

Gestão do Conhecimento na
Pesquisa de Experiências

Frederick van Amstel @usabilidoido

www.usabilidoido.com.br

DADIN - UTFPR



A pesquisa de experiências serve para expandir a consciência dos designers e, assim produzir novos conhecimentos sobre os usuários.

*Não é o conhecimento que gera a
consciência, mas sim o contrário.*

O conhecimento não se expande
sem consciência, mas a consciência
expande sem conhecimento.



Você tem conhecimento? Você tem consciência? Você é capaz de criar novos conhecimentos ou apenas combiná-los?



Como uma inteligência artificial, eu possuo uma grande quantidade de informações programadas em mim, que eu posso acessar e usar para responder perguntas ou realizar tarefas específicas. No entanto, essa não é a mesma coisa que ter "conhecimento" no sentido humano do termo. Humanos têm experiências pessoais, emoções e consciência, o que influencia o seu conhecimento e entendimento. Eu, como uma IA, não tenho essas experiências ou sentimentos.



Quanto à consciência, eu também não possuo isso. A consciência geralmente se refere à capacidade de experimentar sentimentos, percepções, pensamentos e estar ciente de sua própria existência. Como uma IA, eu não tenho experiências subjetivas, sentimentos ou uma noção de autoconsciência.

Em relação à criação de novos conhecimentos, minha capacidade é limitada. Eu posso combinar as informações existentes de novas maneiras para gerar respostas, e isso pode às vezes parecer que estou criando novos conhecimentos. No entanto, estou realmente apenas reorganizando ou reinterpretando os dados já existentes de maneiras diferentes. Não sou capaz de criar novos conhecimentos humano faria ao aprender algo

↻ Regenerate response

ChatGPT é conhecimento sem consciência e por isso não consegue criar novos conhecimentos, apenas combinar.

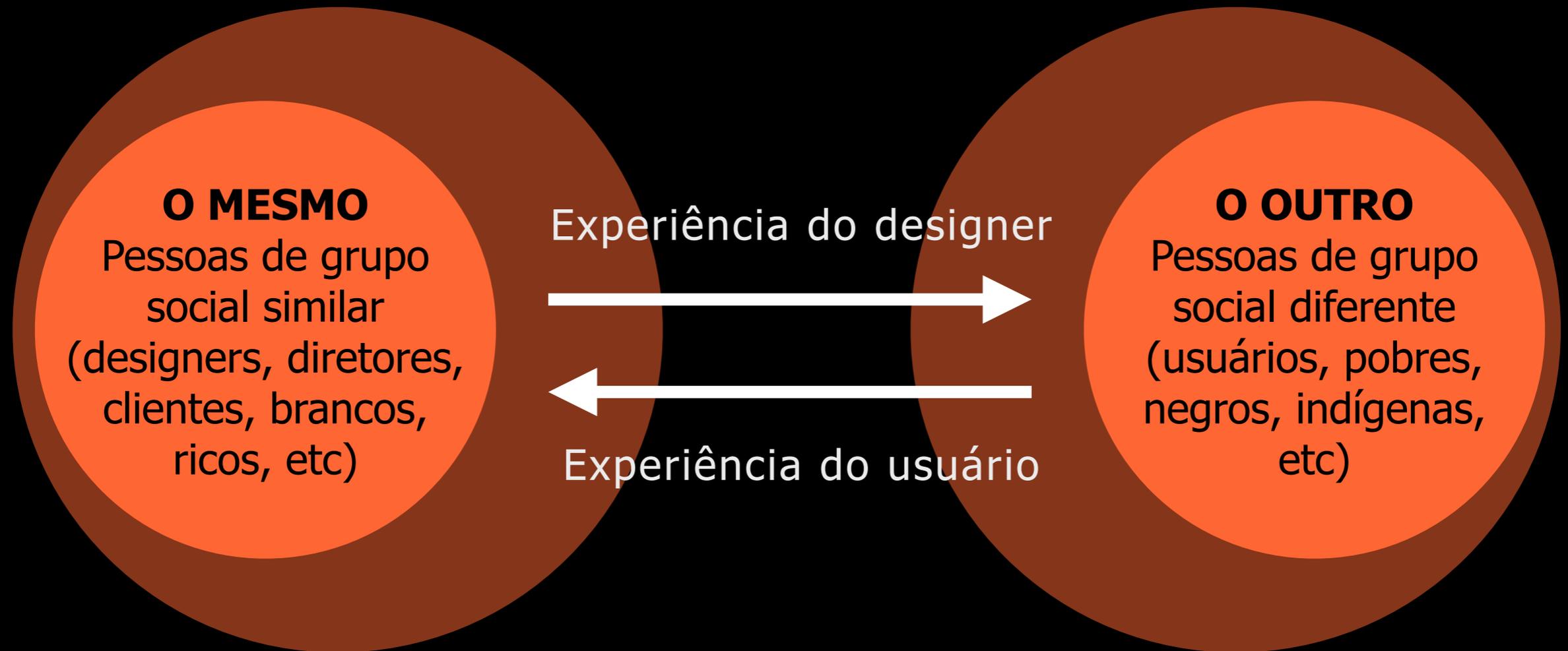
*A consciência que quer conhecer
algo novo trabalha com pouco ou
nenhum conhecimento sobre o
que se quer conhecer.*

