

Sintetizando Pesquisa e definindo o problema

Lary Tertuliano

mentorama.



Laryssa Tertuliano

User Researcher — Dextra

Com 11 anos de experiência criando
softwares complexos

**“I’m a trouble maker,
and a problem solver”**

Sintetizando Pesquisa e definindo o problema

Alguns projetos que eu já contribuí

Pagamento Digital / Seguros e Telecomunicações



Bradesco Seguros



Sintetizando Pesquisa e definindo o problema

Alguns projetos que eu já contribuí

Pagamento Digital / Seguros e Telecomunicações



Bradesco Seguros



Sintetizando Pesquisa e definindo o problema

Alguns projetos que eu já contribuí

Pagamento Digital / Seguros e Telecomunicações

ingenico
GROUP



Bradesco Seguros



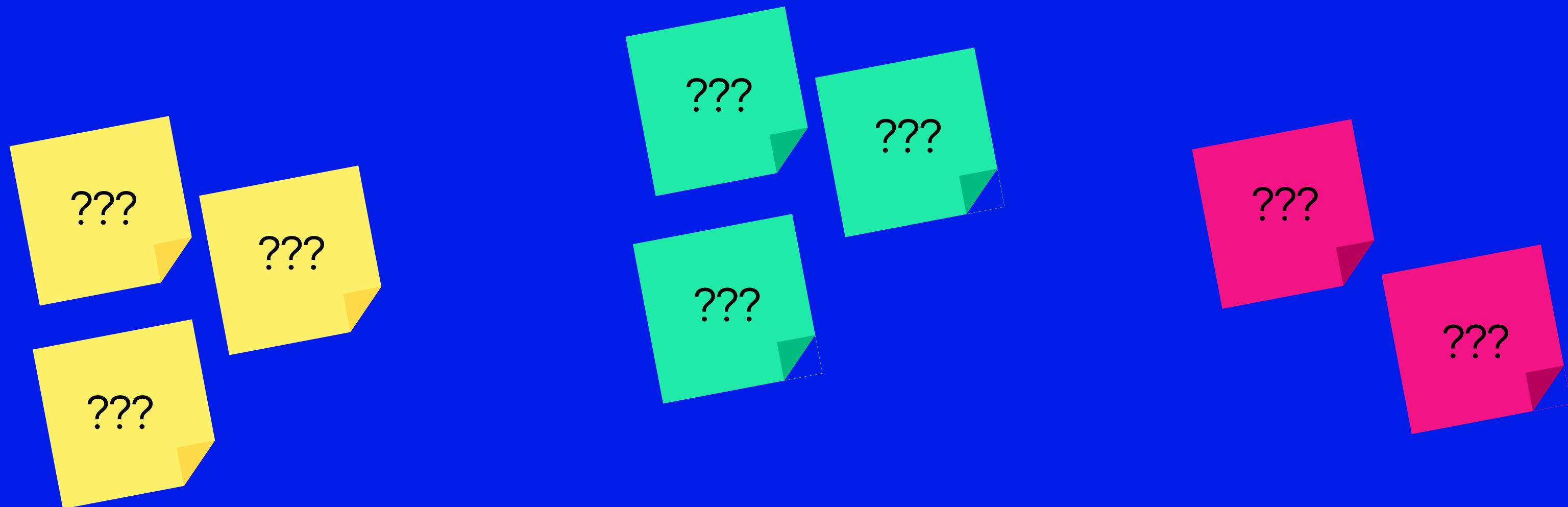
Agenda

- Mapa de afinidade
- Mapa de Empatia
- Mapa de jornada do usuário
- Personas
- Declarações "How we might"
- Definição de POV — (Point of view)



Diagrama de afinidade

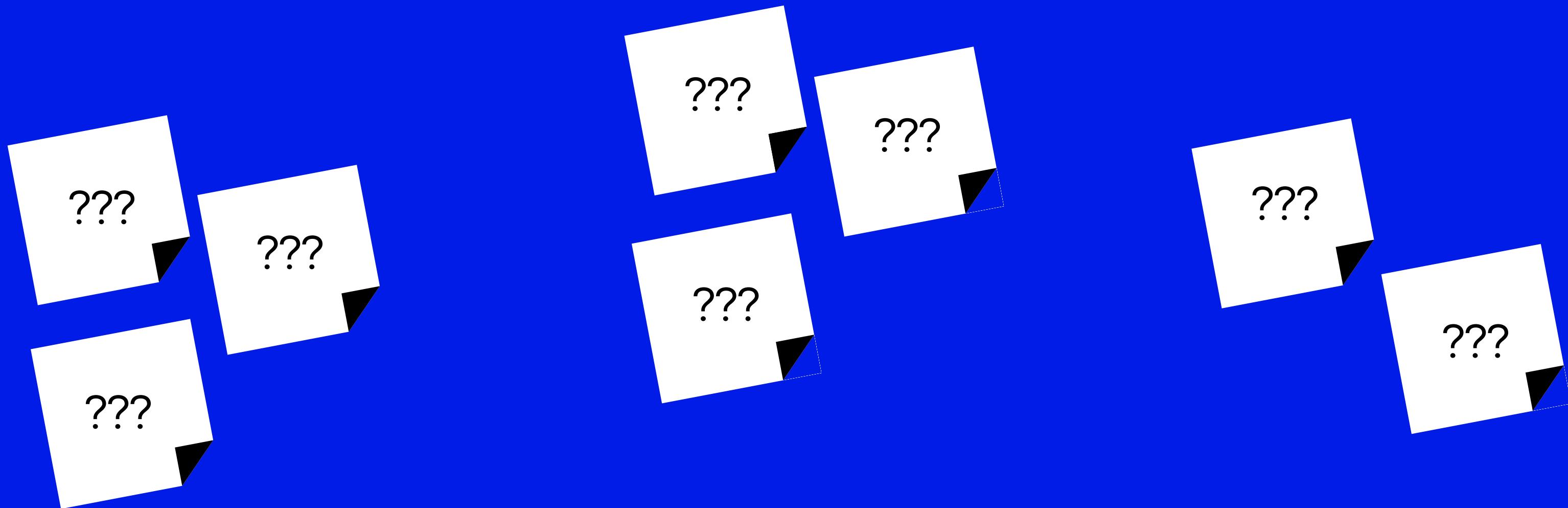
O que fazer com as dúvidas
da sua Matriz CSD?



