**SEMANA 2**

## Elaborar um mapa de empatia

**Aluno:** *Leonardo Cunha da Silva*

# Entender a ideia de empatia no design de UX

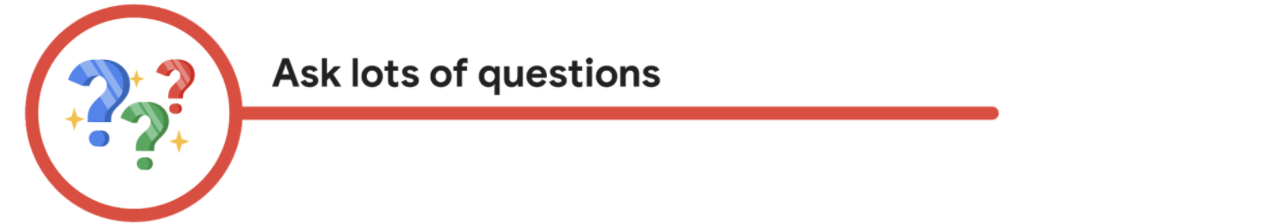
O nome “design de UX” diz tudo: a experiência do usuário é o foco do nosso design de produto. A melhor maneira de criar ótimas experiências do usuário é conhecer e ter empatia pelo seu usuário. Como vocês devem se lembrar, **empatia** é a capacidade de entender os sentimentos ou pensamentos de outra pessoa em determinada situação.

Como designer de UX, ter empatia pelos usuários melhora os produtos que você cria, porque você utiliza o produto da mesmo forma que seu usuário. Quanto melhor você for em prever os interesses e necessidades de um usuário, mais confortável o usuário se sentirá com seu design, e maior será a probabilidade de que ele use seu produto no longo prazo.

Então, vamos explorar como a empatia pode tornar você um designer de UX mais eficaz.

## ****Como desenvolver empatia pelos usuários****

Se você acha que desenvolver empatia pelos usuários é um grande desafio, não se preocupe. A capacidade de sentir empatia pelos usuários é uma habilidade que pode ser aprendida com a prática. Aqui estão seis dicas que podem ajudar você a se tornar um designer de UX mais empático.



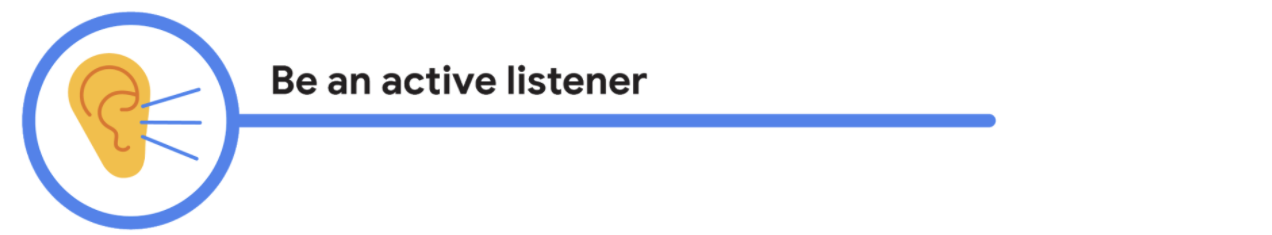
## ****Faça muitas perguntas****

**Faça muitas perguntas.** Como designer de UX, você não pode fazer suposições sobre as necessidades dos seus usuários. Na verdade, você deve perguntar diretamente aos usuários quais são os interesses e as necessidades deles, os quais podem ser abordados pelo seu design de produto. Faça perguntas que começam com “o que”, “como” e “por que” para obter uma compreensão mais aprofundada da perspectiva dos seus usuários



## ****Observe mais****

**Observe mais.** Passe a focar no usuário como um todo, e não apenas nas palavras dele. Em entrevistas em que o usuário está fisicamente presente ou em uma gravação de vídeo, assistir a um usuário interagir com você ou seu produto pode fornecer pistas físicas que podem afetar os resultados da sua pesquisa. Para ajudar a captar observações, você fará anotações detalhadas ou até mesmo gravará suas sessões com os usuários.



## ****Seja um ouvinte ativo****

**Seja um ouvinte ativo.** A escuta ativa exige que você se concentre totalmente, entenda e lembre-se do que está sendo dito pelo usuário com quem você está interagindo. Evite se distrair com o rumo que a conversa está tomando ou com o que você dirá em seguida. No design de UX, praticar a escuta ativa pode ajudar você a obter feedback imparcial diretamente dos seus usuários, que você pode implementar para melhorar seus projetos.



