



UX/UI

USER EXPERIENCE/USER INTERFACE

AULA 02



UNG

Profº Ritielle Souza



Design Thinking & UX research

“Design Thinking não é um experimento, ele nos empodera e encoraja a EXPERIMENTAR.”

Design Thinking for Strategic Innovation, Idris Mootee





**PENSAMENTO
SISTÊMICO**



**PENSAMENTO
MECANICISTA**



Pensar como um designer

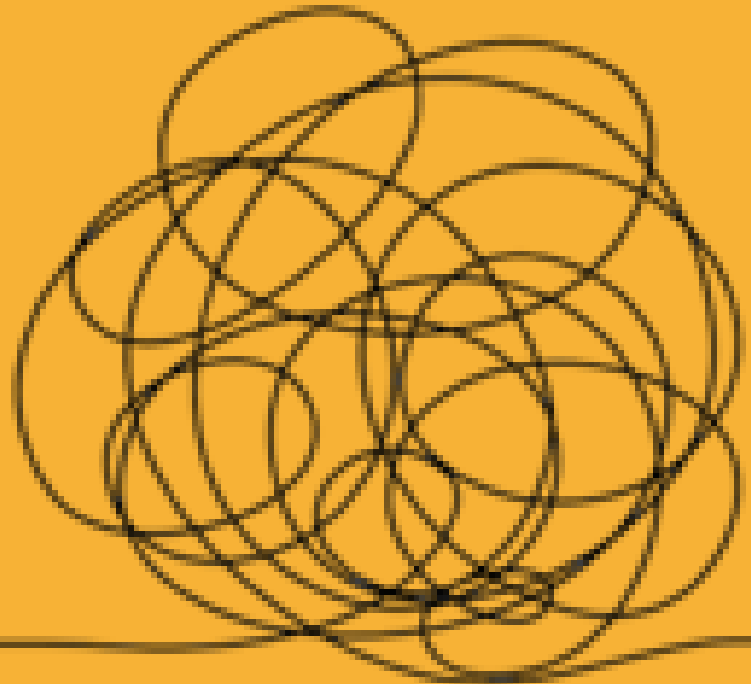
- **CURIOSO**
- **TOLERANTE AO ERRO**
- **EXPERIMENTAL**
- **CENTRADO AO SER HUMANO**





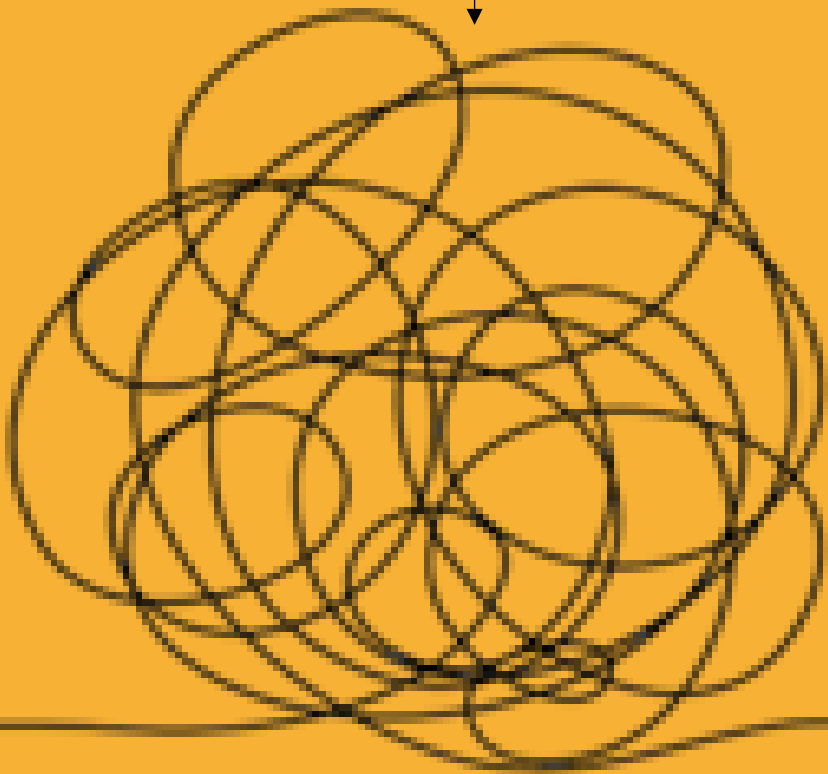
CONTEXTO

- **Desafios complexos no mundo;**
- ***Competitividade mercadológica;***
- ***Demandas institucionais e empresariais por inovação;***





