

# UX

# Case

Design Digital  
para idosos 🧓

Universidade Estadual Paulista Júlio Mesquita Filho - **Unesp**  
Faculdade de Artes, Arquitetura e Comunicação - **FAAC**

Thaina Delgado Zabini  
Trabalho de Conclusão de Curso  
Bacharelado em Design  
Orientação: Profº Dr. Dorival Campos Rossi  
**2021**

# Resumo

Esse trabalho de conclusão de Curso na área de UX Design busca entender e melhorar a experiência de idosos com Internet Banking. Ele é o resultado de um projeto que, utilizando da abordagem do Diamante Duplo (Double Diamond), promove a acessibilidade e inclusão de idosos no mundo digital. Através de um vasto processo de pesquisa com: Desk Research, Questionário online e Entrevistas, foram coletadas as principais dores dos idosos ao usar aplicativos de bancos. Com esses dados, foi trabalhada uma síntese, utilizando de: Persona, Mapa de Empatia, Análise Heurística e Jornada do Usuário como artefatos. A fim de propor um protótipo em média fidelidade que indique uma proposta de solução para o problema observado.

## **Palavras Chave:**

UX Design - Double Diamond - Idosos  
Acessibilidade - Internet Banking

# Agradecimentos

A todos que estiveram ao meu lado, me dando o suporte e a motivação necessários para concluir esse projeto e minha graduação. A todos os professores, que dedicam sua vida a construir novos profissionais e compartilhar o seu saber. Ao meu orientador que abraçou e orientou esse projeto de forma atenciosa e profissional. A minha família e amigos que me acompanharam de perto meus anseios e buscaram facilitar minha jornada e dividir minhas dores.

Em especial: as profissionais e amigas que me ajudaram na jornada de aprendizado UX e de Design e acompanharam de perto meu projeto e crescimento profissional: Gabriela Leopoldo, Daniela Zagnoli e Marina Domingues.

Sou grata a cada idosa que cedeu um pouco de seu tempo e privacidade para serem entrevistadas e construírem as descobertas desse projeto.

Meus mais sinceros agradecimentos aos meus avós, Orivaldo Delgado e Odette Delgado que me possibilitaram estudar, sonhar e crescer e inspiraram a temática deste TCC.

# Índice

**Clique** no tópico que deseja ler.



07  
Introdução

14  
Abordagem

17  
Plano de Pesquisa

28  
Research

64  
Síntese

116  
Protótipo

124  
Considerações  
finais

# Intro dução

**Clique** no tópico que deseja ler.

Introdução

Problem Statement

Usuários

Proto-personas

[← Voltar ao índice](#)

Acessar contas bancárias por meios digitais vem sendo a preferência de muitos brasileiros, de todas as idades. Uma pesquisa do Ibope em 2020, feita com 200 pessoas com mais de 55 anos, apontou que cerca de 42% desse público passou a usar mais os canais digitais durante o período de isolamento, 45% deixou de ir às agências bancárias e 40% diminuiu o uso do dinheiro em espécie.

Um estudo do Departamento Intersindical de Estatística e Estudos Socioeconômicos (Dieese) com dados do IBGE, mostra que de 210 milhões de habitantes do país, 37,7 milhões possuem 60 anos ou mais. 18,5% trabalham e 75% contribuem com pelo menos metade da renda familiar.

Meio a pandemia de Covid-19, acentuou-se a necessidade dessa faixa etária evitar o mundo físico e os riscos à saúde que ele oferecia. Mas será que todos têm a mesma facilidade para buscar soluções do dia a dia em meios digitais?

Segundo a Cetic, 2019, o uso de internet por celular tem uma curva de aprendizagem mais amigável do que quando comparada com o uso em computadores. Ainda assim, a usabilidade não é a mesma para todos. O mesmo estudo aponta que idosos com mais de 75 anos com pouco instrução e pertencentes a classes socioeconômicas mais baixas, concentram o uso do celular apenas em chamadas telefônicas.

Estudos da NN Group mostram: não faltam motivos para fazer design para pessoas idosas. É um grupo social que cresce em número, tem bom poder aquisitivo, muitos tem alguma necessidade especial e, o mais importante, qualquer um pode usar um produto bem feito para um idoso e a intenção é fazê-lo tão bem sucedido que todos queiram usar.

Com os riscos de ir aos bancos físicos devido a pandemia de Corona Vírus, **idosos** evidenciam a falta de **inclusão**, **acessibilidade** e **aprendizagem intuitiva** nas **interfaces** e soluções oferecidas por **canais digitais de bancos tradicionais**.

Problema a ser estudado

Acessibilidade, por definição, é a facilidade na aproximação, no tratamento ou na aquisição de algo. Quando observamos que algum produto evidencia melhores resultados de usabilidade para um grupo do que para outro, concluimos que ele não é de todo acessível. Pode ser útil, mas não necessariamente acessível.

Trabalhar com inclusão e acessibilidade é criar para que todos se sintam aptos para resolver suas questões pessoais sem ajuda de terceiros, de forma segura, através de um visual e mensagens claras e de fácil entendimento. Evitando, dessa forma, constrangimentos, medo de errar, desconfianças e sentimento de incapacidade por vezes relacionados aos desafios tecnológicos.

## **Usuários**

Pessoas com 60 anos ou mais, de todas as classes sociais que utilizam smartphone, com acesso a internet, possuem contas em banco e ainda não se sentem à vontade e totalmente aptos para utilizar os serviços digitais de bancos sozinhos.

## Proto-persona 1

### Cida, 88 anos

Uma das idosas que enfrentam dificuldades para resolver suas questões financeiras durante a pandemia. Entender a interface do aplicativo do Banco do Brasil é um aprendizado muito mais doloroso e envolve fricções bem mais frequentes quando comparado com o processo de aprendizagem de sua filha e netos, por exemplo. Por esse motivo, ela opta por outros familiares irem ao banco ou até mesmo fazer uso do aplicativo por ela. Nesse caso, a pandemia trouxe uma certa perda de autonomia para ela, quando se trata em resolver suas questões financeiras.

## Proto-persona 2

### Luiz, 72 anos

Um senhor com pouca experiência em tecnologia. Para ele, até mexer na televisão apresenta seus próprios desafios. Porém, mesmo com todos os riscos e advertências sobre sair de casa no período de pandemia de Corona-vírus, ele segue indo ao banco fazer seus pagamentos, transferências e saques. Ele não confia em ninguém para fazer isso por ele, e, por isso, prefere recorrer aos recursos off-line.

# Abor dagem

---

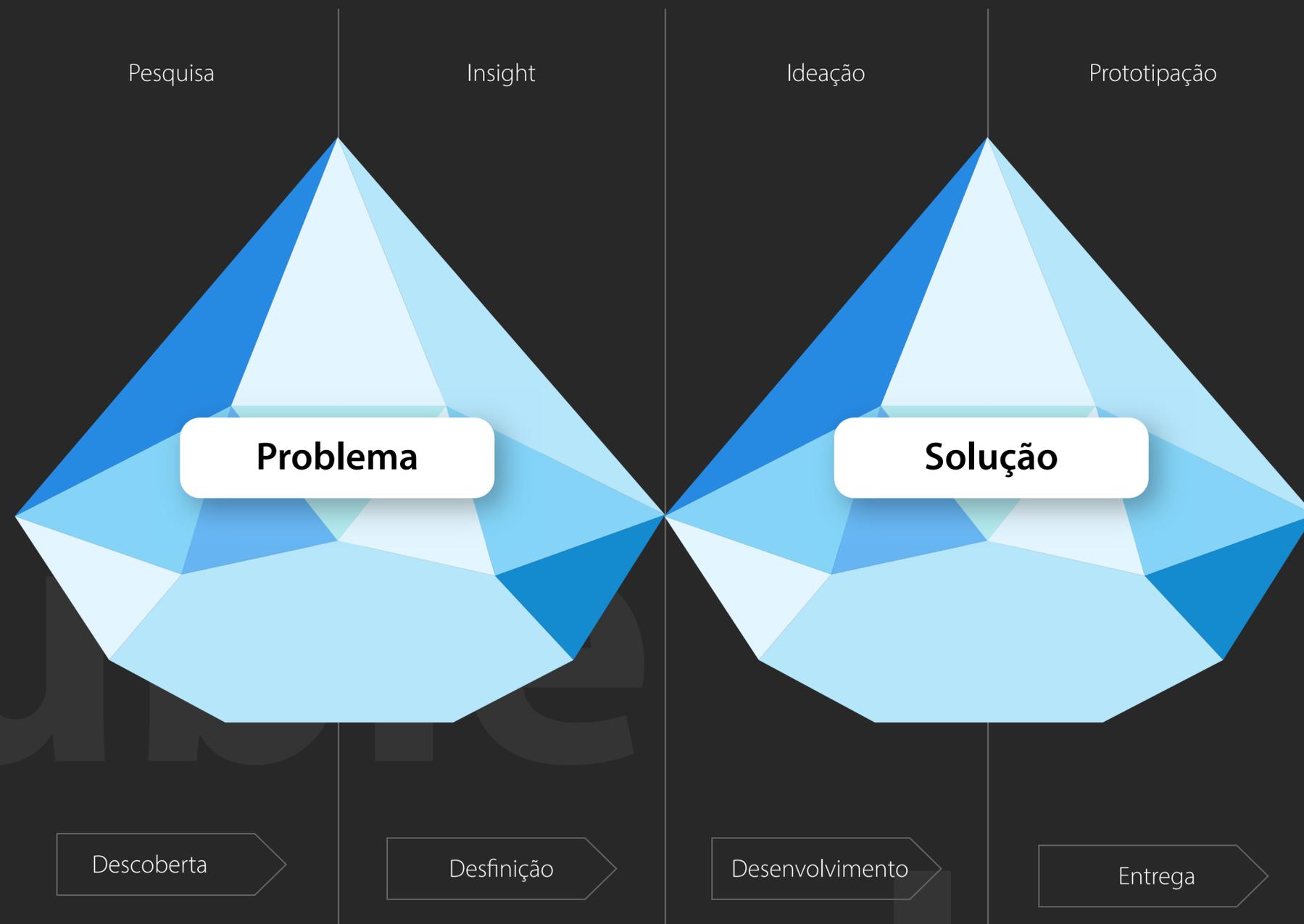
[Diagrama: Double Diamond](#)

---

[Sobre o Double Diamond](#)

---

[← Voltar ao índice](#)

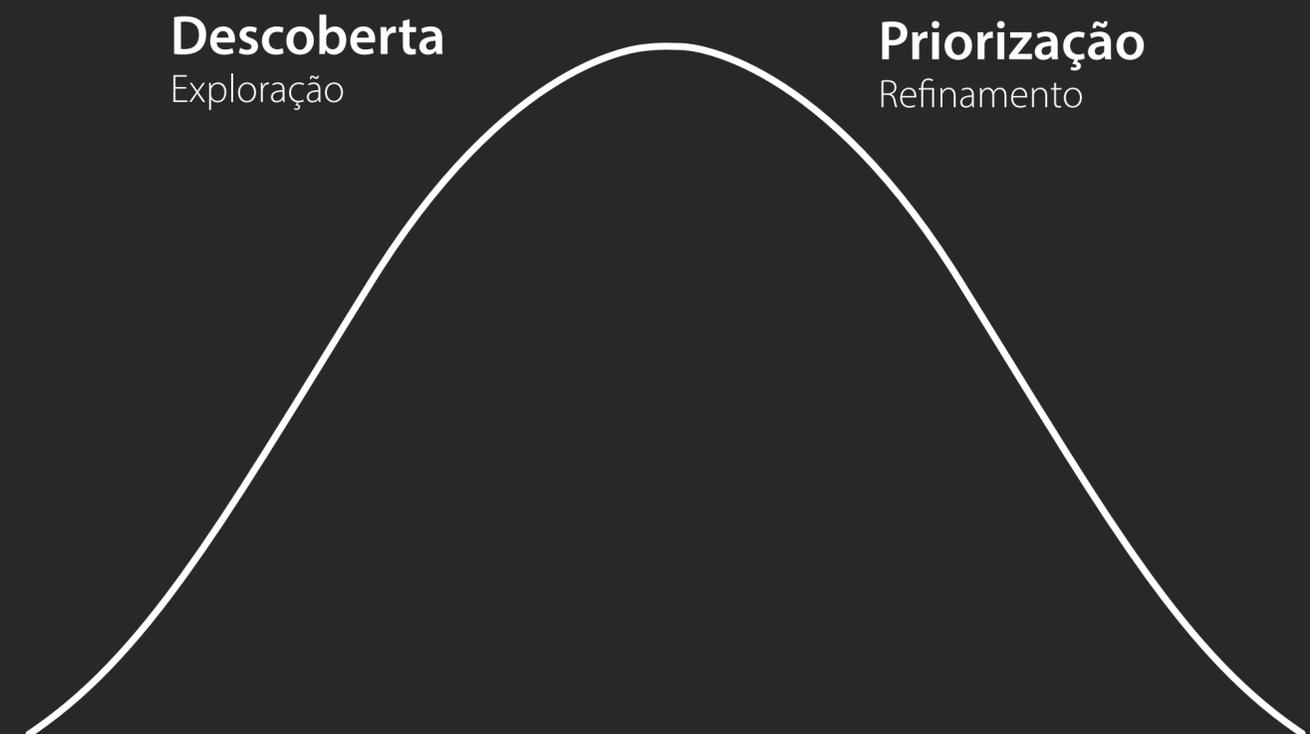


Download  
Diamond

O diamante duplo, ou double diamond, é uma das abordagens mais utilizadas no processo de Design Thinking. Esse processo criativo visa reunir o máximo de perspectivas diferentes em torno da solução de um problema e se estrutura em 3 pilares: empatia, colaboração e experimentação.

Essa abordagem envolve um processo de descobertas e priorização em dois momentos distintos: o primeiro diamante focado no problema e na pesquisa, e o segundo com foco no processo de solução. Conforme o diagrama acima.

A fase de pesquisa envolve explorar o problema e desenvolver empatia pelo usuário estudado, ou seja, compreendê-lo emocionalmente, e entender se o problema inicialmente pontuado, é, de fato, uma dor. Depois, é feita a definição de insight, condensando inúmeros problemas em dores específicas a serem sanadas. Com um problema pontual em mente, inicia-se o processo de geração de ideias e prototipação, a serem testados e validados até chegar em uma solução específica para a construção de um MVP.



# Plano de Pesquisa

---

Objetivos e HMW

---

Sobre o público e Contexto

---

Sobre como pensam e se sentem

---

Sobre interface de internet Banking

---

Sobre banco e serviços

---

Sobre dinheiro

---

Hipóteses

---

Metodologias

---

[← Voltar ao índice](#)

## Objetivo

Explorar a fundo a vida financeira dos idosos. Entender motivações, impedimentos, etapas, processos, nível de satisfação, dificuldades, pensamentos e sentimentos para com as soluções digitais de bancos tradicionais presentes no mercado.

## **HMW** - How Might We

“Como nós podemos tornar a experiência financeira online acessível e intuitiva para os idosos estarem no centro de suas vidas financeiras, mesmo quando se encontram sozinhos?”

Essa ferramenta de visualização de oportunidade e definição de uma visão futura foi explicada com mais detalhes em “**Síntese**”

# Sobre o público e o contexto

O que eu preciso descobrir?

**Entender o perfil do público** (gênero, escolaridade, com o que trabalha ou trabalhou, com quem moram, há quanto tempo utilizam celular, há quanto tempo utilizam internet banking);

**Descobrir o que mudou** (e não mudou) na rotina e percepção do público durante o período de isolamento social quando o assunto é dinheiro;

**Como e quando começou a imersão tecnológica?**  
Qual foi a motivação?

**Entender a rotina dos usuários** no celular. Para que usam? Quais são as principais atividades?

**Quem os ajuda** quando precisam de qualquer instrução digital? Quando a solução está fora de casa?

# Sobre como pensam e se sentem

O que eu preciso descobrir?

Qual é a importância deles se sentirem no **controle de suas vidas financeiras**?

**Quais são os medos, desconfianças e dificuldades** que eles encontram ao usar smartphones?

**O que precisam** para utilizar os aplicativos de banco por conta própria?

**Como eles se sentem** por estar (ou não) inseridos no meio tecnológico?

**Existe algum medo** relacionado a dinheiro? Quais são as questões históricas e culturais enraizadas a isso? (medo de crises, medo de precisar de uma reserva para resolver algum problema futuro...);

**Como funciona o aprendizado e memória** dos idosos?  
O que é priorizado (inconscientemente)?

**O que fazem quando erram?** Pedem ajuda ou pesquisam na internet a solução?

**Existe alguma resistência a mudanças?**

**Como se sentem quando erram** ou não conseguem completar alguma atividade?

**Como é a percepção visual?** Quais são as deficiências? Como funcionam as analogias e referências quando precisam interpretar algo novo ou algum símbolo?

# Sobre interface de internet banking

O que eu preciso descobrir?

**Entender como (e se) aprenderam utilizar internet banking.**

O que impede ou dificulta o aprendizado?

**O que aprenderam utilizar sozinhos?**

Precisaram de ajuda para aprender alguma coisa em específico?  
O que continuam precisando de ajuda?

**Descobrir o que acham fácil** e consideram intuitivo, e o que acham mais difícil;

**Descobrir o grau de satisfação** dos usuários com as soluções digitais dos bancos tradicionais;

**Qual é a frequência de erros e dificuldades**

quando se trata de internet banking?  
Quais são os principais erros e dificuldades?

# Sobre banco e serviços

O que eu preciso descobrir?

**Entender as necessidades e motivações** que levam (ou levavam) o idoso a ir até o banco

**O que é preferível ser feito em agências tradicionais?**  
Por quê?

**Quais são os serviços essenciais?**

**Entender as necessidades e motivações** que levam o idoso a utilizar internet banking

**Qual (ou quais) são os bancos utilizados?**  
Bancos tradicionais ou bancos digitais?

# Sobre dinheiro

O que eu preciso descobrir?

**Quem é o principal responsável financeiro** pela família e pela casa?

**Eles têm preferência por uso de dinheiro em espécie?** Ou preferem usar cartão, transferências, pix, cheque? Por quê?

**Eles sentem necessidade de guardar dinheiro?** Por que e para que guardariam (ou não)? Eles sentem necessidade de fazer orçamentos?

**É importante ter um planejamento financeiro?** Por quê?

**Quais são as principais fontes de dinheiro?** Pensão, aposentadoria, salário, ajuda dos filhos?

# Hipóteses

| Internet banking são de difícil aprendizado para os mais velhos (essa dificuldade se agrava conforme mais avançada seja a idade do usuário, sendo aqueles com mais de 70 anos os que precisam de suporte mais frequente de terceiros)

| Para a terceira idade, a responsabilidade financeira ainda está mais relacionada à figura masculina, como reflexo de uma geração patriarcal.

| Idosos têm mais medo de errar e cometem erros mais frequentes no celular e em bancos online do que os mais novos. Muitos deles não sabem reverter ou resolver aquele erro, causando sentimento de culpa e desistência de completar a atividade ou tentar novamente em outro momento.

| Idosos são mais acomodados e metódicos, por isso preferem resolver as coisas da forma que estão acostumados do que se propor a novos aprendizados.

Idosos “preferem” (mesmo que inconscientemente) não aprender ou memorizar determinadas atividades se têm outros que a façam por eles.

Muitos idosos têm dependido de familiares para ir ao banco ou fazer uso do internet banking por eles.

Poucos idosos conseguiram aprender a usar internet banking sozinhos e seguem utilizando de forma autônoma.

Idosos preferem ir a agências bancárias a utilizar o celular para fazer atividades como pagamentos, transferências e consultas de extratos, saldos e faturas de cartões.

Muitos idosos provêm o sustento da casa e da família.

A dificuldade de aprendizado e a (possível) dependência de terceiros abala questões psicológicas, como confiança e autoestima, levando ao sentimento de exclusão.

Existe um controle financeiro por meio de “relatórios” no final do mês, mas não necessariamente um planejamento financeiro, com orçamentos e planos de reserva.

Idosos têm mais medo de crises financeiras e de perder dinheiro, por experiências relacionadas a história e política brasileiras.

A interface menos intuitiva e com menor prevenção de erro é a do aplicativo do Banco do Brasil.

# Metodologias de pesquisa

## **Questionário online:**

para dados quantitativos, entender o perfil do público, frequência de atividades e preferências, identificar padrões e tendências;

## **Entrevista com usuário:**

para dados qualitativos, coletar percepções, experiências, sentimentos, descobrir opiniões, expectativas e necessidades;

## **Análise heurística:**

com natureza avaliativa qualitativa, como pré análise e filtro de problemas mais aparentes nas interfaces;

## **Pesquisa de dados secundários:**

Para entender questões históricas, culturais, psicológicas e percepções.

# Research

---

Desk Research

---

Questionário

---

60+

---

60-

---

Tornando o questionário acessível

---

Síntese 1.0

---

Descobertas

---

Entrevistas

---

[← Voltar ao índice](#)

# Desk Research

Utilizada para construir uma base de dados que permitisse uma visão estratégica sobre o tema, e o questionário e a entrevista com usuário fossem mais assertivas.

A Desk Research se iniciou desde o processo de contextualização e busca por evidências e ocorreu em paralelo durante todo o processo de investigação do problema, afim de identificar padrões e dados quantitativos mais sólidos e embasados do que a amostra de população que o questionário online poderia alcançar.

Com ela foi possível coletar dados demográficos, questões históricas e culturais, tais como psicológicas e mentais, através de matérias, estudos, livros e artigos.

# Questionário

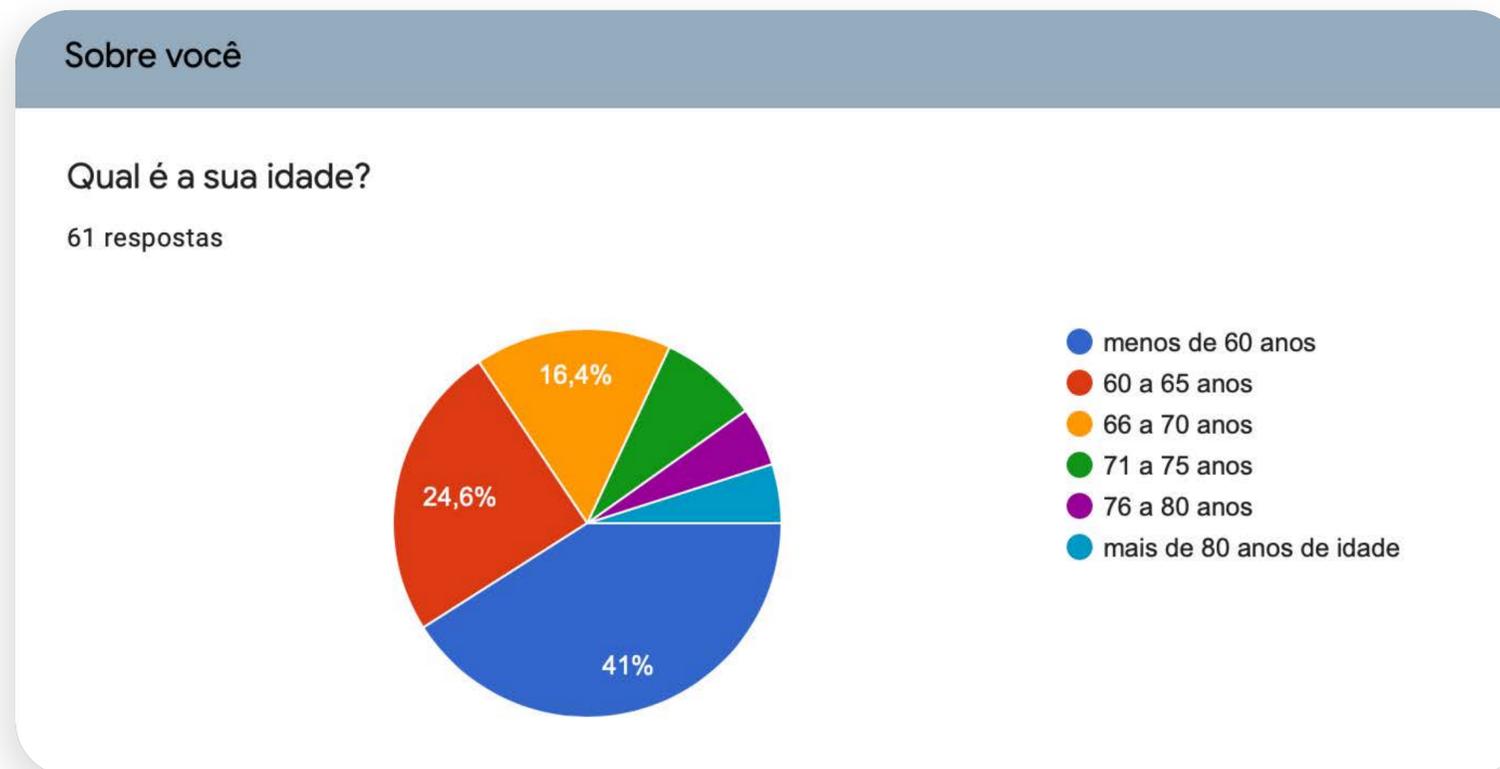
O objetivo de criar um questionário online foi identificar comportamentos específicos, que a Desk research não conseguiu alcançar, e que seriam filtros importantes para a entrevista com usuário, como: com quem moram esses idosos, com quantos anos as dificuldades se tornam mais constantes e como se dá o uso do aplicativo de banco: de forma independente, com algum auxílio, ou se preferiam que o app fosse utilizado por terceiros.

Através do google forms, foi criado um formulário que pudesse convocar o maior número possível de pessoas. Tendo em vista que dificilmente idosos tem costume de acessar questionários online, foi um processo delicado transmitir a mensagem de que aquele link era confiável, ainda mais se tratando de um assunto difícil e que envolve um tabu. Trabalhar a linguagem da forma mais clara e direta possível, sem ambiguidade e margem para interpretações erradas, foram pontos de muita atenção.

Mesmo assim, levei em consideração que, a partir da minha base de contatos, e onde esse questionário sera divulgado, seria interessante não descartar o interesse dos jovens que fossem alcançados pelo link. Dessa forma, em um mesmo Google forms, foram construídos dois caminhos diferentes de perguntas, direcionados pela idade.

