

«Talento Tech»

Fundamentos del

# Diseño UX

Clase 08



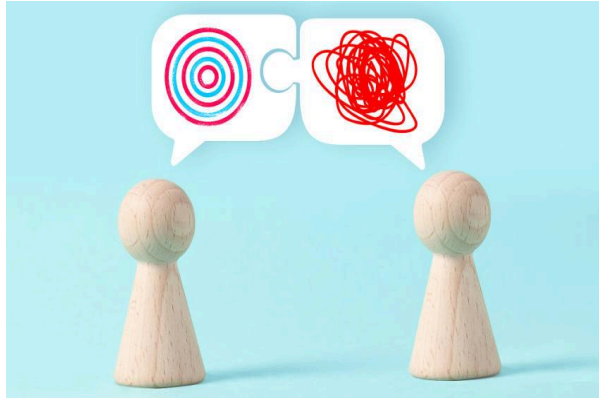
# **Clase N° 8 POV y Storytelling**

## **Temario:**

- Point of view
- Usuario, necesita, por qué
- Narrativa en UX
- Empatizar con el usuario
- Ejercicios

# El Punto de Vista o Point of View (POV)

Un punto de vista surge a partir de la posición de una persona en un determinado contexto.



El *Punto de Vista* -o *Point of View* -(POV)- es una herramienta que sirve para **definir el problema o dolor de los usuarios**, basándose en las **necesidades e insights** (hallazgos) obtenidos durante ejercicios de empatía, observación y entrevistas.

Es importante *tener claridad del problema definido o de la oportunidad detectada*, ya que muchas veces se suelen crear soluciones a problemas que no fueron los establecidos al inicio del proceso, lo que puede hacer que su implementación no sea exitosa.

El Punto de Vista o Point of View, es un *enunciado o declaración de la problemática* abordada, que se caracteriza por ser accionable, teniendo como objetivo establecer el tono y guía para todas las futuras actividades.

Este enunciado **se debe basar en una comprensión profunda de los usuarios y sus necesidades**, como también **los conocimientos** más esenciales que se tengan **sobre ellos**. Esta declaración, *no debe* nombrar o explicar la idea de solución, ni contener ninguna indicación sobre cómo satisfacer las necesidades de los usuarios en el servicio, la experiencia o el producto que se esté desarrollando. El punto de vista **debe proporcionar un alcance lo suficientemente amplio para comenzar a pensar en soluciones que vayan más allá de lo obvio**. Es importante tener en mente que un desafío bien enmarcado está a medias resuelto.

El uso de la herramienta POV permite al equipo de diseño:

1. **Focalizarse en el usuario:** mantiene al usuario en el centro del proceso de diseño, asegurando que las soluciones sean relevantes y significativas.
2. **Enfocar la creatividad:** al definir claramente el problema, se pueden generar soluciones más innovadoras y enfocadas.
3. **Evitar soluciones sesgadas:** ayuda a prevenir que el equipo de diseño se base en suposiciones personales o preconceptos.

### Objetivos:

- Tener un enfoque claro, concreto y conciso.
- Fija claramente los límites del problema, definirlo.
- Resultar inspirador.
- Funcionar como guía en la búsqueda de soluciones y permitir evaluar ideas competitivas.
- Además, es atractivo y capta la atención.

## Usuario.

Un POV es una declaración que responde a tres elementos clave:

**Usuario:** ¿Quién es la persona o grupo de personas que estamos tratando de ayudar?

**Necesidad:** ¿Qué necesitan realmente estas personas? ¿Cuál es su problema fundamental?

**Insights:** ¿Cuál es la revelación o descubrimiento clave que hemos aprendido acerca de estas necesidades?

Seguí estos pasos:

- **Recogé información:** observá, entrevistá y empatizá con los usuarios para comprender sus necesidades, deseos y comportamientos.
- **Identificá los insights clave:** buscá patrones y revelaciones en la información recopilada para descubrir las necesidades más relevantes.
- **Construí tu declaración POV:** usá el formato "[Usuario] necesita [necesidad] porque [insight]" para estructurar claramente el problema.
- **Iterá y ajustá:** a medida que profundizás en el conocimiento del usuario, ajustá tu declaración POV para que sea cada vez más precisa y útil.

| USUARIO | NECESIDADES | INSIGHTS |
|---------|-------------|----------|
|         |             |          |

Un POV implica reformular nuestro reto como una declaración de problema bien estructurada. Para articular el punto de vista combinamos tres elementos: el usuario o usuaria, sus necesidades, y la información de que disponemos:

[Descripción de una persona] **necesita** [necesidad] **porque** [percepción (insight) (algo irresistible o inevitable)].

