



SÃO
PAULO
TECH
SCHOOL

| CONTEÚDO DA AULA

Nessa aula você aprenderá:

Vieses
Cognitivos

Leis da
Psicologia
aplicadas a UX

Nosso Caminho





Intervalo

Atenção: Atrasados deverão aguardar autorização para entrar na sala.

Break

> Pausas durante a aula.

Obs: Permanecer no andar, casos específicos me procurar.

Frase dessa sprint:

TALVEZ SUA OPINIÃO SEJA IMPORTANTE.



Palavra-chave dessa Sprint:

EMPATIA!



KAROOTS!



KAROUTS

- Quantos sentidos humanos impactam diretamente no desenho de interfaces?
- A interação homem-computador é uma interação natural?
- Qual o objetivo de desenvolver softwares baseados em reconhecimento?
- O que acontece com o usuário a se deparar com um formulário muito extenso?
- O que é esquecimento por interferência?



As pessoas tomam em média

35.000

decisões por dia.

→ Mais de **2 mil decisões** por hora.

As decisões humanas são condicionadas pela forma como a informação é apresentada.

Pensar é difícil.

**Sara é uma mulher
inteligente, forte...**

**Ela serve para ser uma
boa líder?**



**Sara é uma mulher
inteligente, forte,
cruel e corrupta.**

**Ela serve para ser uma
boa líder?**



Nosso cérebro tira
conclusões **sem**
ter todas as
informações.



VIESES COGNITIVOS



Vieses Cognitivos são erros de pensamento que ocorrem quando as pessoas estão **interpretando informações**.

Esses erros podem afetar as **decisões e julgamento** que as pessoas tomam, levando a resultados **imprecisos ou indesejados**.

Foram mapeados aproximadamente
200 vieses cognitivos nos últimos 60 anos.

Vamos falar de **alguns importantes** dentro
do nosso contexto...

Viés de Ancoragem

Tendência de sermos influenciados por informações iniciais, **mesmo que essas informações sejam imprecisas.**



Soluções e serviços

Recu

Mude para o Mailchimp

Preços



BR

Vendas: +1 (800) 315-5939

Conectar

Cadastre-se

Não tem certeza de qual plano é para você?

Responda ao nosso breve questionário para não restarem dúvidas e permitir que personalizemos nossas recomendações para você.

Encontrar meu plano

Premium

Dimensione rapidamente com integração dedicada, contatos ilimitados e suporte prioritário, criado para equipes.

A partir de
R\$ 1.67

R\$ 835
/mês por 12 meses*

Comprar agora

*Confira os [Termos da oferta](#). Haverá cobrança de valores extras caso o limite de contatos ou envio de e-mails seja excedido. [Saiba mais](#)

Standard

Venda ainda mais com personalizações, ferramentas de otimização e automações aprimoradas.

A partir de
R\$ 85

R\$ 42,50
/mês por 12 meses*

Comprar agora

*Confira os [Termos da oferta](#). Haverá cobrança de valores excedentes caso o limite de contatos ou envios seja excedido. [Saiba mais](#)

Essentials

Envie o conteúdo certo na hora certa com os recursos de testes e agendamentos.

A partir de
R\$ 55

R\$ 27,50
/mês por 12 meses*

Comprar agora

*Confira os [Termos da oferta](#). Haverá cobrança de valores excedentes caso o limite de contatos ou envios seja excedido. [Saiba mais](#)

Free

Crie campanhas de e-mail com facilidade e saiba mais sobre seus clientes.

R\$ 0

/mês*

Cadastre-se grátis

*O envio será pausado se o limite de contatos ou de envios de e-mails for excedido. [Saiba mais](#)

Fale conosco

Intuit Assist com o

Complemento sem custo

Complemento sem custo



Feedback



Microsoft 365

Produtos

Planos e preços

Recursos

Supporte

Centro de Administração



Experimente gratuitamente



Encontre o melhor plano do Microsoft 365 para o seu negócio



Microsoft 365
Business Basic

R\$ 32,00 usuário/mês

(Assinatura anual – renovações
automáticas)¹

Preços já incluem todos os
impostos

Copilot para Microsoft 365
disponível como complemento.*

Microsoft 365
Business Standard

R\$ 80,00 usuário/mês

(Assinatura anual – renovações
automáticas)¹

Preços já incluem todos os
impostos

Copilot para Microsoft 365
disponível como complemento.*

Microsoft 365
Business Premium

R\$ 140,80 usuário/mês

(Assinatura anual – renovações
automáticas)¹

Preços já incluem todos os
impostos

Microsoft 365 Apps
para Pequenos e
Médios negócios

R\$ 52,80 usuário/mês

(Assinatura anual – renovações
automáticas)¹

Preços já incluem todos os
impostos



Viés de Ancoragem

É possível **direcionar** a decisão do usuário de acordo com a **forma** que a informação é **apresentada**.

Aversão à Perda

Sentimos a **dor** de perder algo, **duas vezes** mais intensamente **que o prazer de ganhar.**

Dois tipos de anúncio:

1

Notebook Samsung Book, Intel Core i7 1165G7, 8GB, 256GB SSD, 15,6", Windows 11, ...
★★★★★ (5)
de R\$ 3.750,90
R\$ 2.799,90 no pix

R\$ 2.952,57 à vista ou em até 10x de R\$ 319,99* iguais no cartão
*juros de 1,49% a.m. e 19,42% a.a.
R\$ 3.199,90

2

30%
APENAS 2 UNID.

Notebook Lenovo Ideapad 1i I7-1255u, 16GB, 512GB, SSD Windows Home 15.6 Polegadas - 82VY000NBR
R\$ 4.940,00
R\$ 3.458,00
À vista no PIX

FRETE GRÁTIS

TERMINA EM:
8 MINUTOS

Anúncio 1



A screenshot of a product listing for a Samsung Book laptop. The image shows the laptop open, displaying a colorful abstract wallpaper on the screen. Above the image is a small blue heart icon with a white outline. Below the image, the text reads: "Notebook Samsung Book, Intel Core i7 1165G7, 8GB, 256GB SSD, 15,6", Windows 11, ...". Underneath that is a rating of four stars from five, indicated by five green star icons followed by "(5)". Below the rating, the original price is listed as "de R\$ 3.750,90" and the discounted price is highlighted in green as "R\$ 2.799,90 no pix". At the bottom of the listing, there is a note about payment terms: "R\$ 2.952,57 à vista ou em até 10x de R\$ 319,99* iguais no cartão". A small asterisk at the bottom left indicates that juros apply.

- **Exibe as avaliações dos clientes;**
- **Exibe as diversas opções de preço:**
 - Preço sem desconto;
 - Preço com desconto no PIX;
 - Preço com desconto à vista;
 - Preço parcelado;
 - Juros aplicado;
 - Valor final da compra parcelada;

Anúncio 2



- **NÃO** exibe as avaliações dos clientes;
- **Pressiona** o usuário com o **estoque baixo**;
- Evidencia o **desconto em um card específico**;
- **Não deixa claro** as opções de **preço**;
- **Pressiona** o usuário com o **tempo para finalização do desconto**;

Aversão à Perda

Também conhecido como **FOMO** (Fear of Missing Out - Medo de Perder).

Usa essa característica humana para **promover a compra por impulso**.

Design Responsável





**mercado
livre**



R\$ 3.499

R\$ 2.099 40% OFF

em **10x R\$ 209⁹⁰ sem juros**

10% OFF Mercado Crédito

[Ver meios de pagamento e promoções](#)

O que você precisa saber sobre este produto

- Processador Intel Core i3.
- Memória RAM de 4GB.
- Tela LED de 15.6".
- Resolução de 1920x1080 px.
- É anti-reflexo.
- Placa de vídeo Integrada Intel® UHD Graphics.
- Conexão Wi-Fi e bluetooth.
- Possui 3 portas USB e porta HDMI.
- Inclui leitor de cartão de memória.
- Possui pad numérico.
- Modo de som Dolby Audio.

[Ver características](#)

Opções de compra:

[Comprar](#)

[Adicionar ao carrinho](#)

Ver no mapa

Estoque disponível
Armazenado e enviado pelo **FULL** i

Quantidade: **1 unidade** v (100 disponíveis)

Loja oficial 123 Comprou
+500mil vendas

Compra em 12x de R\$ 275⁰⁵ selecionando Mercado Crédito como meio de pagamento.

➡ **Devolução grátis.** Você tem 7 dias a partir da data de recebimento.

☑ **Compra Garantida**, receba o produto que está esperando ou devolvemos o dinheiro.

⌚ 12 meses de garantia de fábrica.

Viés do Custo Afundado

Ao **investirmos dinheiro, tempo e esforço** em algo, temos a **tendência de permanecer**, independente do resultado.

Gameficação



- **Oferecer recompensas aumenta o vínculo entre o usuário e aplicação, desestimulando a desistência.**
- O **Duolingo** utiliza a **progressão** dos dias de ofensiva **para que o usuário retorne diariamente**, aumentando a retenção.

Geração de Necessidade



Inicie sua avaliação gratuita

Ou [compre o Dropbox Business Plus agora](#)

Escolha o plano da sua versão de avaliação

Business

Avaliação grátis - 30 dias



9 TB (9.000 GB) para a equipe ⓘ

Business Plus

Avaliação grátis - 30 dias



Starts at 15 TB (15.000 GB) para a equipe ⓘ

- Permitir que o **usuário experimente** pode fazer com que o **usuário sinta a necessidade de ficar**.
- Oferecer uma **experiência completa** de uso da aplicação **durante um tempo pré-determinado** é uma boa opção.

