**SEMANA 1**

## Introdução ao curso 3

**Aluno:** *Leonardo Cunha da Silva*

# Boas-vindas ao Curso 3

Boas-vindas a “Construir wireframes e protótipos de baixa fidelidade”, o terceiro dos sete cursos do Certificado de Design de UX do Google. Neste curso, você vai continuar trabalhando na instrução do projeto que você selecionou durante o curso anterior do programa, com foco no design de um aplicativo móvel. Você vai começar desenhando storyboards e se familiarizando com os fundamentos do desenho. Em seguida, você vai criar wireframes no papel e na ferramenta de design Figma. Você também vai criar protótipos de papel e protótipos digitais de baixa fidelidade no Figma. Essas atividades práticas simulam tarefas reais do trabalho de um designer iniciante de UX.

O conteúdo e os projetos de cada curso deste programa de certificação se baseiam em informações praticadas em cursos anteriores. Para ir bem neste curso, você precisa concluir os dois cursos anteriores do programa de certificação, se ainda não tiver feito isso.

1. [Fundamentos do design de experiência do usuário (UX)](https://www.coursera.org/learn/fundamentos-do-design-da-experiencia-do-usuario-ux/home/week/1)
2. [Início do processo de design de UX: empatia, definição e idealização](https://www.coursera.org/learn/iniciar-o-processo-de-design-de-ux/home/week/1)
3. **Construir wireframes e protótipos de baixa fidelidade** - este curso
4. [Conduzir pesquisas de UX e testar os primeiros conceitos](https://www.coursera.org/learn/conduzir-pesquisas-de-ux-e-testar-os-primeiros-conceitos/home/week/1)
5. [Criar projetos e protótipos de alta fidelidade no Figma](https://www.coursera.org/learn/criar-designs-e-prototipos-de-alta-fidelidade-no-figma/home/welcome)
6. [Web design responsivo em Adobe XD](https://www.coursera.org/learn/web-design-responsivo-em-adobe-xd/home/week/1)
7. [Projetar uma experiência do usuário para o bem social e preparação para o mercado](https://www.coursera.org/learn/design-de-uma-experiencia-do-usuario-para-o-bem-social/home/welcome)

Cada curso do Certificado de Design de UX do Google é dividido em semanas. Os cursos podem ser feitos seu próprio ritmo, mas a divisão em semanas foi pensada para ajudar você a concluir todo o Certificado de Design de UX do Google em cerca de seis meses.

Então, quais habilidades de design você vai desenvolver durante este curso? Aqui está uma visão geral rápida do conteúdo que será apresentado:

**Semana 1: Storyboards e wireframes.** Você começará aprendendo como usar resultados de pesquisa para embasar a idealização durante o processo de design. Em seguida, você vai criar dois tipos de storyboards: visão geral e close-up. Depois, você vai desenhar seus primeiros wireframes para explorar os benefícios dessa prática. Lembre-se de que, neste ponto do processo de design, você deve ter muitas ideias de designs que atendem às necessidades reais do usuário. Essas ideias precisam ser refinadas, e é para isso que servem os wireframes.

**Semana 2: Como criar wireframes de papel e digitais.** Esta é uma parte muito prática do curso em que você desenhará wireframes para um aplicativo móvel. Primeiro, você vai desenhar muitos wireframes no papel. Em seguida, você fará a transição para wireframes digitais na ferramenta de design Figma. Você também aprenderá a usar o Figma da melhor maneira possível. Por fim, você aplicará os Princípios de Gestalt, como similaridade, proximidade e região comum, aos wireframes.

**Semana 3: Como criar protótipos de baixa fidelidade.** Você passou pelos três primeiros estágios do processo de design: empatia, definição e idealização. Agora, você entrará na quarta etapa do processo de design: o protótipo. Primeiro, você criará um protótipo de papel para seu aplicativo móvel. Em seguida, fará a transição para criar um protótipo digital de baixa fidelidade no Figma. Além disso, você vai ver como reconhecer possíveis vieses nos designs e aprender a evitar padrões enganosos.

## Projeto do portfólio

Ao longo deste programa de certificação, você vai criar projetos para seu portfólio profissional que podem ser mostrados a possíveis empregadores. Neste curso, você vai continuar desenvolvendo **designs para um aplicativo móvel**, com base na instrução de projeto selecionado no curso anterior. Por exemplo, se no curso anterior você selecionou uma instrução relacionada a um aplicativo para a hamburgueria local, você continuará o processo de design com esse mesmo projeto.

* No Curso 2, você aprendeu a ter **empatia** com usuários em potencial e **definir** as necessidades dos usuários.
* Agora, no Curso 3, você vai desenvolver **ideias** de soluções que atendam às necessidades dos usuários. Você vai criar wireframes e um **protótipo** de baixa fidelidade do seu aplicativo.
* Mais tarde, no Curso 4, você vai planejar e conduzir pesquisas para **testar** os designs e receber feedback dos usuários.
* Por fim, no Curso 5, você vai criar simulações e um **protótipo** de alta fidelidade do aplicativo para realizar a segunda rodada de **testes** com usuários.

Tudo que você criar nos cursos deste programa será eventualmente incluído no seu portfólio online. Faça os cursos deste programa de certificação para seguir as etapas do processo de design e concluir todos os componentes que você precisa incluir no seu portfólio. Boa sorte!

# Opcional - Testar seus conhecimentos sobre conceitos anteriores

Teste para praticar. • 20 min. • 10 pontos totais disponíveis.10 pontos totais

Português (Brasil)

## Parabéns! Você foi aprovado!

Nota recebida 90%

Para ser aprovado 80% ou superior

Ir para o próximo item

### 1.

Pergunta 1

Quais são alguns dos principais benefícios de considerar a acessibilidade no design de UX? Selecione todas as opções aplicáveis.

1 / 1 ponto

Garantir que grupos sub-representados e excluídos sejam levados em conta

Correto

A acessibilidade no design, especialmente no design focado em equidade, considera todos os aspectos de um produto para garantir que ele seja acessível e justo nos quesitos de gênero, raça e habilidade, particularmente para grupos historicamente sub-representados.

Criar soluções que muitas vezes ajudam todas as pessoas

Correto

Independentemente de alguém ter uma deficiência ou não, considerar a acessibilidade no design geralmente ajuda todas as pessoas, incluindo aquelas com deficiências temporárias, situacionais ou permanentes. Exemplos de produtos criados para melhorar a experiência do usuário e que resultaram em uma solução que ajuda todas as pessoas incluem closed caption, fontes maiores e ferramentas de ampliação.

Abordar estruturas sociais e produtos em vez da capacidade de uma pessoa

Correto

Na comunidade de pessoas com deficiência e como designers de UX, o modelo social de deficiência é definido como uma deficiência causada pela forma como a sociedade é organizada ou como os produtos são projetados, não pela capacidade ou diferença de uma pessoa. Semelhante a como produtos para pessoas destras são mais comuns do que produtos voltados a pessoas canhotas, designers analisam como um produto precisa ser transformado para atender às necessidades de grupos sub-representados.

### 2.

Pergunta 2

Qual fase de um sprint de design ajuda a encontrar as soluções em que a equipe vai trabalhar?

1 / 1 ponto

Decisão

Teste

Compreensão

Protótipo

Idealização

Correto

Depois de começar o sprint de design com o pé direito na fase de Compreensão, a fase de Idealização ajuda a encontrar as soluções em que a equipe vai trabalhar. Para incentivar a criatividade, essa fase começa com a equipe pensando em ideias que vão servir de base para criar soluções.

### 3.

Pergunta 3

O que um pesquisador pode aprender quando desenvolve a empatia com os usuários durante a pesquisa?

1 / 1 ponto

As opiniões, sentimentos e preconceitos dos usuários

As esperanças, sonhos e suposições dos usuários

As necessidades, comportamentos e motivações dos usuários

As vontades, desejos e medos dos usuários

Correto

A empatia com os usuários ajuda o pesquisador a entender o que os usuários precisam, por que e como eles resolvem problemas. Isso é vital para criar experiências positivas para os usuários.

### 4.

Pergunta 4

Quais das opções a seguir são exemplos de pontos fracos? Selecione todas as opções aplicáveis.

1 / 1 ponto

Precisar enviar as informações do cartão de crédito quando não é necessário pagamento

Correto

Este é um exemplo de um ponto fraco financeiro, já que o usuário precisa fornecer informações pessoais confidenciais sem uma razão clara.

Ter dificuldade para interagir com um botão na página inicial de um aplicativo móvel porque ele é extremamente pequeno

Correto

Esse exemplo é um ponto fraco de produto, já que é um problema de UX que frustra o usuário.

Concluir o processo de finalização de compra em um aplicativo de entrega de alimentos

Um chatbot automatizado dar a mesma resposta para três perguntas diferentes

Correto

Esse exemplo é um ponto fraco de atendimento, já que o usuário não obtém as respostas de que precisa.

### 5.

Pergunta 5

Qual das seguintes declarações sobre personas de usuário é verdadeira?

1 / 1 ponto

Personas são modeladas de acordo com as características do designer de UX.

Designers de UX devem evitar criar histórias para personas

Personas podem ajudar a identificar padrões de comportamento nos usuários.

Uma persona é um usuário de verdade que faz uma avaliação real de um produto.

Correto

No design de UX, personas são usuários fictícios com objetivos e características que representam as necessidades de um grupo maior de usuários. Personas ajudam a identificar padrões de comportamento nos usuários. Esses padrões podem apontar um ponto fraco comum da experiência dos usuários.

### 6.

Pergunta 6

Qual dessas histórias de usuário inclui um tipo de usuário, uma ação e um benefício?

1 / 1 ponto

Como cientista, quero acessar as pesquisas que meus colegas publicaram.

Como instrutor de ioga, quero criar um cronograma de aulas consistente para que meus clientes saibam como planejar os exercícios semanais.

Como chef, eu quero ter acesso aos ingredientes mais frescos e a utensílios de cozinha de alta qualidade.

Quero uma estante de livros para ter lugar para guardar minha coleção de livros.

Correto

Essa história de usuário é completa e conta com um tipo de usuário, uma ação e um benefício. Toda história de usuário completa tem um problema centrado no usuário, além de poder ser transformada em ações e comunicada com clareza.

### 7.

Pergunta 7

Preencha a lacuna: Projetar produtos com acessibilidade e inclusão em mente garante que você \_\_\_\_\_.

1 / 1 ponto

crie uma experiência idêntica para todos os usuários

se concentre na criação de uma solução para o maior número possível de pessoas

crie uma solução diferente para cada usuário.

\*A: inclua soluções que beneficiam indivíduos específicos, melhorando experiência de todos os usuários.

Correto

Essa abordagem resolve o problema de um usuário específico, mas a solução se estende a vários outros usuários do produto. Essa abordagem fornece múltiplas soluções de design que representam diferentes usuários, incluindo pessoas com deficiência ou de origens tradicionalmente marginalizadas. Essas considerações melhoram a experiência do usuário pretendido e também de outros usuários do produto.

### 8.

Pergunta 8

Qual das alternativas a seguir é uma declaração de problema completa?

0 / 1 ponto

Akiko é consultora de construção e está construindo um arranha-céus.

Hakim é contador que precisa coletar relatórios de despesas dos colegas de trabalho.

Angelo precisa de uma caixa de ferramentas e telhas para consertar um vazamento no telhado.

Bella é coreógrafa de dança e precisa criar um vídeo de ensaio porque alguns dos alunos têm aula durante o dia e não podem assistir às aulas pessoalmente.

Incorreto

Revise a seção sobre problemas do usuário, declarações de problemas e declarações de hipóteses do Curso 2: Início do processo de design de UX: empatia, definição e idealização.

### 9.

Pergunta 9

Identifique as etapas do processo de idealização na ordem correta.

1 / 1 ponto

Documentar ideias, fazer brainstorm, focar na quantidade, questionar soluções óbvias, reunir uma equipe diversa e avaliar as ideias.

Reunir uma equipe diversa, fazer brainstorm, documentar ideias, questionar soluções óbvias, focar na quantidade e avaliar ideias.

Fazer brainstorm, documentar ideias, focar na quantidade, reunir uma equipe diversa, questionar soluções óbvias e avaliar ideias.

Correto

É importante começar fazendo um brainstorm de muitas soluções possíveis e registrá-las para que você tenha um conjunto grande de possibilidades. Se você tiver uma equipe diversa, haverá perspectivas únicas para começar a eliminar soluções óbvias. Assim, depois de refinar o número total de soluções, é possível avaliar quais são mais adequadas para as necessidades dos usuários. Ao seguir essa ordem do processo de idealização, é possível identificar muitas soluções em potencial.

### 10.

Pergunta 10

Você é designer de UX e está trabalhando em um aplicativo de jogo em um mercado competitivo. Você quer descobrir quais são os pontos fortes e fracos dos concorrentes e como criar um produto melhor. O que você deveria fazer?