PROBLEMAS COMPLEXOS

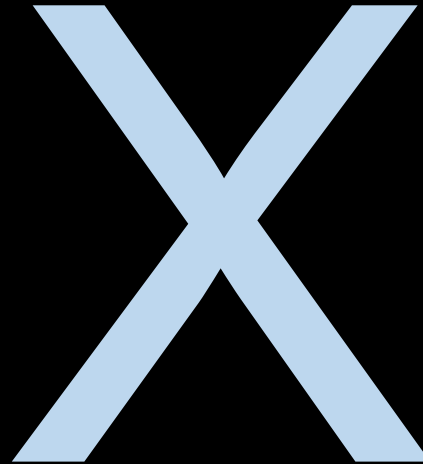


INOVAÇÃO





Facilitar a leitura das informações de uma conta de energia elétrica pode ser uma atividade solucionada por um designer gráfico



O design de um Sistema estratégico para redução de consume de energia necessita do emprego de uma abordagem multidisciplinar por meio de *Design Thinking*.



DESIGN THINKING

“Design Thinking é uma abordagem **centrada no ser humano** voltada para a **inovação** que surge a partir das ferramentas do design e visa atender às necessidades das pessoas, às questões tecnológicas e aos requisitos para um **negócio** bem-sucedido.”

Tim Brown

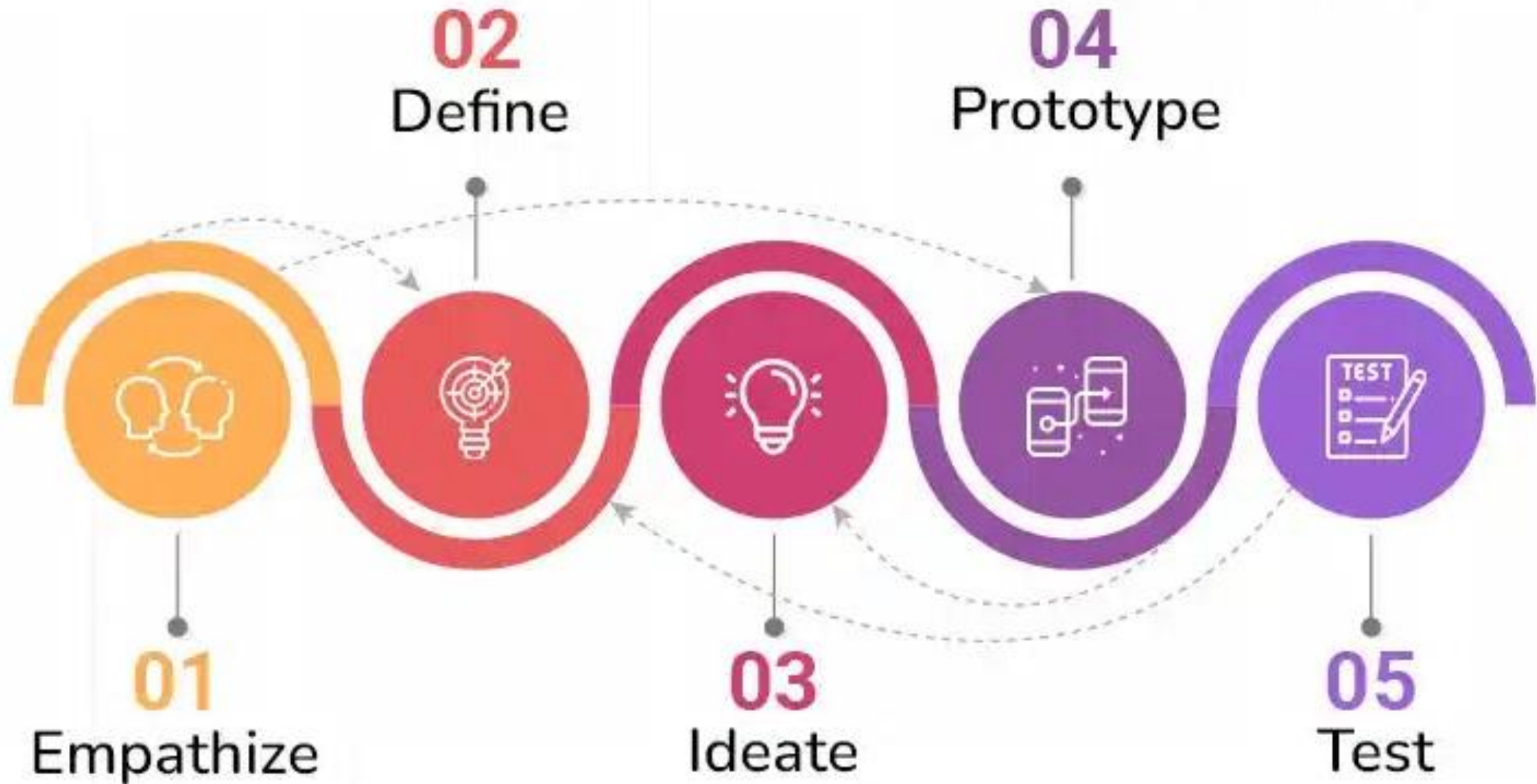


O processo de **design centrado no ser humano** acontece de modo participativo e tem três fases:

**OUVIR,
CRIAR
E IMPLEMENTAR.**

SOLUÇÃO

5 Phases of Design Thinking

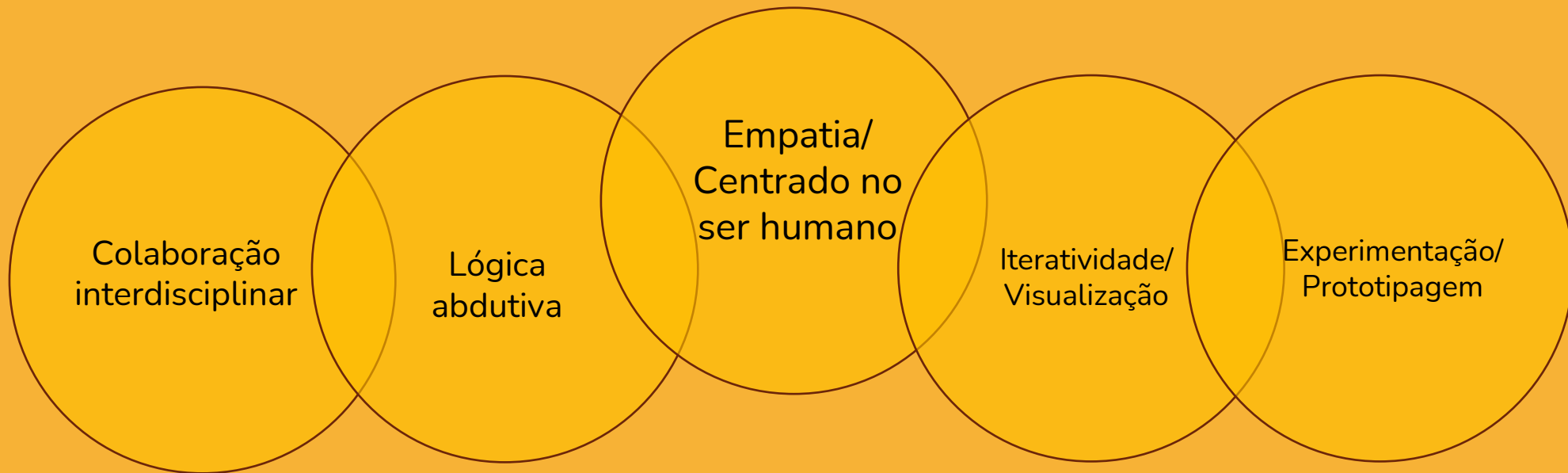




DESIGN THINKING

“Design Thinking é uma abordagem **centrada no ser humano** voltada para a **inovação** que surge a partir das ferramentas do design e visa atender às necessidades das pessoas, às questões tecnológicas e aos requisitos para um **negócio** bem-sucedido.”

Tim Brown





Lógica Dedutiva (DEDUZ)

pensamento analítico/pensamento convergente

É o pensamento que busca analisar várias informações em busca de convergir em direção a um único resultado. Do geral para o específico. É muito importante notar que o raciocínio dedutivo está relacionado a concluir algo a partir de informações que já existem, portanto a dedução não produz conhecimentos novos.



