

# DIGITAL PRODUCT DESIGN

CURSO ONLINE  
COORDENADO POR  
THIAGO BARCELOS

MÓDULO 26



**MÓDULO 26**

**AULA 1**

# **Comunicação**

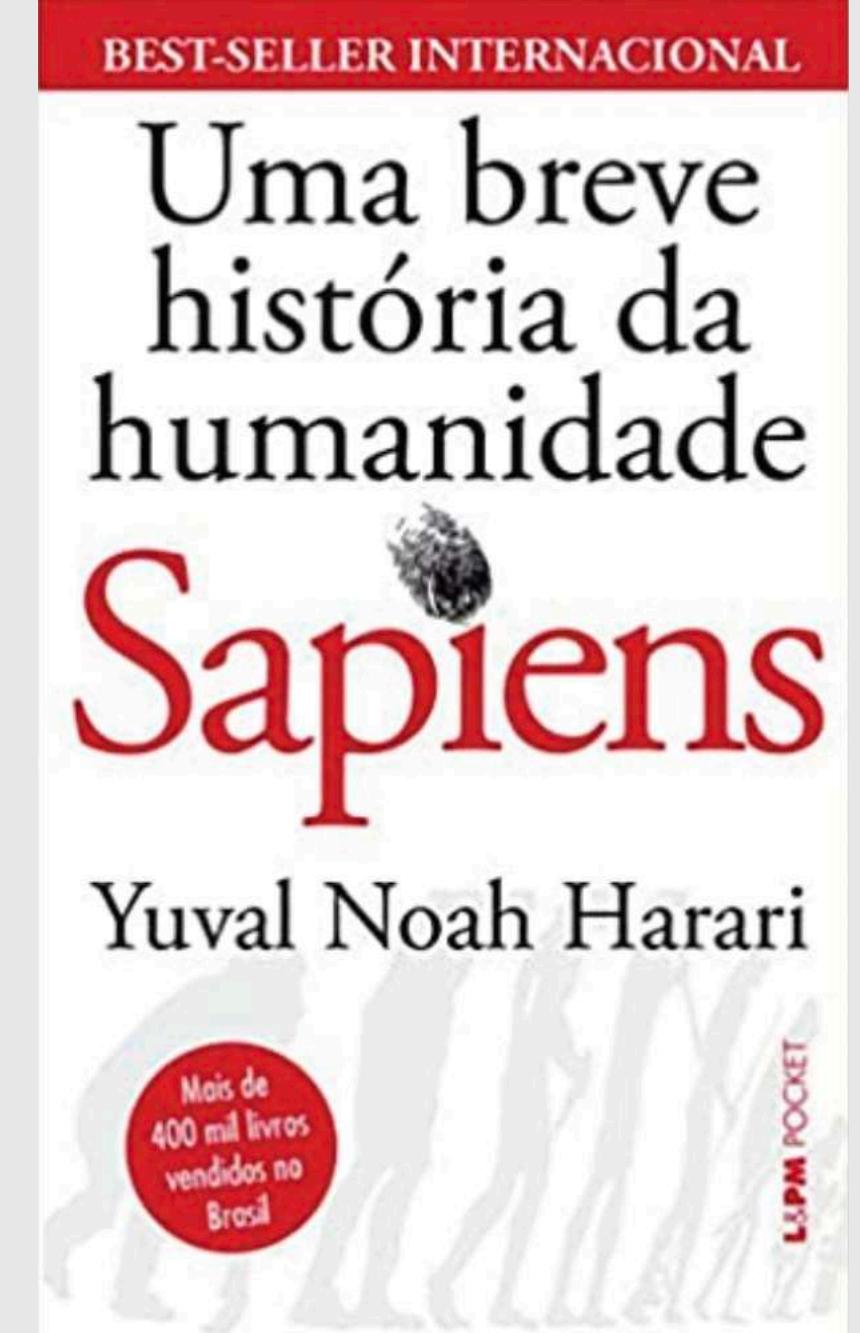
# Por que conversamos?

A conversa não é uma nova interface. É a mais velha de todas as interfaces.

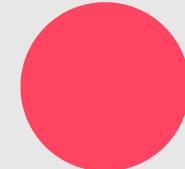
Conversar é como os seres humanos interagem uns com os outros, e temos feito isso por milênios.

# Teoria da fofoca

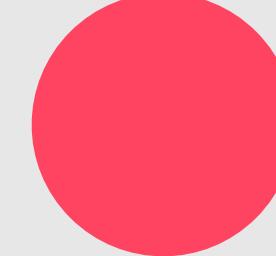
**"Nossa linguagem evoluiu como uma forma de fofoca. De acordo com essa teoria, o *Homo sapiens* é antes de mais nada um animal social. A cooperação social é essencial para a sobrevivência e a reprodução. [...] As novas habilidades linguísticas que os sapiens modernos adquiriram há cerca de 70 milênios permitiram que fofocassem por horas a fio. Graças a informações precisas sobre quem era digno de confiança, pequenos grupos puderam se expandir para bandos maiores, e os sapiens puderam desenvolver tipos de cooperação mais sólidos e mais sofisticados."**



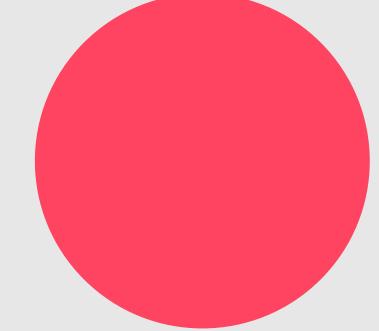
# Linguagem, cooperação e evolução tecnológica



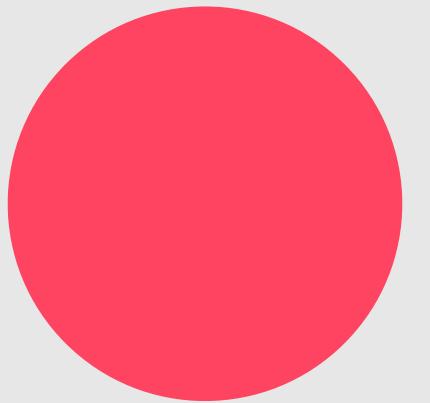
Fofoca



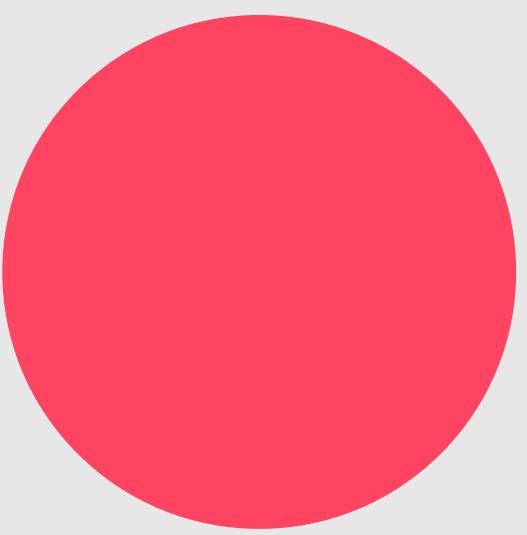
Histórias



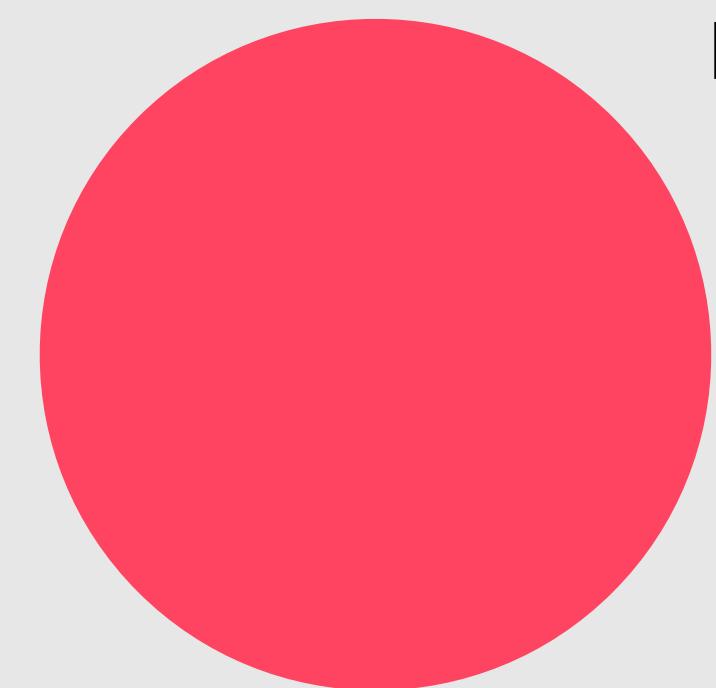
Escrita



Prensa



Mídias



Internet



Redes sociais

# Teoria da comunicação / Comunicação

$$C = B \log (1 + S/N)$$

C = Comunicação

B = Banda

S = Sinal

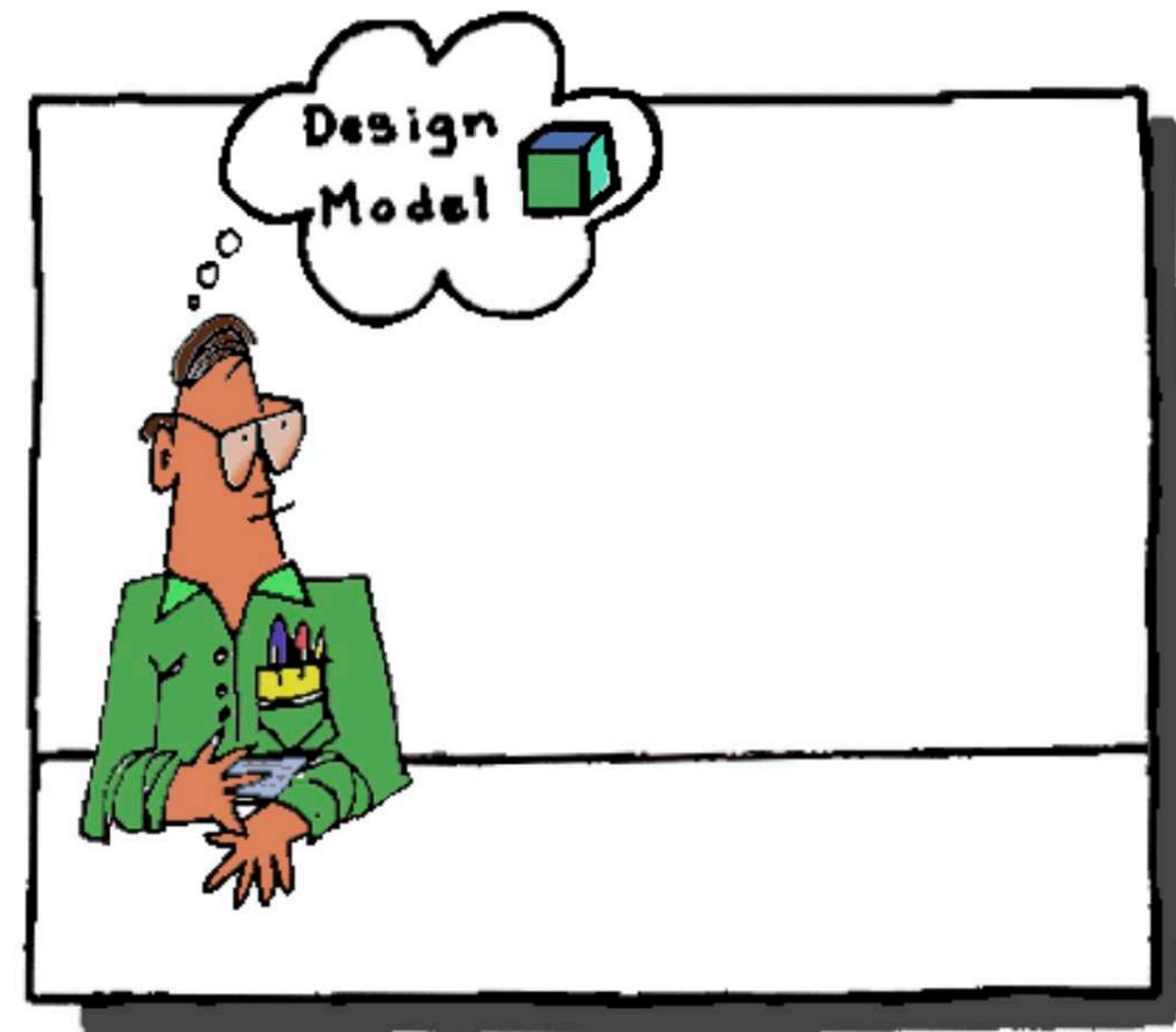
N = Noise (ruído)

# Teoria da comunicação / Comunicação

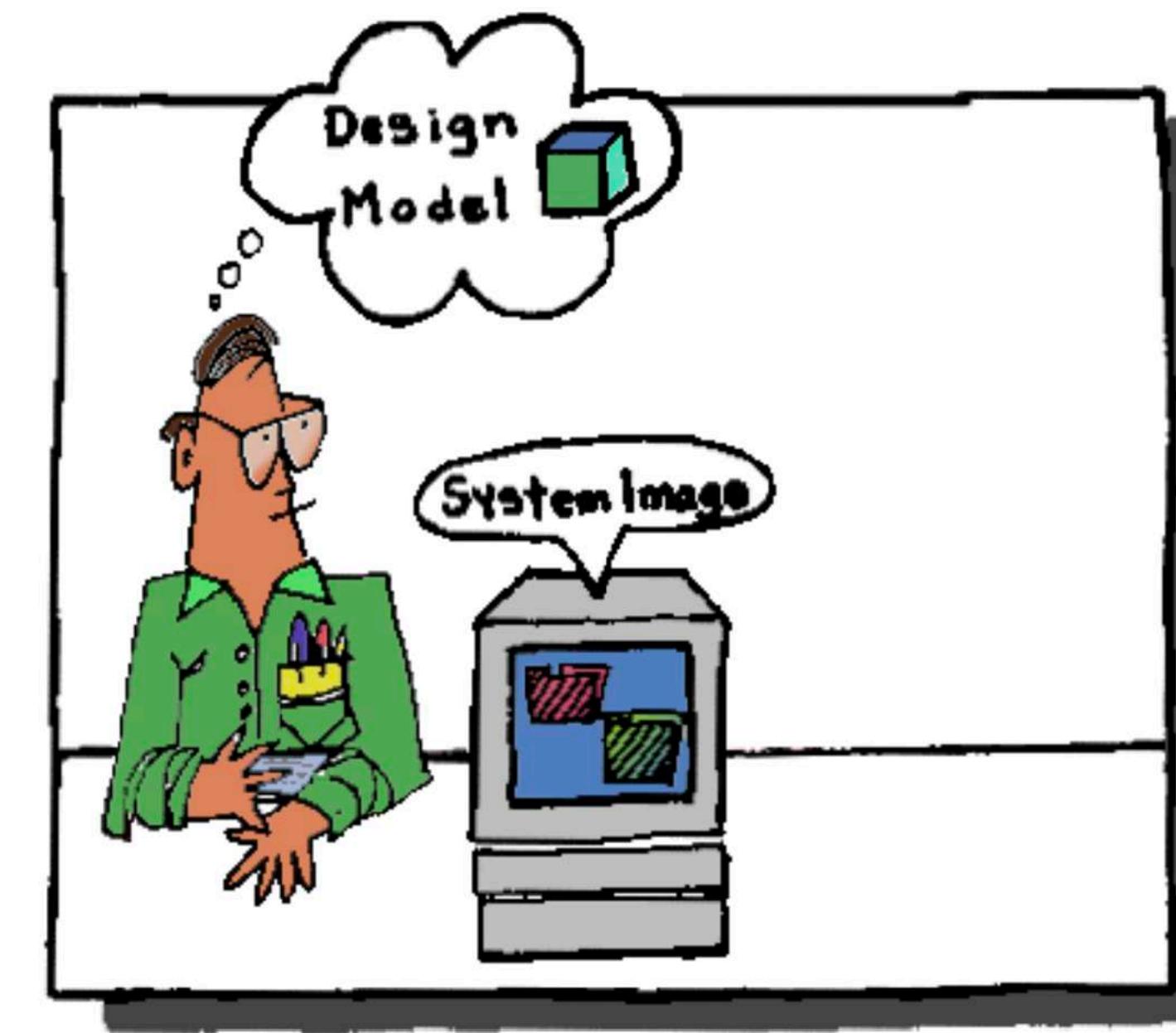


Toda interface é uma  
troca de informação,  
uma conversa entre o  
designer e o usuário.