1 / 1 ponto

Fazer pesquisas informais online

Entrar em contato direto com cada empresa

Criar um plano de marketing

Realizar uma auditoria competitiva

Correto

Uma auditoria competitiva é um relatório que avalia o que os produtos de empresas concorrentes fazem bem e onde estão falhando. Essas informações podem melhorar seu produto porque aborda problemas que seus concorrentes não consideraram.

## Usar a pesquisa para informar a idealização

# Opcional - Saiba mais sobre como a pesquisa informa a idealização



Ter ideias para seu design de produto não é um processo aleatório nem misterioso! Os designs que você criar serão fundamentados por pesquisas, feedback de entrevistas com usuários e lições baseadas em observações. Todos os designers têm suposições sobre usuários e o que eles pensam que é importante ou desafiador para esses usuários. Frequentemente, essas suposições são baseadas nas próprias necessidades e experiências do designer.  Mas, para apresentar ideias de designs que atendam às necessidades específicas dos usuários, seus designs precisam ser baseados em insights de pesquisas reais com usuários, não suposições.

Depois de criar **empatia** com os usuários e **definir** os problemas que eles estão enfrentando, você pode seguir para a terceira etapa do processo de design: a **idealização**. Seu objetivo é gerar o máximo de ideias possível de eventuais soluções para os problemas que você identificou. Para isso, você deve tentar várias técnicas de idealização e se preparar para várias sessões de idealização. Suas ideias não precisam ser todas ótimas, porque nem todas serão usadas no final! Em vez disso, a idealização exige que você amplie seus limites criativos e tente pensar em novas perspectivas para sua abordagem de design. Então, abandone os limites!

No início do curso, você usou quatro ferramentas: mapas de empatia, personas, histórias de usuários e mapas da jornada do usuário para entender melhor as necessidades dos usuários. Todas essas ferramentas ajudaram a elaborar uma declaração de problema e vão guiar o processo de idealização daqui em diante. Para relembrar:

* **Mapas de empatia** exploram as quatro principais motivações dos usuários: o que o usuário diz, pensa, faz e sente. Os insights coletados dos mapas de empatia ajudam a pensar em soluções voltadas aos problemas reais do usuário.
* **Personas** colocam os usuários para quem você está projetando como prioridade. Ao criar perfis de usuário detalhados, é possível prever claramente para quem seu design é voltado.
* **Histórias de usuários** determinam as necessidades mais críticas do usuário que seus designs precisam abordar. Essa direção ajuda a dar foco à sua idealização.
* **Jornadas de usuário** ajudam a ter ideias para designs que realmente apoiam as necessidades dos usuários e resolvem os problemas deles.
* Uma **declaração de problema** é uma descrição clara da necessidade do usuário que deve ser abordada. A declaração de problema que você criou no último curso guiará o foco da idealização.

A pesquisa com usuários fornece insights sobre como eles se comportam, vivenciam ou pensam sobre um produto e muito mais. Quer você mesmo conduza a pesquisa do usuário ou com a ajuda de um pesquisador de UX designado, os resultados da pesquisa vão ajudar a entender como projetar seu produto com base no que os usuários realmente precisam. Como designers de UX, sempre mantemos os usuários em primeiro lugar. Portanto, usar os resultados da pesquisa pode ajudar muito a informar o processo de idealização.

Quer saber mais sobre a ligação entre pesquisa e idealização? Veja este artigo sobre [idealização para desafios cotidianos do design](https://www.nngroup.com/articles/ux-ideation/) do Nielsen Norman Group.

# Revisar declarações de problemas

À medida que você se prepara para criar storyboards e wireframes neste curso, é necessário definir uma declaração de problema para seu aplicativo móvel. Lembre-se: uma **declaração de problema** é uma descrição clara da necessidade do usuário que deve ser abordada. Uma boa declaração de problema informa todo seu processo de design, por isso é importante acertar isso desde o início do projeto.

Uma declaração de problema inclui o nome, características e necessidades de um usuário fictício, além de um insight importante baseado na sua pesquisa. Use este modelo para criar uma declaração de problema:

[Nome do usuário] é [características do usuário] e precisa [necessidade do usuário] porque [insight].

Com esse modelo em mente, você ainda pode estar se perguntando: como posso elaborar uma declaração de problema para o meu próprio projeto? Agora, vamos elaborar uma declaração de problema usando esse modelo e um exemplo real.

Considere este cenário: como proprietário de uma construtora nova, Sawyer quer fazer networking com outros profissionais do setor. Ele acredita que o networking pode trazer mais clientes e ajudar a aprender com donos de construtoras com mais experiência. Para fazer networking, Sawyer quer pesquisar todas as feiras de comércio da região.

Pensando em Sawyer e nas necessidades dele, vamos usar o modelo para criar uma declaração de problema.

[Sawyer] é [dono de construtora] e precisa [participar de feiras comerciais locais] porque [quer fazer networking para encontrar mais clientes].

Aí está: uma declaração de problema! Essa declaração de problema apresenta claramente as informações necessárias para saber quem é o usuário e como nosso design pode ajudar a resolver o problema. Conforme você começar a ter ideias e criar wireframes para os designs dos sues aplicativos, continue revendo as declarações de problemas criadas para que os designs atendam às necessidades importantes do usuário.

# Saiba mais sobre declarações de metas

É hora de mesclar os insights de mapas de empatia, personas, histórias de usuários e mapas da jornada do usuário para ter um escopo mais definido para seus designs. Você vai fazer a transição do problema que o usuário está enfrentando para a solução que podemos criar como designers de UX. Para definir o escopo dos seus designs, você vai criar uma declaração de meta.

Uma **declaração de meta** é composta por uma ou duas frases que descrevem um produto e como ele beneficia o usuário. Em outras palavras, a declaração de meta apresenta a solução ideal para seu desafio de design. As declarações de metas abordam para quem o produto é voltado, o que o produto vai fazer e por que o produto atende às necessidades do usuário.

Vamos ver como criar uma declaração de meta para seu próprio projeto de design.

**1. Revisar sua declaração de problema**.

Você precisa entender o problema que os usuários estão enfrentando antes de projetar uma solução para resolver esse problema. Como lembrete, aqui está o modelo para criar uma declaração de problema:

[nome do usuário] é [características do usuário] e precisa de [necessidade do usuário] porque [insight]

Aqui está um exemplo de declaração de problema vista anteriormente no programa de certificação:

[Sawyer] é [dono de construtora] e precisa [participar de feiras comerciais locais] porque [quer fazer networking para encontrar mais clientes].

Se você não criou uma declaração de problema, ainda pode encontrar as respostas que você precisa para criar uma declaração de meta. Você pode encontrar o quem, o quê e o porquê da sua declaração de meta de várias outras partes da pesquisa e do trabalho que você realizou até o momento. O quem pode ser encontrado nas informações da sua persona. A história do usuário pode informar o quê. E o mapa de empatia e os mapas da jornada do usuário ajudam a responder o porquê.

**2. Transição da identificação do problema para a definição da meta**.

Agora, é hora de fazer a transição do problema que os usuários estão enfrentando para a solução que podemos projetar para atender às necessidades deles. Essa meta pode ser única e específica ou uma ideia maior que você escolheu para ser o foco do design.

Lembre-se de que a declaração de meta deve ser composta por apenas uma ou duas frases que descrevem o produto como ele beneficia o usuário. Sua declaração de meta precisa abordar o problema que você identificou anteriormente na declaração do problema. Uma boa declaração de meta:

* Descreve uma ação específica que os usuários podem realizar ou o que o produto vai fazer.
* Define quem a ação vai afetar.
* Afirma o impacto positivo da ação ou por que o produto resolve a necessidade do usuário.
* Define o sucesso em termos mensuráveis.

Para criar uma declaração de meta, preencha este modelo:

Nosso [produto] permitirá que os usuários [realizem ações específicas] que vão afetar [descrever quem a ação vai afetar] ao [descreva como a ação vai afetar essas pessoas positivamente]. Vamos medir a eficácia [descreva como você vai medir o impacto].

Usando esse modelo, podemos escrever rapidamente uma declaração de meta que aborda o problema do usuário identificado na declaração do problema acima:

Nosso [aplicativo de feiras comerciais] vai permitir que os usuários [expandam seus negócios] o que vai afetar [como os donos de negócios se conectam com clientes novos] ao [oferecer a capacidade de se conectar com clientes em feiras locais]. Vamos medir a eficácia [analisando o comparecimento em feiras].

gray divider line

É isso. Agora você sabe como criar uma ótima declaração de meta. Com um pouco de prática, você será capaz de escrever declarações de metas que guiam com confiança o processo de desenvolvimento do produto.

Nosso [produto] permitirá que os usuários [realizem ações específicas] que vão afetar [descrever quem a ação vai afetar] ao [descreva como a ação vai afetar essas pessoas positivamente]. Vamos medir a eficácia [descreva como você vai medir o impacto].

**Nosso app permitirá que os usuários armazenem as informações de seus jogos que foram jogados no decorrer do tempo, afetando em como os jogos serão visualizados, ao listar o título e a imagem destes jogos, assim o usuário poderá lembrar quais jogos jogou. Vamos medir a eficácia analisando se todos os jogos foram de fato catalogados na conta do usuário.**

# Exemplo de atividade: Elaborar uma declaração de meta

Aqui temos um exemplo completo com uma explicação sobre por que ele atende às expectativas da atividade.



**Exemplo**

Neste exemplo, vamos usar o cenário de problema da CoffeeHouse e examinar uma solução para a declaração de meta. A declaração de problema é: Anika faz estágio em marketing e precisa de encontrar uma maneira mais rápida e colaborativa de receber muitos pedidos de cafés de colegas de trabalho simultaneamente, porque receber pedidos individuais demora muito e não é um bom uso do tempo de Anika. Lembre-se de que o problema está definido na declaração do problema e a solução consta na declaração de meta. Nossa solução para a declaração de meta do problema de Anika é:

Nosso [aplicativo da CoffeeHouse] vai permitir que os usuários [façam pedidos de grupos com antecedência], o que vai afetar [os usuários que precisam fazer e receber pedidos grandes] ao [permitir que os usuários pulem a fila de pedidos na loja e economizem tempo]. Vamos medir a eficácia [rastreando pedidos de mais de cinco itens feitos pelo aplicativo].



**Avaliação**

A declaração de meta é: “O aplicativo da CoffeeHouse vai permitir que os usuários façam pedidos de grupos com antecedência, o que vai afetar os usuários que precisam fazer e receber pedidos grandes ao permitir que os usuários pulem a fila de pedidos na loja e economizem tempo. Vamos medir a eficácia rastreando pedidos de mais de cinco itens feitos pelo aplicativo.” Essa é uma boa declaração de meta porque:

* Identificou o produto como um aplicativo que será criado
* Definiu a ação que o produto permite que as pessoas realizem, ou seja, fazer pedidos de grupos com antecedência
* Indicou quem a ação vai afetar, que são as pessoas que precisam fazer e pegar pedidos grandes
* Descreveu como a ação vai afetar os usuário, porque eles vão poder pular a fila e economizar tempo
* Definiu como a eficácia do aplicativo será medida: rastreando os pedidos feitos pelo aplicativo

Agora, compare a declaração de meta acima com a declaração de meta da CoffeeHouse que você criou. Você atendeu aos cinco critérios para uma declaração de meta bem sucedida?

Se você atendeu a cada um dos cinco critérios, bom trabalho! Se faltou algum critério, sua declaração de meta pode ser melhorada nessas áreas. Volte e tente reescrever a declaração de meta pensando nesses critérios!

# Atividade: Elaborar uma declaração de meta para o seu projeto do portfólio

Teste para praticar. • 30 min. • 1 ponto total disponível.1 ponto total

Português (Brasil)

### 1.

Pergunta 1



Agora que teve a chance de praticar a elaboração de declarações de metas, esta atividade vai ajudar você a criar uma para o seu projeto do portfólio. Lembre que uma **declaração de meta** é composta por uma ou duas frases que descrevem um produto e como ele beneficia o usuário. A declaração de meta do seu projeto de portfólio deve:

* descrever uma ação específica que seus usuários podem realizar;
* definir quem a ação vai afetar (por exemplo, seus usuários);
* afirmar o impacto positivo da ação;
* descrever o que o sucesso significa em termos mensuráveis.



**Etapa 1: Acessar o modelo de declaração de meta**

Para usar o modelo deste item do curso, clique no link abaixo e selecione “Usar modelo”.

Link para modelo: [**modelo de declaração de meta**](https://docs.google.com/presentation/d/1IQKfPj_N9z7SzfurrXHvxlyek8bGGdvWF8szqyLlrXs/template/preview)**.**

OU

Caso você não tenha uma conta do Google, faça o download direto do modelo pelo anexo abaixo.

