

Gonçalves Gomes, Murilo ; Ferraz, Felipe ; Risi, Daniel

Criação de Centro de Apoio a Desenvolvedores de Conteúdos Digitais

Interaction South America (ISA 14). 6ta. Conferencia Latinoamericana de Diseño de Interacción, 2014

Este documento está disponible en la Biblioteca Digital de la Universidad Católica Argentina, repositorio institucional desarrollado por la Biblioteca Central "San Benito Abad". Su objetivo es difundir y preservar la producción intelectual de la Institución.

La Biblioteca posee la autorización del autor para su divulgación en línea.

Cómo citar el documento:

Gonçalves Gomes, M., Ferraz, F., Risi, D. *Criação de Centro de Apoio a Desenvolvedores de Conteúdos Digitais* [en línea]. En: Interaction South America (ISA 14) : 6ta. Conferencia Lationamericana de Diseño de Interacción; 2014 nov 19-22; Buenos Aires : Interaction Design Association ; Asociación de Profesionales en Experiencia de Usuario ; Internet Society ; Universidad Católica Argentina. Disponible en:
<http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/ponencias/criacao-centro-apoio-desenvolvedores.pdf>

Criação de Centro de Apoio a Desenvolvedores de Conteúdos Digitais

Murilo Gonçalves Gomes
INSITUM

Rua Capote Valente 178, São Paulo – SP, Brasil.
murilogomes@insitum.com
+55 11 957857614

Felipe Ferraz
INSITUM

Rua Capote Valente 178, São Paulo – SP, Brasil.
felipeferraz@insitum.com
+55 11 981017264

Daniel Risi

Samsung Electronics
Rua Henri Dunant 1383, São Paulo - SP, Brasil
daniel.risi@samsung.com

RESUMO

Este artigo visa demonstrar a aplicação de métodos de pesquisa e inovação centradas no usuário para a expansão do Ocean Center para fora da Coreia do Sul (centro de apoio ao desenvolvimento de aplicações de dispositivos móveis, focado em estudantes universitários, concebido pela Samsung). Para tanto, é apresentado o estudo de caso, no qual a consultoria INSITUM desenvolveu um projeto junto a Samsung para entender as necessidades dos futuros usuários do Ocean Center e elaborar sua estratégia e plano de funcionamento. O projeto teve como objetivo capturar as necessidades e expectativas dos usuários Brasileiros, para desenvolver um centro que fizesse sentido com a realidade nacional. O Samsung Ocean de São Paulo foi inaugurado em Março de 2014, e já recebeu mais de 3600 participantes para diferentes atividades. O serviço desenhado proporciona que os membros do centro não sejam apenas ouvintes, mas que possam desenvolver seus projetos e criar novos negócios.

Palavras chave

Design de serviço, INSITUM, Samsung, mobile, desenvolvimento, Ocean.

INTRODUÇÃO

Nos dias de hoje, vemos gigantes como Apple, Samsung ou Google travarem “grandes batalhas” para serem relevantes para seu usuário, que por sua vez está cada vez mais sensível a detalhes e sedento por novas tecnologias e serviços.

Produtos mais poderosos, com mais recursos operacionais e diferentes elementos estéticos são o resultado dessa competição. Cada vez mais, temos celulares mais rápidos, com câmeras de maior resolução e com novos recursos. Algumas funcionalidades, entretanto, não são providas diretamente pelos produtos, mas pelos conteúdos que passam a ser acessíveis por meio deles.

Os conteúdos dos chamados “*smart devices*”, diferente de

conteúdos estáticos como filmes e programas de televisão, são interativos, e permitem que o usuário realize novas tarefas e experimente seu produto de diferentes maneiras. Graças a aplicativos desenvolvidos a muitas mãos – mãos que ultrapassam os limites corporativos dos fabricantes de tecnologia – temos funcionalidades quase infinitas em nossos aparelhos. Podemos contar quantos passos demos durante um dia, podemos saber por onde passam os ônibus de nossa cidade e podemos nos comunicar com quem nos interessa de maneiras que vão muito além das inicialmente planejadas pelos grandes fabricantes.

A conexão entre a funcionalidade de um produto e o desejo de compra de seu usuário é nítida para todos. Dessa maneira, parece benéfico investir no desenvolvimento desse ecossistema, investir nos “criadores” dessas funcionalidades. Desenvolvedores mais capacitados, não só em programação, mas em negócios e que saibam como transformar seu aplicativo em algo relevante para seu usuário, são determinantes para que os produtos feitos para suportar essas funcionalidades – ou esses aplicativos – se tornem também mais relevantes, mais inovadores.