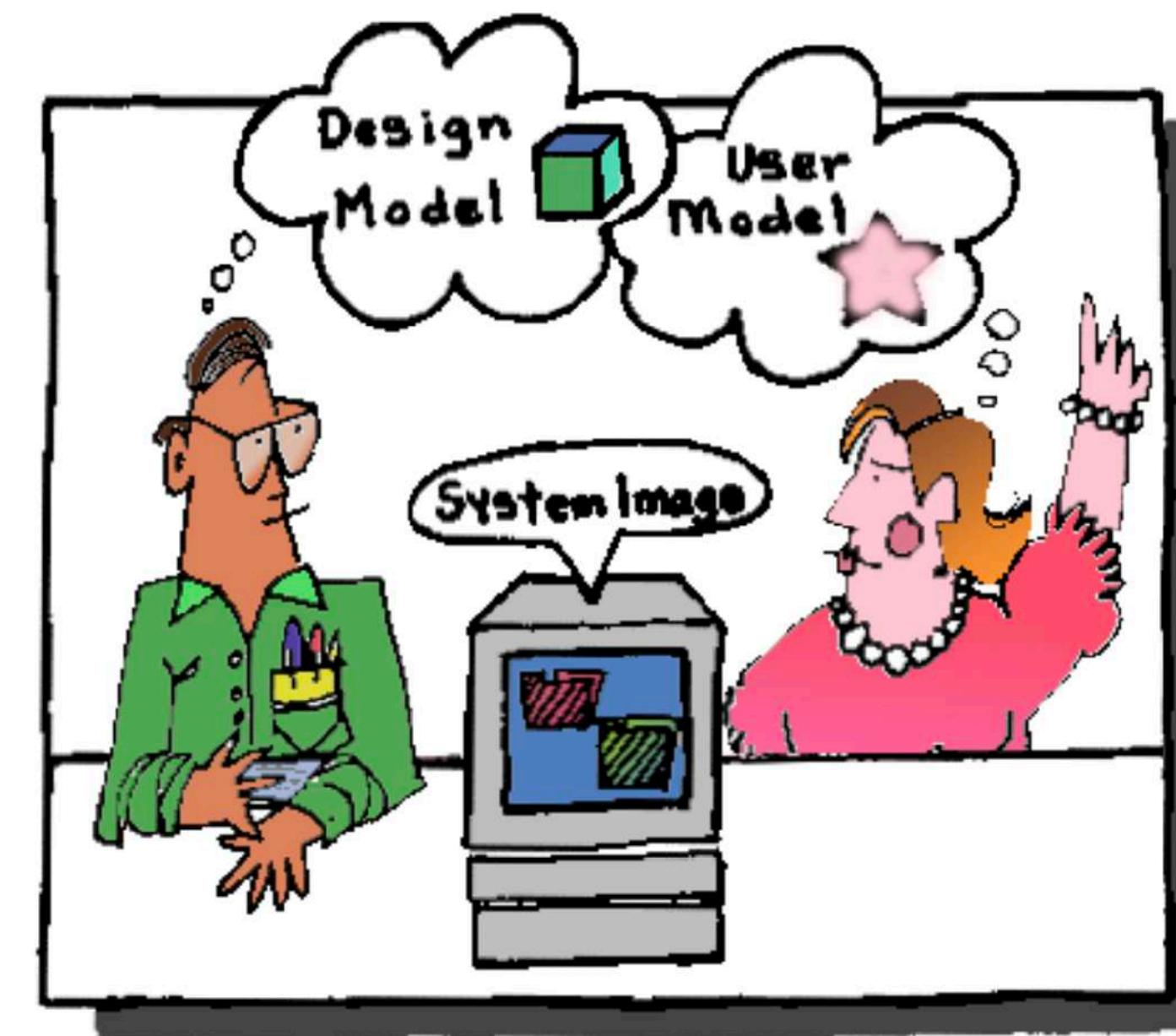
# Modelo Conceitual de Norman



# Modelo Conceitual de Norman



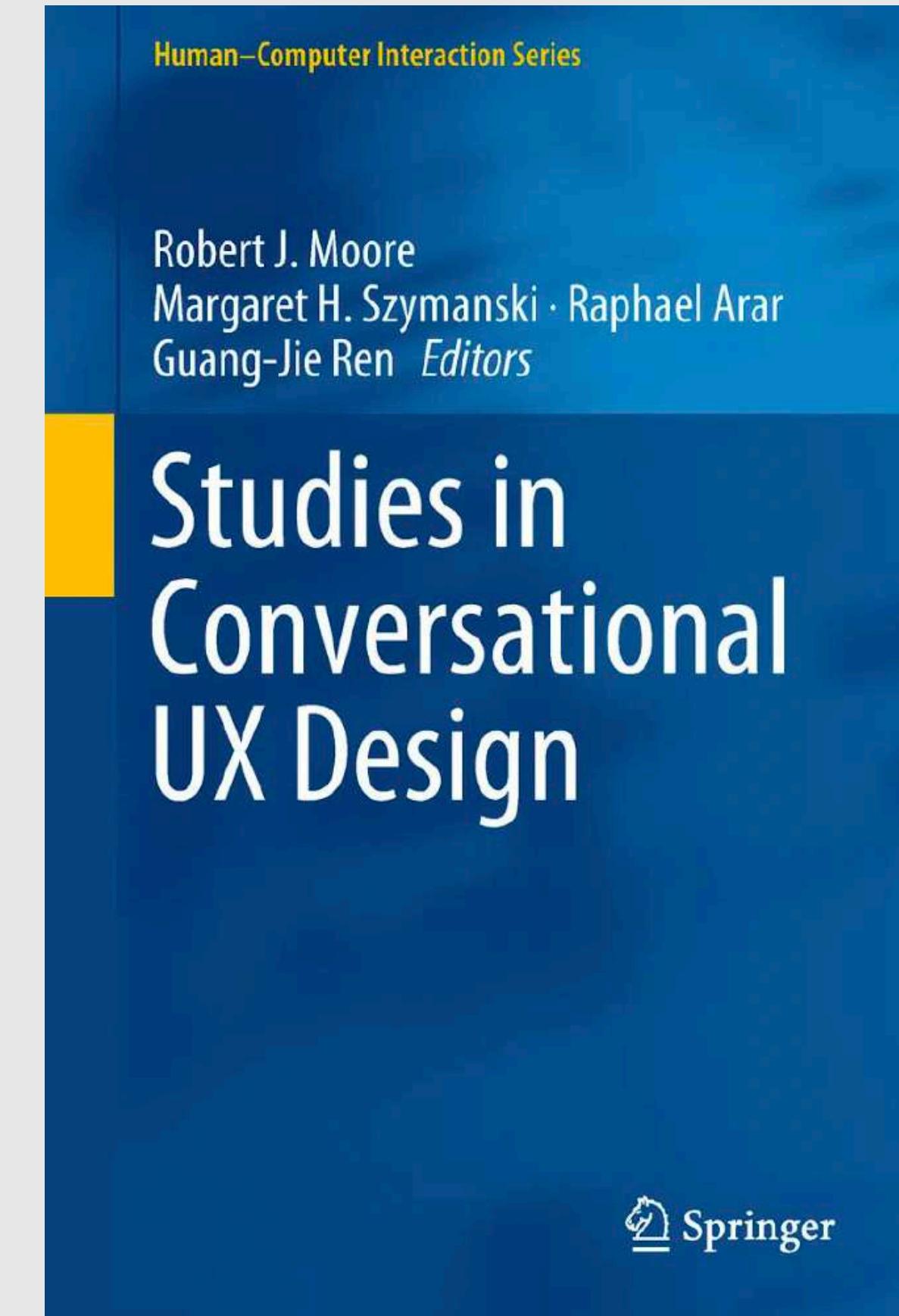
# Modelo Conceitual de Norman



# Interfaces de Voz



# Recomendação de Leitura



MÓDULO 26

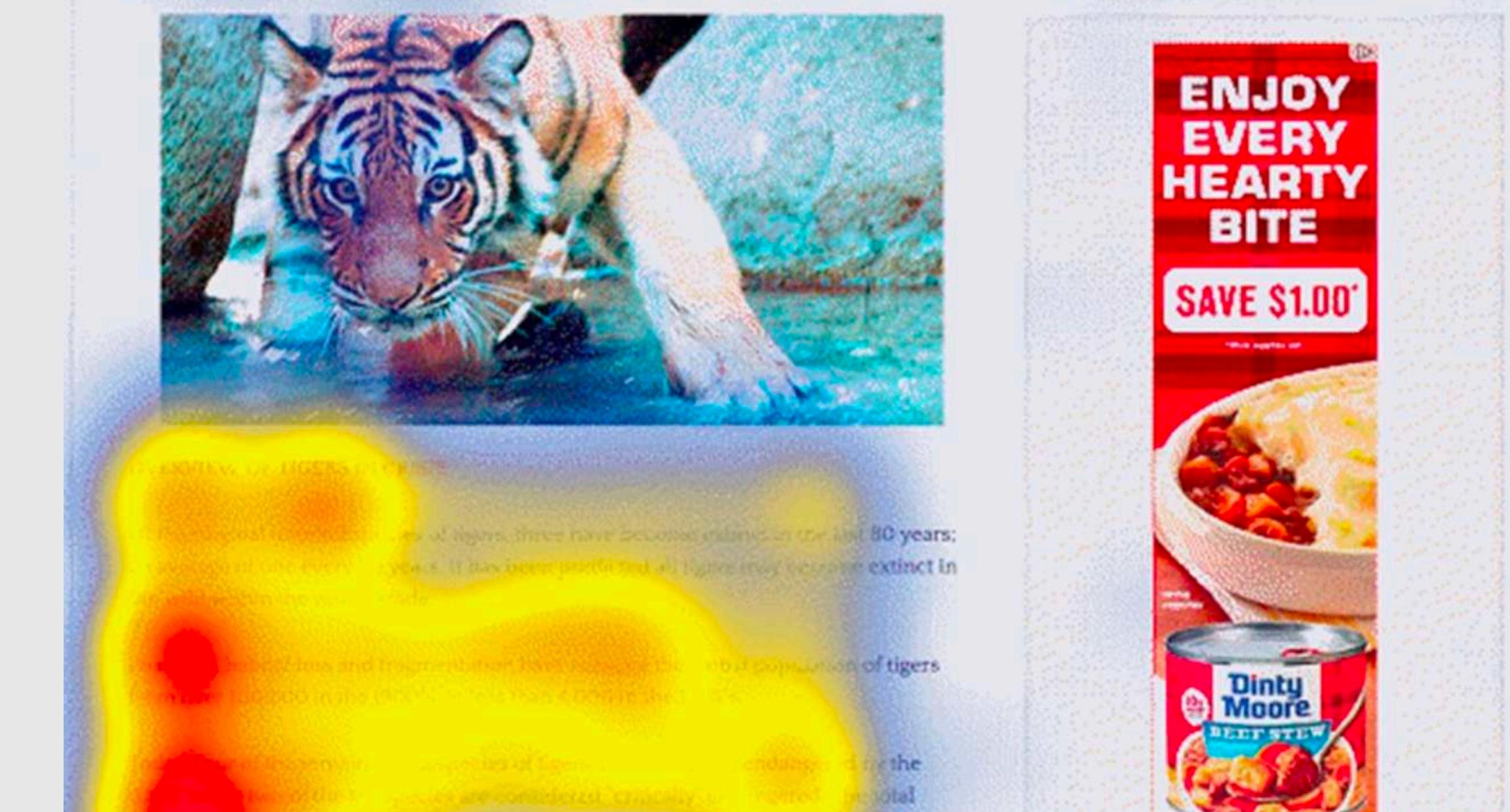
AULA 2

# UX Writing

As pessoas quase nunca lêem textos de interface palavra por palavra. Ao invés, elas escaneiam o conteúdo e lêem palavras ou frases individuais.

**Tigers in Crisis**  
Promoting the Flight of Endangered Tigers and the Efforts to Save Them

Home The Tigers The Tiger's Story Tiger Resources Tigers in Crisis News The Tiger Channel Searching for Tigers About



**ENJOY EVERY HEARTY BITE  
SAVE \$1.00\***

**Dinty Moore BEEF STEW**

**Latest Tweets**  
Tweets by @tigersincrisis

**Search**

**BENGAL TIGER SUBSPECIES:**

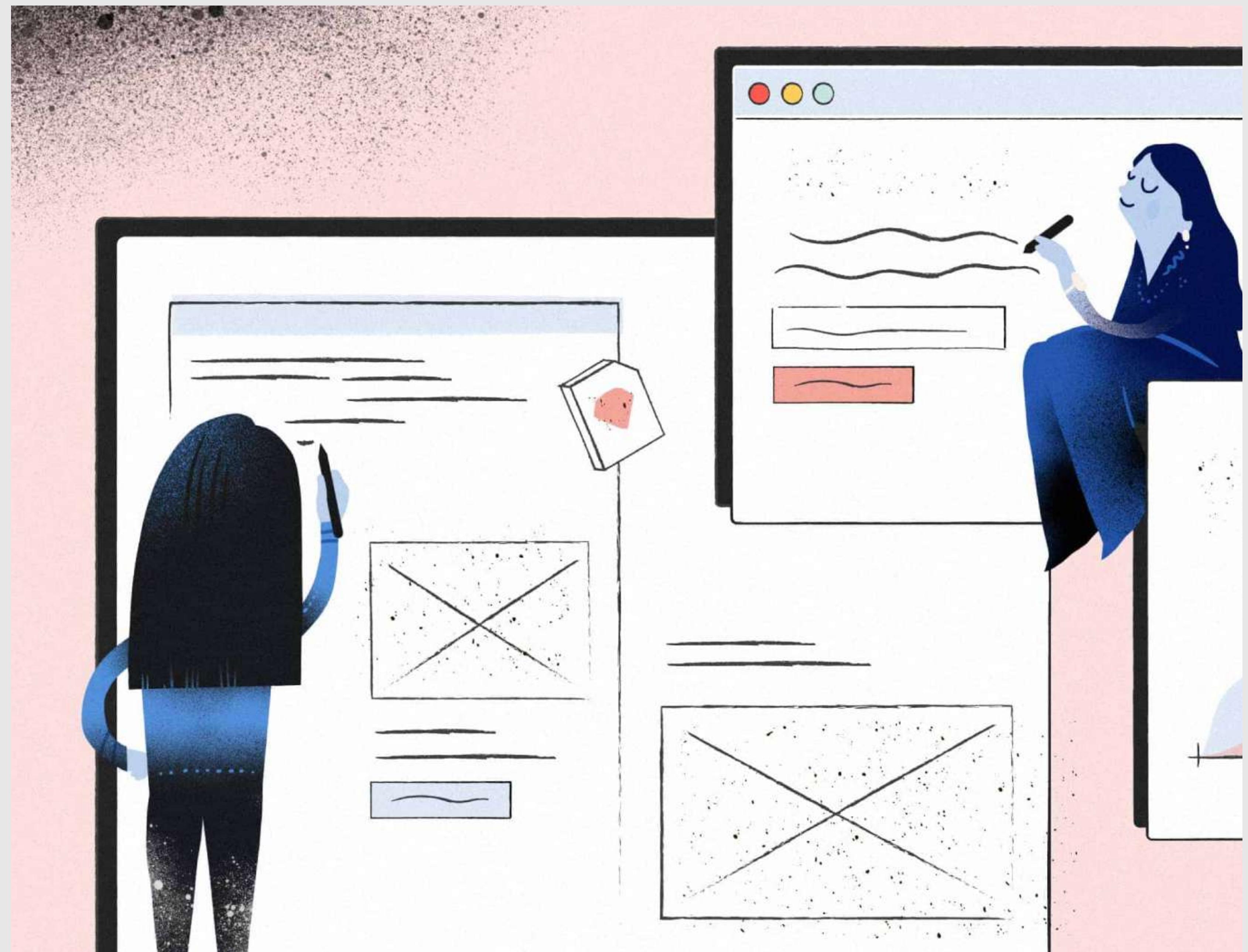
Bengal tigers (*Panthera tigris tigris*) are the most numerous tiger subspecies with its remaining wild populations estimated at around 2,500. The Bengal tiger roams a wide range of habitats including high altitudes, tropical and subtropical rainforests, mangroves, and grasslands. They are primarily found in parts of India, Nepal, Bhutan and Bangladesh. Bengal tigers are sometimes called Indian tigers and account for over half of all tigers remaining in the wild. Poaching for tiger parts is their major threat. The Bengal tiger is classified as endangered by the IUCN.