## ****Peça opiniões****

**Peça opiniões.** É importante que o feedback recebido seja objetivo e imparcial. Amigos ou colegas geralmente fornecem feedbacks tendenciosos, principalmente positivos, porque eles querem apoiar ou agradar você. Portanto, é importante pedir a opinião de várias fontes e de um grupo diversificado de usuários. Ao pedir feedback, use perguntas abertas para entender os pensamentos reais do usuário sobre a experiência ou o produto.



## ****Tenha a mente aberta****

**Tenha a mente aberta.** Todos temos preconceitos. Lembre-se: um **viés** é o ato de favorecer ou ter preconceito contra algo ou alguém com base em informações limitadas. Como designers de UX, temos que deixar esses vieses de lado para desenvolver mais empatia pelas outras pessoas. Seu objetivo é entender os usuários, não complicar o feedback deles com suas próprias opiniões e emoções.

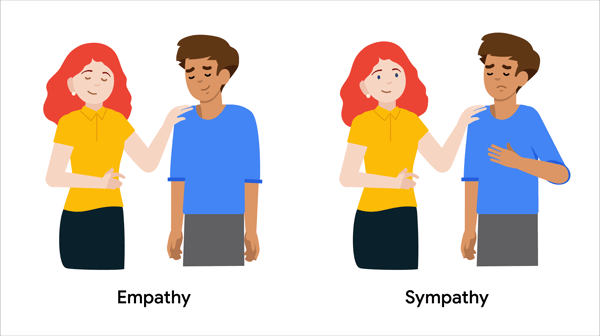


## ****Atualize-se sempre em relação a pesquisas de UX****

**Atualize-se sempre em relação a pesquisas de UX.** Siga pesquisadores e participe de comunidades on-line para se atualizar sobre pesquisas que afetam os designers de UX e os usuários para os quais você está criando o design. As pesquisas estão sempre mudando e evoluindo à medida que entendemos mais sobre a psicologia humana. Manter-se atualizado dará a você uma vantagem de como entender e interagir com seu público.

## ****Empatia x simpatia****

Empatia às vezes é confundida com simpatia, mas os dois termos não significam a mesma coisa. **Empatia** significa entender os sentimentos ou pensamentos de alguém, muitas vezes também sentindo as mesmas emoções. **Simpatia** é a experiência de mostrar preocupação ou compaixão sem sentir as emoções em si.



Ao conseguir desenvolver empatia pelos seus usuários e se empenhar em entender as necessidades deles, você constrói uma excelente base para uma experiência de produto que ajudará a resolver os problemas específicos deles.

## ****O que empatia significa para você?****

Criar designs com empatia vai melhorar os produtos desenvolvidos. Ao desenvolver conexões mais profundas com os usuários, você compreenderá melhor as perspectivas e dificuldades deles. Encontrar essa conexão logo pode guiar você pelo caminho certo de design e evitar revisões profundas do seu produto durante uma fase posterior do processo de design.

Com foco na empatia, você pode criar um produto que ofereça aos usuários tudo o que eles precisam e muito mais.

Para saber mais, confira [este vídeo sobre o poder da empatia](https://www.dailymotion.com/video/x28nj7a) do Dr. Brené Brown.

# Encontrar candidatos para entrevistas

Ao começar a pensar em realizar entrevistas para a pesquisa de UX, você pode estar se perguntando: Como posso encontrar e recrutar pessoas que queiram ser entrevistadas? Este artigo vai orientar você justamente em relação a essa questão.

## ****Defina os objetivos da entrevista****

Você quer garantir que as entrevistas realizadas valham a pena, tanto para você quanto para os participantes. Para aproveitar ao máximo esse tempo juntos, você precisa determinar metas claras para a entrevista. Como designer de UX, o que você quer aprender com as entrevistas? Há certos problemas do usuário ou aspectos problemáticos em relação aos quais você precisa desenvolver empatia?

Aqui estão alguns exemplos de objetivos comuns de pesquisa em relação ao desenvolvimento de empatia pelos usuários:

* Quero entender os processos e emoções com as quais as pessoas lidam em torno do problema que meu produto está tentando resolver.
* Quero identificar comportamentos e experiências comuns dos usuários com tarefas que meu produto está tentando abordar.
* Quero entender as necessidades e frustrações dos usuários conforme se relacionam com o produto que estou criando.

