

# Comportamento Humano, Observação e Storytelling em UX

Módulo: Design Emocional

# O QUE VAMOS APRENDER HOJE?

---

**1**

Como o Design Emocional se integra ao processo de UX Design

**2**

Entender como as emoções influenciam a percepção e o comportamento dos usuários.

**3**

Identificar como cada nível emocional se manifesta em produtos digitais.

# **PROVOCAÇÃO INICIAL: OBSERVANDO DIFERENTES REAÇÕES**

---

**Reflexão sobre o  
uso de produtos  
digitais**

## **Pergunta de abertura**

Você já observou alguém tentando usar um app que você conhece bem e viu dificuldades inesperadas?

# O PAPEL DA OBSERVAÇÃO NO UX DESIGN

---

**Como entender o usuário além da superfície**

## **Mais que ver: observar**

Envolve atenção ativa, empatia e escuta para captar comportamentos reais.

## **Diferença entre opinião e comportamento**

Observar revela verdades que nem sempre os usuários sabem ou conseguem expressar.

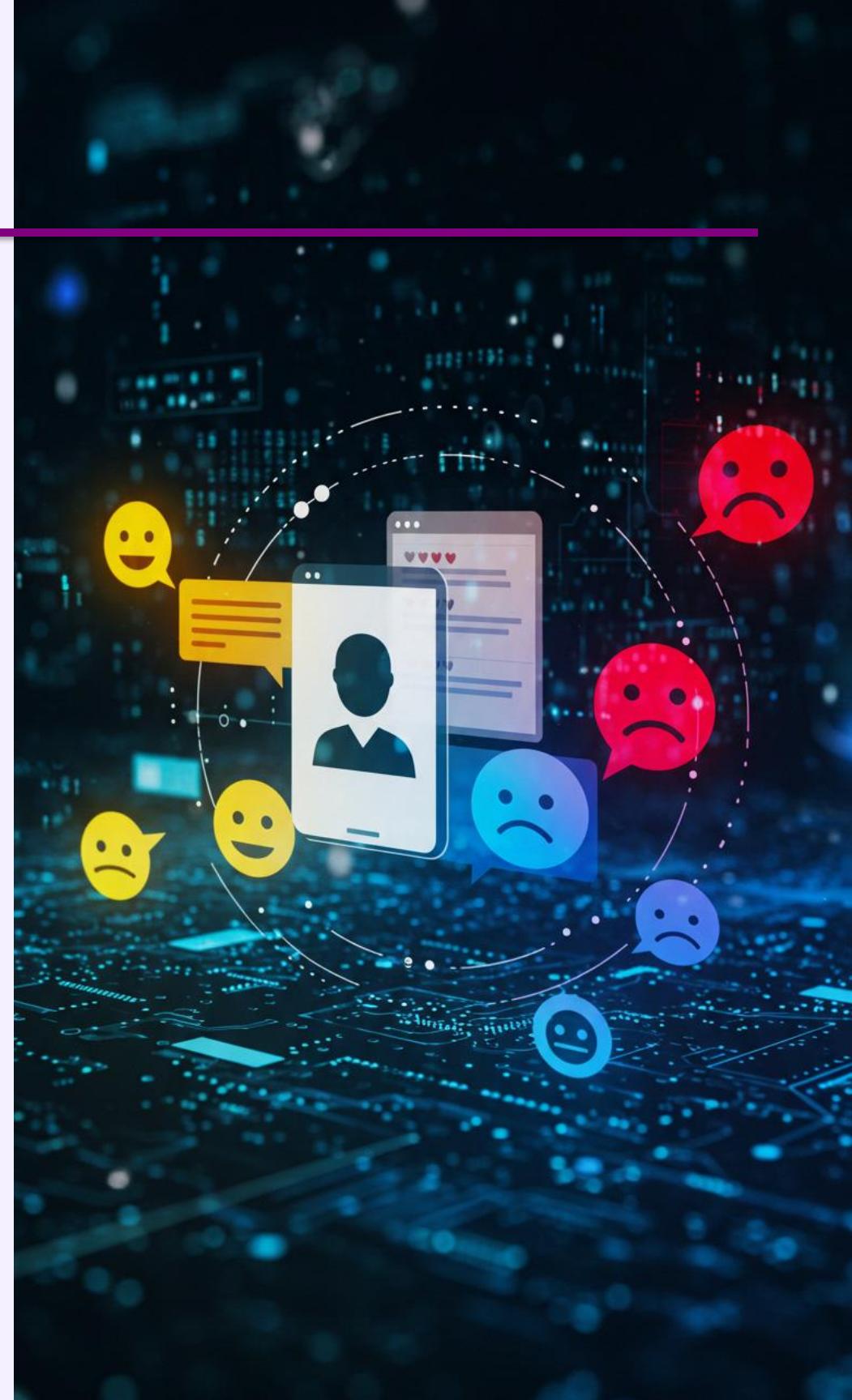
## **Sinais comportamentais**

Frustrações, desvios, emoções e improvisos são pistas valiosas.

# O QUE PROCURAR AO OBSERVAR ALGUÉM INTERAGINDO COM PRODUTOS DIGITAIS:

---

- Frustrações
- Desvios de caminho
- Criatividade no uso
- Dificuldade de compreensão
- Emoções visíveis



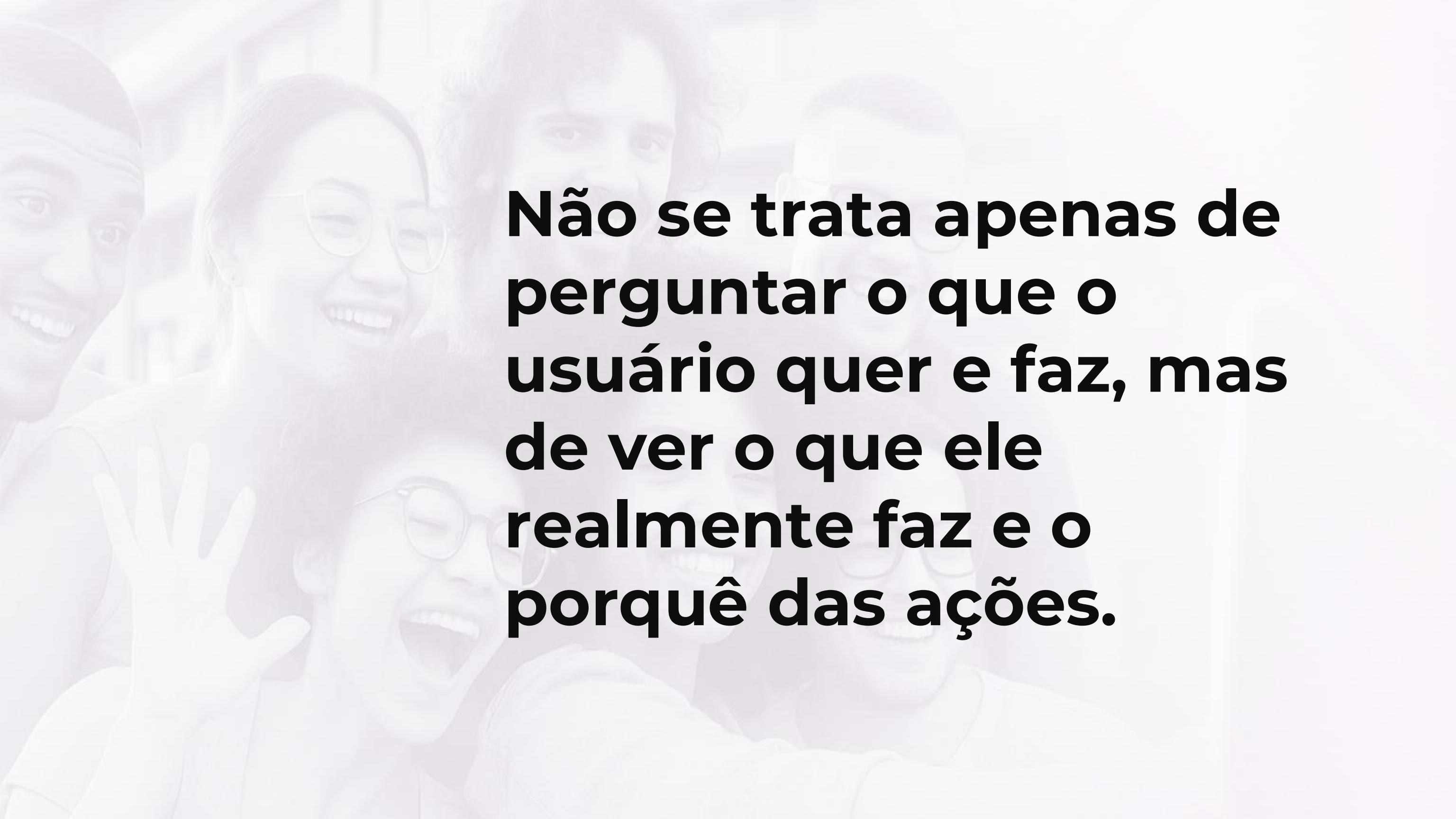
# OBSERVAÇÃO ETNOGRÁFICA NO DESIGN DÉ EXPERIÊNCIA

---

A observação etnográfica é um método qualitativo oriundo da antropologia, que busca compreender comportamentos e contextos humanos a partir da vivência real do usuário. No contexto de UX, ela permite ao designer “entrar no mundo do usuário” para entender como ele interage com produtos, serviços e sistemas no seu dia a dia, sem julgamentos ou interferências.

## OBJETIVO

- Capturar comportamentos autênticos em ambientes naturais.
- Observar as dificuldades, adaptações, frustrações e soluções criativas que o usuário emprega na prática.
- Trazer à tona insights profundos que não surgiriam em entrevistas ou testes formais.



**Não se trata apenas de  
perguntar o que o  
usuário quer e faz, mas  
de ver o que ele  
realmente faz e o  
porquê das ações.**

# CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS

---

**Método de imersão:** O designer se posiciona como um observador atento, evitando influenciar o comportamento do usuário.

**Não-interferência:** É essencial não interromper, corrigir ou conduzir o usuário. A função é ouvir, ver, sentir.

**Enfoque no contexto:** Lugar, horário, ambiente físico, dispositivos usados e outros elementos fazem parte do todo observado.

# EXEMPLO DE APLICAÇÃO (DISCUSSÃO GUIADA)

---

Imagine que você quer redesenhar a experiência de pedir comida por aplicativo. Em vez de perguntar às pessoas o que elas acham do app, você observa como elas fazem isso durante o almoço no trabalho.

Você percebe:

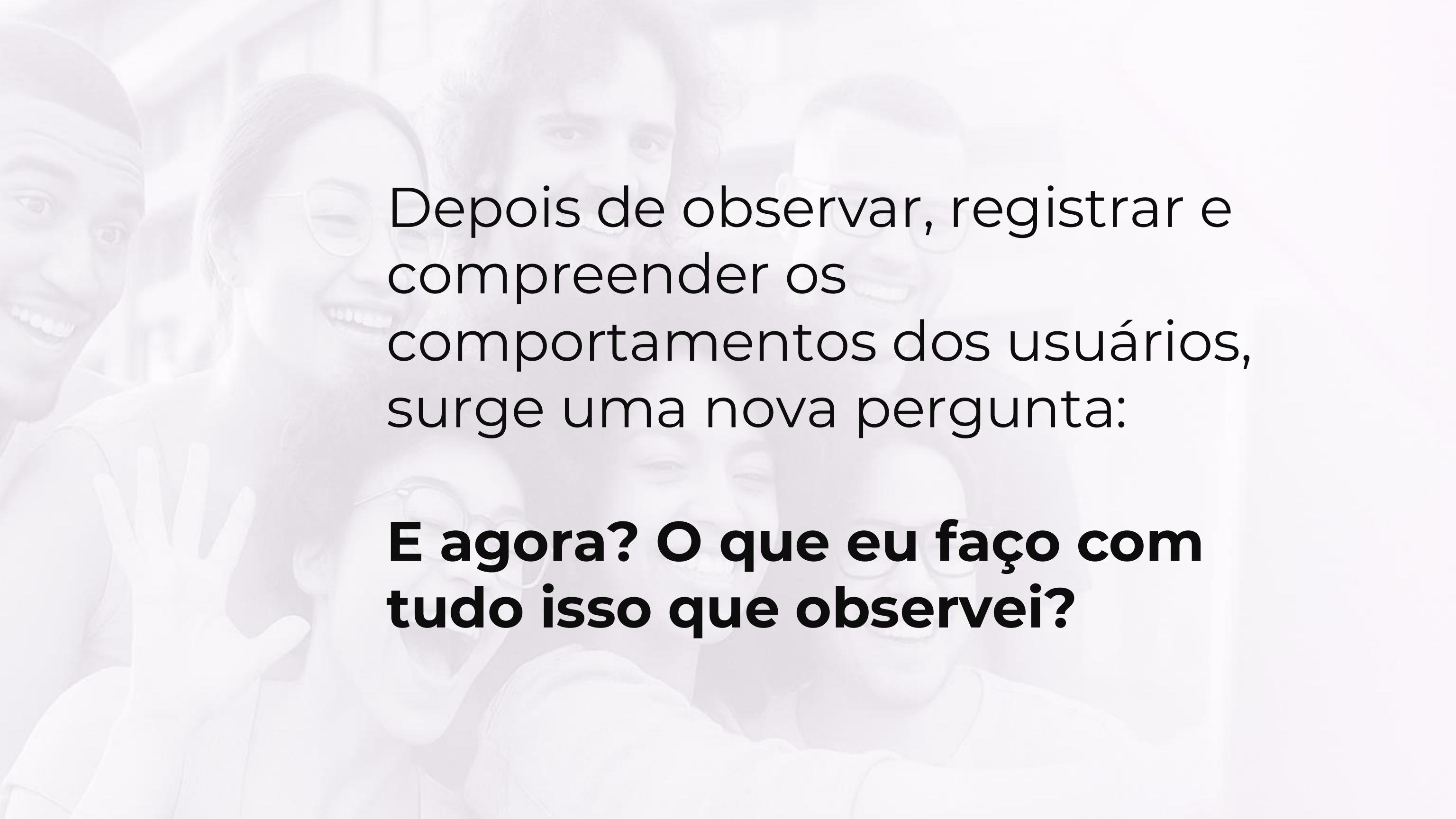
- Que algumas demoram por indecisão.
- Outras já têm pedidos salvos.
- Algumas desistem por lentidão do app.
- Outras trocam mensagens com colegas antes de finalizar.

Essas nuances não aparecem em entrevistas, mas são cruciais para projetar uma experiência realista e eficiente.

