



Design e emoção na qualificação das experiências de educação: redução da ansiedade na busca de cursos de mestrado

Design and emotion to qualify experiences in education: anxiety reduction in choosing master courses

Jussana Ramos dos Santos, Universidade do Vale do Rio dos Sinos.
jussana.ramos@gmail.com

Leandro Miletto Tonetto, Universidade do Vale do Rio dos Sinos.
ltonetto@gmail.com

Resumo

A pesquisa em design tem revelado uma crescente preocupação com a qualificação das experiências vividas pela sociedade em geral, a fim de promover melhorias na vida cotidiana. Uma das áreas em foco nos estudos sobre a experiência do usuário é a educação, e as experiências projetadas podem ir desde a promoção de emoções positivas, como a inspiração, até a redução de reações negativas, como a ansiedade. A pesquisa relatada teve como objetivo discutir como a análise da experiência do usuário pode contribuir para o processo de design de experiências na área de educação, a fim de reduzir a ansiedade na escolha de programas de mestrado. Foram realizadas vinte entrevistas em profundidade com pessoas em processo de busca de informações sobre programas de mestrado. Os resultados indicaram uma série de gatilhos (causas) da experiência de ansiedade. Foi possível perceber que é possível projetar com base na compreensão de tais gatilhos, a fim de evitar experiências negativas na escolha de cursos em nível de mestrado.

Palavras-chave: Design Emocional; Experiência do Usuário; Teoria dos Appraisals; Educação.

Abstract

Design research has shown a growing interest in qualifying user experience in order to improve daily life. Education is one of the fields in focus in user experience studies. The designed experiences can evoke positive emotions, such as inspiration, or reduce negative reactions, as anxiety. This research was aimed at discussing how the analysis of user experience can contribute to design experiences in education to reduce anxiety when choosing master courses. Twenty in-depth interviews were developed with users who were looking for information about master courses. Results show a series of triggers of anxiety. It was possible to identify that it is possible to design based on these triggers to avoid negative experiences when choosing these courses.

Key-words: Emotional Design; User Experience; Appraisal Theory; Educação.

1. Introdução

O cenário do ensino superior vem apresentando uma crescente oferta de programas em nível estrito senso. Considerando a grande quantidade de oferta por parte das instituições de ensino superior e a complexidade da escolha, escolher pode ser uma experiência ansiogênica para o candidato. Uma experiência desagradável e a incerteza sobre o futuro podem estar, portanto, presentes na vida de muitas dessas pessoas. Nessa direção, o design, nas últimas décadas, vem se ocupando da qualificação da vida cotidiana, por meio de projetos com foco na experiência do usuário, em contextos como o descrito.

O termo projetar para experiências pode ser considerado como um processo de tentar antever respostas emocionais que podem surgir após a experiência tida pelo usuário. Sendo assim, é possível projetar para despertar uma emoção positiva ou evitar uma emoção negativa (DEMIR et al. 2009). Há diversas abordagens que visam compreender as diferentes respostas emocionais resultantes da interação de usuários com produtos e serviços, mas uma das mais amplamente utilizadas na pesquisa em design no cenário internacional é a Teoria dos Appraisals, introduzida na área por Desmet (2002).

Appraisals são avaliações dos usuários em relação a produtos, serviços ou quaisquer estímulos do ambiente. Estas avaliações são entendidas como os gatilhos das emoções, de modo que a origem da forma como o ser humano se sente em relação a um estímulo está na maneira como ele processa a informação, não ao estímulo em si (DEMIR, DESMET e HEKKERT, 2009). Nessa direção, uma experiência positiva no ensino, por exemplo, depende da interpretação que o aluno faz da situação mais que do evento propriamente dito.

Com base nesta contextualização, o presente estudo traz a discussão sobre como a análise dos appraisals pode contribuir para o processo de design de serviços na área de educação, a fim de reduzir a ansiedade na escolha de programas de mestrado. Essa reflexão traz elementos que dão suporte para a geração de ideias projetuais a fim de qualificar as experiências de futuros mestrandos que se encontram no processo de busca de informações sobre os cursos.

Apesar de a ansiedade ser um ponto importante desse estudo, o mesmo não tem por objetivo sua definição em nível conceitual. Vale ressaltar, no entanto, que a ansiedade pode ser definida como uma experiência de medo e apreensão com relação a uma antecipação de perigo em potencial seja ele real ou desconhecido (CASTILLO et al., 2000). Ela está relacionada com o meio ambiente no qual as pessoas se sentem ansiosas, pois se consideram incapazes e carentes de recursos para lidarem com tais situações de risco (NARDI ET AL., 1996).

A principal razão para essa escolha dá-se pelos resultados encontrados no próprio estudo, descritos na seção intitulada “Resultados e Discussão”. Esses resultados estão baseados no entendimento dos entrevistados de que a ansiedade é uma das emoções sentidas no processo de busca de informações sobre o mestrado. Além disso, essa experiência foi consistentemente relatada como bastante negativa no processo de escolha de um mestrado.

Nessa direção, como objetivo geral, pretendeu-se entender os caminhos projetuais para a redução da ansiedade, a partir de sua compreensão no processo de busca de informações dos interessados em mestrados. Esta análise, portanto, resultou em um entendimento de que as

emoções e suas causas podem gerar elementos tangíveis e projetuais, dos quais designers e instituições de ensino superior podem se apropriar.

As seções seguintes apresentam uma fundamentação teórico-metodológica para trabalhar com a Teoria dos Appraisals no design, o método do estudo, resultados, discussão e considerações finais.

2. Fundamentação Teórico-Metodológica: A Teoria dos Appraisals

A Teoria dos Appraisals, proveniente da Psicologia e introduzida no Design por Desmet (2002), é a abordagem que entende as emoções que surgem através de uma avaliação (appraisal) de um evento ou uma situação (DESMET, 2002; ROSEMAN, 2001). Essa avaliação está relacionada a uma situação ocorrida com o indivíduo que venha a ser favorável ou desfavorável. A teoria estuda as emoções e sua aplicação torna-se relevante ao design por dar suporte à tomada de decisões projetuais, cujo objetivo é provocar determinada experiência emocional.

Conforme Frijda et al. (1989), o processo de avaliação forma um padrão de associação com as emoções surgidas. Com isso, é possível afirmar que as diferentes emoções são resultantes de avaliações distintas. Segundo Lazarus (1991), o processo de avaliação torna-se fundamental para o surgimento de alguma emoção. Nesse caso, pode-se afirmar que uma avaliação da situação é que determinará a emoção que irá surgir.

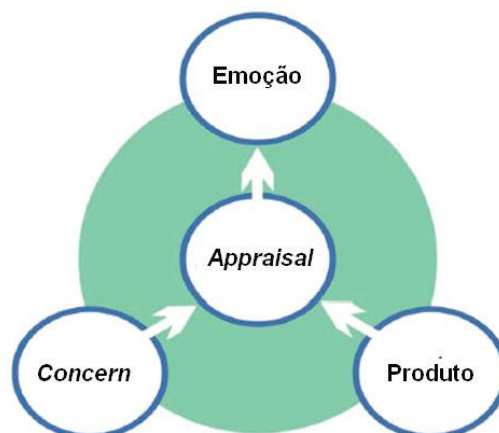


Figura 1: Representação da Teoria dos Appraisals (Desmet e Hekkert, 2007, p.62, adaptado por Tonetto e Costa, 2011, p.138).

