



GODP

Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos

UMA METODOLOGIA DE DESIGN CENTRADO NO USUÁRIO

Giselle Schmidt Alves Díaz Merino

GODP

Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos

UMA METODOLOGIA DE DESIGN CENTRADO NO USUÁRIO

Giselle Schmidt Alves Díaz Merino



SUMÁRIO

	Apresentação	04
	PARTE 1 - Projeto centrado no usuário	06
	PARTE 2 - O Guia (construção)	10
	PARTE 3 - Como utilizar o GODP	19
	Referências	29



APRESENTAÇÃO

APRESENTAÇÃO

“O design não deve dominar as coisas. Não dominar as pessoas. Ele deve ajudar as pessoas.”

Dieter Rams

1. Good design is innovative
2. Good design makes a product useful
3. Good design is aesthetic
4. Good design helps us to understand a product
5. Good design is unobtrusive
6. Good design is honest
7. Good design is durable
8. Good design is consequent to the last detail
9. Good design is concerned with the environment
10. Good design is as little design as possible



PARTE 1

Projeto centrado no usuário

PARTE 1

Projeto Centrado no Usuário

Pensar em *Projeto Centrado no Usuário* é colocar o usuário no centro de cada fase do desenvolvimento de um produto ou serviço.

O Design é uma disciplina que tem por objetivo máximo promover o bem estar das pessoas, a diferença está na maneira de como o designer percebe as coisas e age sobre elas.

Pensar em *Projeto Centrado no Usuário* é colocar o usuário no centro de cada fase do desenvolvimento de um produto ou serviço. Esta abordagem requer a adoção de uma série de cuidados que vão desde a interação com o produto/serviço às características e experiências do usuário por meio dessa interação (ELMANSY, 2014). O desafio está não somente em levantar informações, analisá-las e chegar a solução para problemas existentes, mas sim em testar, avaliar e validar produtos ou serviços planejados para um mundo real, para usuários reais.

Durante a prática projetual lidamos com um desafio que é o grande volume de informações, considerando que projetamos algo (produto), para alguém (usuário) em algum lugar (contexto).

Muitas vezes a não aceitação e a não aprovação de projetos está relacionado a uma questão de conhecimento insuficiente sobre as pessoas, suas capacidades, seus desejos.

Quando nos referimos a Projeto Centrado no Usuário, tratamos das capacidades humanas: sensorial (visão, audição, tato, olfato e paladar) cognitiva (pensamento e comunicação) e motora (alcance, locomoção e destreza). Juntamente com as dimensões temporal (nascemos, crescemos e envelhecemos) e social (aspectos culturais e de contexto), configurando um processo altamente empático.

“Empatia é a arte de se colocar no lugar do outro por meio da imaginação, compreendendo seus sentimentos e perspectivas e usando essa compreensão para guiar as próprias ações”.

(KRZNARIC, 2015, p. 10)

O Designer enxerga como um problema tudo aquilo que prejudica ou impede as Experiências e o bem estar na vida das pessoas. Para identificar os reais problemas é preciso abordá-los sob diversas perspectivas e ângulos. Equipes multidisciplinares se fazem necessário para desenvolver um projeto, apresentar diferentes pontos de vista sobre uma realidade que ainda não é percebida pela maioria das pessoas.

Sendo a atividade projetual o ponto central no Design, o Designer é mais que um criador, ele é um elemento de conexão (STRAUB E CASTILHO, 2010). O desafio está em identificar, levantar, compreender e converter as informações sobre o usuário.

Durante a prática projetual lidamos com um desafio que é o grande volume de informações, considerando que projetamos algo (produto), para alguém (usuário) em algum lugar (contexto). Tudo que projetamos gera uma experiência, de igual forma a Experiência pode ser projetada e também faz parte do Projeto Centrado no Usuário.

Ao Produto, Usuário e Contexto chamamos Blocos de Referência. Com base nos mesmos é possível escolher técnicas e ferramentas para desenvolver o projeto.

Ao Produto, Usuário e Contexto chamamos Blocos de Referência.

Iniciamos um projeto centrado no usuário definindo primeiramente os Blocos de Referência.

PRODUTO (qual é o produto?)

USUÁRIO (quem são/serão os usuários?)

CONTEXTO (onde está inserido o produto?)

Ver aplicação dos Blocos de Referência na p. 20



PRODUTO

Qual é o Produto?



USUÁRIO

Quem são/serão
os Usuários?



CONTEXTO

Onde está inserido
o Produto?



PARTE 2

O Guia (construção)

PARTE 2

O Guia (construção)

O objetivo do guia é o de organizar e oferecer uma sequência de ações que permitam com que o Design seja concebido de forma consciente.

