



Módulo 1 - Descubrir

Storytelling

DigitalHouse >
Coding School





Narrativa: Pirâmide de Freytag



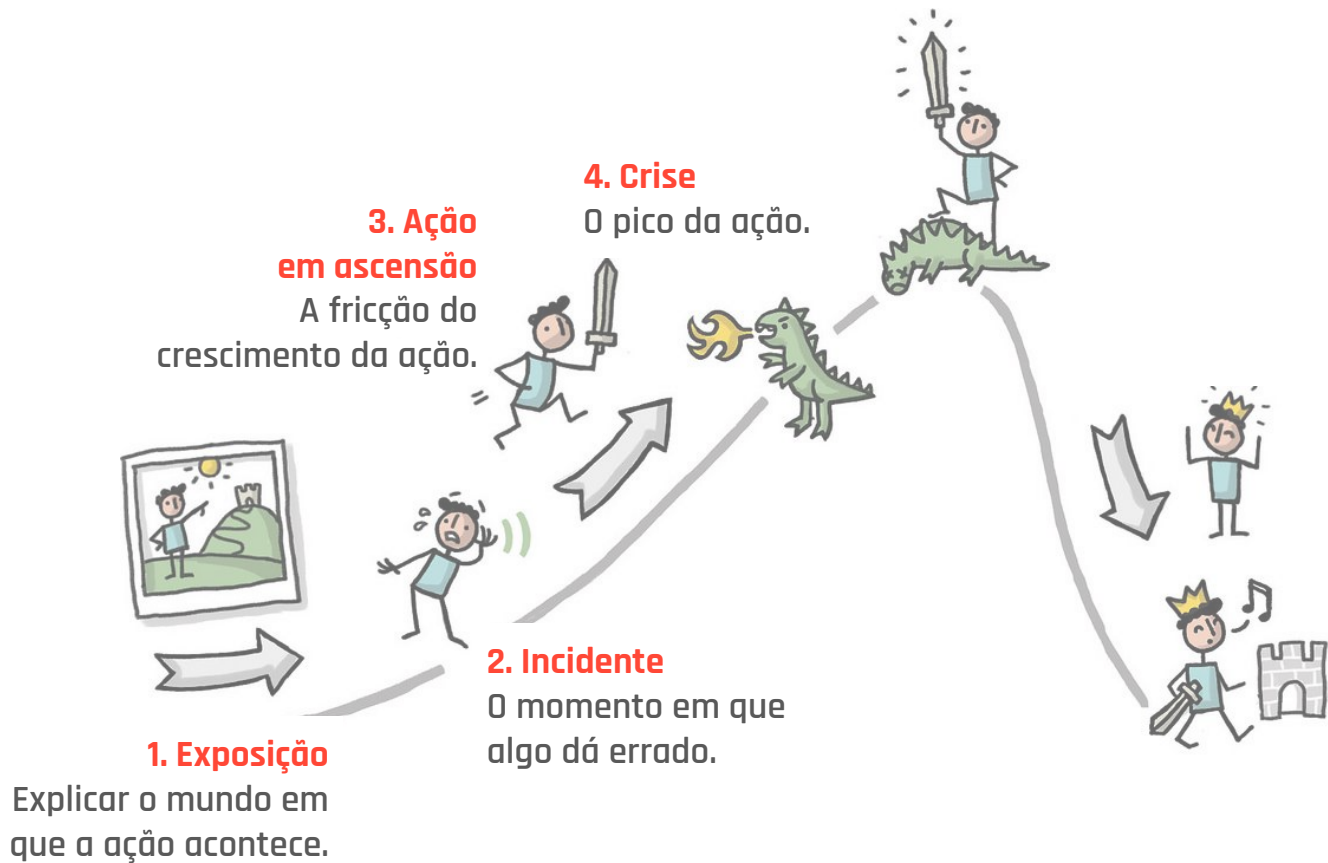


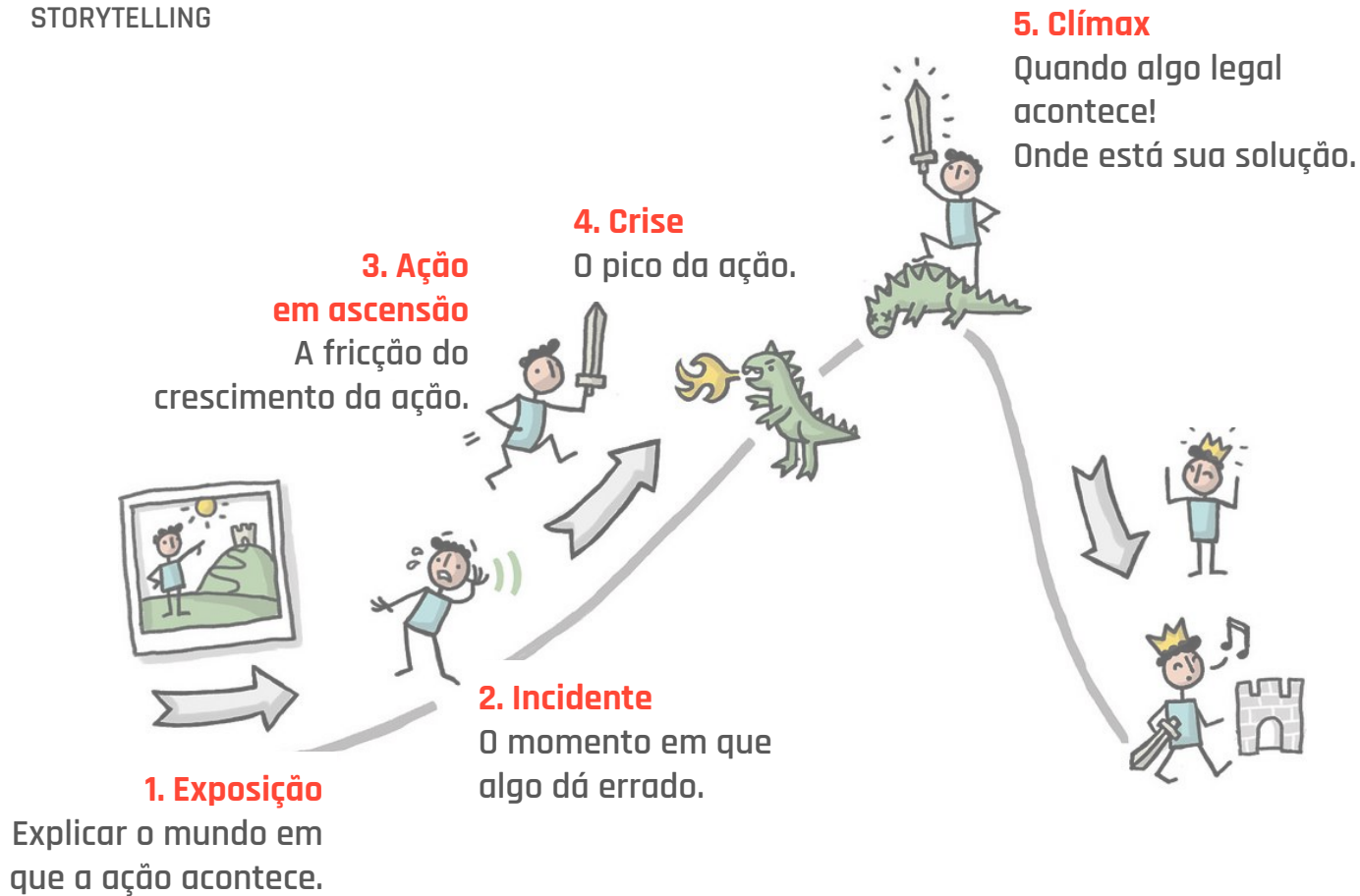
1. Exposição

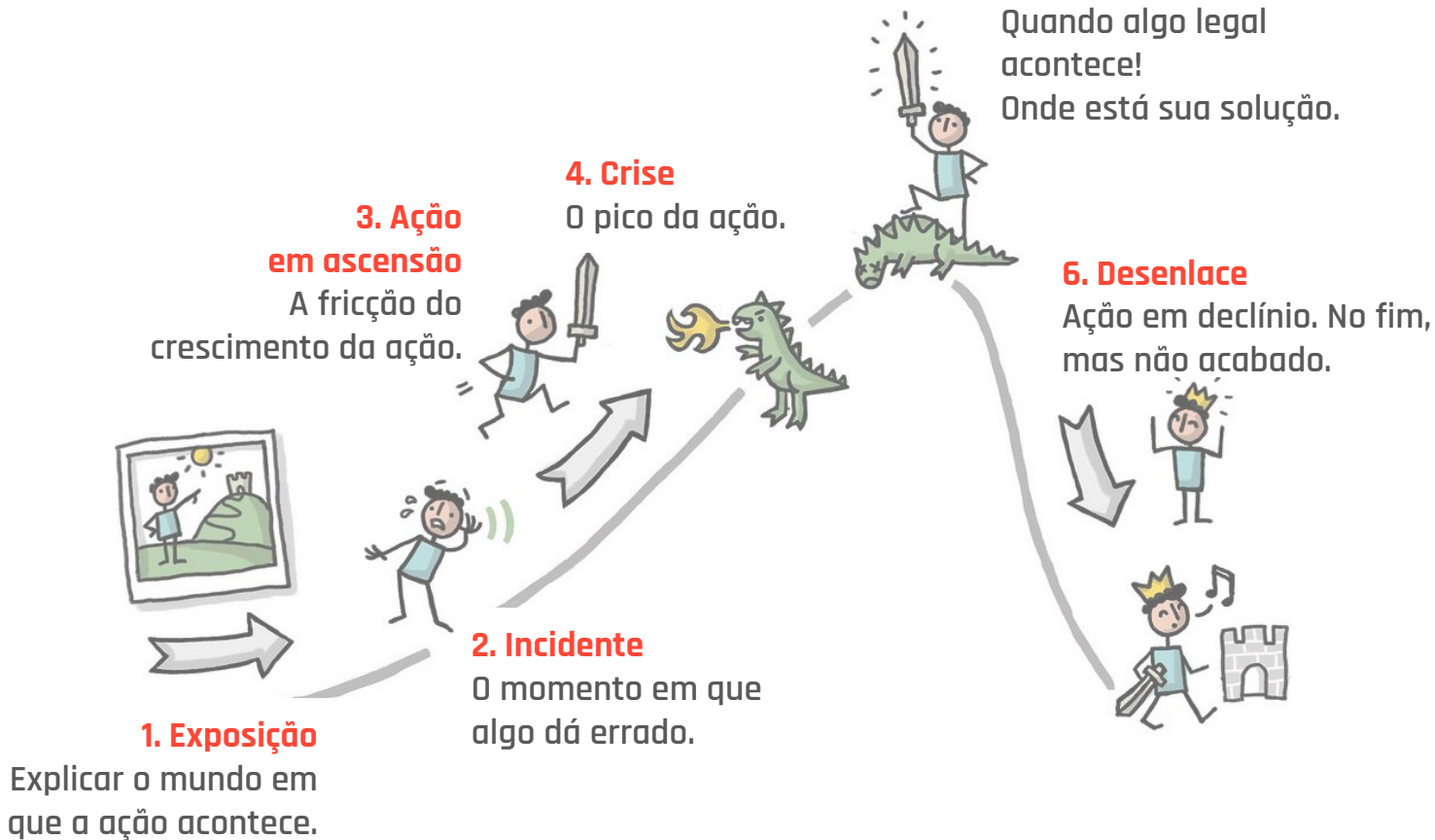
Explicar o mundo em
que a ação acontece.