De acordo com a Figura 1, há três variáveis que fazem parte do processo de compreensão das emoções: (a) as demandas das pessoas (concerns), (b) os estímulos (produtos, serviços, entre outros) e (c) avaliação (appraisals). Segundo Hoffart (2008), o ponto principal nesse processo são os interesses que funcionam como referência para determinar a significância emocional do estímulo. Esses interesses podem estar relacionados às preferências que as pessoas têm sobre as coisas. Nesse sentido, de acordo com a figura anterior, o processo de avaliação tem como função intermediar as demandas do usuário (concerns) e os estímulos (como produtos e serviços).

A proposta dos appraisals, conforme Demir et al. (2009), envolve duas abordagens que descrevem e diferenciam as avaliações: temática e componencial. Na abordagem temática, as avaliações são descritas de forma sintetizada, direta, e que traduz o significado da situação da pessoa de forma geral. Lazarus (1991) exemplifica essa abordagem através da tristeza, que no sentido geral, é traduzida como uma perda irrevogável. Nesse contexto, se houve uma situação de perda irrevogável, a tristeza pode ser considerada como uma emoção resultante.

Já na abordagem componencial, as avaliações não são descritas de forma direta, através de uma única pergunta. Pelo contrário, há uma série de questões que são diferentes umas das outras, mas que estão relacionadas à mesma situação (ROSEMAN, 2001; SCHERER, 2001). Em outras palavras, são diferentes combinações de respostas para essas questões que resultam em diferentes emoções (ELLSWORTH e SCHERER, 2003). Essas questões podem ser destacadas como: “Quem ou o quê é o responsável por tal situação?” ou “Como esta situação está relacionada com as minhas motivações?”, dentre outras perguntas. De acordo com Demir et al. (2009), existem sete componentes de appraisals que são úteis para investigações em design, conforme é possível observar no Quadro 1.

Componente de appraisal	Exemplo de questão relacionada ao appraisal
Consistência do motivo	O produto auxilia a atingir meus objetivos?
Prazer intrínseco	O produto é prazeroso?
Confirmação de expectativas	O produto atende minhas expectativas?
Agente	Quem (ou o quê) é responsável pela situação gerada ou vivida por/com este produto?
Conformidade com padrões	Este produto está de acordo com normas e padrões, comparado a outros similares?
Certeza	Quão certo estou de que este produto continuará a atender o que se propõe no futuro?
Potencial de coping (enfrentamento)	Consigo lidar com adversidades vividas com o produto?

Quadro 1: Componentes dos Appraisals (Adaptado de Tonetto e Desmet, 2012).

A Teoria dos Appraisals, conforme Demir et al. (2009), trata de uma relação causal entre avaliações e emoções, o que significa que a ativação de um padrão específico de appraisal resulta em uma emoção correspondente. Em outras palavras, se há conhecimento do padrão específico de appraisal, a ação positiva de projetar para uma experiência emocional se torna mais próxima de ser realizada.

3. Método

A pesquisa realizada trabalhou com informações qualitativas, por meio de entrevistas em profundidade. Elas foram realizadas com candidatos a programas de mestrado de universidades que aceitaram compartilhar contatos para a pesquisa.

O critério para a seleção dos entrevistados foi o envolvimento no processo de contato com os cursos para a seleção discente de 2013 em um período estimado de 30 dias antecedentes à

formalização da inscrição nos programas de pós-graduação. Um e-mail foi enviado aos contatos com um convite a participarem da pesquisa.

Participaram da coleta 20 futuros mestrandos. Para a definição deste número, utilizou-se o que se denomina amostragem por saturação (FONTANELLA ET AL., 2008). A saturação ocorre quando as informações coletadas sinalizam redundância, resultando em repetição, o que indica que o fenômeno foi suficientemente observado nas verbalizações.

Segundo Demir et al (2009), existem duas abordagens que identificam padrões de respostas emocionais: a subjetiva e a objetiva. A objetiva se diferencia da subjetiva, pois não é sensível o suficiente para identificar elementos que são vistos através da subjetiva, por exemplo, expressões faciais. Nesse sentido, a abordagem subjetiva foi escolhida para a realização dessa pesquisa, que envolve, em seu contexto, três fases: sensibilização, captura e identificação. A fim de facilitar a expressão das emoções em nível verbal, considerando a dificuldade de muitos de falar sobre o tema, os autores propõem que se utilize como estímulo, uma lista de palavras emocionais, originalmente desenvolvida por Scherer (2005). O Quadro 2 apresenta as três fases da coleta de dados realizada tanto na proposta original da pesquisa, como na adaptação realizada para o presente estudo.

Fase	Modelo Demir <i>et al.</i> (2009)	Adaptação para a pesquisa
Sensibilização	<ul style="list-style-type: none">- Lista de Scherer (2005): seleção de 10 emoções.- Relato das experiências em cada uma das 10 emoções.- Coleta de informações em diversos encontros.- Lista na versão em inglês.	<ul style="list-style-type: none">- Lista de Scherer (2005): seleção de 3 emoções.- Relato das experiências em cada uma das 3 emoções.- Coleta de informações em momento único.- Tradução da lista para a versão em português.
Captura	<ul style="list-style-type: none">- Uso de livreto para responder diariamente questões feitas através de mensagens (SMS).- Lista Scherer (2005): seleção de emoções ou inclusão de novas emoções não listadas.- Descrição da experiência com o produto, incluindo local e causas das emoções evocadas.- Registro fotográfico do produto.	<ul style="list-style-type: none">- Fase de captura ocorreu em apenas um dia.- Lista Scherer (2005): seleção de emoções ou inclusão de novas emoções não listadas.- Entrevista para descrição das experiências com o serviço prestado, oferecendo informações detalhadas sobre cada uma delas.- Entrevista para identificar os padrões de respostas emocionais.
Identificação	<ul style="list-style-type: none">- Entrevista para identificar os padrões de respostas emocionais. Ocorreu em data posterior à fase da captura.- Descrição de todas as possíveis causas para as emoções (<i>appraisals</i>).- Tempo médio da entrevista: 45 min.	<ul style="list-style-type: none">- Descrição de todas as possíveis causas para as emoções (<i>appraisals</i>).- Não houve registro fotográfico- Fases de captura e identificação trabalhadas de forma integrada.- Tempo médio da entrevista: 30 min.

Quadro 2 - Técnica proposta por Demir et al. (2009) e adaptação ao estudo relatado (Elaborado pelos autores).

As entrevistas foram registradas em áudio e posteriormente transcritas. A análise ocorreu por meio da técnica de Análise de Conteúdo (BARDIN, 1995). As categorias, formadas a partir de similaridades nas verbalizações (elaboradas a posteriori), foram formuladas sem relação inicial com os componentes dos appraisals, que ocorreu na discussão dos resultados.