# FERRAMENTAS COMUNS

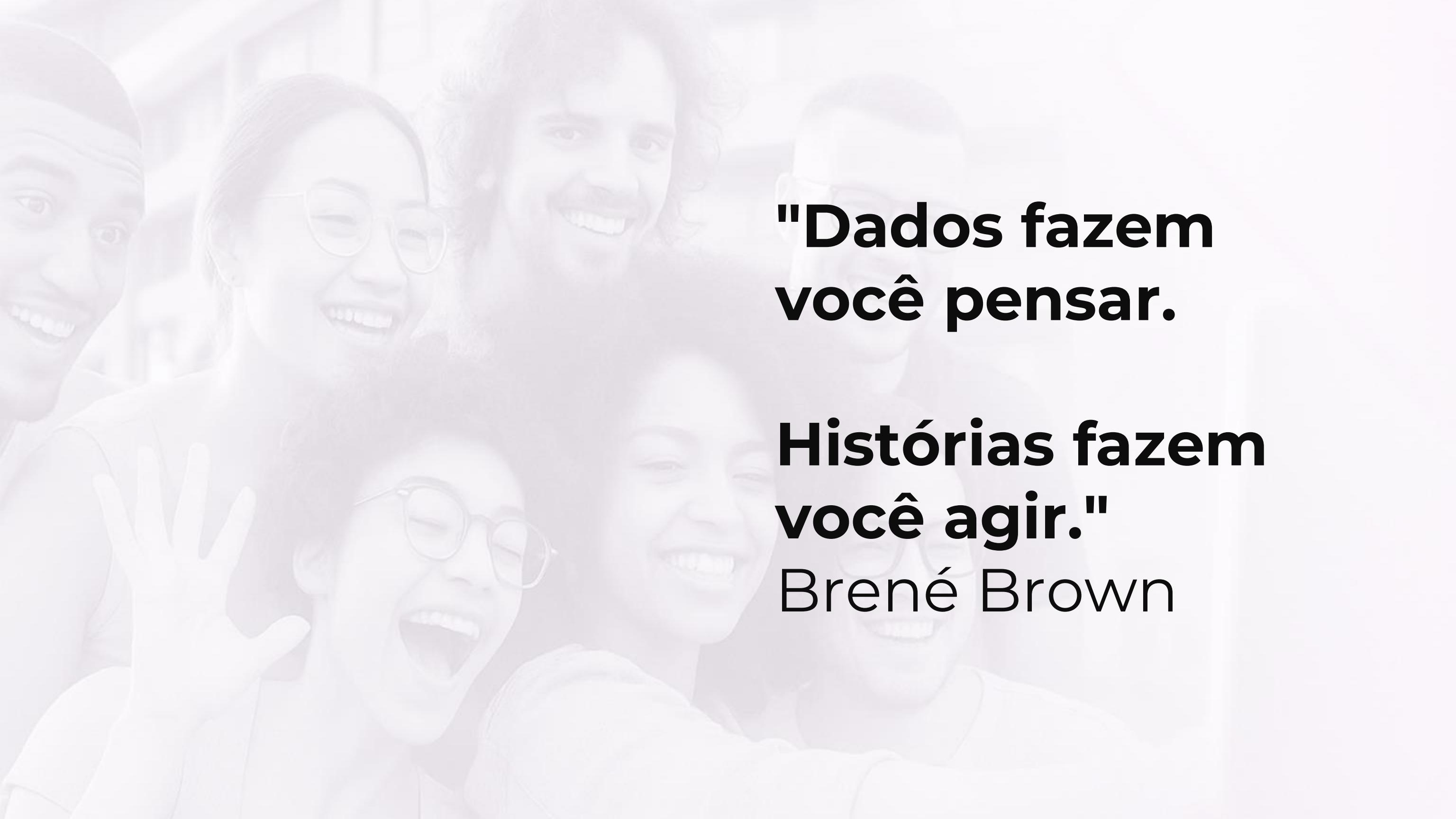
---

<b>Diário de campo</b>	Registro detalhado das observações, reflexões e comportamentos durante a imersão. Inclui data, hora, ambiente, ações, falas e emoções percebidas.
<b>Anotações livres</b>	Escritas rápidas para capturar reações espontâneas, sentimentos do observador e hipóteses preliminares.
<b>Fotografias e vídeos (com consentimento)</b>	Documentam o ambiente de uso, a interação com interfaces ou objetos e aspectos visuais importantes.
<b>Mapas de jornada do usuário</b>	Representam visualmente os passos do usuário em um fluxo de uso, com emoções, expectativas e pontos de contato.



Depois de observar, registrar e  
compreender os  
comportamentos dos usuários,  
surge uma nova pergunta:

**E agora? O que eu faço com  
tudo isso que observei?**



**"Dados fazem  
você pensar.**

**Histórias fazem  
você agir."**  
Brené Brown

# **POR QUE CONTAR HISTÓRIAS FUNCIONA?**

---

Contar histórias é a forma mais antiga e eficiente de passar conhecimento, criar conexões e mover pessoas à ação.

Elas são mais fáceis de lembrar do que dados brutos e criam empatia com o usuário real por trás dos números.

## **Segundo estudos de neurociência:**

Histórias ativam o sistema límbico, gerando conexão emocional.



# O QUE É STORYTELLING EM UX?

---

Storytelling em UX é o ato de pegar dados, falas e comportamentos observados, e transformá-los em histórias que:

- Explicam o que está acontecendo com o usuário
- Mostram os impactos reais de um problema
- Justificam uma decisão de design
- Engajam e alinham times



# POR QUE USAR STORYTELLING NO DESIGN?

---

- Humaniza dados e mostra o lado emocional por trás dos números
- Gera empatia com Stakeholders para “enxergarem” o usuário real
- Alinha equipes para todos entenderem o problema da mesma forma
- Dá clareza e Justifica decisões com contexto e emoção

# ESTRUTURA BÁSICA DA NARRATIVA NO DESIGN

---

**Uma boa história de UX  
segue uma estrutura simples:**

---

## Início

- Quem é o usuário?
- Onde ele está?
- Qual o contexto da jornada?

## Meio

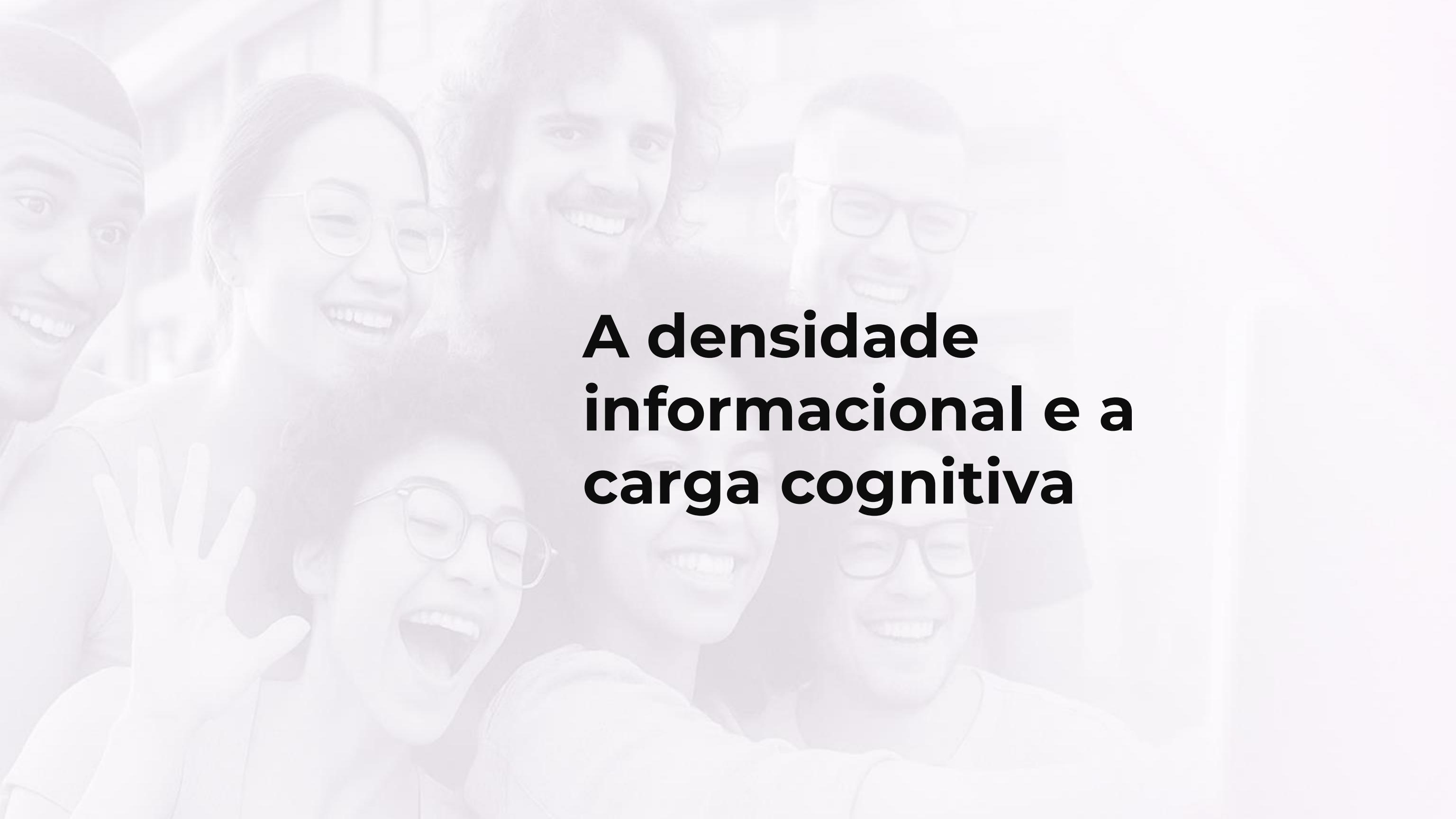
- Qual o desafio enfrentado?
- O que causou frustração ou dor?
- Como ele tentou resolver?

## Fim

- O que mudou com a solução proposta?
- Como o usuário se sentiu?
- Que transformação ocorreu?



**Design não é só o que  
você mostra mas  
também quanto você  
exige do usuário.**



# **A densidade informacional e a carga cognitiva**

# A DENSIDADE INFORMACIONAL

---

A densidade informacional e a carga cognitiva estão interligadas, pois a maneira como as informações são apresentadas, bem como a quantidade delas, afetam o esforço mental necessário (carga cognitiva) para que uma pessoa as processe.

A densidade informacional refere-se à quantidade de informação contida em um determinado espaço ou contexto. Ela pode ser entendida como a "riqueza" de informações que um material, como um texto, gráfico ou apresentação, oferece.

A carga cognitiva refere-se ao esforço mental necessário para processar informações e realizar tarefas. É um conceito central na psicologia educacional e no design instrucional.

# **AS PESSOAS NÃO LEEM, ELAS ESCANEIAM.**

---

- O cérebro busca atalhos
- A memória de trabalho é limitada
- Somos influenciados pelo contexto e ambiente



# ONDE ENTRA O STORYTELLING NISSO TUDO?

---

Quando você transforma observações em histórias bem contadas, está otimizando o esforço mental do seu público.

- Organizar a informação em sequência lógica
- Ativar emoções que facilitam retenção
- Criar um “fio narrativo” que guia o entendimento
- Usar personagens e contextos para dar significado aos dados

# STORYBOARD

---

**Um storyboard é uma sequência visual que representa a jornada de um usuário em um fluxo ou cenário específico.**

- Usado inicialmente na indústria cinematográfica (Walt Disney, 1930) para planejar cenas de filmes.
- Adotado pelo design para planejar interações e visualizar experiências.



<https://brasil.uxdesign.cc/o-uso-dos-storyboards-como-documentar-%C3%A7%C3%A3o-de-base-de-ux-design-11b3b2ac1fa4>

# COMPONENTES DE UM BOM STORYBOARD?

---

- **Personagem:** o usuário representado
- **Cenário:** onde e como ele está interagindo
- **Sequência de ações:** o que ele faz em cada etapa
- **Emoções:** como ele se sente ao longo da jornada

# POR QUE USAR STORYBOARDS NO DESIGN?

---

- **Visualiza o fluxo do usuário:** Mostra a experiência como uma história em movimento
- **Destaca emoções e contextos:** apresenta dores e motivações que gráficos e fluxos não mostram
- **Facilita discussões com stakeholders:** Até quem não entende design entende uma história com imagens
- **Antecipação de falhas:** Permite identificar etapas confusas ou frustrantes antes do desenvolvimento

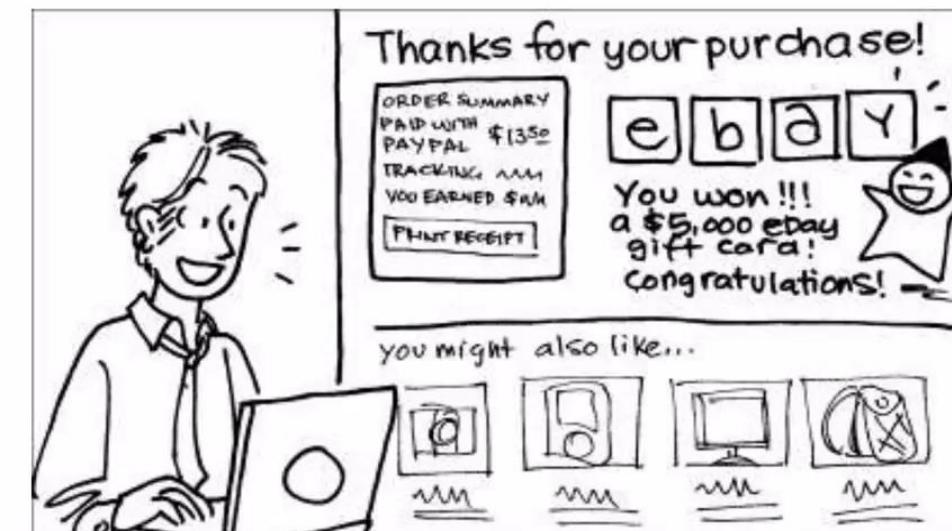
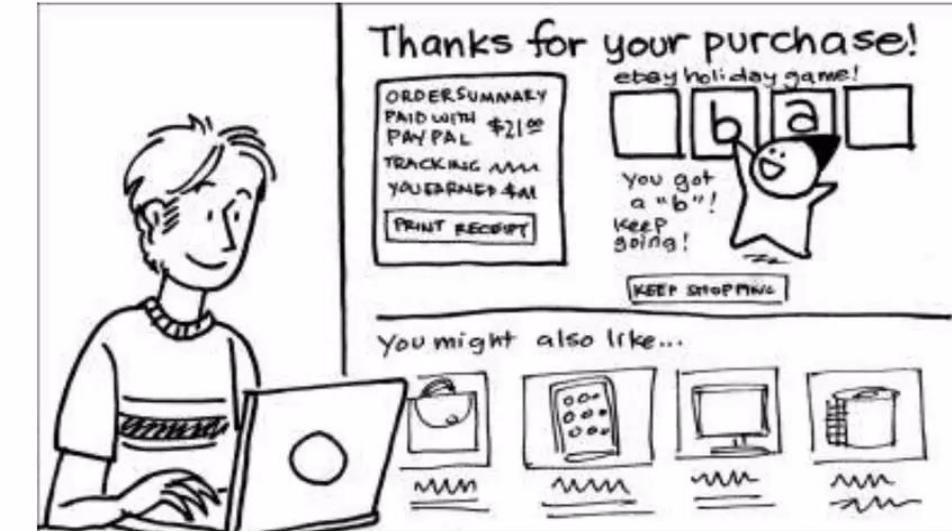
# QUANDO USAR?

