

1 - A Internet das Coisas conecta objetos do dia a dia à internet, permitindo que troquem informações e ajam de forma autônoma. Isso possibilita desde aplicações simples, como termostatos inteligentes, até sistemas complexos, como carros que se comunicam com semáforos. Embora prometa melhorar eficiência e conveniência, a Internet das Coisas enfrenta desafios de segurança, privacidade e interoperabilidade

2 - a) Inovação Radical: É uma mudança revolucionária que transforma completamente a forma como vivemos e nos relacionamos com o mundo, como os smartphones que abriram portas para um novo universo de possibilidades.

b) Inovação Incremental: São melhorias graduais em algo já existente, como as pequenas atualizações nos aplicativos que adicionam funcionalidades sem causar confusão.

c) Inovação Disruptiva: Cria um novo mercado ou segmento desafiando tecnologias estabelecidas, como o streaming de vídeo que mudou a forma como consumimos entretenimento.

3 - Entrevistas Qualitativas:

Vantagens: Oferecem insights profundos e detalhados sobre as experiências dos participantes, são flexíveis para explorar diferentes áreas de interesse e permitem contextualização das respostas.

Desvantagens: Podem exigir muito tempo e recursos, estão sujeitas à subjetividade do entrevistador e do entrevistado, e os resultados podem ser difíceis de generalizar para uma população mais ampla.

Surveys Quantitativos:

Vantagens: São eficientes para coletar dados em larga escala, permitem comparação e análise sistemática dos resultados e possibilitam a generalização dos resultados para uma população maior.

Desvantagens: Podem gerar respostas superficiais, limitar as opções de resposta dos participantes e não capturar o contexto das respostas.

Em resumo, as entrevistas qualitativas proporcionam insights profundos e contextualizados, enquanto os surveys quantitativos são eficientes para coletar dados em grande escala e identificar tendências em uma população mais ampla.

A escolha entre os métodos depende dos objetivos da pesquisa e do contexto específico do projeto de Design Participativo.

4 - No Design Thinking, a jornada começa com a empatia, onde nos colocamos no lugar dos usuários para entender profundamente suas necessidades. Em seguida, definimos o problema de forma clara e aberta antes de soltar a criatividade na fase de ideação. Depois,

transformamos ideias em protótipos tangíveis e os testamos com os usuários reais para refinamento contínuo.

Essas fases iterativas nos aproximam de soluções centradas no usuário, proporcionando uma jornada emocionante de inovação.

5 - Meios Quentes (Hot Media):

Oferecem uma experiência completa e detalhada onde a informação é entregue de forma direta e completa.

Exemplos incluem filmes e livros, onde os detalhes são fornecidos sem exigir muita participação ativa do público.

Meios Frios (Cool Media):

Requerem uma participação mais ativa do público, deixando espaço para interpretação e contribuição.

Exemplos incluem televisão e mídias sociais, onde o público precisa interpretar e interagir com o conteúdo.

Os meios quentes entregam informação de forma completa, os meios frios incentivam a participação ativa do público na interpretação e contribuição do conteúdo.

Essa distinção é essencial para o design eficaz de sistemas de interação humano-computador.

6 - Diagrama de Ishikawa, uma ferramenta visual para explorar as razões por trás de um problema. Ele organiza as causas em categorias principais e secundárias, representadas como espinhas de peixe. A equipe realiza uma sessão de brainstorming para identificar o que levou a causas, priorizando as mais prováveis e desenvolvendo planos de ação para resolvê-las.