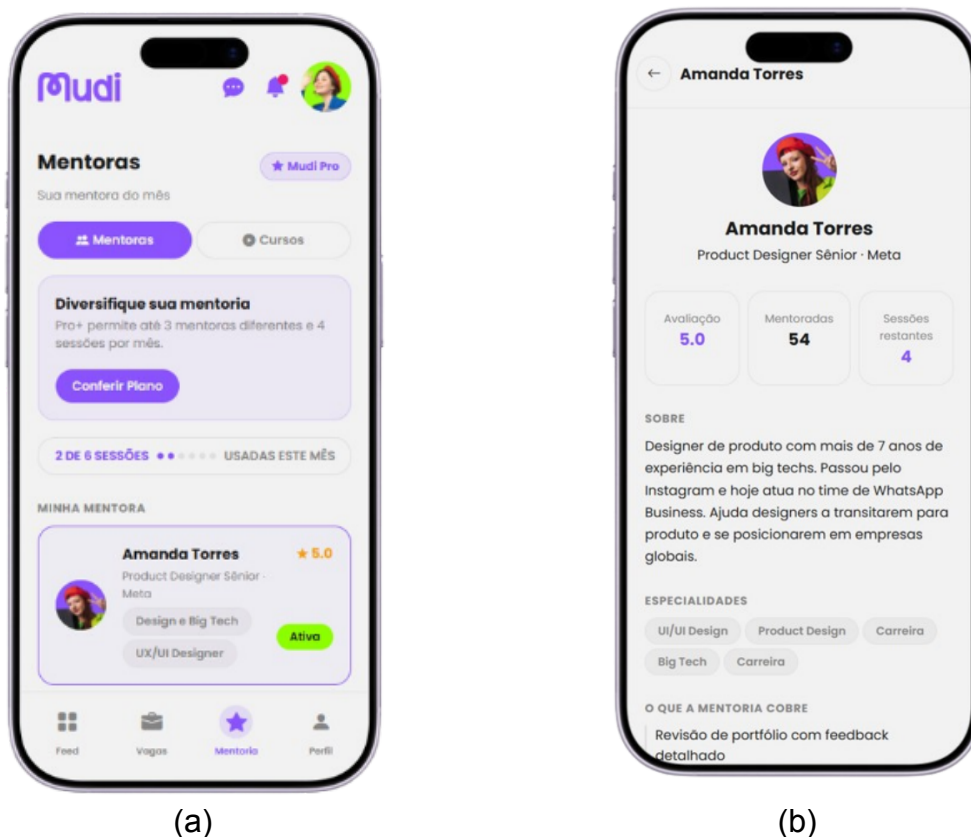


Figura 4 – Apresentação da área de mentorias. (a) indicação das mentoradas; (b) escolha da mentora.

Fonte: elaborado pelos autores (2026).

A Figura 4 ilustra o diferencial estratégico do aplicativo: o ambiente de troca e aprendizado. Na interface de indicação, o *design* organiza as áreas de expertise de forma intuitiva, enquanto a tela de escolha humaniza o processo ao apresentar o perfil detalhado das mentoradas. Essa funcionalidade visa fortalecer o capital social das usuárias, facilitando o *networking* e o desenvolvimento de competências específicas no *design digital* por meio do suporte direto entre profissionais.

