

a qualitative, exploratory-descriptive, case study approach, with a non-probabilistic sample of Graphic Design teachers. The findings revealed that to achieve the teaching-learning process in students, both access to technology and the absence of teaching digital skills is an obstacle.

Keywords: teaching performance - virtual learning environments - design - program.

Resumo: O objetivo deste estudo é analisar o desempenho do ensino em ambientes virtuais de aprendizagem (VLE) durante a pandemia de Covid 19 no programa de bacharelado em Design Gráfico em uma universidade mexicana. Foi determinado um projeto metodológico qualitativo, exploratório-descritivo, de estudo de caso com uma amostra não-probabilística de professores de Design Gráfico. As descobertas revelaram que, para alcançar o processo de ensino-aprendizagem nos estudantes, tanto o acesso à tecnologia como a ausência de habilidades de ensino digital é um obstáculo.

Palavras chave: desempenho no ensino - ambientes virtuais de aprendizagem - programa - design.

(*) Dra. Erika Rivera Gutiérrez : Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Perfil deseable PRODEP-SEP. Profesora Investigadora

de Tiempo Completo de la Facultad de Arquitectura y Diseño de la UAEMéx. Embajadora del Diseño Latino en México. Integrante de la Asociación Latinoamericana de Carreras de Diseño Gráfico y Arte, Palermo, Argentina. Chair and Member of Nova Southeastern University. Experiencia docente 21 años en diversas IES, autor de diversos artículos arbitrados e indexados y capítulos de libros. Conferencista y ponente en Congresos Nacionales e Internacionales sobre Educación y Diseño. Directora de Instituciones Incorporadas. Subdirectora Académica de la Facultad de Arquitectura y Diseño, de la UAEMéx (2010–2012). Doctora en Educación por la Nova Southeastern University en Estados Unidos de Norteamérica. Maestra en Administración de Empresas. Licenciada en Diseño Gráfico, por la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEMéx). **Dr. Alejandro Higuera Zimbrón:** Miembro del Sistema Nacional de Investigadores. Perfil deseable PRODEP-SEP. Profesor Investigador en la Facultad de Arquitectura y Diseño de la Universidad Autónoma del Estado de México. Adjunct Faculty Nova Southeastern University. Autor de artículos científicos en materia de Desarrollo Sostenible, Diseño y Educación. Asesor en Consejos Consultivos para el Desarrollo Sustentable (SEMARNAT). Asesor para la LV y LVI legislatura en el Estado de México. Analista Internacional Senado de la República en México. Doctor en Educación por la Nova Southeastern University (USA). Maestro en Ciencias en Manejo Sostenible de Recursos por la Universidad Técnica de Múnich en Alemania. Licenciado en Relaciones Internacionales por la Universidad de las Américas Puebla.

UX e design de serviços. Desvendando estratégias de produto digital voltadas à terceira idade

Ailton Silva y Beatriz Souza (*)

Universidade Nove de Julho – UNINOVE- São Paulo - Brasil

Actas de Diseño (2022, octubre),
Vol. 41, pp. 74-76. ISSN 1850-2032.

Fecha de recepción: julio 2021

Fecha de aceptación: diciembre 2021

Versión final: octubre 2022

Resumo: A população idosa está em crescimento evolutivo desde a última década. A Globalização, junto com a terceira Revolução Industrial, propiciou uma era com imensos avanços tecnológicos, na qual está fatia de mercado não foi privilegiada. É inegável as facilidades que os aplicativos móveis propiciam, desde comprar online, como os acessos aos bancos facilitando os pagamentos de contas, entre outras. Todavia, a população da melhor idade encontra dificuldades de acesso voltada a usabilidade e conteúdo. Neste artigo são abordadas estratégias que fomentam estes usuários no que tange a usabilidade de diversos produtos digitais, como: Internet Banking, WhatsApp e iFood.

Palavras chave: Melhor idade - usabilidade - experiência do usuário - internet - design.