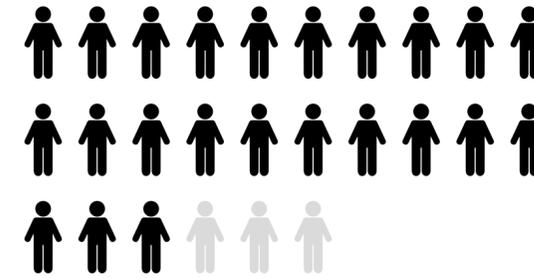
O link foi divulgado no stories do instagram, compartilhado no facebook, enviado para contatos e grupos de WhatsApp.

O formulário foi construído em seções, para direcionar as pessoas para os segmentos certos e poupar aquelas que não correspondem à pergunta. Como o mesmo link buscava atender dois públicos citados, a primeira pergunta era o principal filtro: a idade.

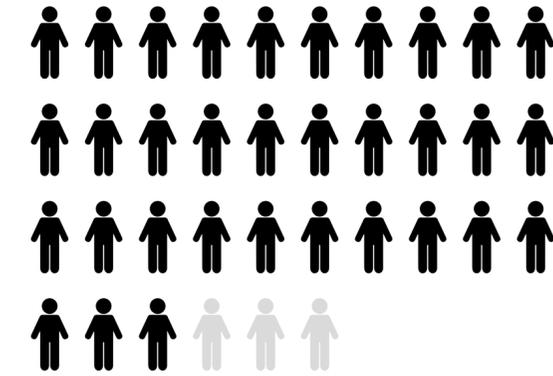


Das 62 respostas, 26 eram pessoas com menos de 60 anos, que foram direcionadas a responder se conviviam suficientemente com algum idoso, para responder sobre os comportamentos dele no celular e aplicativos de bancos.

As 3 pessoas que disseram não visitar nem conversar com algum idoso, foram direcionadas para o fim do questionário, assim como os 3 idosos que disseram não utilizar nenhum aplicativo em seus celulares. Essas respostas foram descartadas pois não ofereceram vantagem para a síntese da pesquisa.



**23** Respostas válidas entre os jovens

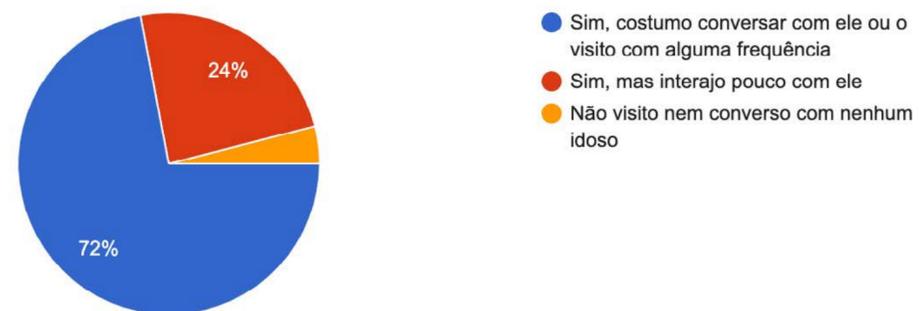


**33** Respostas válidas entre os idosos

Se você tem menos de 60 anos

Você convive com algum idoso?

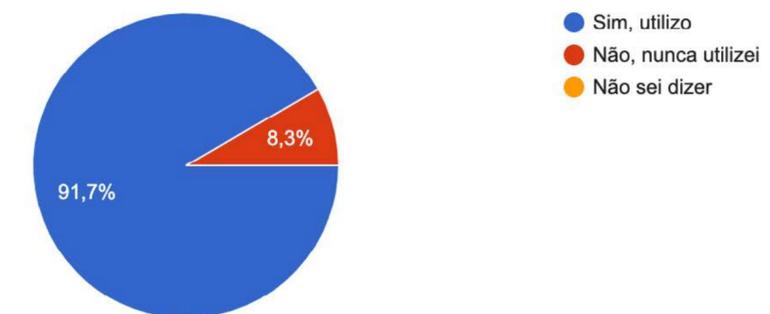
26 respostas



Você utiliza aplicativos em seu celular?

Você utiliza aplicativos em seu celular?

36 respostas



# 60+

Foi questionado o gênero e com quem moravam. O próximo filtro era para o idoso identificar se usava aplicativos no celular. Os 3 que disseram nunca ter utilizado, foram direcionados para o fim do formulário, com o agradecimento pela participação. Na sequência foi questionado sobre a relação deles com celular: se gostam de aprender, o que fazem ao encontrar dificuldades (se encontram), qual aplicativo acham mais fácil de utilizar, qual acham mais difícil e se precisaram de ajuda para aprender a usá-los.

Outro filtro importante foi saber se utilizavam o aplicativo de algum banco, mesmo que com alguma ajuda, para em seguida entender qual o banco e serviços utilizados por app. Na sequência, quis saber como preferem resolver as questões financeiras, se começaram a utilizar o app antes ou durante a pandemia e, enfim, como pergunta aberta, se encontraram alguma dificuldade no app das últimas vezes que ocorreu o uso. Aqueles que citaram nunca ter utilizado o app, nem com ajuda (7), também foram levadas para a parte de agradecimento no fim do questionário.

# 60-

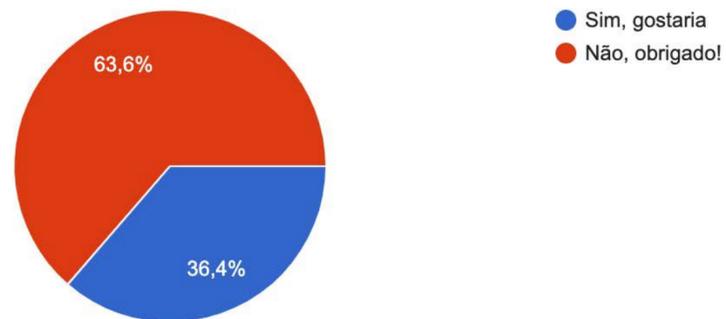
Depois de terem respondido se conviveram com algum idoso, mesmo que tivesse pouca interação, as próximas perguntas eram demográficas, sobre idade, gênero, com quem aquele idoso morava e se ele(a) utilizava o celular. Das 24 respostas, 8 foram levadas para o fim do questionário pois citaram que ele(a) não tinha celular ou não utilizava algum app nele.

Na seção seguinte foi abordado um pouco mais a relação deles com o celular: quais aplicativos costumam utilizar, quais aprenderam sozinhos, tais como quais precisaram de ajuda. Também: como costumam agir quando encontram alguma dificuldade e como eles tem resolvido as questões financeiras durante a pandemia. Logo após também foi perguntada a idade de quem respondeu, se costumam ser o alvo de pedidos de ajuda por parte do idoso e como se sentem por ajudar.

As duas partes do questionário (mais ou menos de 60 anos) eram direcionadas para o mesmo desfecho: uma pergunta para saber se gostariam de participar das próximas etapas da pesquisa, seguido do espaço para deixar o contato.

Nas próximas etapas desse estudo, gostaria conversar com algumas pessoas que responderam esse questionário para entender um pouco mais do assunto. Você gostaria de participar?

55 respostas



Seção 14 de 14

## Deixe seu contato!

Descrição (opcional)

Fico muito feliz que queira participar! Deixe aqui, o contato de sua preferência para te chamarmos (email, telefone, WhatsApp). Não se esqueça de clicar em "Submeter" para salvar suas respostas! Obrigada!

Texto de resposta curta

# Tornando o questionário acessível

Descrições subscritas nas perguntas, como o próprio forms sugere, não foram percebidas em um teste feito com duas idosas. Por isso, as observações foram escritas na própria pergunta, como forma de certificar que seriam vistas.

O que você faz quando encontra alguma dificuldade com o seu celular? Selecione quantas alternativas achar necessário. \*

- Peço ajuda para alguém
- Pesquiso na internet
- Vou tentando até conseguir
- Desisto de completar a atividade
- Procuo a janela de "ajuda" dentro do próprio aplicativo em que me encontro
- Ligo na Central de Atendimento

Na própria descrição do questionário foi enfatizado o tocante a segurança do mesmo, indicando que dados pessoais e bancários não seriam solicitados. Também foi indicado como avançar para as próximas seções e salvar as respostas no final.

Seção 1 de 14

## Idosos, Celular e Bancos durante a Pandemia

Olá! Que bom ter você aqui.

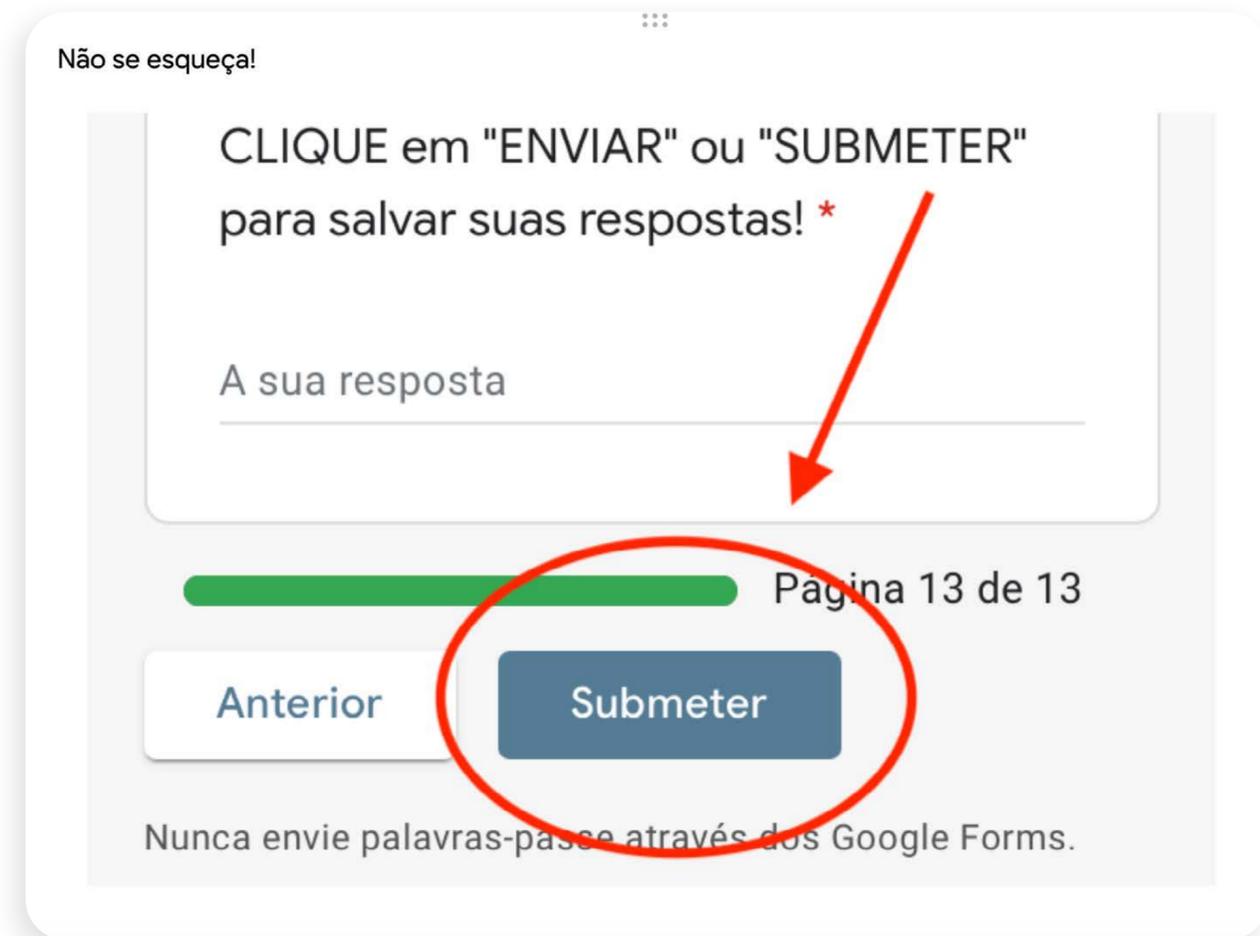
Meu nome é Thaina Zabini e estou estudando Design e experiência do usuário. Para meu TCC, estou buscando entender como idosos se relacionam com celular e têm resolvido suas questões financeiras durante a pandemia de Covid-19.

Se você tem mais de 60 anos ou conhece alguém que tenha, e quiser me ajudar, basta responder as perguntas seguintes. Levará apenas 5 minutinhos. Se possível, compartilhe também com amigos e familiares! Quanto mais respostas melhor!

Sua participação é anônima e o questionário é totalmente seguro. Não será solicitado nenhum dado pessoal relacionado a conta ou serviço bancário. Todas as respostas obtidas são apenas para fins de estudo.

No final de cada página você deve clicar no botão escrito "próxima" ou "seguinte" para ter acesso a mais perguntas. Vamos lá?

A atenção para o ato de salvar as respostas ao finalizar o questionário também foi chamada logo após a última pergunta do questionário (o convite para participação das próximas etapas).



Não se esqueça!

CLIQUE em "ENVIAR" ou "SUBMETER" para salvar suas respostas! \*

A sua resposta

Página 13 de 13

Anterior Submeter

Nunca envie palavras-passe através dos Google Forms.

Outro filtro importante para direcionar o questionário, era saber se esse idoso utilizava aplicativos em seu celular. Para isso, foi explicado o que são Apps (ou aplicativos)

Aqueles que responderam “sim” ao convite e foram direcionadas para o espaço para deixarem o contato, foram novamente recordadas do “submeter” na própria pergunta, para que nenhuma deixasse de ser salva.

Secção 14 de 14

## Deixe seu contato!

Descrição (opcional)

Fico muito feliz que queira participar! Deixe aqui, o contato de sua preferência para te chamarmos (email, telefone, WhatsApp). Não se esqueça de clicar em "Submeter" para salvar suas respostas! Obrigada! \*

Texto de resposta curta

Secção 4 de 14

## Você utiliza aplicativos em seu celular?

"Aplicativo" ou "App" são todos os serviços que instalamos em nosso celular, como: WhatsApp, Facebook, Instagram, YouTube, Uber, entre outros.

Título da ima...

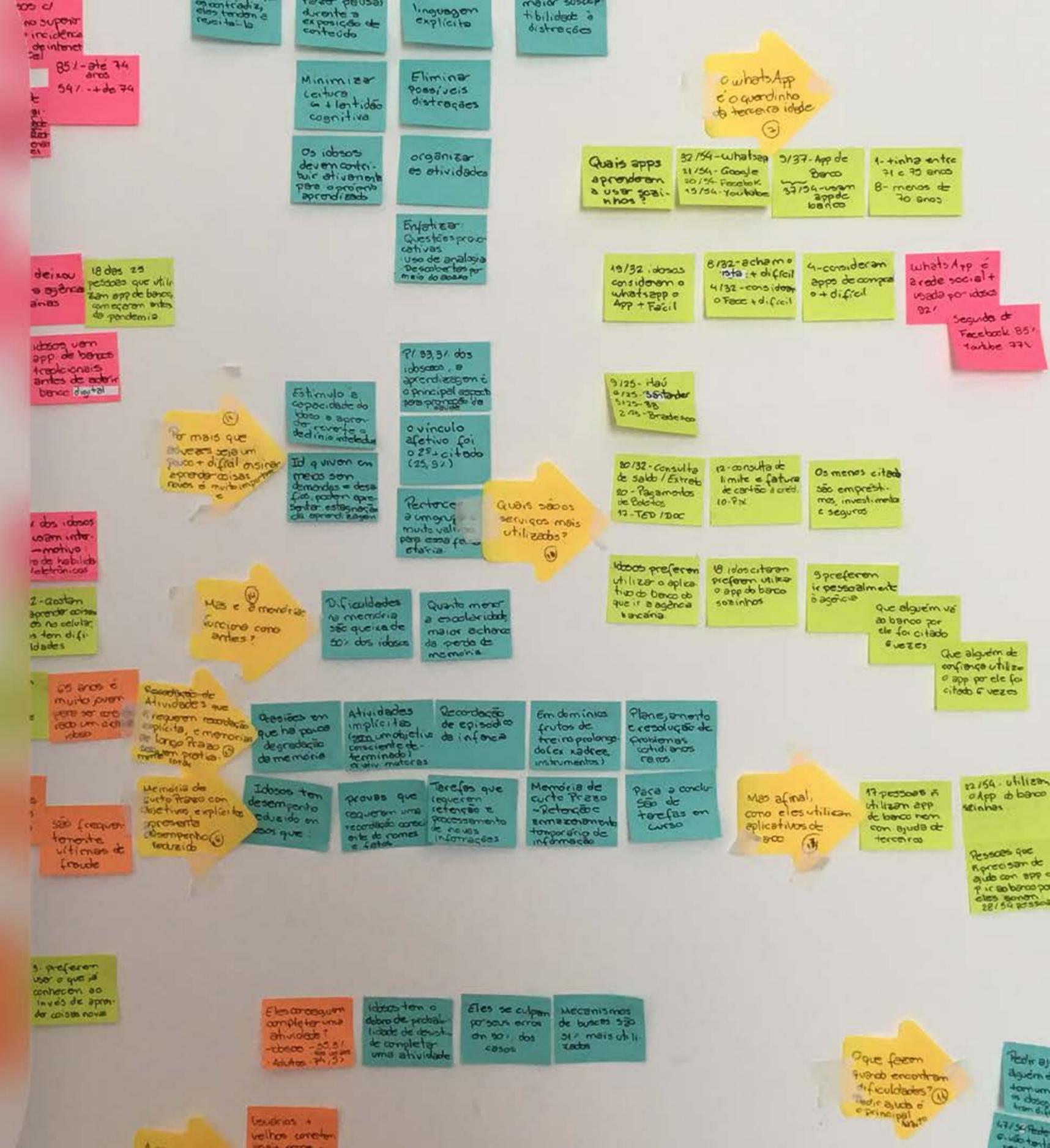


Você utiliza aplicativos em seu celular? \*

- Sim, utilizo
- Não, nunca utilizei
- Não sei dizer

# Síntese 1.0

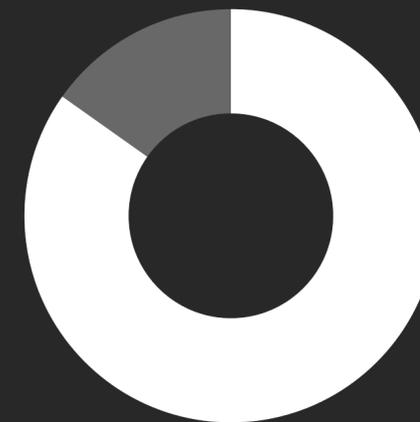
Nessa etapa do processo, após Desk Research e questionário, foi feita uma primeira fase de síntese e priorização, para analisar os gaps de informação: quais pontos do plano de pesquisa ainda não foram atendidos e quais dúvidas ainda precisam esclarecidas, tal como quais não faziam mais sentido para esse projeto. Em post-its foram escritas as principais descobertas com as metodologias citadas. Elas foram agrupadas em grupos de significado, parte descartadas e os achados, reescritos, conforme as próximas páginas:



# Eles têm sempre com quem contar?

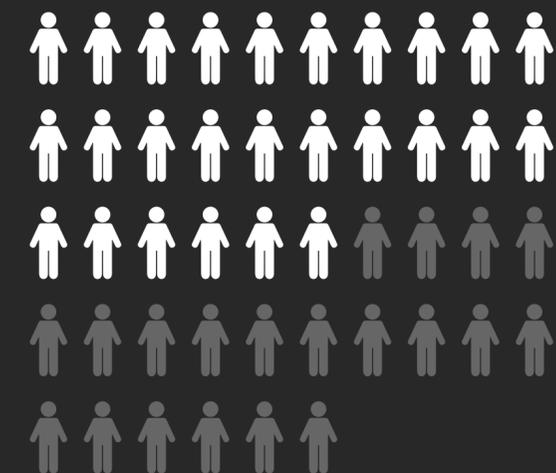
85% dos idosos no Brasil moram com outras pessoas, entretanto, 4,3 milhões de idosos vivem sozinhos em nosso país hoje. Em São Paulo, mais de 8 mil idosos não têm a quem pedir ajuda quando precisam, evidenciando a necessidade de soluções para idosos se resolverem por conta própria. (segundo dados do Dieese e SABE);

Por mais que a grande maioria more acompanhada, essa companhia são, na maior parte das vezes, pessoas da mesma geração. 26 das 46 participações no questionário que moram acompanhadas (10 moravam sozinhas), contam morar apenas com o cônjuge. Isso mostra que muitos, por mais que tenham companhia, pode ser de pessoas com dificuldades muito semelhantes às delas.



**85%**

Dos idosos no Brasil moram com outras pessoas



**26/46**

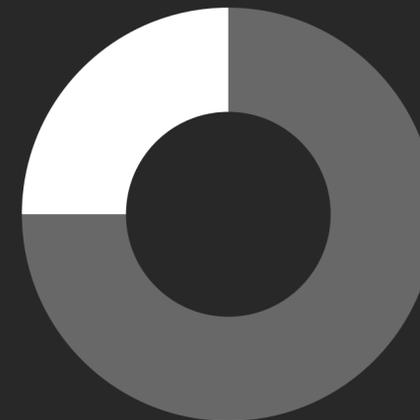
Moram apenas com o cônjuge\*

\*10/56 moram sozinhas

# Ser protagonista da própria vida financeira é uma questão importante.

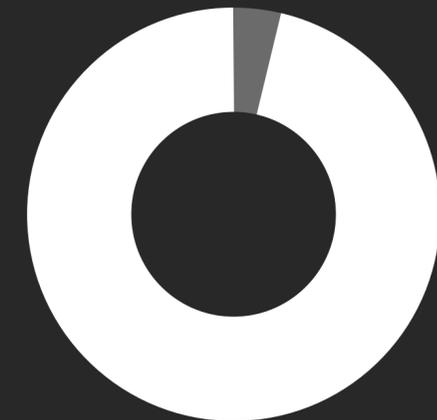
Por reflexo da relação que o Brasil sempre teve com suas finanças, a maioria dos brasileiros (97%) também não sabe lidar com o próprio dinheiro. 23% vivem uma luta para superar dívidas, mostra estudos da Itaú Unibanco.

A inadimplência financeira cresce entre o grupo: 900 mil idosos não conseguiram pagar seus compromissos financeiros entre outubro de 2018 e outubro de 2019 (Serasa). A Ouvidoria do INSS recebeu 130 mil reclamações de Empréstimos Consignados feitos sem autorização.



**23%**

23% dos brasileiros vivem uma luta para superar dívidas



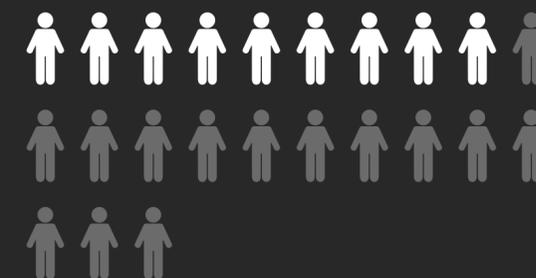
**97%**

Não sabe lidar com o próprio dinheiro

# O fato da maioria dos idosos já usarem aplicativos, significa acessibilidade?

O número de idosos que acessam aplicativos de bancos passou de 28% em 2018 para 45,1% em 2021, segundo dados da CNDL (Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas). Entretanto, pesquisas no Google por “como pagar conta pela internet” teve um aumento significativo, chegando a um pico de 100% de interesse em maio de 2020, mostra ZAHG, uma Adtech que estuda Inteligência de Dados e Mercado, Comportamentos e Tendências.

Colaborando com essa tendência por busca de tutoriais, no questionário, dos 23 idosos que utilizam o app de algum banco sozinhos, apenas 9 apontaram ter aprendido a utilizar por conta própria e 8 deles tinham menos de 70 anos de idade.



9/23

idosos que utilizam o app de algum banco sozinhos aprenderam por conta própria



8 deles tinham menos de 70 anos

Segundo dados da TIC Domicílios, 58% dos idosos já acessam a internet através de smartphones, mas entre os idosos que não utilizam internet, 72% afirmam que o motivo é a falta de habilidade com eletrônicos;

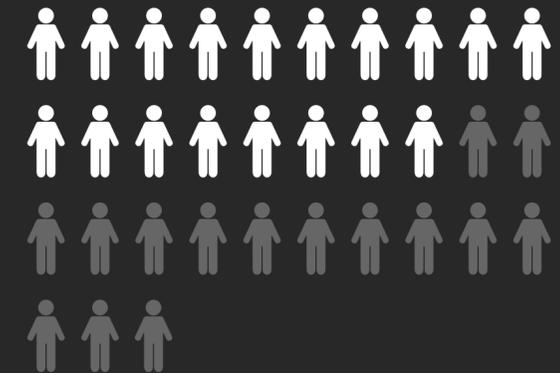
No questionário 18 de 33 idosos disseram gostar de aprender coisas novas no celular mas que, geralmente, tinham dificuldades. Idosos jovens, com menos de 70 anos, não são tão dependentes de terceiros para aprender e desempenhar atividades no celular. 7 dos 9 idosos que apontaram se sentir seguros para aprender coisas novas no celular, tinham entre 60 e 65 anos e as outras duas entre 66 e 70 anos.

Além disso, estudos da NN Group Comprovam que entre 25 e 60 anos a capacidade de usar sites diminui 0,8% ao ano. Eles também contam que 65 anos também é muito jovem para ser considerado um cidadão idoso.



**72%**

Dos idosos que não utilizam internet do Brasil, apontam que o motivo é falta de habilidade com eletrônicos



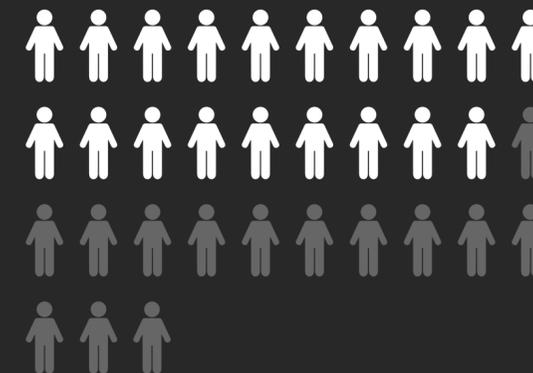
**18/33**

Gostam de aprender coisas novas no celular, mas, geralmente, têm dificuldades

# Quais são os hábitos dos idosos no celular?

Os apps preferidos entre eles são: são as redes sociais (72%); apps de transporte urbano (47%) e bancos (45%). O Whatsapp é a rede social mais utilizada (92%), seguida do Facebook (85%) e Youtube (77%). (pesquisa feita pelo CNDL e SPC Brasil, em parceria com a Offer Wise Pesquisas, publicada pela 6 minutos)

Além de ser a Rede Social mais utilizada por esse público, das 56 respostas ao questionário, 33 idosos aprenderam a utilizar o WhatsApp sozinhos. E, apenas entre os idosos que responderam ao questionário, 19 ainda o citaram como o aplicativo de mais fácil uso.



