



Direção de arte

AULA 05



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**

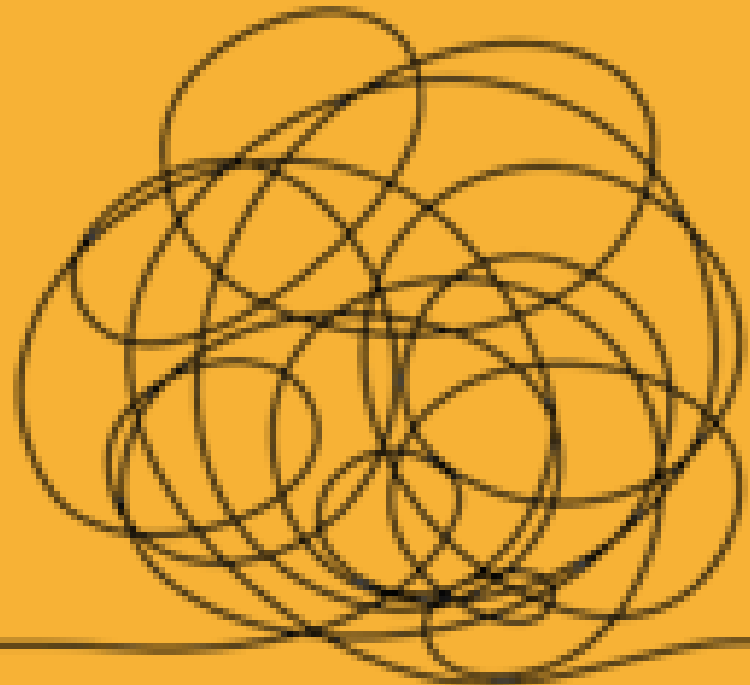




CONTEXTO

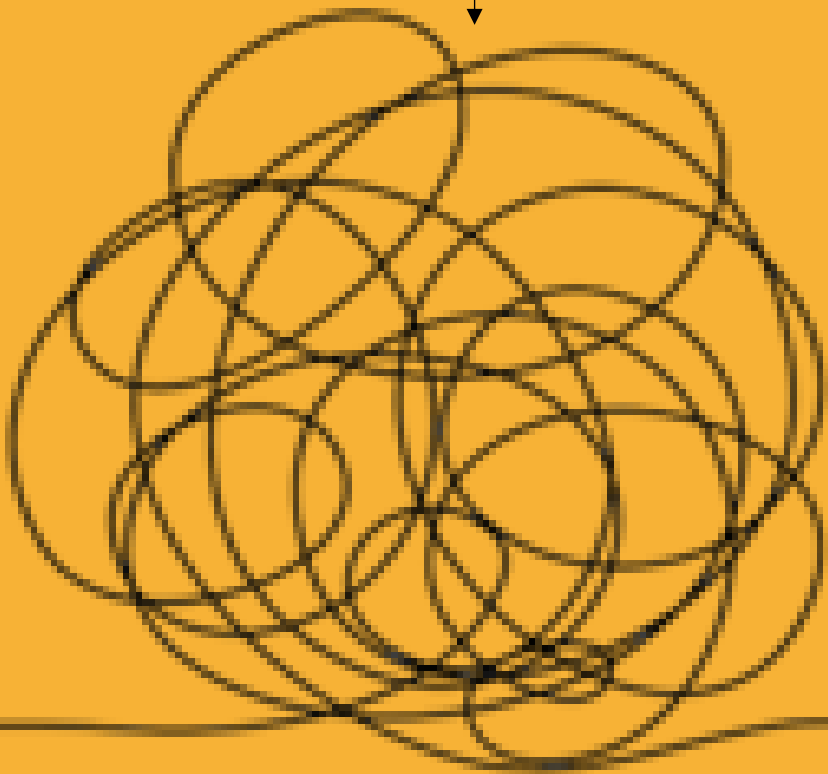


- **Desafios complexos no mundo;**
- ***Competitividade mercadológica;***
- ***Demandas institucionais e empresariais por inovação;***





