

Aula 6

Estratégias de gamificação e engajamento no *design*

Prof. Victor Moreira

1

Entendendo organizações e usuários

2

Modelo do processo de *design thinking*



3

Empatia – entendendo organizações e usuários

- Aspectos fundamentais
 - Cultura da empresa
 - Objetivos de negócio
 - Preferências dos usuários

4

Técnicas para entender usuários

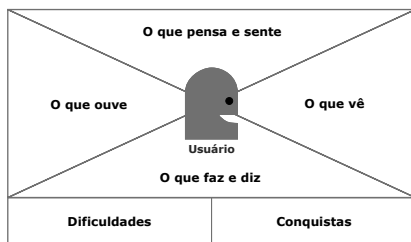
- Entrevistas
 - Natureza: qualitativa
 - Aborda: aspectos subjetivos
 - Quantidade: 3-5 entrevistas
- Questionários
 - Natureza: quantitativa
 - Aborda: aspectos estatísticos
 - Quantidade: amostral

5

- Observação
 - Intrusiva ou não intrusiva
- Jornada do usuário
 - Representação gráfica de todas as etapas que podem ser realizadas na aplicação

6

Mapa de empatia

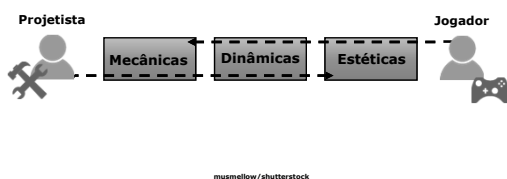


7

Definindo mecânicas, dinâmicas e estéticas

8

Modelo MDA



9

Definindo o público-alvo

- Persona (arquétipos de usuários)
- Dados demográficos
- Bartle (1996), que definiu quatro perfis observando jogadores de MUD (*multi-user dungeon*)

10

Outros Perfis de Jogadores

- Nacke, Bateman e Mandryk (2014)
- Yee (2002)

Ícone	Ícone	Ícone	Ícone
Conflito	Interação	Estratégia	Diversão social
Interações hostis, mecânicas de alto conflito	Conhecimento e papéis elaborados; interação em outro mundo	Pensamento, planejamento baseado em habilidades; regras complexas	Diversões leves, risadas, conversas, interação social
Manipulação social	Estética	Descoberta de sistemas	Cooperação
Decepção, blefe, persuasão, negociação	Bela obra de arte, tema de refração de componentes	Novos aprendizados e sistemas de jogos inovadores/mecânicos	Pertencer a um time; trabalhar em objetivos comuns
		Necessidade de vencer	Chance
		Vitória, derrotando outros jogadores	Desenho de cartas, rolando dados, mecânica da sorte
			Acessibilidade
			Jogo fácil de aprender
			Acessível aos recém-chegados

Fonte: quantifoundry.com

11

Norteando critérios da aplicação

- Elaborar missões
- Estabelecer recompensas
- Listar motivadores

12

Ideação

13

Pensando fora da caixa

- Schell (2008) explica que, para criar uma boa experiência, a mecânica, a história e o tema devem ser considerados elementos centralizadores
- História – narrativa – (mecânicas – dinâmicas)

14

Ideação divergente

- Criar uma variedade de opções para a fase de imersão
 - *Brainstorming*
 - *Workshop* de cocriação
 - Método 635
 - Analogias e muitas outras

15

Imersão

- Identificar oportunidades
- Classificar as melhores ideias
 - Pesquisa exploratória
 - *Moodboards*

16

Análise e síntese

- Melhores ideias
- Matriz de posicionamento
- Matriz de impacto



MATRIZ DE POSICIONAMENTO			
Crêterios norteadores	Ideia A	Ideia B	Ideia C
Crêterio 1	✓	✗	✗
Crêterio 2	✗	✗	✗
Crêterio 3	✓	✓	✗
TOTAL	2,0	1,0	
	Personas envolvidas	Personas envolvidas	Personas envolvidas

17

Ideação convergente

- Selecionar melhores ideias
- Apoiar decisões
 - Gamification Model Canvas
 - Objetivos do negócio

18

Protótipo

19

Tangibilizar a criação

- 1. Desenvolver de forma rápida e interativa
- 2. Testar
- 3. Obter *feedbacks* e avaliação
- 4. Analisar os *feedbacks* e fazer melhorias retomando a etapa 1 se necessário

20

Storyboard



Choosamran_Studio/shutterstock

- O *storyboard* é uma representação sequencial de uma história ou ação, realizada de modo visual

21

Fidelidade e contexto

- Há diferentes níveis e formas de se fazer um protótipo
- Podemos classificá-los por fidelidade (baixa a alta) e por contexto de uso (perto ou longe)

22

Níveis de fidelidade

- Baixa: fluxo de usuário, proposta de valor e modelo de negócio
- Média: hierarquia visual e usabilidade
- Alta: consistência e padronização visual

23

Laboratório de prototipagem

- Equipes de trabalho
- Design Sprint
- Time Scrum



Mariane Martins Almeida/shutterstock

24

Laboratório de prototipagem

Software de prototipagem para aplicativos

- Adobe XD
- Figma
- Sketch

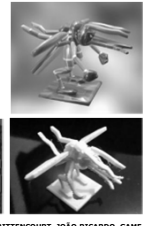


Lexndzy/Shutterstock

25

Protótipo de Jogo de Tabuleiro

- Jogo de tabuleiro voltado ao combate à dengue (saúde pública). (a) Parte do tabuleiro; (b) Modelo 3D de mosquito; (c) Impressão 3D do mosquito para ser usada como peça do jogo



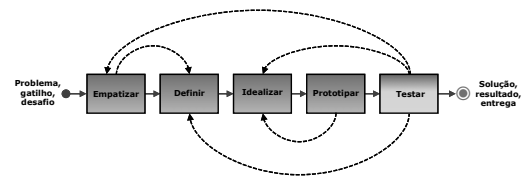
DA SILVA, ISABEL CRISTINA SIQUEIRA; RITTENCOURT, JOÃO RICARDO. GAME THINKING IS NOT GAME DESIGN THINKING! UMA PROPOSTA DE METODOLOGIA PARA O PROJETO DE JOGOS DIGITAIS. PROCEEDINGS OF THE XV SBGAMES, P. 295-304, 2016.

26

Teste

27

Relembrando o design thinking



28

Pré-teste

Levantamento do que será testado

- Protótipo
- Contexto
- Interações
- Captura da interação

29

Testes com usuários

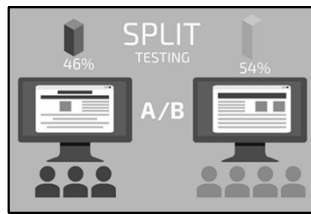
Usuários

- Pesquisas quantitativas – amostra (Gil, 2002)
- Pesquisas qualitativas – teste de usabilidade 3 – 5 (Nielsen, 2001)
- Protocolo de testes
- Termo livre e esclarecido

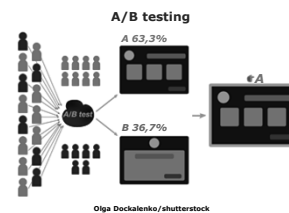
30

Tipos de testes com usuários

- A/B
- Mapa de calor
- Teste de usabilidade
- Exploratório



Síntese e análise dos resultados



- Técnicas qualitativas ou qualitativas