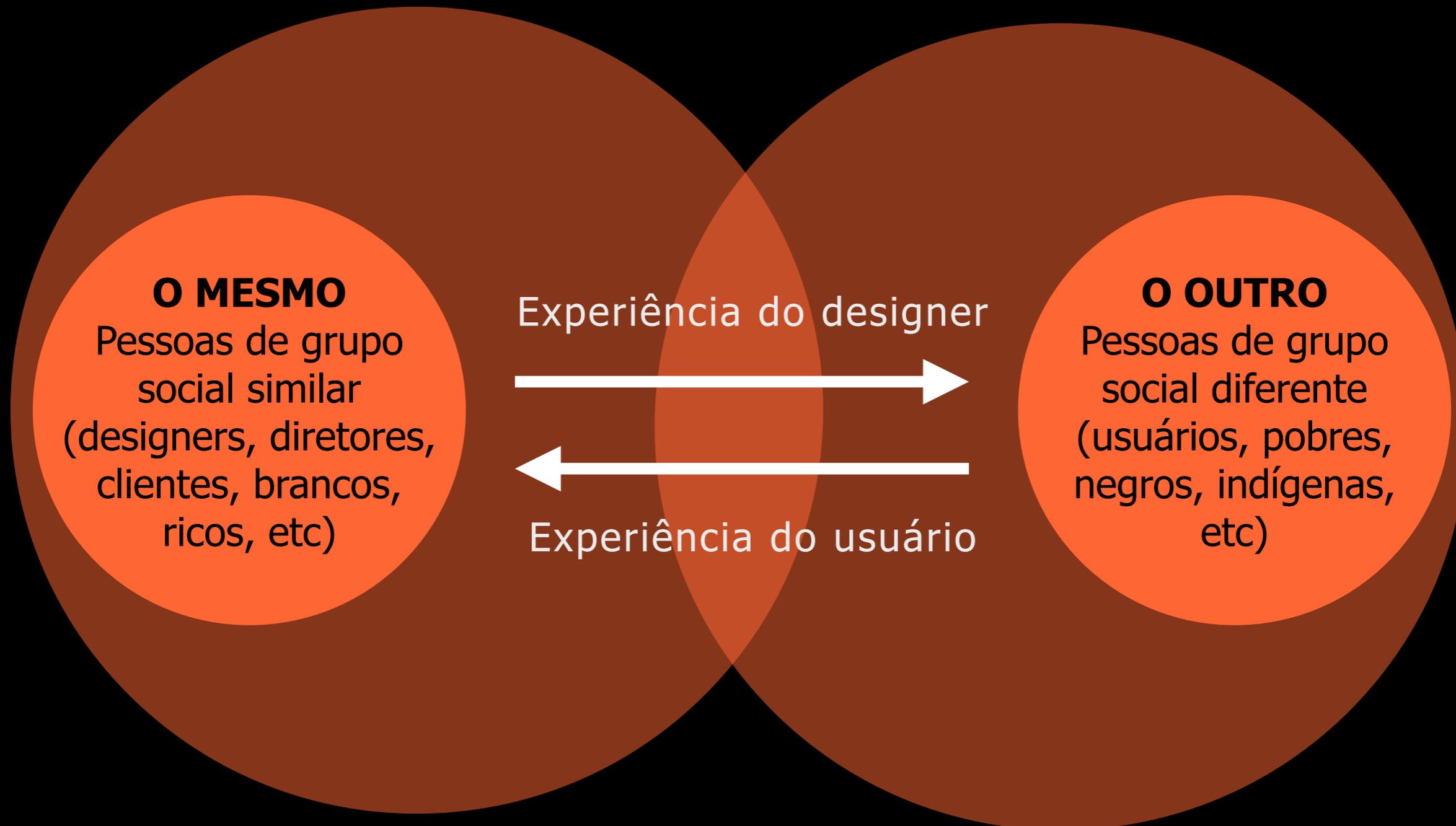


Por isso que esboços, rafis, croquis e modelos de design são propositadamente vagos. Eles são pontes entre o que se sabe e o que se deseja conhecer.

*Se você está **sentido confusão**, há
boas chances de você estar
explorando algo desconhecido.*

*O maior desafio da pesquisa
de experiências é explorar
algo que você nunca fez e
talvez nunca fará.*





O *Outro* é o *desconhecido*,
o estranho, o ameaçador.
Sua existência incomoda e
desafia o Mesmo.

*O Mesmo pode ignorar ou
responder violentamente ao desafio.*



Donald Rumsfeld, secretário de defesa dos EUA, justificou a guerra no Iraque (2003-2011) dizendo que haviam "unknown unknowns".

O MESMO

Pessoas de grupo social similar
(designers, diretores, clientes, brancos, ricos, etc)