Com esse pensamento de benefício mútuo, a Samsung criou em Seoul na Coreia do Sul, em 2010, o Ocean Center - um centro de apoio a desenvolvedores dos sistemas operacionais usados em seus produtos. O Ocean Center provê um espaço de trabalho com recursos tecnológicos, aulas, consultorias, palestras e fóruns para desenvolvedores, profissionais e amadores, graduados e estudantes, para que possam pôr em prática de forma mais rica seus aplicativos, seus serviços, e eventualmente suas próprias empresas. Os desenvolvedores ganham apoio para seus projetos e a Samsung ganha mais repertório de funcionalidades para seus produtos.

O objetivo principal é gerar novos negócios, novas funcionalidades relevantes que possam evoluir o ecossistema de ofertas na mesma base tecnológica. Dessa forma, o usuário final dos produtos da Samsung pode ter acesso às funcionalidades e benefícios que apenas a constante evolução dos conteúdos permite.

O Brasil foi escolhido como porta de entrada na América Latina para a expansão do Ocean. Mas para tal, era necessário entender e adaptar o serviço existente à cultura Brasileira, tão diferente da Sul Coreana. Nossos desenvolvedores e empreendedores têm dificuldades e necessidades diferentes.

No Brasil, a iniciativa, idealizada pela área de Pesquisa e Desenvolvimento da Samsung, foi batizada de Samsung Ocean e a consultoria em inovação INSITUM foi incumbida da tarefa de entender essas diferenças, os potenciais usuários e de projetar o serviço para que ele seja coerente, traga novos negócios e mantenha o benefício mútuo esperado da empreitada. Entender contextos para adaptar produtos ou serviços a novos públicos ou culturas é fundamental para o sucesso dos mesmos [1].

Este artigo expõe os métodos de design centrados no usuário empregados nesse projeto, mostrando como o potencial usuário do Samsung Ocean foi entendido e como foi desenvolvido o serviço para que ele fosse relevante para nosso mercado.

MÉTODOS

O projeto de inovação foi conduzido em quatro fases:

1. Alinhamento
2. Pesquisa Exploratória
3. Cocriação do Serviço
4. Desenvolvimento do Serviço Final

Alinhamento

Era necessário entender o cenário atual dos planos de desenvolvimento do Samsung Ocean no Brasil, entender o funcionamento do serviço existente na Coreia e alinhar os objetivos e diferenças que o Ocean Brasileiro deveria alcançar em relação ao original.

O passo inicial foi a condução de um workshop de alinhamento com os agentes internos da Samsung. Durante esse workshop, os objetivos principais e secundários foram alinhados e as ideias, problemas e dúvidas a serem esclarecidas foram organizados em grandes áreas a serem exploradas na fase de pesquisa. Esse workshop também possibilitou a geração de hipóteses sobre o funcionamento do serviço, em uma colaboração entre a equipe da INSITUM e da Samsung.

As hipóteses variavam desde pontos mais táticos como questões de localização e decoração do ambiente, até conceitos estratégicos, como os conteúdos que realmente importavam para os possíveis usuários e o estilo de interação que eles gostariam de ter.

Essas hipóteses foram evoluídas para cenários que pertenciam a um grupo de exercícios projetivos, tangibilizando os temas que foram explorados, avaliados e categorizados.



Figura 1: Workshop de hipóteses

Pesquisa Exploratória

A fase de pesquisa exploratória é o momento em que todas as hipóteses geradas foram testadas e todas as dúvidas sobre o funcionamento do serviço foram levadas aos potenciais usuários.

Pesquisa exploratória com o público primário

Durante a pesquisa exploratória, abordaram-se inicialmente e majoritariamente os possíveis usuários diretos do Samsung Ocean, como estudantes de tecnologia e novas startups. Todas as interações foram feitas nas casas ou locais de trabalho dos participantes para que fosse possível vivenciar seu contexto de vida e trabalho de forma mais rica.

O método primário de interação com esse público foi o de entrevistas etnográficas, individuais e posteriormente em grupos de três participantes.

Grupo	Especificações
15 estudantes universitários (5 grupos de 3)	<ul style="list-style-type: none"> • 8 Engenharia da computação • 3 Design de Interface digital • 2 Ciência da Computação • 1 Sistemas de Informação
2 Startups (3 representantes de cada)	<ul style="list-style-type: none"> • 1 Com mais de 2 anos • 1 Com menos de 6 meses

Tabela 1: Amostra de usuários primários

Buscamos entender as barreiras que esses possíveis usuários têm em suas vidas quanto à prática de suas atividades como desenvolvedor, quais são seus planos para ultrapassar essas barreiras e, finalmente, como o Samsung Ocean pode ajudá-los.

