

LUMi



LUMI

O SEU STREAMING

"Um novo serviço de streaming
com foco na **descoberta de conteúdo.**"

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

Centro de Letras e Artes / Escola de Belas Artes

Departamento de Comunicação Visual / BAV

**Projeto e Monografia de Graduação em
Comunicação Visual Design / 2018.1**

Aluna Carolina Mender Rangel Magalhães / 110040011

Orientador André Ramos

Agradeço a minha família pela compreensão,
aos amigos pela ajuda sempre presente,
ao Jônatas que esteve comigo desde a primeira palavra
e a Deus por ser... Deus.

"Às estrelas que ouvem... e aos sonhos que são atendidos."

Sarah J. Maas

SUMÁRIO

1. Resumo e Abstract	9
2. Introdução	11
3. Objetivos	13
4. Metodologia	15
5. Definindo o Usuário	19
5.1. Pesquisa de Usuários	19
5.2. Proto-Personas	25
6. Análises da plataforma	31
6.1. Value Proposition	31
6.2. Benchmarking	33
7. Desenvolvimento de soluções	43
8. Naming e Branding	51
9. Interface e Sistema	57
9.1. Arquitetura da Informação	57
9.2. Fluxos	59
9.3. Interface	60
10. Conclusão e Desdobramentos Futuros	62
11. Bibliografia	65
12. Anexos	67

RESUMO

O projeto consiste no desenvolvimento de uma plataforma de streaming com foco na descoberta de conteúdo. A metodologia utilizada foi a do design de serviço com pesquisa, definição do problema, desenvolvimento e prototipação. Para cada fase, foram usadas ferramentas como pesquisa de usuário, benchmarking, proto-personas, brainstorming entre outras. Como resultado foram obtidas funcionalidades a serem inseridas na plataforma: Nova Indexação de Conteúdo, Interface Personalizável, Daily Discover, Meus Gêneros, Minha avaliação.

A partir daí, foi criado um nome para a plataforma, Lumi, além de uma identidade visual que serviria de guia para a interface. O resultado final é uma interface com as funcionalidades supracitadas, com um protótipo inicial. Para desdobramentos futuros, são necessários testes tanto da plataforma como das funcionalidades para entender qual será a resposta do usuário.

ABSTRACT

This project's main focus is to create a streaming system that enhances the act of choosing a content to watch. The methodology used to build the project was the double diamond, a service design mindset. There were also used several tools throughout the process, such as user research, benchmarking, personas, brainstorming tools, among others. As a result, were created features that makes easier navigation and decisions inside the platform.

From that point, a name - Lumi - a brand and a visual identity were created in order to guide the interface's visual identity. The final result is a prototype of the interface. As a future development, some user tests are needed to understand what's the real interaction between the user and the features of the platform.

INTRODUÇÃO

O projeto consiste no desenvolvimento de um novo sistema e interface de plataformas de streaming, que não está atrelado a uma marca específica, mas tem como base a experiência dos usuários nas plataformas já existentes, como Netflix, Amazon Prime Vídeo e Popcorn Time.

O mercado de plataformas de streaming vêm crescendo muito no Brasil e no mundo. Marcas como YouTube, HBO, Amazon e Telecine são exemplos de negócios que utilizam o streaming. Entretanto, a marca mais proeminente no Brasil hoje é a Netflix, que, segundo uma pesquisa divulgada pelo site Money Times, tinha, em 2015, 2,9 milhões de assinaturas. Em 2016, foi divulgada uma pesquisa pelo site eMarketer salientando que, no Brasil, 71% dos usuários de vídeo on demand são assinantes do Netflix, apenas 13% atrás do YouTube, que é um site gratuito de streaming de vídeos.¹

Com o grande crescimento, novas marcas estão entrando no mercado, como a Disney, que está retirando seu conteúdo de outras plataformas de streaming para começar a sua própria.² A HBO que apesar de ter um serviço de streaming ligado a TV à cabo, já tem, nos Estados Unidos, um serviço separado de apenas streaming, que não exige assinatura do pacote de tv à cabo, o HBO NOW.³

Apesar da grande popularidade desse tipo de entretenimento, ainda vemos muitas dificuldades dentro das plataformas no que diz respeito a experiência do usuário. Plataformas como Amazon Prime, e Popcorn Time tem um catálogo extenso, mas tem uma arquitetura da informação e interface de sistema ruim.

Por esse motivo, o projeto se dispõe a criar um novo modelo de plataforma de streaming observando principalmente a descoberta de conteúdo pelo usuário, que hoje é um dos maiores problemas identificados nas entrevistas. O tempo necessário para “escolher” o conteúdo a ser assistido é o ponto principal na pesquisa, tentar identificar a causa e propor soluções são prioridades neste trabalho.

A metodologia escolhida como guia nesse projeto foi o Diamante Duplo, uma ferramenta de design thinking, que também é amplamente utilizada também em processos de design de serviço. Em algumas empresas essa ferramenta aparece de maneiras diferentes, mas a essência é a mesma, um processo que pode ser tanto linear quanto circular com pesquisas e iterações ao longo do processo. A metodologia será adaptada às necessidades do projeto, assim como outras metodologias que serão aplicadas juntamente com o Diamante Duplo.

Algumas outras ferramentas que serão utilizadas são o “Frame the Question” que irá ajudar a definir o problema principal a ser resolvido. A Partir de um problema claro, a solução será mais assertiva. Também serão usadas diagramas como “Value Proposition Canvas” que permite ter uma visão geral do serviço como é hoje nas diversas plataformas existentes e também como esse serviço pode ser melhorado no novo sistema a ser desenvolvido.

¹ Retirado do Jornal Estadão: “Netflix, Globo, HBO e Amazon brigam pelo mercado de vídeo pela internet”

² Retirado da Folha de São Paulo “Disney abandona Netflix para criar serviço próprio de streaming”

³ Retirado do site da HBO Brasil

Além dos diagramas, também foram feitas pesquisas de usuário para entender melhor as dificuldades do ponto de vista daquele que está utilizando a plataforma no seu dia-a-dia e como eles entendem o problema que estão enfrentando, suas expectativas e sentimentos ao utilizar as plataformas. Pesquisas de benchmarking também serão parte essencial do projeto, que irá analisar as plataformas hoje, e com elas solucionam, ou não, os problemas apresentados pelos usuários.

OBJETIVOS

O objetivo principal desse projeto é melhorar a experiência do usuário na escolha de conteúdo, criando uma nova plataforma que irá ter essa escolha como foco principal. A experiência em si não pode ser prevista, mas ao retirar ruídos e dificuldades presentes nesse processo e dar mais opções para o usuário pode-se melhorar a interação do mesmo com o conteúdo e com a plataforma.

Apesar das plataformas de streaming conterem vários fluxos, como assistir um filme, ou salvar para mais tarde, compartilhamento com redes sociais, entre outros, neste projeto iremos focar apenas no processo de escolha de conteúdo, onde percebemos, após algumas pesquisas de usuários, que se encontram alguns dos problemas que impedem esse usuário de consumir conteúdo nas plataformas.

O principal ruído na experiência é a demora constante da escolha de conteúdo, onde o usuário passa mais tempo escolhendo a mídia que será consumida do que propriamente consumido aquilo que foi escolhido. Com esse projeto pretendemos descobrir a causa real desse problema e como ele poderá ser resolvido em dois níveis: no sistema da plataforma, ou seja, no funcionamento por trás da plataforma, como fluxos e sistemas de filtragem e catalogação de mídias, e também na interface, ou seja, elementos de visuais que possam facilitar a interação do usuário com a plataforma.

Para que esse objetivo seja atingido, nos utilizaremos de ferramentas para identificar a causa real do problema e também ruídos adjacentes que possam influenciar na demora da escolha. Sendo elas: pesquisas de usuários, benchmarking, diagramas de análise em geral, além de ferramentas de desenvolvimento de soluções, que possam ajudar a criar melhores maneiras de utilizar a plataforma e melhorar a experiência do usuário ao lidar com a escolha de mídias.

Em resumo, esse projeto se propõe a solucionar um problema cotidiano dos usuários de plataformas de streaming de vídeo da melhor maneira possível, sempre pensando na melhor experiência que pode ser ofertada. Ao diminuir o tempo e ruídos na escolha da mídia e melhorando a interface da plataforma, ganharemos benefícios palpáveis como maior consumo de conteúdo em menos tempo e, como consequência, maior satisfação do usuário na hora da utilização.

Para desdobramentos futuros, consideramos a melhora de outros aspectos da plataforma, inclusive o algoritmo que capta as preferências do usuário e faz indicações de conteúdo para serem consumidos. Muitos usuários ainda têm problemas as sugestões do Netflix - o único sistema de streaming que apresenta essa maneira de descoberta de conteúdo.

METODOLOGIA

Existem muitas metodologias que podem guiar o processo do design de serviço, traçando o caminho a ser percorrido no desenvolvimento de soluções. Uma das ferramentas utilizadas é o Double Diamond, ou Diamante Duplo, escolhida para esse projeto. Ela consiste em uma ferramenta que guia o processo de design de uma maneira aparentemente linear, mas que permite iterações durante o desenvolvimento do projeto de design.

O Diamante Duplo contém quatro fases principais que poderão se desdobrar em outras de acordo com o projeto, pois é uma ferramenta flexível em sua concepção. Os quatro passos são Descobrir, Definir, Desenvolver e Entregar. Em outras literaturas também encontramos os nomes Exploração, Criação, Reflexão e Implementação, como no livro "This is Service Design Thinking". Existem também outras aplicações da mesma metodologia, a diferença sendo a utilização de 3 passos ao invés de 4, como a utilizada pela IDEO: Inspiração, Ideação e Implementação.

Basicamente todos esses processos têm a mesma forma de pensar: explorar, desenvolver e implementar que é utilizada na ferramenta de Diamante Duplo. Ela será utilizada apenas por ser um pouco mais simples do que as outras e de mais fácil aplicação em se tratando deste projeto.

Na primeira fase, de descobrir, serão utilizadas ferramentas para explorar o problema encontrado e tentar entender quais aspectos, além do que se entende como o problema, pode estar, ou não influenciando nessa dificuldade. Também se é apenas superficial ou se existe uma raiz mais profunda. Em se tratando de um sistema, será avaliado o sistema em si e também a opinião do usuário em relação ao problema. O que a pessoa que está usando o sistema acredita que seja a raiz do problema?

Como essa primeira fase é de exploração, serão utilizadas ferramentas para coletar o máximo de dados possíveis e ter um panorama mais geral do problema em questão. Essa fase é de pensamento divergente, um grande número de dados, pesquisas e ideias são esperados.

Já na segunda fase, de definir, todos os dados coletados serão analisados para que o problema real seja definido. Com essa definição, os próximos passos a serem seguidos, de criação e prototipagem, serão mais assertivos, pois estarão solucionando o problema real que os usuários entendem que existe na ferramenta, e não a questão inicial, que pode ser prematura ou até errada se não for validada. Essa fase tem o pensamento convergente.

Na terceira fase, de desenvolvimento, o pensamento volta novamente para o divergente, em que são utilizadas ferramentas de criação, brainstorming, para gerar o máximo de ideias para que não haja erro na hora de propor uma solução e essa seja a que mais irá atender as necessidades do usuário na hora de resolver o problema encontrado.

Na última fase, de entrega, as ideias geradas pela terceira fase são analisadas e as melhores encontradas vão para a fase de produção para que se torne algo palpável. Essa fase é convergente, então irá focar mais em desenvolver de maneira prática a solução do que criação.

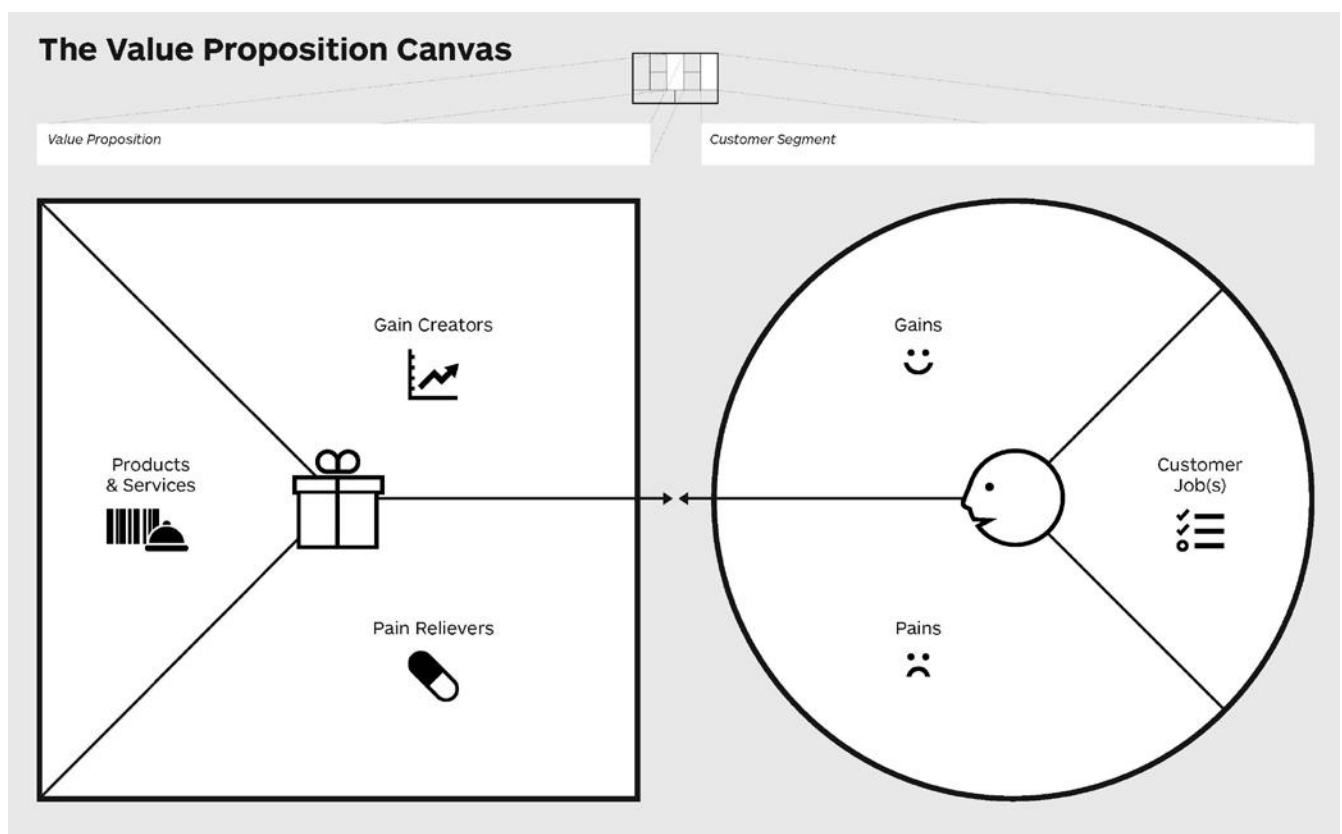
Em cada fase do projeto, algumas ferramentas serão utilizadas para melhorar o processo e tornar os resultados mais ricos. Para as fases de descobrir e definir, ferramentas de análise serão mais utilizadas, são algumas delas:

- **Value Proposition:** Essa ferramenta será utilizada ao longo do processo para analisar as informações coletadas em relação aos desejos do usuário. A Value Proposition consiste em dois diagramas: um que mostra as ações do usuário, desejos e benefícios, e também as “dores” ou problemas que os usuários podem enfrentar utilizando certo serviço, e outro que mostra na perspectiva do serviço, como esse está atendendo ou pode atender os desejos e benefícios dos usuários e “aliviar as dores” e resolver os problemas enfrentados pelo usuário.

A Value proposition é muito importante pois pode ser usada de maneira comparativa entre serviços existentes, mas também pode ser utilizada para gerar novos serviços e novas soluções para os problemas. É versátil e será utilizada em várias etapas do processo.

- **Pesquisa de usuários:** As pesquisas de usuário serão utilizadas para entender o problema do ponto de vista do usuário. Quais são as suas dores e como elas acontecem ao utilizar o serviço. O objetivo principal é analisar a fundo o problema e gerar soluções baseadas na experiência do usuário com o serviço. Serão utilizados dois tipos de entrevista. Uma presencial, com poucas pessoas selecionadas - entre 5 e 10 pessoas -, onde o entrevistador irá fazer perguntas aos usuários e tentar entender pelas respostas e reações o que eles acreditam que seja o problema principal e como resolver. Outra entrevista será realizada online, a ser realizada com mais pessoas. O resultado esperado é uma noção geral do que o usuário entende que é o problema e quais são as suas expectativas em relação ao serviço.

Modelo de Value Proposition Canvas, retirado do site Strategyzer.



- **Benchmarking:** O benchmarking será utilizado para analisar como as ferramentas já existentes hoje solucionam, ou não, os problemas que foram definidos na value proposition canvas. Além de mostrar quais são as plataformas mais proeminentes no mercado hoje. Além disso é importante entender como essas plataformas trabalham a sua interface para resolver os problemas existentes, e como elas podem ser melhoradas.
- **Proto-Personas:** Proto-personas são perfis de pessoas definidos para representar um grupo específico de usuários, suas ações, expectativas, personalidade, relação com a marca entre outras características. Ao contrário das personas comuns, as proto-personas são principalmente baseadas em suposições a respeito dos usuários e seu comportamento. Nesse projeto usaremos as proto-personas principalmente por falta de tempo hábil e recursos para realizar uma pesquisa de grande escala, com amostragem suficiente para definir as personas.
- **Outras ferramentas que podem ser utilizadas:** 5 why's - que pretende analisar de maneira mais profunda o problema, chegando à causa. Jornada do usuário - que será apenas utilizada para identificar o recorte a ser utilizado no projeto, outras ferramentas serão utilizadas para analisar esse recorte mais profundamente, como a Value Proposition Canvas.

Já nas fases de desenvolvimento e entrega, algumas ferramentas mais práticas serão utilizadas, tanto de brainstorming quanto para desenvolver soluções para o sistema em si. São elas:

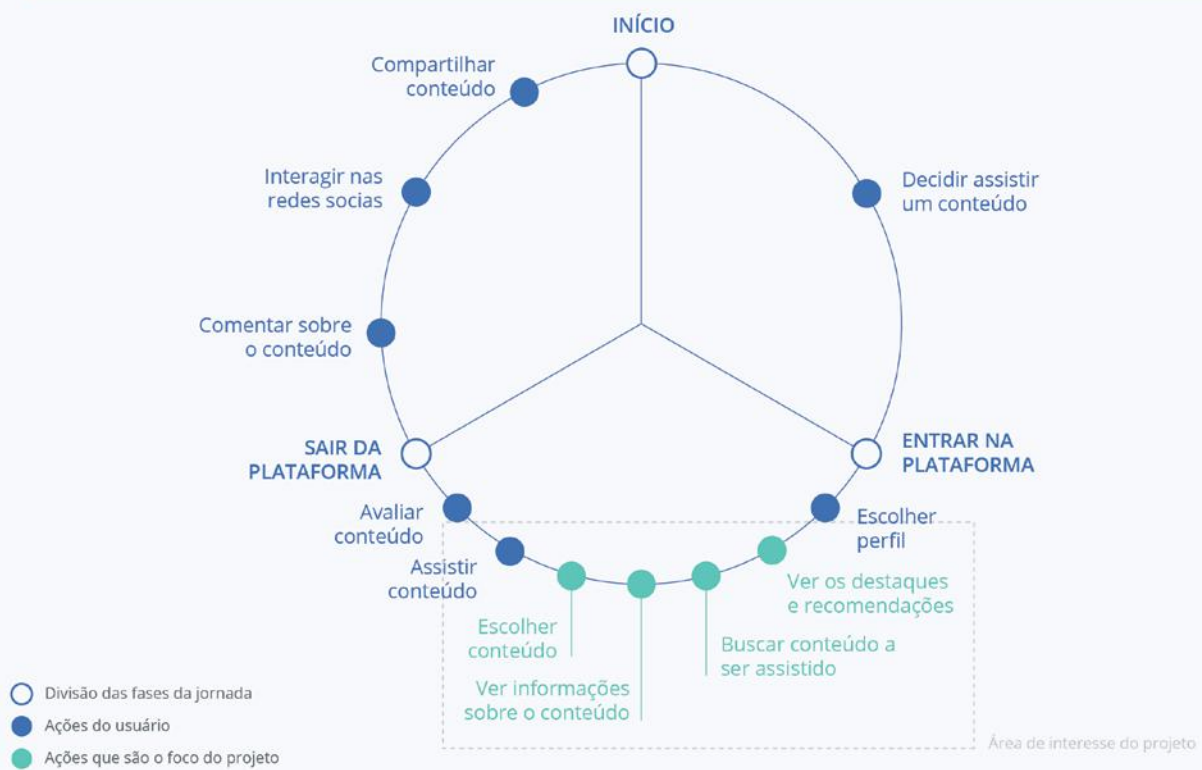
- **Brainstorming:** A ferramenta de brainstorming será utilizada para gerar ideias que possam solucionar os problemas identificados por esse projeto. Através da criação de diversas soluções, muitas vezes soluções que podem não ser ideais para a dificuldade encontrada, é possível encontrar aquelas que se destacam no meio, que podem ajudar a criar um conjunto de soluções ideais para aquela situação. O brainstorming começa entendendo os pontos principais a serem solucionados, dividindo-os em etapas e propondo diversas soluções para cada etapa. As soluções devem ser priorizadas de acordo com o quanto elas atendem aos problemas apresentados e o quão viáveis são, com critérios a serem definidos de acordo com os problemas e soluções apresentados.
- **Card Sorting:** O card sorting será utilizado em diversas partes do processo, mas a principal será para entender os resultados do brainstorming. O objetivo é entender como todas essas novas soluções podem ser agrupadas em novas ferramentas ou melhorias para o modelo de interface já existente. A ferramenta funciona da seguinte maneira: todas as soluções criadas no brainstorming são agrupadas por afinidade e depois esses grupos são analisados para que um conjunto de soluções possa ser desenvolvido em forma de ferramenta ou melhoria.

Outras ferramentas poderão ser utilizadas ao longo do processo, dependendo das necessidades específicas de cada etapa, como o "How might we" - uma ferramenta de desenvolvimento de soluções. Porém, de uma maneira geral, essas citadas acima serão as principais de cada parte do processo.

Apesar de existir a possibilidade de fazer melhorias em várias partes da jornada do usuário em plataformas de streaming, neste projeto trataremos apenas da escolha de

conteúdo. A hipótese é que o usuário demora um tempo excessivo para escolher o conteúdo a ser consumido e com melhorias de interface e sistema esse tempo pode ser diminuído consideravelmente.

JORNADA DO USUÁRIO



Jornada do usuário na plataforma e indicação do recorte que será utilizado.

DEFININDO O USUÁRIO

O objetivo principal dessa etapa do projeto é entender melhor como o usuário, de plataformas de streaming, entende essa dificuldade da escolha de conteúdo e traçar os perfis que utilizam as plataformas. Entendendo, assim, qual é a causa real da demora, o que é um bom sistema e quais são as expectativas de cada perfil para com a plataforma, especialmente na etapa da escolha de conteúdo, que é o foco deste projeto.

Para isso, foram concebidas duas pesquisas: uma entrevista presencial, que fosse uma conversa com o usuário da plataforma para entender melhor como ele lida com as questões de escolha de conteúdo, quais são suas expectativas e problemas com a plataforma hoje, e que seria feita com um número limitado de pessoas, em torno de quatro ou cinco. Uma outra pesquisa, mais abrangente, feita pela internet e com um alcance maior do que as entrevistas presenciais.

A entrevista online foi concebida para ter o alcance maior, além de ter perguntas mais objetivas para que os entrevistados pudessem fazer com mais rapidez. O principal objetivo é coletar dados sobre quanto tempo os usuários passam para escolher um conteúdo, quais as dificuldades eles encontram nesse passo na plataforma e se eles identificam isso como problema também. As respostas múltipla-escolha foram feitas de maneira mais pessoal, com o tom um pouco mais empático para que as pessoas pudessem se identificar com aquilo, ao invés de apenas responder automaticamente.

Após as entrevistas e análises de perfis de usuários, foram criadas proto-personas que são personas baseadas em suposições. O objetivo é que, com esses perfis, as soluções a serem desenvolvidas pudessem ser mais direcionadas e atingir o maior número de perfis de usuários possíveis.

PESQUISA DE USUÁRIOS

ENTREVISTA PRESENCIAL (ROTEIRO)

Fale um pouco mais sobre você:

- Nome?
- Idade?
- Profissão?
- Você gosta de assistir filmes, séries e documentários?
- Você utiliza alguma plataforma de streaming para assistir esse tipo de conteúdo?

Um pouco sobre as plataformas:

- Com que frequência você utiliza essas plataformas?
- Porque você escolheu essa(s) plataforma(s)? Quais vantagens?
- Como você escolhe o conteúdo que acessa?
- Quanto tempo, em média, você passa escolhendo um conteúdo? Porque?
- Você já teve alguma dificuldade na hora de escolher conteúdo? Porque?

Sim:

- Você já desistiu de assistir conteúdos na plataforma por esse motivo? Como se sentiu?
- Você consegue achar alguma solução para esse problema?

Não:

- Fale pra mim 3 características que ajudam nessa escolha e porque.
- Qual é a sua opinião em relação ao(s) sistema(s) de avaliação (avaliações)? Porque você acha isso?
- Qual é a melhor e a pior características dessas plataformas?

Vamos fazer um jogo:

Eu vou fazer 5 perguntas e você vai me responder de acordo com a sua opinião. Não existem respostas certas ou erradas, apenas quero saber a sua opinião a respeito.

Quando eu perguntei porque você acha que tem dificuldade de escolher conteúdo, você respondeu que ... Porque você acha que isso acontece?

Pergunta final (Opcional)

- Você já teve alguma outra dificuldade utilizando essa(s) plataforma(s)? Se sim, qual?
- Porque você acha que teve essa dificuldade?
- Você consegue enxergar alguma solução para esse(s) problema(s)?