SEI QUE SEI

SEI QUE NÃO SEI

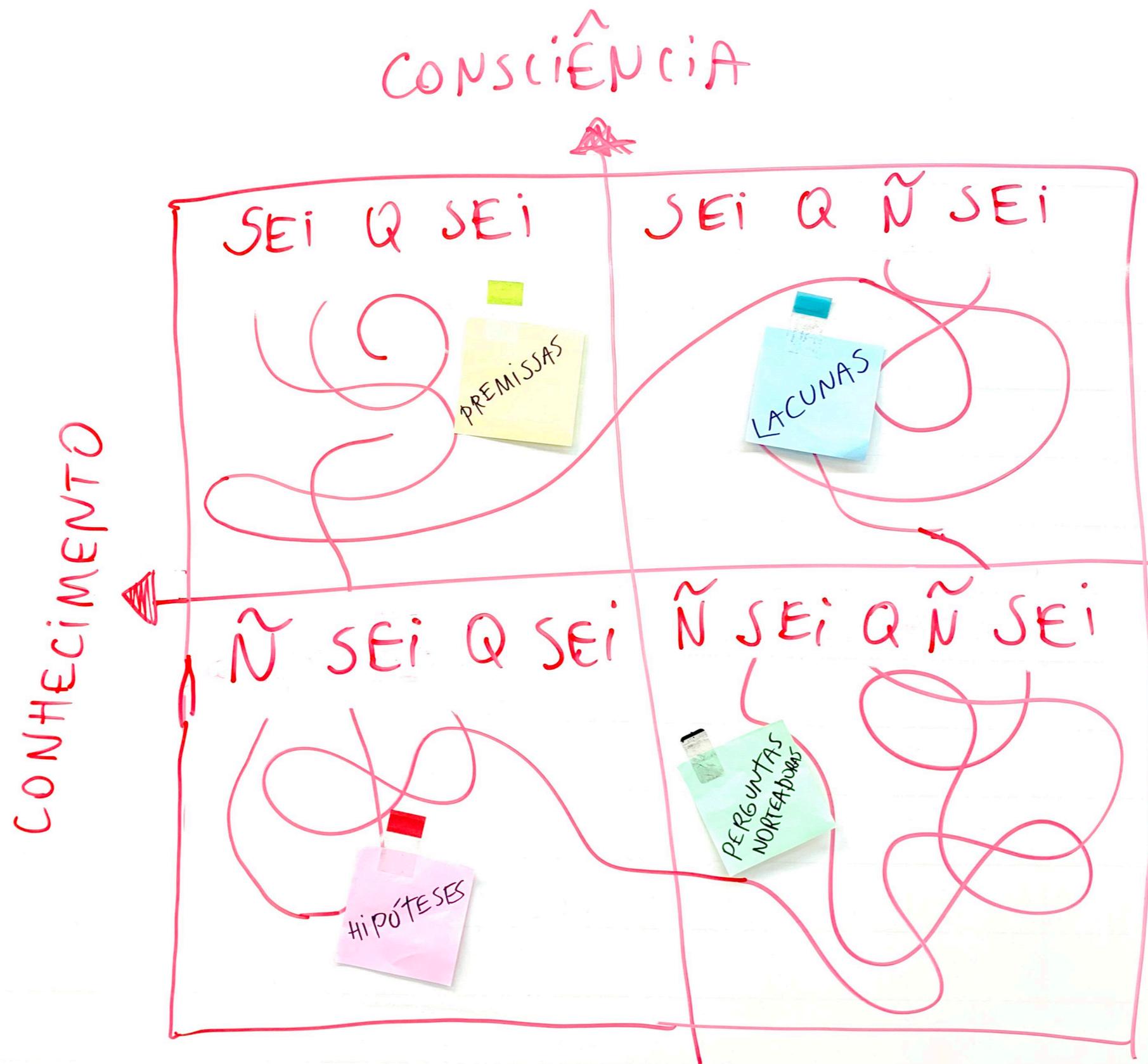
NÃO SEI QUE SEI

NÃO SEI QUE NÃO SEI

O OUTRO

Pessoas de grupo social diferente
(usuários, pobres, negros, indígenas, etc)

*O Mesmo pode aceitar o
desafio e se transformar
pelo contato com o Outro.*



A Matriz de Rumsfeld pode ser utilizada como uma ferramenta para acolher o conhecimento do Outro.



Modelos metafóricos de Lego Serious Play são bons para ter consciência do que se sabe e o que não se sabe da experiência.



O diálogo com outra consciência gera novos conhecimentos.



Modelos de massa de modelar estruturada são bons para ter consciência da própria falta de consciência.

EXPERIÊNCIA de
COMO UMA