[Resumos em espanhol e inglês e currículo na p. 76]

1. UX Design

User Experience Design (Design de Experiência do Usuário) se refere a experiência do usuário e os sentimentos que ele possui ao utilizar determinado produto ou serviço. Ao pensar na experiência do usuário é necessário refletir

sobre a satisfação do cliente. Um cliente satisfeito tem mais confiança na sua marca e se sente confortável em realizar suas compras. São essas sensações que se deve ter em mente ao oferecer uma navegação intuitiva, mais clareza de informações e funcionalidades úteis e livres de erros.

A experiência de uso de um produto começa antes mesmo do primeiro contato direto. Já existe uma carga de conhecimento prévio, oriunda de todo o histórico do usuário com experiências anteriores seja com produtos similares ou com as percepções de mundo de modo geral. Tal se confirma pelo fato de que formamos modelos mentais pela interpretação das ações percebidas e de sua estrutura visível. (Norman, 2007)

Para compreender melhor a importância do UX, uma pesquisa feita pela On3 Software Development mostra que 9 em cada 10 consumidores trocariam uma marca por seu concorrente após uma má experiência de uso. Esse conceito é também relacionado ao Design Emocional, que se baseia na compreensão de que o usuário não busca um produto apenas por sua função primordial, mas pelos sentidos que são atribuídos de forma inconsciente. Produtos e serviços proporcionam emoções e sentimentos, e é essa experiência que os clientes esperam ter.

[...]desde seu objetivo conceitual envolve a facilitação, compreensão e satisfação na interface entre usuário e sistema. Historicamente, tais estudos começaram na segunda metade do século 20, devido ao uso maciço de computadores pessoais e as suas formas de interação. O acesso do usuário comum para este tipo de equipamento se acreditava ser viável se adaptações e ajustes foram feitos à sua perspicaz e capacidades cognitivas[...]" (Paschoarelli; Bonfim, 2013,p.213).

2. Design de Serviços

Design de serviço (Service Design) é a aplicação dos conhecimentos e abordagens do design para a criação, evolução e gerenciamento de serviços. Usa dos conhecimentos do design para projetar a forma como as pessoas vão interagir com o serviço e como ele será entregue para os clientes.

Sua principal característica é estudar todo o ecossistema do serviço e os envolvidos nele, observando pontos falhos, características positivas e identificando oportunidades para se diferenciar dos concorrentes e fidelizar os clientes.

Para o e-commerce, o design é muito mais do que a aparência. Ele é uma ferramenta poderosa na tarefa de atrair, converter e fidelizar. Assim como o conteúdo, o design é peça chave.

Segundo Wong (2001): Um bom design consiste em uma melhor expressão visual possível da essência de algo, seja uma mensagem, seja um produto. Para executar esta tarefa de forma acurada e efetiva, o designer deve procurar a melhor maneira possível em que este algo possa ser definido, elaborado, distribuído, utilizando e relacionado com o ambiente. Sua criação deve refletir com mesma intensidade valores estéticos e funcionais na mesma amplitude refletir ou orientar o gosto de seu tempo.

Desta forma, é preciso reconhecer e delimitar efetivamente as funções e técnicas de uma ferramenta de criação e gestão de um website, a partir de teorias e metodologias específicas que cabem ao campo do design.

Com a evolução da tecnologia nos últimos anos e com a existência de serviços cada vez mais "digitais", as empresas prestadoras de serviços perceberam que deveriam começar a abordar mais a tecnologia caso não quisessem se tornar obsoletas. E nesse sentido, o Service Design começou a esbarrar na área de atuação do User Experience Design. A diferença é que o Service Design estuda as interações entre todas as pessoas envolvidas no serviço, cuida dos processos, dos espaços, dos dispositivos onde esse serviço acontece e da experiência que a empresa deseja que os usuários tenham, enquanto o UX é focado apenas no usuário.