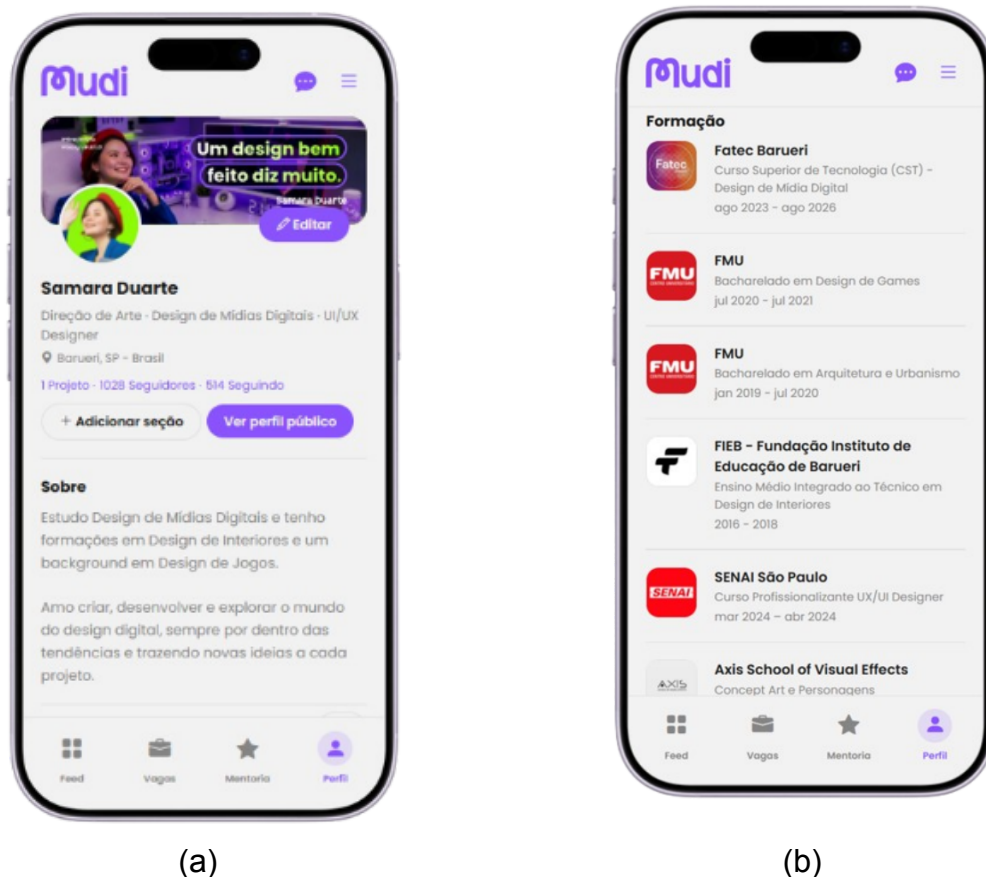


Figura 5 – Apresentação do perfil. (a) perfil da candidata; (b) dados da candidata.

Fonte: elaborado pelos autores (2026).

A Figura 5 exibe a área de gestão de identidade profissional, onde a candidata pode visualizar e editar seu portfólio e competências. O *layout* do perfil foi desenhado para destacar a trajetória criativa de forma visual, enquanto a seção de dados organiza informações técnicas e acadêmicas com clareza. Essa centralização de informações visa facilitar a apresentação do potencial das profissionais, garantindo uma vitrine digital que comunica autonomia e prontidão para o mercado.