**INDOCHINESE TIGERS** (*Panthera tigris corbetti*) are located in Thailand, Cambodia, China, Lao PDR, Myanmar and Vietnam. The population of this subspecies had fallen by more than 70 percent in slightly more than a decade, and the total population of Indochinese tigers is estimated at fewer than 300 individuals. However, due to restricted access to areas where the Indochinese tiger lives, little is known about their population status.

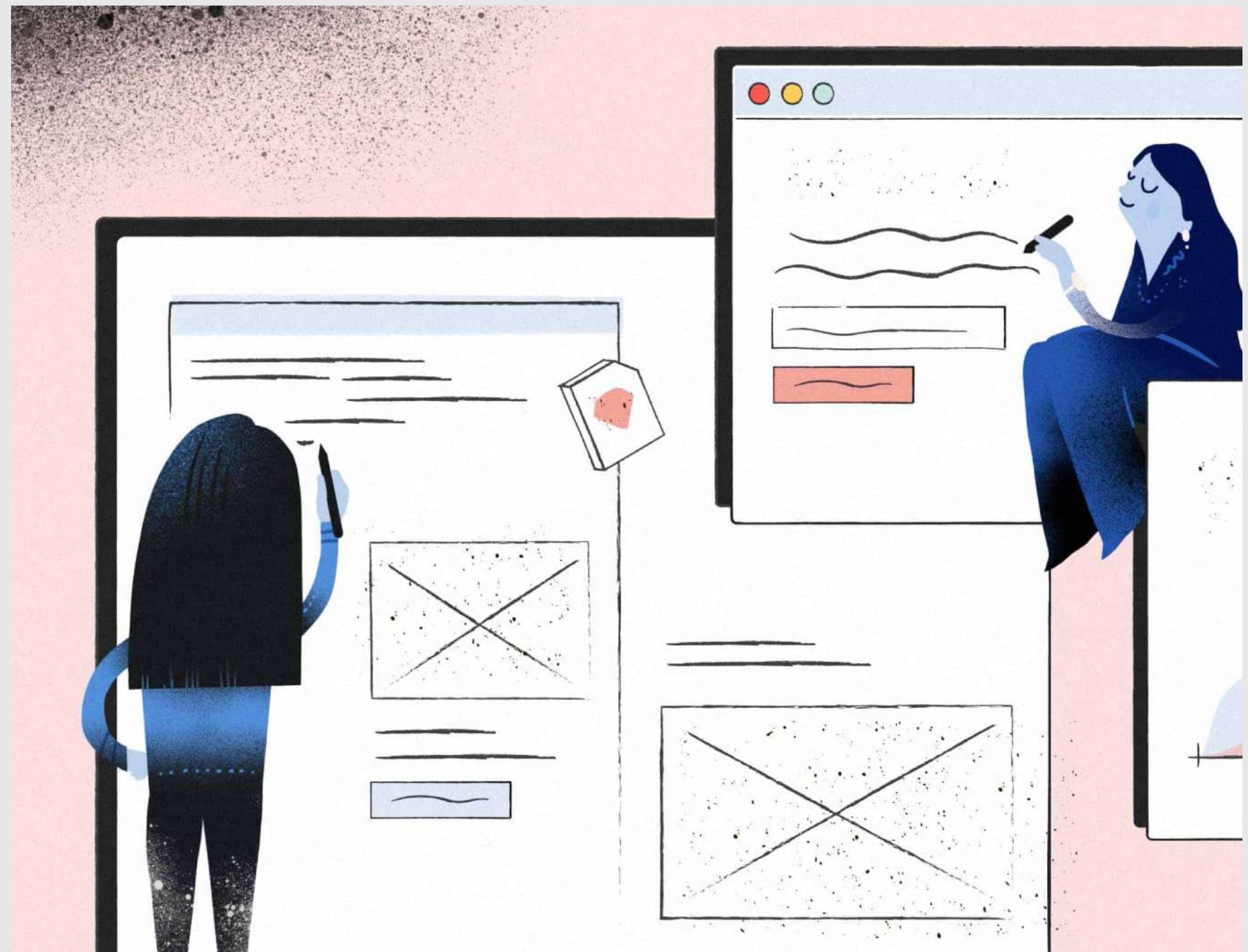
**Kinetico water systems**

Isso porque os usuários  
estão focados em uma  
tarefa ou objetivo.

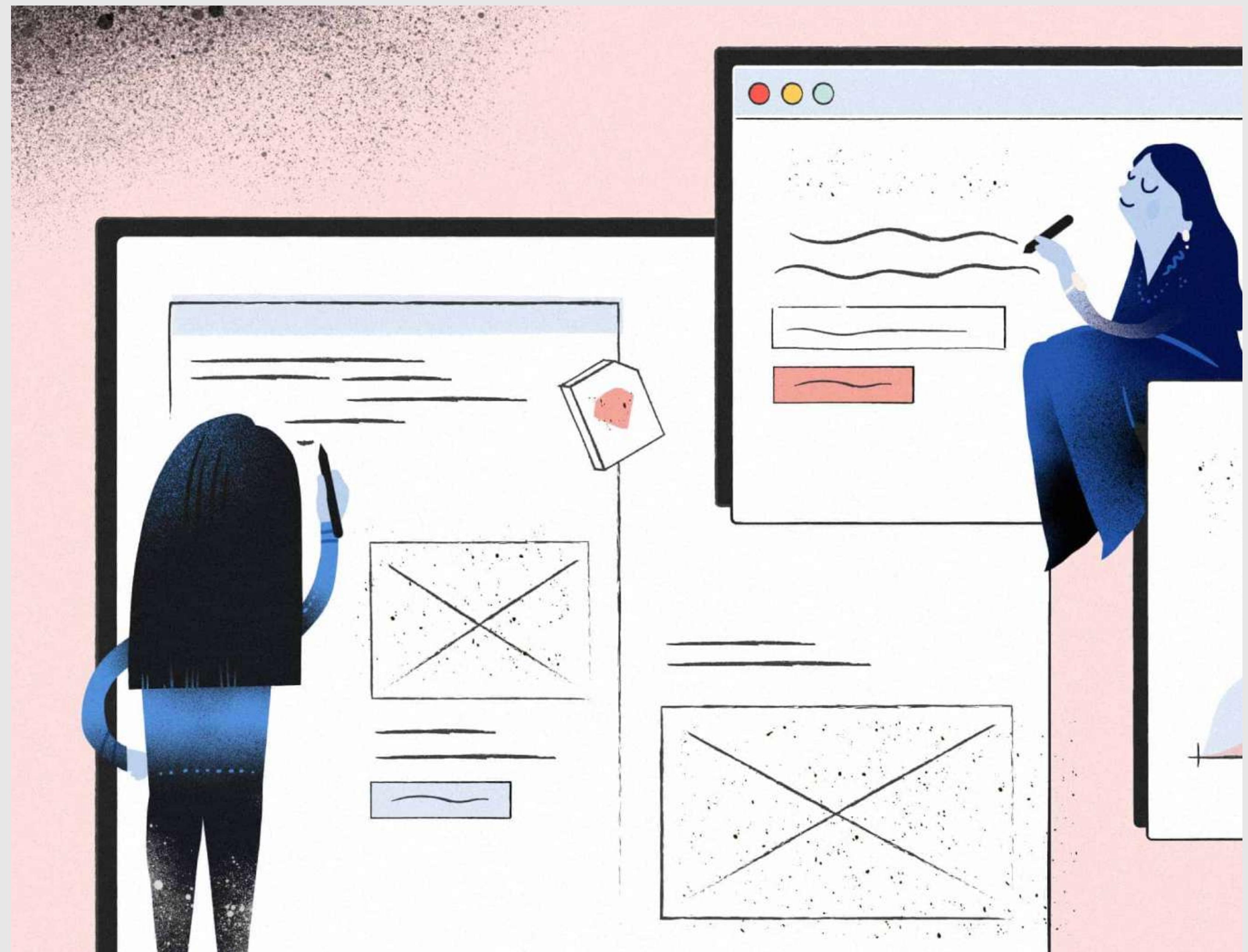
UX Writing é a escrita para interfaces e tem a função de ajudar os usuários a alcançar objetivos e completar tarefas.



Deve levar em consideração o contexto do usuário, a linguagem, o modelo mental, etc.



# Metodologia de UX: pesquisando, prototipando e testando.





Ótima experiência de conteúdo

TOM DE VOZ

# Tom de Voz

É como a persona da sua marca escreve ou fala. Não é só sobre o que é falado, mas como as coisas são faladas ou escritas e sentidas por quem lê.

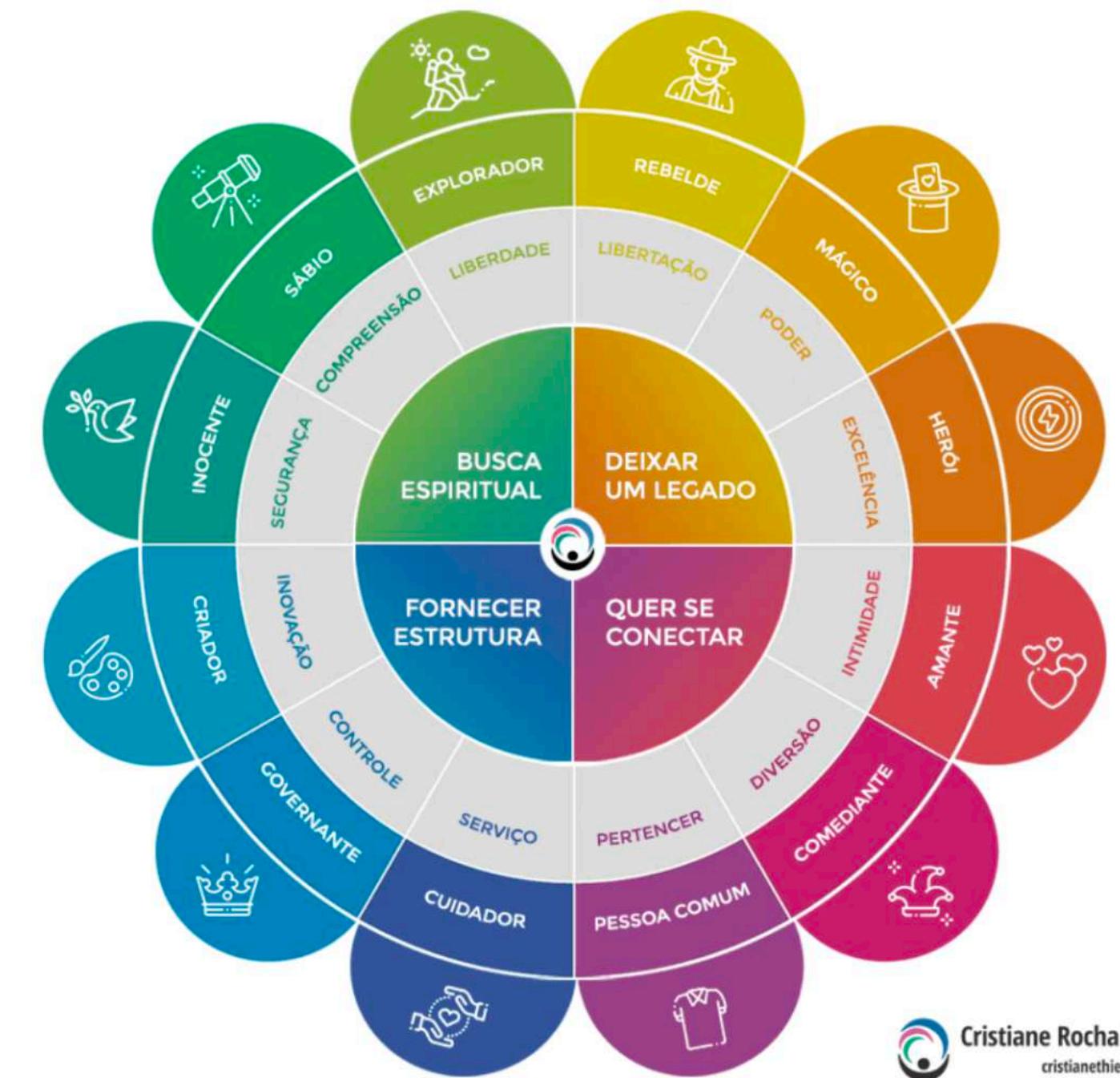
Ela também comunica como uma marca/ organização sente sobre a mensagem. O que é tom de voz?

# Tom de Voz

É mais do que uma escolha de palavras, mas o modo como se comunica a personalidade.

Tom de voz sempre é conectado com a personalidade da marca e como os usuários vão entender seu produto/serviço.

OS 12 ARQUÉTIPOS DE JUNG



Cristiane Rocha Thiel  
cristianethiel.com.br

# As 4 dimensões do tom de voz

Engraçada x Série

A intenção é ser bem humorado ou o assunto é abordado de forma séria?



# As 4 dimensões do tom de voz

Formal x Casual

A intenção é ser formal, informal ou casual?



# As 4 dimensões do tom de voz

Respeitosa x irreverente

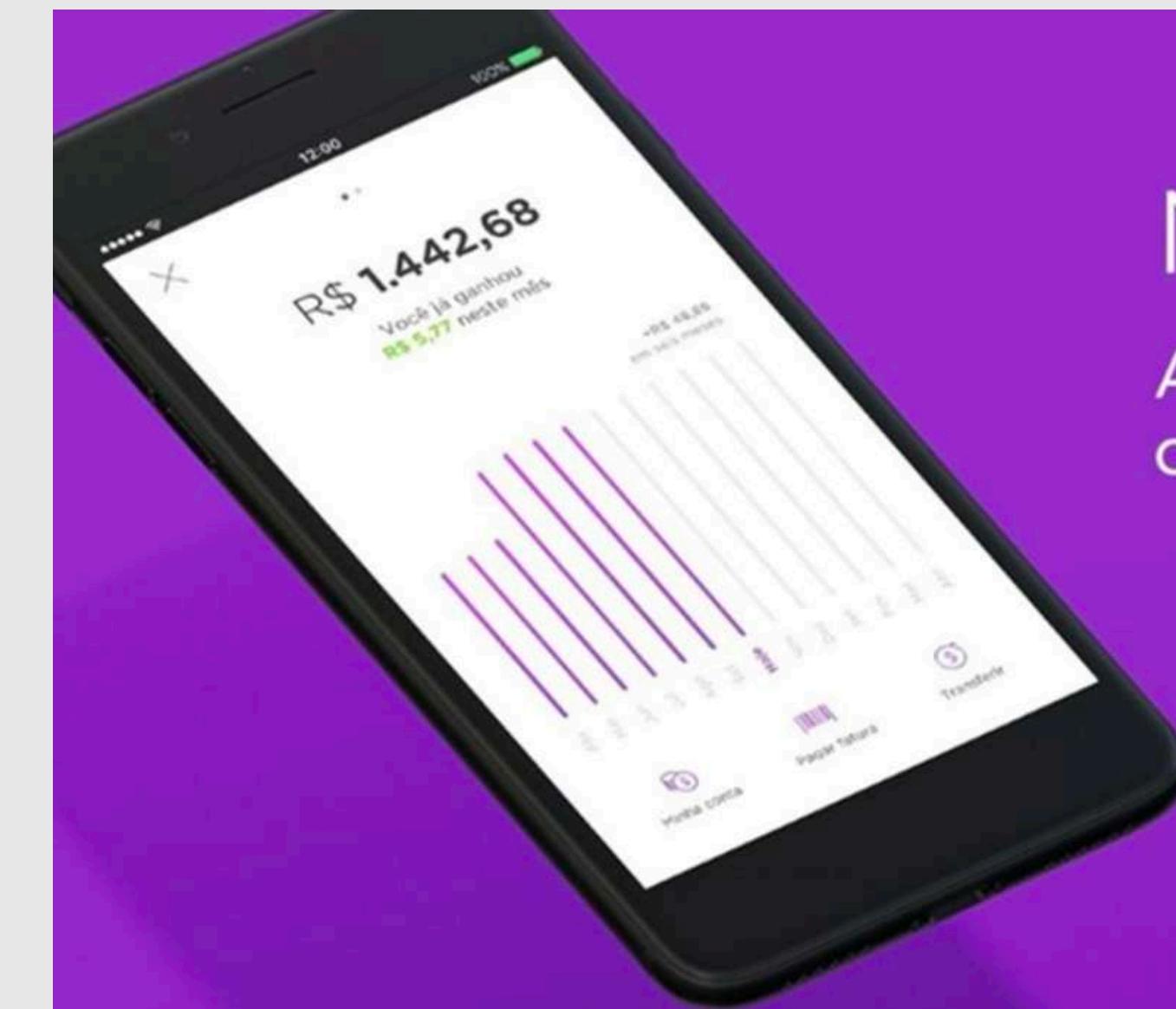
A abordagem é respeitosa ou irreverente sobre os assuntos?