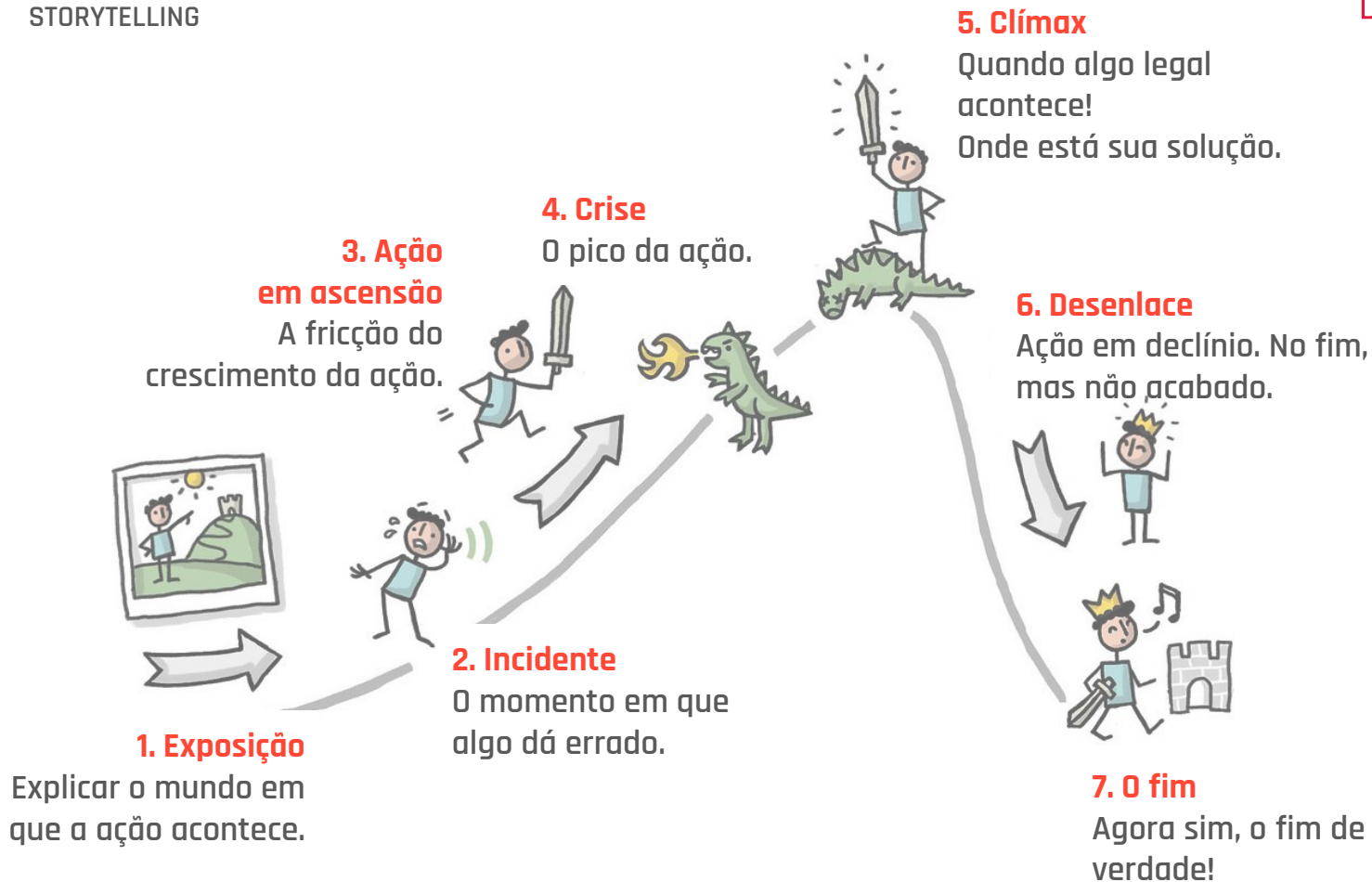








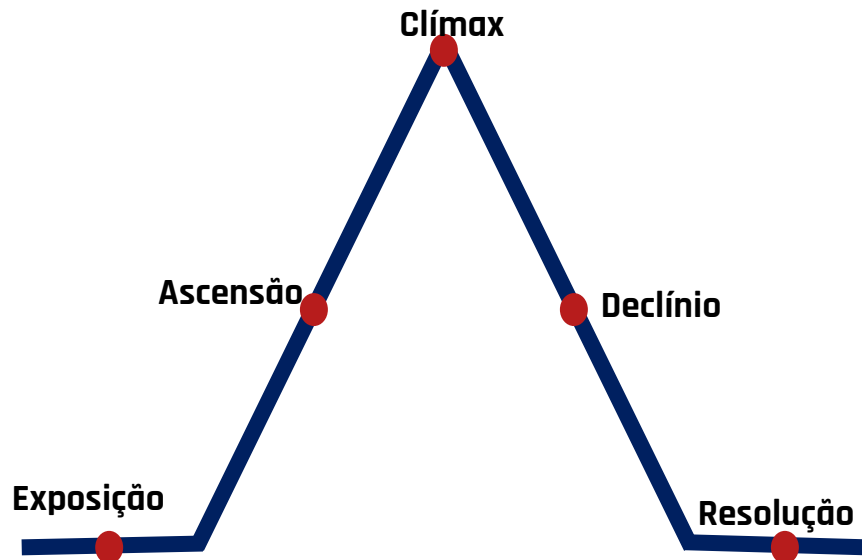






Pirâmide de Freytag conhecido como “**arco dramático**” que possui uma estrutura narrativa baseada em de 5 atos:

- **Exposição do contexto**, introdução à história;
- **Ascensão da história**, série de elementos em direção ao ponto principal da história;
- **Clímax**, ação ou ponto principal;
- **Declínio das ações**, encaixe dos elementos da história;
- **Resolução ou desenlace**, liberação de tensão ou ansiedade.