A parte exploratória dessa pesquisa se dava majoritariamente na primeira etapa da interação, na qual a entrevista etnográfica foi feita com um participante por vez.

Na parte imediatamente posterior a essa interação, dois amigos ou colegas de trabalho do participante que estava sendo entrevistado se juntavam à pesquisa. Essa etapa explorava os temas anteriores e cocriava com os usuários os cenários ideais sobre as hipóteses predefinidas.

Para tal foram criadas ferramentas visuais de apoio à cocriação com o objetivo de estimular as pessoas a acessarem seu conhecimento tácito e seus sonhos [2].

A sessão de cocriação serviu para evoluir as hipóteses, fazendo com que a etapa exploratória ficasse mais rica a cada interação.

Os participantes criaram colaborativamente estruturas de assuntos que seriam abordados no Samsung Ocean, classificaram e valorizaram temas, áreas e atividades relevantes e construíram direcionamentos visuais e táticos para a estrutura, decoração e espaço físico.

A utilização da metodologia híbrida consegue explorar questões com profundidade na entrevista, e discutir diferentes pontos de vista na discussão em grupo [3] trazendo resultados complementares à pesquisa de campo.



Figura 2: Exemplo de exercícios projetivos

Pesquisa exploratória com agentes terciários

Para gerar novos negócios – e não somente novos aplicativos – os desenvolvedores precisariam de recursos que vão além das informações passadas pelo Samsung Ocean: vão precisar de parceiros de negócios, investidores e networking.

Tendo em vista esse objetivo, foi conduzida uma pesquisa similar à realizada com os usuários primários, com possíveis agentes terceiros do Samsung Ocean, como jornalistas e faculdades de tecnologia.

Grupo	Especificações
Potenciais parceiros	<ul style="list-style-type: none"> • 1 investidor anjo • 1 incubadora de startups • 1 faculdade de tecnologia
Outros influenciadores	<ul style="list-style-type: none"> • 1 agência de publicidade • 1 editora

Tabela 2: Amostra de agentes terciários

Por meio de entrevistas em profundidade, foi explorado o que cada agente espera dos usuários: quais habilidades eles deveriam desenvolver, quais áreas deveriam ser mais exploradas e como a sua própria interação com o serviço deveria acontecer.

Análise da informação

A informação de campo foi analisada para encontrar o “por que” dos hábitos e necessidades dos entrevistados, entendendo a razão por trás de suas afirmações que, por vezes, nem eles mesmo têm clareza.

Durante a análise, as opiniões dos usuários foram mapeadas em áreas de foco para o projeto, por exemplo: métodos de ensino, necessidades estruturais e *feedback* para usuários.

Após o mapeamento dos padrões comportamentais e das diretrizes ideais, começou-se a desenvolver o serviço a partir do cruzamento dessas diretrizes com os refinamentos das hipóteses previamente testadas.

Cocriação do Serviço

Essa etapa do projeto foi o momento em que a ótica de negócios, ou seja, a ótica da Samsung foi inserida e mesclada com a do usuário. Foi realizada uma etapa de cocriação com os agentes envolvidos da Samsung por meio de um workshop, onde as diretrizes do serviço ideal para o usuário foram expostas e reanalisadas.

Colaborativamente, foi desenvolvido o cenário ideal do serviço, onde se atendia da forma mais plena possível todos os direcionamentos trazidos pelos usuários, casados com a estratégia e os planos da Samsung.

Validação do cenário ideal com usuários

Após definido o mapeamento do serviço ideal, esse plano foi novamente levado a campo, para uma avaliação dos usuários. Foi conduzida uma nova pesquisa etnográfica, com um grupo de dois participantes do mesmo perfil usado na pesquisa inicial para que os usuários avaliassem o serviço mais elaborado e condizente com a realidade necessária do provedor.

Essa avaliação visou entender a aceitação e rejeição de determinados direcionamentos e refiná-los a partir da avaliação feita pelos usuários. De certa forma, houve novamente uma cocriação, visto que os usuários

desenvolveram e melhoraram outras soluções para os direcionamentos expostos, ajudando, assim, a refinar o serviço como um todo.