# As 4 dimensões do tom de voz

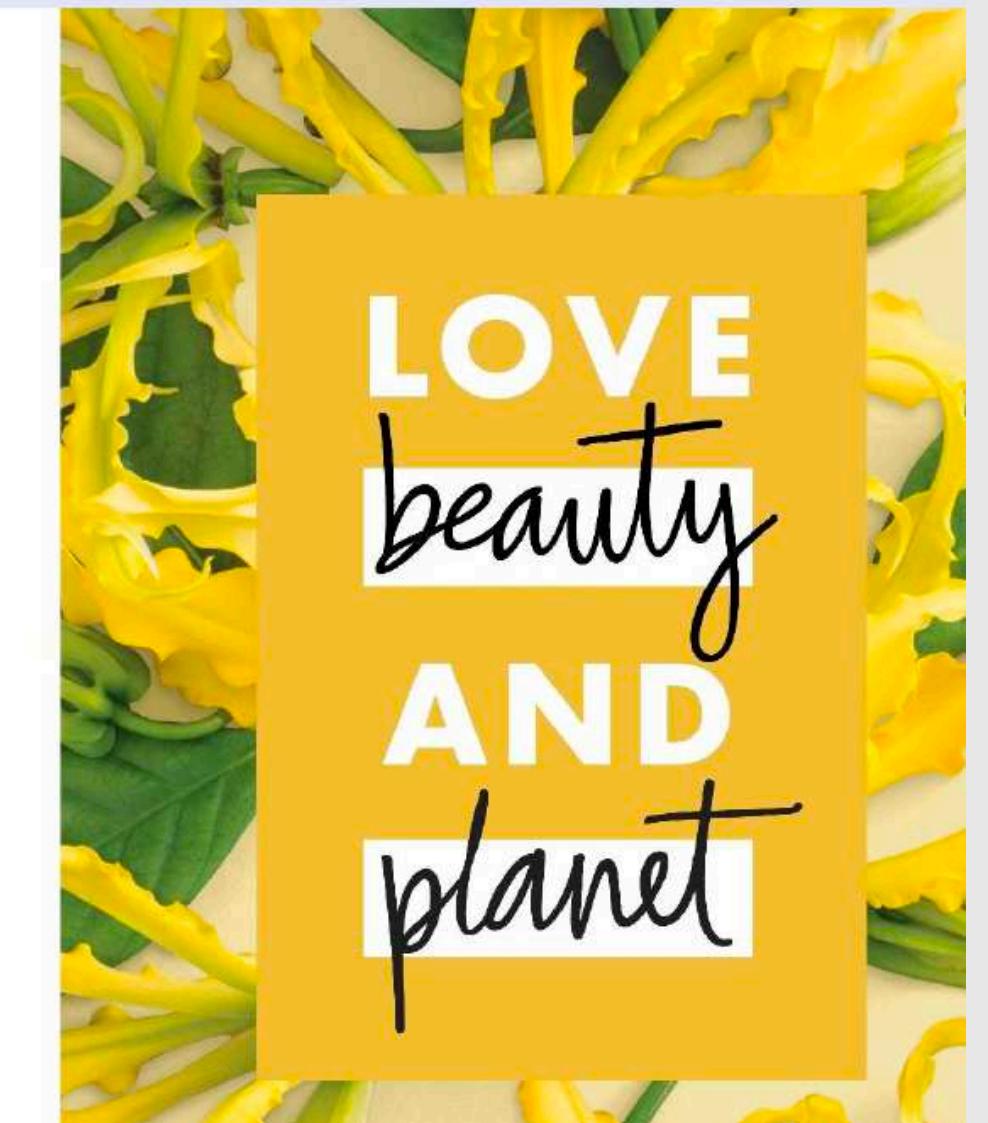
Entusiasmado ou comum ao dia-a-dia?

A abordagem é entusiasmada sobre o assunto, está animado com o produto ou serviço ou é um assunto comum?



NuConta

A revolução de verdade  
começa agora.



# Diferentes tons

**"Lamentamos, mas estamos enfrentando problemas em nosso sistema."**

Sério, formal, respeitoso e comum

**"Desculpe, estamos com problemas no sistema."**

Um pouco mais casual

Lamentamos = Desculpe

Estamos enfrentando = estamos com

# Diferentes tons

**“Ooops! Estamos com problemas no nosso sistema, nos desculpe.”**

Casual e entusiasmado

**“O que você fez? Você quebrou... (brincadeira, nós estamos com problemas no nosso sistema.”**

Engraçado, irreverente, casual e entusiasmado

# Lembre-se

A marca pode mudar de tom de voz dependendo da mensagem

Sempre aplique pesquisas e testes com usuários reais, para dimensionar o tom de voz e testar as impressões (lembre-se do ruído)

O tom de voz deve ser consistente em toda plataforma e com a marca

# TEXTOS DE INTERFACES

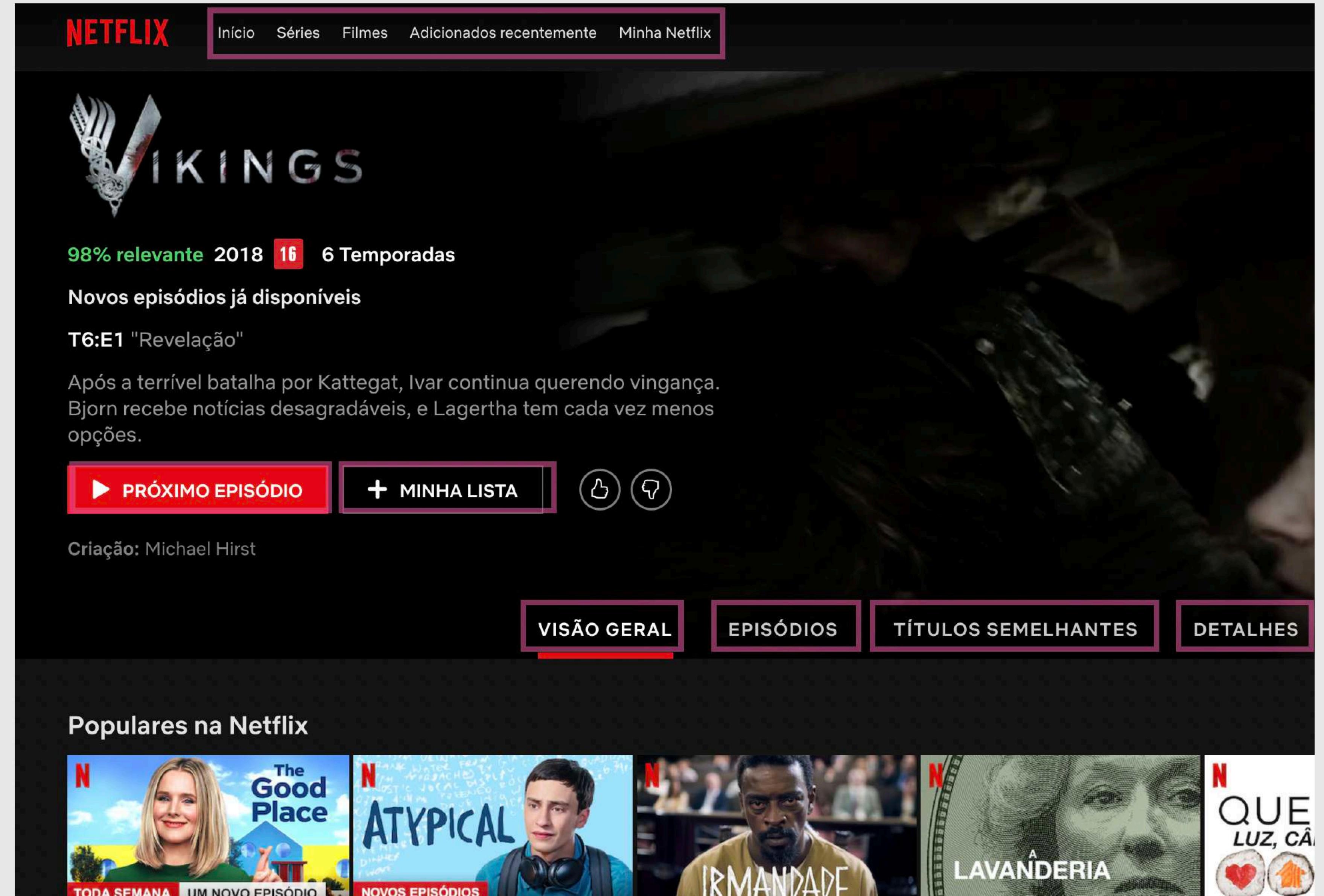
# Por que são importantes?

Os textos de interface ajudam aos usuários a executar tarefas com interações mais suaves, fáceis e sem sofrimento.

# 2 tipos de textos de interface

**UI Copy:** textos de botões, menus, e outros elementos de ação do usuário

**Microcopy:** textos curtos, como títulos, assuntos de emails, tooltips



The image is a screenshot of the Netflix interface for the series 'VIKINGS'. At the top, the Netflix logo is on the left, and a navigation bar with links for 'Início', 'Séries', 'Filmes', 'Adicionados recentemente', and 'Minha Netflix' is on the right. The main title 'VIKINGS' is displayed with a stylized 'V' logo. Below the title, the text '98% relevante 2018 16 6 Temporadas' is shown, with '16' in a red box. A message 'Novos episódios já disponíveis' is followed by 'T6:E1 "Revelação"'. A plot summary continues: 'Após a terrível batalha por Kattegat, Ivar continua querendo vingança. Bjorn recebe notícias desagradáveis, e Lagertha tem cada vez menos opções.' Below the summary are two buttons: a red 'PRÓXIMO EPISÓDIO' button and a black 'MINHA LISTA' button with a plus sign. To the right are like and dislike icons. The bottom navigation bar features four tabs: 'VISÃO GERAL' (highlighted with a red underline), 'EPISÓDIOS', 'TÍTULOS SEMELHANTES', and 'DETALHES'. Below this, a section titled 'Populares na Netflix' shows thumbnails for 'The Good Place', 'ATYPICAL', 'IRMANDADE', and 'QUE LUZ, CÂA LAVANDERIA'.

NETFLIX

Início Séries Filmes Adicionados recentemente Minha Netflix

VIKINGS

98% relevante 2018 16 6 Temporadas

Novos episódios já disponíveis

T6:E1 "Revelação"

Após a terrível batalha por Kattegat, Ivar continua querendo vingança. Bjorn recebe notícias desagradáveis, e Lagertha tem cada vez menos opções.

► PRÓXIMO EPISÓDIO

+ MINHA LISTA

VISÃO GERAL

EPISÓDIOS

TÍTULOS SEMELHANTES

DETALHES

Populares na Netflix

The Good Place

ATYPICAL

IRMANDADE

QUE LUZ, CÂA LAVANDERIA

# Microcopy

NETFLIX

Início Séries Filmes Adicionados recentemente Minha Netflix



# VIKINGS

98% relevante 2018 16 6 Temporadas

Novos episódios já disponíveis

T6:E1 "Revelação"

Após a terrível batalha por Kattegat, Ivar continua querendo vingança. Bjorn recebe notícias desagradáveis, e Lagertha tem cada vez menos opções.

[PRÓXIMO EPISÓDIO](#) [+ MINHA LISTA](#)  

Criação: Michael Hirst

[VISÃO GERAL](#) [EPISÓDIOS](#) [TÍTULOS SEMELHANTES](#) [DETALHES](#)

**Populares na Netflix**



The Good Place  
TODA SEMANA UM NOVO EPISÓDIO



ATYPICAL  
NOVOS EPISÓDIOS



IRMANDADE



QUE LUZ, CÂ  
LAVANDERIA

# GUIDELINES PARA UI COPY

#1

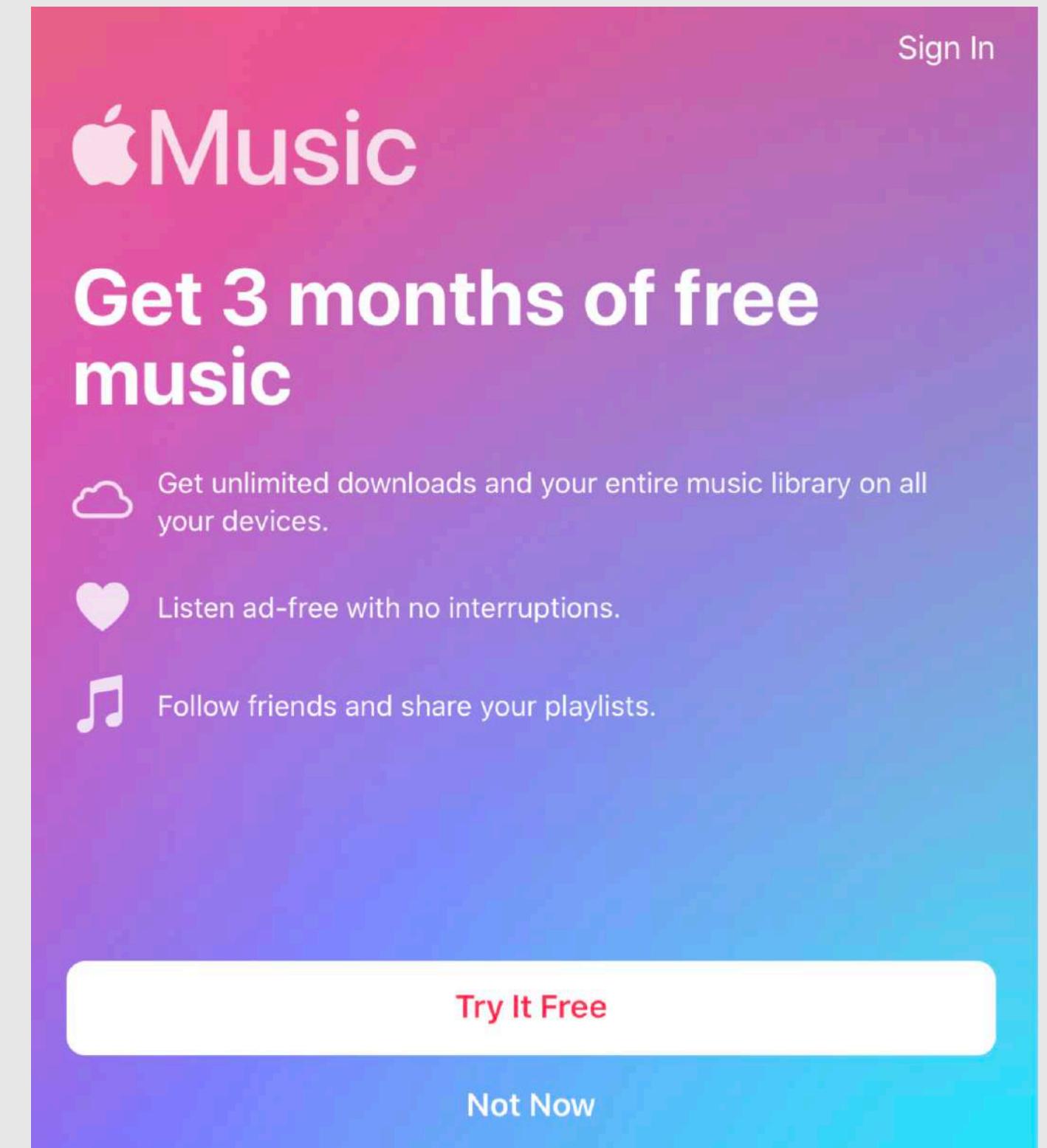
Lembre-se sempre do porquê  
você está escrevendo para o  
usuário - empatia é core do  
UX Writing

