# Memória de Contexto – Grupo [3]

## 1. Tema e problema explorado

Tema: Otimização de produtos de salão de beleza com análise de sentimentos.  
  
Problema: Uma profissional da área da beleza enfrenta dificuldades para escolher os melhores produtos para uso no seu salão (como shampoos, máscaras capilares, óleos, progressivas, tonalizantes, entre outros), devido à grande variedade disponível no mercado. O objetivo do projeto é usar análise de sentimentos de avaliações reais presentes em sites e redes sociais para identificar quais produtos têm melhor aceitação e eficácia percebida pelo público.

## 2. Etapas do Design Thinking percorridas

• Imersão: Realizamos uma investigação profunda sobre os desafios enfrentados pelos profissionais da beleza ao escolherem produtos. Usamos mapa de empatia, perguntas orientadoras e pesquisa com usuários para identificar as dores.  
• Ideação: A partir das informações levantadas, usamos prompts de brainstorming e estruturação de ideias (como 'Como poderíamos...') para desenvolver soluções baseadas em Big Data.  
• Prototipação: Criamos representações iniciais da solução com foco na jornada do usuário e visualização da plataforma de análise de sentimentos, como fluxogramas e telas de exemplo.

## 3. Qual IA foi utilizada

Utilizamos o ChatGPT (OpenAI) como ferramenta principal para geração de ideias, estruturação das etapas do Design Thinking, criação de prompts e definição de soluções para protótipos.

## 4. Prompts utilizados e aprendizados obtidos

Durante o processo, utilizamos prompts estratégicos para cada etapa do Design Thinking. Por exemplo:  
  
• Imersão: Pedimos à IA sugestões de perguntas para entender melhor os desafios da profissional e também para nos ajudar a criar um mapa de empatia.  
• Ideação: A IA nos ajudou a gerar ideias criativas de como aplicar Big Data para resolver o problema e nos guiou com perguntas do tipo 'Como poderíamos...'.  
• Prototipação: Geramos uma jornada do usuário e uma descrição da interface de uma plataforma de apoio à decisão baseada em sentimento.  
  
Esses prompts nos ajudaram a refletir, a organizar melhor as ideias e a desenvolver soluções com base em necessidades reais.

## 5. Reflexão sobre o papel da IA no processo

A Inteligência Artificial foi essencial no processo criativo. Ela atuou como facilitadora, expandindo nossas possibilidades de pensamento, ajudando a estruturar as ideias com clareza e propondo abordagens que não teríamos considerado inicialmente. Além disso, ela funcionou como um guia de brainstorming contínuo, mantendo o foco no usuário final e sugerindo soluções viáveis e bem fundamentadas. Houve momentos em que foi necessário refinar os prompts para obter respostas mais alinhadas, mas no geral, a IA inspirou e acelerou significativamente o processo de criação.

## 6. Considerações sobre as decisões tomadas e aprendizados até aqui

A principal decisão foi focar na análise de sentimentos aplicada a produtos de beleza. Isso surgiu da percepção de que profissionais da área têm pouco tempo para comparar avaliações de maneira aprofundada. A escolha de dividir os produtos em categorias (como máscaras, óleos, selagens, etc.) permitiu maior personalização da solução. Aprendemos a importância de validar necessidades reais antes de pensar em soluções, e como o uso de IA pode acelerar e enriquecer esse processo. A partir dessa base, seguiremos para os testes e validações práticas do protótipo.

**Integrantes**

**Diego Ferreira da Luz - 202202936987**

**Kauã Henrique Vieira Santos - 202408420651**

**Rebeca Pires Duarte - 202308288806**

**Alberto Matheus Borges Ferreira - 202503835081**

**Tiago Silva de Carvalho - 202201085991**