Desenvolvimento do Serviço Final

O desenvolvimento do serviço final se dividiu em três grandes etapas: o mapeamento da jornada do usuário e consecutivamente do serviço a partir das diretrizes estratégicas; planificação do conteúdo e do ciclo de vida do usuário; definição de guias e princípios de design para as questões táticas do Samsung Ocean, como ambientação, localização e planificação de espaço físico.

MAPEAMENTO DO SERVIÇO

Inicialmente, são tomadas por base as atividades que os usuários desejam ter no Samsung Ocean, visto que elas definem toda a gama de estrutura necessária, disponibilização de tempo e modos de interação com o usuário.

Analisando as barreiras que o usuário tem para desenvolver seus próprios projetos e a gana de ser o dono de seu próprio negócio, foi definida qual deveria ser a sua jornada ideal. Para que essa jornada fosse concretizada, era preciso que o Samsung Ocean fosse estabelecido como um centro de referência conhecido por todos aqueles possíveis interessados.

Comunicação e Posicionamento

Inaugurado em São Paulo, em Março de 2014, o Samsung Ocean já recebeu mais de 3600 pessoas para atividades educacionais. Neste primeiro momento, o enfoque está em aumentar o reconhecimento do Samsung Ocean. Para tal, foi oferecido principalmente atividades de curta duração a diferentes públicos, como estudantes universitários e a comunidade de desenvolvedores locais. Os cursos oferecidos foram pontuais, e os outputs foram relevantes para a percepção da marca Samsung e para suas plataformas de desenvolvimento mobile e TV (sistemas e lojas de aplicativo).

Em um momento posterior, quando o serviço já estiver mais consolidado, o enfoque será a geração de conteúdo relevante para as plataformas da marca. Para isso acontecer, além das atividades de curta duração oferecidas hoje, um grupo seletivo de desenvolvedores, designers e empreendedores serão incubados no Samsung Ocean por meses, para que possam desenvolver novas ofertas de valor para o público em geral, dentro das plataformas Samsung. Uma equipe multidisciplinar dará apoio aos projetos em disciplinas complementares como negócios, pesquisa com usuário, design de experiência, design de interface, entre outras.

O modelo é diferente de incubadoras e aceleradoras de startups, já que não há aporte financeiro direto nos projetos desenvolvidos. O resultado esperado são protótipos resultantes de uma validação técnica e de

negócios, permitindo que os grupos envolvidos possam evoluir-lo posteriormente para um produto comercial.

Para que a capacitação e o apoio nos projetos sejam holísticos, foram estabelecidas parcerias com profissionais e empresas no sentido de trazer o “mercado” para dentro do Samsung Ocean. A colaboração com eles se dá de forma bilateral: profissionais capacitados transferem informações através de aulas e workshops acerca da essência de seu negócio para membros do Samsung Ocean, e desafios reais de negócio são lançados para que os membros ajudem a resolvê-los. Dessa maneira, todas as partes saem ganhando: a Samsung se estabelece como fomentadora de novos negócios para seus parceiros; parceiros têm acesso a times altamente capacitados e motivados para ajudar a resolver problemas de negócio ou gerar inovação; e os participantes do Samsung Ocean que lidam com situações reais de mercado, passam a ser conhecidos pelas empresas, e podem gerar soluções lucrativas com o apoio de times multidisciplinares.

Jornada do Usuário

Foi desenhada uma jornada base para os usuários principais do Samsung Ocean. Essa jornada foi planejada para ser executada a partir do momento em que o centro esteja consolidado e em fase de enfoque em conteúdo de qualidade, como dito anteriormente.

A partir de um processo seletivo com formato híbrido (análise de currículo e um processo criativo prático) o grupo de participantes é escolhido para o programa intensivo de imersão no Samsung Ocean. Além de selecionar participantes adequados, o processo seletivo criativo tem por objetivo identificar ideias com potencial de serem evoluídas, além de participantes com convergência de pensamentos e objetivos, vislumbrando a futura montagem de grupos de trabalho.

As primeiras semanas dos participantes têm como objetivo criar uma base sólida a respeito das plataformas em que as soluções serão desenvolvidas, e para tal, uma série de aulas são ministradas.

Ao final do período inicial, são formados grupos de projetos a partir de afinidades de temas identificados em atividades assistidas de ideação. Essas atividades podem ter um tema central de interesse da comunidade (por exemplo: mobilidade urbana), ou ter um tema proposto por um parceiro comercial (por exemplo: como melhorar a experiência do mobile banking).

Inicialmente as ideias passam por uma fase de amadurecimento que conta com o apoio de um time multidisciplinar (especialistas em negócios, user experience e design de interface) para treinamento e tutoria.