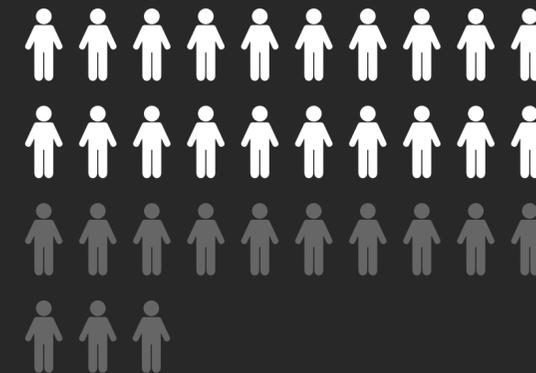
**19/33**

Consideram o WhatsApp o aplicativo de mais fácil uso

# Como preferem se comunicar?

A hipótese de que conversar por áudio e ligação é a preferência por esse público foi refutada pelos dados coletados no questionário: dos 33 idosos, 20 preferem se comunicar por mensagem. 10 preferem conversar por ligações, 2 têm preferência por áudios e 1 por video chamada.

Nas entrevistas, a preferência por digitar, por mais que cliques acidentais e erros de digitação sejam mais comuns, foi justificada pela ausência de ruídos externos que atrapalham o entendimento em áudios e ligações



**20/33**

Preferem se comunicar por mensagens de texto

# Por que ensinar? Não é só pedir ajudar quando precisar?

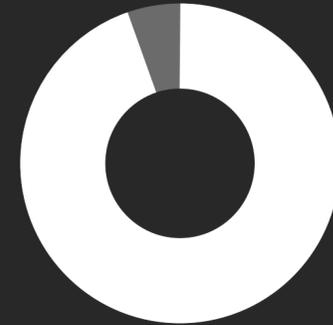
**Estudos** mostram que o sentimento de pertencimento e o estímulo à aprendizagem, são fatores considerados importantes entre esse grupo.

Segundo a Adtech ZAHG, será importante para as marcas participarem ativamente dessa inclusão social dos idosos, trazendo esse público para dentro de um ambiente online pronto para ser explorado, mas criando uma linguagem apropriada, design e interface intuitiva, de fácil entendimento e usando um tom de comunicação similar a esse público.

# Como funcionam o aprendizado e a memória?

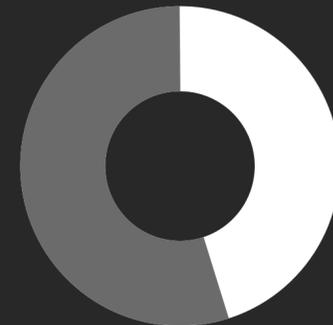
Um estudo da NN Group mostra que 95% dos idosos são avaliados como metódicos e 45% se mostraram desconfortáveis para tentar coisas novas e hesitantes a explorar. Eles também se culpam por seus erros em 90% dos casos.

**Estudos** mostram que a aprendizagem é mais eficiente quando novidades são conectadas com conhecimentos prévios e experiências de vida. Quando uma nova informação os contradiz, eles tendem a rejeitá-la.



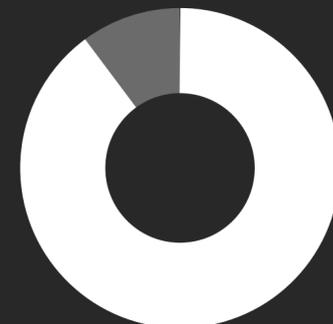
**95%**

Dos idosos são avaliados como metódicos



**45%**

Sentem-se desconfortáveis em tentar coisas novas



**90%**

Dos casos, idosos se sentem culpados por seus erros

Alguns aspectos das memórias de longo prazo são pouco afetadas, como recordação de episódios da infância e domínios frutos de treino prolongado, como jogar xadrez e tocar um instrumento musical. Já na recordação consciente de nomes e fatos, o desempenho é reduzido quando comparado com jovens. Retenção e processamento de novas informações e desenvolver atividades com objetivos explícitos são aspectos da memória de curto prazo que também sofrem degradação com o envelhecimento, mostra um **estudo** da Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação da Universidade do Porto.

Para idosos, as experiências são invocadas de longa data, memórias de longo prazo e comparação com produtos físicos já pertencentes ao seu contexto. Segundo Santa Rosa e Nunes (2011), para ícones serem claramente traduzidos, precisam apresentar características já conhecidas. Esse aspecto diminui a necessidade de memorização de significados que não são relevantes no dia a dia, diz um estudo do 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e Desenvolvimento em Design de 2016.

Estudos da NN Group sobre idosos, mostram que:

Idosos são mais propensos a pensar em cada etapa e avaliar a página inteira antes de avançar.

Eles têm o dobro da probabilidade de desistir de uma atividade.

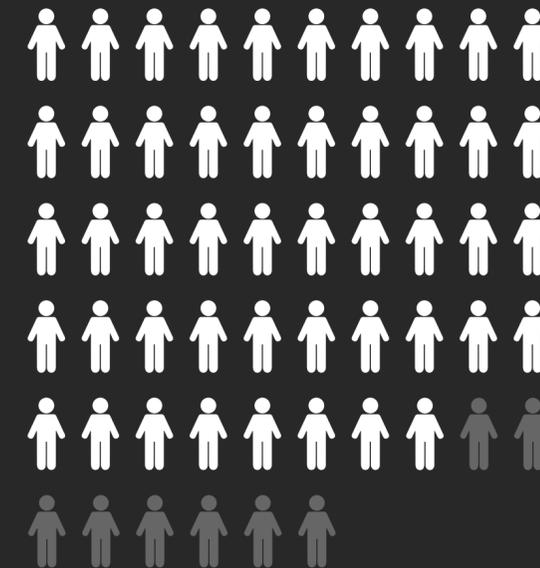
Mecanismos de buscas são 51% mais utilizados.

Interfaces costumam ser inflexíveis a erros.

Usuários mais velhos cometem mais erros que os mais jovens.

Eles tem maior probabilidade de esquecer informações se atividades demoram demais.

Eles tem mais dificuldade para lembrar as páginas visitadas, por isso são mais propensos a desperdiçar tempo voltando para o mesmo local.



**48/56**

Pedir ajuda é o principal hábito para a solução dos problemas entre os respondentes do questionário



**23**

Utilizam o aplicativo de algum banco por conta própria



**14**

Utilizam o aplicativo de banco sempre com alguém o auxiliando



**6**

Apenas deixam pessoas de confiança utilizar o aplicativo por eles



**13**

Preferem ir a agência bancária ou que alguém de confiança faça isso por eles



**30/56**

Isso quer dizer que 30\* idosos têm, de alguma forma, dependido de terceiros para auxiliá-los com suas questões financeiras

\*3/33 deles vão ao banco sozinhos

Jovens que responderam o questionário sobre idosos de sua convivência pontuaram algumas experiências:

“Algumas vezes é preciso repetir algumas vezes como se faz algo no celular pois ela esquece, mesmo não tendo Alzheimer nem nenhum tipo de doença que atinja a memória”

“Sinto falta desse auxílio da parte dos bancos. Eles não mencionam tanta facilidade para quem é idoso e mora sozinho. Normalmente são mídias focadas para até 60 anos.”

“Minha vó só sabe usar o áudio do whatsapp, e é o único aplicativo que sabe mexer. Uma vez por semana ela recebe a visita de um professor que ensina ela a mexer no celular.”

“ [...] sou operador de Caixa e sempre os ajudando a pagar suas contas, abrir a fatura de cartão de crédito pelo celular, chamar Uber entre outras. Sempre se impressionam com a disposição e paciência que tenho com eles, pois são poucas pessoas que tem. [...]”

# Entre vistas

A última metodologia aplicada, visava preencher as lacunas que os dois métodos anteriores não conseguiram: o que faz desse público único e diferente de todo o resto, e quais são as dores e dificuldades que eles encontram.

Como forma de acolher o maior número possível de idosos, a entrevista com usuários foi feita por ligação pelo WhatsApp, aplicativo com maior adesão e facilidade de uso entre eles. Foram selecionados 6 idosos para a conversa. Uma delas recusou o convite por se sentir tímida por não ter tanta destreza no uso do celular. Nesse caso, foi feita uma entrevista com um roteiro especial, com a filha dela, que soube dizer alguns dos hábitos, dores e dificuldades da mãe. As demais conversas tinham o mesmo roteiro inicial, mas as perguntas não foram feitas de forma unânime e uniforme. Cada participante, tal como a natureza de suas respostas, guiaram as entrevistas de forma única.

# Entrevistadas



Odette, 89 anos

ver mais



Aláide, 70 anos

ver mais



Luísa, 61 anos

ver mais



Silvana, 63 anos

ver mais



Edna, 67 anos

ver mais



Tiana, 64 anos

ver mais

# Odette, 89

“Não sei muito usar mas eu me viro bem. Mando mensagem pra família inteira, todo dia para todos, às vezes até erro e mando duas vezes a mensagem para uns [...] Não sei tirar e não adianta tirar, né?”

“Eu tenho medo de trabalhar no celular. Eu sei entrar, e sei ver, só que eu não quero mexer em nada porque tenho medo de digitar alguma coisa errada.”

“Eu sei pouca coisa [no celular], não sei nem tirar foto, então não me interessei em conversar por vídeo. [...] Aperta tal botão, vira...’, mas eu achei tão difícil que eu [...] prefiro conversar sem ver mesmo.”

“Quando eu preciso de ajuda eu peço para as minhas netas. Se elas estão ocupadas, eu preciso esperar um pouquinho. Mas senão, elas sempre fazem o que eu preciso. Às vezes eu não ligo muito de aprender, mas aí quando eu preciso eu volto com elas. Mas às vezes eu resolvo aprender pra não ficar amolando.”

[...] Eu não tenho facilidade para digitar, entende? Então se eu bato em um número errado... Que nem esses dias o seu Paulo telefonou, eu acho que bati no número dele. O meu espacinho é tão curto que você pensa que tá batendo em cima, tá batendo embaixo."

[sobre sites de mercado]  
"Eu queria dizer, 'vou fazer um pedido e falar, escrever, e mandar'. Um pedido mesmo: 1 arroz de 5 quilos... fazer uma lista e mandar, com nome, endereço... até o número da conta podia mandar, pra já vir pago"

[sobre aplicativo de banco]  
"Prefiro que eu só use né? Eu preferia pelo menos para saber. Mas para fazer alguma coisa, eu não tenho muita pretensão não. Fazer pagamento, tudo eu peço, perto de mim, mas peço para alguém fazer."

[sobre aplicativo de banco]  
"Eu gostaria que alguém me atendesse, falasse comigo no aplicativo do banco, a gente não tem com quem falar."

# Alaíde, 70

| “Eu penso assim: eu to viva, por que eu não vou usar se todo mundo tá usando? Aplicativo eu acho prático. E eu pensei, se eu tenho capacidade pra entender e aprender, por que não fazer?”

| “Os meus netos me ajudam. Eu falo ‘Olha, não vai me chamar de burra em?! Eu não to entendendo aqui, eu não sei sair daqui, o que eu fiz de errado?’”

| “As vezes eu fico com medo, vai que entra algum golpe. ‘Olha apareceu isso aqui. O que vem a ser?’ Aí meu filho fala para excluir. Ou então às vezes, se o banco manda, dificilmente, a respeito de empréstimo, isso, aquilo... Então eu já vou no banco e pergunto”

# Luísa, 61

A entrevista foi feita com a filha, Vanessa, pois Luísa não se sentiu confortável em conversar.

| “As vezes ela pergunta 2 vezes a mesma coisa: pergunta uma vez, meses depois quando vai fazer a mesma coisa, pergunta novamente: ensinar apenas 1 vez parece pouco para gravar”

| “Ela sozinha tem dificuldade de lembrar o passo a passo, tem medo de fazer algo errado e não saber reverter. Mesmo sabendo utilizar (bem) o ‘voltar’ e o ‘sair’.”

| “Ela tem medo de apagar coisas importantes”

# Silvana, 63

| “Eu tenho dificuldade ainda... eu tenho medo de ficar mexendo muito porque é tanta coisa né que a gente vê todo dia falando... então é golpe daqui, golpe de lá então... Eu faço o básico assim...”

| “Então antes, com coisa de pagar conta eu ficava com medo né, de fazer coisa errada, então por isso eu fico meio ‘ociosa’ assim... mas aí devagarzinho eu vou aprendendo”

| “Eu paguei pelo pix uma rifa e ficou lá o nome da moça. E eu fui fazer uma transferência para minha filha, mandei pra ela... Mas na hora falei “nossa acho que bati o dedo errado aqui e ao invés de ir pra Flávia, foi pra ela”.

| “As vezes eu vou pesquisar, vou no Google, minha neta fala “Vó, você não pode abrir tudo porque tem coisa aí que as vezes “não é”, às vezes é vírus” então eu fico com medo, eu nunca sei se é verdade ou se não é...”

# Edna, 67

| “Minha neta que mora comigo, costuma me ensinar uma vez só... e eu já aprendi\o no ato já. Rapidinho.”

| [sobre aplicativo de banco]  
“Esses aplicativos aí eu falei pra minha neta que eu não ia fazer porque eu tenho medo ainda, de estar fazendo e não acertar, ou de repente errar, ou acontecer alguma coisa”

| [sobre aplicativo de banco]  
“Eu prefiro que elas [filha e neta] façam, porque eu tenho medo de me perder e, assim, tem acontecido com algumas amigas minhas de ter cartão clonado. Então eu fiquei com medo e deixei para elas fazerem.”

# Tiana, 64

“Pra mim é tudo uma dificuldade imensa. Eu acho que, na verdade, pra mim as coisas são muito burocráticas. Eu gosto de tudo muito fácil. Aí eu sofro muito com isso.”

“A minha filha, tudo eu costumo perguntar para ela. Aí você sabe que não tem muita paciência, e com razão. Ela explica e a gente é simplesmente péssimo pra gravar as coisas.”

“Eu não sou muito de pensar. Então eu acho muito difícil esses aplicativos”

“O máximo o que a gente consegue gravar, é uma senha. Uma senha, algumas letras... mas se for mais coisas, aí já vem a minha dificuldade...”

[sobre aplicativo de banco]  
“Aí olha... a dificuldade que é... mas pra mim é mais fácil: eu mando email, aí eu vou na lan House, imprimo, aí vou lá no banco, no caixa, e pago o boleto.”

| “A gente tem muita preguiça de ler, sabe? A minha filha quando vai me ajudar, eu falo ‘É aqui?’, e ela fala: ‘Mãe, lê’. Aí a gente lê e esta escrito lá, tudo bonitinho. Então eu acho que seja isso a dificuldade: agente não lê né? Aí acaba achando que é muita coisa para fazer.”

| “Mas tudo é gravado, tudo tá escrito, tudo tá guardado o número, aí você tem que pegar um monte de papel.”

| “Agora um aplicativo que eu acho melhor, que eu gosto muito, é o da Caixa. Eu acho mais fácil. Não tem tanta senha. Geralmente tem umas letras e senhas.”

| “Mas as vezes é só falta de fazer sempre... Mas a gente fica com medo de errar né?”

# Síntese

---

Síntese 2.0

---

Persona

---

Mapa de Empatia

---

Benchmark e Análise Heurística

---

Jornada do usuário

---

HMW (How Might We)

---

[← Voltar ao índice](#)

# Síntese 2.0

No topo do primeiro diamante, um problema específico definido em uma frase, tornou-se páginas de fatos. Mas, os fatos por si só não geram uma solução. Para chegar em insights válidos é necessário priorizar e refinar para, então, encontrar a principal dor do usuário e qual vai ser o(s) ponto(s) mais relevante(s) a ser(em) sanado(s).

No Notion, Todos os fatos foram revisados, grifados, sendo segmentados em: Evidências do problema, Dores/ dificuldades, características dos usuários e Oportunidades.

The screenshot shows a Notion dashboard with a top navigation bar containing 'Properties', 'Group by Status', 'Filter', 'Sort', 'Search', and a 'New' button. The main content is organized into four columns, each with a header and a list of notes:

- Dores 2** (pink header):
  - 🙄 Dificuldades e preocupações
  - 🙄 Dores
  - + New
- Oportunidades 2** (purple header):
  - 💡 Pontos que podem ajudar na solução
  - 💡 Insights
  - + New
- Evidência do problema 1** (orange header):
  - 👤 Evidências e justificativas  
@October 28, 2019
  - + New
- Público 4** (teal header):
  - 👤 Sobre o público
  - 📱 O que fazem no celular
  - 🗣️ Personalidade: pensamentos e sentimentos
  - 🏦 Serviços de banco que utilizam
  - + New

Na pesquisa quantitativa, através do questionário online, foram levantados quatro perfis diferentes de idosos, considerando como eles tem resolvido as questões financeiras durante a pandemia:

(17) Aqueles que **não utilizam o aplicativo** e que encontram suas soluções indo pessoalmente a agências físicas ou outras pessoas indo a agências ou usando o app por eles

(13) Aqueles que **utilizam o App** de algum banco, mas **sempre com alguém os auxiliando**

(6) Aqueles que **não utilizam o app** de banco, mas deixam **outras pessoas** de confiança **usarem por elas**

(5) Aqueles que **usam o aplicativo** do banco para desempenhar algumas funções, mas que **também deixam terceiros utilizar o app**

(22) Aqueles que **utilizam o app do banco sozinhos**, em sua maioria idosos jovens, com menos de 65 anos.

Ressalta-se que essas foram questões abertas, então alguns hábitos podem estar combinados na rotina dos idosos, como ir ao banco sozinho e deixar outras pessoas utilizarem o aplicativo do banco, por exemplo.

Para a entrevista foram selecionadas idosas que correspondem aos grupos que dependiam de alguma ajuda e, com elas, foram descobertas, dentre diferentes hábitos e biografias, os principais pontos que dificultam e/ ou impedem o uso do aplicativo de banco: a insegurança relacionada ao medo de errar e a dificuldade de lembrar o passo a passo quando estão sozinhas.

Com essas informações foram construídas uma persona e um mapa de empatia que sintetizem as descobertas.

Vale ressaltar que a partir dos dados aqui apresentados, existem perfis que se distinguem em questões biográficas e comportamentais, o que originaria mais de uma persona, considerando: fatores socioeconômicos, idade, redes sociais utilizadas, com quem vivem, hábitos, condições de uso, o que fazem quando encontram dificuldades e personalidades. Entretanto, com a pesquisa qualitativa, as dores e dificuldades se mantiveram alinhadas, tornando-se mais viável trabalhar apenas com uma persona.

# Persona

A persona é um artefato utilizado para resumir os achados de uma pesquisa, transformando-os em uma pessoa fictícia. Assim, é possível entender os objetivos, comportamentos e fricções na jornada. Um card de persona traz fatos que consigam aproximar a criação do usuário final, para não se perder de vista, para quem estamos trabalhando e o que ela de fato precisa. Diferente das personas de marketing, construídas a partir de informações demográficas e motivações de compra, a persona de UX mostra o olhar mais humano do que a pessoa espera de um produto ou serviço.



Para isso, ela deve apresentar:

- | **Caracterização:** Com dados biográficos, (como sexo, idade, ocupação, cidade e família), sonhos e interesses.
- | **Diferenciação:** O que torna o público único e diferente de todo o resto, como necessidades, motivações, objetivos e ocasiões (cenário e contexto que utilizam o serviço)
- | **Comportamentos e hábitos:** ações, frequência de uso do serviço, forma de utilização e dificuldades.

Ivanete foi construída a partir da análise e síntese da Desk Research, junto com os dados de comportamentos coletados no questionário e entrevista com usuários. O sobrenome, é uma característica marcante de sua personalidade, dessa forma, sempre que lembrada, será acompanhada do principal problema que busco resolver. Também é recomendável o uso de uma foto que consiga representá-la enquanto pessoa, de forma que a visualização seja mais eficiente e o desenvolvimento de empatia, melhor promovido.

# Ivanete Insegura

72 anos



## PERSONALIDADE (ESFP-T)

EXTROVERTIDA INTROVERTIDA

INTUITIVO OBSERVADOR

PENSANTE SENTIMENTO

JULGADOR EXPLORADOR

ASSERTIVO CAUTELOSO

## Biografia

### Professora aposentada

- Mora sozinha no interior de São Paulo.
- Costuma reunir a família todos os domingos
- Recebe a visita da filha e netas de 3 a 5 vezes por semana
- Concentra suas atividades em cuidar da casa e fazer salgados para vender para complementar a renda

Ivanete diz que a vida é uma só e, por isso, não pode deixar a mente envelhecer e se acomodar. Por isso está sempre disposta a aprender coisas novas, e sente que deve se esforçar para acompanhar os avanços da tecnologia, a começar pelo smartphone. O sonho dela é ter saúde e lucidez para poder acompanhar o crescimento dos netos e ver os filhos com a vida feita. É esperançosa e acredita que o futuro trará dias melhores para o país e condições financeiras melhores para ela e para a família.

Comprou o primeiro celular quando perdeu o marido, quando passou a se sentir mais sozinha. Sente falta de se arrumar para fazer coisas simples do dia a dia como ir ao mercado ou à igreja. Tem orgulho por ter aprendido a utilizar o WhatsApp, diz que amigas da idade dela não têm a elogiam pela habilidade.

Instalou o aplicativo do Banco Bradesco depois dos primeiros meses de pandemia, para não precisar pedir para a filha ir ao banco por ela sempre que precisasse, mas ainda não se sente segura para utilizá-lo sozinha.

## Comportamentos e Hábitos

Gosta de mandar mensagens de "bom dia" para a família e amigos todas as manhãs. As vezes manda duas vezes a mesma mensagem, mas não sabe como apagar. Costuma acontecer de ligar acidentalmente para alguém, mas logo desliga.

Acontece de levantar para buscar alguma coisa e esquecer o que era durante o caminho. Também esquece, vez ou outra, o nome de parentes distantes, mesmo não tendo nenhum mal relacionado a memória.

O WhatsApp foi o único aplicativo que conseguiu aprender sozinha. Com idade mais avançada, prefere coisas mais práticas e fáceis, não se interessa em aprender atividades que requerem muita atenção e memória, principalmente no celular, por isso frequentemente pergunta mais de uma vez a mesma coisa para a filha que, nem sempre tem paciência para ajudar.

A filha costuma fazer os pagamentos no celular por ela. Quando precisa pagar algum boleto, prefere pedir para a neta imprimir e pagar na lotérica ou no Banco. Já utilizou o Pix, mas com a filha por perto passando todas as orientações.

## Objetivos

- Pagar a conta de internet pelo celular, sem precisar incomodar a filha;
- Transferir dinheiro para a filha que foi a uma loja fazer uma compra para ela;
- Fazer um Pix para uma rifa beneficente;
- Poder pedir informação para alguém do banco, quando necessário, pelo próprio aplicativo.

## Dificuldades

- Medo de arriscar, digitar algo errado ou apagar algo importante e não conseguir reverter;
- É hesitante em explorar e tem medo de aprender coisas novas por tentativa e erro;
- Esquece o que estava fazendo a princípio em atividades que demoram muito e envolva muitos passos;
- A filha já explicou para ela 2 vezes como fazer um Pix, mas na hora de aplicar, acaba esquecendo o passo a passo;
- Dificuldade para se concentrar e ler o que se pede;
- Se sente frustrada por ter que pensar demais no que está fazendo;
- Precisa procurar o papel que anota as senhas e chaves todas a vezes que vai acessar o App;
- A menor destreza com as mãos faz com que digitações e cliques acidentais sejam mais frequentes;
- Costuma ler todas as informações que tem na página antes de seguir adiante. Muitas vezes, isso leva tanto tempo, que a sessão acaba expirando e ela não sabe como resolver;
- Medo de clicar em algum link com vírus ou cair em algum golpe;
- Precisa ter sempre alguém por perto para ensiná-la, mas nem sempre a filha está disponível e com paciência para isso.

"Esses aplicativos são muito difíceis pra minha idade sabe? É muita coisa para gravar... muitos passos, muitas senhas..."

"Não me incomodo de pedir ajuda, mas, às vezes, prefiro aprender a fazer as coisas sozinha pra não depender sempre de alguém, e também, não ficar atrapalhando"

"A gente tem mais dificuldade... as articulações não são a mesma coisa... pra digitar errado, clicar errado, é a coisa mais fácil. E depois? Se eu não conseguir consertar? Esse é meu medo..."

"Eu tenho medo de pegar para fazer as coisas do banco no meu celular. Tenho medo de digitar coisa errada e não saber tirar, não saber resolver..."

# Mapa de empatia

O mapa de empatia é uma ferramenta com foco no psicológico e emocional da persona quando está executando uma tarefa. Ele ajuda a entender pessoas e ecossistemas em que estão inseridas. Primeiro, determina-se o background: que pode ser uma atividade específica, ou seja, um fragmento da jornada, ou, no caso de novas propostas de soluções e serviços, focada em como ela se sente com as opções hoje encontradas no mercado. Nesse caso, foi analisado como Ivanete se sente com os serviços financeiros básicos, como pagamento e transferência, disponibilizado pelos aplicativos de bancos tradicionais.

"Minha filha já me explicou 2 vezes como fazer o pix, mas sou péssima em gravar as coisas"

Recebe informações das atividades que moram demais

Muita burocracia para fazer um pagamento, muita coisa para ler e prestar atenção

Não tem sempre tempo ou paciência para ensiná-la

Muitas senhas e passos a passo para gravar



"Pra mim é uma dificuldade, sabe? Preenche isso, preenche aquilo..."

Grava todas as senhas, CPF, anotados... aí vez tem que pegar monte de papel"

Repete muitas vezes a mesma coisa

## Dores

Medo de fazer algo errado ou de apagar coisas importantes

Menos destreza com as mãos, que leva a cliques indesejados, e erros de digitação mais frequentes

Medo de não lembrar o passo a passo ou não conseguir reverter erros

Dificuldade de memorização, de senhas e passo a passo

Dificuldade para se concentrar e ler o que se pede.