Obrigada por ajudar! Espero que tenha gostado da experiência.

QUESTIONÁRIO ONLINE

Demografia:

- Nome?
- Idade?
17 ou menos, 18 a 20, 21 a 29, 30 a 39, 40 a 49, 50 a 59, 60 ou mais.

Sobre as plataformas:

- Você utiliza plataformas de streaming de Vídeo?
Sim/Não
- Se sim, quais?
Netflix, Hulu, Amazon Prime Vídeo, outra.

- Como você escolhe o conteúdo que quer assistir?
Indicação de amigos, procuro na internet o que assistir, escolho de acordo com as sugestões da plataforma, procuro de acordo com as minhas preferências de gênero (ex. filmes de ação), Outro.
- Quanto tempo em média você leva pra escolher um conteúdo?
*Bem rápido, apenas acesso o conteúdo que já quero assistir. - 5 minutos;
Escolho um pouco, mas é bem rápido. 5-15 minutos;
Demoro um pouco normalmente. Mas nada demais. 15-30 minutos;
Demoro um pouco, tenho bastante dificuldade de escolher. 30-45 minutos;
Demoro muito. 45-60 minutos;
Demoro demais. As vezes até desisto de assistir pelo tempo de escolha. mais de 1h;
Outra alternativa? Escolha um período de tempo e coloque o que sente!*
- Você já desistiu de assistir alguma coisa? Porquê?
Sim/Não; Porquê.
- Você enfrenta alguma dificuldade na hora de escolher conteúdo? Se sim, qual?
Sim/Não; Qual.
- Porque você acha que tem essa dificuldade?

•

SOBRE AS PESQUISAS

Na entrevista presencial, foram entrevistadas 4 pessoas de diferentes idades e profissões, para que o resultado fosse o mais diverso possível. Já o questionário online foi veiculado nas redes sociais do dia 5 ao dia 7 de novembro de 2017, foram entrevistados 86 pessoas e foram registradas 74 respostas válidas - pesquisas respondidas em sua totalidade. As respostas na íntegra, além dos gráficos de análise estão no Anexo I - Entrevistas de Usuários.

As entrevistas foram concebidas de maneira a deixar o usuário mais livre para falar de sua experiência com as plataformas que utilizam, um roteiro base foi escrito, mas foi deixado semi-estruturado justamente para permitir uma exploração maior em áreas de interesse no momento da entrevista. Algumas modificações foram feitas nas entrevistas como por exemplo as perguntas referentes à ferramenta de 5 why's, pois após a primeira entrevista, esta se mostrou irrelevante para o resultado.

Já no questionário foram utilizadas perguntas mais objetivas com o intuito de explorar mais o sentimento do usuário em relação às dificuldades da escolha de conteúdo na plataforma. Como ele escolhe o conteúdo, se tem algum tipo de problema nessa escolha e quais as reações quando o usuário fica frustrado foram apenas alguns pontos a serem atingidos com o questionário online.

Ao escolher as pessoas para a entrevista, foi considerada principalmente a profissão do para termos acesso a mais tipos de usuários, com interesses e rotina diferentes, acima

de tudo para entender como ele se comporta na plataforma e se isso influencia na hora da escolha do conteúdo. Infelizmente, por falta de tempo hábil, não foram entrevistadas pessoas com faixa etária muito ampla, ficando entre 20 e 29 anos. Para desenvolvimentos futuros, será necessária uma pesquisa que obtenha resultados com idades mais distantes entre si, para entender melhor o comportamento desses outros usuários na plataforma, mas por ora, ficaremos apenas com essa faixa etária.

RESULTADOS E ANÁLISES

Ao analisar os dois tipos de pesquisa, foram coletadas diversas informações que serão utilizadas para criar os perfis de usuário a serem utilizados no projeto. Além de informações sobre faixa etária e preferências dos usuários nas plataformas, também foram retirados insights de problemas que os usuários enfrentam na hora de escolher o conteúdo na plataforma, que foi o recorte escolhido para ser trabalhado nesse projeto. Apesar de alguns usuários não apresentarem problemas, outros apresentaram muito problemas similares que foram categorizados para facilitar o desenvolvimento de soluções.

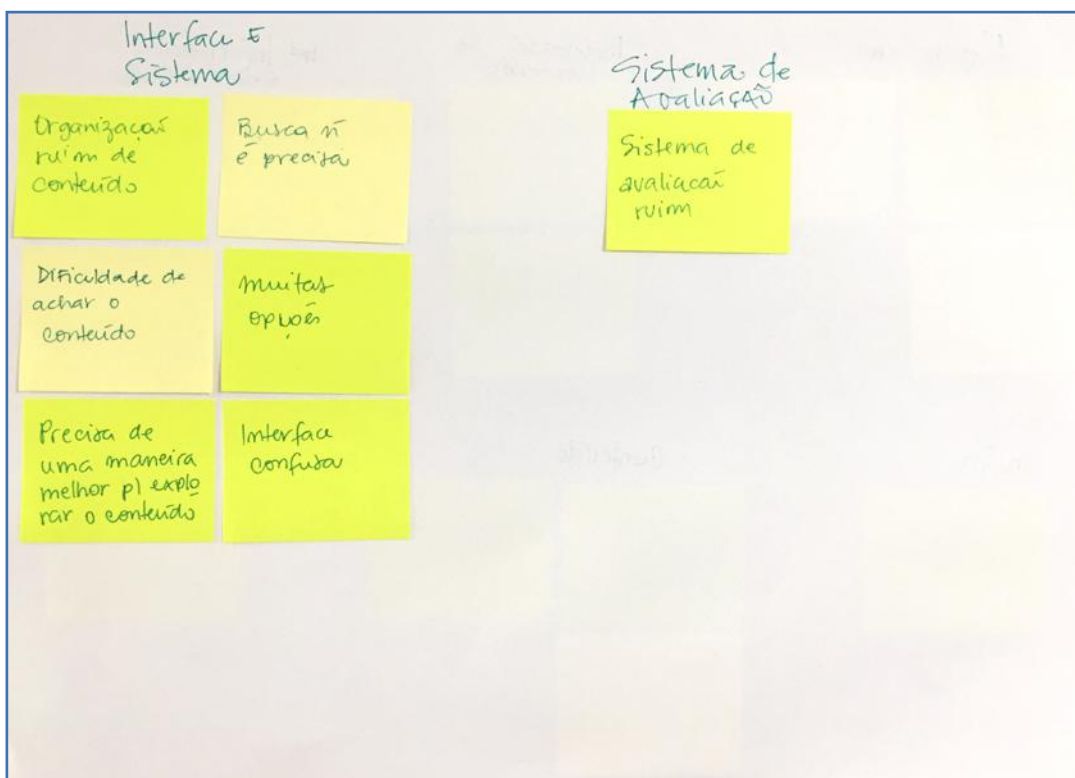
A faixa etária predominante na pesquisa, como citado anteriormente, está entre 20 e 29 anos com algumas exceções, e a maioria é usuário de Netflix, e os outros são usuários de Amazon Prime, Hulu, Youtube Red, Stremio, Twitch e Popcorn Time (Stremio é um agregador de conteúdo e Twitch é uma plataforma de streaming live de jogos).

Sobre as inclinações na hora da escolha de conteúdo, em torno de 63% dos usuários do questionário responderam que procuram de acordo com as suas preferências de gênero na maioria das vezes, a segunda opção escolhida, marcada como "quase sempre" variou muito entre indicações da plataforma, sugestões encontradas na internet, sugestão de amigos e mais uma vez a escolha por preferência de gênero. Essas informações mostram muito sobre o comportamento dos usuários e nos faz entender em que pontos devemos melhorar na plataforma.

Apesar das informações demográficas serem importantes para esse projeto, sem dúvida a parte mais significativa são os "pontos de dor" dos usuários que utilizam a plataforma, nos quais eles discorreram sobre algumas dificuldades que encontram ao utilizar a plataforma e como que isso poderia ser resolvido. No questionário online 70% dos usuários demonstraram uma dificuldade mais significativa com a plataforma e nas entrevistas todos falaram sobre algum problema de escolha de conteúdo.

Para facilitar o entendimento dos pontos de dor identificados nas entrevistas, eles foram categorizados por assunto (página ao lado), facilitando o desenvolvimento de novas soluções, identificação de pontos onde é necessária apenas uma modificação nos sistemas existentes, e quais deles não poderiam ser trabalhados neste projeto. São eles: Algoritmo, Indexação de conteúdo, Informação sobre mídias, Interface e sistema, Infraestrutura, Conteúdo, Comerciais e Sistema de avaliação.

Dentre as categorias citadas acima, Comerciais e Infraestrutura não serão utilizadas nesse projeto pois são relacionados ao plano de negócio ou problemas técnicos como: comerciais exibidos durante o conteúdo e também problemas de internet, carregamento, legenda e sincronização, que dependem mais dos próprios provedores do conteúdo do que da



plataforma de streaming em si. E, apesar desse projeto não se aprofundar na categoria Algoritmo, algumas soluções serão sugeridas para minimizar os problemas apontados.

Na Indexação de conteúdo, alguns usuários apontaram a dificuldade de encontrar um conteúdo de gênero específico, pois ao buscar um conteúdo por gênero na plataforma, eram indicados outros filmes que não se encaixavam necessariamente naquele gênero, ou conteúdos que poderiam estar ali, não estavam. Além disso, a própria categorização das mídias muitas vezes não corresponde verdadeiramente ao conteúdo do filme ou série - como por exemplo na netflix, são categorizados pelos seus interesses ou assunto do filme, como "mulheres que dominam a tela".

Outra categoria muito citada pelos usuários, Informação sobre mídias, traz a falta de informações que os usuários buscam na plataforma sobre uma mídia que têm interesse, como por exemplo trailers, avaliações de sites famosos de cinema, como Rotten Tomatoes e IMDB (Internet Movie Database), além de outros problemas existentes como as sinopses que não dizem muito sobre o conteúdo. Esse tipo de falta de conteúdo sobre as mídias atrapalha o usuário na hora da escolha porque este acaba tendo que recorrer a outras plataformas como o IMDB e Rotten Tomatoes assim como o Youtube a fim de encontrar o tipo de informação que está procurando.

Em relação à categoria Conteúdo, muitos usuários citaram a falta de conteúdos mais recentes na plataforma, como filmes novos, novas temporadas de séries, além de filmes que não agradam o gosto do usuário - filmes e séries ruins. Muitos usuários citaram essa categoria, então acredita-se que pode ser uma grande oportunidade de mudança para as plataformas na hora do desenvolvimento de soluções.

Outra categoria que foi muito citada foi Interface e Sistema. Os usuários acreditam que a interface que utilizam nas plataformas é muito confusa e muitos tem dificuldades de utilizar a ferramenta busca, pois existe um problema de indexação de conteúdo. Muitas buscam voltam com resultados que não correspondem ao pesquisado ou confundem o usuário pois não são claros quanto a presença do conteúdo na plataforma ou não.

Os entrevistados também destacaram a quantidade de conteúdo que é mostrada e muitos deles ficam confusos na hora da escolha de conteúdo, e acabam culpando a si mesmos pela demora na decisão - os usuários se definem como muito indecisos. Além disso alguns usuários ainda classificaram as interfaces como confusas o que pode estar causando a indecisão das pessoas. Esse é um dos aspectos que iremos explorar mais nesse projeto, para que o sistema e a interface possam atender as necessidades de cada usuário.

Por último, foi questionado aos usuários qual a opinião deles sobre o Sistema de Avaliação presente nas plataformas hoje - gostei/não gostei e estrelas - e muitos não se sentem confortáveis apenas com duas opções, e na questão das estrelas, não ficava muito claro em que se baseia a avaliação, se na mídia de opinião de todos os usuários ou de alguma plataforma que dava a avaliação.

PROTO-PERSONAS

Como resultado da pesquisa de usuários, foram desenvolvidas 4 proto-personas que irão guiar o processo de desenvolvimento de soluções deste ponto em diante. O objetivo da criação das personas é definir grupos de usuários que serão trabalhados, suas necessidades, desejos, motivações e objetivos tornando assim o processo de desenvolvimento de soluções mais próximo desses grupos.

Apesar de parte das informações que deram origem as personas serem baseadas nas entrevistas de usuários, ainda chamaremos de proto-personas pois não houve um grupo diverso o suficiente para representar o público alvo real das plataformas de streaming.

Para criar as proto-personas utilizamos as informações mais relevantes da pesquisa de usuário, separando os entrevistados em alguns grupos de acordo com as respostas e pontos de dor apresentados. Para cada persona foram criadas necessidades, motivações e objetivos, que guiam as atitudes desses usuários no processo de utilização da plataforma. Foram identificados o nível de uso, para que seja mais claro quando essa persona irá usar o serviço e porquê.

Também foram mapeados os dispositivos que são utilizados no acesso ao serviço, para que as soluções possam se adaptar às necessidades e limitações de cada dispositivo.

Depois disso, foram criadas jornadas de usuário para cada uma dessas personas para identificar em que parte da jornada cada um deles apresenta os pontos de dor e porquê. Para essa jornada, foi utilizado como base o serviço mais utilizado nas pesquisas, o Netflix, para facilitar o mapeamento das dores e ações dos usuários na plataforma.

Foram destacadas também algumas ferramentas que os usuários utilizaram ao completar as suas ações, como por exemplo busca, avaliação e a sugestão da plataforma. Esta última, apesar de não ser uma ferramenta propriamente dita, é uma parte importante da plataforma que apresenta alguns problemas evidentes.

A seguir estão os cards de persona que foram desenvolvidas assim como a jornada referente à persona, com todas as características citadas acima.

Cards de personas e respectivas jornadas:
O amante do cinema (p.24), Heavy user netflix (p.25), Eu amo netflix (p.26) e Filme nas horas vagas (p.27).

PERSONA 1 - O AMANTE DO CINEMA



“Hoje quero ver Selma da Ava DuVernay.”

NOME	Charles
IDADE	25 anos
PROFISSÃO	Desenvolvedor de Aplicativos
PERSONALIDADE	Decidido, já sabe o que gosta e o que quer assistir. Gosta de certo diretor ou gênero específico. Curte uma saída cultural, sempre acompanhado pela noiva que também curte filmes e séries.

NECESSIDADES

Quero achar o conteúdo rapidamente; Preciso que a pesquisa funcione; Preciso que as informações estejam corretas; Preciso que tenha o filme que quero ver; Alta qualidade de imagem.

OBJETIVOS

Ver uma **mídia específica**;
Ver **conteúdo de qualidade** sempre;
Descobrir novas mídias.

MOTIVAÇÕES

Eu amo cinema, amo ver filmes e séries, mas sou bem seletivo com o conteúdo que quero assistir. Gosto também de estar sempre em dia com os filmes que quero ver, e gosto também de descobrir coisas novas na plataforma.

DISPOSITIVOS



NÍVEL DE USO DA PLATAFORMA

Usuário Frequentes



JORNADA DO USUÁRIO - O AMANTE DO CINEMA

Encontrar e assistir uma mídia pré-definida



PERSONA 2 - HEAVY USER NETFLIX



“Já vi todos os filmes de ficção científica. Não tem mais nada pra ver.”

NOME	Arthur
IDADE	27 anos
PROFISSÃO	Professor de Matemática
PERSONALIDADE	Sabe o que quer, mas muitas vezes fica indeciso sobre o que assistir, pois já assistiu muitos filmes na plataforma. Gosta de ir pro bar de vez em quando, mas noitada não, prefere maratonar uma série.

NECESSIDADES

Preciso de novos conteúdos na plataforma; Quero avaliações mais precisas porque não gosto de perder tempo; Preciso de mais informação sobre as mídias para decidir o que assistir; Preciso de indicações que tenham relação com o meu gosto; Conectividade rápida. Detesto ficar esperando carregar.

MOTIVAÇÕES

Gosto de estar sempre por dentro dos novos conteúdos; Se um filme novo sai, quero ver logo. Deve ser muito bom; A próxima temporada da minha série vai ser muito boa, quando chega na plataforma?

OBJETIVOS

Ver os filmes **mais novos**;
Ter conteúdo pra assistir **sempre**;
Não **perder tempo** com conteúdo ruim.

DISPOSITIVOS



NÍVEL DE USO DA PLATAFORMA

Heavy User

JORNADA DO USUÁRIO - HEAVY USER NETFLIX

Escolher e assistir uma mídia



PERSONA 3 - EU AMO NETFLIX ♥



“Quería ver alguma coisa de ficção científica, mas romance também...”

NOME	Diana
IDADE	22 anos
PROFISSÃO	Estudante de Administração
PERSONALIDADE	Não sabe muito bem o que quer, mas assiste bastante streaming e sempre está em busca de coisas diferentes pra assistir. Apesar de estudar, sempre arruma um tempinho para estar com o namorado.

NECESSIDADES

Variedade de conteúdo; Maneiras novas de descobrir conteúdo; Disponível pra download - gosta de ver no ônibus; Informações sobre mídias, como trailers, avaliações, etc.

OBJETIVOS

Passar o tempo e me divertir;
Estar por dentro das séries e filmes;
Maratonar séries!

MOTIVAÇÕES

Ver filmes e séries é o meu passatempo preferido; Gosto de assistir filmes com o meu namorado e com meus amigos; Cobertor+Frio+Filme = Amo!

DISPOSITIVOS



NÍVEL DE USO DA PLATAFORMA

Usuário Frequente



JORNADA DO USUÁRIO - EU AMO NETFLIX ♥

Escolher e assistir diversas mídias

Assistir mais conteúdos

LINHA DO TEMPO



FERRAMENTAS UTILIZADAS

Ferramenta de sugestões da plataforma

Ferramenta de busca

Ferramenta de avaliação de conteúdo

PAIN POINTS

As sugestões muitas vezes não combinam com as preferências

Interface confusa

Muitas opções de mídia

Bolha de conteúdo

Gêneros na plataforma são muito amplos

Tagamento e filtragem ruins

Mídias exibidas nem sempre estão de acordo com a categoria

Faltam mídias

Pouca informação sobre a mídia

Avaliação pouco precisa

Avaliação confunde o usuário

PERSONA 4 - FILME NAS HORAS VAGAS



“Queria uma indicação legal pra ver hoje a noite quando chegar em casa.”

NOME	Karen
IDADE	30 anos
PROFISSÃO	Enfermeira
PERSONALIDADE	Não sabe bem o que quer, mas as vezes alguém indica alguma coisa legal. É muito ocupada, tem que dar atenção sempre para o filho, que ama muito.

NECESSIDADES

Preciso ser rápida na hora de escolher. Às vezes, se demoro muito, acabo desistindo por falta de tempo; Preciso de conteúdo de fácil acesso; Interface simples de usar, nada complexo; Multiplataforma também seria bom, vejo no trabalho as vezes quando tenho um tempo.

MOTIVAÇÕES

Passar o tempo as vezes que fico sem fazer nada; Ver um filme que todos estão falando; Procurar alguma coisa para me distrair enquanto o meu filho dorme.

OBJETIVOS

Distração;
Ver **conteúdos que me agradam** e indicações;
Ver **filmes bons**.

DISPOSITIVOS



NÍVEL DE USO DA PLATAFORMA

Usuário Moderado



JORNADA DO USUÁRIO - FILME NAS HORAS VAGAS

Escolher e fazer download de conteúdo

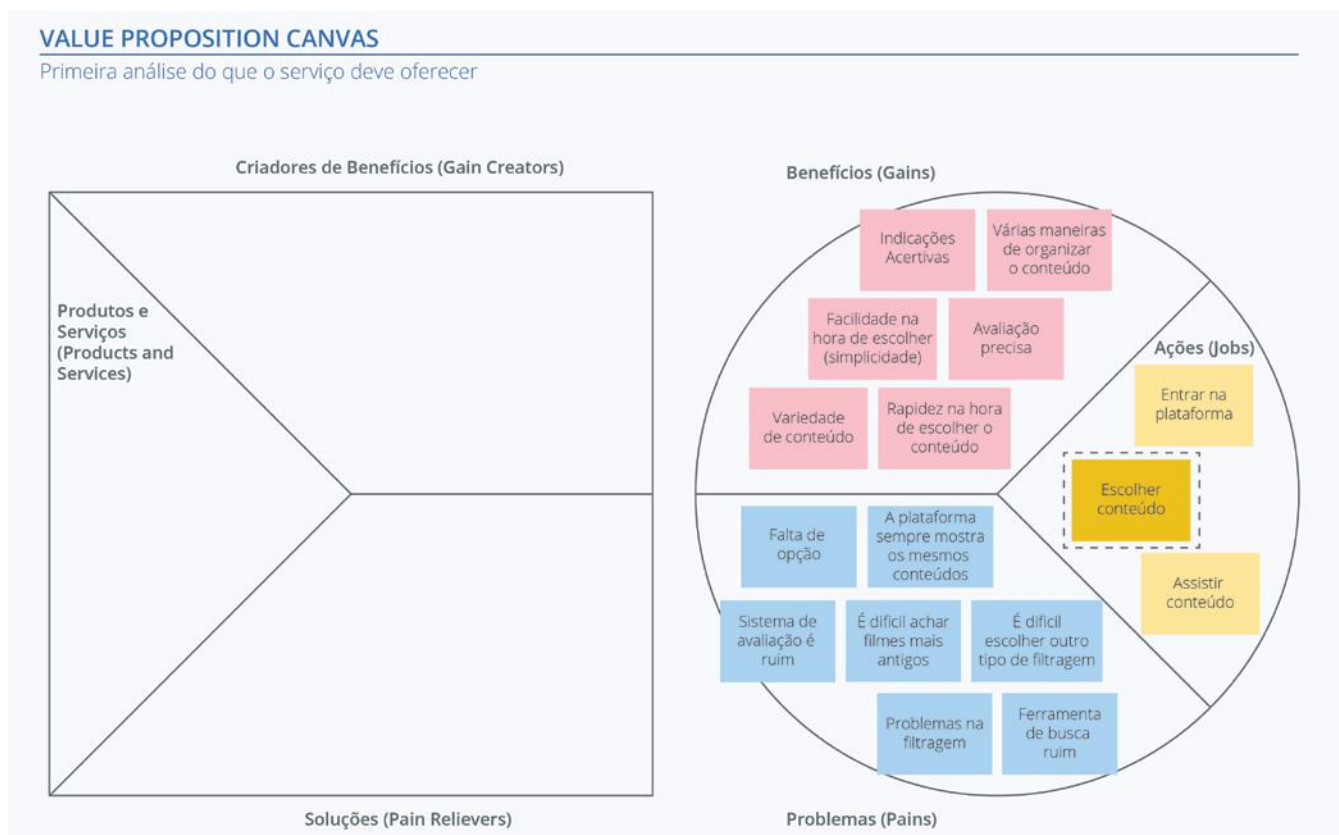


ANÁLISES DA PLATAFORMA

Após entender quem é o usuário e quais são as dores que eles encontram hoje, é preciso também fazer uma análise das plataformas citadas, como elas se comportam e que tipo de sistema existe hoje no mercado de streaming. Para isso, foi utilizada ferramenta de Value Proposition Canvas, que faz uma análise completa comparando as ferramentas entre si e também entendendo como que elas suprem ou não as dores dos usuários identificadas nas entrevistas.

VALUE PROPOSITION CANVAS

Para começar o projeto, antes das pesquisas de usuário, foi feita uma Value Proposition Canvas como ponto de partida para entender onde e quais tipos de pontos de dor poderiam surgir ao longo do projeto. Esse diagrama foi baseado em questões superficiais que foram identificadas nas plataformas e foi, posteriormente comparado e modificado de acordo com os pontos de dor coletados nas entrevistas dos usuários.



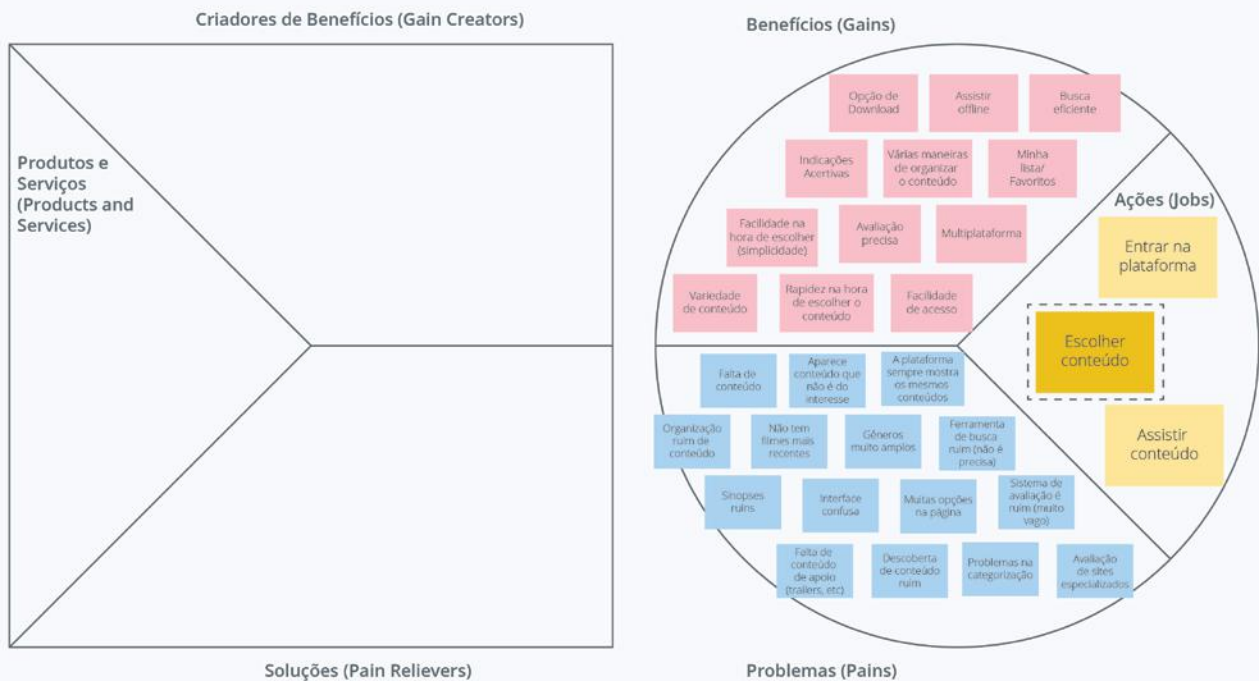
Neste diagrama está apenas sendo trabalhado o recorte do projeto, a escolha de conteúdo dentro da plataforma. Todos os problemas e benefícios se referem ao processo de escolha ou de alguma maneira influenciam essa ação por parte do usuário, mesmo que não esteja diretamente relacionado com a ação. Nos próximos diagramas, essa característica estará mais evidente.