Sintetizando Pesquisa e definindo o problema

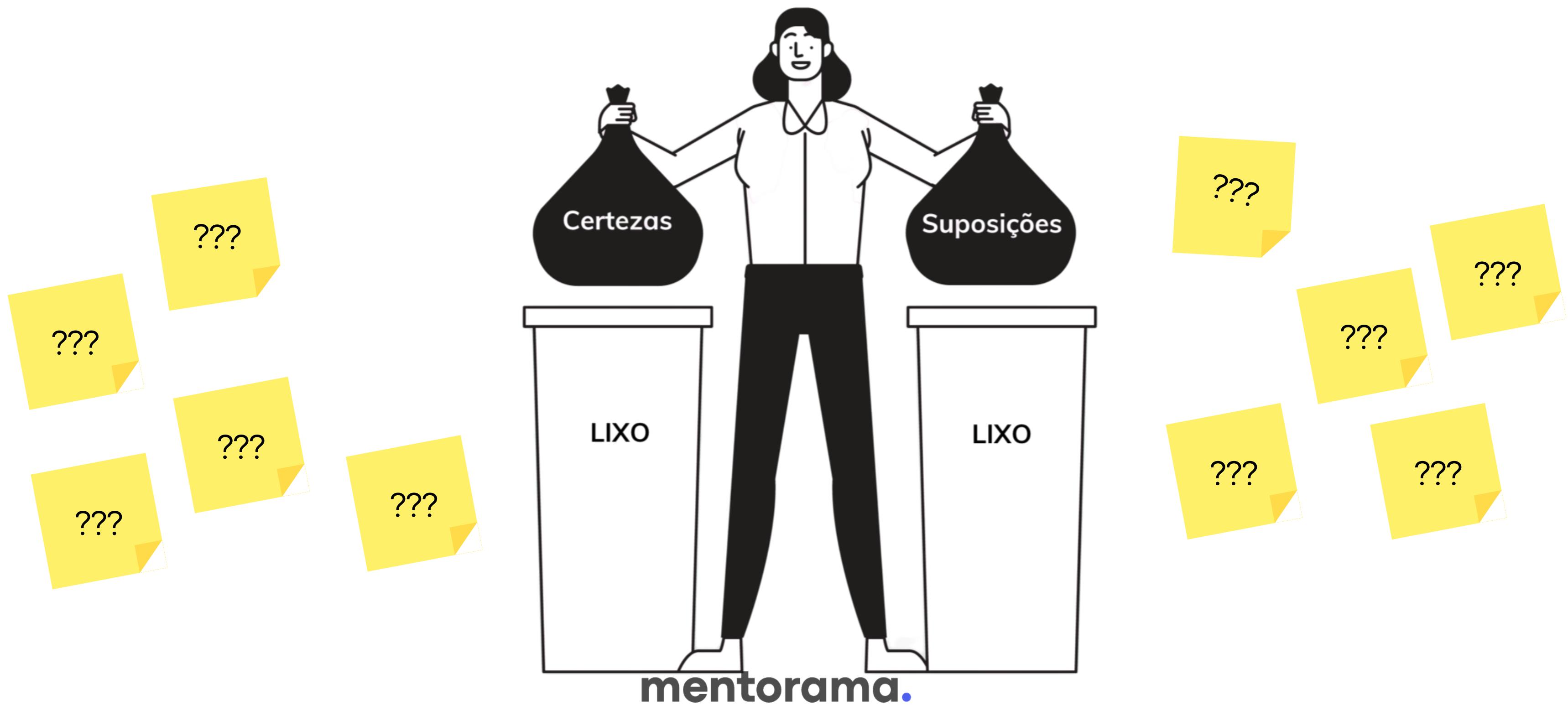
Diagrama de afinidade

O que fazer com as dúvidas
da sua Matriz CSD?



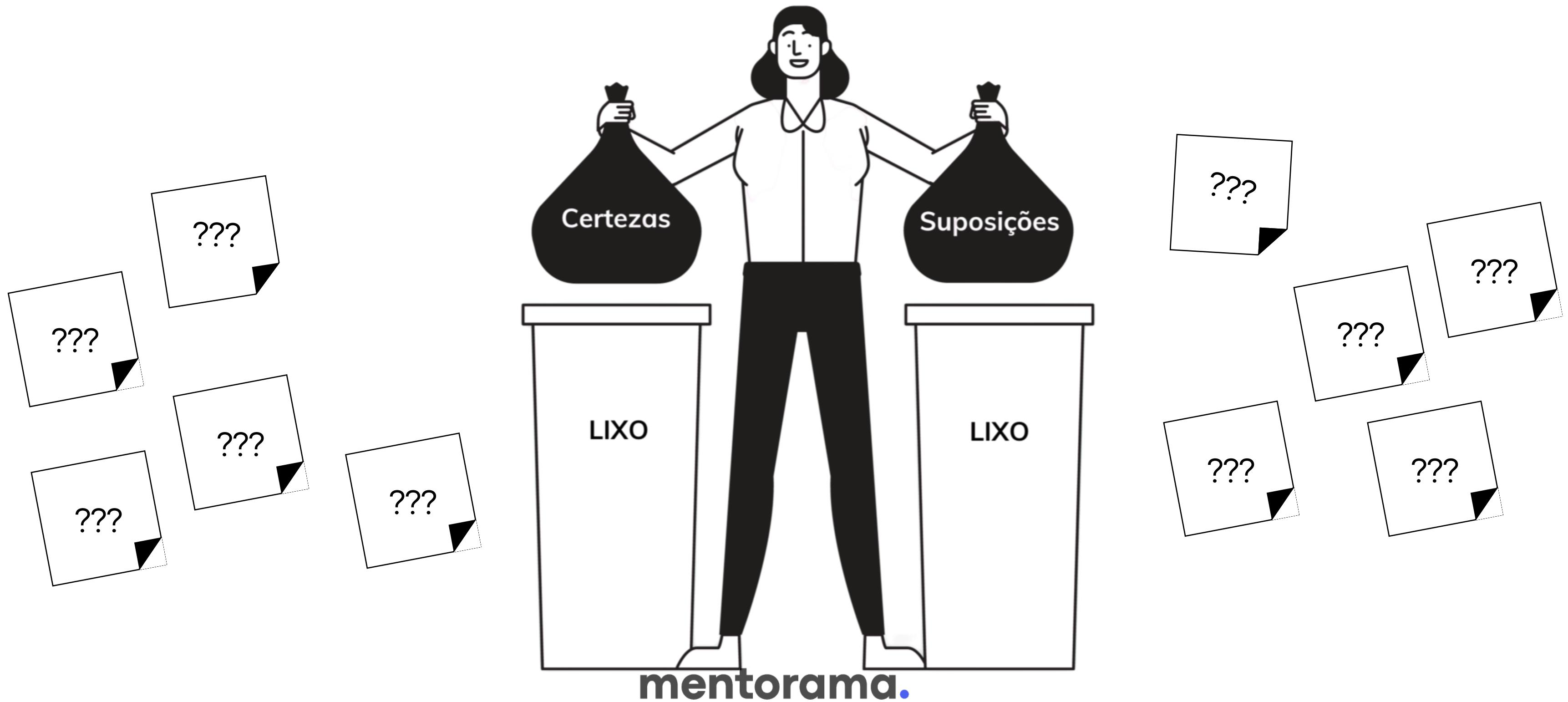
Sintetizando Pesquisa e definindo o problema

Matriz CSD



Sintetizando Pesquisa e definindo o problema

Matriz CSD



Sintetizando Pesquisa e definindo o problema

Good

- Team Building
 - Gusta no Time
 - Gusta no time!
 - Amei a recepção do time e o time como um todo <3
 - Gusta entrou
- Dinâmica de team building foi show
 - Dinâmica do time
 - Get your team on the same page
- benchmarking colaborativo foi bem maneiro! #valeutime
 - Tô amando fazer fluxos e toda essa parte de mapeamento 😊 😊
- Tarefa do chat chegando ao final #gloria #grazadeus
 - Trabalhar em dupla com a Lary na tarefa do CAP. Me senti mais motivado trabalhando em dupla