---

- Após pesquisas etnográficas ou entrevistas
- Durante sessões de ideação para mapear jornadas
- Para comunicar o "antes e depois" da solução
- Ao apresentar a ideia para áreas não técnicas ou executivas

# EXEMPLO DE STORYBOARDS NO UX

## HOLIDAY CONCEPT 2: ebay game



# EXEMPLO DE STORYBOARDS NO UX

## HOLIDAY CONCEPT 4: group gifts





**"Storyboards transformam dados em empatia. Eles mostram, com imagens e emoções, aquilo que gráficos e relatórios jamais conseguem traduzir."**

— Sarah Gibbons, Nielsen Norman Group

A black and white photograph of a diverse group of young adults, both men and women, smiling and laughing together. They are of various ethnicities and are wearing casual clothing. The background is slightly blurred.

# ATIVIDADE 01: CRIANDO UM STORYBOARD



Vamos  
avaliar o  
encontro?



# Comportamento Humano, Observação e Storytelling em UX

Módulo: Design Emocional

# O QUE VAMOS APRENDER HOJE?

---

**1**

Como o Design Emocional se integra ao processo de UX Design

**2**

Entender como as emoções influenciam a percepção e o comportamento dos usuários.

**3**

Identificar como cada nível emocional se manifesta em produtos digitais.

# **PROVOCAÇÃO INICIAL: OBSERVANDO DIFERENTES REAÇÕES**

---

**Reflexão sobre o  
uso de produtos  
digitais**

## **Pergunta de abertura**

Você já observou alguém tentando usar um app que você conhece bem e viu dificuldades inesperadas?

# O PAPEL DA OBSERVAÇÃO NO UX DESIGN

---

**Como entender o usuário além da superfície**

## **Mais que ver: observar**

Envolve atenção ativa, empatia e escuta para captar comportamentos reais.

## **Diferença entre opinião e comportamento**

Observar revela verdades que nem sempre os usuários sabem ou conseguem expressar.

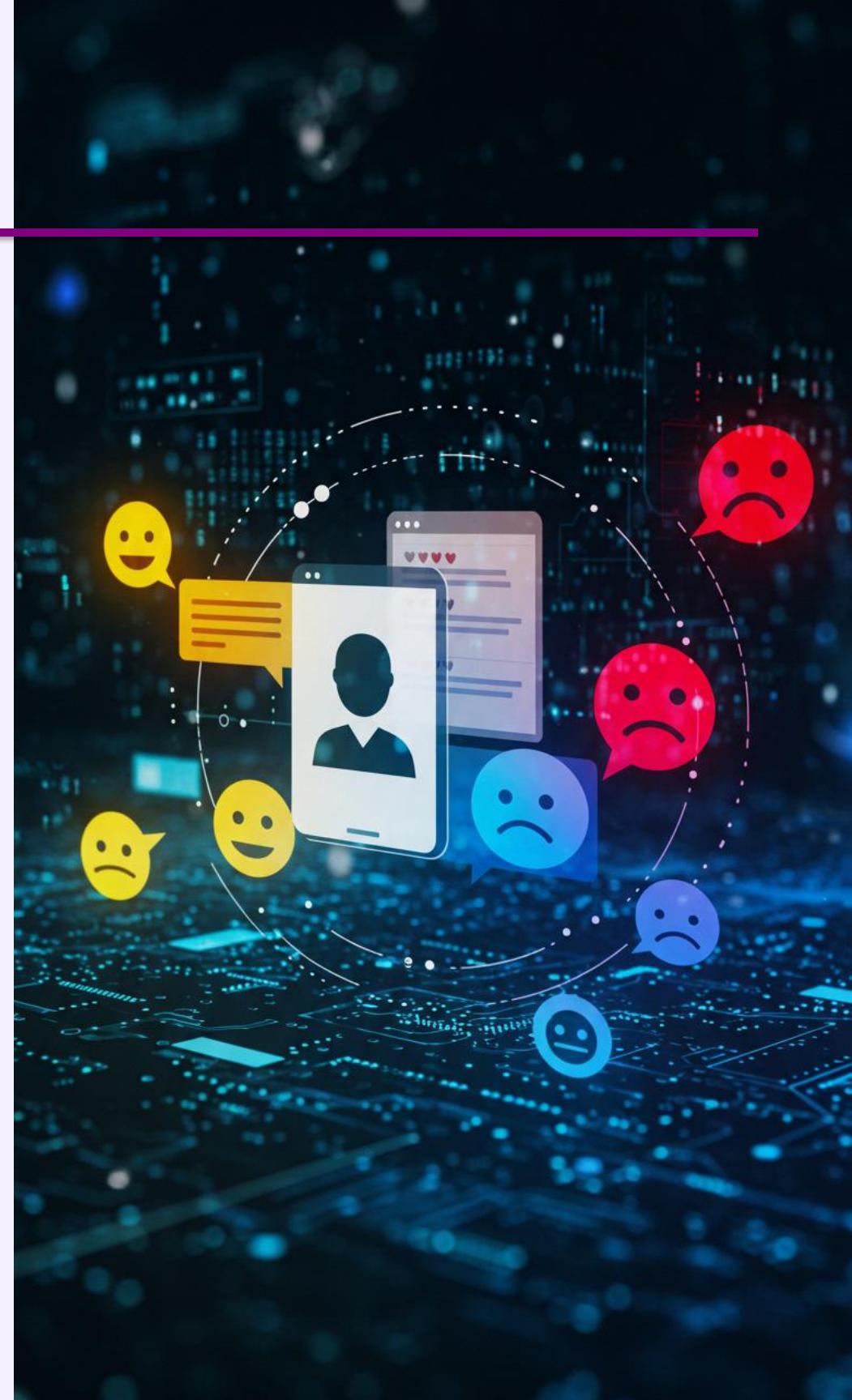
## **Sinais comportamentais**

Frustrações, desvios, emoções e improvisos são pistas valiosas.

# O QUE PROCURAR AO OBSERVAR ALGUÉM INTERAGINDO COM PRODUTOS DIGITAIS:

---

- Frustrações
- Desvios de caminho
- Criatividade no uso
- Dificuldade de compreensão
- Emoções visíveis



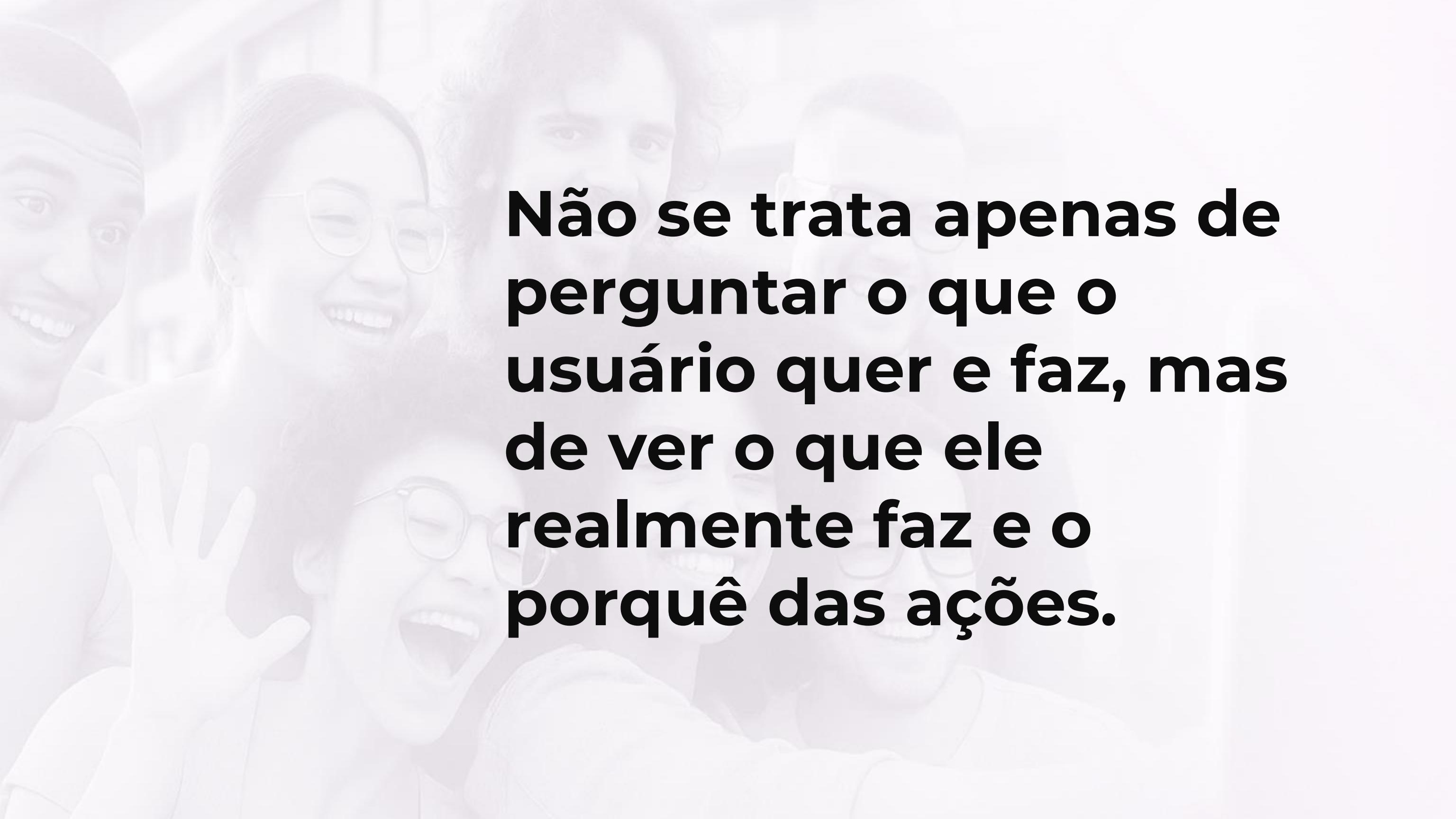
# OBSERVAÇÃO ETNOGRÁFICA NO DESIGN DÉ EXPERIÊNCIA

---

A observação etnográfica é um método qualitativo oriundo da antropologia, que busca compreender comportamentos e contextos humanos a partir da vivência real do usuário. No contexto de UX, ela permite ao designer “entrar no mundo do usuário” para entender como ele interage com produtos, serviços e sistemas no seu dia a dia, sem julgamentos ou interferências.

## OBJETIVO

- Capturar comportamentos autênticos em ambientes naturais.
- Observar as dificuldades, adaptações, frustrações e soluções criativas que o usuário emprega na prática.
- Trazer à tona insights profundos que não surgiriam em entrevistas ou testes formais.



**Não se trata apenas de  
perguntar o que o  
usuário quer e faz, mas  
de ver o que ele  
realmente faz e o  
porquê das ações.**

# CARACTERÍSTICAS PRINCIPAIS

---

**Método de imersão:** O designer se posiciona como um observador atento, evitando influenciar o comportamento do usuário.

**Não-interferência:** É essencial não interromper, corrigir ou conduzir o usuário. A função é ouvir, ver, sentir.

**Enfoque no contexto:** Lugar, horário, ambiente físico, dispositivos usados e outros elementos fazem parte do todo observado.

# EXEMPLO DE APLICAÇÃO (DISCUSSÃO GUIADA)

---

Imagine que você quer redesenhar a experiência de pedir comida por aplicativo. Em vez de perguntar às pessoas o que elas acham do app, você observa como elas fazem isso durante o almoço no trabalho.

Você percebe:

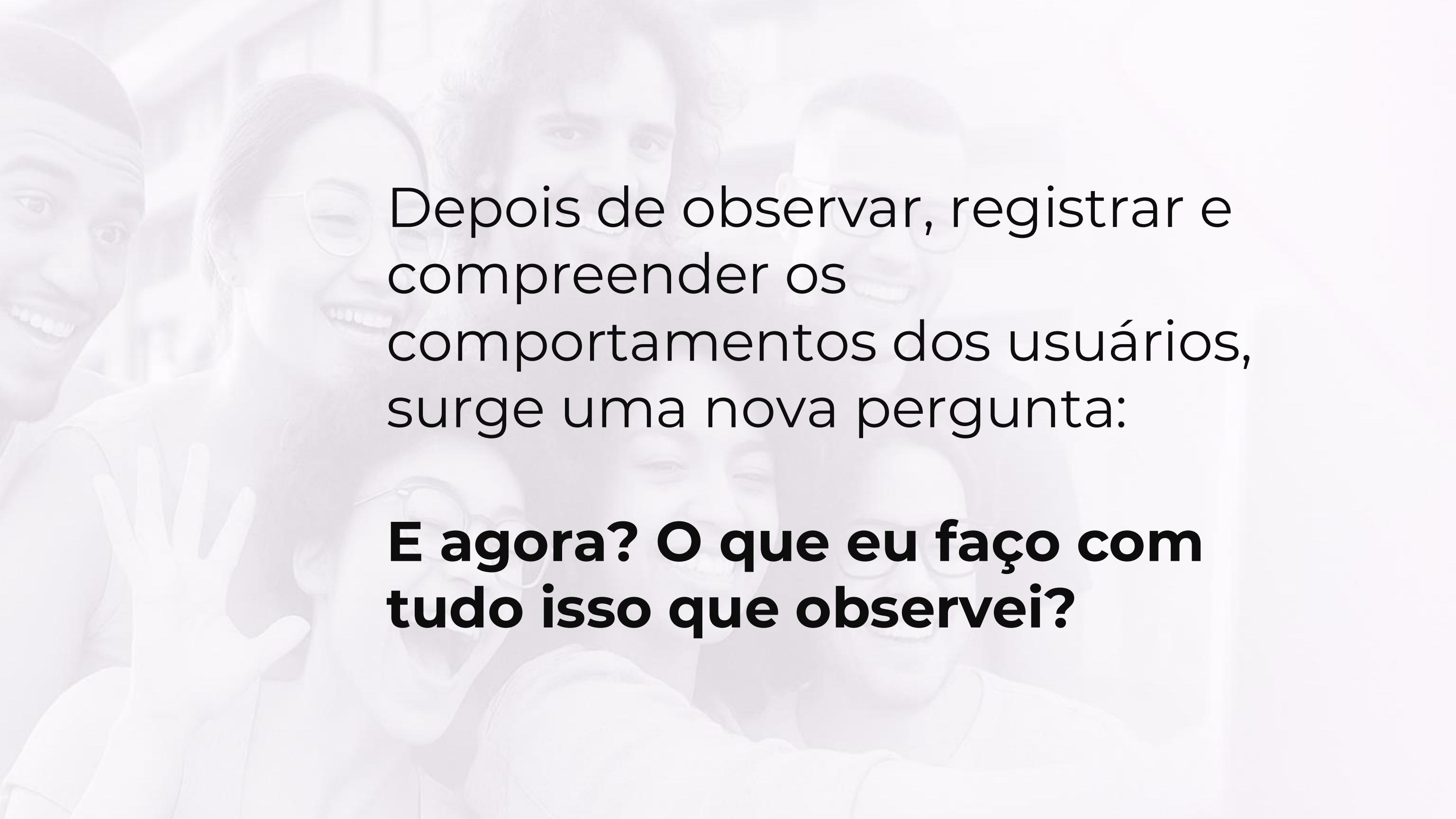
- Que algumas demoram por indecisão.
- Outras já têm pedidos salvos.
- Algumas desistem por lentidão do app.
- Outras trocam mensagens com colegas antes de finalizar.