## ****Use uma pesquisa de triagem para selecionar uma amostra representativa dos participantes do estudo****

A seleção de participantes para um estudo deve ser baseada nos seus objetivos de pesquisa e nos usuários-alvo do produto que você está criando. A melhor maneira de verificar se os participantes potenciais atendem às características desejadas do estudo e representam um conjunto diversificado de contextos/origens é enviar uma pesquisa de triagem.  Uma **pesquisa de triagem** é uma lista detalhada de perguntas que ajudam os pesquisadores a determinar se os participantes potenciais atendem aos requisitos do estudo.

Para os fins deste curso, não é obrigatório criar uma pesquisa de triagem, mas ela é uma boa ferramenta a se conhecer para o futuro.

Fazer a triagem dos participantes muitas vezes exige a coleta de **dados demográficos**, que são as características de um grupo ou indivíduo. Alguns dados demográficos que você pode perguntar em uma pesquisa de triagem são:

* Idade
* Localização geográfica
* Cargo ou ramo profissional
* Gênero

É importante ter em mente que fazer perguntas relacionadas a dados demográficos pode ser um terreno delicado e desafiador pelo qual pisar. Seja consciente e cuidadoso(a) com as perguntas que você faz nas pesquisas de triagem e com o modo como você as faz. Formule perguntas de forma respeitosa e inclusiva, e deixe as perguntas como opcionais caso tratem de dados demográficos. Talvez seja melhor apresentar perguntas relativas a dados demográficos com uma breve explicação do motivo de a pergunta estar sendo feita. Por exemplo: “Com foco em um design inclusivo, estamos fazendo essas perguntas para ter certeza de que estamos alcançando um grupo diversificado de pessoas”.

Entrevistar participantes com diversas origens, perspectivas e habilidades físicas é extremamente importante para garantir que seus projetos sejam acessíveis e igualitários. Conforme você começa a recrutar, procure compor uma amostra representativa. Uma **amostra representativa** é um subconjunto da população-alvo que busca refletir com precisão as características do grupo maior.

Os participantes de uma amostra representativa devem ser provenientes de grupos de usuários que frequentemente foram sub-representados em pesquisas anteriores. Essa falta de representação é, muitas vezes, consequência de vieses relacionados a idade, raça, gênero ou habilidade física. Em última análise, a pesquisa realizada deve ajudar você a criar ótimas experiências para todos os usuários.

Embora seja ideal ter uma amostra representativa para pesquisa no local de trabalho, não tem problema se sua amostra representativa não for tão diversificada durante este curso. Agora, concentre-se em coletar dados úteis de quaisquer fontes disponíveis. Criar amostras representativas muitas vezes requer tempo, dinheiro e recursos extras que talvez você não tenha no momento. Faça o melhor possível com os participantes em potencial disponíveis nas suas redes.

## ****Encontrar participantes para pesquisa****

A esta altura, você determinou os objetivos da entrevista, elaborou perguntas de entrevista por escrito e criou uma pesquisa de triagem para encontrar uma amostra representativa de participantes do estudo. Você já pode começar a recrutar participantes!

Como e onde você encontra os participantes do estudo depende da empresa para a qual você trabalha, do tipo de produto que você está criando, das restrições de tempo da pesquisa, do orçamento do projeto e da acessibilidade dos usuários-alvo. Com base nesses detalhes do projeto, você pode escolher alguma entre diversas maneiras de encontrar os participantes da pesquisa.