Bad

- Só um dia de feriado
- A última retro não foi bem uma retro
- To meio perdido em como posso ajudar nas tasks ainda (mas sei que é normal)
- Dailies pouco assertivas
- Tive que sair da Guilha porque não estava conseguindo conciliar Comitê do estágio, faculdade e projeto

Start

Stop

My Metro Retro

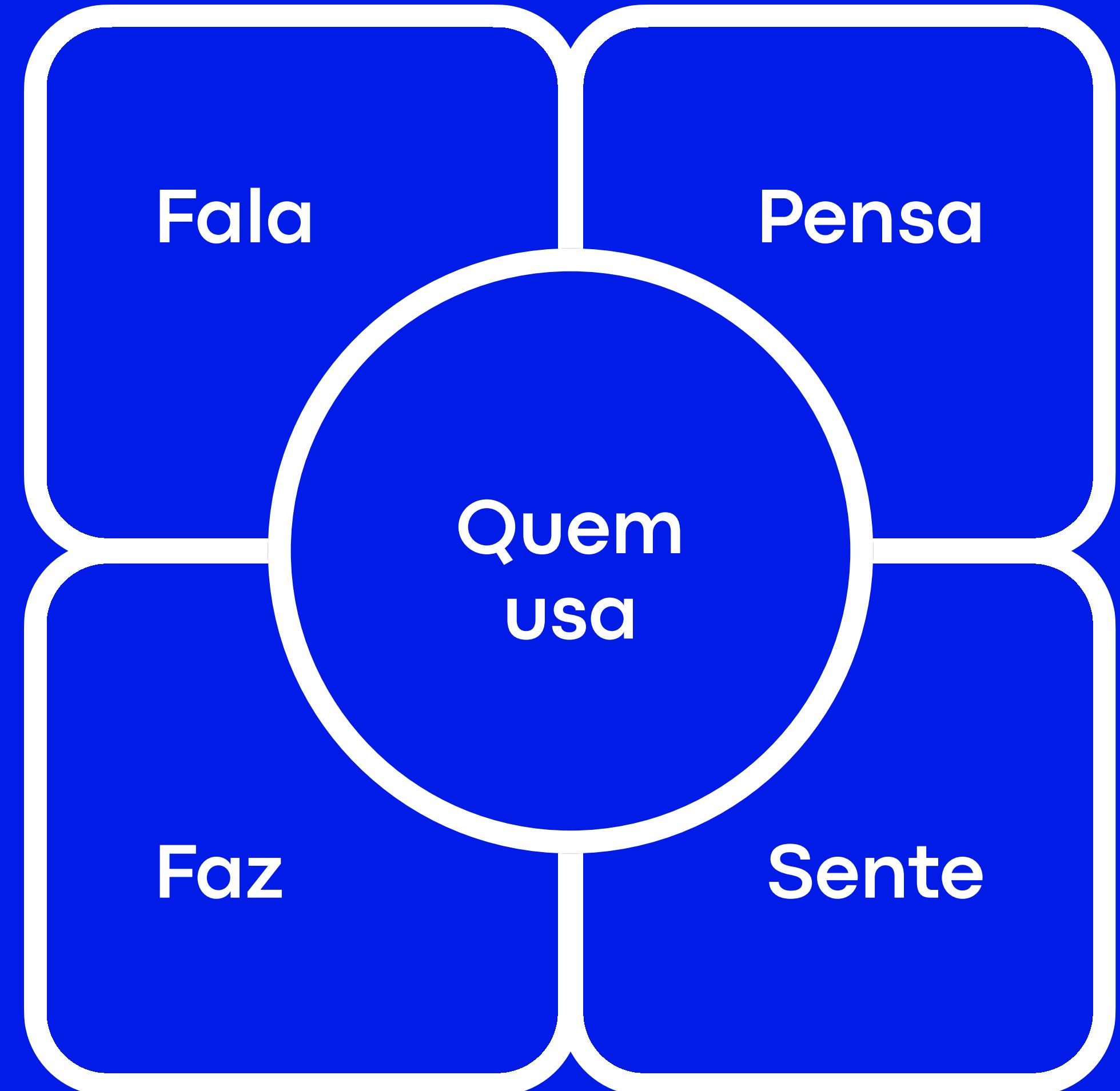
68% Voting Round #1

Start Stop

mentorama.