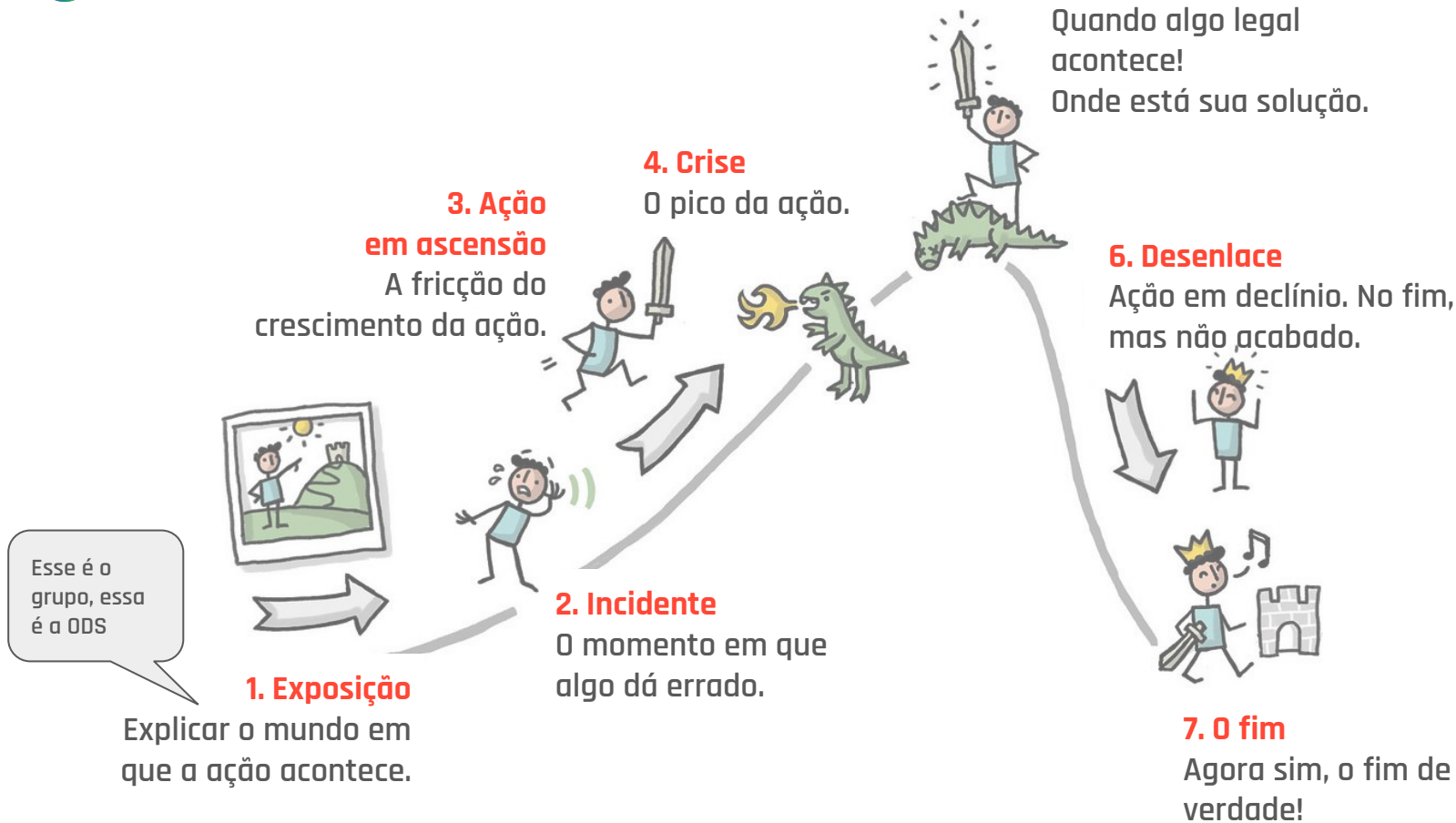


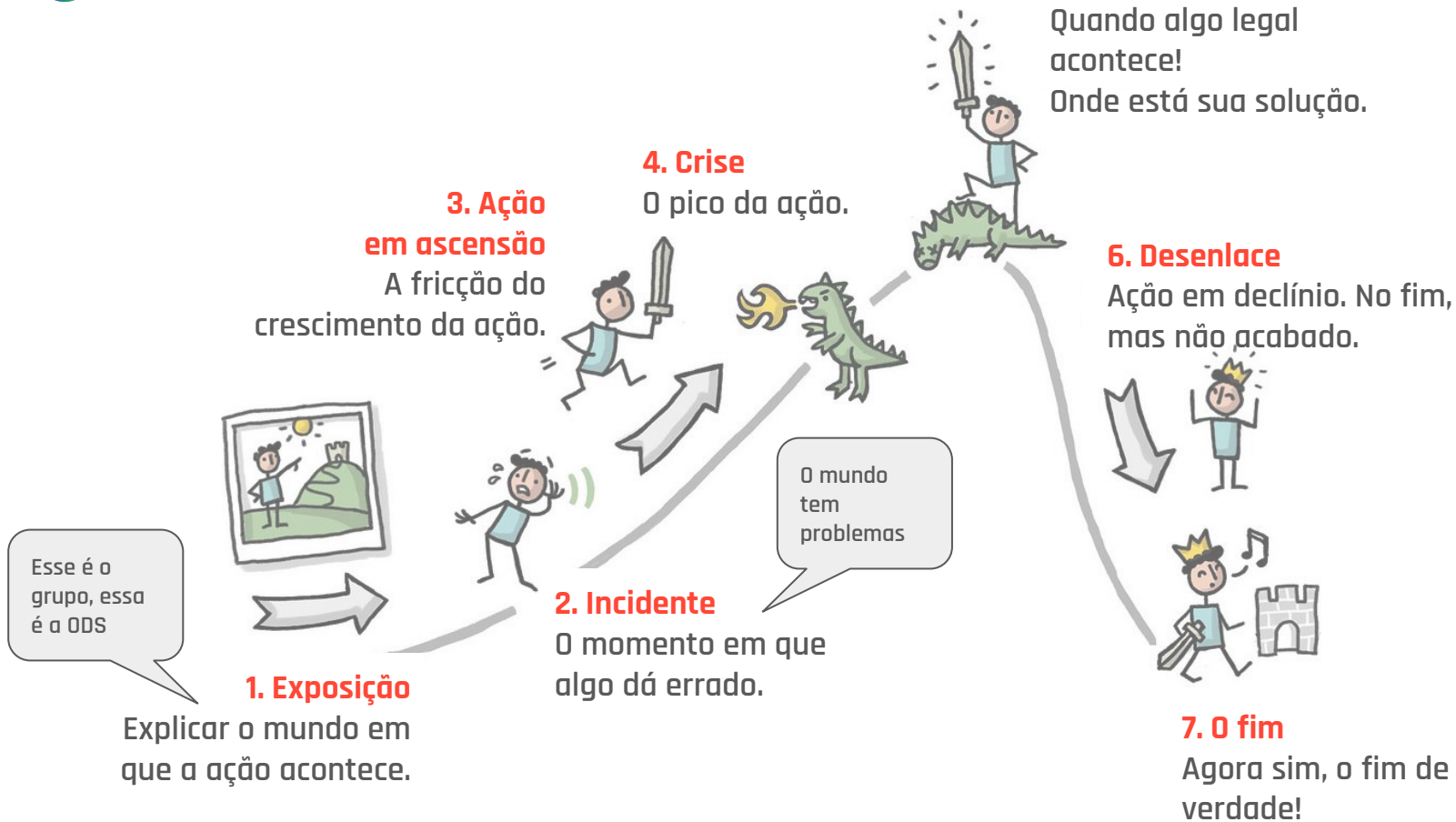


Exemplo de um Projeto Integrador



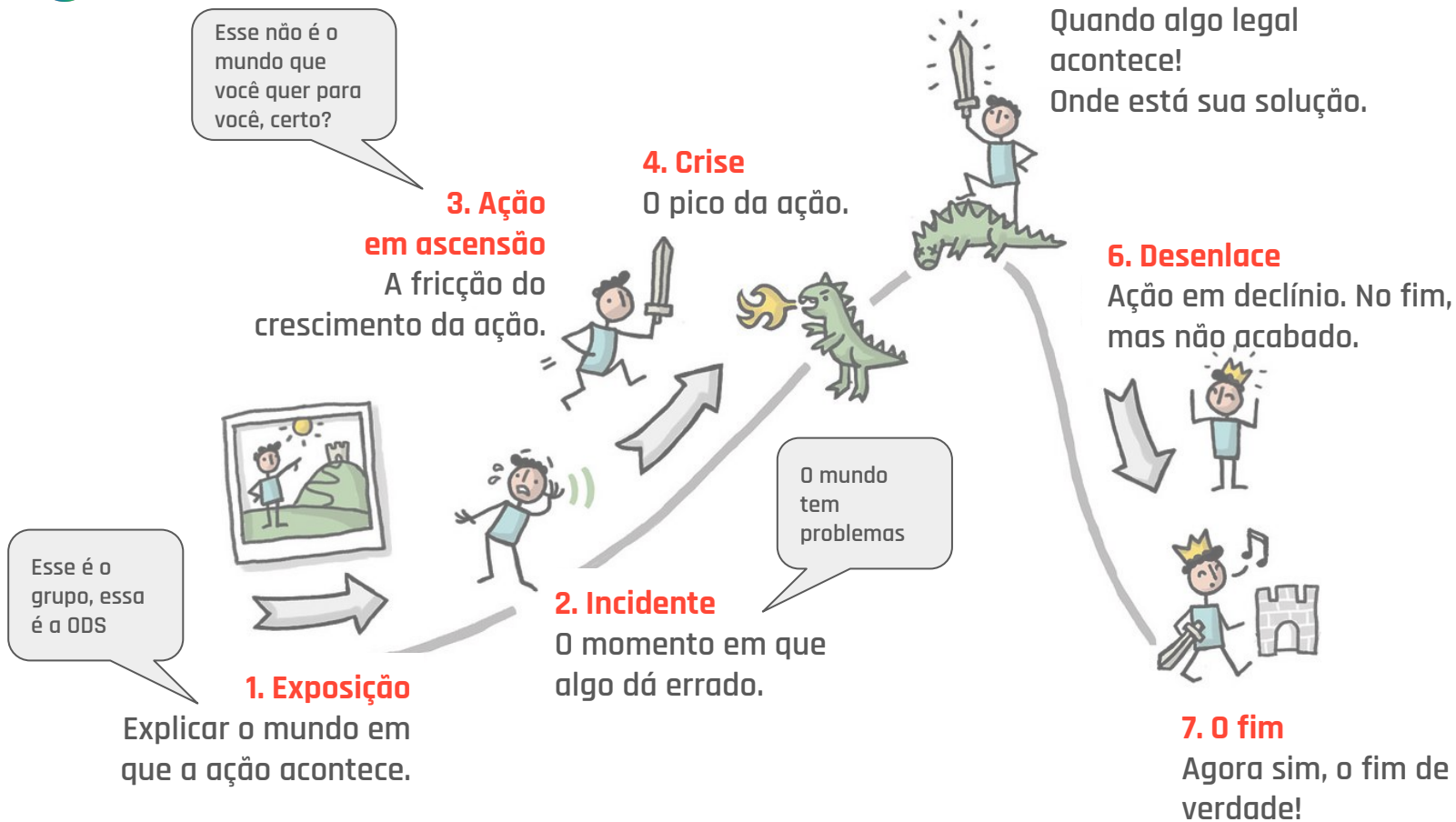
Projeto Integrador
Março 2021
P4





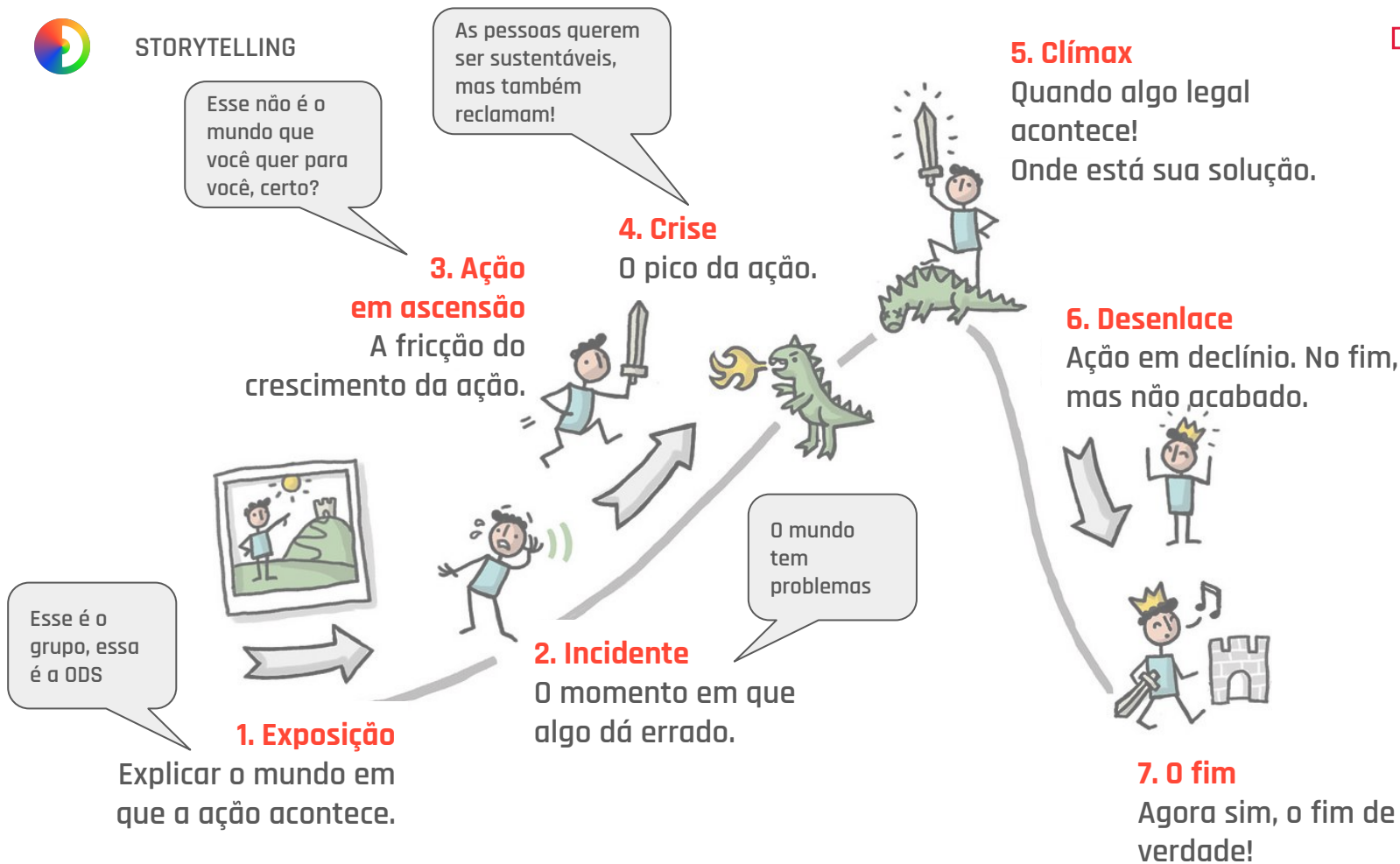


STORYTELLING



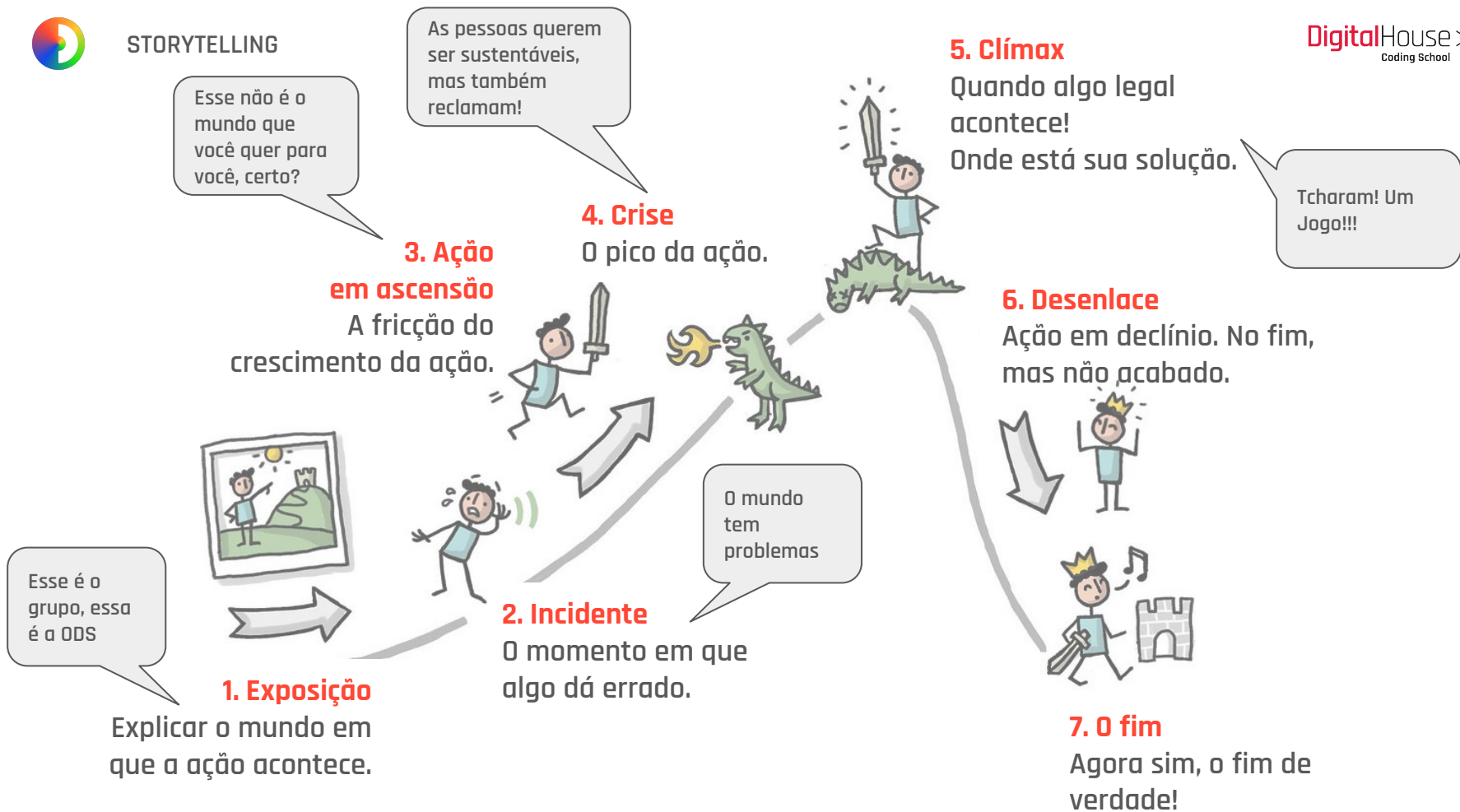


STORYTELLING



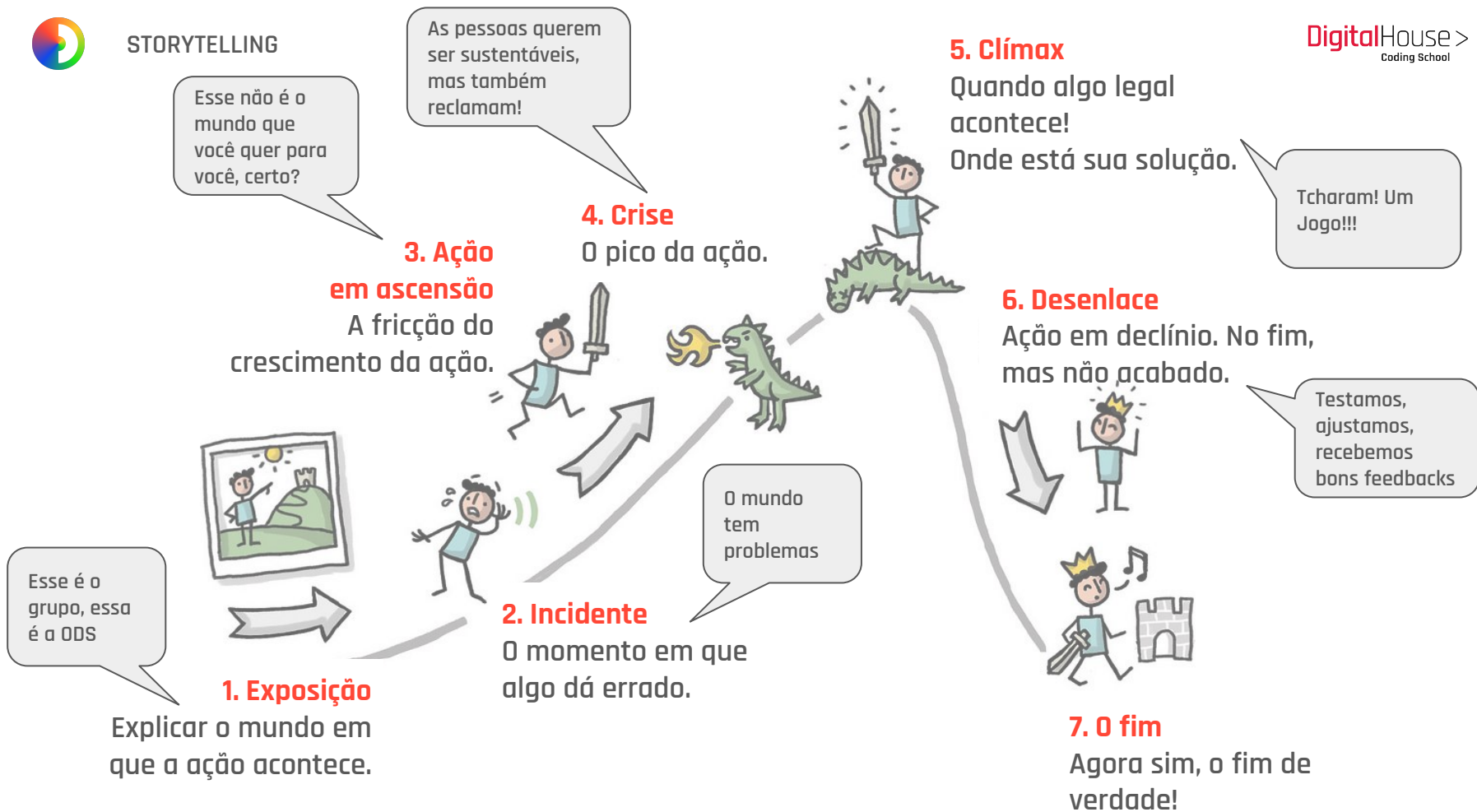


