

Pesquisa de experiências no *mercado* e na *academia*

Frederick van Amstel @usabilidoido

www.usabilidoido.com.br

Departamento Acadêmico de Desenho Industrial (DADIN)

UTFPR

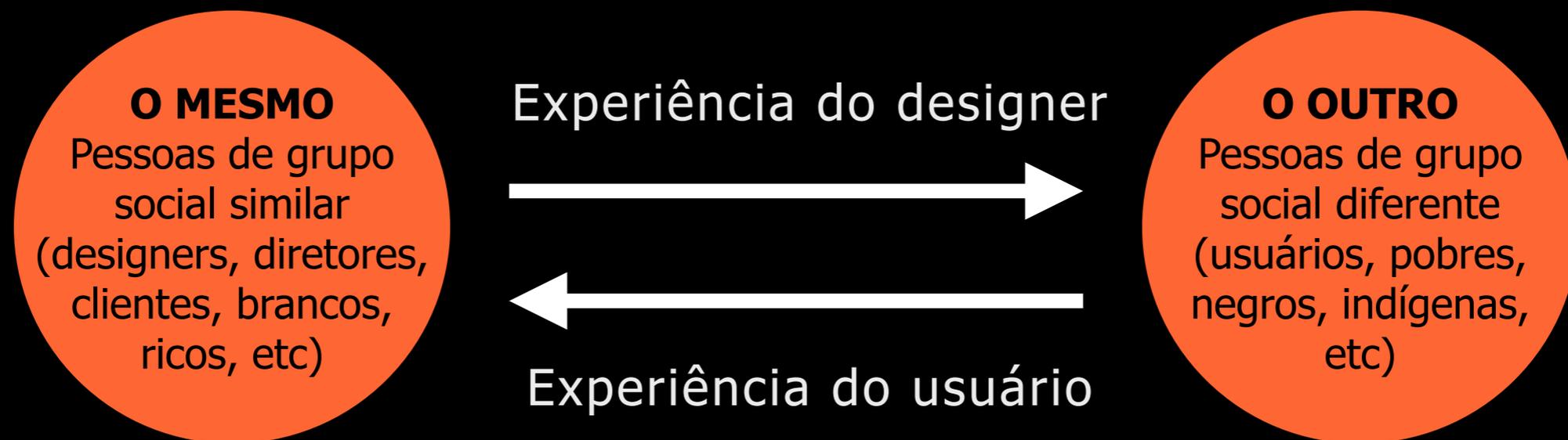
O que é uma experiência?

- **Mercado:** a **qualidade** de um produto digital do **ponto de vista** de seu usuário
- **Academia:** processo de memorização e interpretação de estímulos sensoriais que dão origem a **várias qualidades** estéticas e **diferentes pontos de vista** sobre o mundo

No mercado, é comum
pressupor que a experiência com
um produto *seja a mesma* para
todos os seus designers e todos os
seus usuários.



A academia ajudou a mostrar as **experiências humanas são sempre diferentes**, pois dependem de diversos fatores.



