

UX Design como ferramenta para inovações tecnológicas

Otávio Bispo dos Reis¹, Jandira Guenka Palma¹

¹Departamento de Computação – Universidade Estadual de Londrina (UEL)
Caixa Postal 10.011 – CEP 86057-970 – Londrina – PR – Brasil

otavio.bispo.reis@uel.br, jgpalma@uel.br

Abstract. *There are still many challenges in developing new innovations. One of the most common is understanding how to leverage customer experience and satisfaction when developing or improving new products and processes. The purpose of this research is to establish a model that supports the development process of innovative products using UX design methodologies.*

Resumo. *O desenvolvimento de inovações tecnológicas ainda enfrenta muitos desafios. Uma das mais comuns é entender como usar a experiência e a satisfação do cliente ao desenvolver ou melhorar novos produtos ou processos. O objetivo deste estudo é estabelecer um modelo utilizando métodos de UX Design como apoio o processo de desenvolvimento de produtos inovadores.*

1. Introdução

A utilização do Design de Experiência de Usuário (*User Experience Design*) em tecnologia vai muito além das aplicações convencionais de *design*. Aproveitar a experiência do usuário para melhorar a experiência do cliente de uma organização e fornecer oportunidades de inovação neste espaço, mostra como as interações e experiências do cliente se estendem além da definição tradicional [4].

Utilizar o feedback do cliente como uma forma de entender como podemos melhorar nossos produtos. Por isso, metodologias como o Design Thinking foram criadas para te ajudar no processo de entender seus usuários, questionar suposições, redefinir problemas e gerar soluções criativas sem que você possa fazer protótipos e testes. O objetivo geral é identificar estratégias e alternativas que não sejam imediatamente óbvias para o seu nível inicial de compreensão.

O foco deste trabalho é analisar estes métodos e estudar como eles podem ser benéficos para uma empresa na criação de produtos inovadores.

2. Fundamentação Teórico-Metodológica e Estado da Arte

Como este trabalho é dedicado ao estudo de inovações tecnológicas utilizando Design de Experiência de Usuário, é necessário que se saiba o conceito dos termos mais importantes que serão abordados.

2.1. UX Design

Design de Experiência de Usuário (*User Experience Design*, *UX Design*) é uma metodologia que visa melhorar a experiência do usuário, melhorando a usabilidade, acessibilidade e satisfação das interações do produto. Sua tecnologia inclui a Interação Homem-Máquina (IHM) e se estende a todos os aspectos dos produtos ou serviços oferecidos aos usuários [4].

Compreender o que é a experiência do usuário é um processo complexo, pois há muitas abordagens para esse problema dentro do UX design. Visto que até mesmo sua definição sofre por conta de ser bastante vago em sua definição concreta, mas diferentes definições do termo tendem a ter partes em comum [3].

Uma das abordagens possíveis é o *Design Thinking* que consiste na forma prática e criativa de resolver problemas e dúvidas. Nesse sentido, é uma mentalidade baseada na solução ou focada na solução com um objetivo inicial, em vez de começar com um problema específico [1].

2.2. Inovação

Conforme o Manual de Oslo (2006), podemos definir inovação como a implementação de novos processos, produtos, métodos de *marketing* ou novos métodos organizacionais nas práticas de negócios. Sendo assim, nem tudo nem tudo que chega ao mercado obrigatoriamente é inovação e para que isto ocorra, algumas características específicas são necessárias.

O manual distingue quatro tipos inovação: produto, processo, marketing e organizacional. A inovação de produto requer melhorias significativas nas características do produto (bens ou serviços), como especificações técnicas, componentes e materiais aprimorados; a inovação de processo inclui métodos de produção ou distribuição novos ou significativamente aprimorados, como a introdução de novos equipamentos automatizados nas linhas de produção ou novos métodos de distribuição; a inovação de marketing refere-se a mudanças no design, posicionamento e promoção do produto; a inovação organizacional refere-se às práticas de negócios de uma empresa [2].

3. Objetivos

O objetivo deste trabalho é analisar como o uso de métodos de Ux Design pode auxiliar no processo de inovação tecnológica e considerar os fatores que a descrevem.

4. Procedimentos metodológicos/Métodos e técnicas

Para atingir os objetivos deste trabalho, será realizada uma pesquisa bibliográfica para encontrar artigos e livros para entender o que é inovação e como podemos aplicar conceitos de Ux Design sobre.

Após feito o levantamento e estudo, serão definidas técnicas que possam ser aplicadas, objetivando um processo de inovação focado a experiência do usuário.

5. Cronograma de Execução

O desenvolvimento das atividades seguirá o seguinte cronograma:

Atividades:

1. Levantamento bibliográfico
2. Pesquisa e detalhamento dos conceitos;
3. Escrita e entrega da versão preliminar do TCC;
4. Estudo de caso.
5. Escrita e entrega do relatório final de TCC;

Tabela 1. Cronograma de Execução

	ago	set	out	nov	dez	jan	fev	mar	abr	mai
Atividade 1	X	X								
Atividade 2			X	X	X					
Atividade 3					X	X				
Atividade 4							X	X		
Atividade 5								X	X	X

6. Contribuições e/ou Resultados esperados

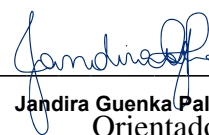
Espera-se que este trabalho proporcione aos leitores uma compreensão de como as metodologias de UX design são utilizadas para inovar a tecnologia, bem como uma compreensão de como funciona cada etapa e como aplicá-las.

7. Espaço para assinaturas

Londrina, doze de setembro de 2022.

Otávio Bispo dos Reis

Aluno



Jandira Guenka Palma
Orientador

Referências

- [1] Nigel Cross. Designerly ways of knowing. *Design studies*, 3(4):221–227, 1982.
- [2] FINEP. *Manual de Oslo DIRETRIZES PARA COLETA E INTERPRETAÇÃO DE DADOS SOBRE INOVAÇÃO*. OCDE, Eurostat, 3st edition, 2006.
- [3] Jodi Forlizzi and Katja Battarbee. Understanding experience in interactive systems. In *Proceedings of the 5th conference on Designing interactive systems: processes, practices, methods, and techniques*, pages 261–268, 2004.
- [4] Marc Hassenzahl and Noam Tractinsky. User experience - a research agenda. *Behaviour & Information Technology*, 25(2):91–97, 2006.