Lógica Indutiva (INDUZ)

pensamento sintético /pensamento divergente

O pensamento indutivo vai do específico para o geral. Ele também está relacionado ao pensamento intuitivo, que tenta prevê o futuro com base nas experiências, por isso não produz conhecimentos novos. Este raciocínio está relacionado ao viés da validade, porque sempre busca validar informações que já possui.

Lógica ABDUTIVA (ABDUZ)

A abdução possui caráter explicativo e intuitivo, procura concluir a melhor explicação, também utilizando o seu conhecimento de fundo (repertório de conhecimento) e não a melhor probabilidade matemática.

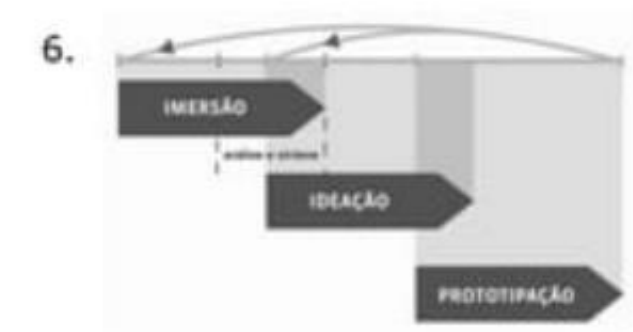
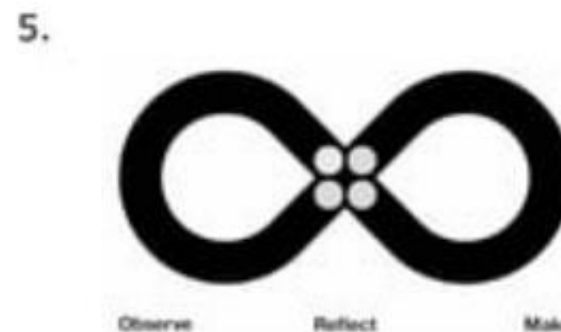
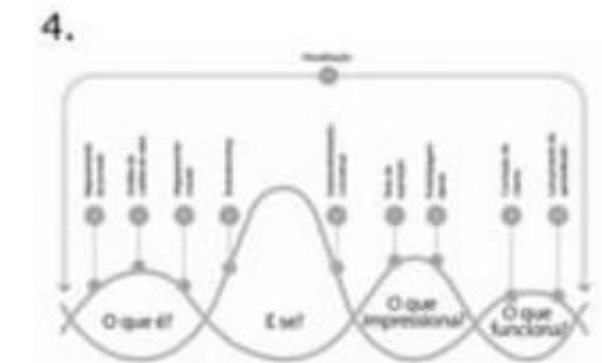
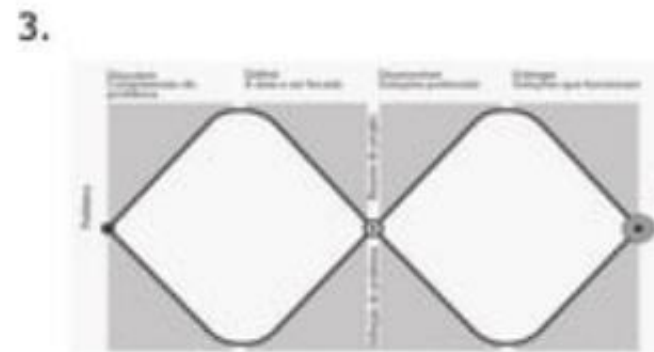
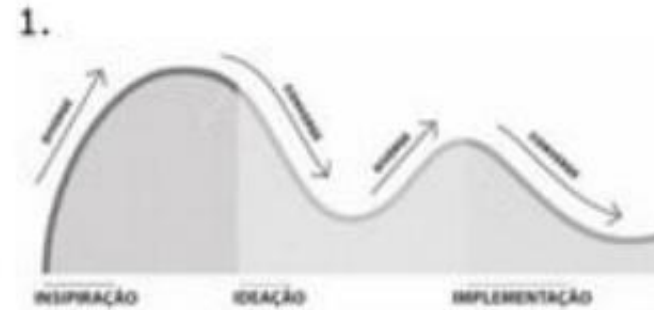
O **raciocínio abduativo** é ampliativo, ele busca a validade assim como a indução e busca a melhor explicação possível assim como a dedução busca a verdade.