PROBLEMAS COMPLEXOS

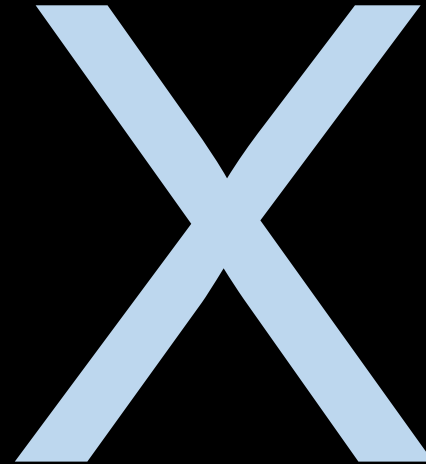


INOVAÇÃO





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

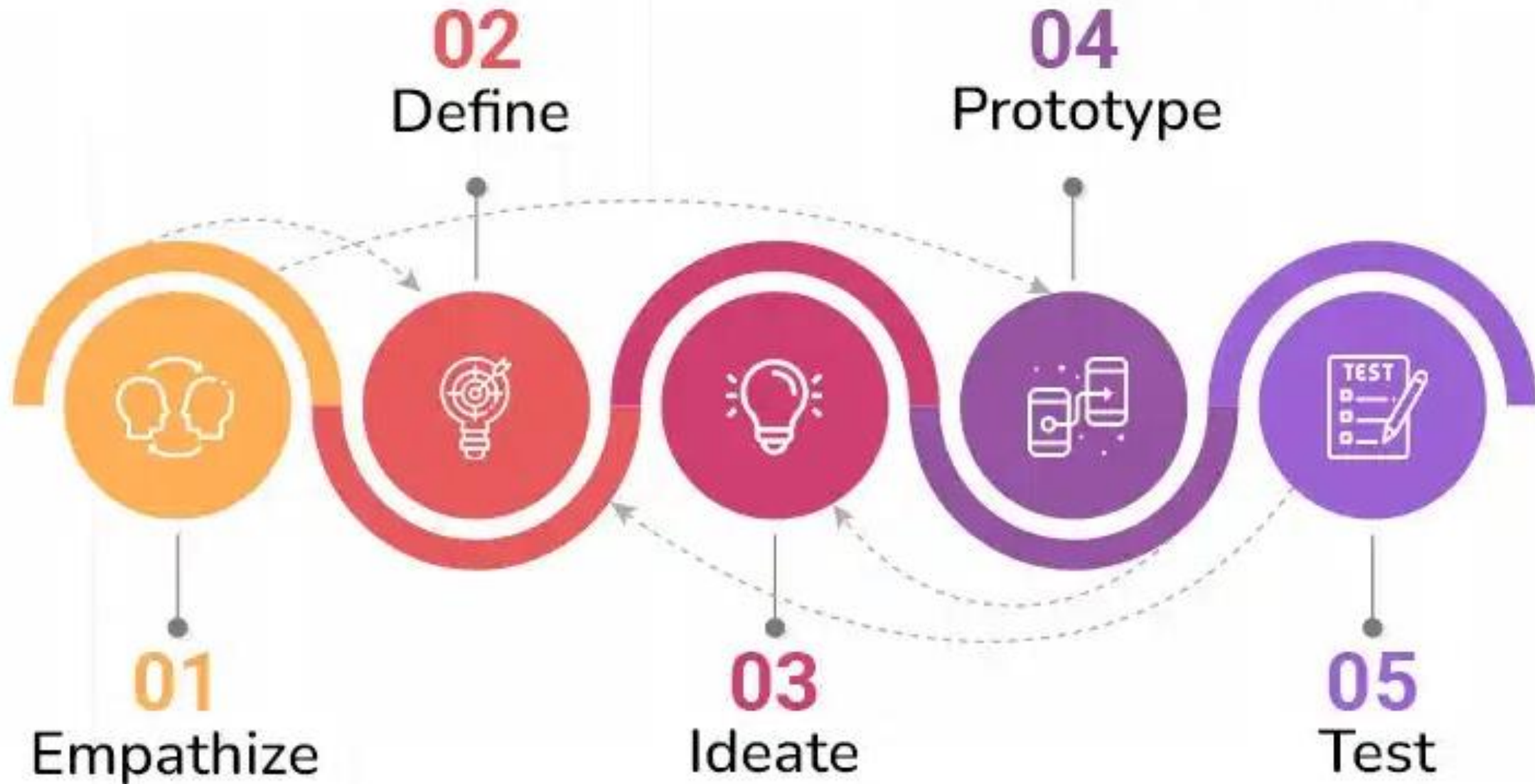


O processo de **design centrado no ser humano** acontece de modo participativo e tem três fases:

**OUVIR,
CRIAR
E IMPLEMENTAR.**

SOLUÇÃO

5 Phases of Design Thinking

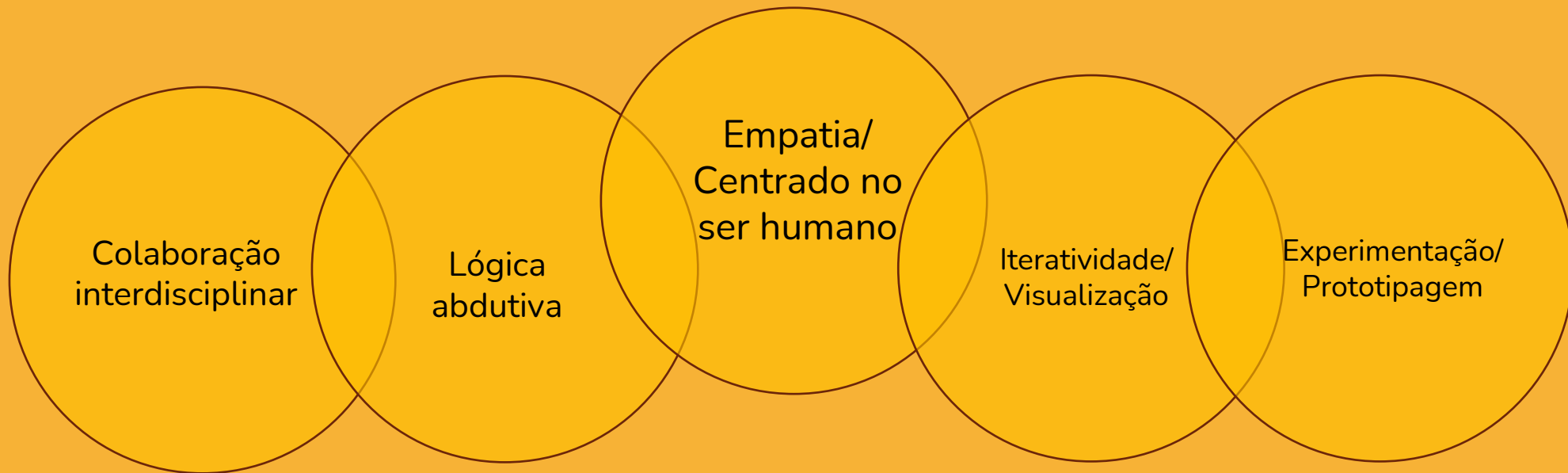




DESIGN THINKING

“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.