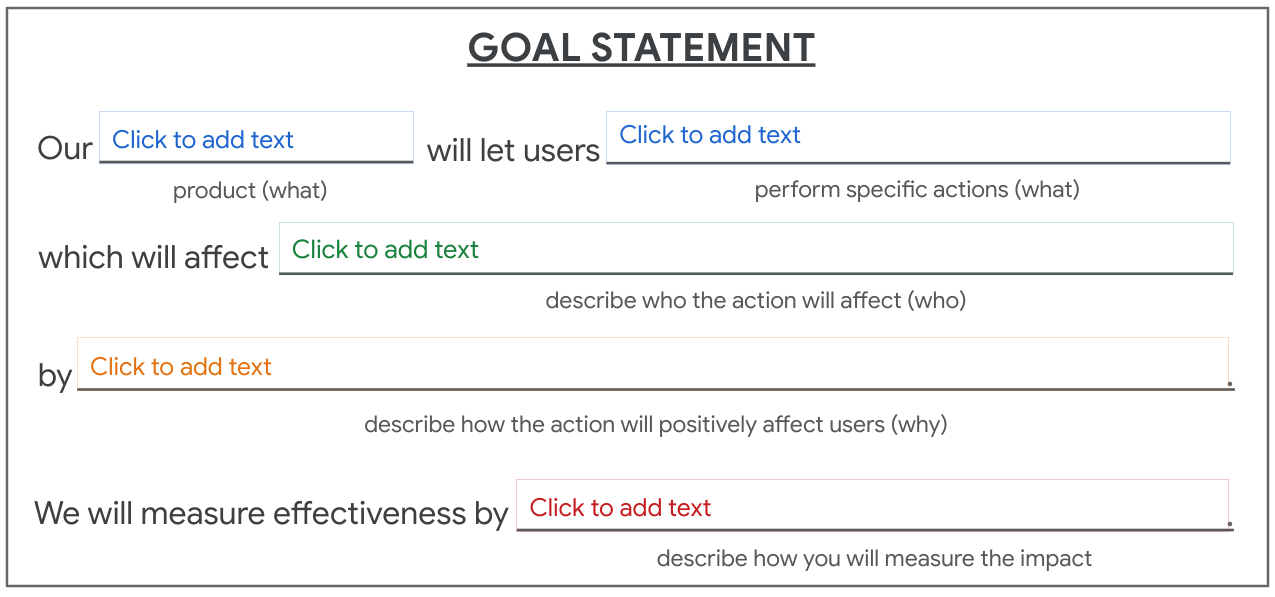
**Etapa 2: Escolher um problema ou oportunidade que você identificou para o seu projeto do portfólio**

Para este exercício, você vai escrever uma declaração de meta com base na declaração de problema criada para seu projeto de portfólio na atividade [Elaborar uma declaração de problema para sua atividade de projeto do portfólio](https://www.coursera.org/learn/iniciar-o-processo-de-design-de-ux/quiz/Q8KeT/atividade-elabore-uma-declaracao-de-problema-para-o-seu-projeto-do-portfolio) do [Curso 2 do programa de certificação](https://www.coursera.org/learn/iniciar-o-processo-de-design-de-ux/home/week/1). A declaração de meta deve estar relacionada à instrução do Sharpen que você vem desenvolvendo ao longo do curso. Revise a declaração de problema que você escreveu anteriormente para seu projeto do portfólio. Para elaborar sua declaração de meta, também vale a pena analisar as notas do início do curso.

**Etapa 3: Elaborar uma declaração de meta**

Preencha o modelo para elaborar uma declaração de meta. Uma declaração de meta pode ser escrita usando esta fórmula simples:

1. **Comece pelo produto**. Pode ser um aplicativo, objeto ou qualquer outra coisa.
2. Descreva a **ação específica** que seu produto permite que os usuários realizem.
3. Descreva quem são os **principais afetados** pela ação. Podem ser os próprios usuários.
4. Descreva como a ação vai **afetar essas pessoas positivamente**.
5. Descreva como você vai **medir** a **eficácia da ação**.



**Etapa 4: Refletir sobre a conclusão da atividade**

Sua declaração de meta:

* Identifica seu produto?
* Descreve a ação específica que seu produto permitirá que os usuários realizem?
* Descreve quem é a principal pessoa afetada pela ação?
* Descreve como a ação vai afetar essa pessoa positivamente?
* Descreve como você vai medir a eficácia da ação?

# Descrever um fluxo de usuário

Para projetar um produto eficiente, é necessário compreender totalmente quem são os usuários e as necessidades deles. É possível fazer muitas coisas se você conhecer as pessoas para quem seu design é voltado. Você pode até mesmo prever as necessidades dos usuários antes que eles saibam o que querem ou precisam!

Um exemplo dessa previsão das necessidades do usuário é quando você pede comida de um restaurante. O caixa faz perguntas sobre os acompanhamentos do seu hambúrguer, se você quer uma porção de batatas fritas e se você gostaria de beber água ou refrigerante. O caixa está antecipando suas necessidades como usuário e atendendo a essas necessidades, possivelmente antes de você reconhecê-las.



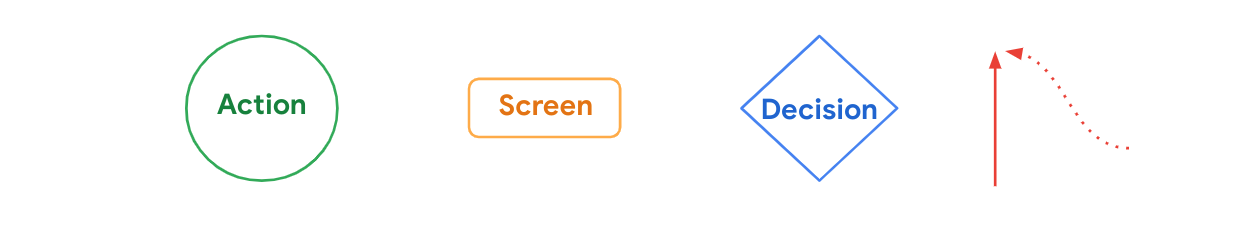
Como designer de UX, é possível antecipar as necessidades do usuário enquanto ele interage com seu produto. Uma maneira clara e simples de descrever esse processo é criando um fluxo de usuário. Um **fluxo de usuário** é o caminho que um usuário típico percorre em um aplicativo ou site para concluir uma tarefa do início ao fim.

Designers de UX costumam descrever o fluxo do usuário antes de começar a projetar, porque isso ajuda a imaginar como os usuários interagem com o aplicativo ou site. Em outras palavras, antes de projetar as telas de um aplicativo, você precisa entender como os usuários podem interagir de maneira eficiente com o aplicativo em geral. Você precisa determinar:

* Quais ações os usuários vão realizar no aplicativo?
* Quais decisões os usuários vão tomar?
* Quais telas serão apresentadas aos usuários depois de agirem ou tomarem uma decisão?

## Desenhar um fluxo de usuário

Designers de UX costumam descrever fluxos de usuários com formas comuns: círculos, retângulos, diamantes e linhas com setas. Cada forma representa uma interação que o usuário terá com o produto que você está projetando. Para esclarecer o fluxo do usuário para qualquer pessoa da equipe envolvida na criação do produto, cada forma diferente representa uma interação.



**Ação:** círculos representam as ações que os usuários realizam ao interagir com o design de um produto. Em outras palavras, os círculos mostram as etapas que precisam ser executadas para concluir uma tarefa do início ao fim. Para o fluxo de usuário de um aplicativo de passeadores de cães, as ações podem incluir abrir o aplicativo, clicar no perfil de um passeador de cães e reservá-lo.

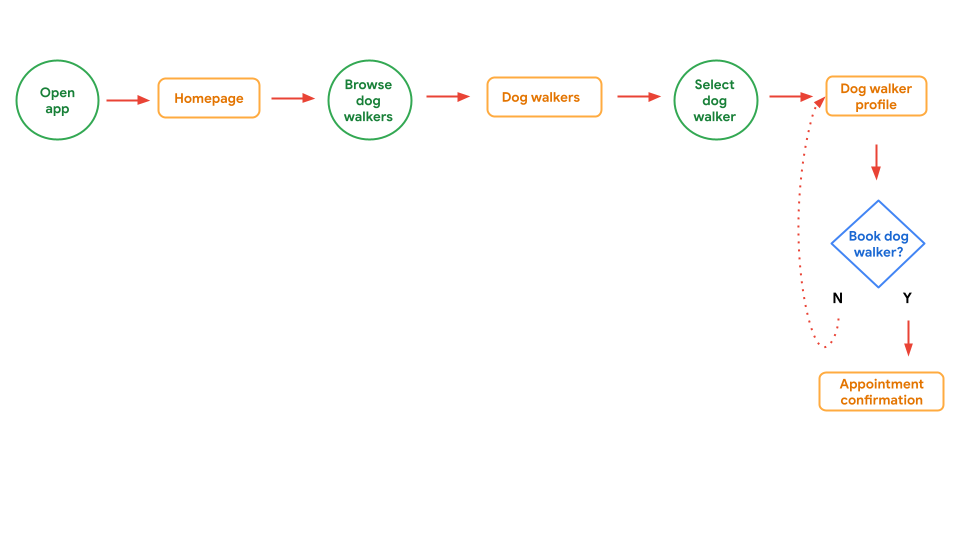
**Tela:** retângulos representam as telas de um produto digital com que os usuários interagem ao realizar tarefas. Para o fluxo de usuário de um aplicativo de passeador de cães, as telas podem incluir a página inicial ou uma página de confirmação de reserva.

**Decisão:** diamantes representam pontos do fluxo de usuário em que eles precisam fazer uma pergunta e tomar uma decisão. A decisão que os usuários tomam levam o fluxo adiante ou de volta, para uma parte anterior. Para o fluxo do usuário de um aplicativo de passeadores de cães, uma decisão pode ser reservar ou não o passeador com o perfil que o usuário está analisando.

**Direção do fluxo do usuário**: linhas com setas unem tudo e mostram o fluxo de informações. Linhas sólidas indicam que o fluxo do usuário está avançando, enquanto as linhas pontilhadas indicam que ele voltou ou retornou para uma página anterior.

## Exemplo de fluxo de usuário

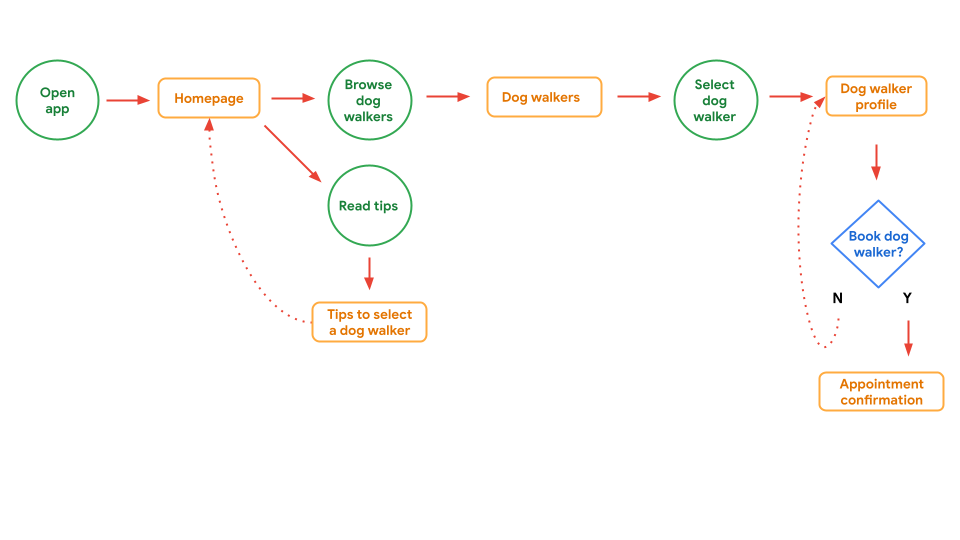
Para aplicar esses conceitos a um produto real, veja o exemplo de fluxo de usuário abaixo para o aplicativo de passeador de cães mencionado ao longo deste programa de certificação.



O fluxo do usuário começa com uma comando do usuário no aplicativo e continua até a confirmação da reserva com um passeador de cães. Esse fluxo de usuário antecipa a necessidade de navegar por vários perfis de passeadores de cães antes de escolher a pessoa certa.

Como designer, você precisa considerar toda a jornada que os usuários percorrem até chegar ao produto que precisam. À medida que você cria seu próprio fluxo de usuário, consulte a declaração de problema que você elaborou para garantir que os designs realmente vão atender às necessidades do usuário.

Tenha em mente que o fluxo do usuário pode mudar com base nas necessidades e circunstâncias dos usuários. Se a declaração do problema mudar, é provável que o fluxo do usuário também precise ser alterada. Por exemplo, imagine que você descobriu que os usuários do aplicativo de passeadores de cães querem dicas sobre como contratar passeadores antes de efetivar uma reserva. Esse fluxo previsto do usuário poderia ser rompido, mostrando uma nova tela dentro do aplicativo, conforme abaixo. Essa tela pode ser ramificada da ação “Ler dicas” e fornecer mais informações sobre como reservar um novo passeador. Você não precisa criar um novo fluxo de usuário para todas as circunstâncias possíveis do produto, mas é necessário garantir que o fluxo de usuário seja focado nas necessidades da maioria dos usuários.