A **abdução** é o único raciocínio que produz a **criatividade e a inovação**, por ser a **única lógica que introduz uma nova ideia**.



PRINCIPAIS MODELOS DO DESIGN THINKING

1. IDEO
2. D. School
3. Design Council
4. Liedtka e Ogilvie
5. IBM
6. MJV

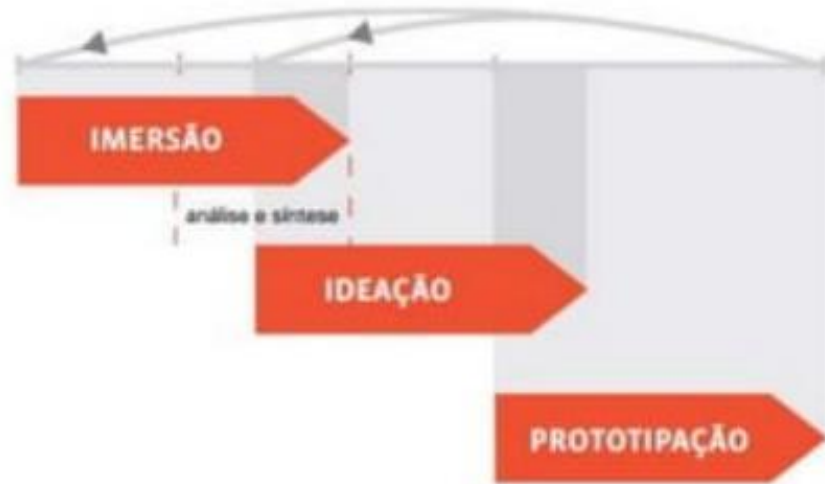




MJV



ETAPAS DO PROCESSO



Esquema representativo das etapas do processo de Design Thinking.

1.




imersão preliminar



e

imersão em
profundidade



UMA PAUSA PARA
análise e síntese
DOS DADOS

2. ideação



3. prototipação



Tenho **SOLUÇÕES INOVADORAS** e
preciso transformá-las em **NEGÓCIO**.





airbnb



PEOPLE

+



PLACES

+



LOVE

+



AIRBNB

=





Estratégias de mkt digital:

- *Desejos e necessidades do público.*
- *Relato de experiências.*
- *Prototipagem e teste.*
- *Observando o usuário real.*







“Para conseguirmos alcançar um futuro diferente precisamos primeiramente de uma mudança de comportamento. É por isso que hoje o design mais importante é o invisível; aquele que trata de crenças, hábitos, valores e sistemas.”

Steven Heller
Commonwise school



**O MAIS DIFÍCIL E
DESAFIADOR É
DEFINIR O
PROBLEMA!**





“Se eu tivesse uma hora para resolver um problema e minha vida dependesse da solução, eu gastaria os primeiros 55 minutos determinando a pergunta certa a se fazer e, uma vez que eu soubesse a pergunta, eu poderia resolver o problema em menos de 5 minutos.”

