

MÉTODOS PARA A AVALIAÇÃO DA EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO COM PRODUTOS: EXPERIENCE SAMPLING METHOD, MÉTODO DA CURVA UX E PREMO

Ana Cristina de Andrade¹, Marcelo Gitirana Gomes Ferreira²

1 Acadêmica do Curso de Fisioterapia - CEFID - bolsista PIBIC/CNPq

2. Orientador, Departamento de Design - CEART – marcelo.gitirana@gmail.com.

Palavras-chave: Experiência do Usuário. Avaliação. Design de Produtos.

De acordo com a ISO 9241-210:2010, a experiência do usuário (UX) inclui todas as emoções, crenças, preferências, percepções, respostas físicas e psicológicas, comportamentos e realizações do usuário que ocorrem antes, durante e após o uso. A experiência do usuário, por sua vez, é vista como complemento à usabilidade: auxilia esta relação, sendo uma visão mais ampla, focado na interação individual como sentimentos, percepções e intenções resultantes desta interação (TULLIS e ALBERT 2008). Por meio de revisões da literatura, descrevem-se os principais métodos recentemente desenvolvidos para avaliar a UX com produtos (e também sistemas). Este artigo apresenta os três métodos estudados pela bolsista Ana Cristina de Andrade em seu trabalho de iniciação científica.

1. **Experience Sampling Method (ESM):** método oriundo da Psicologia, desenvolvido por Csikszentmihalyi et al. (1977), que tem por objetivo obter auto-relatos de uma amostra representativa de momentos na vida das pessoas. De acordo com um cronograma aleatório, um dispositivo eletrônico envia sinais para que o participante complete um questionário, no qual deve relatar a sua experiência naquele momento. É essencial é que se consiga coletar dados representativos da experiência do participante e que este receba o sinal de forma aleatória, sem aviso prévio.
2. **Método da Curva UX (UX Curve):** método de avaliação da UX a longo prazo, desenvolvido por Kujala et al. (2011) na Universidade de Tampniver (Finlândia). Em um gráfico, tal como mostrado na Figura 1, com uma ou mais curvas, o usuário registra, de forma retrospectiva, a evolução da sua experiência tempo. As experiências positivas são registradas acima do eixo das abscissas e as negativas, abaixo. Os usuários devem registrar eventos que marcaram esta experiência, bem com suas razões e localizações aproximadas na(s) curva(s).

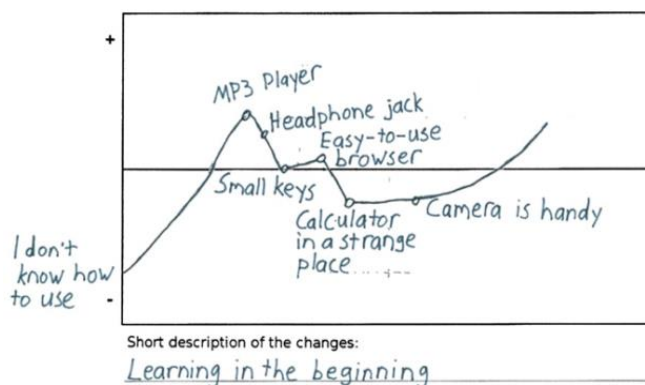


Fig. 2. Curva UX para um dispositivo de MP3 (Kujala et al., 2011)

3. **PrEmo (Product Emotion Measurement Tool):** método desenvolvido por Desmet (2002) na Delft University of Technology (Holanda). Tem como objetivo avaliar a reação emocional do usuário ao utilizar um produto ou sistema. Inicialmente o usuário é apresentado ao produto ou a uma imagem do mesmo. Em seguida, este usuário deve selecionar dentre um conjunto de 14 imagens, aquela(s) que melhor expressa(m) a(s) emoção(ões) evocada(s) pelo produto, tal como mostrado na Figura 2. Essas imagens apresentam, por meio de expressões dinâmicas faciais, corporais e vocais, emoções culturalmente independentes: positivas e negativas.

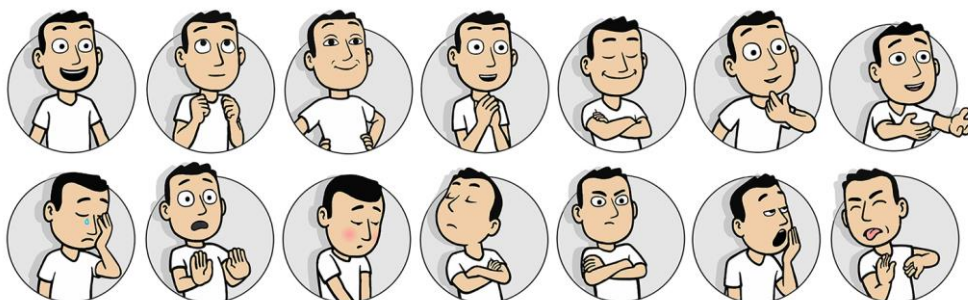


Fig. 2. Emoções do PrEmo (fonte: <http://studiolab.ide.tudelft.nl/studiolab/desmet/premo/>)

REFERÊNCIAS

- ISO 9241-210 **Ergonomics of human-system interaction -- Part 210:** Human-centred design for interactive systems, 2009.
- CSIKSZENTMIHALYI, M.; LARSON, R. Validity and reliability of the experience-sampling method. **The journal of nervous and mental disease**, v. 175, n. 9, p. 35–54, 2014.
- KUJALA, Sari et al. UX Curve: a method for evaluating long-term user experience. **Interacting with Computers**, v. 23, n. 5, p. 473-483, 2011.
- DESMET, P. **Designing emotions**. Delft: Delft University of Technology, 2002.
- TULLIS, T., ALBERT, B. **Measuring the User Experience**. Amsterdam: Morgan Kauffman, 2008.