* **Rede pessoal.** Como designer de UX em treinamento, sua rede pessoal é uma ótima maneira de encontrar pessoas para entrevistar. Pense na família, nos amigos ou nos colegas que se encaixam nas características demográficas dos usuários-alvo para os quais você está criando o design.
* **Base de usuários.** Se você estiver realizando pesquisas e criando designs para uma organização com uma base de usuários já pronta, provavelmente poderá recrutar participantes desse grupo de conexões consolidadas. Esse talvez não seja o caso do seu projeto atual deste curso, mas o recrutamento de uma base de usuários pronta é bastante comum no mundo real.
* **Internet.** Se você está criando designs para uma empresa imaginária ou para um negócio recém-criado, outra opção é recrutar participantes para seu estudo na Internet. Você pode usar suas próprias redes sociais para encontrar participantes para a pesquisa. Há ainda sites criados especificamente para se conectar com participantes de pesquisa, como [User Testing](https://www.usertesting.com/) e [User Interviews](https://www.userinterviews.com/plp/user-research?utm_campaign=r-nurture-SignupGoal&utm_content=r-nurture-SignupGoal&device=c&campaignid=2069533395&adgroupid=78956501640&utm_term=remote%20user%20research&matchtype=b&adposition=&utm_source=google&utm_medium=r-search-paid&gclid=Cj0KCQiAhs79BRD0ARIsAC6XpaXPwRy4R_mrvBrbnYjwHKA6oeP3oRZukFdyqqtDM8FN-jEXe_omJlIaAgR-EALw_wcB). Você também pode encontrar grupos on-line que tenham usuários com as características demográficas que você pretende entrevistar. Por exemplo, se estiver desenvolvendo um aplicativo para pais, você poderá procurar um grupo on-line sobre criação de filhos. Antes de fazer uma postagem em uma comunidade on-line, verifique as regras do grupo ou peça permissão a um administrador para solicitar que os usuários participem da pesquisa.
* **Teste de corredor.** Se recrutar participantes na Internet não parece viável, uma maneira menos formal de recrutar usuários para seu estudo é perguntar às pessoas pessoalmente. Você pode usar um método de recrutamento conhecido como **teste de corredor**, que significa pedir às pessoas que passam pelo “corredor” para testarem o produto que você está criando. Procure ficar em um local onde é mais provável que você encontre o público-alvo do seu produto, como um parque para cães ou uma cafeteria. O teste de corredor pode ser eficaz se você estiver recrutando um pequeno número de participantes, se tiver tempo limitado ou se quiser realizar pesquisas gratuitamente. No entanto, encontrar participantes dessa forma é arriscado, porque as pessoas de quem você coleta feedback talvez não tenham todas as características dos potenciais usuários do seu produto.
* **Agências de recrutamento externas.** Algumas organizações têm um orçamento reservado para a contratação de agências externas de recrutamento para pesquisas. Essas agências são úteis porque economizam tempo e muitas vezes podem atingir usuários diversos.

## ****Entrar em contato com os participantes****

Depois de identificar potenciais participantes da pesquisa, envie um e-mail que apresente o projeto e você como pesquisador. Se você tiver orçamento suficiente para fornecer um **incentivo** para motivar ou incentivar as pessoas a participarem do estudo, como um cartão de presente; mencione isso no e-mail também.

Aqui está um exemplo de e-mail que poderia ser enviado a potenciais participantes da pesquisa:

Olá, **[Nome do participante]**,

Atualmente estou realizando um projeto para um curso de especialização no qual preciso realizar entrevistas sobre **[explicar o projeto]**.

Sua participação no estudo seria muito valiosa para nos ajudar a **[resumo das metas do projeto]**. Apresento abaixo os detalhes do estudo.

* Local: **[endereço e link do mapa]**
* Datas do estudo: **[intervalo de data]**
* Horário: **[intervalo de horário]**
* Duração da sessão: **[duração estimada de cada entrevista]**

Com sua permissão, gravaremos as entrevistas para nos ajudar a decidir como melhorar nosso produto. As gravações só serão compartilhadas com membros da equipe do projeto no âmbito deste projeto. Há um formulário de consentimento anexo a este e-mail, o qual você precisa assinar e enviar para mim.

Se tiver dúvidas, entre em contato comigo por e-mail (**[seu endereço de e-mail]**).

Se você tiver interesse na entrevista, informe quando estará disponível entre **[período do estudo]** e nos horários de **[horário do estudo]**.

Atenciosamente,

**[Seu nome]**

Depois de confirmar as pessoas para a entrevista, é bom enviar lembretes por e-mail na semana anterior e na noite da véspera da entrevista. Isso ajudará a garantir que as pessoas que você encontrou realmente apareçam na entrevista.

## ****Elabore perguntas para a entrevista****

Com os objetivos da entrevista em mente, elabore as perguntas que você fará a pessoas reais durante as entrevistas. Quanto mais alinhadas forem as perguntas da entrevista com seus objetivos, mais úteis serão os dados obtidos.

