

## Aula 4

### UX – User Experience e Plataformas Digitais

Profª Josiane Tochetto

## Ideação

### Criatividade e técnicas de *brainstorm*

- Segundo Adair (2011), a criatividade se dá a partir das conexões ou relações que fazemos entre ideias. Quanto mais “distantes” ou aparentemente não conectadas, maior será o grau de pensamento criativo envolvido ao relacionar seus conceitos. Assim, podemos dizer que a criatividade é proporcional à capacidade de relacionar diferentes ideias

### Workshops

- Martin e Hanington (2012): sessões organizadas para vários participantes, em que membros da equipe de design ou de projeto trabalham de forma criativa e participativa



GaudiLab/Shutterstock

### Brainstorm

- Chuva de ideias
- Gerar estímulos que produzam o máximo de ideias possíveis, em um curto espaço de tempo
- Límite de participantes: até 10 pessoas



Indypendenz/Shutterstock

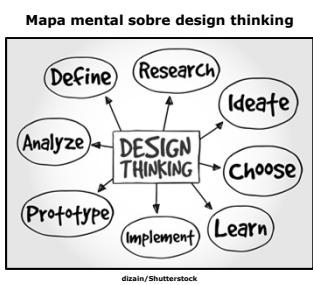
### Requisitos para o sucesso do *brainstorm*:

- Anote todas as ideias
- Quantidade e não qualidade
- Evite favoritismos e julgamentos
- Combine ideias
- Foco no tema/objetivo
- Use o ambiente e respeite uma conversa de cada vez

## Organização das ideias

### Mapas mentais

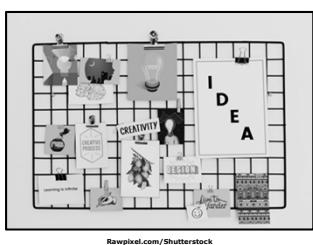
- São diagramas associativos que visam organizar rapidamente as relações (Lupton, 2011)
- Método visual, que delimita e organiza o espaço de um problema, ajudando a entendê-lo melhor, desenvolvendo ideias a partir da percepção da relação entre as informações (Martin; Hanington, 2012)



### Moodboard

- Painel de referências muito utilizado em processos criativos
- Caráter visual facilita a visualização de informações e conceitos de forma ágil, possibilitando um foco tangível (Martin; Hanington, 2012) para a definição da abordagem que será adotada durante as próximas fases de projeto

## Exemplo de Moodboard



### Esboços

- Facilitar e refinar ideias
- Apresentação para colegas, mera discussão ou simplesmente "colocar" no papel
- Esboços visuais, geralmente desenvolvidos a lápis para ilustrar de forma simplificada o que estamos pensando

- Podemos utilizar diversos artifícios para representar as ideias que desejamos esboçar, tais como: símbolos e metáforas
  - Representando dispositivos, pessoas, emoções e ações, tais como clicar, escrever, assistir, entre outros
- (Preece et al., 2019)



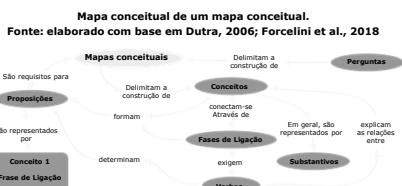
art of line/Shutterstock

## Mapeamento das soluções

- ### Modelo ou mapa conceitual
- Ferramentas visuais que mapeiam conceitos e significados (Martin; Hanington, 2012), assim como suas inter-relações
  - Essa ferramenta recorre à abstração (Preece et al., 2019) para descrever visualmente conceitos, ações e relacionamentos dentro de um contexto de informações, visando compreender e revelar interconexões significativas, já existentes ou não (Martin; Hanington, 2012)

- Para realizar a construção, devemos iniciar com um conceito ou pergunta central
- A partir dela, geramos uma lista de conceitos que deve ser classificada de acordo com a importância
- Definida a hierarquização dos conceitos, utilizaremos verbos ou ações para criar ligações e relacionamentos entre eles

- Permite a visão geral do problema, estruturando objetivos e a construção de modelos mentais por meio desses conceitos (Forcelini et al., 2018)



## Método dos seis chapéus

- Proposto por Edward de Bono (2008) como forma de promover estímulos que direcionem a diferentes pontos de vista na análise de ideias e conceitos
- Permite visualizar de forma eficaz, os aspectos positivos e negativos de cada opção e como podemos aprimorá-la (Osterwalder et al., 2013)

■ **Passos para a aplicação da técnica** (De Bono, 2008; Osterwalder et al., 2013; Forcellini et al., 2018):

- **Passo 1:** apresentam-se as ideias e o Chapéu Azul fica responsável pela organização e mediação da atividade
- **Passo 2:** o Chapéu branco entra em ação, utilizando uma abordagem neutra e objetiva
- **Passo 3:** Chapéu Vermelho envolve uma perspectiva emocional e não racional

- **Passo 4:** Chapéu Preto é aplicado, apontando fraquezas, perigos e pontos negativos da ideia
- **Passo 5:** Chapéu Amarelo é utilizado buscando vantagens, utilidade e fatores que defendam o porquê esta deve ser considerada uma boa ideia
- **Passo 6:** Chapéu Verde busca solucionar os problemas levantados anteriormente pelo Chapéu Preto
- **Passo 7:** sintetização