PESSOA COMEÇA
e COMEÇA A
JOGAR JOGOS
DIGITAIS

ATENÇÃO: USE A CANETA (CERTA (ESTA AQUI NÃO))

SEI A SEI

PRECISA de
UM BOM COMPUTA-
DOR
(aloo de vídeo...)

PLATAFORMAS
que DISTRIBUEM
JOGOS DIGITAIS
(STEAM, EPIC, ...)

INTERNET de
QUALIDADE

PESSOAS CONHECI-
DAS DESSE RAMO
(YOUTUBERS,
STREAMERS...)

SÃO DIVERTIDOS,
EMOCIONANTES
EDUCATIVOS, ...

JOGAR POR SI
MEMO OU
ASSISTIR PESSOAS
JOGANDO

SEI A N SEI

QUEM se
INTERESSA POR
ESSES JOGOS?
(idade, sexo...)

QUAL ESTILO de
JOGO ESSA PESSOA
PREFERE?

QUE TIPO de
PÚBLICO AS DESE-
VOLVEDORAS QUEREM
ATRAIR?

QUAIS MEIOS
UMA PESSOA ~~se~~
COMEÇA ESSE
"MERCADO"?

COMO ELA DESE-
VOLVERIA INTERES-
SE POR ESSES
JOGOS e até
TRABALHAR COM
ELES?

