

**BandTec**  
**DIGITAL SCHOOL**



# Design de Interfaces

Aula 3 – Ideação/Geração de Ideias

Professor Esp. Gerson Santos

# Objetivo da Aula

- Atividade - Metas de Interface
- Projeto
- Ferramentas para Geração de Ideias

# Frase Chave

**Talvez a sua opinião seja importante.**

# Palavra Chave.

**EMPATIA!**

# Nosso Objetivo

**Aprender, processos, métodos e ferramentas para desenvolver sistemas úteis (conhecer o utilizador).**

# Projeto

**Novo site da Faculdade**



# Revisão Rápida

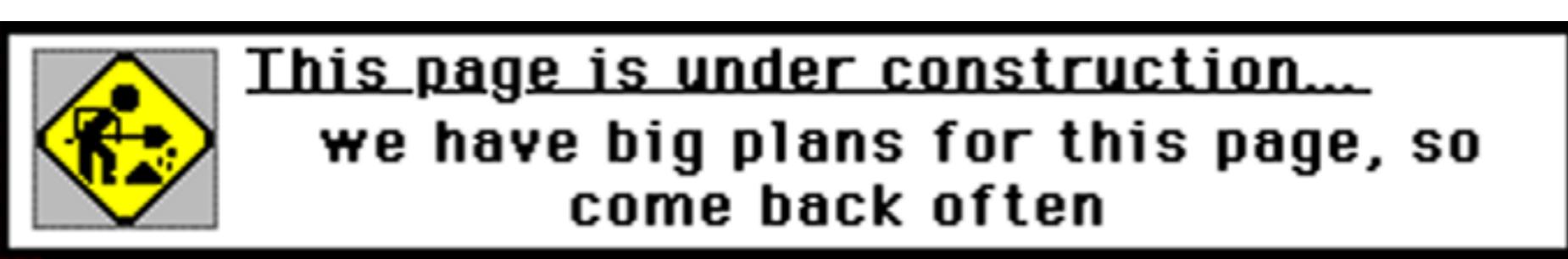
Professor Esp. Gerson Santos

# Interação Emocional

- O que nos faz feliz, triste, irritado, ansioso, frustrado, motivado, delirante e assim por diante?
  - traduzindo isso em diferentes aspectos da experiência do usuário
- Por que as pessoas tornam-se emocionalmente ligado a certos produtos (por exemplo, animais de estimação virtuais)
- Robôs sociais podem ajudar a reduzir a solidão e melhorar o bem-estar?
- Como alterar o comportamento humano através do uso de feedback emotivo?

# Bom...só para o designer

Ao clicar em um link para um site só para descobrir que ele ainda está 'em construção'



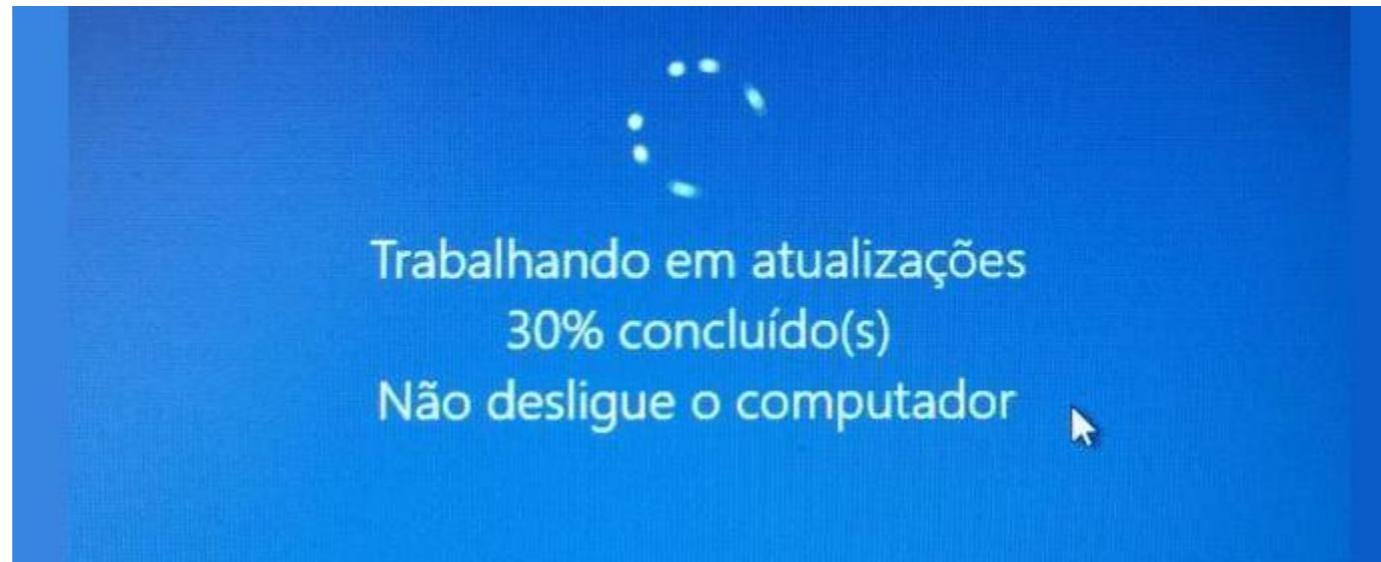
## Mensagens de Erro

“O aplicativo Word foi encerrado inesperadamente devido a um erro 2”.

Por que não em vez disso:

“o aplicativo tem que sair de forma inesperada devido à má codificação no sistema operacional”

# Outras irritações (Espera e Atualização)



# Reflexão

**OS COMPUTADORES DEVERIAM PEDIR  
DESCULPAS?**

# Outras Irritações

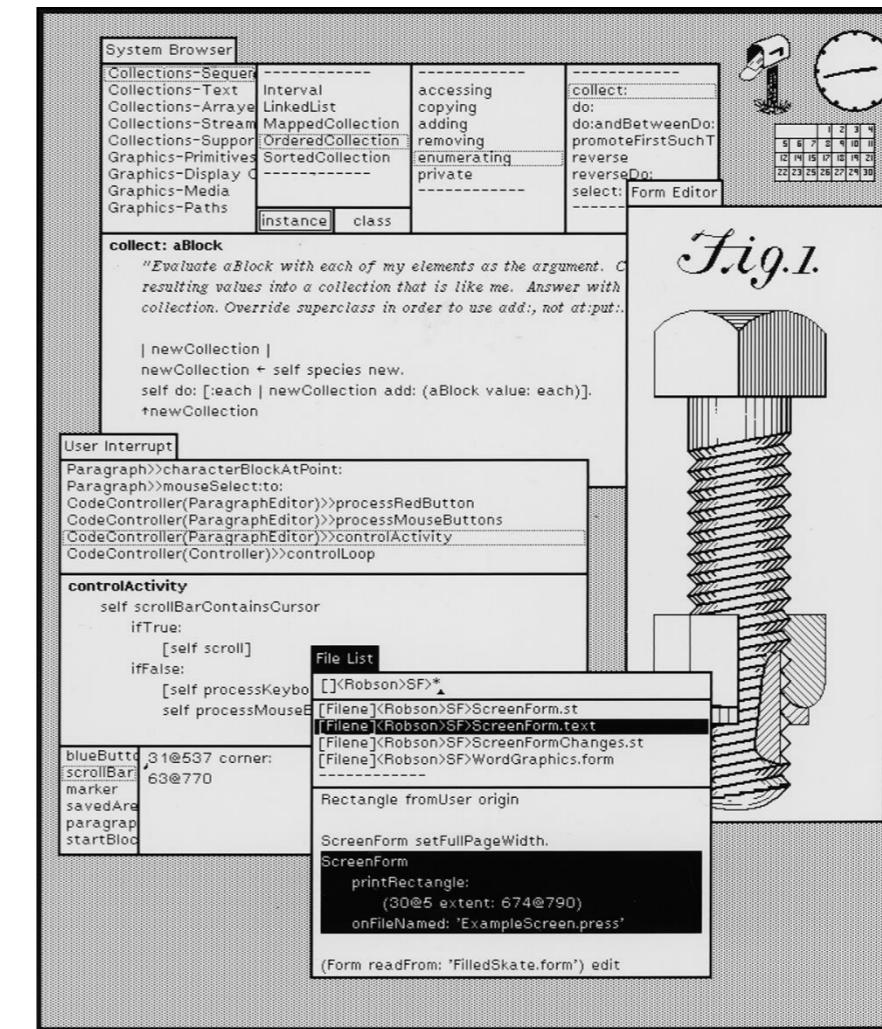
- Reeves e Naas (1996) argumentam que os computadores devem ser feitos para se desculpar
- Deveria imitar a etiqueta humana
- Quão sincero eles iriam pensar que o computador estava sendo? Por exemplo, após uma falha no sistema:

“Eu realmente sinto muito, eu caí. Vou tentar não fazer isso de novo”

- Será que os usuários não iam entender como afirmações vazias aumentando seu nível de frustração? O usuário perdoaria o computador?
- De que outra forma os computadores devem comunicar com os usuários?