Há algumas práticas recomendadas que devem ser consideradas ao elaborar as perguntas da entrevista:

* **Elabore perguntas abertas.** As perguntas abertas permitem que a pessoa entrevistada responda livremente, em vez de um simples “sim” ou “não”. Por exemplo, se você está criando um aplicativo para ajudar as pessoas a encontrar passeadores de cães, você deve perguntar “Você poderia descrever sua experiência ao tentar encontrar e contratar passeadores de cães?” em vez de “Você já usou um aplicativo para encontrar passeadores de cães?”. Lembre-se de que as perguntas feitas durante as entrevistas não devem orientar ou pressionar os participantes a uma resposta desejada; na verdade, fazer perguntas abertas permite que os participantes compartilhem suas verdadeiras opiniões e perspectivas.
* **Crie perguntas curtas e simples.** Os participantes devem entender com facilidade o que você está perguntando.

**Faça perguntas de seguimento.** Durante a fase de desenvolvimento de empatia do processo de design, as entrevistas devem ser informais, então é uma prática recomendada incentivar os participantes a darem opiniões detalhadas. Depois que um participante responder a uma pergunta da entrevista, tente perguntar “Por quê?” ou diga “Fale mais sobre isso” para manter o fluxo da conversa.

gray divider line with multicolored dots

A pesquisa é uma parte essencial do processo de design de UX e do desenvolvimento de empatia pelos usuários. Dedicar algum tempo para delinear os objetivos da sua pesquisa e recrutar uma amostra representativa de participantes ajudará a garantir que o feedback obtido seja valioso. Boa sorte no recrutamento!

# Atividade: recrutar participantes da entrevista para seu projeto de portfólio

### 1.

Pergunta 1



Agora que você conhece os aspectos básicos da realização de pesquisas para conhecer melhor os usuários, você já pode fazer pesquisas por conta própria. Nesta atividade, você vai preparar tudo o que é necessário para realizar entrevistas. Como esta é a primeira atividade que você fará para seu projeto de portfólio, reserve um tempo para conferir o memorando do projeto da Sharpen que você escolheu no início deste curso. Pense nesse memorando ao recrutar seus participantes.

Lembre-se de que atividades como entrevistas com usuários exigem contribuição e colaboração com os demais e podem exigir tempo extra dependendo da disponibilidade do participante. Planeje seu cronograma de acordo com isso para que você possa encaixar todo o processo de recrutamento e agendamento de participantes.



**Etapa 1. Defina os objetivos da entrevista**

É importante iniciar o processo de entrevista com objetivos claros de pesquisa. Pense no memorando do Sharpen e reflita sobre o que deseja descobrir com as entrevistas e o que você precisa para entender melhor os usuários. Os objetivos da entrevista guiarão as perguntas que você elabora e os participantes que busca, então é importante que eles sejam claros e focados no problema que o projeto de portfólio está tentando resolver.

**Etapa 2. Recrute participantes**

Agora que você definiu os objetivos da entrevista, já pode começar a recrutar participantes. No mundo real, você normalmente entrevistaria um grupo de oito a 12 participantes durante essa fase de desenvolvimento de empatia, mas como esta provavelmente é a primeira vez que você realiza entrevistas, entreviste um grupo mais viável de quatro a seis participantes. Se você precisar relembrar como recrutar participantes, consulte novamente o artigo [Recrutar participantes para entrevistas](https://www.coursera.org/learn/iniciar-o-processo-de-design-de-ux/lecture/ggW2j/recrutar-participantes-para-entrevistas). O segredo para desenvolver empatia pelos usuários é entrevistar uma amostra representativa que inclua o grupo de usuários-alvo e os grupos de usuários que costumam ser excluídos.

O alinhamento do processo de seleção de participantes com os objetivos da pesquisa ajuda a garantir que as respostas obtidas nas entrevistas sejam úteis para serem implementadas nos projetos. Talvez seja bom preparar uma lista de características do participante-alvo para ajudar a refinar a pesquisa.

Aproveite esse tempo para obter o consentimento por escrito de cada participante. É necessário ter o consentimento prévio por escrito para gravar qualquer parte de uma entrevista. Se o participante for menor de idade ou não puder consentir conforme as leis vigentes, será necessário obter o consentimento por escrito dos pais ou responsáveis do participante. Para essa atividade, você pode entregar este [modelo de formulário de consentimento](https://docs.google.com/document/d/1X9a3LAhg9RdEVxccp1EPXMRC2JmtR-zSD8LFcv4P82I/edit?resourcekey=0-m3ZnaGa7BqDApgLJ6Pl0_A) para eles depois de preenchê-lo com as informações necessárias.