Albert Einstein

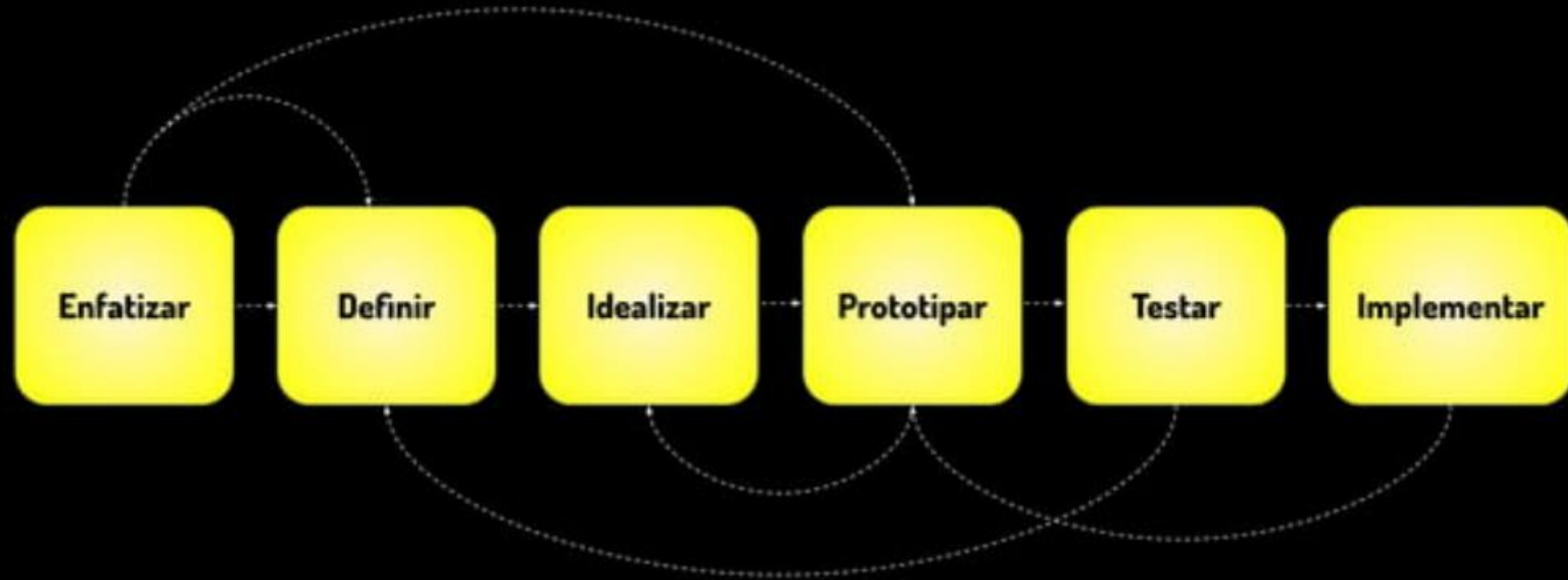


90% das crianças são sedadas para realização de ressonâncias



Mãe, podemos voltar amanhã?

OS 6 ESTÁGIOS DE DT



ESTAGIO 1

Enfatizar para ajudar a definir o problema

**Empatia/
Centrado no ser humano**

CALCE OS SAPATOS DO USUÁRIO

Imergir em situações que permitam vivenciar suas experiências.

SEJA UM ANTROPÓLOGO

Não carregue pontos de vistas prévios e preconceitos nas atividades de caráter empático.