Sintetizando Pesquisa e definindo o problema

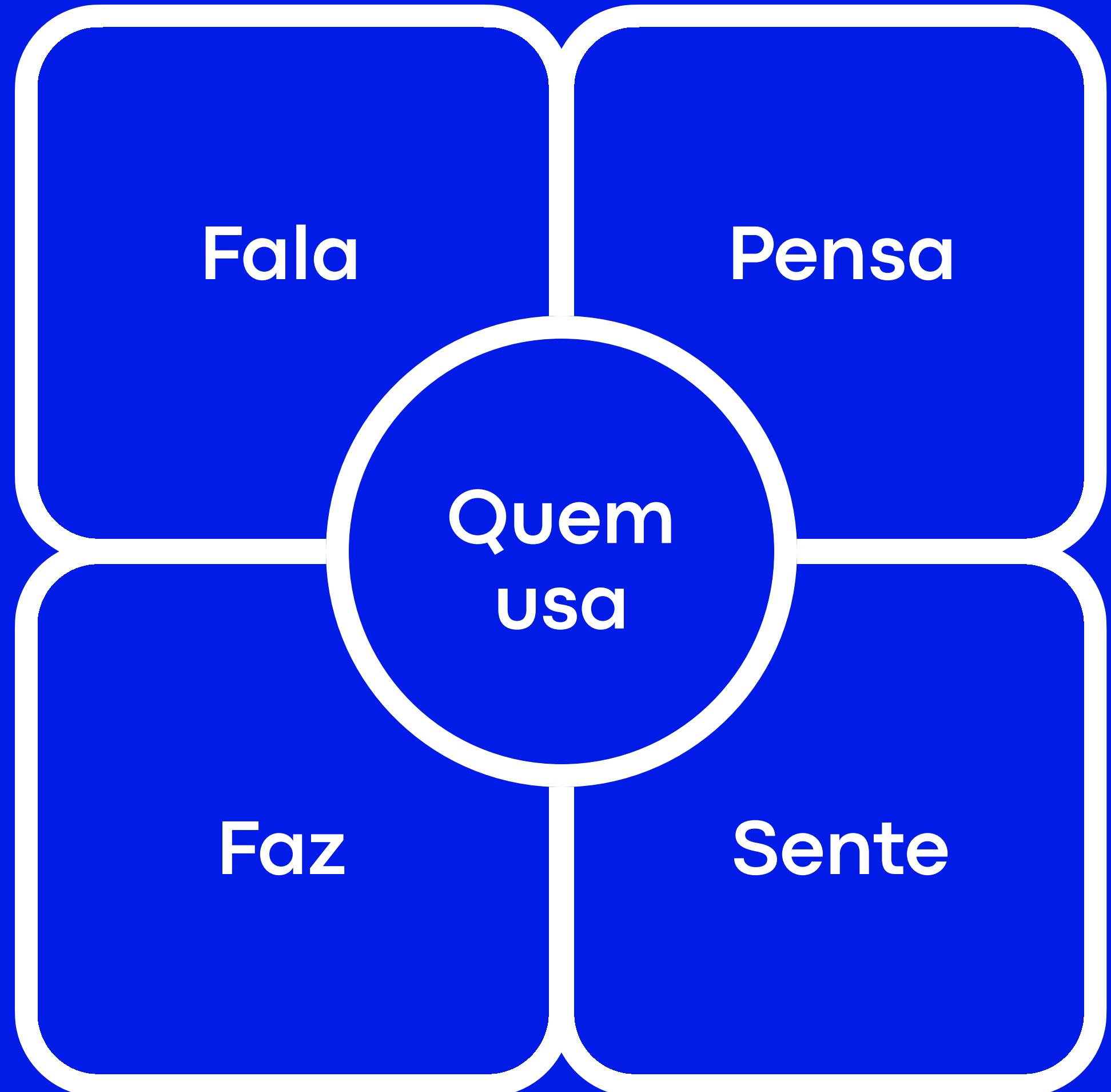
Mapa de empatia



Sintetizando Pesquisa e definindo o problema

Mapa de empatia

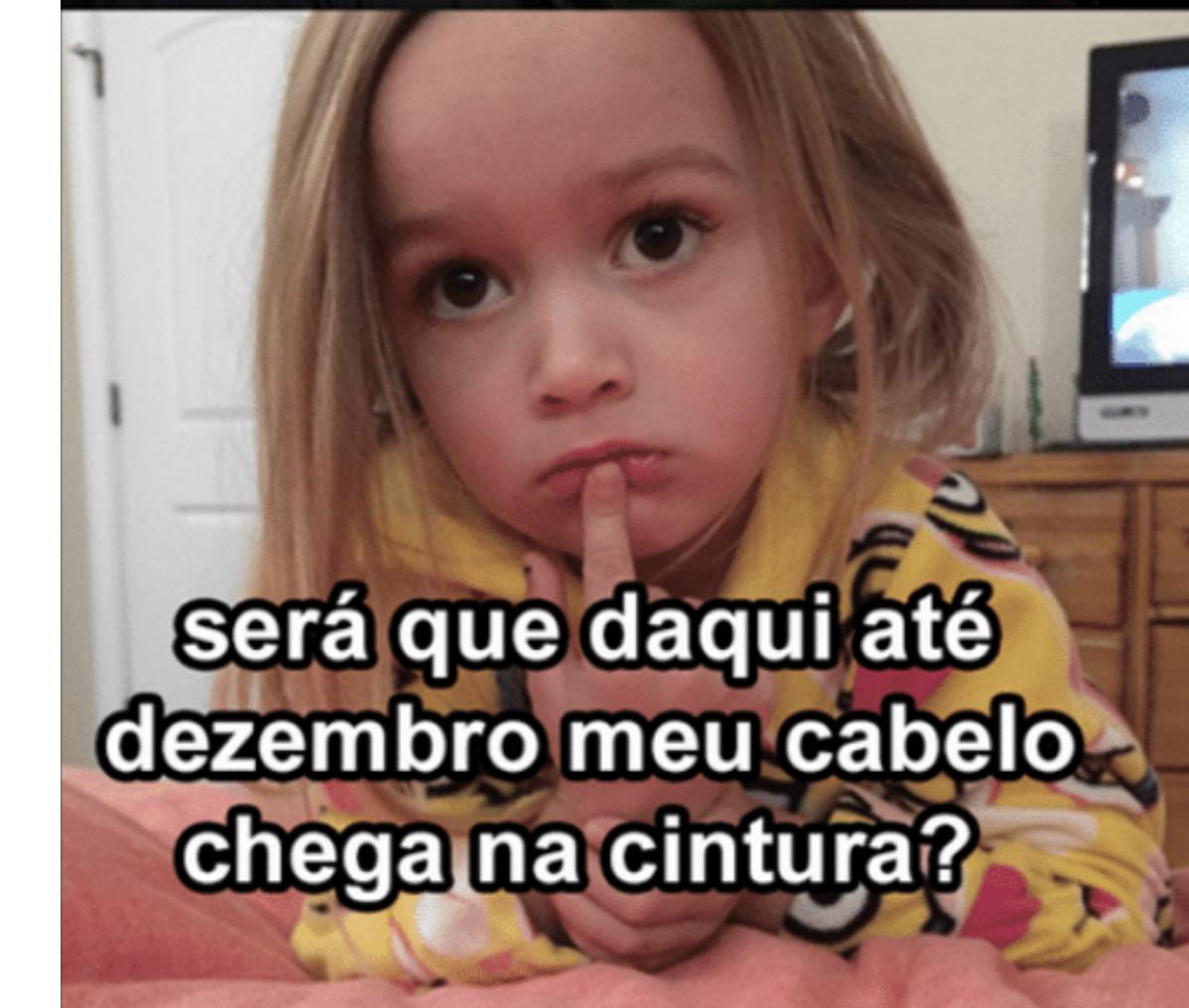
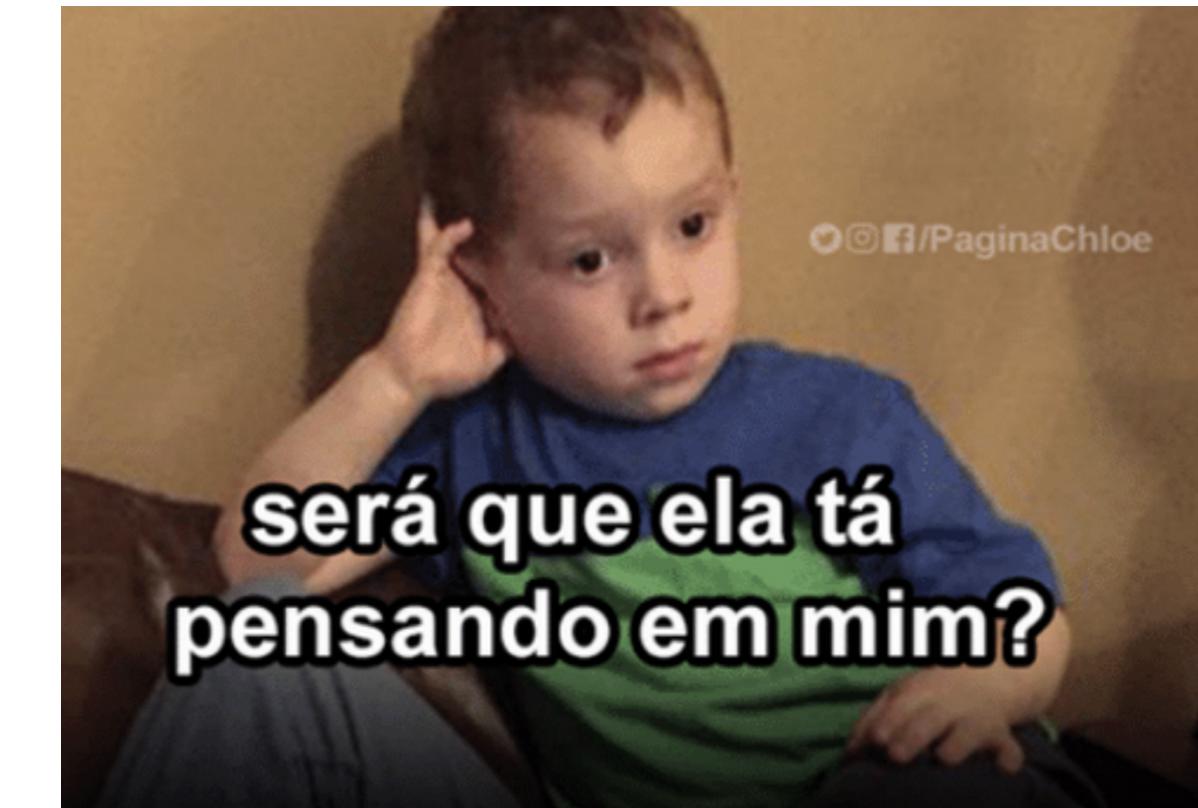
É uma boa forma de compilar informações após realizar uma entrevista com usuárias