### Votação por pontos

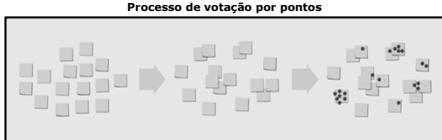
- **A votação por pontos ou votação visual** (Osterwalder et al., 2014), é uma técnica de validação, priorização e feedback para ideias ou soluções
- Permite facilitar e agilizar o processo de priorização (Osterwalder et al., 2014), restringindo as alternativas e convergindo para um conjunto de conceitos ou ideias que serão utilizadas nas próximas etapas de projeto (Gibbons, 2019)

■ **Para aplicar a técnica em um workshop, os seguintes passos devem ser seguidos** (Osterwalder et al., 2014):

- **Passo 1:** “galeria” de ideias, expondo as ideias desenvolvidas
- **Passo 2:** distribua adesivos entre os participantes. Cada adesivo equivale a um voto e todos têm o mesmo poder de decisão
- **Passo 3:** defina o critério utilizado na votação

- **Passo 4:** inicie a votação permitindo que os participantes colam os adesivos nas ideias que melhor representem o critério na sua visão
- **Passo 5:** após a votação, realize a contagem dos adesivos, verificando qual foi a ideia mais votada

Processo de votação por pontos



Fonte: elaborado com base em Anderson, 2019

### Arquitetura de informações

### **Inventário de conteúdo**

- **Investigação detalhada do conteúdo, ou seja, informações escritas, faladas, imagens, padrões e demais elementos possíveis (Martin; Hanington, 2012), que vão compor aquele produto ou serviço**
- **É possível avaliar também a forma e a estrutura de comunicação desses elementos**  
(Martin; Hanington, 2012)

- **As seguintes dimensões devem ser consideradas no inventário de conteúdo**

(Morville et al, 2015)\*

- **Propriedade:** quem cria e possui o conteúdo?
- **Formato:** tipos de dados e tecnologias utilizadas
- **Estrutura:** estrutura que sustentará o sistema
- **Metadados:** recuperação de informações e gerenciamento de conteúdo
- **Volume:** tamanho e quanto conteúdo
- **Dinamismo:** refere-se às variações desse conteúdo

### **Wayfinding**

- **Independente do ambiente em que estamos, seja esse real ou virtual, utilizamos nosso cérebro para mapear o espaço e identificar onde estamos e como nos orientar nesse espaço (Whalen, 2019)**
- **Processo de rastreamento e análise de informações espaciais, em busca de orientação para elaboração de uma rota-destino a um objetivo**

- **Para Martin e Hanington (2012), esse processo envolve quatro estratégias:**

- **Orientação:** determina a localização em relação a objetos próximos e destino (marcos e sinalização)
- **Decisão de rota:** refere-se à escolha da rota para chegar ao destino
- **Monitoramento de rota:** acompanhamento da rota escolhida, na qual o usuário recebe "pistas" que indicam se está no caminho correto ou não
- **Reconhecimento de destino:** chegada ao destino

### Hierarquia de informações

- A hierarquia de informações se baseia na estruturação e ordenamento das informações, a fim de compreender melhor o conteúdo e facilitar ao usuário se localizar em um site, produto ou serviço

■ Segundo Morville et al (2015), estrutura-se as informações:

- Sistemas de organização – apresentam aos usuários as informações
- Sistemas de navegação – *wayfindings* que os usuários utilizam para navegar e acessar um conteúdo
- Sistemas de pesquisa – pesquisa de conteúdos específicos
- Sistemas de rotulagem – descrevem as categorias, opções e links disponíveis em um produto

### Visão do produto

■ Segundo Goodwin (2011), esse é momento em que serão definidas as estruturas de suporte e conceitualização dos detalhes de projeto:

- Proporcionar uma visão concreta, documentada e convincente do que é o produto ou serviço
- Construir o mais rápido possível essa visão, para que as partes envolvidas possam tomar decisões
- Garantir que o design imaginado possa ser utilizado agora, mas também acomode mudanças futuras, mesmo que sejam a curto prazo

### Definindo os requisitos e tecnologia

■ Por diversas questões, é necessário definir um foco para maximizar tempo e recursos envolvidos no projeto. Para isso, podemos elencar alguns requisitos essenciais para o sucesso do projeto

- Segundo Goodwin (2011), essa definição envolve duas atividades: uma analítica, observando e filtrando os requisitos implícitos; e outra generativa, envolvendo a criação de cenários e idealizando o uso do produto ou serviço para obter requisitos não implícitos
- Cooper (2014) considera os requisitos a partir de três enquadramentos: objetos, ações e contextos

- Tipos mais comuns de requisitos (Preece et al., 2019):

- Requisitos funcionais: o que esse produto faz?
- Requisitos de dados: tipo, volatilidade, tamanho, quantidade, entre outros, dos dados necessários
- Requisitos ambientais: contextos de uso
- Requisitos das características do usuário: perfis de usuários associados aos produtos (personas)
- Requisitos de usabilidade e metas de experiência: que consideram o bom uso e experiência
- Objetivos de experiência do usuário: quais objetivos ou quais as expectativas dos usuários

### Matrizes de prioridades

- Ferramentas de priorização de conceitos ou soluções que visam, por meio de uma abordagem estratégica, definir quais ideias possuem maior potencial de execução
- Diferentes modelos podem ser utilizados nessa tarefa, por exemplo, de valor para usuários, fornecedores e outras partes interessadas, viabilidade técnica e alinhamento com o modelo de negócios

### Matriz de valor para usuário x valor para negócio

- A matriz representa o valor do usuário e outro relacionado ao valor para o negócio. Esses eixos oferecem uma relação de equilíbrio entre os dois conceitos nos quais as soluções propostas podem ser avaliadas