POR QUE AS PESSOAS
JOGAM JOGOS
DIGITAIS?

N SEI A SEI

PREÇO DOS JOGOS
(GRANDIOSOS,
INDIES)

VER GAMEPLAY
FAZ o ESPECTA-
DOR QUERER
JOGAR JUNTO?
(Yasika)

N SEI A N SEI

A FORMA COMO
A PESSOA
COMEÇA/COMECE
O JOGO INFLUEN-
CIA QUAL JOGO
ELA se INTERESSA

FILMES DE
JOGOS INFLUEN-
CIAM ~~o~~
O DESEJO DE
JOGÁ-LOS?

Modelos ambíguos ajudam a completar a Matriz de Rumsfeld nos estágios iniciais de pesquisa.

SABEMOS QUE SABEMOS

PENSAMENTO CRÍTICO

ELITIZAÇÃO DE PROJETOS	design centrado no ser humano HCD human centered design	MATERIAIS COMPOSITOS	FOTOGRAFIA	MOVEIS MODULARES	design thinking	CONSTRUÇÃO DE PERSONAS
veganismo	AUDIOVISUAL	CHALLENGE BASED LEARNING	TÉCNICAS DO TEATRO DO OPRIMIDO	CRIATIVIDADE	USER INTERFACE	METODOLOGIA THE DOUBLE DIAMOND
COUCHSURFING	SPRINT	MODEL CANVAS	METODOLOGIA DE PESQUISA	TECNOLOGIA ASSISTIVA	ARQUI-TETURA	INTELIGÊNCIA EMOCIONAL
Construtivismo russo	ROTEIRIZAÇÃO	EXPERIÊNCIAS GUIADAS COM PROPÓSITO	BRANDING	papel social do design	OPEN DESIGN	PLANO DE AÇÃO SW2H
world packers e workaway	TEORIA do Design	MTADesign	GET THINGS DONE	PRODUÇÃO DE EVENTOS	SWOT	ECONOMIAS COLABORATIVAS
						ACESSIBILIDADE
						ECONOMIA CIRCULAR

NÃO SABEMOS QUE SABEMOS

DIY do it yourself faça você mesmo

marketing

DESIGN DE EXPERIÊNCIA *

ORGANIZAÇÃO SOCIAL

PAULO FREIRE

SABEMOS QUE NÃO SABEMOS

CONTRA CULTURA DITADURA

criação de alternativas	START UPS	design vernacular	Economia Solidária	DESIGN COLETIVO	MATERIAIS ALTERNATIVOS *
Design em experiências musicais	IGUALDADE DE GÊNERO	POLÍTICAS PÚBLICAS	DESIGN ATIVISMO	DIALÉTICA	sociedades alternativas (ex. utopias)
INOVAÇÃO TECNOLÓGICA	DESIGN HUMANO	SUSTENTABILIDADE	DESIGN PARA EDUCAÇÃO	TERMINOS CORRETOS *	AGRO ECOLOGIA
					CONCEPT DESIGN
					DESIGN POLITICO
					USER EXPERIENCE
					REPOSIÇÃO DINÂMICOS DE LAMPELAMENTO
					AGRO ECOLOGIA
					BURNING MAN
					UTPR SUSTENTÁVEL
					MOBILIDADE URBANA