Viés de Status Quo

Tendemos a **deixar as coisas como estão**, mesmo que **exista alternativas mais vantajosas**.

Renovação automática

Confirmar assinatura

Ao manter a caixa marcada, confirmo que estou comprando uma assinatura que será cobrada a intervalos regulares. A continuação do uso do serviço adquirido dependerá dos pagamentos efetuados. Li os detalhes sobre o preço e a periodicidade dos pagamentos no carrinho de compras acima.

Ao enviar esse pedido, você concorda com os [Termos e Condições Gerais](#) da cleverbridge e confirma que leu e entendeu a [Política de Privacidade](#) da cleverbridge e seu [Direito de Revogação](#) como consumidor.

Total: R\$ 289,61

Inclui imposto (VAT) de R\$ 50,26 (21% sobre R\$ 239,35).

[Comprar agora](#)

- A renovação automática **pode ser usada para estimular a retenção** do usuário na aplicação, **porém, isso não deve ser utilizado para enganar o usuário.**
- **Utilize mensagens claras e garanta que o usuário tenha clareza** das suas escolhas **durante o processo de contratação.**

Pré-seleção de itens

Proteja seu domínio

Embora os domínios da GoDaddy incluam proteção de privacidade gratuita para proteger suas informações pessoais, nossos planos de Proteção de Domínio Completa e Ultimate proporcionam muito mais benefícios. A Proteção de Domínio Completa é altamente recomendável, mas este é um recurso opcional.

Proteção de Domínio Completa 

- Recomendado
- Evita que hackers roubem seu domínio ou façam quaisquer outras alterações não autorizadas.
- É necessária sua aprovação por meio da verificação de dois fatores para alterações indispensáveis, como exclusão ou transferência de um domínio.

R\$36,99/domínio por ano
R\$54,99

Proteção de domínio Ultimate

- Tudo em Proteção de Domínio completa, mais:
- Mantenha seu nome de domínio por 90 dias extras se o seu cartão de crédito ou método de cobrança expirar.

R\$74,99/domínio por ano
R\$129,99

Sem proteção de domínio

Comece seu site gratuitamente. 

Crie o site dos seus sonhos em minutos com modelos elaborados por designers. Nossas ferramentas integradas de marketing ajudam sua empresa a crescer, atrair clientes e ter uma aparência incrível.

- **Utilize mensagens claras e garanta que o usuário tenha clareza das suas escolhas durante o processo.**
- **Não se deve induzir o usuário ao erro. O controle deve sempre estar nas mãos do usuário.**

Resumão:

Leis da Psicologia Aplicadas a UX



LEI DE JAKOB - 2000

“Os usuários passam a maior parte do tempo em outros sites e preferem que seu site funcione da mesma maneira que todos os outros sites que já conhecem.”

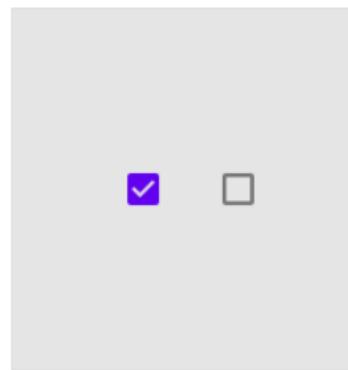
Principais lições

- Os usuários transferem as expectativas que criaram em torno de um produto familiar para outro produto semelhante.
- Ao aproveitar os modelos mentais existentes, podemos criar experiências superiores de usuário nas quais os usuários possam se concentrar em suas tarefas em vez de aprender novos modelos.
- Ao fazer alterações, minimize a discordância, permitindo que os usuários continuem usando uma versão familiar por um tempo.

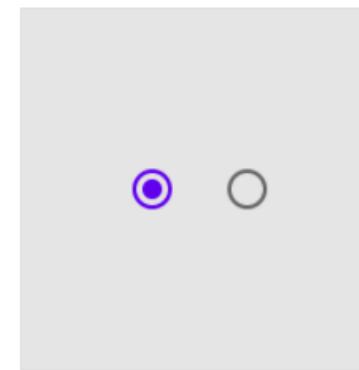


LEI DE JAKOB - EXEMPLO

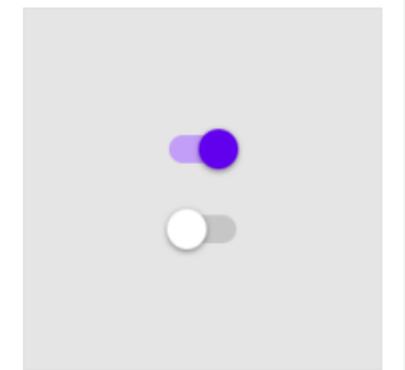
“Os usuários passam a maior parte do tempo em outros sites e preferem que seu site funcione da mesma maneira que todos os outros sites que já conhecem.”



Checkboxes



Radio buttons



Switches

LEI DE JAKOB - EXEMPLO

“Os usuários passam a maior parte do tempo em outros sites e preferem que seu site funcione da mesma maneira que todos os outros sites que já conhecem.”

Kabum! www.kabum.com.br

Busque aqui

Faça Login ou crie seu Cadastro

TODOS OS DEPARTAMENTOS LANÇAMENTOS DESTAQUES PC GAMER ELETRÔNICOS SEJA PRIME

HYPE OFERTAS

SE É TREND, TEM DESCONTO

APROVEITE

ATÉ 58% OFF

A PROMOÇÃO TERMINA EM: 05D 22:27:22

Processador AMD Ryzen 5 5600X, Cache 35MB, 3.7GHz (4.6GHz Max...) R\$ 1.809,90 À vista no PIX

Webcam Full HD Logitech C922 Pro Stream com Microfone Embutido... R\$ 459,98 À vista no PIX

iPhone SE 64GB Preto, 4G, Tela de 4,7, Câmera Traseira 12MP + Selfie... R\$ 2.599,00 À vista no PIX

Notebook GIGABYTE AERO 15 OLED – NVIDIA® Studio GeForce RTX 3060, Intel... R\$ 14.999,90 À vista no PIX

Memória XPG Hunter 8GB, 3200MHz, DDR4 CL20, Para Notebook R\$ 239,90 À vista no PIX

americanas

busque aqui seu produto

informe seu CEP

empresas baixe o app receba hoje produtos internacionais marcas próprias venda na americanas americanas social oferta do dia

todos os departamentos mercado celulares e smartphones informática tv e vídeo eletrodomésticos eletroportáteis móveis beleza e perfumaria material escolar

só no app você aproveita ofertas exclusivas · baixe agora >

black phone

celulares com até R\$ 500 de desconto

frete grátis Brasil

queereo

confira as regras

14 h 27 m 05 s

mega oferta coorre que é só hoje :)

mega oferta

8% de desconto

mega oferta

LEI DE FITTS - 1954

“O tempo para interagir com um alvo é uma função da distância e do tamanho do alvo”.

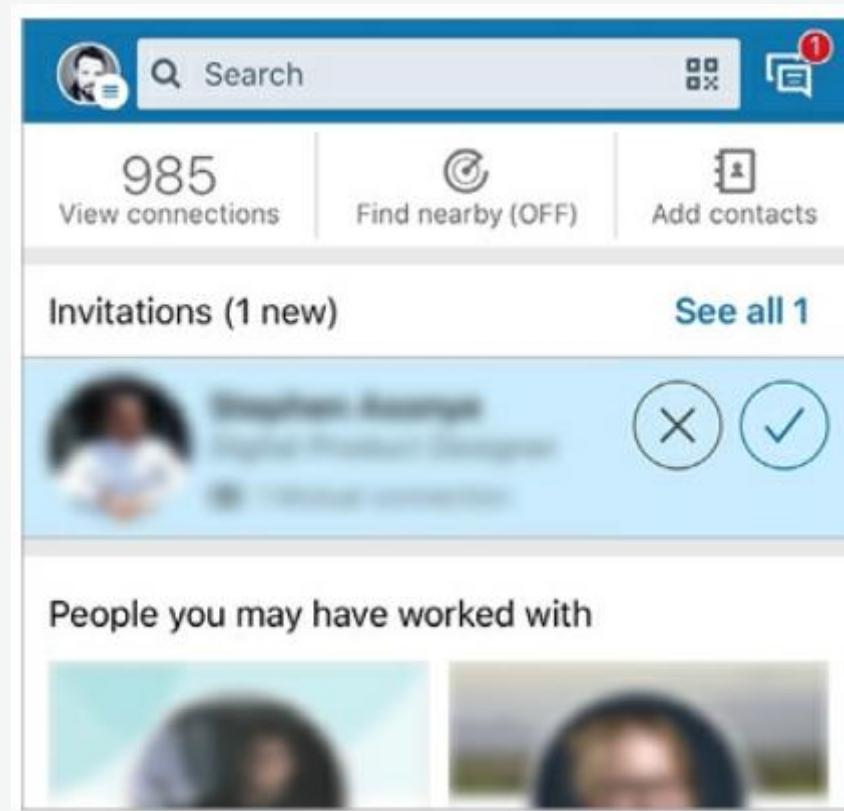
Principais lições

- Os alvos de toque devem ser grandes o suficiente para que os usuários os selecionem com precisão.
- Os alvos de toque devem ter amplo espaçamento entre eles.
- Os alvos de toque devem ser colocados em áreas de uma interface que permitam que eles sejam facilmente acessados.