4. Resultados e Discussão

A análise das entrevistas resultou em conteúdos que se tornaram base para a elaboração de categorias e subcategorias, sem qualquer relação teórica inicial. Após essa estruturação foi possível relacionar as categorias criadas com os sete componentes dos appraisals, indicados na fundamentação teórico-metodológica do artigo. As categorias são apresentadas no Quadro 3 e detalhadas posteriormente.

Categoria	Descrição	Subcategorias
Informações	Conteúdos	Desconhecimento do que é um mestrado; Nível de clareza das informações disponíveis.
Recursos Profissionais (atendimento)	Fonte de informação	Informações no site; Atendimento pessoal da secretaria; Atendimento pessoal do professor; Atendimento não pessoal da secretaria (telefone ou e-mail).
Recursos não profissionais (estrutura)	Fontes pessoais e estrutura	Recursos próprios; Localização da IES; Apoio familiar, amigos e colegas.

Quadro 3: Categorias e subcategorias (Elaborado pelos autores).

A categoria Informações pode ser entendida como a base desse estudo, por ter sido a mais intensamente comentada pelos participantes. Por apresentar distinção de significado e interpretação por parte dos entrevistados, ela foi dividida em duas subcategorias: o desconhecimento da proposta do curso e o nível de clareza e falta de informações disponibilizadas.

A subcategoria que envolve o desconhecimento da proposta do curso está relacionada com os objetivos de um curso de mestrado, que devem, de acordo com os entrevistados, ser desmistificados e mais explorados pelas instituições de ensino superior que oferecem cursos desse nível. Os participantes abordaram esse ponto, referenciando o fato de não terem conhecimento do que um curso de pós-graduação em nível de mestrado pode oferecer ou do que ocorrerá após a conclusão do curso. Isso pode resultar em ansiedade, que acaba bloqueando o candidato de ir atrás de mais informações, provocando, nesse caso, uma reflexão se realmente o interessado está no caminho certo. Em outras palavras, há incerteza e receio de que haja um arrependimento futuro. Segundo o Entrevistado 2, “é mergulhar num universo pouco conhecido (...) tem uma cortina aí (...) não quero fazer o mestrado por dois anos e me arrepender”.

Diante disso, é possível perceber que se pode gerar ansiedade tanto positiva como negativa. O sentido positivo está relacionado com a existência do conhecimento e do estímulo que desperta curiosidade para explorar o desconhecido. Por outro lado, o sentido negativo envolve a



incerteza por não ter uma noção do que é um mestrado e por não imaginar o ocorrerá após a conclusão do curso.

A subcategoria que envolve o nível de clareza e falta de informações disponibilizadas está relacionada com o entendimento do que é ofertado por um programa de pós-graduação. Essa subcategoria foi criada com base nos entrevistados que manifestaram ansiedade por não compreenderem as informações disponibilizadas ou exigirem que as mesmas estivessem mais completas. Ela é bem ilustrada pela fala do Entrevistado 4: “O que é CAPES? A impressão que dá é que a informação é muito óbvia para quem já está envolvido”.

Muitas vezes, existe conhecimento, mas não há confirmação do mesmo. O processo de preparo e tentativa de esclarecimento pode gerar ansiedade boa ou ruim, conforme relatos dos entrevistados. Em alguns casos, ter o conhecimento sobre do curso e saber os canais para esclarecer mais sobre a proposta do mesmo contribuem para reduzir essa emoção. Por outro lado, porém, o fato de ter o conhecimento do curso e não conseguir acessar às informações ou não entendê-las, pode vir a ser um processo que resulta em algo ruim, ou seja, uma ansiedade negativa.

A categoria dos recursos profissionais envolve as pessoas e fontes de informações que os interessados buscaram para tentar esclarecer suas dúvidas. Como surgiu mais de uma fonte de consulta, esses recursos foram organizados em quatro subcategorias: o processo de busca de informações no site, o atendimento pessoal da secretaria, o atendimento pessoal do professor do mestrado e o atendimento não pessoal da secretaria (através de telefone ou email).

A subcategoria que envolve a busca de informações no site foi criada devido a sua consistente menção entre os participantes. Para os entrevistados, a tentativa de encontrar informações e esclarecer as dúvidas através da consulta no site foi importante. Para alguns, consultar as páginas web das universidades e comparar as informações disponíveis dos cursos contribuiu para reduzir a ansiedade na escolha de qual curso seria o ideal. Por outro lado, a experiência pode ser negativa, como ilustrado pelo Entrevistado 4: “O site da ‘instituição A’ não ajudou muito (...) A linguagem estava muito inacessível. Já no site da ‘instituição B’ tu sente uma diferença”. Complementando, o Entrevistado 6 afirmou que “O site te diz muito de quase nada”.

De uma forma geral, a escolha pelo site como principal fonte para a busca de informações pode ser um processo que reduz ou potencializa a ansiedade dos interessados. Em alguns casos, não há como controlar tal emoção, já que o edital disponível na internet e que menciona a realização de uma prova não está no controle do responsável por projetar e desenvolver esse recurso.

No entanto, neste caso, podem ser utilizados todos os recursos que a ferramenta tem condições de oferecer com o objetivo de reduzir ainda mais o que os participantes mencionaram como sendo as causas principais dessa emoção nessa interação. Em outras palavras, os recursos citados acima se referem às informações detalhadas de como será aplicada e o que envolverá tal prova no processo seletivo discente para o mestrado.

A subcategoria que relaciona o atendimento pessoal da secretaria envolve a prestação de serviço direto ao interessado pelo curso. São as pessoas que trabalham na secretaria do

programa de pós-graduação e que tem o conhecimento para orientar a esclarecer qualquer tipo de dúvida que esteja relacionada com o curso pelo qual há um interesse.

Em linhas gerais, o contato direto com a secretaria dos programas pode vir a ser um canal que consiga dar o suporte necessário aos que estão em busca de informações sobre os cursos. Ao conseguir atender às dúvidas dos candidatos, é possível que esse futuro aluno saia satisfeito e confiante com essa interação. Em outras palavras, emoções positivas seriam os resultados desse contato.

Ali mesmo no balcão, eu já expliquei o meu perfil e os meus objetivos (...) vi que reduziu a minha ansiedade, pois consegui o nome do professor com quem eu poderia conversar (...) eu particularmente não gosto de tentar descobrir uma coisa que manda falar com outro, falar com outro (...) e tu não consegue (sic) a informação (...) na secretaria foi tranquilo” (Entrevistado 6).

Ao contrário disso, emoções negativas poderão surgir, caso o interessado não consiga esclarecer suas dúvidas frente a esse recurso, gerando, assim, maior ansiedade no processo, como é possível observar na fala do Entrevistado 1, a seguir: “Não foi objetivo ter um atendimento ‘mais comercial’, quando o atendente fica em cima vendendo (...) se isso acontecer, vai caracterizar o que eu não estou procurando”.

Além do atendimento pessoal da secretaria ter sido mencionado pelos entrevistados, o atendimento pessoal dos professores também foi considerado importante recurso para reduzir a ansiedade dos interessados pelos cursos. Essa subcategoria envolve conversas e encontros entre os interessados pelos mestrados e os professores que acabaram se tornando referências positivas para muitos dos mesmos.