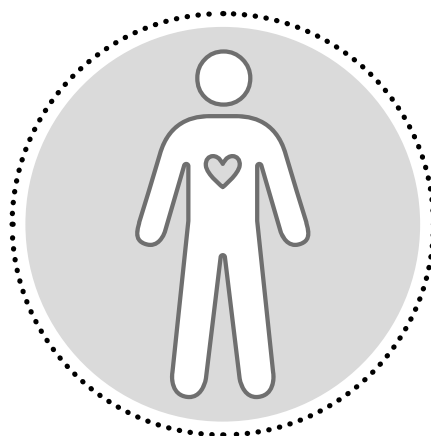
O GODP foi formulado a partir de literaturas de Design e outras áreas correlatas, por meio da contribuição de vários autores. Com base numa compilação de diversas metodologias, que foram reestruturadas e adaptadas, para que se pudesse dar forma a um guia de orientação que venha contemplar os aspectos intervenientes no desenvolvimento de projetos.

O objetivo do guia é o de organizar e oferecer uma sequência de ações que permitam com que o Design seja concebido de forma consciente, levando em consideração o maior número de aspectos, e respondendo de forma positiva e consistente aos objetivos fixados para o projeto.

O GODP é uma metodologia configurada por oito etapas que se fundamentam na coleta de informações, o desenvolvimento criativo, a execução projetual, a viabilização e verificação final do produto.

PROJETO CENTRADO NO USUÁRIO

Nesta representação, o formato cíclico foi o escolhido, considerando que o processo se retroalimenta e no centro está o ser humano, conceito base.



AS 8 ETAPAS DO GODP

Com base nas pesquisas realizadas focando o tema metodologia projetual, foi possível identificar uma série de etapas, que de forma geral seguem a lógica da definição do problema, levantamento de informações, processo criativo e validação. Para a elaboração do guia foram identificados outros itens julgados relevantes, que foram incorporados como diferencial.

Neste sentido, o GODP é uma metodologia configurada por oito etapas que se fundamentam na coleta de informações pertinentes ao desenvolvimento da proposta, o desenvolvimento criativo, a execução projetual, a viabilização e verificação final do produto.

O formato cíclico foi o escolhido, como mencionado anteriormente, considerando que todo projeto possui oportunidades de continuidade. Sendo assim, a etapa 6 (verificação), que em tese, encerra o projeto, retorna para a etapa -1 (oportunidades), possibilitando a geração de uma ou mais oportunidades de projeto, gerando um ciclo contínuo.

A escolha da numeração das etapas, se iniciando no (-1) foi proposital, ao ser considerado que as etapas de Oportunidades (-1) e Prospeção (0), habitualmente são anteriores ao início formal do projeto. Desta forma se reforça a importância destas etapas, desconsideradas (formalmente) na totalidade das propostas metodológicas pesquisadas.

O projeto é definido na etapa de Levantamento de Dados, conforme as necessidades e expectativas do usuário.



-1 Etapa (-1) **OPORTUNIDADES**

Nesta etapa são verificadas as oportunidades do mercado/setores, conforme o produto a ser avaliado, considerando um panorama local, nacional e internacional e a atuação na economia. Desta forma, são evidenciadas as necessidades de crescimento do setor e outras conforme o produto.

0 Etapa (0) **PROSPECÇÃO/SOLICITAÇÃO**

Nesta etapa, após a verificação das oportunidades é definida a demanda/problemativa central que norteará o projeto.

1 Etapa (1) **LEVANTAMENTO DE DADOS**

Nesta etapa são desenvolvidas as definições do projeto com base em um levantamento de dados em conformidade com as necessidades e expectativas do usuário, que contemplam os quesitos de usabilidade, ergonomia e antropometria, dentre outros, bem como as conformidades da legislação que trata das normas técnicas para o desenvolvimento dos produtos.

1) O ciclo de vida dos produtos é considerado ao longo de todo o percurso, estando explicitado nesta etapa com a finalidade de uma melhor compreensão do guia.

2) Na proposta deste guia, esta etapa é a conexão com a etapa (-1), gerando uma retroalimentação do percurso do design.

2 Etapa (2) **ORGANIZAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS**

Após o levantamento das informações, na forma de dados, os mesmos são organizados e analisados. Neste momento podem ser utilizadas técnicas analíticas que permitirão definir as estratégias de projeto.

3 Etapa (3) **CRIAÇÃO**

De posse das estratégias de projeto, são definidos os conceitos globais do projeto, sendo sendo geradas as alternativas preliminares e protótipos. Estas são submetidas a uma nova análise se utilizando de técnicas e ferramentas, permitindo a escolha daquelas que respondem de melhor forma as especificações de projeto e atendimento dos objetivos.

4 Etapa (4) **EXECUÇÃO**

Nesta etapa, considera-se o ciclo de vida do produto¹ em relação às propostas. A partir destas são desenvolvidos protótipos (escala) e/ou modelados matematicamente, para posteriormente elaborar o(s) protótipo(s) funcionais do(s) escolhido(s), para os testes (de usabilidade, por exemplo).

