

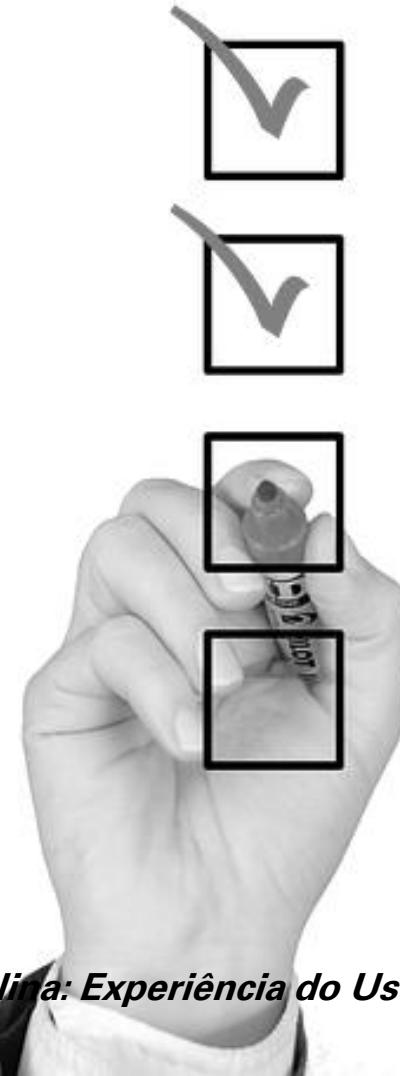
# EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

**UX na Prática: Definição, Personas e Jornada do Usuário**

***Professora:***

Lucineide Pimenta

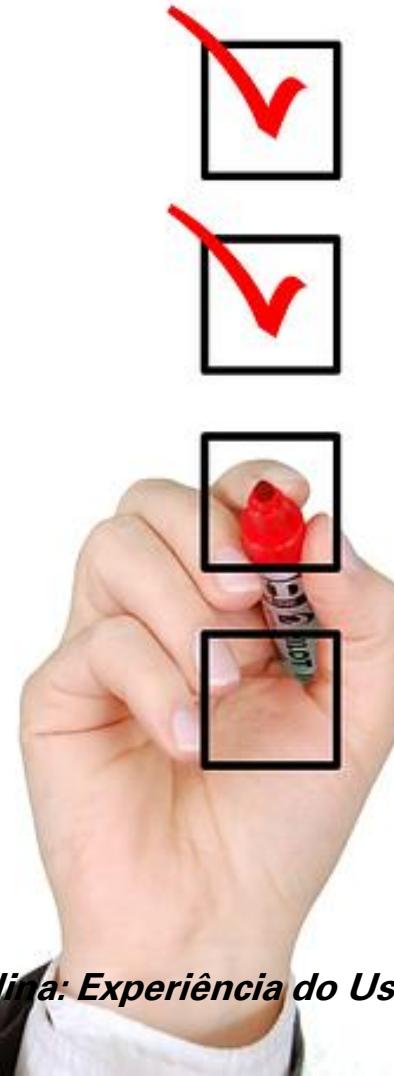
# Recapitulação



**Na Aula anterior trabalhamos três pontos muito importantes:**

- ❑ **Perguntas de descoberta** – elaboramos questões para entender a experiência dos usuários com alertas de emergência.
- ❑ **Mapa de Expectativas** – refinamos o mapa criado na Aula 1, acrescentando mudanças simuladas vindas de entrevistas.
- ❑ **Priorização MoSCoW** – classificamos funcionalidades em “Obrigatório”, “Importante”, “Desejável” e “Não será feito agora”.

# Tópicos da aula



- **Etapa de Definição no Processo de UX**
- **Criando Personas**
- **Criando o Mapa de Jornada do Usuário**

# EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

Etapa de Definição no Processo de UX

# Etapa de Definição no Processo de UX

- Agora que já exploramos o **Descoberta**,
- Entramos na etapa seguinte do processo de UX: a **Definição (Define)**.
  - Aqui, nosso objetivo é **organizar os dados coletados** e transformá-los em **representações claras dos usuários e suas jornadas**.
- O processo de UX segue um ciclo parecido com o **Design Thinking**:
  - **Descobrir** (entender o problema e os usuários)
  - **Definir** (organizar informações e criar representações)
  - **Idear** (criar ideias de solução)
  - **Prototipar** (materializar as ideias em telas ou fluxos)
  - **Testar** (avaliar com usuários)

*Leitura recomendada: Interaction Design Foundation – Design Thinking*

# Criando Personas

- As **Personas** são personagens fictícios que representam grupos de usuários.
- Não são inventados do nada: são baseados em dados coletados (entrevistas, mapas de expectativas, observação).
- Cada persona deve ter:
  - **Nome fictício e idade** (ex.: Maria, 42 anos).
  - **Objetivos** (o que ela precisa ao usar o app).
  - **Frustrações** (o que atrapalha sua experiência).
  - **Tecnologias usadas** (celular simples, smartphone, internet lenta).
  - **Citação realista** (frase que resume sua visão: "*Eu preciso de alertas claros e rápidos, não tenho tempo para ler muito texto*").