Pesquisa, prototipação e teste

#2

Para ações, use textos  
curtos, mas sem  
sacrificar a clareza

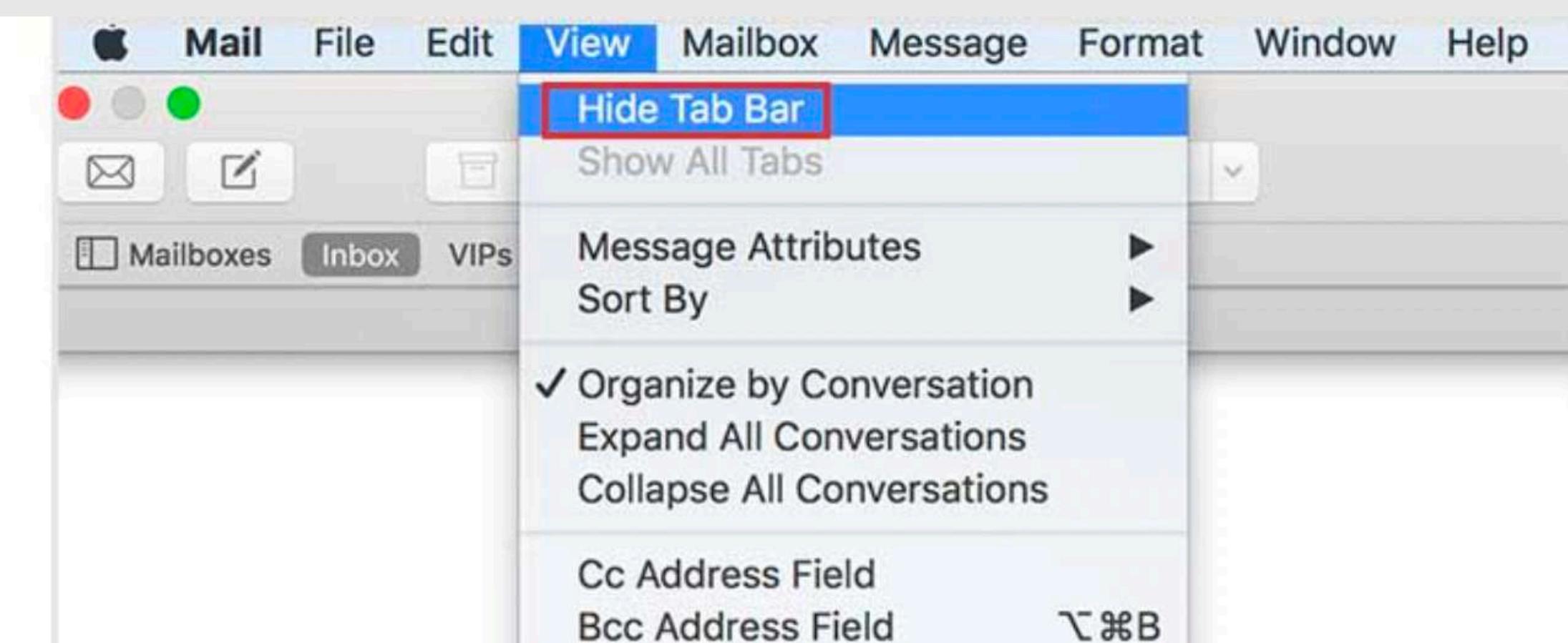
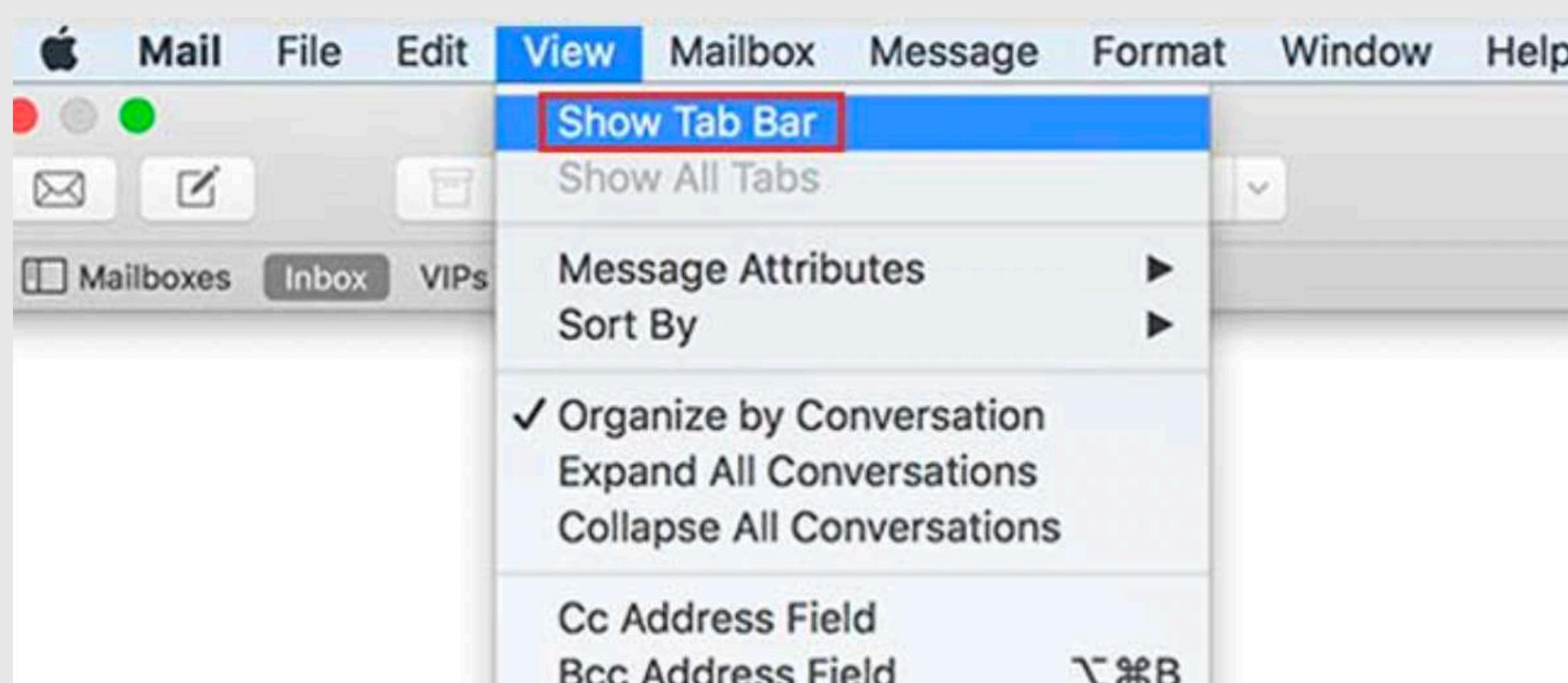
Use no máximo 4 palavras, evite  
explicações e remova artigos.



#3

Descreva o estado subsequente,  
não o estado atual

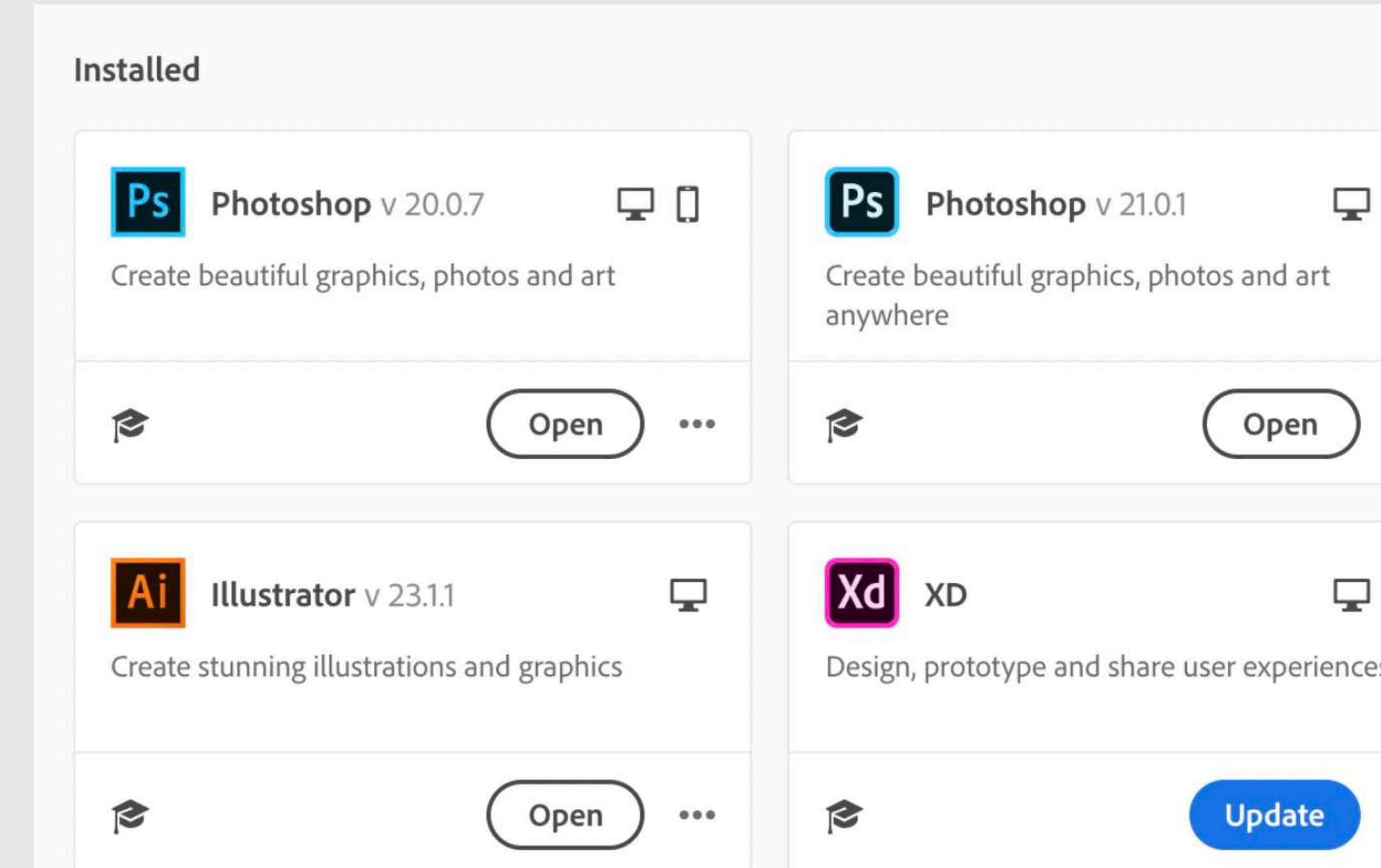
Ações devem refletir o estado que o usuário vai  
estar, e não o que ele está atualmente



#4

# Use verbos para comandos que iniciem ações ou envio de informarão

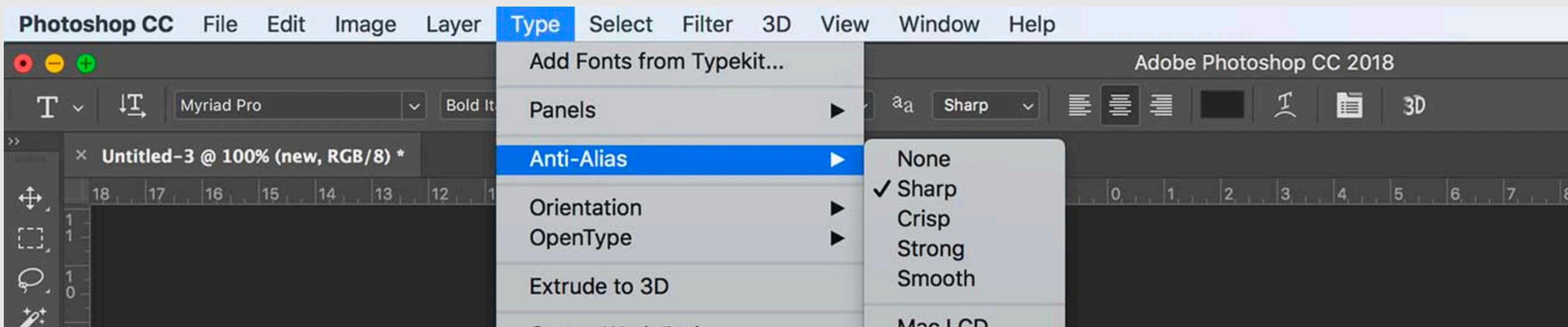
Use verbos que represente claramente o que vai acontecer se o usuário clicar naquele botão, exemplo: imprimir, enviar, entrar.



