Anais do II Congresso de Ciência e Tecnologia da PUC Goiás
Disponível em: http://pucgoias.edu.br/ucg/prope/pesquisa/anais/2016
ISSN: 2177-3327

APLICATIVOS MÓVEIS: A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO MEDIADA POR INTERFACES

ANGELY PEREIRA DE ASSIS PARREIRA, LUCIANA HIDEMI SANTANA NOMURA
angelyparreira@gmail.com

Objetivo: Compreender a experiência de comunicação em aplicativos móveis mediada por interfaces ocorre e quais fatores podem influenciá-la. Compreender e exemplificar os níveis de experiência de comunicação e como as interfaces podem exercer influência sobre essa experiência em aplicativos móveis. **Método:** Revisão bibliográfica e estudo de caso **Resultados:** Sobre os níveis de experiência, foi possível verificar que os aplicativos podem ser imersivos ou de absorção, de participação ativa ou passiva, de entretenimento, educacional, escapista ou estético, com foi abordado por Pine e Gilmore (1999). E por fim, eles podem proporcionar experiências como: perceber, sentir, pensar, agir e relacionar, como explanado por Schimitt (1999). As interfaces podem ser dividas em interfaces físicas, interfaces perceptivas e interfaces cognitivas Rocha (2010). **Conclusão:** Ao analisarmos o aplicativo Nike+ Running percebemos que o seu acionamento necessita de interface física e possui ainda interfaces perceptiva e cognitiva. A experiência de comunicação do consumidor em aplicativos móveis pode ser mediada por interfaces físicas, perceptivas e cognitivas. Pode-se observar que as interfaces físicas podem sim exercer influência sobre a experiência de comunicação, se considerarmos o desempenho e processamento do aparelho utilizado.

Palavras-chave: Experiência de Comunicação. Aplicativos Móveis. Interfaces Gráficas.