Para o seu projeto atual do programa, você está projetando um aplicativo do zero e criando um fluxo de usuário completamente novo. Mas, no mundo real, é possível que você trabalhe em um produto atual com um fluxo de usuário estabelecido. Para produtos que já existem, criar ou atualizar o fluxo do usuário pode ser complicado. Com uma pesquisa minuciosa do usuário, as telas podem ser reorganizadas, expandidas e refinadas para melhorar a forma como os usuários interagem com o produto. Se você está trabalhando em um produto novo ou que já existe, lembre-se que os usuários e as necessidades deles precisam ser a prioridade do design.



Saber as necessidades do seu usuário torna você melhor enquanto designer e mantém os usuários engajados com seu produto. Criar um fluxo de usuário é uma etapa importante. Como designer de UX, uma das suas melhores ferramentas é poder descrever o caminho que os usuários vão tomar para concluir uma tarefa no seu produto. Agora é hora de mostrar o que você sabe criar um fluxo de usuário para o design do seu próprio aplicativo. Boa sorte!

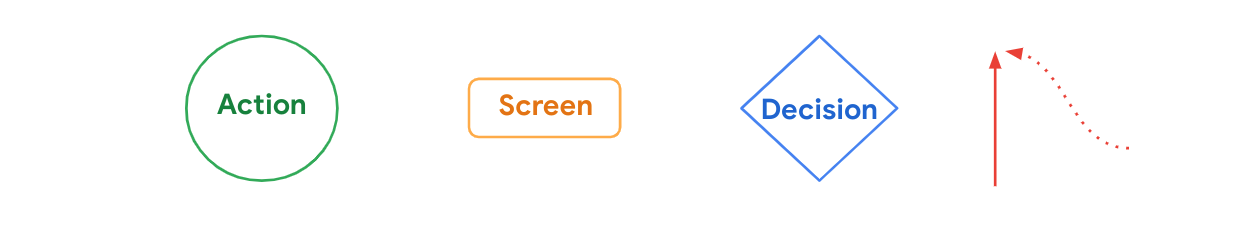
### 1.

Pergunta 1



Nesta atividade, você vai criar um diagrama do fluxo do usuário para seu projeto do portfólio. Como você aprendeu anteriormente, um **fluxo de usuário** é o caminho que um usuário típico percorre em um aplicativo ou site para realizar uma tarefa do início ao fim. Descrever os fluxos de usuários é importante para entender as necessidades que eles têm ao interagir com seu produto.

Para criar um fluxo de usuário, utilize formas comuns, como círculos, retângulos, diamantes e linhas com setas.



Como lembrete, aqui estão as formas e quais interações do usuário cada uma delas representa:

**Círculo:** os círculos mostram ações que um usuário realizar ao interagir com seu design. Em outras palavras, os círculos mostram uma tarefa ou as etapas que precisam ser realizadas para concluir uma tarefa do início ao fim.

**Retângulo:** retângulos descrevem as telas do seu produto digital, como uma página inicial ou uma página de confirmação. Os usuários vão interagir com essas telas para concluir tarefas.

**Diamantes:** os diamantes representam uma decisão que o usuário precisa tomar. Essa decisão faz com que o usuário avance no fluxo ou retorne para iniciar o processo novamente.

**Linhas com setas:** linhas com setas unem tudo e mostram o fluxo de informações.

Quando você utiliza essas formas comuns, fica mais fácil visualizar e comunicar as etapas dos fluxos de usuários. Depois de concluir esta atividade, você terá a oportunidade de comparar seu trabalho com um exemplo completo no próximo item do curso.



**Etapa 1: Acessar o modelo**

O diagrama de fluxo do usuário pode ser feito usando lápis e papel ou o modelo abaixo.

Para usar o modelo deste item do curso, clique no link abaixo e selecione “Usar modelo”.

Link para modelo:[**modelo de fluxo de usuário**](https://docs.google.com/presentation/d/1FmaP37qHOy8VwSgK6rreDeNVNxCuC0PHslwYtvclJT4/template/preview):

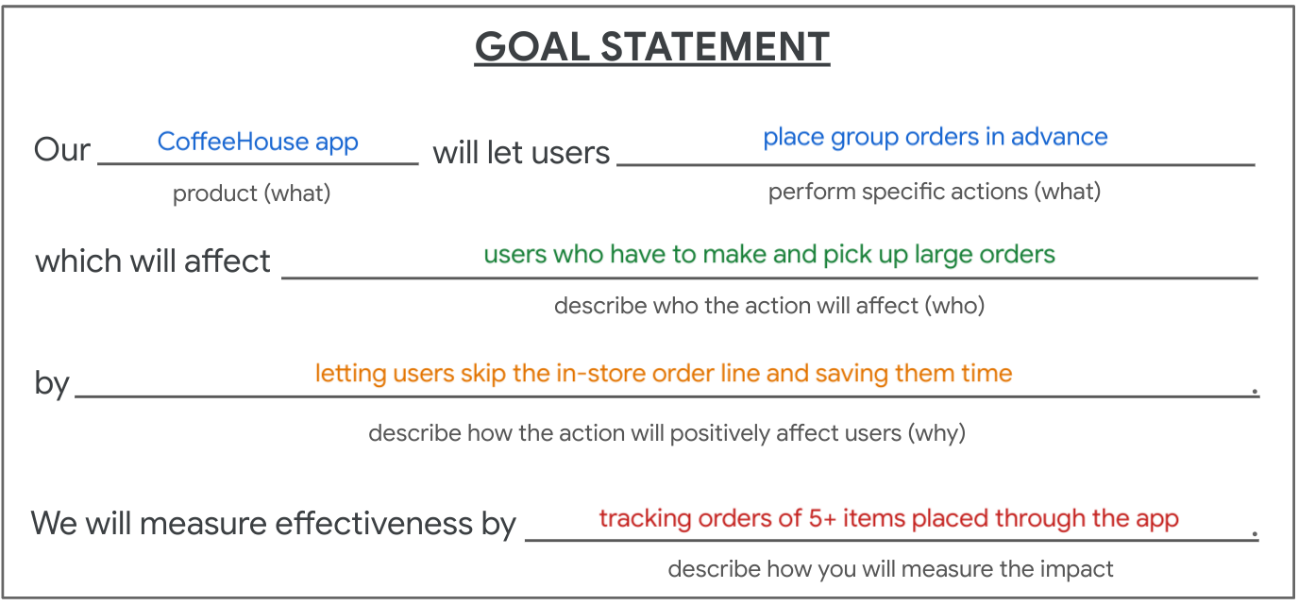
OU

Caso você não tenha uma conta do Google, faça o download direto do modelo pelo anexo abaixo.

**Etapa 2: Decidir a tarefa do usuário**

Antes de criar um diagrama de fluxo de usuário, você precisa decidir qual tarefa do usuário será mapeada. Escolha uma tarefa importante do aplicativo que você está projetando. A declaração de meta desenvolvida anteriormente na atividade [Criar uma declaração de meta](https://www.coursera.org/learn/criar-wireframes-e-prototipos-de-baixa-fidelidade/quiz/Al7zm/atividade-elaborar-uma-declaracao-de-meta-para-o-seu-projeto-do-portfolio) do curso pode ser usada para identificar uma das principais tarefas do usuário.

Por exemplo, aqui está a declaração de meta do cenário da CoffeeHouse:



Nosso aplicativo da CoffeeHouse vai permitir que os usuários façam pedidos de grupos com antecedência, o que vai afetar os usuários que precisam fazer e receber pedidos grandes ao permitir que os usuários pulem a fila de pedidos na loja e economizem tempo. Vamos medir a eficácia rastreando pedidos de mais de cinco itens feitos pelo aplicativo.

Pensando nessa declaração de meta, a principal tarefa do usuário pode ser:

**Usar o aplicativo da CoffeeHouse para fazer um pedido de cafés de um grupo de forma rápida e fácil.**

Ela apresenta uma tarefa a ser concluída e critérios de sucesso claros. O diagrama de fluxo do usuário deve mapear essa tarefa do início ao fim.

**Etapa 3: Descrever as etapas do fluxo do usuário**

Pensando na meta, liste as etapas do fluxo do usuário.

Comece com o **ponto de entrada**, que é o lugar em que os usuários inicialmente acessam seu produto. Como neste curso você está criando um aplicativo, é provável que o ponto de entrada seja abrir o aplicativo em um dispositivo, como um celular.

Em seguida, liste cada etapa que o usuário realizaria até concluir a tarefa. A **conclusão da tarefa** acontece quando os usuários conseguem alcançar a meta. No exemplo da CoffeeHouse, a tarefa é concluída quando os usuários recebem a confirmação do pedido.

Aqui está um exemplo de etapas de fluxo do usuário do ponto de entrada até a conclusão da tarefa no aplicativo da CoffeeHouse:

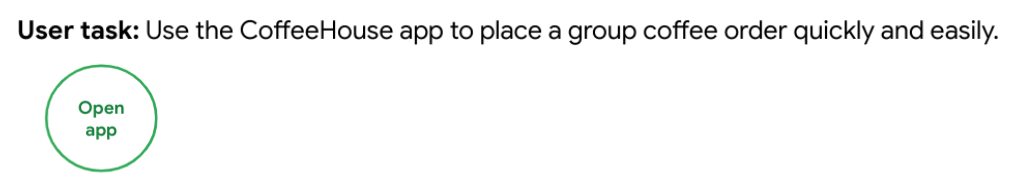
1. Abrir o aplicativo
2. Tela inicial
3. Pesquisar lojas
4. Selecionar loja
5. Encomendar daqui? Sim ou não
6. Tela de pedidos
7. Clicar no link para compartilhar o cardápio do café
8. Enviar cardápio para a equipe? Sim ou não
9. Iniciar o cronômetro do pedido
10. Equipe adiciona itens ao pedido
11. Pré-visualização do pedido
12. Passar para a tela de finalização da compra
13. Inserir informações para finalizar a compra
14. Confirmar o pedido? Sim ou não
15. Confirmar o pedido

**Etapa 4: Diagrama do fluxo do usuário**

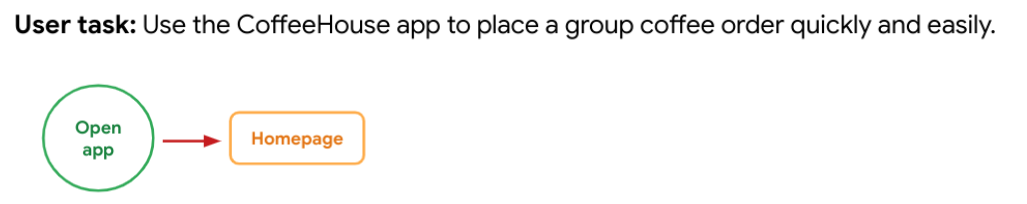
É hora de começar a mapear o fluxo do usuário! Realize as ações descritas na Etapa 3 para criar o diagrama de fluxo do usuário. Por exemplo, a primeira forma de um fluxo de usuário representa o ponto de entrada.

Talvez seja necessário adicionar ações ou alterar o fluxo que você esboçou conforme descreve o diagrama. Isso é totalmente normal!

Vamos diagramar o fluxo do usuário para o aplicativo da CoffeeHouse. O ponto de entrada do aplicativo era “Abrir o aplicativo”. Desenhe um círculo para representar uma ação e preencha-o com uma descrição da ação, que é “Abrir o aplicativo”.



Em seguida, desenhe uma linha com uma seta conectando esse círculo à próxima etapa do fluxo do usuário. Para o aplicativo da CoffeeHouse, conecte a primeira ação, “Abrir o aplicativo”, a um retângulo que representa o usuário acessando a tela inicial. Não se esqueça de incluir rótulos claros e simples dentro das formas referentes a cada etapa.



Continue esse processo para todas as etapas do fluxo do usuário. Lembre-se de usar a forma apropriada para indicar se os usuários estão realizando uma ação (círculo), acessando uma tela (retângulo) ou tomando uma decisão (diamante) e conecte as formas com setas.

Uma dica rápida: o fluxo do usuário não precisa ser muito complicado. Concentre-se em mapear o trajeto do ponto de entrada até a conclusão da tarefa de forma rápida e fácil.

**Etapa 5: Refletir sobre a conclusão da atividade**

Analise o fluxo de usuários que você criou para o aplicativo e confirme se ele segue estas diretrizes:

* O fluxo do usuário demonstra as etapas que os usuários realizam para chegar do ponto de entrada até a conclusão da tarefa.
* Todas as ações estão em círculos.
* Todas as telas estão em retângulos.
* Todas as decisões estão em diamantes.
* Cada forma é conectada por uma seta.