5 Etapa (5) **VIABILIZAÇÃO**

Nesta etapa, já sendo definida a proposta que atende as especificações, o produto é testado em situação real, junto a usuários. Somado a este são realizadas pesquisa (no exemplo de uma embalagem, podem ser realizados em pontos de venda), e junto a potenciais consumidores. Neste item podem ser utilizadas ferramentas de avaliação de ergonomia, usabilidade e qualidade aparente.

6 Etapa (6) **VERIFICAÇÃO**

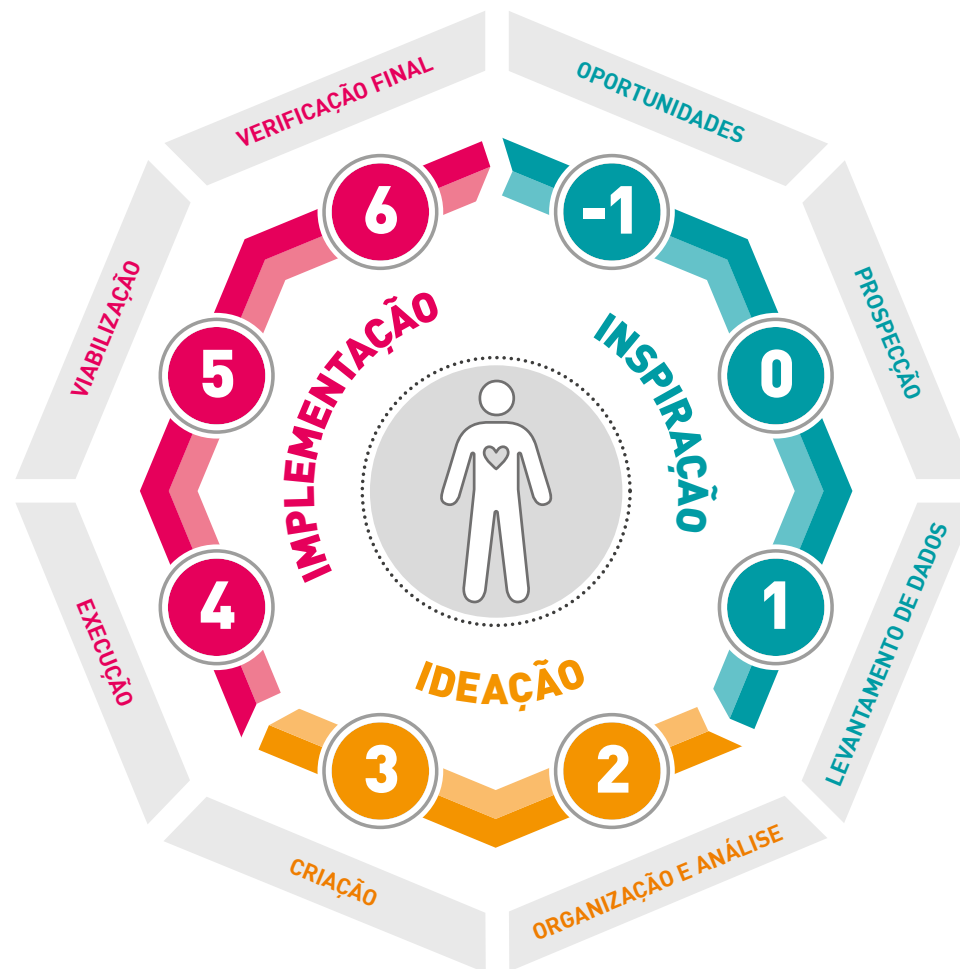
Todo projeto deveria considerar os aspectos de sustentabilidade, focado no destino dos produtos após o término do tempo de vida útil, seu impacto econômico e social. Esta etapa é considerada de vital importância, no sentido que poderá² gerar novas oportunidades, permitindo desta forma uma retroalimentação do percurso do design. Em suma, um novo ponto de partida, rompendo (sutilmente) com o pensamento de linearidade, num processo caracterizado por (pequenos) passos rumo à um pensamento sistêmico.

3) Tim Brown utiliza o termo ideation (p.16), sendo traduzido para o português como ideação, ainda que na versão traduzida o termo idealização seja apresentado (Change by design, 2009).

OS GRANDES MOMENTOS DO DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS (INSPIRAÇÃO / IDEACÃO / IMPLEMENTAÇÃO)

O guia encontra sustentação na proposta do Design Thinking (BROWN, 2009) que

apresenta três momentos no processo de desenvolvimento de projeto: Inspiração (etapas -1/0/1), Ideação³ (etapas 2/ 3) e Implementação (etapas 4/5/6) corroborado por (ROWE, 1987; BROWN, 2009; AMBROSE E HARRIS, 2010; DMI, 2010), apresentados na figura a seguir.