STORYTELLING



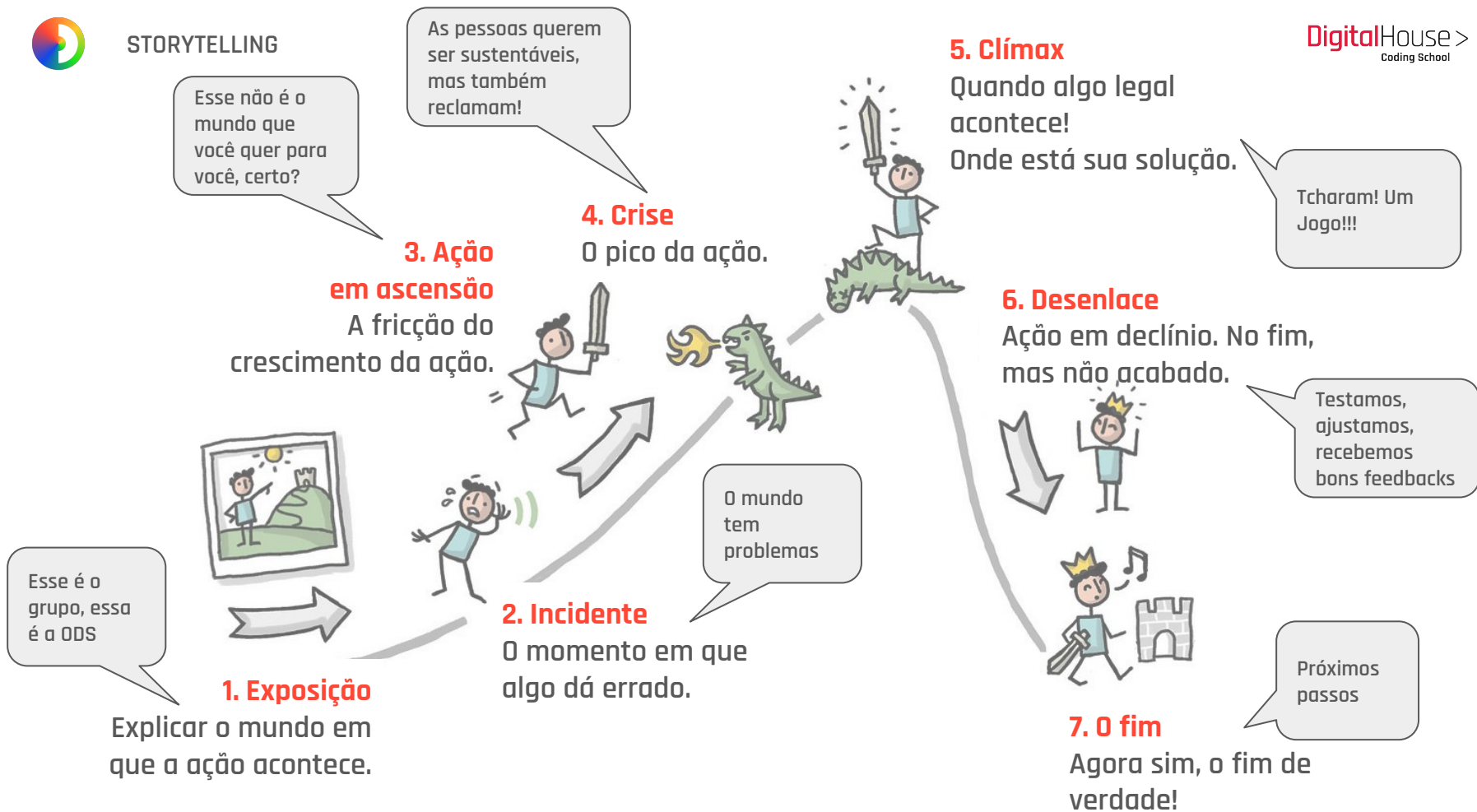


STORYTELLING





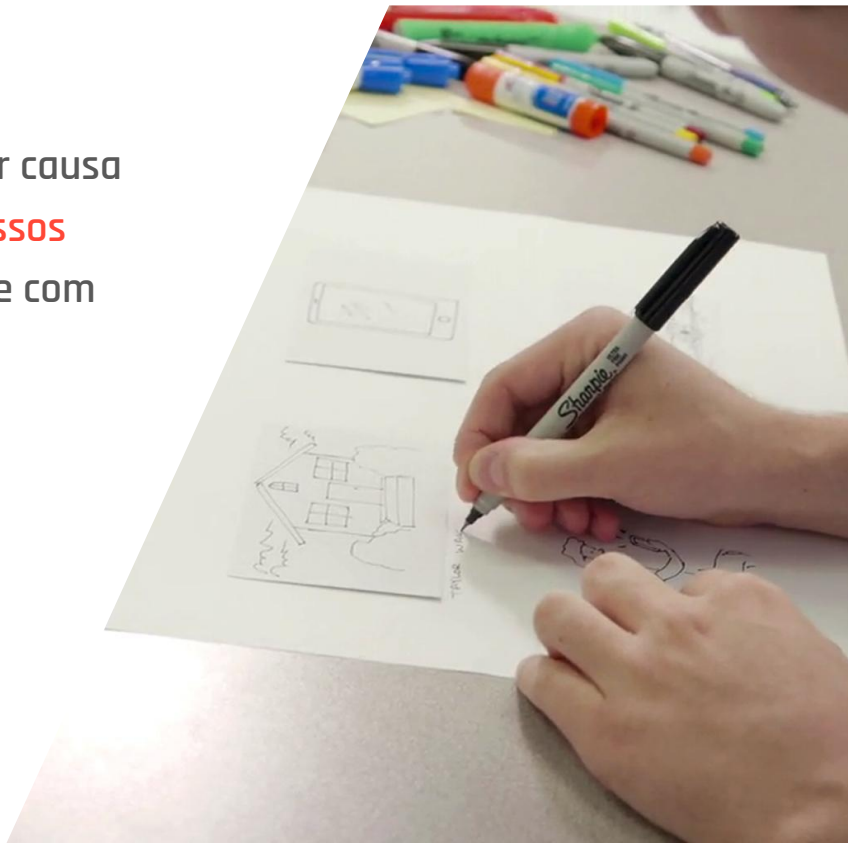
STORYTELLING





Histórias e Conteúdo

Nosso mundo está cheio de conteúdo; apesar e por causa disso, precisamos ter o **conteúdo que atenda a nossos objetivos**, passe a imagem necessária e que ressoe com os usuários e consumidores.





Qual a importância do conteúdo?

Experimentamos **experiências projetadas** pelo coletivo de seus detalhes - **fora de ordem, e em grande escala.**

Cada um dos detalhes ajuda a compor ou danificar a marca. Além disso, **o conteúdo pode estar imediatamente ligado a métricas como conversão.**



Qual a importância do conteúdo?

Vimos de um berço de bibliotecários...

Mas a riqueza de touchpoints e também o mainstream das experiências digitais nos força a entrar no **território de narradores.**

**“A RAINHA MORREU.
E O REI MORREU.”**



**“A RAINHA MORREU NO
PARTO.**

**∕ O REI MORREU DE CORAÇÃO
PARTIDO.”**



Contar histórias é dialogar!