# XEROX ALTO - 1970

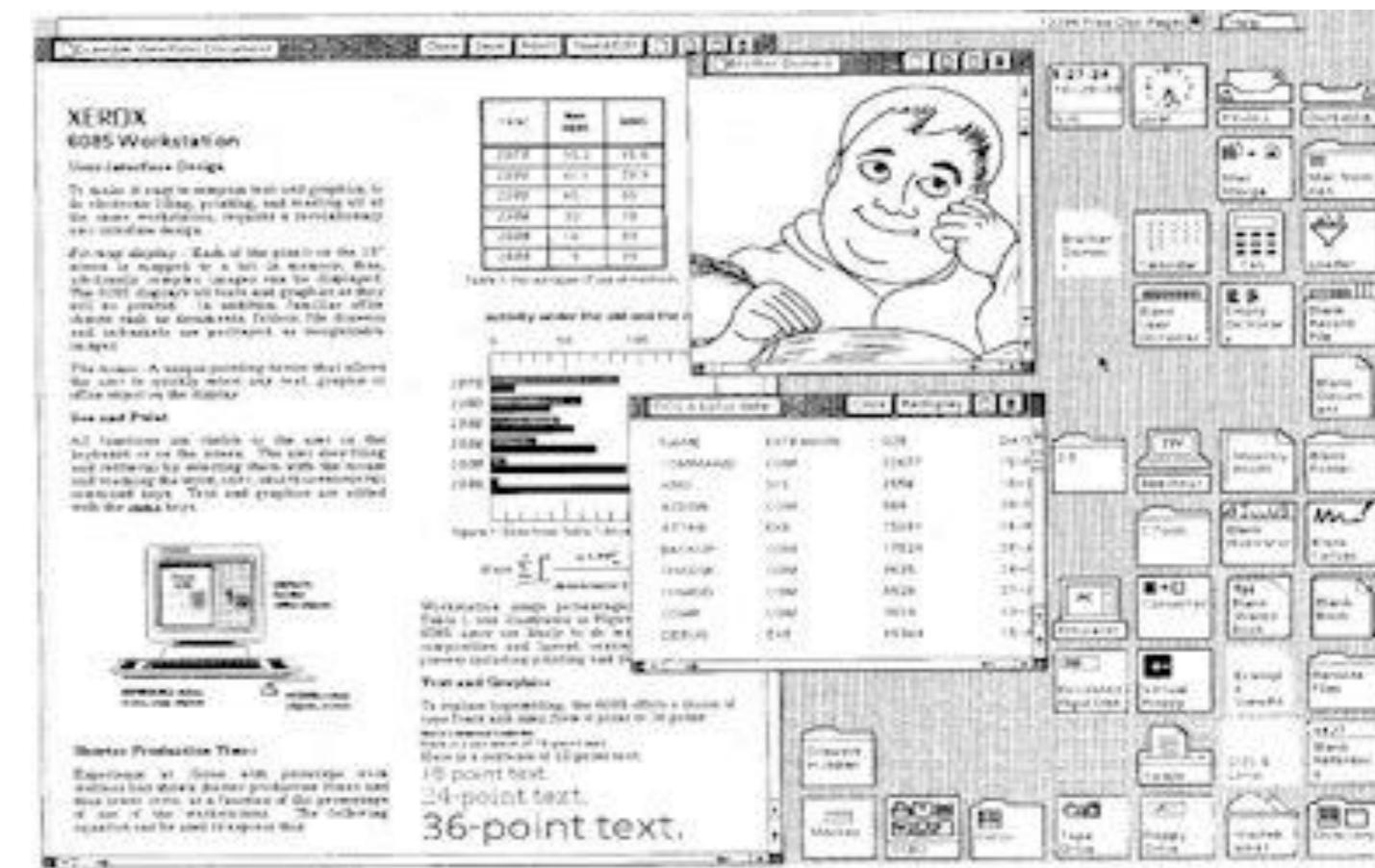
Tela vertical. Nasce o conceito de WYSIWYG (pronunciado “uiz-iii-uig”) What You See is What you Get, (O que você vê é o que você tem).



Diga alô aos pixels!

# XEROX 810 STAR - 1981

Paradigma WINP e a metáfora do desktop. Windows (janelas), icons (ícones), menus e point device (ponteiro do mouse).



Nasce o rato!

# XEROX 810 STAR - 1981

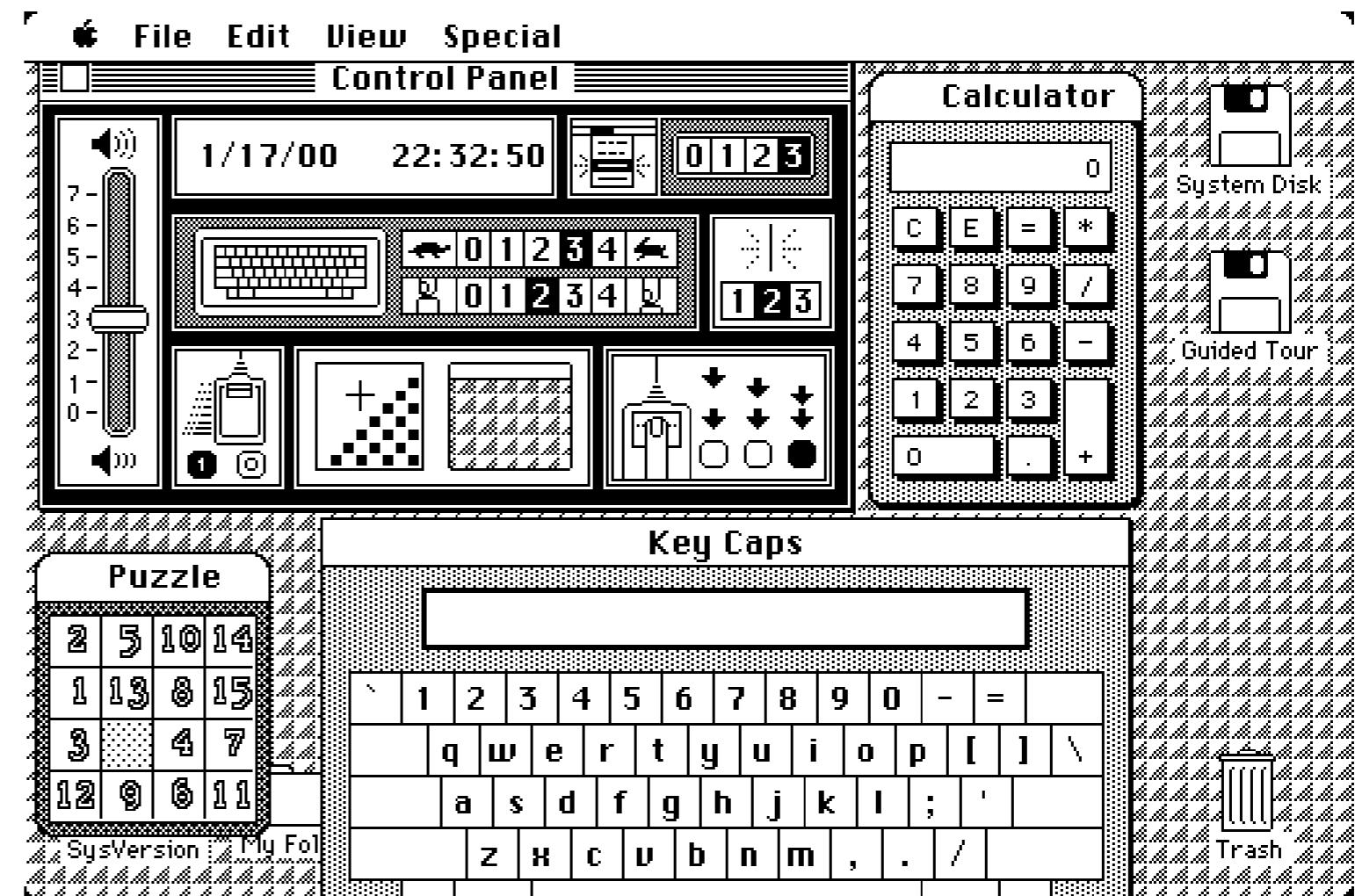


- Estudo amplo de usabilidade,
- Foco no documento e não na aplicação, (document-centered)
- Comtemplava teclas para comandos genéricos “Copiar”, “Colar”, “Desfazer”
- Uma janela era uma forma de ícone grande
- Não existia Ctrl, Alt, etc)

# Ué....e o Macintosh?

“Apple introduz o Macintosh, o computador para confusos e intimidados”  
“Se consegue apontar, consegue usar o Macintosh”

- Lançado em 1984
- Popularização

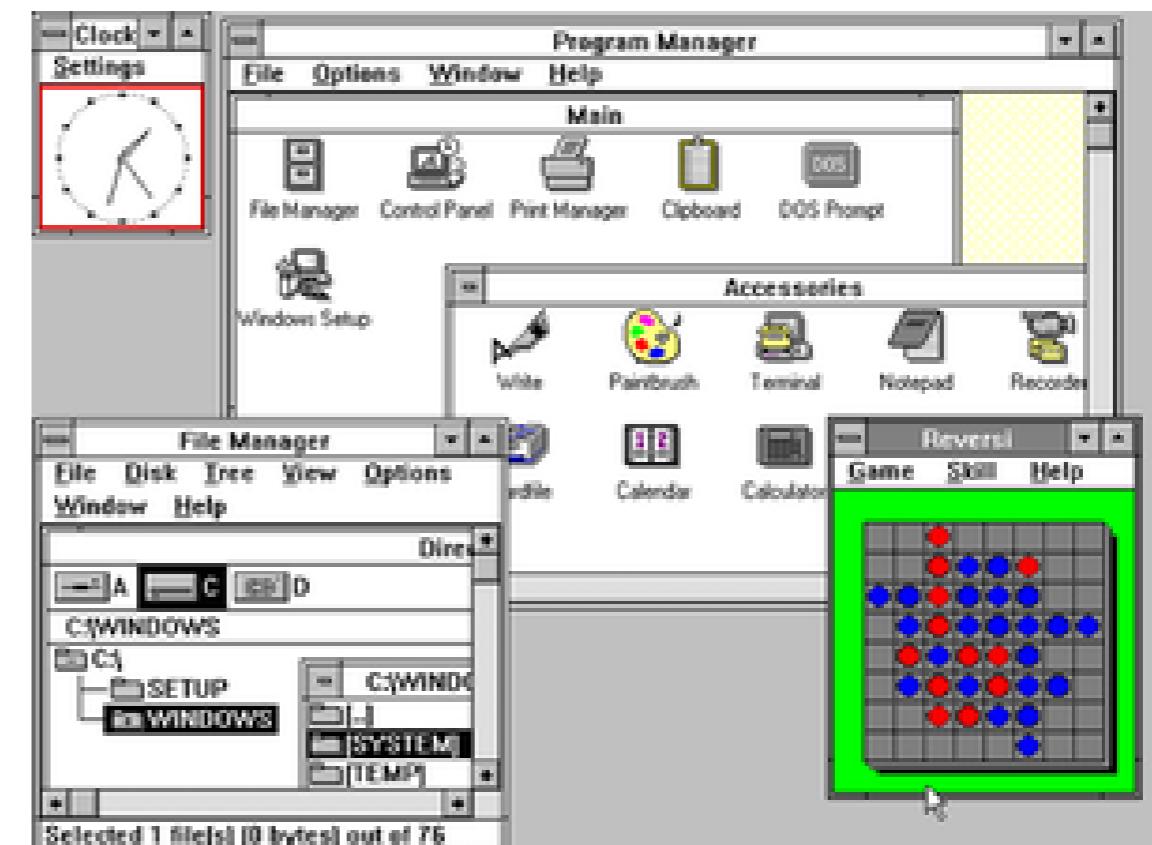


# Windows 3.x – 1990

“ Em sistemas posteriores, como o Macintosh e Windows, as pessoas faziam coisas estranhas com os ícones, como utilizá-los para representar uma aplicação. O utilizador nunca deveria operar diretamente os programas...” David Liddle, líder do projeto Star.