3. Produto Digital para Terceira Idade – iFood

De 2005 a 2011, segundo levantamento do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) – com base em informações da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), aumentou em 222,3% o número de brasileiros com 50 anos ou mais de idade que acessaram a internet. Entretanto, a criação (ou até mesmo a remodelação) de aplicativos e sites voltados a esse público não acompanhou esse crescimento. De acordo com a revista Aptare, 2018, Abreu, consultor em tecnologia da informação da consultoria Provider, explica que os produtos carecem de usabilidade, não oferecendo facilidade de navegação. E afirma que:

Existem alguns fatores inibidores para o idoso não utilizar tanto os aplicativos. Um deles é o receio de estar muito vulnerável. Ele evita também porque não compreende bem a que se destina o aplicativo e porque não tem o seu domínio. (APTARE, 2018).

De acordo com a revista Aptare, 2018, Palma, engenheiro eletrônico e também desenvolvedor de aplicativos aponta que os sistemas operacionais Android e iOS têm boa acessibilidade e afirma que:

Eles oferecem recursos interessantes, para melhorar a leitura e a audição. Também têm um sistema para controlar os cliques em pessoas que têm doença de Parkinson. É preciso habilitar um dispositivo que não entende os toques consecutivos como um duplo clique [...] ou seja – os sistemas de base estão preparados para isso, mas quem faz os apps tem de estar preparado também, o que não acontece. (APTARE, 2018).

Com base nos estudos realizados foi necessária uma pesquisa de ordem qualitativa para avaliar os perfis e as dificuldades de usabilidade do público idoso.

A primeira análise foi realizada para verificar a idade e o gênero dos idosos.

Foi observado de acordo com a pesquisa que a predominância de utilização de aplicativos entre os idosos se faz entre os 60 e 65 anos. Quanto ao gênero, pode-se observar que ambos os sexos utilizam na mesma proporção.

Uma análise mais minuciosa para verificar a real utilização do aplicativo nos leva a uma investigação qualitativa.

Com base nos resultados obtidos é notório que a utilização do telefone móvel se faz presente nas redes sociais em geral e nos serviços básicos como ligação, SMS, mas existe um forte crescimento nos serviços oferecidos pelos aplicativos como: Ifood, Uber, bancos, entre outros. Mas é importante entender qual a justificativa que os idosos possuem quanto ao uso destes aplicativos. Para isto é necessário explorar e evidenciar as causas mais observadas pelos usuários.

Com base nos questionamentos realizados que o idoso possui dificuldade quanto a usabilidade, achando o aplicativo complexo e não entender com clareza o procedimento de chegar ao status final. Existem na interação, caminhos não claros de modo que o usuário tenha êxito naquilo que busca.

É preciso muitas vezes um estudo de arquitetura de informação adequado assistida por diversos tipos de usuários afim de suprir estas deficiências. A questão de legibilidade também é algo que deve ter um tratamento especial para os idosos. A informação/comunicação deve ser tratada de forma geral para atender qualquer tipo de público. No caso do idoso, é importante que o mesmo se sinta seguro ao interagir e ao mesmo tempo amparado quanto a qualquer intercorrência.

4. Considerações Finais

Com base nestes estudos, é possível identificar que o mercado carece de produtos digitais acessíveis que atendam também o público de terceira idade. No caso de apps de serviço como o iFood (pedido de comida via internet), a maior parte do público conclui que a interface é desorganizada e com excesso de informações. Isso dificulta a usabilidade, uma vez que o usuário não compreende o que precisa fazer para atingir o seu objetivo. Dessa forma, é necessário investir em um design minimalista e objetivo, com uma arquitetura de informação apropriada para atender qualquer tipo de gênero e idade. A necessidade se faz presente uma vez que a população da terceira idade está crescendo muito nos últimos anos e que as características que norteiam esta população também são diferentes. Estes por sua vez, dependendo da classe social, quer utilizar dos meios de acessibilidade que o telefone móvel oferece para poder interagir com serviços e satisfazer suas necessidades pessoais, muitas vezes sem depender de outras pessoas.