## Objetivos e desejos

Só ela ter acesso a própria conta bancária

Aprender a fazer as coisas sozinhas, para não depender de ninguém nem ficar incomodando a filha

Poder falar com alguém no próprio aplicativo quando necessário

No diagrama, em que a persona se encontra no centro, mostra os principais aspectos que formam sua psique:



O mapa de empatia também é uma forma de sintetizar descobertas, mostrando como a persona se comporta.

Ele pode anteceder ou proceder a persona, de forma que faça mais sentido para o projeto. Nesse caso, iniciou-se a criação da persona, com os dados biográficos e comportamentos, e, para completá-la com o olhar mais humano, sentimental e emocional, foi feito o mapa de empatia, e depois finalizada a persona, com as informações fornecidas por ele. Ou seja, os dois foram feitos de forma concomitante.



Gosta de estar aprendendo a mexer em coisas novas no celular, mas tem muita dificuldade

Desconfortável em aprender por tentativa e erro e hesitante em explorar

“Minha filha já me explicou 2 vezes como fazer o pix, mas sou péssima em gravar as coisas”

Medo Insegurança

“Eu prefiro que minha filha mexa por mim, porque eu tenho medo de me perder”

Esquece informações em atividades que demoram demais

Preguiça de ler

Dificuldade de lembrar páginas e menu visitados

Medo de apagar coisas importantes

Amigas que já tiveram cartão clonado, empréstimos indevidos feitos em seus nomes

“Tem que pensar demais, essas coisas são muito burocráticas”

Muita burocracia para fazer um pagamento, muita coisa para ler e prestar atenção



A neta fala para ter cuidado com vírus ao visitar páginas no Google

Notícias e pessoas alertando sobre golpes



A filha nem sempre está com tempo ou paciência para ensinar



Filha fala que é “só ler”

“Pra mim é uma dificuldade, sabe? Preenche isso, preenche aquilo...”

Todos falam que resolver questões financeiras pelo aplicativo é muito mais fácil e prático

“Eu sempre pergunto pra minha filha quando preciso de alguma ajuda... Mas as vezes eu prefiro aprender pra não ficar incomodando”

Sessão que expira muito rápido

Analisa a tela inteira, lê e pensa em cada etapa antes de avançar

“Eu gosto das coisas diretas”

“Eu tenho todas as senhas, dados, CPF, anotados... aí toda vez tem que pegar um monte de papel”

Quando utiliza o aplicativo, é com a filha por perto a dizendo o que fazer

“Eu peço para minha neta enviar o boleto do cartão para imprimir na lan-house, para depois ir pagar no banco ou na lotérica com dinheiro”

Pergunta mais de uma vez a mesma coisa



## Dores

Medo de fazer algo errado ou de apagar coisas importantes

Menos destreza com as mãos, que leva a cliques indesejados, e erros de digitação mais frequentes

Medo de não lembrar o passo a passo ou não conseguir reverter erros

Dificuldade de memorização, de senhas e passo a passo

Dificuldade para se concentrar e ler o que se pede.

## Objetivos e desejos

Só ela ter acesso a própria conta bancária

Aprender a fazer as coisas sozinhas, para não depender de ninguém, nem ficar incomodando a filha

Poder falar com alguém no próprio aplicativo quando necessário

# Benchmark e Análise Heurística

Agora que se sabe para quem estamos trabalhando, tal como seus objetivos, dores e dificuldades, é essencial entender outro aspecto essencial do UX: o mercado. O benchmark é o ponto de referência do projeto, uma estratégia de comparação de produtos, práticas, serviços e metodologias que ajudam na elaboração de insights, como forma de aumentar a eficiência.

juda A última edição foi efetuada há segundos

Partilhar

*I* *S* A

D	E	
<b>Acessível</b> Navegação do usuário	<b>Controlável</b> Controle e liberdade para o usuário	
...? ...as com deficiência? ...lógica? Atende as expectativas do	- As saídas são claramente demarcadas? Sem fricção? - O usuário se sente seguro para se locomover? - É possível desfazer ações, voltar atrás com facilidade e estimular o usuário a continuar utilizando?	- O App e e informa - É muito habitua totalmen
...xplicita e coloquial, incentiva e <b>senha é a de 4 dígitos aparece n; pode ser um problema para eficiência visual.</b> <b>o] na tela de confirmação do pix ao</b> <b>o aparece o "fale com bia" pode ser que essa seja a busca.</b> ...nboarding claro e objetivo, bastante ...le animação que direcionam o olhar ...ace que ela está explicando. Ao clicar ...parece as perguntas mais frequentes, ...conta e transferência (q leva para a ...e não o pix); ao escolher, ela responde ...isso e direciona a tela <b>...rir" poderia ser "pagar ou reconhecimento.</b>	O símbolo de voltar aparece no canto superior esquerdo. Grande e bem demarcado. <b>O cancelar e retornar, no entanto, poderia ser um botão abaixo do avançar, a todo momento, para garantir que seja visto pelo usuário</b> em caso de confusão e/ou arrependimento. Não existe nada relacionado a contestar e/ou cancelar um pix ao finalizá-lo. <b>(talvez colocar mais uma tela de confirmação enquanto carrega a ação no final, possa remediar possíveis erros por desatenção.)</b> <b>"Editar dados" no final da tela de confirmação do pix, não aparece como um botão, mas alinhado aos dados da transferência e em fonte azul: pode dar a sensação de não ser clicável.</b> <b>No extrato não é possível obter mais informações e/ou contestar algum lançamento.</b>	Os botõe e qual ch utilizar, n <b>botões,</b> escolher clicar vai utilizá-lo. Após clic para o m pix. A Bia é u com o W
	O retorno fica demarcado no menu superior no canto	

Ele serve para identificar áreas onde o produto pode melhorar e/ou áreas em que ele oferece vantagem competitiva. Esse processo de análise de mercado, pode se encontrar em diferentes pontos em um projeto: no momento de exploração do problema (início do primeiro diamante apresentado na abordagem); durante a síntese e antes do processo de prototipação, como é nesse caso, quando já se tem uma ideia melhor estabelecida do problema e usuário; ou também no momento de prototipação, como forma de buscar inspirações visuais de como se resolver problemas de interação.

Essa, como todas as ferramentas apresentadas neste projeto, não são uma regra, mas um instrumento que trabalha a favor do processo, a fim de otimizá-lo. Dessa forma, o projeto determina as ferramentas que o favoreçam e não o contrário.

Alguns pontos gerais foram anotados em uma planilha em que cada coluna era uma das 10 heurísticas e cada linha, um banco. Depois, as anotações foram pontuadas em cada uma das telas. Devido a inviabilidade de fazer uma tour completa pelos quatro apps, foram selecionadas as 2 jornadas mais problemáticas para o usuário: pagamento de contas e Pix.

Primeiro determina-se quem são os “players”, ou seja, os concorrentes diretos, com soluções semelhantes a minha, e indiretos, que ofereçam produtos ou serviços diferentes, mas que satisfaçam os mesmos interesses do usuário. Nesse projeto, foram analisados os aplicativos de três bancos, sendo dois deles tradicionais, Banco do Brasil e Bradesco, e um banco digital, o Nubank. Esses três qualificam-se concorrentes diretos, pois oferecem o mesmo segmento de solução: serviços bancários em geral. Já o concorrente indireto estudado, foi o WhatsApp Pay, serviço recentemente lançado pelo WhatsApp que funciona como um Wallet, oferecendo os serviços de pagamento e transferência pareado a cartões de crédito ou débito.

Na sequência, é importante determinar os critérios a serem avaliados: o que eles fazem de muito bom para se inspirar, ou pontos de melhoria, em que a sua solução pode se destacar no mercado. Nesse projeto, foi utilizada uma ferramenta muito eficiente de análise: as Heurísticas de usabilidade de Nielsen, cofundador de uma das principais plataformas de UX criadas: a Nielsen Norman Group. Heurísticas são atalhos mentais que nosso cérebro recorre para resolver problemas ou fazer julgamentos de uma maneira mais rápida e eficiente, sem se sobrecarregar com excesso de informações.

Para essa avaliação da experiência, cada um dos apps citados foram utilizados conforme o usuário faria e, a partir de gravação de tela e print, foram reportados os problemas e boas práticas encontradas, seguindo os conceitos:



### **Visibilidade do status do sistema:**

O usuário deve estar informado sobre o que está acontecendo, onde está localizado e o que falta para completar uma atividade. Interações previsíveis, ou seja, o sistema responder conforme o usuário estava esperando, cria maior confiança no produto;



### **Compatibilidade entre sistema e mundo real:**

Termos, conceitos, ícones e imagens devem ser perfeitamente reconhecíveis. O design deve falar a linguagem do usuário, fazendo com que as informações apareçam em ordem natural e lógica;



### **Controle e liberdade para o usuário:**

Saídas de emergência devem estar claramente demarcadas para que o usuário se sinta seguro e confiante em se locomover, visto que é comum realizar ações por engano.



### **Consistência e padronização:**

Lei de Jakob afirma que as pessoas passam a maior parte do tempo usando produtos digitais diferentes dos seus. As experiências dos usuários com esses outros produtos definem suas expectativas. A inconsistência prejudica a interpretação e aumenta o esforço cognitivo e a fricção na jornada, pois é forçado um novo aprendizado.



### **Prevenção de erros:**

Erros não devem apenas ser facilmente revertidos, eles também devem ser evitados. Apresentar mensagens de confirmação antes que o usuário se comprometa com uma ação é uma forma de eliminar situações sujeitas a erros e deslizes.



### **Reconhecimento em vez de memorização:**

O usuário não deve ter que se lembrar de informações de uma parte da interface para outra. Seres humanos são visuais e têm memória de curto prazo limitada. Informações necessárias para usar o design devem estar sempre visíveis e/ou recuperáveis, a fim de reduzir esforço cognitivo.



### **Eficiência e flexibilidade de uso:**

Atalhos para usuários mais experientes podem facilitar e acelerar a utilização, como por exemplo, permitir que usuários personalizem ações frequentes.



### **Estética e Design minimalista:**

Informações devem ser bem diagramada e dados irrelevantes, evitados. Ter um design minimalista, é garantir que toda informação seja essencial e necessária para formar um raciocínio.



### **Recuperação diante erros:**

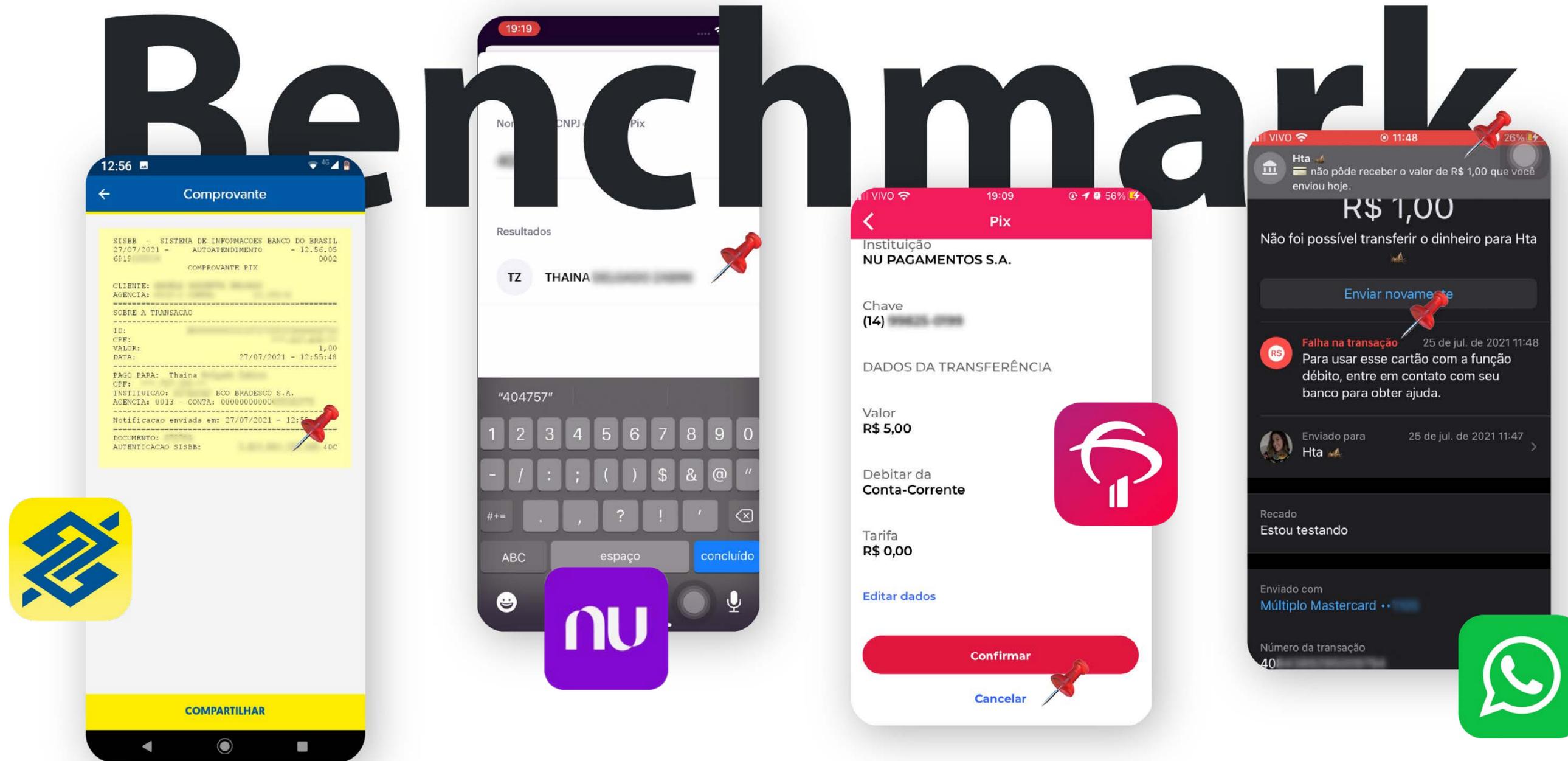
Informar de forma clara e objetiva, sem códigos, o que o usuário errou, onde errou e a forma de ser corrigida são formas de evitar desistência de uso da interface, como por exemplo, avisos de campos que não foram preenchidos em formulários.



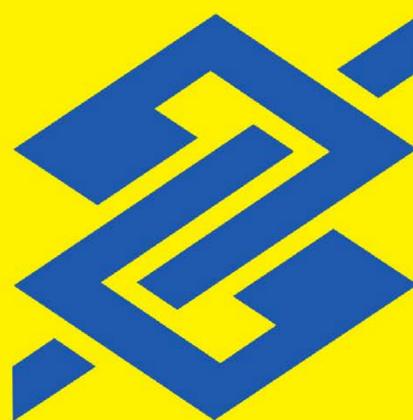
### **Ajuda e documentação:**

O sistema deve ser claro por si só, sem legendas e explicações. Entretanto, usuários podem precisar de ajuda. Oferecê-la de forma fácil de ser encontrada, de pesquisar e focado na tarefa ajuda o usuário a responder suas dúvidas e torná-lo ainda mais independente do suporte.

# Benchmark

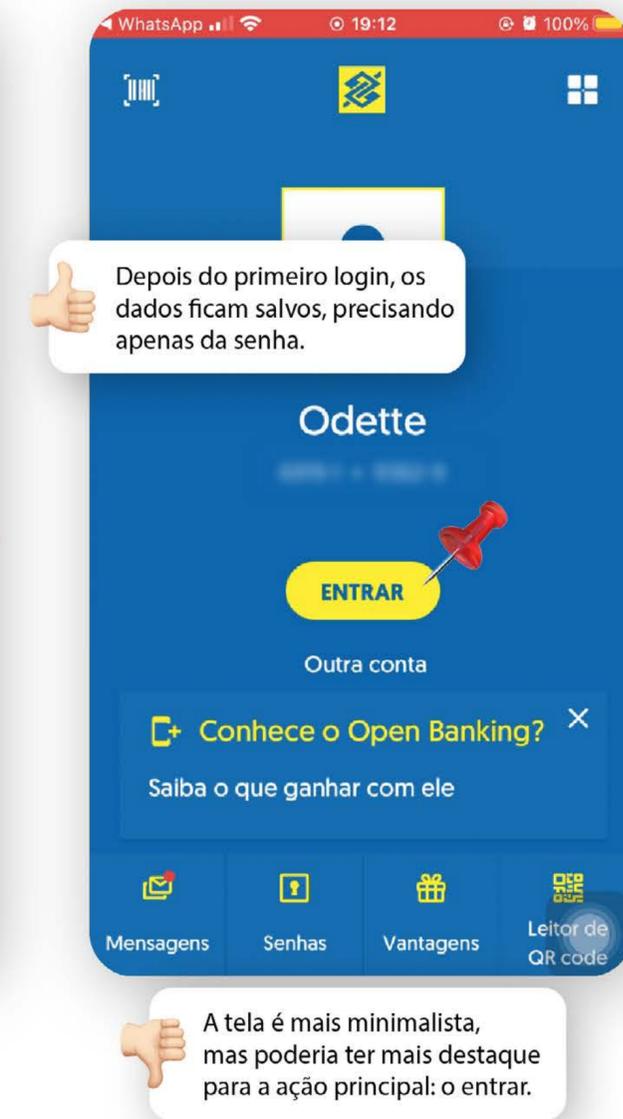
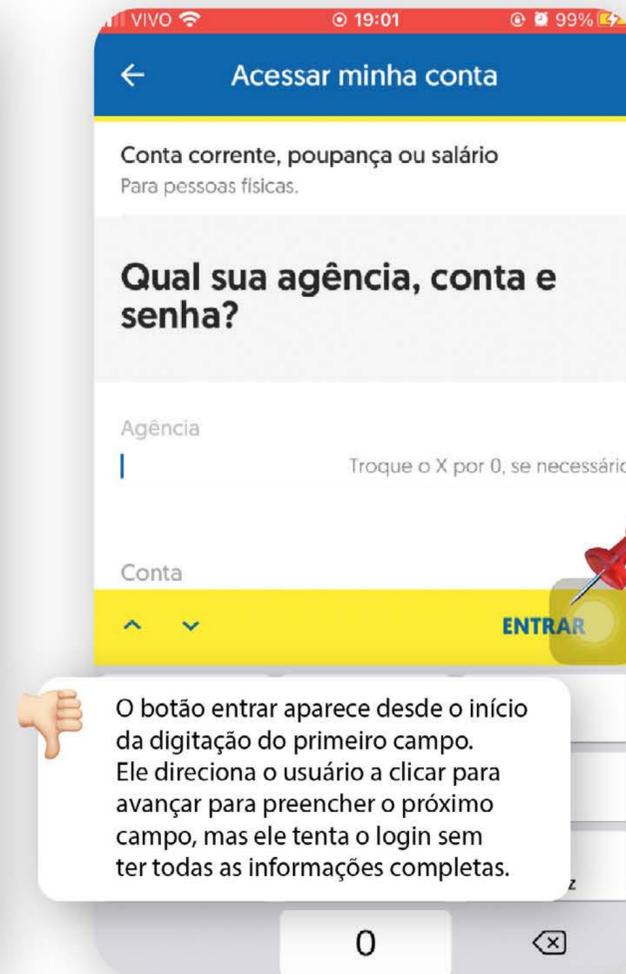


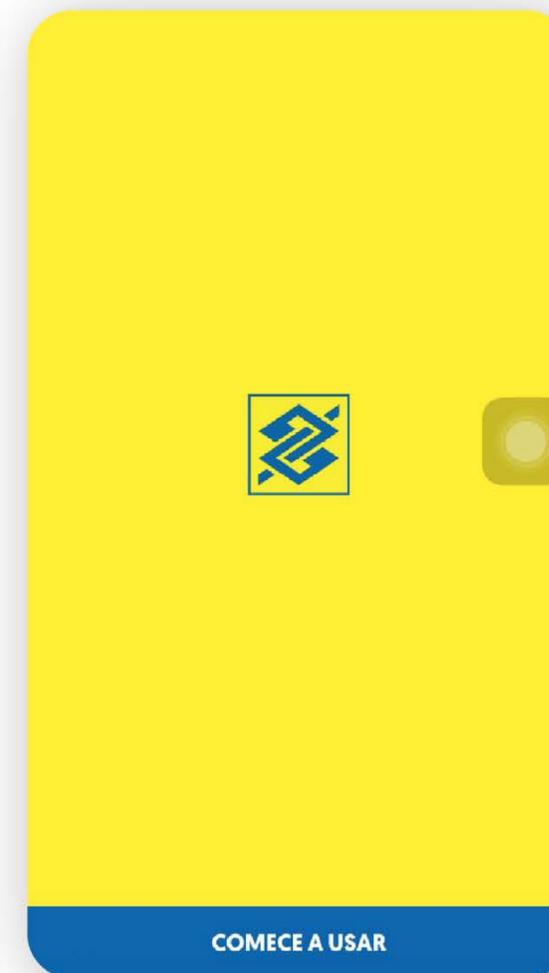
**Clique** no ícone do banco que deseja ver em detalhes



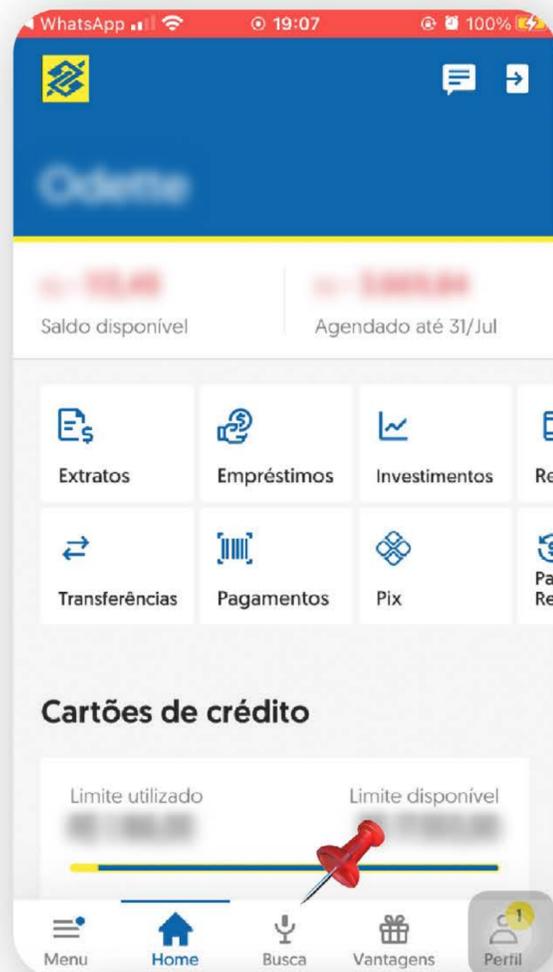
**BANCO DO BRASIL**

**Benchmark**





Boa experiência de unbording. Linguagem clara, natural e lógica. Visual minimalista e animações bem utilizadas. Direcionam o usuário sem esforço cognitivo.



Busca com símbolo que não remete busca, não é facilmente identificado.



3 opções de pagamento que poderiam estar juntas para melhor identificação.

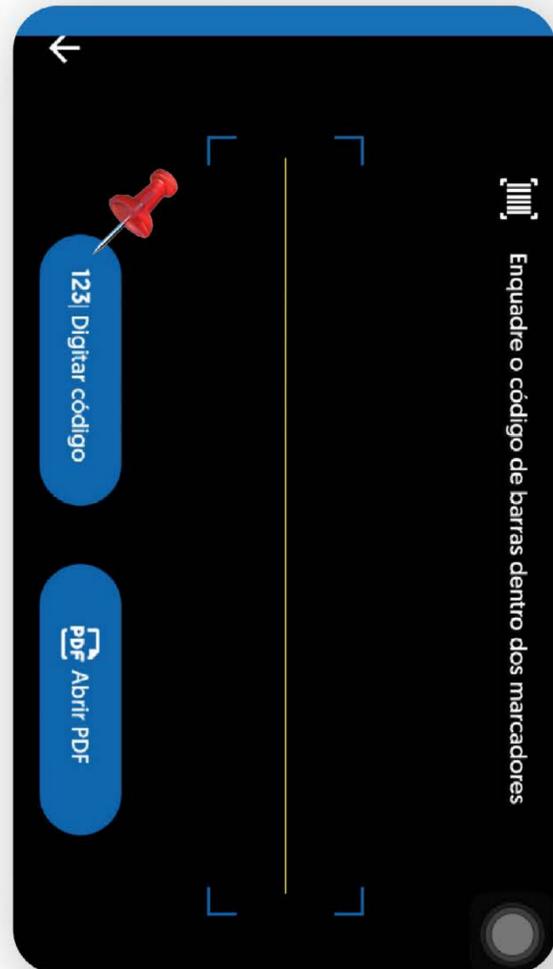
O símbolo de ajuda só aparece no menu inicial do pix, mas deveria estar sempre presente.



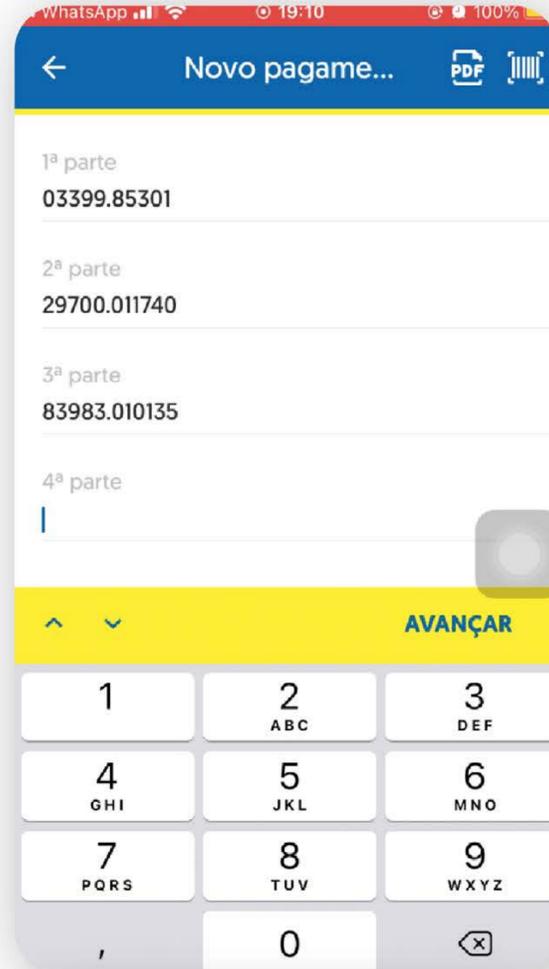
Visual minimalista, linguagem clara e objetiva, natural ao usuário.