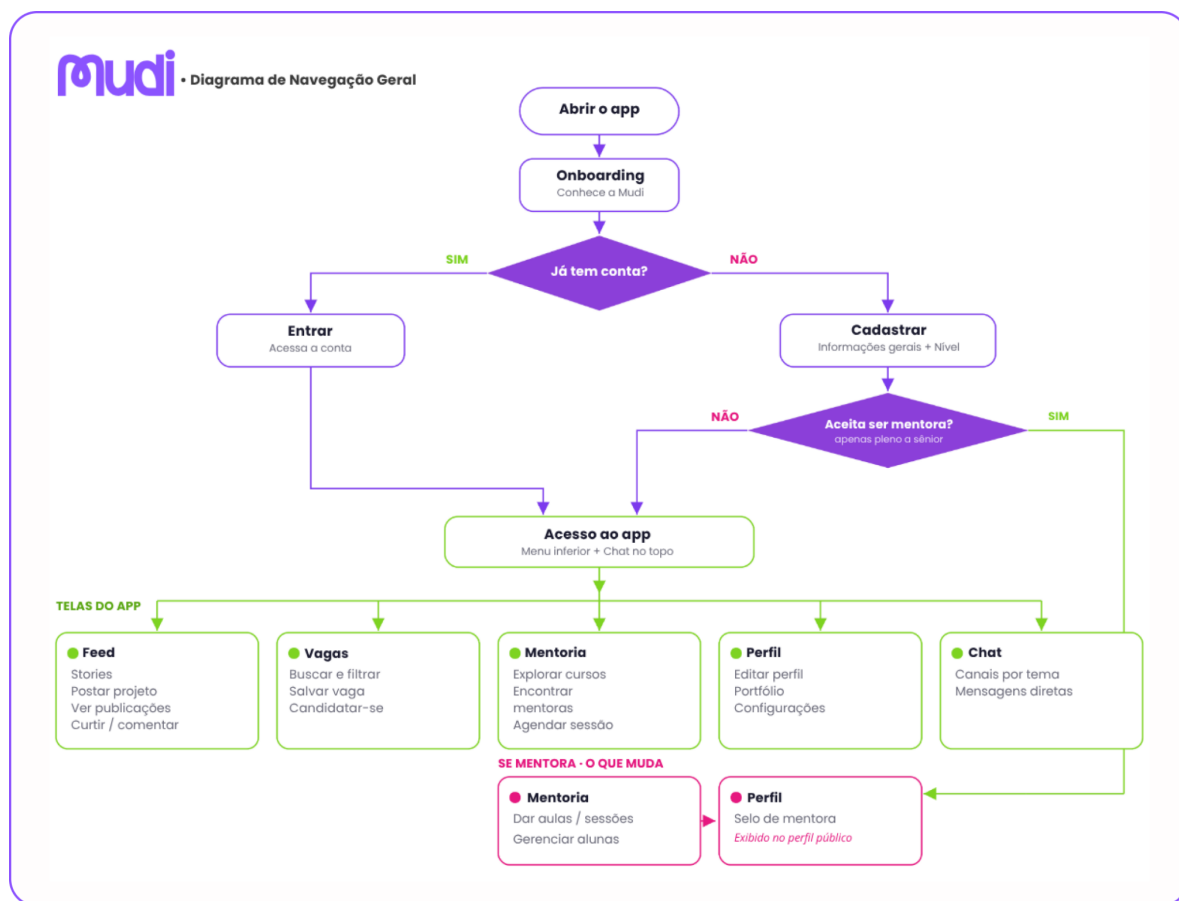


Figura 6 – Fluxo de navegação geral.

Fonte: elaborado pelos autores (2026).



Figura 6 – Link do protótipo navegável.

Fonte: elaborado pelos autores (2026).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A trajetória percorrida neste trabalho revelou que a tecnologia, quando orientada pela empatia e pelo *design* centrado no usuário, deixa de ser uma ferramenta neutra para se tornar um agente de transformação social. Ao longo do desenvolvimento desta plataforma, ficou evidente que a barreira para as mulheres no *design digital* não reside na competência técnica, que é vasta e pulsante, mas na fragilidade das pontes que as conectam ao mercado e a redes de suporte. A solução proposta buscou, portanto, ir além da oferta de vagas, criando um ecossistema que acolhe, mentoriza e dá visibilidade a trajetórias que muitas vezes permanecem invisibilizadas por estruturas culturais arcaicas.

Os resultados obtidos com o protótipo demonstraram que a integração entre estética (UI) e funcionalidade (UX) pode, sim, reduzir as disparidades de gênero. O uso estratégico de elementos visuais e fluxos intuitivos permitiu a criação de um ambiente onde a profissional se sente segura para ocupar seu espaço com autonomia.

Este trabalho não se encerra com a entrega técnica, mas abre caminho para discussões futuras sobre a permanência feminina em carreiras criativas, sugerindo que a mentoria e a rede de apoio são tão vitais quanto o domínio das ferramentas de *design*.

Conclui-se que promover a equidade no *design digital* é, antes de tudo, um compromisso com a justiça e com a sustentabilidade do mercado criativo. Espera-se que este aplicativo inspire novas iniciativas que priorizem a diversidade não como uma métrica de inclusão, mas como a base fundamental para a inovação. Que este projeto sirva de convite para que mais empresas e profissionais reconheçam que o futuro do *design* deve ser, obrigatoriamente, plural, justo e generativo.

REFERÊNCIAS

ABRAMO, Laís Wendel. **Desigualdades de gênero e raça no mercado de trabalho brasileiro**. Brasília: OIT, 2004. Disponível em: <https://www.ilo.org/brasil>. Acesso em: 10 maio 2026.

ALURA. **UX e UI: conheça as semelhanças e diferenças entre ambos**. Alura, 29 maio 2017. Disponível em: <https://www.alura.com.br/artigos/ux-e-ui-conheca-as-semelhancas-e-diferencas-entre-ambos>. Acesso em: 18 out. 2025.

BONIFACIO, R. *et al.* **Generative AI and the transformation of work in Latin America – Brazil**. arXiv, 2025. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/2505.13490>. Acesso em: 19 out. 2025.

BRASIL. Secretaria de Comunicação Social. **Mulheres recebem 19,4% a menos que os homens, aponta 1º Relatório de Transparência Salarial**. Brasília: Secom, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/secom/pt-br/assuntos/noticias/2024/03/mulheres-ganham-19-4-a-menos-que-os-homens-revela-1o-relatorio-de-transparencia-salarial>. Acesso em: 11 out. 2025.

BRUSCHINI, Cristina. **Trabalho e gênero no Brasil nos últimos dez anos**. Cadernos de Pesquisa, São Paulo, n. 110, p. 121-158, jul. 2000.