Value proposition canvas - Primeira análise.

Após fazer a pesquisa de usuários foi concebido um outro diagrama, ainda sem apresentar nenhuma solução ou plataforma a ser analisada, apenas com as modificações nos pontos de dor e também benefícios que os usuários apresentaram na pesquisa. A comparação dos diagramas mostra o quão diversa é a opinião dos pesquisados em relação a esse tipo de plataforma.

VALUE PROPOSITION CANVAS

Análise com base nas entrevistas



Value proposition canvas - Após as entrevistas de usuários.

Esse diagrama será utilizado para fazer as análises das ferramentas já existentes - benchmarking -, comparando os benefícios e problemas com possíveis soluções e benefícios que existem - ou não - nas plataformas que iremos analisar.

O objetivo dessa análise é entender como as plataformas lidam com os problemas existentes, quais são os benefícios de cada plataforma e como isso pode influenciar na experiência do usuário.

BENCHMARKING

Para fazer as análises de benchmarking, primeiro foram escolhidas plataformas que são relevantes no mercado de streaming tanto no Brasil como no resto do mundo. A primeira é a Netflix, que é a plataforma mais utilizada para streaming de filmes e séries hoje no Brasil, a Amazon Prime Video, que ainda está recente no mercado, mas tem o conteúdo muito extenso, uma plataforma "open source", o Popcorn Time, que se utiliza de torrent para disponibilizar o seu conteúdo, além de outra marca que não faz streaming de vídeo, mas contém algumas ferramentas interessantes e está bem presente no mercado brasileiro que é o Spotify - streaming de música.

Iremos falar mais a respeito das plataformas nas análises, mas é importante ressaltar porque algumas plataformas que estavam presentes na pesquisa não foram incluídas: Hulu, Twitch, Youtube Red e Stremio. A plataforma da Hulu ainda não está presente no mercado brasileiro, então, apesar de ter sido cotada no início desse projeto, não foi tão eficaz ao ser analisada por questões de infraestrutura. Já o Twitch tem um foco muito diferente de streaming, sem muitas ferramentas interessantes para essa pesquisa, e o Youtube Red trabalha exclusivamente com o sistema de pagamento por mídia específica, o que inclui outras variáveis, como o preço, na escolha de conteúdo que não iremos trabalhar neste projeto.

Para fazer uma análise mais aprofundada das funcionalidades dessas plataformas, foram feitos diagramas de Value Proposition Canvas para cada uma das marcas descritas acima, a fim de comparar as funcionalidades de cada uma e destacar pontos positivos e negativos de cada uma. Os diagramas foram baseados principalmente no resultado das entrevistas e pesquisas de usuários realizadas, como citado anteriormente, quais são as suas expectativas em relação à plataforma e o que ele está recebendo hoje.

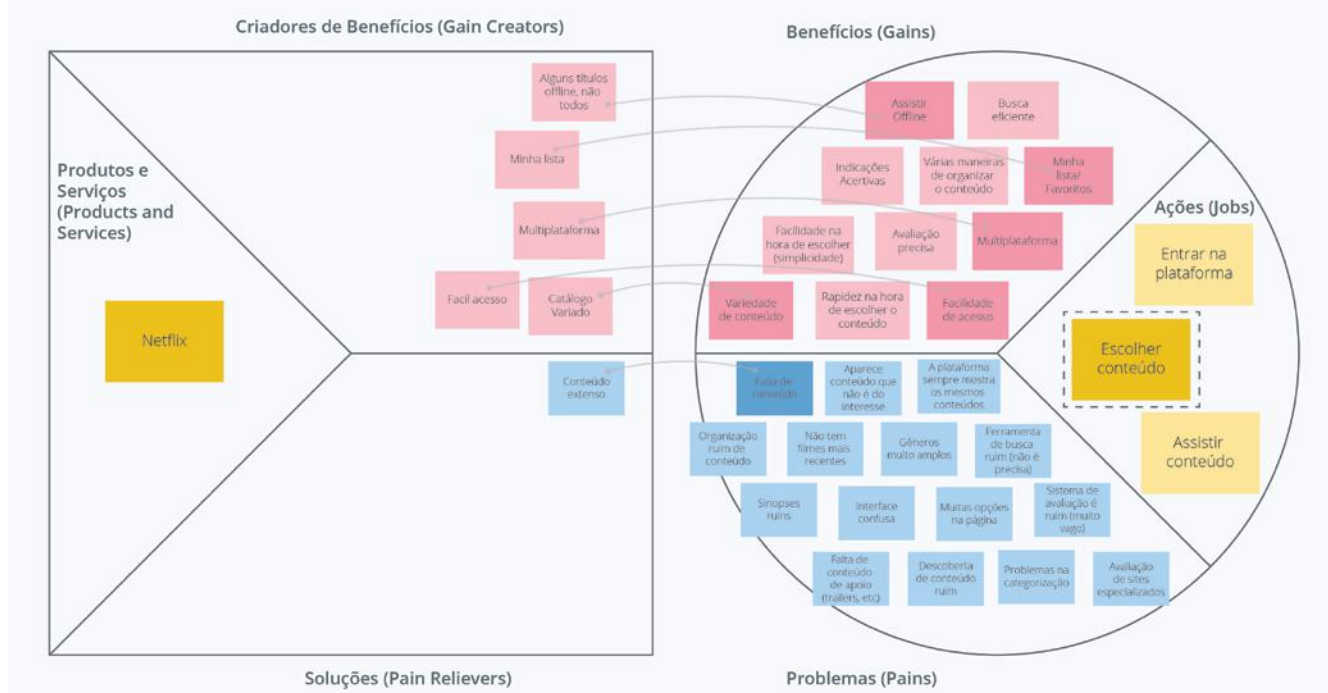
No Spotify não foi utilizado o diagrama pois a plataforma atende a outras necessidades do usuário. Serão analisadas as ferramentas e maneiras de escolha de conteúdo e de que maneiras a plataforma inova nesse aspecto. Quais são os benefícios encontrados e como isso pode melhorar a pesquisa em outras plataformas de streaming de vídeo.

A primeira plataforma a ser analisada, onde o projeto começou, foi a Netflix. Como o foco deste trabalho é otimizar a escolha de conteúdo, outros passos como entrar na plataforma e assistir à mídia foram apenas citados e não analisados de maneira minuciosa como a descoberta e escolha de conteúdo.

Neste diagrama é apresentado o estudo das expectativas dos usuários versus como a Netflix realmente supre ou não essas expectativas. Apesar de ser uma boa plataforma em relação às outras, pelo menos em relação ao sistema, a maioria das pessoas que participaram na pesquisa eram usuários Netflix então apresentaram problemas e benefícios a serem acrescentados nessa plataforma.

VALUE PROPOSITION CANVAS

Benchmarking - Netflix



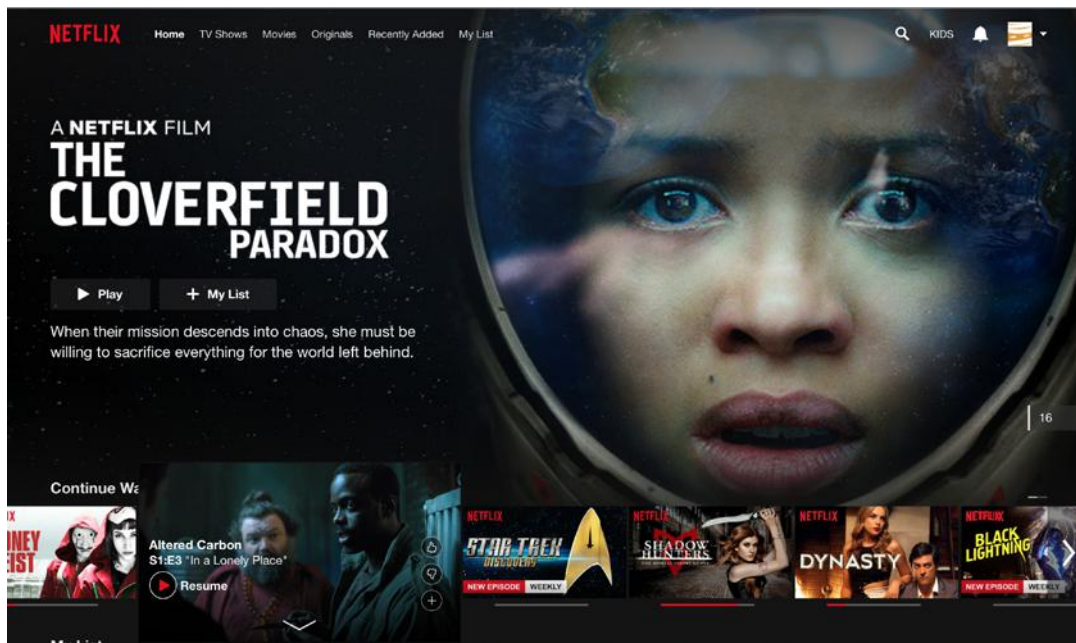
Value proposition canvas - Benchmarking da Netflix.

Como podemos observar no diagrama acima, apesar da Netflix ser amplamente utilizada pelos usuários ainda existe um gap muito grande entre a expectativa e o que realmente é entregue ao usuário. De acordo com as categorias de pontos de dor do usuário (p.22 a 24), Conteúdo é a única que a plataforma entrega ainda que parcialmente. Muitos usuários - principalmente na entrevista presencial - citaram a interface, o algoritmo, e a busca como os maiores problemas da plataforma.

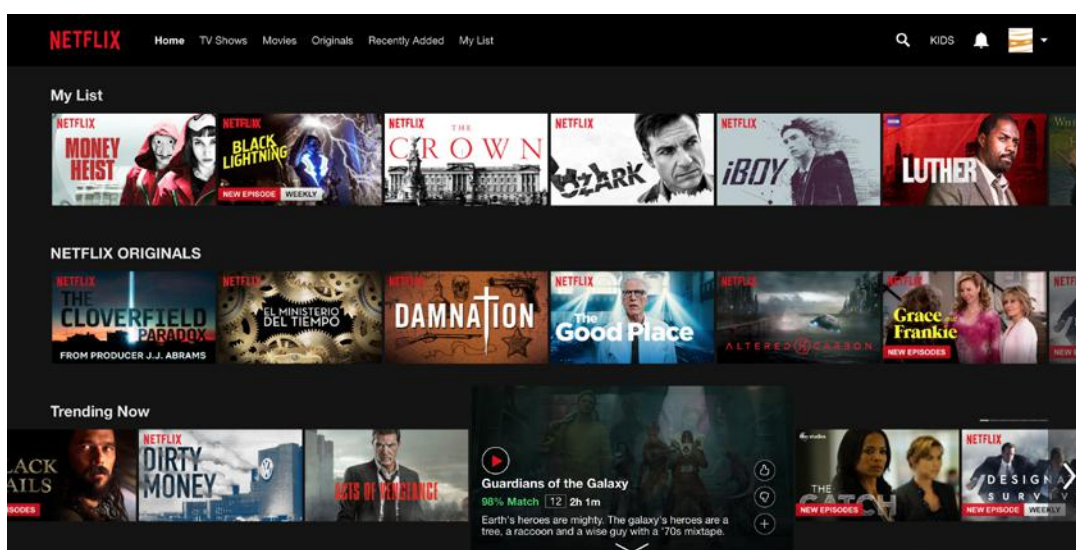
O conteúdo foi citado também pelos usuários, principalmente pela plataforma não adicionar mídias mais recentes, mas isso depende de mais do que a plataforma em si para ser resolvido, como por exemplo a compra de mídias e negociações. Então "conteúdo extenso" foi adicionado ao diagrama, pois apesar de não apresentar conteúdos novos, o catálogo da plataforma é grande e tem variedade de gêneros.

Em relação aos benefícios, a Netflix apresenta algumas funcionalidades que suprem algumas expectativas dos usuários, como por exemplo a possibilidade de download e o fato da plataforma estar disponível para vários dispositivos. Também de todas as plataformas analisadas (de vídeo), a Netflix é a de mais fácil acesso no Brasil hoje.

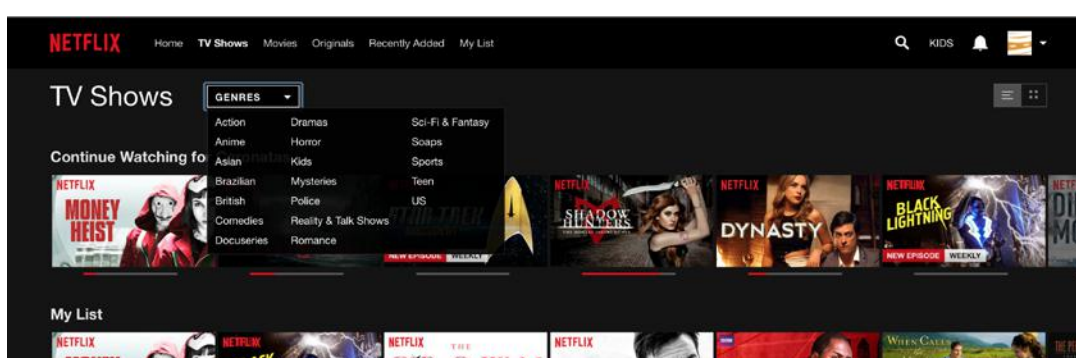
Sua interface é bem simples, sem muitos problemas para ser utilizada. Não varia muito entre os dispositivos e é intuitiva. Apesar disso, alguns usuários acharam a interface um pouco confusa, mais pela quantidade de conteúdo mostrado e pela falta de aparente relação entre eles do que propriamente pela interface em si. Alguns também citaram a categorização como insatisfatória.



Página inicial com destaque e lista de mídias que estão sendo assistidas.

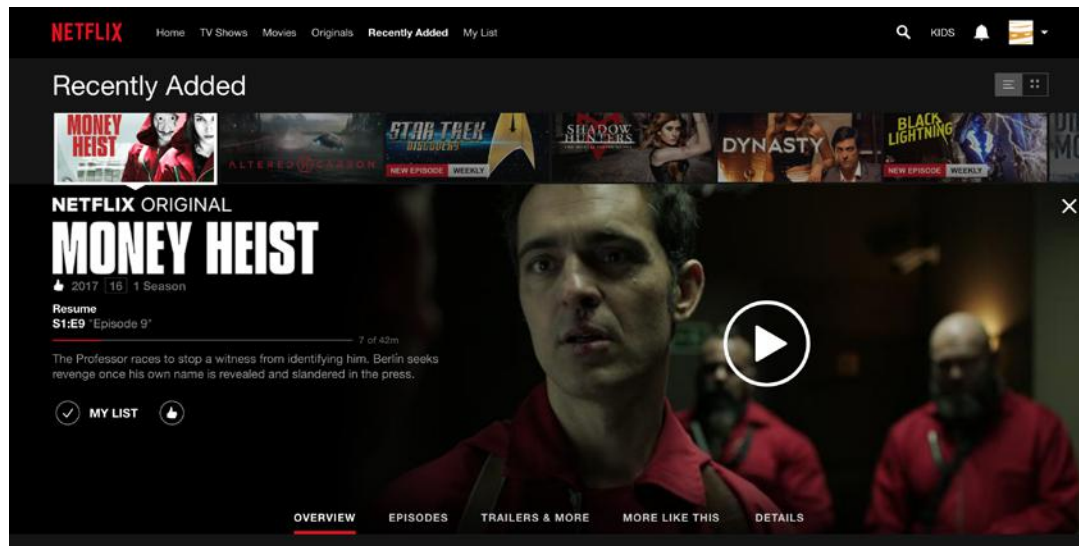


Página inicial, parte com listas de sugestão de mídias.



Sub-menu com gêneros que podem ser filtrados (este menu está presente apenas na versão desktop).

Página de
detalhes da mídia.



Algumas funcionalidades são importantes para a escolha de conteúdo e foram apontadas pelos usuários, como a presença das informações do filme, como ano e diretor, a possibilidade de pesquisá-las. Também foi citada a presença de trailers e a possibilidade de ver mais conteúdos que são como o escolhido. Apesar dessas funcionalidades serem importantes, existem alguns problemas, como os trailers, que estão presentes apenas em conteúdos Netflix e não existe maneira de filtrar por diretores e a sugestão do conteúdo muitas vezes não condiz com a escolha original. Neste projeto, esperamos solucionar alguns desses problemas apontados. Falaremos mais sobre a interface dessa plataforma e também das outras no capítulo sobre interface.

Outro benchmarking relevante é o Popcorn Time, que também foi citado na pesquisa. É uma plataforma que utiliza arquivos da internet para o seu acervo. Por esse motivo está sempre atualizado e com conteúdo atualizado pois não está preso a negociações de conteúdo. Iremos analisar essa plataforma apenas em interface e descoberta de conteúdo, pois como ela utiliza meios ilegais para obter seu conteúdo, sem pagamento de direitos, não faz sentido analisar o conteúdo da plataforma.

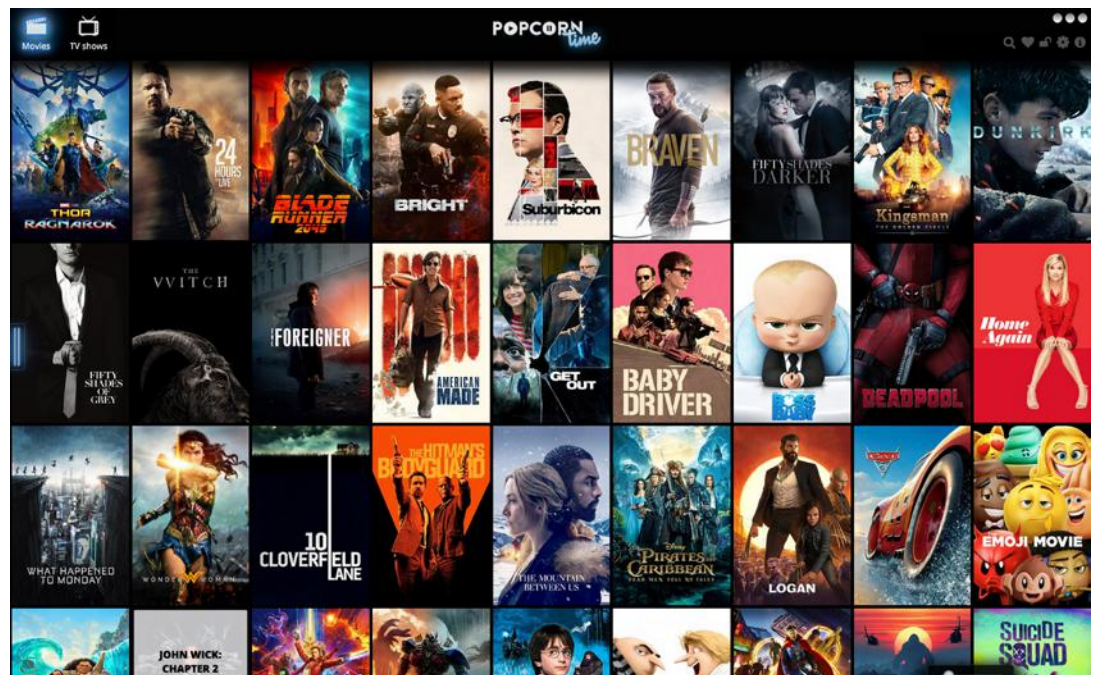
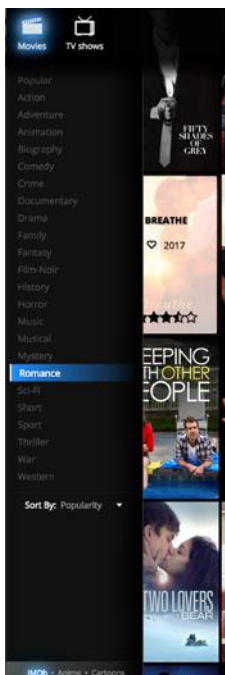
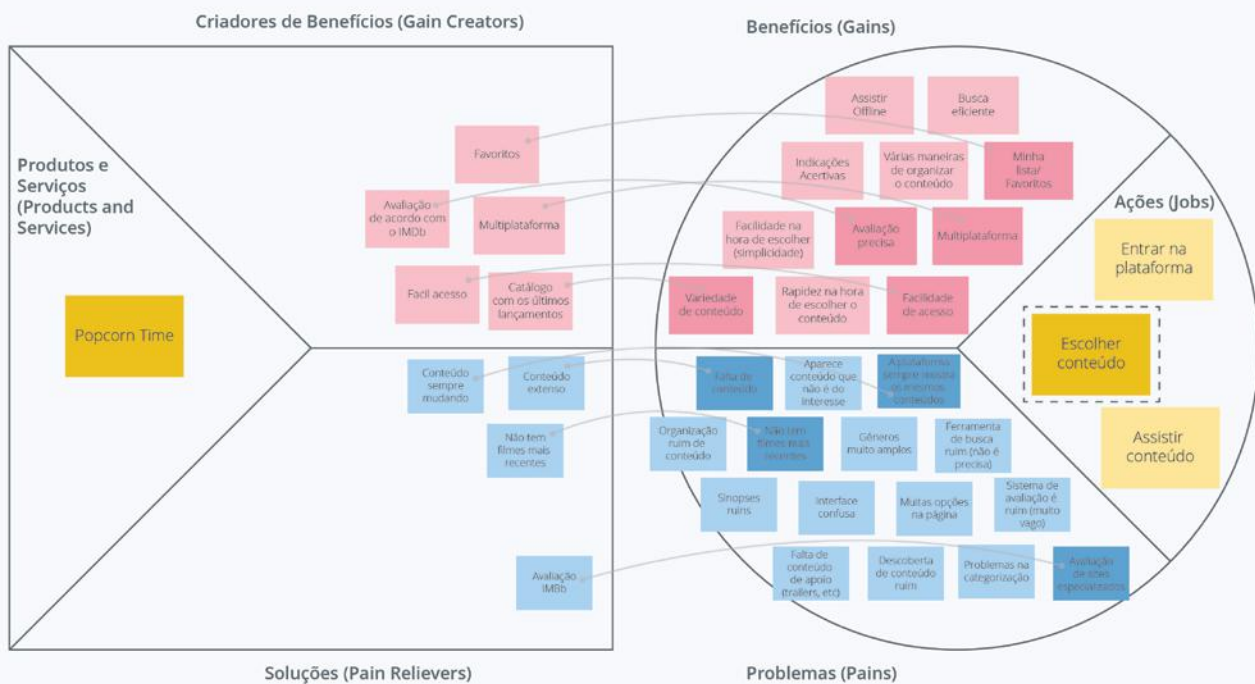
Em termos de descoberta de conteúdo, a busca da plataforma é bem inferior à da Netflix, por exemplo, pois apenas interpreta as palavras literalmente, a indexação do conteúdo é bem fraca. Não existe a possibilidade de procurar por pessoas ou gêneros. A única opção de buscar que não palavras no nome é a busca por ano. A Netflix possibilita todas essas buscas, inclusive tem um tipo de indexação interessante por assunto, apesar dessa ferramenta ainda não estar completamente desenvolvida. O Popcorn também não faz nenhum tipo de agrupamento de conteúdo e se baseia totalmente em seu conteúdo.

Ao lado, Value Proposition Canvas para o Popcorn Time e página inicial e menu de gêneros aberto.

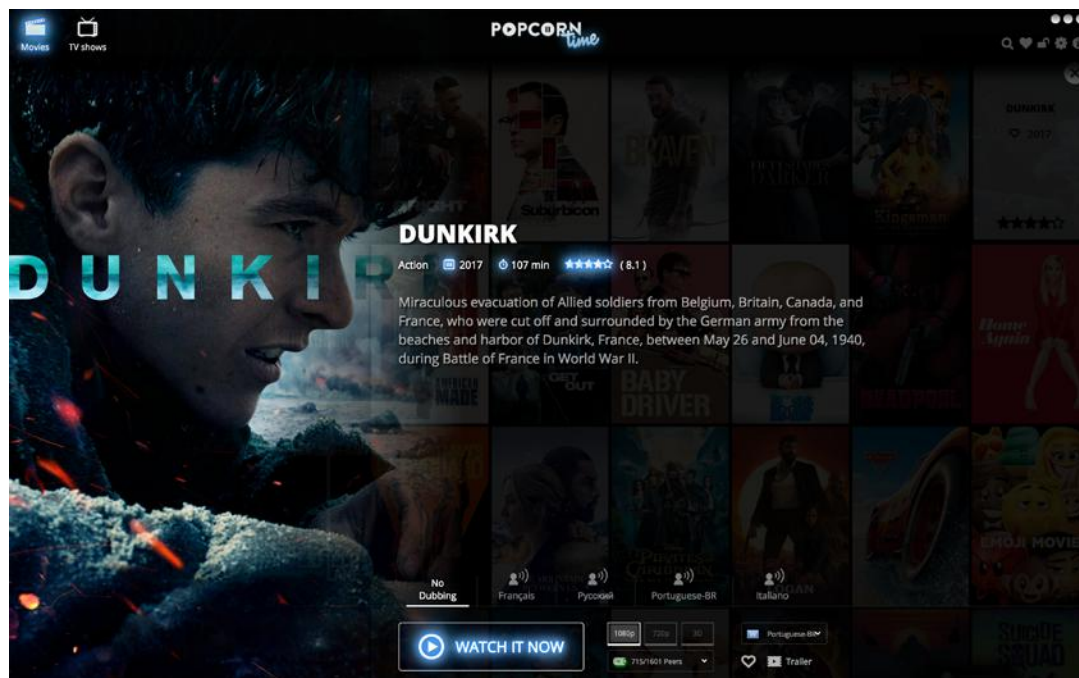
Em relação a interface, ela é bem simples, com poucas funcionalidades, e todos os filmes estão agrupados, ordenados pela data em que foi adicionado na plataforma, ou seja, mais novo na plataforma fica primeiro, existe também a possibilidade de ordenar por popularidade, ano e título do filme.