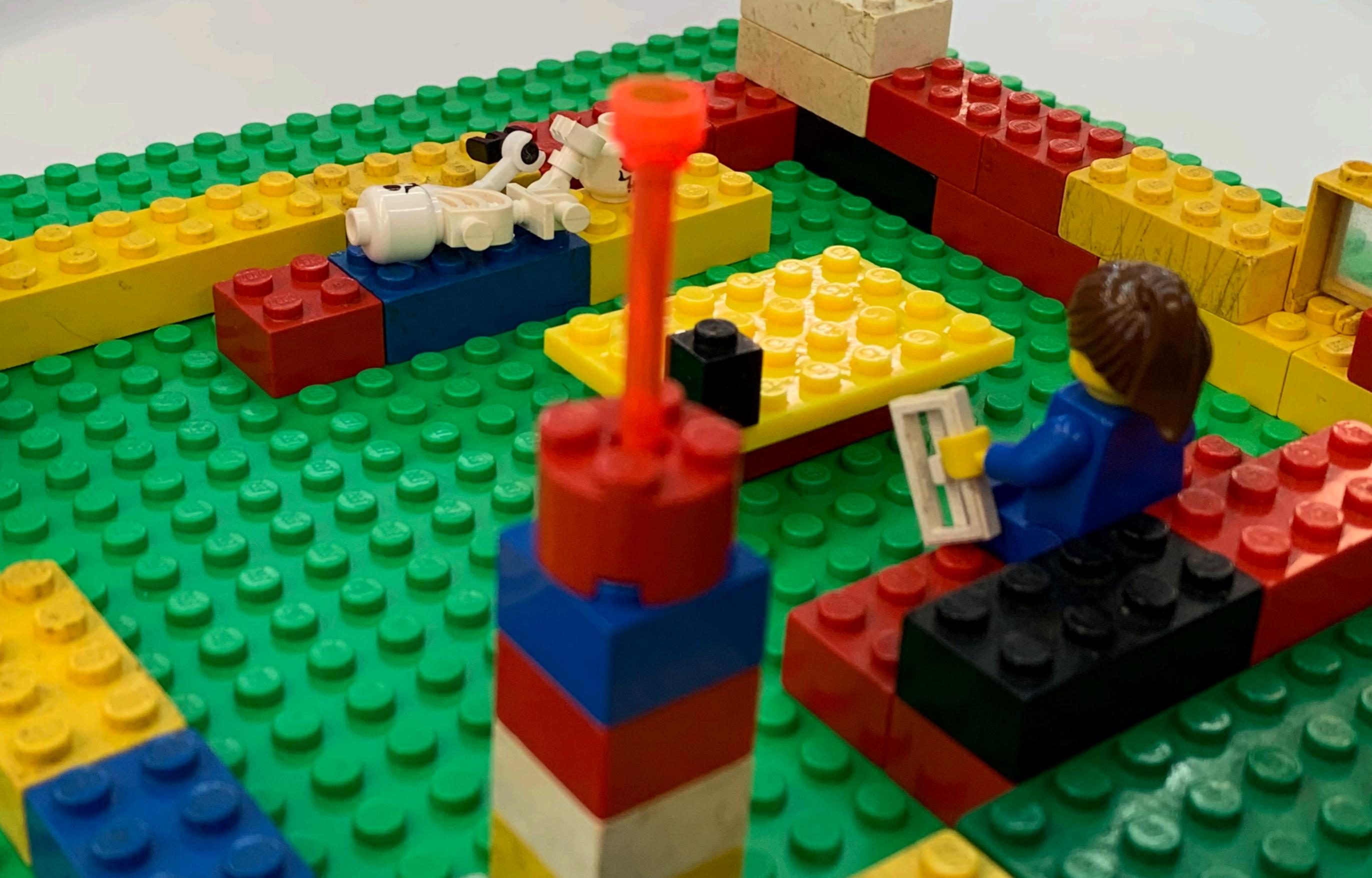
A experiência do designer é privilegiada com conhecimentos sobre o produto, mas é alienada de conhecimentos sobre seu uso por pessoas diferentes.



Quando o produto é projetado somente com base na experiência do designer, o usuário sofre.

*A pesquisa de experiências
serve para **aproximar** a
experiência do designer da
experiência do usuário.*

Como se faz isso na academia?



1. Definir o que se quer descobrir e onde pesquisar.

SEI QUE SEI

PREMISSAS

CUSTO/TEMPO/
DIFICULDADE PARA
ACESSAR O ESPAÇO
UNIVERSITÁRIO

DE ÔNIBUS
APPs DE CARONA
CUSTO NA UNIVERSIDADE

SEI QUE NÃO SEI

→ TRANSPORTE OFERECIDO P
→ DISTRIBUIÇÃO DOS ESTUDAN
PELA CIDADE (DISTÂNCIA)