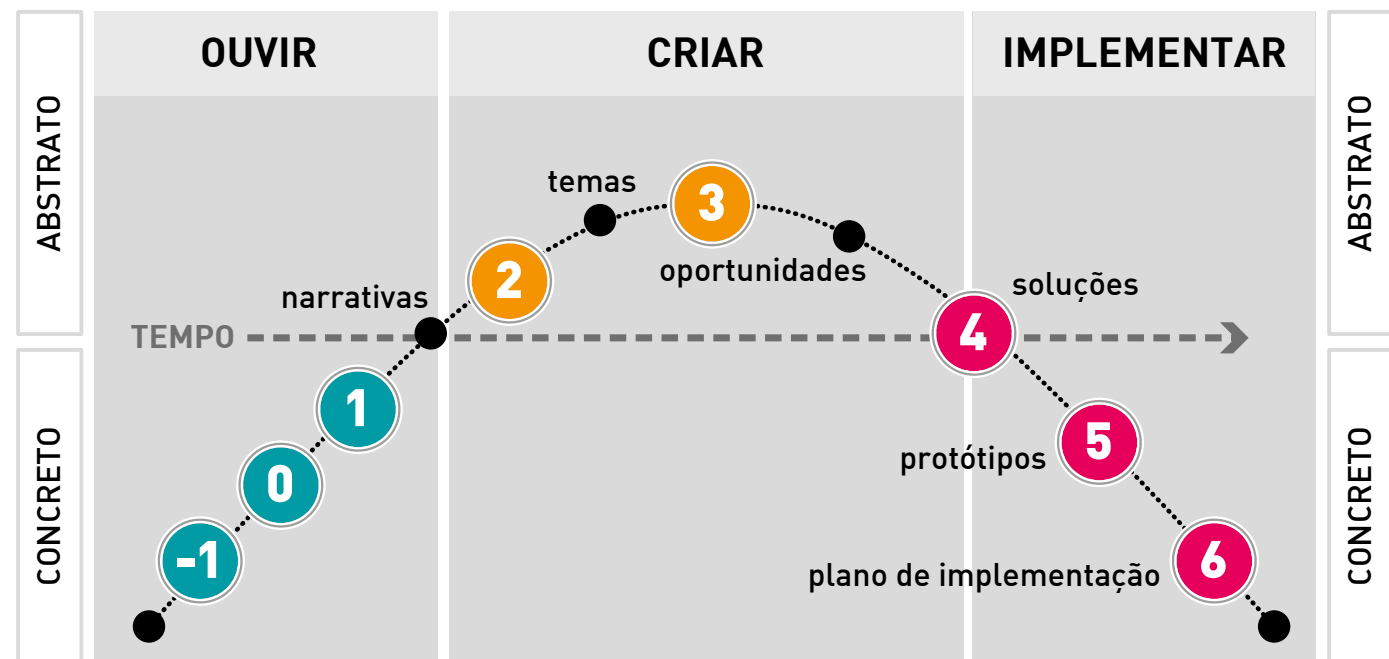
Flexibilidade e adaptabilidade são destaques do Design Thinking, que de acordo com cada projeto poderá sofrer ajustes.

Brown (2009) propõe que uma equipe de Design deveria passar por três momentos no desenvolvimento de um projeto: 1º Inspiração: coleta de informações de todas as fontes possíveis; 2º Ideação: as informações são transformadas em ideias; e 3º Implementação: as melhores ideias materializadas.

Flexibilidade e adaptabilidade são destaques desta proposta, que de acordo com cada

projeto, com suas particularidades poderá sofrer ajustes, no entanto a essência se preserva representada pelos três momentos do Design Thinking.

A figura abaixo apresenta a integração entre o processo do HCD (IDEO, 2009) com as etapas do GODP, reforçando a abordagem do projeto centrado no usuário.



O Guia possui dentro de cada grande momento do projeto, “etapas-chave” para avaliar, guiar e verificar o projeto.

MOMENTOS E ETAPAS-CHAVE DO GODP PARA UTILIZAÇÃO DE TÉCNICAS E FERRAMENTAS

O Guia possui dentro de cada grande momento do projeto, etapas-chave” que permitem ao projetista o uso de técnicas e ferramentas que permitem avaliar, guiar e verificar o projeto (produto/serviço) durante o desenvolvimento:

MOMENTO IMPLEMENTAÇÃO (Etapa 5 - Verificação)

Verificar em situação real a resultado do projeto.

MOMENTO IDEACÃO (Etapa 3 - Criação)

Guiar a escolha da melhor alternativa gerada.