LEI DE FITTS - EXEMPLO

“O tempo para interagir um alvo é uma função da distância e do tamanho do alvo.”



[fonte: Linkedin, 2019]

LEI DE HICK - 1952

“O tempo necessário para tomar uma decisão aumenta com o número e a complexidade das opções disponíveis.”

Principais lições

- Minimize as opções quando os tempos de resposta forem críticos para aumentar o tempo de decisão.
- Divida tarefas complexas em etapas menores para diminuir a carga cognitiva.
- Evite sobrecarregar os usuários destacando as opções recomendadas.
- Use integração progressiva para minimizar a carga cognitiva para novos usuários.
- Cuidado para não simplificar ao ponto da abstração.



LEI DE HICK - EXEMPLO

“O tempo necessário para tomar uma decisão aumenta com o número e a complexidade das opções disponíveis.”



LEI DE HICK - EXEMPLO

“O tempo necessário para tomar uma decisão aumenta com o número e a complexidade das opções disponíveis.”

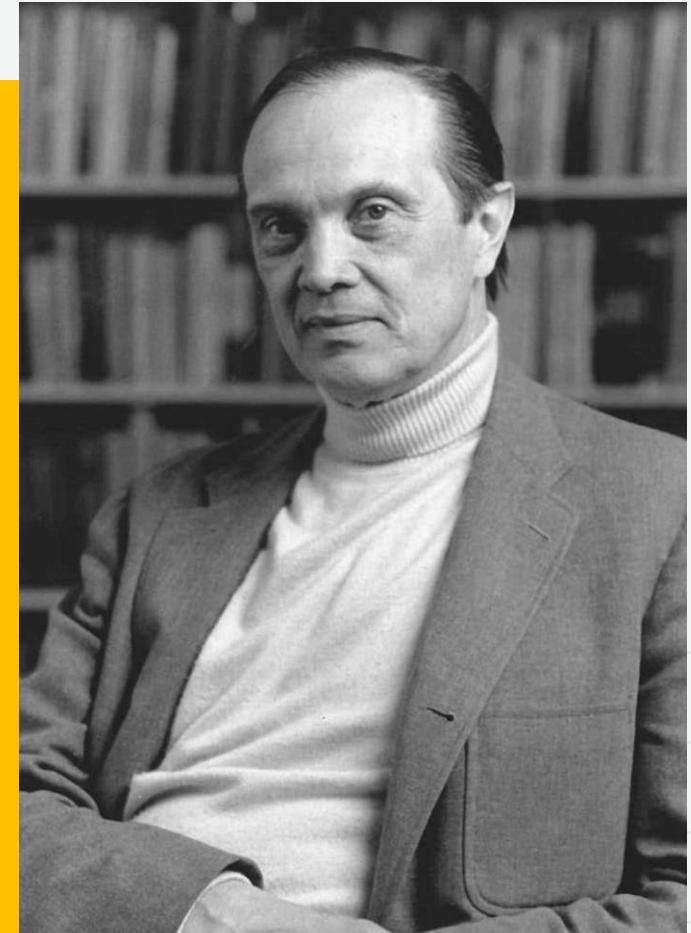


LEI DE MILLER - 1956

“A pessoa média pode manter apenas 7 (± 2) itens em sua memória de trabalho.”

Principais lições

- Não use o “mágico número sete” para justificar limitações desnecessárias de design.
- Organize o conteúdo em partes menores para ajudar os usuários a processar, entender e memorizar as informações facilmente.
- Lembre-se de que a capacidade de memória de curto prazo varia de acordo com o indivíduo, com base no conhecimento prévio e no contexto situacional.



LEI DE MILLER - EXEMPLO

“A pessoa média pode manter apenas 7 (± 2) itens em sua memória de trabalho.”

Número de telefone

+5511952308719

+55 [11] 95230-8719

A wall of text is an excessively long post to a noticeboard or talk page discussion, which can often be so long that some don't read it. Some walls of text are intentionally disruptive, such as when an editor attempts to overwhelm a discussion with a mass of irrelevant kilobytes. Other walls are due to lack of awareness of good practices, such as when an editor tries to cram every one of their cogent points into a single comprehensive response that is roughly the length of a short novel. Not all long posts are walls of text; some can be nuanced and thoughtful. Just remember: the longer it is, the less of it people will read. The chunk-o-text defense (COTD) is an alleged wikilawyer strategy whereby an editor accused of wrongdoing defends their actions with a giant chunk of text that contains so many diffs, assertions, examples, and allegations as to be virtually unanswerable. However, an equal-but-opposite questionable strategy is dismissal of legitimate evidence and valid rationales with a claim of "text-walling" or "TL;DR". Not every matter can be addressed with a one-

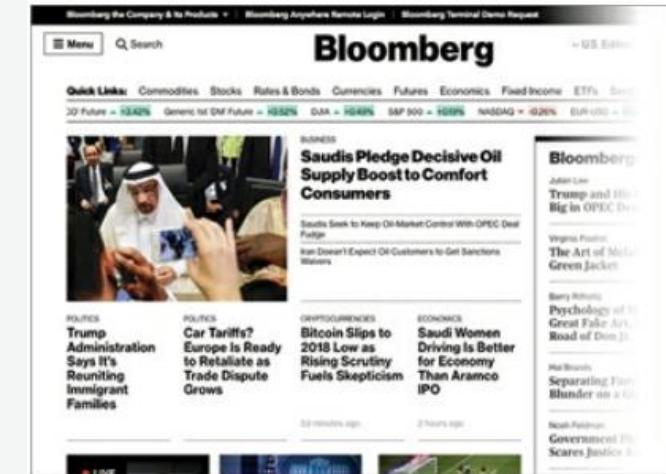
Wall of Text

A wall of text is an excessively long post to a noticeboard or talk page discussion, which can often be so long that some don't read it.

Types

Some walls of text are intentionally disruptive, such as when an editor attempts to overwhelm a discussion with a mass of irrelevant kilobytes. Other walls are due to lack of awareness of good practices, such as when an editor tries to cram every one of their cogent points into a single comprehensive response that is roughly the length of a short novel. Not all long posts are walls of text; some can be nuanced and thoughtful.

Just remember: **the longer it is, the less of it people will read.**



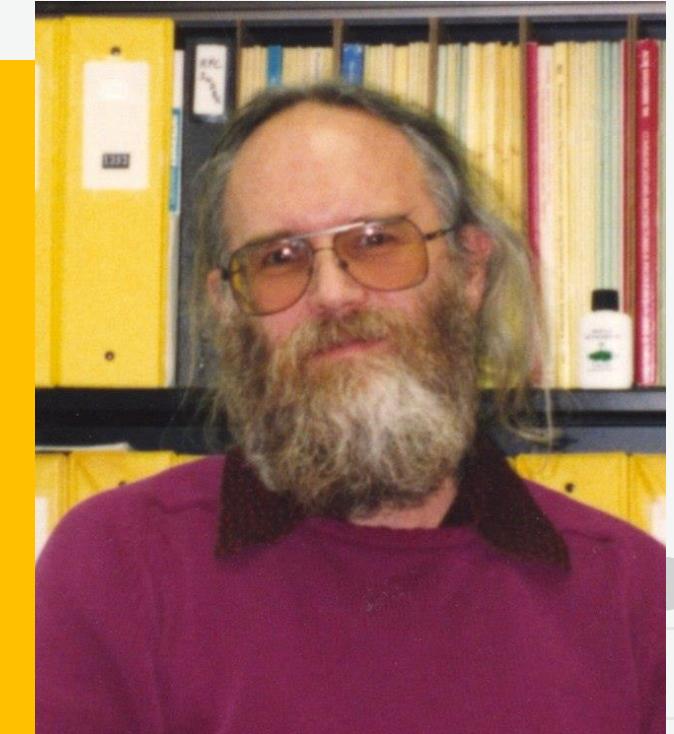
Conteúdo organizado é muito mais fácil para o usuário entender e memorizar.

LEI DE POSTEL - 1980

“Seja conservador no que faz, seja liberal no que aceita dos outros.”

Principais lições

- Seja compreensivo, flexível e tolerante com qualquer uma das várias ações que o usuário pode executar ou com qualquer entrada que ele possa fornecer.
- Antecipe praticamente qualquer coisa em termos de entrada, acesso e capacidade, fornecendo uma interface confiável e acessível.
- Quanto mais pudermos antecipar e planejar o design, mais resiliente será o design.
- Aceite entrada variável dos usuários, traduzindo-a para atender aos seus requisitos, definindo limites para entrada e fornecendo feedback claro ao usuário.