Conversei com professores para alinhar projeto e para me aproximar deles (...) fiquei mais tranquila (...) eu precisava de alguém que me compreendesse e me motivasse (...) a professora que me atendeu foi muito querida (...) tive muita ajuda dela (...) os professores não imaginam como são importantes nesse processo (Entrevistado 12).

A iniciativa de procurar professores, portanto, para solucionar questões sobre os cursos pode resultar em algo positivo ou negativo. A dimensão positiva pode implicar na redução da ansiedade e na maior confiança dos futuros candidatos para desenvolver bons projetos e participar de forma mais segura do processo seletivo discente. Já o lado negativo pode resultar em uma maior ansiedade, pelo fato de os interessados permanecerem sem as respostas desejadas. Essa ansiedade pode ser potencializada devido à expectativa que o aluno cria no momento em que se prepara para uma conversa com um dos professores do mestrado. Na opinião de alguns participantes, os docentes são considerados peças fundamentais nesse processo. Sendo assim, o posicionamento do professor pode influenciar no aumento ou na redução da ansiedade dos alunos que buscam ingresso no mestrado.

A subcategoria que relaciona o atendimento não pessoal da secretaria foi nomeada dessa forma por envolver a prestação do serviço da secretaria através do atendimento telefônico e do uso de e-mails. Essas duas ferramentas foram mencionadas pelos entrevistados que as utilizaram para esclarecer dúvidas sobre os cursos de interesse.

Através dos relatos, pode-se afirmar que, tanto o canal telefônico, como a troca de e-mails, são recursos que tendem a reduzir a ansiedade dos interessados: “Quando eu liguei achei o pessoal super atencioso (...) Atendimento é fundamental (...) Gostei muito do atendimento da

‘instituição A’ (...) me estimulou a ir visitá-los para conhecer pessoalmente o curso e os professores” (Entrevistado 4).

Ambos os canais têm o papel de esclarecer as pequenas dúvidas sobre os cursos, por exemplo, agendamento com professores, informações financeiras, cronograma do processo seletivo entre outras questões que geram certa ansiedade nos mesmos. Esses candidatos buscam esclarecer, de forma imediata, essas informações. Especificamente o processo de busca de informações através da troca de e-mails com a secretaria do programa pode ser avaliado como uma forma de confirmar alguma informação que gerou dúvidas ou até mesmo para descobrir novas informações.

A categoria recursos não profissionais envolve outros canais ou formas que os interessados procuram para lidar com situações que pudessem gerar alguma emoção negativa no processo de escolha dos cursos desejados. Essa categoria foi organizada em três subcategorias: recursos próprios para lidar com os problemas; localização da IES; relações e contatos com outras pessoas.

A subcategoria dos recursos próprios envolve as formas que os entrevistados buscaram para lidar com a ansiedade gerada durante o processo de busca de informações e definição do mestrado a ser cursado. Alguns participantes não buscaram nenhum recurso externo para lidar com a ansiedade, mas encontraram maneiras mais pessoais para que tal emoção pudesse ser reduzida ou até mesmo desaparecer.

Pode-se afirmar que cada indivíduo procura criar a sua própria maneira de lidar com a ansiedade na hora que decide iniciar o processo de busca de informações e escolha do mestrado que irá cursar: “Defini os meus objetivos (...). Tive em mente o que eu queria buscar e onde eu quero e preciso saber para chegar (...). Essa foi a forma que eu busquei para reduzir a minha ansiedade durante a escolha do curso” (Entrevistado 6). Esse processo, considerado interno, resultará em algo positivo ou negativo. O lado positivo pode ser o resultado de um foco maior dado nesse processo, ou seja, um interessado, mesmo em um momento de ansiedade, pode fazer um esforço para se concentrar e conseguir se preparar para esse momento de escolha.

Por outro lado, resultados negativos poderão surgir se o interessado, ao entrar em um estado de ansiedade, decidir não ir em busca de informações ou até mesmo em não consultar os outros canais e contatos mencionados anteriormente. Sendo assim, a incerteza e a ansiedade surgirão se o futuro aluno não souber lidar com tais emoções.

Mesmo não sendo um recurso considerado controlável por pessoas que se encontram nessa fase de escolha do mestrado a ser cursado, a localização da universidade ofertante do curso foi mencionada, por alguns participantes, como uma causadora de ansiedade. Para alguns entrevistados, mesmo já com a etapa de escolha do curso finalizada, a ansiedade se potencializa por não conseguirem mudar algo que os favoreça. Nesse sentido, não ter o controle e a certeza de que as questões estruturais dos cursos podem vir a sofrer alterações gera certa ansiedade nos indivíduos que se encontram na fase de escolha do mestrado.

Por fim, os contatos pessoais que os interessados buscam para lidar com a ansiedade no processo de escolha do curso representam essa subcategoria. Todos os entrevistados receberam o suporte de amigos, colegas, familiares ou até mesmo de chefias que se tornaram referências

em contribuir para lidar com a ansiedade durante essa fase. Para os entrevistados, cada uma dessas pessoas teve papel importante em todas as partes desse processo. Um dos participantes (Entrevistado 11) ilustrou o contato: “Procurei conversar com amigos que já concluíram o mestrado, pois são pessoas que subsidiam a ideia (...) isso me deixou menos ansioso com o que eu encontraria lá na frente”.

Conforme foi possível observar, por mais que uma série de gatilhos da ansiedade não seja projetável, como a mudança de localização para dada instituição, outros são facilmente entendidos como objetos de projetos, como sites e serviços. A seguir, as categorias da Análise de Conteúdo encontram-se relacionadas aos sete componentes da Teoria dos Appraisals, oferecendo ao leitor uma discussão teórico-aplicada e uma compreensão mais abrangente sobre como os resultados podem fomentar projetos de design de experiência.

4.1. Relação entre as categorias empíricas e os componentes de avaliação

Nesta subseção serão abordados os componentes de avaliação e como cada um deles pode ser entendido de acordo com o que foi explorado nas categorias que emergiram da análise das entrevistas. Para melhor compreensão, apresenta-se, através do Quadro 4, uma síntese que ilustra tal relação, sendo seu detalhamento discutido posteriormente.

Categorias empíricas (linhas) x teóricas (colunas)		Consistência do motivo	Prazer intrínseco	Confirmação de expectativas	Agência	Conformidade com padrões	Certeza	Potencial de coping
Informações	Desconhecimento	Inconsistente	---	Não confirmação	O próprio candidato	---	Incerteza	Baixo
	Nível de clareza/ Falta de informação	Inconsistente	---	Não confirmação	Emissor da informação	---	Incerteza	Baixo
Recursos Profissionais	Site	Inconsistente	---	Não confirmação	Emissor da informação	Não houve conformidade	Incerteza	Baixo
	Pessoal (secretaria)	Consistente	---	Confirmação	Emissor da informação	Não houve conformidade	Certeza	Alto
	Pessoal (professor)	Consistente	---	Confirmação	Emissor da informação	Não houve conformidade	Certeza	Alto
	Não-pessoal (e-mail e telefone)	Consistente	---	Confirmação	Emissor da informação	Houve conformidade	Certeza	Alto
s Não Profissi	Próprios	Inconsistente	---	Quebra de expectativas	O próprio candidato	---	Incerteza	Baixo

Localização IES	Inconsistente	---	Não confirmação	A IES	Houve conformidade	Incerteza	Baixo
Família/Amigos/ Colegas	Consistente	---	Confirmação	Pessoas de referência	---	Certeza	Alto

Quadro 4: Relação Categorias/Subcategorias x Componentes de Avaliação (Elaborado pelos autores).