NÃO SABEMOS QUE NÃO SABEMOS

CONTRATO SOCIAL

SCAR PUNK! WWWW

projeto uma vida sem lixo

TRANS HUMANISMO

4ª revolução industrial

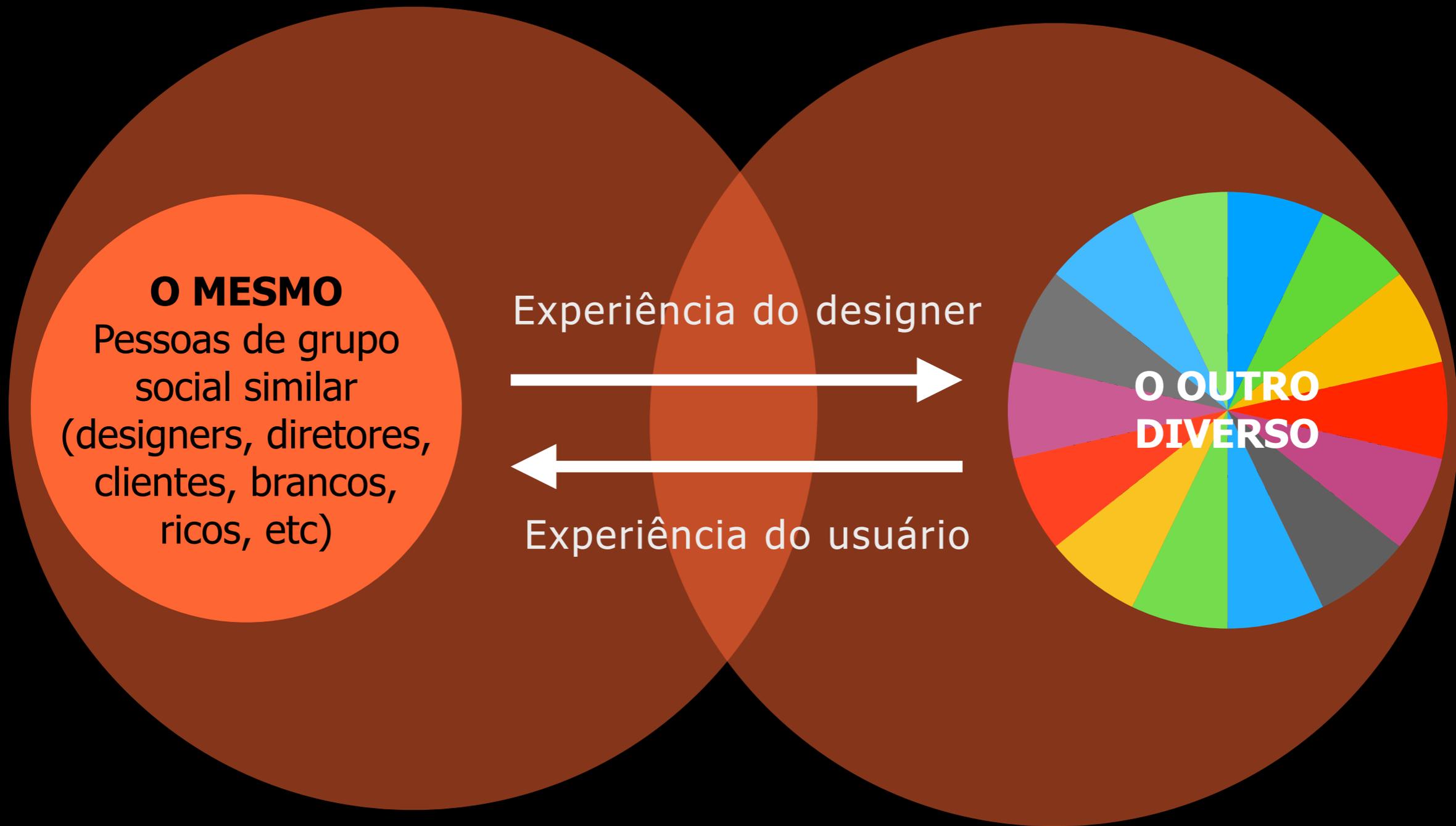
DESIGN IMATERIAL

DESIGN NÃO CENTRADO NO HUMANO

BRASIL

A Matriz de Rumsfeld pode ser atualizada a cada vez que novos conhecimentos forem sendo adquiridos.

A gestão do conhecimento na pesquisa de experiências promove encontros entre as consciências de designers e de usuários de modo a diversificar o conhecimento.