→ ***Entrevista****

→ ***Cinco por quês?****

→ ***Extreme users (usuários radicais)***

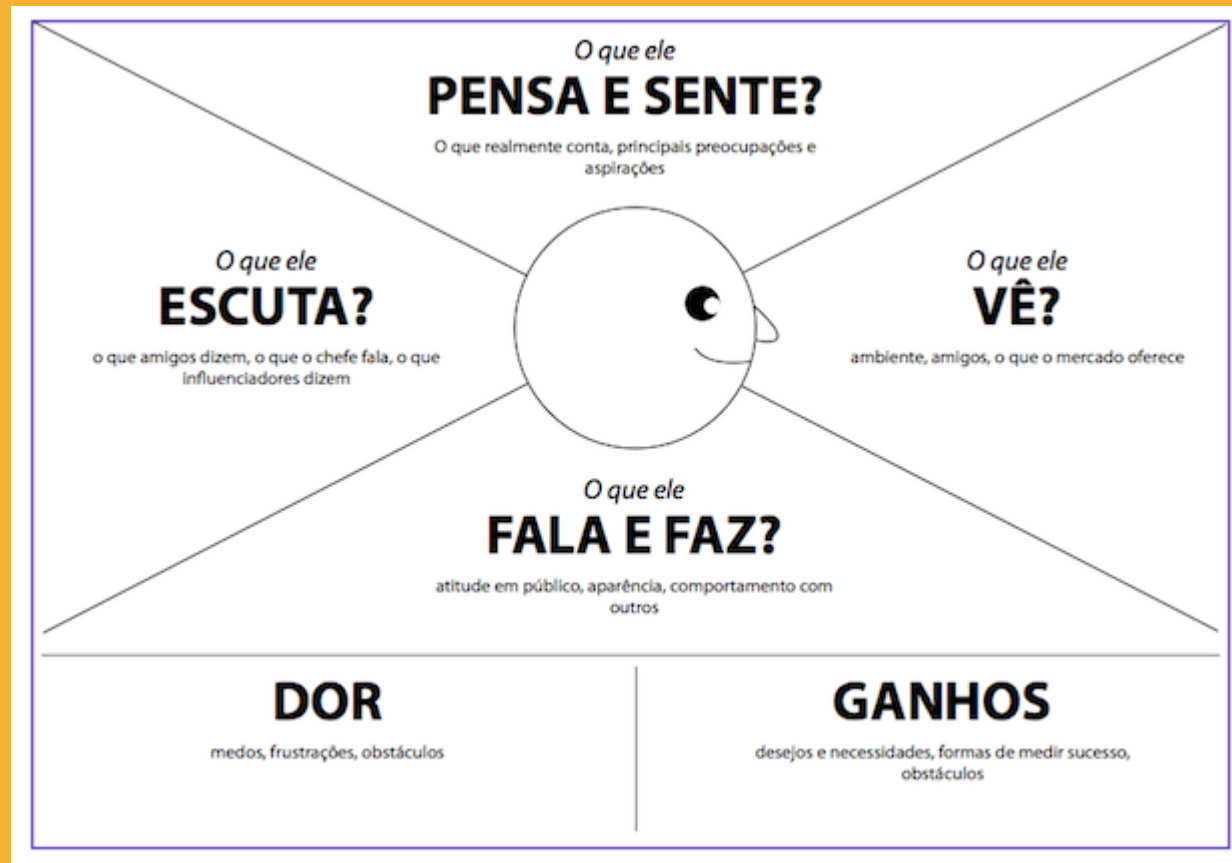
→ ***Shadowing***

→ ***Um dia na vida****

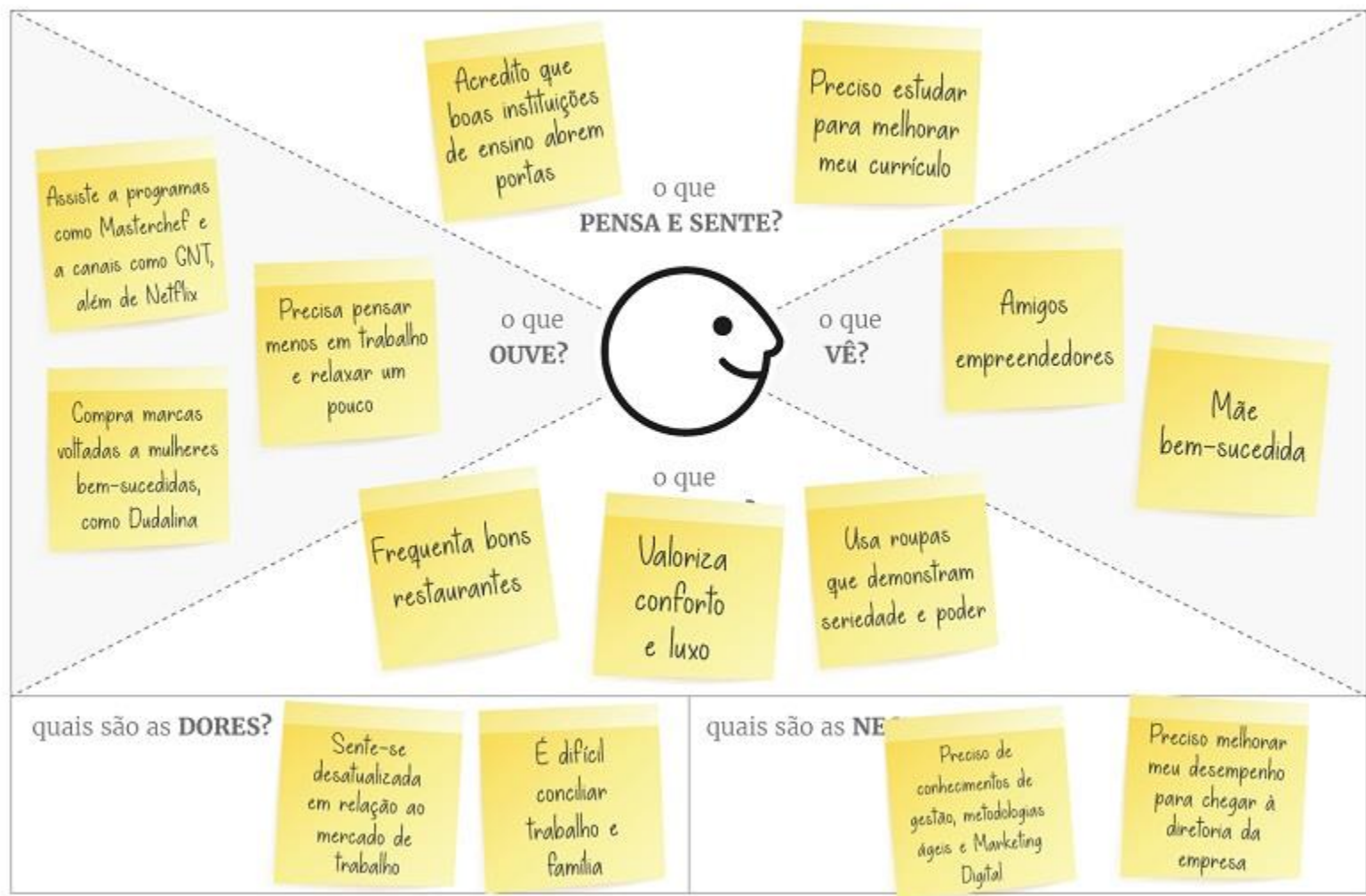
→ ***...***

**ferramentas fundamentais.*

Mapa de empatia



Nome: Juliana Idade: 36 anos





Fábio tem 25 anos e mora em Porto Alegre (RS) desde que nasceu. Estuda veterinária na UFRGS e atua como estagiário em uma clínica especializada em cirurgias pets. Ele valoriza a educação e almeja inaugurar uma clínica própria.

Sua vida é agitada entre os estudos e o trabalho. Por isso, valoriza o conforto, gosta de usar moletom, calça jeans e tênis, pois acredita que passam uma imagem despojada e são ótimas para a sua rotina.

Sem filhos, Fábio mora com seus dois cachorros em um apartamento próximo ao centro da cidade. Sempre que precisa, os pais o auxiliam em suas necessidades.

Gosta de ir a baladas com os amigos no final de semana, passear com seus cães e assistir séries de comédia na Netflix. Passa mais de uma hora por dia em redes sociais, principalmente no Instagram.

Fábio busca novos conhecimentos na área da veterinária, ama animais e busca construir um bom currículo.

NOME: FÁBIO