A síntese apresenta a relação feita de cada categoria à luz dos componentes de avaliação. Como poderá ser visto nessa síntese, há duas cores: vermelho e azul. Os conteúdos em vermelho relacionam as avaliações negativas dos participantes, ou seja, há menção da ansiedade e que foi potencializada nas situações vivenciadas. Os conteúdos em azul, ao contrário, representam os resultados positivos da interação dos usuários com as mesmas situações vivenciadas.

Como é possível observar, então, a ansiedade foi reduzida, para os entrevistados, através das categorias Recursos Profissionais (atendimento pela secretaria e pelo professor) e Recursos não Profissionais (contato com amigos e familiares), pois essas categorias mostram motivos consistentes que reduzem tal emoção desencadeada no processo.

Por outro lado, a ansiedade foi provocada e aumentada, de acordo com os depoimentos, através das categorias Informações (desconhecimento e nível e clareza de informações), Recursos Profissionais (busca pelo site) e Recursos não Profissionais (recursos próprios e localização da IES). Essas categorias, por terem sido criadas com base nas experiências vividas pelos participantes, apresentaram motivos inconsistentes e que resultaram em uma emoção negativa, ou seja, na ansiedade que foi aumentada dentro dessas situações vivenciadas.

De forma geral, analisando os resultados negativos, pode-se observar que a ansiedade apresentou, como padrão de appraisals, no contexto pesquisado, motivo inconsistente, não confirmação de expectativas, agências diversas, não conformidade com padrões, incerteza e baixo potencial de coping. Esses dados representam o que o designer, quando projeta para evitar experiências de ansiedade no contexto investigado, deverá observar em seus projetos, conforme é possível observar na discussão a seguir.

4.1.1. Componente de Consistência do Motivo

O componente de consistência do motivo está relacionado com o que se quer. Segundo Demir et al. (2009), um evento pode resultar em uma emoção positiva, por ser avaliada como consistente e inconsistente, se resultar em algo negativo. Relacionando esse componente com as categorias, é possível afirmar que, em algumas delas, houve inconsistência do motivo, ou seja, essa inconsistência levou à ansiedade dos participantes ocorrida nas categorias/subcategorias relacionadas à informação (desconhecimento e nível de clareza de informações), recursos profissionais (busca pelo site) e recursos não profissionais (próprios e localização da IES).

É possível perceber que os motivos que envolvem a insegurança - as dúvidas, o não controle da situação, a falta de informações entre outros motivos - foram inconsistentes, resultando em

emoções negativas nos contextos vivenciados. No entanto, é possível perceber que houve motivos avaliados como consistentes pelo mesmo grupo entrevistado. O atendimento pessoal da secretaria e dos professores, bem como o atendimento através de e-mails e do telefone, apresentam consistência dos motivos que levaram a emoções positivas dos futuros alunos. Além disso, as pessoas consideradas como referências e que foram procuradas pelos participantes também foram avaliadas como consistentes.

A consistência do motivo aponta para uma importante contribuição do design, quando se observa as subcategorias que mostraram motivos inconsistentes. Muitas delas – “desconhecimento”, “nível de clareza / falta de informação” e “site” – poderiam ser facilmente qualificadas por meio de projetos que proporcionassem a tangibilização e melhor disposição da informação. Tornar a informação palpável e clara seria um desafio em projetos com foco em arquitetura mais adequada da informação, bem como de design gráfico dos canais de contato com os candidatos. Na mesma linha, os “Recursos Não Profissionais - Próprios” seriam qualificados, na medida em que as pessoas teriam melhores informações e instrumentos que facilitassem a tomada de decisão.

A subcategoria “localização da instituição de ensino superior” é a única que se mostrou seriamente limitada em termos de intervenções viáveis, já que independe da atuação do designer. As únicas contribuições seriam indiretas, como o desenvolvimento de ambientes de educação à distância específicos para o nível de mestrado, a fim de que parte dos estudos não necessitasse ser presencial. É evidente que isso dependeria de políticas da instituição de ensino superior e órgãos governamentais.

4.1.2. Componente de Prazer Intrínseco

O componente de prazer intrínseco tem relação direta com o prazer sensorial, ou seja, sentir o cheiro ou o sabor de um alimento (Demir et al., 2009). No entanto, de acordo com o quadro síntese, não há nenhuma relação que resulte em prazer sensorial dos participantes na coleta do contexto trabalhado na avaliação realizada por meio de entrevistas. Em outras palavras, especificamente a emoção ansiedade não parece resultante de uma avaliação desse processo.

4.1.3. Componente de Confirmação de Expectativas

O componente de confirmação de expectativas relaciona as perspectivas esperadas pelo usuário em relação a uma situação já vivida ou que ocorrerá no futuro. Em outras palavras, cria-se uma expectativa de forma antecipada ou posterior a um evento (DEMIR ET AL., 2009), sendo ela confirmada ou não (SCHERER, 2001).

No caso das situações vivenciadas pelos usuários interessados nos cursos, o que envolve o desconhecimento, nível de clareza das informações, busca de informações no site dos cursos, os recursos próprios, bem como a localização da IES podem ilustrar essa discussão. Quanto ao desconhecimento das informações, nível de clareza e busca no site, é possível perceber que não houve confirmação de expectativas com relação ao descobrimento de oportunidades e

alinhamento dos objetivos dos candidatos com as linhas de pesquisa ofertadas no curso. Além disso, houve desapontamento na tentativa de ir atrás das informações com o objetivo de esclarecimento sobre os cursos. Com relação ao próprio candidato, foi possível observar que houve quebra de expectativa, pois o interessado teve esperança de que o problema seria mais simples de resolver. Mesmo sabendo que há regras que impedem oferta de cursos desse nível em locais que não passem por aprovações de órgãos regulamentadores, existe expectativa dos entrevistados de encontrar um curso próximo a suas residências. Não houve somente categorias ilustrando situações de não confirmação das expectativas, mas também algumas em que as situações vivenciadas foram de confirmação das mesmas. Essas situações podem ser vistas através do atendimento da secretaria (de forma pessoal, por e-mail ou por telefone) e dos professores, no contato com amigos e familiares e que ilustram esse componente de avaliação. Nesses casos, os interessados que conseguiram esclarecer as dúvidas, saíram satisfeitos por terem confirmado as expectativas, criadas por eles. Essas pessoas tornaram-se referências pessoais e acadêmicas para os participantes, que ficaram mais satisfeitos e com as expectativas confirmadas para seguir os próximos passos com o objetivo de ingresso no mestrado desejado.