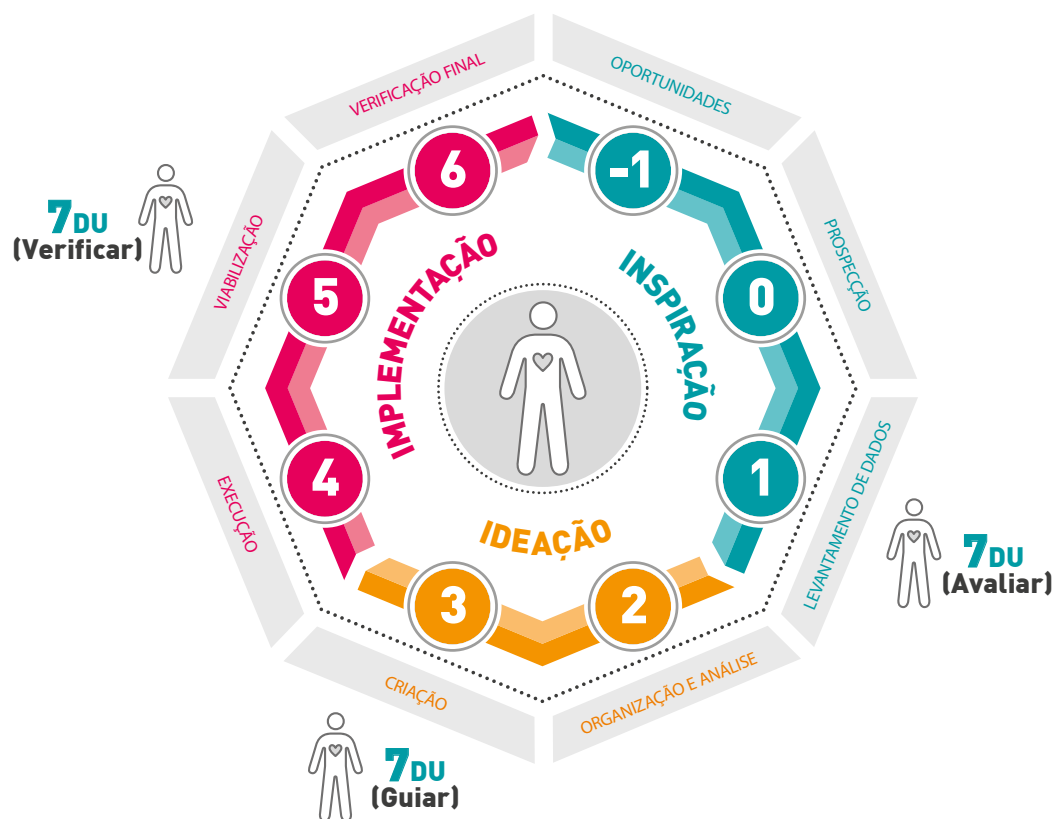
MOMENTO INSPIRAÇÃO (Etapa 1 - Levantamento de dados)

Avaliar o produto/serviço (tema de projeto).

O Check list do Design Universal (DU) pode ser utilizado nos Momentos e Etapas-chave do GODP.

EXEMPLO DE UTILIZAÇÃO DE FERRAMENTA PARA ETAPA-CHAVE

O Check list do Design Universal (DU) incorporado ao GODP, pode ser utilizado nas etapas-chave. Veja maiores detalhes em Merino (2014).



Mais detalhes em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/handle/123456789/128821>



PARTE 3

Como utilizar o GODP

PARTE 3

Como utilizar o GODP

Iniciamos um projeto centrado no usuário definindo primeiramente os Blocos de Referência como citado na parte 1 deste livro.

Se entende como:



PRODUTO

O resultado de um projeto, pode ser tangível (produto físico / peça gráfica, por exemplo) ou intangível (produto digital, serviço).



USUÁRIO

Quem irá se utilizar do produto (mapear todos os envolvidos).



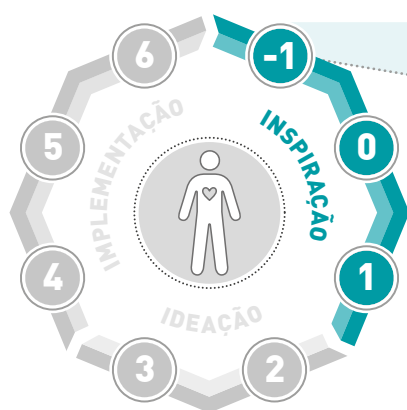
CONTEXTO

Meio onde acontece a interação do produto com o usuário, onde o produto está inserido.

Após definir os Blocos de Referência, iniciamos a prática projetual com os momentos de projeto e suas respectivas etapas.

O Guia apresenta um roteiro de orientação, que possibilita compreender o funcionamento e operacionalização em cada etapa, no qual são apresentados: O que é?; O que fazer? e Como fazer?