## Motivos:

- Os designers tentaram encaixar os conceitos nas ideias existentes,
- O DOS foi encaixado no Windows.



Windows 3.x

# Momento da Rede Social - Atividade

Escolha um dispositivo ou interface:

- Dê as suas impressões (Bom x Ruim) de como o dispositivo ou interface funciona;
- Pense em quais metas de interface ou experiência de usuário podem ter sido importantes e explique o porque;
- Crie 3 perguntas que podem ser feitas para traduzir se a interface funciona bem.

Vamos usar o KAHOOT



# Ideação

Professor Esp. Gerson Santos

# POR ONDE COMEÇAR?

**CONHECER O NEGÓCIO!**

# Design de Interfaces – Plano do Semestre



## Conceitos Fundamentais

1. Definir o escopo do Projeto



## Entender o Negócio

2. Canvas + StoryBoard
3. Planilha de Hipóteses de Negócios



## Design de Intefaces

4. Conhecer o Site a ser Melhorado
5. Realizar benchmarks



## Análise do Utilizador

6. Realizar Pesquisas
7. Definição das Personas
8. Mapa de Empatia



## Boas práticas WEB/APP

9. Lista de recomendações e melhorias



## Prototipação

10. Protótipo do Site



## Feedback

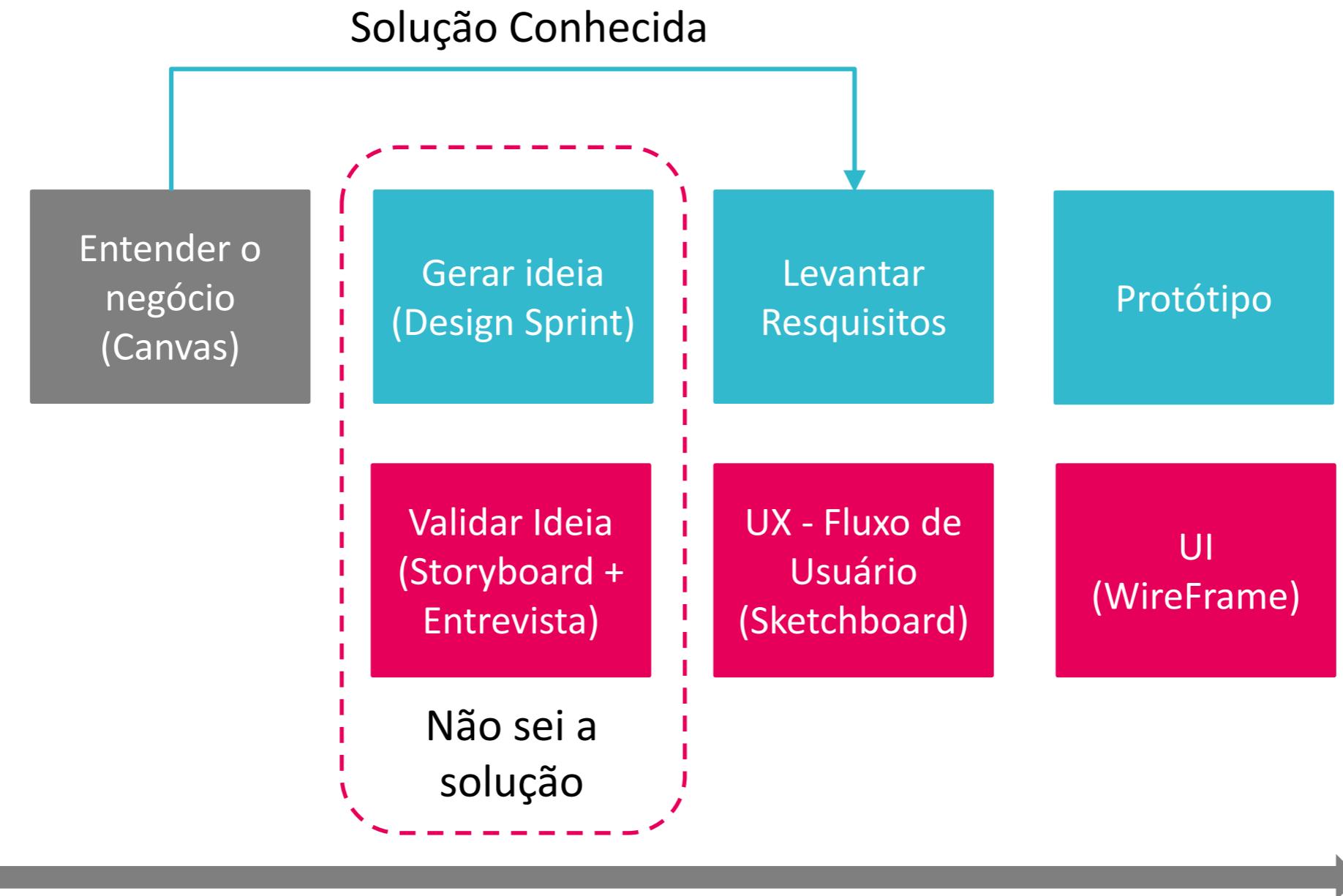
11. Feedback
12. Documento Final



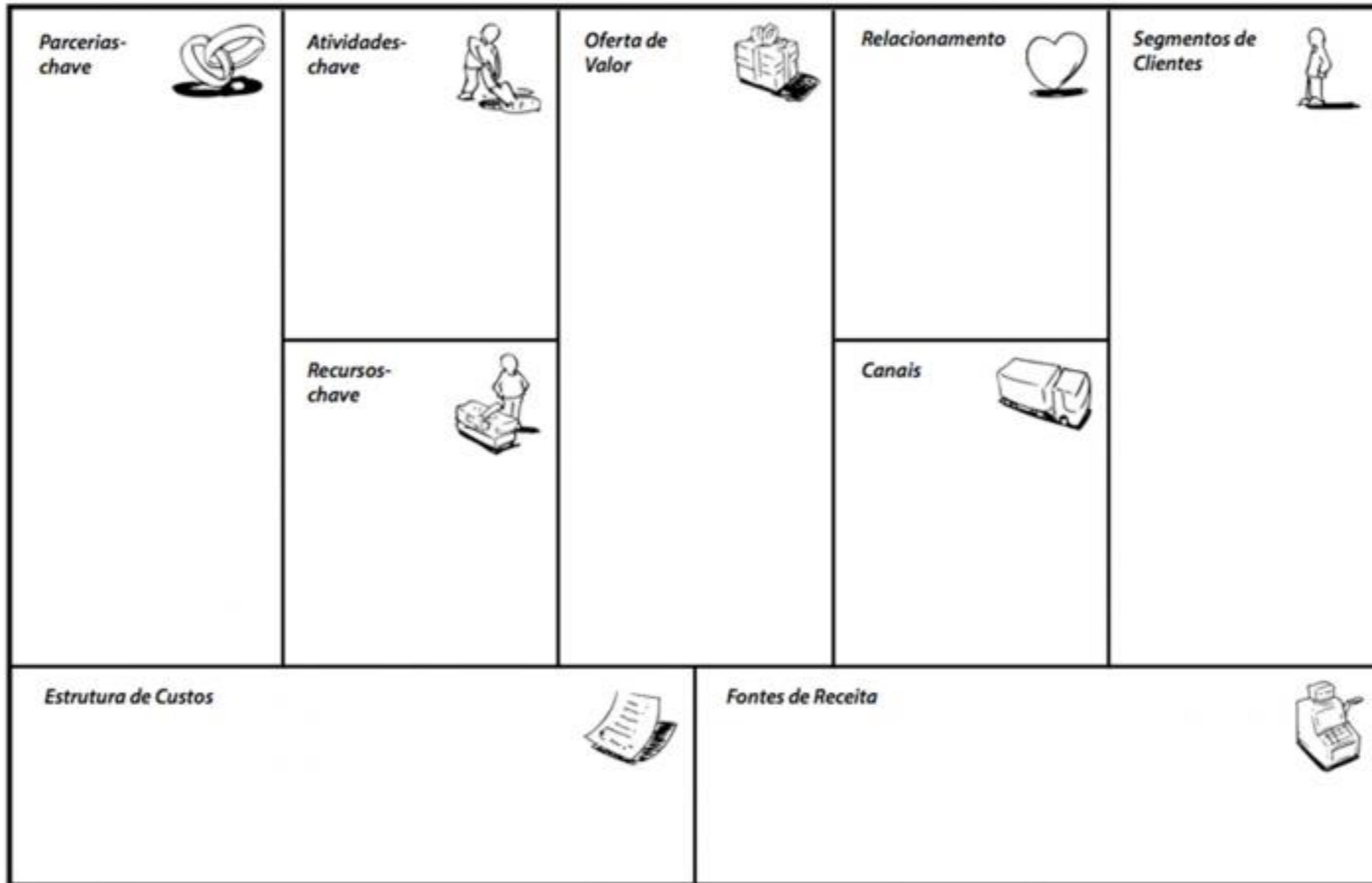
# Direcionadores – Projeto do Site BandTec

- “Não vendemos educação, mas sim contamos uma história.”
- “Somos uma faculdade!”
- “Formamos profissionais para vida. Muito bem qualificados.”
- “Queremos atrair talentos.”