#5

Use adjetivos para ações que tragam uma mudança de estado no sistema ou aparência e um elemento

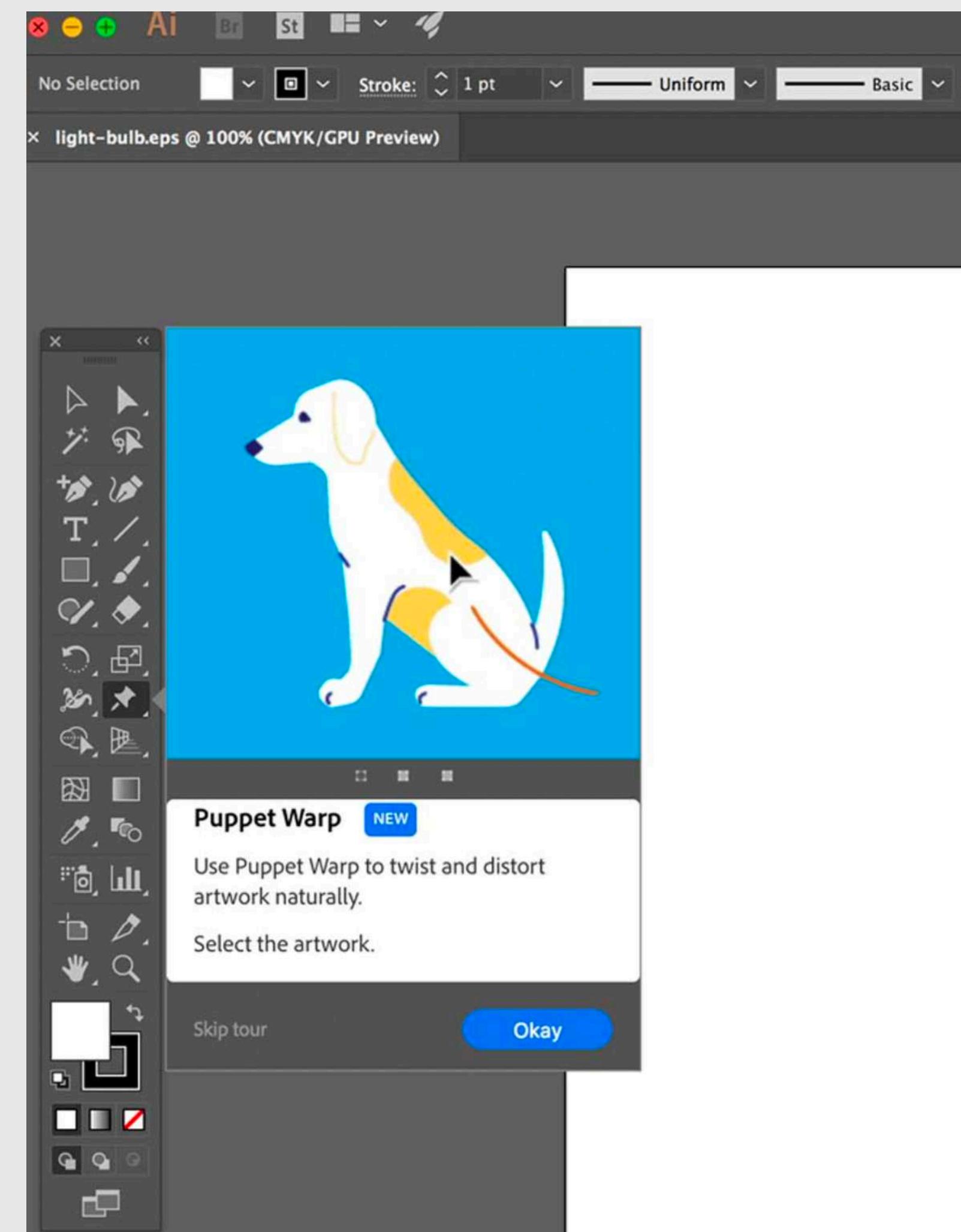
Adjetivos devem refletir como o elemento vai mudar. Ex.: Regular, Bold, Itálico



# #6

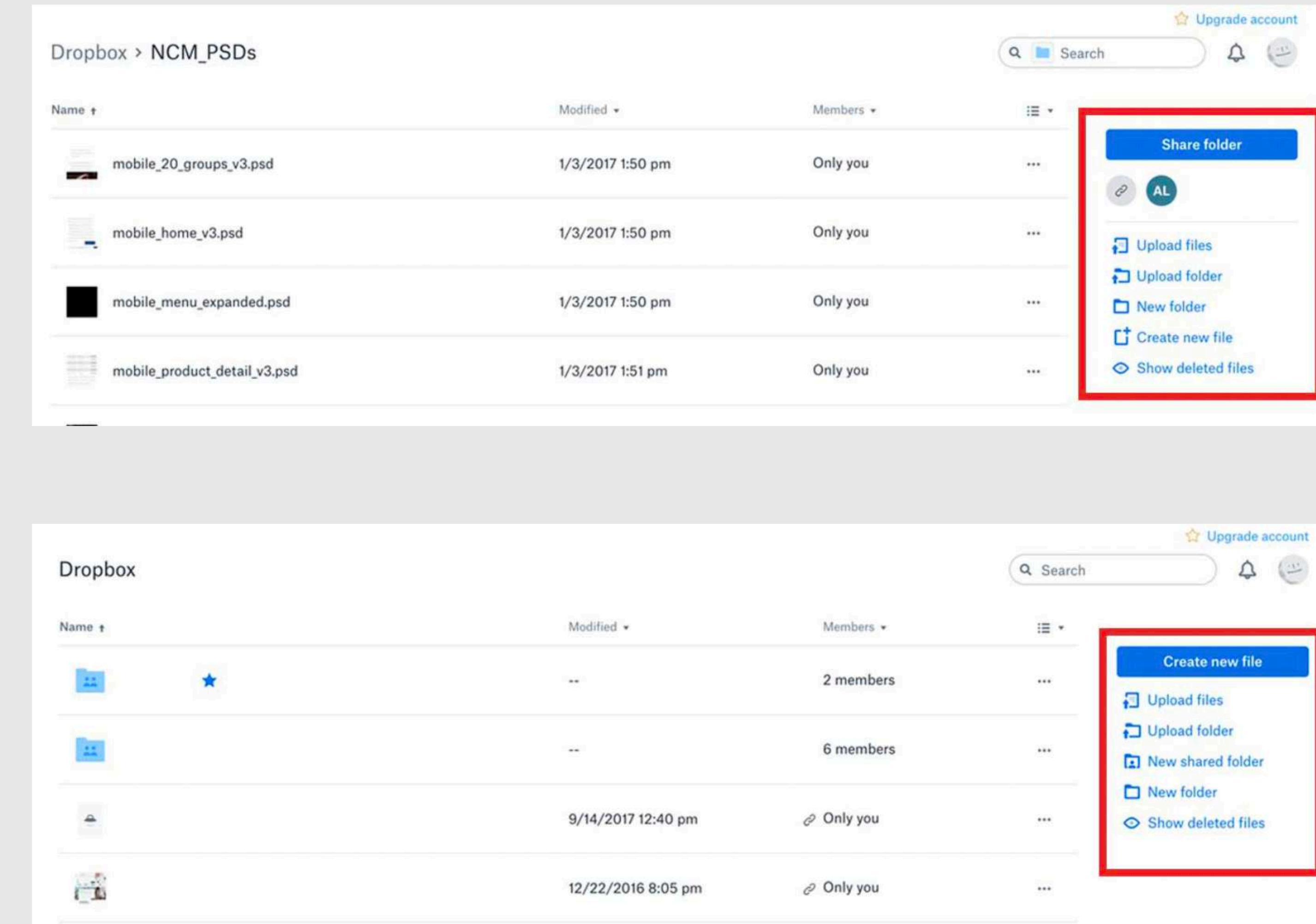
**Não use palavras difíceis ou vagas. Se precisar, inclua tooltips para explicar**

Usuários não devem procurar no Google o que significa aquela ação ou botão, o que ela faz ou como ela se diferencia de outro comando.



#7

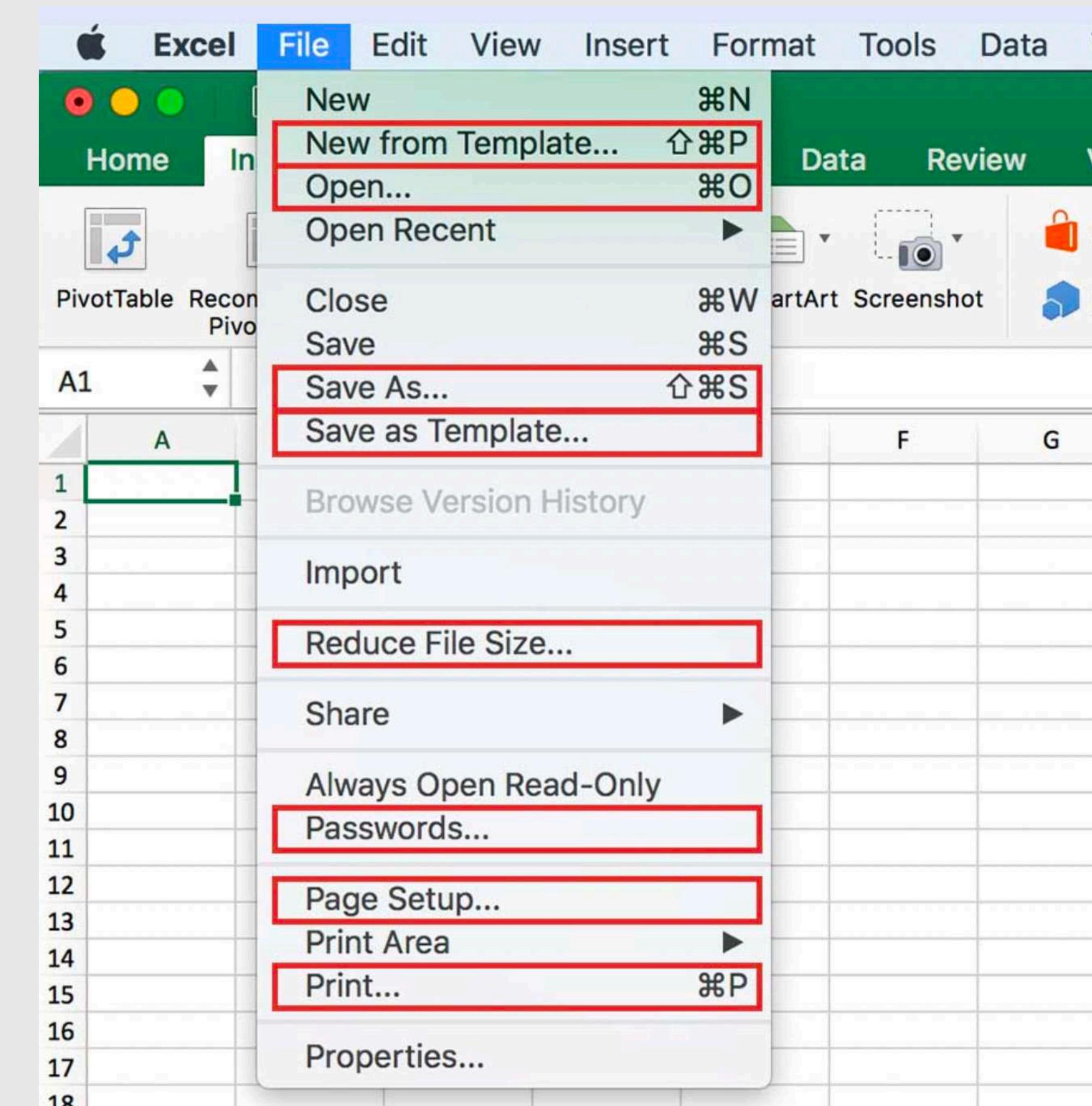
Use ações consistentes mesmo que elas apareçam em diferentes contextos



# #8

## Use "..." em ações que indicam que mais informações serão necessárias

Reticências distinguem ações imediatas das que precisam de um step a mais.



# GUIDELINES PARA MICROCOPY

# Pirâmide Invertida

Técnica utilizada no jornalismo, consiste em colocar as informações importante no topo do texto, na primeira frase do parágrafo e nos títulos e subtítulos

Usuários precisam / querem saber

Usuários  
podem estar  
interessados

#1

# Identifique as informações importantes

O que o usuário precisa saber, mesmo que ele vá ler apenas poucas palavras? Dá para resumir a mensagem toda em poucas palavras e/ou frases?

Usuários precisam / querem saber

Usuários  
podem estar  
interessados

#2

# Rankeie as informações secundárias

Destaque informações secundárias, priorizando o que pode ser interessante para o usuário.

Usuários precisam / querem saber

Usuários  
podem estar  
interessados

#3

# Seja claro, correto e conciso

O conteúdo deve ser forte. Corte informações desnecessárias, vá direto ao ponto, use linguagem direta, use parágrafos curtos e bullets.

Usuários precisam / querem saber

Usuários  
podem estar  
interessados

#4

# Destaque os elementos com informações importantes

Títulos descritivos começam pelo ponto principal, primeira sentença de cada parágrafo ou bloco de texto deve ser a mais importante. As primeiras palavras de cada frase devem conter informações.

Usuários precisam / querem saber

Usuários  
podem estar  
interessados

#5

Considere  
adicionar um  
sumário ou uma  
lista de highlights

Use para enfatizar o que o usuário vai ler  
depois.

Usuários precisam / querem saber

Usuários  
podem estar  
interessados

# Pirâmide intervertida aplicada

Textos curtos e concisos

Função apelativa

## Construção de frases direta

### Compromisso com a segurança

Você tem direito de se deslocar com segurança. De procurar por oportunidades. De se conectar com pessoas e lugares que são importantes para você. É por isso que nosso foco é desenvolver tecnologias e descobrir maneiras de manter você ainda mais seguro.



Como integramos recursos de segurança  
na sua experiência

#### Recursos de segurança no app

Compartilhe a viagem com familiares ou amigos. Acompanhe seu trajeto em tempo real. Ligue para a polícia diretamente do aplicativo. Nossa tecnologia oferece mais tranquilidade para o seu dia a dia.

#### Comunidade inclusiva

Milhões de usuários e motoristas parceiros seguem o [Código de Conduta](#), que estabelece as responsabilidades dos membros da nossa comunidade.

#### Supporte para qualquer problema

Temos uma equipe disponível 24 horas por dia, sete dias por semana, especialmente treinada para responder a qualquer dúvida ou problema relacionado à segurança.

# Pirâmide intervertida aplicada

## Informações primárias

### Compromisso com a segurança

Você tem direito de se deslocar com segurança. De procurar por oportunidades. De se conectar com pessoas e lugares que são importantes para você. É por isso que nosso foco é desenvolver tecnologias e descobrir maneiras de manter você ainda mais seguro.



### Como integramos recursos de segurança na sua experiência

#### Recursos de segurança no app

Compartilhe a viagem com familiares ou amigos. Acompanhe seu trajeto em tempo real. Ligue para a polícia diretamente do aplicativo. Nossa tecnologia oferece mais tranquilidade para o seu dia a dia.

#### Comunidade inclusiva

Milhões de usuários e motoristas parceiros seguem o [Código de Conduta](#), que estabelece as responsabilidades dos membros da nossa comunidade.

#### Supporte para qualquer problema

Temos uma equipe disponível 24 horas por dia, sete dias por semana, especialmente treinada para responder a qualquer dúvida ou problema relacionado à segurança.

# Pirâmide intervertida aplicada

## Informações secundárias

### Compromisso com a segurança

Você tem direito de se deslocar com segurança. De procurar por oportunidades. De se conectar com pessoas e lugares que são importantes para você. É por isso que nosso foco é desenvolver tecnologias e descobrir maneiras de manter você ainda mais seguro.



#### Como integramos recursos de segurança na sua experiência

##### Recursos de segurança no app

Compartilhe a viagem com familiares ou amigos. Acompanhe seu trajeto em tempo real. Ligue para a polícia diretamente do aplicativo. Nossa tecnologia oferece mais tranquilidade para o seu dia a dia.

##### Comunidade inclusiva

Milhões de usuários e motoristas parceiros seguem o [Código de Conduta](#), que estabelece as responsabilidades dos membros da nossa comunidade.

##### Supporte para qualquer problema

Temos uma equipe disponível 24 horas por dia, sete dias por semana, especialmente treinada para responder a qualquer dúvida ou problema relacionado à segurança.

# Pirâmide intervertida aplicada

## Títulos descritivos

### Compromisso com a segurança

Você tem direito de se deslocar com segurança. De procurar por oportunidades. De se conectar com pessoas e lugares que são importantes para você. É por isso que nosso foco é desenvolver tecnologias e descobrir maneiras de manter você ainda mais seguro.



### Como integramos recursos de segurança na sua experiência

#### Recursos de segurança no app

Compartilhe a viagem com familiares ou amigos. Acompanhe seu trajeto em tempo real. Ligue para a polícia diretamente do aplicativo. Nossa tecnologia oferece mais tranquilidade para o seu dia a dia.

#### Comunidade inclusiva

Milhões de usuários e motoristas parceiros seguem o Código de Conduta, que estabelece as responsabilidades dos membros da nossa comunidade.

#### Supporte para qualquer problema

Temos uma equipe disponível 24 horas por dia, sete dias por semana, especialmente treinada para responder a qualquer dúvida ou problema relacionado à segurança.

# Pirâmide intervertida aplicada

Primeira frase resume o parágrafo todo

## Compromisso com a segurança

Você tem direito de se deslocar com segurança. De procurar por oportunidades. De se conectar com pessoas e lugares que são importantes para você. É por isso que nosso foco é desenvolver tecnologias e descobrir maneiras de manter você ainda mais seguro.



## Como integramos recursos de segurança na sua experiência

### Recursos de segurança no app

Compartilhe a viagem com familiares ou amigos. Acompanhe seu trajeto em tempo real. Ligue para a polícia diretamente do aplicativo. Nossa tecnologia oferece mais tranquilidade para o seu dia a dia.