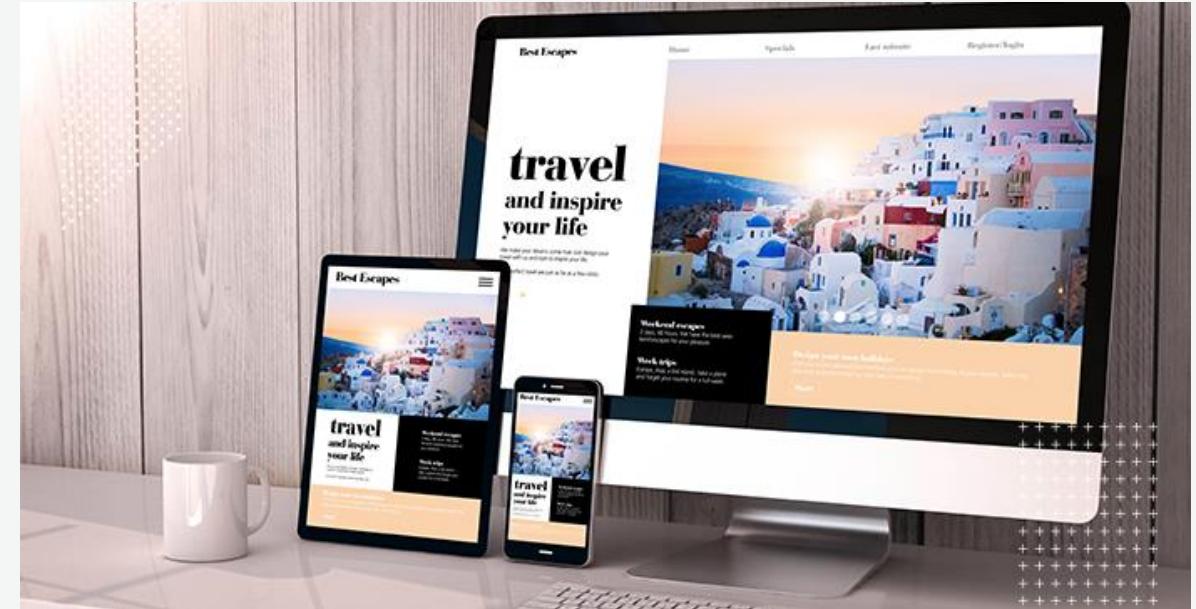


LEI DE POSTEL - EXEMPLO

“Seja conservador no que faz, seja liberal no que aceita dos outros.”



FaceID – Autenticação em dispositivos e serviços com segurança.



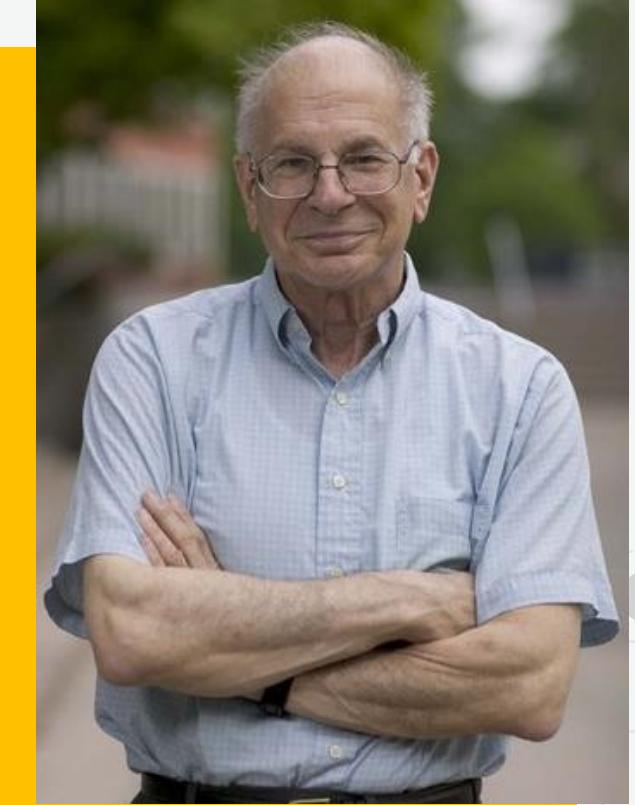
Responsividade – Entregue com qualidade independente do dispositivo utilizado pelo usuário.

REGRA DO PICO-FIM - 1993

“As pessoas julgam uma experiência, em grande parte, baseadas em como se sentiram no ponto mais alto (pico) e no final, em vez de na soma total ou média de cada momento da experiência.”

Principais lições

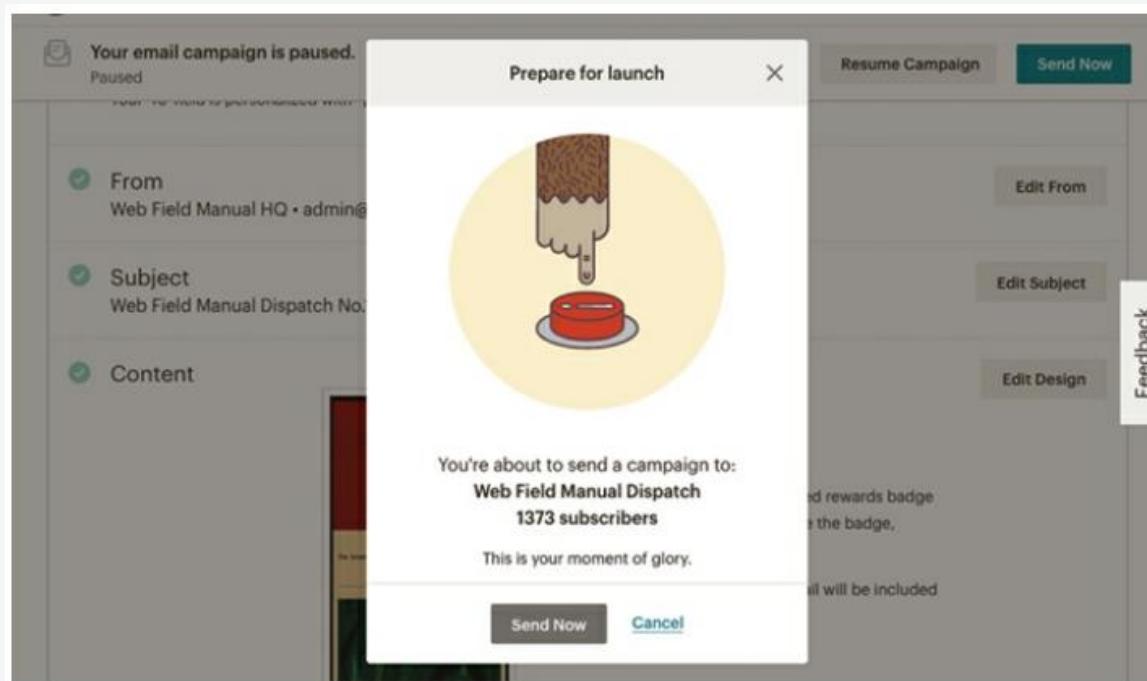
- Preste muita atenção aos pontos mais intensos e aos momentos finais (o “final”) da jornada do usuário.
- Identifique os momentos em que seu produto é mais útil, valioso ou divertido e crie um design para encantar o usuário final.
- Lembre-se de que as pessoas lembram experiências negativas mais vividamente do que experiências positivas.



Daniel Kahneman

REGRA DO PICO-FIM - EXEMPLO

“As pessoas julgam uma experiência, em grande parte, baseadas em como se sentiram no ponto mais alto (pico) e no final, em vez de na soma total ou média de cada momento da experiência.”



Mailchimp – A tensão do ponto crítico [disparo dos e-mails] é atenuado por textos e ilustrações com o objetivo de confortar o usuário, e finalizar a interação com uma sensação de sucesso.

EFEITO ESTÉTICA-USABILIDADE - 1995

“Em geral os usuários percebem um design esteticamente agradável como um design mais utilizável.”

Principais lições

- Um design esteticamente agradável cria uma resposta positiva no cérebro das pessoas e faz com que elas acreditem que o design realmente funciona melhor.
- As pessoas são mais tolerantes com problemas menores de usabilidade quando o design de um produto ou serviço é esteticamente agradável.
- Design visualmente agradável pode mascarar problemas de usabilidade e impedir que problemas sejam descobertos durante o teste de usabilidade.



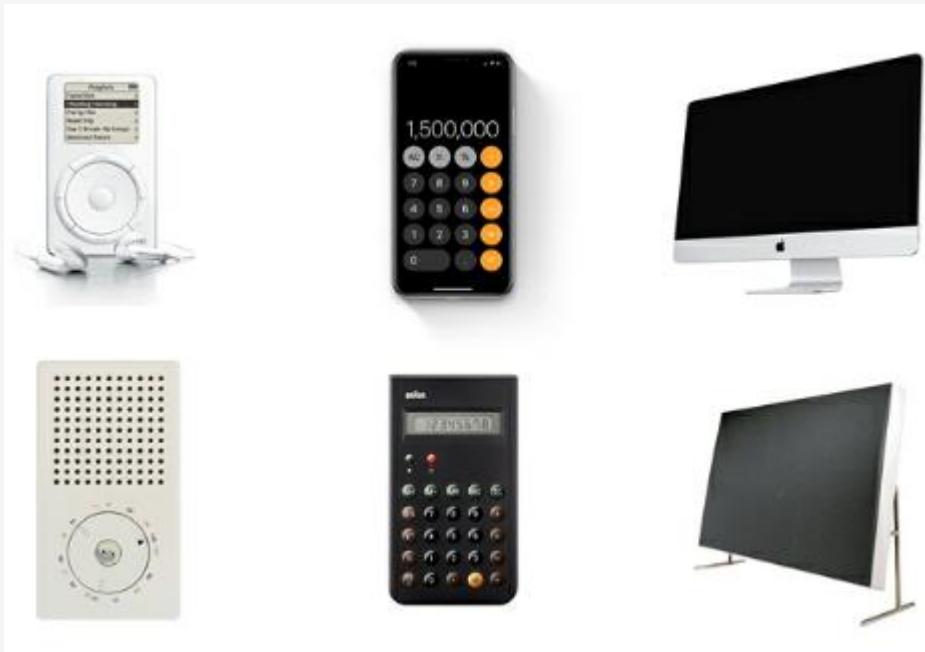
Masaaki Kurosu



Kaori Kashimura

EFEITO ESTÉTICA-USABILIDADE - EXEMPLO

“Em geral os usuários percebem um design esteticamente agradável como um design mais utilizável.”