LACUNAS

AJUDA OFERECIDA
CONSIENTEMENTE AOS
ALUNOS PARA ACESSAR
A UNIVERSIDADE

SEI QUE SEI

→ ~~PREJUÍZO CAUSADO PELA
FALTA DE MOBILIDADE~~

NÃO SEI QUE NÃO SEI

→ PREJUÍZO CAUSADO PELA FALTA
DE MOBILIDADE

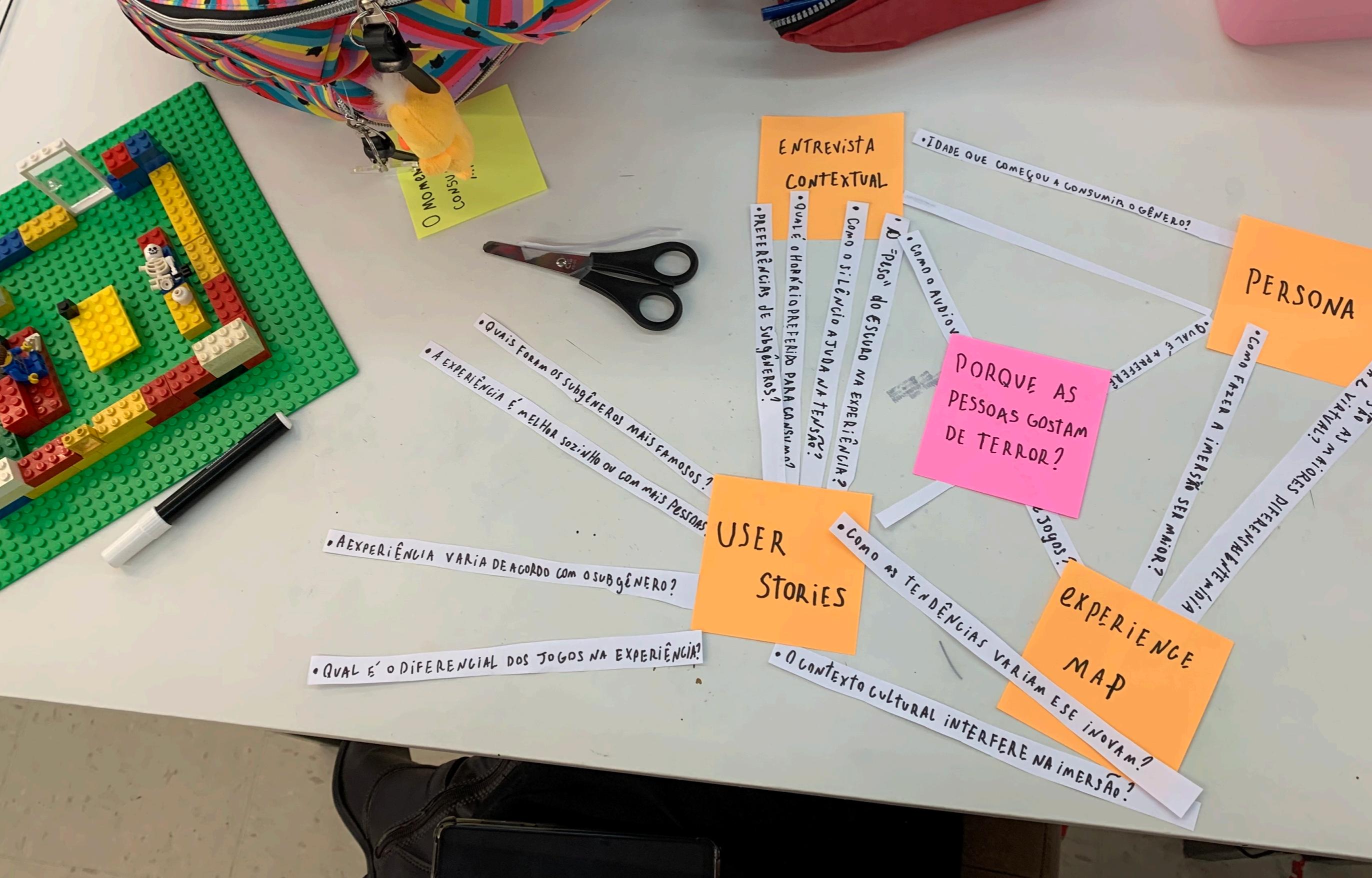
HIPÓTESES:

REDUÇÃO DO NÚMERO
DE ALUNOS NAS SALAS DE
AULA/ALUNOS QUE SE
FORMAM

PERGUNTA NORTEADORA

O IMPACTO CAUSADO
NA UTFPR PELA
FALTA DE MOBILIDADE
URBANA

2. Inventariar o que se sabe e o que não se sabe sobre a experiência em questão.



ENTREVISTA
CONTEXTUAL

• IDADE QUE COMEÇOU A CONSUMIR O GÊNERO?

• Qual é o horário preferido para consumir?
• Como o silêncio ajuda na experiência?
• Preferências de subgêneros?

• Como o áudio?

PORQUE AS
PESSOAS GOSTAM
DE TERROR?

PERSONA

• Como fazer a imersão ser maior?
• Qual é a preferência para a imersão?
• Como fazer a imersão ser maior?
• Como fazer a imersão ser maior?

USER
STORIES

• Quais foram os subgêneros mais famosos?
• A experiência é melhor sozinho ou com mais pessoas?