[Usuario] \_\_\_\_\_ [Necesidad] \_\_\_\_\_ [Insight] \_\_\_\_\_

### Características de un POV

- **Son auténticos.** Nacen de un análisis personal de las experiencias.
- **No son obvios.** No son simplistas y no son simples caricaturas.
- **Son reveladores.** Al leerlos, tienen sentido. Te hacen pensar.
- **Son informativos.** Dan sentido a un comportamiento humano en un contexto particular.
- **Son inspiradores.** Facilitan el pensamiento creativo.
- **Son memorables.** Son concisos y fáciles de recordar.

## Ejemplos de POV:

### Ejemplo 1:

- **Usuario:** Silvana, estudiante universitaria que toma clases a distancia.
- **Necesita:** una plataforma que le permita colaborar fácilmente con sus compañeros y gestionar sus proyectos académicos en equipo.
- **¿Por qué?:** porque enfrenta dificultades para coordinarse con sus compañeros de manera remota, lo que afecta la eficiencia y calidad de sus trabajos grupales.

Este POV refleja una necesidad específica de Silvana, destacando la importancia de una solución para mejorar su trabajo colaborativo.

### Ejemplo 2:

- **Usuario:** Estanislao, un joven profesional que trabaja de manera remota.
- **Necesita:** una aplicación que les permita organizar su tiempo y priorizar tareas de manera eficiente.
- **¿Por qué?:** porque suelen enfrentarse a distracciones en casa y les cuesta mantener un equilibrio entre el trabajo y la vida personal, lo que afecta su productividad y bienestar.

Este POV ofrece una perspectiva clara del usuario, identifica su necesidad específica y explica el motivo que la impulsa.



¿Quién es nuestro usuario?



POV



**Diego** es administrativo, vive solo, trabaja todo el día, tiene mucha vida social y tiene pocas plantas en su casa. El **necesita** que algo o alguien le recuerde cuando tiene que regar sus plantas **porque** al estar poco en su casa se olvida de regarlas y se le secan.

¿Qué necesita (problema)?



¿Por qué?



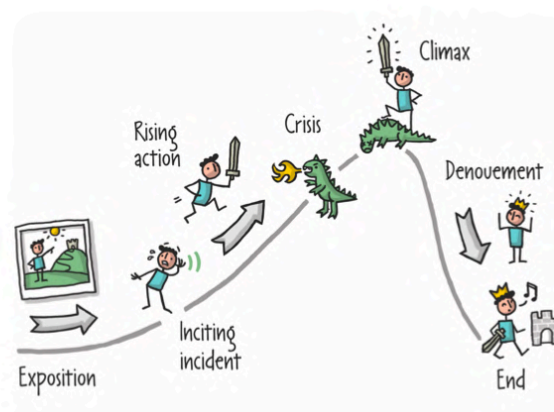
**Sofía** es estudiante y empleada en una empresa multinacional, tiene plantas en su casa pero le cuesta mucho mantenerlas bien. Ella **necesita** saber bien cuándo regarlas y cuánto regarlas **porque** a pesar de tratar de cuidarlas muchas veces sus plantas se secan igual.

# Narrativa en UX.



El *storytelling*, o *arte de narrar historias*, se configura como una herramienta de gran potencial en el ámbito del diseño UX/UI. Su **capacidad para conectar con el público objetivo a nivel emocional y generar experiencias memorables** lo convierte en un aliado invaluable para la creación de interfaces atractivas y efectivas.

Al hablar de *Storytelling*, nos referimos al **conjunto de técnicas y estrategias diseñadas para comunicar algo**, enganchando al público de una manera efectiva, haciéndole sentir implicado en la historia que contamos; pues aquellas informaciones que "nos tocan" en algún sentido, las recordamos mejor.



## Fundamentos del storytelling en UX/UI.

- **Conexión emocional:** las historias tienen la capacidad de evocar emociones y sentimientos en las personas, lo que las hace más receptivas al mensaje que se desea transmitir en una interfaz.
- **Experiencias memorables:** una historia bien construida puede generar una experiencia memorable para el usuario, aumentando la probabilidad de que recuerde la marca o producto asociado a la interfaz.
- **Facilitación de la comprensión:** las historias permiten comunicar ideas y conceptos complejos de forma natural y accesible, facilitando su asimilación por parte del usuario.
- **Generación de empatía:** a través de la identificación con los personajes de la historia, el usuario puede comprender mejor las necesidades y motivaciones que se pretenden abordar en la interfaz.