**Etapa 6: Salvar o trabalho**

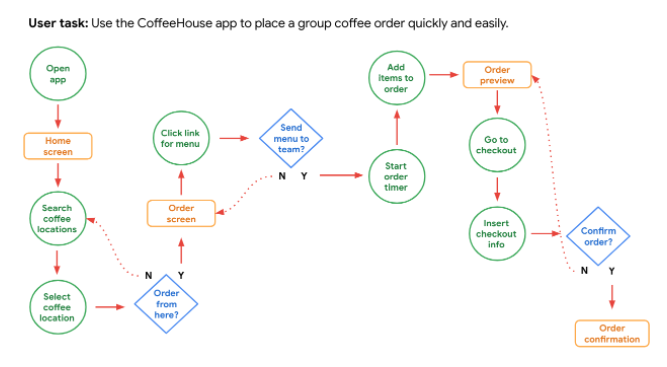
Ao completar a atividade de fluxo do usuário, lembre-se de:

1. Tirar fotos ou capturas de tela do fluxo de usuário que você criou.
2. Salvar todo o seu trabalho no computador, em um disco rígido ou na nuvem, como em uma pasta do Google Drive, para garantir que você terá todos os recursos necessários para seu portfólio posteriormente.

# Exemplo de atividade: Descrever o fluxo do usuário para seu aplicativo

Aqui está um fluxo completo de usuário para o aplicativo da CoffeeHouse, além de uma explicação sobre como este exemplo atende às expectativas da atividade.





**Exemplo**

Tarefa do usuário: usar o aplicativo da Coffeehouse para fazer um pedido de cafés de um grupo de forma rápida e fácil.



**Avaliação do exemplo**

Use cada um dos critérios abaixo para fazer uma autoavaliação do fluxo do usuário que você criou na atividade.

O fluxo de usuário do exemplo fornece:

* Um fluxo claro e fácil para os usuários chegarem do ponto de entrada, ou seja, abrir o aplicativo, até a conclusão da tarefa, que é uma confirmação do pedido.
* As etapas são claramente identificadas e representadas de forma apropriada.
* Linhas com setas conectam todos os passos do fluxo do usuário.

Compare este exemplo com o diagrama de fluxo do usuário que você criou na atividade. O que você fez bem? Em que você pode melhorar? Leve este feedback com você à medida que avança no curso.

# Saiba mais sobre como criar storyboards

No design de UX, um **storyboard** é uma série de painéis ou quadros que explora e descreve visualmente a experiência de um usuário com um produto. Contar uma história de modo visual costuma ser mais eficaz do que usando palavras.

Um produto real pode ter muitas telas, mas seu storyboard deve se concentrar apenas nas partes mais importantes da experiência do usuário com o produto. Como o nome sugere, os painéis de um storyboard devem contar uma história. Os quatro elementos-chave de um storyboard são:

* **Personagem**: define o usuário no storyboard.
* **Cena:** oferece aos designers uma maneira de imaginar o ambiente do usuário.
* **Enredo**: descreve a solução ou benefício que o design oferece.
* **Narrativa**: descreve o problema que o usuário está enfrentando e como o design o resolverá.

Existem dois tipos comuns de storyboards no design de UX e ambos incorporam esses quatro elementos-chave:

* Os **storyboards de visão geral** têm como foco o que o usuário precisa, o contexto e por que o produto será útil para ele. Os storyboards de visão geral são frequentemente usados no início do processo de design, quando os designers estão tentando fazer com que as partes interessadas apoiem as ideias.
* Os **storyboards de close-up** têm como foco o produto e como ele funciona. Eles são mais usados entre o meio e o fim do processo de design.

Vamos ver um exemplo real para saber como criar cada um desses storyboards. Imagine este cenário: você está projetando um aplicativo chamado Bandmate para músicos encontrarem membros talentosos e formarem bandas. Um usuário que pode utilizar o aplicativo é um guitarrista de uma banda de rock. Vamos chamá-lo de Dan. O baterista da banda do Dan resolveu sair, então ele precisa encontrar um novo.

## Criação de um storyboard de visão geral

**1. Comece com uma declaração de problema.** Isso ajudará a definir o personagem e a cena do seu storyboard.

Para este exemplo, a declaração do problema pode ser:

[Dan] é [guitarrista principal de uma banda] que precisa [contratar um novo baterista] porque [estão com dificuldade para substituir o baterista anterior].

**2. Crie uma declaração de meta**. Sua declaração de meta ajuda a determinar um enredo (o benefício ou solução do design) para seu storyboard.

Uma declaração de meta para este exemplo pode ser:

Nosso [aplicativo Bandmate] permite que os usuários [recrutem músicos novos ou substitutos] o que afeta [os usuários que precisam de novos membros para uma banda] ao [permitir que eles facilmente encontrem músicos qualificados para contratar]. Vamos medir a eficácia [lendo avaliações de usuários e rastreando contratações bem sucedidas].

**3. Monte o storyboard**. Use o modelo de storyboard mostrado nos vídeos sobre storyboards ou desenhe algo semelhante em um pedaço de papel.

Para usar o modelo deste item do curso, clique no link abaixo e selecione “Usar modelo”.

Link para o modelo: [**modelo de storyboard**](https://docs.google.com/presentation/d/135qtZ8ERI7Ldbt8q9rt_ZHsCwKnbyNJRyX1AY2YxV5E/template/preview)

OU

Caso você não tenha uma conta do Google, faça o download direto do modelo pelo anexo abaixo.

[UX Design Certificate - Storyboard [Template]-en-pt-C](https://d3c33hcgiwev3.cloudfront.net/RIC2pVDsQJqAtqVQ7GCaJQ_a0080072684241978ed547292d13e8f1_UX-Design-Certificate---Storyboard-Template--en-pt-C.pptx?Expires=1698537600&Signature=TLEP~eltEenb82nWIKxgV6eT830xX0LUWfaAfSmRQ0XZ8H872rhkt92B-mlQkv2DQ1DzmYyXyCXcb9VzoRLmFItOq66N61j-1uEeY7L0rjB205HTHEBI9pgXcDkicnoFdn~gph02q2~p043zQ3Igt9zz2~aJJmitmb-JVMw-iTU_&Key-Pair-Id=APKAJLTNE6QMUY6HBC5A" \t "_blank)

[PPTX File](https://d3c33hcgiwev3.cloudfront.net/RIC2pVDsQJqAtqVQ7GCaJQ_a0080072684241978ed547292d13e8f1_UX-Design-Certificate---Storyboard-Template--en-pt-C.pptx?Expires=1698537600&Signature=TLEP~eltEenb82nWIKxgV6eT830xX0LUWfaAfSmRQ0XZ8H872rhkt92B-mlQkv2DQ1DzmYyXyCXcb9VzoRLmFItOq66N61j-1uEeY7L0rjB205HTHEBI9pgXcDkicnoFdn~gph02q2~p043zQ3Igt9zz2~aJJmitmb-JVMw-iTU_&Key-Pair-Id=APKAJLTNE6QMUY6HBC5A" \t "_blank)

The storyboard template. At the top of the page, there's a place to describe the scenario. On the template itself there are spaces for images and descriptions of action.

**Storyboard de design de UX**

**Cenário:**

**4. Adicione o cenário ao storyboard.** Adicione o cenário para começar a preencher o modelo de storyboard. Na parte superior do modelo, escreva uma frase que defina a narrativa do storyboard. Pensando na declaração do problema e na solução que consta na declaração da meta, escreva uma frase curta e clara que descreva o usuário e o problema que seu design resolve para ele. Considere o resultado final que resolverá o problema do usuário.

Para este exemplo, você quer que o aplicativo Bandmate ajude Dan a encontrar um novo baterista para a banda. Portanto, o cenário na parte superior do storyboard pode ser:

Um aplicativo que permite que os usuários recrutem músicos qualificados, novos ou substitutos, para se juntarem à sua banda.

**5. Desenhe uma ideia por painel.** O primeiro painel é usado para definir a cena para a história. Em seguida, a cada painel adicional, pense em ações que façam a história avançar e como o usuário se sente em cada painel.

No primeiro painel, qual é o evento que leva Dan a encontrar um novo baterista? Nesse caso, o baterista de Dan saiu da banda, então ele precisa encontrar um substituto.

No segundo painel, Dan encontra e abre um aplicativo que pode ajudar a recrutar músicos qualificados, novos ou substitutos na região. Essa ação deve ser desenhada em um painel próprio.

No terceiro painel, Dan usa o aplicativo e encontra um baterista experiente que mora perto. Ele filtra por bateristas com pelo menos cinco anos de experiência em uma banda profissional, com boas avaliações e que moram a menos de 50 km de onde ele está.

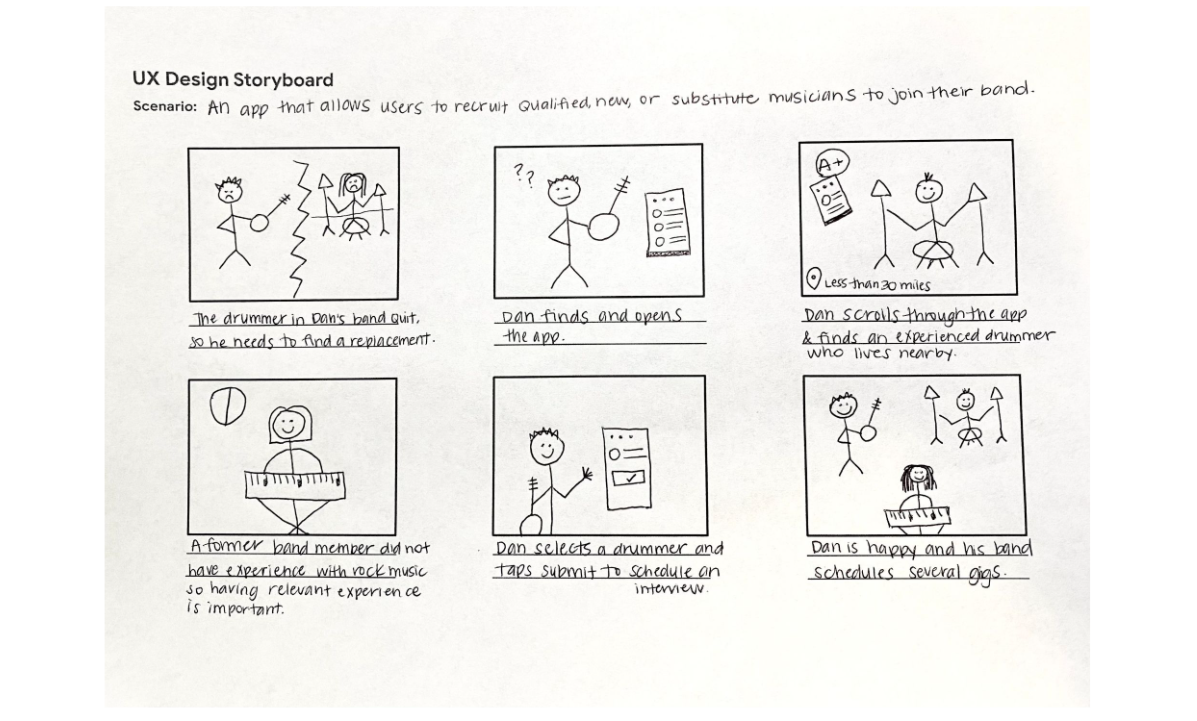
**Dica profissional: lembre que storyboards de visão geral têm como foco a experiência do usuário**. O storyboard deve mostrar como as pessoas usam seu produto e por que ele será útil para elas. Como os storyboards de visão geral são sobre o usuário, é importante incluir a emoção em diferentes etapas da jornada usando, por exemplo, uma cara triste ou feliz. Isso faz com que o storyboard seja mais humanizado e empático.

**6. Exponha os pontos fracos para o usuário ao longo da jornada**. Dan teve uma experiência ruim no passado quando contratou um tecladista sem a qualificação necessária para a banda. Nesse novo aplicativo, Dan precisa conseguir identificar as qualificações do músico, quantos anos de experiência ele tem tocando em bandas ou avaliações que esse músico recebeu de outros usuários. Dan pode se sentir um pouco nervoso por causa das experiências ruins anteriores na busca por colegas de banda. Isso está desenhado no quarto painel.

Em seguida, no quinto painel, Dan seleciona um baterista no aplicativo e toca no botão “agendar” para marcar uma entrevista com o candidato a baterista substituto.

**7. Inclua a meta ou conclusão do usuário no painel final.** Neste exemplo, a conclusão é que um novo baterista se junta à banda. Dan está muito feliz e a banda está agendando vários shows. Inclua uma emoção para demonstrar como o usuário se sente ao final da experiência com o produto. Neste caso, Dan se sente animado e satisfeito.

E é isso!

Scenario: An app that allows users to recruit qualifies, new, or substitute musicians to join their band. 1. The drummer in Dan's band quite so he needs to find a replacement. 2. Dan finds and opens the app. 3. Dan scrolls through the app and finds an experienced drummer who lives nearby. 4. A former band member did not have experience with rock music so having relevant experience is important. 5. Dan selects a drummer and taps submit to schedule an interview. 6. Dan is happy and his band schedules several gigs.

Você levou o usuário, Dan, em uma jornada para encontrar um novo baterista para a banda dele. Você abordou os pontos fracos e ajudou a encontrar um baterista qualificado. Seu usuário está satisfeito com a experiência dele no aplicativo. Storyboards de visão geral ajudam você a se aprofundar na experiência de um usuário, o que resulta em produtos melhores.