*É a conexão entre a empresa, produto
ou serviço com as pessoas.
E toda história importa.*



STORYTELLING

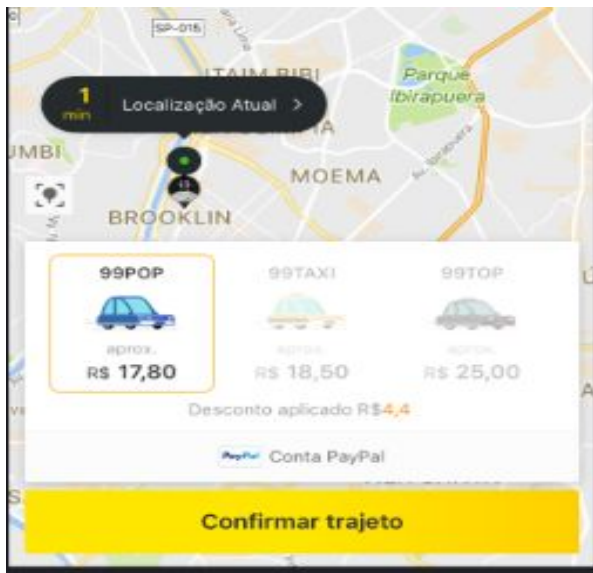
DigitalHouse >
Coding School

Narrativa em UX

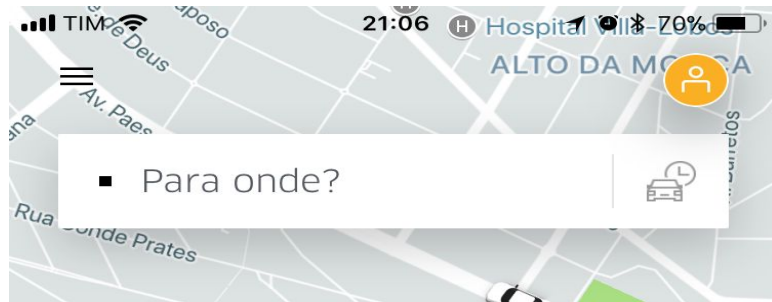
Exemplos aplicados a produtos



Toda interação importa!!

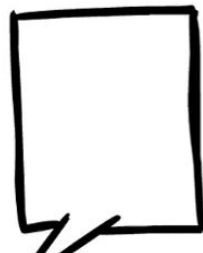


X





**Cada interação dentro
de uma aplicação tem
um Storytelling
definido.**





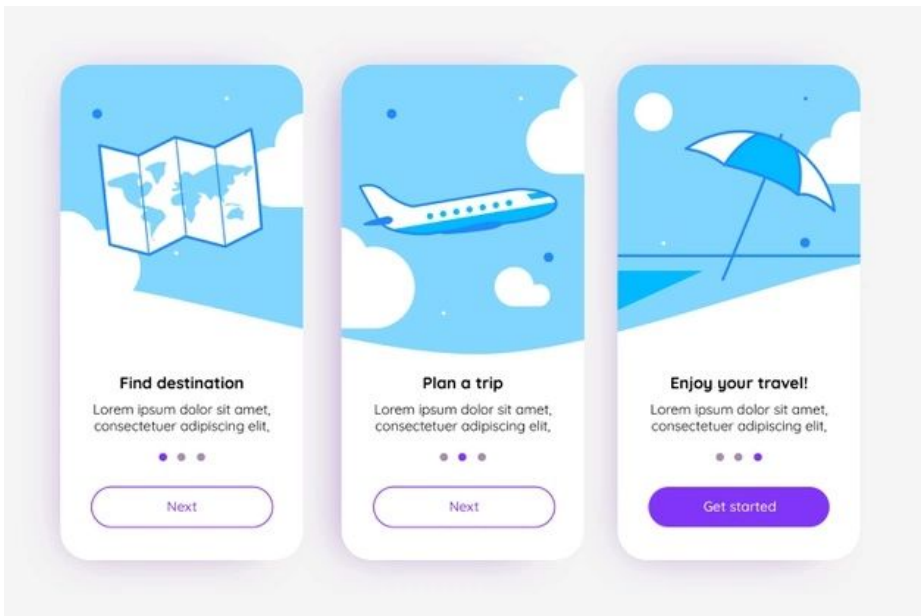
Coisas que contam em uma história:

- RITMO - a aplicação acompanha o usuário?



Ritmo e progresso

Telas de “Onboarding” ou “Boas Vindas”, “passo a passo”, ajudam os usuários iniciantes





Ritmo e progresso

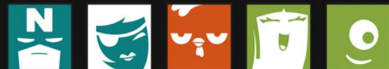
Compreender o passo em que se está, e
promover a ação reconhecendo a situação
e promovendo o avanço.

A Netflix interrompe sua experiência de maratona para perguntar se ainda está vendo.



NETFLIX

Quem está assistindo?





Coisas que contam em uma história:

- RITMO - a aplicação acompanha o usuário?
- TOM - como a marca fala comigo?

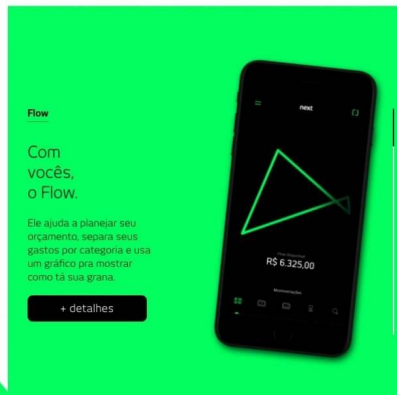


STORYTELLING

Tom

Ter personalidade: O Bradesco, com Next, tentou criar uma experiência 100% diferente de banco e com isso mudou toda a **linguagem** usada.

DigitalHouse >
Coding School

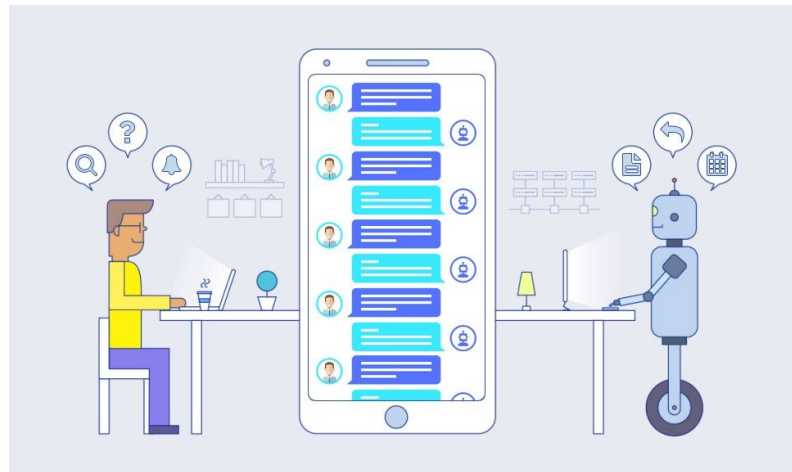



next
**O BANCO
DIGITAL
QUE MIMA
VOCÊ**



Tom

Chatbot de recrutamento da Rede Globo com fluxo intuitivo e tratamento informal, mas respeitoso e profissional.





Coisas que contam em uma história:

- RITMO - a aplicação acompanha o usuário?
- TOM - como a marca fala comigo?
- FAMILIARIDADE E NOVIDADES - Eu sei fazer isso?