VALUE PROPOSITION CANVAS

Benchmarking - Popcorn Time



Página de detalhes da mídia.



A plataforma também tem separação entre filmes e séries de TV, e um menu com gêneros mas não existe a possibilidade de buscar dentro do gênero, além dos gêneros serem um pouco confusos, pois por exemplo, Deadpool - um filme de herói adulto - está em romance, assim como Karate Kid. Concluímos então que ele não se utiliza do gênero "principal" do filme, e sim um secundário. Deadpool é classificado como ação, aventura e comédia no IMDB assim como Karate Kid, que é classificado como ação, drama e família.

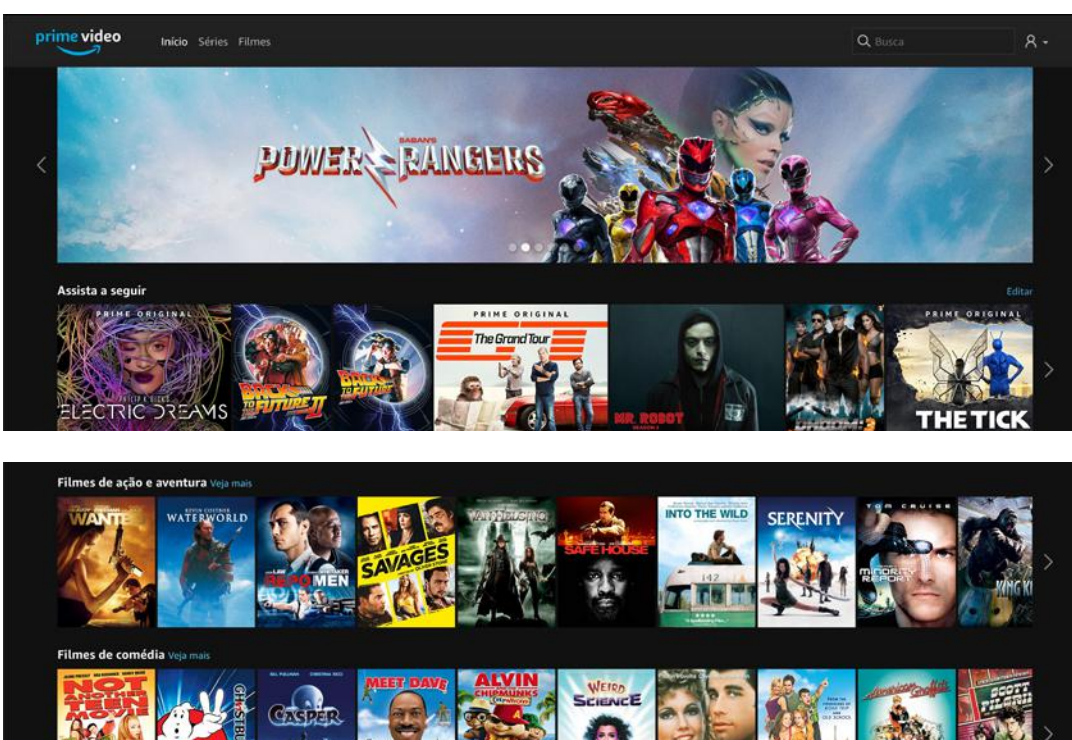
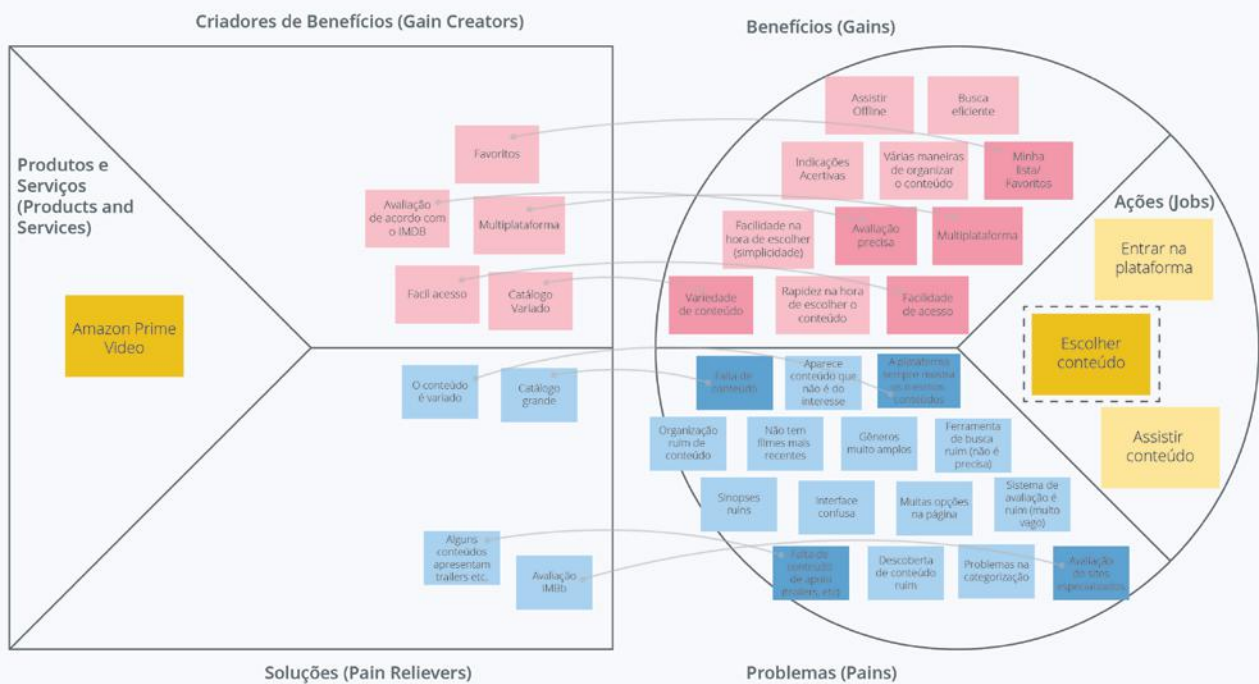
Também foi pesquisada a Amazon Prime Video, um sistema de streaming que está entrando no mercado brasileiro e, como a Netflix, tem tanto conteúdos originais Amazon quanto outros conteúdos de outras origens. Como é um serviço que ainda está novo aqui no Brasil, ainda tem muitos problemas de infraestrutura, como carregamento de vídeos e etc. Contudo, ainda é um serviço muito bom e competitivo, com bons conteúdos e possibilidade de ser utilizado em vários dispositivos.

Apesar de ser um serviço bom, ainda podemos encontrar algumas falhas, na interface principalmente, em se tratando de descoberta de conteúdo. Não existe uma função, um menu, para selecionar o gênero a ser buscado, na verdade, todos eles estão em uma lista na página inicial em ordem aleatória, então o usuário deve ficar buscando o gênero que quer assistir. A busca consegue identificar nomes de filmes, gêneros (em inglês apenas - apesar da plataforma estar em português), diretor e atores. Não é possível pesquisar datas ou assuntos. Existe um "lista" apenas no final da página inicial com apenas seis gêneros: ação e aventura, animações, comédias, policiais, dramas e para crianças e toda a família.

Uma funcionalidade interessante é a filtragem de busca por tipo de conteúdo. O usuário pode escolher buscar filmes, séries ou os dois na hora de fazer sua busca. Essa filtragem é uma oportunidade e podem ser inseridas outras categorias, virando um sistema de filtragem. Como o Popcorn Time, a Amazon também tem a opção de escolher ver filmes, séries de TV ou todos os conteúdos na página inicial.

VALUE PROPOSITION CANVAS

Benchmarking - Amazon Prime Video

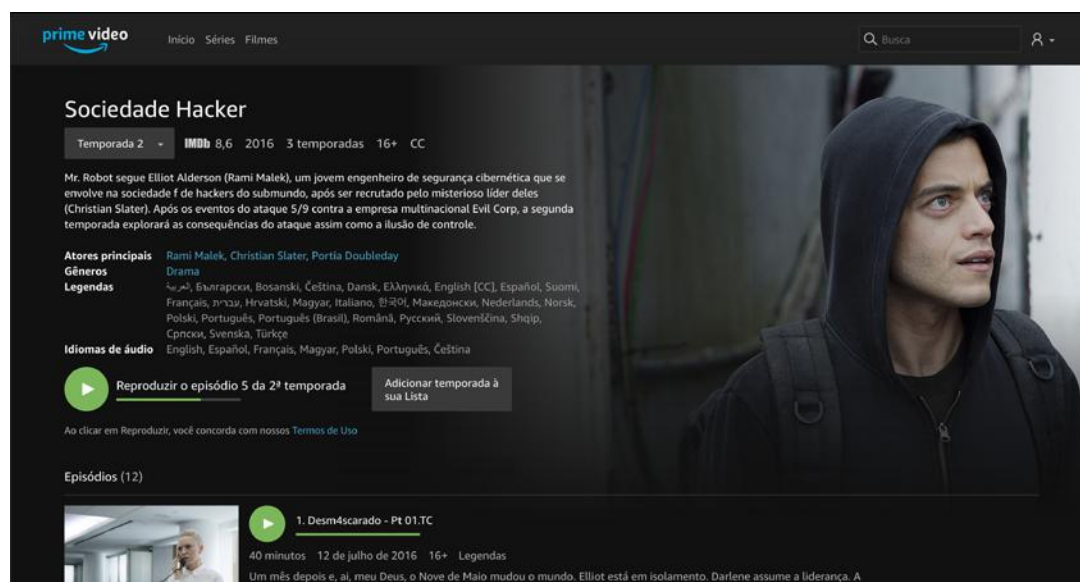


Value Proposition Canvas da Amazon Prime Video.

Página inicial da Amazon.

Listas de mídias da Amazon - Página inicial.

Página de detalhes da mídia.



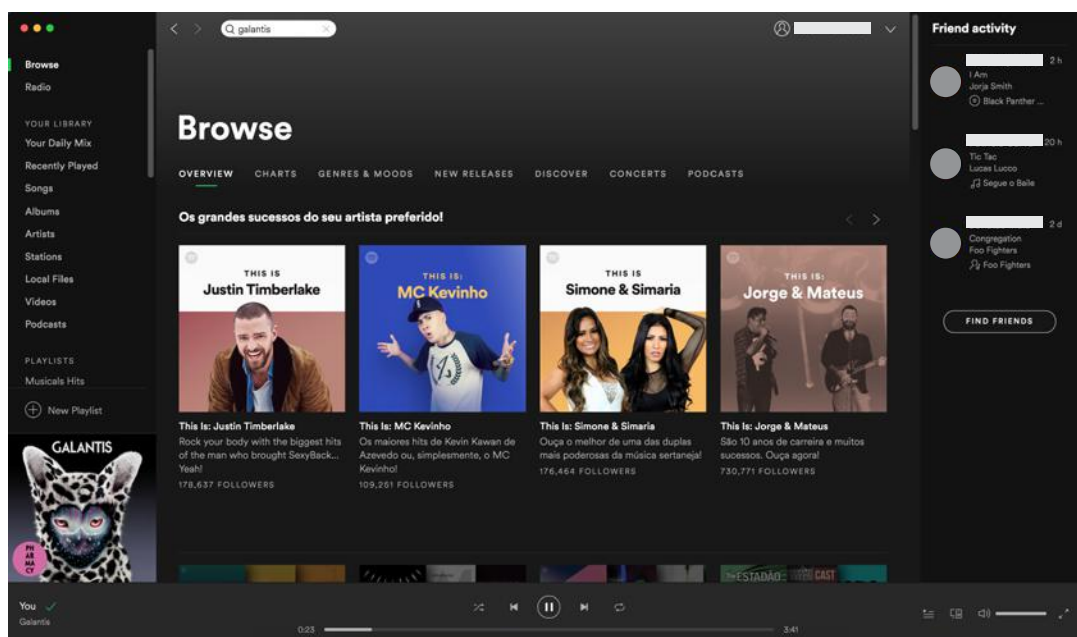
O conteúdo da plataforma é bem variado, mas não tão grande quanto dos outros analisados. Diferente das outras plataformas, apresenta muitas informações sobre as mídias, como atores, diretor, curiosidades todos retirados do site IMDb - Internet Movie Database - além de nota da plataforma, infelizmente, os dados de atores, diretor e curiosidades estão presentes em apenas algumas mídias da plataforma e não existe nenhuma maneira de filtrar pela nota do IMDb.

Por último, a plataforma de streaming de música Spotify foi analisada para entender como acontece a descoberta de conteúdo no sistema. O Spotify tem várias maneiras de ouvir música na plataforma, e, apesar da diferença de mídia - é mais fácil escolher uma mídia curta, como música que está entre três e oito minutos, do que uma mídia maior como um filme ou série que tem a duração mínima de vinte minutos - ainda assim acredita-se que as formas de descoberta de conteúdo podem gerar bons insights a serem utilizados no passo de brainstorming deste projeto.

Existem várias maneiras de descobrir conteúdo na plataforma. Na página inicial, o usuário tem a opção de escolher entre os destaques: Listas de artistas que são tendência, as playlists "charts" que são músicas mais ouvidas em diversos países e quais são mais ouvidas em cada gênero musical. Além disso, também existe uma área que mostra quais são os novos lançamentos de acordo com o que o usuário normalmente ouve e também o que é tendência no sistema.

O que é interessante na plataforma é que além de indicar conteúdos que são condizentes com o perfil do usuário, o Spotify também indica conteúdos que são tendências mundiais e novos conteúdos independente do perfil, o que possibilita a descoberta de conteúdo fora da zona de conforto do usuário. Muitos entrevistados falaram sobre os mesmos conteúdos sempre aparecendo para eles e como não conseguem descobrir novas mídias. O Spotify resolve essa questão com os perfis mais neutros.

Além disso, o Spotify apresenta uma ferramenta de escolha de música por gênero, atividade ou humor, o que permite que o usuário escolha listas de conteúdo que talvez nunca



Página inicial, com as formas de descoberta de conteúdo.

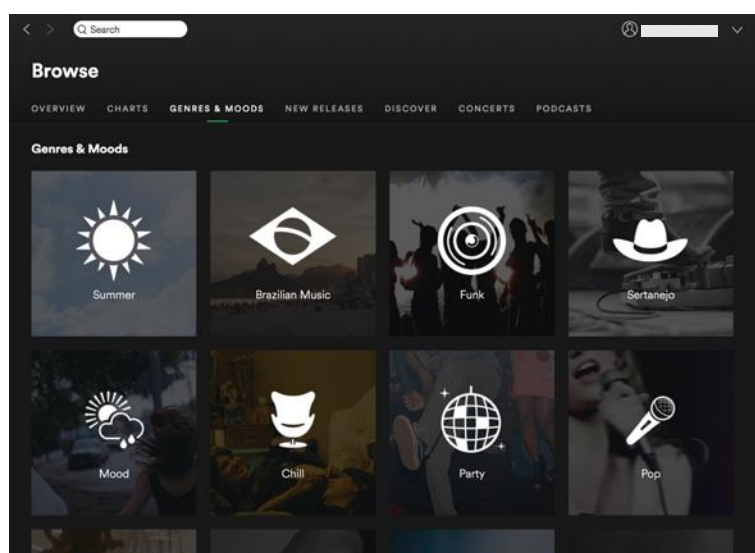
iria acessar, mas porque está fazendo uma atividade específica ou está em certo humor acaba acessando. Muitos usuários fazem uso dessa ferramenta que contém diversas playlists em cada sessão.

Algo muito interessante sobre essa seção é que ela apresenta além do humor e gênero, atividades do dia-a-dia, como "para festa", "para malhar" e "para estudar" por exemplo. São playlists criadas a partir da atividade que o usuário está realizando no momento, e pode conter músicas que estão dentro das preferências dele ou não.

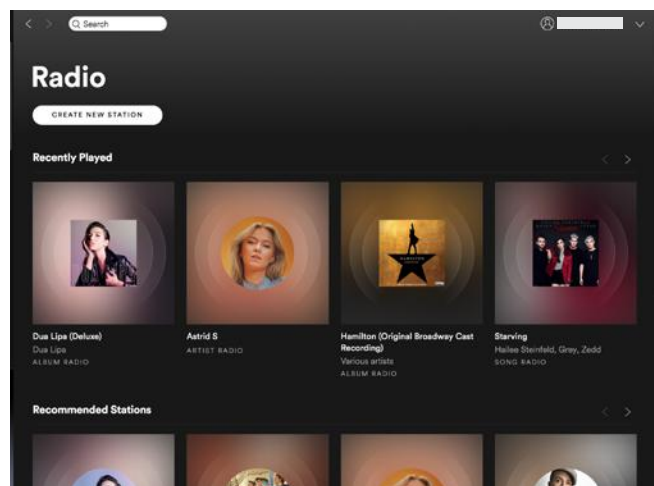
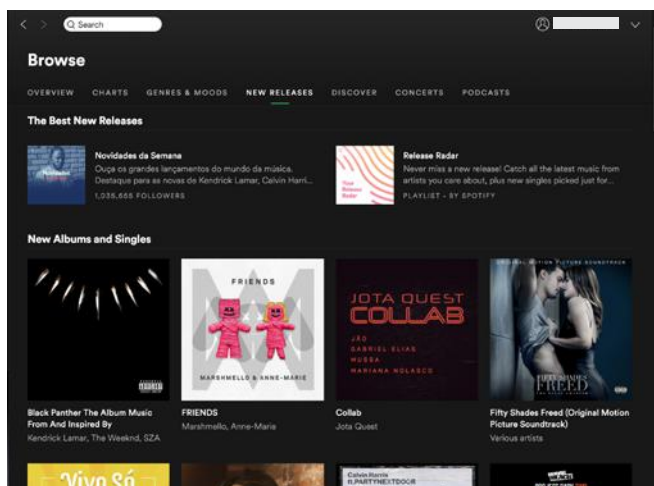
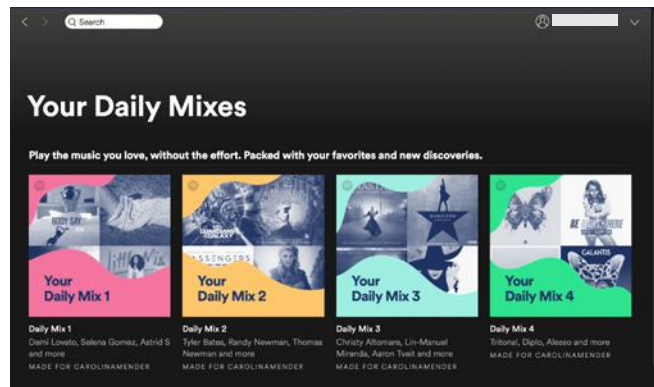
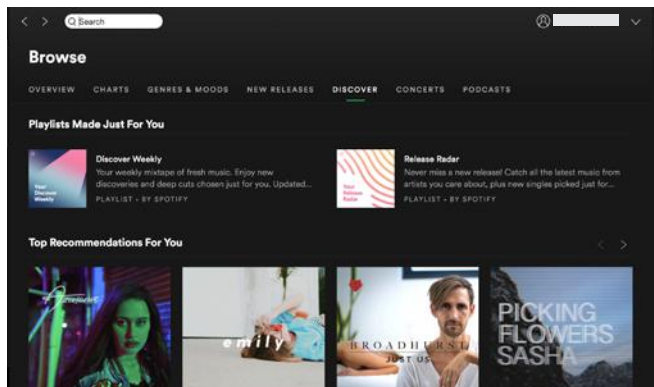
O Spotify também monta playlists baseadas nos gostos dos usuários. "Your Daily Mix" são várias playlists de acordo com o gênero que se modificam todos os dias, logo, cada dia é uma nova playlist que o usuário pode consumir, mesmo ele escolhendo o mesmo gênero para ouvir.

Existem também rádios baseadas em gêneros e artistas que o usuário escolhe. Assim como playlists montadas de acordo com as preferências, mas diferente da "Your Daily Mix" é mais focada em novos lançamentos e músicas que os usuários podem gostar, "Release Radar" e "Discover Weekly".

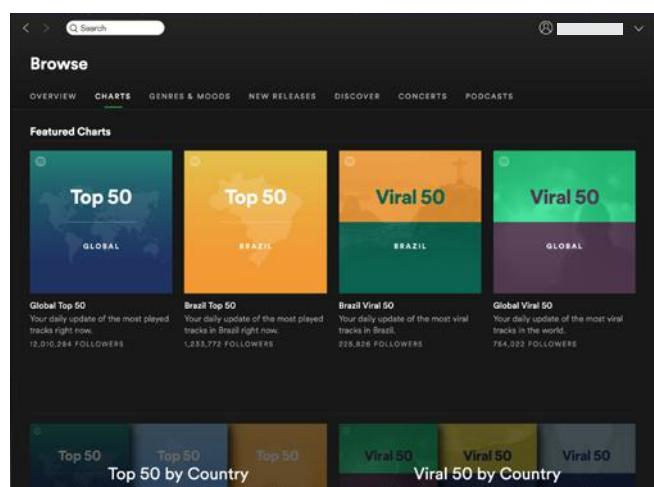
Por fim, o Spotify também tem uma ferramenta que permite que os usuários vejam o que os seus amigos estão escutando no momento ou escutaram recentemente, e, com apenas um clique, você pode ouvir o que os seus amigos estão ouvindo.



Página de humor, gênero e atividades.



De cima para baixo, esquerda para a direita: Playlists de descoberta de conteúdo; Daily Mix - playlists baseadas nas preferências dos usuários; Playlists de novidades; Radio de artistas ou baseadas em faixas; Playlists de músicas mais ouvidas por gênero/país.



DESENVOLVIMENTO DE SOLUÇÕES

Diagrama de soluções

Após a coleta de dados das análises, tanto de usuários como de benchmarking, foram desenvolvidas soluções que pudessem amenizar ou resolver os pontos de dor do usuário da melhor maneira possível, através de pequenas melhorias de interface e criação de novas ferramentas focadas na descoberta de conteúdo da plataforma.

Ao analisar os pontos de dor do usuário, foram criadas perguntas que deram origem à diversas soluções. Foi feita, então uma seleção das soluções, para que apenas as melhores fossem implementadas no protótipo a ser desenvolvido. Após esse passo, as soluções foram divididas em grupos de afinidade, um Card Sorting, a fim de que elas pudessem ser desenvolvidas mais facilmente.

Antes da interface e do protótipo em si serem desenvolvidos, foi criado também uma identidade visual para o novo sistema, com o objetivo de auxiliar a interface a ser mais objetiva e fácil para o usuário, criando uma consistência estética. Depois do desenvolvimento da identidade, foram aplicadas todas as soluções em um protótipo funcional, para que futuramente sejam feitos testes de usuários aprofundados.

A seguir, trataremos do desenvolvimento dessas soluções, além da identidade visual e do protótipo funcional em seus pormenores.

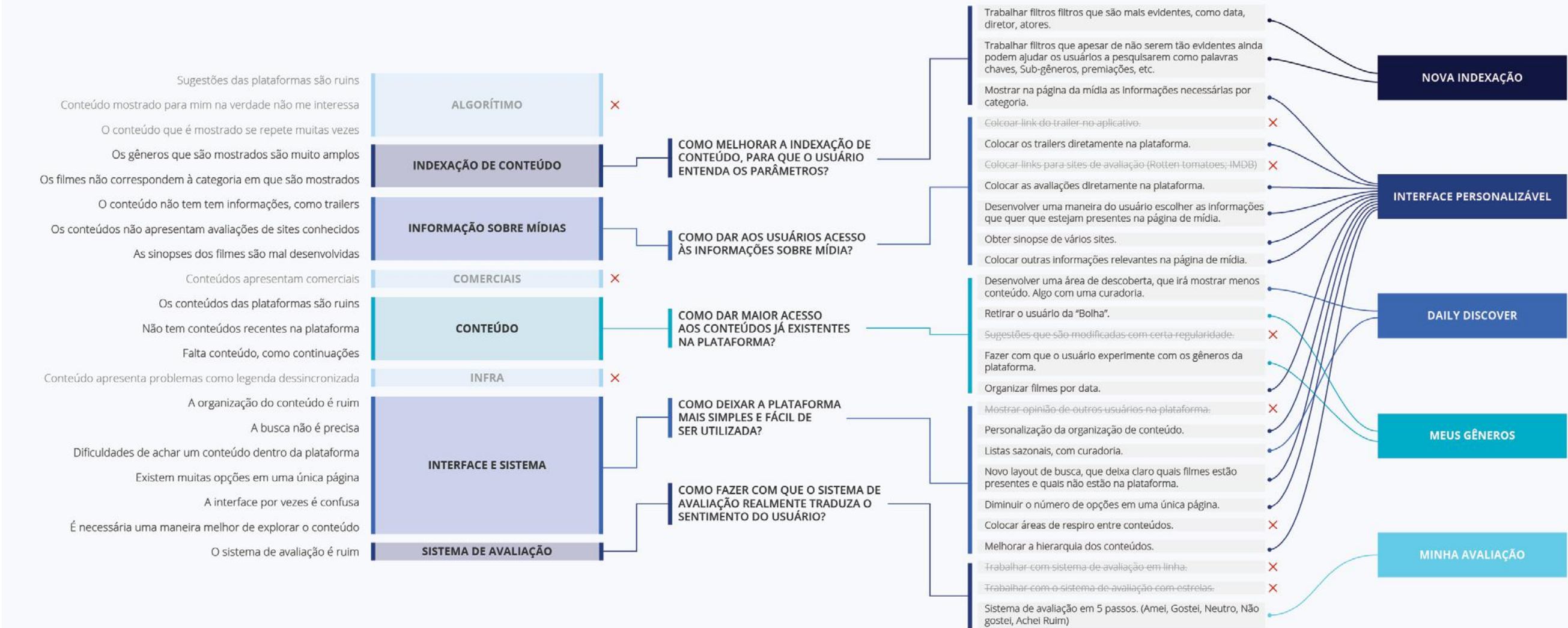
DIAGRAMA DE SOLUÇÕES

Para que as soluções fossem desenvolvidas da melhor maneira possível, foi feito um diagrama que tem os pontos de dor do usuário como ponto de partida. Os agrupamentos de pontos de dor feitos no diagrama são aqueles exemplificados no capítulo sobre as análises da pesquisa de usuários (p. 20) e, como foi explicado anteriormente, alguns agrupamentos foram excluídos por se tratarem de plano de negócios, entre outros.