## ¿Cómo hacer UX Storytelling?

Los protagonistas de cualquier historia son a la vez el motor y alma de la misma. **Una historia bien estructurada, pero sin factor humano, perderá su magia.** Todos conseguimos evocar a nuestros héroes de la infancia. Y eso es gracias a la huella que sus historias y personalidades dejaron en nosotros.

### FASES DEL UX STORYTELLING

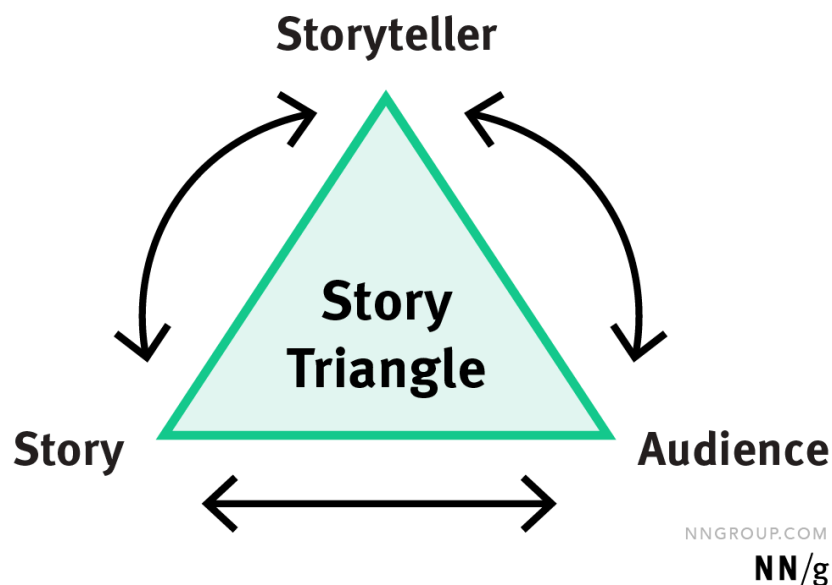




# Características del UX Storytelling.

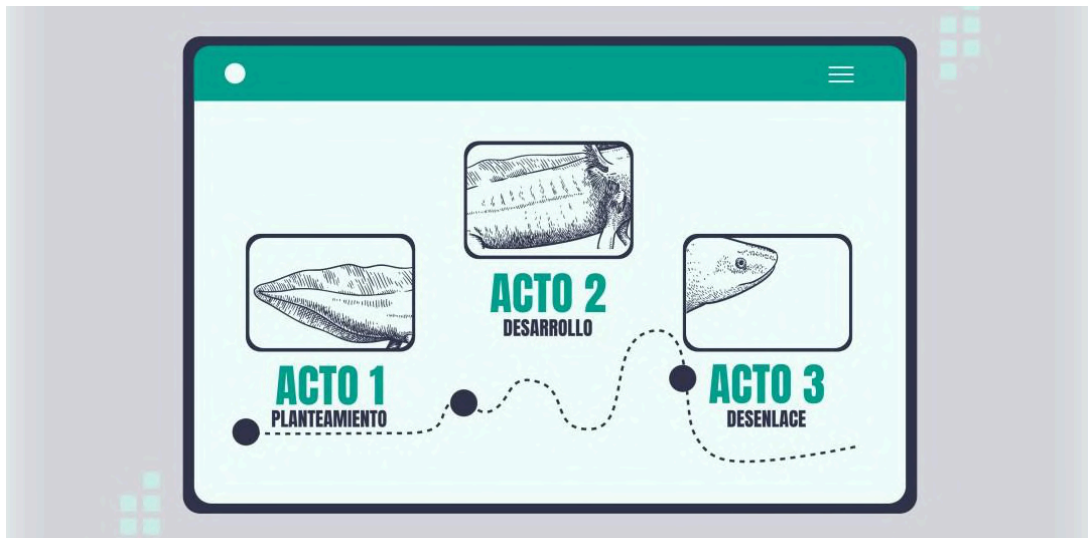
Usá las siguientes claves para articular tu Storytelling en UX:

- Estructura de narración introducción- nudo - desenlace
- La historia debe girar en torno a la user persona.
- La trama enfrenta a la user persona con situaciones familiares donde se visualice su problemática.
- Usa siempre el factor humano: todos tenemos objetivos, problemas y necesitamos soluciones
- Usa el factor sorpresa para mantener la atención.
- Mezcla hechos reales obtenidos durante la UX Research con ficticios.