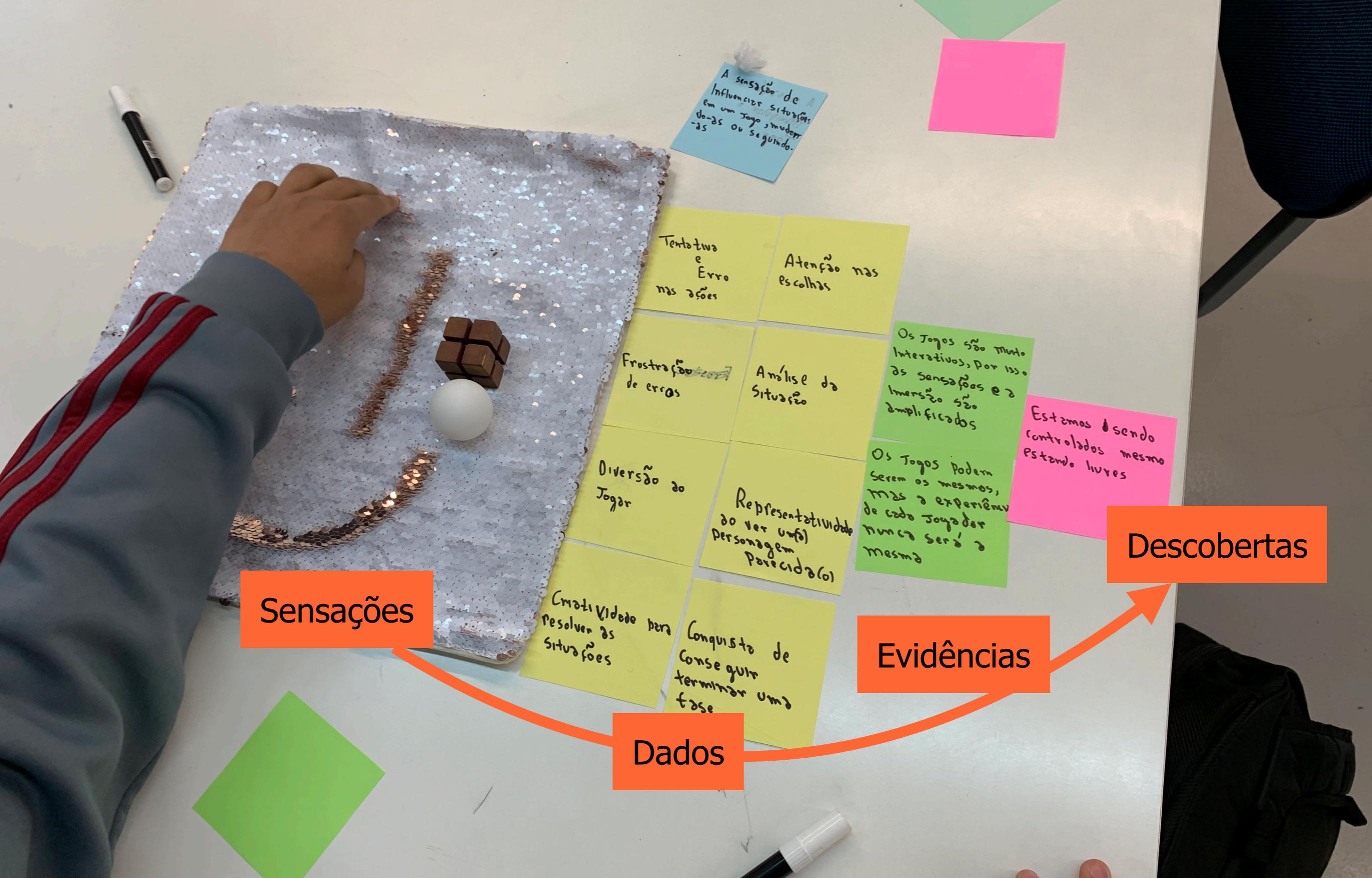
• A experiência varia de acordo com o subgênero?

• Qual é o diferencial dos jogos na experiência?

EXPERIENCE
MAP

• O contexto cultural interfere na imersão?
• Como as tendências variam e se inovam?

3. Utilizar os métodos de pesquisa adequados para responder as perguntas de pesquisa.



A sensação de influenciar situações em um jogo, mudando-as ou seguindo.