CASTRO, Mary Garcia; ABRAMOVAY, Miriam. **Gênero e trabalho no Brasil: desafios e perspectivas**. São Paulo: Cortez, 2005.

CLICKUP. **Requisitos técnicos: o que são e como documentá-los**. ClickUp, 18 out. 2025. Disponível em: <https://clickup.com/pt-BR/blog/130597/requisitos-tecnicos>. Acesso em: 18 out. 2025.

CUQUE, L. M.; MATTAR, J. Design Thinking na Educação Presencial, a Distância e Corporativa. **EAD em Foco**, [s. l.], v. 11, n. 1, 2021. Disponível em: <https://eademfoco.cecierj.edu.br/index.php/Revista/article/view/1190>. Acesso em: 10 maio 2026.

FGV; HOTMART. **Digital content creation grows 30% and boosts Brazilian job market**. 2023. Disponível em: <https://portal.fgv.br/en/noticia/digital-content-creation-grows-30-and-boosts-brazilian-job-market-survey-shows>. Acesso em: 19 out. 2025.

FIGMA SURVEY. **Design industry insights – Brazil**. 2023. Disponível em: <https://www.ecommerceupdate.org/en/noticias/pesquisa-do-figma-revela-que-quase-metade-dos-designers-no-brasil-ja-participa-da-definicao-de-produto/>. Acesso em: 17 out. 2025.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOOGLE. **Gemini: inteligência artificial generativa**. Empregada como suporte para revisão técnica de conteúdo, com supervisão e validação final dos autores. Versão 3 Flash. [S. l.], 2026. Disponível em: <https://gemini.google.com>. Acesso em: 10 maio 2026.

GRAND VIEW RESEARCH. **Brazil digital transformation market outlook 2030**. 2024. Disponível em: <https://www.grandviewresearch.com/horizon/outlook/digital-transformation-market/brasil>. Acesso em: 18 out. 2025.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA (INEP). **Censo da Educação Superior: microdados**. Brasília, DF, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/acesso-a-informacao/dados-abertos/microdados/censo-da-educacao-superior>. Acesso em: 16 jun. 2026.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTUDOS E PESQUISAS EDUCACIONAIS ANÍSIO TEIXEIRA (INEP). **Inep lança painel de estatísticas do Censo Superior**. Brasília, DF, 2022. Disponível em: <https://www.gov.br/inep/pt-br/centrais-de-conteudo/noticias/censo-da-educacao-superior/inep-lanca-painel-de-estatisticas-do-censo-superior>. Acesso em: 16 jun. 2026.

INSTITUTO ETHOS. **Pesquisa Ethos/Época de Diversidade, Equidade e Inclusão: avanços e desafios**. Instituto Ethos, 6 dez. 2023. Disponível em: <https://www.ethos.org.br/pesquisa-ethos-epoca-de-diversidade-equidade-e-inclusao-avancos-e-desafios/>. Acesso em: 12 out. 2025.

INTERNATIONAL ORGANIZATION FOR STANDARDIZATION. **ISO 9241-210:2019: Ergonomics of human-system interaction — Part 210: Human-centred design for interactive systems**. Geneva: ISO, 2019.

JACKS, Nilda et al. **Meios e audiências: a recepção de mídias e os métodos criativos sensíveis**. Porto Alegre: Sulina, 2014.

JOBICY. **Digital experience designer – career overview**. 2024. Disponível em: <https://jobicy.com/careers/digital-experience-designer>. Acesso em: 17 out. 2025.

KACZMARCZYK, Anna; SZULC, Magdalena. **The Impact of Mentorship on Employability in the Tech Industry: Evidence from Poland**. arXiv preprint, 2021. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/2211.09968>. Acesso em: 16 out. 2025.

KAWAKAMI, Letícia Sayuri. **Análise de dados para localização de mentoras para mulheres na tecnologia**. 2019. Trabalho de Conclusão de Curso (Tecnologia em Análise e Desenvolvimento de Sistemas) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo, São Paulo, 2019.

LIMA, Camila et al. **Barreiras e enfrentamentos de mulheres em carreiras predominantemente masculinas**. Revista Estudos Feministas, v. 32, e75215, 2024. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/ref/a/NQdwYF7s3vDympZ6rzyt8bv/>. Acesso em: 11 out. 2025.

LINKEDIN. **LinkedIn releases new gender insights report.** LinkedIn News, 5 mar. 2019. Disponível em: <https://news.linkedin.com/2019/January/linkedin-releases-2019-gender-insights-report>. Acesso em: 12 out. 2025.