# ABORDAGEM HÍBRIDA – UX + UI



# Canvas para entender o negócio



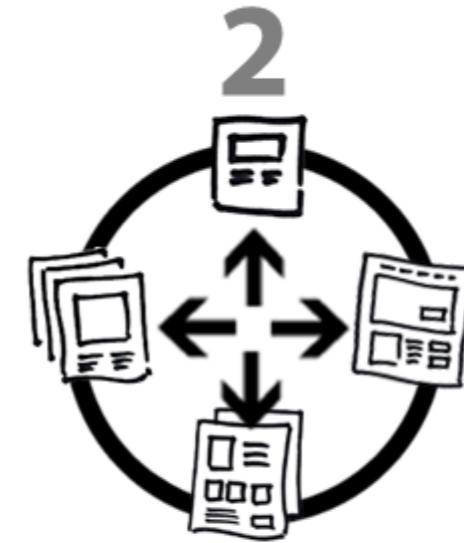
AULA PROF. ALEX

# Planilha de Hipóteses de Negócios

# UX Canvas



# Design Sprint – Para geração de Ideias



# Design Sprint

dia 1



entender  
definir

Discussões estruturadas criam um caminho para a semana de sprint. **Você começa pelo fim** e escolhe um objetivo de longo prazo em consenso com o grupo. Em seguida, traça um **mapa do desafio**. Pede aos componentes do grupo para compartilharem o conhecimento e por fim, **escolha de um alvo**: uma parte significativa, mas viável, do problema que possa ser solucionada em uma semana.

# O que você precisa antes de começar

## Quando usar?

- Altos riscos (financeiros, imagem, outros);
- Tempo insuficiente (achar uma solução boa rapidamente)
- Estagnação (nova abordagem para problemas antigos)

**Sprint força a equipe a se concentrar nas questões mais urgentes. Permite que você aprenda a partir da superfície do que seria o produto final**



# O que você precisa antes de começar

## A equipe



- Escolham um Definidor (alguém que realmente toma as decisões). As escolhas dele pesam mais.
- Uma pessoa com perfil mais crítico (criador de caso) é importante, pois enxergam os problemas de maneira diferente
- Máximo de 7 pessoas no Sprint (neste projeto = 4)
- Escolham um Facilitador (alguém que administra o tempo e conduz as discussões)
- Alguém tem que escrever!

# O que você precisa antes de começar



## O material

- Quadro Branco ou papel pardo
- Canetões
- Folhas A4
- Post-it
- Canetas e lápis
- Cartolina
- Adesivos em forma de bolinha (para votações)



**KEEP  
CALM  
AND  
mãos à  
obra**

## 1º - Escolha uma meta de longo prazo

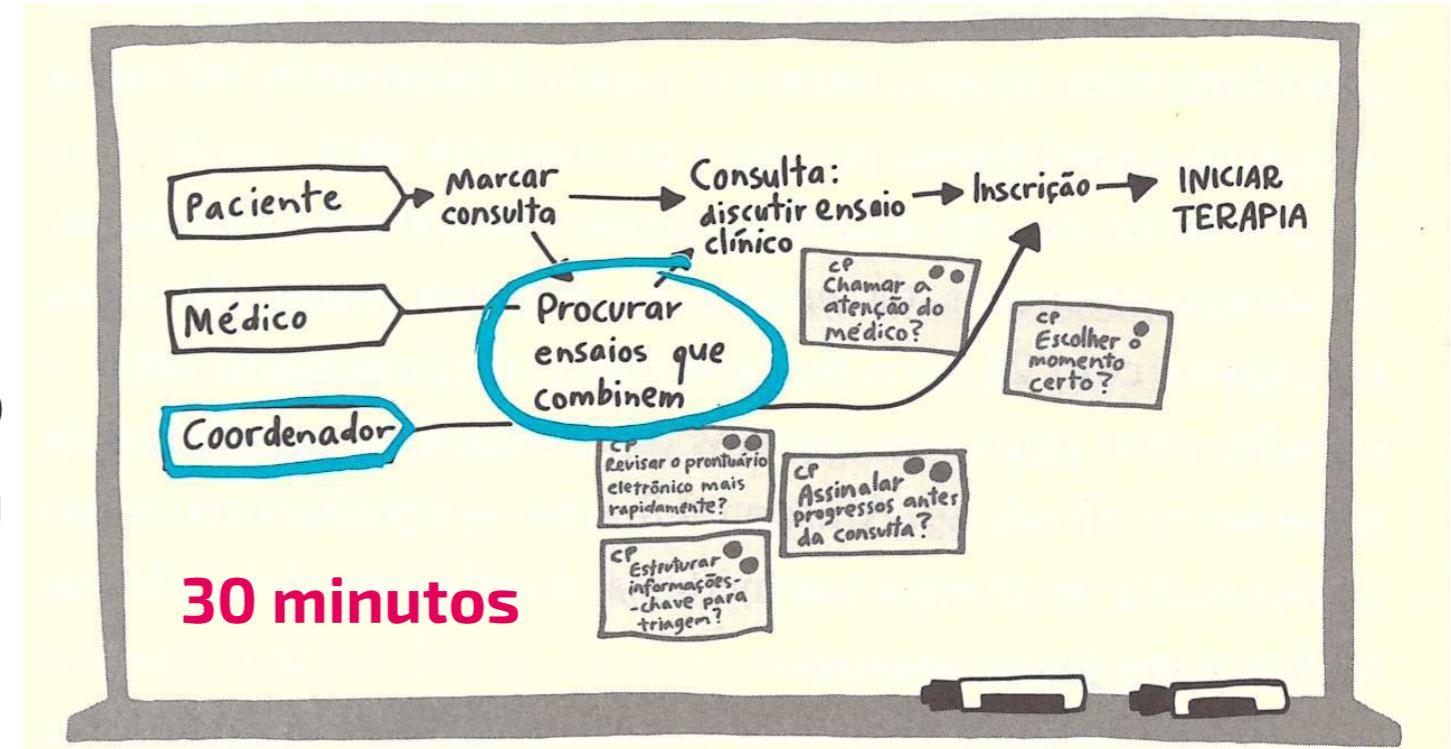
**Por que estamos realizando este projeto?** Onde queremos estar daqui a seis meses, um ano ou até cinco anos?". Após definir um objetivo de longo prazo, escreva-o no topo do quadro branco.

(Pensem no cenário otimista...depois pensem no cenário pessimista)

# Design Sprint – Dia 1

## 2º - Crie o Mapa do Problema

1. Liste os atores no lado esquerdo
2. Escreva o fim no lado direito
3. Palavras e setas no meio, não adicione elementos que compliquem o mapa (colchetes, etc)
4. O mapa deve ter entre 7 e 15 passos
5. Peça ajuda e cheque o entendimento com todos.
6. Decida em qual processo (experiência) e qual ator sua equipe irá atuar



A experiência e  
o ator estão  
de acordo  
com a sua  
meta de  
longo prazo?



## 2º - Responda a essas perguntas:

1 - Quem é o cliente, usuário do aplicativo?

2 - Por que a solução é útil para o usuário?

3 - Quais problemas a solução resolve?

4 - Como podemos medir o sucesso da solução?

5 - Quais as principais ameaças para que o sucesso seja alcançado?

6 - Existe algum produto similar ou que resolve os mesmos problemas? Se sim, detalhar e mostrar como o produto é melhor que a concorrência



# Técnica – HMW – Como Podemos

A técnica tem adeptos ao redor do mundo (alguns deles grandes empresas, como Google e Facebook): chamada de How Might We, ou apenas HMW (ou “como nós podemos”, em tradução) e o objetivo é mudar a forma como os problemas são encarados.

Nesse sentido, perguntas do tipo: "**como nós podemos fazer nossas equipes estarem mais comprometidas?**" ou "**como nós podemos promover relacionamentos mais profundos entre os funcionários?**" ou, ainda, "**como nós podemos atrair mais talentos para estudar tecnologia?**"

Questões genéricas não valem: “**como podemos fazer isso?**”, ou “**como devemos fazer isso?**”.

# Design Sprint – Dia 1

## Projeto: **Banca de Limonada**

Meta: Ter lucro

Como poderíamos ter clientes suficientes para pagar o nosso lanche?



## Pergunte aos Especialistas

**É muito importante a visão de especialistas sobre a sua proposta.**

1. Apresente a proposta
2. Ouça o Feedback
3. Faça anotações
4. Revise a proposta

# Design Sprint – Dia 1

Projeto: **Banca de Limonada**

Meta: Ter lucro

Como poderíamos ter clientes suficientes para pagar o nosso lanche?



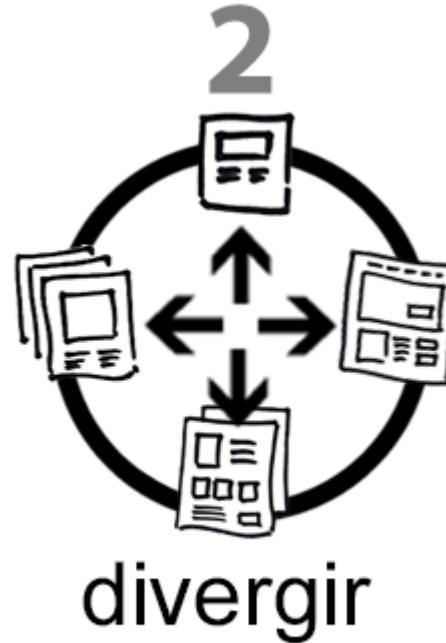
# Design Sprint – Dia 1

**Mais de um problema....**

**USEM O DEFINIDOR!**



# Design Sprint – Dia 2



Hoje é dia de **solução**. O dia começa em busca de inspiração: revisando as **ideias existentes** para ajustar e aperfeiçoar. Em seguida, à tarde, cada um fará **esboços** seguindo um processo de quatro passos que enfatiza o pensamento crítico. Mais à frente na semana, os melhores esboços vão compor o plano para o protótipo e o teste. .

## Design Sprint – Dia 2

# NADA SE CRIA TUDO SE TRANSFORMA

Vamos começar  
com  
Demonstrações  
Relâmpago!