Sintetizando Pesquisa e definindo o problema

Mapa de empatia

A única forma de descobrir como alguém se sente, é conversando com ela



Empatia & Alteridade

Empatia passa pela reflexão
do que o outro sente

Empatia & Alteridade

Alteridade deriva do latim alteritas, cujo significado é “ser o outro”.

Sintetizando Pesquisa e definindo o problema

← → C xd.adobe.com/ideas/perspectives/leadership-insights/why-i-dont-believe-in-empathetic-design-don-norman/ ☆

Xd Ideas Process Principles Perspectives Design Circle Explore Adobe XD

XD IDEAS / PERSPECTIVES / LEADERSHIP INSIGHTS

Why I Don't Believe in Empathetic Design

 **Don Norman**
May 8th, 2019



A cartoon illustration depicting a group of diverse individuals gathered around a whiteboard. The whiteboard features various icons and text, including a water drop, a map, a person, a bar chart, a network diagram, and a red cross. In the foreground, a man with glasses and a beard, wearing a purple sweater vest over a blue shirt, looks towards the camera. The word "mentorama." is written at the bottom of the whiteboard. The background shows other people in a workshop or office setting.

Sintetizando Pesquisa e definindo o problema

The screenshot shows a Medium article page. At the top, there's a navigation bar with back, forward, and refresh icons, followed by the URL 'medium.com/@carolzatorre/empatia-e-alteridade-2644a4fa8c80'. To the right of the URL are a star icon and a 'Get started' button. Below the navigation is a dark header with a large white 'M' logo. On the right side of the header are links for 'Become a member', 'Sign in', and another 'Get started' button. The main title 'Empatia e Alteridade' is displayed in a large, bold, serif font. Below it, a subtitle 'Como a alteridade pode trazer qualidade para a pesquisa em design' is shown in a smaller, gray sans-serif font. To the left of the subtitle is a circular profile picture of a woman with short dark hair, identified as 'Carol Zatorre'. Next to her name is a 'Follow' button and the date 'Jul 5, 2016 · 4 min read'. To the right of the subtitle are social sharing icons for Twitter, LinkedIn, Facebook, and a bookmark symbol. The main content begins with a paragraph about the author's preference for the concept of 'alteridade' over 'empatia' in research. It then quotes Mariza Peirano, stating: "a alteridade é um aspecto fundante da antropologia, sem o qual a disciplina não reconhece a si própria". The word 'mentorama.' is overlaid at the bottom right of this quote.

Empatia e Alteridade

Como a alteridade pode trazer qualidade para a pesquisa em design

Carol Zatorre [Follow](#)
Jul 5, 2016 · 4 min read

Venho falando por aí, principalmente em workshops de pesquisa que eu conduzo, que, como antropóloga, prefiro usar o conceito de **alteridade** ao invés de **empatia**. Com este texto, busco explicar o porque da minha preferência.

Por anos durante a minha formação, aprendi que a Antropologia se faz na percepção da diferença dos pontos de vista. Segundo a antropóloga, de altíssimo calibre, Mariza Peirano:

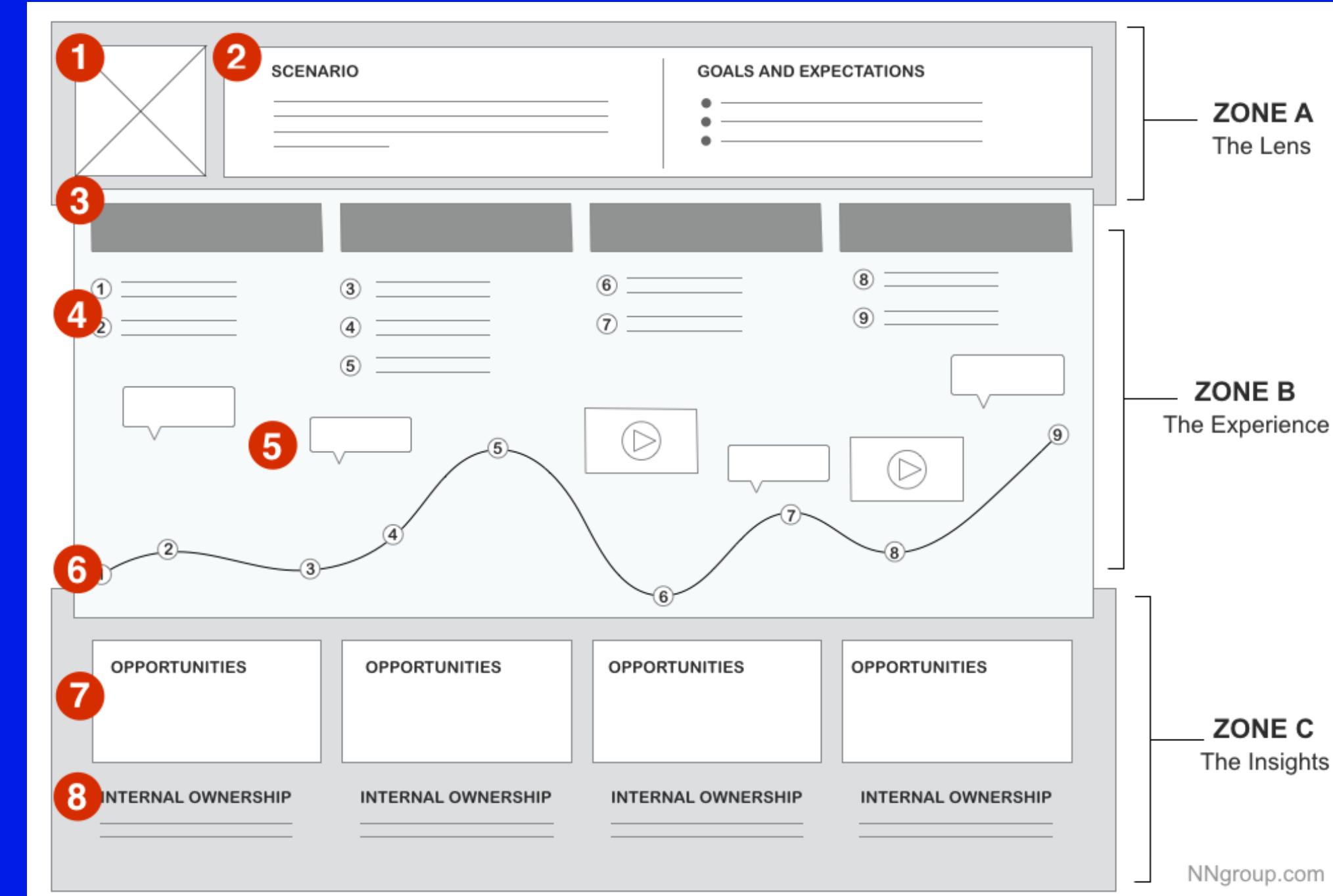
“a alteridade é um aspecto fundante da antropologia, sem o qual a disciplina não reconhece a si própria”

mentorama.