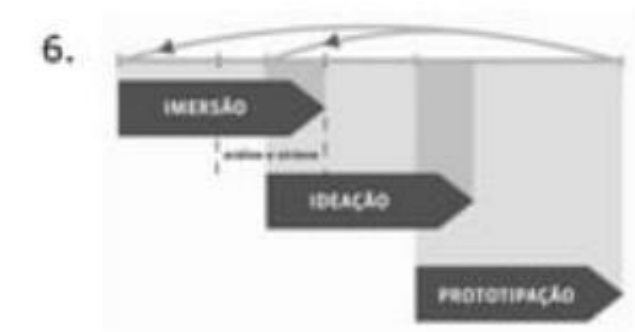
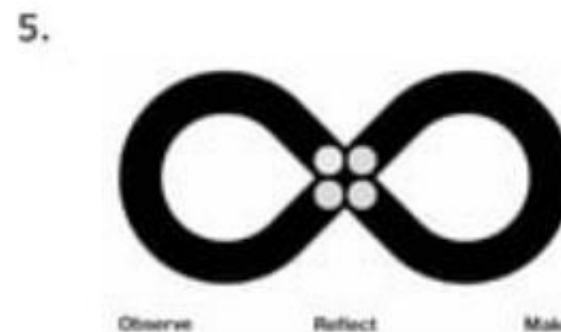
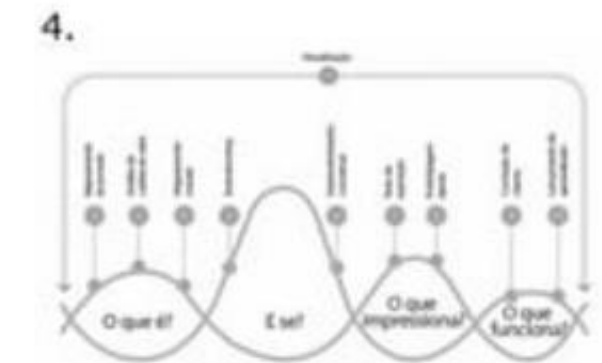
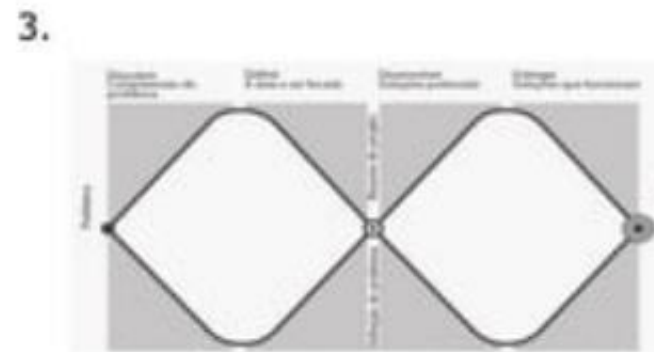
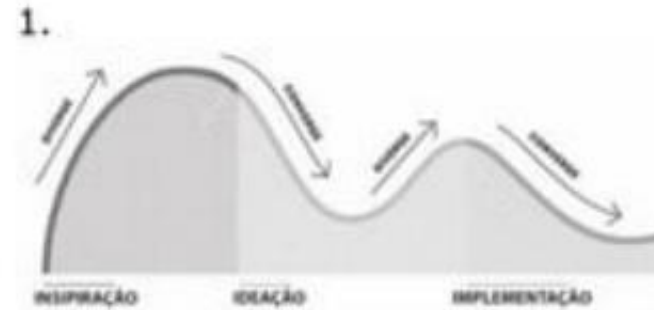
O **raciocínio abduativo** é ampliativo, ele busca a validade assim como a indução e busca a melhor explicação possível assim como a dedução busca a verdade.

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**.