### Comunidade inclusiva

Milhões de usuários e motoristas parceiros seguem o Código de Conduta, que estabelece as responsabilidades dos membros da nossa comunidade.

### Suporte para qualquer problema

Temos uma equipe disponível 24 horas por dia, sete dias por semana, especialmente treinada para responder a qualquer dúvida ou problema relacionado à segurança.

# Interfaces conversacionais

# Vantagens da conversa

Deixa as mãos e os olhos livres para realizar outras atividades



# Vantagens da conversa

Podem ser implementados onde as conversas já acontecem



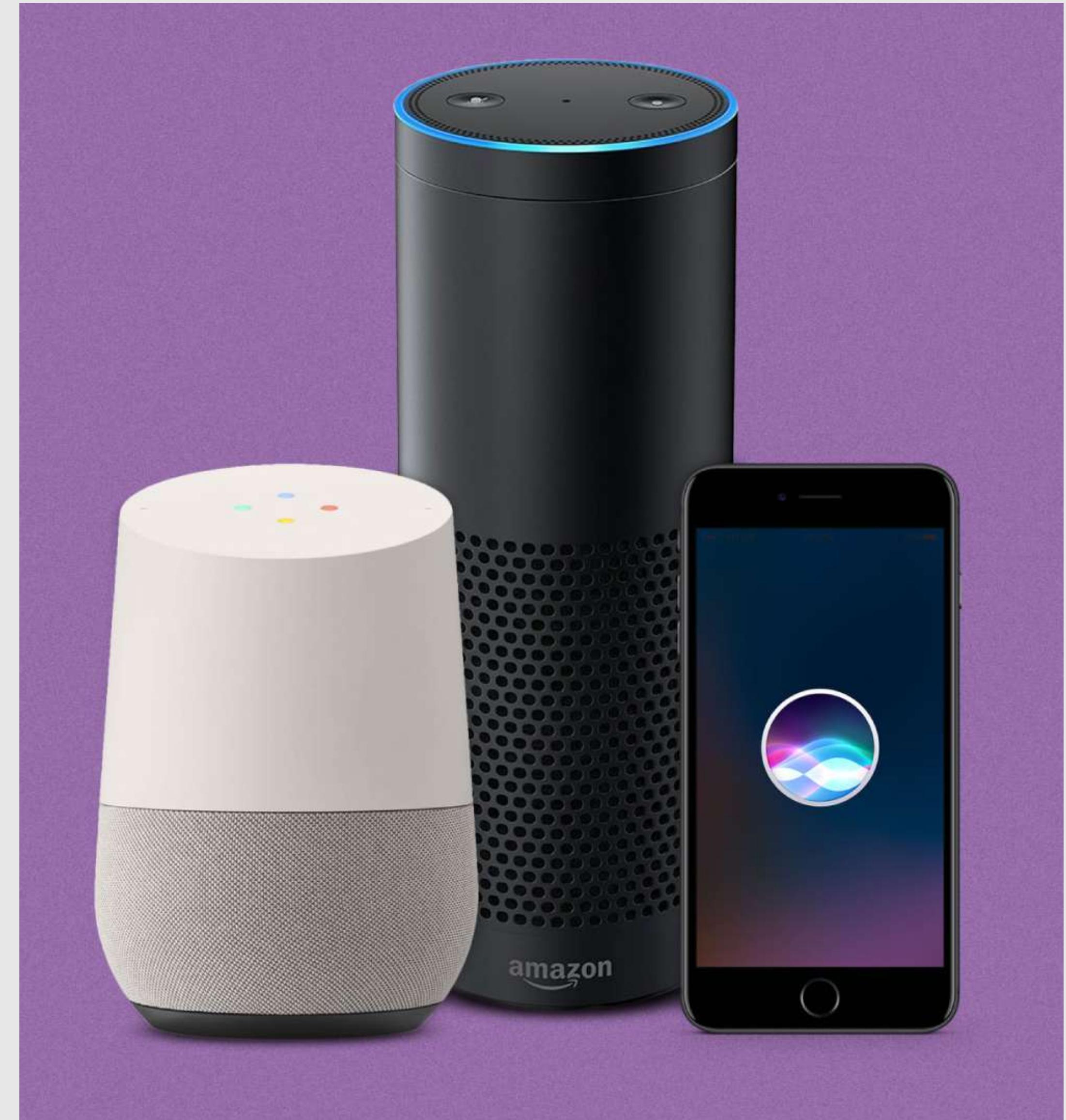
# Vantagens da conversa

Companhia e conforto



# Voice Digital Assistant (VDA)

É um agente de software que usa algoritmos de machine-learning para extrair informações e realizar tarefas a partir de comandos de voz. No mercado também são chamados de assistentes inteligentes ou assistentes virtuais.



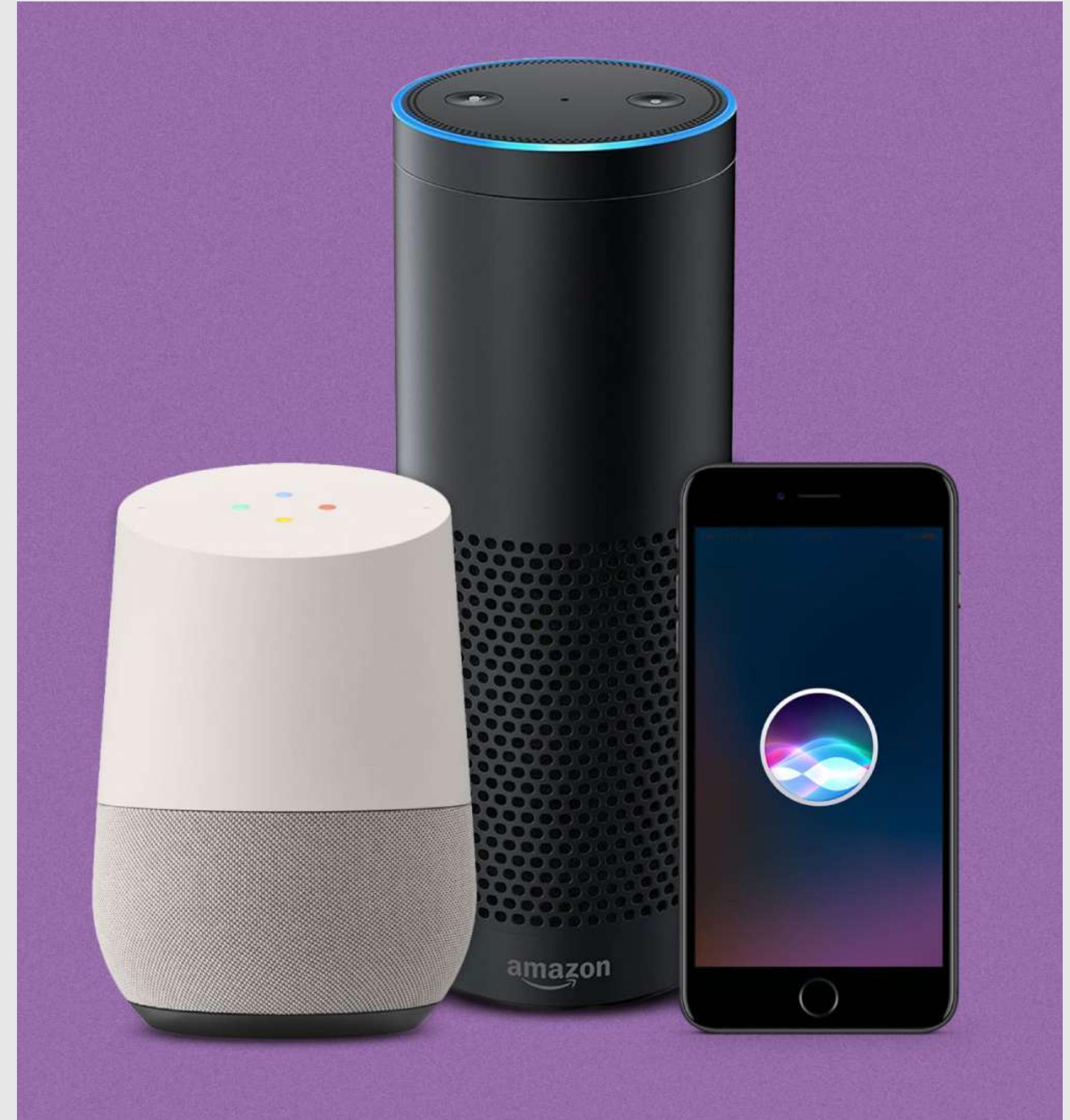
# Tipos de VDA

## **Command-and-control**

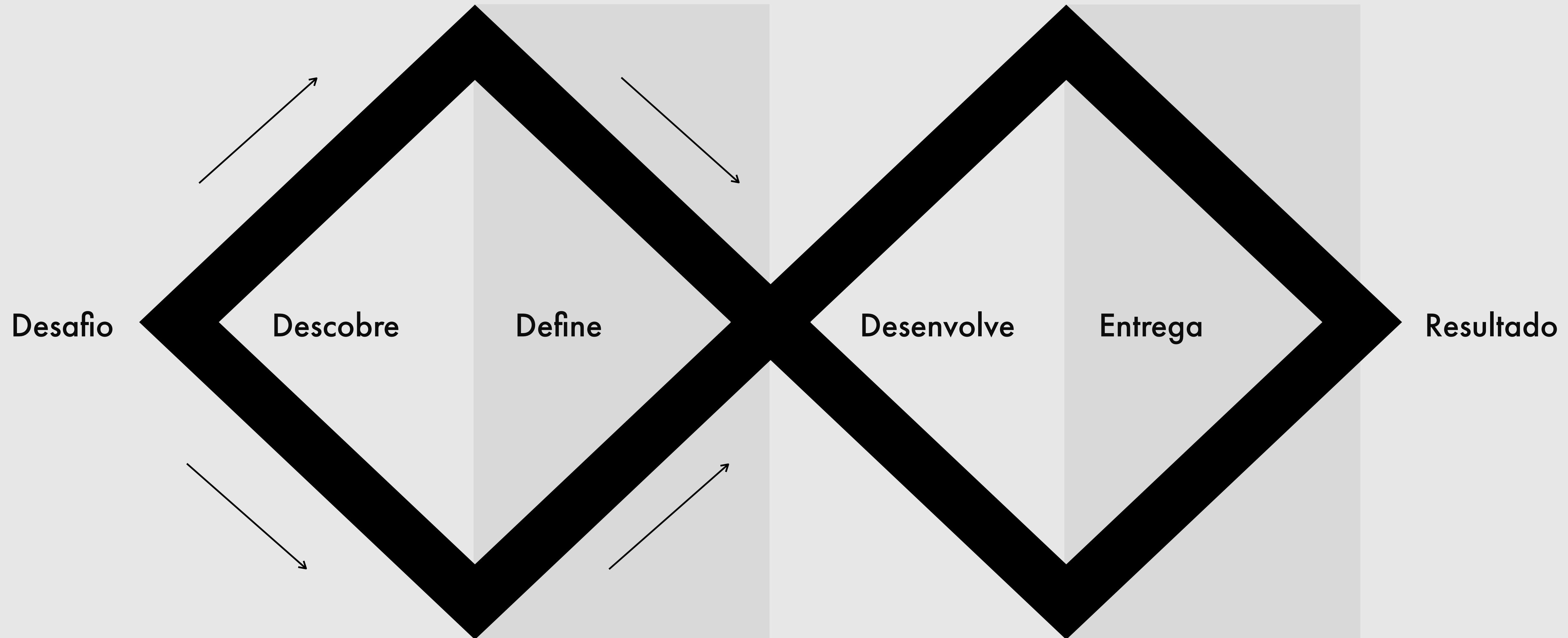
O usuário pode fazer uma pergunta ou dar um comando a qualquer momento. Ex: Siri, Google, Alex

## **Conversacional**

O usuário participa de uma conversa com um começo e um fim explícito Ex: chatbots



# Double Diamond Model



#1

# Descobrindo conversas

## Potenciais perguntas

Como é a jornada ou as jornadas dos usuários?

Quais as habilidades e limitações?

Quais as necessidades?

Como conectar-se com os usuários?

## Estratégias possíveis

Netnografia

Escuta de gravações anteriores, registros de chat

Observações e entrevistas com usuários  
Visitas ao call center

Entrevistas com Stakeholders

#2

## Construindo o interlocutor

- Como a marca conversa com seus clientes?
- Qual é a postura?
- Sobre o que fala?
- Sobre o que não fala?
- Palavras que utiliza / que não utiliza
- Atributos
- Relação desejada com o consumidor
- Exemplos em situação estratégicas e contextos reais

# #2

## Construindo o interlocutor

<b>IDADE</b>	34
<b>PROFISSÃO</b>	Gerente comercial
<b>STATUS</b>	Casada
<b>LOCAL</b>	Vila Leopoldina
<b>PERSONALIDADE</b>	Racional
<b>ARQUÉTIPO</b>	Ermitão

Meu carro não pode  
me deixar na mão.

# Claudia Guimarães



## SHORT-BIO

Claudia usa o carro principal meio de locomoção pela cidade, a trabalho ou lazer, e fica muito tempo parada no trânsito. Para ela, carro é sinônimo de status e segurança. Procura uma marca confiável com um design arrojado e que não "pare no meio do caminho", o que aumenta a sensação de segurança.

## MOTIVACÕES



## OBJETIVOS

- Alcançar os objetivos profissionais
- Viajar
- Poder consumir o que desejar
- Ter status sociais

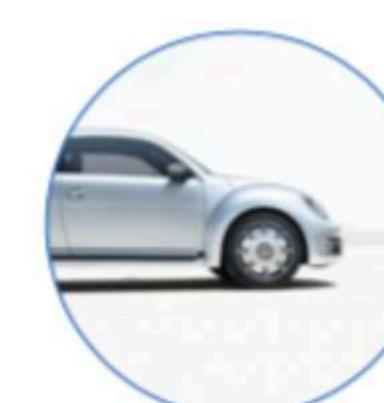
## ESTRUTURAÇÕES

- Violência na cidade e no trânsito
- Não ser percebida
- Baixar o padrão de vida conquistado
- Desemprego



#2

# Construindo o interlocutor



#2

## Construindo o interlocutor

- Quem é?
- Qual a aparência? (avatar)
- Qual é o job description e as qualificações
- Introvertido ou extrovertido?
- Usa humor?
- Racional ou empático?
- Formal ou informal
- Como reage a small talks?