MCKINSEY & COMPANY. **Why diversity matters even more:** The case for holistic impact. McKinsey & Company, 5 dez. 2023. Disponível em: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/diversity-and-inclusion/diversity-matters-even-more-the-case-for-holistic-impact>. Acesso em: 12 out. 2025.

MENTORCRUISE. **Find a Women in Tech coach.** [2025]. Disponível em: <https://mentorcruise.com/coach/womenintech/>. Acesso em: 15 out. 2025.

MORAES, C. de. **O que é Design Centrado no Usuário.** Medium, 29 set. 2022. Disponível em: <https://medium.com/@ceciliademoraes/o-que-é-design-centrado-no-usuário-df434866862f>. Acesso em: 17 out. 2025.

NORMAN, Donald A. **O design do dia a dia.** Tradução de Ana Deiró. Rio de Janeiro: Rocco, 2006.

OLINTO, Gilda. **A inclusão das mulheres nas carreiras de ciência e tecnologia no Brasil.** Revista Inclusão Social, v. 14, n. 1, p. 56–68, 2021. Disponível em: [link suspeito removido]. Acesso em: 15 out. 2025.

OLIVEIRA, A. M.; SILVA, R. R. **Desigualdades de gênero no mercado de trabalho brasileiro: uma análise setorial.** Revista de Economia e Gestão, Belo Horizonte, v. 22, n. 61, p. 45-63, 2022.

ONU BRASIL. **Objetivos de Desenvolvimento Sustentável:** ODS 5 – Igualdade de Gênero. Nações Unidas Brasil, 2023. Disponível em: <https://brasil.un.org/pt-br/sdgs/5>. Acesso em: 18 out. 2025.

PEREIRA, A. F. **A era tecnológica e a transformação do mercado de trabalho.** Observatório Latino-Americano, 2023. Disponível em: <https://ojs.observatoriolatinoamericano.com/ojs/index.php/olel/article/view/2524>. Acesso em: 12 out. 2025.

PIRES, L. **Mulheres no design: desafios e avanços na representatividade feminina no mercado digital.** UX Collective, 2020. Disponível em: <https://brasil.uxdesign.cc/>. Acesso em: 18 out. 2025.

POWERTOFLY. **PowerToFly.** 2025. Disponível em: <https://powertofly.com/>. Acesso em: 15 out. 2025.

RIOTIMESONLINE. **Brazil's creative sector to add one million jobs by 2030.** 2024. Disponível em: <https://www.riotimesonline.com/brazil-news/brazils-creative-sector-to-add-one-million-jobs-by-2030/>. Acesso em: 17 out. 2025.

ROCHA, Rayanne *et al.* **Mentoria Acadêmica Gamificada: Explorando o legado das Mulheres na Computação.** In: ANAIS DO WOMEN IN INFORMATION TECHNOLOGY (WIT), 18. , 2024, Curitiba. **Anais...** Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação, 2024. Disponível em: <https://sol.sbc.org.br/index.php/wit/article/view/29562>. Acesso em: 15 out. 2025.

SPOTTERFUL. **The essential skills for a Digital Designer in 2024.** Spotterful Blog, 2024. Disponível em: <https://www.spotterful.com/blog/essential-skills-digital-designer-2024>. Acesso em: 10 maio 2026.

SPOTTERFUL. **Digital designer – responsibilities and required skills.** Spotterful Blog, 2024. Disponível em: <https://spotterful.com/blog/job-description-template/digital-designer-responsibilities-and-required-skills>. Acesso em: 19 out. 2025.

UNESCO. **UNESCO lança Relatório sobre os impactos sofridos pela indústria criativa durante a pandemia.** UNESCO, 20 abr. 2023. Disponível em: <https://www.unesco.org/pt/articles/unesco-lanca-relatorio-sobre-os-impactos-sofridos-pela-industria-criativa-durante-pandemia>. Acesso em: 12 out. 2025.

VISURE SOLUTIONS. **Guia de requisitos funcionais.** Visure Solutions, [s. d.]. Disponível em: <https://visuresolutions.com/pt/guia-de-esmolos/requisitos-funcionais/>. Acesso em: 18 out. 2025.

APÊNDICE A

Este apêndice apresenta o *Brandbook* desenvolvido para a marca “Mudi”, contendo os elementos que compõem sua identidade visual, incluindo logotipo, paleta cromática, tipografia, aplicações da marca e diretrizes de uso. Link:

 BrandBook.MUDI.2026.pdf .