Este mítico esquema de NNGroup nos muestra de un vistazo los tres ángulos sobre los que debe girar tu UX Storytelling. (Fuente: <https://www.nngroup.com/>)

## Estructura narrativa.



### → Acto 1: Planteamiento (introducción)

Presentación de escenarios, personajes y sus motivaciones.

Plantea el conflicto central.

Hay un evento importante que lleva al protagonista y la trama a otra dirección.

### → Acto 2: Desarrollo (nudo)

Parte más larga de la historia.

Punto medio donde ocurre el conflicto, la trama y la confrontación.

Se revela el mensaje central .

### → Acto 3: Desenlace

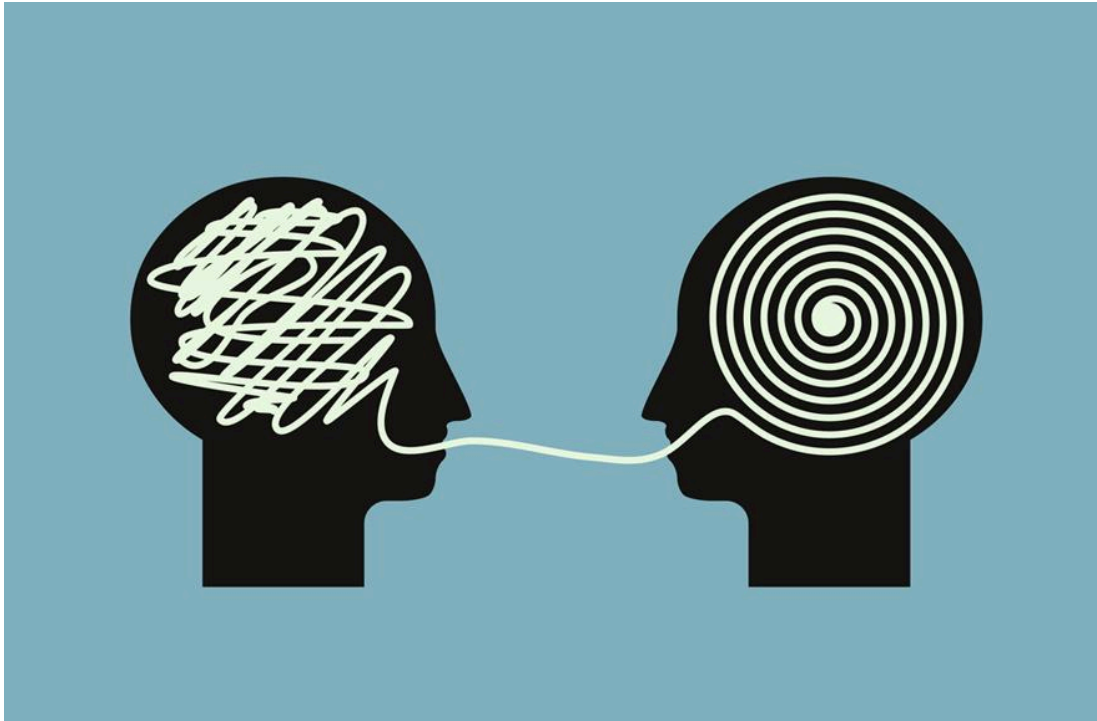
Momento climático.

Resolución de la trama y del conflicto central.

## Empatizar con el usuario.

Para lograr una buena conexión entre la historia y los usuarios es fundamental que se logre *identificarlos en los eventos narrados*. Esto se puede conseguir cuando la historia refleja experiencias comunes o presenta personajes con los que los receptores puedan relacionarse. Para ello, nuestro personaje principal será la User persona validada. La clave está en que los elementos de la narración resulten familiares, permitiendo que a los usuarios los veamos **reflejados en el personaje principal y en las situaciones que enfrenta**.

Realizar el **Storytelling** en UX te otorgará un poder sobre el proyecto que muy difícilmente obtendrías de obviarlo, ya que una simple historia condensa una cantidad de cifras frías y nada atractivas. Tu historia transmitirá estos datos a todo el equipo de UX/UI Design, y al resto de participantes de manera clara y realizando **empatía con el usuario**.



---

## Ejercicios Prácticos:

### 1. POV

Realizá un POV "Point Of View"(punto de vista) completando la frase:  
Usuario - Necesita - ¿Por qué?

### 2. Storytelling

Creá un Storytelling que cuente con un Inicio - Nudo - Desenlace, que cree una conexión emocional con nuestra User Persona.



**Buenos Aires**  
*aprende*

Agencia de Habilidades para el Futuro

**BA** Buenos  
Aires  
Ciudad