A discussão desse componente com as situações vivenciadas pelos usuários pode resultar em alguns elementos que contribuem para o foco desse estudo. Um exemplo envolve o alinhamento dos objetivos dos candidatos com o que está sendo proposto pelo curso, através das linhas de pesquisa do mesmo. Esse alinhamento contribui para que os elementos que envolvem o desconhecimento e o nível de clareza das informações sobre o mestrado gerem subsídios para algo a ser pensado pelo designer. Em outras palavras, o designer deverá se aproximar dos interessados para projetar alternativas que atendam a essas expectativas no sentido de relacionar os objetivos dos candidatos com a proposta do curso.

A compreensão das expectativas não confirmadas é uma importante fonte de fomento a projetos de experiência na área. Como foi possível perceber em “desconhecimento”, “nível de clareza / falta de informação” e “site”, a compreensão do que os candidatos esperam na busca de informações é uma das bases de uma experiência pobre na escolha de programas de mestrado.

Designers necessitam conhecer as expectativas dos usuários para o desenvolvimento de projetos na área, já que não basta os motivos da busca de informações serem atendidos, como foi evidenciado na discussão do componente “consistência do motivo”. Neste caso em análise especificamente, a expectativa em si parece altamente relacionada ao motivo da busca de informações, já que motivo consistente implicaria em expectativa atingida. Assim, expectativas devem ser, ao menos, atingidas, se não superadas. Apenas a superação pode gerar a maior qualificação da experiência em análise, não apenas reduzindo a ansiedade, como o que seria proporcionado pelo cumprimento da “consistência do motivo”, mas gerando um resultado emocional ainda mais positivo. Apenas conhecendo as expectativas é possível superá-las.

Como fomento a projetos em design, os caminhos seriam, portanto, os mesmos dos apontados em “consistência do motivo” (arquitetura da informação e design gráfico), em função da grande relação entre os resultados.

4.1.4. Componente de Agência

O componente de agência envolve o responsável pela situação. Segundo Demir et al. (2009), possíveis respostas para detectar o responsável por dada situação são: “quem”, quando se refere a uma pessoa (ela própria ou outra), ou “o que”, quando envolve alguma circunstância de forma geral. As situações que podem contribuir para a melhor discussão desse componente são encontradas nas categorias que envolvem o desconhecimento e nível de clareza do curso, o site e os recursos não profissionais (recursos próprios) e localização da IES.

O que envolve o desconhecimento do curso e os recursos próprios coloca o candidato interessado no mestrado como sendo o próprio responsável. Em outras palavras, ele é percebido como o causador da ansiedade nesse processo, pois ao tentar se aproximar e lidar com os canais que podem ajudá-lo no esclarecimento das informações sobre os cursos, acaba tendo certa frustração, pois pode não haver resultado positivo nesse processo.

A falta de controle também resulta em uma emoção negativa. Na avaliação dos candidatos, ela é provocada pela própria IES por não ofertar cursos em campi que estejam próximos às regiões desejadas pelos candidatos.

Nas outras situações abordadas também é possível encontrar um responsável, na percepção dos candidatos. Quanto ao nível de clareza e busca através das webpages dos mestrados, os responsáveis são os próprios emissores das informações, que não disponibilizam os conteúdos.

A compreensão dos agentes – ou “causadores” de adversidades – é um importante ponto para o desenvolvimento de projetos de experiência. Talvez o mais interessante agente percebido como causador de adversidades seja “o próprio candidato”, que surgiu nas subcategorias “Desconhecimento” e “Recursos Não Profissionais - Próprios”. Nesse contexto, o designer tem se mostrado um aliado dos usuários, desenvolvendo facilitadores de processos complexos, como jogos educativos e simuladores de contextos cotidianos. Por que não se aventurar na área da educação e desenvolver formas alternativas de autoconhecimento nas modalidades descritas que apontem para distintos caminhos de formação? “O próprio candidato”, como agente de ansiedade, pode estar no controle de sua vida, e o design pode ser um facilitador do processo.

O “emissor da informação” é outro importante agente causador de ansiedade. Acredita-se que os caminhos projetuais já descritos em relação aos componentes dos appraisals já descritos devam reduzir os problemas gerados pelas instituições de ensino, o que automaticamente as eliminaria da lista de agentes da ansiedade.

4.1.5. Componente de Conformidade de Padrões

O componente conformidade de padrões envolve normas e padrões aprendidos pelo usuários como comuns ou desejáveis em dado contexto, segundo Demir et al. (2009). Ao analisar as situações vivenciadas pelos usuários, é impossível avaliar a relação entre o desconhecimento da proposta do curso e o nível de clareza das informações com esse componente de appraisal.

Não é possível afirmar que houve algum tipo de comparação que permitisse dar suporte para a discussão desse contexto, tendo em vista que as situações envolveram a falta de informações e de canais que pudessem esclarecer as dúvidas. Nesse sentido, não houve qualquer tipo de comparação entre os dois lados: o que se espera e padrões de comparação. Isso também não foi percebido com relação às categorias dos recursos próprios e familiares. Não é possível fazer qualquer tipo de comparação quando a fonte é o próprio usuário, ou seja, a comparação seria com ele mesmo.

No entanto, este componente pode ser ilustrado através das vivências dos entrevistados com as informações disponíveis nos sites dos cursos, ao atendimento pessoal e não pessoal da secretaria do programa, ao atendimento do professor e à localização da IES. Quanto à experiência dos interessados com o site, atendimento pessoal da secretaria e dos professores, é possível perceber que não houve conformidade com padrões, já que os usuários realizaram comparações tanto da arquitetura e distribuição dos conteúdos das páginas web e atendimento das instituições pesquisadas, bem como da própria informação disponível por esses canais. Em alguns casos, o resultado superou o padrão esperado pelos mesmos. Nesse sentido, é possível perceber a não conformidade de padrões por superação em relação à comparação ao atendimento dos professores e secretaria de outra instituição, bem como aos sites. No entanto, essas avaliações podem apontar para uma similaridade de padrões, ou seja, o que resultou da situação vivenciada pelos usuários se manteve dentro de uma vivência considerada normal. Isso pode ser visto através das situações referentes ao atendimento não pessoal da secretaria e à localização das IES. No caso do atendimento não pessoal da secretaria, percebe-se que houve conformidade com padrões, pois todas as IES referidas pelos usuários atenderam o critério criado por eles. Também, quanto à localização, houve conformidade de padrões, pois nenhuma IES apresentou algo que pudesse se diferenciar das regras expostas das demais instituições.

A não conformidade com padrões surgiu nos contextos das subcategorias de Recursos Não Profissionais – Site, Pessoal (secretaria) e Pessoal (professor) – de modo que um esforço projetual para buscar a melhor adequação desses pontos seria fundamental. Nessa direção, dois pontos devem ser destacados. De um lado, a análise mais aprofundada do que outras instituições oferecem de informações através do site, a fim de facilitar a definição do conteúdo divulgado, bem como da arquitetura das informações. Por outro lado, as subcategorias que remetem a atendimentos pessoais poderiam ser mais bem trabalhadas por meio do design de serviços para o atendimento das demandas dos usuários.