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

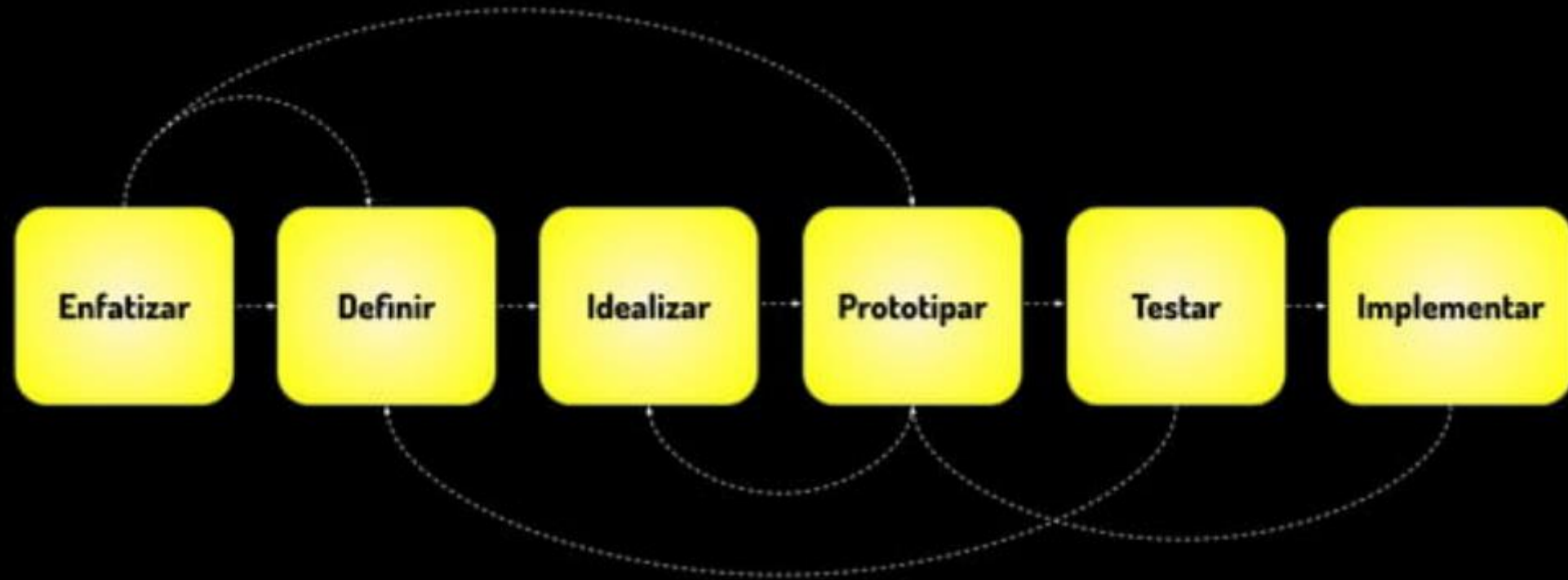


90% das crianças são sedadas para realização de ressonâncias



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****

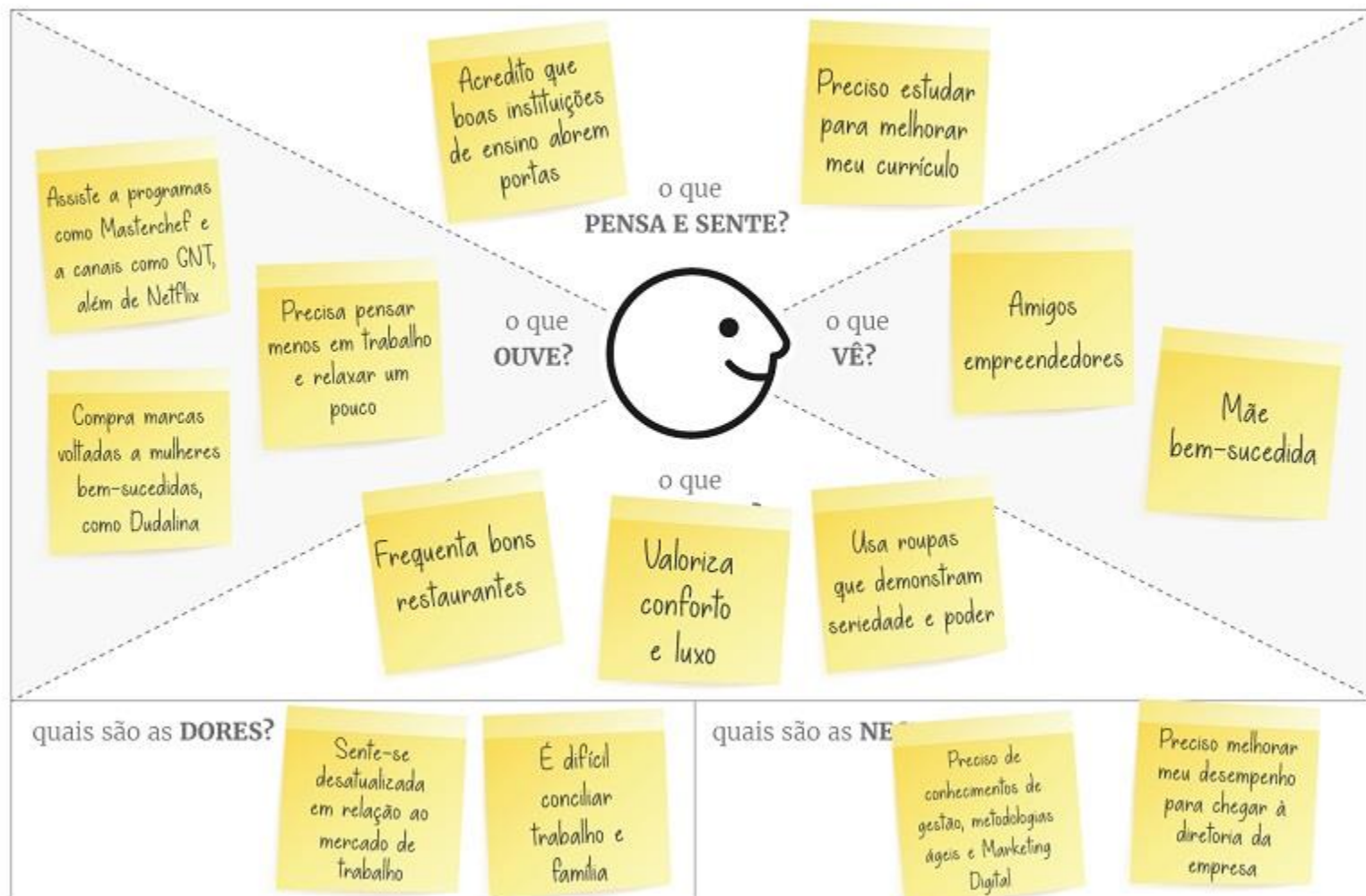
→ ***...***

**ferramentas fundamentais.*


Mapa de empatia



Nome: Juliana Idade: 36 anos



Modelo entrevista



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.

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.

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.

**Definir o problema
é a parte mais
desafiadora do
projeto.**



ESTAGIO 3



Idealizar gera
um conjunto de
possibilidades

**Colaboração
interdisciplinar**

A ideação almeja a expansão em termos de conceitos e resultados de modo a obter ***diversidade e quantidade de ideias***

- **Brainstorming**
- **Mapa mental**
- **Como podemos...?**
- **E se...?**



ESTAGIO 4



Prototipar é um modo de “pensar com as mãos”

Experimentação/
Iteratividade

Apresenta *ideias tangíveis* que podem ser compartilhadas, testadas, avaliadas em um **processo iterativo** em busca da melhor solução.

- *Prototipação rápida*
- *Storyboard*
- *Encenação Wizard of Oz*
- *Lego*



ESTAGIO 5



Testar cria novas ideias para o projeto

Refinamento/
Iteratividade

O teste é um segundo momento de empatia, pois permite entender melhor o usuário.

- *Matriz de feedback*
- *Eu gosto, eu quero, e se...?*
- *Storytelling*

Ao testar:

- Focar no protótipo, não no usuário;
- Simular o ambiente real;
- Observar e não interromper o usuário.

ESTAGIO 6




Implementar
é acompanhar a
solução no
mercado