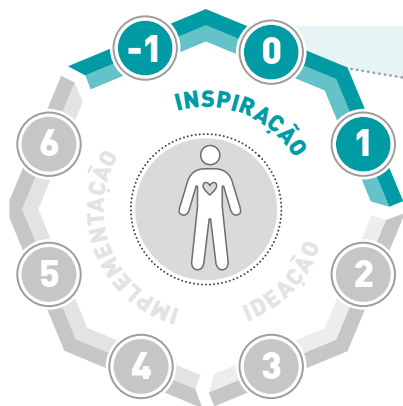
MOMENTO INSPIRAÇÃO



-1

OPORTUNIDADES

O QUE É?	O QUE FAZER?	COMO FAZER?
Identificação de oportunidades de mercado.	Identificar demandas e possibilidades.	- Monitorar agências de fomento (incentivos); - Buscar incentivos públicos e privados; - Uso de mapas mentais e representações gráficas.
	Divulgar e promover as ações desenvolvidas anteriormente.	- Expor as ações e projetos anteriores (mídias tradicionais e sociais e publicações); - Participações em feiras e eventos.
	Avaliar capacidade técnica previamente.	Analisar pessoal, recursos e tempo disponível.



0 PROSPECÇÃO

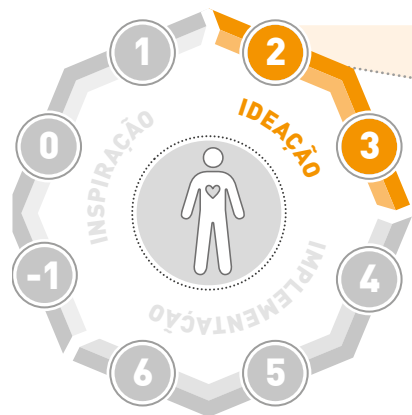
O QUE É?	O QUE FAZER?	COMO FAZER?
Identificação da demanda/ problemática central que norteará o projeto.	Fazer um levantamento preliminar de mercado.	- Visitar sites, ponto de vendas, concorrentes e similares; - Fazer levantamento do que será necessário para a visita preliminar a campo.
	Pesquisar a viabilidade legal e técnica.	- Busca por registro no INPI (www.inpi.gov.br); - Busca os principais meios de produção.
	Realizar visita(s) preliminar(es) à campo.	- Levar material para registro (bloco de anotações, máquina fotográfica e de vídeo, etc.); - Levar equipamentos para medição; - Entrevistar envolvidos.
	Definir proposta e equipe de projeto.	- Definir equipe, recursos e prazos; - Criar uma pasta de serviço (para reunir a documentação); - Elaborar a proposta de trabalho; - Definir cronograma inicial.



1

LEVANTAMENTO DE DADOS

O QUE É?	O QUE FAZER?	COMO FAZER?
Coleta de dados em diferentes fontes.	Realizar visita(s) a campo.	- Preparar questionários, formulários (caso necessário); - Preparar ficha descritiva da coleta e <i>check-list</i>; - Levar material para registro (bloco de anotações, máquina fotográfica e de vídeo, etc.); - Levar equipamentos para medição; - Entrevistar envolvidos.
	Levantar material bibliográfico.	Leitura e fichamento de documentos impressos e digitais.
	Estudo e escolha de técnicas analíticas.	Conhecer técnicas analíticas (ver etapa 2).
	Identificar normas e procedimentos da organização e dos demais envolvidos.	Ver orientações institucionais da organização procedimentos in loco e conversar com os envolvidos.
	Estudos de mercado.	- Pesquisar concorrentes e/ou similares; - Pesquisar consumidores e usuários potenciais; - Mapear expectativas e necessidades.
	Levantamento antropométrico.	Preparar ficha e equipamentos para coleta.



2

ANÁLISE DE DADOS

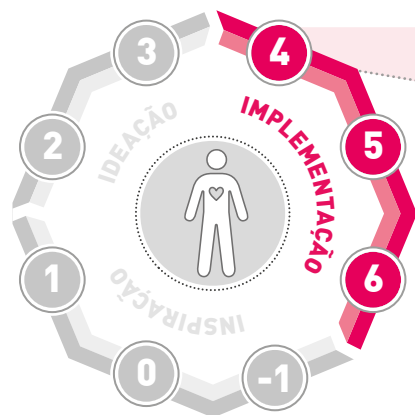
O QUE É?	O QUE FAZER?	COMO FAZER?
Organização e análise de dados p/ definir as estratégias de projeto.	Organizar e catalogar os dados de diferentes fontes.	Utilizar marcadores, separadores, <i>post-it</i>, fichas, numerações, cores, etc.
	Selecionar informações mais relevantes.	- Utilizar filtros, mapas mentais, painéis, etc., para selecionar e hierarquizar informações; - Utilizar relatórios, apresentações de <i>slides</i> e pastas de serviço para organizar as informações.
	Aplicação de técnicas/ ferramentas.	Exemplos: Análise Funcional; Análise Estrutural; Análise Morfológica; Análise Semântica; Análise Sincrônica; Análise Diacrônica; Análise SWOT; Matrizes de avaliação; Matrizes de decisão; QFD; - Modelo CDS; Modelo Usa-Design; Analise Biomecânica; Método JSI; Software SAPO; Protocolo RULA; Equação Niosh; Método Owas; Método Lest; Knovea; Software SPSS; Dinamometria; Termografia; Eletromiografia; Captura de movimentos e ângulos; dentre outros.
	Definição de requisitos	- Lista de diretrizes; - Indicação de estratégias de projeto.
	Revisão de planejamento.	Cronograma revisado.