A terceira coluna do diagrama apresenta perguntas que são conhecidas como "How might we", - ou "Como poderíamos", em tradução livre, que são perguntas normalmente feitas em processos de design de serviço e são uma técnica de brainstorming. Após desenvolver essas perguntas, algumas soluções foram criadas e catalogadas de acordo com a semelhança entre elas - um Card Sorting, com as soluções, dando assim origem aos agrupamentos de soluções: Nova Indexação de Conteúdo, Interface Personalizável, Daily Discover, Meus Gêneros, Minha avaliação.

De maneira que os agrupamentos de soluções sejam compreendidos em sua totalidade, eles foram separados e explicados um a um nos próximos subcapítulos.

DESENVOLVIMENTO DE SOLUÇÕES



Mapa de desenvolvimento de soluções da plataforma.

NOVA INDEXAÇÃO DE CONTEUDO

A Nova Indexação nada mais é do que uma nova maneira de catalogar os conteúdos presentes na plataforma de uma maneira mais minuciosa. Apresenta 4 níveis: Informação sobre mídias, Gêneros, Assunto e Palavras-Chave.

As informações sobre mídias são os dados do filme que não incluem características do gênero: nome traduzido, nome original, diretor, data, país, atores principais (o número de atores podendo variar de acordo com a mídia), classificação etária e principais premiações que o conteúdo recebeu. A decisão sobre quais informações colocar na plataforma foi tomada observando os sites que falam sobre filmes e séries como IMDb e Adoro Cinema, e quais informações esses sites contêm.

Já o gênero, como o próprio nome já diz, mostra qual o gênero principal do conteúdo, e quais sub-gêneros podem ser associados à ele. Para definir quais os gêneros seriam incluídos nesta pesquisa, foram catalogados os gêneros presentes em cada plataforma analisada para o benchmarking (Anexo II). Sendo após selecionados para formarem uma lista não muito extensa, mas que pudesse atender de maneira satisfatória os usuários da plataforma. Alguns gêneros presentes nas plataformas foram interpretados como assuntos.

Os gêneros definidos foram: ação, aventura, animação, anime, clássico/cult, biografia, comédia, crime, documentário, drama, Infantil e família, fantasia, film noir, história, terror, musical, romance, sci-fi, curta, suspense, guerra e western.

O assunto é exatamente do que trata o filme. Pode, ou não, ter relação com o gênero. Alguns sites tem a categoria assunto como um apoio ao gênero do filme, melhorando a busca por mídias dentro da plataforma. O objetivo de acrescentar assunto à catalogação é facilitar a localização de filmes relacionados ao gosto do usuário, mesmo que não esteja associado a um gênero específico.

Para exemplificar foi criada uma lista com alguns assuntos de filmes: artes marciais, distopia, épico, escola, espaço, esporte, filme B, LGBTQ, medieval, música, piratas, pós-apocalíptico, reality show, religioso, sobrenatural, stand-up, super-herói, talk show, teen, vampiro, viagem no tempo, zumbi.

Palavras-chaves são apenas palavras que são relacionadas a mídia. São normalmente muito úteis na hora da busca por mídias, então cada mídia irá dispor de um grupo de palavras-chaves que poderão também ser uma rede relacionando mídias dentro da plataforma. Mas essa funcionalidade, apesar de ser uma oportunidade ainda precisa ser explorada e estudada.

Todos os dados da nova indexação, incluindo gênero e assunto, serão links que levam à uma página relacionando aquela característica (dado, gênero ou assunto) a outros títulos

Exemplo de indexação de um conteúdo.

NOVA INDEXAÇÃO DE CONTEÚDO



JOGADOR NÚMERO 1

READY PLAYER ONE

Aventura / Sci-Fi / Ação

Diretor Steven Spielberg
Data 2018
País Estados Unidos
Classificação Etária 12 anos
Premiações -

Assunto Distopia;
Palavras chave Tecnologia; Oasis; Anos 80; Futuro; Chave; Jogo; Easter Egg.

Elenco



Tye Sheridan
Wade Watts



Olivia Cooke
Art3mis



Lena Waithe
Aech



Ben Mendelsohn
Sorrento



Mark Rylance
Halliday



Simon Pegg
Ogden Morrow



Win Morisaki
Daito



Philip Zhao
Sho

presentes na plataforma, como por exemplo: mídias do mesmo diretor ou que foram feitas no mesmo ano, ou até mesmo que ganharam a mesma premiação. Isso facilita na hora de encontrar mídias parecidas àquelas que o usuário gostou dentro da plataforma.

Apesar da Nova indexação ser baseada na pesquisa de usuário, ainda são necessários alguns testes com o usuário final para que seja comprovada como uma fonte de informações completa.

INTERFACE PERSONALIZÁVEL

No que diz respeito a Interface, foi criada uma maneira de personalizar o sistema que será utilizado pelo usuário, para que cada vez mais a plataforma mostre aquilo que ele quer ver e não conteúdos que não interessam. Para atingir esse objetivo, algumas ferramentas de personalização foram adicionadas à interface como, por exemplo, a possibilidade de escolher que categorias são mostradas na página inicial.

Existe uma versão inicial da plataforma, quando o usuário entra pela primeira vez, que apresenta categorias mais genéricas e não tem nenhuma personalização. A partir dessa interface mais genérica, o usuário pode começar a adaptar de acordo com o seu gosto, começando pelas categorias que aparecem na página inicial. Elas podem ser trocadas de ordem, retiradas ou novas podem acrescentadas. O sistema pode também sugerir categorias a serem acrescentadas de acordo com os padrões de uso da plataforma, mas cabe ao usuário adicioná-las ou não.

O usuário pode também escolher de onde ele quer colher informações de avaliação e sinopse da mídia, se de algum site, como IMDb ou se baseado em dados colhidos pela própria plataforma. Mesmo escolhendo uma das alternativas como principal, ele ainda terá acesso as outras opções. Também pode definir que informações são mais importantes, mudando os dados da mídia de lugar de acordo com uma grade.

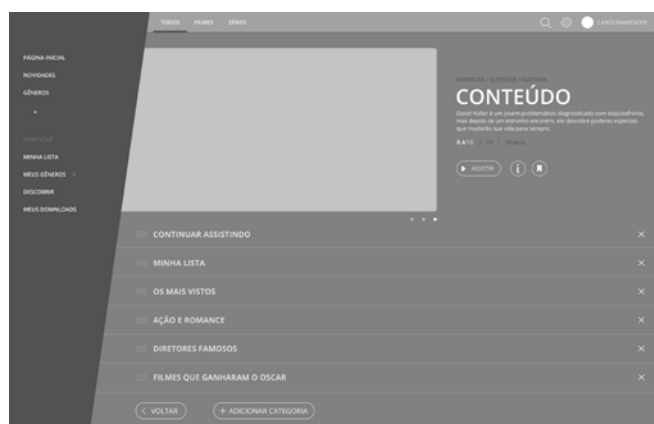
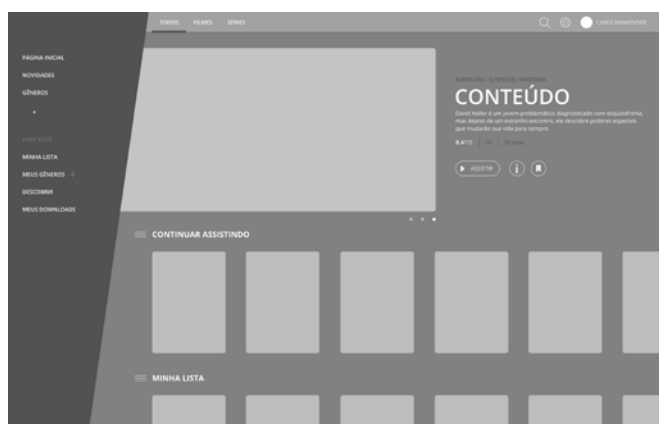
Na área de busca, o usuário consegue visualizar buscas anteriores organizadas por categorias que também podem ser modificadas. Ao buscar uma nova palavra, a tela de busca apresenta as opções de conteúdo presentes na plataforma relacionadas aquela palavra. Primeiro filmes, séries e documentários, depois gêneros e categorias, se acaso o usuário buscar por um diretor ou ator, a página de busca mostra os perfis e conteúdos relacionados à pesquisa. Ao pesquisar um conteúdo que não está presente na plataforma o usuário recebe um aviso que o que está procurando não está disponível, mas existem conteúdos relacionados disponíveis caso ele queira.

É sempre importante, nos resultados de busca, deixar claro o que o usuário está pesquisando e mostrar se o conteúdo está presente na plataforma ou não, para que não ocorram frustrações desnecessárias, como têm acontecido, segundo a pesquisa de usuários realizada para este projeto.

Uma modificação sutil na página de exibição de conteúdo em relação às outras plataformas pesquisadas na parte de benchmarking é a diminuição de filmes exibidos na tela. Muitos usuários não se sentem confortáveis com o número de conteúdo exibido na página, e dizem que ficam confusos. Com um pouco mais de espaçamento entre as

mídias, esse projeto espera diminuir um pouco o desconforto, porém essa teoria apenas poderá ser testada com pesquisas de usuário, em um desdobramento futuro.

Em conclusão, para que a interface personalizável seja comprovada como uma boa ferramenta para o usuário, são necessários ainda mais testes e pesquisas com protótipos funcionais. Caso realmente seja melhor do que uma interface mais estática, novos estudos devem ser feitos para saber onde mais o usuário pode ter controle dentro da interface.



DAILY DISCOVER

O Daily Discover é uma nova ferramenta a ser implantada na plataforma e consiste em uma página em que o usuário tem a possibilidade de escolher mídias de acordo com humor ou gêneros previamente favoritados por ele na plataforma. O objetivo dessa ferramenta é modificar a maneira que o usuário escolhe uma mídia, não dentro de uma grande lista e sim dentro de uma categoria com poucas opções que foi feita especialmente para ele, baseado em análises do que foi assistido anteriormente.

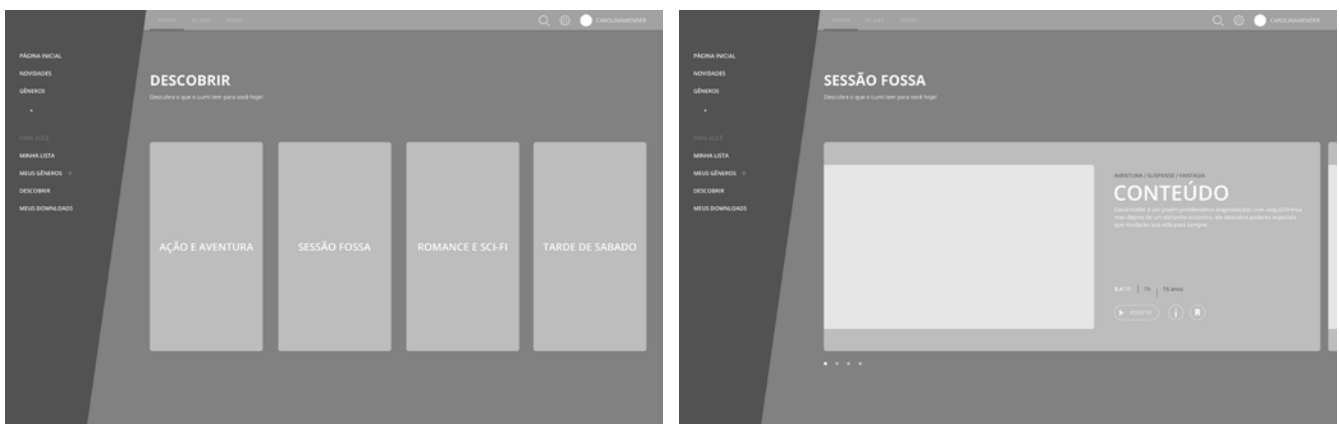
O perfil de usuário que a ferramenta deseja atingir são aqueles que não fazem ideia do que querem assistir no momento. Esses usuários então têm a possibilidade de escolher um dos conteúdos no Daily Discover, de maneira mais focada, uma decisão por vez e com poucas opções, sem ter que escolher dentre uma lista extensa com muitos conteúdos.

A diferença das ferramentas que existem nas plataformas de streaming hoje é que elas não levam em conta aspectos como o humor do usuário, e o Daily Discover tem uma parte apenas dedicada à este aspecto. Ela também limita as opções a apenas quatro, o que facilita a escolha entre elas.

A funcionalidade consiste em uma tela com quatro opções de humor/ assunto que possam ser de interesse do usuário. A entrar em uma dessas opções o usuário pode escolher entre quatro conteúdos relacionados à opção escolhida, todas elas apresentam justificativa de porque aquela mídia deve ser escolhida. É importante que sempre haja uma certa variedade dentro dessa opção, como por exemplo, colocar 2 filmes e duas séries para que o usuário não fique preso a um tipo de conteúdo só. É também de extrema importância que esses conteúdos sejam novos para o usuário, ou seja, nunca tenham sido vistos, salvo casos em que a opção seja "conteúdos já vistos", ou algo similar.

Wireframes da página inicial, com a funcionalidade de escolha de categorias.

É importante ressaltar que como as outras ferramentas, essa também precisa de testes futuros com usuário para entender melhor como elas podem melhorar a experiência da melhor maneira possível e se as ferramentas de "moods" realmente está atingindo o seu objetivo de interpretar o humor dos usuários. Para desdobramentos futuros da ferramenta, além do teste com usuários, são necessários mais estudos na área de como o humor pode se relacionar com o conteúdo a ser assistido.



Além disso, o usuário também tem a possibilidade de salvar as combinações de gênero que são de seu interesse na página inicial, tendo assim, acesso rápido a uma página com esses conteúdos. Ao fazer buscas nas plataformas e visualizar conteúdos o usuário também consegue saber quais são os gêneros incluídos em uma mídia, e quais são predom-

inantes. Caso o usuário não queira ver mais de um gênero na mídia, para que possa se blindar de possíveis "spoilers" também será permitido escolher até que nível de gênero ele quer que apareça nos conteúdos.

Para desdobramentos futuros, como todas as outras funcionalidades da plataforma, essa também deve ser testada com usuários para entender qual o tipo de especificação que os usuários procuram em uma plataforma, e até que níveis de gênero podem ser mostrados para que não sejam considerados "spoilers" da mídia.



Wireframe da tela de combinação de gêneros.

MINHA AVALIAÇÃO

Como última solução de ferramentas está a "Minha Avaliação". Muitos usuários, ao comentar sobre o sistema de classificação existente em algumas plataformas, identificaram esse sistema como ruim porque não deixa claro para eles o que exatamente significa cada gradação da avaliação ou não querem escolher entre simplesmente "gostei" ou "não gostei".

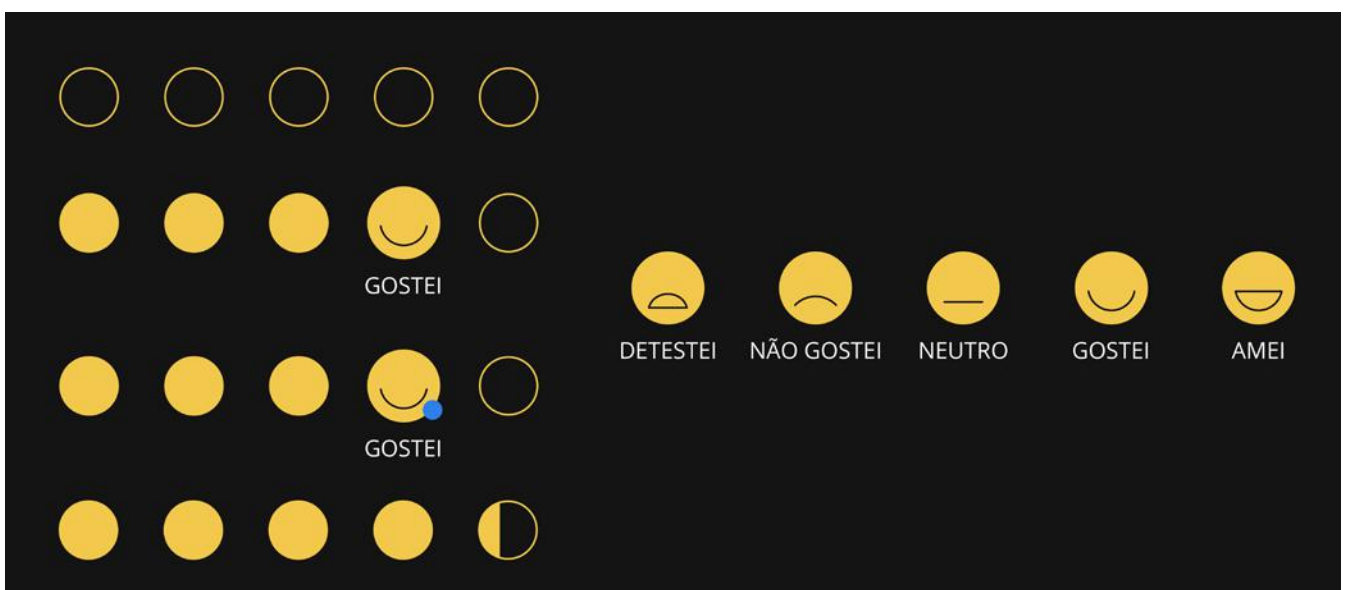
Por exemplo, as estrelas no sistema antigo da Netflix, não deixam claro se o filme é 4 estrelas baseado em alguma plataforma ou se foram os próprios usuários que votaram, ou, mesmo se foram os usuários, qual critério foi usado para essa avaliação. Já no sistema novo, a classificação deixou de ser em 5 graus e passou a ser binária, com apenas dois extremos.

Para melhorar essa avaliação foi decidido que uma em 5 graus seria melhor que binária ou em 3 graus (sim, neutro, não) pela possibilidade de explorar um pouco mais a relação do usuário com a mídia. No caso de uma avaliação de 10 graus não seria interessante pela quantidade de gradações que o usuário poderia escolher e isso poderia causar um pouco de confusão. Após essas comparações, foi decidido pela avaliação em 5 graus.

Porém para se afastar um pouco das estrelas, que podem ser confundidas com uma avaliação mais formal, foram escolhidas bolinhas para substituir. Cada uma delas significa "amei", "gostei", "neutro", "não gostei", "detestei", e para visualizar o que cada uma significa, basta que o usuário passe o mouse por cima ou, em caso de telas touch, pressione o dedo em cima da avaliação.

Para mostrar para o usuário qual é a nota daquele conteúdo existem duas possibilidades: ver a média geral da plataforma ou ver a nota dos perfis que têm mais em comum com ele. Para esse projeto foi utilizada apenas a primeira possibilidade, mas segunda poderá ser estudada mais a fundo e aplicada em desdobramentos futuros.

Além dos estudos do perfil de usuário para melhorar ainda mais a sugestão de mídias, também é necessário fazer uma pesquisa e teste para que se comprove que a avaliação em 5 graus realmente é a melhor para esse tipo de mídia.



Estados da Minha
Avaliação: Sem ação,
ao arrastar o mouse,
ao selecionar a
avaliação e conteúdo
avaliado.

NAMING E BRANDING

O processo de desenvolver um nome e uma identidade visual para o projeto foi um desafio, pois era necessário uma identidade que apesar de ser ligada à tecnologia e precisar ser muito versátil, ainda é uma marca ligada à área do cinema e por isso precisava também ter algum aspecto histórico ligada à ela.

O cinema por si só tem alguns aspectos que poderiam ser trazidos como recursos visuais para a identidade, como o filme, a tela de cinema, pipoca, entre outros. Entretanto, seria muito difícil trabalhar esses aspectos sem cair em um lugar comum. Então foi decidido utilizar o lado histórico do cinema apenas no naming, que poderia ter essa associação mais fácil, sem que a marca se torne um clichê.

O ideal era que a pronúncia fosse simples e que a escrita não gerasse nenhuma dúvida, um nome curto de preferência com 4 ou 5 letras. O objetivo era ter uma marca que as pessoas pudessem se lembrar com facilidade. Foi feita uma lista de nomes, a maioria com pelo menos uma dessas característica. Mesmo que alguns estivessem dentro desse perfil, foram considerados para a pesquisa mesmo assim.

NOMES		
NOMES EXISTENTES	PALAVRAS-CHAVE	OPÇÕES DE NOMES
Popcorn Time Stremio Telecine Megapix Cinemax Netflix Hulu Amazon Prime Blockbuster HBO HBO Go	Filme Cinema Pipoca TV Streaming Escolha Film Movie Popcorn Television Choice Choose Galeria Gallery Studio	Studio TV Popcho Deck Movie Deck Film Deck Gallery Pop movie Station Stadium Stremov Movim Lumi Lumiere Films Pophome GaTe - galeria televisão Moga - Movie gallery Filmo - filmes movie Pote - popcorn television

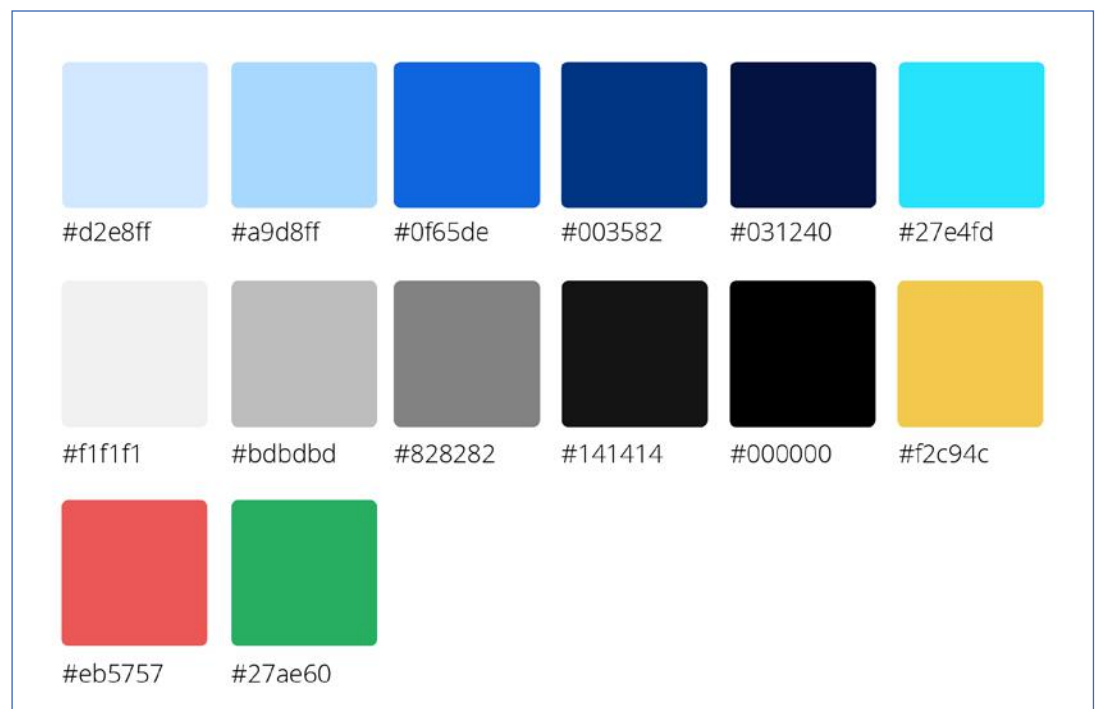
Nomes existentes e em outras plataformas e opções de nomes e palavras.

Após uma pesquisa na história do cinema, foram encontrados alguns nomes que se encaixavam nos aspectos definidos para o naming. Lumi foi um deles, uma abreviação do nome dos pioneiros do cinema, os irmãos Lumière, que foram os primeiros a projetar um filme em uma sessão com público. Como Lumi se encaixava em todos os requisitos, além de ter uma herança histórica, foi escolhido.

Definido o naming, o próximo passo a ser realizado seria a definição de um logotipo e identidade visual, que seriam essenciais para a interface do sistema. Para isso, um logotipo simples e cores mais sóbrias - em sua maioria - deveriam ser escolhidos para compor a identidade visual. No sistema, o que deve ser o centro das atenções é o conteúdo.

Foram desenvolvidas também duas taglines, que acompanham a marca em aplicações fora da plataforma: O Seu Streaming e Novo Streaming. A primeira significando a personificação da plataforma e a segunda destacando das demais presentes no mercado. O objetivo é que desperte a curiosidade do usuário para entender como a plataforma funciona.

As cores dão tom e sentimento à marca, e apesar de serem mais sóbrias, ainda teriam algo que fosse identificável. A cor principal da marca escolhida foi o azul escuro, pois é associado a tecnologia, e, apesar de ter um teor histórico, ainda é um plataforma que se propõe a ser inovadora. Apesar da cor principal da marca ser o azul, o preto e cinza estarão muito presentes na plataforma por uma questão de conforto. Em ambientes escuros - onde muitos usuários assistem os conteúdos - o preto e o cinza tendem a não agredir tanto a visão, por esse motivo foi decidido que a plataforma seria predominantemente preta e cinza escura.