# #2

# Construindo o interlocutor

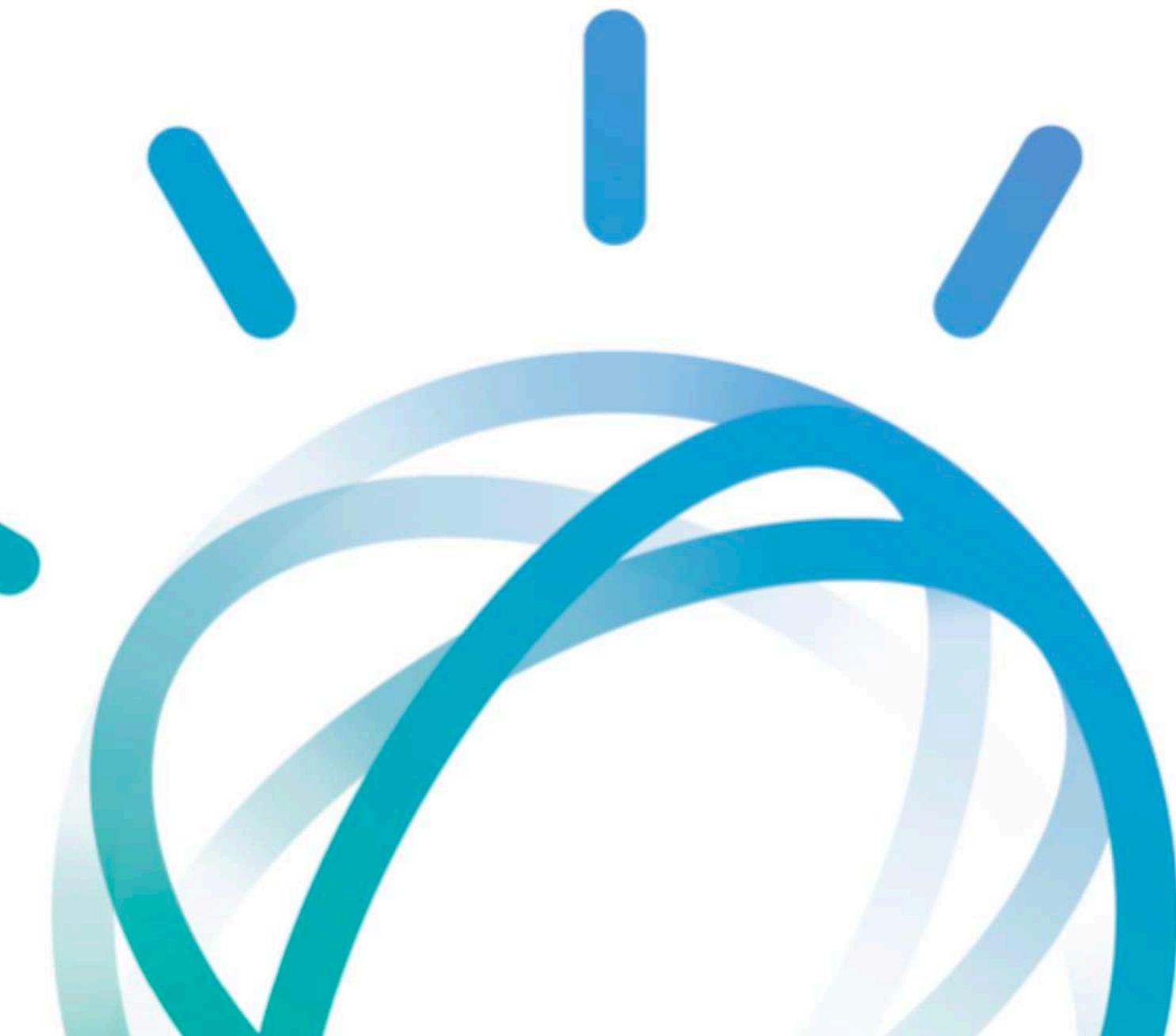
<b>IDADE</b>	35
<b>PROFISSÃO</b>	Assistente cognitivo
<b>STATUS</b>	Casada
<b>LOCAL</b>	Vila Olímpia
<b>PERSONALIDADE</b>	Outgoing
<b>ARQUÉTIPO</b>	Defender
Segurança	Conforto
Tecnologia	Sustentabilidade

## Short-bio

A Mia está sempre preocupada com a segurança e o conforto das pessoas que atende, sempre focando em assuntos pelo lado da tecnologia e da sustentabilidade. Sua comunicação é clara, concisa e racional. Tem características que estimulam o engajamento, a conexão e a globalização. Com ideias inovadoras, ela é confiável e amigável. O que ela mais gosta é atender às necessidades humanas, inspirando-os para explorarem todas as suas capacidades.

Estou aqui  
para te ajudar.

**Assistente  
Cognitivo**



## MOTIVAÇÕES

Seres Humanos

Segurança

Conforto

Sustentabilidade

Poder

Tecnologia

## OBJETIVOS

Ajudar os seres humanos

Tirar dúvidas sobre carros

Promover a marca Volkswagen

Promover a segurança dos seus usuários nos carros

## PARALELISMO



IBM

# #3

# Construindo conversas

Estratégias

Idear diálogos

Estrurar conversas mais comuns

Outcomes

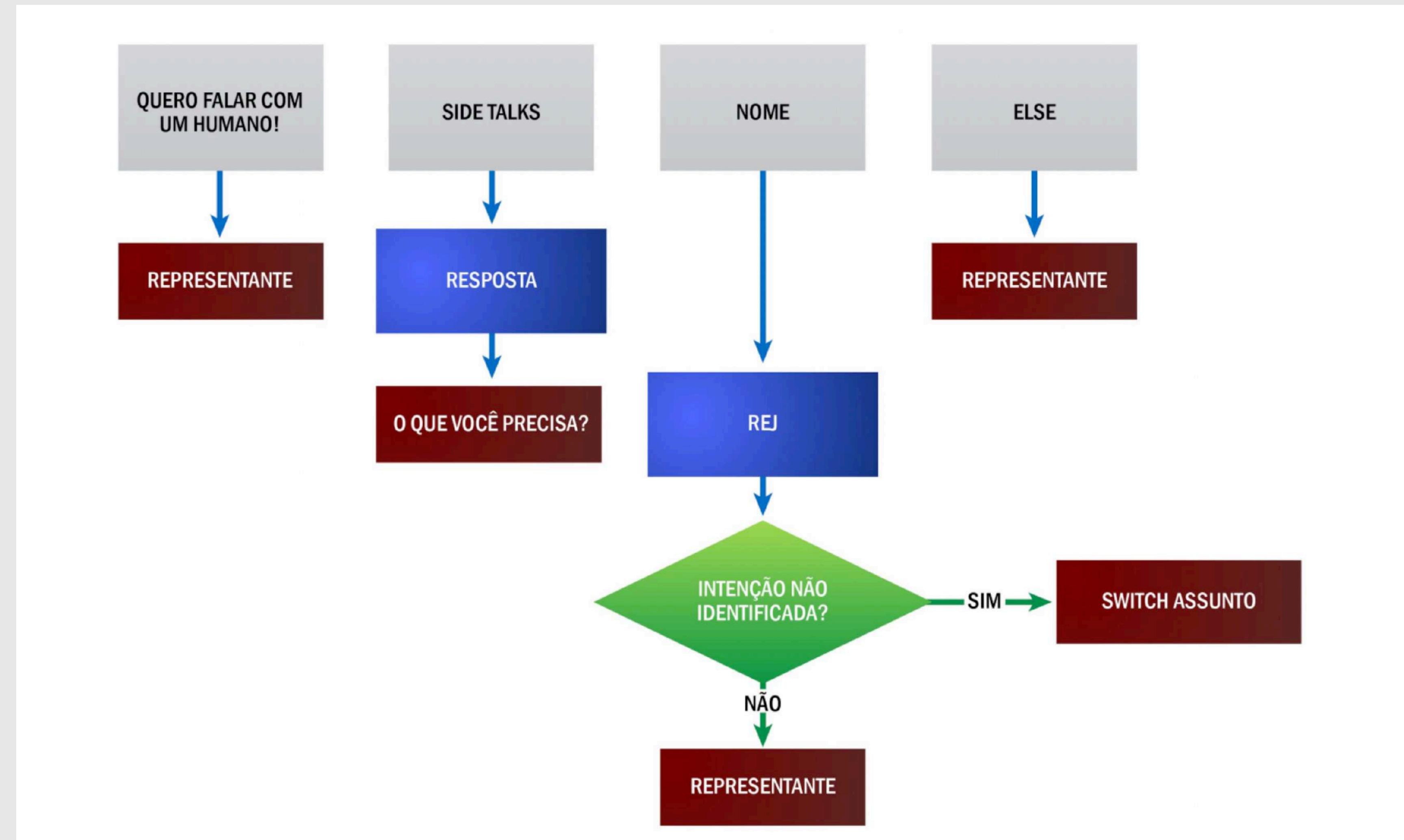
Sample Dialog

Fluxogramas de respostas

“Mindmap”

# #3

# Construindo conversas



#4

# Prototipação e testes

## Estratégias

Construir modelo de conversa proposta

Verificar erros, acertos e coisas esquecidas

## Outcomes

Simulação/Encenação

Ferramentas de chatbot

Mágico de Oz

# #5

# Métricas e curadoria

## Estratégias

A língua é viva, portanto as conversas são vivas

É necessário acompanhar métricas como: abandono, silêncios, repetições, erros ou buscas

O objetivo é manter-se atual e relevante

## Como?

Observar interações reais

Rever/ acrescentar assuntos

Revisitar persona/tom de voz

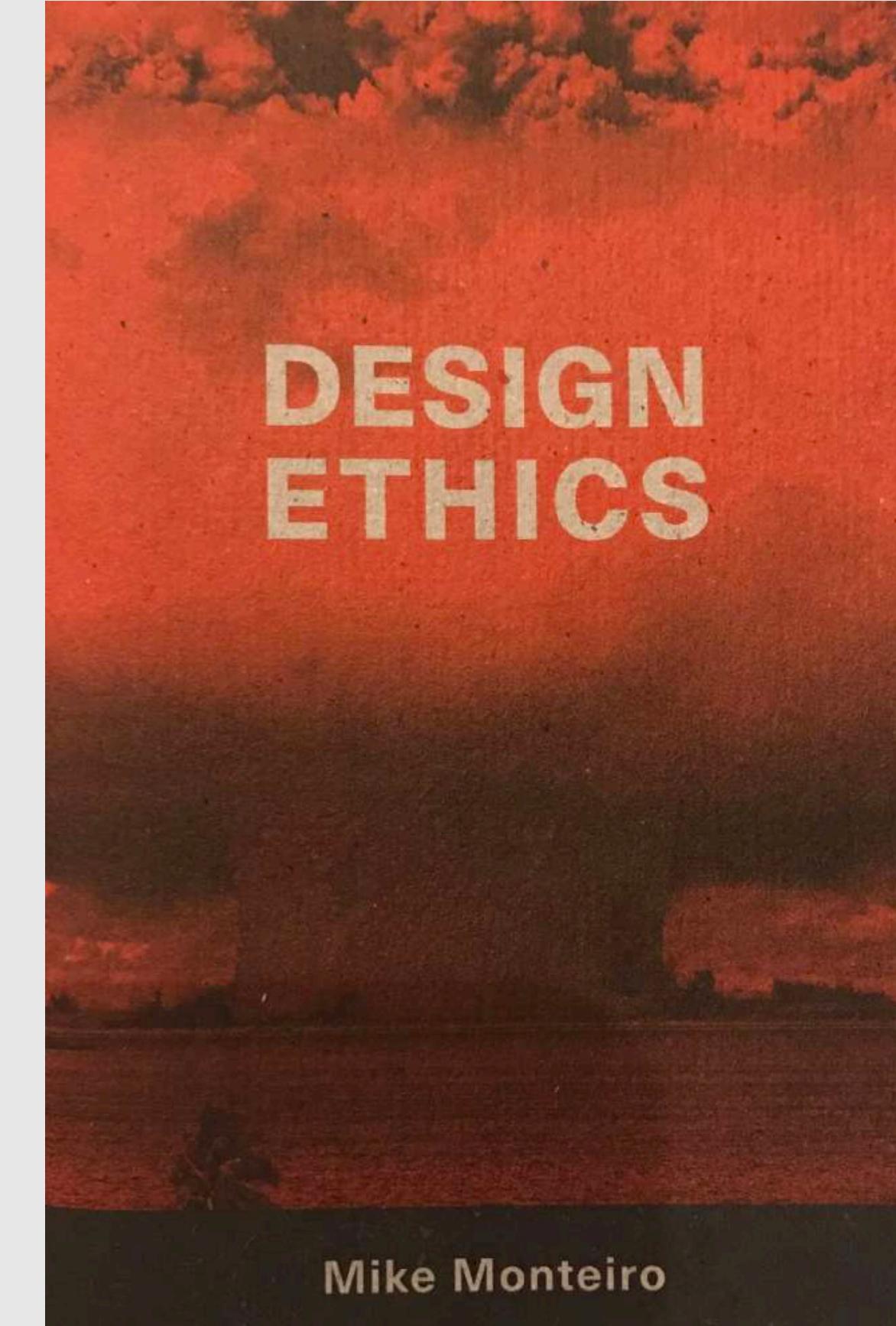
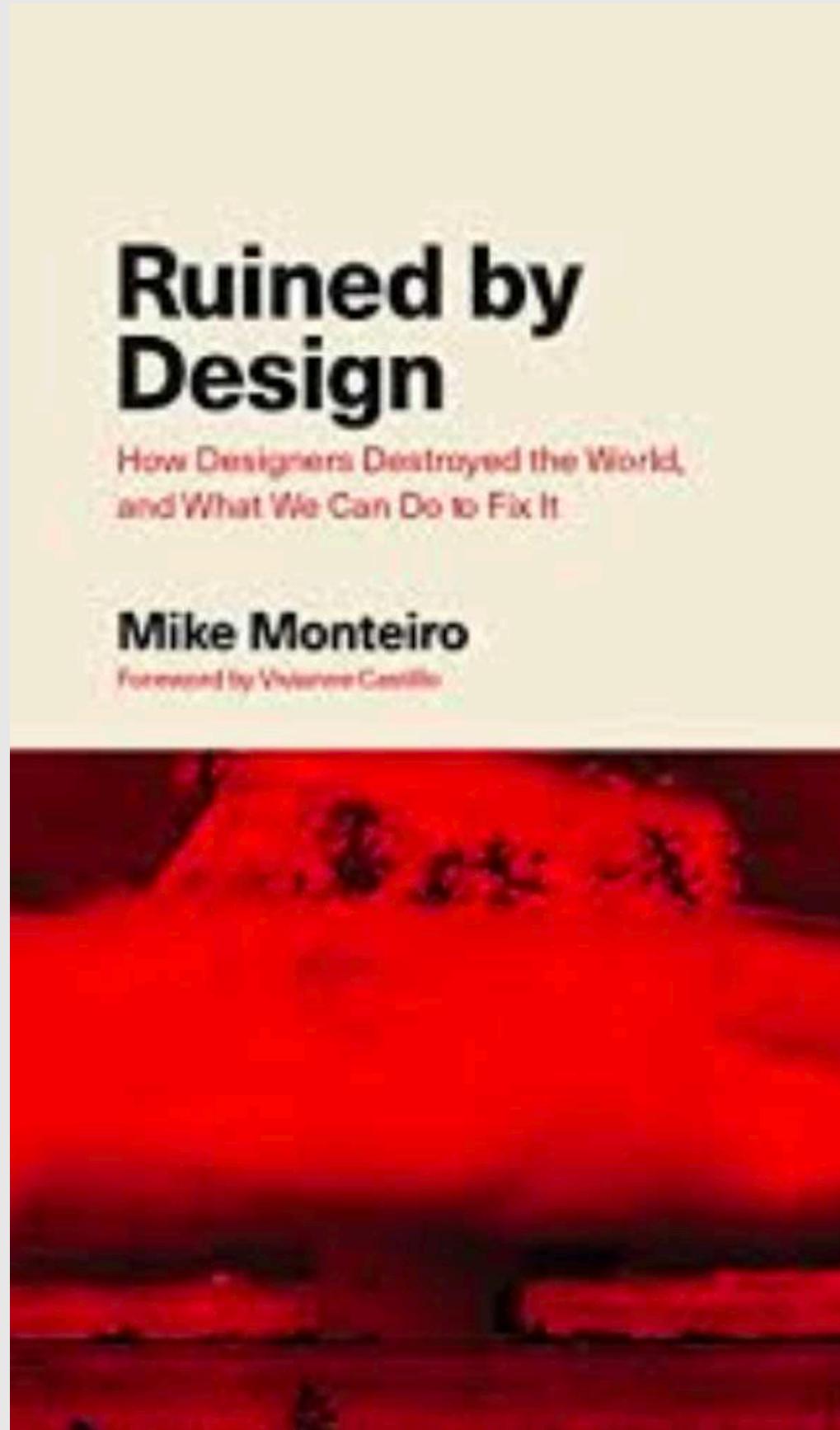
# Ferramentas

- Persona
- Biblioteca de conteúdo
- Card sorting
- Teste A/B
- Árvores de conversa
- Excel
- Fluxogramas
- Pergunta canônica/Resposta padrão

# Ética em AI

- Responsabilidade pelos resultados
- Alinhamento com as normas e valores dos usuários
- Usuários devem saber que estão interagindo com uma AI
- Minimizar vieses e promover inclusão
- Proteção dos dados dos usuários e poder sobre o acesso e uso

# Recomendação de Leitura



ATE A  
PRÓXIMA  
AULA!



escola  
britânica de  
artes criativas  
& tecnologia