Os usuários tendem a perceber mais utilidade em designs esteticamente bonitos. Mesmo se a usabilidade não for boa!

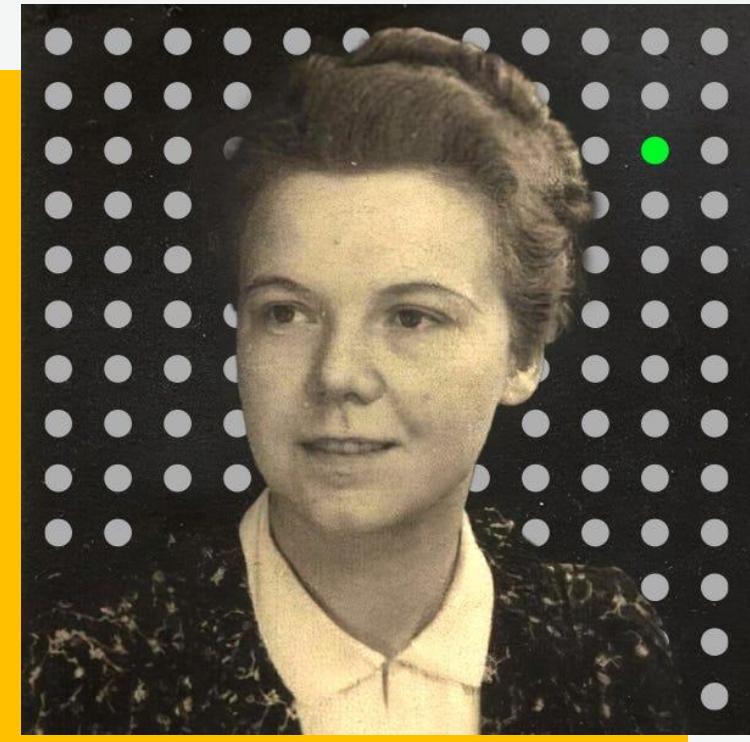
Incluindo a possibilidade do usuário se culpar por não conseguir executar uma tarefa, desconsiderando que a falha está na usabilidade da interface.

EFEITO VON RESTORFF - 1933

“Quando vários objetos semelhantes estão presentes, é mais provável que aquele que difere dos demais seja lembrado.”

Principais lições

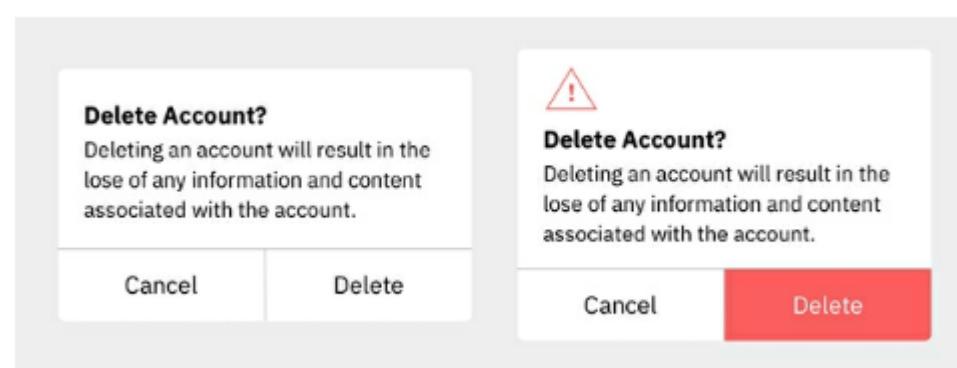
- Torne informações importantes ou ações-chave visualmente distintas.
- Use moderação ao enfatizar elementos visuais para evitar a competição entre eles e para garantir que itens em destaque não sejam erroneamente identificados como anúncios.
- Não exclua aqueles com deficiência de visão de cores ou baixa visão dependendo exclusivamente da cor para comunicar o contraste.
- Considere com cuidado os usuários com sensibilidade ao movimento ao usar movimento para comunicar o contraste.



Hedwig Von Restorff

EFEITO VON RESTORFF - EXEMPLO

“Quando vários objetos semelhantes estão presentes, é mais provável que aquele que difere dos demais seja lembrado.”



Relevância para a ação importante –
Destacar a ação mais importante da interação ajuda o usuário no foco necessário para realizar a atividade.

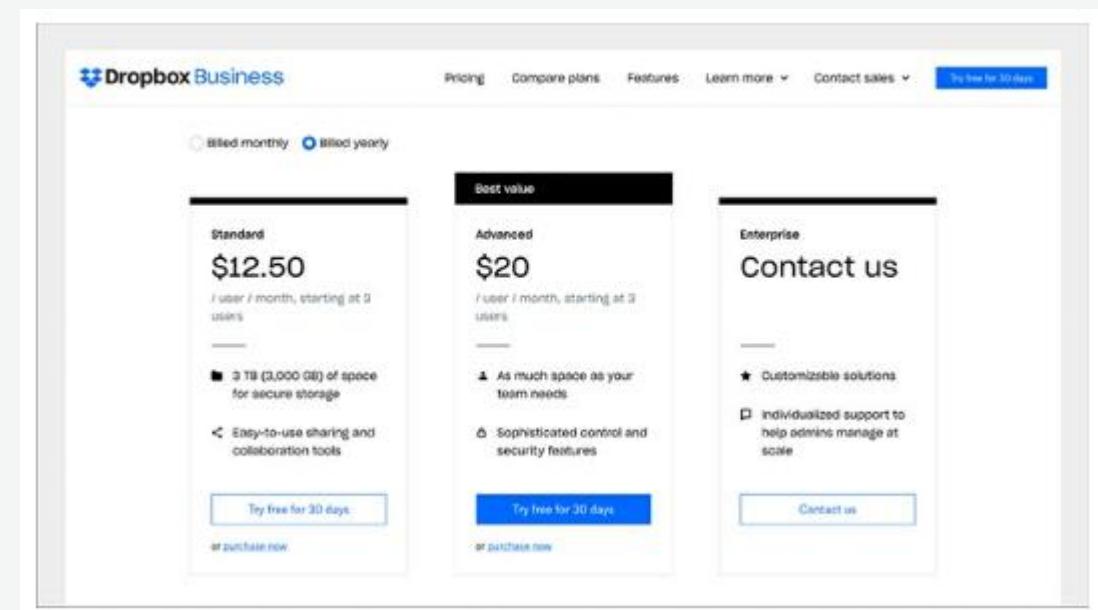


Tabela de Preço – Destaque na conversão desejada pela empresa.

LEI DE TESLER - 1980

“Também conhecida como a lei de conservação da complexidade, afirma que para qualquer sistema existe uma certa quantidade de complexidade que não pode ser reduzida.”

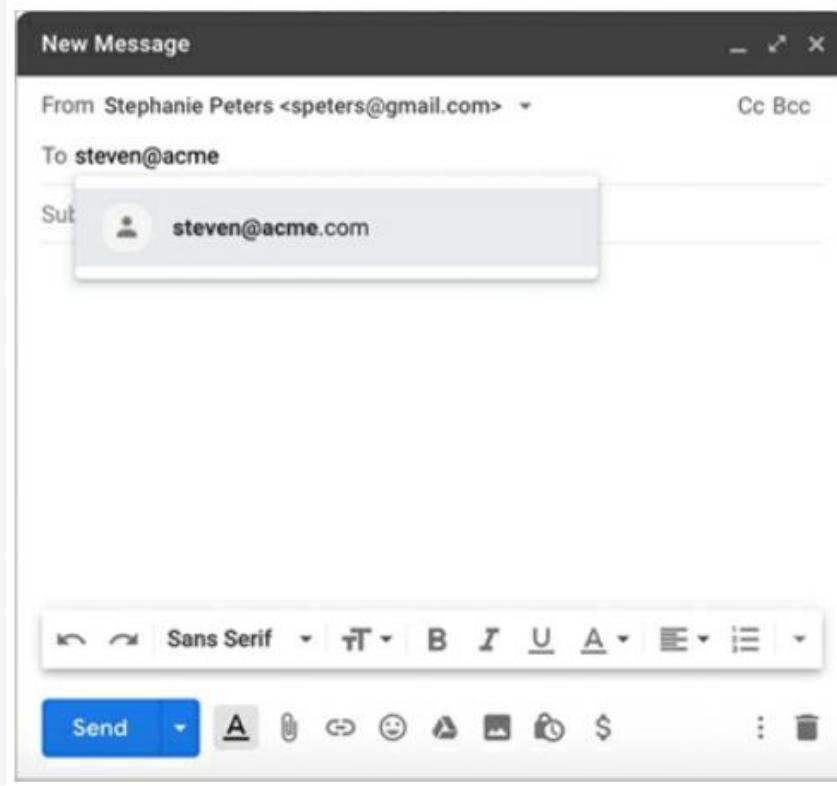
Principais lições

- Todos os processos têm um núcleo de complexidade que não pode ser removido e, portanto, deve ser assumido pelo sistema ou pelo usuário.
- Garanta que o máximo de carga possível seja tirado do ombro dos usuários, lidando com a complexidade inerente durante o design e o desenvolvimento.
- Tome cuidado para não simplificar as interfaces ao ponto de abstração.