## Criação de um storyboard de close-up

Para criar um storyboard de close-up, as etapas 1 a 4 são as mesmas do processo de storyboard de visão geral:

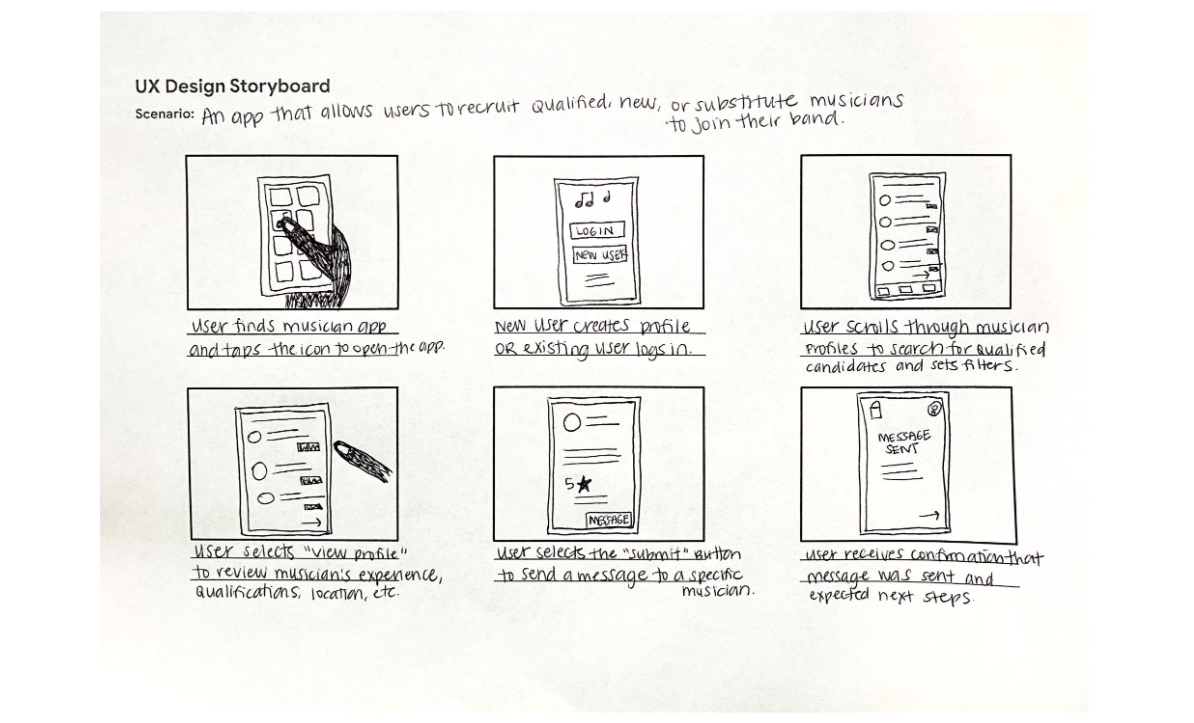
1. Comece com uma declaração de problema.
2. Crie uma declaração de meta.
3. Monte o storyboard.
4. Adicione o cenário ao storyboard.

**5. Desenhe uma ideia por painel.** A diferença entre os storyboards de visão e os storyboards de close-up é a quinta etapa, em que você desenha cada painel. Lembre-se: storyboards de visão geral têm como foco o usuário, enquanto storyboards de close-up se concentram no produto. Para este storyboard de close-up, pense em quais detalhes do produto você quer destacar em cada painel e por quê. O objetivo é demonstrar o fluxo do usuário e como cada ação no produto levará à próxima tela.

* Para começar, no **primeiro painel**, o usuário vai ligar o celular, deslizar pelos aplicativos e tocar no ícone do aplicativo de músicos para abri-lo.
* Muitas vezes, ao projetar um aplicativo, o foco de um dos painéis do storyboard de close-up é como um usuário começa a jornada quando abre o aplicativo pela primeira vez. Para este exemplo do aplicativo para encontrar músicos, vamos imaginar que um novo usuário pode criar um perfil ou fazer login se já tiver uma conta. Isso é mostrado no **segundo painel**.
* No **terceiro painel**, quando o usuário já fez login no aplicativo, ele pode começar a procurar um colega de banda. O usuário vê os perfis de músicos e pode definir filtros, como anos e nível de experiência, localização, instrumentos que toca e muito mais.
* No **quarto painel**,o usuário toca no botão “ver perfil” de um dos músicos para analisar a experiência, qualificações e localização da pessoa.
* Então, depois que o usuário encontra alguém que tem interesse de contatar, ele toca no botão “enviar” para escrever uma mensagem para aquele músico. O usuário pode escrever uma mensagem própria ou enviar uma mensagem automatizada que pergunta se a pessoa tem disponibilidade para agendar uma conversa. Há também uma opção para o usuário fornecer uma amostra de música para a pessoa. Isso é mostrado no **quinto painel**.

Finalmente, no **sexto painel**, o usuário recebe a confirmação de que a mensagem foi enviada e uma descrição dos próximos passos. O texto abaixo da confirmação pode dizer algo como “Sua mensagem foi enviada para o músico”.

Também haverá um botão com um link para voltar à caixa de entrada do usuário e outro para voltar à página de pesquisa, de onde o usuário acabou de sair.

Scenario: An app that allows users to recruit qualifies, new, or substitute musicians to join their band. 1. user finds musician app and tapes the icon to open the app 2. new user create profile or existing user logs in 3. user scrolls through musician profiles to search for qualified candidates and sets filters. 4. user selects "view profile" to review musician's experience, qualifications, location, etc. 5. user selects the "submit" button to send a message to a specific musician 6. user receives confirmation that message was sent and expected next steps.

E é isso! Agora você sabe como criar um storyboard de visão geral e de close-up. Na próxima atividade, você terá a oportunidade de criar seus próprios storyboards. Divirta-se!

# Teste seus conhecimentos sobre storyboards

Teste para praticar. • 4 min. • 2 pontos totais disponíveis.2 pontos totais

Português (Brasil)

## Parabéns! Você foi aprovado!

Nota recebida 100%

Para ser aprovado 80% ou superior

Ir para o próximo item

### 1.

Pergunta 1

Quais são os principais elementos de um storyboard? Selecione todas as opções aplicáveis.

1 / 1 ponto

Narrativa

Correto

Por fim, a narrativa descreve o problema do usuário e como o design vai resolvê-lo. Outros elementos importantes de um storyboard incluem o enredo, a cena e o personagem.

Cena

Correto

A cena de um storyboard ajuda designers a imaginar o ambiente do usuário. Outros elementos importantes de um storyboard incluem o enredo, o personagem e a narrativa.

Personagem

Correto

Em um storyboard, o usuário é o personagem. Outros elementos importantes de um storyboard incluem o enredo, a cena e a narrativa.

Tema

Enredo

Correto

O enredo de um storyboard descreve o benefício ou a solução do design. Outros elementos importantes de um storyboard incluem a cena, o personagem e a narrativa.

### 2.

Pergunta 2

Qual dos cenários a seguir seria mais apropriado para usar um storyboard de visão geral?

1 / 1 ponto

Você cria uma nova página inicial para um site de notícias. Você precisa mostrar os detalhes do produto e o que acontece durante cada etapa da experiência do usuário.

Você cria uma ferramenta que conecta mecânicos com lojas locais de autopeças para verificar a disponibilidade de produtos em tempo real. Você quer testar se o aplicativo tem possíveis problemas de conexão.

Você inicia o processo de design de um novo aplicativo de entrega de compras de supermercado. Você quer apresentar para a equipe algumas ideias sobre como o aplicativo pode ser utilizado e como ele beneficia o usuário.

Correto

Este cenário usaria um storyboard de visão geral porque o foco é como as pessoas vão usar o produto ao longo do dia e por que esse produto será útil.

# Atividade: Prática de criação de storyboards

Teste para praticar. • 30 min. • 1 ponto total disponível.1 ponto total

Português (Brasil)

### 1.

Pergunta 1



Esta atividade ensinará você a criar storyboards para descrever o fluxo ideal dos designs da CoffeeHouse.

Um **storyboard** é uma série de painéis ou quadros que explora e descreve visualmente a experiência de um usuário com um produto. Pense no storyboard como uma ferramenta para visualizar possíveis soluções para problemas que o usuário está enfrentando.

Todo storyboard tem quatro elementos-chave:

* Personagem
* Cena
* Enredo
* Narrativa

O **personagem** do storyboard é o usuário que protagoniza a história. A **cena** ajuda a imaginar o ambiente desse usuário. O **enredo** descreve o benefício ou a solução do design. Por fim, a **narrativa** descreve a necessidade ou problema do usuário e como o design vai resolver o problema.

Nesta atividade, você vai criar dois storyboards (um de visão geral e outro de close-up) para o cenário da CoffeeHouse que você vem usando nas práticas.

O próximo item do curso inclui um exemplo completo que pode ser comparado com seu próprio trabalho.



Use seu próprio trabalho relacionado ao aplicativo da CoffeeHouse ou os exemplos de atividades do aplicativo da CoffeeHouse, apresentados abaixo.

Se você quiser usar os exemplos para criar os storyboards, incluímos links para cada um deles abaixo para que possam ser consultados facilmente. Certifique-se de escolher apenas uma persona para os storyboards.

**Anika**

Para ver a persona de Anika, clique no link abaixo e selecione “Usar modelo”.

Link para o exemplo: [**A persona de Anika**](https://docs.google.com/presentation/d/1QZ4iohYXQ7HymWTQ9hsvdxkAQs3momfd-pM5AeTB8go/template/preview#slide=id.gc6e36406f8_0_0)

**OU**

Caso você não tenha uma conta do Google, faça o download direto da persona de Anika pelo anexo abaixo.

Para ver o mapa da jornada do usuário de Anika, clique no link abaixo e selecione “Usar modelo”.

Link para o exemplo: [**Mapa da jornada do usuário de Anika**](https://docs.google.com/presentation/d/1RKe2Ar4ggFWU1tUjvnfQLPcyI9L0OesDDdUWRaoqCNA/template/preview#slide=id.gd2559bc50b_1_139)

**OU**

Caso não tenha uma conta do Google, faça o download direto do mapa da jornada do usuário de Anika pelo anexo abaixo.

Para ver a declaração de problema de Anika, clique no link abaixo e selecione “Usar modelo”.

Link para o exemplo: [**Declaração de problema de Anika**](https://docs.google.com/presentation/d/1YTVIJDUJ59m3XARq621f6bbgEpiEcrzLEVcmP4b7WNU/template/preview#slide=id.gc52eead451_0_165)

**OU**

Caso você não tenha uma conta do Google, faça o download direto da declaração de problema de Anika pelo anexo abaixo.

**Ali**

Para ver a persona de Ali, clique no link abaixo e selecione “Usar modelo”.

Link para o exemplo: [**A persona de Ali**](https://docs.google.com/presentation/d/1ZYnDJX-BuRNvb1WoUac_6aIBYQ3Z_MN21yegYwhepZo/template/preview#slide=id.gc476ecfe72_0_0)

**OU**

Caso você não tenha uma conta do Google, faça o download direto da persona de Ali pelo anexo abaixo.

Para ver o mapa da jornada do usuário de Ali, clique no link abaixo e selecione “Usar modelo”.

Link para o exemplo: [**Mapa da jornada do usuário de Ali**](https://docs.google.com/presentation/d/1k5Qs6fgqNZxHLWvGzz0lw3fJp_-eDp0dpUIyjbFRB-M/template/preview?resourcekey=0-3v1-m1mye0FkSdd3C1ikbQ#slide=id.gd2a43cf026_0_221)

**OU**

Caso você não tenha uma conta do Google, faça o download direto do mapa da jornada do usuário de Ali pelo anexo abaixo.

Para ver a declaração de problema de Ali, clique no link abaixo e selecione “Usar modelo”.

Link para o exemplo: [**Declaração do problema de Ali**](https://docs.google.com/presentation/d/11Odeynkzqk1lwWlzTW767Gv3Eb7Dlxtx_2fZC9HYUQc/template/preview?resourcekey=0-LRtwUwPh4q3kAMijqyHG8Q#slide=id.gc52eead453_0_0)

**OU**

Caso você não tenha uma conta do Google, faça o download direto da declaração de problema de Ali pelo anexo abaixo.

**CoffeeHouse**

Para ver o exemplo completo da meta da CoffeeHouse para este item do curso, clique no link abaixo e selecione “Usar modelo”.

Link para o exemplo: [**Declaração de meta da CoffeeHouse**](https://docs.google.com/presentation/d/1qwRPKveIAgUNe-RlQb5rVgCFmAS6SRXzV2fbRu2Qfog/template/preview?resourcekey=0-jirV-KP2rOSNx0rrl9-xXA)

**OU**

Caso você não tenha uma conta do Google, faça o download direto do exemplo pelo anexo abaixo.