4.1.6. Componente de Certeza

Esse componente relaciona a certeza ou a incerteza sobre determinada situação. Essas situações geram emoções que deixam dúvidas ou afirmações com relação a essas vivências. Medo de algo, por exemplo, pode provocar incerteza, pois a situação futura não fica clara e confirmada para o usuário (Demir et al, 2009; Tonetto e Costa, 2011).

Utilizando as experiências vivenciadas pelos interessados nos mestrados, é possível perceber a permanência de incerteza nas situações do desconhecimento das ofertas dos cursos, nível de clareza das informações e busca de conteúdos no site dos cursos. Nessas três situações, observa-se que essa incerteza é devida ao futuro após a tentativa frustrada de conhecer e compreender a proposta do curso e encontrar as informações esclarecedoras nos sites dos programas. Nesse caso, pode-se considerar que a incerteza é um gatilho da ansiedade que é gerada com base na tentativa de descobertas.

Não há, nesse sentido, certeza de que tudo se tornará conhecido e de que o aluno fará a melhor escolha. Essa situação é ilustrada através da categoria de recursos próprios, que também apresenta a permanência da incerteza. A incerteza também é permanente na situação quanto à localização da IES. A informação traz a certeza de que a escolha não é viável ou será dificultada por questões geográficas. Nesse sentido, é possível perceber que os usuários tem a informação de que a oferta de cursos em regiões próximas a suas residências não ocorrerá e isso resulta em ansiedade. Ao contrário, algumas situações vivenciadas pelos interessados nos cursos trouxeram a certeza com relação à escolha a ser feita. Isso pode ser ilustrado através das experiências com o atendimento de forma geral da secretaria e do professor contatado pelos candidatos. Há permanência de certeza, pois o esclarecimento das dúvidas contribuiu para dar segurança na tomada de decisão futura dos futuros alunos. Além disso, o contato com os amigos, colegas e familiares também provocou segurança que gerou certeza em relação ao futuro, pois o esclarecimento das dúvidas e apoio desses recursos auxiliou para uma melhor escolha futura.

Como garantir que as informações obtidas no processo de busca de informações sobre um programa de mestrado serão suficientes, em uma perspectiva longitudinal, para uma decisão acertada sobre qual curso realizar? Deixando de lado as conhecidas “aulas abertas” e a possibilidade de cursar alguma disciplina como aluno especial, o design poderia ocupar-se de desenvolver alternativas que possibilitem uma compreensão mais aprofundada sobre as potenciais contribuições de dado programa de mestrado para a formação das pessoas. Seria relevante o desenvolvimento de plataformas – online e off-line – para a divulgação de práticas, sejam elas desenvolvidas em contextos acadêmicos ou não, oriundas dos conhecimentos adquiridos por egressos. Estas plataformas podem ser desde o design de um simples site com depoimentos de práticas de egressos até um simulador de contextos profissionais – pensando em um mestrado profissional – oportunizando o uso de conhecimentos desenvolvidos em dado programa de pós-graduação para a solução de um problema cotidiano na prática da profissão.

4.1.7. Componente de Potencial de *Coping*

O componente potencial de coping abrange o potencial que uma pessoa tem de lidar com uma situação que possa vir a ter resultados negativos, ou seja, uma situação que resulte em algo prejudicial (Demir et al., 2009; Tonetto e Costa, 2011). Nesse caso, é possível considerar um potencial de coping alto, pois envolve um comportamento hostil que se torna evidente na tentativa de mudar uma situação. Ao contrário, segundo os mesmos autores (2009), emoções como ansiedade e medo sinalizam um potencial de coping baixo, pois há pouco controle em mudar uma situação.

Em se tratando dessa pesquisa, é evidente que o potencial de coping é considerado baixo nas situações que envolvem o desconhecimento e nível de clareza do curso, pois a pessoa está interessada em explorar o desconhecido ou obter informações esclarecedoras sobre os mestrados, mas existem poucos recursos para esse esclarecimento. Esses poucos recursos podem até existir, mas são desconhecidos pelos interessados. Por este motivo, a relação com esse componente é baixa.

Além disso, observa-se o potencial de coping baixo na situação vivenciada com o site. O recurso, nesse caso, está disponível e o usuário não tem o controle para interferir em qualquer tipo de alteração no sistema que possa deixar a informação mais clara e completa.

Nessa mesma linha, percebe-se que há potencial de coping baixo quanto à localização da IES. O interessado não consegue lidar e nem solucionar problemas referentes às questões geográficas e isso resulta em ansiedade por não ter esse controle.

O componente de potencial de coping também é percebido como baixo com relação ao próprio usuário. Esse principal ator acaba não tendo o controle sobre as situações e principalmente emoções vivenciadas no processo de busca de informações e escolha do curso pretendido.

Ao contrário disso, o potencial de coping alto é percebido nas situações que abrangem o atendimento e contato com a secretaria e com os professores, além das situações relacionadas com a família, amigos e colegas. Estas interações permitem que o interessado traga questões, o que demonstra um potencial para resultados emocionais positivos, em função justamente do aumento do potencial de coping. Nessas interações, o futuro aluno traz questões, é motivado por esse grupo e há um controle do conteúdo recebido. O interessado, ao ter esse controle, consegue facilmente avaliar melhor a situação e, conseqüentemente, tomar a melhor decisão.

Cabe ressaltar que o potencial de enfrentamento de adversidades cotidianas é uma característica psicológica do ser humano, mas o design pode auxiliar a fornecer ferramentas para que a pessoa sinta-se empoderada para a solução de problemas. Por meio de todas as aplicações dos resultados, descritas nos itens anteriores, o usuário poderá lidar com a ansiedade ao enfrentar o desconhecido na busca de um programa de mestrado. O designer, assim, pode qualificar mais um contexto da vida das pessoas.

O resultado da relação entre a abordagem componencial (componentes de avaliação) proposta por Demir et al. (2009) e as informações empíricas desse estudo fornecem subsídios para futuros processos projetuais de design. Segundo Desmet e Hekkert (2009), entender as

emoções dos usuários resultantes da interação com um produto ou serviço pode contribuir para que o designer consiga visualizar, de forma antecipada, possíveis caminhos a fim de evitar resultados negativos. As entrevistas realizadas com os participantes resultaram em elementos que representaram as causas que levaram à ansiedade. Sendo assim, ao explorar essas causas com base nos componentes de avaliação, obtive-e um melhor entendimento dessas relações de causa e efeito para destacar elementos tangíveis para suporte ao processo projetual dos designers. Essa compreensão, portanto, tornou-se importante para discutir e compreender caminhos que podem servir como estímulos aos designers desenvolverem projetos que qualifiquem a experiência humana no contexto descrito.

5. Considerações Finais

A pesquisa teve como objetivo discutir como a análise da experiência do usuário pode fomentar o processo de design de experiências na área de educação, a fim de reduzir a ansiedade na escolha de programas de mestrado. Foi possível compreender tais aportes ao projeto ao discutir a articulação dos resultados da pesquisa empírica com o modelo teórico dos appraisals, indicando potenciais aplicações do design a projetos de experiência no contexto estudado. O estudo, ainda, ratificou a aplicabilidade do modelo de appraisals para a melhor compreensão da experiência emocional e como ela pode ser qualificada por meio de projetos.