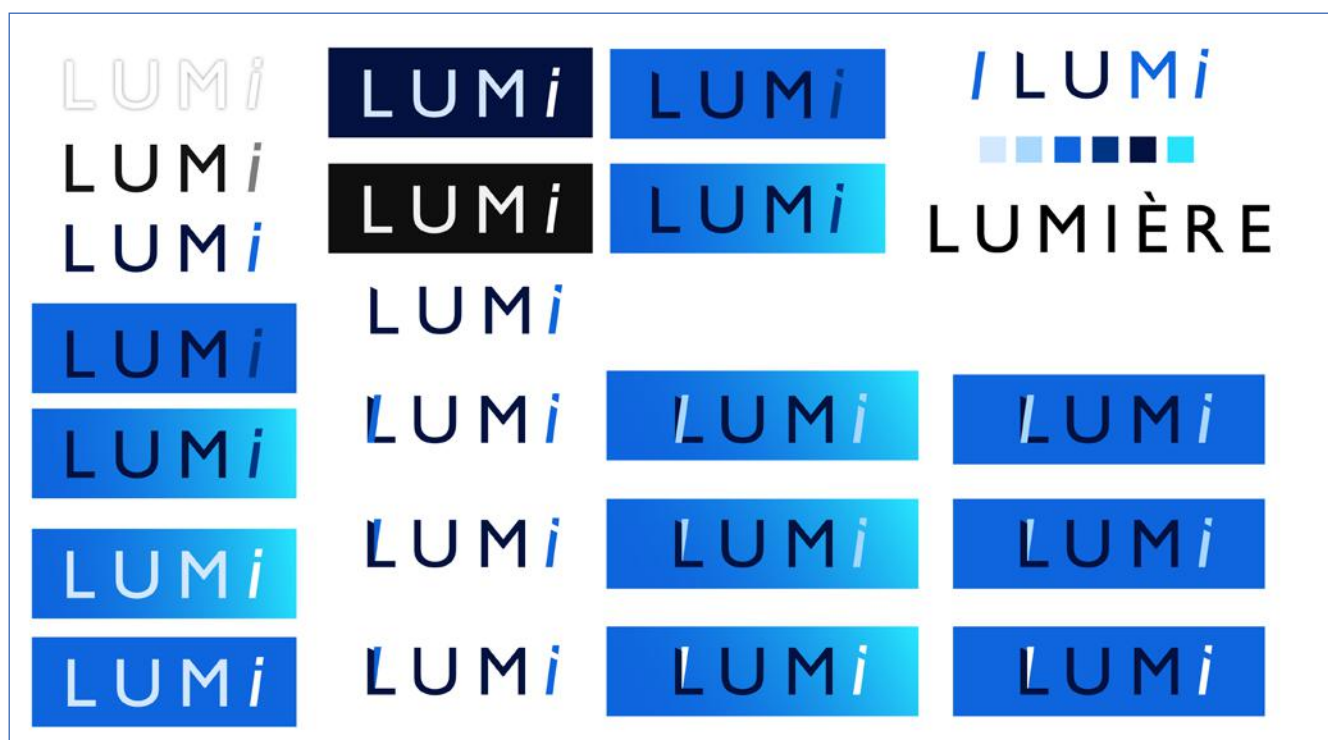
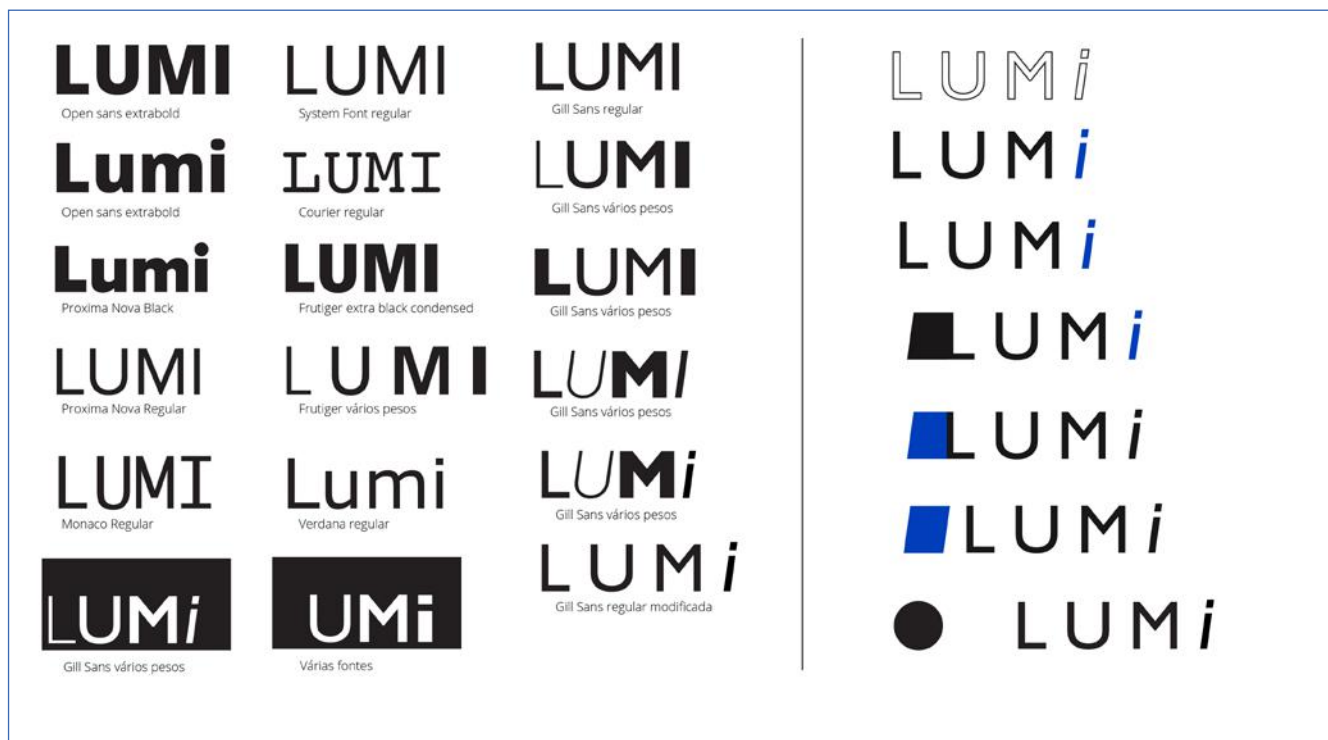


Paleta de cores principais e seus códigos hexadecimais.

Para definir a marca, primeiro foi feita uma análise de outras marcas no mercado de streaming, e apesar de algumas delas utilizarem símbolos, como o Popcorn Time e o Streamio, foi decidido que o logotipo seria o mais simples possível, e apenas tipográfica. Essa decisão foi tomada para evitar que a marca chamasse muita atenção dentro da interface. Por esse motivo foi escolhida uma tipografia mais seca, sem serifa, para servir como base para a tipografia da marca. A fonte utilizada como base é a Gill Sans, com algumas modificações de espaçamento e desenho de fonte.

Ao lado, testes com tipografias e cores para a marca.

Com inspiração nos diagramas de angulação de câmeras, a diagonal passou a fazer parte de toda a identidade visual como um elemento de apoio para a marca. O objetivo era que a diagonal fosse um elemento para identificar e unir a marca à interface, então foi inserida na tipografia da marca, tanto com um grafismo na letra "L", como também na inclinação da letra "I".





Marca final, com grid e área de respiro, aplicações em fundo escuro e colorido.

A tipografia de apoio também foi escolhida com o intuito de chamar pouca atenção para si, pois o foco principal na interface são os cartazes dos filmes. Por esse motivo, após uma análise de várias tipografias que incluiu fontes como Roboto e Gill Sans, a tipografia Open Sans foi escolhida. Essa tipografia tem vários pesos, facilitando o uso, e é open source, fornecida pelo Google, é muito versátil e serve tanto para mídias digitais como também impressas.

Foi criado também um pacote de ícones e elementos visuais para compor a interface, como botões. A diretriz escolhida foi a de linhas finas para dar leveza, e cantos arredondados, menos agressivos, para que fosse um contraste com as linhas diagonais presentes na interface. No capítulo sobre interface, serão abordados mais profundamente alguns aspectos da parte visual do sistema.

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG
the quick brown fox jumps over the lazy dog

Open Sans Light

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG
the quick brown fox jumps over the lazy dog

Open Sans Regular

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG
the quick brown fox jumps over the lazy dog

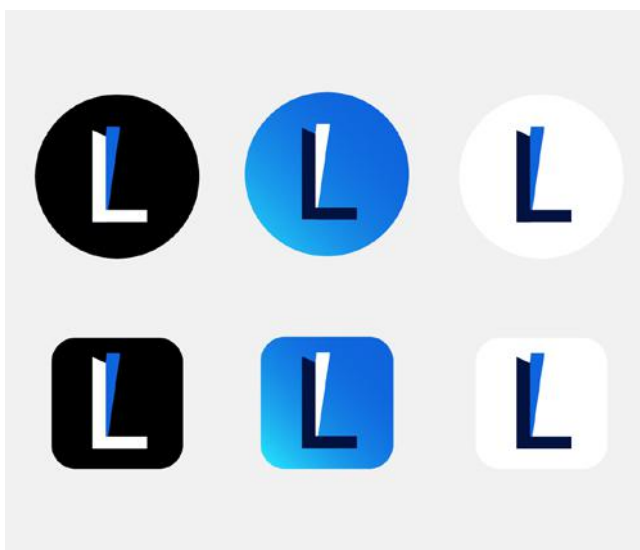
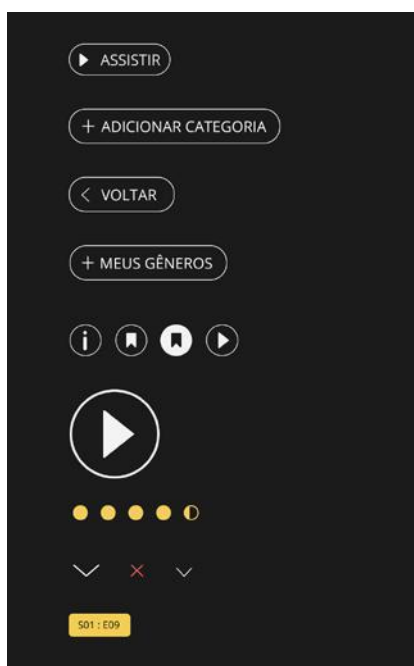
Open Sans Semibold

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG
the quick brown fox jumps over the lazy dog

Open Sans Bold

THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER THE LAZY DOG
the quick brown fox jumps over the lazy dog

Open Sans Regular



Tipografia de apoio da
marca, a Open Sans.

Botões e ícones
utilizados na
plataforma e testes
de Launchers.

INTERFACE E SISTEMA

Após o desenvolvimento de soluções e branding, era necessário tornar tudo isso um produto palpável para que as soluções pudessem ser testadas e finalmente implementadas. Para isso, um novo sistema foi criado, com arquitetura da informação, estudos de fluxos, wireframes e uma interface que pudessem acomodar todas essas funcionalidades concebidas.

Como primeiro passo, a arquitetura da informação, que reúne em agrupamentos todas as funcionalidades que devem estar presentes na plataforma e como elas devem se comportar, depois uma análise de fluxos para um teste de usuários, baseados nos pontos de dor dos usuários representados pelas personas.

Essas duas ferramentas tem como objetivo principal entender o panorama geral da plataforma, distinguindo como o usuário lida com ela de maneira macro. Para os próximos passos, o foco passa a ser a tela, e como as informações são distribuídas dentro desse ambiente em menor escala.

Para isso, são utilizados os wireframes que tem como objetivo entender como as informações se comportam dentro de uma tela, e logo após a interface completa, com conteúdo, que comprova a eficácia desses wireframes.

ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO

Nesta fase do projeto, foi feita a arquitetura da informação da plataforma, juntamente com as novas funcionalidades que foram desenvolvidas. O desafio principal era simplificar a plataforma para que fosse intuitiva, e para que todas as funcionalidades estivessem acessíveis para o usuário. Como o objetivo era focar na descoberta de conteúdo, então toda a arquitetura gira em torno do usuário que está procurando uma mídia.

Primeira arquitetura da informação: simplificada.

ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO (SIMPLIFICADA)



No primeiro teste de estrutura, foi feita uma arquitetura mais simples, porém que não tinha uma hierarquia clara de conteúdos, tampouco algum tipo de agrupamento, deixando a navegação sem uma lógica clara. A necessidade de agrupamento de conteúdos semelhantes se mostrou bem clara na primeira arquitetura para que fosse mais fácil entender a navegação. Assim como as áreas feitas para os usuários, de configurações, entre outras.

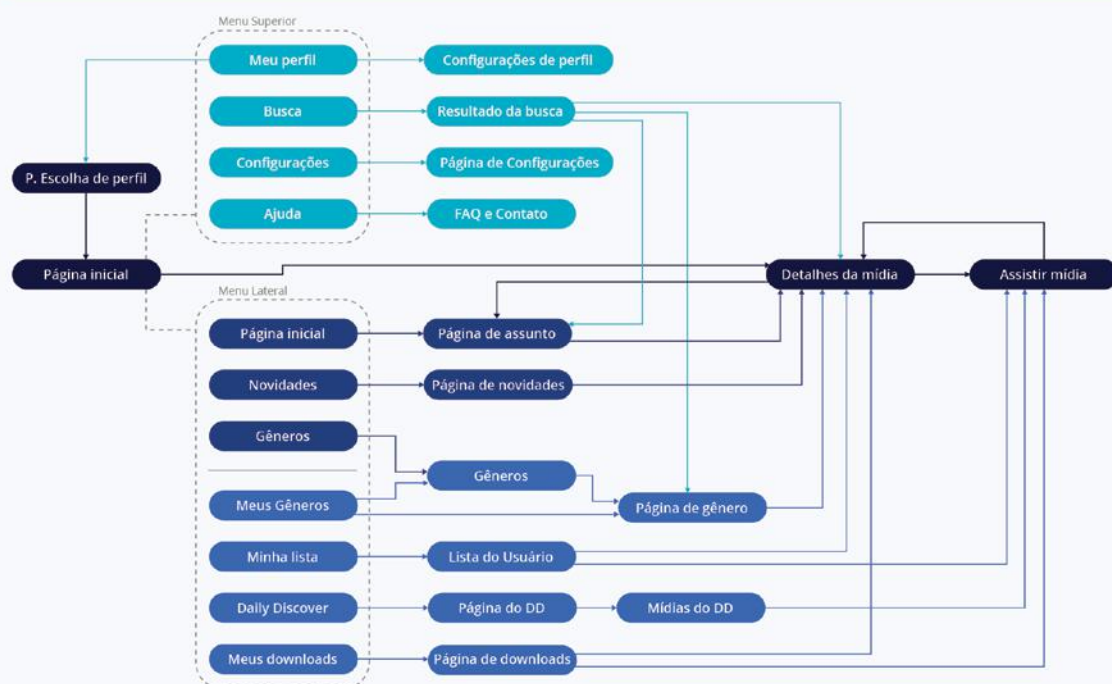
Para um segundo teste para estruturar a arquitetura, foram agrupados conteúdos que precisavam estar juntos pois eram semelhantes ou pertenciam a mesma ferramenta. Para deixar a interface mais fácil de ser navegada, as páginas foram divididas em alguns grupos que não são identificadas de maneira explícita na interface, mas são visíveis se pensarmos em estruturação de informações. Para ficar mais claro, foi analisado cada um dos grupos separadamente.

Um dos agrupamentos, o principal, é o de conteúdos gerais como página inicial, novidades e gêneros da plataforma. Esse grupo apresenta ferramentas que são relacionadas ao conteúdo mas que não são feitas para o usuário especificamente, ou tem baixa influência do usuário. Como por exemplo a página inicial contém categorias mais gerais - novidades na plataforma, conteúdos mais vistos -, além das específicas - recomendadas para você, entre outras. Apesar da interferência do usuário na página inicial - escolhendo categorias a serem mostradas-, ainda é uma página que apresenta conteúdos que são comuns para todos os usuários.

Segunda arquitetura da informação, mais completa.

Já na parte específica para o usuário, são encontrados Meus Gêneros, Minha Lista, Daily Discover, Meus Downloads. Todas as ferramentas que foram feitas especificamente cole-

ARQUITETURA DA INFORMAÇÃO



tando inputs do usuário como mídias acrescentadas a minha lista, ou mesmo inputs não ativos - informações que o sistema coleta com base no uso da plataforma, como o Daily Discover. São ferramentas direcionadas para o usuário especificamente.

O outro agrupamento de páginas contém as páginas de Configurações, Busca, Ajuda e Minha Conta, que são páginas com nenhuma personalização, no qual estão inseridas informações e configurações mais técnicas que não estão ligadas às mídias a serem assistidas. Apenas a parte de busca está ligada às mídias, porém como não pode ser personalizada, foi colocada neste grupo.

Os agrupamentos ajudaram a ver quais funcionalidades e páginas tinham mais afinidade, melhorando assim, a organização dos conteúdos na interface da plataforma. Alguns benefícios disso são a navegação sempre constante e o agrupamento dos conteúdos por nível de interferência do usuário, que especifica de uma maneira sutil, quais partes da interface são aquelas que o usuário irá usar mais.

FLUXOS DE NAVEGAÇÃO

Em um processo de experiência do usuário os fluxos de navegação são utilizados principalmente para entender as ações dos usuários dentro da plataforma e para identificar ruídos ou problemas em uma interface. Para isto, os fluxos devem ser utilizados em testes de usabilidade, sendo assim comprovados como os melhores caminhos para um usuário realizar uma ação ou descartados para dar lugar a um novo fluxo.

Entretanto, neste projeto iremos apenas utilizá-los para exemplificar como a arquitetura da informação é aplicada na prática e como os usuários podem interagir com a interface, por ora. O objetivo é que, futuramente, ao testar a plataforma com usuários, esses fluxos, juntamente com outros gerados posteriormente, sejam utilizados nos testes.

Para este trabalho foram escolhidos dois fluxos principais da plataforma, utilizando os objetivos de duas personas para fazê-los. As personas escolhidas foram Arthur, o Heavy User e Diana, que ama Streaming. Essas personas foram escolhidas pois seus maiores pontos de dor condizem com com duas ferramentas da plataforma: o Meus Gêneros e Daily Discover.

O objetivo das duas personas é escolher uma mídia para ser consumida, porém com dois pontos de dor a serem evitados: gêneros muito amplos, para Diana e muitas opções de mídia para Arthur. Para evitar o ponto de dor de Diana foi escolhida a ferramenta Meus Gêneros, em que ela pode aprofundar os gêneros até ficar satisfeita com mídias dentro desse gênero.

Já para Arthur, o Daily Discover permite que ele tenha menos opções de mídia para escolher, porém com mais informações sobre cada mídia, de acordo com o seu humor ou um gênero previamente salvo por ele.

FLUXOS DE NAVEGAÇÃO



Fluxos de navegação de cada persona.

INTERFACE

Após todos os passos de pesquisa de usuários, benchmarking, design de soluções, arquitetura da informação e fluxos, é necessário aplicar todas essas informações em um único serviço: uma interface que facilite a escolha de conteúdo do usuário e crie boas experiências com as ferramentas criadas. Neste momento chegamos ao "final" do processo do Diamante Duplo. "Final" porque, como dito anteriormente, esse processo pode ser circular, voltando à algum passo, dependendo da resposta do usuário à plataforma.

Ao definir a estratégia para a execução, foi escolhido o dispositivo para qual seria desenvolvida a versão inicial do projeto. Foram selecionados para esta etapa inicial os computadores, pois o projeto foi pensado para ser um PWA, ou progressive web app (aplicativo progressivo para a web). Esse tipo de tecnologia permite que o mesmo aplicativo web seja utilizado em diversas plataformas, como smartphones, tablets, computadores e TV's.

Escolhendo esse tipo de tecnologia, o desenvolvimento futuro do aplicativo se torna mais fácil, ajustando-se apenas algumas funcionalidades, devido às peculiaridades de cada suporte. Como por exemplo tamanho de tela, como é feita a navegação - se com um mouse, controle, ou se a tela é touchscreen, entre outras.

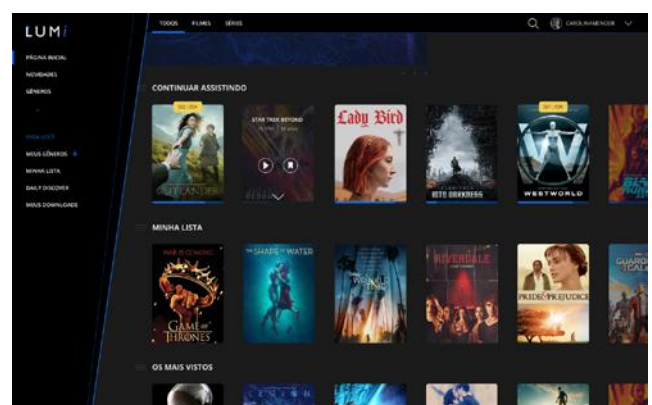
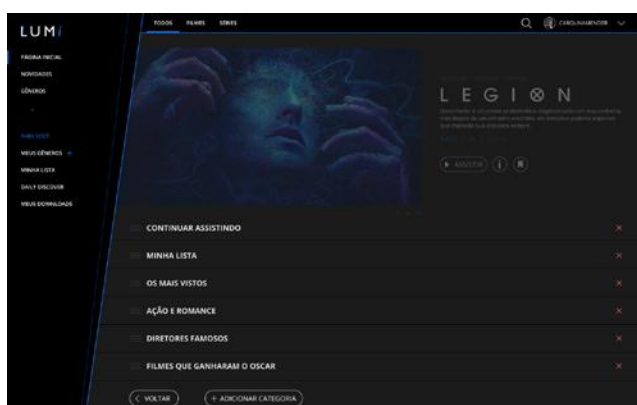
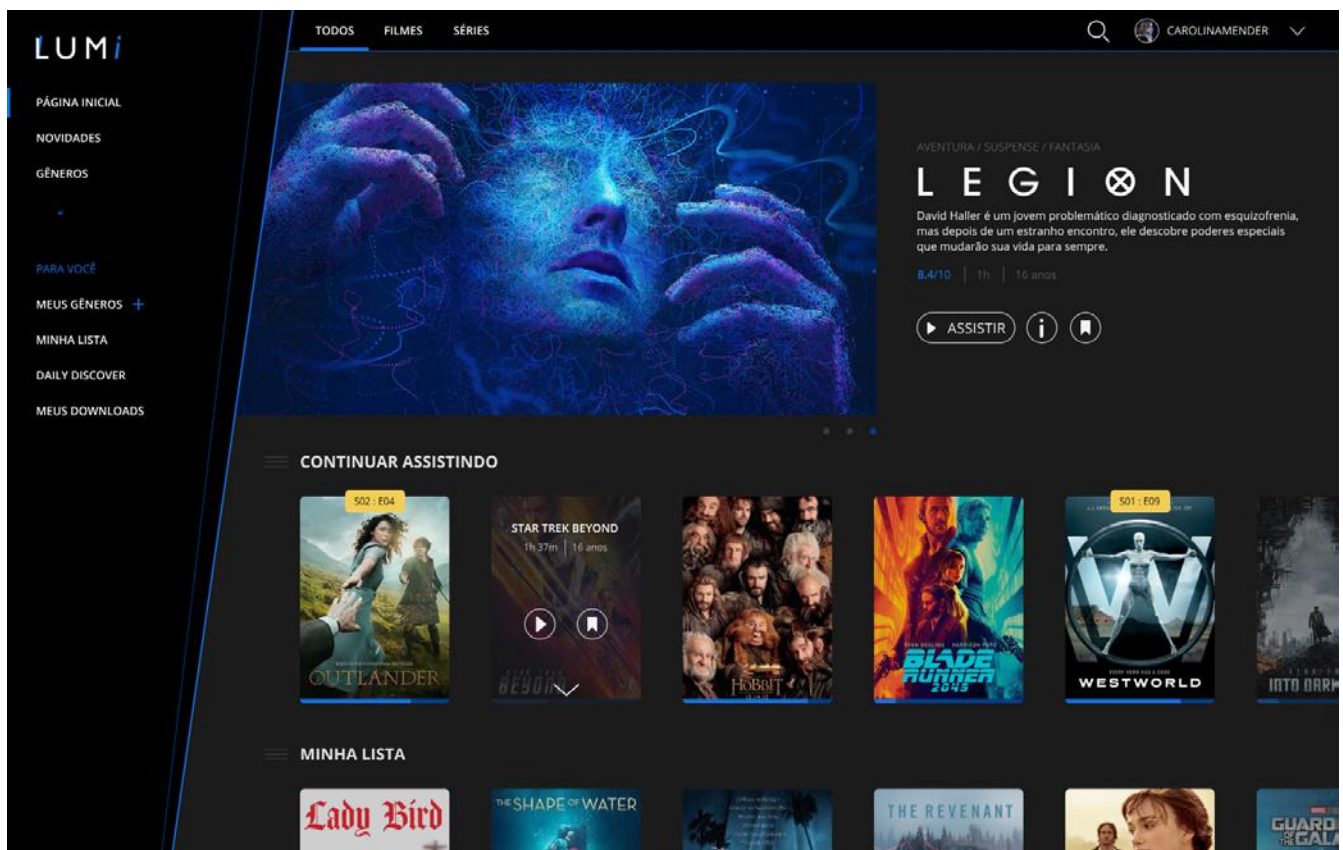
Definido para qual suporte a plataforma seria projetada, o próximo passo seria entender as peculiaridades desse dispositivo e começar a fazer o design da interface. Foi criado um conceito em cima do objetivo das funcionalidades criadas - as soluções - que era exatamente fazer com que o usuário interaja com a plataforma, e ela não seja engessada como as outras são, em que apenas recebem o input do usuário e projetam aquilo que acreditam ser a preferência dele.