**Apresentações de 3  
minutos:**

**1 ou 2 soluções novas para  
problemas similares de  
outras indústrias / áreas  
do conhecimento.**

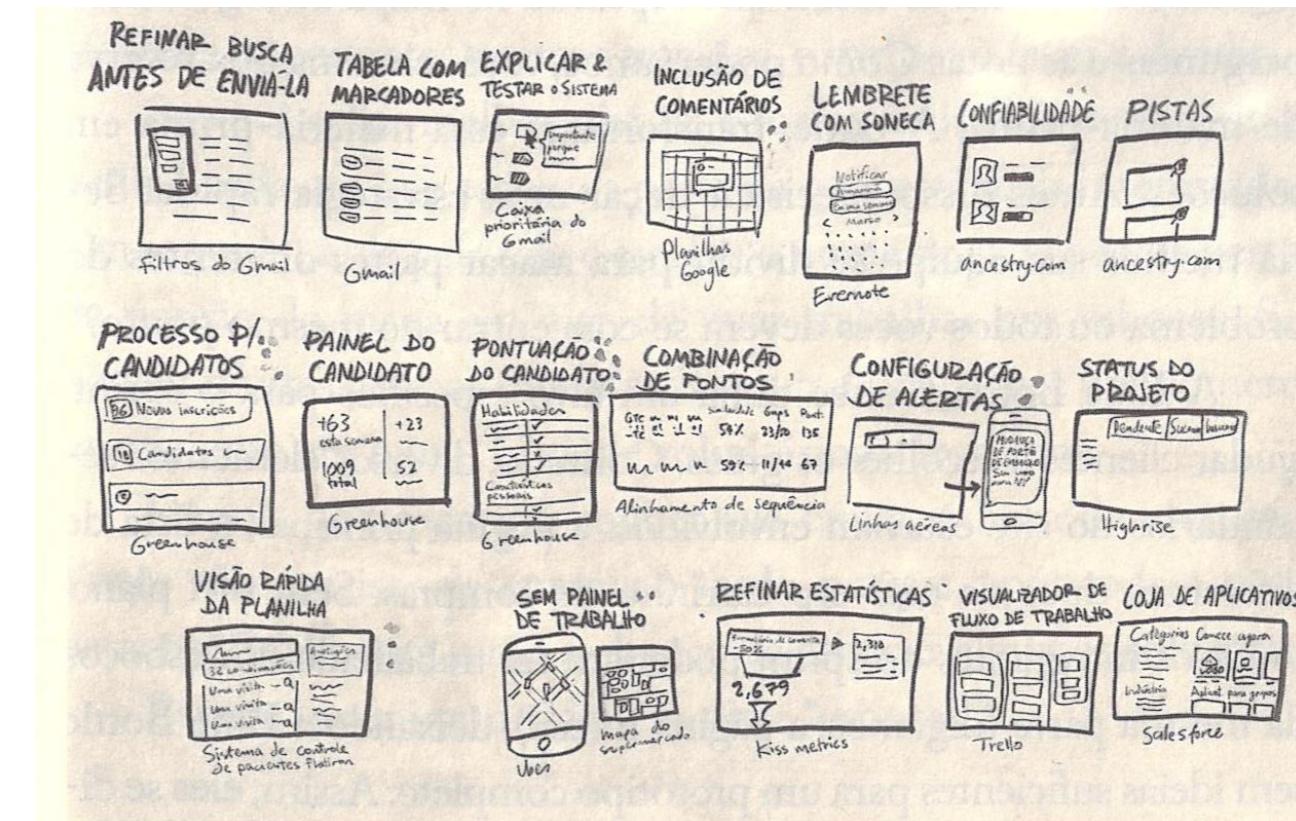
# Design Sprint – Dia 2

Enquanto o colega apresenta em 3 minutos, os outros tomam nota

Deixe no quadro branco ou no papel pardo as ideias mais interessantes...

Qual é a grande ideia  
aqui que pode ser útil?

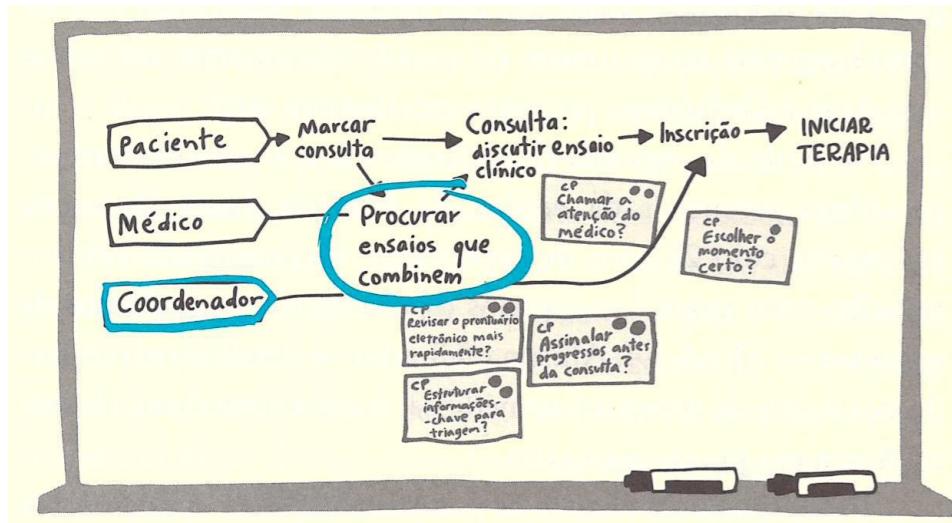
Rabisco rápido...  
Registre o que pode ser útil!!



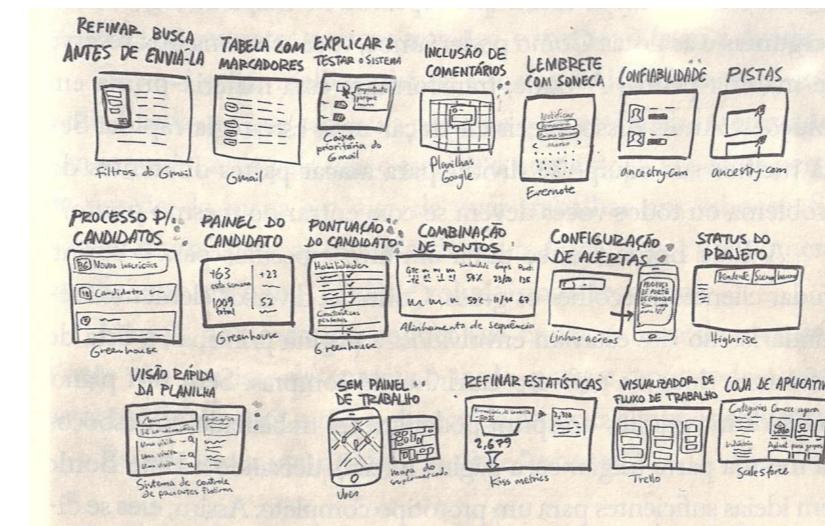
# Design Sprint – Dia 2

## Criando esboços em 4 passos!

Passo 1 – Use 20 minutos para anotar as suas principais ideias



Mapa do problema



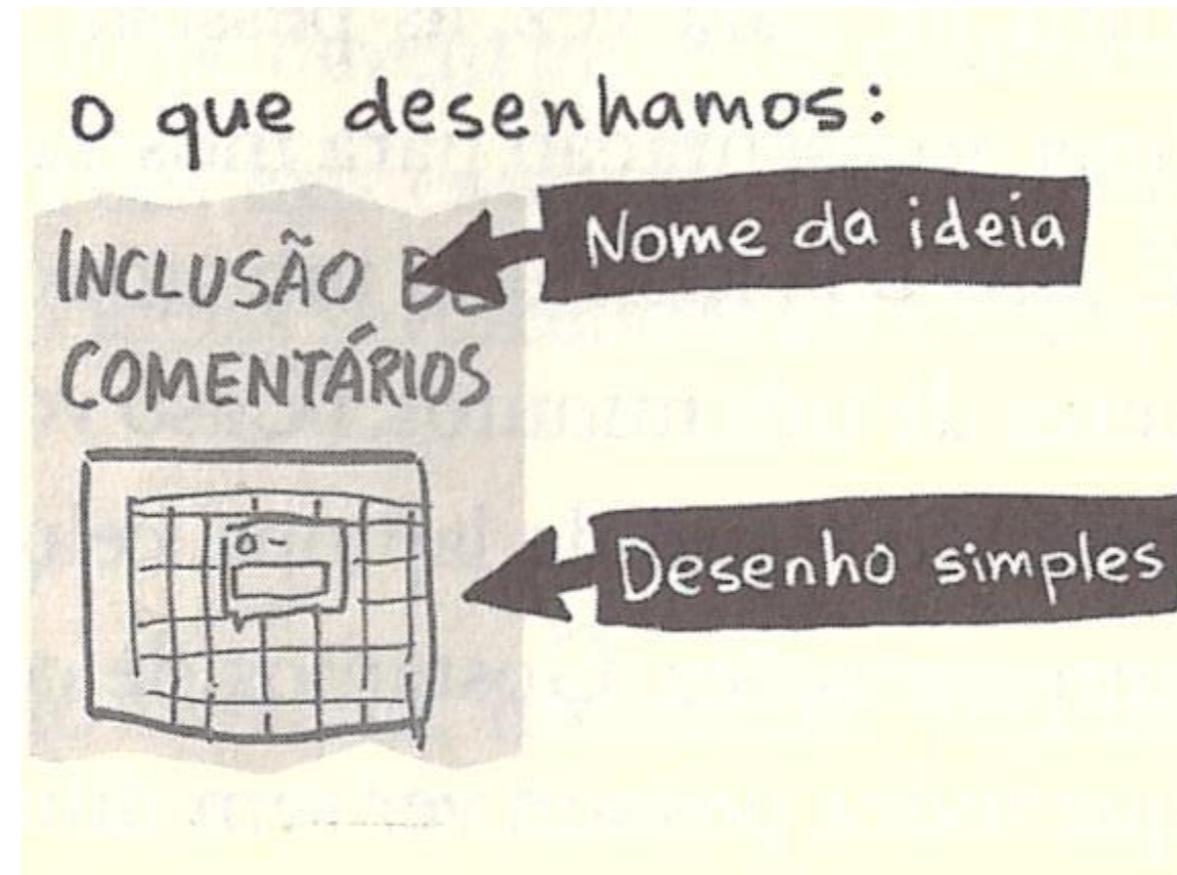
Ideias de outras  
indústrias



Questionário

# Design Sprint – Dia 2

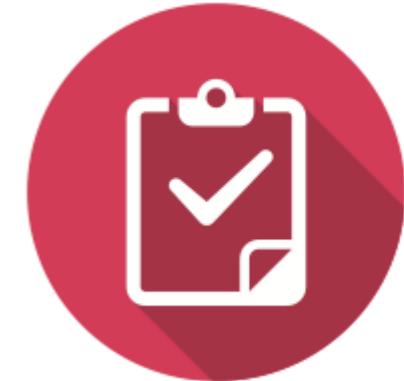
Passo 2 – Rabisque a ideia (uma por pessoa)