3 CRIAÇÃO

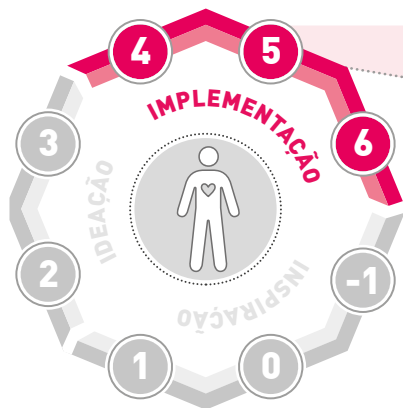
O QUE É?	O QUE FAZER?	COMO FAZER?
Geração de conceitos e alternativas de projeto. (Ao final é escolhida a alternativa que melhor responde especificações e objetivos de projeto.)	Definir conceito(s).	- Utilizar painéis semânticos, narrativas, <i>post-it</i> etc., para determinar diretrizes gerais de criação; - Utilizar técnicas de apresentação para indicar a equipe as variáveis e componentes visuais a serem trabalhadas.
	Gerar ideias.	Técnicas de criatividade (exemplos): Anotações Coletivas; <i>Brainstorm</i>; Método 635; Criação sistemática de variantes.
	Criação de alternativas e geração de protótipos.	- Utilizar desenhos e/ou softwares de criação para materializar as ideias (em forma); - Utilizar modelos volumétricos
	Seleção de proposta(s).	- Definir critérios para seleção; - Utilizar filtros de seleção (matrizes, justificativas, notas, tabelas etc.); - Definição da(s) proposta(s).
	Refinamento.	- Utilizar de técnicas de Rendering (manual e/ou digital); - Indicar potencialidades e formas de utilização, funcionamento e manutenção.
	Apresentação da proposta.	Utilizar slides, painéis e/ou modelos básicos (impressos e volumétricos) para apresentar proposta.

MOMENTO IMPLEMENTAÇÃO



4 EXECUÇÃO

O QUE É?	O QUE FAZER?	COMO FAZER?
• Testes e Ajustes organização da produção.	• Testar a(s) alternativas escolhidas; • Especificar os itens para produção.	• Desenvolver modelos/protótipos finais; • Fazer arquivos digitais para edição posterior e para produção (modelos matemáticos, arquivos em curvas/vetor, imagens); • Utilizar fichas técnicas para detalhar os itens de produção.
	• Solicitar autorizações legais.	• Apresentar propostas aos órgãos reguladores (ANVISA, INMETRO, etc.).
	• Preparar e definir terceiros para produção.	• Solicitar e avaliar orçamentos; • Exigir provas finais antes de autorizar a produção.



5

VIABILIZAÇÃO

O QUE É?	O QUE FAZER?	COMO FAZER?
Verificações finais e Viabilização da produção.	Testar em situação real.	Pesquisas em situações reais – como: locais de uso, pontos de venda, com potenciais consumidores, entre outros. (Podem ser utilizadas ferramentas de avaliação de ergonomia, usabilidade, conforto, qualidade aparente, satisfação etc.)
	Encaminhar registros legais.	- Solicitar registro de direito autoral; - Sugerir ao cliente o registro de propriedade intelectual (www.inpi.gov.br), se necessário com a ajuda de profissionais específicos.
	Indicar recomendações gerais.	- Entregar materiais e documentos digitais (separados por pastas e em mídia digital); - Apresentar e entregar documento com orientações gerais ao cliente.
	Acompanhar a produção.	Avaliar as provas finais e o material entregue quanto à qualidade da produção.



6

VERIFICAÇÃO FINAL

O QUE É?	O QUE FAZER?	COMO FAZER?
Acompanhamento e verificação posterior a produção.	Coletar resultados.	- Utilizar metodologias e ferramentas de coleta (ver Etapa 1); - Aferição junto a usuários e consumidores (diretos e indiretos).
	Verificar impactos do produto durante toda a sua cadeia (verificar seu desempenho quanto à sustentabilidade – ciclo de vida).	Utilizar metodologias e ferramentas de análise (ver Etapa 2).
	Acompanhar desempenho.	Acompanhar curva de desempenho do projeto e oferecer suporte técnico (caso necessário).
	Apontar novas oportunidades.	- Indicar possibilidades de melhoria ou demanda por novos projetos; - Estabelecer um contato para atendimento pós-venda.