Essas nuances não aparecem em entrevistas, mas são cruciais para projetar uma experiência realista e eficiente.

# FERRAMENTAS COMUNS

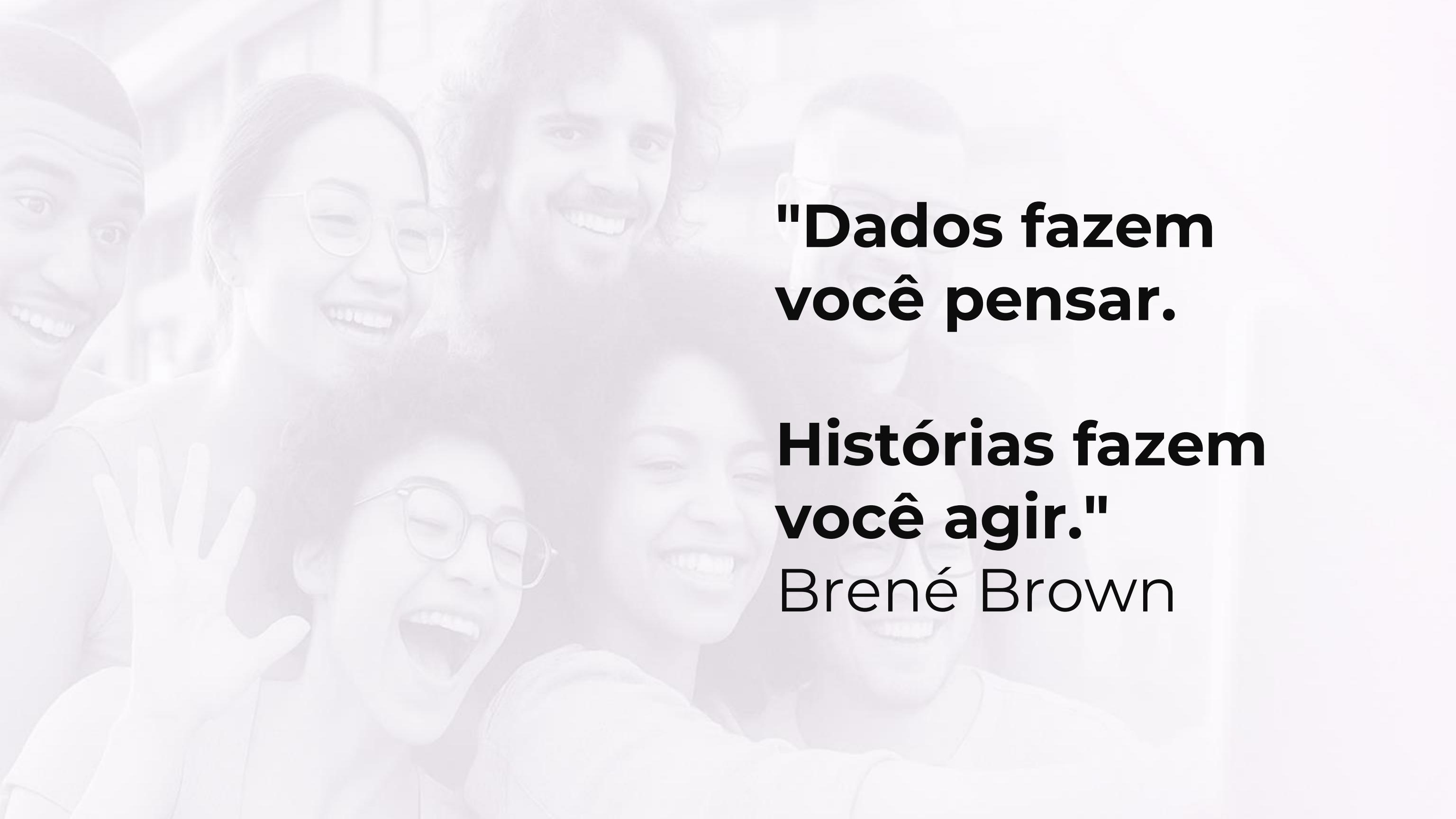
---

<b>Diário de campo</b>	Registro detalhado das observações, reflexões e comportamentos durante a imersão. Inclui data, hora, ambiente, ações, falas e emoções percebidas.
<b>Anotações livres</b>	Escritas rápidas para capturar reações espontâneas, sentimentos do observador e hipóteses preliminares.
<b>Fotografias e vídeos (com consentimento)</b>	Documentam o ambiente de uso, a interação com interfaces ou objetos e aspectos visuais importantes.
<b>Mapas de jornada do usuário</b>	Representam visualmente os passos do usuário em um fluxo de uso, com emoções, expectativas e pontos de contato.



Depois de observar, registrar e  
compreender os  
comportamentos dos usuários,  
surge uma nova pergunta:

**E agora? O que eu faço com  
tudo isso que observei?**



**"Dados fazem  
você pensar.**

**Histórias fazem  
você agir."**

Brené Brown

# **POR QUE CONTAR HISTÓRIAS FUNCIONA?**

---

Contar histórias é a forma mais antiga e eficiente de passar conhecimento, criar conexões e mover pessoas à ação.

Elas são mais fáceis de lembrar do que dados brutos e criam empatia com o usuário real por trás dos números.

## **Segundo estudos de neurociência:**

Histórias ativam o sistema límbico, gerando conexão emocional.



# O QUE É STORYTELLING EM UX?

---

Storytelling em UX é o ato de pegar dados, falas e comportamentos observados, e transformá-los em histórias que:

- Explicam o que está acontecendo com o usuário
- Mostram os impactos reais de um problema
- Justificam uma decisão de design
- Engajam e alinham times



# POR QUE USAR STORYTELLING NO DESIGN?

---

- Humaniza dados e mostra o lado emocional por trás dos números
- Gera empatia com Stakeholders para “enxergarem” o usuário real
- Alinha equipes para todos entenderem o problema da mesma forma
- Dá clareza e Justifica decisões com contexto e emoção

# ESTRUTURA BÁSICA DA NARRATIVA NO DESIGN

---

**Uma boa história de UX  
segue uma estrutura simples:**

---

## Início

- Quem é o usuário?
- Onde ele está?
- Qual o contexto da jornada?

## Meio

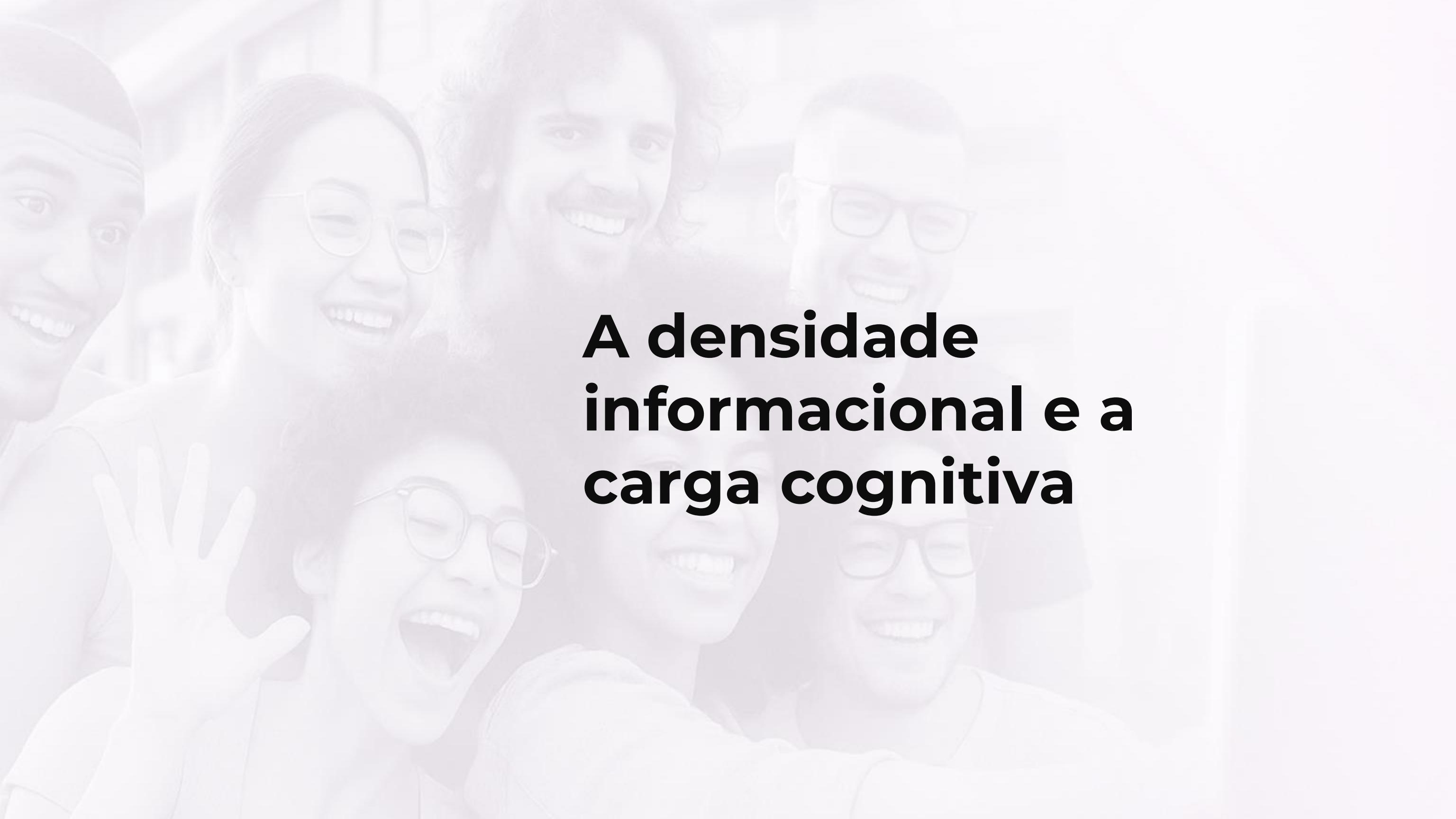
- Qual o desafio enfrentado?
- O que causou frustração ou dor?
- Como ele tentou resolver?

## Fim

- O que mudou com a solução proposta?
- Como o usuário se sentiu?
- Que transformação ocorreu?



**Design não é só o que  
você mostra mas  
também quanto você  
exige do usuário.**



# **A densidade informacional e a carga cognitiva**

# A DENSIDADE INFORMACIONAL

---

A densidade informacional e a carga cognitiva estão interligadas, pois a maneira como as informações são apresentadas, bem como a quantidade delas, afetam o esforço mental necessário (carga cognitiva) para que uma pessoa as processe.

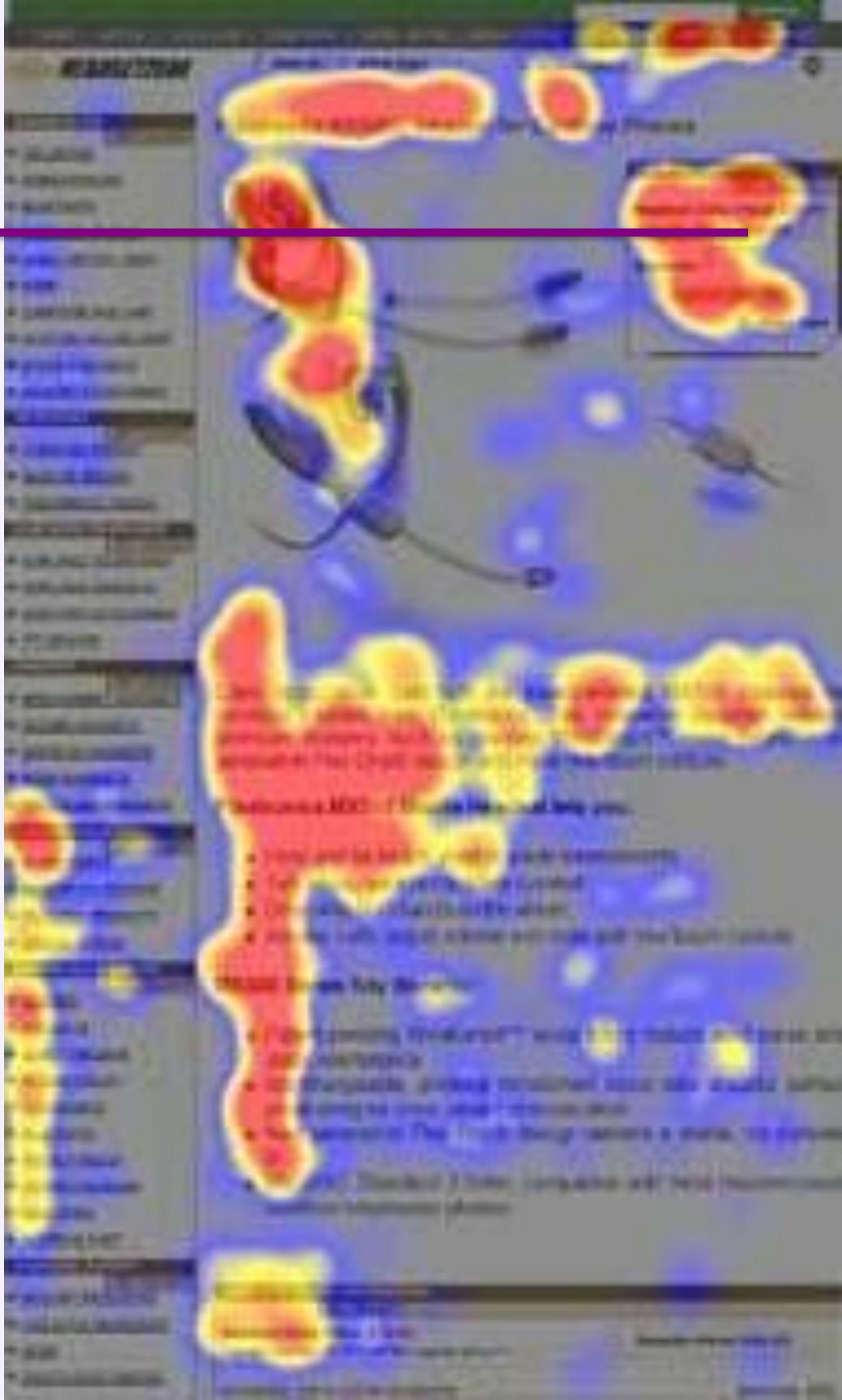
A densidade informacional refere-se à quantidade de informação contida em um determinado espaço ou contexto. Ela pode ser entendida como a "riqueza" de informações que um material, como um texto, gráfico ou apresentação, oferece.