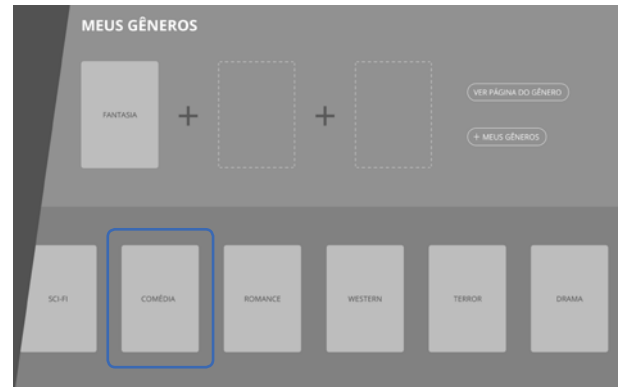
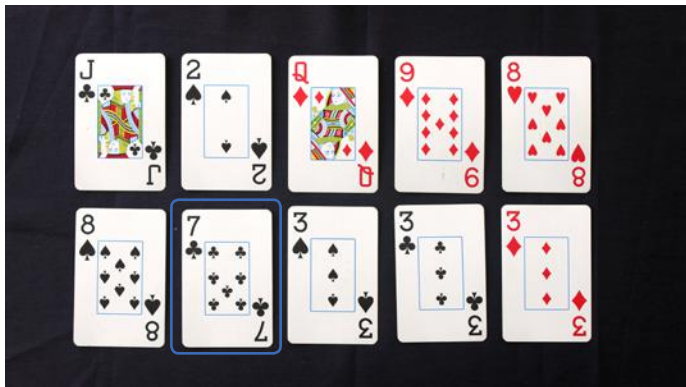
O objetivo é que o usuário tenha participação ativa naquilo que ele quer ver na interface. Ao escolher um gênero que mais gosta, ou uma categoria para ser exibida para a página inicial, a pessoa tem total controle da interface, onde não existe um certo e um errado, apenas o que é ideal para ele. A interface então foi transformada em um jogo. No qual o usuário modifica certas áreas da maneira que troca cartas de lugar, e encaixa e desen-

caixa um lego. Tudo isso foi trazido para o visual que incentiva o usuário a modificar de acordo com o seu gosto, criando novos padrões.

Baseado nesse mindset, os elementos visuais da interface foram sutilmente inspirados em elementos de jogos, como as cartas, criando assim uma leve associação visual com o jogo. Depois disso foram criados outros elementos de interface como botões, inputs de texto, entre outros, criando uma linguagem visual para a interface. Por fim, foram feitas as telas - através de wireframes primeiro - e depois a finalização com o conteúdo real.

Interface finalizada,
página inicial.

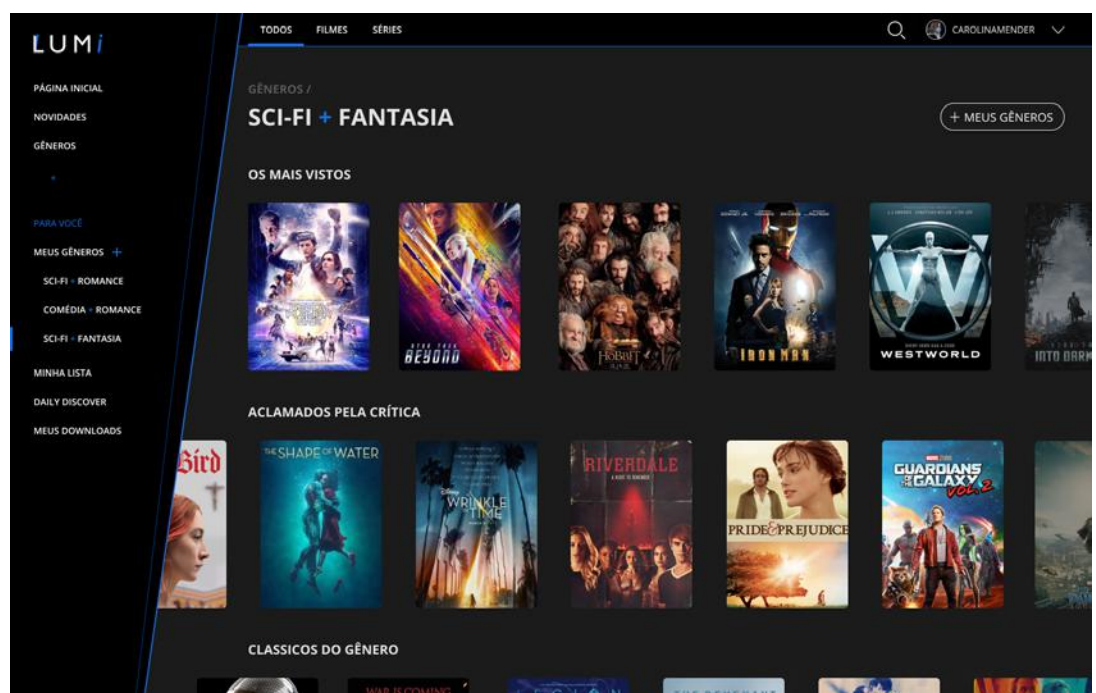




Comparação entre a interface e cartas de baralho.

Alguns aspectos das pesquisas de usuários foram levados também em conta ao fazer a interface. Pontos de dor que se referiam especificamente ao layout apresentado por outras plataformas, como por exemplo, interfaces confusas e muitas opções de mídia. Para tentar solucionar esse problema, o número de mídias por página foi reduzido, criando mais áreas de respiro entre elas, sem prejudicar a navegação do usuário. Para saber o número ideal de mídias por página, que não gere desconforto nos usuários, são necessários testes de usabilidade de plataforma.

Como dito anteriormente em Identidade Visual, um esquema de cores escuro foi escolhido para a interface a fim de melhorar o conforto dos usuários ao usar a plataforma em ambientes de pouca ou nenhuma luz. Entretanto, o azul mais claro, o branco e amarelo - cores que contrastam com o padrão escuro - serão utilizadas para guiar o olhar do usuário pelo layout. Além das cores, a linha diagonal azul da marca foi trazida para a interface para que fosse mantida uma identidade consistente.



Tela de gênero híbrido

CONCLUSÃO E DESDOBRAMENTOS FUTUROS

Em resumo, este projeto permitiu o estudo de plataformas de streaming e sua relação com os usuários no momento da escolha de conteúdo para o desenvolvimento de uma nova plataforma, contendo funcionalidades que pudessem melhorar a experiência do usuário.

Com este fim, foram utilizadas ferramentas de design de serviço para análises e feitas pesquisas para entender quem são os usuários das plataformas já existentes, de maneira que pudesse ser identificado o real problema por trás da dificuldade do usuário ao escolher um conteúdo. Foi um processo com muitos desafios e mudanças ao longo do percurso. Ao final, foi criada uma nova plataforma, com identidade visual, interface e novas funcionalidades que pretendem melhorar a escolha de conteúdo.

Para que essa melhora seja realmente comprovada, como desdobramento futuro, precisam ser feitos testes de usabilidade para entender se os objetivos das funcionalidades realmente estão sendo atingidos. Assim como testes de fluxos e arquitetura da informação, além do desenvolvimento da interface para outros suportes como smartphones, tablets e TV's.

O desenvolvimento de um sistema é um processo longo e demorado e contém muitos testes com usuários para entender como estes irão responder ao que foi projetado. Todo o objetivo desse projeto é colocar o usuário no centro da interface, então, mais do que em outros projetos, é necessário que existam testes de usabilidade. O sistema também precisa ser desenvolvido criando assim um MVP, - ou Produto Mínimo Viável em tradução livre - para, após mais testes, ser implementado.

BIBLIOGRAFIA

ADORO CINEMA. **Jogador número 1**. Disponível em: <<http://www.adorocinema.com/filmes/filme-229831/>> Acesso em: 29 abr. 2018.

BOWERS, Marek. **Creating Perfect User Flows for Smooth UX**. Disponível em: <<https://www.uxpin.com/studio/blog/creating-perfect-user-flows-for-smooth-ux/>> Acesso em: 28 abr. 2018.

CAO, Jerry. **The Elements of Trustworthy UI Design**. Disponível em: <<https://www.uxpin.com/studio/blog/the-elements-of-trustworthy-ui-design/>> Acesso em: 29 abr. 2018.

DESIGN COUNCIL. **The Design Process: What is the Double Diamond?** Disponível em: <<https://www.designcouncil.org.uk/news-opinion/design-process-what-double-diamond>>. Acesso em: 13 dez. 2017.

GROCKI, Megan. **How to Create a Customer Journey Map**. Disponível em: <<https://ux-mastery.com/how-to-create-a-customer-journey-map/>> Acesso em: 14 jan. 2018

IDEO.ORG. **Design Kit**. Methods. Disponível em: <<http://www.designkit.org/methods>> Acesso em: 19 out. 2017.

IDEO.ORG. **Frame Your Design Challenge**: Properly framing your design challenge is critical to your success. Here's how to do it just right. Disponível em: <<http://www.designkit.org/methods/60>>. Acesso em: 19 out. 2017.

IMDB. **Deadpool**. Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt1431045/>> Acesso em: 11 fev. 2018

IMDB. **Karate Kid**. Disponível em: <<http://www.imdb.com/title/tt1155076/>> Acesso em: 11 fev. 2018

JACOBS, Andrew. **UX: Creating Proto-Personas**. Disponível em: <<https://uxdesign.cc/ux-creating-proto-personas-76a1738401a2>>. Acesso em: 14 jan. 2018

OPEN DESIGN KIT. **Personas**. Disponível em: <<http://opendesignkit.org/methods/personas/>>. Acesso em: 14 jan. 2018

ROTTEN TOMATOES. **Top Movies**. Disponível em: <<https://www.rottentomatoes.com/top/>> Acesso em: 28 abr. 2018

STICKDORN, Marc; SCHNEIDER, Jakob. **This Is Service Design Thinking**. New Jersey: John Wiley and Sons, Inc., 2011.

Strategyzer's Value Proposition Canvas Explained. Strategyzer. Berlin: Cris Wiegandt Studio, 2017. 3:12. Disponível em: <<https://www.youtube.com/watch?v=ReM1uqmVfP0>>. Acesso em: 19 out. 2017

UX LADY. **DIY User Personas**. Disponível em: <<http://www.ux-lady.com/diy-user-personas/>>. Acesso em: 09 jan. 2018.

UX LADY. **Introduction to User Personas.** Disponível em: <<http://www.ux-lady.com/introduction-to-user-personas/>>. Acesso em: 09 jan. 2018.

Value Proposition Canvas. Strategyzer. Disponível em: <<https://strategyzer.com/canvas>>. Acesso em: 19 out. 2017

PLATAFORMAS CITADAS NO PROJETO

Amazon Prime Video. Amazon.com, Inc.

HBO GO. Home Box Office, Inc.

Hulu. Hulu.

Netflix. Netflix Inc.

Popcorn Time.

Spotify. Spotify AB.

Stremio. Stremio.

Telecine Play. Telecine Programação de Filmes Ltda.

Twitch. Twitch Interactive, Inc.

Youtube Red. YouTube, LLC.

CONTEÚDO UTILIZADO NA INTERFACE

A Wrinkle in Time. Walt Disney Pictures. 2018.

Black Panther. Marvel Studios. 2018

Blade Runner 2049. Sony Pictures. 2017

Ex Machina. Universal Pictures International (UPI). 2014.

Game of Thrones. HBO. 2011.

Guardians of the Galaxy. Marvel Studios. 2014.

Iron Man. Marvel Studios. 2008.

Lady Bird. Universal Pictures. 2017.

Legion. 20th Century Fox Television. 2017.

One Day. Focus Features. 2011.

Outlander. Starz. 2014.

Pride and Prejudice. Universal Pictures. 2005.

Ready Player One. Warner Bros. 2018.

Riverdale. Warner Bros. Television. 2016.

Star Trek: Beyond. Paramount Pictures. 2016.

Star Trek: Into Darkness. Paramount Pictures. 2013

The Hitchhiker's Guide to the Galaxy. Touchstone Pictures. 2005.

The Hobbit: An Unexpected Journey. Warner Bros. 2012.

The Revenant. Regency Enterprises. 2015.

The Shape of Water. Fox Searchlight Pictures. 2017.

Westworld. HBO. 2016.

ANEXOS

ANEXO I - INTERFACE

Neste anexo estão todas as entrevistas realizadas, divididas entre presenciais e online.

ENTREVISTA PRESENCIAL

GABRIEL, 24 ANOS, DESIGNER

1. Você gosta de assistir filmes, séries e documentários?
Sim
2. Você utiliza alguma plataforma de streaming para assistir esse tipo de conteúdo?
Sim, Netflix.
3. Com que frequência você utiliza essas plataformas?
Todo dia, Diariamente utilizo, sou heavy user, não de ficar vidrado parado assistindo, vou de pouquinho em pouquinho, mas utilizo bastante.
4. Porque você escolheu essa(s) plataforma(s)? Quais vantagens?
Me deu vantagem porque lá tem uma quantidade maior de conteúdo que eu posso achar com mais facilidade, em um único lugar.
5. Como você escolhe o conteúdo que acessa?
Vejo o que tá acontecendo no momento, vejo o que acabou de ser lançado se é bom ou não se eu não gostar eu não vejo, Indicações de amigos também. E aqueles adicionados recentemente.
6. Quanto tempo, em média, você passa escolhendo um conteúdo? Porque?
Quando eu não vou com um objetivo definido na cabeça, eu fico bastante tempo, porque apesar de ter bastante conteúdo, eu acho que as vezes tem coisas que não são fáceis de achar, e tem coisas ruins demais que ficam ali aparecendo pra mim que não são tão relevantes pro meu interesse, e que eu fico passando e não chego a lugar nenhum.
7. Você já teve alguma dificuldade na hora de escolher conteúdo? Porque?
(Respondida na pergunta anterior)
8. Você já desistiu de assistir conteúdos na plataforma por esse motivo? Como se sentiu?
*Já. E por um momento eu achei "que m****". Porque as coisas que a gente gosta, por exemplo, tem uma série que você tava adorando mas acabou e não tem a próxima temporada, aí você quer ver uma coisa nova aí você não acha e fala, pô não tem nada de bom, mas eu to esperando lançar a próxima temporada também então acabo voltando para a TV Aberta.*
9. Você consegue achar alguma solução para esse problema?
Se eu tiver muito afim de ver alguma coisa diferente e eu não achei lá, eu vou, por exemplo, to querendo ver algum filme que eu não tenha achado lá para passar o meu tempo, ou eu

vou pra SKY, ou vejo alguma outra coisa na TV aberta pra continuar me entretendo, ou eu vou pra internet pra baixar um torrent ou coisa assim.

10. Em relação a dificuldade da plataforma você consegue ver alguma solução pra esse problema?

Eu acho que eles estão melhorando bastante em relação a relevância do conteúdo que é mostrado pra gente, mas de momento assim eu não sei, porque até eles melhorarem a busca deles, porque já aconteceu comigo de buscar um conteúdo e não conseguir achar, mas o conteúdo estava lá. A indexação dos filmes é ruim.

11. Qual é a sua opinião em relação ao(s) sistema(s) de avaliação (avaliações)? Porque você acha isso?

Acho que melhorou um pouco. Agora tá a relevância. 90% relevante pra você ou não. Até um tempo atrás era estrelinha. Isso dava a entender que aquele filme era tipo top, era um rating, mas na verdade não era rating, na realidade era relevância, e pra mim a iconografia - a estrela - pra mim dava um pouco desse parecer. Pra mim essa questão do gostar e não gostar, igual do youtube, está sendo melhor pra eu ver. Pra mim é tranquilo ter duas opções (gostei e não gostei) mas poderia ter uma questão de feedback pro conteúdo.

5 Whys:

Organização do conteúdo

Sempre mostrar o que acham que é relevante mas na verdade não é

Eles querem que eu veja alguma coisa específica - Problema na hora de traduzir o que o usuário gosta.

VICTOR PINTO, 29 ANOS, PSICÓLOGO.

1. Você gosta de assistir filmes, séries e documentários?

Sim

2. Você utiliza alguma plataforma de streaming para assistir esse tipo de conteúdo?

Sim, Netflix. Filmes online, Séries online, etc

3. Com que frequência você utiliza essas plataformas?

5 vezes por semana. As vezes até mais.

4. Porque você escolheu essa(s) plataforma(s)? Quais vantagens?

Primeiro pelo conteúdo, segundo pelo custo benefício.

5. Como você escolhe o conteúdo que acessa?

Eu odeio esse negócio de amigo indicou. Então assim eu fico zapeando, geralmente eles anunciam o que é novo, tipo, saiu uma série nova, eu vou lá vejo o trailer se for boa eu assisto, então eu acabo assistindo coisas que geralmente eu não assistiria, por estar lá e por ter assistido o trailer eu gostei.

6. Quanto tempo, em média, você passa escolhendo um conteúdo? Porque?
Series é mais rápido, porque eu já tenho uma lista do que eu quero ver, naquele "minha lista", então eu acabo a que estou vendo agora eu já sei o que vou assistir depois, mas filme, as vezes eu fico meia hora e nada. As vezes eu fico no netflix e não acho nada e vou pro on demand.
7. Você já teve alguma dificuldade na hora de escolher conteúdo? Porque?
Sim porque o conteúdo é ruim. Na verdade o conteúdo de séries é bom, mas o de filmes é ruim. Então quando eu tenho dificuldade, é na questão conteúdo filme. Filme é fraco e está desatualizado. As vezes eu fico passando, passando e nada.
8. Você já desistiu de assistir conteúdos na plataforma por esse motivo? Como se sentiu?
*Sim. Várias vezes eu saí de lá e fui pro Now (on demand). Meio p***, tipo, p*** não tem nada que eu quero nessa m****. Eu fico la, tipo quero ver um negocio nao tem, eu vou por categorias e não tem nada que me interessa.*
9. Você consegue achar alguma solução para esse problema?
Não porque eu sou chato mesmo. Eu acho que na verdade a gente tem migrado o nosso consumo, ao invés de ser uma pílula instantânea do filme em que começa e termina ali, vai ser um consumo continuado, então as pessoas tem consumido mais série do que filme na minha visão, pelo menos no meu círculo, então mudou o consumo, ao invés de ser um negócio que começa e termina, vai pra um negocio que tem continuidade. Então se eu vejo uma solução pra isso é: ou eles melhoram os filmes, igual ao que o telecine play faz de o filme sai do cinema e duas semanas depois tá la disponível, mesmo que tenha que pagar a mais, sei la cobra mais 2 reais por cada filme de estréia, entendeu? Você paga no now com frequência? Não, tem que ser um filme tipo uau, até porque no now custa 15,90 um filme então tem que ser "O Filme". Mas se o netflix cobrasse 2,90 ou até 5 reais pra ver um filme que acabou de sair do cinema eu pagaria pra ver.
10. Qual é a sua opinião em relação ao(s) sistema(s) de de avaliação (avaliações)? Porque você acha isso?
Acho ruim porque eu não entendo. Eu uso muito o netflix no videogame então aparece lá pra mim a estrelinha, e eu não sei se isso significa 3 estrelas que as pessoas acharam mediano ou 3 estrelas é o padrão e depende do que eu colocar até porque no celular é só thumbs up ou thumbs down o que pra mim também, não aparece a avaliação dos outros pra mim. Eu não faço ideia do que significa.
11. Qual é a melhor e a pior características dessas plataformas?
A melhor é a facilidade. Eu uso em várias plataformas como celular e videogame, e tem a ferramenta de assistir de onde parou, e baixar também que mudou muito a forma que eu consumo. Eu assisto muito netflix na academia, então eu ja sei o que eu vou assistir na academia naquele dia, pego um episódio de 40 minutos e é o tempo que eu vou ficar ali na bicicleta. Isso é o que eu chamo de facilidade, eu começo a assistir no celular, ai chego em casa tá la no videogame do mesmo jeito que eu deixei. Então o fato de ser multiplataforma é a melhor característica. Acho que a pior é a biblioteca de filmes.

12. O que você acha do sistema de filtragem?
Eu nem sabia que tinha esse sistema, eu sei que dá pra pesquisar pelo nome do autor.
13. Você já teve alguma outra dificuldade com essa plataforma?
O sistema de busca é bem zoadado. Vou te dar um exemplo real, eu tava procurando por Dragonball Z, porque eu queria ver os filmes de novo, aí eu coloquei "dragon" e ele deu todas as opções de de "dragon", so que assim, na tela do videogame, aparece o tecladinho, e ele da uma lista, só que assim, o que está na lista não tem. Então porque colocou ali? Só tem o que aparece no outro lado (direita) que são os desenhos animados, mas assim, ele lista uma coisa aqui embaixo que na minha cabeça eu posso clicar naquilo ali e vai ter o conteúdo mas na verdade não tem. Aí eu falo "lh! que legal tem isso tudo" mas na verdade não tinha. Então a busca não funciona ela me dá uma informação irreal.

ADRIENNE MELO, 20 ANOS, ESTUDANTE DE ADMINISTRAÇÃO

1. Você gosta de assistir filmes, séries e documentários?
Sim
2. Você utiliza alguma plataforma de streaming para assistir esse tipo de conteúdo?
Sim, Netflix.
3. Com que frequência você utiliza essas plataformas?
3 vezes na semana. 2, 3 horas.
4. Porque você escolheu essa(s) plataforma(s)? Quais vantagens?
Porque é barato, tem bastante opções de séries, tem como assistir offline.
5. Como você escolhe o conteúdo que acessa?
Aleatoriamente, indicação de amigos, mas mais vendo o catálogo mesmo. Eu pesquiso na internet de vez em quando alguns filmes na internet, em sites.
6. Quanto tempo, em média, você passa escolhendo um conteúdo? Porque?
Mais do que assistindo. Porque eu sou uma pessoa muito indecisa.
7. Você já teve alguma dificuldade na hora de escolher conteúdo? Porque?
Sim. As vezes eu quero ver algum conteúdo específico mas só tem filme ruim. Daí eu mudo de gênero pra ver outra coisa. Eu acho que tem muito filme antigo, não tem muita variedade de filmes atuais. E as séries também demoram um pouco a entrar, as temporadas atuais.
8. Você já desistiu de assistir conteúdos na plataforma por esse motivo? Como se sentiu?
Sim. Já passei a fazer download. Leva mais tempo né, é incômodo.
9. Você consegue achar alguma solução para esse problema?
Então oferecer uma variedade maior de conteúdo, principalmente mais atuais. Talvez um portal de sugestões. O que você acha da ferramenta de sugestões de conteúdo? As vezes sim, mas as vezes tem umas coisas muito nada a ver, mas é bom.

10. Qual é a sua opinião em relação ao(s) sistema(s) de de avaliação (avaliações)? Porque você acha isso?
Gostei não gostei fica muito vago, acho que grau de relevância fica mais confiável de avaliar. Não tinha percebido.
11. Qual é a melhor e a pior características dessas plataformas?
A melhor é que eu posso acessar de qualquer lugar, e roda bem em todas as plataformas. E a pior é o conteúdo desatualizado.
12. Você já teve alguma outra dificuldade com essa plataforma?
Nem todos os filmes dá pra fazer download e nem todas as séries. Isso é um problema.

DAVID MAIA, 25 ANOS, ESTUDANTE DE MEDICINA

1. Você gosta de assistir filmes, séries e documentários?
Sim.
2. Você utiliza alguma plataforma de streaming para assistir esse tipo de conteúdo?
Sim, Netflix e outras plataformas de fora do país de anime.
3. Com que frequência você utiliza essas plataformas?
4 a 5 vezes por semana ou até mais.
4. Porque você escolheu essa(s) plataforma(s)? Quais vantagens?
No caso do Netflix a facilidade, porque tem na TV de casa, e escolho algo rápido. As outras porque são os conteúdos que me interessam, e mais a disponibilidade, só tem neles [esses conteúdos].
5. Como você escolhe o conteúdo que acessa?
Pelo que aparece nas minhas sugestões e quando eu vejo alguma coisa na internet a respeito do que me interessa.
6. Quanto tempo, em média, você passa escolhendo um conteúdo? Porque?
Depende, se eu tiver alguma série em curso, é rápido. Se eu for escolher alguma coisa nova, leva um tempinho. Muita coisa, muita variedade.
7. Você já teve alguma dificuldade na hora de escolher conteúdo? Porque?
Muita variedade e pouco tempo pra definir o que eu queria.
8. Você já desistiu de assistir conteúdos na plataforma por esse motivo? Como se sentiu?
Por esse motivo específico não.
9. Você consegue achar alguma solução para esse problema?
-

Qual é a sua opinião em relação ao(s) sistema(s) de de avaliação (avaliações)? Porque você acha isso?

Eu acho que o antigo era melhor. Que você fazia pela numeração, as estrelinhas. Agora só falar se é legal ou não, positivo ou negativo é muito vago.

10. Qual é a melhor e a pior características dessas plataformas?
A melhor é o conteúdo, muita coisa e por estar disponível na smartv. O ruim é que você fica muito restrito aos conteúdos da Netflix ainda mais série que demora a sair, não tem séries completas, as temporadas todas, demora a ser liberada. É mais problemas de conteúdo, a interface é tranquila de ser utilizada.
11. Você já teve alguma outra dificuldade com essa plataforma?
-

ENTREVISTA PELA INTERNET

Demografia:

- Nome? (Os nomes serão ocultados pois não apresentam relevância para a pesquisa)
- Idade?
17 ou menos, 18 a 20, 21 a 29, 30 a 39, 40 a 49, 50 a 59, 60 ou mais.