Ao final de algumas semanas, quando o desenvolvimento de cada solução estiver maduro, é organizada uma

apresentação de ideias com investidores e possíveis empresas interessadas. Dessa maneira, ao final do ciclo no Centro, os usuários tem a chance de sair do período de imersão com algo palpável construído.

Para visualizar a trajetória do usuário no centro foi criado um infográfico de jornada, visando facilitar a comunicação das recomendações. [4]

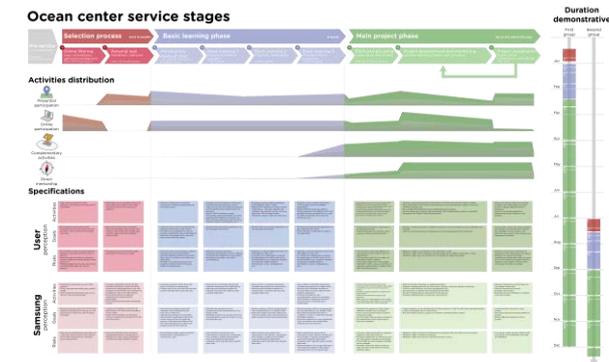


Figura 3: Infográfico do mapeamento do serviço

Espaço Físico

Durante o estudo foi identificado que o espaço físico do Centro deveria seguir alguns princípios de design gerados ao final do estudo. O espaço deveria:

1. Ser adaptável aos diferentes tipos de interação possíveis
2. Possibilitar a colaboração entre as pessoas
3. Estimular a criatividade e a inovação
4. Facilitar jornadas longas de trabalho
5. Reforçar a marca da Samsung

Foram criados espaços para atender às diferentes possibilidades de interações ao proporcionar áreas para concentração e diferentes tipos de colaboração.

Os espaços para colaboração estão espalhados por todo o Centro. Existem salas de projeto que podem ser ocupadas por times desenvolvendo um aplicativo, espaços para aulas e apresentações (que podem ser aumentados ou diminuídos segundo a necessidade) e espaços “intermediários” para propiciar encontros informais produtivos.

Para estimular a criatividade e facilitar longas jornadas no Centro, existem espaços de desconpressão com variados estímulos e distrações. Uma biblioteca de referências está sendo montada no local, e uma ampla oferta de games digitais e analógicos está à disposição dos membros, além de uma lanchonete interna sempre aberta.

O espaço apresenta dispositivos Samsung em abundância, que podem ser usados para diferentes finalidades.



Figura 4: Espaço interno do Samsung Ocean

CONCLUSÃO

Desde sua implementação e nos primeiros sete meses de funcionamento, o Samsung Ocean vem se consolidado como um importante centro de relacionamento com estudantes e empreendedores. O número e a diversidade de perfis dos visitantes vêm surpreendendo a projeção inicial. A interação com esse público vem incrementando as possibilidades de atuação originalmente previstas.

O primeiro passo na direção de prover os cursos de longa duração foram programas intensivos focados no desenvolvimento de soluções em Tizen e Android, com duração de cinco a nove semanas. A primeira turma formada desenvolveu cinco aplicações em Tizen e os próximos formandos devem entregar mais oito projetos até dezembro de 2014.

Como próximos passos, pretende-se fortalecer parcerias estratégicas e evoluir os cursos técnicos para foco em geração de conceitos e soluções relevantes. O Samsung Ocean vem firmando parcerias com entidades como Startup Brasil, Baita, Fiesp e colaborações com universidades, além de prospecções em andamento com aceleradoras e fomentadoras, como Aceleratec e Anjos do Brasil. Parcerias com áreas internas da Samsung de inovação e pesquisa e desenvolvimento também vem ocorrendo com sucesso.

Em julho foi inaugurado o Samsung Ocean em Manaus em parceria com Universidade do Estado do Amazonas. O centro manauara tem uma interação direta com o corpo docente da universidade e tem priorizado o desenvolvimento de jogos em colaboração com o estúdio Black River. O Ocean Manaus teve até o momento 1400 alunos.

REFERENCIAS

1. Dourish, P. (2004) What we talk about when we talk about context. Journal of Personal Ubiquitous Computing, vol 8, página 19-30
2. Sanders, E. (1999) Design for experience: New Tools
3. Visser, F., Stappers, P., Van der Lugt, R., Sanders, E. (2005) Context mapping: a hands-on introduction
4. Stickdorn, M., Schneider, J. (2010) This is Service Design Thinking