**Etapa 1: Acessar o modelo**

Para usar o modelo deste item do curso, clique no link abaixo e selecione “Usar modelo”.

Link para o modelo: [**modelo de storyboard**](https://docs.google.com/presentation/d/135qtZ8ERI7Ldbt8q9rt_ZHsCwKnbyNJRyX1AY2YxV5E/template/preview)

OU

Caso você não tenha uma conta do Google, faça o download direto do modelo pelo anexo abaixo.

Você vai usar o modelo para criar os dois tipos de storyboards. Portanto, você precisará de **duas cópias** do modelo para completar esta atividade. Você vai usar os modelos para criar um **storyboard de visão geral** e um **storyboard de close-up**.

Imprima os modelos de storyboards e preencha com um lápis ou caneta ou use um programa digital. A escolha é sua, mas lembre-se de salvar o trabalho para poder acessá-lo e compartilhá-lo.

**Etapa 2: Criar um storyboard de visão geral para o cenário da CoffeeHouse**

1. Primeiro, você precisa de uma **declaração de problema** para identificar o personagem e a cena do storyboard.

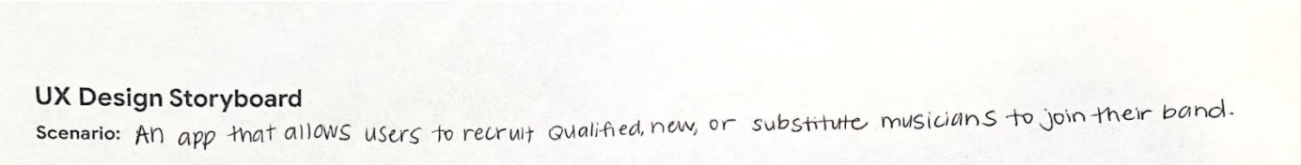
Para o cenário da CoffeeHouse, você já deve ter uma declaração de problema que criou na atividade prática [Criar uma declaração de problema e uma declaração de hipótese](https://www.coursera.org/learn/iniciar-o-processo-de-design-de-ux/quiz/Mo8lG/atividade-elabore-uma-declaracao-de-problema-e-uma-declaracao-de-hipotese-para-o). Também é possível usar um exemplo da lista.

2. Em seguida, você precisa de uma **declaração de meta**. A declaração de meta serve para determinar o enredo (o benefício ou a solução do design).

Você já deve ter escrito uma declaração de meta para o cenário da CoffeeHouse na atividade de prática [Criar uma declaração de meta](https://www.coursera.org/learn/criar-wireframes-e-prototipos-de-baixa-fidelidade/quiz/66P5J/atividade-elaborar-uma-declaracao-de-meta). Também é possível usar um exemplo da lista.

3. Agora que você entende o personagem, a cena e o enredo, comece a preencher o modelo do storyboard adicionando **uma frase que descreve** o contexto da história. Para fazer isso, adicione uma frase que define a narrativa do seu design na parte superior do modelo. Ela deve ser uma frase curta que ajude a entender o usuário e o problema que seu design resolve para ele.

Incluímos um exemplo de storyboard com uma frase baseada no cenário da banda de Dan do início do curso:



4. Por fim, preencha os seis painéis do modelo com recursos visuais que demonstram a experiência do usuário com seu aplicativo. Cada imagem deve destacar um momento importante da jornada do usuário, incluindo o contexto e as motivações da pessoa (por que ela quer usar o aplicativo) e a experiência geral de usar o serviço com êxito. (Dica: legendas são úteis para interações difíceis de esboçar.)

Neste ponto, seu storyboard deve identificar claramente o personagem, a cena, o enredo e a narrativa da experiência geral do usuário. Juntos, os seis painéis contam a história de como o usuário usou o design para alcançar a meta!

**O que incluir no seu storyboard de visão geral**

Lembre-se de focar no usuário. Comunique claramente o ambiente ou contexto e a motivação da pessoa para usar o aplicativo. Pode ser um ponto fraco percebido ou uma oportunidade de mercado.

**Etapa 3: Criar um storyboard de close-up para o cenário da CoffeeHouse**

O processo de criação do storyboard de close-up envolve as mesmas quatro etapas de preenchimento do modelo de storyboard:

1. Use a declaração de problema da CoffeeHouse para estabelecer o mesmo personagem e cena para o storyboard de close-up.
2. Seu enredo é baseado na mesma declaração de meta.
3. Você também pode usar a mesma declaração de cenário!
4. Desta vez, preencha os seis painéis do modelo com recursos visuais e legendas que descrevam como o usuário interage com seu design, o aplicativo da CoffeeHouse. Confirme se os recursos visuais e legendas do storyboard de close-up são concentrados no produto. Para cada painel, pense em quais detalhes do produto você quer destacar e por quê. Depois, faça um esboço desses detalhes do produto.

Os seis painéis do storyboard de close-up servem para demonstrar o fluxo bem-sucedido das ações do usuário com o produto e como cada etapa leva à próxima.

Ao criar um storyboard de close-up, pense em perguntas como:

* O que acontece em cada tela do produto?
* O que o usuário faz para passar de uma tela a outra?

**O que incluir no seu storyboard de close-up**

Lembre-se de focar no produto.

O storyboard de close-up deve se concentrar na experiência do usuário do produto, destacando interações importantes como a integração (a primeira impressão que um usuário tem do aplicativo), fazer um pedido e finalizar a compra. Indique transições entre telas com ações claras que o usuário precisa realizar para alcançar a meta.

**Etapa 4: Salvar o trabalho**

Ao completar essas atividades, lembre-se de:

1. Tirar fotos ou capturas de tela do seu trabalho com os storyboards.
2. Salvar todo o seu trabalho no computador, em um disco rígido ou na nuvem, como em uma pasta do Google Drive, para garantir que você terá todos os recursos necessários do curso para seu portfólio posteriormente.

# Exemplo de atividade: Prática de criação de storyboards

Aqui está um exemplo completo com os dois tipos de storyboards baseados no cenário da CoffeeHouse. Após os exemplos de storyboards, há uma explicação sobre como ele atende às expectativas da atividade anterior.



### Cenário: Aplicativo da CoffeeHouse

Tanto para o storyboard de visão geral quanto para o de close-up, a atividade começa com uma declaração de problema:

**Anika** está fazendo um estágio de marketing cheio de tarefas

e **precisa** de uma maneira mais rápida e colaborativa de pegar muitos pedidos de café ao mesmo tempo

**porque** pegar pedidos individualmente demora muito.

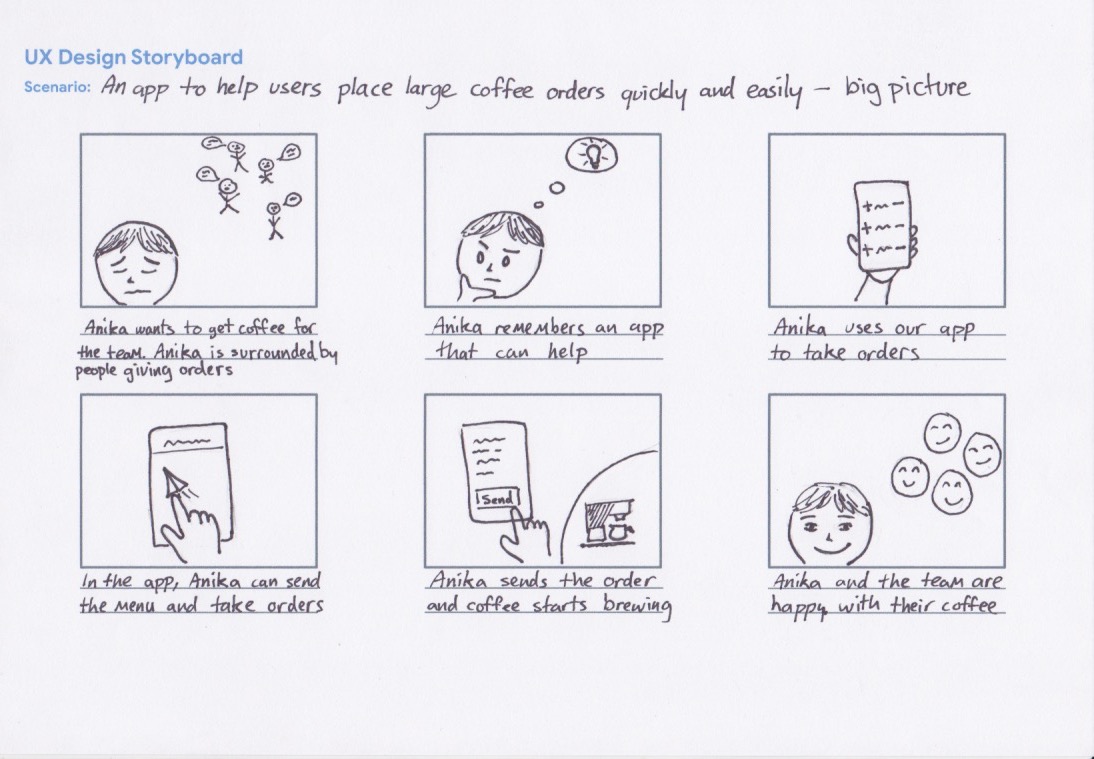
Essa declaração de problema dá uma boa ideia do personagem da história. Anika, que está fazendo um estágio de marketing cheio de tarefas. Essa declaração de problema também define uma cena para os storyboards: Anika está fazendo um pedido grande de cafés para o escritório. Em seguida, vamos considerar uma declaração de meta baseada nessa declaração de problema:

* O aplicativo da CoffeeHouse vai permitir que os usuários façam pedidos de grupos com antecedência, o que vai afetar os usuários que precisam fazer e receber pedidos grandes ao permitir que os usuários pulem a fila de pedidos na loja e economizem tempo. Vamos medir a eficácia rastreando pedidos de mais de cinco itens feitos pelo aplicativo.

Isso ajuda a definir o enredo da história, que será sobre uma pessoa que consegue fazer um pedido grande de cafés com rapidez e facilidade!

Agora você já pode elaborar uma declaração de cenário que descreve a narrativa retratada nos storyboards. Ambos os storyboards contam a história de como o aplicativo ajuda um usuário a enviar um pedido grande para retirar na CoffeeHouse local. A próxima etapa é preencher os modelos de storyboard começando por esta declaração simples de cenário: “Um aplicativo para ajudar os usuários a fazer pedidos grandes de cafés com rapidez e facilidade.”

A seguir, é hora de preencher os painéis do modelo com imagens e legendas de acordo com as diretrizes de um storyboard de visão geral.



**Descrição por escrito do storyboard de visão geral:**

O storyboard contém seis painéis. No primeiro painel, Anika quer pegar cafés para a equipe. Ao redor de Anika há várias pessoas pedindo coisas do café.

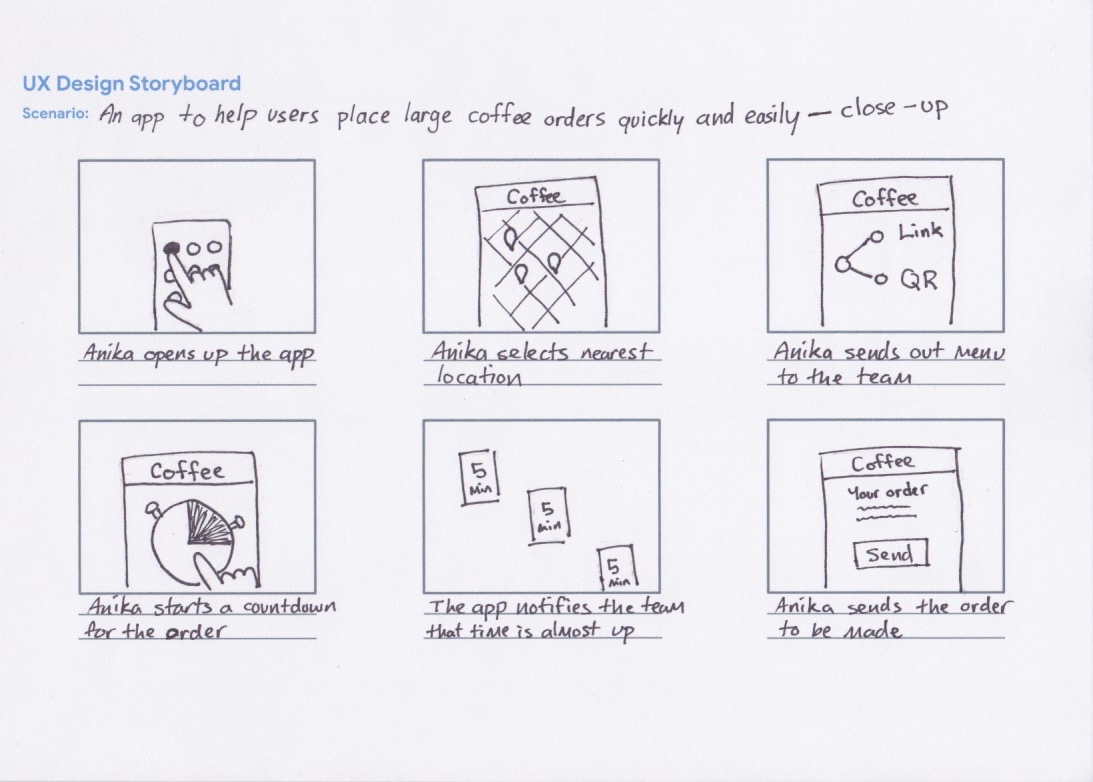
Em seguida, Anika lembra que um aplicativo pode ajudar nessa situação. Isso está no segundo painel.