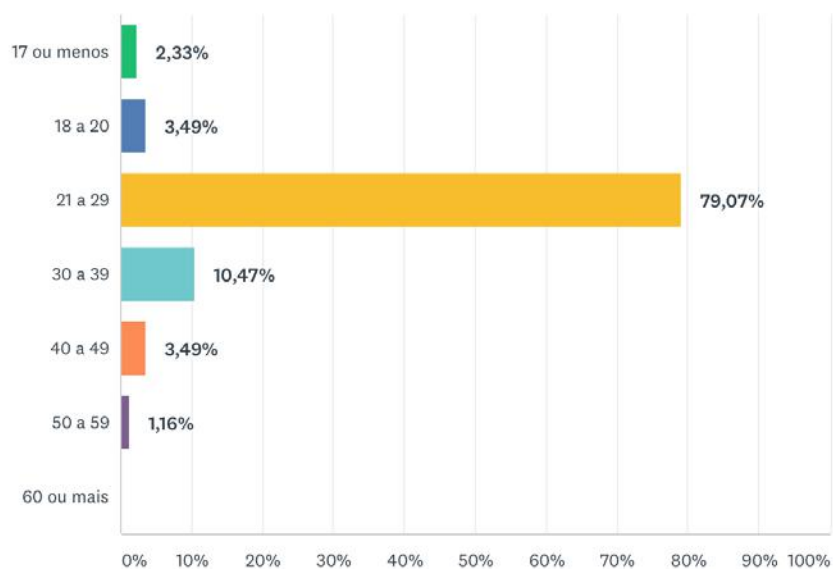
Sobre as plataformas:

- Quais plataformas de streaming você utiliza?
Netflix, Hulu, Amazon Prime Vídeo, outra.
- Como você escolhe o conteúdo que quer assistir?
Indicação de amigos, procuro na internet o que assistir, escolho de acordo com as sugestões da plataforma, procuro de acordo com as minhas preferências de gênero (ex. filmes de ação), Outro.
- Você enfrenta alguma dificuldade na hora de escolher conteúdo?
Sim/Não.
- Que dificuldade(s) você enfrenta? Porque você acha que tem essa(s) dificuldade(s)?
Resposta descritiva.
- Quanto tempo em média você leva pra escolher um conteúdo?
*Bem rápido, apenas acesso o conteúdo que já quero assistir. - 5 minutos;
Escolho um pouco, mas é bem rápido. 5-15 minutos;
Demoro um pouco normalmente. Mas nada demais. 15-30 minutos;
Demoro um pouco, tenho bastante dificuldade de escolher. 30-45 minutos;
Demoro muito. 45-60 minutos;
Demoro demais. As vezes até desisto de assistir pelo tempo de escolha. mais de 1h;
Outra alternativa? Escolha um período de tempo e coloque o que sente!*

- Você já desistiu de assistir alguma coisa?
Sim/Não; Porquê.
- Porque você acha que isso aconteceu?
Resposta descritiva.

Qual é a sua idade?

Responderam: 86 Ignoraram: 0

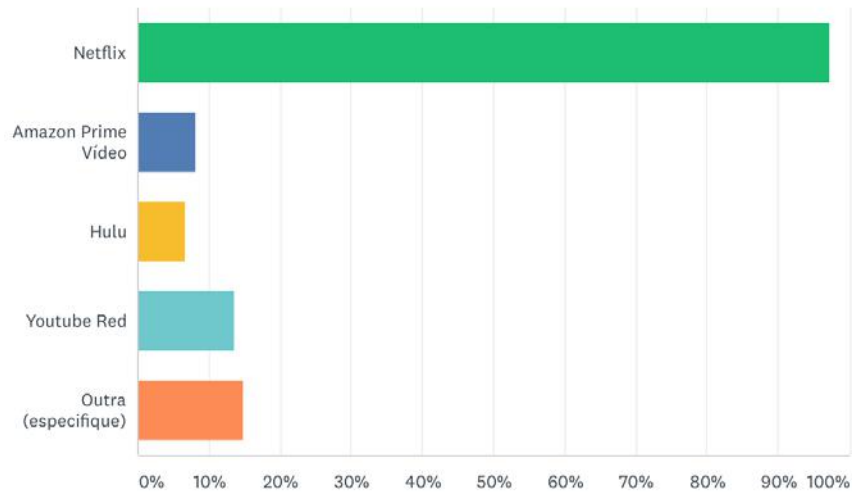


OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS
▼ 17 ou menos	2,33% 2
▼ 18 a 20	3,49% 3
▼ 21 a 29	79,07% 68
▼ 30 a 39	10,47% 9
▼ 40 a 49	3,49% 3
▼ 50 a 59	1,16% 1
▼ 60 ou mais	0,00% 0
TOTAL	86

Gráfico de idade dos
entrevistados

Quais plataformas de streaming você utiliza? (lembrando que plataformas como NET Now são plataformas On Demand e não plataformas de streaming)

Responderam: 74 Ignoraram: 12

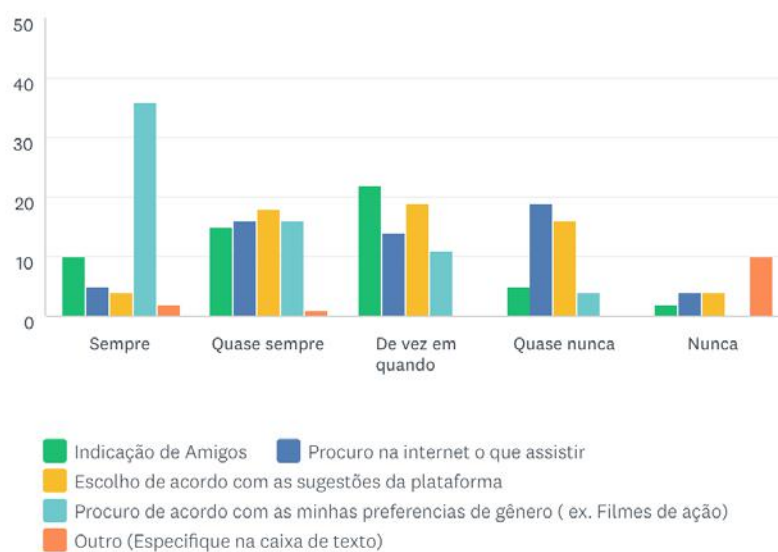


OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS	
Netflix	97,30%	72
Amazon Prime Vídeo	8,11%	6
Hulu	6,76%	5
Youtube Red	13,51%	10
Outra (especifique)	14,86%	11

Gráfico de plataformas utilizadas pelos usuários

Como você escolhe o conteúdo que quer assistir nessa(s) plataforma(s)?

Responderam: 74 Ignoraram: 12



	INDICAÇÃO DE AMIGOS	PROCURO NA INTERNET O QUE ASSISTIR	ESCOLHO DE ACORDO COM AS SUGESTÕES DA PLATAFORMA	PROCURO DE ACORDO COM AS MINHAS PREFERÊNCIAS DE GÊNERO (EX. FILMES DE AÇÃO)	OUTRO (ESPECIFIQUE NA CAIXA DE TEXTO)	TOTAL
▼ Sempre	17,54% 10	8,77% 5	7,02% 4	63,16% 36	3,51% 2	57
▼ Quase sempre	22,73% 15	24,24% 16	27,27% 18	24,24% 16	1,52% 1	66
▼ De vez em quando	33,33% 22	21,21% 14	28,79% 19	16,67% 11	0,00% 0	66
▼ Quase nunca	11,36% 5	43,18% 19	36,36% 16	9,09% 4	0,00% 0	44
▼ Nunca	10,00% 2	20,00% 4	20,00% 4	0,00% 0	50,00% 10	20

Comentários (2)

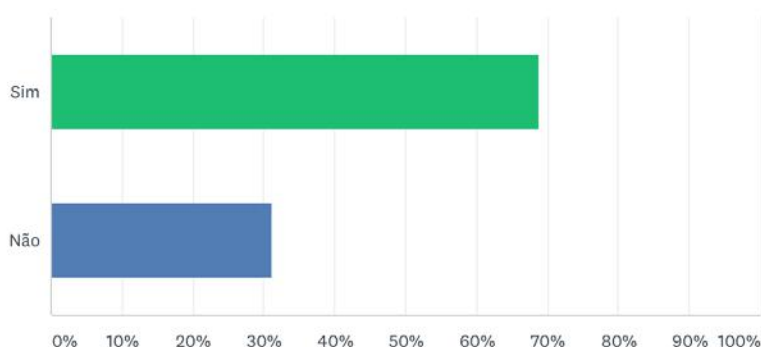
Comentários:

- de acordo com algum diretor que curto
- Por diretores e atores que curto.

Gráfico de escolha de conteúdo dos usuários

Você enfrenta alguma dificuldade na hora de escolher conteúdo?

Responderam: 74 Ignoraram: 12



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS	
Sim	68,92%	51
Não	31,08%	23
TOTAL		74

Gráfico representando o número de usuários que enfrenta dificuldade na escolha de conteúdo.

Que dificuldade(s) você enfrenta? Porque você acha que tem essa(s) dificuldade(s)?

- Normalmente a dificuldade vem quando não tenho ideia do que quero assistir e fico procurando só na esperança de achar algo diferente ahahah Algumas vezes não tem uma grande variedade de filmes/ séries em uma plataforma. Os gêneros são muito amplos, tenho que pesquisar sobre o filme, ver o trailer, verificar se vale a pena ou não assistir, porque muitas vezes a sinopse é meio genérica
- Decisão por onde começar. São muitas opções, e eu particularmente leio as informações na pagina do filme, para ver se é atrativo, para depois ver o trailer ,e assim decidir qual vou escolher.
- Interface confusa.
- Muitas opções. Desvia o foco.
- Tenho dificuldade de encontrar algo que queira assistir porque muitas vezes simplesmente nao confio na qualidade do que existe disponível.
- Geralmente a netflix lança muitos filmes de uma vez só, o que é bom pela quantidade de opções mas também causa muita dúvida na hora de escolher.
- A grande variedade de opções e o pouco tempo para assistir dificultam a priorização do que é melhor.

- Sozinho: Eu não gosto muito de arriscar a ver filmes e séries dos quais nunca ouvi falar. Talvez seja um medinho de perder tempo ou deixar coisas pela metade. Com amigos: Chegar num acordo do que assistir quando estou com amigos demora mais do que um tempo de filme. Maior parte das vezes a metade das pessoas já viu o filme, ou sabe que é ruim, ou não tá na vibe pra ver um gênero de filme, etc...
- Já vi quase tudo. (Filme)
- Já segui sugestão do Netflix e me deparei com filmes e séries péssimos.
- Difícil pq nunca sabemos se aquilo é realmente bom. As relevâncias do netflix as vezes erram muito e tenho medo de perder meu tempo. O que mais sinto dificuldade é em séries pra começar a assistir, porque é mais longo e demanda mais tempo, e não necessariamente o tema que gosto pode ter boas produções.
- Escolher algo que valha a pena "gastar" meu tempo. Tenho dificuldade justamente pelo que disse acima
- Não dificuldade em si, mas dúvidas de qual assistir primeiro pois são muitas opções
- Pois leio a sinopse e as vezes ela não é atrativa. Demoro a achar uma boa
- Pelo menos na netflix, nada fica na categoria certa, fora que eles classificam os filmes de acordo com o que você já assistiu antes, então sempre me indicam galinha pinta-dinha pq eu deixo minha afilhada ver uns desenhos de vez em quando.
- No caso do Netflix, filmes velhos e repetitivos. Ausência de conteúdo novo e atualizado.
- Demora para escolher. Acho que a sinopse é curta e geralmente não tem trailer de todos os filmes. A pesquisa também é um pouco precária.
- Muitas opções :#
- A dificuldade é só em escolher algo que seja ruim. Então perco minutos com dúvidas.
- Dificuldade em escolher de acordo com a sinopse e preferências do público.
- Difícil saber se o filme é realmente bom!
- Falta de Tempo para assistir tudo que gostaria kk
- Falta de opções
- As vezes o conteúdo não está disponível na plataforma ou já foi removido
- Primeiro pela gama de filmes que existe. São tantos que você fica na dúvida e às vezes não escolhe nada.
- Muitas opções pra escolher

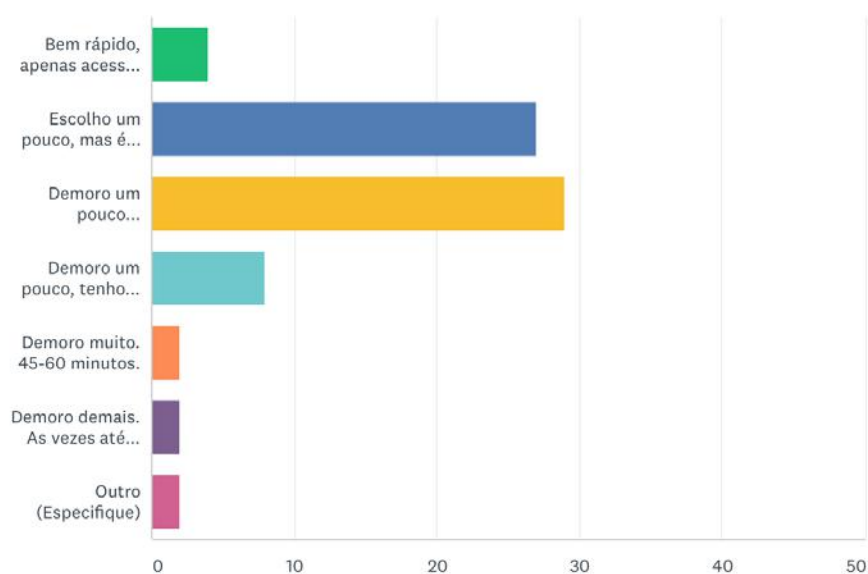
- Às vezes é muito conteúdo e eu fico indeciso
- Boa sinopse e crítica relevante sobre o conteúdo.
- Achar algum filme que eu queira logo de cara. Porque a Netflix exibe um feed de filmes muito resumido e muitas vezes os que estão ali eu já assisti ou não quero. Acho que eles precisam mudar a forma de exibição e fazer com que os usuários explorem mais e melhor todos os filmes que estão disponíveis. Procurar pelo nome do título nem sempre dá resultado, já que tem que ser muito específico.
- Os filtros não funcionam mto bem e os filmes são mto antigos as vezes .
- Indecisão. Pela quantidade de conteúdo disponível.
- No popcorn time e stremio existem algumas dificuldades, às vezes o filme ta errado, ou a legenda tá errada e não tem nenhuma que funcione ou o filme mesmo ta com problema. No netflix, às vezes a dificuldade é que não tem o filme que eu quero, ou se tem uma trilogia, sei la, só tem 1 filme da trilogia
- Excesso de opções e pouco tempo pra consumi-las
- Falta de organização na plataforma
- São tantas opções que no fim não consigo escolher
- Muitas opções. Talvez pela falta de organização (mais ainda) ou afinidade com as sugestões. Acho que as imagens mostradas tbm podem dificultar. (Usar imagens mais interessantes talvez ajudasse?)
- Muito conteúdo de baixa qualidade e antigo demais misturado com poucas coisas interessantes que somem no meio do catálogo
- Filmes relacionados nem sempre são da mesma linguagem ou do mesmo diretor, época, estilo.
- Primeiro escolho o que quero assistir para depois checar se está disponível, o que nem sempre acontece
- tem muita opção do que assistir. mas isso é algo bom. eu que sou indecisa mesmo.
- Fico sempre em dúvida
- Muitas opções e pouco tempo para assistir. Não sei priorizar
- Muito do q procuro não tem ou não tem continuidade (tem o filme 1 e o 3, mas não tem p 2, por exemplo). Os aplicativos para celular, com exceção do spotify, fazem você dar muitas voltas para chegar no lugar onde quer e muitas das vezes o aplicativo da erro antes de chegar lá (como exemplo tenho o HBO go, mas n tenho certeza se ele é streaming em vista do q vc explicou na frente).

- Tenho muita dúvida devido à quantidade de opções ou até mesmo da falta dela
- Excesso de conteúdo dificulta a escolha
- Sou muito indecisa
- O conteúdo as vezes fica se repetindo em diferentes categorias
- Muitas opções pode confundir e dificultar a escolha se o usuário ainda não tiver em mente exatamente o que deseja.

Gráfico de tempo de escolha de conteúdo

Quanto tempo em média você leva pra escolher um conteúdo?

Responderam: 74 Ignoraram: 12



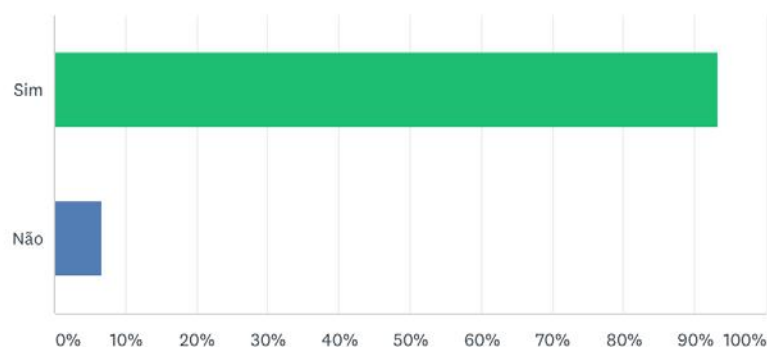
OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS	
▼ Bem rápido, apenas acesso o conteúdo que já quero assistir. - 5 minutos.	5,41%	4
▼ Escolho um pouco, mas é bem rápido. 5-15 minutos.	36,49%	27
▼ Demoro um pouco normalmente. Mas nada demais. 15-30 minutos.	39,19%	29
▼ Demoro um pouco, tenho bastante dificuldade de escolher. 30-45 minutos.	10,81%	8
▼ Demoro muito. 45-60 minutos.	2,70%	2
▼ Demoro demais. As vezes até desisto de assistir pelo tempo de escolha. Mais de 1h.	2,70%	2
▼ Outro (Especifique)	2,70%	2
TOTAL		74

Comentários

- Talvez se existisse um link com o rotten tomatoes/imdb, ou até uma sessão com comentários/ porcentagem de quem curtiu ou não assistir, fosse mais fácil decidir.
- Depende. Às vezes consigo escolher em 15 minutos. Às vezes leva 30 min. E já cheguei a ficar 1h ou mais escolhendo. Acho que isso tem relação com a resposta que eu dei acima. A exibição dos filmes é pouca e tem muito conteúdo "escondido". Isso faz com que possa demorar mais. Por ex: eu não fico na internet procurando um trailer e depois que gosto do título faço a busca na netflix. Há o receio de que não tenha lá (afinal, muitos títulos conhecidos e que eu acho importantes não estão). Então parece mais sensato você escolher direto na plataforma, com o que eles já mostram que têm
- Eu demoro bastante. Nunca contei o tempo, mas deve demorar até 30. Como não gosto de perder tempo escolho logo algum no tempo limite que me proponho não ultrapassar.
- Quando demora mais de 30 minutos, opto por assistir um série de curta duração do que ver um filme que tender a ser mais longo.

Você já desistiu de assistir alguma coisa?

Responderam: 74 Ignoraram: 12



OPÇÕES DE RESPOSTA	RESPOSTAS	
Sim	93,24%	69
Não	6,76%	5
TOTAL		74

Gráfico de desistência

Porque você acha que isso aconteceu?

- Não prendeu minha atenção.
- No Netflix, especificamente, porque ele sempre mostra os mesmos filmes/séries. Nunca sei se é porque ele tem poucas opções ou se eu acabo assistindo um mesmo

gênero, e no fim ele acaba só me mostrando conteúdos semelhantes.

- Por que fiquei cansada e dormi.
- Não tinha o que eu queria.
- Porque ficava travando toda hora.): Ou pq era chato mesmo.
- Conteúdo não condizente com o meu interesse momentâneo.
- Porque não tinha tempo disponível e não era interessante o suficiente pra que eu me compromettesse com isso.
- Quando não está disponível em uma plataforma de streaming, é comum eu desistir de assistir. Hoje em dia tenho preguiça de procurar torrent, baixar, procurar legenda, etc.
- Por que não gosto de cookies
- Porque normalmente não sou assídua em ver séries, é um pouco difícil me "prender" em uma. Prefiro fazer outras coisas de meu interesse, como desenhar, comer dormir etc.
- Porque era muito ruim, kkkjj
- ou pelos reviews de nota no próprio aplicativo de streaming, por ter detestado a própria sinopse ou terem me alertado de que não valeria a pena.
- Achei ruim.
- Por ter tido experiência com filmes ruins
- Por conta de ter muitos comerciais no meio do vídeo
- Pq, como falei, a temática que gosto nem sempre faz boas produções. Ex: ficção científica, western...
- Preguiça e perda de interesse
- Preguiça de assistir, ou demora na escolha, ou falta de opção boa até
- Falta de interesse no conteúdo da mídia
- Pois era chato. Não é culpa da plataforma, mas sim do meu gosto
- Porque não conseguia achar nada que fosse parecido com o que eu tinha em mente. A sessão de comédia deles só tem filme do adam sandler ou uns besteiróis bem piores.
- Dificuldade na busca de conteúdo na plataforma, ausência de conteúdo atualizado e descrições que não batem com a história do filme.

- Eu sou muito impaciente assistindo coisas no computador. Então se eu to ficando entediado ou com sono, eu saio do filme e vou falar com pessoas ou jogar e isso mostra meu desinteresse. Porque quando eu gosto eu fico muito vidrado.
- Já havia gastado muito tempo para procurar o que ver. Ou percebi que não era o que eu imaginava nos primeiros minutos.
- Porque não tava conseguindo achar nada que se encaixava no que assistir
- Falta de interesse
- O conteúdo não foi interessante.
- Comecei a assistir e não achei mau interessante como descrito na sinopse.
- Não correspondência com a expectativa da sinopse.
- Por que eu não estava no clima ou percebi que a proposta não me agradava
- Passou tanto tempo que desisti, não sabia o que escolher, se era bom ou não o filme!
- Provavelmente não era o que eu esperava ao ler a sinopse
- Porque não encontrei o conteúdo que desejava.
- Porque o conteúdo era desinteressante
- Pela questão que indiquei acima. Às vezes são tantas as opções que no final não se escolhe nada.
- Internet ruim.
- Preguiça.
- Normalmente por falta de legenda, áudio não sincronizado (popcorn), etc
- Por que o filme era entediante demais
- Depois que passei de uma hora, começar um filme de mais de 2h seria muito desgastante.
- O conteúdo não era tão legal quanto a sinopse prometia.
- Começou a me desagradar, falta de tempo, outros interesses etc
- Por não ter encontrado no catálogo do serviço de streaming que utilizo.
- Porque não funcionou. Desisti de assistir a uns filmes no streimio e popcorn pq não funcionavam. No netflix, já desisti mas foi de cansaço ou pq não achei o conteúdo que eu queria.

- O conteúdo não era do meu agrado ou não prendeu minha atenção
- Desinteresse pelo conteúdo poucos minutos após iniciar
- Filme grande. Cansaço. Demorei de escolher antes.
- Após rodar por quase 1 hora procurando algo, desistir e assistir tv normal.
- Porque amigos disseram que o conteúdo era bem ruim.
- Dificuldade em encontrar algo do meu interesse.
- Não encontrei nada que me agradasse naquele momento
- já aconteceu de eu querer assistir algo e ficar procurando por tanto tempo que a vontade passou.
- Pq desgostei no meio do caminho ou pq li críticas muito ruins do que estava assistindo/ assistir
- Um seriado com muitas temporadas
- Por aparecer alguma outra atividade mais interessante no momento .
- Porque o aplicativo cokica muitas etapas para alcançar a programação q quero ou porque deu muito erro de carregamento.
- Porque não achei nada que tivesse com vontade de ver e fiquei revoltada ou ficou muito tarde :|
- Por ter encontrado algo diferente
- O conteúdo não era o que eu esperava.
- Hulu e a quantidade de comerciais
- Porque tinham muitas opções, não sabia qual escolher, fiquei irritada e desisti. As vezes eu acabo vendo algo que já vi antes só para evitar essa fadiga.

ANEXO II - PESQUISA DE GÊNEROS

Neste anexo, está a pesquisa de gênero feita em sites que falam sobre cinema e outras plataformas de streaming.

NETFLIX

Ação
Anime
Vencedores de prêmios
Filmes brasileiros
Infantil e Família
Classicos
Comédias
Documentários
Dramas
Fé e espiritualidade
Terror
Independente
Internacional
LGBTQ
Musica e Musicais
Filme Policial
Romance
Sci-Fi e Fantasia
Esportes
Comédia Stand-up
Suspense

AMAZON PRIME

Ação e Aventura
Documentário
Comédia
Suspense
Romance
Crime
Terror
Infantil e Família
Animados

ROTTEN TOMATOES

Ação e Aventura
Animação
Art House e Internacional
Clássico
Comédia
Documentário
Drama
Terror
Infantil e Família
Musical e Performing Arts
Mistério e Suspense
Romance
Sci-Fi e Fantasia
Interesse Especial
Esportes e Fitness
Filmes para TV
Western

IMDB

Comédia
Sci-Fi
Terror
Romance
Ação
Suspense
Drama
Mistério
Crime
Animação
Aventura
Fantasia
Comédia Romantica
Comédia de Ação
Super-Heroi

STREMIO

Vencedores do Oscar
Ação
Aventura
Animação
Biografia
Comédia
Crime
Documentário
Drama
Família
Fantasia
História
Horror
Música
Musical
Mistério
Romance
Sci-Fi
Suspense
Guerra

TELECINE PLAY

Ação
Animação
Aventura
Biografia
Comédia
Comédia Romantica
Documentário
Drama
Ficção-Científica
Infantil
Musical
Romance
Suspense
Terror
Western

HBO GO

Ação
Aventura e Fantasia
Comédia
Drama
Família
Romance
Suspense
Terror e Sci-Fi

POPCORN TIME

Ação
Aventura
Animação
Biografia
Comédia
Crime
Documentário
Drama
Família
Fantasia
Film Noir
História
Terror
Musica
Musical
Mistério
Romance
Sci-Fi
Curta
Esporte
Suspense
Guerra
Western