Familiaridade e novidades

Fazer um mix entre os dois. Quando o Google Home está fazendo o onboarding de um Chromecast, ele força ao máximo a linguagem coloquial. Das duas uma: **ou você coloca novos conceitos, ou novos termos.**

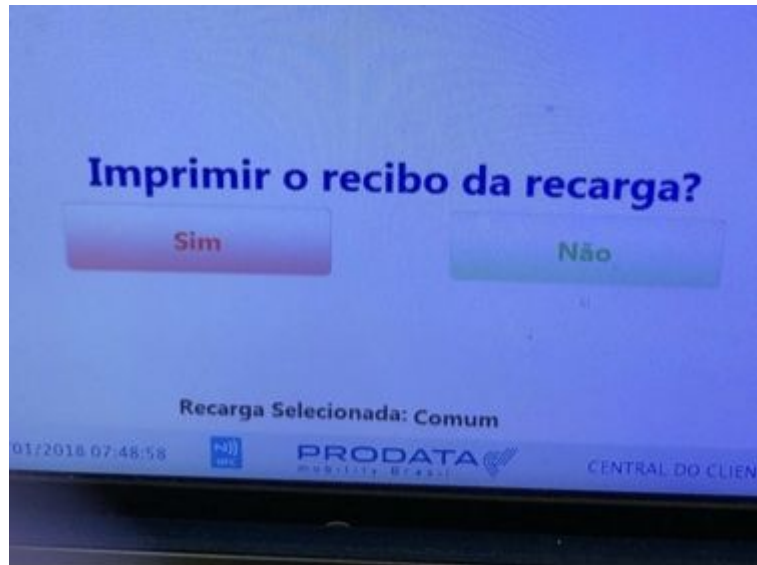




Familiaridade e novidades

O uso de cores para confundir o cérebro do usuário.

Dark Pattern ou responsabilidade ambiental?





Coisas que contam em uma história:

- RITMO - a aplicação acompanha o usuário?
- TOM - como a marca fala comigo?
- FAMILIARIDADE E NOVIDADES - Eu sei interagir dessa forma?
- ADEQUAÇÃO - Faz sentido neste contexto?



Adequação

Os e-mails, os newsletters, do The Brief conseguem pegar alguma notícia relevante e contextualizar várias outras, **gerando contexto e tração.**

AI Talks

O dia era 8, o mês maio, o ano 2018. Sundar Pichai pede atenção dos presentes para demonstrar um recurso no qual o Google vinha trabalhando. Foi assim que o mundo conheceu o Duplex, assistente virtual capaz de fazer ligações e interagir com seres humanos ao telefone. **Durante** a demo, a IA usou vozes masculinas e femininas, conseguiu entender frases incompletas e até replicou pausas de fala normais aos seres humanos. Com uma entrada dessas, o assunto ganhou comentários no mundo, numa mescla de espanto e admiração. E levantou alguns **questionamentos** a respeito das implicações éticas de ter um contato tão próximo do humano com um robô. A nossa equipe também tem lá suas dúvidas sobre o recurso. A principal delas é como o Google vai ganhar dinheiro com isso?

Papos artificiais

Para os mais assombrados, a boa notícia é que a demonstração foi “sofisticada demais”, segundo o VP de engenharia do Google Assistente, Scott Huffman. Em uma **apresentação** para jornalistas gringos nessa semana, a companhia de Mountain View revelou o “Duplex vida real” e, por enquanto, a parada está um pouco menos assustadora. Para evitar um naufrágio de uma oportunidade promissora, a Big G passou a chamar o Duplex de “serviço de agendamento automático”. Algo que também ajuda a delimitar bem o tipo de conversa que seus computadores terão no futuro.

Nada que um “hum” bem colocado resolva

No tal encontro, a IA tentou fazer uma reserva de mesa, num restaurante árabe descolado. Se apresentando como Andrew e com um sotaque californiano, o robô fez interações simples com os repórteres, perguntando sobre horários disponíveis e informando para quantas pessoas seria a reserva. Entre uma resposta e outra, mandava “awesome” e “hum”, que indicavam que a máquina estava pensando ou esperando que a pessoa continuasse a falar.



STORYTELLING

DigitalHouse >
Coding School

Adequação

Consolida notícias de diversas fontes em uma mesma tela. É o jornal feito para você.



EXPLORE SUAS PAIXÕES
UM ÚNICO LUGAR PARA ACESSAR
TUDO O QUE VOCÊ CURTE



**AS NOTÍCIAS QUE LHE
INTERESSAM**
DE FONTES CONFIÁVEIS



**REPLETO DE
CONTEÚDOS INCRÍVEIS**
SOBRE SEUS INTERESSES





Adequação

Computadores compartilhados e a preocupação com os resultados de buscas e dados pessoais





Coisas que contam em uma história:

- RITMO - a aplicação acompanha o usuário?
- TOM - como a marca fala comigo?
- FAMILIARIDADE E NOVIDADES - Eu sei interagir dessa forma?
- ADEQUAÇÃO - Faz sentido neste contexto?
- EXECUÇÃO - Atenção aos detalhes



Execução

Ser bem executado conta muito!
... E aí tem pérolas assim.



iFood @iFood · 29 de jan
um roliço vermelho no meio de um pão e uns líquidos pra acompanhar

EXPLIQUE SUA
COMIDA FAVORITA
DE FORMA TOSCA

113

2

154



Twitter Marketing BR
@TwitterMktgBR

Tem gente que diz que é mais legal
ser solteiro no Twitter para reclamar
dos crushs. Mas a verdade é que...

#QuemUsaOTwitter

#QuemUsaOTwitter

37% solteiros

41% casados

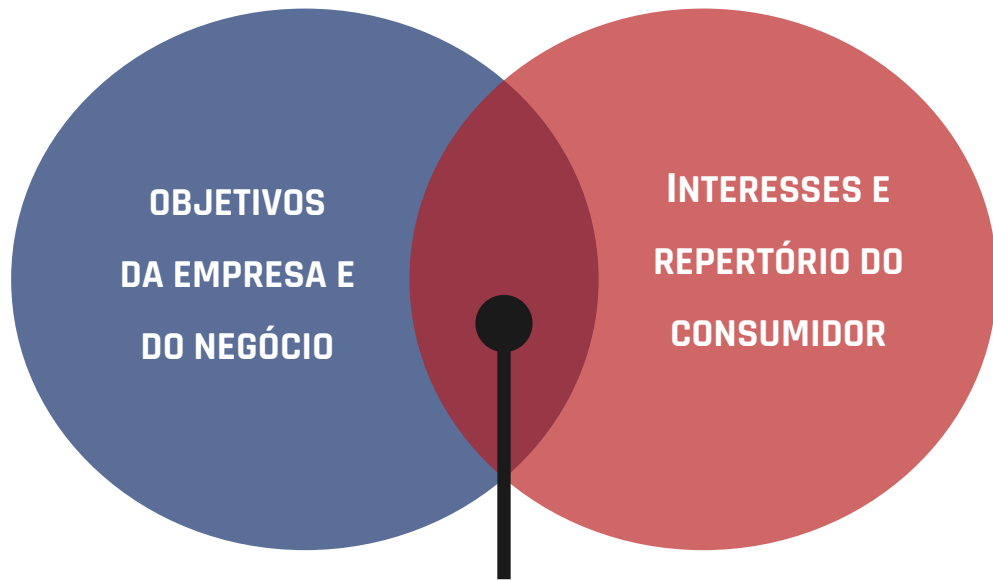
Tweete sua resposta



Execução

Até as páginas de erro contam história!





Território de histórias e conteúdos



Narrativa em UX

Quais elementos serão contados?



Como vamos contar a história?

Quando contamos uma história precisamos de alguns elementos como:

- personagens
- ambiente
- crise
- ponto de virada

Só que em UX utilizaremos outros pontos para contextualizar melhor os interessados pelo projeto.



Como vamos contar a história?

Em UX utilizaremos:

- Usuário
- Contexto
- Necessidade (problema, dor)
- Solução

Mantendo a consistência desses 4 elementos, a base para um bom storytelling está pronta.



Storytelling x Empatia

O Storytelling em UX não é somente para ter uma contextualização "bonitinha" dentro da solução, é uma prova que através das pesquisas e entrevistas, houve um **aprofundamento e gerou empatia entre os integrantes.**



Então, basicamente o UX Design irá contar uma série de acontecimentos do ponto de vista do usuário e posteriormente a evolução da experiência deste usuário.



Recomendação



Fabulous

Já ganhou diversos prêmios

Combina narrativa, sons, imagens e
muito autocuidado

<https://www.thefabulous.co/>