Os caminhos projetuais mais evidentes, na interpretação dos resultados da análise da experiência dos usuários, foram projetos de arquitetura da informação e em design gráfico (online), design de jogos educativos e simuladores de contextos cotidianos e design de serviços de atendimento aos candidatos (forma e conteúdo de atendimento). Fica evidente, nessa direção, que um projeto de experiência no contexto estudado não pode ser reduzido a um projeto de produto, serviço ou qualquer outro contexto isolado de aplicação do design. Design para experiências é uma área muito mais abrangente, que não se enquadra em categorizações tradicionais da prática do designer e que, portanto, confronta o profissional, muitas vezes, com contextos de projetos que podem estar fora de seu campo de conhecimento.

Na mesma direção, o design, no contexto contemporâneo, tem se voltado para a busca de soluções de problemas complexos, como a (baixa) qualidade de experiências normalmente vivida pelos usuários na busca de informações sobre programas de mestrado. Assim, o design pode ser entendido como um agente para a promoção do bem-estar em contextos diversos de seus tradicionais ramos de aplicação.

Algumas contribuições podem ser elencadas com base nesse estudo. A primeira – de cunho teórico – envolve a adaptação da técnica de investigação de appraisals aplicada nessa pesquisa. A adaptação proposta relacionou a interação dos usuários com um contexto cotidiano – a busca de informações sobre um curso – ao contrário do estudo proposto por Demir et al. (2009), que envolveu a interação dos usuários com produtos. Acredita-se ter sido uma contribuição importante devido ao fato de extrapolar o conhecido aporte já existente ao desenvolvimento de produtos comerciais.

A contribuição mercadológica, mesmo que não seja o foco de interesse dessa pesquisa, é também relevante, pois os resultados poderão ser utilizados pelas instituições de ensino superior, a fim de qualificar a experiência do usuário e facilitar a escolha dos candidatos. Acredita-se que melhores experiências podem tornar uma instituição de ensino mais desejável, com base nos resultados da pesquisa.

É importante, neste ponto, salientar que a investigação realizada teve importantes limitações. Além de lidar apenas com resultados de entrevistas de candidatos a programas de mestrado, todos os participantes foram da Região Sul do País. Talvez a limitação mais importante tenha sido o próprio método, que, apesar de poderoso para a investigação da experiência, limitou-se à análise do que é verbalizado pelas pessoas. Acredita-se que outras influências sobre as emoções, como a de estímulos sensoriais, poderiam ter sido reveladas por meio de alguma forma de observação direta, de cunho etnográfico, da realidade. O caráter exploratório, vale ressaltar, não permite fazer generalizações para a população, já que se restringe a explicar o fenômeno investigado com base em um grupo selecionado de entrevistados. Futuros estudos que se detenham às lacunas aqui apontadas poderão contribuir para o aprofundamento da compreensão das potenciais contribuições no contexto descrito.

Referências

- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1995.
- CASTILLO, A.R. G. L.; ASBAHR, F. R.; MANFRO, G.G. Transtornos de ansiedade. **Revista Brasileira Psiquiatria**, vol. 22, n. 2, 2000.
- DEMIR, E.; DESMET, P. M. A.; HEKKERT, P. Appraisal Patterns of Emotions in Human-Product Interaction. **International Journal of Design**. vol. 3, n. 2, 2009.
- DESMET, P. **Designing emotions**. Tese de Doutorado não publicada, Delft University of Technology, Delft, The Netherlands, 2002.
- DESMET, P.; HEKKERT, P. Framework of Product Experience. **International Journal of Design**. vol.1, n.1, 2007.
- DESMET, P.; HEKKERT, P. Special Issue Editorial: Design & Emotion. **Internacional Journal of Design**, vol.3, n.2, 2009.
- ELLSWORTH, P. C.; SCHERER, K. R. Appraisal processes in emotion. In R. J. DAVIDSON, H. GOLDSMITH, & K. R. SCHERER (Eds.), **Handbook of Affective Sciences**. Oxford: Oxford University Press, 2003.
- FONTANELLA, B.; RICAS, J.; TURATO, E. Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas. **Caderno Saúde Pública**, vol.24, n.1, 2008.
- FRIJDA, N. H., KUIPERS, P.; TER SCHURE, E. Relations among emotion, appraisal, and emotional action readiness. **Journal of Personality and Social Psychology**, vol.57, n.2, 1989.
- HOFFART, Ingvill. **Designing for emotions – theoretical and practical issues in using emotion as a guiding principle in design**. Noruega, 2008.
- LAZARUS, R. S. **Emotion and adaptation**. Oxford: Oxford University Press, 1991.



NARDI, A. E., MENDLOWICZ, M., FIGUEIRA, I., ANDRADE, Y., CAMISAO, C., MARQUES, C., *et al.* Transtorno de ansiedade generalizada - I: questões teóricas e diagnósticas. **Jornal Brasileiro de Psiquiatria**, vol.45, n.3, 1996.

ROSEMAN, I. J. A model of appraisal in the emotion system: Integrating theory, research, and applications. In K. SCHERER, A. SCHORR & T. JOHNSTONE (Eds.), **Appraisal processes in emotion: Theory, methods, research**. New York: Oxford University Press, 2001.

SCHERER, K. R. Appraisals considered as a process of multilevel sequential checking. In K. SCHERER, A. SCHORR, T. JOHNSTONE (Eds.), **Appraisal processes in emotion: Theory, methods, research**. New York: Oxford University Press, 2001.

SCHERER, K. R. What are emotions? And how can they be measured? *Social Science Information*, vol.44, n.4, 2005.

TONETTO, L. M.; COSTA, F. Design Emocional: conceitos, abordagens e perspectivas de pesquisa. **Strategic Design Research Journal**, vol.3, Set/Dez, 2011.

TONETTO, L.M.; DESMET, P. 2012. Natural language in measuring user emotions: A qualitative approach to quantitative survey-based emotion measurement. In: INTERNATIONAL CONFERENCE ON DESIGN & EMOTION, 8, London, 2012. **Proceedings...** London, 2012.

Sobre o autor

Jussana Ramos dos Santos

É Mestre em Design (Área de Concentração em Design Estratégico) pela Escola de Indústria Criativa da Unisinos, pós-graduada (MBA em Gestão de Pessoas) e graduada em Administração de Empresas pela mesma Universidade. Atualmente, trabalha na Unidade Acadêmica de Pesquisa e Pós-Graduação da Unisinos. Desenvolve pesquisas nas áreas de experiência, comportamento e tomada de decisão do consumidor.
jussana.ramos@gmail.com

Leandro Miletto Tonett

É Doutor em Psicologia (Área de Cognição Humana) pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Desenvolveu o Doutorado com período Sanduíche na Leeds University Business School (Inglaterra). É Sócio-Diretor da Zooma, empresa focada em projetos e pesquisas sobre consumo, na qual coordena e desenvolve projetos na área de design desde 2003. É professor do Programa de Pós-graduação em Design da Unisinos e fundador da divisão brasileira da Design & Emotion Society (Chapter Brazil) em 2012
ltonetto@gmail.com