Sintetizando Pesquisa e definindo o problema

Jornada de usuárias

Serve para visualizar como uma pessoa interage com um produto e permite que designers vejam um produto do ponto de vista de quem utiliza

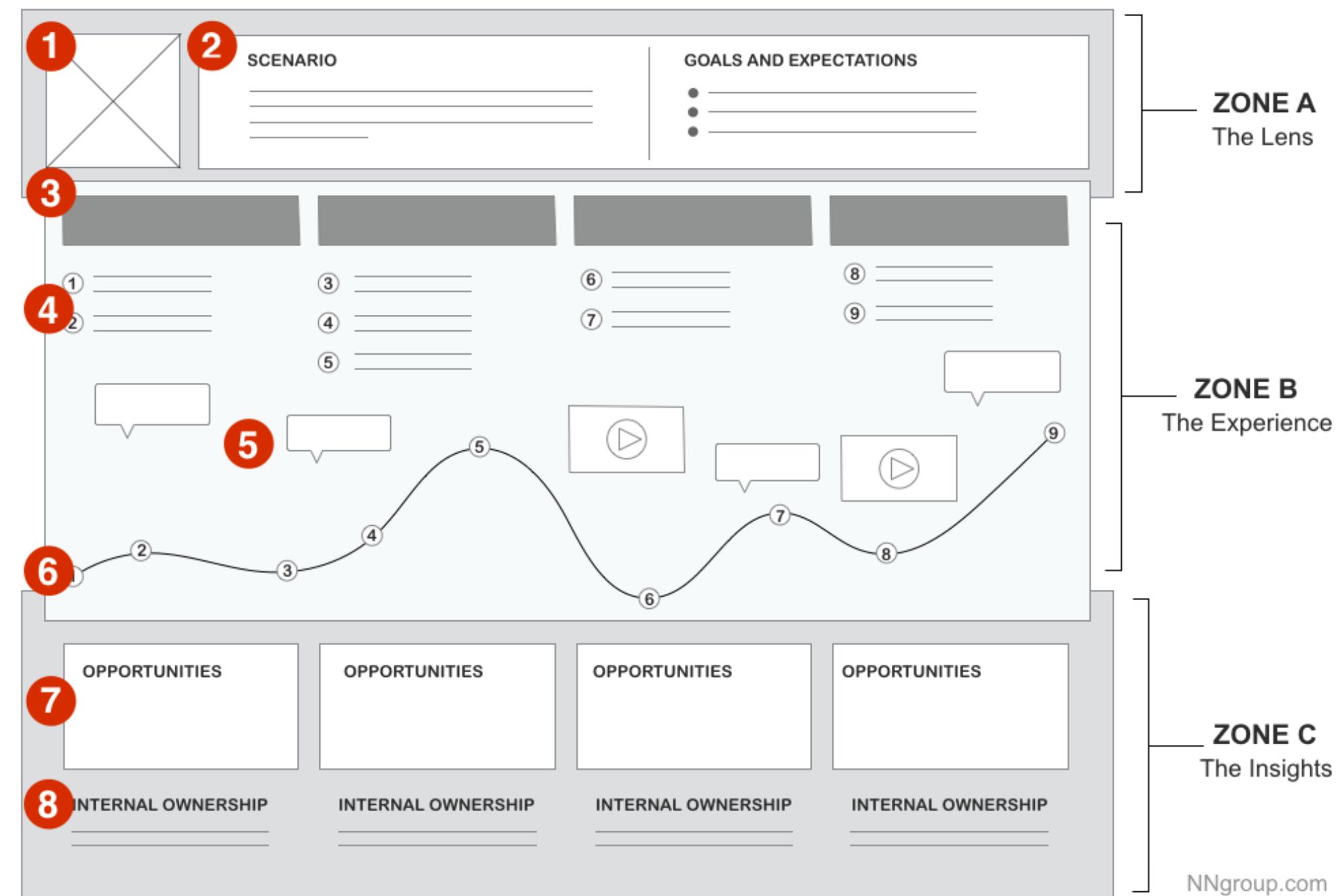


Fonte: <https://uxplanet.org/a-beginners-guide-to-user-journey-mapping-bd914f4c517c>

Sintetizando Pesquisa e definindo o problema

8 pontos da jornada

1. Persona
2. Cenário, objetivos e expectativas?
3. Interações
4. Motivação, canais, ações e dores
5. Falas (storyboard)
6. Sentimento
7. Oportunidades
8. Validação



Fonte: <https://uxplanet.org/a-beginners-guide-to-user-journey-mapping-bd914f4c517c>

Personas

Personas são personagens fictícios, que você cria com base em sua pesquisa a fim de representar os diferentes tipos de usuários que podem usar seu serviço, produto, site ou marca de maneira semelhante.



Persona



Frase

"Eu prefiro ser, uma metamorforse ambulante, do que ter uma velha opinião formada sobre tudo"

Demografia

Lúcia
35 anos
Veterinária

Personalidade

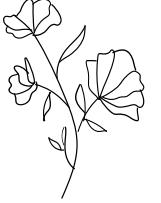
Comunicativa

Objetivo

Ser lixo zero
até 2022

Como se informa?

Marcas



Tags

#paz #amor #respeito

Frustração

Delivery com
embalagens
plásticas

mentorama.