Títulos

Diagramas

Bonecos palitos



Atenção: Não precisa ser bonito. Ninguém vai ver

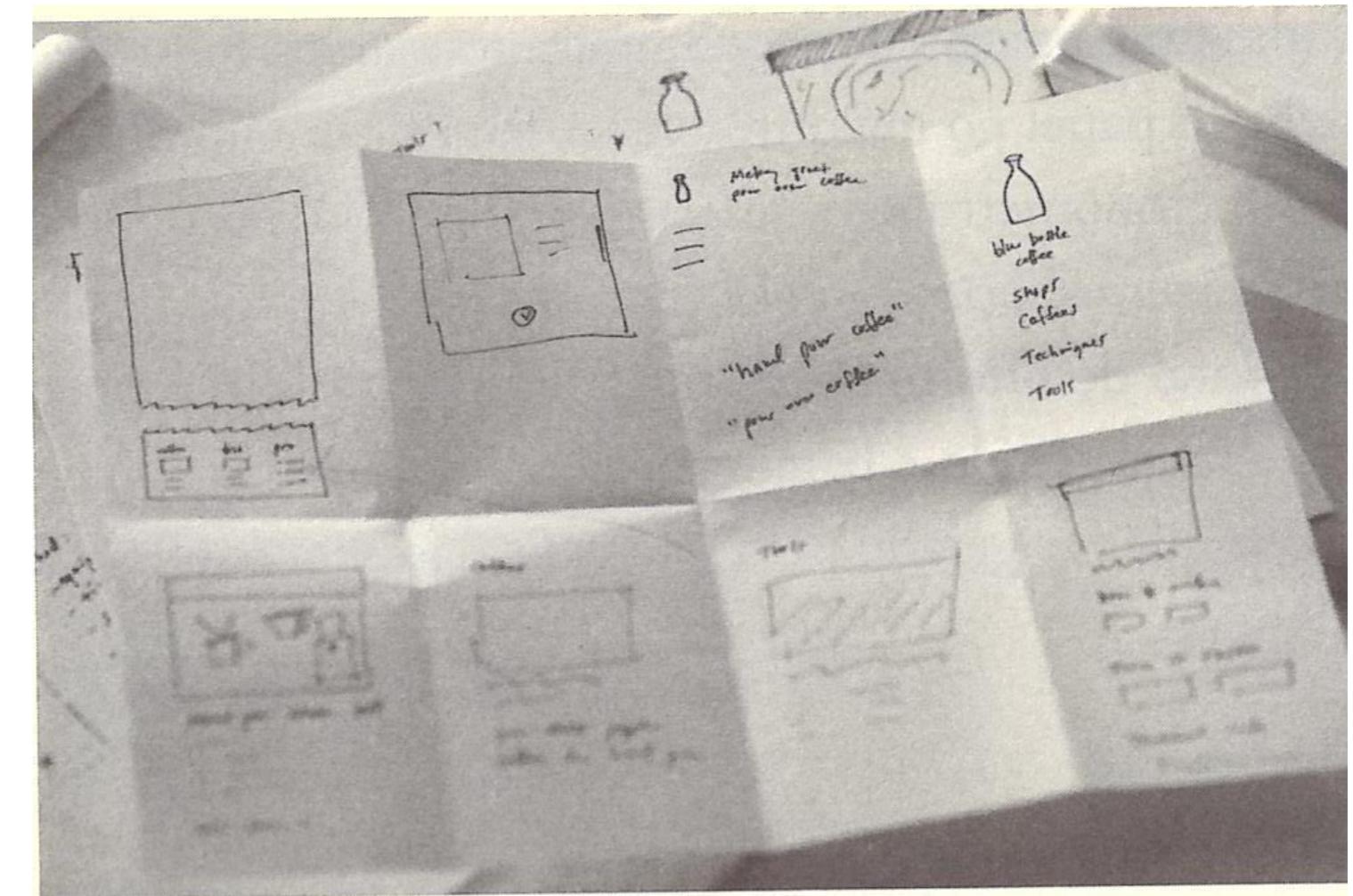
# Design Sprint – Dia 2

## Passo 3 – Crazy 8s

Escolha uma ideia

Dobre uma folha A4  
três vezes

Em 8 minutos faça 8  
variações da sua  
ideia



# Design Sprint – Dia 2

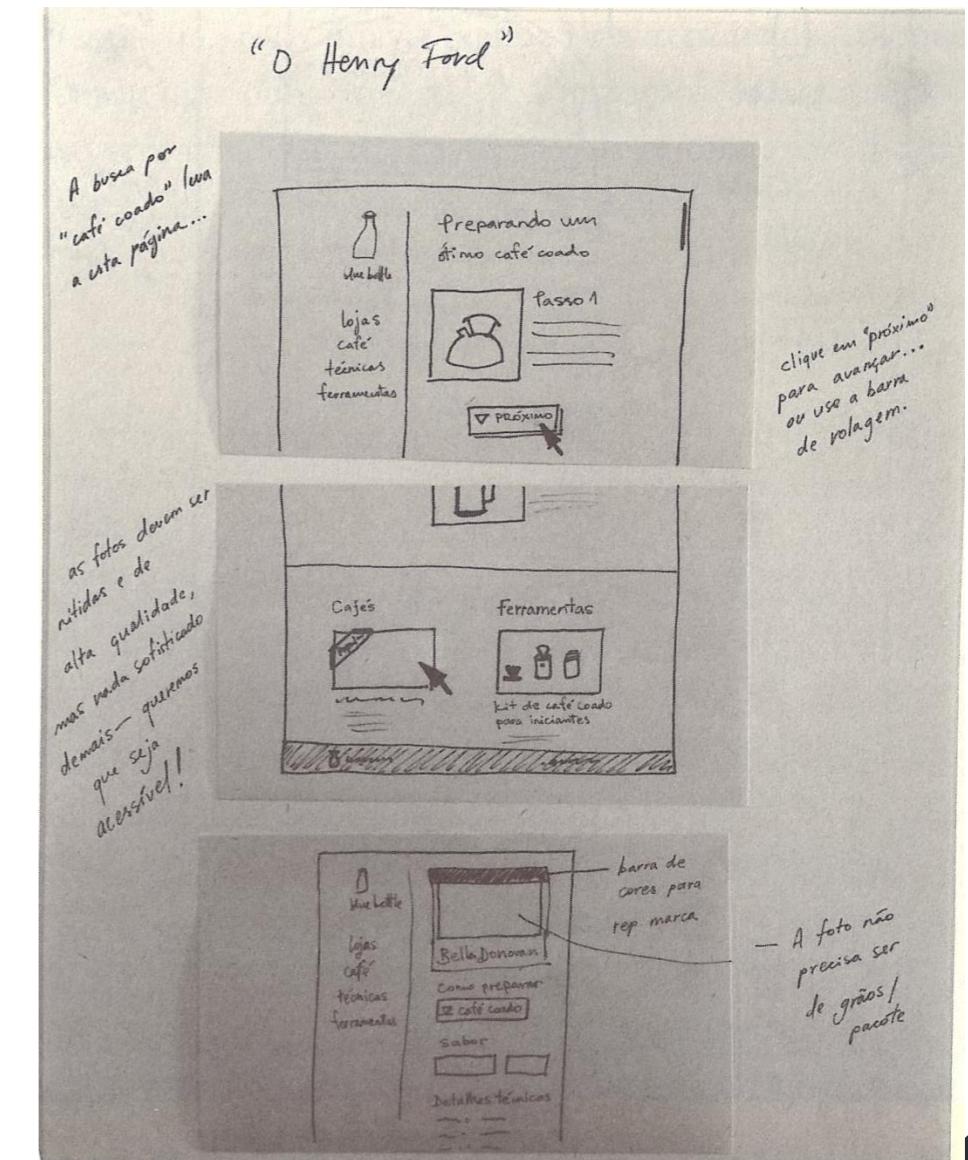
## Passo 4 – Esboço da Solução

É a melhor ideia de cada um colocada no papel.

É um storyboard de três painéis desenhados em post its exibindo o que os seus clientes vão ver ao interagir com seu produto ou serviço.