A carga cognitiva refere-se ao esforço mental necessário para processar informações e realizar tarefas. É um conceito central na psicologia educacional e no design instrucional.

# **AS PESSOAS NÃO LEEM, ELAS ESCANEIAM.**

---

- O cérebro busca atalhos
- A memória de trabalho é limitada
- Somos influenciados pelo contexto e ambiente



# ONDE ENTRA O STORYTELLING NISSO TUDO?

---

Quando você transforma observações em histórias bem contadas, está otimizando o esforço mental do seu público.

- Organizar a informação em sequência lógica
- Ativar emoções que facilitam retenção
- Criar um “fio narrativo” que guia o entendimento
- Usar personagens e contextos para dar significado aos dados

# STORYBOARD

---

**Um storyboard é uma sequência visual que representa a jornada de um usuário em um fluxo ou cenário específico.**

- Usado inicialmente na indústria cinematográfica (Walt Disney, 1930) para planejar cenas de filmes.
- Adotado pelo design para planejar interações e visualizar experiências.



<https://brasil.uxdesign.cc/o-uso-dos-storyboards-como-documentar-%C3%A7%C3%A3o-de-base-de-ux-design-11b3b2ac1fa4>

# COMPONENTES DE UM BOM STORYBOARD?

---

- **Personagem:** o usuário representado
- **Cenário:** onde e como ele está interagindo
- **Sequência de ações:** o que ele faz em cada etapa
- **Emoções:** como ele se sente ao longo da jornada

# POR QUE USAR STORYBOARDS NO DESIGN?

---

- **Visualiza o fluxo do usuário:** Mostra a experiência como uma história em movimento
- **Destaca emoções e contextos:** apresenta dores e motivações que gráficos e fluxos não mostram
- **Facilita discussões com stakeholders:** Até quem não entende design entende uma história com imagens
- **Antecipação de falhas:** Permite identificar etapas confusas ou frustrantes antes do desenvolvimento

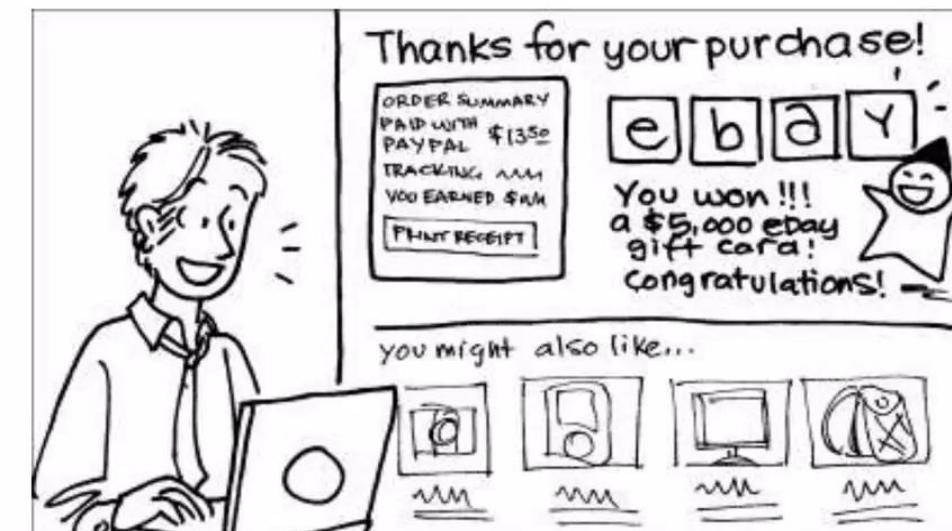
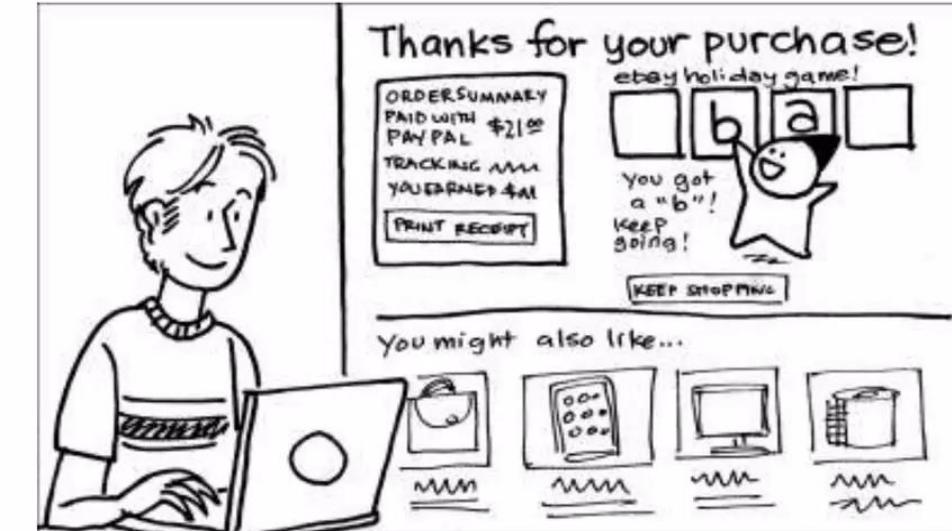
# QUANDO USAR?

---

- Após pesquisas etnográficas ou entrevistas
- Durante sessões de ideação para mapear jornadas
- Para comunicar o "antes e depois" da solução
- Ao apresentar a ideia para áreas não técnicas ou executivas

# EXEMPLO DE STORYBOARDS NO UX

## HOLIDAY CONCEPT 2: ebay game



# EXEMPLO DE STORYBOARDS NO UX

## HOLIDAY CONCEPT 4: group gifts





**"Storyboards transformam dados em empatia. Eles mostram, com imagens e emoções, aquilo que gráficos e relatórios jamais conseguem traduzir."**

— Sarah Gibbons, Nielsen Norman Group

A group of diverse young people, including men and women of various ethnicities, are smiling and laughing together. They are all wearing glasses, suggesting they might be students or part of a study group. The background is slightly blurred, making the people in the foreground the main focus.

# ATIVIDADE 01: CRIANDO UM STORYBOARD



Vamos  
avaliar o  
encontro?



# Introdução à Experiência do Usuário

Módulo: Fundamentos do UX Design



# O QUE VAMOS APRENDER HOJE?

---

1

O que é, e a  
importância do  
UX Design

2

A História do  
UX

3

Modelos de  
Representação

# POR QUE APRENDER SOBRE UX?

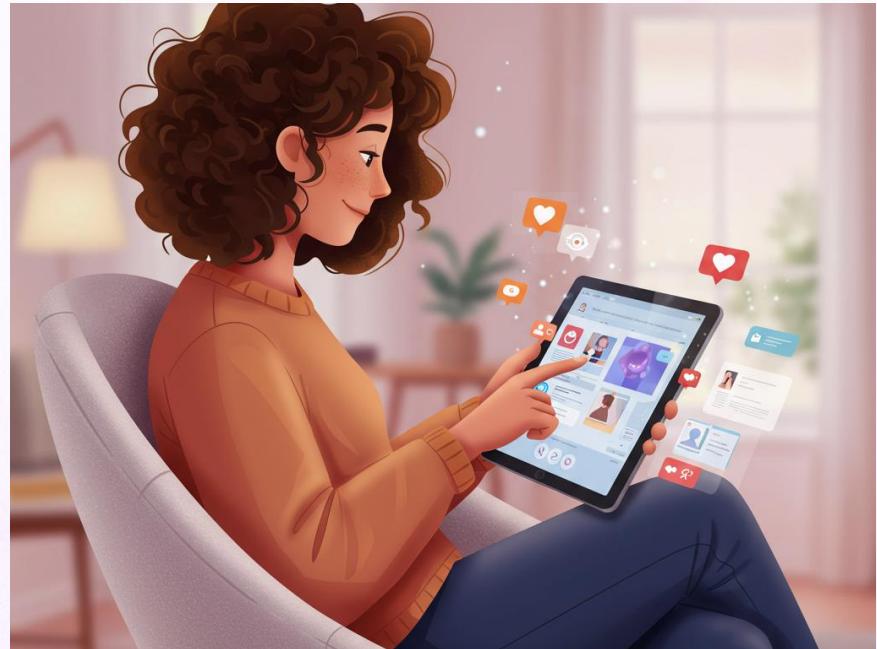
---

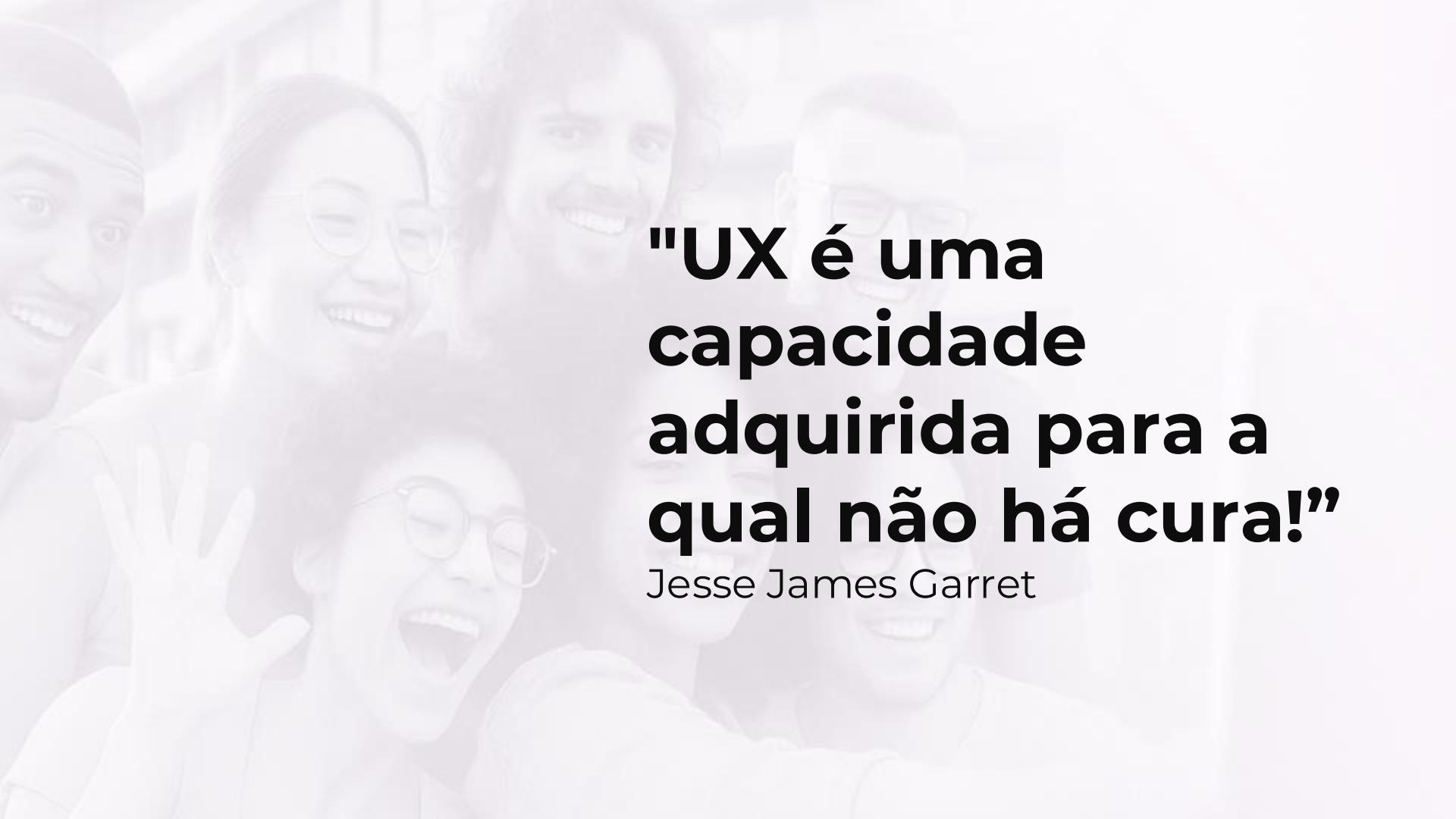
- O UX Design é crucial para o sucesso de qualquer produto digital.
- Compreender os princípios de UX permite criar soluções mais eficazes e centradas no usuário.
- O mercado de UX Design está em constante crescimento, oferecendo diversas oportunidades de carreira.

# O QUE É UX?

---

UX (User Experience) é o conjunto de percepções que uma pessoa tem ao interagir com alguma coisa.





**"UX é uma  
capacidade  
adquirida para a  
qual não há cura!"**

Jesse James Garret

A collage of six diverse young adults (three men and three women) smiling and laughing together. They are of various ethnicities and styles, some wearing glasses and casual clothing. The background is a soft-focus indoor setting.

# A IMPORTÂNCIA DO UX

# QUAIS BENEFÍCIOS O UX PODE TRAZER?

---

## Para o negócio

---

Aumento da satisfação do cliente, fidelização, redução de custos e aumento da conversão.