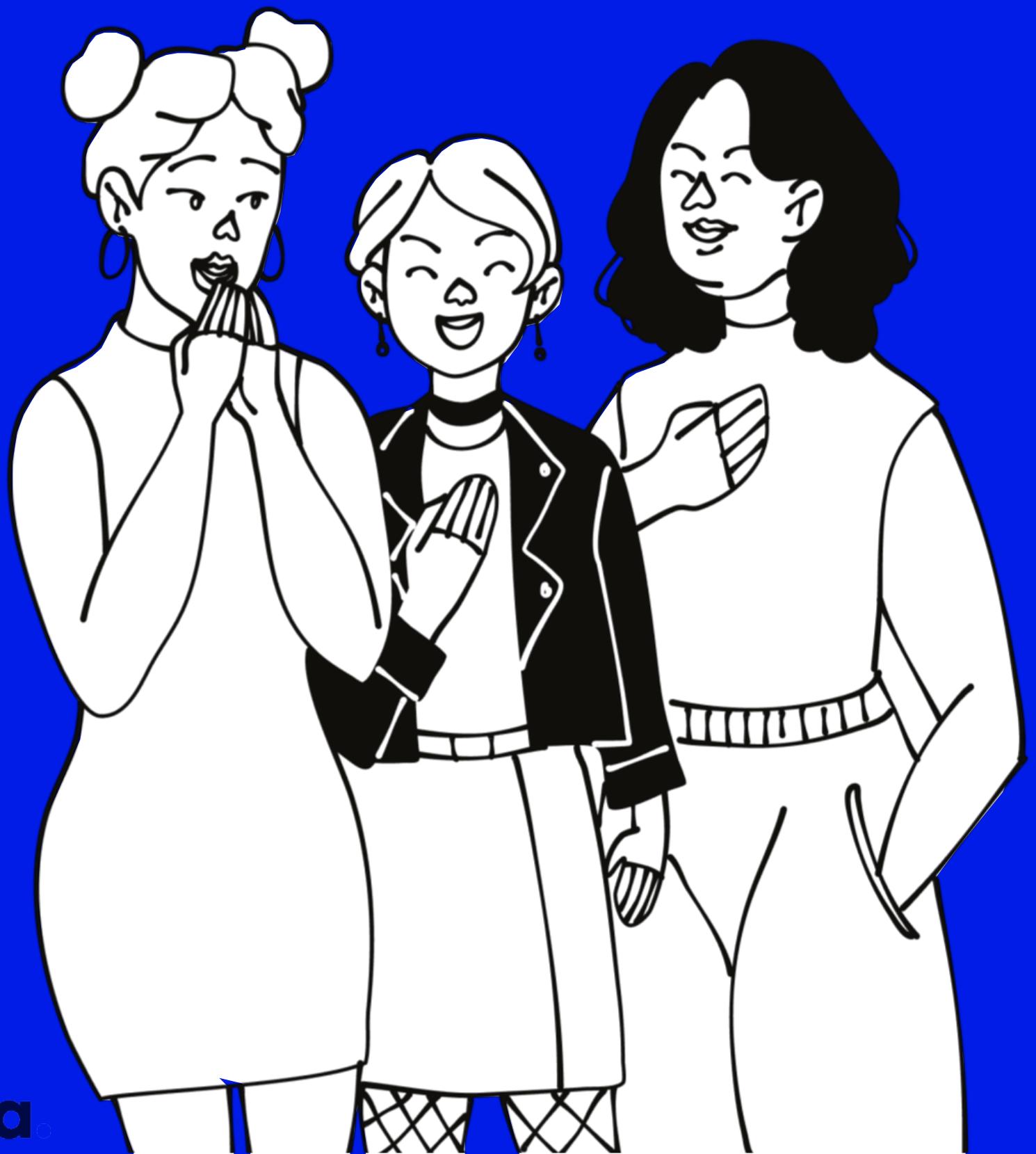


Protopersona
é a construção de um
perfil sem validação

Sintetizando Pesquisa e definindo o problema

Como nós podemos?

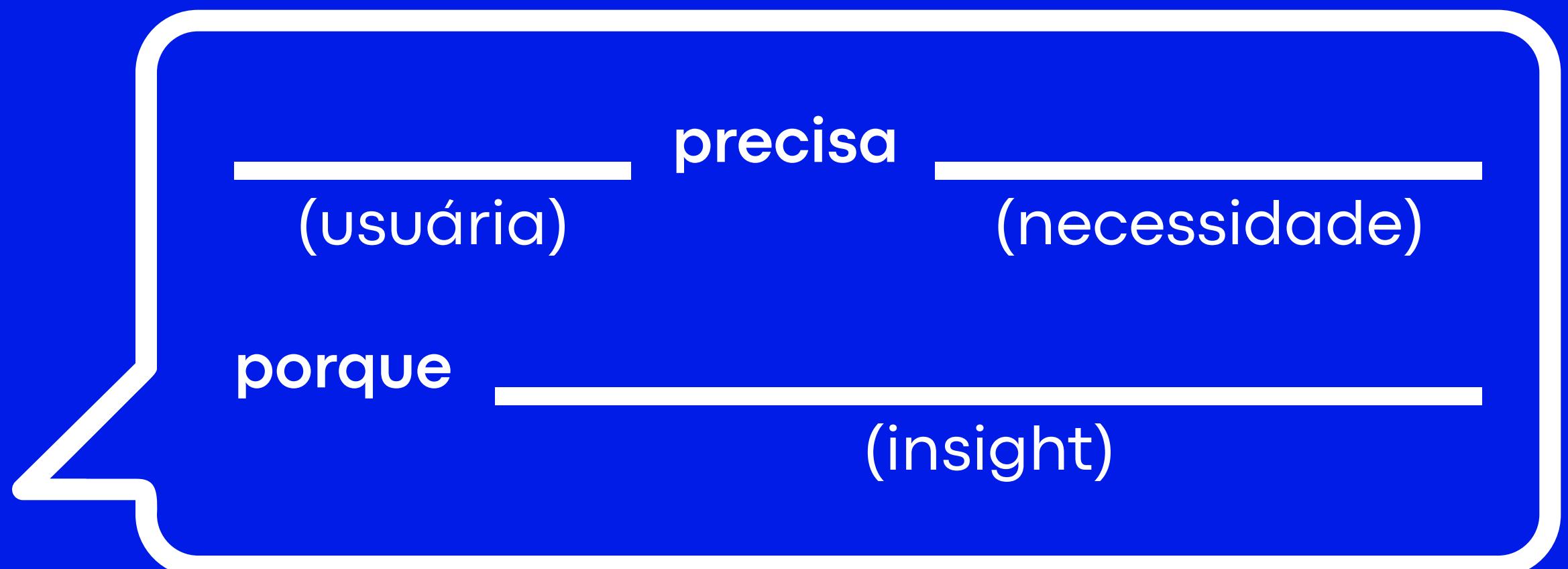
A colaboração entre pessoas de diferentes áreas é poderosa!