LEI DE TESLER - EXEMPLO

“Também conhecida como a lei de conservação da complexidade, afirma que para qualquer sistema existe uma certa quantidade de complexidade que não pode ser reduzida.”



A complexidade de lembrar o e-mail do destinatário é retirada do usuário e passada para a interface.



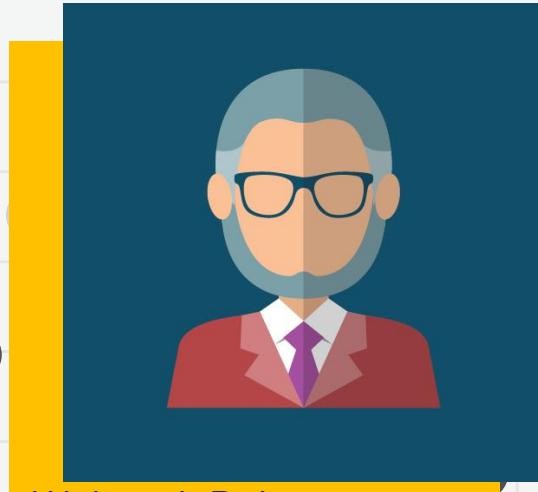
A complexidade de lembrar a senha foi tirada do usuário e passada para o equipamento.

LIMIAR DE DOHERTY - 1982

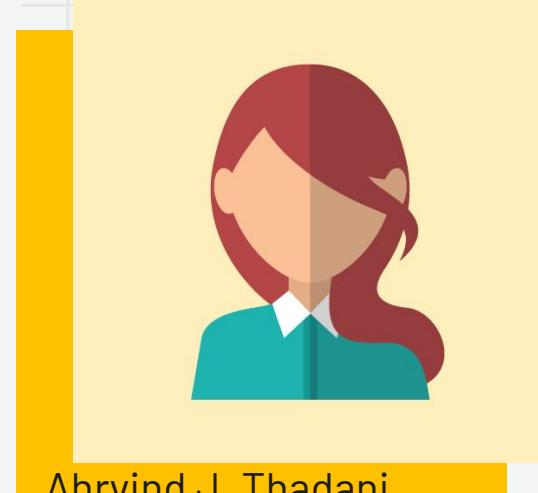
“A produtividade aumenta quando um computador e seus usuários interagem a um ritmo (< 400 ms) que garante que nenhuma das partes precisa esperar pela outra.”

Principais lições

- Forneça feedback do sistema em até 400 ms para manter a atenção dos usuários e aumentar a produtividade.
- Use o desempenho percebido para melhorar o tempo de resposta e reduzir a percepção de espera.
- A animação é uma maneira de envolver visualmente as pessoas enquanto o carregamento ou o processamento está acontecendo em segundo plano.



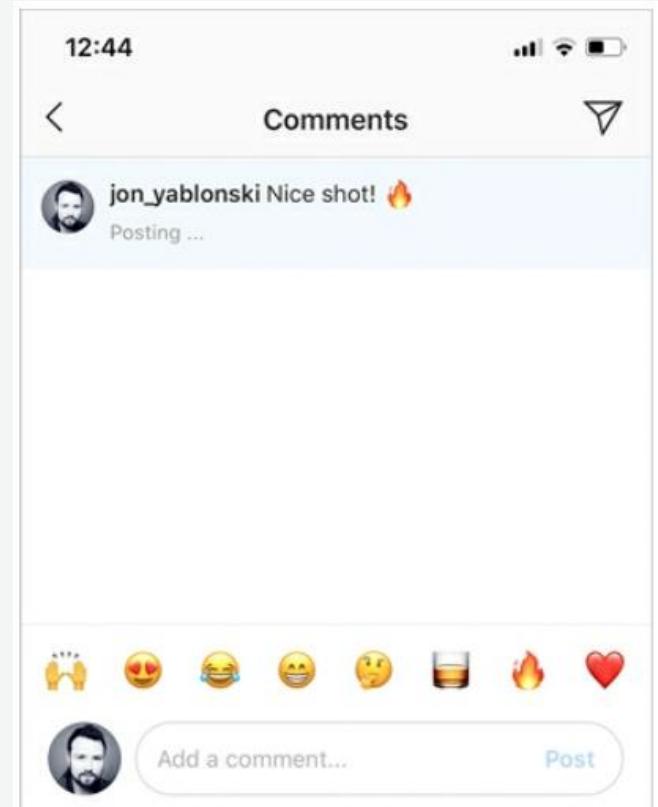
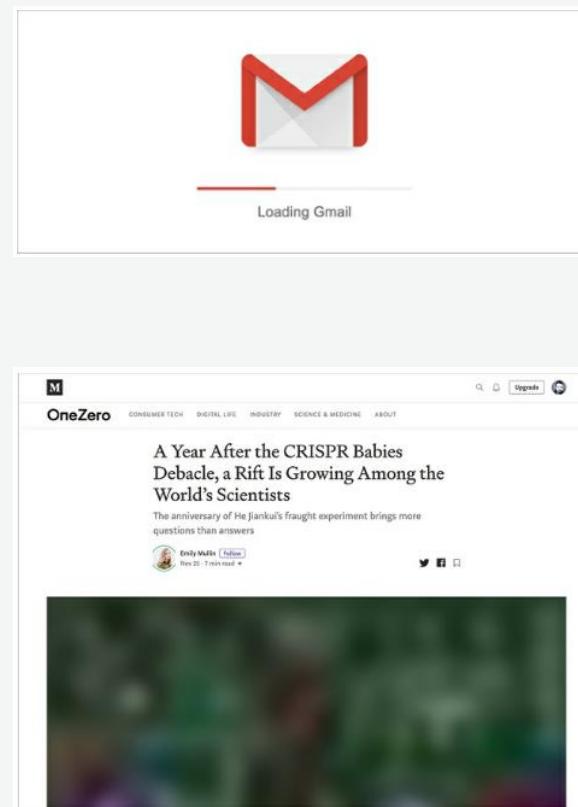
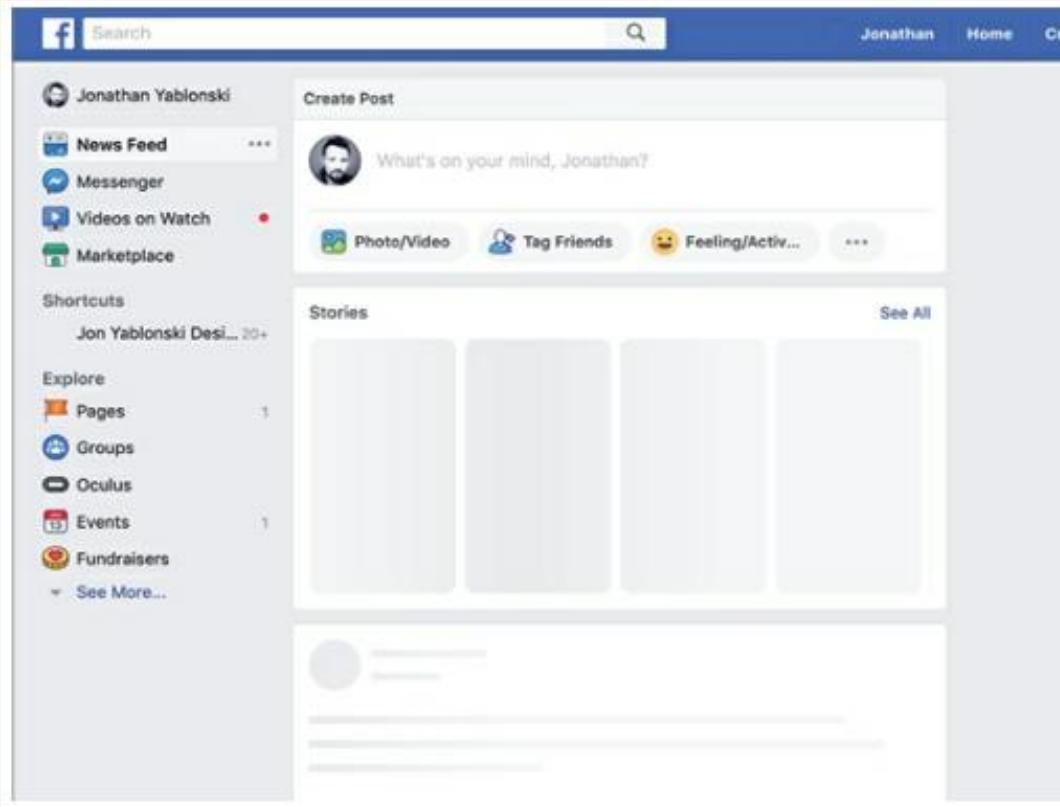
Walter J. Doherty



Ahrvind J. Thadani

LIMIAR DE DOHERTY - EXEMPLO

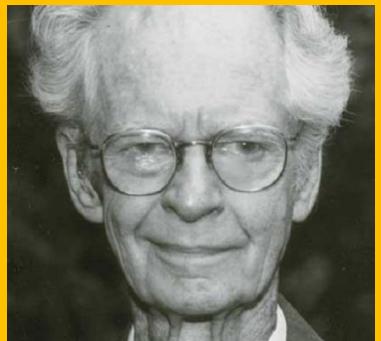
“A produtividade aumenta quando um computador e seus usuários interagem a um ritmo (< 400 ms) que garante que nenhuma das partes precisa esperar pela outra.”