# Criando Personas

## Exemplo genérico de persona:

*Carlos, 29 anos, estudante*

**Objetivo:** usar um aplicativo para organizar suas tarefas da faculdade.

**Frustração:** aplicativos muito complicados e cheios de anúncios.

**Tecnologia:** Android intermediário, 4G.

## Exemplo aplicado ao ABP (App INPE):

*Dona Maria, 67 anos, moradora de área de risco de enchentes*

**Objetivo:** receber alertas claros e fáceis de entender.

**Frustração:** mensagens muito técnicas.

**Tecnologia:** celular simples, internet instável.

**Citação:** “*Preciso saber rápido se devo sair de casa, não posso perder tempo entendendo mensagens complicadas.*”

# Criando Personas

## Referências sobre personas:

- NN/g – [Personas](#)
- Interaction Design Foundation – [Personas](#)

# EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

Criando o Mapa de Jornada do Usuário (*User Journey Map*)

# Criando o Mapa de Jornada do Usuário (User Journey Map)

- O **Mapa de Jornada** descreve como o usuário interage com o sistema ao longo de uma experiência.  
Ele mostra **passos, sentimentos e pontos de dor** em cada fase da interação.
- **Estrutura básica do mapa de jornada:**
  - **Etapas da experiência** (ex.: antes do alerta, durante o alerta, depois do alerta).
  - **Ações do usuário** (o que ele faz em cada etapa).
  - **Sentimentos** (como ele se sente em cada momento).
  - **Pontos de dor** (frustrações, dificuldades).
  - **Oportunidades de melhoria** (como o app pode ajudar).

# Criando o Mapa de Jornada do Usuário (User Journey Map)

**Exemplo genérico de jornada**  
(*aplicativo de transporte*):

**Etapa:**

“Chamar corrida” → **Ação**: abrir app → **Sentimento**: ansiedade → **Dor**: demora para achar motorista → **Oportunidade**: mostrar tempo estimado realista.

**Exemplo ABP**  
(*App INPE*):

**Etapa:**

“Receber alerta” → **Ação**: abrir notificação → **Sentimento**: medo → **Dor**: mensagem confusa → **Oportunidade**: usar ícones visuais de evacuação.

**Referência sobre jornada do usuário:** NN/g – [Journey Mapping 101](#)

# O que veremos na próxima aula

Na **Aula 4** vamos começar a etapa de:

**Ideação (Ideate)** → gerar ideias de solução e pensar nos primeiros **fluxos de tela** do app.



# EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO

Atividades Práticas Individuais

# Links de apoio

- Todos os links são fontes seguras e atualizadas:
  - O **Nielsen Norman Group (NN/g)** é referência mundial em UX.
  - O **Interaction Design Foundation (IDF)** é uma comunidade de design educacional global.
  - O **Agile Business Consortium** é a origem oficial do método MoSCoW.
  - O **Atlassian** é empresa referência em metodologias ágeis.

# Links de apoio

## □ Recursos:

- Nielsen Norman Group: [www.nngroup.com](http://www.nngroup.com)
- Diretrizes WCAG: [www.w3.org/WAI/WCAG21/quickref/](http://www.w3.org/WAI/WCAG21/quickref/)
- Exemplos práticos de UX: [uxdesign.cc](http://uxdesign.cc)

# Experiência do Usuário

Bibliografias da disciplina

# Bibliografias Complementares

## Livros e artigos:

- Norman, D. A.* – O Design do Dia a Dia
- Nielsen, J.* – Usability Heuristics for User Interface Design ([link](#))

# Bibliografia Básica

- GRANT, W. **UX Design**: guia definitivo com as melhores práticas de UX. São Paulo: Novatec, 2019.
- LOWDERMILK, T. **Design centrado no usuário**: um guia para o desenvolvimento de aplicativos amigáveis. São Paulo: Novatec, 2013.
- TEIXEIRA, F. **Introdução e Boas Práticas em Ux Design**. São Paulo: Casa do Código, 2014.
- YABLONSKI, J. **Leis da Psicologia Aplicadas a UX**: usando psicologia para projetar produtos e serviços melhores. São Paulo: Novatec, 2020.

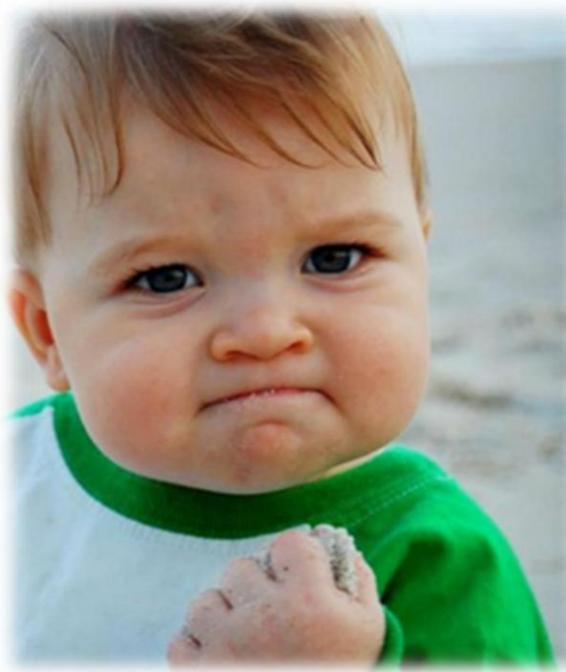
# Bibliografia Complementar

- ❑ KALBACH, J. **Mapeamento de Experiências**: um guia para criar valor por meio de jornadas, blueprints e diagramas. Rio de Janeiro: Altas Books, 2017. PODMAJERSKEY, T. **Redação estratégica para UX**: aumente engajamento, conversão e retenção com cada palavra. São Paulo, Novatec, 2019.

# Dúvidas?



# Considerações Finais



**Professora:  
Lucineide Pimenta**

**Bom descanso à todos!**