## Para o usuário

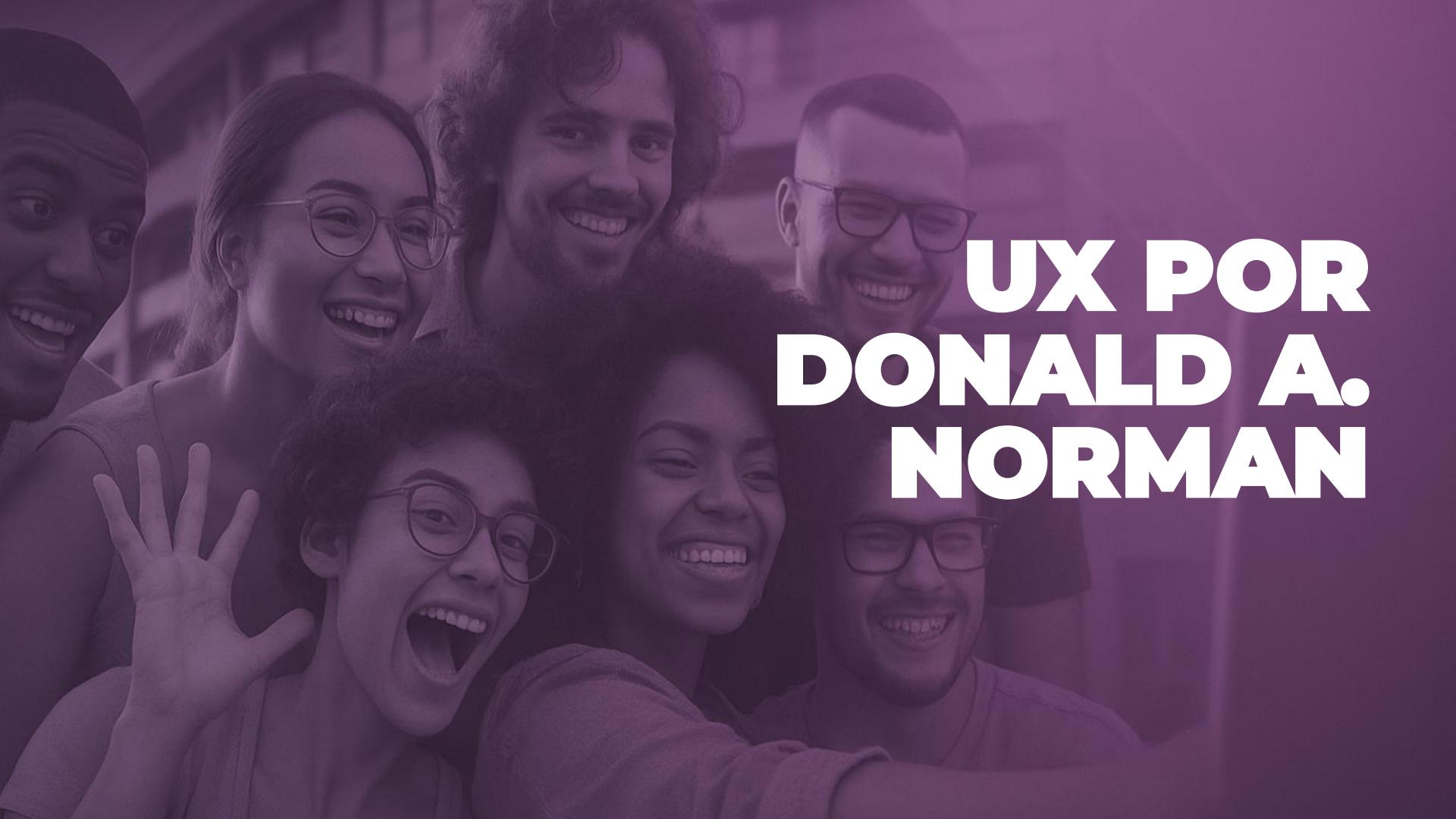
---

Facilidade de uso, eficiência, prazer e satisfação ao interagir com o produto.



# O QUE É UMA BOA EXPERIÊNCIA?

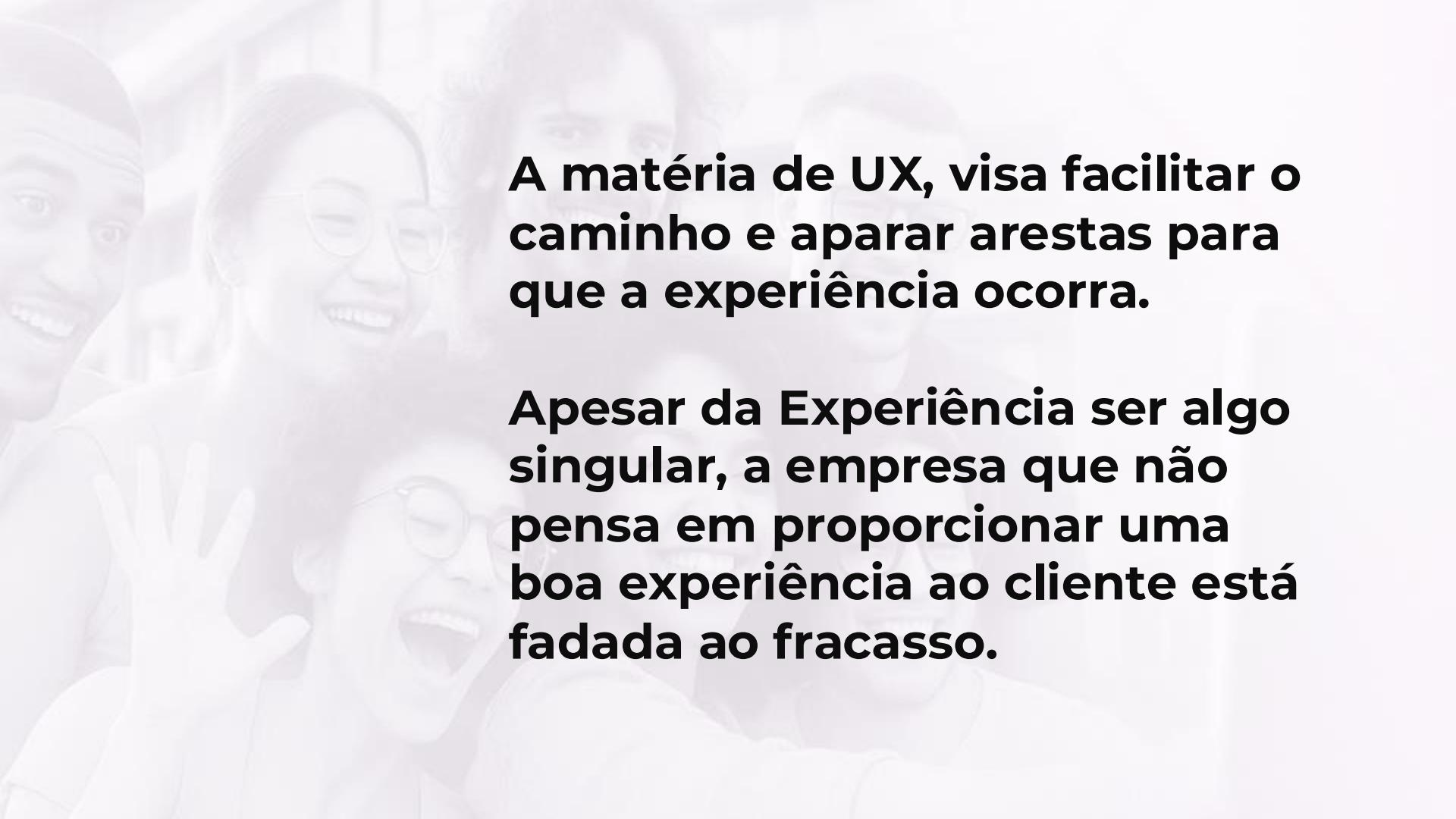
## ATIVIDADE 01: DISCUSSÃO GUIADA

A group of diverse young people, including men and women of various ethnicities, are smiling and laughing together in a joyful, candid moment. They are wearing casual clothing like t-shirts and hoodies. The background is slightly blurred, suggesting an indoor or outdoor social gathering.

# UX POR DONALD A. NORMAN



Don Norman:  
The Term UX



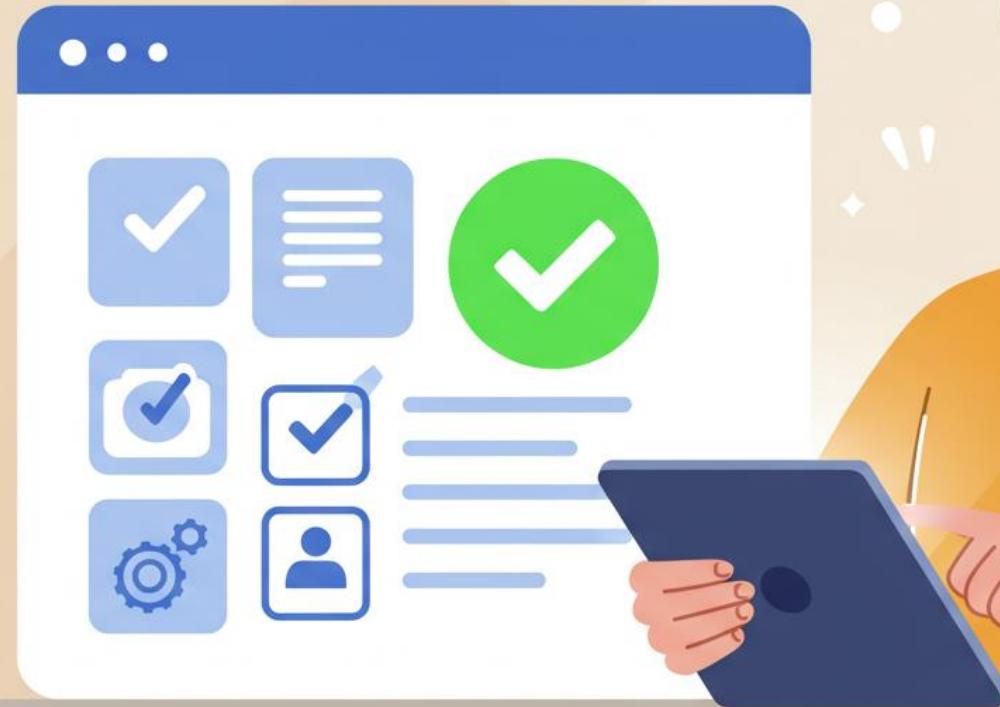
**A matéria de UX, visa facilitar o caminho e aparar arestas para que a experiência ocorra.**

**Apesar da Experiência ser algo singular, a empresa que não pensa em proporcionar uma boa experiência ao cliente está fadada ao fracasso.**



# **EXPERIÊNCIAS EXPERIÊNCIAS BOAS E RUINS COM APLICATIVOS**

**ATIVIDADE 02: DISCUSSÃO GUIADA**



A group of diverse people, including men and women of various ethnicities, are smiling and laughing together. They are wearing casual clothing like t-shirts and hoodies. The background is slightly blurred, creating a warm and friendly atmosphere.

# HISTÓRIA DO UX

# UX NÃO NASCEU COM OS APLICATIVOS

---



**UX vem de áreas  
como:**

- Ergonomia,
- Psicologia cognitiva
- e Design Centrado no usuário.

# A HISTÓRIA DO UX

---

## ERGONOMIA

**Ergonomia** é a ciência que estuda a relação entre o homem e seu ambiente de trabalho.



# A HISTÓRIA DO UX

---

## ERGONOMIA

Ela busca adaptar o ambiente e as tarefas de trabalho às capacidades do trabalhador, promovendo conforto, segurança e eficiência.



# A HISTÓRIA DO UX

---

## ERGONOMIA

O termo **Ergonomia** foi usado pela primeira vez em **1857** pelo polonês **Wojciech Jastrzebowski** no artigo **“Ensaios de ergonomia”**.



# A HISTÓRIA DO UX

---

## ERGONOMIA

A palavra vem do grego **ergon** (trabalho) e **nomos** (lei natural).



# A HISTÓRIA DO UX

---

## PSICOLOGIA COGNITIVA

A **Psicologia Cognitiva** é uma área da psicologia que se dedica ao estudo dos processos mentais responsáveis pela cognição.

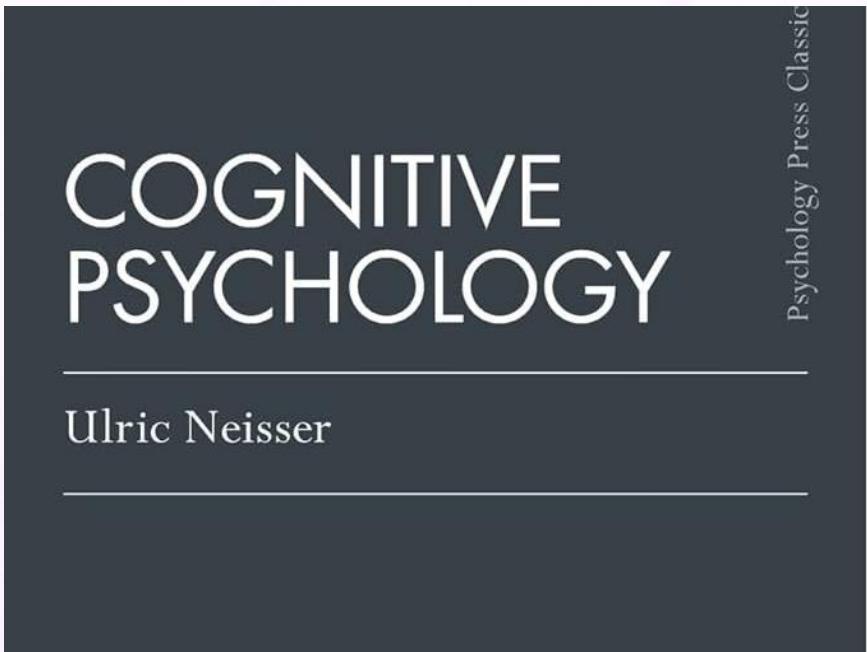


# A HISTÓRIA DO UX

---

## PSICOLOGIA COGNITIVA

Em **1967**, **Ulric Neisser** publica **Cognitive Psychology**, obra que funda a psicologia cognitiva e define os processos mentais como seu foco de estudo.

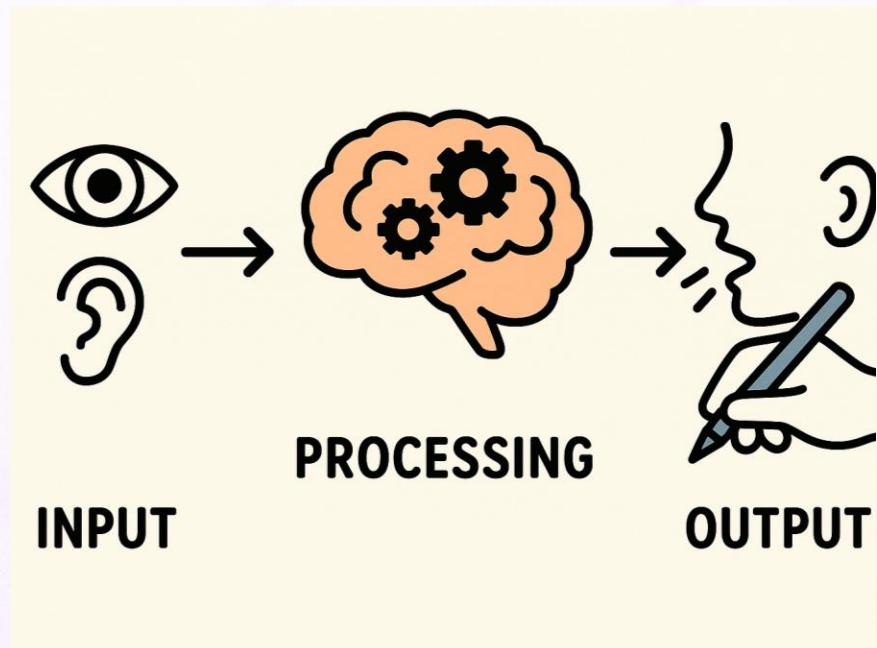


# A HISTÓRIA DO UX

---

## PSICOLOGIA COGNITIVA

Pesquisas na área da Psicologia Cognitiva geraram em **1983** o **Modelo do Processador de Informação Humana** (MPIH) fundamental para os estudos em UX.