Quando não é possível reduzir o tempo de espera para menos de 400ms, deve-se buscar alternativas para reduzir a percepção de demora para o usuário.

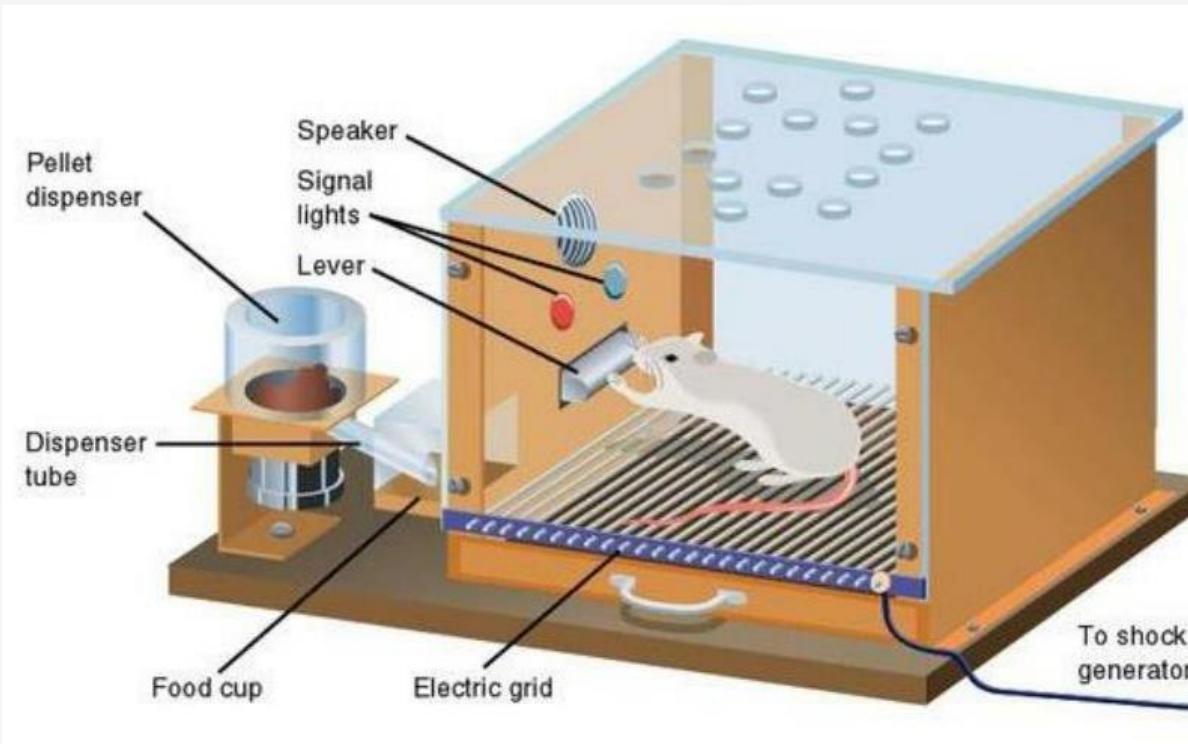


CAIXA DE SKINNER - 1938



Burrhus Frederic Skinner

- AKA BF Skinner
- 1904 – 1990
- Psicólogo, inventor e filósofo.



1. Teoria de **Condicionamento Operante**;
2. Como **comportamentos podem ser aprendidos ou modificados**;
3. **Reforço Positivo** – Ao puxar a alavanca o rato recebia comida. Em pouco tempo o rato aprendeu que quando quisesse comida, bastava puxar a alavanca.
4. **Reforço Negativo** – O rato era submetido a uma descarga elétrica que era interrompida ao puxar a alavanca.
5. Com o tempo os ratos passaram a **puxar a alavanca somente quando estavam com fome**.
6. Skinner percebeu que, **se a recompensa fosse variada, o rato puxava a alavanca sem parar**.



Tá, mas o que isso
tem a ver com os
HUMANOS?

LOPEZ
TV LAND



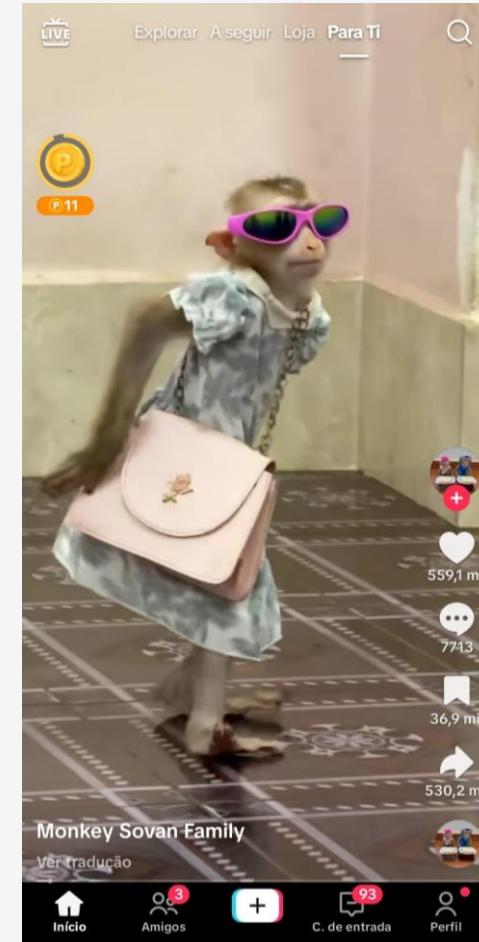
Legal! Mas o que
isso tem a ver com
as **INTERFACES**?



CONTEÚDO ALEATÓRIO DE ACORDO COM A SUA PREFERÊNCIA!



Puxar para atualizar - Twitter



Rolagem infinita - TikTok

Qualquer semelhança NÃO É mera coincidência.