### Dicas:

- 1. Deve ser autoexplicativo**
- 2. Deve ser anônimo**
- 3. Palavras são importantes**
- 4. Use um título marcante**



# Design Sprint – Dia 3

3



decidir

Vocês já têm uma pilha de soluções. Isso é ótimo, mas também pode ser um problema. Vocês não têm como fazer protótipos nem testes com todas as soluções– **o importante aqui é ter um plano sólido.**

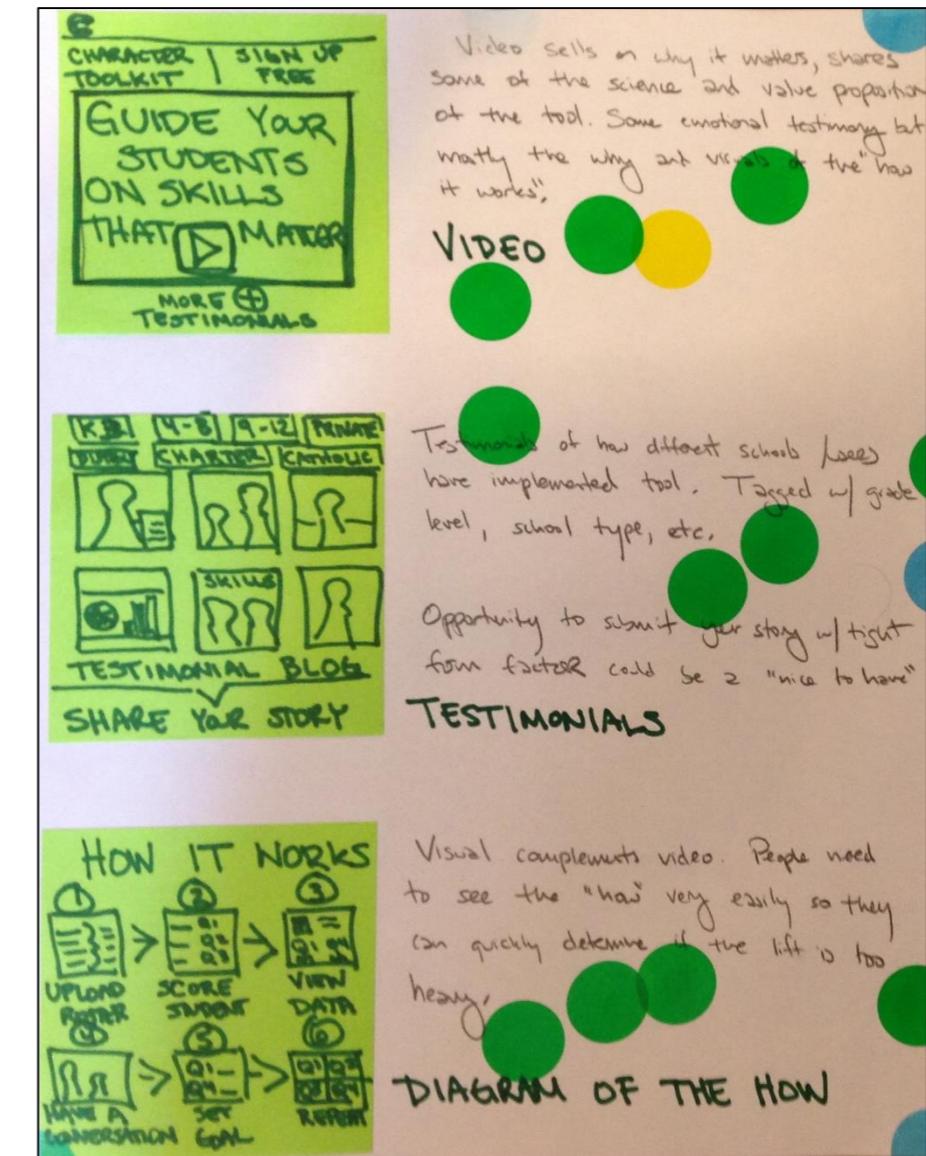
Primeiro, faça uma **análise crítica de cada solução** e **decida** quais têm mais chance de alcançar seu objetivo de longo prazo. Em seguida, à tarde, pegarão os melhores cenários de seus esboços e vão ordená-los em um **Storyboard**: um plano para o protótipo elaborando um passo a passo.

# Design Sprint – Dia 3

**1) O Museu de Arte:** Cole todos os story boards individuais na parede com fita crepe

**2) Mapa do Calor:** Cada participante tem 3 adesivos de bolinhas (o definidor tem 5). Cole as bolinhas nas partes que você mais gostou. Não fale. Caso tenha dúvidas, anote ao lado do storyboard

E então: Críticas  
Relâmpago!



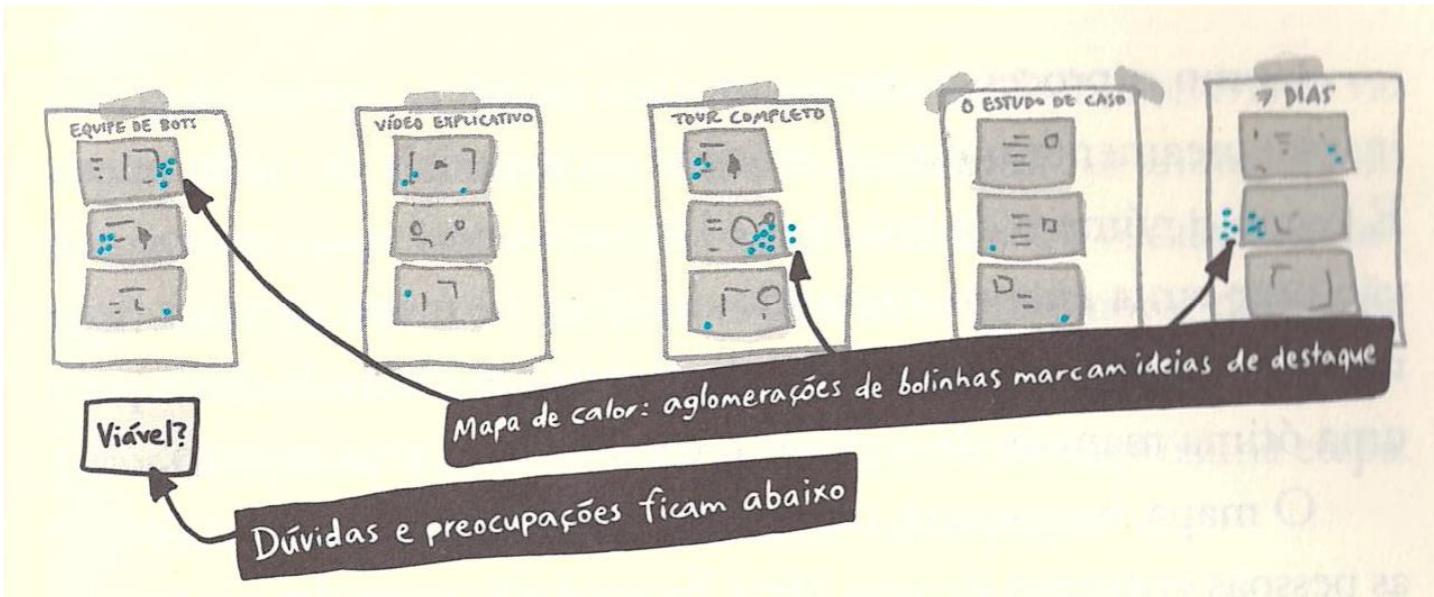
# Design Sprint – Dia 3

## 3) Críticas Relâmpagos

- Reúnam-se ao redor de um esboço
- Três minutos para cada esboço
- Facilitador narra esboço
- Facilitador anuncia ideias destaque (mais bolas)
- Escrevente registra ideias destaque em post it
- Revisão de preocupações e dúvidas
- Criador fica em silêncio até o fim
- Criador esclarece eventuais dúvidas / ideias
- Ideias em destaque ficam acima do storyboard.



# Design Sprint – Dia 3



## 4) Pesquisa de intenção de votos

- Todos tem um voto.
- Escolha uma solução (ou parte da solução).
- Os storyboards com o maior número de votos são os vencedores.