Fontes grandes, informações bem separadas.



👍 Informação para digitar o código de barras bem demarcada,



👍 Informações do código de barras separadas por partes para facilitar a identificação e o preenchimento



👍 Boa mensagem de erro: ajuda o usuário a se recuperar, indicando em qual parte do códigos está o erro.

💡 Ela poderia ser menos agressivo e dar mais destaque para a solução. O botão vermelho é grande e muito invasivo se consideramos usuários leigos e que já têm medo de errar.



Boa mensagem: foco na solução, mensagem clara e objetiva, uso da cor da marca ao invés do vermelho causa impressão menos negativa do erro.



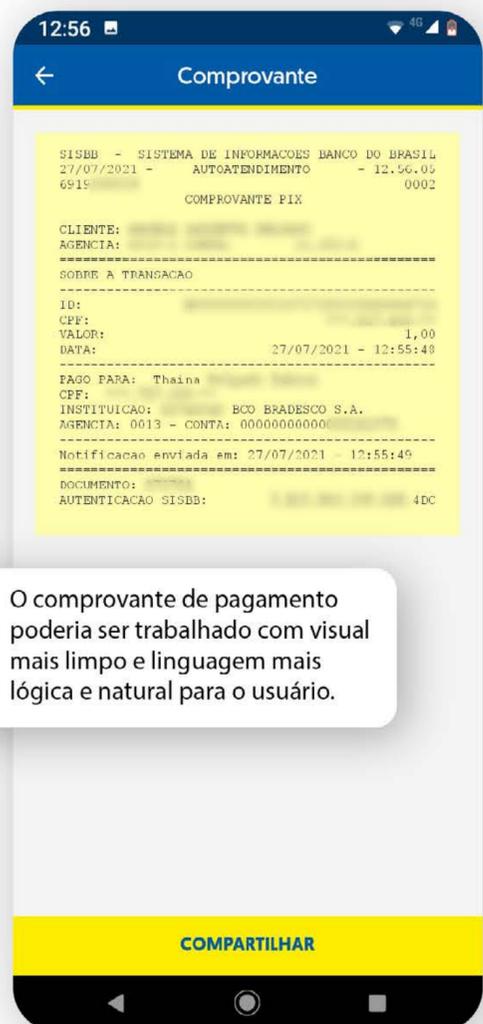
Tela de confirmação com a linguagem natural e objetiva e visual minimalista.

A solicitação da senha poderia ter maior destaque para garantir que seja percebida antes de clicar em "confirmar" e evitar mensagem de erro.



O botão para abrir o comprovante é muito discreto e o ícone pequeno.

Poderia ter outra opção de saída em maior evidência do que o X no canto superior, como um "retornar ao menu" ou "encerrar sessão".



O comprovante de pagamento poderia ser trabalhado com visual mais limpo e linguagem mais lógica e natural para o usuário.

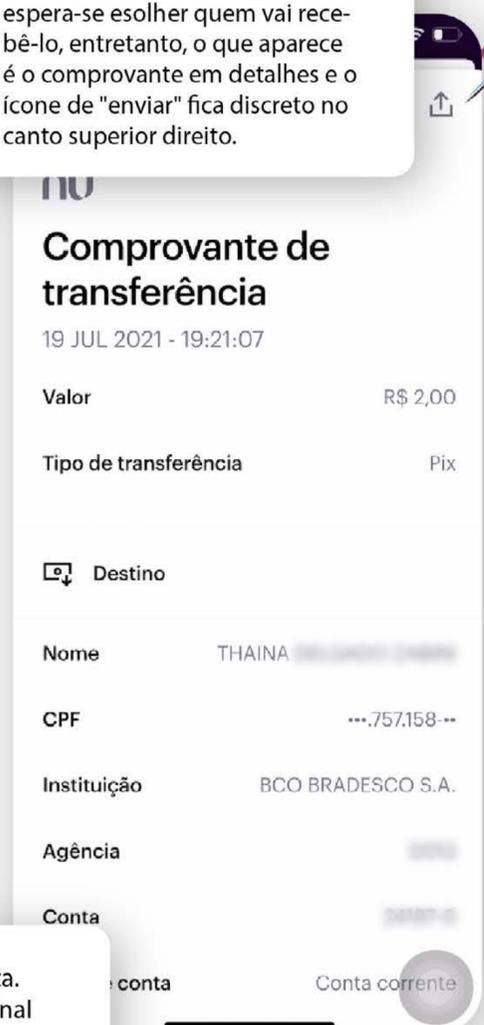
nu

Benchmark

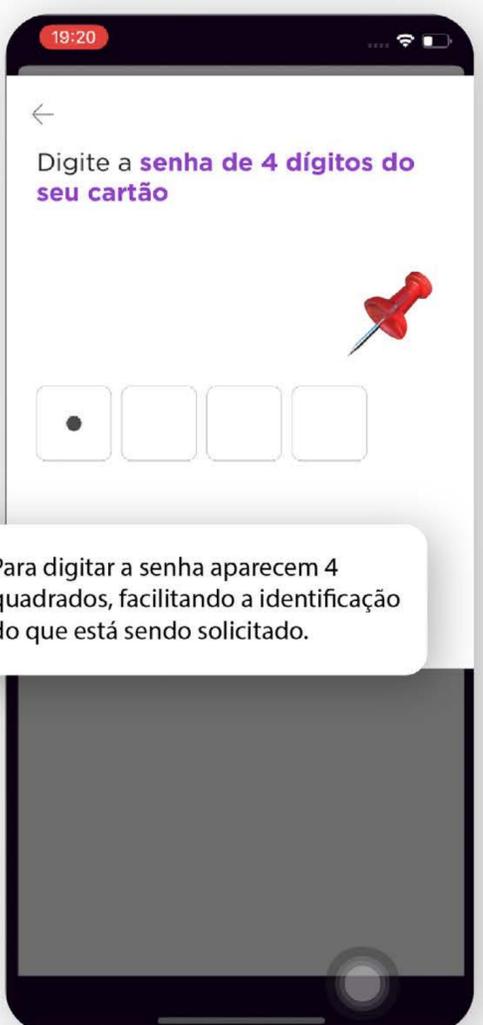


O App não apresenta busca. A janela de ajuda fica no final dos menus.

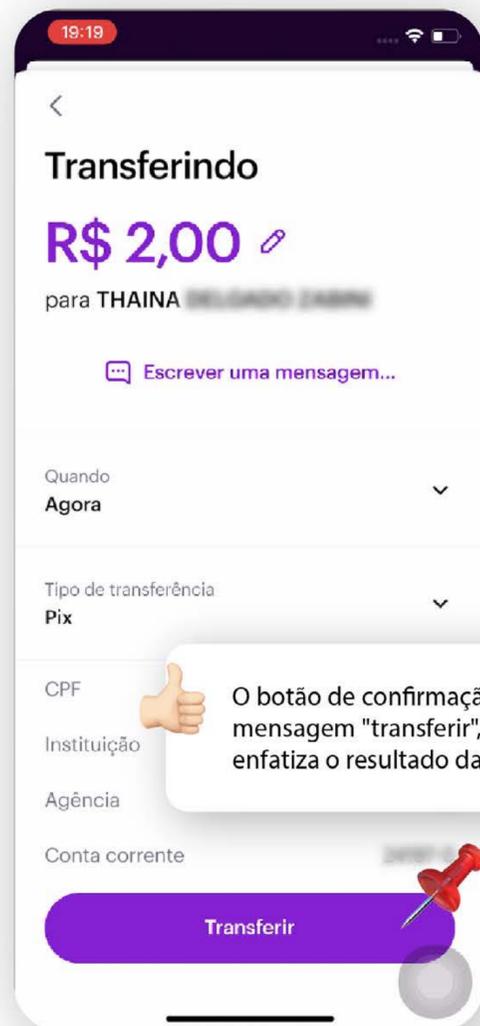
Ao clicar em enviar comprovante, espera-se escolher quem vai recebê-lo, entretanto, o que aparece é o comprovante em detalhes e o ícone de "enviar" fica discreto no canto superior direito.



Oferece suporte no final do comprovante de pagamento.



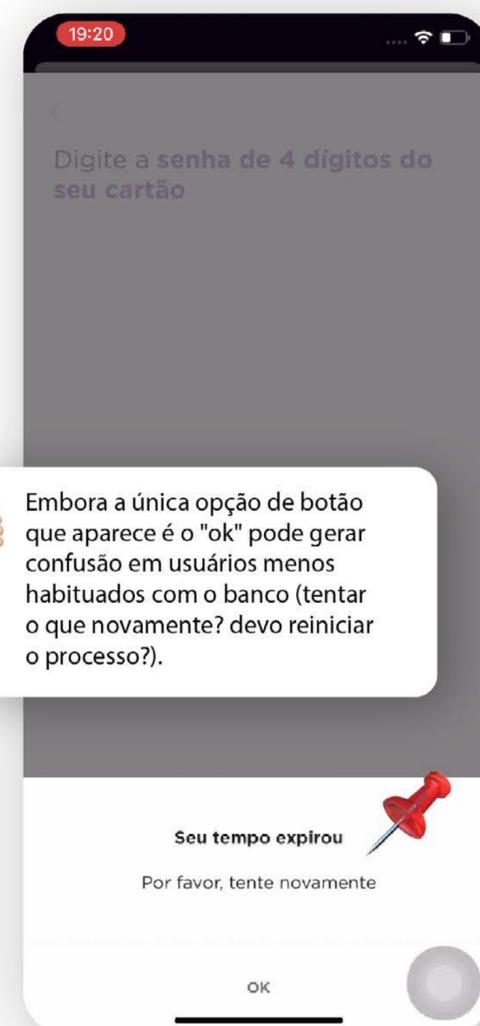
Para digitar a senha aparecem 4 quadrados, facilitando a identificação do que está sendo solicitado.



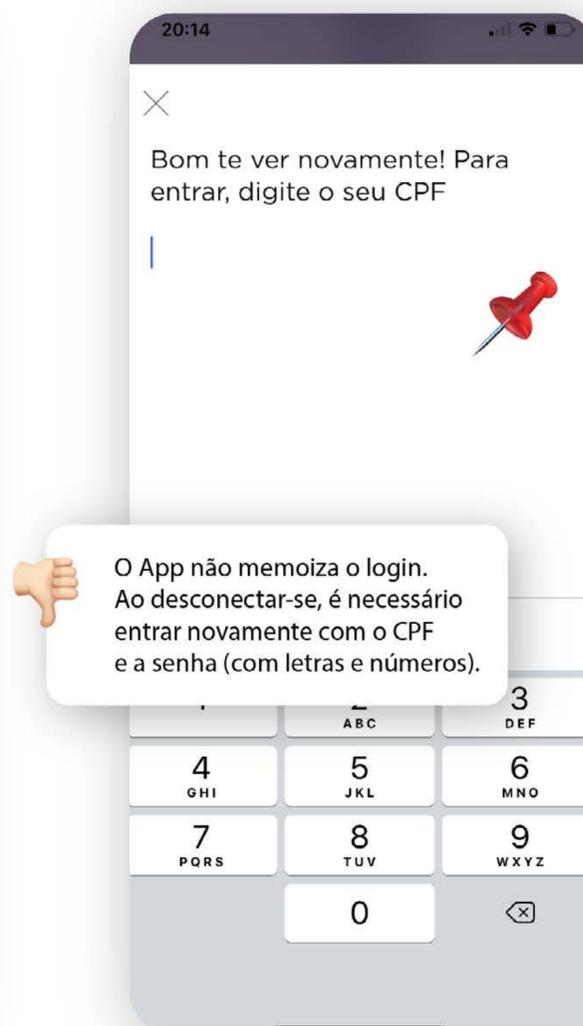
👍 O botão de confirmação traz a mensagem "transferir", que enfatiza o resultado da ação.



👎 Ao tentar pagar a fatura do cartão Nubank, ele informa o valor da fatura atual mas não informa porque "continuar não está clicável" (nesse caso era por saldo insuficiente na conta corrente). Poderia apresentar alguma solução como selecionar outra forma de pagamento ou tentar novamente outro dia.



👎 Embora a única opção de botão que aparece é o "ok" pode gerar confusão em usuários menos habituados com o banco (tentar o que novamente? devo reiniciar o processo?).



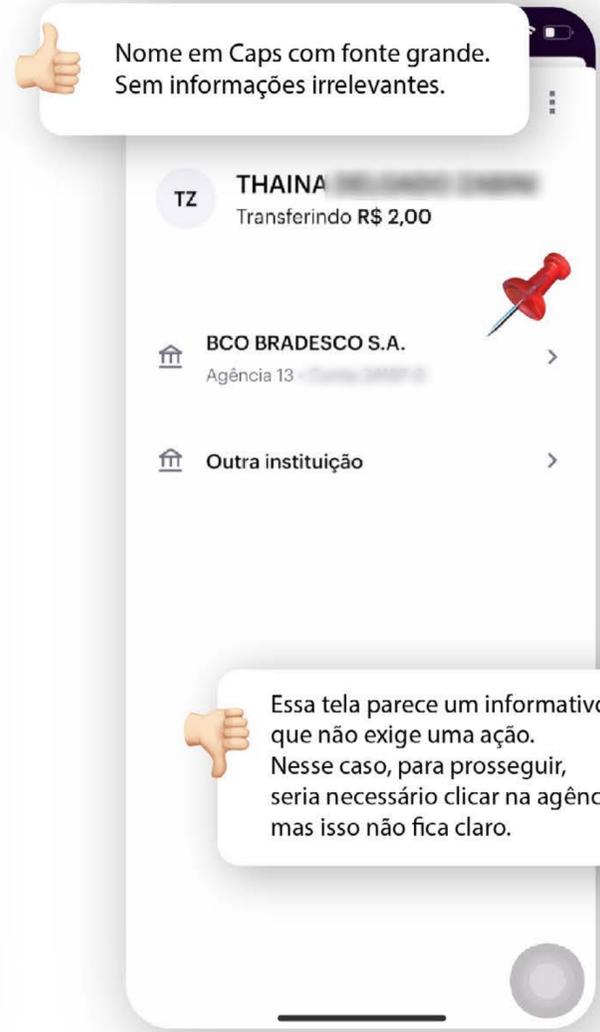
👎 O App não memoiza o login. Ao desconectar-se, é necessário entrar novamente com o CPF e a senha (com letras e números).



As fontes são grandes, informações espaçadas, a linguagem é natural e lógica.



Direciona o usuário ao apresentar mensagens de passo a passo tela após tela e não todas de uma única vez.

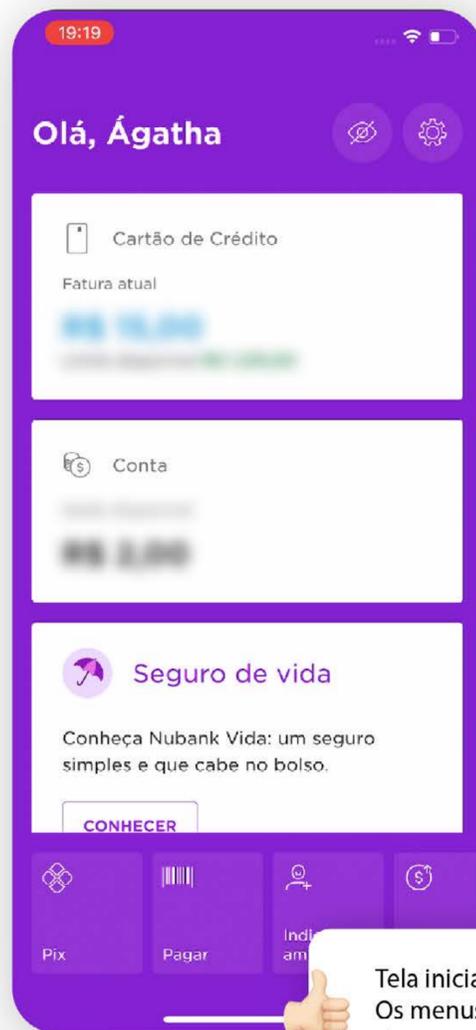


Nome em Caps com fonte grande. Sem informações irrelevantes.

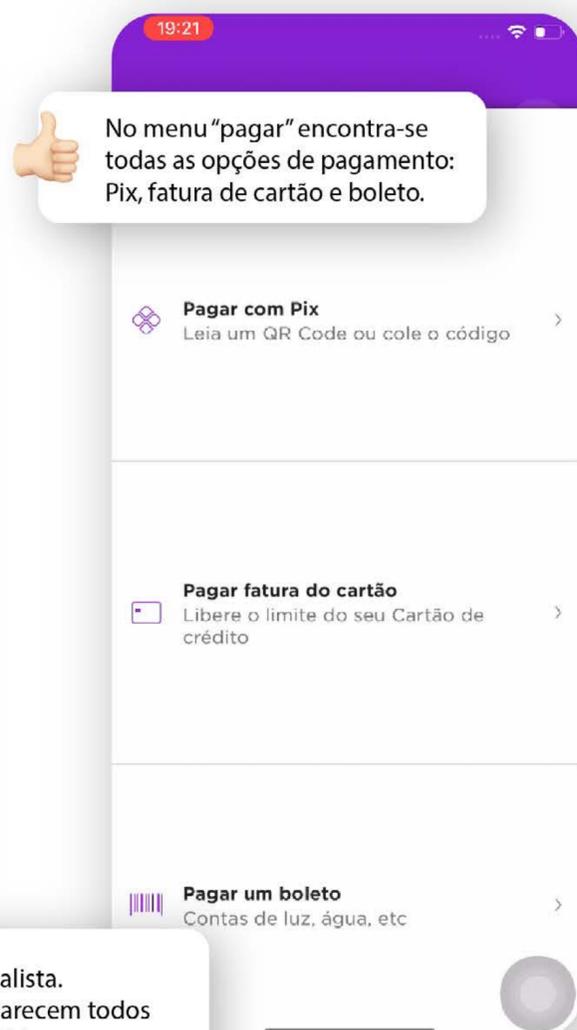
Essa tela parece um informativo, que não exige uma ação. Nesse caso, para prosseguir, seria necessário clicar na agência, mas isso não fica claro.



Reconhece se o CPF encontra-se nos contatos.



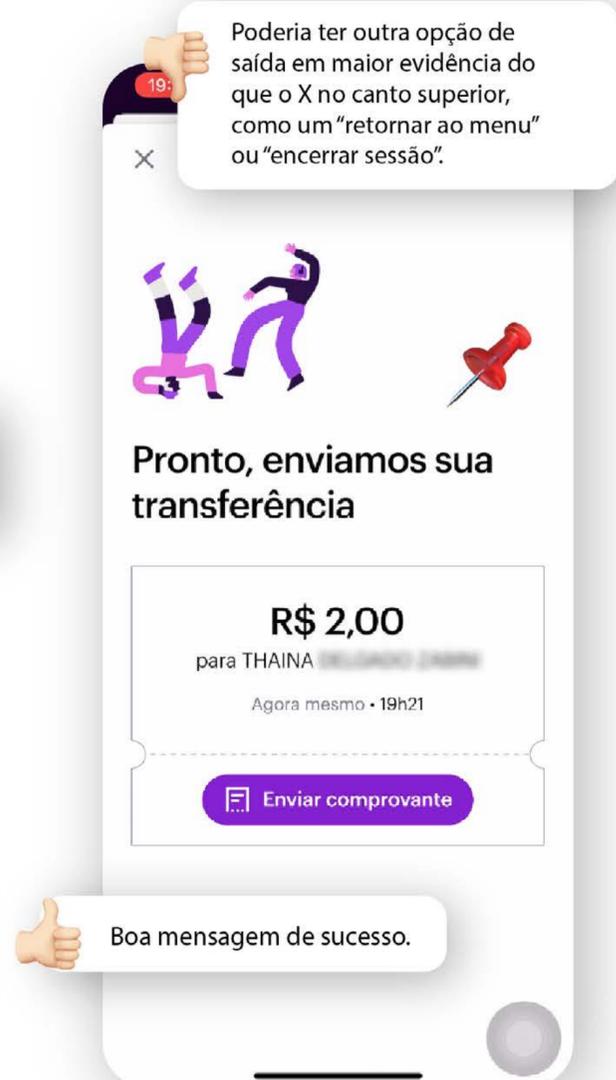
Tela inicial minimalista. Os menus não aparecem todos de uma vez: de início apenas os mais essenciais. Botões quadrados e não estreitos podem ajudar a evitar deslizes de cliques indesejados.



No menu "pagar" encontra-se todas as opções de pagamento: Pix, fatura de cartão e boleto.



Informações apresentadas de forma clara e minimalista.



Poderia ter outra opção de saída em maior evidência do que o X no canto superior, como um "retornar ao menu" ou "encerrar sessão".

Boa mensagem de sucesso.



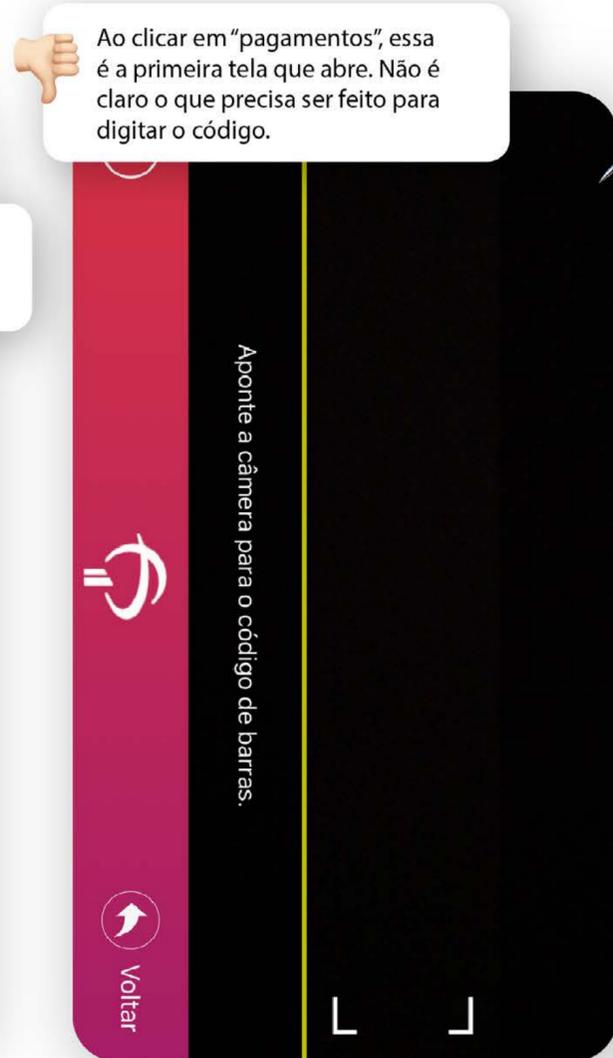
**Bradesco**

**Benchmark**

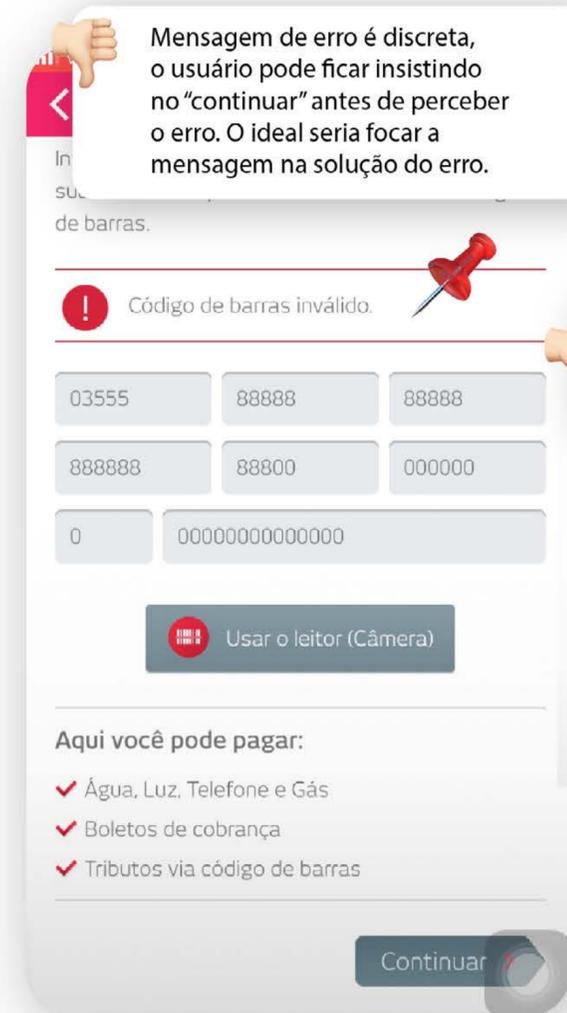


BIA não é um termo comum para o usuário, ele pode não entender que é a busca.

Tela com os menus mais utilizados e customizável.



Ao clicar em "pagamentos", essa é a primeira tela que abre. Não é claro o que precisa ser feito para digitar o código.