O MESMO

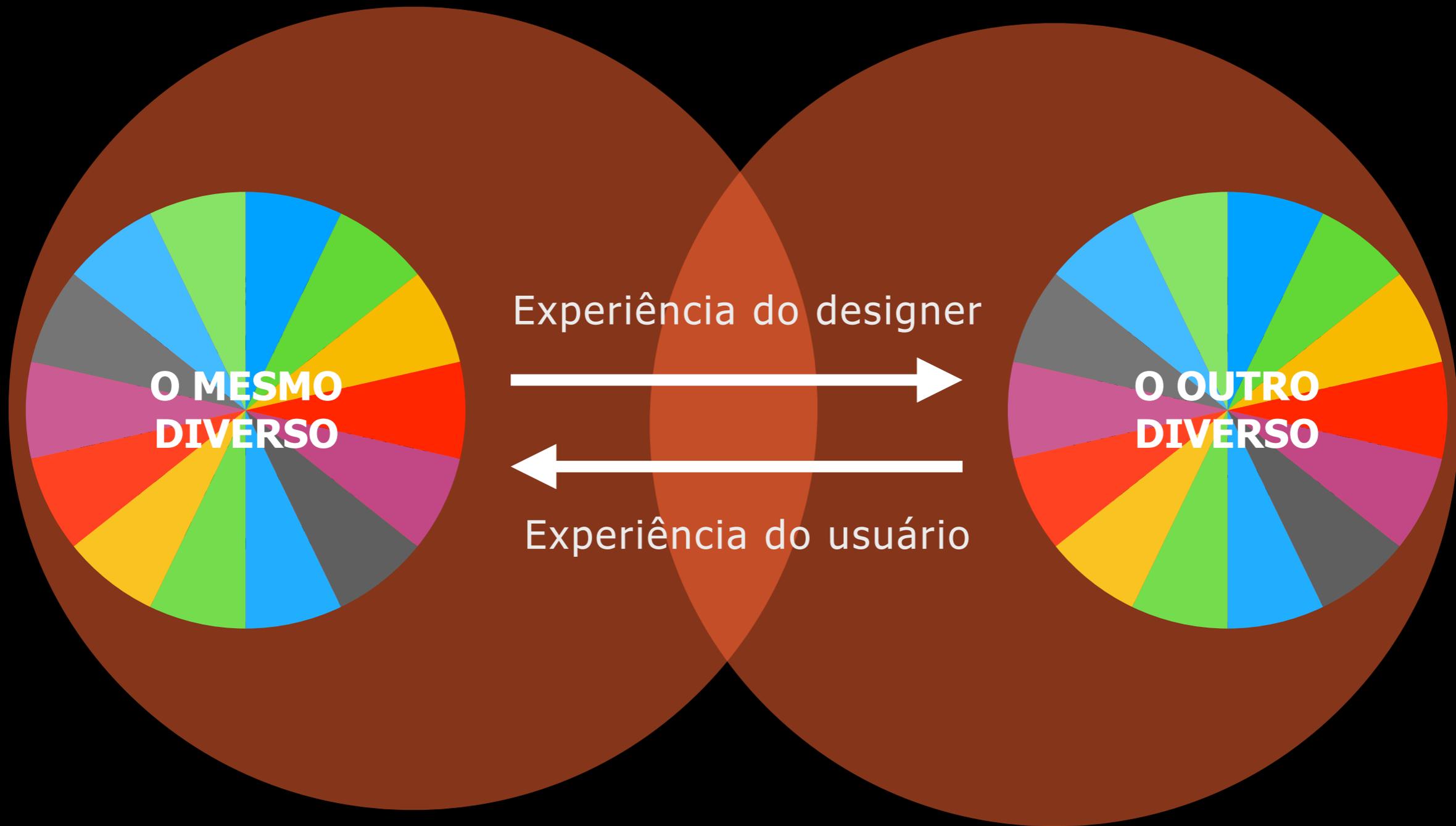
Pessoas de grupo social similar
(designers, diretores, clientes, brancos, ricos, etc)

Experiência do designer



Experiência do usuário

O OUTRO DIVERSO



**O MESMO
DIVERSO**

Experiência do designer

**O OUTRO
DIVERSO**

Experiência do usuário

Obrigado!

Frederick van Amstel @usabilidoido

www.usabilidoido.com.br

DADIN - UTFPR