Tentativa e Erro nas ações

Atenção nas escolhas

Frustração de erros

Análise da Situação

Os Jogos são muito Interativos, por isso as sensações e a Imersão são amplificadas

Estamos sendo controlados mesmo estando livres

Diversão ao Jogar

Representatividade do ver um(a) personagem parecido(a)

Os Jogos podem ser os mesmos, mas a experiência de cada jogador nunca será a mesma

Descobertas

Sensações

Criatividade para resolver as situações

Conquista de conseguir terminar uma fase

Evidências

Dados



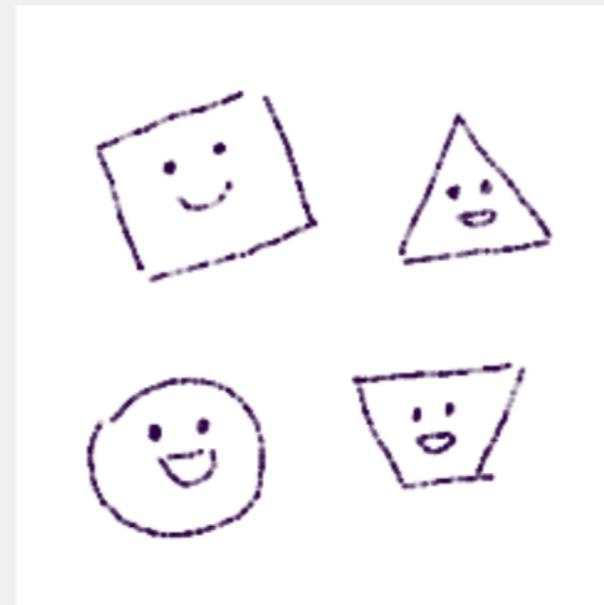
4. Transformar sensações em descobertas.



Camila começa a pensar o que fazer, se deve continuar ou desistir de estudar. Ela pensa também em todo o seu progresso na língua, e o quanto se dedicou para chegar no nível que estava.



Ela pede ajuda em um fórum, relatando a sua experiência e pede conselhos dos outros estudantes. Dessa forma, ela conhece mais pessoas que pensam igual, e faz novos amigos



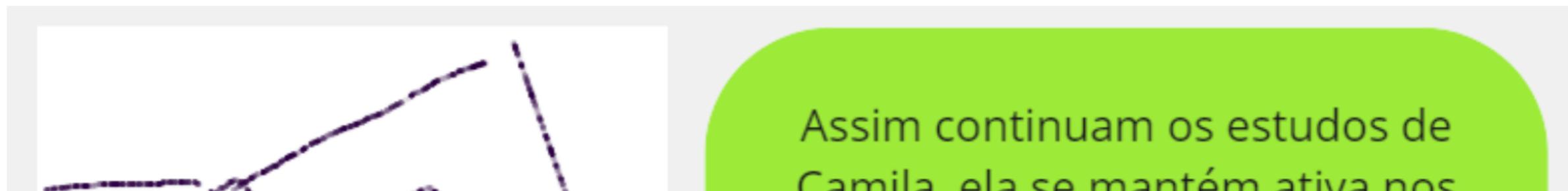
Camila acaba entrando em outro grupo, dessa vez mais sério, voltado para o estudo do coreano. Ela cumpre metas, interage com outros e se mantém motivada.



Ela também acabou conhecendo alguns sul-coreanos pela internet, o que lhe ajudou a aperfeiçoar o seu coreano

Fonte: Autoria Própria (2022)

Imagem 7 - Storyboard parte final



Assim continuam os estudos de Camila, ela se mantém ativa nos

4. Projetar baseado nas descobertas da pesquisa.

*Para que uma pesquisa de experiências seja levada a sério no design de um produto, é preciso que ela tenha uma **metodologia** que permita a auditoria de terceiros.*



Davina A

Saved



Share

Editable

Full width



H B I U S 99 | : : : | = | | | | | | | | | |

the development team and making sure that everyone has something to work on and that we're on track.

Davina Anderson 1:51

And then we'll probably do some pull requests, review some code, has some discussions, and then for the rest of the day, just work on a ticket that's been assigned to me, which involves just coding it up, testing it, and then releasing it out into development or production. Throughout the day there might be some questions from other people in the company that we just kind of have to answer so we unblock them. That's kind of like what a typical day would look like.

Kevin Johnston 2:20

Awesome. That makes sense. I guess throughout that day, thinking about some of the the tools and I guess things you use to get your job done, what are the, what are the kinds of things that you can't live without?

Davina Anderson 2:33

Yeah, I would say Google Calendars definitely a great tool to make sure that we have, you know, events and invitations to those things to keep us all in sync. We also use Slack for team communication, which has been awesome when you have different



Focus time 6

Progressing work 4



Pesquisadores que utilizam Dovetail, por exemplo, podem deixar todos os seus dados e análises disponíveis para terceiros.

O conhecimento mais importante para profissionais que querem atuar nesta área é a boa e velha metodologia da pesquisa.

Obrigado!

Frederick van Amstel @usabilidoido

www.usabilidoido.com.br

DADIN - UTFPR