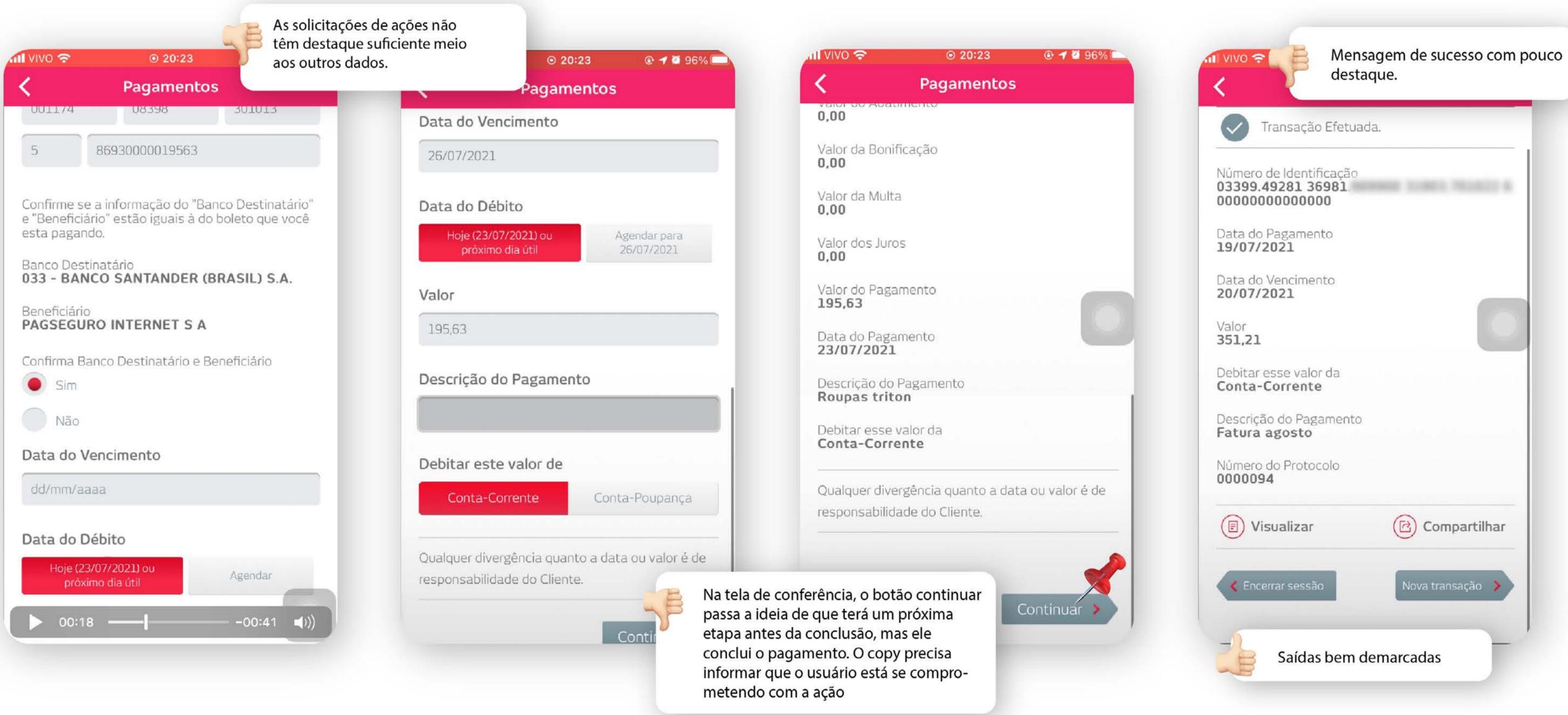
Mensagem de erro é discreta, o usuário pode ficar insistindo no "continuar" antes de perceber o erro. O ideal seria focar a mensagem na solução do erro.

Informação para incentivar a conferência dos dados com pouco destaque

Podeira ser exibida uma vista simplificada do próprio boleto para o usuário saber onde encontrar as informações para conferir



Conferência do pagamento do boleto com muita informação em uma mesma página.



As solicitações de ações não têm destaque suficiente meio aos outros dados.

Na tela de conferência, o botão continuar passa a ideia de que terá um próxima etapa antes da conclusão, mas ele conclui o pagamento. O copy precisa informar que o usuário está se comprometendo com a ação

Mensagem de sucesso com pouco destaque.

Saídas bem demarcadas

← escolher outro banco



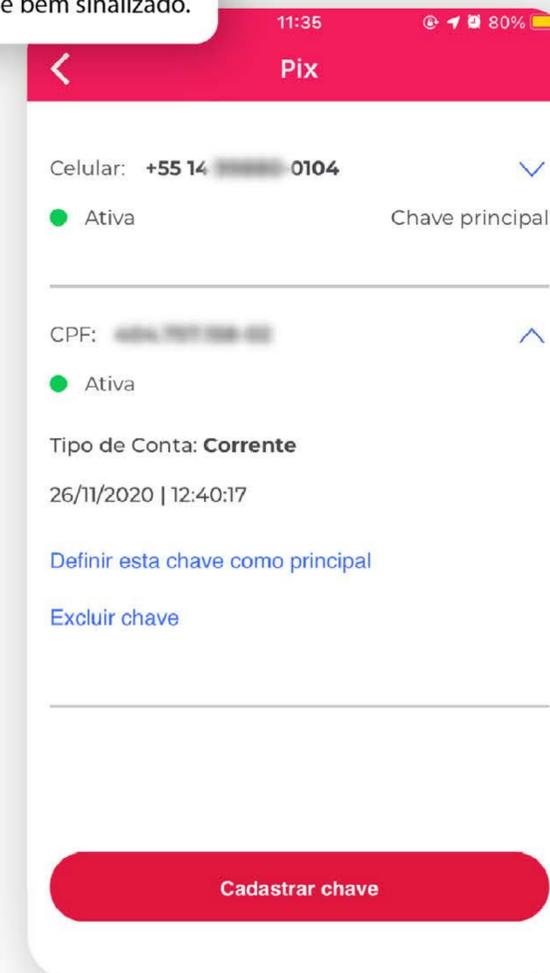
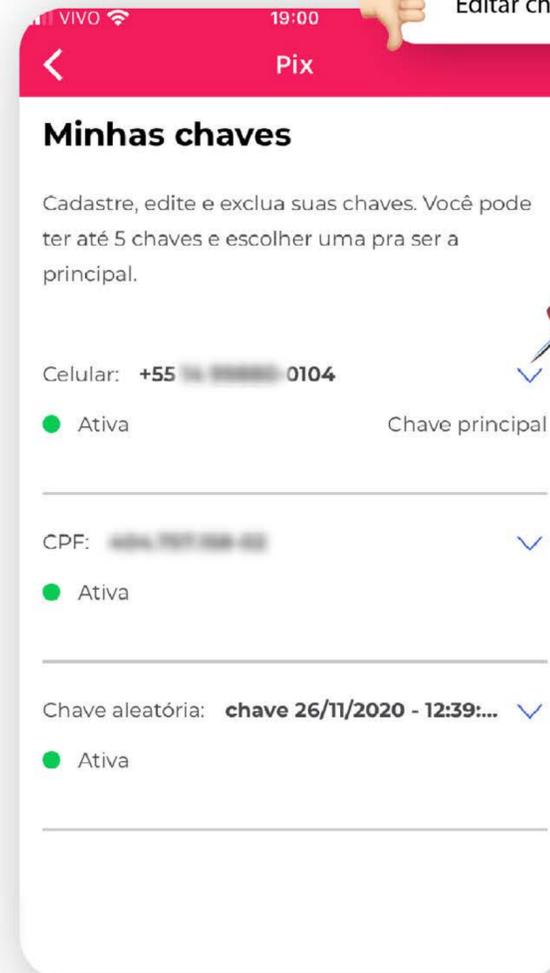
As chaves são dados do conhecimento do usuário (celular, email e CPF, não precisam ser lembrados com tanta ênfase), as ações mais recorrentes (pagamento) poderiam ter maior destaque para facilitar a identificação.

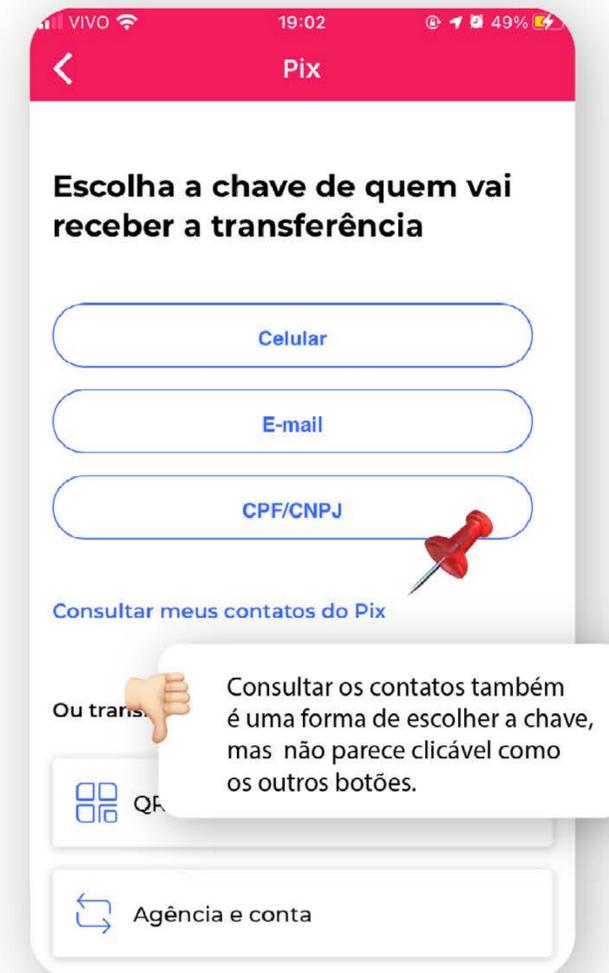
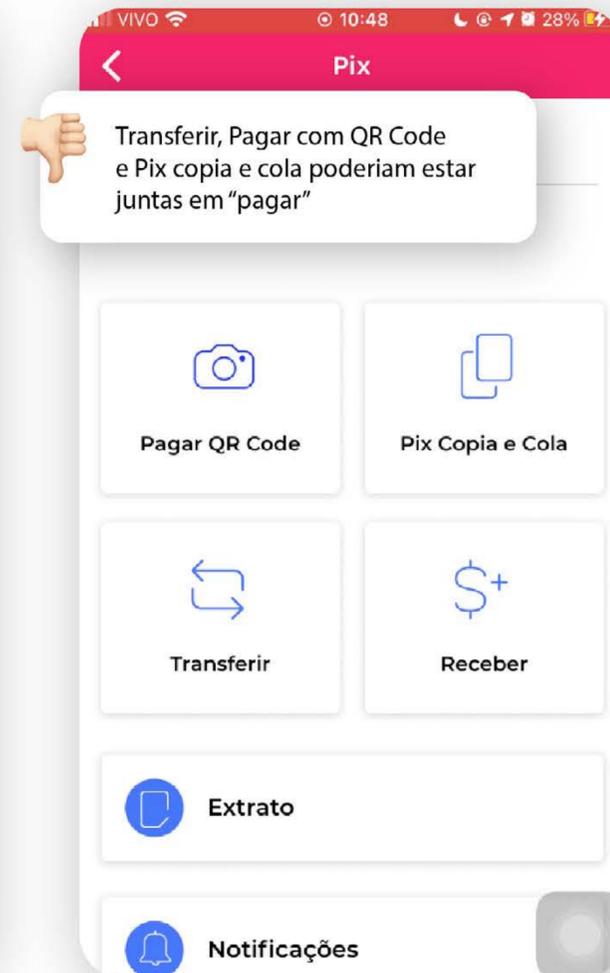
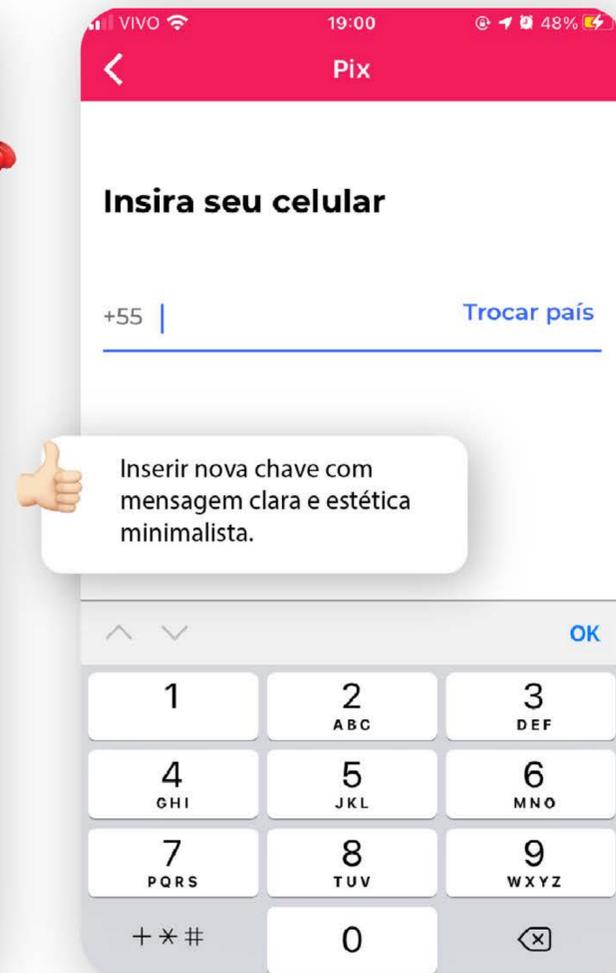


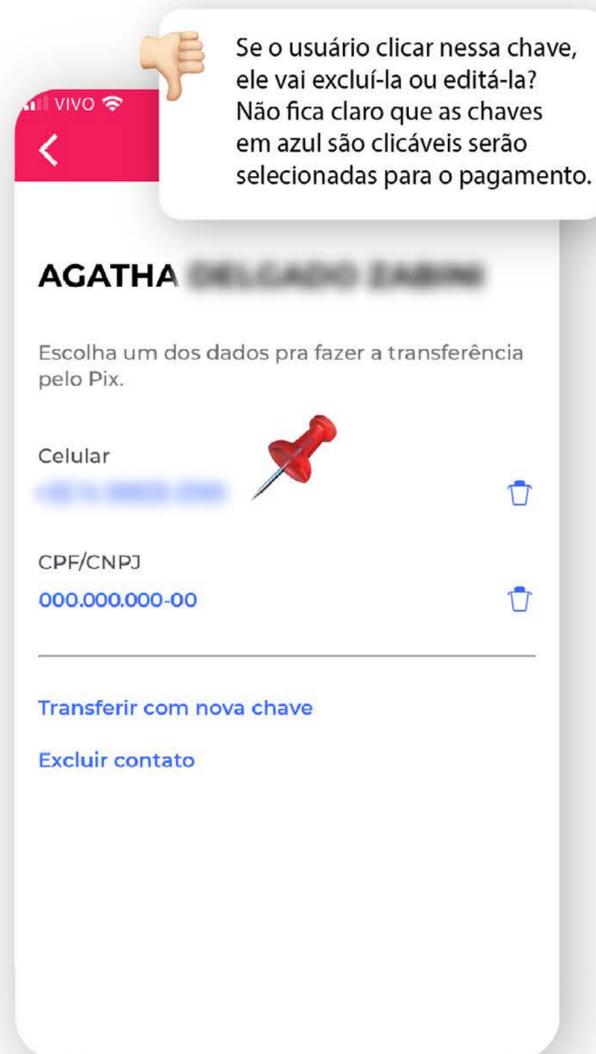
Mensagem e botões com mensagem clara e objetiva: direciona o usuário à ação.



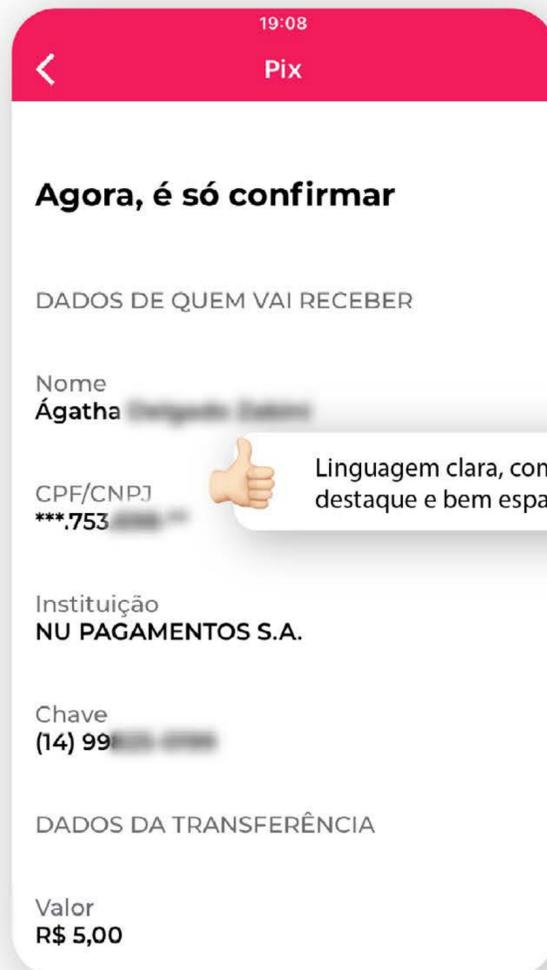
Editar chave não é bem sinalizado.







← escolher outro banco



👍 Linguagem clara, com destaque e bem espaçada



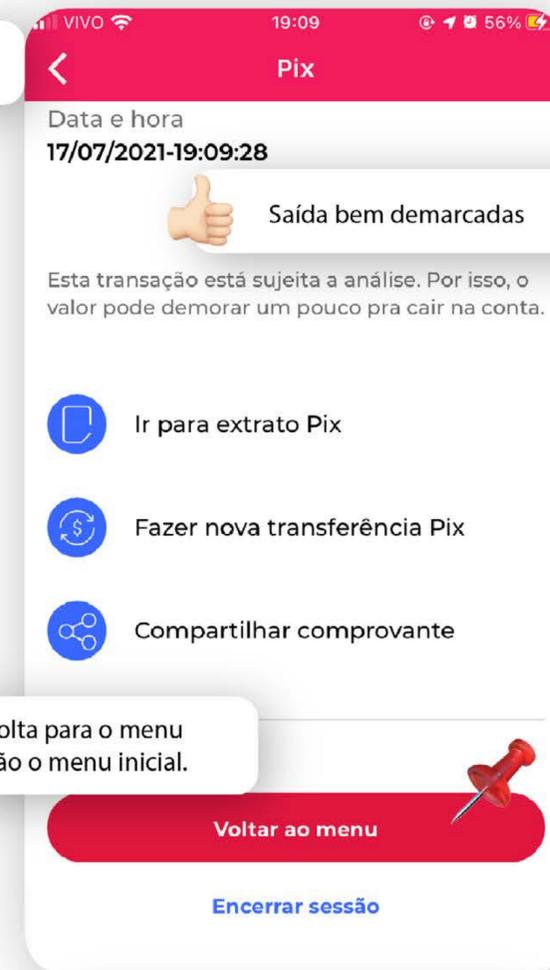
👎 Editar dados poderia ter mais destaque: abaixo de cancelar, onde a atenção do usuário está sendo chamada, por exemplo

👍 Saída bem demarcadas



👍 Boa mensagem de sucesso

👎 O botão volta para o menu do Pix e não o menu inicial.

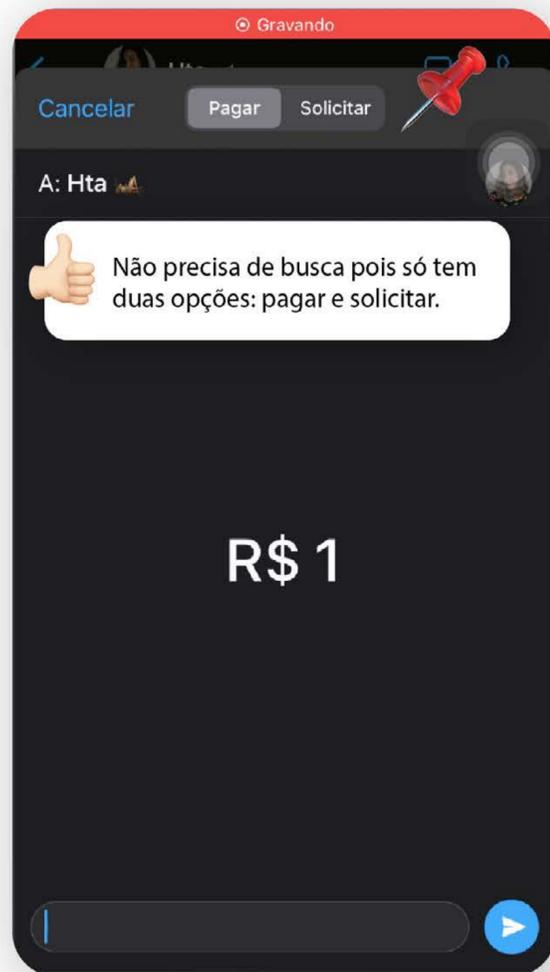


👍 Saída bem demarcadas

💡 Podeira trazer alguma opção de "contestar lançamento" ou "pedir ajuda" caso o usuário perceba que cometeu algum erro.



Benchmark

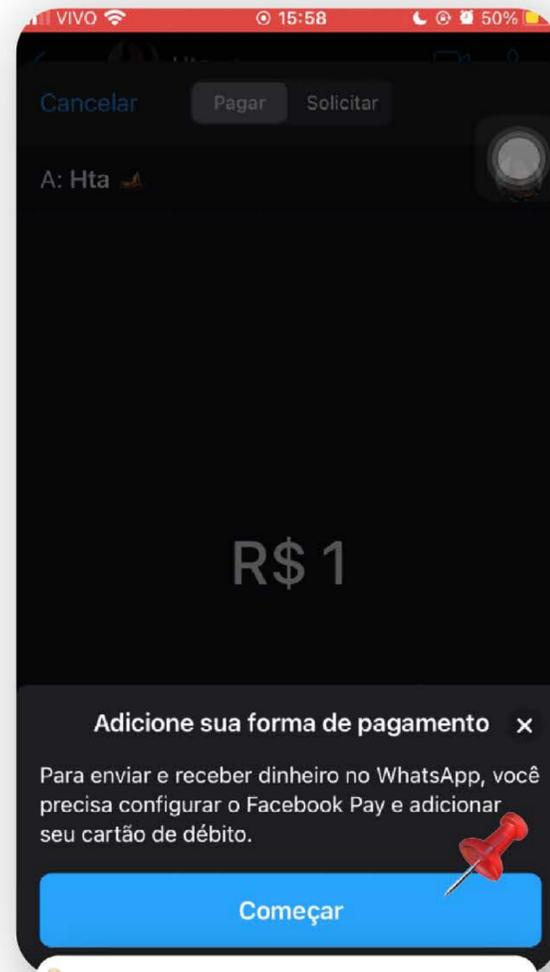


👍 Não precisa de busca pois só tem duas opções: pagar e solicitar.

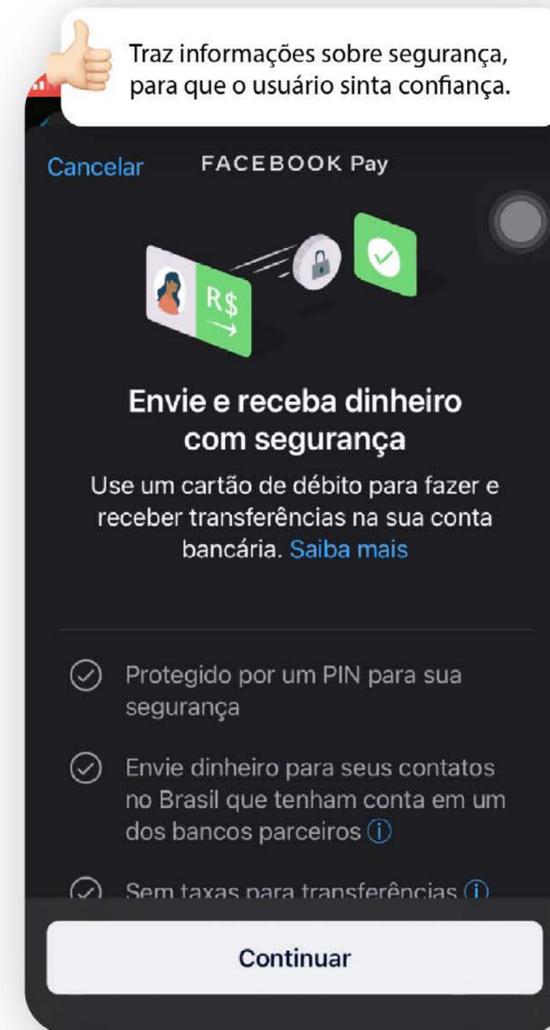
R\$ 1



👍 Mensagem clara, números grandes, interface minimalista sem informações irrelevantes. Apenas o valor e o destinatário.



👍 Copy com mensagem que direciona o usuário.



👍 Traz informações sobre segurança, para que o usuário sinta confiança.

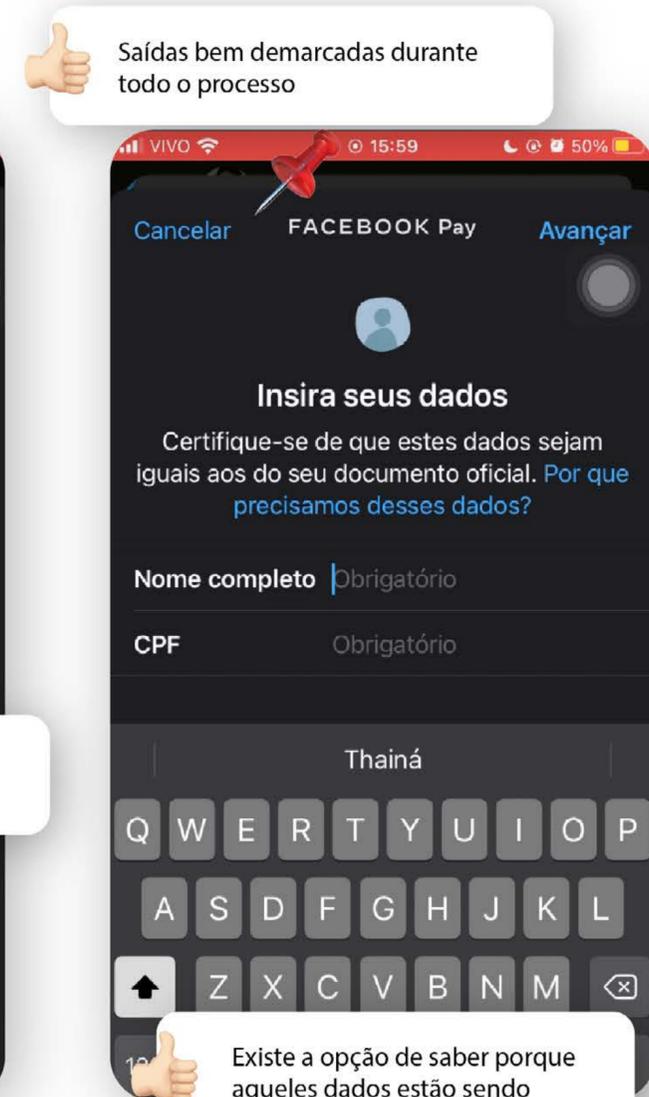
← escolher outro banco



👍 Traz informações sobre segurança, para que o usuário sinta confiança.



👎 Segurança bancária normalmente está vinculada a palavra "senha".