Referências Bibliográficas

- Aptare. *Aplicativos para idosos, um mercado cheio de desafios*. (2021, Abril 30). <https://bit.ly/3g5HUtE>
- Araújo, C.M. (2020, Novembro 12). *UX Design na Web: O Conceito Definitivo*. <https://bit.ly/3pguSO7>
- De Paula, H. (2019, Maio 12). *O que é Design de Serviço e qual é a relação dele com Design Thinking?* <https://bit.ly/2RYwpfz>
- E-commerce News. (2018, Novembro 20) *E-commerce cresce 12% em 2017 e projeção para 2018 vai a 15%*. <https://bit.ly/3uLeKVP>
- Junior, C. (2019, Maio 12). *IBGE: acesso à internet cresce mais entre os mais idosos*. <https://bit.ly/3wAi7jF>
- Matiola, W. (2019, Maio 12). *O que é UI Design e UX Design?* <https://bit.ly/3z1tYcv>

Norman, D., 2007. *Emotional Design*. New York: Basic Books.

Paschoarelli, L. and Bonfim, G. H. C., 2013. *Ergonomics and Interfaces of Traditional Information Systems - Packaging*. InfoDesign-Revista Brasileira de Design de Informação, 10(3), p313-322.

Raffcom, 2016. *O que é UX Design*. <https://bit.ly/3yY2wN1>

Rock Content, 2019. *Entenda o que é Design Emocional e como aplicá-lo ao seu site*. Available at: <<https://rockcontent.com/blog/design-emocional/>> [Accessed 05 April 2021].

Teixeira, F. (2011, Novembro 12). *O que é Service Design?* <https://bit.ly/2RnGxOC>

Tonetto, L. M. and Costa, C. X., 2011. *Design Emocional: conceitos, abordagens e perspectivas de pesquisa*. *Strategic Design Research. [e-Journal]*, 4(3), 132-140. Available through: Unisinos.

Vaz, C.A., 2011. *Os 8 Ps do Marketing Digital*. São Paulo: Novatec.

Woebcken, C. (2019, Maio 12). *Design Thinking: uma forma inovadora de pensar e resolver problemas*. <https://bit.ly/2RkgdF3>

Wong, W. 2001. *Princípios da forma e desenho*. São Paulo: Martins Fontes.

Abstract: The elderly population is in evolutionary growth since the last decade. Globalization, together with the third Industrial Revolution, provided an era with immense technological advances, in which this market share was not privileged. It is undeniable the facilities that mobile applications provide, from online shopping, access to banks facilitating bill payments, among others. However, the elderly population faces difficulties in accessing usability and content. This article discusses strategies that encourage these users regarding the usability of various digital products, such as: Internet Banking, WhatsApp and iFood.

Keywords: Elderly - usability - user experience - internet - design.

Resumen: La población anciana está en crecimiento evolutivo desde la última década. La globalización, junto con la tercera Revolución Industrial, brindó una era de inmensos avances tecnológicos, en la que esta participación de mercado no fue privilegiada. Es innegable las facilidades que brindan las aplicaciones móviles, desde compras en línea, acceso a bancos facilitando el pago de facturas, entre otros. Sin embargo, la población anciana enfrenta dificultades para acceder a la usabilidad y al contenido. Este artículo analiza estrategias que incentivan a estos usuarios en cuanto a la usabilidad de diversos productos digitales, como: Banca por Internet, WhatsApp e iFood.

Palabras clave: Mayores de edad - usabilidad - experiencia de usuario - internet - diseño

(* **Ailton Silva:** Doutorado em Design e Arquitetura pela Universidade de São Paulo-FAU USP, na área de Design de Interface e Usabilidade de Web Sites. Atua no ensino superior há 28 anos com experiência em ensino de Design e Arquitetura. Experiência de 15 anos em Gestão e Coordenação dos Cursos de Design e Arquitetura. Com publicações nos segmentos de Mídias Digitais, UX Design, Design e Arquitetura. Docente e pesquisador do curso de Design da Uninove, e líder do grupo de pesquisa reconhecido pelo CNPQ. É também Avaliador do MEC/INEP para os cursos de Design, Design Gráfico, Design de Produto e Arquitetura. **Beatriz Souza:** Graduação em Design pela Universidade Nove de Julho - Uninove. Pesquisadora dos segmentos de Design Gráfico, Digital e UX Design.