MATTHEW BRENNAN

ATTENTION FACTORY

The Story of TikTok
& China's ByteDance

MATTHEW BRENNAN

MATTHEW BRENNAN

MATTHEW BRENNAN

MATTHEW BRENNAN

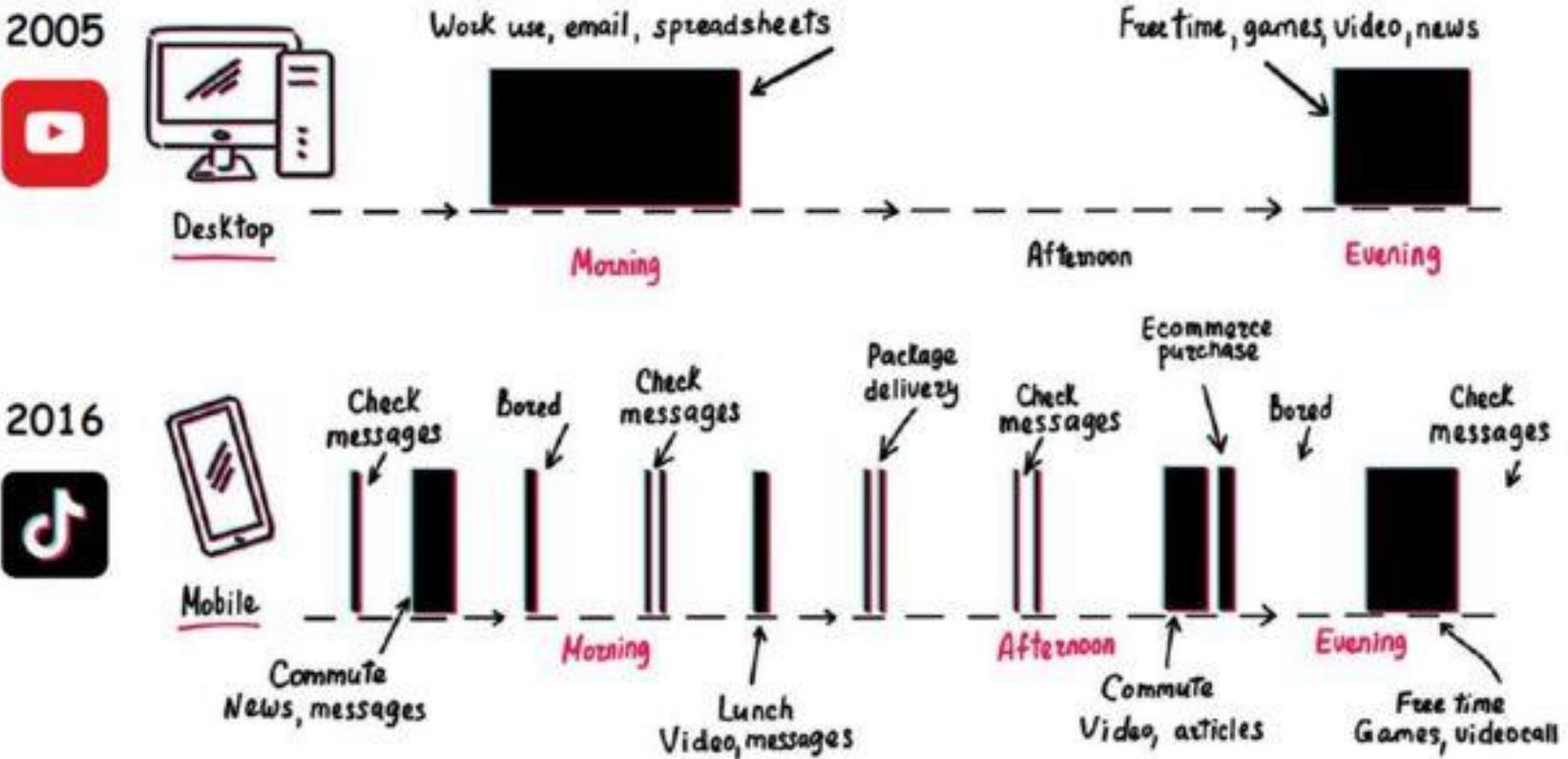
MATTHEW BRENNAN

ATTENTION FACTORY

The Story of TikTok
& China's ByteDance

MATTHEW BRENNAN







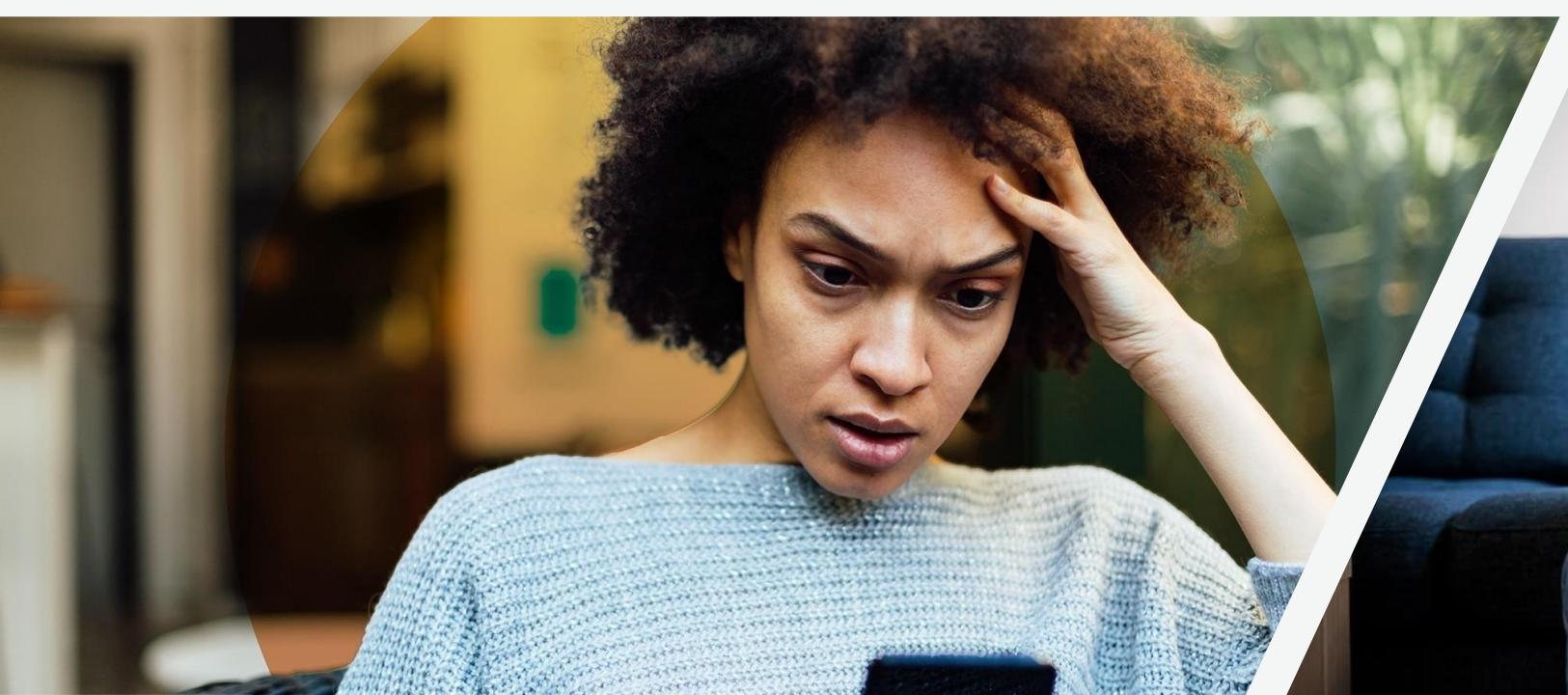
"Você pode assistir algo por cinco minutos no YouTube sem tocar na tela. Se for Netflix, você pode assistir por meia hora sem fazer nada."

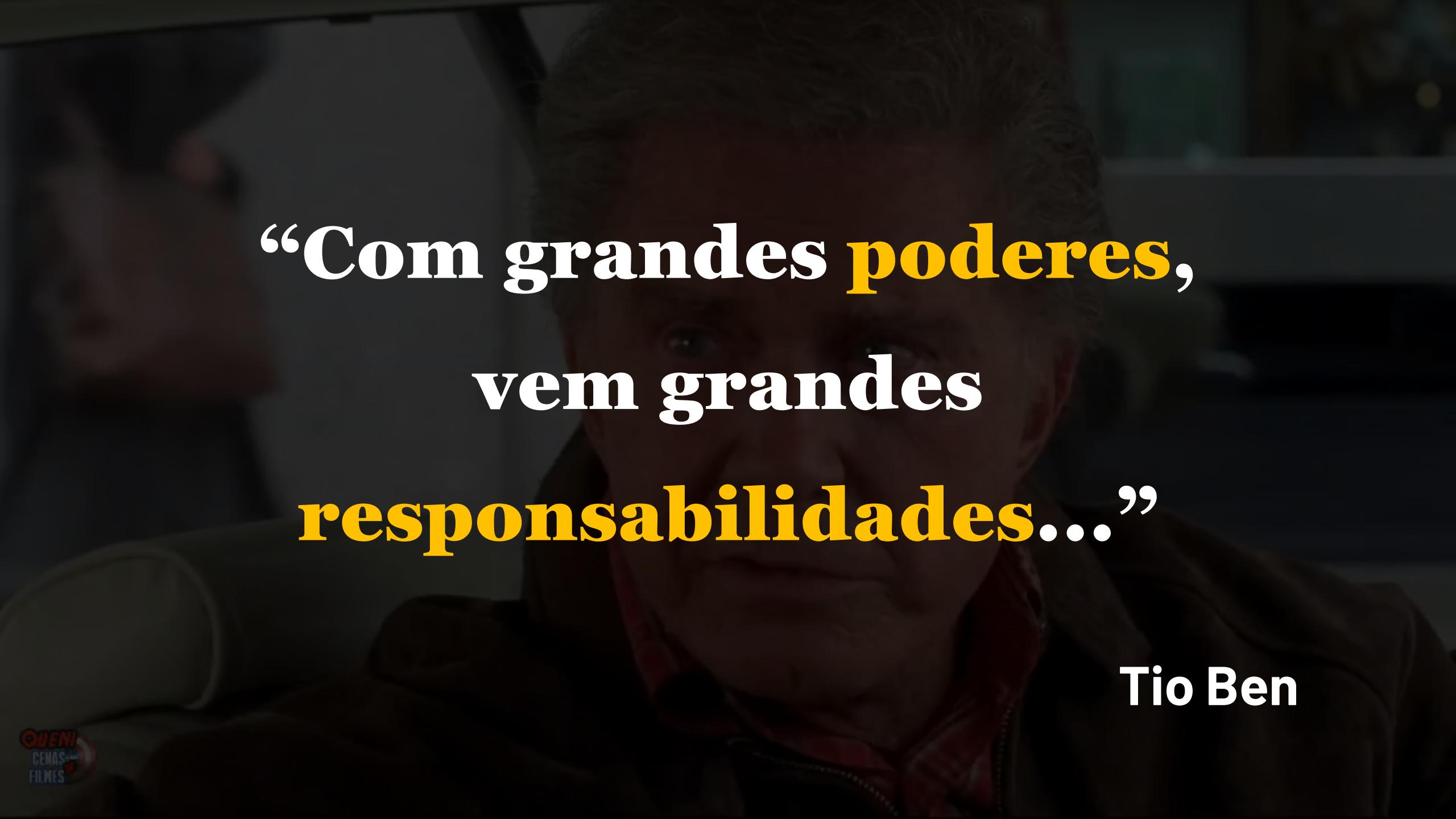
19:53 ✓✓

"No TikTok, você interage constantemente com o aplicativo e, mesmo que não o faça, também está dando informações. Se você não fizer nada, significa que parou em um vídeo e o está assistindo. É um indicador muito forte de que o que você vê parece interessante para você"

19:55 ✓✓







**“Com grandes poderes,
vem grandes
responsabilidades...”**

Tio Ben

REFLEXÃO

A dark, moody photograph of a woman with long dark hair, seen from the side and slightly from behind. She is looking down at a smartphone held in her hands. The phone's screen is visible but its content is not legible.

Interfaces (design) tem o **poder** de **induzir, moldar comportamentos, provocar emoções** e até **utilizar** das **características humanas** para atingir objetivos. **Certo?!**

QUAL A RESPONSABILIDADE DOS DESIGNERS SOBRE PROBLEMAS SOCIAIS GERADOS PELAS DECISÕES DE UX?

Kahoot!



Agradeço a sua atenção!

Fábio Figueiredo

fabio.figueiredo@sptech.school

SÃO
PAULO
TECH
SCHOOL