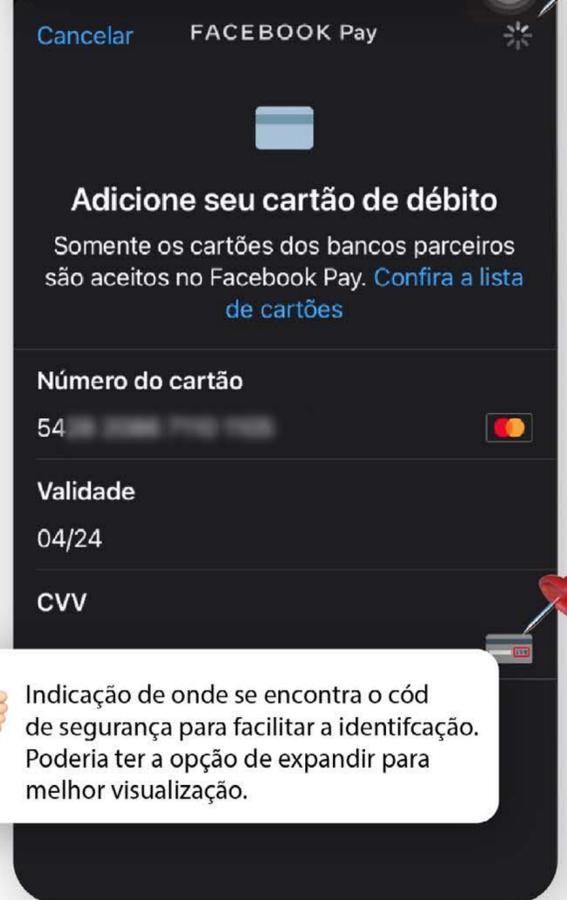


👍 Saídas bem demarcadas durante todo o processo

👍 Existe a opção de saber porque aqueles dados estão sendo solicitados, dando mais credibilidade e confiança para o processo. Ao clicar, o WhatsApp abre mais informações no navegador.

← escolher outro banco

👍 O avançar é substituído pelo símbolo de "carregando". Boa mensagem de status do sistema.



👍 Indicação de onde se encontra o código de segurança para facilitar a identificação. Poderia ter a opção de expandir para melhor visualização.

👍 Em cada tela tem apenas uma fase do processo, sem informações irrelevantes.



👍 Mensagem de erro não explica o que aconteceu. Ao clicar Ok, volta para a tela.



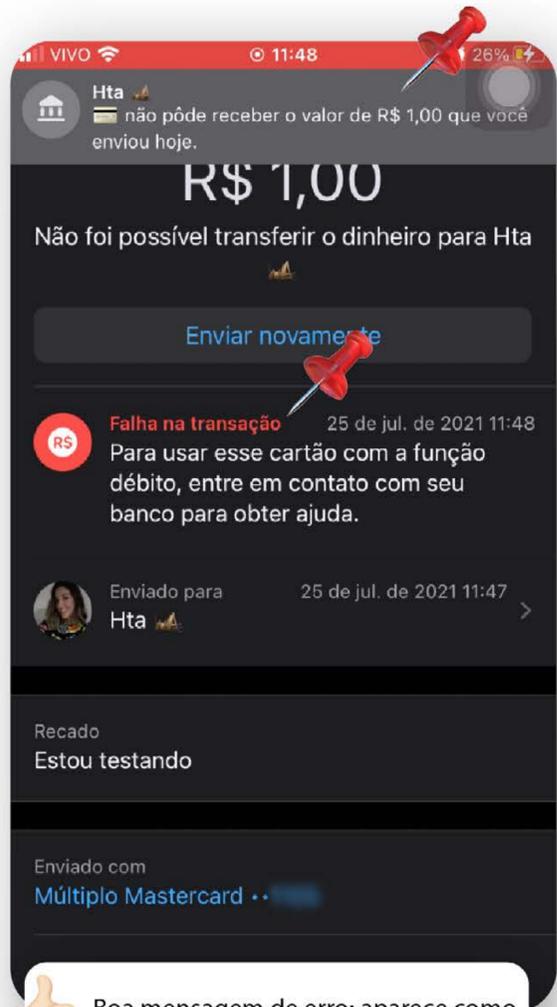
👍 Boa mensagem de sucesso.



👍 Boa mensagem de confirmação, com apenas o destinatário, cartão em que será processado o pagamento e valor, especificado no botão.



👍 O comprovante é de fácil visualização dentro da própria conversa.



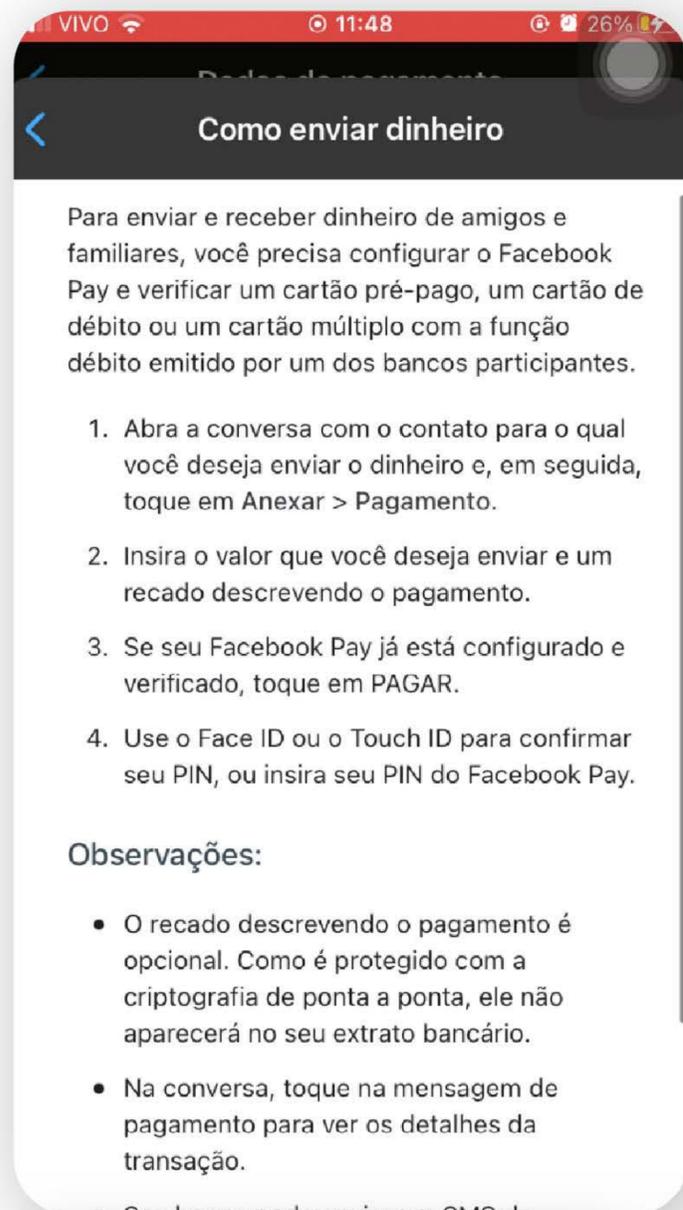
👍 Boa mensagem de erro: aparece como banner de notificação e a causa fica especificada, junto com a sugestão de solução.



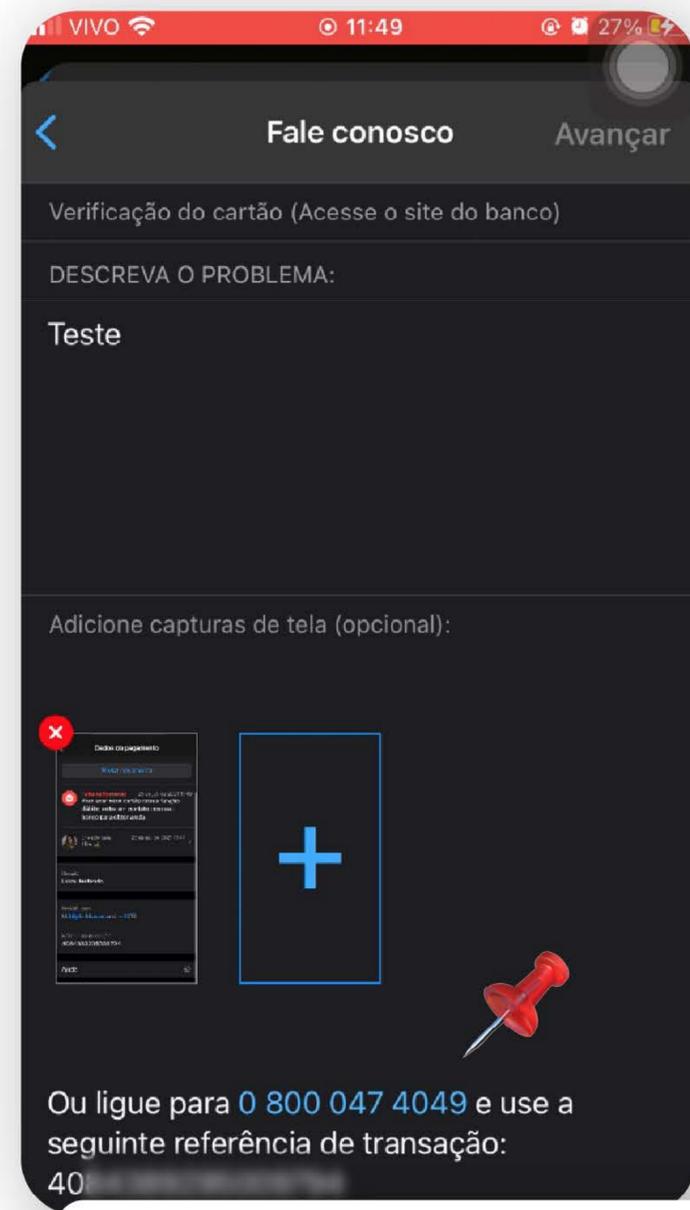
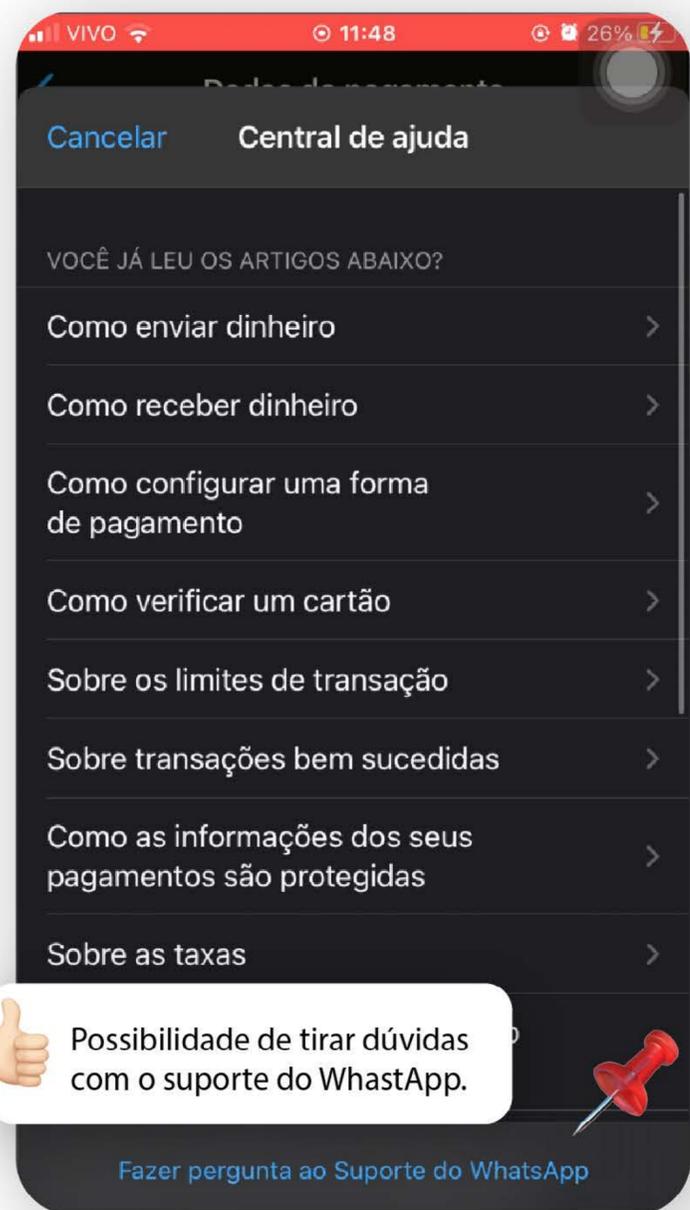
👍 Ajuda bem localizada no final da tela de comprovante/ detalhes da transação



👍 Traz perguntas frequentes. Fala a língua do usuário: lógica e natural.



👍 Na central de ajudas o passo a passo poderia ser mais visual



👍 "Fale Conosco" traz também um número de telefone, oferecendo maior credibilidade.

# Jornada do usuário

A jornada do usuário soma dois poderosos instrumentos de Design: o Storytelling e visualização. É criado a partir da determinação de um cenário e as expectativas do usuário para a atividade. Depois são pontuados os passos e ações necessários para cumpri-la. Nele são incorporados pensamentos e emoções para criar uma narrativa condensada, capaz de comunicar os pontos de contato do usuário com o sistema, gerar insights e visualizar oportunidades.

## Expectativas:

- Encontrar um passo a passo fácil e intuitivo, como a filha falou
- Se sentir confiante para completar a atividade
- Não precisar ligar para a filha pedindo instruções
- Não clicar em nada errado e saber sair de situações indesejadas

## Dados

- 10 Fica confusa com o que tem que fazer a seguir
- 11 Começa a ler todas as informações da página
- 12 Confere cada um dos dados com o boleto em mãos
- 13 Demora um pouco para perceber como confirmar o beneficiário porque o botão era muito discreto

## Digitar senha

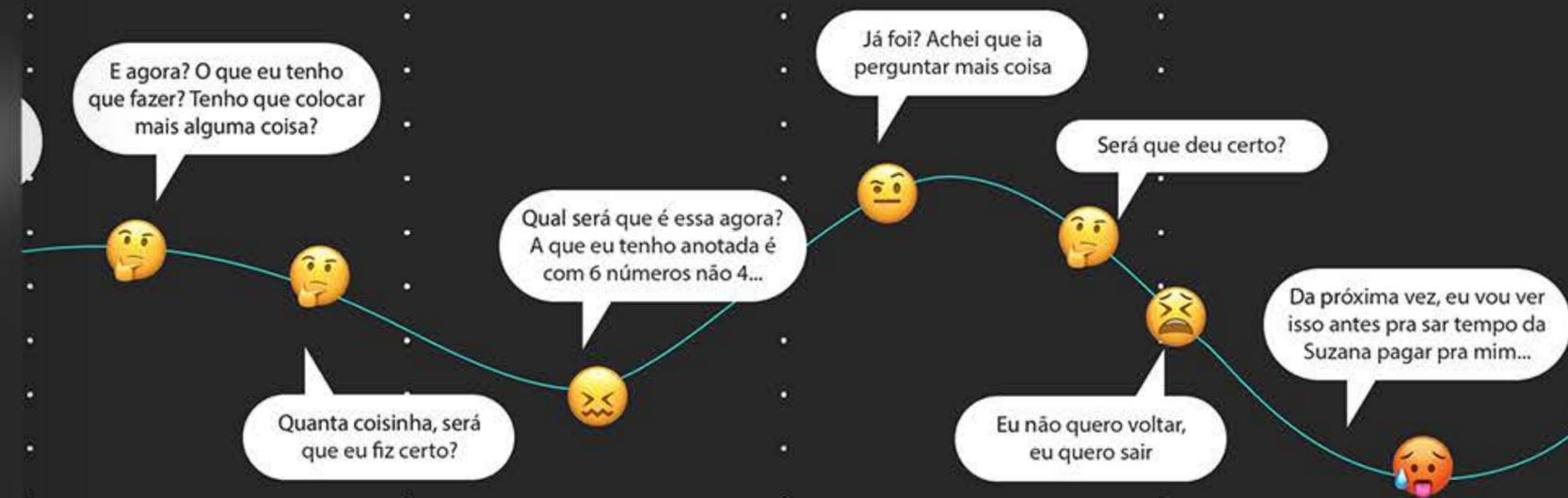
- 14 Tenta digitar a mesma senha do início
- 15 Percebe que não vai e tenta a senha do cartão, que é confirmada

## Confirmação

- 16 Lê novamente o código de barras e todas as informações que aparecem, do começo ao fim
- 17 Clica em continuar e o pagamento é efetuado

## Sucesso

- 18 Vê a tela em geral e demora para perceber a mensagem de sucesso da transação
- 19 Demora para perceber o botão de encerrar sessão porque acha que ele é o de "voltar"
- 20 Clica em "Encerrar sessão" e sai do aplicativo



deriam  
ma do



A navegação se aproximando de uma conversa, mais direta e com menos informações por tela, pode auxiliar na concentração e reduzir a ansiedade associada a estar descobrindo um app totalmente novo.



Botões de confirmação devem enfatizar a ação



## Ivanete Insegura

**Cenário:** Ivanete precisa pagar a fatura da Suzana, só estará na casa dela no final da semana, que é só ler o que se pede. Ainda assim, Ivanete, para fazer um pagamento, foi com a filha ao lado.

### Login

- 1 Procura a caderneta que anota a senha
- 2 Digita a senha e acessa a conta

### Pagamento

- 3 Clica em pagamentos e abre a câmera
- 4 Tenta focar a câmera mas o leitor não consegue ler o código
- 5 Sai do aplicativo e liga para a filha para pedir ajuda
- 6 A filha a instrui em "voltar" e código de barras
- 7 Digita o código e clica OK

Qual era essa senha mesmo? será que é a mesma do cartão?



Por que não está indo? Meu celular não lê!



Como que eu faço pra pagar agora? Vou ter que ligar pra Suzana



Nossa mas é muito fácil confundir esses numerinhos, né?



Aplicativos de banco poderiam oferecer soluções mais amigáveis para quando não é possível ler o código de barras. A interface para digitar o número do código de barras pode auxiliar?



# Zona A

# Zona B

# Zona C



## Ivanete Insegura

**Cenário:** Ivanete precisa pagar a fatura da Suzana, só estará na casa dela no final da semana, que é só ler o que se pede. Ainda assim, Ivanete, para fazer um pagamento, foi com a filha ao lado.

### Login

- 1 Procura a caderneta que anota a senha
- 2 Digita a senha e acessa a conta

### Pagamento

- 3 Clica em pagamentos e abre a câmera
- 4 Tenta focar a câmera mas o leitor não consegue ler o código
- 5 Sai do aplicativo e liga para a filha para pedir ajuda
- 6 A filha a instrui em "voltar" e o código de barras
- 7 Digita o código e clica OK

Qual era essa senha mesmo? será que é a mesma do cartão?



Por que não está indo? Meu celular não lê!



Como que eu faço pra pagar agora? Vou ter que ligar pra Suzana



Nossa mas é muito fácil confundir esses numerinhos, né?



Aplicativos de banco poderiam oferecer soluções mais amigáveis para quando não é possível ler o código de barras. A interface para digitar o número do código de barras pode auxiliar?



Primeiro, na zona A do diagrama abaixo, é definido o ponto de vista, ou seja, a lente em que a história será vivida. Nesse caso, a persona: Ivanete Insegura. Depois, determina-se uma experiência para mapear: o cenário onde o ator da história estará inserido, a partir de seus objetivos e expectativas.

Na Zona B, são colocados fragmentos de fases da jornada e as ações que o usuário irá desempenhar ao passar por cada uma delas, seguido de pensamentos e sentimentos que cada passo proporcionou, com uma linha apontando os altos e baixos emocionais.

Dessa forma, na Zona C, são pontuados os insights que a jornada proporcionou, podendo ser acompanhado, também, das oportunidades. Nesse projeto foram construídas duas jornadas com base nas análises nos apps: pix e pagamento. Cada uma delas trouxeram insights específicos e, juntas, levaram a elaboração de oportunidades para uma proposta de solução.



# Ivanete Insegura

**Cenário:** Ivanete precisa pagar a fatura da internet que chegou pelo correio. A filha, Suzana, só estará na casa dela no final da semana e a fatura vence hoje. Suzana disse que é só ler o que se pede. Ainda assim, Ivanete tem medo pois a única vez que tentou fazer um pagamento, foi com a filha ao lado passando todas as instruções.

## Expectativas:

- Encontrar um passo a passo fácil e intuitivo, como a filha falou
- Sentir-se confiante para completar a atividade
- Não precisar ligar para a filha pedindo instruções
- Não clicar em nada errado e saber sair de situações indesejadas

### Login

- 1 Procura a caderneta onde anota a senha;
- 2 Digita a senha e acessa a conta;

### Pagamento

- 3 Clica em pagamentos e abre a câmera;
- 4 Tenta focar a câmera mas o leitor não consegue ler o código;
- 5 Sai do aplicativo e liga para a filha para pedir ajuda;

### Erro ao digitar

- 6 A filha a instrui a clicar em "voltar" e digitar o código de barras;
- 7 Digita o código e clica OK

- 8 Percebe a mensagem de erro;
- 9 Digita todo o código novamente, com mais atenção e clica OK;

### Dados

- 10 Fica confusa com o que tem que fazer a seguir;
- 11 Começa a ler todas as informações da página;
- 12 Confere cada um dos dados com o boleto em mãos;
- 13 Demora um pouco para perceber como confirmar o beneficiário porque o botão era muito discreto;

### Digitar senha

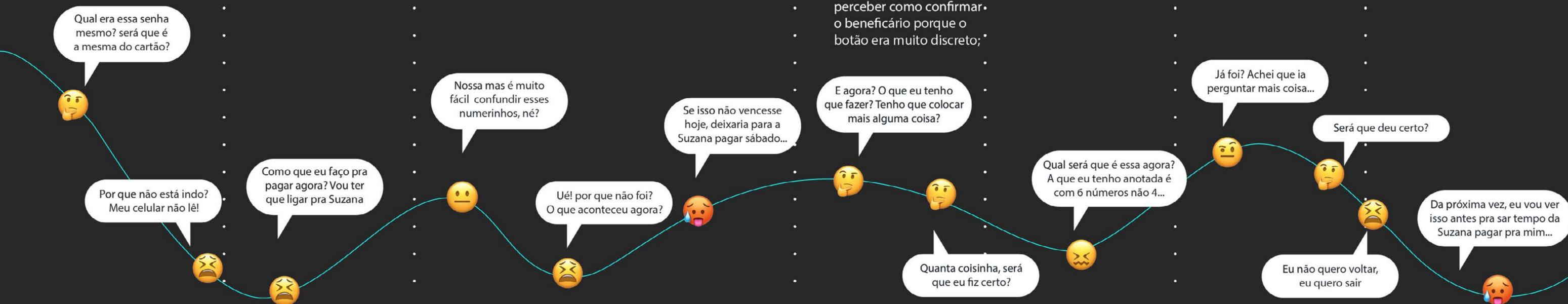
- 14 Tenta digitar a mesma senha do início;
- 15 Percebe que não vai e tenta a senha do cartão, que é confirmada;

### Confirmação

- 16 Lê novamente o código de barras e todas as informações que aparecem, do começo ao fim;
- 17 Clica em continuar e o pagamento é efetuado;

### Sucesso

- 18 Vê a tela em geral e demora para perceber a mensagem de sucesso da transação;
- 19 Demora para perceber o botão de encerrar sessão porque acha que ele é o de "voltar";
- 20 Clica em "Encerrar sessão" e sai do aplicativo;



Aplicativos de banco poderiam oferecer soluções mais amigáveis para quando não é possível ler o código de barras. A interface para digitar o número do código de barras pode auxiliar?



Os dados do pagamento e confirmação poderiam aparecer de forma e linguagem mais próxima do usuário, para facilitar a verificação.



A navegação se aproximando de uma conversa, mais direta e com menos informações por tela, pode auxiliar na concentração e reduzir a ansiedade associada a estar descobrindo um app totalmente novo.



Botões de confirmação devem enfatizar a ação



# Ivanete Insegura

**Cenário:** Ivanete precisa fazer um pix para a filha, Suzana, que fez uma compra na farmácia para a mãe. Suzana já mostrou para ela duas vezes como fazer um pix e, agora, vai deixá-la tentar sozinha, mas ficará por perto para auxiliá-la em possíveis problemas.

## Expectativas:

- Encontrar um passo a passo fácil e intuitivo, como a filha falou
- Sentir-se confiante para completar a atividade
- Não precisar ligar para a filha pedindo instruções
- Não clicar em nada errado e saber sair de situações indesejadas

### Login

- 1 Procura a caderneta que anota a senha;
- 2 Digita a senha e acessa a conta;
- 3 Acessa o Menu Pix;

### Menu Pix

- 4 Lê toda a tela do início ao fim e sente-se confusa com a quantidade de opções presente;
- 5 Não consegue decidir entre o botão "pagar com QR Code" e transferir";
- 6 Vai até o final da página para ver se encontra algum outro menu que faça mais sentido;
- 7 Não encontra e resolve perguntar para a filha qual dos dois selecionar, que a instrui a clicar em "transferir";

### Transferência

- 8 Lê a descrição e pergunta para a filha o que é "chave", que responde que é o Cpf dela";
- 9 Mesmo sabendo que deve selecionar a opção "CPF", continua lendo as informações do restante da página antes de acessar;
- 10 Não percebe a opção de consultar os contatos;
- 11 Clica em CPF e começa a digitar conforme a filha vai falando;
- 12 Enquanto não termina de digitar, o aplicativo automaticamente informa que o número é inválido;

### Valor

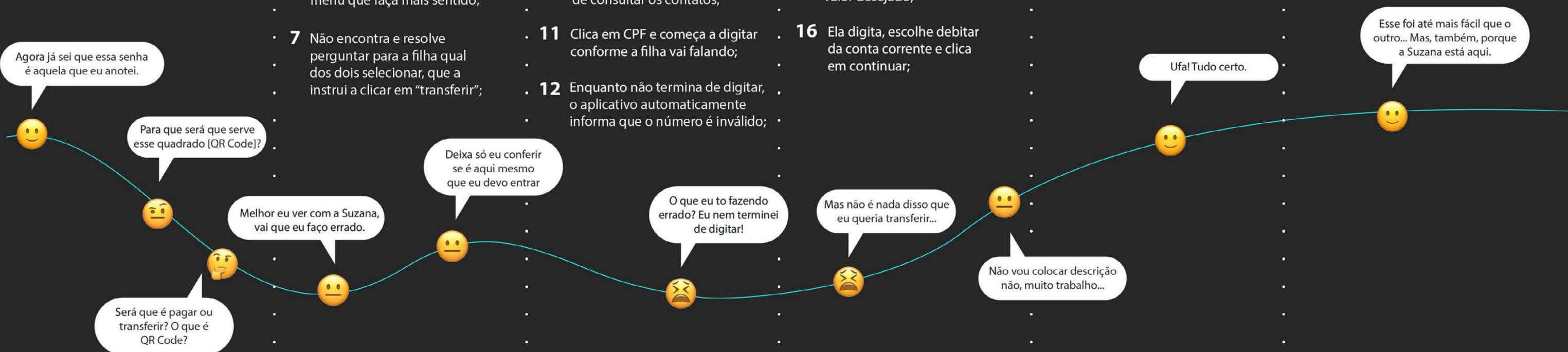
- 13 Percebe os botões "+1""+10" antes do espaço para digitar o valor;
- 14 Vê novamente a tela inteira e decide que é mais fácil perguntar para a filha que está por perto;
- 15 Suzana fala para ela clicar no texto \$0,00 que vai aparecer o teclado para ela digitar o valor desejado;
- 16 Ela digita, escolhe debitar da conta corrente e clica em continuar;

### Confirmação

- 17 Confere o nome, CPF, banco, chave e o valor da transferência;
- 18 Clica em "Continuar";
- 19 Digita a Senha no Pop Up que aparece na tela;

### Sucesso

- 20 Lê novamente todos os dados da transferência;
- 21 Encerra a sessão e pergunta para a filha como enviar o comprovante;



A opção de consultar contatos Pix é um atalho que facilita a navegação, deveria estar tão bem sinalizado quanto as demais chaves.