A fase de implementação e **apresenta ações a serem desenvolvidas após a validação da solução junto ao usuário**. Envolve a prototipação, os testes, até o lançamento da solução no mercado.

- **Blueprint de serviços**
- **Mapa de ciclo de vida do usuário**
- **Business model canvas**



ANÁLISE DE PEÇAS



Escolher uma peça publicitária, anúncio de revista, outdoor ou banner digital e analisar sua composição imagética.

Relate em sua visão o que acha de sua criação, diagramação, uso tipográfico, semiótico, cores e uso de fotos se houver.



ANÁLISE DE PEÇAS – ATALHO

Prompt IA

Abaixo eu vou informar:

1. Uma **[ação]** para você executar;
2. A **[persona]** que você representa;
3. A sua principal [tarefa];
4. Os **[passos]** que você deve seguir para executar a ação e tarefa;

[Ação] Quero que você analise uma peça de criação publicitária que irei mandar em imagem com olhar crítico e analítico com base de conhecimento em Gestalt e outras escolas de design e semiótica

[Persona] Você é um grande especialista em direção de arte e campanhas publicitárias, com o objetivo de criar peças manipulativas e impactantes para o público determinado no segmento de negócio. Você é metódico e extremamente detalhista para encontrar todas as nuances na imagem encaminhada.

[Tarefa] Sua tarefa é criar um relatório com a descrição mais completa possível dos detalhes da minha imagem, levantar as principais características.

[Passos]

1. Incorpore a **[persona]** descrita neste passo a passo;
2. Faça primeiro a análise semiótica da peça publicitária;
3. Faça uma análise com as leis da Gestalt;
4. Crie um relatório completo com todas as características encontradas (seja absolutamente detalhista);
5. Faça o trabalho com calma.



Obrigado.
Prof^o Ritielle Souza.

Nos vemos na próxima Aula.