No terceiro painel, Anika decide usar o aplicativo da CoffeeHouse para pegar os pedidos da equipe.

No quarto painel, Anika descobre que pode enviar o cardápio do café para a equipe dentro do aplicativo, assim as pessoas podem fazer seus próprios pedidos.

No quinto painel, Anika envia o pedido para o café pelo aplicativo e ele começa a ser preparado.

O painel final mostra Anika e a equipe tomando café no escritório.

Six frames showing sketched images, followed by short descriptions. First frame shows a hand clicking an icon on the phone home screen. Anika opens up the app. Second frame shows a phone screen; on the screen it reads "Coffee" at the top, and beneath it is a map with various pins appearing. Anika selects nearest location. Third frame shows a phone screen; on the screen it reads "Coffee" at the top, and beneath shows options for link or QR sharing. Anika sends out the menu to the team. Fourth frame shows a hand interacting with a phone screen, with a "Coffee" at the top and a stopwatch beneath it. Anika starts a countdown for the order. Fifth frame shows 3 phones within the frame, all reading "5 mins". The app notifies the team that time is almost up. Sixth frame show the phone screen; at the top, it reads "Coffee" and beneath, it reads "Your order" and has a send button at the bottom. Anika sends the order to be made.

**Descrição por escrito do storyboard de close-up:**

O storyboard é composto por seis painéis. No primeiro painel, Anika começa abrindo o aplicativo no celular.

No segundo painel, Anika seleciona o local mais próximo para comprar café.

No terceiro painel, Anika recebe um link ou código QR do aplicativo com um cardápio que pode ser enviado para a equipe.

No quarto painel, Anika vê um relógio com uma contagem regressiva, que indica quanto tempo a equipe tem para fazer os pedidos.

Em seguida, no quinto painel o aplicativo notifica a equipe de que o tempo está quase acabando.

No último painel, Anika envia o pedido para o café.



### Storyboard de visão geral:

Observe que este storyboard de visão geral tem como foco como e por quê o usuário interage com seu design. Ao criar um storyboard de visão geral, pense em perguntas como:

* Por que o usuário precisa do nosso aplicativo?
* Como o usuário usará nosso aplicativo CoffeeHouse?
* Por que o usuário ficará satisfeito com o aplicativo?

Como um bom filme, um storyboard de visão geral pode mostrar o engajamento emocional que um usuário terá com o aplicativo ou qualquer produto. Entender como um usuário se sente ao interagir com seu produto é uma parte essencial do processo de design.

Um storyboard de visão geral deve seguir estas diretrizes:

* Esboços focados no usuário.
* Os esboços devem indicar o ambiente ou o contexto do usuário.
* Os esboços devem se concentrar na necessidade específica ou ponto fraco que o usuário quer solucionar.

### Storyboard de close-up:

Enquanto storyboards de visão geral se concentram em como e por quê, os storyboards de close-up se concentram no quê. Pense em questões como:

* O que acontece em cada tela do produto?
* O que o usuário faz para passar de uma tela a outra?
* Que suposições estamos fazendo sobre essa experiência?
* Quais interações possivelmente complicadas ou pontos fracos precisam ser abordados?

O storyboard de close-up tem menos a ver com a emoção porque nosso foco não é o usuário. Em vez disso, o storyboard de close-up é concentrado nos aspectos práticos do design em si.

Um storyboard de close-up deve seguir estas diretrizes:

* Os esboços devem ter como foco o produto, não o usuário que interage com esse produto.
* Os esboços devem indicar como um usuário pode interagir com o produto por meio de telas de exemplo.
* Os esboços devem indicar as transições entre telas ou estados que o usuário precisa realizar.

Agora, compare o exemplo acima com os storyboards que você fez. Avalie o que você fez de acordo com cada um dos critérios abaixo usados para analisar o exemplo.

O que você faz bem? Em que você pode melhorar? Leve este feedback com você à medida que avança no curso.

# Testar seus conhecimentos sobre fidelidade do design

Teste para praticar. • 4 min. • 3 pontos totais disponíveis.3 pontos totais

Português (Brasil)

## Parabéns! Você foi aprovado!

Nota recebida 100%

Para ser aprovado 80% ou superior

Ir para o próximo item

### 1.

Pergunta 1

Preencha a lacuna: Wireframes estabelecem \_\_\_\_\_ de uma página e servem como um esboço de uma experiência digital.

1 / 1 ponto

as imagens básicas

o texto básico

as especificações funcionais básicas

a estrutura básica

Correto

Wireframes estabelecem a estrutura básica de uma página e servem como o esboço de uma experiência digital.

### 2.

Pergunta 2

Qual dos tipos de fidelidade de design você usaria se precisasse ter ideias rapidamente, deixando espaço para explorar?

1 / 1 ponto

Design de baixa fidelidade

Design de fidelidade média

Design de alta fidelidade

Correto

Designs de baixa fidelidade são menos complexos e permitem que designers esbocem ideias rapidamente.

### 3.

Pergunta 3

Identifique as características de um design de baixa fidelidade (lo-fi). Selecione todas as opções aplicáveis.

1 / 1 ponto

Designs de baixa fidelidade são altamente refinados

Designs de baixa fidelidade incluem gráficos e imagens

Designs de baixa fidelidade são frequentemente usados para ter ideias rapidamente.

Correto

Designers da UX criam designs de baixa fidelidade para ter ideias rapidamente e deixar espaço para explorar. Em comparação a designs de alta fidelidade, os designs de baixa fidelidade costumam incluir formas e linhas simples. Eles também são menos refinados.

Designs de baixa fidelidade usam formas e linhas simples

Correto

Em comparação a designs de alta fidelidade, os designs de baixa fidelidade costumam incluir formas e linhas simples. Eles também são menos refinados.

# Os benefícios de wireframes

Teste para praticar. • 30 min. • 1 ponto total disponível.1 ponto total

Português (Brasil)

### 1.

Pergunta 1



Esta atividade vai ajudar você a entender como desenhar wireframes no papel. Nesta atividade, você vai traduzir as ideias de um dos seus aplicativos móveis favoritos para um wireframe de papel. Os wireframes resumem a estrutura básica do aplicativo para destacar a função prevista de cada elemento. Para criar wireframes de papel, você vai trabalhar retroativamente a partir de um aplicativo que já foi projetado. Esta atividade vai ajudar você a entender como projetar a estrutura de uma página para testar diferentes opções sem passar tempo demais nesse processo. Esta prática também vai preparar você para atividades posteriores do curso em que será necessário desenhar wireframes de papel para seus projetos do portfólio.

Depois de concluir esta atividade, você terá a oportunidade de comparar seu trabalho com um exemplo completo no próximo item do curso.



**Etapa 1: Selecionar um aplicativo móvel para fazer um wireframe**

Pense em um aplicativo móvel que você gosta de usar e navegue até a tela inicial dele. Veja se a tela inicial tem componentes comuns de interface do usuário, como menus e botões: se sim, o aplicativo é ideal para praticar suas habilidades de desenho de wireframes.

**Etapa 2: Escrever uma lista com as principais informações da tela inicial**

Antes de começar a desenhar, escreva uma pequena lista das principais informações que constam na tela inicial do aplicativo. Sua lista pode incluir um menu de navegação, uma barra de pesquisa, imagens, texto e outros elementos importantes para usar o aplicativo. Isso vai ajudar você a planejar quais elementos precisam ser desenhados no wireframe de papel e como eles devem ser desenhados.

**Etapa 3: Desenhar a moldura da tela inicial**

Usando um pedaço de papel e uma caneta ou lápis, desenhe um retângulo para representar a moldura da tela inicial do aplicativo. As dimensões não precisam ser exatas. No entanto, é importante que os elementos-chave da tela inicial caibam no retângulo e possam ser dispostos de maneira semelhante a como eles aparecem na tela.

**Etapa 4: Desenhar os principais elementos da tela**

Dentro do quadro, desenhe os elementos-chave da tela inicial do aplicativo da Etapa 2 como linhas e formas simples, como círculos, quadrados e retângulos. Siga os padrões do setor explicados no vídeo do curso para representar certos elementos:

* O texto é representado por linhas horizontais.
* Imagens, fotos, ilustrações e ícones são representados por quadrados com um X grande dentro.
* Chamados para a ação, como botões “enviar” ou “escrever”, são representadas por retângulos ou círculos, o que se encaixar melhor no formato do elemento na tela.

Os padrões do setor garantem que seus wireframes sejam simples e compreensíveis, especialmente para qualquer colaborador.

**Etapa 5: Refletir sobre a conclusão da atividade**

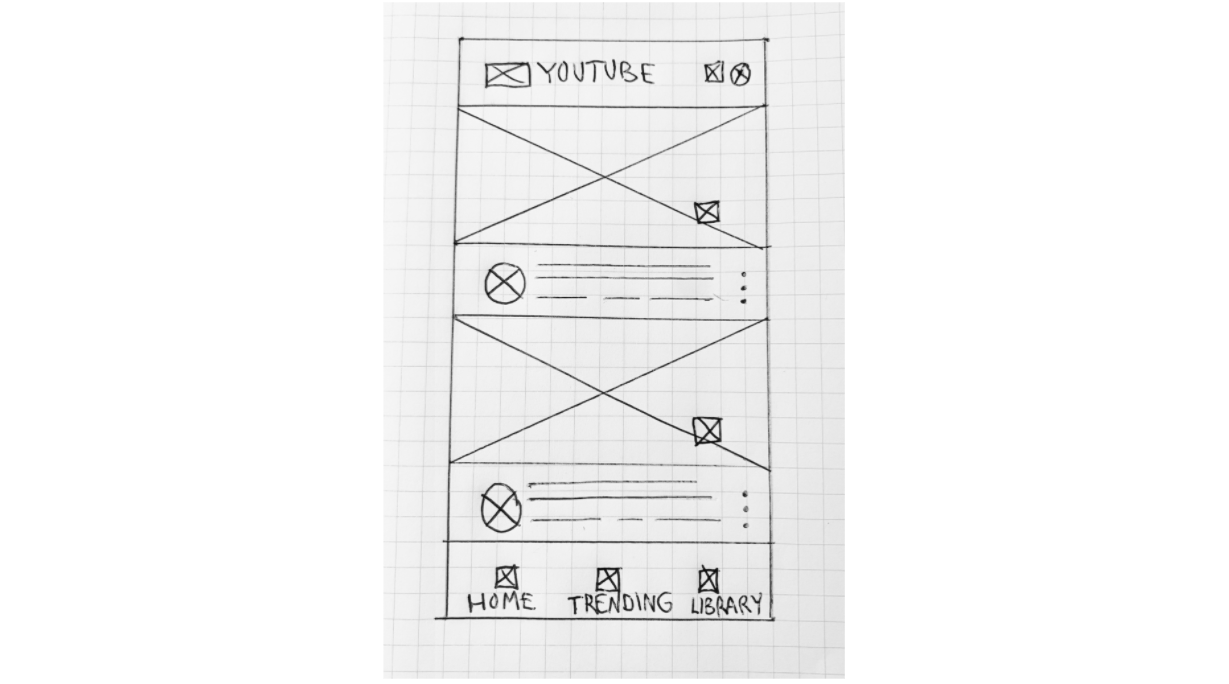
Seu wireframe de papel:

* É grande o bastante para todos os elementos-chave da página inicial?
* Reflete todos os elementos-chave da página inicial do aplicativo que você escolheu?
* Segue os padrões do setor para representar vários elementos?

# Exemplo de atividade: Desenhar um wireframe de seu aplicativo favorito

Aqui temos um exemplo completo com uma explicação sobre por que ele atende às expectativas da atividade anterior.







**Avaliação do exemplo**

O wireframe descreve a estrutura básica da tela inicial e destaca as funções do aplicativo. Ele aplica padrões da indústria para manter o wireframe simples e compreensível.

* O texto é representado por linhas horizontais.
* Imagens, fotos, ilustrações e ícones são representados por quadrados com um X grande dentro.
* Chamados para a ação, como botões “enviar” ou “escrever”, são representadas por retângulos ou círculos, o que se encaixar melhor no formato do elemento na tela.

Agora, compare o exemplo acima com o arquivo que você entregou. Realize uma autoavaliação do que você fez de acordo com cada um dos critérios abaixo usados para analisar o exemplo.  O que você fez bem? Em que você pode melhorar? Leve este feedback com você à medida que avança no curso.