REFERÊNCIAS

AMBROSE, Gavin; HARRIS, Paul. **Basic Design: design thinking**. Switzerland: Ava Book, 2010.

BROWN, Tim. **Change by design**: how design thinking transforms organizations and inspires innovation. New York: Harper Business, 2009.

DMI. Thomas Lockwood (Ed.). **Design Thinking - integrating, innovation, customer, experience and brand value**. New York: Design Management Institute, 2010.

ELMANSY, Rafiq. **Empathic Design: The Most Difficult Simple Approach to Successful Design**. 2014. Disponível em: <<http://www.designorate.com/empathic-design-approach-to-successful-design/>>. Acesso em: 09 jan. 2016.

IDEO. HCD - **Human Centered Design**: kit de ferramentas. Disponível em: <<http://www.ideo.com/work/human-centered-design-toolkit/>>. Acesso em: 10 maio 2012.

MERINO, Giselle Schmidt Alves Díaz.

Metodologia para a prática projetual do Design com base no Projeto Centrado no Usuário e com ênfase no Design Universal. 2014. 212 f. Tese (Doutorado) - Curso de Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, Departamento de Engenharia de Produção e Sistemas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014. Disponível em: <<http://tede.ufsc.br/teses/PEPS5573-T.pdf>>. Acesso em: 21 nov. 2014.

ROWE, Peter G.. **DesignThinking**. London: The Mit Press, 1987.

STRAUB, Ericson; CASTILHO, Marcelo. **Como designers conectam experiência, intuição e processo em seus projetos**. Curitiba: Infolio, 2010.

KRZNARIC, Roman. **O poder da empatia: a arte de se colocar no lugar do outro para transformar o mundo**. Rio de Janeiro: Zahar, 2015.



SOBRE A AUTORA

Profa. Giselle Merino, Dra.

**Coordenadora de Projetos do
Núcleo de Gestão de Design
e Laboratório de Design e
Usabilidade**

**Programa de Pós-graduação
em Design - POSDESIGN -
UFSC**

**Programa de Pós-Graduação
em Design - PPGDESIGN -
UDESC**

**Membro da Rede de Pesquisa
e Desenvolvimento em
Tecnologia Assistiva - RPDTA**

**Universidade Federal de Santa
Catarina - Florianópolis /
BRASIL**

Designer, Pesquisadora e Professora do Programa de Pós-graduação em Design da Universidade Federal de Catarina. Doutora em Engenharia de Produção, com ênfase em Engenharia de Produto e Processo linha de pesquisa metodologias de projeto de

Design pela Universidade Federal de Santa Catarina (2014). Mestre em Design pelo Programa de Pós-Graduação em Design pela Universidade Federal de Santa Catarina (2010). Graduada em Desenho pela Universidade do Estado de Santa Catarina (1997). Cursos na Universidade de Salamanca e Universidade Politécnica de Valencia (Espanha). Possui formação em Processos Grupais e Coordenação de Equipes. Coordenadora de Projetos do Núcleo de Gestão de Design e do Laboratório de Design e Usabilidade da Universidade Federal de Santa Catarina

desde o ano de 2000. Ministra disciplinas de Metodologia de Desenvolvimento de Projeto; Projeto Centrado no Usuário; Ergonomia e Usabilidade em Produtos e Serviços, dentre outras, bem como orientação e co-orientação de alunos de graduação e pós-graduação, projetos de pesquisa e extensão. Atua em projetos de Design junto a Agricultura Familiar desde o ano 2000 e projetos de Design na área da Saúde. Membro da Rede de Pesquisa e

Desenvolvimento em Tecnologia Assistiva (RPDTA). Possui como foco de pesquisa: Gestão de Design, Design Centrado no Usuário, Design Universal/Inclusivo em Produtos e Serviços.

COMO REFERENCIAR ESTE LIVRO:

MERINO, Giselle Schmidt Alves Díaz. **GODP - Guia de Orientação para Desenvolvimento de Projetos:** Uma metodologia de Design Centrado no Usuário. Florianópolis: Ngd/Ufsc, 2016. Disponível em: <www.ngd.ufsc.br>. Acesso em: 12 jul. 2016.

Projeto gráfico: Renata Hinnig
Ícones: Freepik - distribuídos por Flaticon

.....

NGD / LDU - UFSC

Bloco A • Sala 113 • 1º Andar
Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC
Campus Reitor João David Ferreira Lima •
Bairro Trindade • Florianópolis - SC - Brasil
CEP 88040-900 • +55 (48) 3721-6403
www.ngd.ufsc.br

Julho de 2016



Núcleo de
Gestão de Design
Laboratório de Design
e Usabilidade