IDADE: 25 ANOS



O QUE PENSA
E SENTE?

DESEJA CRESCER
PROFISSIONALMENTE
E TER SEU PRÓPRIO
NEGÓCIO.

O QUE
ESCUTA

OS PAIS, NETFLIX,
REDES SOCIAIS,
PRINCIPALMENTE
INSTAGRAM.

O QUE FALA
E FAZ?

VALORIZA O CONFORTO E
A EDUCAÇÃO, FREQUENTA
BALADAS NOS FINAIS DE
SEMANA E AMA PASSEAR
COM OS CÃES.

O QUE
VÊ

AMIGOS, ESTUDANTES,
SÉRIES E SUA
FAMÍLIA.

SUAS
DORES

DIFICULDADE NA GESTÃO
DE TEMPO ENTRE O
TRABALHO E OS ESTUDOS.

SUAS
NECESSIDADES

APRENDER SOBRE
VETERINÁRIA E OBTER
EXPERIÊNCIA PARA TER
UM BOM **CURRÍCULO**
GUARDAR DINHEIRO E
BUSCAR PARCEIROS PARA
TER UMA CLÍNICA
VETERINÁRIA **PRÓPRIA**.



EXERCÍCIO

Grupos de 4 alunos

- Cada integrante vai apresentar 1 problema do seu cotidiano.
- Preencher mapas de empatia com cada integrante do grupo.
- Um integrante irá preencher o mapa para outro integrante.

ESTAGIO 2

Definir o problema

Análise e síntese

Definir corretamente o problema é o único caminho para criar uma solução correta

- **Persona**
- **Mapa de jornada**
- **Mapa de empatia**

- **Mapa de stakeholders**
- **Ponto de vista (descrição, verbo, insight)**

Recomenda-se apresentar na forma de esquemas visuais que sintetizam as informações.



Obrigado.
Prof^o Ritielle Souza.

Nos vemos na próxima Aula.