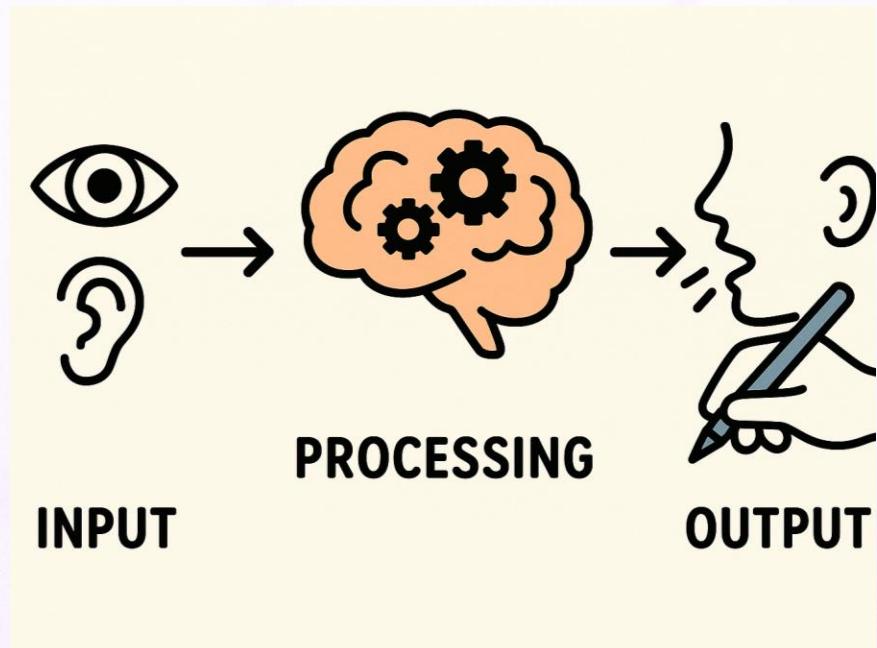


# A HISTÓRIA DO UX

---

## PSICOLOGIA COGNITIVA

O modelo MPIH, criado pelos pesquisadores **Card, Moran e Newell**, descreve como a mente humana processa informações semelhante a um computador.



# A HISTÓRIA DO UX

---

## DESIGN CENTRADO NO USUÁRIO

O **Design Centrado no Usuário** (DCU) envolve entender os contextos e necessidades do usuário, criando e avaliando soluções que atendam a esses requisitos.

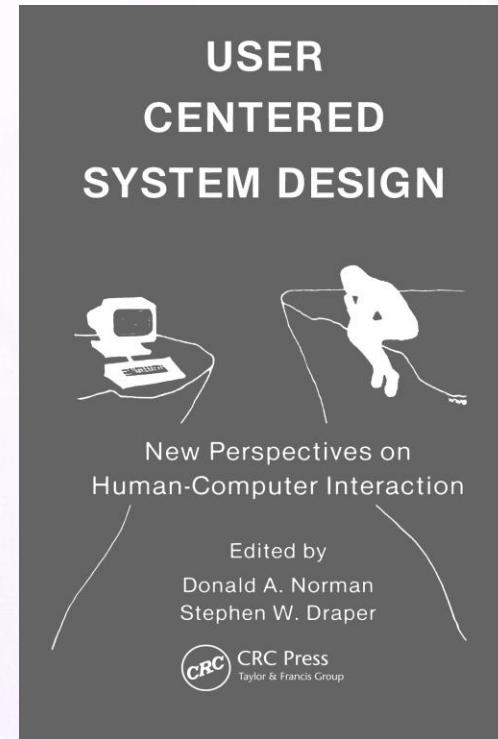


# A HISTÓRIA DO UX

---

## DESIGN CENTRADO NO USUÁRIO

O termo surgiu como destaque em trabalhos como o **“User Centered System Design: New Perspectives on Human-Computer Interaction”** de 1986.

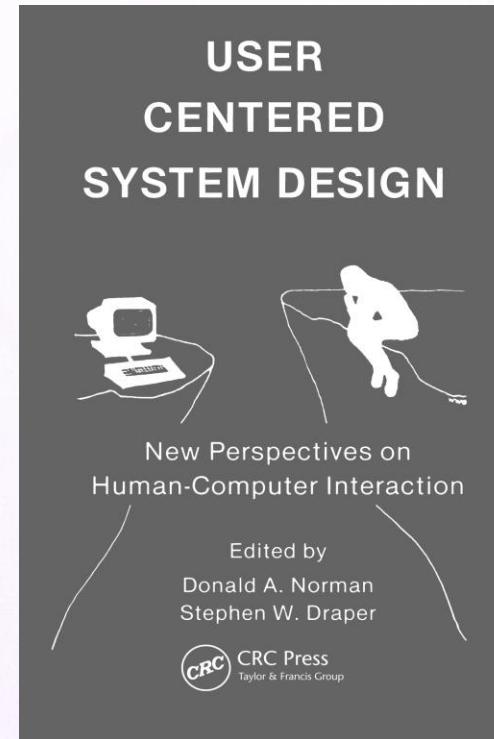


# A HISTÓRIA DO UX

---

## DESIGN CENTRADO NO USUÁRIO

Esse é um livro onde **Don Norman** foi co-autor com **Stephen W. Draper**.



# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 60

### Sketchpad

O primeiro editor gráfico desenvolvido



# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 60

O **Sketchpad** foi um editor gráfico desenvolvido por Ivan Sutherland, no **MIT**, em **1963**, durante sua tese de PhD, pela qual ele recebeu o **Turing Award** em **1988** e o **Kyoto Prize** em **2012**. Por vários motivos é um marco na Informática, sendo o primeiro editor gráfico orientado a objetos.

# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 70

**Início da Interação  
Humano-Computador  
(IHC)**



# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 70

Em **1973** surge o **Xerox Alto**, o primeiro computador a incorporar uma interface gráfica de usuário (GUI) com janelas, ícones e menus. Embora não tenha sido um produto comercial, estabeleceu os **princípios básicos da IHC**, focando em como os humanos interagem com máquinas.

# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 70

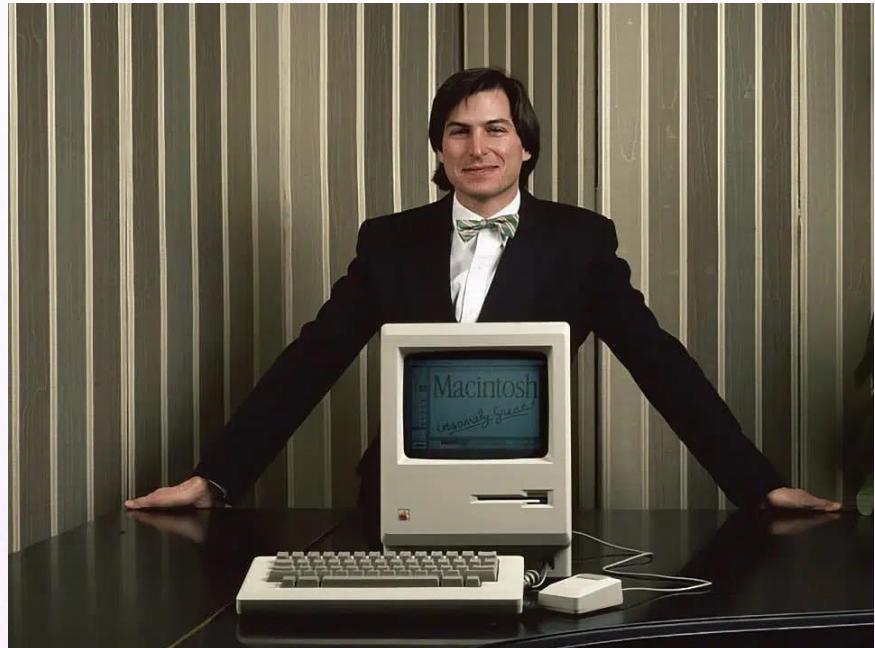
A Xerox começa a desenvolver, em **1979**, o **Xerox Star**, o primeiro sistema comercial a integrar completamente uma GUI, direcionado ao uso corporativo. Aqui, começam as primeiras considerações práticas de usabilidade e design de interação.

# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 80

**Consolidação da IHC  
e Interfaces Gráficas**



# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 80

**1983** - Lançamento do **Apple Lisa**, o primeiro computador pessoal com uma GUI, introduzindo conceitos como janelas sobrepostas e menus pull-down. Essa época marca o início da interface gráfica de usuário como um campo de design relevante.

# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 80

**1984** - Lançamento do **Apple Macintosh**, popularizando a GUI para o mercado de massa e estabelecendo o uso generalizado de janelas, ícones, e o mouse como dispositivos padrão de interação.

# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 80

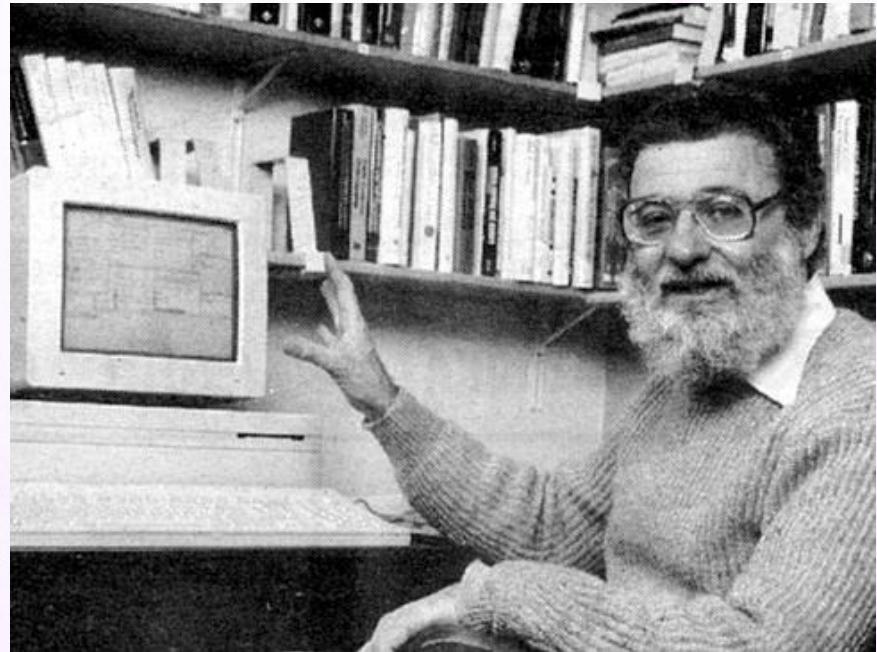
**1985** - A primeira conferência focada em IHC, a **ACM SIGCHI (Special Interest Group on Computer-Human Interaction)**, é realizada, solidificando a IHC como uma disciplina acadêmica e de pesquisa

# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 90

A Formação de Papéis Específicos em Design Digital



# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 90

**Início dos Anos 1990** - O campo de IHC começa a se ramificar, com o surgimento dos primeiros títulos como **Designer de Interface de Usuário** (UI Designer) e **Usability Specialist**. O design de interação começa a se formalizar como uma área de prática.

# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 90

**1995** - Com o avanço da internet, o **Web Designer** emerge como um papel crucial, focado na criação de interfaces para a web. Os princípios de IHC são aplicados para tornar os sites mais acessíveis e fáceis de usar.

# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 90

**1997** - A popularização do termo **User Experience (UX)** é atribuída a **Don Norman**, que o usou quando trabalhava na **Apple**, destacando a importância de considerar toda a experiência do usuário, além do design visual.

# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 2000

**Diferenciação de  
Papéis e Avanços em  
UX**



# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 2000

**2000** - A separação entre **designers gráficos** e **desenvolvedores** se torna mais clara, com o surgimento do **Webmaster**, que combina habilidades de design e desenvolvimento. O design de interação começa a ser mais especializado.

# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 2000

**2007 - O lançamento do iPhone** pela **Apple** marcou uma revolução não apenas na tecnologia, mas também na maneira como as interfaces digitais eram projetadas e experienciadas. O iPhone popularizou o conceito de interface touch e transformou o design de software móvel em uma prioridade central.

# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 2000

**2008** - Surgi a App Store. O **design para telas pequenas ganha** destaque, exigindo experiências envolventes e eficientes. Isso impulsionou o papel do UX Designer, com foco em design responsivo, gestos naturais, minimalismo, pesquisa de usuário, arquitetura da informação e usabilidade.

# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 2010

**Surgimento do  
Product Designer**



# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 2010

**2010/2015** - Com a crescente complexidade dos produtos digitais e a integração de design, tecnologia e negócios, o papel do **Product Designer** surge. Este profissional combina aspectos de UI e UX, mas também se envolve em decisões estratégicas de produto, conectando diretamente a IHC ao desenvolvimento de produtos centrados no usuário.

# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 2010

**2015/2020** - A profissão de Product Designer se consolida, com o foco em resolver problemas de usuário através de uma abordagem holística, que considera desde a pesquisa e concepção até a entrega e iteração de produtos digitais.

# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 2010

**2019** - Com a origem da **Covid** no final de **2019**, e seu avanço para **pandemia em 2020**, houve uma acelerada transformação digital, forçando empresas a adotarem tecnologia e gerando alta demanda por designers. O papel do Product Designer se expandiu, exigindo domínio de diversas áreas valorizando perfis híbridos com uma visão holística do design digital.

# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 2020

Especialização,  
Expansão e  
Valorização



# MARCOS HISTÓRICOS DO UX

---

## DÉCADA DE 2020

**2020/2024** - Houve uma expansão significativa dos conceitos de "**Ops**", aplicados a diferentes áreas do design. Além do **Design Ops**, voltado para a otimização dos processos de design, surgiu o **Research Ops**, com foco em sistematizar e escalar as práticas de pesquisa em UX. Ambos contribuem para aumentar a eficiência, melhorar a colaboração entre equipes e garantir consistência nas entregas de design.