**Etapa 3. Agende as entrevistas**

Depois de confirmar os participantes, agende a data, o horário e o local de cada entrevista.

Se você estiver realizando entrevistas pessoalmente, dê instruções claras aos participantes sobre como chegar ao local. Se você estiver realizando entrevistas a distância por vídeo ou telefone, verifique se os participantes têm as configurações adequadas para o dispositivo ou plataforma usados.

Também é bom enviar um lembrete aos seus participantes 24 horas antes da entrevista agendada.

**Etapa 4. Elabore perguntas para a entrevista**

Você pode elaborar perguntas para a entrevista a qualquer momento do processo de recrutamento, desde que as metas da entrevista estejam definidas. Essas perguntas são a base do feedback que você receberá dos participantes, portanto, reserve um tempo para preparar perguntas bem elaboradas e alinhadas com os objetivos da entrevista.

Formule de quatro a sete perguntas para a entrevista. Lembre-se de fazer as mesmas perguntas a cada participante para que você possa identificar os temas facilmente com base nas respostas.

Ao elaborar as perguntas da entrevista, consulte novamente o artigo [Recrutar participantes para entrevistas](https://www.coursera.org/learn/iniciar-o-processo-de-design-de-ux/lecture/ggW2j/recrutar-participantes-para-entrevistas) para conferir as práticas recomendadas.

# Exemplo da atividade: recrutar participantes da entrevista para seu projeto de portfólio

Aqui temos um exemplo completo com uma explicação sobre por que ele atende às expectativas da atividade anterior.



## ****Exemplo****

**Objetivos da entrevista:**

Quero entender os desafios comuns que as pessoas enfrentam tentando gerenciar uma agenda lotada e o planejamento de refeições.

Quero identificar as frustrações que as pessoas sentem ao fazer um pedido em um restaurante.

**Perguntas da entrevista:**

1. Você pode descrever sua agenda atual e como equilibra suas responsabilidades com o planejamento de refeições?
2. Com que frequência você pede comida em restaurantes? Quando você encomenda, é por qual motivo?
3. Quais desafios você enfrenta no processo de encomenda? Como você se sente com isso?
4. Você acha que esses desafios poderiam ser resolvidos de alguma maneira?

**Características do participante-alvo:**

* Idades entre 18 e 62 anos
* Vive em áreas metropolitanas ou suburbanas
* Pessoas que pedem comida em restaurantes pelo menos uma vez por semana
* Os participantes são de diferentes gêneros
* Os participantes têm diferentes habilidades físicas



## ****Avaliação do exemplo****

Neste exemplo, foram definidas metas de entrevista específicas para o aplicativo. Neste caso, os objetivos eram saber mais sobre os desafios que as pessoas enfrentam ao tentar gerenciar uma vida atarefada e o planejamento de refeições, bem como algumas das frustrações que sentem ao fazer um pedido em um restaurante. Refletir sobre esses objetivos antes de começar a entrevista ajudou os pesquisadores a entender as necessidades e dificuldades dos usuários aos quais o aplicativo se destina.

Ao escolher os participantes a serem entrevistados, foram identificadas algumas características dos participantes para ajudar a garantir que uma amostra representativa fosse entrevistada. Neste exemplo, o participante entrevistado foi Reena, uma paramédica de 37 anos de um subúrbio perto de Denver, Colorado, que come fora várias noites por semana e tem uma vida atarefada. Na escolha dos participantes, é importante incluir um grupo diversificado, mas segmentado de usuários ao realizar entrevistas para obter os melhores dados.

Para o aplicativo Zia’s Pizza, os participantes ideais eram pessoas de diferentes habilidades físicas e gêneros, que tivessem entre 18 e 62 anos, pedissem comida em restaurantes pelo menos uma vez por semana e residissem em áreas metropolitanas ou suburbanas.

Em seguida, as perguntas da entrevista foram elaboradas com base nos objetivos identificados no início do processo. Foram formuladas perguntas abertas para incentivar conversas detalhadas. Durante a entrevista, elas foram apresentadas de forma clara para que fossem facilmente entendidas.

Agora, compare o exemplo com o material completo de preparação da entrevista do usuário. O que você fez bem? Em qual aspecto poderia melhorar? Use suas respostas a essas perguntas como guia ao longo da realização do curso.