Os contatos do Pix poderiam trazer a opção de escolher foto e/ou apelido para facilitar a identificação.



Compartilhar o comprovante de pagamento poderia ter mais destaque para instruir o compartilhamento. Dessa forma, possíveis erros são percebidos mais rápidos.



Pagar e tranferir poderiam estar em um único menu: pagar.



O QR code e as chaves pessoais não precisam de tanto destaque, podem gerar distrações.

Jornadas do usuário, diferentemente das análises de mercado e benchmark, revelam experiências humanas reais. Elas ajudam a reunir e nivelar a equipe quanto ao projeto, demonstrando áreas de fricção e viabilizando um plano de ação. Ela ajuda o time a focar na persona e entender o porquê de alguns dados e comportamentos, revelando o que pode estar levando à desistências. Por esses motivos ela foi aplicada nesse momento do projeto.

# HMW

## How Might We

A HMW, ou “Como nós podemos” foi utilizada para gerar soluções para alguns dos problemas até então pontuados. Perguntas HMW podem gerar ideias valiosas, a partir de uma atividade muito simples: para cada problema encontrado é feita uma pergunta iniciada com “Como nós podemos” seguido de uma iniciativa. Ela assume a existência de uma oportunidade sem a obrigação de encontrar uma solução.

# Como nós podemos...

evitar erros e cliques indesejados e tornar a experiência de resolução possíveis deslizes mais amigáveis?

facilitar a memorização de senhas chaves do aplicativo do banco?

reduzir a carga cognitiva e a necessidade de memorização nas atividades como Pix, extrato e pagamentos de boletos?

viabilizar um atendimento humano quando necessário?

encorajar o usuário a usar e ver o aplicativo do banco de forma mais aberta e amigável?

facilitar a identificação e digitação do código de barras do boleto?

melhorar e cativar a concentração e atenção do idoso sem causar fricção?

possibilitar que o usuário encontre a ajuda que precisa dentro do app?

As respostas a essas perguntas determinam os próximos passos do projeto, iniciando o **segundo diamante**: com foco na solução.

| Ter um botão de “cancelar” e/ou “retornar” presente em todas as telas da transação;

| Ter a opção de contestar lançamento após concluí-lo, caso o usuário perceba que cometeu algum erro, como transferir valor errado ou para pessoa errada;

| Ter telas de confirmação claras, objetivas e apenas com informações pertinentes para não dispersar a concentração do usuário;

| Evitar rolagem, tendo apenas uma ação por tela, em forma de perguntas e respostas;

| Enfatizar o compartilhamento de comprovantes de transferência para agilizar a percepção de possíveis erros;

| Fazer no aplicativo do banco, uma conversa: Aproximar a experiência de fluxos e interfaces que ele já esteja acostumado e utilize com mais confiança, como o WhatsApp;

| Oferecer uma boa experiência de unbording que pode ser revisitada sempre que necessário em “ajuda”;

| Criar um canal para direcionar o usuário para o WhatsApp de um dos funcionários da agência;

Ajuda bem sinalizada e com mensagens claras: com tutoriais em imagens e/ou vídeos;

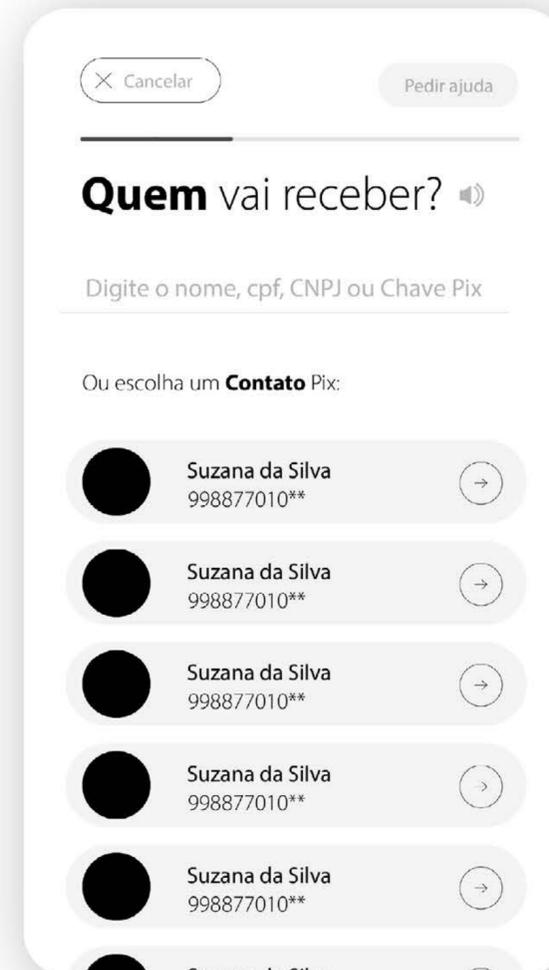
| Trabalhar números grandes, bem espaçados e divididos em partes;

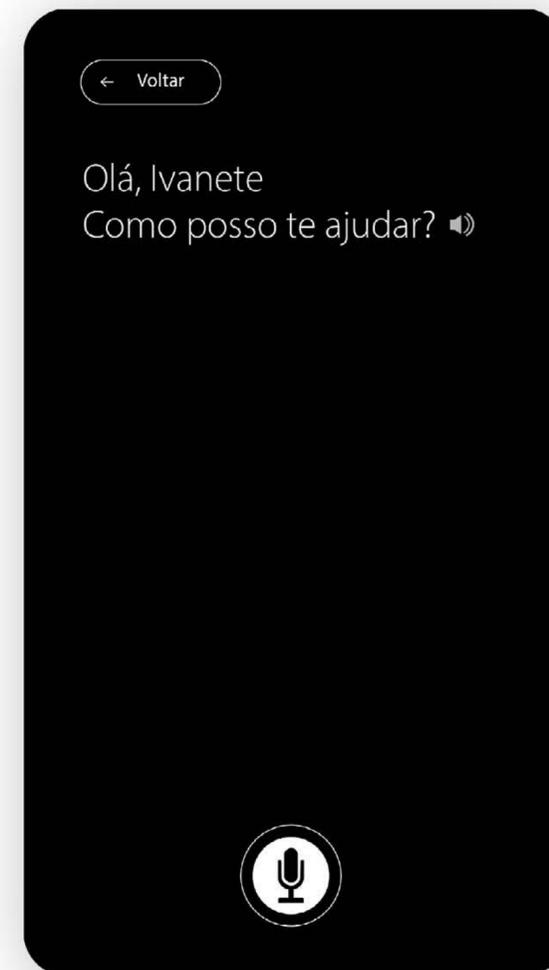
# Protótipo

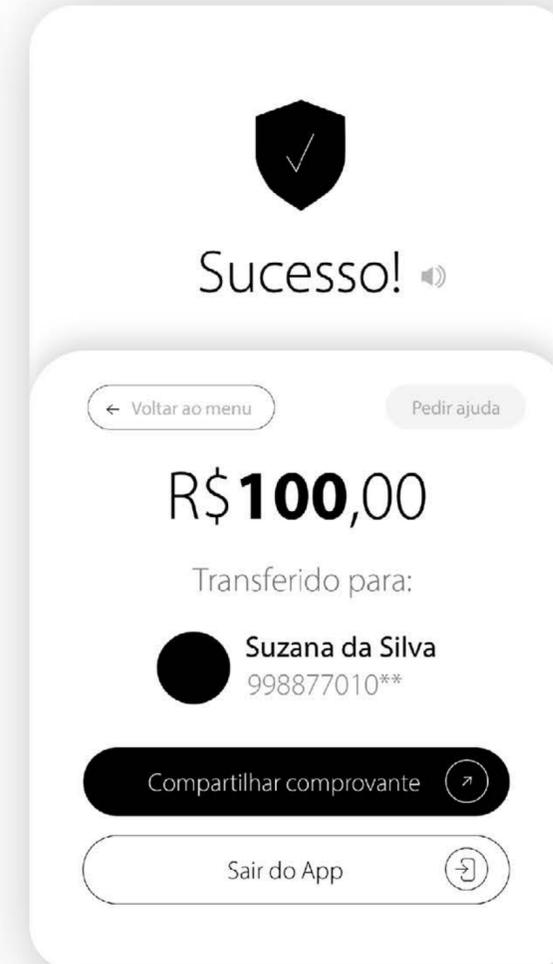
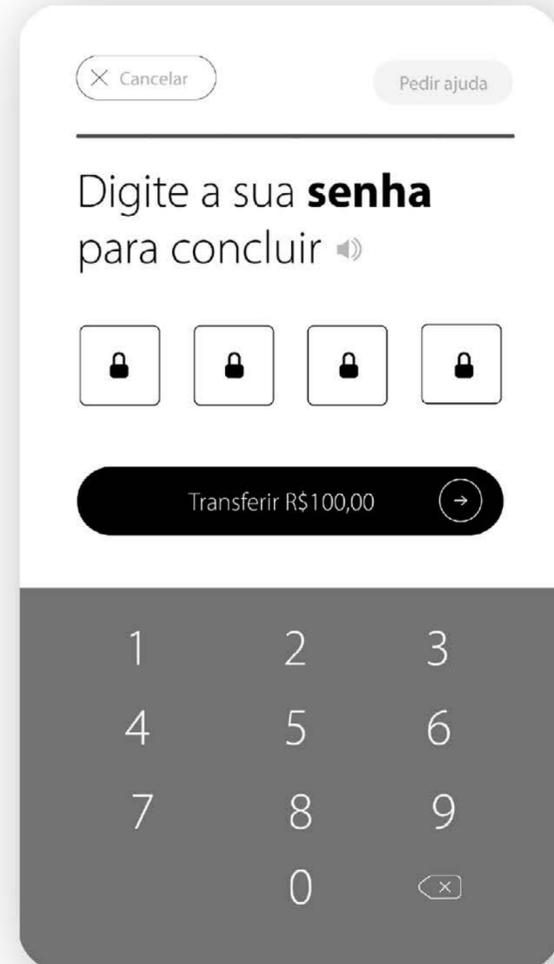
[← Voltar ao índice](#)

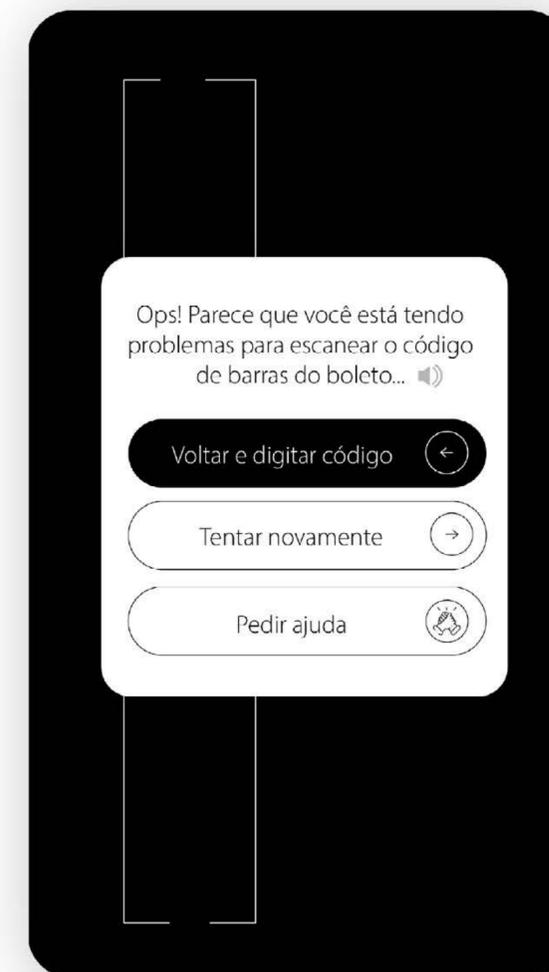
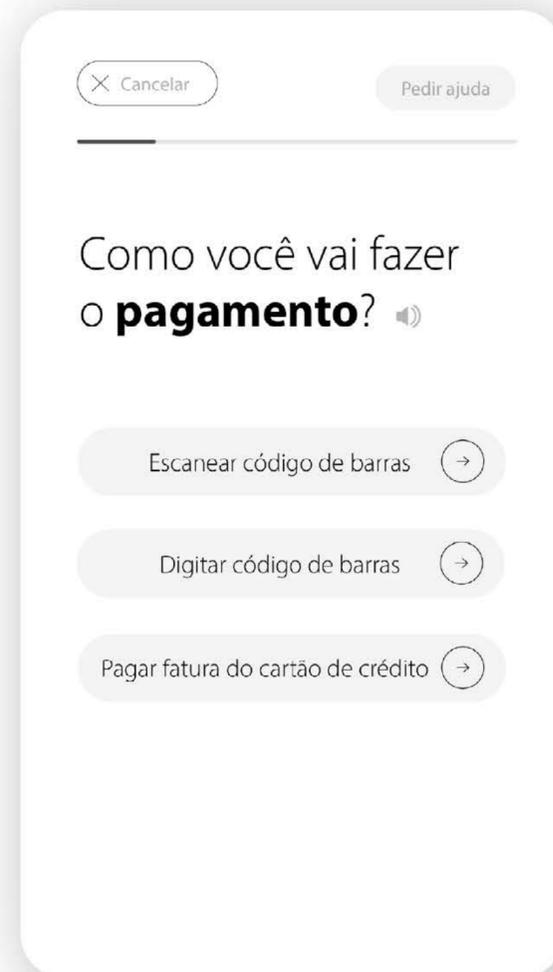
Protótipos são instrumentos de visualização que contemplam o fluxo completo do usuário com o produto proposto, podendo ter baixa, média, ou alta fidelidade. São telas sem todos os detalhes da Interface final, mas com elementos suficientes para reconhecimento das tarefas.

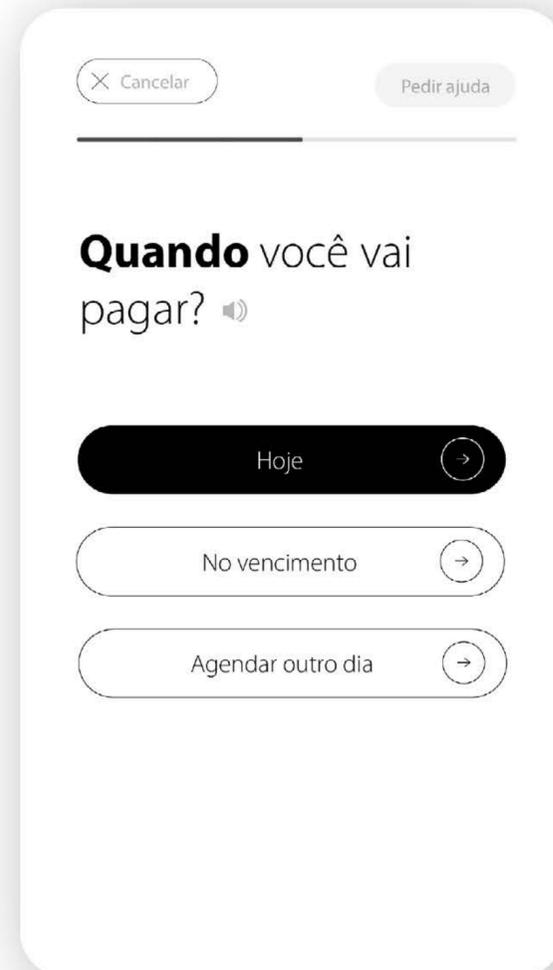
Nesse caso, foi feito um Wireframe, de média fidelidade, como proposta de melhoria das duas jornadas estudadas anteriormente: Pix e Pagamento. Nele, nem todos os HMW foram atendidos, conforme proposta desse recurso: a não obrigatoriedade de ter todos os pontos seguidos. Essa é uma das possíveis propostas de solução dentre as inúmeras que podem vir a surgir após testes de usabilidade.











[✕ Cancelar](#) [Pedir ajuda](#)

Digite a sua **senha**  
para concluir 🔊

🔒 🔒 🔒 🔒

Concluir e pagar conta! ➔

1	2	3
4	5	6
7	8	9
	0	⌫



Processando pagamento...

**Água**  
R\$**97,80**

Debitar dia: **27/09/2021**

[✕ Cancelar pagamento](#)



Sucesso! 🔊

[← Voltar ao menu](#) [Pedir ajuda](#)

Pagamento agendado:  
**Água**  
R\$**97,80**

Debitar dia: **27/09/2021**

[Compartilhar comprovante ➔](#)

[Sair do App ⌫](#)

# Considerações Finais

---

Considerações finais

---

Planos Futuros

---

Referências

---

[← Voltar ao índice](#)

O desenvolvimento desse Trabalho de Conclusão de Curso foi uma jornada de crescimento pessoal e profissional.

Trabalhar com Design Thinking proporcionou uma nova forma de projetar o design, com foco em pesquisa e motivação, utilizando o usuário em justificativa do Design.

Aproximar-se da dor do próximo e despir-se de pressupostos são uns dos principais valores que essa abordagem utiliza.

Com ele, também aprendi que a única forma possível de se chegar a clareza, é passando pela confusão. E que, é no desconforto e no desequilíbrio provocado por uma vasta fase de pesquisa, que surgem os melhores insights e oportunidades.

Trabalhar com idoso é muito difícil. É mudar o tom de voz, abrir mão do senso comum e do que temos como verdade. É um mundo novo, delicado, sensível e absurdamente rico.

O nervosismo que antecedeu cada uma das entrevistas, aqui apresentadas, não se comparam ao ganho de ter vivenciado cada uma dessas conversas. Sou grata a cada senhora que disponibilizou seu tempo e compartilhou um pouquinho de sua vida para ajudar uma pessoa que nem ao menos conheciam. De cada uma delas, guardo, com carinho, a história, a simpatia e a humildade.

Como um projeto de UX, este também está em constante processo de melhoria. Até aqui, foi trabalhado, principalmente, o olhar na experiência e, tem muito ainda o que se trabalhar na parte da interface e linguagem visual, áreas que vou a partir de então, concentrar meus estudos.

# Planos futuros

Em momentos futuros, esse protótipo será testado com usuários reais e melhorado, conforme solicitações. Então, ele será novamente testado, quantas vezes forem preciso até que a solução se mostre efetiva para público.

Depois, será feita a UI final do projeto, e irá constar: identidade visual, família tipográfica, cores, imagens, família de ícones e guia de componentes.

# Referências

**Clique** na referência que deseja ver completa.

Brasileiros ligam finanças pessoais a sentimentos ruins e perpetuam tabu sobre dinheiro

Matéria de Weruska Goeking para Valor Investe, 2020

O que projetar para idosos me ensinou

Matéria de João Traini para UX Collective, 2020

Terceira Idade e Tecnologia: a necessidade de inclusão e adaptação do mercado

Matéria Nicole Perico para Poxxima, 2020

Quase metade dos idosos do Brasil já usa apps de banco para fazer consultas e pagamentos de contas

Matéria de Giuliana Saringer para 6 Minutos, 2021

Idosos precisam ter acesso à tecnologia: você está fazendo a sua parte?

Matéria de Akin Abaz para Uol, 2021

28% dos idosos em SP não tem celular e se isolam da tecnologia em plena pandemia

Matéria de Fidel Forato para Canal Tech, 2020

Muda a relação dos idosos com a tecnologia na pandemia

Matéria de Vitorya Paulo para Jornal do Comércio, 2020

idosos aderem aos bancos digitais em meio a pandemia

Redação O Sul para O Sul, 2020

# Matérias

# Referências

Fatores de influência na adoção do internet banking por clientes da terceira idade

Revista Tecnologia e Sociedade, por Antônio Lisboa Lois Rodrigues Neto, José Marcos Carvalho de Mesquita, Cristiane Fernandes de Muijder, 2016

Design For Elderly

Vídeo de Don Norman para Nielsen Norman Group

Usability for Senior Citizens, Improved But Still Lacking

Artigo de Jakob Nielsen para Nielsen Norman Group, 2013

Changes in How Senior Citizens Use Computers

vídeo de Lexie Kane para Nielsen Norman Group

Usability for Seniors: Challenges and Changes

Artigo de Lexie Kane para Nielsen Norman Group, 2019

Idosos, a pandemia e a comunicação digital

Ebook da ZAHG, 2020

Idosos e internet: mediações nos usos de serviços bancários digitais

Mestrado em Ciências da Comunicação de Camila de Andrade Simões, Universidade Federal do Pará, Instituto de Letras e Comunicação, 2019

Processo de aprendizagem de idosos sobre os benefícios da atividade física

Dissertação de mestrado de Tiemi Okimura, Universidade de São Paulo, Escola de Educação Física e Esporte, 2005

Promoção da saúde do idoso: a importância do treino da memória

Artigo de Priscila Oliveira de Araújo Emerson Carlos Silveira Amanda Maria Villas Bôas Ribeiro Jaqueline Dantas Silva, Revista Kairós Gerontologia, 2012

Problemas de memória nos idosos: uma revisão

Artigo de Amâncio da Costa Pinto, Faculdade de Psicologia e de Ciências da Educação, Universidade do Porto, 1999

Artigos

# Referências

Práticas digitais móveis das pessoas idosas no Brasil - Dados e reflexões

Publicação de Dra. Mireia Fernández-Ardèvol, Panorama Setorial da Internet, 2019

Inclusão digital: Vivências formativas com o uso do celular na terceira idade

Pesquisa de EDJANE CRISPIM DA SILVA TOMAZ e Pauleany Simões de Moraes, Congresso Internacional de Educação e Tecnologias | Encontro de Pesquisadores em Educação a Distância, São Carlos, 2020

A Dinâmica de Uso dos Aplicativos Móveis Bancários: uma análise sob a perspectiva da população idosa

Artigo de Afonso de Paula Feliciano, Rodrigo Franklin Frogeri, Revista de Sistemas e Computação, Salvador, 2018

A influência da experiência prévia de usuários na interpretação de ícones: um estudo de caso sobre a interação de crianças e idosos com smartphones

Artigo de Bárbara S. C. Davim, Brisa G. da Silva, Gabriela F. R. de Moura e José G. S. Rosa, D. Sc., 12º Congresso Brasileiro de Pesquisa e desenvolvimento em Design, 2016

# Artigos

# Referências

10 Usability Heuristics for User Interface Design

Artigo de Jakob Nielsen para Nielsen Norman Group, 1994, atualizado em 2020

10 Heurísticas de Nielsen para o design de interface

Matéria de Gabriel Moma para UX Collective, 2017

Definindo o Objetivo da sua Pesquisa

Matéria de Edu Agni para Mergo (Medium), 2020

As 5 etapas de um processo de Solução

Matéria de Leonardo Salvador para Design RD (Medium), 2018

Identificando e definindo problemas a serem priorizados no desenvolvimento de produto

Matéria de Leonardo Salvador para Design RD (Medium), 2018

Eficiência em UX Design: Design antes do protótipo

Palestra de Francisca Isabel para Mentorama

Double Diamond - Como trabalhar com essa metodologia no seu dia a dia

Open Class de Felipe Melo, Aela

User Interviews: How, When and Why to Conduct Them

Artigo de Kara Pernice para Nielsen Norman Group, 2018

Personas vs. Jobs-to-Be-Done

Artigo de Page Laubheimer, para Nielsen Norman Group, 2017

3 Persona Types: Lightweight, Qualitative, and Statistical

Artigo de Page Laubheimer, para Nielsen Norman Group, 2020

How to Empathy Map

Artigo de Sara Gibbons para Nielsen Norman Group, 2020

UX Mapping Methods: When to Use Which

Vídeo de Sara Gibbons para Nielsen Norman Group

UX Design

# Referências

Empathy Mapping: The First Step in Design Thinking  
Artigo de Sara Gibbons para Nielsen Norman Group, 2018

Journey Mapping in Real Life: A Survey of  
UX Practitioners  
Artigo de Kate Kaplan para Nielsen Norman Group, 2016

The 5 Steps of Successful Customer Journey Mapping  
Artigo de Kate Kaplan para Nielsen Norman Group, 2017

When and How to Create Customer Journey Maps  
Artigo de Kate Kaplan para Nielsen Norman Group, 2016

Prototypes vs Wireframes in UX Projects  
Video de Alita Joice para Nielsen Norman Group

UX Prototypes: Low Fidelity vs. High Fidelity  
Artigo de Kara Pernice para Nielsen Norman Group, 2016

Design Centrado no Usuário  
Livro de Travis Lowdermilk, Editora Novatec, 1ª edição, 2013

Mapeamento de experiências: Guia para criar valor  
por meio de jornadas, blueprints e diagramas  
Livro de Kalbach, Alta Books, 1ª edição, 2017

O design do dia a dia  
Livro de Donald A. Norman, Anfitriato; 1ª edição, 2006

Design emocional  
Livro de Donald A. Norman, Rocco; 1ª edição, 2008

Não me faça pensar: atualizado  
Livro de Donald A. Norman, Anfitriato; 1ª edição, 2006

UX Design

Thaina Delgado Zabini  
Trabalho de Conclusão de Curso  
Bacharelado em Design  
Orientação: Profº Dr. Dorival Campos Rossi  
**2021**

Obrigada!