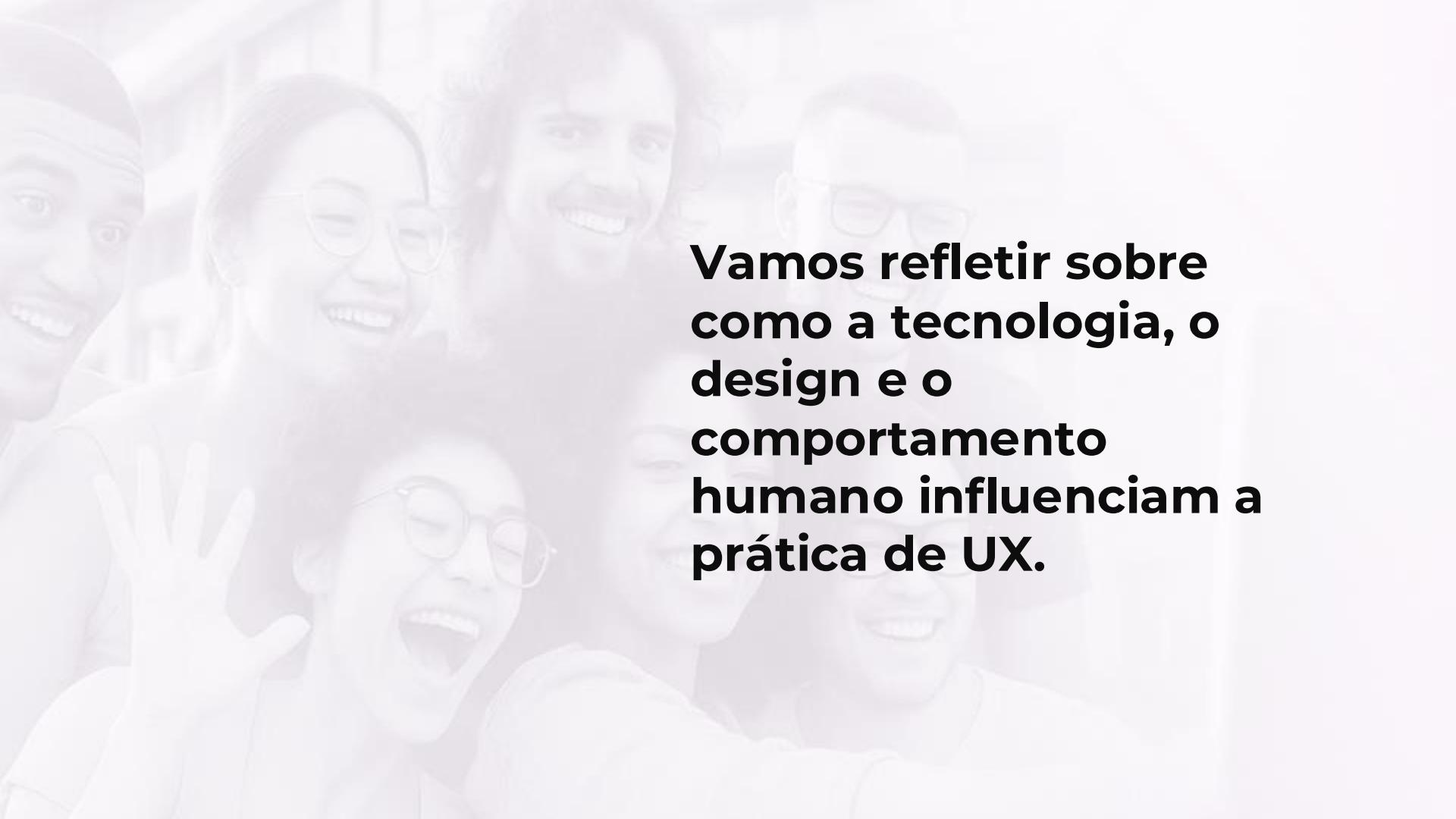
# **DESIGN, ARTE E O FUTURO POR DONALD A. NORMAN**



# DESIGN NÃO É ARTE

DON NORMAN

EM PORTUGUÊS  
CORTEGOODMORNINGUX



**Vamos refletir sobre  
como a tecnologia, o  
design e o  
comportamento  
humano influenciam a  
prática de UX.**



# A EVOLUÇÃO DO UX DESIGN

## ATIVIDADE 03: DISCUSSÃO GUIADA

# MENTORIA É UMA JORNADA

---

## Informal

---

**Relação espontânea** em que um indivíduo busca orientação e conselhos de alguém mais experiente.

- Sem horários fixos ou agenda pré-definida.
- Interações ocorrem conforme necessário, sem formalidades.
- Construída por meio de interesses comuns e respeito mútuo.
- Foco nas necessidades imediatas e circunstanciais do mentorado.

## Informal

---

**Processo estruturado** onde um mentor é designado a um mentorado por meio de um programa.

- Metas e expectativas bem definidas.
- Sessões de mentoria agendadas regularmente.
- Monitoramento contínuo do progresso e feedback estruturado.
- Registros das interações e resultados.

## ATIVIDADE 03: DISCUSSÃO GUIADA

---

**Vocês se lembram de  
como os produtos  
eram antes da era  
digital?**

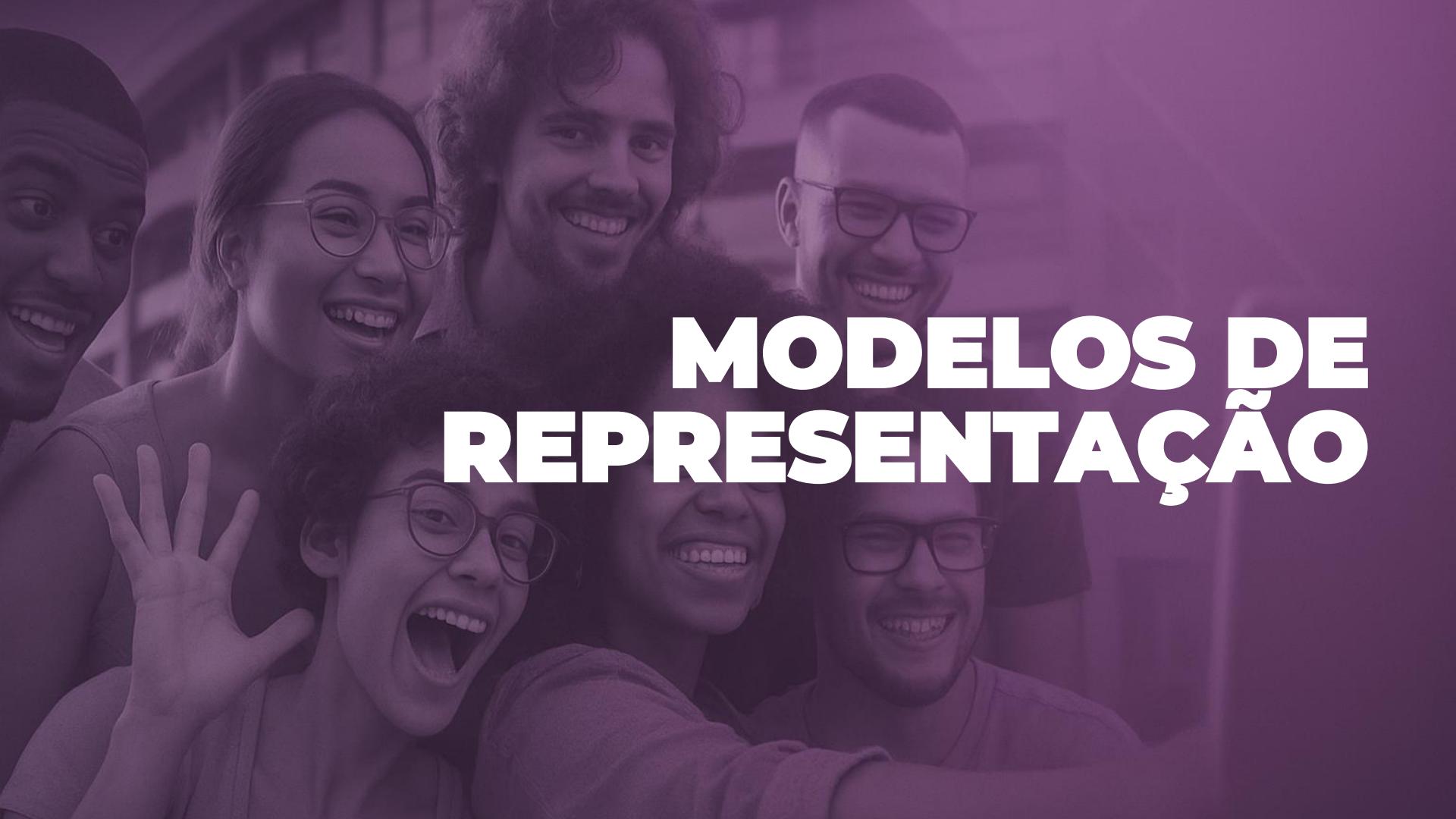
- Como era abrir uma conta no banco presencialmente?
- Alugar fitas ou DVDs para assistir filmes?
- Ouvir músicas em um discman ou walkman?

## ATIVIDADE 03: DISCUSSÃO GUIADA

---

- Como vocês acham que a experiência digital mudou na última década?
- Quais produtos marcaram vocês em termos de usabilidade?



A vibrant, close-up photograph of a diverse group of young adults, both men and women, smiling and laughing joyfully. They are of various ethnicities and styles, some wearing glasses and casual clothing. The background is slightly blurred, creating a sense of depth and focus on the group's collective happiness.

# MODELOS DE REPRESENTAÇÃO

# MODELOS DE REPRESENTAÇÃO

---

UX Design é uma área multidisciplinar, por isso ao longo dos anos foram criados modelos visuais para representar seus pilares, relações e camadas.



# MODELOS DE REPRESENTAÇÃO

---

## PRINCIPAIS MODELOS CONCEITUAIS DO UX

- Favo de Mel da Experiência
- Camadas da Experiência



# FAVO DE MEL DA EXPERIÊNCIA (PETER MORVILLE)

---

**Mostra os 7  
atributos da boa  
experiência:**





# **IDENTIFICAÇÃO DOS 7 ATRIBUTOS DO FAVO DE MEL EM UM APLICATIVO**

## **ATIVIDADE 04: DISCUSSÃO GUIADA**

# CAMADAS DA EXPERIÊNCIA (JESSE JAMES GARRETT – THE ELEMENTS OF UX)

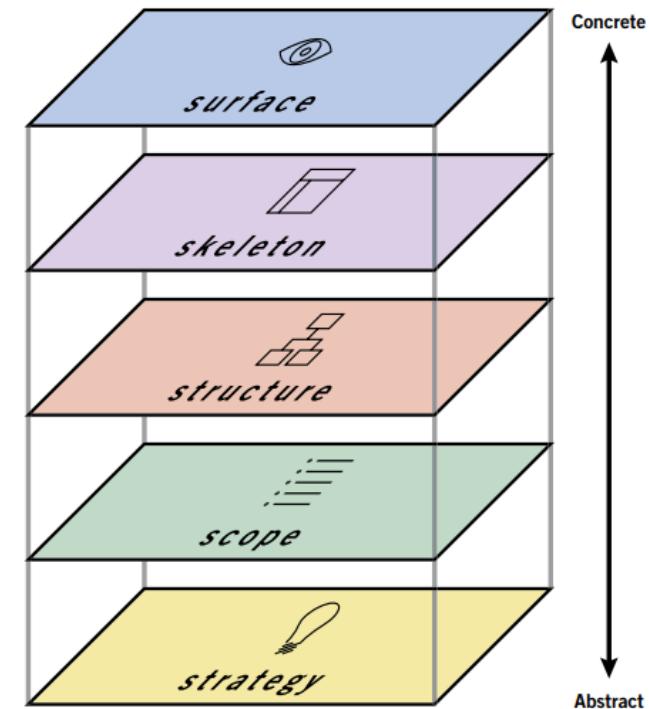
SUPERFÍCIE

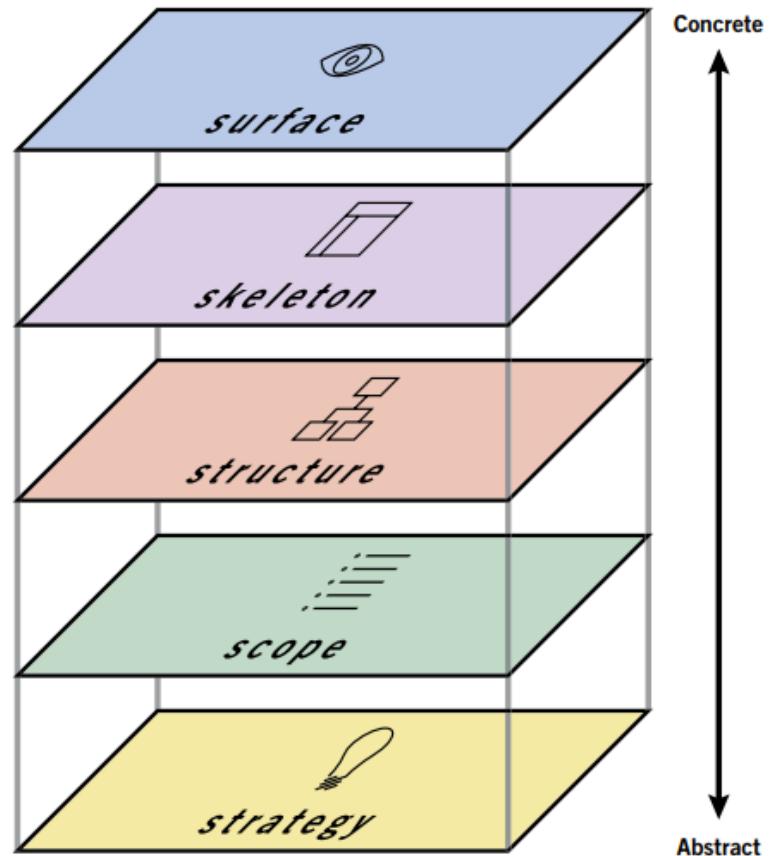
ESQUELETO

ESTRUTURA

ESCOPO

ESTRATÉGIA





A group of diverse young people, including men and women of various ethnicities, are smiling and laughing together. They are wearing casual clothing like t-shirts and hoodies. The background is slightly blurred, suggesting an indoor or outdoor social gathering.

# RECAPITULANDO

# RECAPITULANDO

---

- Vimos o que é UX Design e compreendemos a sua importância nos contextos digital e de negócio.
- Entendemos a evolução histórica do UX Design. Relacionamos os marcos históricos e disciplinas que influenciaram a construção do campo de UX.
- Conhecemos os principais modelos conceituais que representam o UX.

# REFERÊNCIAS

---

- ALICE VEIGA FERREIRA DE SOUZA, M. ANTECEDENTES HISTÓRICOS DA PSICOLOGIA COGNITIVA: DA ANTIGUIDADE À TEORIA COMPUTACIONAL DA MENTE. 1ª edição. Rio de Janeiro: Revista Eletrônica Debates em Educação Científica e Tecnológica, 24, de Junho de 2015.
- O Que é UX Design? Tudo o Que Você Precisa Saber! - David Arty, Chief of Design. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=gJUK6HF6tt4>. Acesso em: 19 de abril de 2025.
- VIEIRA DA ROCHA, H. ; CECÍLIA BARANAUSKAS, M. Título: Design e Avaliação de Interfaces Humano-Computador. UNIVERSIDADE ESTADUAL DE CAMPINAS., 2003.
- User Experience Design - Peter Morville, Semantic Studios. Disponível em: [https://semanticstudios.com/user\\_experience\\_design/](https://semanticstudios.com/user_experience_design/) . Acesso em: 19 de abril de 2025.
- Understanding the behemoth that is the UX umbrella. Kev Schoenblum, UX Collective. Disponível em: <https://uxdesign.cc/the-behemoth-that-is-the-ux-umbrella-ea972e4066f5> . Acesso em 14 de Abril 2025.



Vamos  
**avaliar** o  
encontro?



CSAT - 0062\_TEC Grupo Boticário\_07

A group of diverse young people, including men and women of various ethnicities, are smiling and laughing together. They appear to be in a classroom or lecture hall setting, with some students looking directly at the camera and others looking towards each other. The overall atmosphere is one of positivity and camaraderie.

**NOS VEMOS NA  
PRÓXIMA AULA**