# Design Sprint – Dia 3

**Empatou....Usem o Super Voto!**

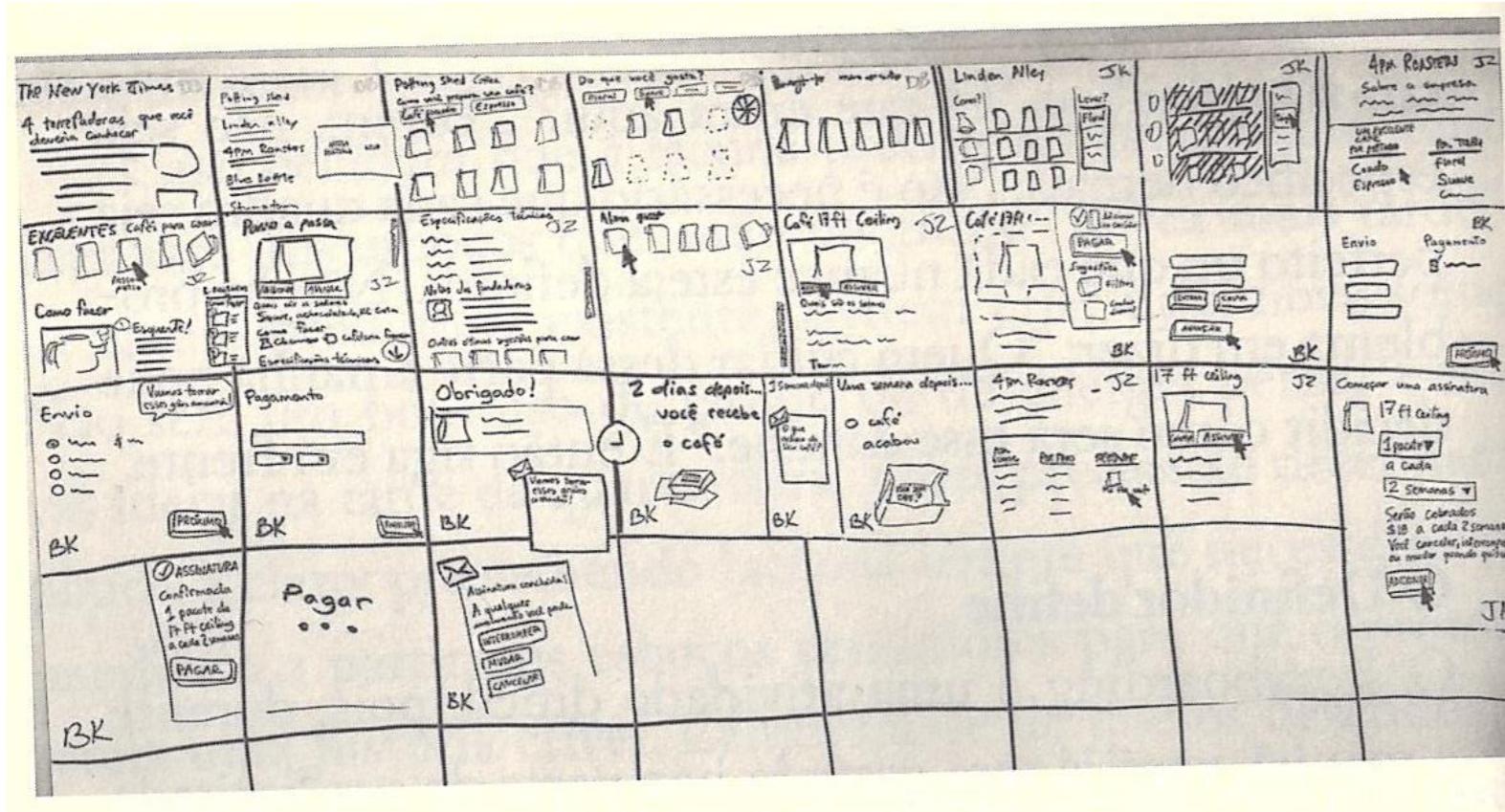
**USEM O DEFINIDOR!**

**Desde que não seja a historia dele!**



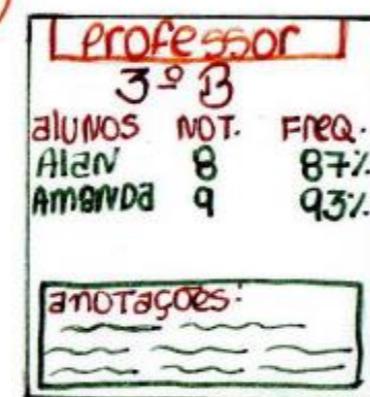
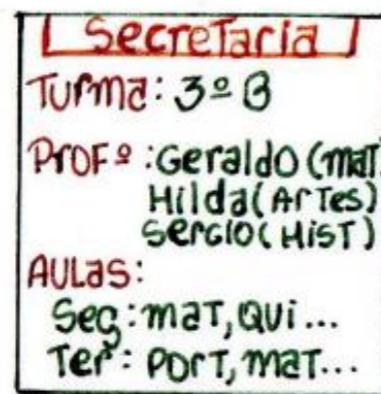
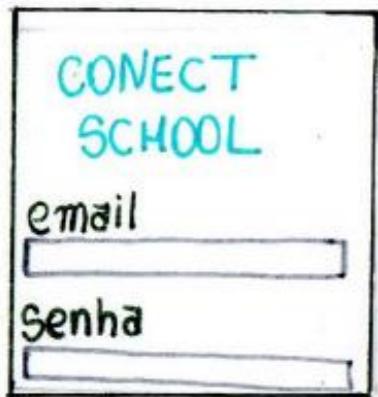
# Design Sprint – Dia 3

## Montando o storyboard

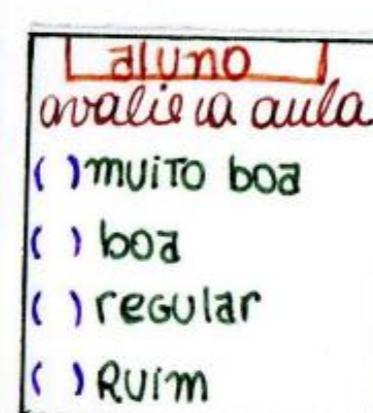
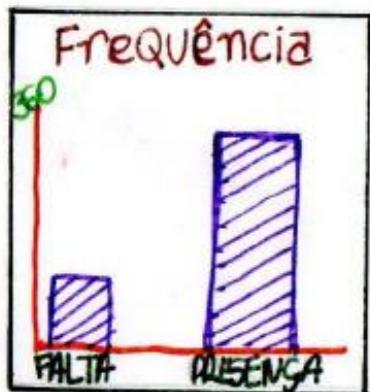


# Design Sprint – Dia 3

## Storyboard Final



FEITO NO HACKATOON





# Design de Interface

Aula – Bom senso de usabilidade

Professor Esp. Gerson Santos

# Introdução

“Qual a coisa mais importante que eu devo fazer se quiser me assegurar de que meu site é fácil de usar?”

**Resposta: Assegure que tudo está a 2 clicks de distância....**

Blah...Blah...Blah...

# Regra número 1

**Momento - Não me faça pensar!!!!!!**

# Exemplo – Sem pensar

The screenshot shows the homepage of the Fast Shop website. A teal box highlights the search bar with the text "Pesquisa". Another teal box highlights the "TODOS OS DEPARTAMENTOS" dropdown menu with the text "Aqui estão os departamentos". A third teal box highlights the "Contatos" link in the top right corner. A fourth teal box highlights the "Ofertas principais" section. A fifth teal box highlights the "CADASTRE-SE" button.

Bem vindo à Fast Shop

Pesquisa

O que você procura?

Presentear Noivos

Televendas: [3003-3278](#) | Empresas: [11 3232-3030](#) | Nossas Lojas | Meus Pedidos

**FAST**  
SHOP

ENTRE OU CADASTRE-SE

TODOS OS DEPARTAMENTOS

Eletrodomésticos | Video e Áudio | Informática | Smartphones | Eletroportáteis | Ar e ventilação

Vaií  
ampanha a da Fast Shop

Aqui estão os departamentos

Para comemorar **32 anos** de vida, preparamos muitas surpresas... Cadastre-se e descubra antes!

CADASTRE-SE

Família MOTO G6

  
FRETE GRÁTIS\*  
A partir de **R\$ 934,00 no boleto\***

CONFIRA

Ofertas principais

uma semana inteira de **GRANDES novidades.**

LG UHD TV 4K com Nano Cell™ Display

[https://www.fastshop.com.br/web/c/22004/telefonia\\_4\\_v](https://www.fastshop.com.br/web/c/22004/telefonia_4_v)

\*VALOR DO BOLETO DISPONÍVEL NO FECHAMENTO DO PEDIDO.

# Contra Exemplo

Island Foods

Bath and Body

Aloha Health +

A little Aloha

Island Music-Video

Buy the Case



SHOP  
SAFE!  
NO CC# STORAGE



Currency converter

Shipping

Testimonials

Fill up a priority mail box  
\$11.45 to USA - PO Box  
APO - FPO - DPO  
holds 15 pack coffee



AMERICA  
SUPPORTS  
YOU  
APO FPO

Terms & Conditions

PROCEEDS MADE

## Coffee - Decaf - Organic 100% Kona coffee from Hawaii



In paradise you loved the Hawaiian Kona coffee, organic, decaffeinated coffee. You were dazzled by the pure Kona coffee selection and 'special offers'. Hawaiian Kona coffee 7,8,10oz flavored coffees and 10% percent Kona blend. How to fit all those 100% Hawaiian coffees in your suitcase? Good news! Here's an easy selection of the best gourmet coffee brands of Hawaii to enjoy. In a hurry for a gift? Try our all-islands fancy coffee beans 5-pack samplers.

Coffee from all Hawaiian isles  
The best fancy coffee beans grow in Hawaii. Sip some Royal Hawaiian Kona coffee again.



The Hawaiian islands are in the coffee zone.  
Maui Molokai Oahu Kauai Kona-Hawai'i.  
Try our gourmet coffee variety 5 packs

## Royal Kona Coffee

9 Pack Variety or Same \$5.49ea



from  
**\$5.49**



100% KONA 9-Pack \$107.99

## 100% KAUAI Coffee 4Lb \$71.89



ESTATE  
ROASTED

## Hawaiian Isles 10% BLEND

9 Pack Mix and Match 10oz

New Low Prices



## Hawaiian Islands Tea

Green - Herbal - Caffeine free - Organic



Ohina Mamaki Tea



Hawaiian Natural Tea

Hawaiian Islands Tea - 5 Pack / 100 bags \$24.99

## Island Foods

Cooking - Salad Oil, BBQ Spices

Pancake Mix-Waffle Mix Hula Girl Kona Coast Aloha Sunset Maui Taro



## KONA COAST PANCAKE MIX BREAKFAST PACK

Royal Kona Coffee + Syrup



## Hula Girl Cosmetic Bags - Cell Phone Pouches - Totes



-EXCLUSIVE

Hawaii Exclusive Design Travel Accessories Luggage Straps  
a little aloha - gifts and souvenirs - gift baskets

## 5 Islands Coffees



Sampler pack

The Year 2013 Hawaiian calendars available now



## chocolate Macadamia nuts

Organic - Cholesterol free - Sugar free - flavors



## Island Music ~ Scenic DVD Videos

CD selection of Hawaii's best performing artists

Classic - Popular - Contemporary - Relaxing

Iz Israel - Amy Gilliom Hanaiali'i



# Coisas que nos fazem pensar

<< O ÓBVIO

REQUER RACIOCÍNIO >>

Estágios

Oportunidades de  
Estágios

Estágios GF

Para quem está nesta faculdade, pensando sabe o que é GF, para quem está de fora....não tem a menor ideia.

# Coisas que nos fazem pensar

<< O ÓBVIO PARA CLICAR

REQUER RACIOCÍNIO >>

Estágios

Estágios

Estágios

O primeiro não há dúvidas que é um botão. O do meio gera perguntas, o da direita precisa de adivinhação.

# Coisas que nos fazem pensar

Exemplo de sites de empresas áreas vinculados as siglas  
dos aeroportos.

Teste: <https://www.aa.com.br>

# O visitante não pode pensar...

- Onde eu estou?
- Onde devo começar?
- Onde eles colocaram o ....?
- Quais as coisas mais importantes nesta página?
- Por que eles deram nome a isto?
- Isso é um anúncio ou é parte do site?
- O que é isso? Que palavra é essa?
- Como faço para voltar?

## A vida com ela é!

O chefe entra na sala e pede para você colocar tudo em evidência no site! A gente precisa vender! Põe banner aí!



Steve Krug – Autor do Livro

**Se você tiver que fazer, precisa medir os acessos antes e depois, vai ficar claro que tudo em evidência pode não evidenciar nada.**

**Se você frustrar o usuário, ele vai embora.**

# A vida com ela é!

Ué, mas está cheio de site ruim e as pessoas usam.



Steve Krug – Autor do Livro

- **Elas podem não ter escolha**
- **As pessoas culpam a si mesmas e ficam tentando**
- **Quem garante que o do concorrente é bom?**