Sintetizando Pesquisa e definindo o problema

Ponto de vista - POV

Estrutura





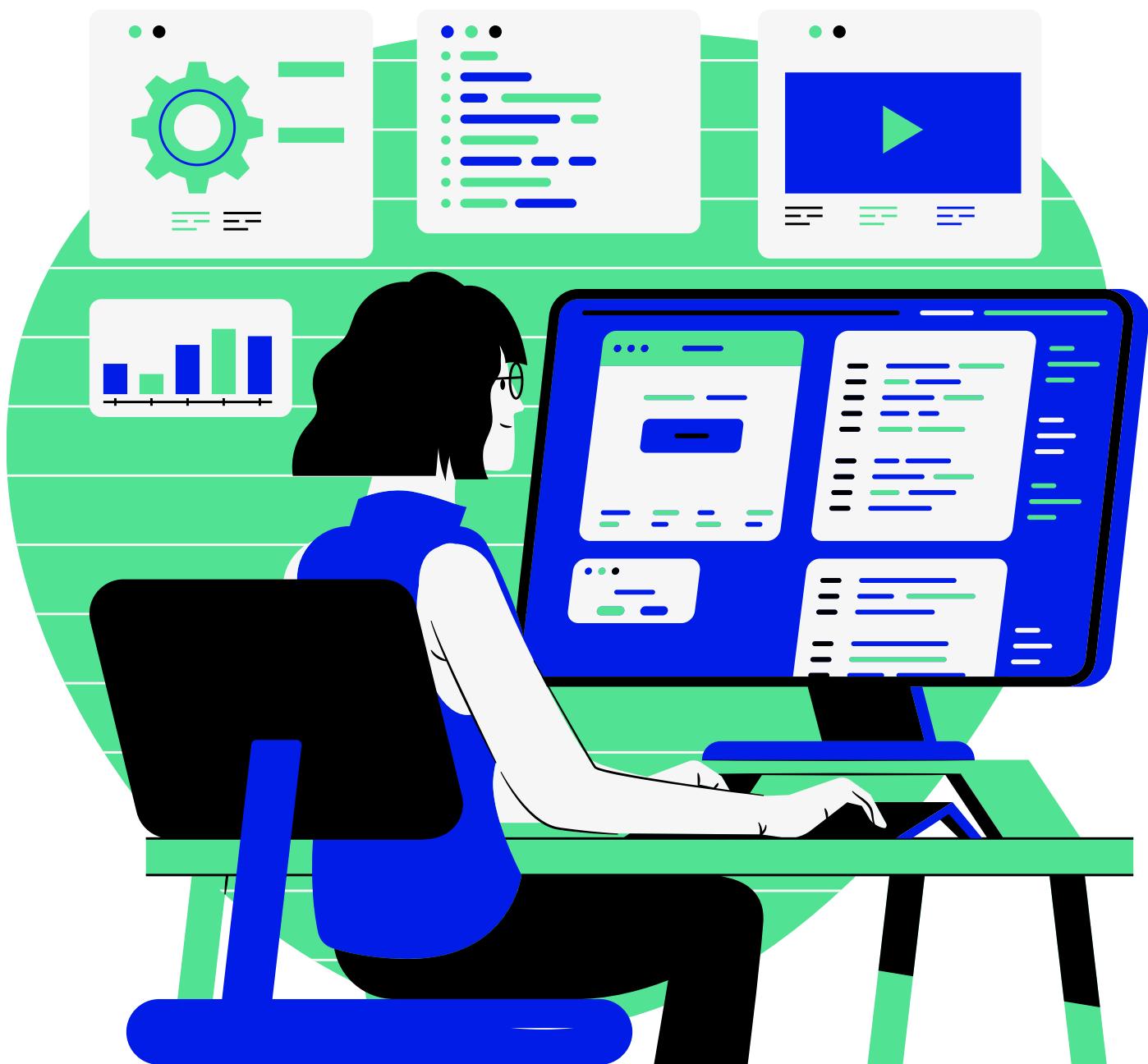
I'd like to order one large sofa chair, with extra chair adult swim please

Eu gostaria de pedir um sofá grande, com uma cadeira extra, por favor
mentorama.

Sintetizando Pesquisa e definindo o problema

Outras formas de compilação

1. Relatório
2. Resumo executivo
3. Análise de sentimento
4. Apresentação de resultados

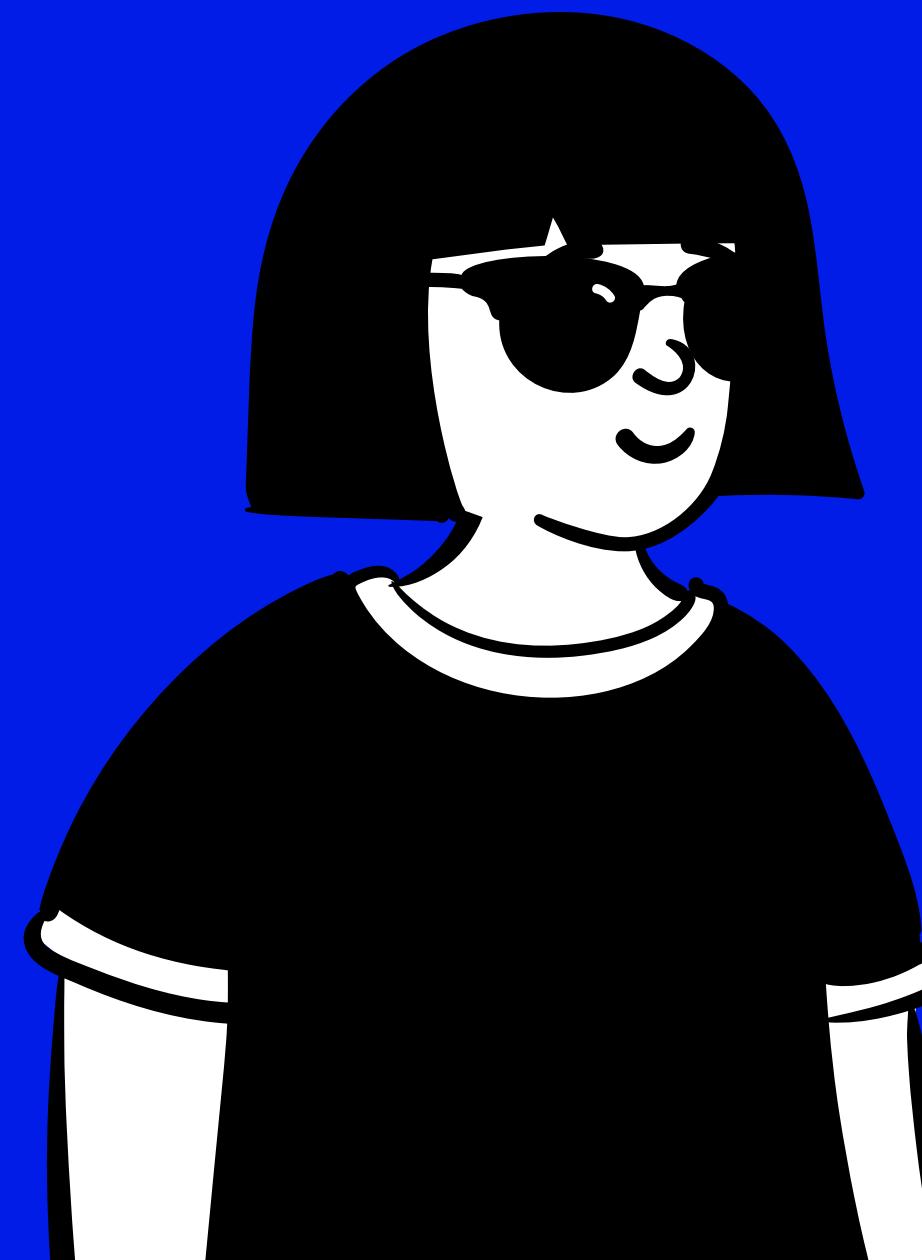


Como escolher a melhor forma de compilar sua pesquisa?

**...pergunte para stakeholders
como querem receber
a informação**

Tenha em mente que...

as pessoas para as quais
você vai apresentar a
pesquisa são seus clientes



Valeu!

Quer ser minha amiga
no twitter? **@larytertuliano**